

浅析电费电价分析方法在电力营销管理中的应用

刘建伟

国网宁夏电力有限公司平罗县供电公司 宁夏 平罗 753400

[摘要]在电费电价分析的过程中,要注意方法。该方法包括电费电价的构成以及电费电价报价数据的分析。科学运用电费电价分析的方法可以更加系统的加强电力营销管理。所以,建立较高水平的数据库提升管理信息化的水平,这样可以实现直观的与用电用户的交流与互动。用户对电价并不一定理解,也并不一定认可。电力企业要通过专业化的手段提升用户对电费的认识,对于收费标准和收费明细的理解,因此,电力行业的有关部门应当加强营销策略使电力产品和相关的法律法规融入老百姓的内心,实现多样化服务,满足用户各方面用电的需求。

[关键词]电费电价; 分析方法; 电力营销管理; 应用

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.11.365

1. 电费电价构成及计取方式

电力行业属于能源供应行业,是由发电、输电、变电及用电等环节组成的生产与消费系统。由于我国电力工业经济发展历史较短,在我国经济体制的特殊背景下,电力行业具有较强的垄断特性,电价实行统一政策,统一定价原则,分级管理。现阶段,电网企业主要根据电力用户的用电性质进行分类计取电费,同时除居民和农业生产外其他工商业用户均参与市场交易或选择电网企业进行代理,按照市场价格计取电费。电网企业按用电性质进行分类计取电费时,把销售电价主要分为居民生活用电、工商业及其他用电、农业生产用电几大类。同时,还根据不同电压等级,会有不同的销售电价水平,并对用电容量在315千伏安以上的工业用户执行两部制电价,对工商业和大工业用户执行水期和时段浮动电价,对居民用户执行阶梯电价和居民电采暖电价,对农业用户执行单一制分时电价等不同的定价策略,从经济角度引导各类不同负荷特性的用户合理利用电能,促进电力系统合理高效运行。

2. 电费电价分析的具体方法

一般来说,电力企业对电费电价进行分析的方法主要分为以下三种:

2.1 分析销售收入的变化

在进行数据信息的统计工作中,要分析销售收入的变化情况。电力企业要掌握当前的综合指数,并在分析的过程中考虑到同度量的因素,这样就可以使原来不能进行对比的信息数据进行有效的对比和综合。使用定量分析法来分析其综合指数,特别是重视其发生变化的情况,掌握其中的影响因素,并把之当作评判企业工作质量的一个重要的指标。相关的工作人员还要把企业的实际运行质量相关的指标固定在基期内或者报告周期内,以在测量分析信息数据的过程中,能够对于电力的能源销售方面的指数和电能实际销售收入的变化了然于胸,详细掌握;同时,工作人员还要把同度量的相关因素也要固定在基期内,在基准的基础上,科学地分析电能销售的价格。

2.2 分析售电电价的变化

工作人员在分析电价的过程中,衡量指标指数还要考虑到相同的因素。在分析企业的经济方面的活动时,要考虑到有可能影响到企业的收入的因素,有效定义报告期内的同度量因素,从而让数据更具有指导作用。此外,在分析中还要注意不能仅限于电力、电费的价格指数,还要同时考虑到这

一时期影响销售收入的因素,并进一步明确具体是哪个电力用户造成这种影响,为什么会有这种影响,从而得到全面的科学的综合指标。

2.3 分析售电及电量单价变化

多因素分析法是一种分析电费电价经常使用的方法,这种方法顾名思义,就是之所以发生了总变化,是很多因素共同起作用的结果,使用此种方法可以掌握导致电费电价发生变化的影响原因及变化的规律。

3. 电费电价管理存在的问题

3.1 存在交叉补贴现象及未体现公平负担

从供电成本角度来看,居民、农业用户处于电压等级最低端,负荷率低,损耗高,其单位供电成本最高,工商业用户所处电压等级相对较高,负荷率高、损耗低,单位供电成本低;但是,居民、农业用电价格却比工商业用电价格高得多,存在工商业用户交叉补贴居民用户的现象。由于交叉补贴现象的存在,导致电价不能反映真实单位供电成本,削弱了电价的杠杆作用,未体现出公平负担的原则,不利于电力资源的有效配资。

3.2 电价设置不合理及存在传达错误信息

当前电价管理权限归属地方政府,行政部门具备制定电价的干涉职能。行政部门往往不如电力企业了解市场需求,在制定电费电价时,不能根据不同客户需求设计不同定价,存在一定的缺陷。同时,部分地方政府为促进地方经济发展,还会以低电价作为招商引资的手段,以政府函件、会议纪要、招商引资协议书等方式向招商对象传达错误的电价信息,在一定程度上加重电网企业的负担。

3.3 用户未能有序分类

电力用户类型存在一定的差异,会影响到实际电力的使用情况,甚至还会直接影响到电力企业的发展进步。因此,为了有效推动电力企业科学开展电费电价的计算,需要对客户进行精准划分之后,将分析的数据递交给政府,作为最终的电价制定参考依据。结合统一标准化的电费收取模板,满足当前用户的实际需求。

4. 电费电价分析方法在电力营销管理中的应用

4.1 创新营销管理观念

电力企业参与市场竞争承担极大的经营压力,结合行业市场环境、客户需求可以创新营销管理观念,从而提高营销管理质量。第一,电力企业内部营销管理模式要在市场需求导向下,充分考虑市场、客户需求,积极创新营销模式,

真正做到以客户为中心，打造忠实客户群体，这是加强电力企业市场竞争力的关键。第二，对广大客户消费需求加以引导，遵循客户导向创新营销管理模式，电力企业可以按照市场发展趋势、用户需求进行针对性地营销，拓宽电力企业经营范畴，在市场调研、大数据技术的带动下，全方位了解市场需求、预测市场变化，在实践中调整营销管理战略。第三，加强大数据产品研发。大数据环境下电力市场的需求也会发生变化，电力产品研发要更加注重节能环保与创新，这就需要改变营销管理观念，加强技术创新的同时，紧跟市场需求并提升服务品质，使最终研发出来的电力产品符合市场发展需求。

4.2 优化和重构电力营销管理体制

为提升电力营销管理有效性，应积极推陈出新转变理念，加深电力营销管理重要认知，对于电力营销管理中的问题提出针对性措施。坚持客户至上的理念，调查和分析客户实际需求，结合市场形势来制定合理的有效营销战略目标。在企业内部扩大教育宣传，促使员工可以正确看待市场营销重要性，优化电力营销管理细节，切实提升电力营销管理成效。在此基础上，积极优化和重构电力营销管理体制，并依据实际情况逐步优化和完善。重点内容有电力营销管理模式创新优化，设立专门的部门，优化人员配置，推动营销方式和营销渠道多样化。积极交流沟通，针对其中的意见及时反馈和改进，提供优质的电力服务。需要注意的是，电力企业建立的电力营销机制要覆盖企业全过程，确定优质服务营销理念，设立用户负荷预测信息网，准确剖析用电负荷结构，更好地满足用电需求。灵活运用技术和装置，提供咨询服务，保障用电安全。

4.3 持续优化完善电力营销管理系统

电力营销管理系统的建立，应摸索电力市场实际情况，基于现代化信息技术来建立和完善电力营销管理系统，减少人工强度，指导后续工作规范化展开。相较于传统模式，实现数据信息高效收集、整理和分析，辅助电力企业作出最佳的管理决策。运用先进技术可以分析和摸索电力市场实际情况，运用互联网和电视媒体扩大宣传，塑造良好的企业形象，在提升科技水平的同时，尽可能降低电力企业生产成本，占据更大市场份额。只有这样，才可以指导电力企业高水平发展，创造更大的经济效益。

4.4 加强对电力企业营销统计数据来源的分析

现如今电力企业营销电费电价综合分析过程中，为了保证实际分析工作的科学性和有效性，工作人员首先需要加强对于数据的搜集，并保证数据来源的完整性，相关工作人员在数据计算环节，要避免因为信息数据存在缺失而导致电费电价不合理。具体的数据来源就是需要结合电力企业每月应收的电费汇总，对基层数据库进行适时统计，具体报表内容要不断的丰富。包括不同电力能源和具体类别用户不同时间段的电力消耗。在数据统计过程中，要根据用户电力能源的应用类别和电源电压供应差别进行实时统计，要结合用户的不同类型进行电力应用的分析统计。将用户细分为大工业用户、非工业用户、普通工业用户、农业灌溉用户、居民用户、非居民用户等等，通过细分客户的方式进行同等电压用

户的分析，以便能够保证实际数据的科学性和合理性，明确具体的数据来源，并将电压等级相同的用户放在同一个类别中进行正确记录。

4.5 严防转供电扩大，实现转供电合法化

电网企业要正视转供电现状，着力解决转供电环节加价问题。对新建物业底商出具一户一表供电方案，实现供电到户，严防增量转供电的出现；对符合改造条件的存量转供电，有计划的实施户表改造，逐步减少存量转供电；对不符合改造条件的存量转供电，应在政府职能部门的指导下，根据《供电营业规则》关于转供电委托的规定，与转供电主体应就转供范围、容量、费用、用电指标、计量方式、电费计算、转供电设施建设、产权划分、运行维护等事项签订协议，规范转供电主体行为，确保转供电行为合法化。

4.6 电费回收

创新电费回收方式。供电企业应改变原有的收费模式，充分利用网上国网、支付宝、微信等网上缴费平台，创新灵活的电费回收方式，拓宽电费缴纳渠道，以满足不同客户群体的交费要求。同时，在供电区域就近设立多个自助缴费机和POS机电费代收点，方便不会上网的中老年客户就近交费。对用电量大的客户，可采取分阶段收费的方式降低电费回收的风险。对农业排灌用电，以及新建小区的居民用电，推广安装预付费电能表，通过“先付费，后用电”的方式，提高电费的回收率，将事后的欠费风险变为事前的可控防范，最大限度地降低电费风险，化解因拖欠电费而引发的一系列问题和纠纷。同时，通过网上、线下触摸屏等查询平台，实现电费信息公开透明，方便客户随时查询用电、办电信息。建立电费回收信用评价制度。倡导建立客户交费诚信黑名单，对列入欠费黑名单的居民用电客户，优先使用预付费电能表实行预购电，有效防范电费拖欠风险。对列入黑名单的企业客户，在办理用电业务时，应对客户资质加强审核，及时了解客户的生产经营状况。对经营状况严重恶化的企业，有必要采取个性化的措施，如制定“一户一策”的缴费方案，以及采取抵押等担保手段防控经营风险，减少欠费损失。

结束语

近些年经济水平的进步使人们生活质量发生改变，各行各业的发展都对电力供应、电力资源有非常高的要求。电力企业在激烈的市场环境下，电力营销管理创新成为提高竞争力的重要着手点。特别是大数据时代下的电力企业管理创新，为了获得更高经济效益，电力营销管理也有非常重要的意义，为了达到大数据时代对企业管理要求，需要重点加强创新，改变电力营销管理模式。

参考文献

- [1] 李小缤. 发电企业电力营销工作管理创新研究[J]. 企业改革与管理, 2020(15): 111-112.
- [2] 白岩. 电力营销工程项目管理的重要性和创新改进研究[J]. 现代营销(信息版), 2020(05): 146-147.
- [3] 林大鹏. 新时期供电企业电力营销管理问题及改进方法[J]. 科技创新导报, 2019, 16(36): 170-172.
- [4] 黄机敏. 浅谈电力营销管理模式及策略手段的优化创新[J]. 机电信息, 2019(35): 182-183.