

新能源发展下电力营销市场开拓的有效策略

杨婕

国网天津市电力公司城南供电分公司

摘要: 在相关技术发展进步的过程中, 新能源无论是在数量上还是在质量上都取得了突破性的成就。在开展电能生产实践的工作时, 也需要综合利用新能源的优势, 彰显出企业的市场地位, 促进电力企业经济效益的增长。对于相应的电力企业而言, 唯有强化对新能源技术的重视, 积极开展电力生产设备的研究工作, 才能够更好地满足市场发展需求。为此, 本篇文章在综合了相关调查和研究之后完成, 结合电力营销市场的发展特点展开详细分析, 并列出具体的发展策略。

关键词: 新能源发展; 电力营销; 市场开拓

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2022.11.077

引言

随着全球能源危机的加剧和环境污染问题的日益突出, 发展新能源已成为世界各国应对能源挑战的重要战略选择。在此背景下, 新能源发电技术不断取得突破, 新能源发电规模持续扩大, 为电力行业带来了前所未有的机遇和挑战。面对新能源发电的快速发展, 传统的电力营销模式已难以适应市场需求, 亟须创新营销理念, 拓展营销渠道, 提升服务水平, 以满足日益多元化的用户需求。

一、新能源发展下电力营销市场的现状分析

在我国电力企业飞速发展的过程中, 电力行业在市场经济中所占据的比重也呈现出了逐年增长的发展态势。但需要注意的是, 因为前期各种不合理问题的存在, 导致电力企业管理不完善、市场分布不均匀的现象较为明显, 从而对电力企业的健康发展产生了不良影响。在电力企业全面深化改革的背景下, 电力企业需要结合自身的实际情况, 制定出科学、合理的营销策略, 强化对电力市场的监督和管理, 针对现阶段工作实践中所存在的种种突出性问题进行有效解决。运用积极的营销模式, 大力挖掘潜在客户, 以便促进我国电力企业的持续发展。从电力营销市场的发展特点来看, 其主要集中在以下几个方面。一方面, 电力能源消耗量急速增长的特征较为明显, 电力生产水平的提升和大众的生产、生活用电需求呈现出了明显的正相关关系, 电力生产规模也逐步扩大。根据国家能源局所发布的数据报告来看: 中国社会总用电在2021年已经达到了39339亿千瓦时, 并刷新了历史新纪录。根据该方面的数据来看, 电力需求呈现了直线飙升的发展状态和趋势。在新时期的背景下, 更是需要积极做好电力营销市场的新能源市场开发工作, 为促进电力企业的健康、持续发展创造良好条件。为用户提供优质服务, 使得电力行业可以在市场经济中稳步进步。

另一方面, 新能源技术进步发展速度加快。当前阶段, 电力行业已经成了国家经济发展和国民经济生产、生活中的一个重要产业, 其整体的稳定性和社会生产之间产生了极为明显的联系。我国已经进入到能源结构转型升级的关键时期, 若想进一步提升新能源技术的开发和应用效果, 还需要对各种电力能源的设备性能进行持续性的优化和改进, 以便更好地满足市场发展需求。

二、新能源发展下的电力营销市场开拓中的问题分析

1. 电力营销方式落后的问题

在互联网技术和计算机技术深入应用普及的过程中, 电力营销工作中也需要恰当结合该技术的优势。针对电力企业中所出现的各种电子商务营销模式进行详细分析, 充分发挥计算机技术和营销业务的优势, 对于现有的互联网营销模式进行系统性的变革。但需要注意的是, 该方面问题的存在, 也在一定程度上影响了电力营销市场开拓工作的开展。

2. 电力企业营销意识差的问题

电力企业在深入发展的过程中, 需要充分考虑到科学电力营销策略的影响, 将此作为提升电力企业发展效益、促进其持续性发展的一项重要策略。就现阶段的发展情况来看, 我国的电力企业中普遍存在着过度重视电力生产、忽略电力营销的问题。大部分的电力企业认为, 仅需要降低所投入的成本, 便可以达到提升企业效益的目标, 从而完全忽略了电力营销给企业所带来的各种利益。

3. 营销管理机制落后于时代发展的问题

受制于传统观念的影响, 电力企业使用的营销管理较为传统, 并未能够从根本上发生系统性的变化。尽管部分企业已经认识到了新式营销管理机制的优势, 但难以结合其中存在的各项问题进行优化和改进, 其中所运用的各种改革策略也存在着明显的欠缺, 改革策略的复

杂性、繁琐性特征较为明显。

4. 缺乏高素质电力营销专业人才的问题

在新时代的背景下，电力营销市场的发展特征出现了明显的变化。该方面特征的存在，也对营销人才提出了较高的要求。从传统营销人员所具备的思想特征来看，各项思想知识和技术储备已经难以适应现阶段的市场发展需求。针对该方面的特点来看，在后续的发展过程中，企业部分需要及时培养一批高素质的电力企业专业人才。将此作为未来发展的重要方向，为企业的发展提供充足的人才支撑。从用户需求和服务角度来看，专业人才的缺乏，也会影响到电力营销市场开拓活动的开展。

三、新能源发展下电力营销市场开拓分析

1. 积极转变营销观念，更新营销思路

在信息技术深入发展的过程中，各项高端技术已经在行业中得到了深入应用。尤其是互联网技术的发展，其应用范围极为广泛，并且使得整个市场的发展形势出现了根本性的转变。在该方面因素的影响下，诸多用户的消费观念悄然变化。在后续的发展过程中，若想更加积极地开拓电力营销市场，结合各种新能源设备的优势，对其实际的运行情况进行全面调研。企业管理人员也需要恰当转变自身的营销观念，更新营销思维。

从电力企业市场营销活动开展的目的角度进行分析，其主要是为了帮助企业创造出更多的价值，满足电力企业市场扩张和发展的需求。若想实现该方面的目标，电力设备的制造企业则需要强化对营销活动创新性的重视。综合考虑到新能源的整体发展特征，全面开展电力营销市场的开拓活动，从而提升营销活动的协调性。针对现有营销体系中所存在的各种不合理问题进行及时完善，实现优质资源的高度整合，打造出更为科学、系统的营销理论，为促进营销活动的顺利开展创造良好条件。但需要注意的是，如果在电力企业发展过程中出现了任何不合理的问题，则需要结合现实的情况进行及时的优化和调整。积极顺应时代的发展规划，改变落后、传统的思想观念。将新式的市场营销发展思想作为统领全局的思路，将企业的发展利益作为各项营销策略确定的基础和核心，对于现有的各种电力服务进行不断优化，以便为客户和大众提供更加优质的服务。在实际的电力营销市场开拓活动开展的过程中，还需要综合考虑到客户各项需求的影响。以电力企业的发展趋势作为各项政策确定的基础，构建不同的营销方案，尽量保持自身经济效益和优质服务之间的高度平衡。对于电力企业而言，也需要充分考虑到国内外各种新技术的影响，满足市场需求，实现供需平衡。在企业内部，对于

现有的营销环境和方案进行积极改进，形成更加规范、完善的营销模式。

2. 重新定位电力市场的营销目标

在新能源开发不断深入的背景下，电力企业还需要结合自身的发展优势，行业的未来发展需求等相关性因素进行系统性的考虑。针对自身现有的各项资源进行充分的挖掘，找到自身所存在的种种不足和问题。结合优势共建策略的优势，建设出更加科学的营销模式。在电力市场的营销目标方面，也需要进行积极改进，针对其中的各项问题进行优化。做好市场的重新定位，将市场营销的开拓目标放在更高的层面上，以便更好地适应新能源的未来发展趋势，提升营销策略的合理性。若想实现该方面的发展目标，电力企业需要综合市场的各项营销目标，确定最为合理的目标和发展策略。在此过程中，还需要着重考虑到电力相关业务在电力行业发展中所产生的影响。唯有如此，才可以高质量地完成电力营销市场的开拓工作，在激烈的市场竞争中脱颖而出，从而取得竞争优势。其中，尤其需要考虑到各种新技术的应用。伴随着国家科学技术能力的不断提升，各个行业中都取得了极为明显的技术成就。尤其以互联网技术、大数据技术的优势最为明显，并且其适用范围相当广泛。在后续的电力营销市场开拓中，则需要强化对上述技术的综合运用。针对现阶段的市场发展需求、行业未来发展趋势等相关因素进行全面、系统的考虑，打造出一套多层次、先进的基础网络平台。在对市场变化进行深入调查的过程中，确定合理的营销方案。将新市场化的商业运作模式运用到具体的发展中，在遵守国家各项法律法规和相关政策的基础之上，引入先进的营销理念，提升营销活动的自主性和独特性。在社会主义市场经济深入发展的过程中，市场经济的作用极为突出，市场所发挥的调节优势也相当明显。因此，电力企业还可以依据市场的实时变化，针对现有的价格体系进行有效调整，保障自身所制定的价格具有较高的灵活性和市场优势，以此来满足多数群体的需求。

3. 强化对新技术的更新和应用力度

在开展电力营销市场开拓活动的过程中，需要确保自身所开发的各种产品能够真正满足用户的各项需求。其中所需要运用的开发技术、开发设备较多，电力企业也需要充分考虑到该方面特征所产生的影响，并在最大程度上进行满足。在提升自身设备的生产水平和价值优势的基础之上，将精细化的管理策略和理念落实到具体行动中。尤其需要考虑到各种不合理因素的影响，制定相应的解决策略，为促进电力企业的健康发展创造良好条件。

例如：在实际的工作中，经常会出现线路双端不足或者长距离输电的情况，在此过程中，很有可能受到外界因素的影响，导致电能输送的稳定性和可靠性出现急剧下降的发展态势。在后续的营销活动中，若想避免上述问题的发生，提升整体的发展质量，则需要对相关产品、技术进行积极的开发和及时更新，提升设备性能的综合竞争力。对于相应的电力设备供应企业而言，需要强化对现有设备的改造力度。融入先进的技术，对于设备中容易出现老化的地方进行及时的检测和维修，并做好相关信息的记录。在电能生产和高质量的传输需求问题方面，也需要进行及时整改，从而保障电力设备的质量可以和用户的需求保持高度的一致性。此外，在国家技术水平不断提升的背景下，各个行业都取得了极为明显的技术成就。对于电力企业而言，尤其需要强化对技术优势提升工作的重视。结合现阶段的实际发展情况，积极开展技术的研发和设备的更新工作，引入前沿的设备制造技术，对于不同电力企业的实际需求进行分层次管理。综合考虑到不同技术管控方法的优势，从当时当地的现实情况角度出发，确定最为合适的管控方法，不断提升设备的整体性能和质量，保障设备的故障率可以控制在合理的范围内。从其影响来看，该方面营销策略的有效落实，可以保障电力企业降低整体的供电成本，促进经济效益的提升。在新设备的研究和开发方面，还需要积极运用先进的制造技术，从而达到提升营销竞争力的目标。

4. 积极开展营销人才的培养工作

在新能源的背景下，传统模式下的计划电量工作模式和方法已经难以适应现阶段的市场发展趋势。在市场经济的大力影响下，电力能源所具备的商品属性被放大，营销已经成了新能源企业和电力企业发展的主要内容。结合市场发展的实际需求，贯彻落实科学、合理的营销机制，以便在激烈的市场竞争中取得竞争优势。综合前期的相关调查和研究可以发现：在现阶段的发展过程中，以电力营销为主的电力企业相对较少，售电市场尚未形成较大的规模。在前期的探索过程中，电力企业所面临的问题较多。在后续的发展过程中，若想更好地提升自身整体的发展质量，则需要充分把握人才培养工作，将此作为企业制胜的关键性因素。也就是说，电力企业营销人员的工作能力将会直接影响到企业未来的发展效益。综合素养高、专业水平较高的营销人员会在关注客户购买能力和消费特点的基础之上，从客户本身的实际情况角度出发，注重生活方式和思维方式的交流，使得人本理念可以在最大程度上得到有效彰显。同时，电力企业还需要考虑到营销人员培养工作的影响。可以结合内部培训的方式，引进高素质的人才，全面提升企

业营销人员的素养。在整个电力市场营销活动开展的过程中，主要包含了用电客户、内部员工、营销合作伙伴和财务团体四个极为重要的利益相关者。对于电力营销人员而言，在实际的营销活动中，还需要充分把握各个关系之间的利益平衡，找到关系合作的契合点，以便实现长期合作的发展目标。对此，营销人员则需要具备一定的商业关系建立和维护能力，在双方交流合作的过程中，达到合作共赢的目标，从而帮助电力企业更好地占据市场。在前期的人员招聘活动中，便需要将应聘者的个人经验、知识水平等相关因素考虑在既定的范围内。尽量选择那些专业水平较高、工作经验丰富的人员，以便灵活应对实际工作中的各项问题。当员工正式进入到岗位之后，也需要善待员工。充分发挥营销人员的能动性，从而实现合作共赢的发展目标。在现阶段的市场背景下，营销工作已经不再是一个单一的概念，电力营销工作也不仅仅需要某一个人来完成。针对该方面的特点来看，整个电力企业都需要达成共识，充分认识到电力营销工作的重要性。结合自身的发展规划，明确每一位工作人员所需要完成的任务，全面提升营销人员的使命感和责任感，共同维护企业的形象，从而达到吸引客户目光的目标。企业中各个部门、各位工作人员都需要切实参与到营销活动中，为促进电力企业营销活动的顺利开展创造良好条件。

结束语

综上，在新能源深入发展的背景下，电力市场营销活动的重要性越来越突出。在激烈的市场竞争中，电力企业若想更好地取得竞争优势，则需要强化对该方面工作的重视。同时，充分把握自身发展的优势，在深入分析市场发展特点的基础之上，根据国家部门的相关政策和自身发展的实际情况，确定最为合适的电力营销管理机制，从而更好地完善企业的服务功能。

参考文献

- [1] 王超, 张璐. 开拓电力市场中电力营销的主要问题及对策[J]. 大众用电, 2021, (01): 20-21.
- [2] 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.
- [3] 柳钰琪, 郝明辉. 电力营销市场的特点及营销策略[J]. 黑龙江科学, 2019, (24): 144-145.
- [4] 刘智中. 新能源发展下的电力营销市场开拓分析[J]. 技术与市场, 2019, (11): 177-178.
- [5] 蔡晓生. 新能源发展下的电力营销市场开拓策略分析[J]. 科技创新导报, 2019, (26): 255-256.
- [6] 李勇, 祁晓钢. 电力营销开拓电力市场的主要问题及对策[J]. 中外企业家, 2019, (04): 111.