

2018年中国电力行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势研究

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《2018年中国电力行业分析报告-市场深度分析与发展趋势研究》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/329538329538.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

此轮广东售电市场月度竞争交易始于 2016 年 1 月 22 日，2017 年月度交易市场渐趋活跃，市场竞争主体越趋多元化。总体来说，在此轮电改浪潮中，广东迄今领跑全国。下文便以广东为范本，从交易规则、交易结果、出现的问题等多个方面，予以分析。

广东售电市场交易依据《广东电力市场交易基本规则（试行）》（南方监能市场【2017】20 号），市场参与者为发电侧的发电企业以及用户侧的售电公司与电力大用户。2017 年度广东省内省级及以上调度火电机组全部参与市场化交易，而截至 2017 年底，广东省内售电公司数量已达 355 家，较 2016 年底增加 158 家。2018 年，广东省内核电机组将参与年度长期协议（简称“长协”）竞价交易，后续多种类型电源装机有望同台竞价。

我们经过研究，总结了 2017 年度广东省电力直接交易市场的主要规则和特点，如下。

1、双边协商+集中竞价 广东市场化电力交易由年度长期协议电量交易和月度集中竞价交易组成，其中，2017 年年度长协交易在 2016 年底即以发电侧与用户侧双边协商的方式定调，执行层面的成交电量拆分到 2017 年的每个月进行。

长协电量的月度分解量需求不足部分，由发电企业和用户侧的售电商和大客户通过月度集中竞价交易补充。月度交易流程如图所示。

图表：广东售电月度竞价交易之竞价与撮合成交流程示意（2017 年）

根据《广东电力市场交易基本规则（试行）》指引，符合市场准入条件的广东电力大用户可选择以下两种方式之一参与市场交易：（一）参加批发交易，即与发电企业开展年度双边协商交易，直接参与月度集中竞争交易，但需放弃目录电价购电的资格。（二）参加零售交易，即全部电量在同一时期内原则上通过一家售电公司购电，分享部分利润给售电公司，但保留按照目录电价购电的权利。

省内发电企业集中竞争申报电量上限，按以下步骤确定：

（一）按照年度与月度市场供需比一致的原则确定发电企业月度市场电量的上限，减去选择物理执行的月度双边协商交易电量后，得到参与月度集中竞争交易的申报电量上限。

月度市场交易平均小时数=月度市场用户总用电需求/B 类机组扣除检修后的总可用装机容量

燃煤发电企业月度市场电量上限 = 燃煤发电企业扣除检修后的可用装机容量×月度市场交易平均小时数× $[k_0 - k_1 \times (\text{发电企业发电煤耗} - \text{全省平均发电煤耗}) / \text{全省平均发电煤耗}]$ （其中， k_0 与 k_1 为交易参数，以调整每月参与竞价的月度电量上限）

发电企业月度集中竞争申报电量上限=月度市场电量上限 - 选择物理执行的月度双边协商交易电量

（二）根据各发电企业集中竞争申报电量，计算各发电集团所占的电量市场份额。

当电量市场份额不满足集中竞争交易有效开展的要求时，则调增 k_0 ，相应增加各发电企业月度集中竞争申报电量上限，直至满足防范发电侧市场力的要求。

2、统一边际价格出清机制

从 2017 年 1 月（对 2 月电量进行竞价）起，广东月度电量集中竞价采用边际价格统一出清方式成交，按照“月结月清”的偏差结算方式进行结算。其中，交易参数 k_0 暂定为 1.25， k_1 暂定为 0.25。用户只要略高于出清价，就可以以市场统一的价格进行结算。

统一出清机制原理是：由发电侧报价形成供给曲线，售电侧报价形成需求曲线，供需曲线相交的点即为出清价格。

所有发电商或售电商均按此价差进行结算（如前文图 1 中虚线所示）。其中，低价供应方和高价需求方可以优先成交。

我们认为，统一出清规则制定的初衷在于降低供需双方博弈，使电力交易市场能够有效反映潜在的电力供需情况，但在执行中出现了偏离预期的情形。在 2017 年初首轮月度竞价时，供需比例高达 2:1，供方过剩较为明显，部分需求方以较少的电量压低成交价格导致结算价差偏低。为了缓和供需矛盾，广东电力交易中心发布了《关于开展 2017 年 4 月份集中竞争交易的通知》，对交易规则进行了调整，要求：需求方申报电量低于 400 万千瓦时的部分，其电量申报价格不能用于计算成交价差。

3、偏差结算

从 2017 年开始，广东售电结算规则由返还结算规则改为偏差结算。据 2016 年 12 月 7 日发布的《2017 年广东省有序放开发用电计划及电力批发交易有关工作安排》，参与批发市场的电力大用户和售电公司允许偏差范围为 $\pm 2\%$ ，即月度市场电量偏差 $\pm 2\%$ 以内的电量免于考核，偏差 $\pm 2\%$ 以外的电量按照 2 倍的月度集中竞争交易成交价差绝对值进行考核。其中，月度市场电量 = 年度双边协商月度分解电量 + 月度集中竞价电量。

正偏差结算：当用户实际用电量超过月度市场电量时，偏差范围内的，公司按照月度集中竞争交易成交价差结算，不进行考核；偏差范围外，公司按月度集中竞争交易成交价差绝对值结算，即按照 2 倍的月度集中竞争交易成交价差绝对值进行考核。

负偏差结算：当用户实际用电量小于月度市场电量时，偏差范围内，按照月度集中竞争交易成交价差结算，不进行考核；偏差范围外的参与公司按月度集中竞争交易成交价差绝对值的 3 倍结算。

以上为规则原内容，限于篇幅，我们在附录 IV 中通过合理假设的案例予以分析。

纵观 2016、2017 年广东在售电改革方面的尝试，可以“曲折中前行”概括之。尽管业界对于相关规则有一定争议，但我们认为，电改的大趋势是不可逆的。我们分析认为，影响规则变动的核心因素，在于决策层如下战略考量。

首先，开展电力市场竞争，让用户能够以更低的价格，获取更为优质的电力服务。其次，让不同类型电源同台竞价，并解决好经济效益与环境效益的平衡问题，让更经济、更

优质、更环保的电源品种得到应有的发展，从而减少规划层面对于广东乃至全国电源结构装机器的影响。

最终，还原电力本身的商品属性，使电力价格能够在一定程度上反映供需现状、成本现状，并在这一过程中尽量限制操纵、垄断，做到有效、充分竞争。

广东 2017 年电力市场长期协议于 2016 年 12 月签订，总成交电量 837.05 亿度，为 2016 年长期协议交易电量的 3 倍左右，年度长协占本年度直接交易电量的 75%左右。成交价差为-0.0645 元/度，相较于 2016 年 3-9 月平均-0.0731 元/度的成交价差有所缓和，电厂售电侧释放电改红利 54 亿元。

2017 年交易共有 60 家发电企业、82 家售电公司、6 家电力用户参与，其中售电公司总成交电量为 815 亿度，占双边协商交易规模的 94%，成交量前 7 名售电公司均为首批公示售电公司，分别为：广东粤电电力销售公司、华润电力（广东）销售公司、华能广东能源销售公司、深电能售电公司、深圳能源售电公司、恒运综合能源销售公司、穗开电业，它们大多在发电资源与客户资源方面具有明显优势，合计市场份额 53.6%。

图表：广东 2017 年电力市场双边协商交易售电侧份额统计

2017 年 2-12 月，广东共开展 11 次月度电力市场直接交易，共完成交易电量 319.58 亿度。统一出清价差代表电厂向需求侧让利程度，随供需比例变动及煤炭价格高位运行，基本呈现出逐渐缩小的趋势。

具体到电厂的让利规模时，不仅要考虑到结算平均价差，同时还需考虑每个月的成交电量。我们根据月度成交数据测算，广东 2-12 月售电竞争市场电厂向用户让利的规模分别为 1.89 亿元、4.10 亿元、2.06 亿元、1.11 亿元、1.19 亿元、3.24 亿元、1.32 亿元、1.51 亿元、2.57 亿元、1.53 亿元和 1.51 亿元，2-12 月份电厂平均让利 0.069 元/kWh。

图表：广东售电市场成交电量走势（2017 年 2 月-12 月）

图表：广东售电市场申报电量走势（2017 年 2 月-12 月）

2017 年初，广东售电市场正式采用统一边际价格出清方式成交的新规则，且供需比相对较高，致电厂让利明显。

2、3 月广东电力市场竞价交易申报电量供需比例分别为 2.15 和 1.92，售电侧电力供给严重大于需求，导致统一出清价差为分别-189.450 厘/kWh、-101.500 厘/kWh，发电侧让利明显。

广东电力交易中心对 4 月份集中竞争交易规则进行了调整：需求方申报电量低于 400 万 kWh 的部分，其电量申报价格不能用于计算成交价差。以及企业对规则的不断适应，极端报价情况有所缓解，供需双方日趋理性，结算成交价差偏低的现象有所缓和，电厂让利压力有所减弱，5、6 月份发电侧让利幅度均稳定在 0.05 元/kWh 以下。

在 7 月份电力竞价的前几天，广东电力交易中心为完善广东电力市场体系，发布了《广东电力市场发电合同电量转让交易实施细则（试行）》，指出符合条件的全部燃煤机组、热电联产燃气机组可作为出让方或受让方参与广东发电合同电量转让交易。我们认为，此细

则的发布在一定程度上影响了发电侧的报价心理，降低其市场博弈动力，从而导致7月份需求方申报电量全部得以成交，统一出清价差扩大到-115.000 厘/kWh。

我们认为，对于2017年广东售电竞争市场而言，报价与策略对成交电量影响较大，具有发电资源优势企业可有效把握电厂让利心理，占据一定信息优势。全年共有149家售电公司实际成交，华润电力、深圳能源、粤电力旗下售电公司领跑该细分市场，合计占据31.4%份额。

图表：广东直购电竞争市场份额统计（按成交电量，2017年2-12月）

售电公司获取两成让利，竞争有望日趋激烈。据2017年广东电力市场交易半年报披露，截至2017年6月底，广东电力市场准入主体3896家，同比增长207%，其中电力用户3514家，同比增长225%，售电公司332家，同比增长118%。目前在获得准入的3896家市场主体中，已在广东电力市场交易系统注册登记3620户，占92.91%。上半年，电厂让利35.92亿元，售电公司获利6.21亿元。用户已获利26.8亿元，售电公司与用户分成比例约2:8。各月结算情况如图所示。

图表：广东电力市场2017上半年各月结算情况

广东电力交易中心于2017年11月10日发布《关于开展2018年双边协商交易校核工作的通知》，提出，“校核后的规模按1000亿千瓦时控制”。结合《南方能源观察》（微信公众号）的相关报道，我们推断，广东2018年双边协商电力交易规模大概率为1000亿kWh，同比增长19.5%。加上月度竞争电量，我们预计，广东2018年直接交易电量（直购电）将达到1300~1500亿kWh，同比增长17.3%~35.3%。我们合理假设，广东2018年全社会用电量将达到6300亿kWh左右，则直购电规模占比在20.6~23.8%之间。

那么，短期谁在受益？长期谁将受益？

结合广东2017年售电市场的成交结果来看，短期谁受益这一问题已经很明显。售电市场规模持续放大，度电降价幅度较2016年或有所收敛，但总体来看，电厂让利体量持续放大；从售电侧分成来看，售电公司仅取得2成收益，而且电量份额高度集中于少数具有发电资源的电力公司手上，售电公司之间的竞争可谓日趋激烈。

因此，我们认为，电力用户无疑是本轮电改的最大受益者，而且随着电改的逐步推进，除了电费成本的节省外，用户还有望获得更加物美价廉的电力服务。

放眼长期，谁将受益？

我们认为，电改不等同于一味降电价，就其意义，重申前文提到的三点：1) 为用户提供物美价廉电力服务；2) 不同电源同台竞价，促进优胜劣汰，优化国内电源装机结构；3) 还原电力商品属性，发挥应有价格体系对资源配置作用。

基于此，我们认为除了电力用户之外，电力企业、售电商亦有望受益。

本轮电改中，电力企业主要承担了让利的角色，但这一切都是基于标杆上网电价去看的，从广东2017年的经验来看，全年度电让利幅度较2016年有所收窄，这也反映出火电企业成本上升的事实。随着直接交易规模的逐步扩大，标杆上网电价对于各方的影响将会淡

化，电力企业可以通过电力市场直接交易转嫁一定的成本上升，另外不同类型电源装机同台竞价，将使具有经济优势和环境优势的电力机组脱颖而出，获取更多的发电机会。长期来看，我们认为，具有优质发电资产的电力运营商将受益，其有望在公平有效的竞争机制下脱颖而出，而国内电源装机结构将向更具经济性、更具环境友好性的方向发展。

从售电公司分成比例的变动，我们可以看出，售电公司的竞争在逐步加剧，主要因为现有售电商的业务模式还停留在依靠报价策略获取更多电量的阶段。如果仅把电价作为竞争的唯一关注点，售电商的生存状况是堪忧的，因为在这一过程中，它们并没有提供有效的增量服务。但是，售电商所能提供的潜在服务是多元化的，包括电网节能、合理优化电力负荷需求等，能够有效把握用户需求，提供增量服务的售电商有望长期受益。

基于前文分析，我们认为，长期来看，售电商的业务模式将趋于多元化，深度绑定用户、可有效提供增量服务的售电商，有望分享电改红利。建议关注深度布局用电服务、节能服务和售电服务的标的，如：智光电气，以及有望在公平有效的竞争机制中脱颖而出的优质电力运营企业，如：粤电力 A、深圳能源等。

观研天下发布的《2018年中国电力行业分析报告-市场深度分析与发展趋势研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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电力交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、电力T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国电力行业发展概述

第一节 电力行业发展情况概述

- 一、电力行业相关定义
- 二、电力行业基本情况介绍
- 三、电力行业发展特点分析

第二节 中国电力行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电力行业产业链条分析
- 三、中国电力行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国电力行业生命周期分析

- 一、电力行业生命周期理论概述
- 二、电力行业所属的生命周期分析

第四节 电力行业经济指标分析

- 一、电力行业的赢利性分析
- 二、电力行业的经济周期分析
- 三、电力行业附加值的提升空间分析

第五节 国中电力行业进入壁垒分析

- 一、电力行业资金壁垒分析
- 二、电力行业技术壁垒分析
- 三、电力行业人才壁垒分析
- 四、电力行业品牌壁垒分析
- 五、电力行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球电力行业市场发展现状分析

第一节 全球电力行业发展历程回顾

第二节 全球电力行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电力行业地区市场分析

- 一、亚洲电力行业市场现状分析
- 二、亚洲电力行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲电力行业市场前景分析

第四节 北美电力行业地区市场分析

- 一、北美电力行业市场现状分析
- 二、北美电力行业市场规模与市场需求分析

三、北美电力行业市场前景分析

第五节 欧盟电力行业地区市场分析

一、欧盟电力行业市场现状分析

二、欧盟电力行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟电力行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界电力行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球电力行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国电力产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国电力行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国电力产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、电力环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国电力行业运行情况

第一节 中国电力行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国电力行业市场规模分析

第三节 中国电力行业供应情况分析

第四节 中国电力行业需求情况分析

第五节 中国电力行业供需平衡分析

第六节 中国电力行业发展趋势分析

第五章 中国电力所属行业运行数据监测

第一节 中国电力所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国电力所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国电力所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国电力市场格局分析

第一节 中国电力行业竞争现状分析

一、中国电力行业竞争情况分析

二、中国电力行业主要品牌分析

第二节 中国电力行业集中度分析

一、中国电力行业市场集中度分析

二、中国电力行业企业集中度分析

第三节 中国电力行业存在的问题

第四节 中国电力行业解决问题的策略分析

第五节 中国电力行业竞争力分析

一、生产要素

- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国电力行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国电力行业消费特点

第二节 中国电力行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第二节 电力行业成本分析

第三节 电力行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第四节 中国电力行业价格现状分析

第五节 中国电力行业平均价格走势预测

- 一、中国电力行业价格影响因素
- 二、中国电力行业平均价格走势预测
- 三、中国电力行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国电力行业区域市场现状分析

第一节 中国电力行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地电力市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区电力市场规模分析
- 四、华东地区电力市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区电力市场规模分析

四、华中地区电力市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区电力市场规模分析

第九章 2015-2017年中国电力行业竞争情况

第一节 中国电力行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国电力行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国电力行业竞争环境分析（电力T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 电力行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国电力行业发展前景分析与预测

第一节 中国电力行业未来发展前景分析

- 一、电力行业国内投资环境分析
- 二、中国电力行业市场机会分析
- 三、中国电力行业投资增速预测

第二节 中国电力行业未来发展趋势预测

第三节 中国电力行业市场发展预测

- 一、中国电力行业市场规模预测
- 二、中国电力行业市场规模增速预测
- 三、中国电力行业产值规模预测
- 四、中国电力行业产值增速预测
- 五、中国电力行业供需情况预测

第四节 中国电力行业盈利走势预测

- 一、中国电力行业毛利润同比增速预测
- 二、中国电力行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国电力行业投资风险与营销分析

第一节 电力行业投资风险分析

- 一、电力行业政策风险分析
- 二、电力行业技术风险分析
- 三、电力行业竞争风险
- 四、电力行业其他风险分析

第二节 电力行业企业经营发展分析及建议

- 一、电力行业经营模式
- 二、电力行业销售模式
- 三、电力行业创新方向

第三节 电力行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国电力行业发展策略及投资建议

第一节 中国电力行业品牌战略分析

- 一、电力企业品牌的重要性
- 二、电力企业实施品牌战略的意义
- 三、电力企业品牌的现状分析
- 四、电力企业的品牌战略
- 五、电力品牌战略管理的策略

第二节中国电力行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国电力行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国电力行业发展策略及投资建议

第一节中国电力行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国电力行业定价策略分析

第二节中国电力行业营销渠道策略

- 一、电力行业渠道选择策略
- 二、电力行业营销策略

第三节中国电力行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电力行业重点投资区域分析
- 二、中国电力行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianli/329538329538.html>