

# 新型电力系统背景下的电力营销管理

张艳平 王朋

国网河北省电力有限公司灵寿县供电分公司

**摘要:** 随着电力的快速发展,在运行过程中发生了大量事故,对人们日常生活造成巨大影响。如何进行科学、合理地管理和维护电力资源是当前的重要任务。本文从分析我国电网调度管理工作现状入手,提出建立一个基于新型智能电网下电气自动化系统模型来实现整个电能供应链一体化模式,从而提升供电企业工作效率与质量;同时还应针对新形势下电力营销管理存在的问题及对策进行详细探讨并对其未来发展前景做出展望性研究。

**关键词:** 电力系统; 营销管理

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-627X.2022.09.073

## 引言

电力是国家重要的基础能源之一,在国民经济中占有极其关键地位,同时也具有较高经济价值。电能不仅可以为人们提供大量方便生活,而且还能提高社会效率。随着经济的发展,对电力需求也越来越大,电力行业在我国国民经济发展中发挥着重要作用,是国家稳定、安全运行和社会和谐的基础保障。然而伴随着供电企业规模扩大化程度加深以及竞争日益激烈等情况下出现了一些问题需要解决。本文主要探讨的是如何应对这些问题并提出解决方案及具体措施来保证电能质量和用户利益最大化;同时针对目前电网发展现状进行分析总结,进一步推动电力行业健康有序可持续发展具有重要意义。

## 一、新型电力系统构建

在新型电力系统中,其营销管理是一项重要工作,其与企业发展有着紧密的联系。构建新型电力系统,就要对电力系统进行优化,促进电力营销管理的有序开展。构建新型电力系统过程中,要将营销管理工作落实,充分发挥出电力营销管理工作的作用。在新能源发电、电动汽车等相关产业的发展过程中,要提高对新型电力系统的认知程度,明确其价值所在,为电力营销管理工作提供重要的指导作用。同时,要加强对新型电力系统建设过程中出现问题的分析研究,根据实际情况进行调整和完善,推动新型电力系统建设进程加快,促进电力企业可持续发展。<sup>[1]</sup>

## 二、电力营销管理存在的问题

### 1. 营销管理仍需加强

新型电力系统的建设和发展,不仅需要电力企业做好自身的营销管理工作,还需要国家相关部门和各级政府部门的共同支持和合作。在新型电力系统建设发展的

过程中,相关的管理部门应做好电网规划和建设工作,并对电网建设和发展工作进行及时的调整,从而使电网建设更加科学合理。同时,在电网建设过程中,也要积极推进营销管理工作,确保其能够适应新形势下的电力营销管理工作。

### 2. 客户服务能力有待提升

在传统电力营销模式中,客户服务人员是主要工作内容。由于电力行业与其他行业之间存在较大差异,因此,客户服务人员需要在原有工作基础上进行优化与创新,才能有效提升电力营销工作效率。因此,新型电力系统背景下,电力营销管理人员应积极提升自身的服务水平,为客户提供更加优质的服务。但是在实际工作中,部分员工存在对客户服务意识不强的问题,无法有效提升客户的满意度。<sup>[2]</sup>

### 3. 营销业务转型较慢

由于我国电力系统营销的主要义务主体为供电公司,而电力企业在当前的发展过程中,主要的义务主体为供电公司。供电公司在当前的发展过程中,主要的义务主体为供电企业,但当前新型电力系统在不断发展,现阶段我国电网营销体制并不能够满足新型电力系统的发展需求。首先,电力营销义务主体无法满足新能源和新产业发展需求。我国在近几年中逐渐加大了对新能源和新产业的扶持力度,在未来一段时间内,我国还将继续加大对新能源和新产业的扶持力度。但是我国目前并没有针对相关行业出台相关扶持政策,这就导致了新型电力系统在发展过程中缺乏相应的政策支持。

### 4. 营销队伍综合能力有待提升

目前,我国电力营销工作中,人员的综合能力还有待提升,尤其是在新型电力系统背景下,营销队伍的综合能力有待提升,无法适应新时代电力营销工作的发展

要求。在实际的工作过程中，必须要加强对人员的培训与教育，不断提升人员的专业能力和综合素质，从而全面推动电力营销管理水平的提升。在此背景下，要充分重视营销队伍建设工作，注重对人员业务能力和综合素质的培养，从而提高工作人员的综合能力和业务素质。在新型电力系统背景下，需要强化对人才队伍建设工作的重视程度，完善相关制度和机制，全面提高营销队伍的综合能力和专业素质。

### 三、新型电力系统背景下的电力营销管理策略

#### 1. 及时摒弃传统工作观念

新型电力系统背景下，传统的营销管理观念已经无法适应当前时代发展的要求，因此，在实际工作中，电力企业必须要及时转变传统观念，对自身的工作模式进行创新和优化。一方面，要不断强化电力企业内部人员的营销意识和责任意识，明确自身的工作目标和职责。另一方面，要对电力企业内部人员的工作能力进行全面提升，注重培养相关人员的综合素质能力，并从多方面入手，确保电力企业内部人员能够充分发挥自身的专业能力和创新能力，为新型电力系统背景下电力营销管理工作质量提升提供坚实保障。<sup>[3]</sup>

在新的发展形势下，电力营销管理工作人员要及时转变工作观念，主动学习和掌握新型电力系统背景下的相关知识，明确自身在电力营销管理工作中的定位，充分了解新型电力系统的特点，根据不同市场情况和不同用户需求，制定符合实际情况的营销方案。在工作开展过程中，要结合新技术、新设备和新模式等特点，进一步提高营销管理工作效率。

#### 2. 实行低碳环保的产品策略

在新型电力系统的建设背景下，传统的电力营销模式已经不能满足电力企业的发展需求，因此需要对产品进行创新。在这个过程中，需要重视低碳环保的产品策略。例如在供电企业中，可以采用以“低碳”为中心的绿色节能、清洁能源、环保产品等方式来进行产品销售。此外，在设计产品时，需要结合绿色节能技术来进行产品设计。例如，可以采用太阳能发电技术、电能存储技术等进行相关产品设计。

在新型电力系统中，电力企业应该通过对客户的用电行为进行分析，从而开发出符合低碳环保标准的新能源产品，提高电力产品的附加值，降低供电成本，提高

市场竞争力。例如：针对农村地区开发光伏发电项目、风力发电项目等。此外，还可以通过智能电表实时收集客户的用电数据，根据相关的用电情况及趋势来进行分析和预测，并提出合理化建议，从而满足客户在新能源利用方面的需求。

#### 3. 制定具有弹性的价格策略

在新型电力系统背景下，对电力企业来说，如何制定具有弹性的价格策略是提高市场竞争力的重要途径，对电力企业的发展具有重要意义。在价格策略中，最常用的是电价弹性策略。在这个过程中，首先，要对需求和成本进行分析。新型电力系统背景下，用户对价格的变化更加敏感，为了避免用户受到价格变化的影响，应根据市场情况来制定出合理的价格。其次，要对现有市场进行分析和预测。根据当前电力系统的实际情况来制定价格策略，保证营销管理工作能够顺利开展。最后，要对定价进行调整。在这个过程中，应充分考虑用户和电网企业的利益和需求。

在电力营销管理工作中，对于不同的用电客户制定相应的价格策略，对不同的用户实施不同的电价标准，并制定相应的电价调整方案。在电力营销管理工作中，根据用户负荷曲线和电价标准，将电价制定成不同的区间，并对不同客户实施相应的定价策略。对于需求侧而言，可根据负荷曲线和电价标准，将不同类别的客户划分为不同的类别，如家庭、商业和工业等，根据各类客户所承受的电价水平制定不同的定价标准。对于电网而言，可根据负荷曲线和价格标准，对用户实行分时电价或峰谷电价策略。同时要做好负荷预测工作，在分析负荷曲线、进行定价时，要考虑到负荷曲线可能发生的变化。<sup>[4]</sup>

#### 4. 开展多样的促销策略

在新型电力系统背景下，电力营销要结合市场需求，积极开展多样的促销策略。当前电力营销的促销策略主要有以下几种：一是开展优惠活动，用电客户可以通过办理套餐来获得优惠；二是开展打折活动，用电客户可以通过参与一些活动来获得优惠；三是开展奖励活动，用电客户可以通过积分来享受一些服务；四是开展促销服务，用电客户可以享受一些上门服务。

新型电力系统背景下，电力营销管理要充分利用促销策略来吸引更多的客户，在服务过程中要强化与客户

的沟通,促进良好的口碑传播,同时还要在服务中突出人性化的特点,吸引更多的客户。电力企业要对自身的促销策略进行创新,可以采用与客户进行互动,为客户提供更加多样化的服务内容,不断提高客户对电力企业的满意度。同时还可以开展优惠活动、举办各种促销活动、在电子媒体上开展宣传等等。此外还可以借助电视、广播、报纸、互联网等媒体开展营销活动,通过开展营销活动来扩大企业知名度和影响力,为企业带来更多的客户。

#### 5. 将用户群体进行细化分解

用户群体的细化分解,是电力企业进行营销管理的重要内容,也是提高电力营销质量的有效手段。在实际工作中,电力企业需要对客户群体进行细分,并针对不同的细分用户群体采取不同的营销策略,确保客户群体得到有效控制。例如,对于一些小规模客户群体,可以直接进行批量处理,为其提供服务,而对于一些大客户群体则需要采取分层营销的策略。另外,对于不同类型的用户群体,电力企业需要在营销管理中针对其进行分析,并采取不同的营销策略。例如在对一些大客户群体进行分析时,可以采用“一对一”或“一对多”的方式进行营销管理。

为了能够更好的进行营销管理工作,可以按照不同的客户群体划分为不同的细分用户群体。在实际的营销工作中,首先需要对客户群体进行分析,从而更好地为其提供相关服务。同时,在进行电力营销工作时,可以将用户群体进行细化分解,根据不同客户群体的特点提供相关服务,从而实现供电企业效益最大化。

#### 6. 加强电力企业自身建设

随着我国电力企业的发展,我国电力企业也在不断的适应新时代的发展要求。电力营销工作作为电力企业运营中的一项重要工作,需要不断地更新和完善,同时也需要不断地提升自身的建设和管理。因此,加强电力营销工作人员自身素质建设是非常重要的,我们需要加大对员工培训工作的力度,提升员工专业技能水平,保证员工在进行营销工作时能够做好专业技能知识和服务质量,在实现营销服务的同时提高用户对电力企业的满意度。在现代科技发展快速、竞争激烈的环境下,传统营销管理方式已经无法满足社会和企业发展的需求。

电力企业不仅需要为电力用户提供电能,更需要加强自身建设,提高服务质量。在新型电力系统背景下,

电力企业应转变营销管理方式,利用先进的管理方式,为电力用户提供优质的服务,促进电力企业的发展。此外,在新型电力系统背景下,电力企业应加强自身建设,提高市场竞争力。当前电力市场竞争越来越激烈,传统的营销模式已无法满足市场需求。因此,在新形势下,为了促进电力企业更好地发展,电力企业应加强自身建设,提高服务质量和水平。

#### 7. 加强电网建设

在新型电力系统背景下,电网的建设工作要重点加强。在电网建设过程中,要做好电网规划,保证供电质量。同时,在电网建设过程中,还要严格遵守相关的标准,保证电力营销工作的顺利开展。

要想切实有效地开展好电力营销工作,首先就需要做好电网建设工作,其中包括变电站、配电设施等。而要想加强电网建设,就需要首先在农村地区建设一批配电网,并积极推广新能源的开发利用。在此过程中,电力部门应该充分发挥自身的职能,对电网建设工作进行有效地监督与管理。与此同时,电力部门还应该积极引入新技术、新工艺以及新设备,为新型电力系统的构建提供技术支持。

#### 结语

本文在分析了传统电力系统的相关概念和电力营销管理理论上,结合当前我国电网现状,对我国发电企业面临的新形势进行探讨。首先阐述了新型城镇化建设提出与背景、研究目的及意义;其次简要介绍国内外电能供应以及用电需求预测方法并总结其应用状况;再次简单描述目前市场上供电市场存在电源结构不合理现象:从不同类型的负荷中切除相同电量和不同电压来满足用户对于电力服务要求,进而分析电网经济效益等问题进行探讨。

#### 参考文献

- [1] 连丽丽. 大数据背景下电力营销管理创新探讨[J]. 百科论坛电子杂志, 2021: 1(2424).
- [2] 容伟勋. 新时代背景下传统电力营销转型的探讨[J]. 科学与财富, 2019: 291.
- [3] 丁筱筠. 浅谈新型电力系统背景下的电力营销管理[J]. 电子元器件与信息技术, 2022: 2.
- [4] 刘涛; 郭楠. 浅谈新型电力系统背景下的电力营销管理[J]. 文渊(中学版), 2021: 2(3245-3246).