

浅析电费电价分析方法在电力营销管理中的应用

马茜¹ 何雪梅²

1. 国网上海市电力公司奉贤供电公司; 2. 国网上海市电力公司市南供电公司

摘要: 电费电价分析方法在电力营销管理中的应用对电力企业实现可持续发展和市场竞争优势至关重要。电力企业需要通过科学的电费电价分析方法, 深入研究市场需求、影响因素和策略选择, 以实现市场份额提升和盈利增长。电费电价分析方法可以帮助企业全面了解电力市场的供需关系和用户用电行为。通过收集和整理大量的数据, 电力企业可以进行趋势分析, 探索不同季节、不同时间段和地区的用电特点, 为制定差别化的电价策略提供依据。

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.2023.07.110

电费电价分析方法在电力营销管理中的应用是电力企业追求可持续发展和市场竞争优势的重要手段。电力行业作为经济社会发展不可或缺的基础设施, 电费和电价的合理制定对企业和用户都具有重要意义。因此, 电力企业需要通过科学的电费电价分析方法, 深入研究市场需求、影响因素和策略选择, 以实现市场份额提升和盈利增长。在电力市场竞争激烈和能源需求不断增长的背景下, 企业需要通过科学的电费电价分析方法, 制定合理的价格策略, 满足用户需求, 实现市场份额的提升和盈利能力的增长。

一、电力电费核算的内容

用电量信息抄录, 这是指用户或电力公司工作人员将用户的电表读数进行记录, 一般以月份为单位。具体操作包括进入用户户内或户外, 通过电表表盘上的数字或指针, 将电表读数准确地抄录下来。这个环节非常关键, 确保用电量的准确性。用电量数据核算, 根据抄录的用电量信息, 电力公司会对用户的用电量进行核算计算。核算过程中可能会考虑各种因素, 如电价、季节调整、谷峰平电价等。最终得出用户的用电量数据, 并计算出相应的电费金额。这个过程需要严谨的数学计算和精确的数据处理。

电费收取业务, 核算完成后, 电力公司会将电费账单发送给用户, 并负责电费的收取。通常, 电力公司会设立多种缴费方式, 如银行转账、支付宝、微信支付等。用户可以根据个人情况选择合适的缴费方式, 并按时缴纳电费。电力公司还会建立相关的客户服务体系, 解答用户关于电费的疑问和投诉^[1]。

二、电力营销的特点分析

垄断性行业, 电力行业在很多国家都是由少数几家大型企业垄断经营, 在这种情况下, 电力营销具有较高

的市场集中度和垄断性特点。基础性产品, 电力是现代社会的基础能源, 是各行业生产和人民生活的必需品。因此, 电力营销具有稳定性和持续性的特点, 需求相对稳定。

价格监管, 由于电力市场的特殊性, 许多国家对电力价格进行监管, 以保证公平竞争和维护用户权益。因此, 电力营销涉及价格制定、价格调整和价格监管等方面。营销渠道多样, 电力营销渠道包括直销、代理商、分销商、电力交易市场等多种形式。这些渠道的选择与市场的规模、地理环境、用户分布等因素有关。

服务内容丰富, 电力企业提供的服务不仅仅是电能的供应, 还包括技术咨询、设备安装与调试、能源管理等方面。这些服务内容可以增加企业的附加值和竞争力。网络化管理, 随着信息技术的发展, 电力营销不再局限于传统的线下渠道, 越来越多的电力企业通过互联网平台开展线上销售和服务, 实现了电力市场的网络化管理^[2]。

三、电力营销的数据分析法

售电量的变化影响售电收入, 对售电量进行数据分析, 观察售电量的变化趋势, 并与售电收入进行对比分析。可以通过趋势分析、季节性分析等方法, 找出售电量变化的规律, 并进一步分析其对售电收入的影响程度。

售电电价的变化带来的影响, 分析不同时间段、不同用户群体的售电电价变化情况, 并结合售电收入数据进行对比分析。可以通过价格弹性分析等方法, 评估售电电价变动对售电收入的影响程度。

用电量和售电均价的变动对售电收入的影响, 通过分析用电量和售电均价的变化趋势, 利用相关性分析等方法, 探讨用电量和售电均价对售电收入的影响关系。

可以了解到不同用电量和售电均价组合下，售电收入的变化情况。

用电结构的变化对售电收入的影响，分析不同用户群体用电结构的变化情况，如产业结构变动、用户类别变化等，与售电收入数据进行对比分析。可以通过回归分析等方法，研究用电结构变化对售电收入的影响程度^[3]。

四、电费电价管理存在的问题

1. 存在交叉补贴现象，未体现公平负担

不同地区的电费电价标准存在差异，导致某些地区的用户享受到了更低的电价，而其他地区的用户则需要承担更高的电费负担。这种区域差异可能是由于不同地区的电力资源、供电成本、政策等方面的差异所导致。

不同行业之间的电费电价标准也存在差异，某些行业可能享受到了更低的电价或者优惠政策，而其他行业则需要支付较高的电费。这可能是因为某些行业对于国家经济的重要性或者环保等方面的考虑所导致的差异待遇。

政府可能通过补贴措施来降低特定群体或行业的电费负担，进而促进经济发展、消费或者鼓励使用清洁能源。然而，在实施这些补贴政策时，可能存在制度设计不完善、资金分配不均等问题，导致部分补贴对象过多受益，而其他用户则没有得到相应的补贴。一些电力公司可能通过价格竞争手段来吸引用户，提供较低的电费价格，但是这种低价常常需要通过其他途径或者隐性收费进行补偿，从而导致整体的电费负担不公平。

2. 以生产为导向，不利于增供促销

在一些国家或地区，电力行业由少数几家大型企业垄断经营，形成了较为封闭的市场结构。这种垄断经营模式导致了电力企业对供应的控制权高、竞争程度低，缺乏外部市场竞争的压力，不愿意主动增加供应以满足市场需求。电力行业具有一定的固定资产投资周期，并且对新增电力设备的建设和运维需要时间和资源，容量扩充往往不及时。对于电力企业来说，增加供应需要巨大的投资和风险，而电力需求的波动性较大，使得供求之间的平衡难以实现。

一些国家或地区对电力价格进行干预和管制，导致电价设置与市场供求失去了良好的对应关系。如果电价被过度管制或设置过低，企业投资回收周期延长，缺乏动力增加供应。此外，政府干预还可能导致价格歧视、交叉补贴等不公平的现象，使得电力企业没有足够的激

励提高供应能力。由于电力行业的特殊性和网络效应，市场竞争程度相对较低。缺乏竞争的压力会降低企业的主动性和创新性，进而不愿意主动增加供应以满足市场需求。

3. 电价设置不合理，存在越权行政干预

电力价格往往受到政治因素的影响，政府可能通过调整电价控制物价水平、保障社会稳定或实现其他政治目标。在这种情况下，电价设置可能会受到政治考虑，而非市场供求关系导致的。一些政法部门可能越权干预电力价格的设置和调整，超过了市场经济的运行规律，打破了供需关系，导致电价设置不合理。政法部门可能出于行政目的或利益考虑，干涉电力市场的运行。在电价设置过程中，可能没有充分考虑到电力企业的成本、投资回报和运营效率等因素。这可能导致电价设置低于实际成本或超过合理水平，影响电力企业的盈利能力和可持续发展。

4. 转供电加价严重，损害电网企业形象

一些电力公司或者电力经营者可能出于经济利益的考虑，通过转供电加价的方式获取更大的利润。可能在电力转供环节中加价，并将这一成本转嫁给最终用户，导致用户支付较高的电费。这种利益驱动导致了不公平的加价行为。相关部门对于电力市场的监管不力，导致了转供电加价问题的存在。监管部门可能没有采取有效的措施监督和管理电力市场中的转供电价格，或者存在监管漏洞，使得一些企业可以滥用权力进行加价，而难以受到制约和惩罚。

电力市场中的转供电加价问题往往与信息不对称和透明度不足有关。用户难以了解实际的转供电成本和相应的合理价格，往往只能被动接受高额的电费支付。缺乏透明度导致了电网企业形象的损害^[4]。

五、围绕电费电价改进电力营销管理策略

1. 厘清电价交叉补贴，实现暗补变明补

制定明确的电费电价政策，确保电价和费用明码标价，向用户公开。这样做可以增加电力市场的透明度，减少信息不对称，使用户能够清晰了解电费的构成和涉及的交叉补贴情况。确保电费计量和结算的准确性和公正性。推广使用智能电表等先进技术，实施精确计量，并建立监管机制来防止数据篡改和作弊行为。同时，加强对电价结算流程的监督，确保各种交叉补贴明确合规并按照规定执行。

加大监督执法力度，针对电网企业存在的转供电加

价等问题进行监管，严肃查处任何价格垄断、不合理加价等违法违规行为。确保电力市场的公平竞争，促进降低转供电加价。评估和调整现有的电力交叉补贴政策，确保补贴的合理性和效益。补贴政策应当明确目标、对象和范围，并建立受益方和运营商之间的明确协议，避免被滥用和转嫁成本。同时促进清洁能源的发展，减少对传统能源的依赖，从而降低交叉补贴的压力。建立用户投诉和举报机制，鼓励用户发现和反映电费电价中的问题，加强用户教育，提高用户对电费计算和交叉补贴的了解程度。同时，加强与用户的沟通和互动，听取用户真实需求，合理调整电费电价政策。

2. 转变营销理念，树立需求导向

深入了解用户的电力需求，包括用电量、用电时间、用电特点等。通过用户需求分析，确定不同用户群体的特点和需求差异，为个性化提供服务打下基础。根据用户需求的差异，开发出不同的电力产品和服务，满足用户的个性化需求。例如，针对大型工业企业用户，可以提供定制化的电力解决方案，帮助其优化用电结构，降低能耗成本。

将产品的独特卖点和满足用户需求的优势进行有效宣传。通过传统媒体、社交媒体、线上线下渠道等多种形式，向目标用户群体传递产品信息，并强调产品如何解决用户的实际问题。通过建立良好的客户关系，加强与用户的沟通与互动。及时回应用户的反馈和投诉，解决用户遇到的问题，提高用户的满意度和忠诚度，从而增加用户的再次购买意愿。

除了基本的电力供应外，可以考虑提供一些增值服务，如能源管理咨询、设备诊断与维护等，帮助用户实现能源节约和高效用电，提升用户的体验价值。构建全方位的电力营销网络，整合各方资源，实现资源共享和优势互补。与其他相关企业、科研机构、行业协会等建立合作关系，共同推动电力市场的发展和创新。

3. 合理定制电价，减少非正常行政干预

通过引入竞争机制，打破电力市场的垄断地位，吸引更多企业进入电力行业，提高市场竞争程度。这能够有效地降低转供电价格，促使电力公司提供更好的服务和价格。建立透明公开的电力定价机制，提供给用户充分的信息和选择权。通过公开揭示电力成本、运营费用等相关数据，并建立合理的市场调节机制，确保电价合理、公平、可接受。

加强电力市场的监管和监督工作，规范电力经营者

的行为，确保遵守合同约定和相关法律法规。监管部门应当加大对电力公司的监督力度，及时发现和处理非正常行政干预问题。通过技术创新，提高电力供应效率，减少供电成本。同时，鼓励用户节能减排，提倡绿色低碳生活方式，降低整体用电需求，从而减少对转供电的需求，降低电费电价。

4. 严防转供电扩大，实现转供电合法化

建立转供电准入审批制度，明确转供电企业的申请条件和审批流程，加强资质审核，确保企业在合法范围内进行转供电活动。准入制度的建立能够有效遏制转供电扩大现象，提高市场的规范性和稳定性。与转供电企业建立合作机制，加强信息共享和互信，通过合作达成双方共同的利益诉求。促使转供电企业遵守市场规则和法律法规，避免不合法的转供电扩大行为。推动市场多元化发展，提供更多种类的用电选择，让用户能够选择更适合自身需求的电力供应方式。这样能够减少对转供电的需求，从根本上控制转供电扩大的趋势^[5]。

结语

电费电价分析方法在电力营销管理中的应用对于电力企业来说具有重要的意义。通过合理的电费电价分析方法，电力企业能够更好地了解市场需求和用户行为，从而制定出更具竞争力的电价策略，提高企业盈利能力和市场占有率。需要不断加强研究和创新，完善分析模型和工具，提高预测准确度和决策支持能力。同时，还应结合市场调查、用户反馈等多种信息来源，进行综合分析，制定出更有针对性的电价策略。通过科学分析和合理运用，能够提升电力企业的竞争力，实现可持续发展，并为用户提供更优质、更具竞争力的电力产品和服务。

参考文献

- [1] 苏峰. 电力营销管理中电费电价分析方法应用[J]. 科技资讯, 2022, 20(22): 128-131.
- [2] 何小兰. 浅析电费电价分析方法在电力营销管理中的应用[J]. 中国集体经济, 2021, (17): 55-56.
- [3] 钱凯, 邢璐. 电费电价分析方法在电力营销管理中的应用[J]. 纳税, 2019, 13(11): 273.
- [4] 宁容. 电力营销管理中电费电价分析方法的应用[J]. 企业改革与管理, 2018, (21): 210+222.
- [5] 曾嵘. 试论电力营销管理中电费电价分析方法的应用[J]. 通讯世界, 2018, (03): 303-304.