

广东省能源局关于印发《广东电力零售市场管理办法》的通知

信息来源：省能源局电力处

时间：2023-10-12 11:44:48

字体：[大] [中] [小]

各地级以上市发展改革局（委），广州市工业和信息化局、惠州市能源和重点项目局，广东电网公司、深圳供电局有限公司，广东电力交易中心，各电力市场主体：

为加强和规范广东电力零售市场交易管理，维护电力零售市场秩序，促进电力零售市场健康发展，按照国家和我省关于电力市场化改革等有关精神，我局制定了《广东电力零售市场管理办法》，现印发给你们，请认真组织实施。

广东省能源局

2023年9月27日

广东电力零售市场管理办法

第一章 总则

第一条 为加强和规范广东电力零售市场交易管理，维护零售市场秩序，保护各类市场主体的合法权益，促进电力零售市场健康发展。根据国家有关法律、法规、政策，制定本办法。

第二条 本办法适用于广东电力市场，以本办法为基础，制定相关实施细则。

第三条 广东电力零售市场运行坚持依法合规、开放竞争、安全高效、自律管理、优质服务、常态监管的原则。

第四条 电力零售市场活动，应当遵循公开、公平、公正和诚实信用的原则。

第五条 广东电力交易中心有限责任公司（以下简称“电力交易机构”）负责向市场主体提供支撑广东电力零售市场交易的信息技术系统（以下简称“零售平台”），承担零售平台有关零售交易活动管理。

第六条 政府主管部门根据相关法律法规及本办法等对零售平台有关交易活动实施监督管理。

第二章 权利与义务

第七条 零售用户的权利与义务。

- 参与电力零售交易，签订和履行零售合同、供用电合同等。
- 获得公平的输配电服务和电网接入服务，按规定支付购电费、输配电费、政府性基金及附加等。
- 按规定披露和提供信息，获得市场交易和输配电服务等相关交易信息；所提供的信息应当真实、准确、完整、有效。
- 遵守有关电力需求侧管理规定，执行用电负荷管理。
- 根据电网企业（包括增量配网企业）出具的结算通知单支付或收取结算电费、获取或开具电费发票（包括增值税专用发票）。
- 法律法规规定的其他权利和义务。

第八条 售电公司的权利与义务。

- 参与电力零售交易，签订和履行零售合同等。
- 按照国家有关规定，在指定网站上公示公司资产、经营状况等情况和信用承诺，对公司重大事项进行公告，并定期公布公司年报。
- 按规定披露和提供信息，获得市场交易和输配电服务等相关信息。
- 应承担保密义务，不得泄露用户信息。
- 根据电网企业出具的结算通知单获取或开具增值税专用发票，支付或者收取结算电费。
- 法律法规规定的其他权利和义务。

第九条 电力交易机构的权利与义务。

- 提供电力零售交易的场所、零售平台和设施。
- 研究拟订电力零售交易规则和有关制度。
- 组织和管理电力零售交易。
- 负责市场主体注册管理，管理零售平台使用账户，管理成员注册信息和档案资料。
- 拟订零售交易合同范本，提供电力交易结算依据及相关服务。

(六) 监测和分析市场运行情况。

(七) 根据市场交易实际需要, 规划、建设功能健全、运行可靠的零售平台; 负责零售平台的运营, 支撑市场主体接入和各类电力交易开展。

(八) 配合对市场运营规则进行分析评估, 提出修改建议。

(九) 经授权开展市场主体信用评价, 维护市场秩序。

(十) 按规定披露和发布信息。

(十一) 法律法规规定的其他权利和义务。

第十条 电网企业的权利与义务。

(一) 保障输配电设施的安全稳定运行。

(二) 为市场主体提供公平的输配电服务和电网接入服务。

(三) 向市场主体提供报装、计量、抄表、结算等各类供电服务。

(四) 按规定收取输配电费用, 归集交叉补贴, 代国家收取政府性基金及附加等。

(五) 按照电力交易机构出具的结算依据, 负责市场主体的电费收取或支付, 开具或获取电费发票(包括增值税专用发票), 及时向电力交易机构反馈市场主体欠费情况。

(六) 配合电力交易机构提供电量及档案数据, 及配合开展电量差错退补等相关工作。

(七) 提供电网代购电服务。

(八) 按规定披露和提供信息。

(九) 法律法规规定的其他权利和义务。

第三章 市场主体

第一节 市场化用户

第十一条 [注册要求]属于工商业用电类别, 且具有法人资格或具有法人条件, 独立承担民事责任的企业法人、事业单位、社会团体等电力用户可注册为市场化用户。

第十二条 [交易资格]电力用户进入市场采用注册制, 电力交易机构负责对注册资料完整性进行审查, 电力用户向电力交易机构办理市场注册后取得交易资格。

第十三条 [用户分类]按照年用电量和电压等级, 全市场电力用户可分为大型、中型、小型三类, 目前广东电力市场用户准入主要有大型和中型两类。

(一) 大型用户。指年用电量在一定规模以上、电压等级10千伏及以上的工商业用户, 可自主选择参与批发市场从发电企业购电, 或参与零售市场从售电公司购电。

(二) 中型用户。指年用电量在一定规模以下、电压等级10千伏及以上的工商业用户, 可参与零售市场从售电公司购电。

(三) 小型用户。指电压等级10千伏以下的工商业用户, 若电力用户同时有10kV以上及以下的工商业用户号, 归类为大、中型用户。鼓励小型用户在具备条件的情况下直接参与市场交易, 未直接参与市场交易的由电网企业代购电。

第十四条 [分类变化]大型、中型、小型用户在一定条件下可以相互转化。电力交易机构根据用户的历史电量、电压等级等情况按自然年核验评估用户类型。

第十五条 [交易权限]大型用户完成市场注册后默认具有零售交易权限, 参与零售市场交易; 若要参与批发市场交易, 则须向电力交易机构申请批发交易权限。大型用户批发、零售交易权限变更应以月度为周期。

第十六条 [用户入市]原由电网企业代购电的工商业用户在每季度最后15日前完成零售平台注册并与售电公司签订线上零售合同后, 下季度起可直接参与市场交易。未在每季度最后15日前完成零售平台注册并与售电公司签订线上零售合同的, 继续由电网企业代购电。

第十七条 [市场用户转由电网代购]已直接参与市场交易又退出的用户, 转为电网企业代购电。

第十八条 市场用户转为电网企业代购电的用户, 电价按照电网企业代购电有关规定执行。

第二节 售电公司

第十九条 [注册要求]售电公司应按照《售电公司管理办法》规定的注册条件和注册程序, 获取交易资格。

第二十条 [小型用户保护]小型用户具有数量多、用电量小、变更频繁、用户信息处理及自我保护能力较弱等特点。在放开小型用户参与零售市场初期, 为控制市场风险, 保护小型用户权益, 有序平稳推进小型用户零售市场, 向小型用户售电的售电公司应在《售电公司管理办法》规定的资产、履约保函、人员、服务、风险管控、信用评价等方面进一步加强管理。

第二十一条 [行为规范]售电公司应履行《售电公司管理办法》规定的义务, 并遵守市场营销和交易行为的规范准则, 包括但不限于:

(一) 售电公司应当向零售用户全面客观介绍相关法律法规、业务规则、零售套餐或售电服务的特征, 充分揭示风险, 并按照合同的约定, 如实向零售用户提供相关的资料、信息, 不得欺诈或者误导零售用户。售电公司应充分了解和评估零售用户的风险承受能力, 做好对零售用户的适当性管理。

(二) 售电公司应当积极履行自身作出的承诺, 依法保障零售用户的合法权益; 不得违反法律规定, 扰乱市场竞争秩序, 损害其他售电公司的合法权益。

(三) 售电公司应当依法经营, 勤勉尽责, 诚实守信; 应当建立健全内部制度, 防止信息的不当流动和滥用, 防范售电公司与零售用户之间、不同零售用户之间的利益冲突。

第四章 账号及档案

第一节 零售平台账号管理

第二十二条 [零售平台账号]账号使用方为市场主体、电网企业、市场运营机构、非市场成员及其账号使用人，管理方为电力交易机构。零售平台与电力交易机构各信息系统通用统一的账号管理体系。

第二十三条 [账号管理原则]账号管理遵循的主要原则：

- (一) 售电公司与零售用户应注册企业管理员账号，代表企业在交易系统维护本企业信息，开展电力市场业务等。
- (二) 个人原则上只能注册一家零售用户的企业管理员账号。担任多家零售用户法定代表人或负责人的个人，提供有效证明后可同时持有其担任法定代表人或负责人的零售用户的账号；其他情况下，个人不得注册多家零售用户账号。
- (三) 账号使用人身份信息须通过实名认证。实名认证的方式包括但不限于：
 1. 通过通讯服务运营商进行账号使用人姓名、公民身份证号码与手机号码实名认证信息一致的验证。
 2. 通过“粤信签”等外部系统进行的人脸生物特征信息识别验证。
- (四) 企业管理员账号注册时，应通过对公打款、法定代表人人脸识别等方式完成企业真实性及意愿认证，领取CA证书，完成线上授权委托书电子签章。
- (五) 市场主体应按照国家相关法律法规、本办法相关要求，开展零售平台账号注册、登录、使用、变更、注销等活动。具体操作流程由账号管理相关细则承接明确。
- (六) 账号使用人须确保账号信息真实、准确、完整，账号名称、密码、手机号码、手机验证码等信息应妥善保管，不向他人泄露，不与他人共同使用账号。账号使用人在零售平台的所有操作均默认由本人完成，并依法承担相应责任。

第二节 档案管理

第二十四条 [档案管理原则]档案管理遵循的主要原则：

市场主体以统一社会信用代码作为唯一身份识别标志，电力交易机构负责对市场主体、零售交易订单、零售合同等信息实施编码管理。电力交易机构应建立市场主体全周期档案管理机制，做好零售市场主体从准入注册、档案变更、电量采集、交易结算、直到退市的全周期的档案管理。

第二十五条 [档案信息分类]档案信息主要分为基本档案信息、工商档案信息、用电档案信息、零售交易信息。

- (一) 基本档案信息。包括企业管理员个人信息、常用联系人信息等，其中售电公司基础档案还包括资产及从业人员等注册信息。基本档案由市场主体提交，市场主体应保证档案信息的完整准确并及时更新。
- (二) 工商档案信息。以“粤商通”等系统数据为准，包括法定代表人、注册地址等信息。
- (三) 用电档案信息。零售平台以统一社会信用代码自动获取归集电网企业营销计量点档案信息，包括计量点的用电类别、电量、电压等级等，其中售电公司用电档案由与其登记零售关系的用户的用电档案进行归集。电网企业应保证用电档案的完整准确并及时推送零售平台。
- (四) 零售交易信息。市场主体通过零售平台开展相应业务产生的信息数据，具体包括零售套餐信息、交易过程信息、合同签订信息等。

第五章 零售套餐

第二十六条 [电力零售套餐]电力零售套餐是指售电公司向零售用户提供供电服务，并约定在某一特定时间段内按照特定的价格出售电能量的要约。

第二十七条 [零售套餐分类]电力零售套餐可分为固定价格套餐和非固定价格套餐。

- (一) 固定价格套餐电能价格有明确预期，不随其他市场价格变动而调整。固定套餐可采用一口价等价格形式。
- (二) 非固定价格套餐一般包含市场价格联动、燃料价格联动等价格形式，其中：
 1. 市场价格联动指的是电能价格与电力市场价格挂钩，随某个电力市场价格变动而上下浮动的价格。
 2. 燃料价格联动指的是电能价格与一次能源价格挂钩，随一次能源价格变动而上下浮动的价格。
 3. 浮动电费电价是指零售用户与售电公司双方协商确定的对全电量上浮或下降固定单价的价格形式。
 4. 绿电环境溢价是指绿色电力的环境属性价值。

第二十八条 [套餐设计原则]套餐设计遵循“公平合理、风险可控、清晰易懂、动态评估”的主要原则：

- (一) 零售套餐框架按普遍适用原则由电力交易机构统一设计，各类术语应使用清晰易懂的标准名称结构、格式和条款。
- (二) 套餐至少包含合约电量、合约电价、交易双方的权利和义务、合约时间等关键信息，套餐设计须容易计算、容易区分，形成零售平台可固化的电费计算模型。
- (三) 零售套餐以自然月为最小交易周期明确套餐生效时间及终止时间，套餐有效期不超过1个自然年。
- (四) 零售套餐价格至少按峰平谷三个区段分别约定，具备条件时可以进一步细化到小时；峰平谷价格比例、尖峰电价上浮比例须满足政府相关要求。
- (五) 根据市场实际运行情况制定并发布零售套餐的相关管理参数。零售套餐管理参数包括价格阈值、市场价格联动类型及比例、零售套餐适用范围分类等。
- (六) 售电公司应做好适当性管理，根据用户的不同分类，对其适合接受的售电套餐服务做出判断，将适当的零售套餐提供给适合的零售用户。售电公司向小型用户售电，可提供固定价格套餐或基于100%联动电力市场月度加权平均价格的套餐。

第二十九条 [套餐配置方式]售电公司根据电力交易机构设计的零售套餐框架，灵活配置相关模式、参数形成零售套餐，并通过零售平台公开上架或向有意向的零售用户发布。

第六章 零售交易

第三十条 [交易原则]在一个交易周期内，零售用户只能向一家售电公司购电、登记零售合同，且全部电量均通过该售电公司购买。

第三十一条 [交易方式]交易方式分为挂牌交易、邀约交易、线下协商线上交易等方式。

(一) 挂牌交易是指由售电公司配置套餐, 零售用户自主选购的交易方式, 交易过程包括以下环节: 套餐配置、套餐上架、确认套餐信息。

- 1.套餐配置。售电公司在满足零售平台参数配置约束的前提下, 进行套餐参数设置。
- 2.套餐上架。售电公司核对套餐信息无误后进行线上签章, 签章后套餐正式上架供零售用户选购。
- 3.确认套餐信息。零售用户选取意向套餐后, 通过线上签章完成套餐信息确认。

(二) 邀约交易指零售用户向售电公司发起邀约, 售电公司响应并配置套餐的交易方式, 交易过程包括: 零售用户邀约、售电公司响应、售电公司定制、零售套餐推送、确认套餐信息。

1.零售用户邀约。零售用户向售电公司发出邀约, 邀请售电公司在规定的时间内为自己定制套餐。零售用户可根据需要自主选择邀约范围, 并决定是否向其邀约的售电公司临时开放用电信息查询权限。

- 2.售电公司响应。售电公司在规定的时间内接受零售用户邀约。
- 3.售电公司定制。售电公司针对发起邀约的零售用户定制零售套餐。
- 4.零售套餐推送。售电公司核对套餐信息后进行线上签章, 签章后该套餐推送至发起邀约的零售用户。
- 5.确认套餐信息。零售用户通过线上签章完成相应套餐信息确认。

(三) 线下协商线上交易是指由售电公司与零售用户双方线下协商套餐资费, 并通过零售平台填写零售关键信息, 签订零售合同的交易方式。

第三十二条 [时间要求]售电公司不得频繁撤销套餐, 套餐上架后应满足套餐存续时间要求。

第七章 零售合同

第三十三条 [合同范本固化]售电公司和零售用户开展零售交易参照使用零售合同范本, 范本由电力交易机构编制并固化至零售平台。电力交易机构应根据市场实际及运营要求定期开展零售合同范本的修订以最大程度满足零售市场需求。

合同范本仅适用于售电公司和零售用户电能量相关的零售交易; 若涉及其他需资金结算的增值服务, 由合同双方另行签订服务合同, 并自主开展结算。

第三十四条 [合同签订、变更或解除]售电公司与零售用户签订、变更或解除零售合同原则上应在零售平台完成。零售用户在同一合同周期内只能与一家售电公司签订零售合同。

第三十五条 [零售合同登记]售电公司与零售用户在零售平台进行零售合同签订、变更或解除, 将自动进行零售关键信息登记; 按照零售合同范本线下签订的零售合同应通过零售平台签约的方式进行零售关键信息登记。零售关键信息包括零售双方主体、零售关系、零售结算模式等, 电力交易机构以登记的零售关键信息为依据开展市场化交易及结算。

第三十六条 [政策性变更]在零售关键信息登记有效期内, 因市场规则调整变更, 导致零售合同与法律法规、国家或广东省有关政策要求不符合、不兼容的, 售电公司和零售用户应及时变更, 电力交易机构应通过零售平台公告、短信、电话等方式(至少选择其中一种)通知售电公司和零售用户在规定时间内完成变更。

第三十七条 [特殊处置]零售关系存续期间, 售电公司因退出市场等原因不能继续履行零售合同, 电力交易机构不再根据相关零售关键信息对该售电公司与零售用户开展市场化交易及结算。

第八章 零售结算

第三十八条 [月结月清]以自然月为周期, 在零售用户实际用电的次月对零售双方的电费进行交割结算。

第三十九条 [退补原则]因电量计量差错、系统异常、政策规则变化等原因需要进行电量电费退补的, 电力交易机构根据市场规则或零售关键信息开展电量电费退补工作。

原则上每半年开展一次集中差错退补。电量差错退补调整追溯期原则上不超过12个月。

第四十条 [结算流程]电力交易机构根据在零售平台上登记的零售关键信息每月定期集中计算电费并统一出具市场主体的电费结算依据。

市场主体应及时在零售平台对电费进行审核确认或异议反馈; 逾期未反馈的, 视为无异议。

电网企业根据结算依据对售电公司和零售用户出具结算凭据并进行资金结算。

第四十一条 [争议处理]售电公司与零售用户之间因零售结算发生争议, 倡导双方协商解决。

(一) 协商无法解决的, 可由售电公司或零售用户任何一方书面向市场管理委员会提交争议协调申请, 申请内容包括但不限于争议合同约定方式、内容、协商过程等。

(二) 售电公司或零售用户也可根据合同约定申请仲裁或提起诉讼。

(三) 电力交易机构按照零售平台已固化的结算模式先进行结算。事后市场主体双方根据协商、协调、仲裁或诉讼的结果进行处理。

第四十二条 [紧急措施]因重大突发性事件导致零售交易结果出现重大异常, 若按交易结果进行结算交割, 导致电力零售交易产生负面影响, 可由电力交易机构按程序采取暂停交易结算等措施, 并应当及时向政府主管部门报告, 后续按照本办法第三十六条方式处理。

第九章 市场服务

第四十三条 [零售市场服务]零售市场服务包括零售市场管理服务和零售市场基础服务。

第一节 零售市场管理服务

第四十四条 [零售市场管理服务]零售市场管理服务, 是指电力交易机构为售电公司、零售用户提供的零售市场服务, 包括但不限于规范零售市场基础服务行为, 受理服务意见建议, 提供注册、交易、结算等服务。

第四十五条 [服务要求]电力交易机构负责受理处置市场主体对零售市场相关意见建议; 负责建立统一的零售市场基础服务标准, 指导售电公司开展一般性咨询服务, 引导售电公司规范服务流程, 提升服务水平; 适时组织开展零售市场主体分维度互相评价, 建立零售服务评价管理与应用体系。

第二节 零售市场基础服务

第四十六条 [零售市场基础服务]零售市场基础服务，是指售电公司向零售用户提供的一般性问题咨询、套餐价格咨询、适当性管理等售电服务。

第四十七条 [服务要求]售电公司应具备与售电规模相适应的客服代表，谨慎、勤勉、尽责地向零售市场提供基础服务，并接受电力交易机构的规范性管理。售电公司向用户提供服务信息（口头或书面）应当客观、完整、准确，且无误导性、虚假性宣传，并主动提醒用户可能存在的市场风险；不得欺骗用户，不得向用户作出不当承诺或保证；不得为迎合用户不合理要求而损害公共利益。

第十章 风险防控

第四十八条 [参数阈值约束]电力交易机构设置零售市场参数阈值，相关阈值应经政府主管部门同意，售电公司提供售电服务时不得超出电力交易机构所设置的阈值范围。

第四十九条 [电量履约约束]售电公司各个时间周期内在批发市场净购电量与零售市场净售电量的比例均应在合理范围，若上述批发、零售电量比例严重不匹配，经电力交易机构评估认为履约风险显著增加的，可要求售电公司追加履约担保。

第五十条 [小型用户零售约束]在放开小型用户参与零售市场初期，为减少小型用户市场风险，保护小型用户权益，有序平稳推进小型用户零售市场，建立健全风险防范机制保障小型用户合法权益。

第五十一条 [极端价格处置]电力交易机构应设置极端场景下的零售价格处理方式，明确当用户零售结算价格（平段）偏离零售市场结算限价时的处置措施。

第五十二条 [套餐风险提示]对于选择非固定价格套餐的零售用户，电力交易机构应该明确告知非固定价格套餐的价格存在随市场价格影响波动的风险，可以提供联动的市场价格历史数据供零售用户参考。

第五十三条 [阈值调整机制]电力交易机构建立售电公司利润、零售价格等监测机制，并根据情况按程序对参数阈值进行调整，不符合阈值限制的套餐将予以下架处理，但零售用户已下单锁定的套餐除外。

第五十四条 [保底售电机]售电公司因退市等原因无法继续履行零售合同的，由保底售电公司负责承接，确保用户持续参与市场交易。

第五十五条 [履约管理机制]电力交易机构加强市场主体信用管理，通过信用评价有效引导和规范市场主体的市场行为；加强市场主体履约风险管理，通过建立科学的履约风险评估模型，结合市场实际评估市场主体履约风险，防范其不履行市场化交易结算义务给其他市场成员造成经济损失的风险。

第五十六条 [风控策略管理]售电公司原则上应定期提供包含详细风险管理策略的风控报告，建立运营和财务风控模型；建立外部环境发生重大变化（政策或市场发生大幅变化）时的风险应对调整机制或引入保险机制对冲违约风险；有针对性编制相应的风险防控预案，明确具体的风险源、风险级别、防范措施、处置程序等内容；建立本企业内部操作风险防控措施，避免发生交易人员的误操作行为，并有义务对其代理用户做好防范误操作行为的宣传。鼓励售电公司将风控报告上传零售交易平台。

第十一章 信息披露

第五十七条 [信息披露原则]信息披露应遵循真实、准确、完整、及时、易于使用的原则。市场主体应当根据法律、法规、规章和规范性文件以及市场管理制度的要求，配合提供相关数据和信息，并对信息披露的真实性、准确性、完整性负责，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

第五十八条 [信息披露管理]电力交易机构负责电力零售市场信息披露的管理，为信息披露主体创造良好的信息披露条件，制定信息披露标准格式，开放数据接口。为保证市场信息安全，电力交易机构应设置市场成员访问权限，市场成员按照权限获取信息。

第五十九条 [信息披露平台]信用披露平台主要指广东电力市场交易系统，包括零售平台与电力交易机构各信息系统。售电公司与零售用户须通过信息披露平台向电力交易机构提供信息；电力交易机构通过信息披露平台发布信息。

第六十条 [电力交易机构信息披露]电力交易机构定期向市场主体出具信息披露报告，内容应当包含但不限于电网概况、电力供需及预测情况、市场准入、市场交易、市场结算、市场建设、违规情况、市场干预情况等。

第六十一条 [售电公司信息披露]售电公司主要披露信息包括：企业名称、企业性质、从业人员相关证明材料等基本信息，以及与资产总额相匹配的年最大售电量、履约担保缴纳信息等运营信息。

第六十二条 [零售用户信息披露]零售用户披露的信息包括企业全称、行业分类、用户类别等基本信息，原则上由交易平台按照信息分类属性自动披露。

第六十三条 [信息管理要求]公开信息向全体市场成员提供，市场成员对此有保密义务，不向市场以外的单位或个人透露。私有信息向特定市场成员提供，在保密期限内，市场成员应对私有信息承担保密义务，不得向第三方提供或泄露。

任何市场成员不得违规获取或者泄露未经授权披露的信息。

第十二章 零售平台

第一节 零售平台建设

第六十四条 [建设要求]电力交易机构建设运营的零售平台须符合国家和省有关技术标准和行业标准，保障电力零售市场运营所需的数据安全和网络安全。平台的建设充分考虑安全性、可靠性、高效性和可扩展性原则，实现应用前后端分离，前端关注界面展现，后端关注业务逻辑。在硬件资源充足的情况下，零售平台应能支持高可用、高并发场景，并具备良好的容错容灾能力。

第六十五条 [功能要求]零售平台是专供广东电力零售市场开展电力交易的信息技术系统，提供一站式、全流程的线上电力零售交易、合同备案登记等功能，为售电公司提供店铺管理、客户管理、零售套餐管理、数据分析、合同备案登记等功能，为电力交易机构提供全方位的零售市场运营管理、风险监控、数据分析等功能。零售平台具备技术条件时，可向售电公司开放有关数据接口。

第二节 零售平台运营

第六十六条 [运营要求]电力交易机构负责零售平台的日常运营，研究建立零售平台运营评价标准，并做好零售平台运营监控。为规范售电公司和零售用户的使用行为，电力交易机构可以结合业务发展需要发布电力零售平台使用规范。

第六十七条 [运维要求]零售平台系统须考虑组织结构管理、权限管理、流程管理等方面的运维模式和运维要求，系统应满足快速查询和高效分析的要求，确保系统操作有记录、可回溯，包括但不限于：

(一) 零售平台账户的开通、调整及注销等操作均有记录。

(二) 零售平台应当保存用户关键操作日志，包括但不限于系统用户所使用的终端MAC地址、网络IP、登录地址、操作时间、操作内容等。

(三) 零售平台应当保存零售交易全过程日志，对零售交易全过程可回溯和还原。

第十三章 零售争议处理

第六十八条 [零售争议情形]电力零售市场争议纠纷包括售电公司之间、售电公司与零售用户之间因电力零售市场交易发生的争议纠纷，包括但不限于下列情形：

- (一) 因零售套餐内容产生的争议；
- (二) 因零售合同条款产生的争议；
- (三) 因零售市场费用结算和清算产生的争议；
- (四) 因售电服务产生的争议；
- (五) 其他与电力零售市场交易相关的争议。

第六十九条 [处理渠道]广东电力市场管理委员会应按照有关要求和程序建立电力零售市场争议调解工作制度，对电力零售市场争议纠纷进行调解。

第七十条 [处理流程]主要流程包括：

- (一) 监督举报。售电公司、零售用户对发现的违反自律管理制度的交易行为，应当及时向市场管理委员会、电力交易机构报告。
- (二) 调解程序。发生电力零售市场争议纠纷时，由当事人协商解决。协商不成的，任何一方可向广东电力市场管理委员会申请调解。
- (三) 保守商业秘密。参与电力零售市场争议纠纷调解的人员应当依法对在调解过程中获知的涉及商业秘密和个人隐私的信息予以保密。

第七十一条 [处理原则]售电公司应建立、健全零售用户投诉处理机制，公开投诉处理流程，妥善处理零售用户投诉及与零售用户的纠纷。小型用户与售电公司发生纠纷的，售电公司应当证明其行为符合法律、行政法规及市场自律管理制度的要求。

第十四章 市场秩序

第七十二条 [自律机制]充分发挥广东电力市场管理委员会作用，建立健全零售市场自律工作机制。零售市场交易主体存在违反本办法及零售市场工作制度、扰乱零售市场秩序的不良行为，按相关自律管理制度处理。

第七十三条 [违规处理]市场成员违反国家有关法律法规和规范性文件规定、扰乱零售市场秩序的，由相关政府部门依法依规处理。

第十五章 附则

第七十四条 本办法未尽事宜按照国家有关法律法规和规范性文件规定处理。本办法与国家最新的政策、文件规定不符的，从其规定。

第七十五条 本办法由广东省能源局负责解释。

第七十六条 本办法自2023年11月1日起施行，有效期5年。


分享到 

 关闭窗口

 打印文档

相关网站  委管局/直属单位  省直单位  地市发改局（委）  国家及省市发改委  其他链接 

[关于本站](#) | [网站地图](#) | [技术支持](#) | [联系我们](#) | [隐私保护](#) | [版权声明](#)

主办单位：广东省发展和改革委员会 承办单位：广东省投资和信用中心
地址：广州市东风中路305号5号楼（邮编：510031） 业务咨询电话：020-83134125
版权所有：广东省发展和改革委员会 未经书面授权禁止复制或建立镜像
粤ICP备2022065133号  粤公网安备 44010402001448号 网站标识码4400000058

