

2020-2026年中国售电公司 行业前景展望与市场年度调研报告

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

《2020-2026年中国售电公司行业前景展望与市场年度调研报告》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/202008/181564.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

目前，电力市场上所指的售电公司是指新电改之后，中国所出现的各种市场主体类型的售电主体。当前我国从事售电业务的公司主要是电网系企业，电改9号文以及6个重要配套文件中明确提出允许现有供电公司、大型发电公司、工程建设公司/节能服务公司、大型工业园区、有条件的社会资本成立独立售电公司，进入售电侧业务领域。

除了上述5类是竞争性售电主体，还有一类负责兜底售电服务的机构，主要由原来供电公司转型而来，承担普遍服务责任，具有公共事业特征。

近年来我国社会用电量和售电量呈稳步上升态势。2017年全社会用电量为63077亿瓦时，同比增长6.57%;全国售电量为48661亿瓦时，同比增长2.55%。2017年全国售电企业销售电量占全社会用电量的77.15%。

根据中国电监会最近一次披露的《电价监管报告》测算，我国售电市场其全国平均销售电价为0.492元/千瓦时，2017年我国全社会用电量为48661亿千瓦时，简单测算全国售电市场容量为2.39万亿元，市场规模庞大。2015-2017年全社会用电量情况2015-2017年全社会售电量情况

中企顾问网发布的《2020-2026年中国售电公司行业前景展望与市场年度调研报告》共七章。首先介绍了中国售电公司行业市场发展环境、售电公司整体运行态势等，接着分析了中国售电公司行业市场运行的现状，然后介绍了售电公司市场竞争格局。随后，报告对售电公司做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国售电公司行业发展趋势与投资预测。您若想对售电公司产业有个系统的了解或者想投资中国售电公司行业，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：

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2015-2017年全国售电量占全社会用电量及情况

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

5.2123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
- 5.6Opower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193
 - (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

图表目录：

图表：能源互联网的特点

图表：中国分布式能源项目总体建设情况（单位：万KW）

图表：2010-2018年中国全社会用电量及增长情况（单位：亿千瓦时，%）

图表：2018年中国新注册售电公司情况表（不完全统计）（单位：万元）

图表：部分售电企业结构及其覆盖区域汇总表

图表：上市公司设立售电公司统计

图表：新电改发布后我国新成立售电公司区域集中度

图表：新电改发布后我国新成立售电公司投资规模

图表：新电改发布后我国新成立售电公司股东机构（单位：%）

图表：新电改发布后我国新成立售电公司投资规模

图表：新电改发布后我国新成立售电公司注册类型

图表：新电改发布后我国新成立售电公司注册类型分析

图表：新电改后我国新成立售电公司资产规模分布（单位：万元，家）

图表：新电改后我国新成立售电公司资产规模占比（单位：%）

图表：新电改后我国新成立售电公司背景分布图（单位：%）

图表：我国大用户直购电进程图

图表：2011-2018年主要省市大用户直购电直接交易电量（单位：亿千瓦时）

图表：各省份大用户直购电试点批复的输配电价（单位：元/千瓦时）

图表：深圳市输配电价成本加合理收益核定方法示意图

图表：国家统一电力交易中心结构图

图表：国家统一电力交易平台发展情况

图表：部分售电公司对用电需求进行业务布局汇总表

图表：2020-2026年中国全社会用电量规模预测（单位：亿元）

图表：2018年中国独立售电公司发展规模预测（单位：亿元，家）

图表：各国颁布的涉及电力改革的主要法律

图表：售电公司根据客户需求设计产品和服务

图表：欧盟成员国居民用户更换供电商比例（一）（单位：%）

图表：欧盟成员国居民用户更换供电商比例（二）（单位：%）

图表：典型国家售电侧市场放开模式

图表：典型国家售电侧市场放开进程

图表：典型国家售电侧市场结构

图表：售电公司的三种主要业务

图表：国外售电公司购买电力的主要三种途径

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/181564.html>