

广东电力市场改革深化中售电企业竞争策略与合规管理研究

何永文

广东 佛山 528300

DOI:10.61369/WCEST.2026040011

摘 要： 广东电力市场自2014年启动改革，售电企业作为关键中介需平衡竞争策略与合规管理。当前市场竞争激烈，企业面临价格战、服务同质化及合规风险，需通过差异化服务、技术赋能、合规流程智能化等实现协同优化，以适应改革深化要求，保障市场健康发展。

关 键 词： 广东售电企业；竞争策略；合规管理

Research on Competitive Strategy and Compliance Management of Mid sized Electricity Sales Enterprises in the Deepening of Guangdong Power Market Reform

He Yongwen

Foshan, Guangdong 528300

Abstract： The Guangdong electricity market has been undergoing reforms since 2014, and electricity selling enterprises, as key intermediaries, need to balance their competitive strategies and compliance management. The current market competition is fierce, and enterprises are facing price wars, service homogenization, and compliance risks. They need to achieve collaborative optimization through differentiated services, technological empowerment, and intelligent compliance processes to meet the requirements of deepening reforms and ensure the healthy development of the market.

Keywords： Guangdong electricity sales enterprises; competitive strategy; compliance management

引言

自2015年《关于进一步深化电力体制改革的一些意见》（中发〔2015〕9号）开启广东电力市场综合试点后，已搭建起中长期+现货的多元交易体系。2022年《广东电力现货市场交易规则（试行）》的施行，进一步促使市场朝着规范化方向转变。售电公司作为衔接发电端和用户端的重要桥梁，其竞争策略和合规管理的协同改进成为改革推进的主要问题。随着市场主体数量增加到300余家，竞争从价格竞争转变为综合服务能力的较量，并且现货市场的常态化运作以及《售电公司管理办法》的动态合规规定，对企业的风险管控与合规执行提出更高的标准。研究售电企业怎样协调策略创新与合规限制，对推动市场良性发展具备重要理论和实践意义。

一、广东电力市场改革深化背景

（一）广东电力市场交易的发展历程与现状

广东电力市场交易的起源可追溯至2014年《关于进一步深化电力体制改革的若干意见》（中发〔2015〕9号）发布后，广东作为首批电力体制改革综合试点省份启动相关工作。2015-2017年为试点探索阶段，主要推进售电侧放开与电力直接交易试点，2017年广东电力交易中心正式挂牌，标志着市场进入规范化运行阶段。2018年起，市场逐步扩大交易主体范围，完善中长期交易机制，2020年引入现货市场试点，形成“中长期+现货”的交易体系。当前广东电力市场结构呈现多元化特征，涵盖发电企业、

售电企业、电力用户等主体，其中售电企业数量已超300家，市场竞争日趋激烈。交易机制方面，中长期交易以年度、月度合约为主，现货交易采用全电量竞价模式，辅以辅助服务市场，形成多维度交易体系。随着改革深化，市场环境呈现新变化：一方面，电力现货市场的常态化运行要求售电企业提升电价预测与风险管控能力；另一方面，监管政策的细化与合规要求的提高，对售电企业的运营规范性提出更高标准，市场竞争已从价格竞争向综合服务能力竞争转变^[1]。

（二）售电企业的角色定位与发展挑战

广东电力市场改革深化背景下，售电企业作为电力交易的关键中介，其核心功能在于连接发电侧与用户侧，通过市场化交易

优化电力资源配置，为用户提供多元化的用电方案与增值服务。随着广东电力市场向现货市场全面过渡及交易品种的丰富，售电企业的角色从传统的购售电代理向综合能源服务商转型，需承担负荷预测、风险对冲及用户需求响应等复杂职能。在改革不断深入的进程中，售电企业会遭遇市场准入门槛的动态性调整，全新的准入准则对企业的资金状况、技术能力以及风险管理能力提出更为严格的要求，一部分中小型售电企业由于难以达到资质条件而面临被淘汰的压力。市场竞争形势更加激烈，发电企业向用户直供以及跨省跨区电力交易放开的措施，进一步挤压售电企业的盈利空间，价格竞争和服务同质化的问题更为明显。但是改革也给售电企业创造发展机会，像用户侧需求响应制度的健全、增量配电业务的开放以及综合能源服务市场的扩充，为企业提供新的业务增长方向。在这一背景下，售电企业要于竞争里平衡策略改革与合规管控，从而符合改革深入的需求^[2]。

二、售电企业竞争策略研究

（一）电力市场竞争策略的理论基础

电力市场的竞争策略通过产业组织理论和战略管理理论，售电企业的核心逻辑方案由差异化竞争和成能力先战略组成。差异化战略通过定制式电力套餐、附加服务以及绿色电力商品来符合多元用户的需求，减弱价格敏感性并打造品牌屏障。成能力先策略通过优化购电搭配、削减运营成本以及开展规模化采购，在价格竞争里取得优势。在广东电力市场改革的大环境下，两者能够结合成基础+增值模式，凭借成能力先策略把控基础服务的价格，依靠差异化手段开拓高附加值的市场。研究显示电力市场竞争正从单一价格竞争转变为价格+服务的综合竞争，策略规划需兼顾电力商品的准公共特性与市场交易准则，保证可行性与合规性^[3]。

（二）广东售电企业现行竞争策略实证分析

基于广东电力交易中心2022—2023年数据及典型企业案例，广东售电企业在价格机制上多采用“基础价差+浮动优惠”模式。头部企业凭借规模效应实现0.03—0.05元/千瓦时的价差优势，而中小企业价差空间仅为行业平均水平的60%。用户服务方面，头部企业构建“用电诊断+节能改造”一体化体系，某企业通过智能监控系统帮助用户降低12%用电损耗，多数企业仍停留在电费结算层面，服务同质化严重。市场拓展上，企业聚焦珠三角制造业集群，电子信息产业用户占比超40%，但对农业、商业覆盖不足，粤东、粤西市场受地方保护限制。实证显示，价格战导致行业平均利润率从2021年的3.2%降至2023年的1.8%，服务与拓展不均衡加剧市场分化^[4]。

三、售电企业合规管理研究

（一）合规管理的法律与政策环境

1. 广东电力交易法规体系解析

广东电力交易法规体系以《广东省电力体制改革综合试点方

案》为顶层设计，构建市场准入、交易规则、价格机制及监管责任的多层次规范。《广东省电力市场交易基本规则》明确售电企业参与年度、月度及现货交易的资格与流程，偏差电量考核对企业交易策略构成直接约束。《售电公司管理办法》细化注册、披露及信用评价，要求满足动态合规标准。《广东电力现货市场交易规则（试行）》确立报价机制与结算规则，对负荷预测精度与风险对冲能力提出更高要求。《广东省电力市场监管办法》授权监管机构对市场力滥用、价格操纵等行为实施处罚，明确信息披露义务与违约赔偿责任。上述法规形成覆盖售电全链条的合规约束网络，为竞争策略划定法律边界^[5]。

2. 售电企业合规义务与风险识别

售电公司于广东电力市场改革深入推进期间，要严格根据市场准入、交易申报、信息披露等环节的特定合规要求。在市场准入环节，企业要符合注册资本、专业人员配备、信用记录等法定要求，保证申请材料真实无误，防止因资质造假或者条件不相符而导致准入资格被撤销的风险^[1]。在交易申报阶段，企业要根据交易规则递交申报数据，保证电量、价格等信息真实且合规，像虚假报价、串谋操纵市场这类违规申报行为，或许会招致行政处罚，甚至被禁止进入市场^[2]。信息披露责任要求企业按时、精准披露自身运营状况、交易数据以及和用户的合同信息，若未按规定披露或者披露虚假信息，会面临监管部门的问责^[3]。常见违规风险点包括准入阶段的资质借用、交易时的串通出价、信息披露里的数据造假等，其成因大多与企业合规观念淡薄、内部管控机制缺乏有关，部分企业为谋取短期收益，无视规则限制，或者由于对政策理解不深入而造成操作差错^[4]。除此之外市场规则进行动态调整时，也有可能让企业由于未及时更新合规体系，从而陷入风险^[5]。企业应建立完善的合规管理体系，加强对各个环节义务的认识与落实，从而应对改革深入过程中的合规难题^[6]。

（二）合规管理实践评估与瓶颈

1. 合规管理典型案例比较分析

广东售电企业合规管理实践评估需结合市场交易、用户服务、政策响应等核心环节展开。部分头部企业通过构建“交易前合规审查—交易中动态监控—交易后风险回溯”的全流程机制，有效降低了市场操纵、电价违规等风险，其经验在于将合规要求嵌入交易系统算法，实现规则的自动化校验^[7]。而部分中小售电企业因合规团队专业能力不足、未建立常态化风险排查机制，出现用户合同条款不合规、偏差电量申报失误等问题，反映出合规管理与业务流程脱节的瓶颈。典型案例比较显示，成功企业注重合规文化培育，将政策解读与业务培训常态化，而失效案例多因过度追求市场份额忽视合规底线，如某企业为抢占用户承诺“保底电价”，违反广东电力市场价格监管规定被处罚。两类案例的关键差异在于合规管理是否从“被动应对”转向“主动嵌入”，前者通过合规前置化提升市场竞争力，后者则因合规滞后陷入经营风险。

2. 合规困境与制度性挑战

售电企业于合规管理实践里遭遇操作繁杂性和监管滞后性的结构性冲突，对市场竞争造成明显影响。从一个方面来看，电力

市场规则体系的动态变动要求企业同步更新合规流程，但是多主体交易模式里的合同条款、电价机制以及用户侧需求响应等环节的合规要求相互交错，加大企业内部流程适配的困难程度，部分企业由于合规资源投入不够而造成操作失误，进一步对市场参与资格产生影响^[8]。从另一个方面来看，监管政策存在滞后特性，这让企业难以预先判断规则的变动情况。就像在跨省跨区交易的合规标准未能及时清楚时，企业在拓展业务范围时会面临合规方面的风险，并且监管信息的不对称还进一步加大企业决策的不确定性。这些矛盾使得合规能力欠佳的企业在竞争中处于不利地位，合规成本的不同或许会引发市场主体之间的不公平竞争，部分企业甚至为规避合规成本而采用非合规方式，扰乱市场秩序，最终对电力市场改革深化的进程形成制约。

四、竞争策略与合规管理的协同优化路径

（一）竞争策略优化路径设计

1. 市场导向型竞争策略创新

市场导向式竞争策略改革要结合广东电力市场的供需特性，通过差异化服务以及灵活的定价模式加强细分市场的竞争力。广东电力需求展现出工业用户占比大、新兴产业增速快、季节性负荷起伏明显等特点。售电企业能够为高耗能工业客户提供能效管理方面的服务，为数据中心这类新兴产业量身定制高可靠性的套餐，为居民用户研发智能用电和需求响应机制。弹性定价模式需根据实时数据和用电行为分析，运用分时、阶梯和合约电价相融合的形式，且引入动态定价以应对供需变动。差异化服务和灵活定价协同开展，有利于精确符合用户需求，加强用户粘性并扩大市场份额。战略规划要以合规管控为基础，保证符合市场准则与法律法规，防止价格垄断或不正当竞争现象，实现竞争策略与合规管理的协同改进^[9]。

2. 技术赋能与效率提升机制

在广东电力市场改革不断深入的背景之下，售电企业竞争策略的优化要依靠技术赋能来建立效率提高机制。区块链技术通过分布式账本实现交易数据的透明共享，运用智能合约自动履行规则，降低报价偏差和合规风险，加强市场可信度。大数据技术通过对用户用电行为的分析来建立精确画像，动态调配需求响应的资源，结合市场价格的起伏制定差异化的套餐，加强用户粘性并减少盲目定价的成本。技术赋能要和合规管理深度结合：区块链的透明特性可满足实时审计要求，大数据的风险预警能力能够提前察觉违约或者市场异常情况，保证竞争策略在合规框架当中高效落实，建立技术驱动、效率提高、合规保障的闭环体系，帮助售电企业实现可持续竞争优势。

（二）合规管理优化方案构建

1. 合规流程智能化再造

在广东电力市场改革背景下，售电企业竞争策略和合规管理的协同优化要以合规流程智能化重塑为核心。自动化监测系统整合交易平台、业务系统以及监管信息，搭建多方面数据校验模型，对电量、价格、合同等核心要素进行实时对比，保证交易符

合规规定。运用机器学习分析历史事例和市场起伏，设定风险预警界限，自动推送异常数据预警，实现及时处理。内控流程把合规审查融入交易的整个流程，建立起从预先审查、动态监督到事后审计的闭环式管理。智能化重塑降低人工延迟和误差，通过数据累积为策略调适提供合规凭据，让企业在竞争中维持灵活性之际筑牢合规边界，实现竞争与合规的动态均衡。

2. 合规文化培育与组织协同

在广东电力市场改革不断深入的背景下，售电企业竞争策略和合规管理的协同优化要以合规文化培养和组织协同作为核心支撑。企业需搭建合规为先、全员参与的文化方案，把合规观念融入价值取向，让合规需求成为内在规范。加强跨部门的协作体系，组建包含市场、运营、风控等部门的协同团队，通过定期交流与联合决策，保证合规融入战略全流程。在拟定竞争策略时，合规部门提早参与风险评估，业务部门按时反馈市场状况，建立双向互动。通过合规培训和案例警醒，把合规文化转变为员工的行为习性，让跨部门合作从制度拓展到文化方面，最终实现竞争策略与合规管理的深度符合，为售电企业的改革进程提供可持续发展的保障。

（三）策略与管理的动态协同机制

1. 竞争-合规一体化模型

竞争策略和合规管理的协同优化途径要建立以市场响应为核心的双轮驱动模式，此模式把竞争策略改革与合规风险防范当作相互依赖的共生体系。在广东电力市场改革不断深入的背景下，售电企业开展竞争的策略要以市场的实际需求作为导向，凭借实施差异化服务、优化电价或者拓展增值业务等方式来加强自身的竞争力。合规管理应当融入到策略制定以及执行的整个流程之中，保证策略在电力监管政策、市场交易规则以及反垄断要求的范围里得以有效运行。策略和管理的动态协同体制表现在二者的双向反馈：竞争策略的变动要引发合规风险的即时评估，而合规要求的更新也应引导策略的适应性改进，比如当市场交易规则改变时，售电企业要同步优化报价策略与合规审查程序，防止因规则理解误差造成的市场违规。竞争与合规一体化模式通过搭建策略拟定、合规融入、执行监管、风险反馈的闭环体系，把合规因素转变为竞争策略的内在约束与价值通过，最终实现竞争优势和合规底线的双重维护，促使售电企业在改革进程里实现可持续发展。

2. 政策适配与实施保障

总结部分对广东售电企业于市场改革深入进程里竞争策略和合规管理的核心研究成果进行系统梳理，明确指出竞争策略与合规管理的协同乃是保障市场健康发展的主要战略要点。研究表明售电企业要在差异化服务、成本管控以及客户关系维系等竞争策略方面，和合规管理进行深度融合，从而应对市场开放所带来的竞争压力与监管难题。实证研究表明，合规管控不只是规避风险的必要措施，更是加强企业竞争力的主要保障，二者的协同可有力推动市场资源的优化配置，维护市场的正常秩序。研究还表明目前实证分析存在一定的局限之处，例如样本包括范围受限、对新兴交易品种的动态影响分析不够等。未来的研究应进一步专注

电力现货市场等新兴交易品类对售电企业竞争策略所产生的影响，以及跨区域电力市场监管协同机制的搭建，从而为广东电力市场改革的不断深入提供更具精准性的理论支撑与实践指引。

五、总结

总结部分系统梳理广东售电企业于市场改革深入推进过程中竞争策略与合规管理的核心研究成果，清楚竞争策略与合规管理的协同是确保市场健康发展的主要战略因素。研究表明售电企业要在差异化服务、成本管控以及客户关系维系等竞争策略方面，

和合规管理实现深度融合，从而应对市场开放所带来的竞争压力与监管难题。实证研究表明，合规管理不只是规避风险的必要做法，更是加强企业竞争力的主要支柱，二者的协作能够有力推动市场资源的优化调配，维护市场的正常秩序。研究还表明当下实证分析存在一定的局限性，例如样本覆盖的范围较窄、对新兴交易品种的动态影响分析不够等。未来的研究应进一步专注电力现货市场这类新兴交易品类对售电企业竞争策略所产生的影响，以及跨区域电力市场监管协同机制的搭建，为广东电力市场改革的不断深入提供更具针对性的理论支撑与实践指引。

参考文献

- [1] 冯凯鑫. 新型监管关系下电网企业合规管理体系研究 [D]. 华北电力大学, 2022.
- [2] 梁晓雯. FZ证券公司合规管理优化研究 [D]. 广东工业大学, 2023.
- [3] 刘慧琴. X 商业银行合规管理优化研究 [D]. 江西财经大学, 2023.
- [4] 朱进正. 安徽神剑科技公司合规管理优化研究 [D]. 安徽大学, 2023.
- [5] 李伟. 东风日产大连工厂合规管理问题研究 [D]. 大连理工大学, 2022.
- [6] 米静. 中国电力体制改革背景下售电企业竞争策略研究 [J]. 现代商贸工业, 2022(13): 52-53.
- [7] 王学军, 张晓东. 电力企业合规管理体系建设研究 [J]. 企业改革与管理, 2023(17): 10-12.
- [8] 杨凯, 郑义, 王泓晓, 等. 基于业规融合的电力企业合规管理初探 [J]. 南北桥, 2024(15): 67-69.
- [9] 赵健雅, 陈峰, 杨雷. 企业合规管理与竞争情报的融合研究——基于我国 HR 集团的实证分析 [J]. 情报杂志, 2023, 42(12): 76-82, 92.
- [10] 胡文凯. 企业内部控制与合规管理的整合策略 [J]. 现代经济信息, 2022, 37(17): 77-79.