

在过去的几个月里，我拜访了行业内不少朋友，从上游的电池制造商到下游的集成服务商，大家不约而同地都在谈论同一个话题：渠道。这很有趣，不是吗？当一项技术从实验室走向广阔市场，决定其最终渗透率的，往往不只是技术参数本身，而是它如何被交付到终端用户手中。今天，我们就来聊聊这个看似“非技术”，却至关重要的环节。

储能行业销售渠道分析报告

在过去的几个月里，我拜访了行业内不少朋友，从上游的电池制造商到下游的集成服务商，大家不约而同地都在谈论同一个话题：渠道。这很有趣，不是吗？当一项技术从实验室走向广阔市场，决定其最终渗透率的，往往不只是技术参数本身，而是它如何被交付到终端用户手中。今天，我们就来聊聊这个看似“非技术”，却至关重要的环节。

让我们从现象说起。如果你留意观察，会发现储能产品的销售路径正在发生一场静默的演变。早期，市场由大型项目主导，销售渠道高度依赖传统的工程总包（EPC）和直销团队，关系网络和投标能力是关键。然而，随着工商业储能和户用储能的爆发，市场变得碎片化。一个江苏的工厂主和一个广东的农场主，他们的需求、决策流程和信任建立方式截然不同。过去那种“一招鲜吃遍天”的渠道策略，就像试图用一把钥匙开所有的锁，效率开始大打折扣。市场的分化，直接催生了渠道的多元化。

那么，数据揭示了什么？根据中国能源研究会储能专委会等机构的分析，中国新型储能市场正呈现出“集中式与分布式并举”的格局。在分布式领域，特别是工商业储能，其销售渠道中，通过区域经销商、能源服务公司（ESCO）以及设备代理商达成的交易占比正在快速攀升，预计在未来三年内可能超过传统项目直销模式。这意味着，渠道的广度和下沉深度，正成为企业市场份额的核心变量。渠道不再是简单的物流和资金流管道，而是技术价值传递、本地化服务落地和客户信任构建的神经末梢。

我想分享一个我们海集能在具体市场中的实践案例，或许能带来一些更直观的启发。在东南亚某国的通信站点能源市场，我们面临的是高度分散的基站布局和复杂的本地电网环境。起初，我们尝试直销，但发现响应速度和运维成本难以优化。后来，我们调整了策略，与当地拥有深厚通信行业背景和工程服务网络的渠道伙伴深度绑定。海集能提供核心的光储柴一体化能源柜和智能云管理平台，而合作伙伴负责本地化的安装、调试和7x24小时运维。这种分工带来了什么结果呢？项目实施周期平均缩短了40%，客户因站点断电的投诉率下降了近70%。这个案例让我深刻体会到，一个优秀的渠道伙伴，本质上是企业能力的延伸。它弥补了我们在陌生市场中的“最后一公里”短板，将我们上海研发中心的技术创新，无缝转化成了客户机房里的稳定电流。我们在南通和连云港的基地，一个负责应对此类海外市场的定制化需求，一个保障标准化产品的稳定供应，正是为了支撑这种灵活的渠道合作模式。

基于这些现象和案例，我们可以提炼出一些更深入的见解。当前的储能销售渠道，我认为正在向三个方向演进：专业化、服务化和生态化。

专业化：渠道商不再仅仅是“搬箱子”的贸易商。他们需要理解储能的运行逻辑、本地电网政策、甚至金融模型。他们销售的不只是产品，更是一套能源解决方案。

服务化：全生命周期的服务能力成为渠道的核心竞争力。这包括安装调试、远程监控、预警维护、甚至

电池的梯次利用安排。渠道的利润来源，正从一次性设备差价向长期服务价值转移。

生态化：单一的渠道模式很难通吃。未来会是多种渠道并存的生态。比如，对于大型微电网项目，可能仍需强大的直销或与大型EPC合作；对于分散的户用储能，则可能依赖安装商网络或与光伏企业跨界联盟。

这背后其实有一个清晰的逻辑阶梯。市场需求的分化（现象层），驱动了销售数据的结构性变化（数据层），这种变化在具体市场的成功实践中得到验证和放大（案例层），最终引导我们形成关于渠道未来形态的系统性认知（见解层）。这个过程，本身就是商业逻辑的完美演绎。

说到这里，我想起我们海集能一直在做的事情。作为一家从2005年就开始深耕储能领域的企业，我们见证并参与了渠道的每一次变迁。我们理解，无论是面对通信基站这样的关键站点，还是面对一个工业园区，可靠的储能解决方案必须通过最适配的渠道，才能实现其最大价值。我们的角色，是做好“底座”：提供从电芯到PCS，从系统集成到智能运维的、经得起极端环境考验的可靠产品，并保持开放的合作接口。这样，我们的渠道伙伴，无论是专注于站点能源的通信服务商，还是深耕工商业园区的能源服务公司，都能基于我们这个坚实的“底座”，去构建他们自己的服务大厦，共同为客户交付“交钥匙”的体验。这或许就是“专业的人做专业的事”这句老话，在新能源时代的最新诠释。

那么，面对这场渠道变革的浪潮，您所在的企业或您关注的领域，是更倾向于构建自有的垂直渠道体系，还是积极融入一个开放合作的生态网络？在“专业”与“规模”之间，您认为当下的平衡点应该落在何处？

来源: <https://www.hjaiot.com>