

环保政策下煤炭销售发展方向

张 伟

山西石泉煤业有限责任公司 山西 长治 046200

摘 要：环保政策持续加码，煤炭行业面临需求收缩与供给优化双重压力。碳交易、能耗双控等政策显著抑制散煤消费，倒逼煤炭销售向清洁化、化工化转型。传统长协机制与中间环节面临效率挑战，区域市场分化加剧。未来煤炭销售需聚焦六大方向：提升商品煤质量、拓展煤化工路径、构建数字化交易平台、强化长协稳定性、实施区域差异化策略、探索碳资产协同。通过销售模式重构与价值链条延伸，煤炭可在能源转型中保持战略缓冲功能，为高碳产业低碳转型提供实践样本。

关键词：环保政策；煤炭销售；发展方向

引言：我国“双碳”目标下，环保政策从末端治理走向源头管控与过程约束，煤炭作为主体能源面临深刻调整。碳交易市场扩容、能耗双控制度收紧、燃煤排放标准提升、禁燃区范围扩大等政策组合拳，正在重塑煤炭供需格局与流通秩序。传统煤炭销售依赖规模扩张与信息不对称获利，在新环境下利润空间持续收窄，区域之间、煤种之间、客户之间的结构性矛盾日益突出。本文系统分析环保政策对煤炭销售的多层传导效应，进而提出六大转型方向，以期为行业高质量发展提供参考。

1 环保政策对煤炭行业的影响分析

1.1 核心政策梳理

碳交易市场自2021年启动，至2024年已将水泥、电解铝等高耗能行业纳入，碳价在50—100元/吨区间波动，高碳用煤成本压力完全显性化。能耗双控制度正向碳排放双控转型，对重点用能单位实施总量与强度红线，限制高耗煤企业新增产能。燃煤锅炉和工业窑炉排放标准持续加严，多数省市已执行超低排放限值，非道路移动机械用煤也纳入监管。禁燃区划定至2025年前已覆盖绝大部分县级行政区，重点区域基本实现散煤清零。四项政策形成“碳价约束—总量控制—技术过滤—空间禁入”的递进式管控体系，推动煤炭销售走向高质、高效、高附加值新模式。

1.2 政策对煤炭需求端的约束效应

碳交易扩容与能耗双控向碳排双控过渡，使电力、钢铁、建材等行业减煤压力从“政策引导”变为“成本硬约束”。2024年煤炭消费占比已降至53%左右，且降速加快。电力行业煤电定位转向基础保障性和调节性电源，利用小时数承压，动力煤需求总量企稳但品质要求更高。民用散煤受冲击最彻底，2025年北方清洁取暖率目标基本达成，散煤销量较峰值下降超60%，仅偏远地区

保留少量需求。化工用煤成为少有增长点，但新建项目须配套CCUS或绿氢耦合等减碳方案，审批门槛和成本大幅提高。需求端呈现“电煤品质化、散煤清零化、化工煤低碳化”的结构性变化，销售须从供应转向定制化服务。

1.3 政策对煤炭供给端的整合效应

环保与安全合规成本叠加，极大提高了煤炭生产门槛。矿井水处理、矸石充填、无组织排放管控、瓦斯零排放利用等环保投入，在部分矿井吨煤成本中占比已超15%。大量中小及老旧矿井因无法承担技改成本而加速退出，2025年全国煤矿数量压缩至四千处以内，千万吨级智能化煤矿产能占比超60%。供给高度集中于晋陕蒙新等主产区，东部及西南仅保留少数标杆矿井。这对销售端的直接效应是：产品标准化和质量稳定化程度显著提升，大型煤企长协履约能力增强。但区域性供需错配加剧，主产区外运铁路和港口压力持续，销售网络须构建更敏捷柔性的物流与客户响应体系。

1.4 政策对销售渠道与定价机制的传导路径

环保政策通过成本传导与需求结构变化双重路径影响销售端。合规成本推高坑口价格并传导至终端，刺激下游寻求替代能源，压制高价煤接受意愿。禁燃区与排放标准使低质煤（高硫、高灰、低热值）销售受阻，传统“混煤走量”模式难以为继。碳市场预期引导长协定价引入绿色溢价，部分企业已协商合同煤与碳排放强度挂钩条款^[1]。数字化监管平台增强政策执行透明度，压缩灰色中间环节，倒逼销售流程规范化。直销比例上升，传统多级经销网络面临解构与重组。销售端正从“关系驱动、层层加价”向“平台透明、直达终端”的新渠道格局演变。

2 煤炭销售现状与面临的主要问题

2.1 煤炭销量结构变化

从终端流向看,电力用煤仍占煤炭总销量的55%以上,但增速趋缓,且受新能源出力波动影响,呈现季节性、间歇性调峰特征。化工用煤成为稳定增量板块,现代煤化工(煤制烯烃、乙二醇、芳烃等)对原料煤的品质要求更严、客户粘性更强,销量占比已提升至8%左右。民用散煤降幅最大,北方农村地区清洁取暖覆盖率超过70%,散煤网点销量萎缩,仅部分偏远地区和特定工艺(如手工锻造、小型茶炉)保有刚性需求。此外,建材用煤受水泥行业错峰生产与燃料替代影响明显下行,冶金用煤随粗钢产量调控而波动。销量结构变化对销售组织的核心挑战在于:不同煤种、不同指标的煤炭需匹配差异明显的客户群体,传统“大路货”销售无法适应碎片化、专业化的订单需求。

2.2 传统销售模式的困境

长协机制在保障能源供应稳定方面作用突出,但存在定价刚性、响应滞后等问题。当现货价格长期低于长协价时,用户履约意愿下降,煤炭企业面临应收账款风险;反之则矿山惜售。中间环节长期扮演“蓄水池”与“信息孤岛”双重角色,贸易商囤煤、掺配、转售的操作在环保合规要求下风险骤增——煤场扬尘、废水排放成为重点监控对象,中小贸易商加速出清。信息不对称问题在区域市场中依然突出,主产区矿方对远距离终端用户的真实用煤需求、环保限产安排缺乏及时掌握,导致错配损失^[2]。同时,传统销售以吨煤毛利为核心考核指标,缺乏对碳排放强度、用户环保信用等维度的考量,难以适应政策驱动的市场细分。

2.3 环保合规成本对销售利润的挤压

煤炭销售利润受上游生产合规成本与下游压价双重挤压。生产端,矿井环保改造、洗煤厂煤泥水闭路循环、储煤场全封闭等一次性投入巨大,运营电耗和药剂消耗增加吨煤可变成本。运输端,铁路专线、港口专业煤码头的抑尘防冻要求提升物流费用,汽运受到排放标准限制和路查频次增加的影响,短倒运费上涨。销售端,下游客户将环保合规压力向上传导,通过招标条款、合同罚则等方式要求煤企承担降硫、降灰、稳定热值等责任,变相压低采购价。此外,碳配额履约成本逐渐显性化,若煤炭企业自备电厂或下游客户参与碳市场,高碳煤的隐含成本将反过来抑制订单。综合测算,环保因素已占吨煤销售利润减薄量的20%~30%,单纯依靠产量扩张难以对冲。

2.4 区域市场分化加剧

主产区(晋陕蒙新)与主销区(东部沿海、京津冀、长三角、珠三角)之间的政策落差显著拉大。主产

区地方政府出于经济稳增长考虑,对煤炭产能释放态度相对积极,环保执法注重达标而非限产;而主销区尤其是大气污染防治重点区域,通过禁燃区扩围、煤炭消费减量替代、重污染天气应急减排等措施,频繁限制用煤负荷。这种分化导致“矿方有煤难出、用户缺煤不敢买”的结构性错配。同时,区域内部分化也在加剧:同一省份内,位于城市建成区的煤场面临搬迁关停压力,而工业园区配套的清洁煤供应中心获得政策支持。销售团队若沿用全省统一的市场策略,极易在局部市场遭遇政策“突然袭击”,亟需建立分区域、分城市的政策敏感型销售地图。

3 环保政策下煤炭销售的发展方向

3.1 清洁化方向

清洁化是煤炭维持市场准入资格的基础条件,要求销售端从“卖原煤”转向“卖商品煤”,建立全流程质量管控体系。首要任务是提升洗选加工深度,根据电力、建材、供热等用户的排放标准,定制热值、灰分、硫分等核心指标,使产品满足超低排放要求。针对禁燃区外仍保留燃煤设施且天然气管网未覆盖的区域,应积极推广型煤、水煤浆等洁净煤产品,填补过渡性市场空白。同时可配套销售抑尘剂、固硫剂等添加剂,将单一燃料供应升级为清洁燃烧综合解决方案。为增强用户信任,还需建立煤质电子追溯机制,为每批次煤炭出具包含环保指标的电子质保书。清洁化销售的核心逻辑,在于用技术升级和质量标准对冲日趋严格的政策限制,为煤炭产品在环保红线以内争取“洁净使用”的合法空间^[3]。

3.2 化工化方向

在环保约束持续收紧的背景下,煤化工用煤销售正成为最具溢价潜力的增长极。化工用煤对反应活性、黏温特性、灰熔融性等工艺指标要求严苛,一旦通过下游企业炉型验证,客户替换成本极高,易形成长期供需锁定。销售策略应主动对接煤制油、煤制气、煤制烯烃等现代煤化工项目的定制化需求,从偶发供货转向订制化供应,积极参与下游配煤方案优化。同时要关注低阶煤的分级分质利用,如通过褐煤提质获得型煤焦油和半焦,半焦可进一步用作气化原料或高炉喷吹燃料。对于传统合成氨、甲醇等基础化工用户,需提供长期稳定的气化煤以降低其工艺波动风险。化工化方向要求销售团队跨越行业边界,从卖产品转向卖原料属性和工艺适配能力。

3.3 数字化方向

数字化为解决煤炭销售中信息不对称、交易成本高及环保监管难等问题提供了关键路径。交易层面,企业

应建设或接入第三方煤炭交易平台,将挂牌、竞拍、合同、支付结算等环节线上化,压缩中间环节与灰色操作空间。物流层面,利用物联网技术对在途煤炭全程追踪,实时采集运输车辆的排放标准、密闭措施及轨迹数据,既满足环保监管要求,又降低合规风险。客户管理层面,搭建数据中台,整合用户历史采购煤质、环保许可条件、碳配额等信息,提供动态定价与智能配煤建议。此外,应推动销售合同与碳数据挂钩,如将吨煤碳排放强度纳入长协价格调整因子。数字化使煤炭销售从经验驱动升级为数据驱动,显著提升对政策变化的响应速度。

3.4 长期协议化方向

环保政策加剧市场波动,长期协议机制成为稳定供需、平抑风险的核心工具。首要任务是扩大长协覆盖范围,从电力行业延伸至大型化工、建材、供热等合规用能企业,锁定基础销售量。定价模型方面,应在“基准价加浮动价”框架中引入更多环保变量,如设置煤质超标分级扣款、增加碳价联动补偿、纳入区域排放绩效调节等,使价格真实反映政策成本。值得探索的是“量价互保”机制:下游因环保限产减少采购时,煤企可获得补偿;煤矿因政策限产无法足量供应时,用户享有优先调度权。为增强协议粘性,还可向长协客户开放煤场代储、煤质检测、环保台账管理等增值服务。长协不是简单的买卖锁量,而是构建风险共担、长期互信的战略合作关系。

3.5 区域化与差异化方向

面对区域间日益分化的环保政策,煤炭销售须从“全国一盘棋”转向“一区一策”。在禁燃区重点城市,应主动收缩散煤销售,转而推广洁净煤产品或配合地方政府清洁替代方案。在非禁燃区的工业园区及集中供热中心,则主攻高热值、低排放煤种,协助用户完成超低排放改造验收。值得关注的是主产区与主销区之间的政策缓冲地带——如省际交界或环保容量相对宽松的开发区——可在此建设标准化储配基地,发挥政策套利窗口作用,但储煤设施须全封闭、喷淋抑尘全面达标^[4]。针对不同行业客户还需制定差异化技术方案:电力用户侧重热值稳定性与灰分控制,水泥用户关注挥发分与硫含量,化工用户聚焦气化特性。区域化和差异化的本质,是在政策碎片化格局中寻找精准匹配的生存空间。

3.6 碳资产化方向

碳资产化是煤炭销售领域最具前瞻性的战略方向,其核心目标是将煤炭的碳属性从被动承担的外部成本,转化为可主动管理、可市场交易的资产要素。实现这一转型需要分步推进:第一步,建立煤炭产品全生命周期的碳足迹核算能力,清晰界定从开采、洗选、运输到终端燃烧各环节的碳排放因子,为客户提供标准化的碳数据标签。第二步,探索“煤炭销售叠加碳配额或CCER”的打包服务模式,例如向电厂销售动力煤时,同步匹配一定比例的林业碳汇或自愿减排量,帮助用户降低碳履约成本。第三步,在企业集团层面统筹碳资产管理,将下属矿井的瓦斯回收利用、煤矸石发电等减排项目统一开发为可交易的碳资产,与煤炭销售业务进行内部结算或对外交易。第四步,积极参与行业低碳煤标准的制定,争取使高能效、低排放煤种获得绿色金融支持或环保电价政策倾斜。碳资产化意味着煤炭销售将从物理商品的单向交易,升级为“能源供应加环境服务”的综合业务模式。

结束语

环保政策不是对煤炭行业的“取消令”,而是对其销售逻辑的重构指引。碳约束时代,煤炭销售必须摆脱单一卖方的规模扩张思维,转向清洁化提质、化工化延伸、数字化赋能、长协化稳盘、区域化精耕、碳资产化增值的多元路径。这六条方向相互支撑:清洁化是准入底线,化工化是价值高点,数字化是效率手段,长协化是风控基石,区域化是战术弹性,碳资产化是未来空间。煤炭销售体系的主动变革,不仅关乎行业自身生存,也为高碳产业在低碳转型中探索出渐进式、可操作的市场化路径,具有重要的先导意义。

参考文献

- [1]李骥男,瞿颖秋.知识经济背景下煤炭企业销售管理的优化路径[J].内蒙古煤炭经济,2025(7):88-90.
- [2]张志君.关于煤炭“海进江”环保供应模式的研究[J].船舶物资与市场,2025,33(8):40-42.
- [3]吴恒宝.国有煤炭销售企业内控管理优化路径[J].内蒙古煤炭经济,2026(5):73-75.
- [4]李永.煤炭销售企业营销供应链管理研究[J].财讯,2022(26):210-213.