

## ジンコソーラー、2017年度第1四半期決算発表、出荷量2GWを超え

ジンコソーラーが2017年6月5日に発表した2017年第一四半期決算によると、今季出荷量が急増し、初めて2GWを突破、2068MWに達した。2016年の第四半期の1,733MWより19.3%増、去年同期の1,600MWに比べて29.3%上昇、過去最高を記録した。世界初且つ唯一ワンシーズン出荷量を2GWを超えた太陽光発電会社となり、売上高は常にトップで先頭を切る。太陽光発電製造分野での優位性を固まり、他社との格差が拡大している。

2017年はジンコソーラーにとって非常に忙しい一年で、世界市場、特に新興市場及び一带一路地域での発展は急速、ラテンアメリカ、中東、アフリカ、東南アジア、西アジアなどで約30%の市場シェアを持っている。市場ルートの開拓、ブランド影響力の浸透と伴い、ジンコは技術、品質、サービスを総合した戦略でブランドへの支持率を獲得し、太陽光発電のリードブランドと革新者となり、徐々に太陽光発電業界のシーソーゲームの中から幾重もの包囲網を突破してきた。

「2017年第一四半期、また売上高の世界ランキング1位を取られるのは、最先端技術と効率、頼もしい製品とサービスクオリティ、強い市場浸透率、お客様が日増しに固まるブランド意識及びジンコが誇りを持つ各市場釣り合いの良い発展のおかげです。ジンコは引続き馬力を掛けて、新製品の量産及び市場投入を加速し、卸売ルートの拡大で、30%~40%の成長率を保つことを目指します。第一四半期世界主な市場の出荷量から見ると、中国は依然として最大のインストール市場であり、その重要性は二度述べる必要もありません。

ある程度で中国市場の重要さはジンコの優位性の維持と拡大を促進しています。そしてジンコ販売ルートのバランス良さで市場に過度依存からもたらすリスクを回避できます。成熟した市場を深まり、販売ルートを拡大、お客様ロイヤリティを高め、中国、アメリカ、日本、オーストラリア等の成熟市場を確保しながら、新興市場の開拓にも力を尽くして頑張り、二本足で歩く方針はジンコ戦略上のポイントになります。2017年はジンコにとって大事な一年で、高密度の新製品発売はパフォーマンス目標の急速成長を促進できます。持続可能な発展のため土台を作り、競合他社との格差を広げます。」とジンコソーラーCEO 陳康平が話した。