

发电企业参与售电市场的盈利模式分析

Profit Model Analysis of Power Generation Enterprises Participating in Electrical Power Marketing

白云龙¹ 袁雅龄²
Yunlong Bai¹ Yaling Yuan²

1. 国网芜湖供电公司
中国·安徽 芜湖 241001

2. 国网繁昌县供电公司
中国·安徽 芜湖 241001

1. State Grid Wuhu Power Supply Company,
Wuhu City, Anhui, 241001, China

2. State Grid Fanchang Power Supply Company,
Wuhu City, Anhui, 241001, China

【摘要】随着新一轮电改的全面开启，售电侧主体的放开也进入了实质化的操作阶段。发电企业作为电力生产的上游，全方位地参与售电市场有着先天的优势，也有着硬性的不足。论文对发电企业参与售电市场的盈利模式进行了分析，并结合未来发展方向提出了策略和建议。

【Abstract】 With the start of a new round of power reform, the release of the power-sold side has entered a substantial operation stage. As the upper reaches of the power production, the power generation enterprises have inherent advantages in participating in the electricity market in an all-round way, but also have a rigid shortage. This paper analyzes the profit model of the power generation enterprises participating in the electricity market, and puts forward some strategies and suggestions according to the future development direction.

【关键词】售电侧；发电企业；盈利模式

【Keywords】 Power-sold side; Power generation enterprises; Profit model

1 引言

2015年3月15日，中国共产党中央委员会、中华人民共和国国务院办公厅正式下发了《关于进一步深化电力体制改革的若干意见》（中发〔2015〕9号）文件，标志着新一轮电改的大幕正式拉开。本轮电改最大的亮点无疑是“稳步推进售电侧改革，有序向社会资本放开售电业务”。根据文件，大体可以按照现行电力生产销售管理模式分为三类：

第一类是电网企业，继续维持现有运营模式，核准输配电价标准，按照成本法进行核定，确定收益，并且要无歧视的向售电公司提供报装、计量、抄表、维修等各类供电服务，并履行保底义务；

第二类是社会资本投资的售电公司。可以是满足条件的社会资本投资成立，也可以是经济园区、小微电网等联合成立；

第三类是发电企业成立的售电公司，这一类售电公司是论文分析研究的重点。

2 发电企业所属售电公司的情况分析

2.1 发电企业成立售电公司的优势

电力商品的生产交易过程可以分为三步，分别是发、输（配）、售。发电企业负责生产，电网企业负责输送和配售，从而构成了电力生产交易的全过程。显而易见，发电企业成立的售电公司应该在发电计划管理和交易电价方面有较强的优势。由于上网电价目前统一由省级价格主管

部门制定，而对于已经完成输配电价核算的省份，附加的税金一定的情况下最终的电价浮动空间主要就由发电企业的成本管控来决定。目前来看，通过大用户直接交易模式开展售电侧试点的，也是发电企业让利多的可以获得更多的合同。所以发电企业成立的售电公司无疑在市场交易中对最终的价格有更多的话语权。随着发电计划的逐步放开，对于机组容量有富裕的发电企业，通过售电公司开展电力交易，无论是给企业增加效益还是统筹优化资源配置都大有裨益。

另外，发电企业基本都具备一只业务素质过硬、专业能力强的运维抢修队伍，对于110千伏及以上电力系统有着丰富的运维检修经验，这些也将为发电企业的可靠供电和大型电力客户的售后服务提供保障。

2.2 发电企业成立售电公司的劣势

由于目前输配售市场主要由电网企业负责，所以发电企业进入售电侧首先要面对的就是输配线路建设使用的问题。发出来的电要送到用户侧才能消费，才能实现收益，但是目前发电厂的出口上网电压一般都在220千伏及以上，而城市的主要配电网电压等级通常为10千伏，而且由于城市线路廊道资源有限，且投资收益率较低，所以发电企业不大可能通过自建输配电线路和变电所站的方式进行配售，大多只能通过电网企业现有网架或者联合地方政府或者其他社会资本共同参与。这在无形当中对发电企业的售电业务形成制约^[1]。

另外发电企业自身的人力资源效率和运营成本方面如果与社会资本的民营独立售电企业相比也处于劣势，无论在电价优惠的力度还是营销模式的多变性方面都有先天不足。

3 发电企业参与售电市场的盈利模式分析与决策建议

3.1 发电企业参与售电市场的盈利模式分析

通过以上分析，发电企业要参与售电市场，核心还是要“赚差价”，主要的盈利模式应该有两种：

一种是通过直接交易实现发电计划的放开，通过增加机组利用小时数来提高效益；

另一种就是联合配网主体，构建联合配售电公司参与区域配售电业务。

第一种盈利模式的关键要素主要有两个，一个是煤炭价格，一个是运营成本（目前国内装机主要以火电为主，且新能源发电如果不考虑补贴的情况下短期内不具备竞争力）。煤炭价格不受发电企业管控，虽然发电企业也会自

营一些煤矿，但是定价权始终还是由上游煤企决定。最近比较轰动的一件事是中国神话和国电电力的央企合并，如果顺利完成，将实现上游煤炭和火力发电的强强联合，对于进一步降低发电企业的单位发电成本非常有利，无疑可以进一步增加发电企业在电力交易过程中的报价底气^[2]。

另一个要素是运营成本。这个主要需要通过内部挖潜和精益化管理提升来实现，降低运营成本本身就是提高企业效益的有效途径，同时带来的也是可以提高发电企业的竞价能力。

对于第二种盈利模式，因为主要是通过与政府和社会资本组成联合体参与售电交易，所以更多的主要还是共同参与市场竞争，通过价格、服务等方式赢得市场。

3.2 发电企业参与售电市场的决策建议

通过分析目前电力客户的电量电费数据，可以显而易见的看到，电力市场的客户有优劣之分：用电量、缴费习惯良好、运维难度小的客户应该属于优质客户。那么发电企业应该尽可能地选择优质客户作为服务的主体，因为催缴电费、运行维护管理都会占用大量的资金和人力成本。这里要特别提出的是，如果在通道资源允许的情况下，发电企业应该对35千伏及以上用户通过自建线路的方式进行输售电，原因也是按照优质客户的选择标准。

从目前的发电成本来看，水电仍然具有较大优势，所以发电企业一方面要加强技改，降低火电单位能耗；另一方面也要尽可能地拓展水电。

另外，可以预见的是，在未来开放的售电市场中，竞争的核心要素自然是电价，电价一定程度上比拼的就是服务。发电企业的优质运维队伍不仅能够通过有偿维护实现收益，更可以作为提升自身服务的可靠保障。

4 结语

从目前的改革情况来看，发电企业应该是本轮电改时的最大受益者。

一方面通过发电计划的逐步放开打破大锅饭的情况，让效率高、管理好的电厂收益更高，另一方面通过售电份额交易发挥电网企业售电公司的竞争力。随着电力体制改革的进一步深化，降本增效、抢占优质用户将成为各类售电企业做大做强关键。

参考文献

[1] 刘小平. 售电企业的前景与盈利模式 [J]. 四川水力发电, 2016(2): 135-136.

[2] 顾建. 电力市场化交易下独立售电公司盈利模式探讨 [J]. 浙江电力, 2017(6): 30-33.