

21世纪普通高校经济管理精品教材

中国本土创业案例集

安海忠 曹希绅 陈黎琴 高世葵 主 编
副主编



清华大学出版社

21世纪普通高校经济管理精品教材

MBA

中国本土创业案例集

陈黎琴 主 编
安海忠 曹希坤 高世葵 副主编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书紧密围绕创业管理及相关课程教学目标和有关理论知识点,关注不同行业领域特别是电商领域的上市公司,追溯其创业成功因素,分析公司现状及存在问题,探讨其未来发展战略,严格依据全国 MBA 教育指导委员会案例编写规范,编写 MBA 中国本土创业案例集,并邀请诸多企业高层管理者、管理学者和管理咨询专家点评。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

MBA 中国本土创业案例集/陈黎琴主编. —北京:清华大学出版社,2014

(21 世纪普通高校经济管理精品教材)

ISBN 978-7-302-36534-1

I. ①M… II. ①陈… III. ①企业管理—案例—中国—高等学校—教材 IV. ①F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 105635 号

责任编辑:朱敏悦

封面设计:汉风唐韵

责任校对:宋玉莲

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京密云胶印厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:19.25 字 数:398 千字

版 次:2014 年 9 月第 1 版 印 次:2014 年 9 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:39.00 元

产品编号:052464-01



序

MBA 教育是世界各国管理教育的主流模式。MBA 教育旨在培养懂经营管理、具有创新与创业精神、务实能干的职业经理人，创新与创业精神和能力的培养是 MBA 教育的灵魂。MBA 教育是问题导向的，学生都来自于企业和其他组织，通常具有一定的工作经验（要求至少三年的工作经验），并担任着一定的管理职位，带着问题来上学，单纯以知识传授为主的课堂教学方式无法达到教学目标，案例教学通过设立教学情境，以思辨的方式，在分析问题、解决问题的过程中深化学生对理论的理解，因此，案例教学法在 MBA 教学中具有不可替代的作用。案例教学在工商管理教学领域的应用始于 20 世纪 20 年代的哈佛商学院，目前哈佛商学院和加拿大的毅伟商学院都基本是 100% 案例教学。案例是案例教学的关键环节，一个好的案例判断的基本标准是是否与教学目标相匹配，案例描述的管理情境与探讨的理论问题是否贴切，这就需要根据课程的特点、教学内容以及学生的需要和特点精心选择和编写案例。哈佛商学院和毅伟商学院等商学院的案例是由授课教授根据教学目标而创作和编写的，含有学科理论教学中所含的知识点。

创业管理就是根据创业活动的一般规律及创业者的基本素质与技能去开展创新与创业活动，并提高创业效率。创业企业度过了生存关后，依然面临着严峻的成长问题。

本书紧密围绕创业管理及相关课程教学目标和有关理论知识点，关注不同行业领域特别是电商领域的上市公司，追溯其创业成功因素，分析公司现状及存在问题，探讨其未来发展战略，严格依据全国 MBA 教育指导委员会案例编写规范，编写 MBA 中国本土创业案例集，并邀请诸多企业高层管理者、管理学者和管理咨询专家点评。

本书的特色主要包括：

1. 寻找近期本土最有声音、最受关注的创业企业

本书紧密围绕创新和创业管理及相关课程教学目标和有关理论知识点，寻找不同行业领域特别是电商领域的上市公司，关注大事件和环境变化对于公司成长和发展的影响，所选创业企业均具有很强的行业和创业代表性。我们选择了聚美优品、京东、盛大、当当、小米手机。苏宁则是从电器批发创始、从实体电器零售到线上实体全面销售的案例。同时，由于我校专业特色，在 MBA 授课时比较关注资源性及相关行业企业，这也是华锐风电、比亚迪和探路者入选的缘由。



2. 综合案例为主，但兼顾不同的知识点

根据创新与创业管理及相关战略管理、公司财务、人力资源管理等课程的特点，一个企业创业成功往往是综合性因素的作用，因此，本书以综合性案例为主，同时根据教学目标有重点有针对性，带领学生对创业者素质、创业机会识别、创业融资、发展战略等多个典型创新与创业管理情境展开分析研讨，并针对最新时势关注公司未来发展。本书共有 9 个创业管理案例，聚美优品、京东等案例的编写主要侧重创业者特质，当当案例则关注创业者和风险投资家之间关系，探路者则讨论创业者家族团队特点，华锐风电侧重进入壁垒和国际化战略，每个案例都有知识点的侧重。

3. 案例正文和案例使用说明紧密结合，与相关知识点紧密结合，编写规范

本书不仅案例选择有特色，而且在编写案例时精心布局、资料翔实，附有每个创业企业公布的财务数据和相关行业资料，每个创业案例都和案例使用说明紧密结合，与创新与创业管理及相关理论知识点结合，对于每个创业企业案例相关理论和实践分析严谨翔实，决策指导有较强的参考性，符合当前 MBA 案例教育的发展趋势。

4. 企业高层管理者、管理学者和管理咨询专家点评

同时，本案例集邀请诸多企业高层管理者、管理学者和管理咨询专家点评，更增强了案例的指导性、实操性和权威性。开篇首个风电创业企业综合案例由中国地质大学（北京）副校长雷涯邻教授、中国社会科学院财经战略研究院副院长史丹研究员点评，北京腾驹达猎头公司董事长景素奇、中国地质大学（北京）人文经管学院副院长曹希绅和 MBA 案例中心主任孔锐副教授分别对刘强东、雷军和陈欧从创业者的角度展开了点评，人文经管学院许群教授则从创业融资管理的角度进行了专业解读，中国社会科学院工业经济研究所研究员、经济管理出版社总编沈志渔老师从出版业企业发展战略角度解析了当当公司的创业，中国社会科学院工业经济研究所王钦研究员则指出苏宁“云南”的虚实融合战略发展模式知易行难。最后，中国地质大学（北京）人文经管学院院长安海忠教授以探路者为例探讨了创业企业的家族式管理问题。每篇案例点评都是专家们针对案例的专业解读，非常精彩。

在编写案例的时候，很多问题萦绕心头，但同时，力求通过企业自己的实践来回答这些问题。

优秀创业企业家的性格特质，创业机会的辨识与把握，创业企业的融资问题，创业者与投资者的控制权争夺问题，创业企业的家族管理问题，等等，都在案例中可以寻找到有益的启示。

垂直电商必死？当当、京东等企业几乎是殊途同归，无论是做图书音像，还是 3C 电器，或是实体电器销售，最终都建立了全品类开放式的线上销售平台。可是，还有聚美好品的案例呢。

实体店的出路在哪里？本书中苏宁也做出了和京东类似的战略选择，建立了全品



类开放式的线上销售平台。尽管如此，线上线下的商品定价一直是个令人操心的问题。此外，竞争对手国美更换 logo，也实施全品类线上销售，并实施国美在线和库巴双网运营，同样令人关注。

制造商能否开拓新的战略思路来适应互联网全球化竞争的时代？本书中虽然没有提供明确的个案，但是细心的读者也会从苏宁案例中获得一些战略启示。例如，海尔公司积极把握网络化趋势，建立自己的线上线下分销系统，重新建构了家用电器价值链，打造企业持久竞争力。

与海尔案例不同，小米案例则是一个从软件进入硬件反向逆转的案例。今天的乐视电视的推出也是这样的案例。它们能成功吗？它们与众不同的战略决策又能带来什么样的启示？让我们认真分析，用时间来证明。

本书案例依据中国管理案例中心案例结构编写，由陈黎琴编写大纲并总撰，杨子明老师、高世葵副教授、赵恒海副教授、曹希绅副教授，孟显明、刘晨、王晓敏、庄婉婷、高凤娟、武虔虔、李雨薇、高耸耸、王思又等 MBA、MPAcc 专业性硕士研究生和学术型硕士研究生，均参与了案例的编写，各章编写作者具体标注在各个案例中。李胜勇、李燕姬、古里米拉、王伟、张诗源、蔡远明、王晓林等工商管理专业本科同学提供了部分材料，史辰宇、陈鹏飞、罗远飞等同学参与了校对和排版。感谢安海忠院长从选题到成稿的耐心指导，感谢各位专家评委对案例的点评，感谢中国地质大学（北京）人文经管学院 MBA、MPAcc、工商管理本科对案例正文特别是案例教学使用说明的积极参与。

在编写过程中，参考了公开出版的资料包括公司年报、行业分析报告、创业管理研究等在内的大量文献，在此对所涉及的专家学者表示衷心的感谢！编写本书也是我们学习的过程，由于水平所限，书中的问题和不足之处恳请广大读者批评指正！

本书可以用于 MBA 创业管理教学，还可以供研究生和本科生创业管理及相关课程学习，也可以为广大创业者提供给最新的、系统的、契合实际的创业理论和案例指导。优秀的案例通常是非线性的，它注重真实地还原企业所处的市场背景、行业现状和商业情境。对于学习者来说，要独具慧眼、浪里淘沙，从如此卷帙浩繁的背景资料中做出正确的判断，从而找到最佳的企业决策方案，是需要不断地学习和历练的，而这也正是案例教学的精髓和价值所在。本书致力于寻找创业企业的典型案例，并与创业者素质及团队、创业机会识别、创业融资和创业企业管理等理论和实践问题紧密结合，诸多高层管理者、管理学者和管理咨询专家点评，规范的本土高水平创业案例集，一定会便利相关创业管理课程（特别是 MBA）的教学，并使创业实践者有所收获。



目 录

案例一 华锐风电科技（集团）股份有限公司发展战略	(1)
案例正文	(2)
案例使用说明	(40)
案例点评：资源型企业战略选择与我国能源安全问题	(51)
案例点评：碳减排和能源约束下的我国新能源产业和企业发展 ——以华锐风电为例	(55)
案例二 刘强东：冲锋路上的创业者	(59)
案例正文	(60)
案例使用说明	(75)
案例点评：商业英雄刘强东	(80)
案例三 雷军：人因梦想而伟大	(83)
案例正文	(84)
案例使用说明	(104)
案例点评：创业者和投资人雷军	(111)
案例四 陈欧 Style：为自己代言	(115)
案例正文	(116)
案例使用说明	(127)
案例点评：市场细分精细化是创业者发现市场机会的利器	(135)
案例五 比亚迪股份有限公司融资及发展战略	(137)
案例正文	(138)
案例使用说明	(160)
案例点评：引进战略投资者为比亚迪带来新的发展机遇	(168)



案例六 盛大公司资本运作分析	(171)
案例正文	(172)
案例使用说明	(188)
案例点评：盛大公司海外上市架构设计及相关协议控制	(194)
案例七 当当网的创业与成长	(197)
案例正文	(198)
案例使用说明	(225)
案例点评：当当网的创业与成长	(233)
案例八 从苏宁电器到苏宁云商	(239)
案例正文	(240)
案例使用说明	(263)
案例点评：苏宁云商的“虚实融合”之路	(269)
案例九 户外“探路者”的创业故事	(273)
案例正文	(274)
案例使用说明	(291)
案例点评：民营企业的家族式管理	(296)



案例一 华锐风电科技 (集团) 股份有限公司发展战略



案例正文

华锐风电科技（集团）股份有限公司发展战略

孟显明^①，陈黎琴^②

摘要：短短 5 年，华锐风电科技（集团）股份有限公司实现了跨越式发展，创造了中国风电设备制造业多个第一，截至 2011 年，累计风电装机容量达 12989MW，排名中国第一。但是，2011 年华锐风电上市后业绩大幅下滑及巨额亏损，与之前的迅猛发展形成鲜明对比。面对自身发展困境和外部环境的变动，华锐未来又将何去何从？

关键字：华锐风电 速成冠军 国际化 发展战略

引言

曾经以火箭般的发展速度创下业界“神话”的风电速成冠军——华锐风电（股票代码：601558），最近风波不断。只用了短短 5 年，华锐风电就以 2000 万元家底，坐着“火箭”跃升为中国第一、全球第二的风电巨头，并以每股 90 元的天价创下主板市场发行价最高纪录，成为中国风电行业最大的传奇。但是，速成冠军的第一来得快，去得更快，上市后华锐业绩迅速大变脸，减薪、放假、裁员、安全事故、跨国官司，再加上 2012 年巨亏 5.8 亿元，创投股东尉文渊接替创始人韩俊良担任董事长，昔日风光无限的华锐风电现被人称为“华锐疯癫”，犹如变脸一般迅速陷入激流漩涡中。而就在大家拭目以待资本大佬尉文渊如何带领华锐风电走出困境之际，正式上任才两个月的他即提出辞职。如何把握未来的发展机遇，已经成为摆在华锐风电领导层的面前关乎企业生死攸关的战略问题。

1. 公司介绍

华锐风电科技（集团）股份有限公司是中国第一家自主开发、设计、制造和销售

① 中国地质大学（北京）人文经管学院 MBA 学员

② 中国地质大学（北京）人文经管学院



适应全球不同风资源和环境条件的大型陆地、海上和潮间带风电机组的个性化高新技术企业。公司设立于2006年2月9日,由大重成套、新能华起、方海生惠、东方现代、西藏新盟五家法人单位出资设立,成立时注册资本为人民币10 000万元。2011年1月13日,经上海证券交易所同意,公司股票在上海证券交易所上市交易。公司肩负重大装备国产化的历史使命,以向全世界、全人类奉献更加清洁的能源为己任,以“挑战、创新、超越”为核心企业文化,以技术创新、国产化、规模化、大型化、国际化为发展战略。短时间内,公司创造了若干第一:第一家引进国际先进的兆瓦级风电机组技术;第一家打造完善的兆瓦级风电机组国产化配套产业链;第一家实现国产化兆瓦级风电机组规模化生产;第一家开发了可适应全球各种风资源条件和环境条件的1.5MW全系列机型;第一家完成了具有自主知识产权的国际主流、技术先进的3MW系列陆地、海上及潮间带风电机组的研制工作,并批量生产;2008年生产并装机1.5MW风电机组超过1 400MW,2009年生产并装机1.5MW和3MW风电机组3 000MW以上,行业排名中国第一、全球前五。华锐风电自主研发的全球最主流、技术最先进、中国第一批3MW海上风电机组于2009年在中国第一个国家海上风电示范工程——上海东海大桥10万千瓦海上风电场完成海上安装、调试、并网发电。

1.1 公司主营产品及服务

公司的主营业务为大型风力发电机组的开发研制、生产及销售,是风力发电的关键设备主流产品,还为客户提供风场设计规划、风场微观选址、设备运输和安装及安装技术指导、调试,定期维护、运行维护、备件供给、技术升级远程数据分析等一系列配套服务。主流产品为1.5MW系列和3MW系列风力发电机组,2MW、5MW、6MW风电机组也已相继研发成功并在国内装机和运行。公司的主要产品包括SL1500、SL3000、SL5000、SL6000。公司作为中国第一家自主创新开发适应全部风区类型的兆瓦级风电机组制造企业,从2005年5月至今已先后完成了SL1500系列电网友好型风力发电机组的设计开发、样机安装、调试、运行、GL认证和批量生产等一系列工作。SL3000系列风力发电机组是技术先进的全球主流机型,可完全满足陆上、海上以及潮间带等不同区域的装机需求。机组额定功率3 000kW,叶轮直径90m/100m/105m/113m,轮毂高度80/90/100/110m,采用多项全球首创专利技术,具备低电压穿越能力,适应全球所有风区类型、环境条件和电网导则要求。2009年11月,该系列机组荣获2009中国国际工业博览会金奖;2011年2月,荣获2010年度江苏省科学技术奖一等奖;2011年11月,荣获国家能源科技进步奖一等奖。SL5000系列风力发电机组(参见图1)采用了先进的变桨变速双馈发电技术。

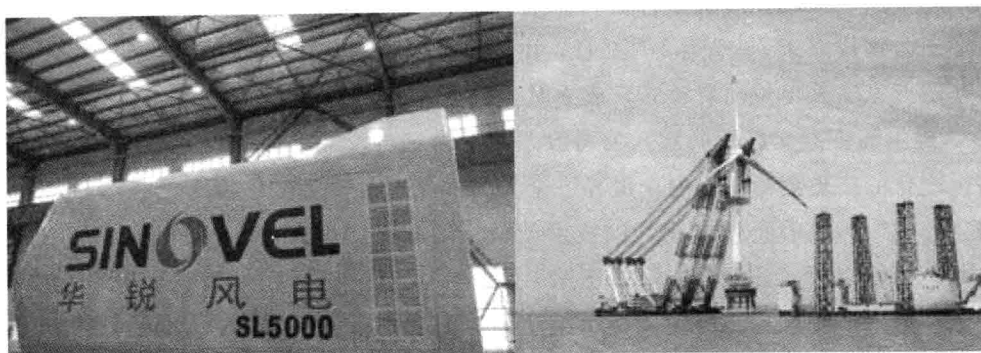


图 1 SL5000 系列风力发电机组

资料来源：华锐风电官网。

SL6000 海上机型（参见图 2）基于华锐风电海上风电开发经验，采用成熟常规的齿轮传动和发电机技术，保证海上风机的高可靠性和经济性。

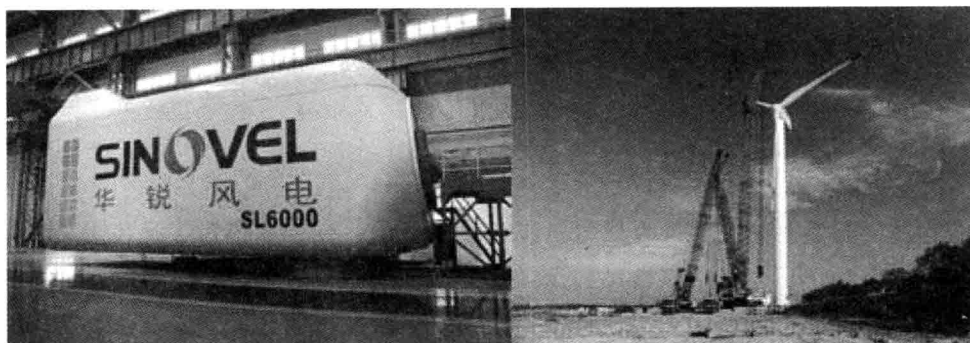


图 2 SL6000 海上机型

资料来源：华锐风电官网。

1.2 公司近三年主要财务数据

公司近三年主要财务数据如表 1、表 2 所示。

表 1 华锐风电 2010—2012 年主要会计数据

主要会计数据	2012 年	2011 年		本期比上年 同期增减 (%)	2010 年
		调整后	调整前		
营业收入	4 018 145 229.39	9 506 490 078.47	10 435 516 390.57	-57.73	20 324 866 267.05



续表

主要会计数据	2012 年	2011 年		本期比上年 同期增减（%）	2010 年
		调整后	调整前		
归属于上市公司股东的净利润	-582 670 882.61	598 797 718.27	775 721 171.53	-197.31	2 855 686 243.50
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-656 953 272.20	406 630 819.22	583 554 272.48	-261.56	2 816 011 711.90
经营活动产生的现金流量净额	-415 674 001.34	-5 861 410 843.77	-5 861 410 843.77	不适用	-1 016 371 997.96
	2012 年年末	2011 年年末		本期末比上年 同期末增减（%）	2010 年年末
		调整后	调整前		
归属于上市公司股东的净资产	12 314 413 120.77	13 684 513 722.56	13 861 437 175.82	-10.01	4 796 815 111.30
总资产	28 676 539 906.52	34 096 983 304.43	34 785 292 095.69	-15.90	28 625 247 675.62

资料来源：华锐风电 2012 年度报告。

表 2 华锐风电 2010—2012 年主要财务指标

主要财务指标	2012 年	2011 年		本期比上年 同期增减（%）	2010 年
		调整后	调整前		
基本每股收益（元/股）	-0.14	0.15	0.19	-193.33	0.71
稀释每股收益（元/股）	-0.14	0.15	0.19	-193.33	0.71
扣除非经常性损失后的基本每股收益（元/股）	-0.16	0.10	0.15	-260.00	0.70
加权平均净资产收益率（%）	-4.48	4.56	5.87	减少 9.04 个百分点	82.20
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（%）	-5.05	3.10	4.41	减少 8.15 个百分点	81.53

注：公司经自查发现，2011 年度财务数据存在会计差错。公司已经于 2013 年 3 月 7 日、2013 年 4 月 20 日在《中国证券报》、《上海证券报》和上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）刊登了《关于前期会计差错更正的提示性公告》。

资料来源：华锐风电 2012 年度报告。



2. 风力发电行业的发展状况

风能是一种清洁而稳定的可再生能源，在环境污染日益严重的今天，风力发电作为全球公认可以有效减缓气候变化、提高能源安全、促进低碳产业经济增长的方案，得到各国政策制定机构、投融资机构、技术研发机构、项目开发商等的高度关注。相应地，风电也是近年来世界上增长最快的能源。根据风电行业权威咨询机构——BTM公司的预测，2020 年全球的风力发电装机将达到 12.31 亿 kW（是 2002 年世界风电装机容量容量的 38 倍），年安装量达到 1.5 亿 kW，风力发电量将占全球发电总量的 12%。

2.1 全球风电行业发展情况

20 世纪 70 年代，由于石油危机的爆发，对世界经济造成巨大影响，石油资源作为化石能源，蕴藏量不是无限的，在世界能源消费以石油为主导的条件下，如果能源消费结构不改变，就会发生能源危机。在此背景下，各国政府都在竭力发展自己的新能源技术，美国、西欧等发达国家为寻求替代化石燃料的能源，投入大量经费，用新技术研制现代风力发电机组。在过去的 30 多年里，风电发展不断超越其预期的发展速度，一直保持着世界增长最快的能源地位（参见图 3、图 4）。

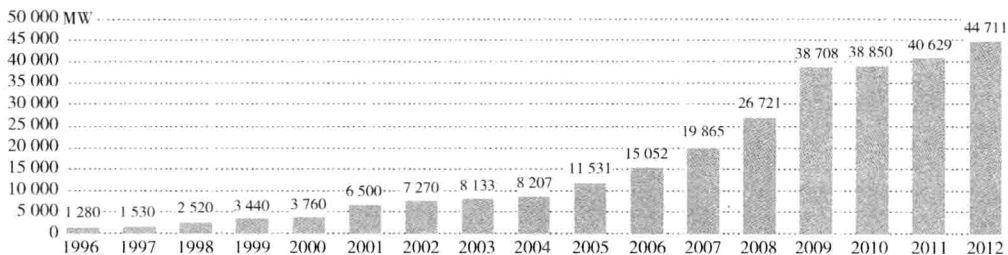


图 3 1996—2012 年全球风电机组年装机容量情况

资料来源：Global Wind Statistics 2012。

2.1.1 全球风电的地域分布情况

根据 BTM 的统计数据，从全球风电累计装机容量的分布看，全球风电市场主要集中在欧洲、北美和亚洲，主要包括美国、德国、西班牙、中国和印度（参见图 5、

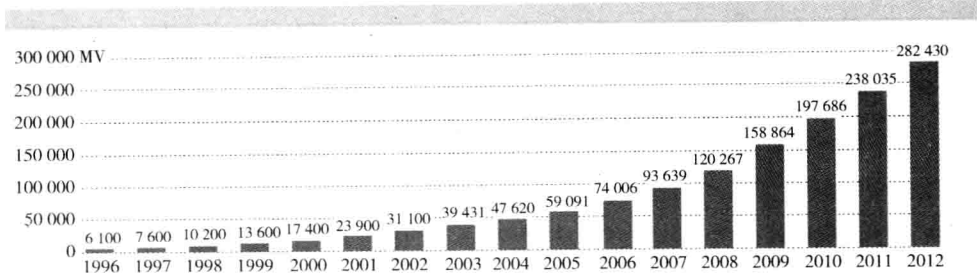


图 4 1996—2012 年全球风电机组年累积装机容量情况

资料来源：Global Wind Statistics 2012。

表 3、图 6)。2012 年，中国累计装机容量 75 564MW 位居世界第一，美国累计装机容量达到 60 007MW，居世界第二位。

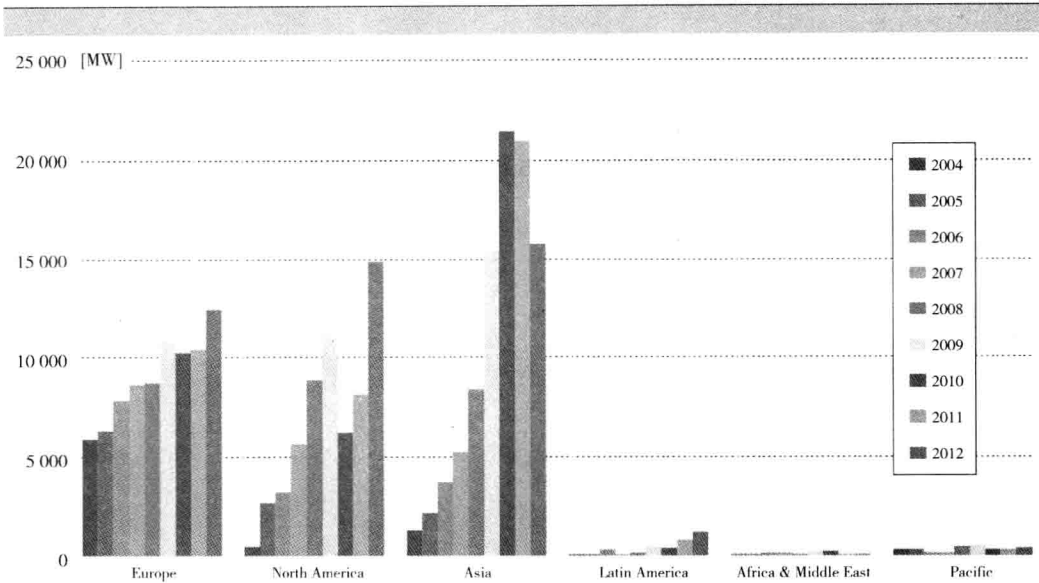


图 5 2004—2012 年全球各大洲累积装机容量情况

资料来源：Global Wind Statistics 2012。

表 3 2012 年度新增装机容量排名前十国家

Country	MW	Share %
PRChina	13 200	30
USA	13 124	29
Germany	2 439	5
India	2 336	5



续表

Country	MW	Share %
UK	1 897	4.2
Italy	1 273	2.8
Spain	1 122	2.5
Brazil	1 077	2.4
Canada	935	2.1
Romanla	923	2.1
Rest of the world	6 385	14.3
Tatal top 10	38 326	85.7
World total	44 711	100

资料来源：Global Wind Statistics 2012。

2012 年，英国海上风电累计装机容量 2,093.6 MW 位居世界第一，丹麦累计装机容量达到 804.3MW，居世界第二位（参见表 4）。

表 4 全球海上风电累计装机容量情况

(MW)

Offshore	Total 2011	New 2012	Total 2012
UK	2 093.6	854.2	2 947.9
Denmark	874.3	46.8	921.1
Belglum	195.0	184.5	379.5
Germany	200.3	80.0	280.3
Netherlands	246.8	0.0	246.8
Sweden	163.7	0.0	163.7
Finland	26.3	0.0	26.3
Ireland	25.2	0.0	25.2
Norway	2.3	0.0	2.3
Portugal	2.0	0.0	2.0
PRChina	262.6	127.0	389.6
Japan	25.2	0.1	25.3
Total	4 117.3	1 292.6	5 410.0

资料来源：Global Wind Statistics 2012。



2.2 中国风电行业发展情况

我国可开发的风能潜力巨大,陆上加海上的总量约为7亿~12亿千瓦,风电将成为我国未来能源结构中重要组成部分。大量风电机组的并网发电,成为我国完成节能减排目标、加快能源结构调整的重要力量。当前风电成为能源领域增长最快的行业。2012年我国风电总装机容量排在美国、德国、西班牙之后居世界第四位。

2.2.1 中国风电装机容量发展速度远超世界平均水平

中国风电设备制造业发展经历了三个阶段:1985—1995年,通过建设运营风电场,中国开始学习国外风力发电设备制造技术;1996—2004年,中国通过引进技术实现本地化风电机组制造;2004年至今,中国正在进行风电设备产业化生产、兆瓦级风电机组的研发工作。

政府非常关注清洁能源的发展。《可再生能源法》原则性地规定,国家对列入可再生能源产业发展指导目录的项目给予税收优惠。2005年10月生效的《清洁发展机制项目运行管理办法》,风能发电在我国属于开展CDM项目的重点领域。根据该《管理办法》第24条,CDM项目因转让温室气体减排量所获得的收益归中国政府和实施项目的企业所有。对于风电CDM项目,国家仅收取因转让温室气体减排量转让额的2%作为管理费,而对其他行业的CDM项目收取的管理费可能高达30%~65%。我国财政部发布的《可再生能源发展专项资金管理暂行办法》自2006年5月30日起施行。风力发电属于专项资金重点扶持的行业。专项资金的使用方式包括无偿资助和贷款贴息。无偿资助方式主要用于营利性弱、公益性强的项目,项目承担单位或个人必须提供与无偿资助资金等额以上的自有配套资金。贷款贴息方式主要用于列入国家可再生能源产业发展指导目录、符合信贷条件的可再生能源开发利用项目。贴息年限为1~3年,年贴息率最高不超过3%。国家发改委2006年2月发布的《可再生能源发电有关管理规定》第14条提到了发电企业应当承担国家规定的可再生能源发电配额义务。

根据中国产业研究院《2008—2012年中国风电设备行业发展分析及投资前景预测报告》和BTM咨询公司研究报告,1996年我国通过引进技术实现本地化风电机组制造以后,风电装机容量增长水平大大提高,我国的风电发展远远超过了世界的平均发展水平,是近年全球增长速度最快的国家。

2.2.2 中国风电的地域分布情况

我国风能资源主要分布于我国西北地区、华北北部、东北北部、青藏高原腹地以