

2017-2022年中国售电公司市场运营态势及投资策略 略研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国售电公司市场运营态势及投资策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/dianli/286014286014.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

售电是电力从发电——终端用电中最后一道销售环节，也是电力传输过程中的第四步

图：电力传输过程

资料来源：中国报告网整理

2015年3月，中共中央、国务院发布了《中共中央国务院关于进一步深化电力体制改革的若干意见》文件，对进一步深化电力体制改革，解决制约电力行业科学发展的突出矛盾和深层次问题提出了相关意见就推进售电侧改革方面，具体制定了《关于推进售电侧改革的实施意见》。文件中明确了参与市场的主体与准入门槛，划分了市场化的交易方式与结算方式。

新一轮电力体制改革思路可总结为“放开两头，管住中间”。由于输配电的自然垄断性，几乎无法参与市场竞争，而售电侧改革作为放开的“两头”之一，占据至关重要的地位。同时，售电侧改革不是孤立的改革，它与新一轮电力体制改革中的电价改革、交易体制改革、分布式能源发展等改革任务紧密联系、互相作用，对电网安全可靠运行产生重要影响。

售电侧放开后，售电公司将通过需求侧管理为用户提供综合能源解决方案、节能服务等更好的增值服务，提升服务水平来吸引更多的用户资源，实现电力价格真正反映电力供需，还原电力的商品属性。需求响应作为未来售电商参与市场的核心竞争力，已在国内开始实践。

1售电侧改革为需求响应提供更好的实施条件

1.1售电侧改革内容

售电侧改革文件延续了电改9号文的思路，鼓励社会资本投资售电业务，多途径培育市场主体，建立了电网企业、售电公司以及用户等市场主体的准入及退出机制，赋予了各市场主体相应的权责，划分了市场化的交易方式与结算方式。在售电环节引入竞争，一方面放开用户自由选择权，允许用户自主选择售电公司；另一方面构建多个售电主体，允许所有符合准入条件的企业逐步从事售电业务，形成多家售电格局。

售电侧放开是一项涉及面广、工作量大的系统工程，核心是引入竞争性售电主体，逐步放开用户选择权，使用户能够自由选择售电主体购电。但是，售电侧放开不是孤立的，成功的售电侧改革与较为成熟的售电市场建设、较为完善的售电市场运行机制设计以及单独核

定的输配电价等都是密不可分的。

1.2 售电侧改革效果

此轮新电改下的售电侧改革，主要目的是构建多个售电主体，放开用户选择权，形成“多买方—多卖方”的市场格局，构筑“放开两头、监管中间”的行业结构，建立政府监管下的电力市场体系，从而促进能源资源优化配置，提高能源利用效率和清洁能源消纳水平，最终有效提高全社会福利。

2015年11月28日，国家发展改革委与国家能源局批复了重庆市和广东省开展售电改革测试点的方案。据不完全统计，截至2016年5月国内注册成立的售电公司已超过420家，包括央企、地方国资、民企和混合所有制企业。按照广东省的计划，2016年直接交易电量规模为420亿kWh，约占广东电网全年售电量10%。其中280亿kWh为年度长协，140亿kWh为月度竞价。广东电力交易中心在3~5月组织了3次月度电力竞价交易，总成交电量为39亿kWh。其中售电公司共成交电量28.4亿kWh，占比73%；售电公司获得的电量也由3月的65%上升到5月的83%。重庆市首批用户购售电协议签订售电量1.3亿kWh，用电企业平均签约电价0.6元/kWh，至少降低企业用电成本2600万元。

1.3 市场机制促进需求响应更好发展

1)售电侧放开使得售电商愿意开展需求响应。由于需求响应可以利用需方资源，竞争促使售电商深入研究采用需求响应机制降低成本，提高效率，从而更有利于需求响应项目的开展和应用。售电商为保证自身的市场竞争力，其更乐于针对不同负荷特性的用户设计多种需求响应套餐，充分吸引用户获得可观效益。

2)售电侧放开使得售电商便于开展需求响应项目。

新一轮电力体制改革前，电价受严格管制，设计和开展需求响应项目不是单纯的经济行为，而是有着较强的政策壁垒，需要实施方付出巨大的努力才能开展，而且一旦实施则不容易改变。例如，峰谷电价作为需求响应的价格机制，目前已在多地广泛实施，但是较为僵化的峰谷电价时段设置一般难以匹配负荷峰谷时段的动态变化。因此，售电侧放开为需求响应项目的实施提供较为开放的环境。

3)售电侧放开使得售电商能够合理开展需求响应。

售电侧的多主体和市场化意味着售电商必须自负盈亏，每个售电商都是公平竞争的市场成员，这促使售电商必须细致核算成本收益，从而实现供方和需方资源的优化配置，确定是否开展需求响应项目，及其具体参与方式。

2需求响应是售电商的核心竞争优势

在售电市场中售电商一方面作为购买者从用户手中购买电能，同时另一方面作为生产者提供电能参与系统运行，售电商的出现不仅能够降低购电成本，而且能够增加电力用户的选择性从而提升用户的用电体验。需求响应业务是售电侧改革背景下售电商的核心竞争力，售电商参与电力市场的方式主要有以下3种。

2.1 能量市场

用户在实际用电量和与售电商签订的电量合同不可避免得会存在一定的偏差，见图1。在售电商不实施需求响应的情况下，售电商需从日前市场中购买电量或在日内市场中购买辅助服务实现电力平衡，造成售电商利益下降，因此需求响应对售电商是必不可少的。售电商一方面可以通过电价政策和激励政策调节用户用电量，另一方面可通过配置电厂和电源，从而实现削峰填谷并减少负荷偏差，最大化自身利益。

图：用户用电曲线与用电合同

资料来源：中国报告网整理

图：2005-2014年发电设备利用小时情况

资料来源：中国报告网整理

售电商在能量市场中获得利益的途径主要有两条：一是将电能高价卖给用户从而获得利润，但由于用户的用电需求与电价成反比，因此卖高价电是一种比较困难方法；另一途径是售电商通过对用户实施需求响应，改善用户的负荷特性，并从批发市场购买低价电。

但从电能的角度来说，无论何种类型的发电机组发出的电能，都要满足一定的质量标准才可以上网销售，且电能本身是一种没有品质差别和品牌效应的商品，这促使售电商必须要突出其服务优势，从而在与用户博弈以及竞争对手的博弈中保证自身利益。

1)差别化定价策略。售电商通过制定差别电价不同的用户可根据自身需求选择适合的购电套餐，售电商基于用户的购电套餐设置用户电价并管理用户用电。

这一措施门槛较低，售电商实施便捷，而且能够提升用户选择权和购电体验。

2)实施需求响应。在购买相同数量的电能的情况下，购电成本、发电成本以及用户电力需求时刻不同都会影响市场结果与售电商利益。售电商通过实施需求响应能够改变用户的用电时段，在很大程度上改善电力用户的负荷特性，从而降低其购电成本，获得更大的利益。

2.2 辅助服务市场

售电商参与辅助服务市场实际上是将电力需求侧的资源作为备用容量，即将电力需求资源引入辅助服务市场(ASM)，将提高系统备用容量，从而增加系统的安全性。根据电力系统实时平衡的运行特点，为保证系统安全运行，售电商可以对用户进行需求响应，获得备用并承担辅助服务。

辅助服务是指为维护电力系统安全稳定运行，保证电能质量而提供的除正常电能生产、传输、使用外的服务，包括调频、调峰、无功调节、备用、黑启动服务等，辅助服务的主要内容。

图:辅助服务的主要内容

资料来源：中国报告网整理

需要说明的是，目前需求响应仅仅是针对供需平衡，而不是市场环境下的常态化运行。

2.3 提供增值服务

2.3.1 增值服务特性

售电商以客户为中心、以提高客户满意度和价值增长为目标，根据用户需求为用户提供超出标准化服务范围的服务，持续为用户创造价值，同时能够给售电带来短期或长期的利益，售电商提供增值服务的特性主要体现为以下几点：

1)增值性。在为用户创造价值的同时，给售电商带来有形或无形、短期或长期的利益，从而实现双赢局面。

2)可选择性。提供给电力用户多种形势的个性化增值服务类别，用户对于这些服务就有选择权和决定权。

3)个性化。提供的增值服务相对于基本服务和优质服务有一定的差异，增值服务能够提供个性化的项目。

4)阶段性。根据同一地区在不同时期不同的发展阶段有着不同阶段特性，从而形成不同的增值服务内容。

5)地域性。售电商可根据本地的地方特色设置不同的增值服务，形成区域特色。

2.3.2 增值服务类别

售电侧改革不仅是向社会开放传统的售电业务，还将促进售电商与其他相关产业融合，从而涌现多样化的增值服务。未来售电商除了可进行电力交易外，还可提供如下的增值服务：1)提供合同能源管理、综合节能和用电咨询等增值服务。

2)与供水、供气、供热等公共服务行业以及节能服务公司等相融合，从事市场化售电业务。

3)与智能家居、智能表计等相关产业合作，鼓励用户安装智能家居和智能表计，提升用户的用电管理水平，降低电量损耗。

4)与风电、光伏等新能源产业合作，向用户推出分布式新能源的咨询、安装、维护和计量等服务，推动用户侧分布式电源的发展等。

3 售电侧放开下的需求响应模式

需求响应是需求侧管理的重要技术手段，指用户对价格或者激励信号做出响应，并改变正常电力消费模式，从而实现用电优化和系统资源的综合优化配置。智能电网的发展给需求响应提供了强有力的技术支持手段，需求响应的作用已扩展到扩大间歇性新能源的接入，提高系统调峰调频能力，通过需求响应将负荷侧资源纳入常态化的电力系统调度运行中。需求响应已成为需求侧管理的重要技术手段之一，通过合理的电价或激励设置，使用户主动参与需求响应，以实现电力供需平衡、用电优化和能源综合利用目标。

3.1 利益传导模式

1)基于激励的需求响应。基于激励的需求响应是通过事先签订用户协议调整电力负荷

，其表现形式主要有可中断负荷和直接控制负荷。我国除了台湾省已有较为成熟的可中断负荷应用以外，2004年以来在江苏、河北、福建、上海、浙江等省(市)均开展了可中断负荷的实践工作，但是总体而言，可中断负荷实施工作还处于起步阶段，主要原因是有序用电已经涵盖了相关功能，成效显著，且不需要向用户支付额外的费用。

2)基于电价的需求响应。我国目前实施的需求响应电价措施有：分时电价，阶梯电价和尖峰电价。分时电价是指用户在不同的时间用电支付不同的电价。尖峰电价是在分时电价上叠加尖峰费率而形成的一种电价机制，河北、山东、北京、天津、江西等地已经进行了有关尖峰电价的试点工作。根据国家发展改革委发布的《关于居民生活用电实行阶梯电价的指导意见(征求意见稿)》，居民阶梯电价是指按照电力消费量分段定价，用电越多，支付的电价水平呈阶梯状逐级递增，从2004年开始，浙江、福建、四川等地陆续开始实施阶梯电价，2012年开始在全国全面推行。

3.2 实施模式

1)负荷聚合商参与需求响应。负荷聚合商能够更加精确地进行负荷的整体管理，节约用户参与需求响应的成本，保证需求响应的实施效果与系统应用性能，使精细化和实时化的需求响应工作更易实现。有专门部门负责负荷的需求响应工作，便于用户选择更适合自己的需求响应套餐，节省了培训与负荷分析工作。

2)负荷直接参与需求响应。负荷直接参与需求响应工作能够更加直接地反映自身的用电和节电需求，减少中间环节从而提高效率，但由于负荷特性多样化，需求响应套餐设计及培训工作较难开展。

4 结语

随着电力改革的有序进行以及售电市场的逐步放开，售电商将在售电侧竞争中依靠需求侧响应项目来管理其电量与电价波动风险，充分吸引用户以获得预期收益。但是，需求响应在我国仍处于初级阶段，必须要建立相对健全的售电市场相关机制、规范等，售电商及电力用户的权益才能得到有效保障，让需求响应作为售电商的核心竞争力在直接竞争中得到价值认可；同时，也能够增强电网消纳更多间歇性分布式能源能力以及电网与电力用户的互动水平，为用户提供多样化的增值服务，有利于社会整体效

内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

报告目录\REPORT DIRECTORY

第一章新电改下中国售电公司发展机遇分析

1.1售电公司的发展特点及参与主体

1.1.1售电公司概念界定

1.1.2售电公司发展特点

(1) 市场主体多元化

(2) 市场主体权责渐趋明晰化

1.1.3售电公司参与主体

1.2中国售电公司热点政策深度解读

1.2.1中国当前电力体制存在的问题

1.2.2中国电力改革的发展阶段分析

1.2.3中国电力改革的重点政策分析

(1) 按电改环节政策分析

(2) 按电改政策发布时间分析

1.2.4电力体制改革9号文深度解读

1.2.5电改9号文与5号文的对比分析

(1) 新电改9号文件与5号文件指导方针对比

(2) 新电改9号文件与5号文件内容对比

1.3新电改后电力产业链的变革分析

1.3.1新电改后电力产业的产业链变革内涵

(1) 电改历程

(2) 新电改产业链变革概述

(3) 新电改变革内涵

- (4) 新电改后企业特征
- 1.3.2 新电改后电力产业的产业链结构变革
 - (1) 新电改下电力环节体系
 - (2) 新电改下电力企业结构
- 1.3.3 新电改后电力输配售环节价格机制
 - (1) 销售电价形成机制
 - (2) 新电改销售电价制度
 - (3) 新电改电价结构调整
 - (4) 新电改销售电价推进措施
- 1.3.4 新电改后中国售电公司的发展机遇
- 1.4 能源互联网为售电侧带来的机遇
 - 1.4.1 中国能源互联网市场发展特点
 - 1.4.2 中国能源互联网市场发展规模
 - 1.4.3 能源互联网为售电侧带来的机遇

第二章 中国售电公司发展现状与发展前景

- 2.1 中国售电公司发展现状与竞争格局
 - 2.1.1 中国售电市场总体容量测算
 - 2.1.2 中国售电公司发展规模分析
 - 2.1.3 中国售电公司企业竞争格局
 - (1) 售电企业主体分析
 - (2) 售电公司利益集团分析
 - (3) 新电改后上市公司设立售电公司
 - 2.1.4 中国售电公司区域竞争格局
- 2.2 中国已成立售电公司发展状况分析
 - 2.2.1 中国已成立售电公司股东结构分析
 - 2.2.2 中国已成立售电公司股东背景分析
 - 2.2.3 中国已成立售电公司注册类型分析
 - 2.2.4 中国已成立售电公司资产规模分析
 - 2.2.5 中国已成立售电公司高管背景分析
- 2.3 大用户直购电市场现状与交易模式
 - 2.3.1 中国大用户直购电市场特点
 - (1) 中国大用户直购电主要政策分析
 - (2) 中国大用户直购电市场发展阶段
 - 2.3.2 中国大用户直购电市场发展现状

- (1) 中国大用户直购电交易规模分析
- (2) 中国大用户直购电输配电价分析
- (3) 中国电力交易平台发展状况分析
- 2.3.3 各省市大用户直购电市场发展现状
- 2.3.4 大用户直购电市场交易模式
 - (1) 自由协商交易模式及优秀案例
 - (2) 集中撮合交易模式及优秀案例
 - (3) 发电权交易模式及优秀案例
 - (4) 挂牌交易模式及优秀案例
 - (5) 直接交易模式及优秀案例
 - (6) 在线集中竞价交易模式及优秀案例
- 2.4 中国售电公司发展趋势与发展前景
 - 2.4.1 中国售电公司现存问题分析
 - (1) 调度独立
 - (2) 电力交易独立
 - (3) 电网售电侧应引入民营资本进行“混改”
 - (4) 供电局改革去向
 - 2.4.2 中国售电公司发展趋势分析
 - 2.4.3 中国售电公司发展前景预测
 - (1) 中国售电公司发展规模预测
 - (2) 中国售电公司竞争格局预测

第三章 主要国家售电公司发展模式与经验

- 3.1 国外售电公司发展模式及经验
 - 3.1.1 国外售电市场改革总体特点
 - (1) 立法先行，依法改革
 - (2) 完善的电价体系
 - (3) 默认供电商制度
 - (4) 售电公司服务化
 - (5) 用户更换供电商的特点
 - (6) 构建财务风险防范机制
 - 3.1.2 国外售电市场放开情况分析
 - (1) 国外售电市场放开模式
 - (2) 国外售电市场放开进程
 - (3) 国外售电市场结构特点

3.1.3国外售电公司发展模式分析

- (1) 国外售电公司准入及退出机制
- (2) 国外售电公司的主要业务分析
- (3) 国外售电公司购买电力的途径
- (4) 国外售电公司的盈利模式分析

3.1.4国外售电公司发展趋势分析

3.2美国售电公司发展模式及经验

3.2.1美国售电公司发展背景分析

- (1) 美国售电侧市场主要政策
- (2) 美国售电侧市场放开现状
- (3) 美国能源互联网发展现状

3.2.2美国售电公司发展现状分析

- (1) 美国售电公司发展特点分析
- (2) 美国售电公司发展规模分析
- (3) 美国售电公司竞争格局分析

3.2.3美国售电公司发展模式分析

- (1) 美国售电公司业务模式分析
- (2) 美国售电公司盈利模式分析
- (3) 美国售电公司竞争策略分析

3.2.4美国售电公司发展经验借鉴

3.3德国售电公司发展模式及经验

3.3.1德国售电公司发展背景分析

- (1) 德国售电侧市场主要政策
- (2) 德国售电侧市场放开现状
- (3) 德国能源互联网发展现状

3.3.2德国售电公司发展现状分析

- (1) 德国售电公司发展特点分析
- (2) 德国售电公司发展规模分析
- (3) 德国售电公司竞争格局分析

3.3.3德国售电公司发展模式分析

- (1) 德国售电公司业务模式分析
- (2) 德国售电公司盈利模式分析
- (3) 德国售电公司竞争策略分析

3.3.4德国售电公司发展经验借鉴

- (1) 正确预见电改方向及输配电网前景

- (2)建立合理的监管体系
- (3)正确定位电力产业链各法人主体
- 3.4英国售电公司发展模式及经验
 - 3.4.1英国售电公司发展背景分析
 - (1)英国售电侧市场主要政策
 - (2)英国售电侧市场放开现状
 - 3.4.2英国售电公司发展现状分析
 - 3.4.3英国售电公司发展模式分析
 - 3.4.4英国售电公司发展经验借鉴
- 3.5俄罗斯售电公司发展模式及经验
 - 3.5.1俄罗斯售电公司发展背景分析
 - (1)俄罗斯售电侧市场主要政策
 - (2)俄罗斯售电侧市场放开现状
 - (3)俄罗斯能源互联网发展现状
 - 3.5.2俄罗斯售电公司发展现状分析
 - (1)俄罗斯售电公司发展特点分析
 - (2)俄罗斯售电公司发展规模分析
 - (3)俄罗斯售电公司竞争格局分析
 - 3.5.3俄罗斯售电公司发展模式分析
 - (1)俄罗斯售电公司业务模式分析
 - (2)俄罗斯售电公司盈利模式分析
 - (3)俄罗斯售电公司竞争策略分析
 - 3.5.4俄罗斯售电公司发展经验借鉴
- 3.6日本售电公司发展模式及经验
 - 3.6.1日本售电公司发展背景分析
 - (1)日本售电侧市场主要政策
 - (2)日本售电侧市场放开现状
 - (3)日本能源互联网发展现状
 - 3.6.2日本售电公司发展现状分析
 - (1)日本售电公司发展特点分析
 - (2)日本售电公司发展规模分析
 - (3)日本售电公司竞争格局分析
 - 3.6.3日本售电公司发展模式分析
 - (1)日本售电公司业务模式分析
 - (2)日本售电公司盈利模式分析

(3)日本售电公司竞争策略分析

3.6.4日本售电公司发展经验借鉴

3.7印度售电公司发展模式及经验

3.7.1印度售电公司发展背景分析

(1)印度售电侧市场主要政策

(2)印度售电侧市场放开现状

(3)印度能源互联网发展现状

3.7.2印度售电公司发展现状分析

(1)印度售电公司发展特点分析

(2)印度售电公司发展规模分析

(3)印度售电公司竞争格局分析

3.7.3印度售电公司发展模式分析

(1)印度售电公司业务模式分析

(2)印度售电公司盈利模式分析

(3)印度售电公司竞争策略分析

3.7.4印度售电公司发展经验借鉴

第四章中国售电公司组建计划与发展模式

4.1中国售电公司组建计划分析

4.1.1中国售电公司设立方式分析

4.1.2中国售电公司组建过程明细

4.1.3中国售电公司组织架构分析

4.1.4中国售电公司人员安排分析

4.2中国售电公司发展模式分析

4.2.1售电公司业务模式及创新策略

(1)售电公司的主要业务范围分析

(2)售电公司的关键业务层级分析

(3)售电公司的业务创新策略分析

(4)售电公司业务拓展创新案例

4.2.2售电公司盈利模式及创新策略

(1)售电公司收入来源渠道

(2)售电公司收入来源创新分析

(3)售电公司收入来源创新案例

4.2.3售电公司营销体系及创新策略

(1)售电公司的营销模式分析

(2)售电公司的营销模式创新策略

(3)售电公司营销模式创新案例

4.2.4售电公司能源互联网搭建策略

(1)售电公司搭建能源互联网的必要性

(2)售电公司能源互联网平台建设路径

(3)售电公司信息化建设优秀案例分析

4.3不同主体售电公司业务模式

4.3.1独立配售电企业业务模式分析

(1)独立配售电企业竞争优势

(2)独立配售电企业业务模式

(3)独立配售电企业发展策略

4.3.2发电企业组建的售电公司业务模式

(1)发电企业组建的售电公司竞争优势

(2)发电企业组建的售电公司业务模式

(3)发电企业组建的售电公司发展策略

4.3.3节能服务企业组建的售电公司业务模式

(1)节能服务企业组建的售电公司竞争优势

(2)节能服务企业组建的售电公司业务模式

(3)节能服务企业组建的售电公司发展策略

4.3.4分布式能源企业组建的售电公司业务模式

(1)分布式能源企业组建的售电公司竞争优势

(2)分布式能源企业组建的售电公司业务模式

(3)分布式能源企业组建的售电公司发展策略

4.3.5电网公司组建的售电公司业务模式

(1)电网公司组建的售电公司竞争优势

(2)电网公司组建的售电公司业务模式

(3)电网公司组建的售电公司发展策略

4.3.6大型工业园区组建的售电公司业务模式

(1)大型工业园区组建的售电公司竞争优势

(2)大型工业园区组建的售电公司业务模式

(3)大型工业园区组建的售电公司发展策略

第五章国外售电公司发展模式的优秀案例

5.1GreenMountainEnergy公司发展模式分析

5.1.1公司基本信息简况

5.1.2公司经营状况分析

5.1.3公司产品及服务结构

5.1.4公司运营模式分析

5.1.5公司盈利模式分析

5.1.6公司营销体系建设

5.1.7公司发展模式创新经验

5.2.2.3能源公司发展模式分析

5.2.1公司基本信息简况

5.2.2公司经营状况分析

5.2.3公司产品及服务结构

5.2.4公司运营模式分析

5.2.5公司盈利模式分析

5.2.6公司发展模式创新经验

5.3Entega公司发展模式分析

5.3.1公司基本信息简况

5.3.2公司经营状况分析

5.3.3公司产品及服务结构

5.3.4公司运营模式分析

5.3.5公司盈利模式分析

5.3.6公司营销体系建设

5.3.7公司发展模式创新经验

5.4Ubitricity公司发展模式分析

5.4.1公司基本信息简况

5.4.2公司经营状况分析

5.4.3公司产品及服务结构

5.4.4公司运营模式分析

5.4.5公司盈利模式分析

5.4.6公司发展模式创新经验

5.5Emprimo公司发展模式分析

5.5.1公司基本信息简况

5.5.2公司经营状况分析

5.5.3公司产品及服务结构

5.5.4公司运营模式分析

5.5.5公司盈利模式分析

5.5.6公司发展模式创新经验

5.6 Opower公司发展模式分析

5.6.1 公司基本信息简况

5.6.2 公司经营状况分析

5.6.3 公司产品及服务结构

5.6.4 公司运营模式分析

5.6.5 公司盈利模式分析

5.6.6 公司发展模式创新经验

第六章 中国售电公司投资的优秀案例分析

6.1 深圳市科陆电子科技股份有限公司售电公司投资分析

6.1.1 公司基本信息简况及主营业务

6.1.2 公司经营状况及财务指标分析

(1) 主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

6.1.3 公司电力产业产品及服务结构

6.1.4 公司发电类资产结构及投资布局

6.1.5 公司能源互联网平台建设投资布局

6.1.6 公司营销体系建设投资布局分析

6.1.7 公司投资售电公司的方式及规模

6.1.8 公司投资售电公司的优劣势分析

6.2 孚日集团股份有限公司售电公司投资分析

6.2.1 公司基本信息简况及主营业务

6.2.2 公司经营状况及财务指标分析

(1) 主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

6.2.3 公司电力产业产品及服务结构

6.2.4 公司发电类资产结构及投资布局

6.2.5 公司投资售电公司的方式及规模

6.2.6 公司所投资售电公司的基本信息

6.2.7公司投资售电公司的优劣势分析

6.3内蒙古蒙电华能热电股份有限公司售电公司投资分析

6.3.1公司基本信息简况及主营业务

6.3.2公司经营状况及财务指标分析

(1) 主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

6.3.3公司电力产业产品及服务结构

6.3.4公司发电类资产结构及投资布局

6.3.5公司营销体系建设投资布局分析

6.3.6公司投资售电公司的方式及规模

6.3.7公司所投资售电公司的基本信息

6.3.8公司投资售电公司的优劣势分析

6.4北京四方继保自动化股份有限公司售电公司投资分析

6.4.1公司基本信息简况及主营业务

6.4.2公司经营状况及财务指标分析

(1) 主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

6.4.3公司电力产业产品及服务结构

6.4.4公司能源互联网平台建设投资布局

6.4.5公司营销体系建设投资布局分析

6.4.6公司投资售电公司的方式及规模

6.4.7公司所投资售电公司的基本信息

6.4.8公司投资售电公司的优劣势分析

6.5广西桂东电力股份有限公司售电公司投资分析

6.5.1公司基本信息简况及主营业务

6.5.2公司经营状况及财务指标分析

(1) 主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业发展能力分析
- 6.5.3 公司产业产品及服务结构
- 6.5.4 公司发电类资产结构及投资布局
- 6.5.5 公司能源互联网建设投资布局
- 6.5.6 公司营销体系建设及投资布局
- 6.5.7 公司投资售电公司的方式及规模
- 6.5.8 公司所投资售电公司的基本信息
- 6.5.9 公司投资售电公司的优劣势分析
- 6.6 广东电力发展股份有限公司售电公司投资分析
- 6.6.1 公司基本信息简况及主营业务
- 6.6.2 公司经营状况及财务指标分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 6.6.3 公司电力产业产品及服务结构
- 6.6.4 公司发电类资产结构及投资布局
- 6.6.5 公司营销体系建设投资布局分析
- 6.6.6 公司投资售电公司的方式及规模
- 6.6.7 公司所投资售电公司的基本信息
- 6.6.8 公司投资售电公司的优劣势分析
- 6.7 广州发展集团股份有限公司售电公司投资分析
- 6.7.1 公司基本信息简况及股本结构
- 6.7.2 公司经营状况及财务指标分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 6.7.3 公司电力产业产品及服务结构
- 6.7.4 公司营销体系建设投资布局
- 6.7.5 公司投资售电公司的方式及规模
- 6.7.6 公司所投资售电公司的基本信息

- 6.7.7公司投资售电公司的优劣势分析
- 6.8华能国际电力股份有限公司售电公司投资分析
 - 6.8.1公司基本信息简况及股本结构
 - 6.8.2公司经营状况及财务指标分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
 - 6.8.3公司电力产业产品及服务结构
 - 6.8.4公司市场营销体系建设投资布局分析
 - 6.8.5公司投资售电公司的方式及资金规模
 - 6.8.6公司所投资售电公司的基本信息分析
 - 6.8.7公司投资售电公司的优劣势分析

第七章中国售电公司投资热点与投资趋势

- 7.1中国售电公司投资特性分析
 - 7.1.1中国售电公司投资壁垒分析
 - 7.1.2中国售电公司投资风险分析
 - 7.1.3中国售电公司盈利途径分析
 - 7.1.4独立售电企业营利空间分析
- 7.2中国售电公司投资现状分析
 - 7.2.1中国售电公司投资主体分析
 - (1) 中国售电公司投资主体结构
 - (2) 各投资主体竞争优势分析
 - 7.2.2中国售电公司投资切入方式
 - 7.2.3中国售电公司投资规模分析
 - 7.2.4中国售电公司投资区域结构
- 7.3中国售电公司投资热点分析
 - 7.3.1中国售电公司与微电网融合创新投资热潮
 - (1) 中国微电网发展现状
 - (2) 中国微电网发展趋势
 - (3) 中国售电公司与微电网融合创新发展前景
 - (4) 售电公司与微电网融合创新案例分析
 - 7.3.2中国售电公司与互联网+融合创新投资热潮

- (1) 售电公司与互联网+融合创新是必然趋势
- (2) 中国售电公司与互联网+融合创新的投资现状分析
- (3) 中国售电公司与互联网+融合创新的投资前景预测
- (4) 售电公司与互联网+融合创新案例分析

7.3.3中国售电公司与电力服务融合创新的投资热潮

- (1) 中国售电公司与电力服务融合创新分析
- (2) 中国售电公司与电力服务融合创新投资现状分析

7.4中国售电公司投资趋势分析

7.4.1中国售电公司投资主体变化趋势分析

7.4.2中国售电公司投资规模发展趋势分析

7.4.3中国售电公司投资区域分布趋势分析

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianli/286014286014.html>