

2013-2017年中国太阳能灯 行业产业全景调研及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2013-2017年中国太阳能灯行业产业全景调研及投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201304/91837.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

太阳能灯是光电转换技术的一种应用产品，具有节能、环保、安全、无需布线、安装简便、自动控制、可根据需要随时变换插放位置等优点。太阳能灯具的主要类型有太阳能庭院灯、太阳能路灯、太阳能草坪灯、太阳能景观灯、太阳能信号灯。

国际常规能源价格不断上涨，国内能源供应紧张，许多城市出现拉闸限电的尴尬，能源替代已上升到国家能源战略安全的高度。太阳能作为无限可再生能源，逐步部分替代城市生产、生活常规能源已是大势所趋。太阳能照明作为太阳能最重要的利用方式之一，也越来越受到能源行业和照明行业的关注。

目前中国太阳能照明技术已经比较成熟，太阳能灯具的可靠性得到很大程度的提高，业界先进企业的太阳能照明灯具已经达到甚至超过国家照明标准。在能源紧张、拉闸限电的城市及用电困难的边远地区，有着很强的可推广性。中国已有成功推广的样板可供参考，太阳能照明灯具在中国大规模推广的条件已经成熟。目前，国内的太阳能灯具生产厂商多数集中在上海、苏州、无锡、深圳等地。

近年来，国家出台了一系列利好政策扶持可再生能源的发展，包括《可再生能源促进法》、《可再生能源中长期发展规划》。2009-2011年国家发布的有关太阳能光电建筑应用的一系列措施及相关补贴政策，对符合条件的太阳能光电建筑应用示范项目给予一定的补贴，这对太阳能光电应用是一大利好消息。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国太阳能灯行业产业全景调研及投资方向研究报告》共十一章。首先介绍了太阳能灯具的相关概述、世界太阳能灯行业运行形式等，接着分析了中国太阳能灯产业发展环境，然后介绍了中国太阳能灯市场供需、中国太阳能灯市场运行情况。随后，报告对太阳能灯做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国太阳能灯行业发展趋势与前景。您若想对太阳能灯产业有个系统的了解或者想投资太阳能灯行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 太阳能灯具的相关概述

第一节 太阳能照明简介

一、太阳能照明概述

二、太阳能照明系统的构成

三、太阳能照明应用领域

第二节 太阳能灯具介绍

一、太阳能灯具的定义

二、太阳能灯具主要类型

三、太阳能灯具与市电灯具应用经济效益分析对比

第三节 常用太阳能灯具专用光源的介绍

一、LVD无极灯

二、太阳能路灯专用高压钠灯

三、太阳能路灯专用低压钠灯

四、太阳能路灯专用金卤灯

五、太阳能路灯专用节能灯

六、大功率高亮度LED路灯

第二章 2013年世界太阳能灯行业市场运行形势分析

第一节 2013年全球太阳能灯行业发展概况

第二节 世界太阳能灯行业发展走势

二、全球太阳能灯行业市场分布情况

三、全球太阳能灯行业发展趋势分析

第三节 全球太阳能灯行业重点国家和地区分析

一、美国

二、日本

三、欧洲

第三章 2013年中国太阳能灯产业发展环境分析

第一节 2013年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 太阳能灯行业主管部门、行业监管体

第三节 中国太阳能灯行业主要法律法规及政策

第四节 2013年中国太阳能灯产业社会环境发展分析

第四章 2012-2013年中国太阳能灯市场供需分析

第一节 中国太阳能灯市场供给状况

一、2008-2012年中国太阳能灯产量分析

二、2013-2017年中国太阳能灯产量预测

第二节 中国太阳能灯市场需求状况

一、2008-2012年中国太阳能灯需求分析

二、2013-2017年中国太阳能灯需求预测

第三节 2012年太阳能灯区域市场需求分析

一、华东地区市场需求分析

二、华北地区市场需求分析

三、东北地区市场需求分析

四、华南地区市场需求分析

五、华中地区市场需求分析

六、西部地区市场需求分析

第四节 中国太阳能灯市场价格状况

一、2008-2012年中国太阳能灯价格分析

二、2013-2017年中国太阳能灯价格预测

第五章 2008-2012年太阳能灯进出口数据分析

第一节 2008-2012年太阳能灯进口分析

一、太阳能灯进口数量情况

二、太阳能灯进口金额分析

三、太阳能灯进口来源分析

四、太阳能灯进口价格分析

第二节 2008-2012年太阳能灯出口分析

一、太阳能灯出口数量情况

二、太阳能灯出口金额分析

三、太阳能灯出口流向分析

四、太阳能灯出口价格分析

第六章 2011-2013年中国太阳能灯市场运行情况

第一节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节 行业品牌现状分析

第三节 行业产品市场价格情况

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁

第七章 2011-2013年中国太阳能灯所属行业主要数据监测分析

第一节 2011-2013年中国太阳能灯所属行业总体数据分析

- 一、2011年中国太阳能灯所属行业全部企业数据分析
- 二、2012年中国太阳能灯所属行业全部企业数据分析
- 三、2013年中国太阳能灯所属行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国太阳能灯所属行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国太阳能灯所属行业不同规模企业数据分析
- 二、2012年中国太阳能灯所属行业不同规模企业数据分析
- 三、2013年中国太阳能灯所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国太阳能灯所属行业不同所有制企业数据分析

- 一、2011年中国太阳能灯所属行业不同所有制企业数据分析
- 一、2012年中国太阳能灯所属行业不同所有制企业数据分析
- 一、2013年中国太阳能灯所属行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国太阳能灯行业竞争格局及战略分析

第一节 中国太阳能灯行业竞争结构分析

- 一、行业现有企业间的竞争
- 二、行业新进入者威胁分析
- 三、替代产品或服务的威胁
- 四、上游供应商讨价还价能力
- 五、下游用户讨价还价的能力

第二节 中国太阳能灯行业竞争力分析

- 一、品牌竞争分析
- 二、成本竞争分析
- 三、价格竞争分析
- 四、技术竞争分析

第三节 太阳能灯市场集中度分析

- 一、国内太阳能灯企业分布
- 二、国内太阳能灯企业市场集中度
- 三、国内太阳能灯消费区域分布

第四节 太阳能灯企业资本市场运作建议

- 一、太阳能灯企业兼并及收购建议
- 二、太阳能灯企业融资方式选择建议

三、太阳能灯企业海外市场运作建议

第九章 太阳能灯主要生产厂商竞争力分析（可自选企业）

第一节 企业一

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二节 企业二

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第三节 企业三

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第四节 企业四

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第五节 企业五

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十章 2013-2017年中国太阳能灯行业发展趋势与前景分析

第一节 2013-2017年中国太阳能灯行业投资环境分析

第二节 2013-2017年中国太阳能灯行业投资前景分析

一、太阳能灯行业发展前景

二、太阳能灯发展趋势分析

三、太阳能灯市场前景分析

第三节 2013-2017年中国太阳能灯行业投资风险分析

一、产业政策分析

二、原材料风险分析

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

第四节 2013-2017年太阳能灯行业投资策略及建议

第十一章 2013-2017年中国太阳能灯行业发展策略及投资建议

第一节 太阳能灯行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 太阳能灯行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：……

更多图表详见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201304/91837.html>