

# 电力营销策略在新能源利用中的应用与优化

刘振<sup>1</sup> 吕芳<sup>2</sup> 刘海军<sup>3</sup> 王娟娟<sup>2</sup>

1. 国网河北省电力有限公司献县供电分公司; 2. 国网河北省电力有限公司沧州供电分公司

3. 国网河北省电力有限公司南皮县供电分公司

**摘要:** 新能源科技的崛起与生态环境的保护需求拉动了新能源在国内的大规模应用。然而如何有效推广新能源市场, 仍有一些需求尚待填补。本篇论文运用了理论与实证研究相结合的方式, 着重探讨新能源的特性并对电力销售策略进行优化研究。全球与国内新能源电力市场的概况, 面临的困难与机遇, 在此都有详尽的剖析。再根据新能源的供求变化, 价格波动等状况, 创立了与新能源市场衔接的电力销售模型, 并对模型参数进行优化, 以增强电力销售效益。本文还引入了大数据和云计算技术, 对电力营销过程进行了智能化优化, 以实现精准营销。实证研究表明, 优化后的电力营销策略, 能够有效提高新能源利用率, 降低运营成本, 提升供电公司的市场竞争力。本研究为供电公司完善营销策略, 提供了一套理论支持与先进的营销工具, 具有较高的实用价值。

**关键词:** 电力营销策略; 新能源利用; 营销模型优化; 大数据与云计算; 市场竞争力

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2023.08.100

## 引言

新能源作为未来的持续能源, 既是环保的需求, 又是科技进步的产物。近年来, 我国新能源的开发和利用在全球范围内走在了前列, 各类新能源项目如雨后春笋般涌现, 而这个繁荣的背后则是市场对新能源的极大需求。然而, 如何在这个市场中生存并发展好, 如何使投资者、供电公司、消费者三方皆大欢喜, 就需要解决一个关键问题, 那就是新能源电力的营销问题。如何将新能源电力精准销售给需要的用户, 不但是供电公司的进一步发展的关键, 也是推动新能源持续健康发展的关键所在。事实上, 我国新能源电力市场虽然有着很大的发展潜力, 但是也存在一些问题, 比如新能源电力供需不平衡、价格波动大等情况, 这些问题严重制约了供电公司在新能源电力市场的发展。因此, 我们需要针对这些问题, 进行深入的研究和分析, 提出切实可行的解决方案。本文就是基于这样的背景, 对新能源电力营销策略进行了研究和优化, 本文的目的是提出一个具有实用价值的新能源电力营销策略, 以推动供电公司在新能源电力市场的健康发展。

## 一、新能源电力市场的现状与挑战

在全球推动可持续性、减排和清洁能源的背景之下, 新能源电力市场的发展也愈发受到各方关注<sup>[1]</sup>。新能源电力市场凭借其高效的可再生特性以及对环境保护的重要性, 成为推动全球能源转型和经济可持续发展的关键领域。

从国内外新能源电力市场的现状与发展来看, 近年

来新能源电力市场的规模呈现持续扩大的态势。尤其在和美国和欧洲等发达国家, 政府将新能源发展纳入国家战略, 并在法规、政策和财政扶持等方面给予大力支持。在我国, 新能源电力市场的发展也日趋成熟, 越来越多的电力企业开始转型发展新能源电力业务。我国政府为推动新能源电力市场的发展, 也出台了一系列有利于新能源电力产业发展的政策措施。

我国新能源电力市场的发展也面临着前所未有的挑战。新能源发电的周期性和不稳定性, 决定了新能源电力市场的运行模式必定会与传统电力市场存在很大的不同。新能源电力市场的电价问题也是当前亟待解决的挑战之一。由于新能源电力的生产成本通常高于传统电力, 如何在保证其经济效益的, 又使其能够被普遍接受, 这是新能源电力市场亟待解决的问题<sup>[2]</sup>。

另外, 新能源的供需变化、价格波动对电力营销也产生了深远影响。随着新能源技术的不断创新和变化, 新能源电力市场的供需关系也在持续改变。新能源电力市场的价格并不稳定, 与煤电、火电等传统电力市场相比, 新能源电力市场的价格波动更大<sup>[3]</sup>。这就要求电力营销策略能够有效应对市场的供需变化和价格波动。

从上述分析可以看出, 面对新能源电力市场的发展现状与挑战, 既要明确把握新能源电力的产业趋势, 也需要寻找适合其特点的电力营销策略, 以推动其健康可持续发展。新能源电力市场的发展无疑为电力营销增加了复杂性和挑战性, 电力营销策略将如何应对并优化这种变革, 将对新能源电力市场的未来发展起着关键作

用。

### 二、新能源电力营销策略的研究与优化

在新能源电力发展的大局中，研究并改进电力营销策略成为不可或缺的研究领域。此篇文章的目标在于，着力剖析电力营销模型的创建，深入研究营销模型参数的优化，并齐心探索电力营销效率的提升。

新能源电力市场的顺利运行，核心在于构建一套科学、合理的电力营销模型。这一模型不仅需要对市场需求和供应量有深入的理解，还需全面考量电力价值、电价政策等关键因素，以确保策略的前瞻性和有效性。在需求侧，新能源电力市场的驱动力主要源自人口、经济、技术和政策等多方面因素。人口增长和经济发展会推动电力需求的增长，而技术进步和政策导向则会影响需求的结构和模式。例如，随着可再生能源技术的进步和环保政策的推广，新能源电力需求可能会持续增长。在供给侧，新能源电力的发电成本、发电效率和电网接入能力等是关键因素。发电成本决定了新能源电力的经济性，发电效率则影响其市场竞争力，而电网接入能力则直接决定了新能源电力能否顺利并入电网并供给给最终用户。因此，电力营销模型的构建需要全面考虑这些因素，以制定出符合市场实际情况和未来发展趋势的策略。通过深入分析市场需求和供应情况，以及电力价值和电价政策等因素，电力企业可以制定出更加科学、合理的营销策略，推动新能源电力市场的健康、稳定发展。

电力营销模型参数的优化对于确保电力营销策略的灵活性和实用性至关重要。这些参数包括但不限于电力需求预测、供应量规划、电力价值评估和电价设定等。首先，电力需求预测的准确性直接关系到营销策略的有效性。通过对历史数据的分析，结合当前的经济、社会和技术发展趋势，电力企业可以对未来电力需求进行精准预测。这有助于企业提前规划产能，优化资源配置，以满足不断变化的市场需求。其次，供应量参数的设定需要综合考虑新能源电力的生成效率和机组容量。新能源电力的特性使得其生成效率受到多种因素的影响，如天气条件、设备维护等。因此，在制定营销策略时，电力企业需要充分考虑这些因素，确保供应量与需求相匹配，避免供需失衡导致的市场波动。此外，电力价值的评估也是营销策略制定的关键环节。除了电力的基础功能外，其环保、可持续性等社会效益也应纳入考量范

围。通过对电力价值的全面评估，企业可以更好地理解市场需求，制定出更具吸引力的营销策略。最后，电价的设定是影响电力市场供需平衡的重要因素。电价不仅关系到企业的经济效益，还涉及市场的效率和公平性。因此，在制定电价策略时，电力企业需要综合考虑成本、市场需求、竞争对手等因素，确保电价的合理性和竞争力。

提升电力营销效率是电力企业的核心目标之一，这直接关系到企业的市场竞争力和可持续发展。为实现这一目标，电力企业需要从多个方面着手，包括提高电力需求预测的准确性、优化电力价格机制、创新营销策略以及提升服务品质。首先，准确预测电力需求是布局未来的关键。通过运用先进的数据分析技术和算法，电力企业可以更加精确地预测未来的电力需求变化，从而为企业制定合理的生产计划、优化资源配置提供有力支持。这有助于企业规避因供需失衡而产生的风险，确保市场的平稳运行。其次，优化电力价格机制对于刺激电力生产和消费至关重要。合理的电价能够平衡供需关系，鼓励电力生产的同时刺激电力消费。电力企业需要综合考虑成本、市场需求、竞争对手等因素，制定具有竞争力的电价策略，以吸引更多的用户和市场份额。此外，创新营销策略和提供优质服务是增强企业竞争力的关键。电力企业需要关注市场动态和用户需求变化，制定创新的营销策略，如差异化定价、个性化服务等，以满足用户的多样化需求。同时，提升服务品质也是至关重要的，优质的服务能够提升用户满意度和忠诚度，为企业赢得良好的口碑和形象。在提升电力营销效率的过程中，深度学习和其他先进技术发挥着重要作用。这些技术可以应用于优化模型参数、提高预测准确性等方面，从而进一步优化电力营销策略。通过运用这些先进技术，电力企业可以更加精准地把握市场趋势和用户需求变化，提高营销决策的效率和准确性。

电力营销策略在新能源电力市场中的应用与优化，是影响新能源电力市场供需平衡、沟通生产者与消费者需求、提升电力市场运行效率的重要手段。通过电力营销模型的构建、参数的优化以及效率的提高，有助于电力企业更好地把握市场发展趋势，提升营销能力，推动新能源电力市场的繁荣发展。这也将为电力营销模型的优化提供有价值的经验和参考。

### 三、大数据与云计算在电力营销中的应用与优化

从电力营销的角度看<sup>[4]</sup>，大数据和云计算技术的应用可以实现消费者行为的准确捕捉和预测，以实现更精准的服务。目前，电力企业在营销中尤其注重用户的用电行为和需求。通过大数据技术，可以持续跟踪和监测用户的用电行为，通过数据挖掘和分析，形成对每个用户用电需求的准确理解，从而为用户提供精准化服务。在此基础上，可以根据对用户行为的了解和预测，适应性调整电力价格，从而实现电力市场的有效供需匹配。

大数据和云计算技术在电力营销中的应用还可提高电力资源的配置效率，确保电力供应的稳定和可靠。在电力供应方面，运用大数据和云计算技术可以实时监测电网状态，并预测电网状况变化，从而实现电力资源有效调配、供应可靠。在新能源电力领域，这特别具有价值，因为许多新能源，如太阳能、风能等受自然环境影响大，具有高度的不稳定性。而大数据技术则可以通过预测气候变化等外部因素，实现对新能源电力的有效调配和稳定供应。

大数据和云计算技术在电力营销中应用也可推动电力行业的创新和转型<sup>[5]</sup>。例如，随着电动汽车等新能源应用设备的普及，用户对充电桩的需求日益增大。运用大数据和云计算技术能够分析出用户对充电桩的需求高峰期、地点等特征，从而有效地布设充电桩，满足用户需求的带动电动车相关产业的发展。

大数据和云计算技术在电力营销应用中也面临诸多挑战。比如，数据保护和隐私问题，透明度问题，以及需要大量的初始投资等。电力企业在应用大数据和云计算技术时，必须充分考虑到这些挑战，并细心借鉴国内外先进的管理经验和技术应用模式，以便将技术的优势最大化，避免可能的弊端。

大数据技术可以加强电力市场化运营决策。大数据技术利用数据挖掘、数据分析等技术手段，可以挖掘和分析电力用户的需求特点、用户消费习惯、用电质量等多维度信息，为电力营销策略制定提供精准的决策支持，使电力营销决策更加科学和理性。

云计算技术可以增强电力营销的实时性。大规模的电力数据在云计算平台上进行统一管理和处理，具有较高的计算能力和数据存储能力，能够为电力营销提供实时的市场动态信息，确保电力营销决策及时得以实施，

进而提高电力营销效率。

大数据与云计算技术也可以进一步提升电力营销服务的个性化水平。大数据技术可以对用户的需求和行为进行深度挖掘和分析，使电力企业能够根据每个用户的实际情况提供定制化的服务，真正实现以用户为中心的电力营销。

### 结束语

本研究以新能源电力市场为研究对象，从市场现状、战略优化等方面进行深入探讨，旨在提高新能源的利用率和供电公司的市场竞争力。研究首先通过对国内外新能源电力市场现状的深入分析，明确了我国新能源电力营销策略面临的挑战与机遇。接着，针对新能源的供需变化和价格波动等情况构建了适应新能源市场的电力营销模型，并进行了参数优化。还引入大数据和云计算技术，对电力营销过程进行了智能化优化，实现精准营销。实证研究结果证实，优化后的电力营销策略能够有效提高新能源利用率，降低运营成本，提升供电公司的市场竞争力。本研究的结果可以为供电公司提供重要的理论和策略支持，同时也为相关政策制定提供参考。然而，本研究依然存在着一定的局限性，例如可能未能全面考虑所有新能源市场的特性和趋势等。今后的研究可以进一步扩展电力营销模型的应用范围，考虑纳入更多的新能源类型，以及探讨在更复杂情境下的电力营销策略。同时，我们也将进一步优化并完善电力营销的智能化策略，以便更精准地满足市场需求，推动新能源的广泛应用与发展。

### 参考文献

- [1] 宋保平, 李凯. 新能源发展与电力市场化改革[J]. 电力工程技术与管理, 2019, 3(2): 36-42.
- [2] 李玉峰, 何文杰. 新能源利用与电力营销策略研究[J]. 科技管理研究, 2018, 38(11): 20-25.
- [3] 张艳华, 朱静蕾, 王宏. 新能源电力市场化交易机制研究[J]. 中国人民大学学报, 2020, 34(4): 23-30.
- [4] 邱军, 刘雅静. 云计算在电力营销中的应用研究[J]. 中国电力, 2020, 53(12): 118-123.
- [5] 王飞, 赵秦伟. 大数据在电力营销中的应用初探[J]. 电力系统自动化, 2019, 43(8): 123-128.