

能源市场管理局上月宣布，裕廊东、裕廊西、文礼、先驱以及大士的家庭和商业电力账户，明年4月起将可率先从电力开放市场的运作模式中受惠，明年下半年全面开放电力零售市场后，所有家庭都可以自由“买电”。对家庭用户来说，“买电”的概念仍很新鲜，但本地超过20家的电力零售商早已摩拳擦掌，准备抢攻这块“电力大饼”。当电力市场全面开放时，包括家庭用户在内的130万个小型电力账户将有机会选择电力零售商，这一潜在的庞大顾客群无疑为有意拓展业务的公司企业提供了契机。能源市场管理局表明，不会限制进入市场的电力零售商数量，但将确保业者符合相关业务准则，违者法办；当局将毫不犹豫采取执法行动，维护消费者权益。

实况报道

杨 漾 yangyang@sph.com.sg
黎远漪 yuanyi@sph.com.sg

市场开放 电自由买



▲电力市场开放，卓丽玲希望从中找到最符合自家需求的电力配套，节省电费。（陈来福摄）

卓丽玲（39岁）一家居住在裕廊东一带的五房式组屋，每月水电费约百多元。虽然家用电量不算高，但她自认还有节约的空间。

她接受《联合早报》采访时说：“我们每晚睡觉都开冷气，加上老公是自由职业者，平日都在家里办公，会使用很多电器产品。我们其实可再多注意用电习惯，省点电费当然会更好。”

明年4月起，本地电力零售率先进军西部家庭电力市场后，卓丽玲便可直接向电力零售商买电，挑选最符合自家用电习惯的电力配套，希望借此进一步节省电费。

卓丽玲对能货比三家表示期待，也十分关注各零售商将推出的电力配套。她说：“我估计这些零售商推出的价格配套应该会大同小异，如果要真正吸引家庭用户，他们各自推出的额外服务或其他项目就要具有独特性，因为如果配套（与现有服务）差别不大，不如不换供电商。”

长久以来，新能源集团旗下的新能源服务公司（SP Services）是本地家庭用户唯一的供电商。

电力市场开放 消费者须清楚自己需求

为摸清消费者对电力零售商的接受度，胜科电力（SembCorp Power）今年向近400人进行了一项调查。结果显示，消费者不愿更换供电商的主要原因是嫌麻烦；不过零售商若能提供较低价格、捆绑配套和灵活合约期等选择，也能影响消费者是否要改变供电商的决定。

南洋理工大学能源研究院（Energy Research Institute@NTU）库坦博士（Sanjay Chittarajan Kuttan）接受《联合早报》访问时指出，消费者如何从电力开放市场受惠，除了取决于零售商在制定服务配套方面的创新程度，消费者本身也需对开放市场的概念有一定认知，了解自己的用电需求。

他说：“创新配套可以是向消费者供应产自本地的再生能源，结合智能科技让他们更清楚掌握家用电量，把节省开支视为一种奖励，又或与其他业者提供捆绑式配套，提供餐饮礼券或购物优惠等。”

库坦认为，全面开放电力市场是正确的发展方向，通过竞争达到产品服务创新，使电力市场百花齐放，消费者也能因选择多



▲新能源服务公司董事经理蔡其兴，为接下来会致力发展智能电表项目，并会继续扮演好中介的角色，为消费者提供更具价值和便捷的服务。（新能源提供）

而感到兴奋。但他提醒，消费者若要做知情选择，教育是关键。

他说：“消费者必须清楚自己要什么，仅仅是要节省电费吗？还是利用这个机会使用更环保的再生能源，但价格不一定便宜。”

“另外，如按高峰或非高峰时段选择电费，消费者就须改变用电习惯，以享有不同时段价格的优惠；要是选择了固定价格配套，就必须理解这类定价与浮动价格的差别。零售商也必须向消费者详细解释各种价格配套的差别，避免产生误解或接获投诉。”

公众对“电力是一种产品”只有模糊概念

成立于2015年的电力零售商Ohm Energy专攻家庭用户市场，公司总经理贺马（Jomar）受访时说：“自从听闻政府计划开放市场，我们便积极筹备成立公司。这几年一直在等待这项消息的宣布。”

这期间，公司员工也积极深入社区，了解公众对电力零售商的认识程度。

贺马说：“我们发现，公众对‘电力是一种产品’的概念仍不太鲜明，这方面需要一定的教育宣导工作，这也是业者面对的主要挑战。要人们接受买电的做法不难，问题在于他们需要多少时间做出转变。”

继续管理电网 新能源市场协调者角色不变

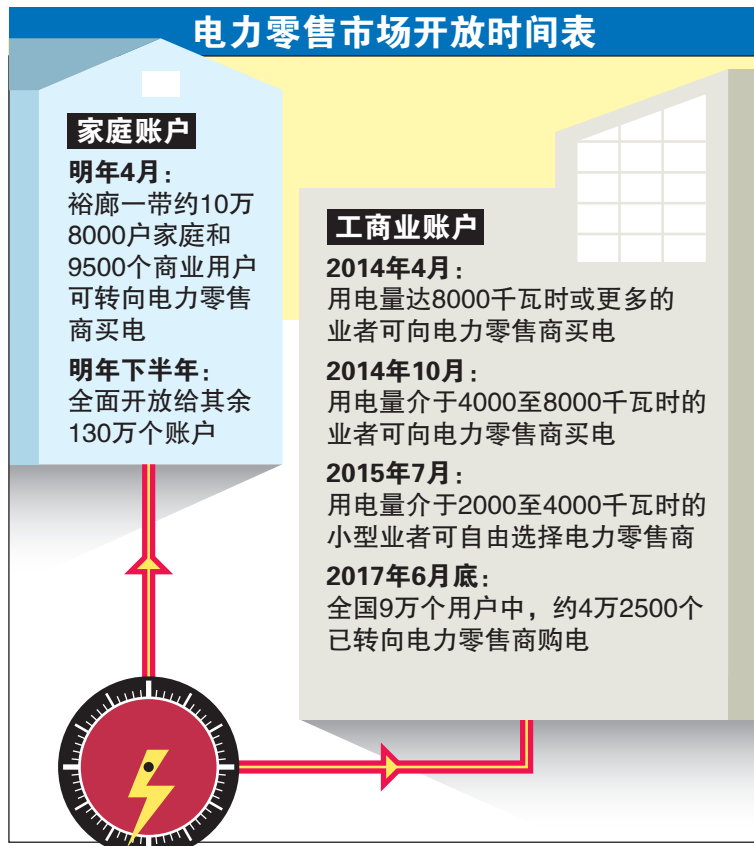
本地目前有26家电力零售商，他们一般会根据需求，从电力批发市场买电，再转售给消费者。

不过，无论消费者选择哪一家电力零售商，所获得的电力供应可靠性都不会受影响，因为供电的电网仍由新能源集团管理。新能源将继续扮演市场协调者的关键角色，该集团也有信心其地位并不会因市场竞争受影响。

新能源服务公司董事经理蔡其兴受访时对电力市场开放表示欢迎，他指出，集团正积极强化数码平台，同时为电力零售商提供后端技术支援，以便他们能专注于面向消费者的增值服务。

蔡其兴说：“市场开放后，我们会继续扮演好中介的角色，接下来会致力发展智能电表项目，为消费者提供更具价值和便捷的服务。”

“我们也正与能源市场管理局共同提供公众教育和业者支援服务，协助消费者无缝隙地选择供电商。”



早报制图 / 林德生

截至今年6月，已有约4万2500个商业电力账户转向电力零售商直接买电。

能源市场管理局受询时透露，直至今年中，共有约9万个工商业电力账户可转向电力零售商，直接购买适合自己的电力供应配套。这些工商业者的用电量占本地约80%用电需求。

其中有近一半，即约4万2500个，选择不再向新能源服务公司买电，它们的用电量占我国约75%用电需求。

本地目前有26家电力零售商

本地目前共有26家电力零售商，其中18家正积极开展各种电力销售活动。

能源市场管理局从2001年起，逐步开放电力零售市场，给予工商业者更多选择，以便更好地管理能源成本。

2014年4月，能源市场管理局把电力零售市场的自由竞争，扩大至用电量至少达8000千瓦时的工商业者，并在同年10月，允准用电量介于4000至8000千瓦时的工商业者加入自由购电行列。

到2015年7月，当局进一步让每月用电量介于2000至4000千瓦时的小型工商业者，也能从电力零售市场买电。这组消费者以中小企业为主。

中小企业：电力零售商电费更便宜

新加坡中小企业商会会长王崇健受访时说：“开放电力零售市场对中小型企业来说，无疑是个喜讯。大家的选择多了，再加上更激烈的竞争有助推动零售商推出各种实惠、优惠配套，受惠的自然是工商业消费者。”

“中小企业一般都对成本很敏感，尤其面对像电力这类一般会占据企业营运成本不小比例的开销，都不会放过任何有助削减成本的机会。”

多家中小型企业受访时也指出，他们一直都在密切留意电力零售市场的动态，并在市场开放后不久，便开始探讨更换电力供应商的可能性。

在本地有约15家分行的“南洋眼镜”（Nanyang Optical）旗下约一半店铺在电力零售市场开放后，陆续从新能源转向个别电力零售商购电。

“南洋眼镜”发言人受访时说，市场一开放，就有个别电力零售商上门推销配套；一些分店在研究多个配套后觉得比较便宜，因此决定转换电力供应商。它们每月的电费也得以减少约一成。

在榜鹅一带开设咖啡座Whisk and Paddle的潘淑贞，一年多前开始向吉宝电力购电后，每月电费从原本5000元降至3800元，足足节省了24%。

潘淑贞说：“我们与吉宝电力洽谈后，最终选择购买固定价格配套，希望通过提早定价的方式，避免接下来一年多的电费遭受每季电费波动的影响。事实也证明，新电费确实能为咖啡座节省更多成本。”

近半数工商业者转向零售商买电

个案：转换供电商 电费节省15%

电力供应商后，公司每月不仅节省高达15%电费，也能获得各种专属电力咨询服务。”

餐会供应公司Rasel Catering Singapore董事经理陈锦源日前受访时，分享了公司自一年半前转向大士能源公司购电后的收获。

作为餐会供应商，Rasel Catering的四个大烤箱，以及能同时为500人烹调炒饭的大型炒饭机，每天总共运作约七小时，再加上其他电器，公司每月电费约占营业成本的2%。

陈锦源说：“当初得知电力零售市场开放后，便对比了几家零售商的配套，最终决定跟大士能源买电，电费自此从原本每月7000元减至约6000元。对中小企业来说，任何一分钱的节省，我们都愿意尝试。”

他补充说：“大士能源提供较个性化服务，例如安排员工下来与我们洽谈电费事宜。当我们面对相关电力问题（例如更换开关盒子）时，他们也愿意提供咨询服务。有竞争就有进步，政府开放电力零售市场，最终受益的是消费者。”

电比三家

① 百胜集团折扣战略抢攻家庭市场

百胜汽车集团子公司Best Electricity Supply计划投资约100万元进军家庭用电市场，这包括提升公司的IT结账系统、开发手机应用和网站，以及聘请客户服务人员等。

主要经营汽车和德士业务的百胜集团在2015年2月获得电力零售商执照，隔年开始售电给工商业客户。目前它的商业客户共有超过1200家公司和独资企业，其中以餐饮业和服务业者居多。

公司总经理梁熙凯受访时透露，公司准备为签订一年或两年合约的家庭用户提供折扣，在受政府管制的现行电费（prevailing regulated tariff）基础上给予20%折扣，抢攻家庭电力市场。

此外，公司也计划在非繁忙时段（晚上11时至隔天早上7时之间）提供较高折扣。

梁熙凯说：“我们的商业客户的用电量主要集中在白天繁忙时段，家庭的用电量则主要是在晚上，把业务扩大到家庭，可使我们的客户群更多元化，家庭的电力市场也比较大。”

百胜计划自行处理家庭的每月电费账单，而不是靠新能源集团代劳。



▲百胜集团主席梁南兴：我们的目标是要在三年内，争取到5%的市场占有额。目前公司来自能源的营业额一年达几千万元。（档案照片）

② 优联能源集团考虑捆绑式配套

在液化石油煤气（LPG）、压缩天然气（CNG）和柴油领域已有成熟业务的优联能源集团（Union Energy），设立子公司优联电力（Union Power）进军电力市场，提供电力零售服务。

集团总裁张淑芬指出，拓展电力零售服务是集团的“自然发展进程”。她说：“集团成立40年来，已建立起稳固客户群，我相信这有助于我们发展电力市场新业务。作为老字号品牌，在之后的业务宣传上也会有一些优势。”

目前，优联电力正在研究可推行的电力零售配套，由于集团能源产品多样化，张淑芬透露，不排除推出捆绑式配套吸引消费者。

③ Sunseap清洁能源打环保牌

由本地太阳能发电系统供应商星梭能源集团（Sunseap）成立的子公司Sunseap Energy，自2014年底起向商业用户售卖电力，包括以太阳能发电的电力配套，公司接下来计划向家庭用户推出相同配套，以吸引环保意识较强的消费者。

Sunseap Energy副总裁关键仪指出，由于太阳能板设施装置费用高，加上供不应求的市场趋势，以清洁能源发电的电力价格一般比较高。不过，公司有意推出具竞争力的清洁能源配套，让更多公众享有可负担得起的清洁能源，借此提高这类能源的使用率。