

备这个条件,而且也无必要采用电力拍卖的方式进行购电)设置标识和密码,各买方在通过电子商务进行购电时,只有填写正确的标识和密码才能进入电力拍卖体系,实现网上电力拍卖,从而可避免用户之间的勾结。

4 讨论

随着网络技术的飞速发展,作为商业环境中网络技术的应用,电子商务的出现体现了一种商业的新模式,其应用也异常广泛。自20世纪90年代美国等国家采用电子商务进行电力市场交易以来,其商业应用价值得到了进一步的确认。预计到2004年美国采用电子商务进行的电力交易额将达到1000亿美元。由于电子商务是基于网络和Internet,具有网络和Internet共有的缺点,如安全、保密等问题。

电力市场中把电子商务作为交易的一种手段,其信息直接代表着用户、供电公司、发电公司或其它交易参与者的商业机密,建立在网络环境下的电子商务的工作方式是开放的,它不像传统的电力交易方式那样通过邮寄、合同、电信电话或其他可靠的通信渠道发送电力信息,进行电力交易,因此维护商业机密是电子商务在电力市场中全面推广应用的重要保障。由于电子商务简化了交易的中间过程,数据输入时的意外差错或欺诈行为,可能导致交易各方信息的差异。此外,数据传输过程中信息的丢失、信息重复或信息传送的次序差异也会导致交易各方信息的不同,交易各方信息的完整性将影响到交易各方的交易和经营策略。另外在电力交易过程中,需对实体的某些参数进行有效性验证,确认参与者的身份,交易合同、契约、或贸易单据的可靠性,以防抵赖

行为的发生,因此要在交易信息的传输过程中为交易各方提供可靠的标识。

5 结语

利用电子商务进行电力交易将会随着网络技术的进一步发展而得以广泛应用。虽然电子商务在电力市场交易中的全面应用还有一定的路要走,但结合中国国内电力市场的现状及电子商务的自身特点,可以先以省级电力交易和地区间电力交易作为试点,在试点的基础上总结经验,而后逐步推广应用。□

参考文献:

- [1] 于尔铿,韩放,谢开,等. 电力市场[M]. 北京:中国电力出版社,1998.
- [2] 尚金成,黄永皓,何南强,等. 省级电力市场运营模式及其技术支持系统探讨[J]. 电力系统自动化,2000,(6):17-20.
- [3] E. G. Cazalet, R. D. Samuelson, 邹精,等. 电子商务在电力批发市场中的应用[J]. 电力系统自动化,2000,(19):8-10.
- [4] 沈瑜,夏清,康重庆. 中国电力市场模式的探讨[J]. 电力系统自动化,2000,(4):6-9.
- [5] Roxane Richer. New threats, rivals stamplade into online energy[J]. Electric Light & Power,2000,7.8(6):34-36.
- [6] Tom Brunetto, Tom Yacko, Ernst, Young. Utilities, Internet: The importance of being well-connected[J]. Electric Light & Power,2000,7.8(6):27-31.
- [7] Jose Javier Gonzalez, Pedro Basagoiti. Spanish Power Exchange Market and Information System Design Concepts, and operating experience[J]. IEEE Transaction on power systems, 1999:245-252.

(责任编辑 陈凤翎)

贯彻中央要求,把2002年作为转变作风年、调查研究年,从事DSM工作的领导和专

业人员应该反思一下自己,对当地的DSM状况做过多少调查研究,有多少创新的工作思路。

在新形势下进一步推进电力需求侧管理,迫切需要深入调查研究。首都钢铁公司就有这方面的经验体会。作为全面开展DSM的步骤之一,他们认为:开展DSM,必须要把企业的家底摸清,为此必须定期进行用电设备和用电情况的普查,在调研的基础上,制订出切实可行的能源管理方式和技改措施。(见本刊2002年第

“首钢”DSM 经验的启示

● 包 正

1期)一家企业如此,地区的、行业的有关管理部门也应如此。

我国的DSM虽已取得初步成效,涌现出一批先进典型,但与发达国家的成熟经验相比,与我国能源可持续发展战略要求相比,还存在不小的差距,还有大量的“课题”要做。如有关DSM政策、资金、技术、人才,思想观念,运作机制等等,就迫切需要在调查研究的基础上,作出正确的决策并提出切实可行的举措。

DSM既是一门边缘科学,又

是一项系统工程,其知识浩瀚,任务繁重。国外曾提出DSM“参与率”的概念,即要得到一个

比较确切的数据,就有大量调研工作要做,诸如用户参与的数量,参与的程度,参与取得的成效和存在问题,参与中存在哪些障碍等。这些都有赖于深入调查研究,才能取得“发言权”。作为电力企业,DSM的调查研究可与开拓电力市场、开展优质服务,以及建立和完善客户服务支持系统结合起来,以取得事半功倍的效果。

借鉴“首钢”经验,转变工作作风,深入调查研究,是拓展DSM工作的重要步骤。□