

# 新能源发展背景下电力市场开拓过程中电力营销问题

姜靖昱 温冰洋

国网陕西省电力有限公司白河县供电分公司 陕西 白河

**[摘要]**对电力行业而言,新能源虽然给电力行业的发展注入了生机和活力,有效解决了电能紧缺问题,但同时也对电力企业的运营管理提出了更高的要求,尤其是在电力企业市场化的过程中,企业间的市场竞争趋于白热化,传统电力营销模式的弊端不断凸显,成为制约电力企业市场开拓的重要因素。鉴于此,本文先探讨了电力市场开拓过程中存在的营销问题,然后对新能源发展背景下电力营销策略进行探讨。

**[关键词]**新能源;市场开拓;电力营销

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.304

## 1 电力市场开拓过程中存在的营销问题

### 1.1 与信息时代脱节

互联网信息时代已经来临,居民的生活方式已经离不开移动网络应用,就连出行都很少使用现金,人人都能够用移动设备查询信息获取信息,而电力缴费也能够通过支付宝直接进行。但尽管如此,在新能源背景下的电力市场发展尚未成熟。而我国地域面积幅员辽阔,人口众多,新能源发电能够有效缓解目前资源紧张的局面,极大程度的保证了我国经济的平稳运行与发展。但是,就目前而言,电力企业的市场营销机制仍然没有和信息技术完全接轨,管理人员也缺乏创新意识,其滞后的营销体制,往往不能够及时的处理好各项问题的衔接,导致目前还停留在初步阶段,新能源电力系统也无法形成全面系统化的运行。

### 1.2 高素质专业人才缺口

电力企业的垄断性地位已经是长久的遗留问题,在新能源发展的冲击下产生了一定的变化。在市场经济竞争过程中,需要引进高素质的优秀人才来进行电力市场的开拓。人才才是企业核心的竞争力,而现在,电力企业当中的高素质人才显然是不能够满足需求的。

### 1.3 缺乏发展基础

基础设施的构建有助于电力市场运营的完善,但是由于我国的地势复杂且人口分布不均,在电网设计与建设的基础上加入新能源的建设无疑存在诸多难度,而且在小部分偏远地区,电力基础设施建设仍然存在不完善的情况。在这样的情况下发展新能源发电,要么要拆除原有的基础设施,要么就需要对原来存在的漏洞进行补足,但无论是哪一种方式,都需要耗费一定的人力物力,而为了发展新能源发电,就必须加紧步伐建设。

## 2 新能源发展背景下电力营销策略

### 2.1 加大科技投入

随着社会的不断发展,科学技术对于人们日常的生产生活的影响越来越大,在电力市场开拓的过程中,电力企业一定要充分的借助信息技术和计算机技术,提高电力营销管理的信息化程度,提升员工的工作效率和准确性,以此来获得更多的客户青睐。

### 2.2 创新电力营销模式

创新是企业向前发展的不竭动力,对于电力企业而言,传统营销模式与现代社会的发展已不相适应,不利于电力企业进行有效的市场开拓,对传统电力营销模式进行全面创新既是新能源快速发展背景下社会发展的要求,也是电力企业加强内涵建设,提升市场竞争力的内在要求。电力营销模式的创新,必须以遵守国家相关的法律法规为前提,然后依托电网建设的优势资源,利用现代化信息技术构建多层次的优质营销服务体系,同时还要加强市场调研,利用市场的导向和调节功能科学规划营销模式,积极、主动的开展各项营销活动。另外,营销活动的开展还应对现有价格体系作出调整,保证价格波动的合理性和灵活性,促进用电需求良性增长。

### 2.3 开辟电力营销的多元化增值服务

电力营销服务的对象是具体的电力用户和广阔的市场空间,在市场经济条件下只有不断开发客户新需求、提供新服务、实现服务升级,才能实现电力营销工作的核心价值,达成电力企业开拓市场、跨越式发展的目标。电力企业要求新设备、新仪器、新网络在电力客户端的应用和推广,依靠高科技手段全面收集电力客户电能使用的信息,为电力客户提供用能分析、节能诊断等增值服务,在改进客户电能消费模式、降低电能浪费、提升电能使用效果的基础上,进一步优化客户的电能使用体验,为更好的开发电力营销新产品、提升电力营销的效果、提高电力营销的质量、获得市场和客户的认可提供可能性和可行性。电力企业要根据电力营销工作的实际情况建立起客户信息数据库、电能使用数据库,利用专业化软件深层次挖掘信息库和数据库中资源的潜在价值,进一步得出电力营销对象的全面认知,在细分电力营销客户个体的基础上创新提供个性化、差异化的服务,在有效提高电力营销客户忠诚度的同时,做到对电力市场深层次地开发与挖潜。电力营销工作还应该与公共网络、社会服务展开深层次的合作,开展跨行业联合、跨界合作、多元化服务等相关工作,在社会层面和公共网络平台上进一步整合电力市场、公共平台的资源,搭建电力营销无缝对接公共服务的新载体,在提升电力营销客户便捷性的同时,形成电力营销的增值性新服务产品,在有效提升电力企业市场适应能力的同时,构建电力营销的新机制。

### 2.4 加大电力营销宣传力度

目前我国大中型城市都面临着较为严重雾霾问题,不仅对城市的经济发展造成严重影响,同时也损害居民的身心健康,在对新能源进行开发和利用过程中,应当将关注中心放在节能减排方面,力求能够满足我国社会可持续性发展理念,从根本上解决雾霾问题。对于电能而言,其是一种比较典型的清洁能源,对于维护生态平衡构建良好的社会环境有着帮助作用,所以对于电力企业而言,应当合理找寻市场切入点,不断提高电能的有效性以及环保性积极的开展宣传工作。

## 3 结束语

在当今新能源飞速发展整体背景下,对于电力企业而言,如果其想在激烈市场竞争当中站稳脚跟,就必须要结合用户实际需求,对自身营销模式进行合理创新,要始终坚持以客户为中心服务理念,积极有效开展服务营销工作,这对于提高自身的整体服务水平和质量能够起到很好的帮助作用。

## 参考文献

- [1]葛维. 新能源发展背景下电力市场开拓过程中电力营销问题分析[J]. 中外企业家, 2020(07): 248-248.
- [2]何勤联. 关于电力市场开拓过程中的电力营销问题的分析[J]. 化工管理, 2018(36): 121-122.
- [3]郝海琦. 探究新能源发展背景下的电力营销市场开拓[J]. 山东工业技术, 2016(16): 54+40.
- [4]李少娟. 新能源发展下的电力营销市场开拓分析[J]. 当代经济, 2018, 0(18): 70-71.