

浙江新能源全量入市“靴子落地”

市场化定价时代到来

■ 张悦 杜协峻 王佳栋

11月4日,《浙江省新能源上网电价市场化改革实施方案》(以下简称《方案》)及三项配套实施细则挂网公开。这意味着浙江新能源全量入市的“靴子”正式落地。

《方案》实施后,浙江省新能源发电上网电量将全部参与电力市场交易,全面执行市场化的上网电价。

市场外,“多退少补”的“差价结算机制”在《方案》中予以明确。即,自2026年1月1日起,对于2025年6月1日(不含)前全容量并网存量项目,统调新能源最高按年度电量总规模的90%纳入机制电量,其他新能源不高于100%,享受0.4153元/千瓦时的机制电价保障(具体比例与该电站以往参与绿电交易的情况相关联);对于2025年6月1日起全容量并网的增量项目,单个项目机制电量规模、机制电价将通过市场化竞价方式形成。

自此,浙江新能源正式从补贴时代、平价时代进入市场化交易新阶段。

■ 稳步走出“新手保护期”

对于浙江多数新能源电站投资者和运营商而言,新能源入市相当于水到渠成。

改革的伏笔早在2024年底就已埋下。当时《2025年浙江省电力市场化交易方案》的出台,首次打破全量保障性收购的长期惯例,明确统调风光项目10%电量纳入现货市场试点,以供需为导向执行浮动电价,新能源市场化的“闸门”悄然打开。

浙江的先行探索,植根于其雄厚的产业规模化基础。依托“风光倍增计划”及各地超百亿元新能源制造业补贴的政策合力,浙江全省已构建起从生产设备、核心原材料到终端应用产品的完整产业链条。成熟的配套体系不仅有效摊薄企业运营成

本,更驱动产业效能持续提升,带动新能源规模化发展。

在电量保障性收购、建设成本下降、补贴政策支持等多重刺激下,浙江省光伏快速发展。截至9月底,浙江新能源装机占总电源装机近四成,其中,光伏装机已经超过煤电,成为全省第一大电源。

高速扩张的同时,深层矛盾亦逐步显现。投资成本下降与全额收购政策吸引社会资本蜂拥而入,部分地区出现盲目投资,造成社会资源浪费、行业投资效益降低,“保量保价”的运行逻辑已难以维系。

今年1月,国家发改委、国家能源局联合印发《关于深化新能源上网电价市场化改革 促进新能源高质量发展的通知》(以下简称“136号文”),成为行业转型关键节点。

136号文终结了新能源行业依赖十年的“确定性”。即,取消标杆电价与保障性收购,转而实施全面市场化交易,并在市场外建立机制电量部分“多退少补”的差价结算机制,以此平滑收益波动、降低投资风险,为市场化改革搭建过渡“桥梁”。其于今年6月1日为限,区分存量、增量项目分类施策。“老人老办法、新人新路子”的设计,既守住了存量项目投资者的信心,又以市场化倒逼增量项目提质增效。

7月1日,浙江省发改委、浙江省能源局印发《关于做好新能源上网电价市场化改革过渡期有关结算事项的通知》,明确6月1日至《方案》出台前,存量项目继续执行现行价格政策及市场规则,增量项目仅纳入10%上网电量按现货实时市场发电侧同类项目(分风电、光伏两类)电量加权均价结算电量电费,其余上网电量仍执行浙江省煤电基准价,平稳推进改革过渡。

“就像教孩子学游泳,先套个救生圈适应水温。”相关政策制定者这样比喻政策设计的初衷。一系列的前奏,只为留给市场更多的缓冲期。

■ 多措并举确保入市“轻装上阵”

在推进改革的过程中,各地因省情网情不同,往往有着不同的“章法”与“路线”,“因地制宜”是最大原则。

分布式光伏是浙江新能源发展的核心力量。截至今年6月底,浙江分布式新能源主体超过44万户,装机达4943万千瓦,是全省光伏装机的主力。

如何最大限度助力这些单体规模小、交易能力弱的分布式光伏平稳脱离政策“温室”,顺利融入市场化交易,是方案是否顺利落地的前提。基于这一思路,针对不同类型新能源项目,《方案》制定了“分类施策、梯度入市”的具体路径。

对于数量少但规模大、且前期已具备入市基础的省统调新能源场站,《方案》延续了“报量报价”的直接交易模式,使其继续以成熟主体身份参与市场博弈。而针对占比超八成的分布式光伏及其他非统调新能源,则给出了“过渡期缓冲”方案——暂时允许这类项目以“接受现货市场价格”的方式参与交易,具体按现货实时市场同类项目(分风电、光伏两类)的月度平均价格结算。这一设计省去了小散业主自主报价、应对复杂交易规则的环节,大幅降低了其入市的操作门槛与学习成本。

除了“分类入市”,《方案》还针对存量、增量项目的不同诉求,给出了差异化的收益保障政策。

在存量项目方面,考虑到早期分布式光伏建设成本高、年利用小时数相对较低的历史背景,《方案》将其机制电量比例上限设为100%,同时沿用0.4153元/千瓦时的机制电价水平。这一“保底”政策为存量项目业主吃下“定心丸”。

在增量项目的竞价权益保障上,《方案》则体现了“灵活性与选择权”的双重特

点。分布式光伏业主可根据自身情况,自主选择两种竞价方式:若有专业能力,可通过聚合体统一参与机制电价竞价;若希望降低风险,可选择按竞价下限参与,由系统自动申报、优先出清,其机制电量则根据项目装机容量、同类项目年发电利用小时数标杆及全省统一比例综合确定。

此外,《方案》还在“减负”上做文章。其中明确提出,将持续丰富辅助服务市场交易品种,适时建立备用辅助服务市场,允许具备调节能力的新能源项目参与其中、获取额外收益。规定配置储能不作为新建新能源项目核准、并网、上网等的前置条件。新能源项目在现货市场运行期间,无需承担调频、备用等辅助服务市场费用。

“增收减支”的组合拳,进一步降低了新能源项目的市场参与成本,让其能“轻装上阵”应对市场竞争。

■ 转向“精耕细作”全生命周期效益

新政的落地,让一些新能源企业倍感压力,但也为改变的发生创造了契机。

在等待136号文在各地落地期间,不少新能源从业者已在筹谋。有的联合电力咨询机构开展内部培训,打造既懂技术又通市场的电力交易团队;有的则通过模拟交易平台反复推演,提前熟悉现货市场的价格波动规律与竞价策略。

主动求变的背后,是新能源行业对市场逻辑的重新认知。入市交易并不意味着“简单报量报价”,而是涉及供需预判、成本核算、风险控制等系统博弈。在新政框架下,无论是增量新能源项目争取更优的机制电量比例与价格,还是参与现货市场,皆是如此。

更深远的影响在于,“市场化时代”的开启正在彻底扭转行业的发展逻辑。从过去追求装机规模的“跑马圈地”,转向聚焦

全生命周期效益的“精耕细作”。

各地新能源运营商已开启运营优化专项计划,从项目选址阶段的资源评估,到建设过程中的成本管控,再到并网后的运维效率提升,每一个环节都引入量化指标。过去依托保障性收购政策,新能源运营商更关注“能建多少”,现在必须算清“市场账”。这种转变虽然痛苦,但却是行业走向成熟的必经之路。

“新能源长期向好的基本面依然稳固,136号文的出台,标志着行业发展模式正式由政策驱动向市场驱动转变,这不仅彰显出产业正在走向成熟,更是迈向高质量发展的重要里程碑。”国网浙江经研院相关专家张韦维说,未来谁能掌握“负荷资源”,谁能精准匹配用户需求,谁就能在市场竞争中占据主动。对浙江这样的用电大省而言,庞大的负荷需求与活跃的市场交易,仍是吸引优质新能源项目的“磁石”。

而在这场行业变革中,电价作为连接供需两端的核心纽带,其变化趋势始终是市场关注的焦点。

从市场整体运行来看,新能源的“低价属性”正在为电价稳价降价提供支撑。光伏、风电等新能源发电几乎没有燃料成本,其边际成本远低于传统火电机组。“新能源的大规模参与,相当于为市场注入了‘低价电源’,工商业用户将有更多机会购买到清洁低碳的绿色电力。”张韦维解释。

这种价格提升还在推动电力系统资源配置效率的提升。新能源入市后,市场交易价格可以更加充分反映电力供需的时间波动和地理差异,体现电能量真实价值,提升资源配置效率,最终促进“低价电源多发、高价电源顶峰发”。

从长远看,新政带来的不仅是行业格局的重塑,更是发展红利的再分配——最终,无论是企业、用户还是整个社会,都将共享新能源高质量发展的成果。



冬供全面就绪！北京全力保障市民今冬安心用气

图片新闻

随着气温逐渐走低,首都北京即将正式进入新一轮采暖季。近日,从北京燃气集团获悉,首都冬季燃气保供工作已全面就绪。截至目前,位于天津南港的自有应急储备资源已提前落实,10座LNG储罐已全部投产使用,冬供前罐存可达80%,充分满足北京冬供期间应急调峰需求。值得一提的是,经过严格工艺处理的生物质天然气今冬将首次在北京并网,体现了能源供应与绿色发展的有机结合。图为北京燃气集团员工集中巡检燃气设备设施,确保其冬供期间稳定运行。

田源/图文

本供暖季能源供需总体平衡

本报讯 记者获悉,为做好今年迎峰度冬工作,国家发改委会同有关方面,从抓好能源供应、资源储备、应急调度等关键环节入手,为今年供暖季能源保供打好基础。综合研判,今年供暖季能源供需总体平衡,民生用能保供稳价和群众温暖过冬有保障。

提升供应能力。前三季度,规模以上工业原煤、天然气产量分别同比增长2.0%、6.4%;截至9月底,全国累计发电装机容量37.2亿千瓦,同比增长18%;10月份以来,国家铁路电煤装车保持在日均5.6万车的较高水平。

夯实储备基础。截至10月27日,全国统调电厂存煤2.2亿吨,可用35天以上;地下储气库已完成年度注气任务,实现满库入冬。

国家发改委将加强统筹协调,全力保障群众温暖过冬。一是加强组织协调,供暖季期间,将坚持日调度、周会商,压实地方和企业保供主体责任,及时协调解决供需矛盾;二是保障能源生产供应,推动能源资源安全稳产增产,各类发电机组应发尽发;三是严格能源中长期合同履约,确保民生用能足额稳定供应;四是做好尖峰保供和应急保障,发挥好储备调节作用,加强跨省跨区电力调度,做好低温雨雪冰冻等恶劣天气的应对准备。(刘志强)

富士康高调进军储能赛道

宣布正式量产,规划年产能3GWh

■ 本报记者 卢奇秀

日前,富士康新能源电池(郑州)有限公司(以下简称“富士康新能源”)在郑州举行发布会,旗下储能品牌——富储储能正式亮相,并宣布正式实现量产。这座储能基地规划年产能3GWh,配备2万平方米厂房及先进Pack自动化产线,标志着富士康在储能领域的实质性布局迈出关键一步。

作为全球领先的电子科技制造服务商,富士康此次高调进军储能市场,并立下“宏愿”,即“用5年左右进入全球储能行业TOP阵营”。在储能行业竞争日趋白热化的当下,富士康底气何在?又将为行业格局带来哪些变数?

■ 发布多款产品

发布会现场,富储储能发布了多款产品,覆盖工商业储能与大型储能核心场景。包括已落地产品工商储系列(261kWh/522kWh)、4.32MWh组串式储能系统;同时预告将于明年推出基于587电芯的488kWh储能产品、6.25MWh储能集装箱,以及备受关注的9.37MWh集装箱

系统——“能量巨兽9370”。

据悉,这款“能量巨兽”采用富士康专利C2R巧叠技术,在标准20尺集装箱内实现9.37MWh容量,比业内现有的常规产品能量提升87%,显著增加单位面积能效。

储能产品大型化是近几年的发展趋势。标准20尺集装箱系统容量由3.44MWh跃升至当前主流的5MWh,包括宁德时代、远景能源等在内的头部企业,将容量进一步推到了6MWh、6.25MWh,甚至8MWh以上。

产品向大而行的同时,风险无疑增加。富士康新能源产品开发总监王章保认为,“储能安全之所以难做,是因为系统非常复杂。这在零部件和储能全生命周期运维管理上尤为突出。传统单点防护的设计理念,面对复杂的储能系统不再奏效。”

为此,富士康确立了系统安全的研发理念。王章保介绍,富士康所有储能产品均基于“三高一长”的理念设计打造,即高安全、高可靠、高效率、长寿命,储能产品各环节采用了性能更优的防护技术手段。比

如,在防止电芯热扩散方面采用了2毫米的气凝胶材料,隔热效果是行业水平的两倍以上;另外其自研的BMS也具备更丰富的安全诊断算法,助力实现早期安全预警。

■ 谋求全链路一体化

富士康为何要入局储能领域?

在消费电子行业增长放缓的背景下,代工生意的利润空间被不断压缩。为了快速转型,富士康启动“3+3”转型战略——聚焦人工智能、半导体、新世代通信三大核心技术,赋能电动车、数字健康、机器人三大未来产业,力图打破代工依赖,转向更具技术含量的智造。

当前全球储能市场正经历前所未有的高速增长,恰如其时地提供了理想的发展赛道。2023年4月,富士康新能源总部揭牌成立,宣布将重点布局电动车、储能等新兴产业,将其打造成富士康全球创新和产业布局的核心基地和重要标杆。2024年10月,富士康新能源正式落户郑州航空港,聚焦储能业务,可兼容源网侧、工商业

全场景产品制造。

“储能不是一场‘百米冲刺’,而是一场长达十年甚至更久的‘马拉松’。”富士康新能源营销总监谭来安在发布会上表示,依托富士康全球领先的精密制造技术与垂直整合能力,公司构建了以上海研发中心为创新核心、武汉试制中心为转化枢纽、郑州运营生产中心为制造基地的储能产业闭环,实现了“研发—制造—营销—运维”全链路一体化,展现出“真金白银”投入、稳步推进新能源产业的决心。

尽管如此,储能领域作为技术密集型产业,与富士康传统印象中劳动密集型形象截然不同,其较高的技术门槛和专业壁垒不容忽视。回顾其跨界历程,富士康早年曾凭借资本优势,通过投资与人股等方式尝试进入汽车行业,但成效似乎尚未充分显现。

■ 市场认可度短期存疑

富士康入局储能赛道将带来怎样的影响?业内分析指出,其突出的优势在于强

大的规模化制造与精准的成本控制能力,这无疑会加剧市场竞争,给现有企业带来压力。

王章保表示,富士康将先进的精密制造经验以及完善的质量管理体系注入储能赛道,助力储能行业从粗放组装迈向精密制造。

然而,当前储能市场格局已初步形成。有观点认为,无论电芯制造还是系统集成领域,宁德时代、比亚迪、阳光电源等头部企业已构建起坚实的技术壁垒并占据了领先地位。富士康若想跻身头部阵营,面临巨大挑战。更重要的是,储能行业竞争正从初期的“价格比拼”,逐步转向以技术、服务和综合价值为核心的新阶段。在此背景下,富士康擅长的成本优势能否精准发力、有效转化为市场竞争力,存在不确定性。

另有分析指出,富士康在储能领域将直面三大挑战:一是尚未形成经过实际项目验证的成熟技术方案;二是在储能行业缺乏认可度和品牌影响力;三是从代工模式向技术驱动型业务的转型中恐未建立起清晰的商业模式。与已有多年积淀的头部企业同台竞技,富士康短期内恐难以形成明显优势。

但从长远来看,富士康在电子制造领域积累的全球供应链整合能力与国际化布局,恰恰与中国储能企业下一步“出海”的关键需求高度契合。未来三至五年,将是检验富士康储能产品能否真正打开市场、构建核心竞争力的关键窗口期。