

售电企业选型售电平台关键要素分析

当前，售电侧改革正在进一步推进，云南、湖北、山西等省相继下发了电力市场化交易规则，重庆、广东出台了售电侧改革试点方案，这些都为售电业务开展提供了政策依据。从实操层面来看，全国已成立两百多家售电公司，在重庆、贵州、广东、云南等地率先开展了售电业务，同时一些配售电公司已经在园区提前布局，预期提供综合能源服务。更多的社会化主体包括电气厂商、电力工程公司、节能服务公司、智能表计公司、发电企业、新能源企业甚至投资金融机构等行业相关主体也都在密切关注国家和省级政府层面的政策路径，伺机进入售电侧领域，分享改革红利。

售电公司面临的“三个主要问题”

那么，摆在诸多售电公司面前的难题是什么？笔者认为主要有三点，第一，需要结合自身优势构建清晰的商业模式；第二，需要找到适合自身业务需求、性价比相对合理的专业化人才；第三，选用高可用低投入的优质信息支撑平台。



市场化售电是一个新的领域，商业模式是企业盈利的关键，一是政策细则还有待继续出台；二是国内售电业务实质性开展不多，几乎无可借鉴经验；三是各个主体自身的资源优势不同，需要借原有优势发力；四是技术发展迅速，面临移动互联网、大数据、能源互联网等多重发展驱动。综合以上因素造成社会主体进入售电侧没有可“拿来就用”的商业模式。该问题的解决之道是企业除了组建专业团队自身调研分析、设计商业模式和规划业务范围之外，还可以聘请在该领域沉淀多年的咨询公司，通过科学方法确定企业的战略、组织和业务，然后在实践中再动态调整优化。

专业化人才方面的现状是，电力系统内有较多跃跃欲试想出来干事业的专家，但是售电公司尚不稳定的前景和薪酬承诺，是系统内专家犹豫不决的主要因素，一些位居二线或临界退休在电力营销领域深耕多年的主管领导，成为售电公司聚焦的主要受众。笔者已经看到个别有先见之明的行业主体在配售电领域成立了电库人力资源服务公司，为专业人才和需求企业提供对接帮助。随着信息双方资源共享更多、需求更透明，售电改革继续加速，售电主体寻得合适的专业化人才将不再是难题。

对于售电业务的信息支撑平台，不仅是政策文件要求具备的硬件条件，更是售电主体开展业务必须依赖的支撑工具。信息化发展到今天，加之售电领域各相关方已经具备先进信息化平台环境、售电实时复杂的结算业务、数据价值挖掘的增值服务等，单靠人力手工无法支撑售电业务的运转。笔者结合多年在电力营销信息化的实践经验，以下提出选型一个优质售电平台的评判建议，为社会化售电公司选型售电平台系统提供参考。

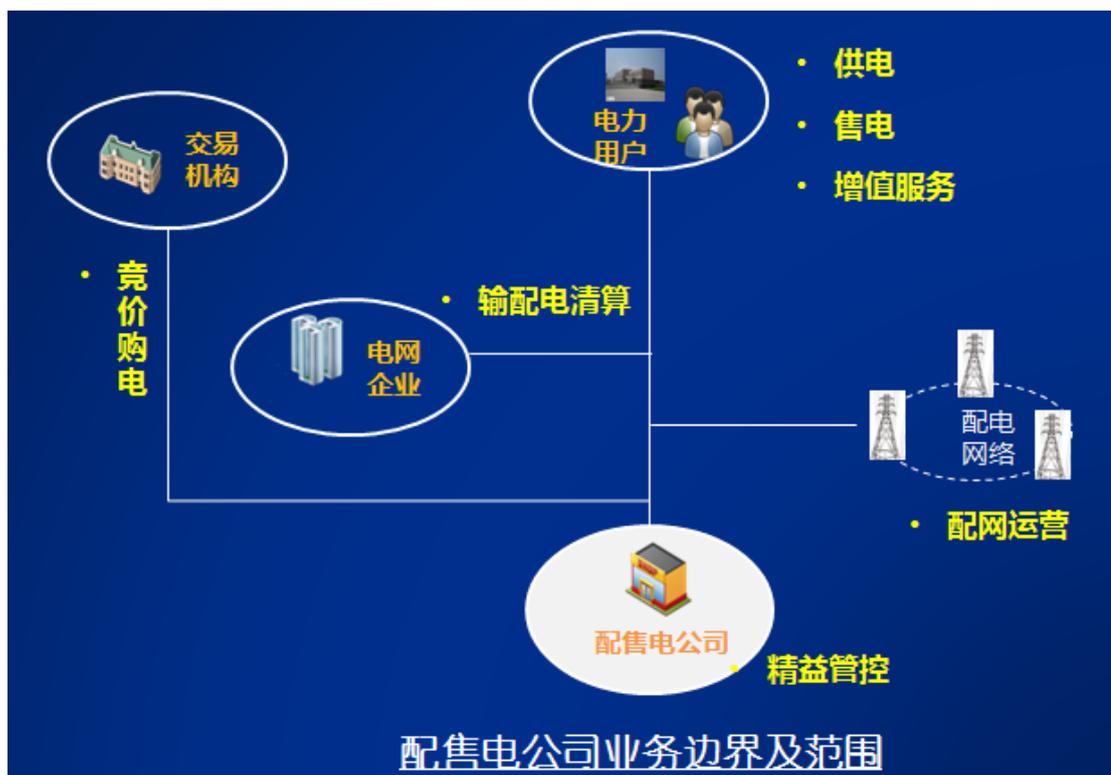
在电改配套文件《关于推进售电侧改革的实施意见》中明确规定：售电公司分三类，第一类是电网企业的售电公司。第二类是社会资本投资增量配电网，拥有配电网运营权的售电公司。第三类是独立的售电公司，不拥有配电网运营权，不承担保底供电服务。本文主要针对后两类售电公司（以下简称配售电公司、独立售电公司）需要的售电平台

进行分析。

独立售电公司和配售电公司业务范围分析



独立售电公司在电力交易市场上竞价购电，由电网企业为终端客户提供抄表、核算、计量等供电服务，其自身面向重点电力客户的基本业务包括进行市场开拓、维护客户关系、提供客户服务，套餐化售电业务是其核心关键业务，通过和购电竞价的联动结合不同客户用电特点、负荷性质，分析设计用户和售电公司双方均衡利益最大化的电价策略。更多的售电公司要为电力客户提供全方位的增值服务，例如线下的电力工程、电务服务等。如果要充分利用客户的用电数据，开展能效和其他数据服务，还需要考虑安装自有表计。因为供电服务都由电网公司负责，售电公司和电网公司业务的衔接、和电费结算有关的核查、电费试算也是需要考虑的部分。



对于配售一体化售电公司来说，除了要在电力交易平台上竞价购电、要和电网核算输配电过网费，还要负责物理配电网的安全运营保障，同时配售电公司一般管辖一个区域，需要在管理决策层面对于所有业务开展精益化过程管控，实时监测业务流程及效果，管理并防范风险。配售电公司承担的更多业务包括，对所辖配网范围内客户提供抄表、核算、收费、报装、计量等供电服务，对于市场化客户提供售电服务，对于增量配网的其它客户提供保底服务，还需要整合园区等配网范围内多类主体资源开展能效服务、电务服务、电力工程服务等增值服务，在业务发展到相关阶段，还可能行伸出金融服务、数据服务等更多业态。

售电平台选型的五个要素

基于以上对于两类售电公司的业务形态概要分析，笔者认为一个优质的售电平台至少要满足以下五个方面：

➤ 全方位支撑收益保障

售电平台不同于一般的业务管理系统，更大的价值在于能够智能化支撑售电各类测

算、结算、分析业务，最大化地保障售电公司的收益。在未来现货市场形成之后，需要结合管辖客户性质和负荷特征，精准预测负荷曲线，通过竞价模型在电力交易平台买到更便宜的电，降低购电成本；对于零售侧而言，需要针对细分客户制定多样化零售套餐，在售电量和售电收入间取得最佳博弈平衡；对于管辖客户的计费参数、计费结果、业扩变更带来的计量装置的变化，需要进行核查和预判，确保客户利益不流失。以上此类业务，因其响应的实时性、模型的复杂型、业务的关联性，都需要信息化平台提供功能予以自动实现，或至少要有系统提供预处理结果，再由专家审定。

➤ 支撑电网业务无缝衔接

售电公司和电网公司因为物理上存在输配电和用电的关联关系，同时对于独立售电公司来说电网公司为终端客户承担着供电服务，两个主体之间存在着复杂的业务交互关系。电网公司营销业务经过多年的发展和持续规范管理，已经有自成体系、内容广泛、规则复杂、管理严密的业务标准和工作内容，预期电网在未来对于社会化售电公司也会提供标准化的业务、数据交互规范以及对应的服务。售电公司初步介入售电领域，还需要在售电营销方面有逐步适应和理解的过程，因此售电平台的业务设计既要基于对原有电力营销业务的全面掌握、又要基于对电改政策及市场化售电业务形态的充分理解，平台的系统功能应流程合理、衔接顺畅，方能满足供电服务代办和各种客户业务数据的中间管理。

➤ 支撑园区供电业务高效运营

对于配售电公司而言，在一个区域性供电范围开展配电和售电业务，承担该区域的保底供电服务，其业务覆盖范围等同于现有电网公司的营销业务加部分配网运检工作。一方面要确保配电网供电可靠性及供电质量，开展日常运营、停电管理、安全检修等业务，另一方面对于到户的供电服务，包括了业扩报装、表计资产全生命周期管理、抄表、

计费结算。高压客户多计量方式复杂、计费方式复杂，在客户从新报装入户、到日常变更、到确定计费方案、实现周期性结算的全流程，具有很高的专业壁垒。因此需要售电平台能够全面支撑园区的配供电运营业务，同时具备可配置的工作流程、覆盖全面的计费模型、实现自动化异常核查等以提升工作质量、降低管理成本。

➤ **有效支撑增值业务开展**

无论是独立售电公司还是配售电公司，在“得客户者得天下”的现实商业环境时代，为了拓展客户市场，除了满足客户快速接电、正常用电的基本需求之外，同时还要通过更多的延伸增值服务帮客户提升能源使用效率、降低用能成本，为客户带来切实的价值。可以预想的增值服务包括帮用户管理能效、实施需求响应、开展电务服务、提供电力工程服务等，这些服务相对独立，一般融合了线下处理和线上监测等手段，售电平台要能以组件化方式按售电公司所需灵活提供增值服务功能模块，也可以针对已有或独立的增值服务系统提供统一数据接入和业务交互，保障售电主体整体范围的数据全面和一致。

➤ **采用先进可靠的技术架构**

先进的技术架构和技术路线，是优质售电平台具备的基本要素。对于有条件的售电公司，可以聚集专业资源，提前开展业务研究和平台规划工作。技术上可优先基于移动互联网技术架构建设售电云平台，满足稳定可靠、数据安全、易扩展、易集成、灵活配置的技术要求，同时考虑信息化专业人员、自有系统运维能力、运维成本等因素，把售电平台部署在云端，可以降低企业运营初期信息化投入及日常运营开支。对于配售电一体具备多种业态的公司，售电平台应该能够实现个性化定制的业务需求，提供项目型部署在公司本地侧的方案，并提供持续的系统功能升级和日常运维服务。