

SMM 2026 年上半年储能电芯出货量排名方法论

项目	内容
产品/榜单	SMM 储能电芯出货量总榜、SMM 大型及工商业储能电芯出货量排行榜、SMM 户用储能电芯出货量排行榜
统计周期	2026 年 1 月 1 日至 2026 年 6 月 30 日
统计单位	MWh / GWh，以电芯额定能量口径统一折算
发布主体	上海有色网（SMM）
发布频率	半年度发布，每年发布两期（上半年 / 全年）
数据截止日	统计周期最后一日（上半年为 6 月 30 日，全年为 12 月 31 日）
榜单有效期	至下一期发布前

说明：本文件用于说明 SMM 2026 年上半年储能电芯出货量排名的数据口径、纳入范围、验证流程、计算方式、结果发布和更正机制。排名结果基于 SMM 按照本方法论采集、核验、标准化处理后的出货量数据形成。

1. 方法论定位

SMM 储能电芯出货量排名旨在反映统计周期内储能电芯企业不同应用场景中的实际出货表现，为产业链企业、项目业主、投资机构、金融机构、研究机构及其他市场参与者提供市场规模和竞争格局参考。

- 排名对象为储能电芯生产企业。SMM 按照企业实际生产、销售和交付的储能电芯出货量进行统计。
- 排名按照应用场景分为两个平行榜单：SMM 大型及工商业储能电芯出货量排行榜、SMM 户用储能电芯出货量排行榜。
- 同一企业可进入多个榜单，但每个榜单按照独立应用场景、独立证据链和独立核

算口径进行统计。

- 企业是否订阅 SMM 产品、是否与 SMM 存在商业合作，不作为排名纳入、排序或剔除的依据。
- 排名结果仅反映本方法论项下的历史出货量估算与核验结果，不构成对企业产品质量、财务能力、项目履约能力或未来出货表现的保证。

与 SMM Tier 1 评选的关系：SMM 储能电芯出货量排名衡量企业在统计周期内的出货规模 ("量")，SMM Tier 1 供应商评选评价企业的综合竞争力（包括技术能力、市场表现、财务可持续性等多维度指标）。两个排名独立运行、互不替代——出货量排名高不等于 Tier 1 入选，Tier 1 入选也不以出货量排名为前提。

2. 榜单架构与应用场景边界

总榜名称	细分榜单名称	场景	定义	纳入范围	不纳入范围
SMM 储能电芯出货量总榜	SMM 大型及工商业储能电芯出货量排行榜	源网侧场景	面向电源侧、电网侧、大型独立储能等集中式储能项目的储能电芯出货量。	独立储能电站、电网侧储能、发电侧配储、新能源基地配储、AIDC 电网侧储能、IPP/utility 项目、调频调峰等大型项目。	工商业储能、户用储能、便携式储能、通信备电、UPS 及数据中心 BBU、动力电池。
		工商业侧场景	面向工商业用户侧储能项目的储能电芯出货量。	工厂、园区、商业楼宇、充电站、光储充、工商业微电网、AIDC 表后自用型储能、需求侧管理和削峰填谷项目等。	大型独立储能电站、户用储能、便携式储能、UPS 及数据中心 BBU、通信备电、动力电池。
	SMM 户用	户用场景	面向住宅固定	户用光伏配	便携式储能、

	储能电芯出货量排行榜		式储能产品或项目的储能电芯出货量。	储、家用储能一体机、家庭备用电源、住宅固定式电池包或系统配套电芯。	户外电源、露营电源、UPS及数据中心BBU、通信备电、动力电池。
--	------------	--	-------------------	-----------------------------------	----------------------------------

如同一批电芯最终用于多个应用场景，SMM 将优先依据可核验的终端项目或终端产品用途进行拆分；无法有效拆分的，原则上不纳入具体应用场景榜单，或按 SMM 可核验信息进行审慎分配并留痕。

3. 参评主体与统计范围

3.1 参评主体

- 纳入：具备储能电芯生产能力，并在统计周期内形成可核验储能电芯出货的企业。
- 纳入：境内注册企业、核心制造能力主要位于中国的企业，以及经 SMM 认定其储能电芯业务与中国供应链具有实质关联的企业。
- 不纳入：单纯贸易商、代理商、渠道商、系统集成商、储能系统品牌方但不承担电芯生产责任的主体。
- 如存在代工、贴牌或品牌授权安排，SMM 将根据制造责任、品牌销售责任、合同主体、发货主体和客户确认情况综合判断，避免同一出货量在不同主体之间重复计算。

3.2 地域范围

本排名默认统计参评企业在全全球市场的储能电芯出货量，包括中国境内出货和出口出货。若 SMM 在具体发布中另行说明地域范围，则以当期发布口径为准。

3.3 统计周期

本次排名统计周期为 2026 年 1 月 1 日至 2026 年 6 月 30 日。原则上以电芯完成发货、交付或出口报关的时间作为计入周期的判断依据。对于发货、签收、报关或收入确认日期存在差异的，SMM 将优先采用能够证明货物已实际离开生产企业或其指定仓储环节并进入销售/交付链条的证据。

4. 出货量定义与计量口径

储能电芯出货量是指统计周期内由储能电芯生产企业生产并对外销售、交付或用于可核验储能系统/储能项目的电芯额定能量规模。SMM 按照电芯额定能量统一折算为

MWh 或 GWh。

4.1 计量公式

单批电芯出货量 (MWh) = 电芯数量 × 单体额定容量 (Ah) × 单体额定电压 (V) ÷ 1,000,000。

如企业提供的合同、发票、出库单或项目材料已明确标示电芯能量规模，SMM 可在核验产品型号、容量、电压和数量后采用该能量规模。若仅能获取系统容量，SMM 将结合电芯供应关系、PACK/BESS 配置、系统设计文件及客户确认进行折算；无法可靠折算的，不直接纳入电芯出货量。

4.2 统计优先级

优先级	数据类型	使用原则
第一优先级	货物已实际离开生产企业或其指定仓储环节，并进入销售/交付链条的记录，且具备物流单据、报关单或对应的合同、订单、出库单、发票等可追溯凭证。	作为出货量统计的核心依据。
第二优先级	企业自用电芯进入可核验储能系统或项目，且能够证明对应电芯已完成系统集成、交付、并网或客户签收。	可纳入对应应用场景，但须避免与系统出货口径重复。
第三优先级	下游客户、项目业主、系统集成商、EPC、经销商或公开项目资料提供的可追溯出货信息。	用于交叉验证、补充估算或修正企业提交数据。
第四优先级	企业公告、中标公告、签约新闻、产能规划、订单意向、框架协议等。	原则上不直接等同于出货量，仅作为背景信息和待核验线索。

5. 数据来源

SMM 采用多来源数据采集方式形成原始数据集，并通过交叉验证形成可用于排名的标准化数据。主要数据来源包括：

- 企业提交数据：出货明细、销售台账、合同/订单、出库单、发票、物流单据、报

关单、客户签收单、项目对应关系说明等。

- 下游核验数据：系统集成商、项目业主、EPC、渠道商、经销商、安装商、海外客户等对电芯供应商、数量、项目用途和交付时间的确认。
- 公开信息：企业公告、财报、招投标信息、中标公告、项目备案/并网/投运信息、海关或进出口统计、行业协会及其他公开数据。
- SMM 长期跟踪数据：材料价格、制造成本、产能变化、企业开工、订单结构、客户结构、库存变化、项目进展和供应链风险等。
- 其他可信第三方数据：在来源清晰、口径可识别、可与 SMM 数据进行对照的情况下，可作为辅助验证依据。

6. 企业数据提交要求

企业向 SMM 提交出货量数据时，应尽可能按批次、客户、项目和应用场景提供明细。SMM 鼓励企业提供能够支持数据核验的原始文件或经企业盖章/授权确认的汇总材料。

字段	说明
企业名称	电芯生产企业名称、统一社会信用代码或境外主体注册信息。
电芯产品信息	产品型号、正极材料体系、额定容量、额定电压、循环寿命或适用储能场景。
出货数量	电芯数量、额定能量、批次号或订单号。
出货时间	出库、发货、签收、报关或其他能够证明交付发生的日期。
客户信息	直接客户名称、客户类型、是否关联方、是否经销/渠道客户。
应用场景	大型储能、工商业储能、户用储能或其他；如可对应具体项目/产品，应注明项目名称、地点和用途。
流向信息	境内/境外、国家/地区、项目或产品最终市场。
支持文件	合同、订单、出库单、发票、物流单、报关单、签收单、项目文件、客户确认函等。

企业提交的数据应真实、完整、一致。对于关键字段缺失、无法识别应用场景、无法证明实际交付或无法排除重复计算风险的数据，SMM 可要求企业补充说明或将相关数据列为待核验数据。

7. 数据证据层级

为提高排名结果的可核验性，SMM 按照证据独立性、可追溯性和完整性对数据进行分层处理。

层级	证据类型	处理原则
A 类证据	经审计且与本方法论出货统计口径一致的财报、下游客户（项目业主/EPC/系统集成商）确认函、报关/物流/签收/并网等可追溯文件。	可作为核心采纳依据。
B 类证据	企业提供的合同、订单、出库、发票、销售台账、盖章汇总表等，经 SMM 与其他来源进行实质性核验。	经核验一致后可作为采纳依据。
C 类证据	企业口头或书面自报数据，但缺少第三方确认或原始文件支持。	原则上仅作为线索或辅助参考；不能单独作为大额出货量认定依据。
D 类信息	企业公告、新闻稿、签约、中标、规划、预测、市场传闻等。	用于识别候选数据和核验方向，不直接等同于实际出货量。

8. 数据验证与标准化流程

SMM 将按照“收集-初筛-核验-标准化-复核-发布”的流程形成排名结果。

1. 候选池确认：基于 SMM 数据库、企业名单、公开信息、客户调研和产业链反馈，形成储能电芯企业候选池。
2. 数据收集：向候选企业、下游客户、渠道及其他可信来源收集出货量数据和支持文件。
3. 完整性检查：检查企业主体、产品型号、出货时间、客户、应用场景、数量和证据文件是否完整。
4. 交叉验证：对企业提交数据与客户确认、项目进度、产能开工、销售结构、公开信息及 SMM 长期跟踪数据进行比对。
5. 异常识别：对明显偏离企业产能、开工、订单、客户结构或市场整体规模的数据进行异常标记。

-
6. 标准化处理：将不同电芯规格、能量单位、发货日期、场景分类和数据区间统一转换为本方法论口径。
 7. 内部复核：由 SMM 储能研究团队进行复核，并对关键企业、关键批次和争议数据形成书面说明。
 8. 结果确认与发布：完成最终汇总、排序、审批和发布准备。

9. 数据纳入与剔除规则

9.1 可纳入数据

- 统计周期内已经完成发货、交付、签收、报关或具备等效证明的储能电芯出货。
- 企业自用电芯，如已进入可核验储能系统或储能项目，并能够证明对应应用场景和时间归属。
- 通过经销商、渠道商或系统集成商出货的电芯，如能够证明最终用途为固定式储能，且可合理划分应用场景。
- 出口出货，如具备报关、提单、客户确认或海外项目/产品用途证明。

9.2 不纳入或暂不纳入数据

- 尚未发货的合同、订单、框架协议、中标项目、签约新闻、意向订单或产能规划。
- 虽已离开企业但实际为内部调拨、库存转移或渠道压货，且无法证明已进入终端销售/交付链条的数据。
- 无法识别电芯生产企业、产品规格、出货时间、客户或应用场景的数据。
- 动力电池、通信备电、普通 UPS、便携式储能、户外电源等不属于本方法论定义的固定式储能应用的数据。
- 同一批电芯在企业、渠道、系统集成商和项目端之间重复出现且无法排重的数据。
- 经核验存在明显错误、重大不一致、不可重复、不可追溯或缺少必要支持材料的数据。

9.3 关联交易与内部配套

关联企业之间的电芯销售或内部配套并不自动排除，但必须能够证明该批电芯已用于具体储能产品、系统或项目，并能够排除重复统计。若仅能证明集团内部流转，不能证明实际出货或最终用途，SMM 原则上不直接纳入排名。

9.4 场景归属冲突处理

当同一出货数据可能归属于多个场景时，SMM 按照以下顺序判断：第一，终端项目或终端产品用途；第二，下游客户类型和项目文件；第三，产品设计和销售渠道；第四，企业说明及 SMM 产业链核验。仍无法判断的，不纳入具体场景榜单，或纳入“待核验/其他”口径，不参与公开排名。

10. 异常数据处理

SMM 对原始数据集中的异常数据进行调查、复核和留痕。异常数据包括但不限于：

- 单月或单季出货量与企业产能、开工率、库存变化或历史出货节奏明显不匹配。
- 企业提交量与下游客户确认量、项目容量、出口数据或公开信息存在重大差异。
- 同一项目、同一客户或同一批次在多个企业或多个渠道重复申报。
- 企业公告、中标、签约规模显著高于可核验实际交付规模。
- 系统出货量、电池包出货量或项目容量被直接替代为电芯出货量，且缺少电芯供应和折算依据。
- 出货至渠道或仓储端但无法证明固定式储能用途或终端去向。

对于异常数据或无法提供充分交叉验证支持的 C 类/D 类数据，SMM 将在模型基准上应用数据置信度折算机制。SMM 将根据同梯队企业的平均产销率、历史虚报率偏差及下游验证反馈进行审慎调整，调整结果记录于内部底稿。

11. 排名计算方法

11.1 基本计算

在完成数据核验、剔除和标准化后，SMM 按企业、应用场景和统计周期汇总储能电芯出货量，并按出货量从高到低排序。

企业某场景出货量 = 该企业在统计周期内被 SMM 采纳的该场景全部储能电芯出货量之和。

11.2 区间数据处理

如某项数据只能以区间形式核验，SMM 可根据证据强度、交叉验证结果和上下游一致性采用区间中值、保守值或 SMM 估算值。对于可能影响榜单排序的重大区间数据，SMM 将进行额外复核。

11.3 排名相近处理

当两家或多家企业的核验出货量差距小于 SMM 可识别的数据误差范围时，SMM 可在

内部记录中标注排序不确定性；对外发布时可根据数据精度采用并列、区间展示或说明性备注。

11.4 结果发布形式

SMM 发布内容为 Top N 排名（企业名称及排名位次），不公开具体出货量数字。发布范围和榜单条数以当期 SMM 正式发布内容为准。榜单有效期至下一期发布前。

12. 工作流程与时间安排

本次 2026 年上半年储能电芯出货量排名拟按照半年度流程开展，具体节奏可根据企业反馈和数据核验复杂度调整。

阶段	主要工作
第 1 阶段：候选池与口径确认	确认参评企业范围、榜单口径、数据模板和提交要求。
第 2 阶段：数据收集	收集企业提交数据、客户核验数据、公开资料和 SMM 长期跟踪数据。
第 3 阶段：交叉核验	对重点企业、重点客户、重点项目和异常数据进行核验、访谈和补充材料收集。
第 4 阶段：数据标准化与测算	完成单位折算、场景划分、重复数据排除、异常处理和企业汇总。
第 5 阶段：内部复核	由 SMM 储能研究团队进行复核，形成关键判断和证据链记录。
第 6 阶段：结果发布与反馈	完成审批、发布准备、结果发布，并在规定期限内受理事实性反馈。

13. 反馈、更正与方法论更新

13.1 企业反馈

企业如认为 SMM 发布的排名结果存在事实性错误、材料遗漏或数据核验问题，可在发布后规定期限内向 SMM 提交书面说明和支持材料。SMM 将根据材料完整性和事实相关性决定是否受理并进行复核。

13.2 结果更正

若企业对已发布的排名结果存有争议，可在结果发布后的 10 个工作日内，向 SMM 提交书面异议说明及完整的支持性证明材料。特别声明：企业若提出上调出货量的申诉，应提供新增的 A 类或 B 类证据，SMM 将依据证据层级标准重新评估。

SMM 将严格依据本方法论规定的“数据证据层级”标准，对新提交材料的有效性进行终局评估与裁定。若 SMM 确认已发布结果确系存在数据录入、计算、归类或其他事实性错误，将按照 SMM 内部更正流程进行修正，并视影响程度发布更正说明。若企业逾期未提交申诉，或提交的材料未能达到对应数据证据层级要求的，SMM 原则上不予启动更正程序。

13.3 方法论更新

SMM 将根据储能市场结构、产品形态、应用场景、数据可得性和行业反馈，定期或不定期评估本方法论的适用性。对于实质性方法论调整，SMM 可通过公开征询、公告或其他适当方式向市场说明。

14. 信息保密与数据留痕

SMM 对企业提交的合同、客户清单、价格、商业条款、项目文件等商业敏感信息承担保密义务，仅用于本方法论项下的数据核验、统计和排名工作。未经企业授权，SMM 原则上不对外披露企业提交的原始文件或商业敏感明细。

SMM 将对数据来源、核验过程、异常处理、剔除原因、标准化口径和最终测算结果进行内部留痕。电子记录和必要的书面记录将按照 SMM 数据保留政策进行归档。

15. 宣传使用与知识产权

- SMM 储能电芯出货量排名名称、方法论、数据结果、图表和相关标识的知识产权归 SMM 所有，未经授权不得用于商业传播或二次分发。
- 企业引用 SMM 排名结果时，应完整、准确地标注榜单名称、统计周期、应用场景和发布主体，不得将某一场景排名表述为全储能市场排名。
- 企业不得将历史排名结果表述为对未来出货量、产品质量、财务稳健性或项目履约能力的保证。
- 如企业宣传内容与 SMM 发布结果或方法论口径不一致，SMM 保留要求更正、澄清或停止使用相关表述的权利。

16. 免责声明

SMM 储能电芯出货量排名是基于 SMM 按照本方法论采集、核验和标准化处理后的市

场数据形成的统计性结果。该结果不替代任何采购、投资、融资、授信、技术、法律或商业尽职调查，不构成对任何企业、产品、项目或交易的推荐。

SMM 将尽合理努力提高数据的真实性、准确性和可核验性，但受限于市场透明度、企业披露程度、第三方确认条件、统计口径差异和数据时滞，排名结果可能存在估算、修正或更新。对于无法独立核验的企业自报数据，SMM 不作准确性保证。

SMM 不对企业基于排名结果作出的商业决策承担责任，不对第三方对排名结果的误读、转述或不当使用承担责任。SMM 保留根据市场变化、数据质量和方法论审查结果调整方法论、发布口径和结果更正机制的权利。

附录 A：三个榜单的口径速览

维度	大型储能	工商业储能	户用储能
核心对象	大型集中式储能项目用电芯	工商业用户侧储能用电芯	住宅固定式储能用电芯
典型客户/项目	电网公司、发电集团、IPP、储能电站投资方、EPC/系统集成商	工厂、园区、商业楼宇、充电站、工商业微电网、用户侧系统集成商	户储品牌商、逆变器/系统企业、分销商、安装商、住宅用户侧产品商
计入关键	项目用途和大型储能属性可核验	用户侧应用和工商业储能场景可核验	住宅固定式储能用途可核验
主要排除	工商业储能、户用储能、UPS、通信备电、便携式储能	大型储能、户用储能、UPS、通信备电、便携式储能	便携式储能、户外电源、UPS、通信备电、动力电池

附录 B：数据提交模板字段建议

序号	字段	示例/说明
1	企业名称	储能电芯生产企业全称
2	产品型号	如 314Ah/280Ah/300Ah 等，注明正极材料体系

3	单体额定容量 Ah	用于能量折算
4	单体额定电压 V	用于能量折算
5	出货数量 pcs	对应批次电芯数量
6	出货能量 MWh	如企业已计算，应提供计算依据
7	出货日期	出库/发货/签收/报关日期
8	直接客户	客户名称及客户类型
9	是否关联方	是/否，并说明关联关系
10	应用场景	大型储能/工商业储能/户用储能/其他
11	项目或产品名称	如可追溯至项目或终端产品，应填写
12	国家/地区	终端项目或客户所在地
13	支持文件	合同、订单、出库单、发票、报关单、签收单、客户确认函等

附录 C：公开方法论借鉴原则

在制定本方法论时，SMM 参考了国际市场公开排名方法论中普遍采用的若干原则，并结合中国储能电芯产业链数据特征进行调整：

- 以实际交付或已形成明确交付证据的数据为核心，而非仅依赖签约、规划或宣传信息。
- 要求数据具备可识别的项目、客户、产品、时间和应用场景信息。
- 通过多来源数据进行交叉验证，并对低透明度市场中的企业自报数据保持审慎。
- 明确方法论边界和免责声明，强调排名结果不替代采购、投资或技术尽调。
- 保留方法论定期更新、更正和停止发布的机制，以适应市场变化和 data 可得性变化。