|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| |  | | --- | | 两大行业巨头推出太阳能空调的警示 | | 发布日期：[2011-10-26] | |
| 时至年底，太阳能利用行业再次爆发重大事件，一贯专注于家电领域的格力和美的高调推出太阳能空调。      12月8日，格力推出了首台自主研发的太阳能变频空调，首批5万台的订单将全部销往美国市场。而仅在两天之后，美的两款1匹、1.5匹的太阳能变频空调宣告面市，并将于年底在国内批量上市。      据了解，全球范围对于太阳能空调的研发主要集中在三个方面，一是太阳能光热技术，将热水作为空调制冷制热的冷媒介质。二是太阳能光伏蓄电技术，将太阳能光伏发电存储在蓄电池中。三是太阳能光伏发电与市电无缝对接技术，以太阳能与市电共同驱动空调的运转。      此次格力和美的推出的太阳能变频空调均是采用的第三种方式，优先使用太阳能资源，在太阳能功率不足时，自动切入到家庭常用的市电模式，以保证空调的正常运转。      事实上，家电行业进军太阳能利用，并非新鲜事。以太阳能光热领域为例，先后有多家家电企业推出自己的太阳能热水器产品，包括海尔、荣事达、万和，甚至包括此次推出太阳能空调的美的，也早已经渗透太阳能利用领域。同时，太阳能空调对于太阳能利用领域来说，也并非新鲜产品。      而此次，家电巨头在太阳能利用领域再掀风暴，双双力推太阳能空调，不仅仅反应出家电行业的技术探索和竞争的升级，更释放出太阳能利用领域诸多新的元素，从而给太阳能光热利用企业诸多新的启发。  **太阳能资源利用：响应大势，竞争激烈**      国家在“十二五”规划中已经明确指出未来5年内，政府直接投资4万亿元用于新能源、节能环保技术等9大行业的发展。而格力和美的在太阳能资源上的率先应用，既表明了家电企业进军新能源的魄力和决心，也表明了未来以太阳能为代表的新能源开发利用，将是未来的大趋势所在。      众所周知的是，太阳能利用，有两大分支。一方面是太阳能光热利用，一方面是太阳能光伏。伴随着环保低碳生活成为主流，并加之国家十二五规划的战略指引，未来的太阳能资源开发利用显然会吸引更多的投资者，市场竞争将更为激烈。      就光热市场而言，我们当前市场的竞争还局限于中低端，表现为太阳能热水器的安装和使用。经过近30多年的发展，中国太阳能光热产品产量以每年30%的速度增长，保有量达1.45亿平方米，2009年光热企业一度达到近6000家，占全世界总量的70%左右。太阳能热水器在中国华东省区的普及率大部分都超过70%以上，中国已经成为世界最大的光热产品生产国和使用国。  就光伏市场而言，曾一度备受质疑的光伏产业在2010年下半年又迎来了一波快速扩张的高潮,南玻再填巨资加码太阳能、力诺明年光伏产能将达1000兆瓦等报道层出不穷,同时全国各地也都在大力发展光伏产业,新一轮的扩张已经在如火如荼的进行中。先于光热市场，光伏市场早已在国际上经历磨练，竞争之激烈，可想而知。      对于我国的光热市场来说，很大程度上依然停留在低温的热水阶段。但是随着国家对新能源产业的重视程度和投入力度全面增长，中、高温技术的逐渐发展，在太阳能资源的利用上势必会走向更广泛、更高端的阶段。同时，就光伏市场而言，我们一直也存在着“两头在外”的尴尬局面，即我们是生产太阳能组件的大国,但生产组件所需的多晶硅及需要组件的发电企业大多集中在国外。      需要指出的是，无论是光热市场还是光伏市场，激烈的低层次竞争显然非长久态势，提高竞争门槛，加快技术研发，提升运作水平，将产业竞争推动到更高的层次才是保证太阳能利用健康稳定发展的必由之路。  **太阳能资源利用：无限的产品延展性**      太阳能资源作为一种用之不尽、取之不竭的绿色环保、无污染、安全的能源，在其开发利用方面，有着无限的延展性。事实上，在格力、美的之外，国内不少企业也出现了关于利用太阳能资源的新技术。      在9月16日开幕的第四届世界太阳城大会期间，行业领军企业力诺瑞特就率先推出了其自主研发的太阳能中高温产品。据了解，太阳能中温集热器集热温度达150摄氏度，这一成果的展示必将会拓展国内太阳能热利用领域的应用，太阳能采暖、海水淡化、工业动力和农业生产等也将成为现实。      无独有偶，同样是在太阳城大会期间，山东奇威特人工环境有限公司正式推出了其首台直驱式太阳能空调，这也是目前全球范围内的首台直驱式太阳能空调。      12月14日，国内另一家著名白色家电企业新飞率先推出太阳能光电转换电脑温控冰箱，该产品利用光伏效应，使太阳光射到硅材料上产生电流直接发电，对冰箱进行制冷，实现了冰箱产品的零排放、零污染，电网耗电为零。      不管是格力、美的、新飞这样的家电企业，还是像力诺瑞特、奇威特这样致力于新能源开发的企业，都在太阳能资源利用方面迈出了坚实的一步，相信在这些企业之后，会有更多的家电、太阳能热利用企业会在太阳能资源的利用上有新的突破和实践。  **对太阳能光热企业的启示：把太阳能仅仅当成一种资源**      纵观我国太阳能热利用产业发展30多年的历史，从1987年第一根真空管诞生发展到目前占据全世界保有量第一的市场规模，这是一个完全拥有自主产权的产业，在全球范围内具有较大话语权和较强竞争优势，并诞生出皇明、太阳雨、四季沐歌、力诺瑞特等行业领军企业。      仅仅应用于太阳能热水器，显然不能发挥太阳能资源的作用。况且随着太阳能热水器市场规模的不断扩大，不少企业在高利润的驱使下，对市场风险估计不足，盲目投资，致使太阳能热水器市场的发展陷入了瓶颈期。尤其是2009年以来，以农村市场销售为主太阳能热水器行业出现终端销售不畅，不少小型企业面临倒闭，行业增速放缓的不利局面。这时候，更需要企业在如何利用太阳能资源上动足脑筋，而不是把企业的发展全部寄托在科技含量并不是很高的太阳能热水器上面。或许在短时间内，我国的太阳能企业还不能发展至格力、美的这样的规模，然而作为同时横跨“新能源”和“节能环保”两大产业的太阳能光热产业，还会迎来一个巨大的发展时机。其中的一部分仍然是太阳能热水器引领的市场容量的进一步增长。      随着太阳能热利用产业的进一步成熟和太阳能热利用技术的进步，太阳能光热的市场竞争形态也将发生重大变革，将从单一手段和个体的较量向整个商业生态系统对抗，从卖产品、卖应用到卖系统解决方案和应用服务系统转变。      对目前的太阳能光热企业而言，最重要的是转变思路——把太阳能当做一种能源，从而不断探索太阳能资源的应用形式。按照这样的思路，我们的太阳能光热企业在产品阵容上将有无限的延展性。而每一个新产品的研发，必将意味着一片蓝海的出现，这对每个企业，甚至整个行业来说，都有着极为重要的意义。 |