

# 电力目标市场的选择与定位探析

## ——以 GD POWER DT 发电有限责任公司为例

国电电力大同发电有限责任公司 姚刚

**摘要：**电力市场一系列的改革，使得市场竞争发生了根本性的变化，企业想要更好地适应市场的变化，就要对市场有更深刻的认知。基于此，本文以 GD POWER DT 发电有限责任公司所面临的市场实际情况为例，通过细分其所处的电力市场，详细分析电力目标市场的选择与市场主体的需求，并对公司的市场定位给予指导。

**关键词：**电力市场；选择；定位

**DOI：**10.12433/zgkjtz.20240340

### 一、电力行业发展历程

2015年，电力体制改革向前迈进的更深一步标志是深圳市成为全国首个电力市场交易电价改革的试点城市。为了更好地推进改革，2018年，公布一套电力现货市场系列规则，这一规则体现出发电侧电力现货市场正在持续完善。2019年，8个省份启动电力现货交易试点。这种主体竞价上网、自负盈亏的方式将电力改革的成果进一步深化，从而促进社会的发展。2002年，我国开展了电力制度改革，将原本的电力行业转型为“厂网分离、竞标上网”的电力市场。电力市场格局发生了如此翻天覆地的变化，发电企业如何对新的市场进行选择 and 定位，成为亟待解决的问题。

### 二、市场的细分

从交易品种市场的视角划分电力市场，分为基础电量市场、直接交易市场、跨省跨区市场三个。

#### （一）基础电量市场

基础电量指标在电力行业中占有较大比重，具有指标占比高、电量价格高，由国家发展改革委和国家能源局共同承担。第一，目前，还处在电力体制改革的初期，基础电量指标是原来的计划电量指标的现有形态，在每年的计划电量中所占的比例非常高。例如，2021年，GD POWER DT 发电有限责任公司（简称“DT公司”）基本发电量占总上网电量的约60%。第二，基础电量指标不仅可以保障电网安全，还可以保障全社会用电的稳定性。同时，它的售价也比所有其他种类的电力指数高。第三，基础电量指标能够保障民生，所

以国家发展改革委和国家能源局采用了统一核准发放的方法管理。调度中心要根据每月的情况，对电力进行分解，为电站提供开机方式。基础电量指数能够有效保障机组启动，对全年的发电收益提供有力的保障。

发电企业的基础用电量由上一年的机组的运转状况和机组的装备状况确定。企业的基础用电量指标的确定分为三个阶段：第一个阶段确定一个基础数据；第二个阶段按照每年的各种发电机组的检修、改造计划进行调整；第三个阶段按照对电力市场的预测再调整。所以，尽管基础电量指标很重要，但它并没有最终的决策权。

传统电网售电企业是基础电量的主要用户，作为市场主体，一方面能够提供公平的输配电服务和电网接入服务，另一方面也为电力用户和其他未按政府定价参与市场交易的电力用户提供售电服务。在新电改政策持续推进的大背景下，发电企业最大的趸售电客户依然是电网企业，电网整体的安全运行是电网企业的最大需求所在，这就使得发电企业在生产和配套业务方面有更大的发展空间。

#### （二）直接交易市场

直接交易是指电力用户直接和发电企业进行交易。电力用户有两种选择：一是直接参与集中竞价、与发电企业进行双边协商交易和挂牌交易；二是从售电企业“买电”，即以“买电企业”和“卖电企业”合二为一的形式，对其他用电客户“卖电”，实现“买电”与“卖电”的一体化。在签订购售电合同的过程中，双方都要在电力交易平台上完成，但输配电服务和电网接入服务，仍然要经过电网企业。低价格的电量指标是对电力用户和售电企业的最大要求，因此，要想得到更多的利润，就必须与发电公司谈判，并使用定价策略。

按照《京津唐电网电力中长期交易结算规则》的要求，在发电商的并网合约中，直接交易的电量应该是第一个完成的，因此，导致直接交易电量本身具有市场定价、受需求水平影响、差异化严重、指标占较高等特点。具体表现：一是市场定价，根据《京津唐电网电力中长期交易结算规则》规定，市场主体通过市场化

方式形成了电力中长期交易的成交价格、双方申报价格可以确定集中竞价交易价格，同时统一出清价格机制也会被适当采用；二是受到需求水平的影响，在日负荷峰、谷、平不同时段，以及电价变化的情况下，市场销售中的一项重要工作，就是协调用户，并引导用户根据不同时段的峰、谷、平进行最优化的生产；三是差异化严重，以头部效应为基础，发电企业市场营销的对象为域内大型电力用户和售电企业，双方通过协商签订中长期交易合同，由于用户类型并不是发电企业的限制对象，在用户需求多元化的基础上，其营销工作的重点变成利用差别营销针对不同用户需求提出相应营销方案；四是随着电力制度的深入，直接交易的电量也越来越多，如2021年度，DT公司作为发电企业电量结构中的重要组成部分，其直接交易电量指标约占总上网电量的38%。

在直接交易电量目标市场中，要获得更多直接交易电量指标，就必须与用户的水平相关，充分发挥价格优势，在集中竞价交易市场和中长期交易市场中，主动参与市场中。同时，通过用户的现实差别化需求，制定出一套切实可行的差别化市场营销计划，并与其自身的边际成本相关，不断对集中交易与长期交易的比例优化计算，让DT公司的边际利润达到最大。

### （三）跨省跨区市场

省外电网系统是跨省跨区电量指标的主要用户，京津唐区域电力产能充足，发电企业电量可进行跨省跨区支援或消纳。因此，电力系统中的一个重要环节是跨省、跨区域的电力指数。例如，2021年DT公司的省际、区域电力约为全国电力总量的2.35%。

跨省跨区电量的特点：电价较低、交易规模较小、补充电量结构等，其具体表现：一是交易电价较低，在主管部门有关规定的规定基础上，跨省跨区输电价格采取主管部门统筹定价的方式进行，与大用户直购电量指标和基础电量指标相比，电价约低28%左右；二是交易规模小，与大用户交易电量比较，在跨省跨区交易电量的范围较小，而且大多数都采用每年挂牌交易的方式；三是补充电量结构，当DT公司在分配年度电量指标时，由于电价较低，交易规模较小，发电优先等级落后等原因，其首先要考虑的是安排基础电量和大用户直购电量，然后根据电量余缺以调剂跨省跨区电量。

### 三、目标市场的选择

随着电力系统的进一步发展，电力市场在持续的变化。作为原有计划电量指标的现存形式，基础电量指标具有其自身的特点，即指标占比高和电量价格高，但同时，基础电量指标在改革不断推进的背景下，正在以极快的速度锐减。例如，2021年DT公司的

基础电量指标占比同比下降约10%。新兴市场化电量的典型代表是直接交易电量。目前，直接交易电量指标正逐渐填补原有基础电量指标的缺口，以DT公司为例，与2020年同期相比，电力市场的电力配额比例提高10%左右。跨省跨区域电量是电力公司用来满足自身每年的发电量目标，其特征是交易规模小、电价低、补充电量结构复杂。比如，DT公司在跨省跨区域电量中所占比重，与2020年同期相比，几乎没有变化。

如果此次电力市场改革的根本目的是建立符合市场化的电力市场，那么核心是将传统的趸售购电方式转变为采用直接交易购电。电力市场市场化是时代趋势，传统的规划基础电量指标正在逐步被直接交易电量所取代。据京津唐地区的电力市场统计，在2022年，地区之间的直接交易容量达300亿度，较2021年同期增加了65.76%。传统计划电量指标（如基础电量）已完全退出，这也意味着以“重生产、轻营销”为经营方式的传统发电企业，与目前的电力市场环境不相匹配。发电企业需要主动改变自己的运营理念，运用多项营销战略，集中在直接交易市场，并在此基础上，针对每一类产品的特征分析，将DT公司的目标市场确立在直接交易电量市场。

### 四、目标市场的定位

按照《京津唐区域电力中长期交易规则》的规定，年销量超过1000万度的售电公司，可以作为年耗电量低于1000万度的中小规模客户的代理，开展市场化的买卖；年耗电量在1000万千瓦时及以上的大型电力用户，有权利直接或代理同发电企业进行市场交易。

#### （一）电力用户需求分析

直接交易市场中的用户可以根据年度功耗标准，分为大型用户和中小型用户。

##### 1. 大客户的用电量分析

（1）用电需求长期可持续性。每年消耗1000万度及以上的大型电力用户，企业的生产、运营情况以及市场环境都会对用电量产生影响，因此，庞大的生产能力决定了对长期不间断用电有较大的需求。

（2）用电安全稳定的需求。重型工业是大型电力用户的重要组成部分。因为生产设备需要消耗大量的电能，所以它会对用电的电压等级和电网的安全平稳提出更高的要求。如果发生电源故障，此类安全风险更大的设备造成的经济损失会更加严重。因此，会要求更高等级的用电安全和用电稳定。

（3）对电价优惠的需求。尽管大型电力用户的年用电量在1000万千瓦时及以上，但为了企业自身的经济效益，尽可能压低成本，因此，对于低电价、多优惠的需求一直存在。

(4) 对自身节能降耗的需求。重型工业是大型用户的主要对象,在日常工作中,对生产的影响较大,特别是在节约能源方面,员工的技术进步有限,虽然企业做了很多节能工作,但仍然难以实现降低能耗的目标,因此,要适应企业对节能降耗的要求,就必须对企业进行专业的技术指导。

(5) 对综合能源服务的需求。提供综合性的能源服务,对于大型用电用户而言,它是一项重要的需求,因为大型用电客户所需要的能量,除了电能外,还需要其他的能源,如热水、蒸汽、供暖等。

## 2. 中小型电力用户用电需求分析

中小型电力用户要进行市场交易,必须通过售电公司代理来完成,主要是对作为中小型电力用户代表的供电企业进行的用电需求分析。

(1) 对中小型电力用户信息整理的需求。在中小型电力用户用电量小的情况下,如果要让一个售电企业产生规模效应,就必须有更多的用户和种类更繁杂的领域。因此,供电公司身为电力中介,必须准确了解用户需求。

(2) 对合作的发电企业的经营信息的需求。为了作出更准确的市场决策,为中小型电力用户提供安全可靠的服务,售电企业需要详细了解发电公司的各项业务指标,这样才能顺利达到合作共赢。

(3) 对电能产品价格稳定的需求。由于自身不生产电能,作为中间商的售电企业主要工作内容是将发电企业的电能产品出售给电力用户。因此,为了保证业务的延续,售电企业将会对电力产品的持续供给以及电力价格的相对稳定有着非常高的需求。

(4) 对综合能源服务的要求。电能产品具有同质化的特征,为了吸引更多的用户,电力销售公司必须在除定价之外的其他方面进行竞争,因此,电力销售企业就必须依赖于发电企业所提供的综合能源服务,才能实现与用户的密切联系。

## (二) 目标市场需求分析

DT公司是直接交易市场中电力用户电能的生产者。下面以DT公司的实际情况为例进行用电需求分析。

1. 用电持续稳定需求。如果发电企业要精确地判断出机组运行方式和检修方式,就必须有对电力用户的持续、稳定的用电需求。

2. 合理的优惠电价需求。为维护电力用户,一般情况下,发电企业都会采取较低的费率来进行回报,

但过低的电价对企业的经营收益会产生非常重要的影响,因此,发电企业最重要、重点关注的需求之一是如何在电价与自身经营成本之间达到有利的平衡。

3. 决策信息的需求。在直接交易市场中,为了更好的决策,发电企业必须考虑如何能及时快速地掌握售电企业和电力用户的相关信息。

4. 交易电价稳定的需求。发电企业是以向电力用户者销售电能产品获取经济利益,为的是确保业务的延续和收入,在交易时,发电企业对电能产品的价格有着较高的需求。

5. 对综合能源服务的需求。电能产品具有同质化的特征,为了吸引更多的客户,发电企业必须在除价格之外的其他方面进行竞争。因此,发电企业必须依赖于所提供的综合能源服务,才能实现与用户的密切联系。

6. 降低营销成本的需求。近几年,我国陆续开放直接交易的电力市场,同时,发电企业所面对的电力市场也在不断扩张,经常造成“供电不足”的局面,因此,发电企业需要维持已有的并筛选出高质量的用户,以减少企业的成本。

## (三) DT公司目标市场的定位

总而言之,在直接贸易的用户类型中,有中小型用户、大型用户以及电力销售企业,而DT公司应该重点关注的目标市场是售电企业和大型电力用户。一方面是因为大型电力用户和售电企业的诉求可以与企业自身的需求高度吻合;另一方面则是由于想要对无法同其自身进行直接交易的中小型用户市场覆盖,DT公司就需要通过售电企业有效减少企业营销成本。因此,在用电配额足够的情况下,应当主动让出中小型电力用户的市场,专注服务于大型用户和售电企业等大用户电力市场。同时,DT公司要充分发挥差异化竞争优势,将高品质、综合性能源服务作为自身在目标市场上的定位。

### 参考文献:

[1] 中华人民共和国国家发展和改革委员会经济体制改革综合改革司. 中共中央 国务院关于进一步深化电力体制改革的若干意见(中发[2015]9号) [EB/OL].

[2] 于岩.HNJT电厂目标市场营销策略的研究[D]. 吉林大学, 2020.

作者简介:姚刚(1980),男,山西省大同市人,本科,中级经济师,研究方向为电力市场营销。