

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

吴凡

国网漳州供电公司

摘要: 社会不断发展的同时我国科学技术水平也日益进步,而这也带动了新能源的进一步发展。从电力行业的实际情况来看,尽管新能源的发展赋予了电力行业一定的活力,电能紧缺的问题也得到了一定程度上的缓解。但在新能源发展的背景之下,对于电力企业的运营管理方面的要求也不断提升。电力企业市场化过程中电气企业之间的竞争也日益激烈,如电力企业依旧对以往传统的营销方式加以运用显然已经无法跟上时代发展的脚步,当然也不利于自身开拓市场。对此,本文就新能源发展背景下电力营销存在的一系列问题进行了分析,结合个人经验提出了有效的建议,希望可以为电力企业开拓市场提供一定的参考与借鉴。

关键词: 新能源; 市场开拓; 电力营销

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6261.2023.11.085

引言

人类文明在不断发展以及不断延续的同时也在持续不断创新,社会得以发展的同时,社会公众也逐渐提升了对自然能源以及能源的利用水平,当下日常生活方方面面都离不开电力能源,随着科学技术水平的不断进步,各行各业都扩大了自身的生产规模,这也促使各行各业加大了电能方面的需求。对于电力企业而言,在这样的背景之下就需要对自身的实际发展模式进行优化。而要想实现可持续发展的目标则要注重开发并有效的利用新能源。在科学技术的辅助之下,新能源的质量、数量都得到了质的飞跃,电力企业对新能源电能生产方面的优势加以利用来开拓市场不仅可以实现自身地位的提升,还能实现经济利益的最大化。但电力企业要注重集中力量研究新能源技术,并要与时俱进引进先进的设备,将适宜的渠道与科学的载体提供给新能源的应用与进一步推广。除此之外,还要全面分析新能源的发展趋势,结合自身实际对市场营销策略进行调整,为开拓电力营销市场打下坚实的基础。

一、电力营销的含义以及电力营销市场概述

(一) 电力营销含义

电力营销从根本上来讲,就是电力企业为客户提供电能的整个过程,在提供给客户电能时电力企业要对电能的安全性以及电能的质量加以保证。以往我国电力市场因电力资源最大的特点在于垄断性,所以电力供应从来不会出现客户缺乏的问题,大多是客户主动要求电力企业将电能提供给自己。在这样的情况之下,电力企业发展中营销的作用无法得以凸显,电力营销机制也大多并不完善。我国新能源的出现让电力企业嗅到了危机,随着自身发展环境越发严峻电力企业必须对以往陈旧的观念加以转变,实施有效的营销策略来拓展市场,以此

来吸引更多的潜在用户,也只有如此电力企业的市场竞争力才能得到进一步的提升,也才能在激烈的市场竞争中占据有利的地位。

(二) 电力营销市场概述

开拓电力企业市场时电力企业需要对开拓市场的特点加以明确,结合特点细致划分市场,即将其进行多个不同目标市场的划分,促使目标市场的整体性与稳定性得到提升。从根本上来讲,电力市场的稳定性主要指的是在某一时间段之内电力市场的状态是比较趋于稳定的,即使电力企业利润缩减也不会对供电带来任何影响。电力市场的整体性主要指的是电力企业在对电力加以供应时,可以完整的目标市场来定义同一电网下的目标客户,而在这一市场的内部,目标客户有着较为类似的电力使用需求,对此,电力企业可以对这一特点加以利用来进行营销方案的制定,使其更具针对性,促使营销的效果可以最大化的发挥出来。需要注意,电力企业在实际操作时要给予个体之间的差异足够重视,确保所有客户的需求都能得到最大化满足,并结合不同客户的不同需求进行对应服务的提供,最终实现电力营销效果的增强。

(三) 新能源发展下电力营销市场的现状

电力企业不断发展的同时,我国市场经济发展当中电力企业占据的份额也呈现不断上涨的趋势。尽管如此,从电力企业的自身建设状况来看,目前依旧有各类问题存在。比如市场分布不均、管理的完善性不强等。因多重问题存在所以制约了电力企业的进一步发展。对此,电力企业必须要正视现存问题并积极谋求变革,除了要结合市场大环境进行营销策略的制定之外,还要大力监管电力市场,就矛盾加以解决。不仅如此,电力企业还应当对积极的营销模式加以运用实现对潜在客户的

深度挖掘，为后续的发展奠定良好的根基。

（四）电力能源消耗量急剧上涨

电力生产水平不断提升的同时，社会公众生产用电需求以及生活用电需求也呈现不断增长的趋势，电力企业在这样的情况下就必须扩大自身的生产规模。2021年我国能源局公布了社会用电量相关的数据，数据显示，截至统计日我国用电量突破了270亿千瓦时，同比增长率更是超过了10%。由此可见，我国电力需求正在急剧攀升。在新时代背景之下，电力企业要想谋求更好的发展并且在激烈的市场竞争当中站稳脚跟，要对营销工作落到实处，不仅如此，还要开拓新能源市场，也只有如此才能将更为优质的能源提供给用户。

（五）新科技发展作用下新能源技术进步速度提升

电力行业作为重要的能源行业对于社会的和谐稳定以及我国经济的提升等多个方面发挥着重要的作用。现如今，我国正在积极转型能源结构的供给，并且也开始大力研究并应用新能源技术。基于此，电力企业也需要积极转型，并改革自身的营销模式，在资源需求不断上涨的今天，售电量也不断增长，因此电气企业要想开拓营销市场就必须对电力设备研究与营销工作贯彻落实。

二、电力市场开拓过程中的电力营销问题

（一）市场观念淡薄

基于全局来看，我国社会主义市场经济与我国的国情是极为相符的，正因如此，社会主义市场经济也获得了十分辉煌的成就。从电力企业的实际来说，在新时代背景之下，大多数电力企业依旧沿袭老一套的方法来进行市场营销，发展思路也存在一定的滞后性。不仅如此，电力企业在发展的过程中对于国家相关政策的引导依赖性非常强，无法紧密的与市场充分结合在一起，正因这一问题的存在，所以电力企业在发展的同时自身所处的地位极为被动，自身和市场经济之间也无法达到较高的契合度，归根结底在于电力企业不具备较强的市场观念，这也给电力企业的可持续发展带来较大阻碍。

（二）服务意识淡薄

我国经济不断发展的同时电力资源发挥的作用是毋庸置疑的，在很长的一段时间之内电力企业所处的地位都是十分利于自身发展的，用户量也十分庞大。正因这一利好局面所以导致绝大部分的电力企业并不具备较强的整体服务意识。而一旦在电力供应工作开展的过程中有问题出现，电力企业很难在最短的时间内帮助用户解决问题，客户的满意度也相对比较差，这不仅会影响电力企业的口碑与形象还会对后续的发展带来严重的影响。在市场竞争越发激烈的今天，电力企业如不具备较好的服务意识那么就会流失大量的目标客户，自身的竞争力也会大打折扣，实现可持续发展的目标就更无从谈

起。从某种意义上来说，电力企业也是服务业之一，对此也需要对服务业的核心理念加以遵循，正因如此就必须对自身的服务意识进行提升，从而实现客户满意度的提高。

（三）营销机制不健全

在以往很长的一段时间之内电力企业在我国都占据着绝对的垄断地位，所以，电力企业并未完全重视电力营销，也未能进行健全营销机制的构建。电力企业以往无论是实施的营销管理模式还是落实的各项营销手段都存在一些问题，除了相关方面的人才较为缺乏之外，也未能针对营销投入大量的资金，这也制约了其进一步发展。当今时代是信息化时代，而电力企业并布局较强的信息化程度，甚至一部分地区电力工作人员依旧存在采取手抄方式来统计电量以及各项数据的情况，此种方式不仅导致统计效率严重低于预期，还会因人为的失误引发各种问题与矛盾，对于电力企业竞争力的提升尤为不利。

（四）对相应法律法规的建设力度不足

电力市场在开拓市场的过程中最为凸显的一个问题就是不具备较强的法治观念，这也是营销电力活动开展频频受阻的主要原因。基于立法层面来说，目前我国有关于电力的法律法规以及各项制度已经较为完善与健全，但因宣传力度不足，所以一部分企业还未能完全了解且深刻认知法律法规的具体内容。目前电力企业在实际运营的过程中违纪违法的情况也时有发生，一旦发生之后电力企业大多是口头或者是内部发文进行警告，并未严肃处理，这也导致电力企业自身利益受损。除此之外，电力企业的用户大多也都不具备较强的法律观念，主要体现在发觉了偷电等恶劣现象时无法对法律加以运用对自身的权益加以捍卫，甚至一味的认为电力企业应当负全部的责任。这不仅会严重影响电力企业的对外形象还会导致其他用户对于电力企业丧失信任，电力市场的开拓也会受到不利影响。对此，电力企业必须要在内部构建良好的用法、守法环境，促使各项工作、各种操作都能做到有法可依。

三、新能源发展下电力营销市场开拓有效策略

（一）积极转变营销观念并对营销思维加以更新

在信息时代，各行各业都开始大力应用先进的科学技术，随着市场发展不断发生变化，用户的消费观念较以往也发生了改变，而对于电力企业而言，也要做到与时俱进，除了要委派专业的人员前往市场进行调研之外，还要了解新能源设备、新能源设施的需求。与此同时，电力企业还要对自身的营销观念加以转变，对营销思维进行同步更新。开展市场营销活动的根本在于帮助企业进行更多价值的创造，确保电力企业扩张的需要得到最大化的满足。对此笔者认为可以从几点做起：第

一，电力企业要创新营销活动，不仅要结合自身实际与新能源的实际发展特点来开拓电力营销市场，还应当对营销活动的科学性、协调性进行提升。不断完善营销体系，实现对优质资源的进一步整合。第二，电力企业要打破以往陈旧观念与落后营销方式的束缚，要对新能源发展下电力营销市场的实际发展规律加以遵循对自身的思想理念进行革新，在企业内部贯彻落实新市场营销的发展思想。第三，电力企业要将核心锁定为自身的切实利益上，通过对自身服务水平进行提升来将更加优质的服务带给用户。

在开拓电力营销市场的过程中电力企业应当给予客户实际需求足够的关注，要通过实际的调研与调查对客户真实需求加以了解，以此作为基础并将重心锁定为自身的发展趋势方面进行营销活动方案的制定，促使经济效益、优质服务这两者之间能达到一个平衡的状态。最后，电力企业要及时了解国内以及国外新技术的发展情况，还要掌握市场最新的供需形势，以此作为参照构建现代营销制度，实现自身营销模式的改革与创新，也只有如此电力企业营销模式的科学化程度、规范化程度才能得到切实的提升。

（二）重新定位电力市场营销目标

新能源不断发展的同时，电力企业也要从实际出发，利用自身的优势来提升自身的市场竞争力，以便在竞争激烈的市场当中站稳脚跟。而要做到这一点需要电力企业注重自身优势的发挥，在平时工作中要对出现的问题与存在的缺陷进行及时的总结。利用自身优势进行良好营销模式的构建，并基于时代所需对全新的营销目标加以确定，只有对自身有一个全新的定位并将目光放长远，从而促使所创造的营销活动形式既与自身发展相符又符合新能源市场发展趋势。

除此之外，电力企业要制定科学、合理的市场营销目标，对电力行业发展过程中电力相关业务所发挥的作用给予高度的关注，拓展电力营销市场。只有如此才能在众多新能源产品的竞争中赢得更多的企业用户。在平时电力企业要大力应用网络技术，对网络技术的优势加以借助进行基础网络平台的搭建，对市场的变化情况展开全面的研究，实现自身生产水平以及营销水平的提升。最后，电力企业要注重对新市场化的商业运作模式加以引进，在对法律法规加以遵守的同时将先进的营销理念引入到企业内部，促使营销活动的独立性、自主性得到提升，并对市场的调节作用进行强调。例如电力企业可以结合市场的实际变化状况来同步调节自身的价格体系，确保自身所制定的价格灵活性更强，以便在市场竞争中占据有利的位置，从而挖掘更多的新用户群体。

（三）加大技术保障更新力度，提高技术优势竞争力

电力企业在开拓电力营销市场的过程当中要做到以下几点：第一，确保自身所推出的产品能够对客户的需求加以满足。第二，尽可能满足新能源开发技术研究方面的设施、设备需求，通过设备、设施的辅助实现设备生产水平与优势价值的双重提升。第三，要以电网的实际建设状况作为基础来明确划分各项工作，企业内部要对精细化管理加以落实，对于存在的不稳定因素应当有足够的认识。比如，在输电距离过长的情况之下，要保证设备能够稳定输送电能。相关人员要定时定期的更新并升级相关的产品技术，促使设备性能的优势能够最大化的发挥出来。再比如，电力企业要注重采取有效的方式改造现有设备，将先进的技术引入进来。工作人员在工作过程中如发现设备存在老化的情况或者是设备性能无法对电能的生产以及电能传输方面的要求加以满足时，必须要进行整改，保证电力设备的质量能够满足用户的需求。除此之外，电力企业要注重提高自身的技术优势，不仅要为工作人员更新技术以及研发新技术提供支持帮助，还要对前沿设备制造技术加以引进。要分层次的管理不同用户的用电需求并对不同技术管控方式加以借助对设备的质量、设备的性能进行提升，确保故障率处于合理的区间之内。最后，电力企业要为研发新设备提供资金和政策方面的支持，对先进制造技术加以运用实现自身营销竞争力的增强。

结束语

我国新能源发展速度日益提升的同时，电力企业拓展电力营销市场的关键在于市场营销观念与市场营销思维的积极转变。不仅如此，电力企业还要对自身营销模式的科学化程度进行提升，同步进行合理营销策略的制定。通过对营销目标的精准定位来切实提高营销的效果，实现自身更进一步的发展。为了对新能源发展下营销市场的变化积极应对，电力企业还要对电力设备营销市场加以开拓，与此同时还要对自身的服务质量、设备研发水平等进行提升。通过全新电力市场营销模式的构建对技术层面的保障加以强化，如此，才能够在电力市场中牢牢“扎根”。

参考文献

- [1] 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(7): 1.
- [2] 陈刚. 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]. 数码设计(下), 2021, 010(006): 181-182.
- [3] 王震. 新能源发展背景下电力营销市场相关问题开拓与研究[J]. 轻松学电脑, 2019, 000(013): 1-1.
- [4] 王震. 新能源发展背景下电力营销市场相关问题开拓与研究[J]. 电子乐园, 2019(13): 1.