

基于智能电网视角下电力营销信息化建设策略探究

张璇

国网河北省电力有限公司衡水供电分公司

摘要：随着信息技术的飞速发展，智能电网的建设已经成为现代电力工业的重要发展方向。智能电网的建设不仅提高了电力系统的运行效率，也为电力营销提供了新的机遇和挑战。本文基于智能电网视角，进一步研究了智能电网的特点与发展要求，并结合信息化建设现状，并探讨了电力营销信息化建设的策略，以期为电力企业提供有益的参考。

关键词：智能电网；电力营销；信息化；建设；策略

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2023.12.111

引言

智能电网作为新一代电力系统，具有信息化、自动化、互动化等特点。随着智能电网建设的深入推进，电力营销信息化建设已成为电力企业提升服务水平和市场竞争力的重要手段。本文旨在探究智能电网视角下电力营销信息化建设的策略，以期为电力企业在信息化建设中提供有益的思路和参考。

一、智能电网的特点与发展要求

（一）实现自我修复

在电力传输网络的运营中，确保电网的稳定和安全、最小化停电事件的发生至关重要，这不仅直接提升了消费者的用电体验，也是提高电网运营效率和质量的关键。传统的电网运行模式对外部环境因素的敏感度较高，极易在遭遇问题时引发供电中断乃至电网崩溃，这不仅影响了用户的日常用电需求，而且也阻碍了电网健康和持续发展的步伐。智能电网的应用，通过对终端用户电力的智能输送，能够在电网遇到问题时，快速有效地对故障区段进行隔离，确保其他区段的稳定供电，从而显著提升了电网的运行可靠性。此外，智能电网技术的采用还可以对电网潜在的运行问题进行预警，并提出针对性的解决方案，有效避免电路故障，减少因电网故障而导致的供电中断损失。这种先进的电网管理方式，不仅增强了电网的韧性，还为电力用户提供了更加可靠和高效的用电服务，是推动电网现代化和提升电力系统整体性能的重要途径。

（二）提升用户参与

在传统的电网运营模式中，用户参与电网管理和运行的程度相对较低，这使得电力供应商难以获取来自用户侧的准确数据和反馈。这一局限性在实施供电活动、规划供电布局以及制定供电策略时，缺乏有效的数据支撑，难以针对用户具体需求优化供电方案，进而影响了供电服务的整体质量。通过引入智能电网技术，不仅可以促进供电企业与用户之间的沟通与交流变得更加紧密

和顺畅，还可以实现信息的高效传递，使得电力技术部门能够依据用户反馈的信息进行供电规划和方案的精准优化与调整，显著提高供电效率。此外，借助智能电网的数据传输技术，用户可以方便地查询自己的周期性电量消耗和电费支付情况，使得缴费过程更加便捷，有效降低了用户的用电成本。智能电网技术的应用，不仅提高了电网的运营效率，而且通过数据驱动的决策支持，实现了电力供需之间的更好匹配，为用户提供了更为优质和成本效益的电力服务，是电网现代化进程中的一项重要创新。

（三）有效抗击攻击

智能电网的建设使得电力系统具备了更强的安全防护能力。传统的电力系统在面对网络攻击或物理破坏时，往往显得较为脆弱。而智能电网通过集成先进的信息技术和物理防护措施，可以有效地抵御各种形式的攻击，确保电力系统的稳定运行。同时，智能电网还能实时监控系统的运行状态，及时发现并处理潜在的安全隐患，进一步提升了电力系统的安全性。

（四）进一步提升兼容性

智能电网通过引入各种先进的技术和设备，使得电力系统可以兼容更多的可再生能源和分布式能源。这不仅可以提高电力系统的运行效率，还能有效缓解能源短缺和环境污染等问题。同时，智能电网还能实现与各种智能设备的无缝对接，为用户提供更加便捷、高效的用电服务。

二、智能电网视域下电力营销信息化建设的现状

（一）电力营销信息化科学性不足

目前，部分电力企业在营销信息化建设过程中，存在科学性不足的问题。这主要体现在缺乏统一的信息化建设规划和标准，导致信息化建设过程中出现信息孤岛、重复建设等现象。这不仅浪费了企业资源，也影响了信息化建设的整体效果。同时，由于缺乏科学的信息化评价体系，电力企业难以对营销信息化建设的成果进

行有效评估，难以发现存在的问题并进行改进。

（二）电力营销信息化机制缺失

在智能电网的背景下，电力营销信息化的机制尚未完善。这主要体现在信息化建设的推进过程中，缺乏明确的责任分工和协作机制，导致信息化建设的实施效果不尽如人意。此外，由于信息化建设的投入不足，使得电力企业在面对市场变化和用户需求变化时，难以迅速调整信息化策略，影响了电力企业的市场竞争力。

（三）电力营销信息化软件投入不足

随着智能电网的发展，电力营销对于信息化软件的需求日益增加。然而，目前部分电力企业在信息化软件方面的投入不足，导致营销信息化水平滞后。这主要体现在缺乏先进的营销管理系统、客户关系管理系统等关键软件，使得电力企业在客户服务、市场分析等方面难以提升效率和质量。同时，由于缺乏足够的信息化软件支持，电力企业在应对市场变化和用户需求变化时，难以做出快速、准确的决策，影响了企业的市场竞争力。

三、智能电网视域下电力营销信息化建设策略

（一）健全电力营销信息化机制

随着智能电网技术的不断发展与应用，基于这一技术平台的电力营销信息化建设成了电力行业发展的重要趋势，其成功实施依赖于先进设备与技术的全面支持。因此，对电力公司来说，构建一个完善的电力营销体系，加强电力营销管理，发挥电力营销信息化的最大效能，显得尤为关键，这不仅可以提升电力营销的整体效率，而且有助于提高服务质量和客户满意度。电力公司应当着手建立一个全面且高效的客户关系管理（CRM）系统，这样的系统能够帮助公司更好地与顾客进行有效交流，确保服务的个性化和高效性。这包括收集客户的基本信息，对客户进行细致的分类管理，并依据每位客户的具体需求和情况，提供相应的技术支持和服务方案。此外，CRM系统还应具备强大的数据分析功能，以便更准确地预测客户需求，形成针对性的营销策略，从而在激烈的市场竞争中占据有利地位。同时，电力公司还需要关注市场的发展现状和未来趋势，据此调整和优化电力营销的组织结构和职能。这意味着需要组建一个专门的电力营销团队，其成员需具备较强的市场敏感度和专业技能，能够灵活应对市场变化，积极探索新的营销模式和策略。该团队的职能转换，应以适应现代化和智能化营销的需要为导向，通过引入更多的信息技术和网络工具，如大数据分析、云计算、物联网等，以实现电力营销工作的高效、精准和智能化。

（二）增强电力营销信息化建设资金及硬件投入力度

电力营销信息化是推动智能电网发展的重要动力，将电力营销与信息化技术相结合，成了电力营销信息化建设的核心目标。为实现这一目标，不仅需要采用先进的信息技术来优化电力营销的过程和结构，还需深化与高等院校、科研院所的合作关系，共同开发适合中国国情的电力市场营销系统，同时加强对电力行业信息技术人员的专业培训，提升他们的技术能力和业务水平。在智能电网和电力信息化的建设过程中，人才是关键因素之一。因此，加强与高等教育机构的合作，为电力行业培养具有深厚理论知识和实践经验的复合型人才显得尤为重要。这不仅有助于促进电力行业技术的革新和应用，也是实现电力营销信息化、推动智能电网发展的必由之路。为此，电力企业与教育科研机构的合作应当涵盖以下几个方面：首先，共同开展针对智能电网和电力营销信息化的研究项目，探索新技术、新模式的应用，同时，也为高校学生提供实践平台，让他们在实际项目中学习和成长；其次，电力企业应积极参与课程开发和人才培养计划的制定，帮助高等院校培养符合未来电力市场需求的高素质人才；再次，加大在信息技术领域内的人才培训力度，通过举办专业培训班、研讨会等形式，不断提升现有员工的专业技能和业务能力。

（三）创新电力营销信息化服务理念

在当今智能电网快速发展的时代背景下，电力公司在构建营销信息化平台的过程中，面临着必须转变传统营销观念的迫切需求。传统的营销观念往往将营销活动简化为单纯的销售行为，忽视了营销的服务维度和对客户需求的深入理解。因此，电力公司必须从根本上更新其营销理念，将客户的需求放在首位，全方位地从客户的视角出发，构建以客户为中心的服务营销体系，以此提升营销服务的质量和公司的整体效益。首先，电力公司需要深入分析和理解客户需求，建立一套完善的服务营销理念。这意味着公司不仅要在产品和服务的销售上下功夫，更要在提供前期咨询、方案定制、售后服务等方面做到精细化管理，确保服务质量，从而增强客户满意度和忠诚度。随着分布式电源并网技术的发展和运用，客户对电力服务的选择更加多元化，电力市场的竞争也随之变得更加激烈。在这样的市场环境下，电力公司若想在竞争中保持优势，就必须及时调整和更新其营销理念，积极探索和开发符合当前市场需求的新服务和营销模式。此外，电力公司还应该不断丰富和拓展其营销服务内容，通过提供更具价值的服务项目来满足客户的多样化需求。例如，引入能源管理咨询、电力需求响应、个性化用电方案设计等增值服务，不仅能更好地满足客户需求，还能进一步拓宽公司的营销范围，增加公

司的经济效益和市场份额。

（四）注重电力营销技术革新

随着智能电网和信息技术的发展，电力营销领域的技术革新显得尤为关键。电力公司应关注最新的技术动态，将先进的技术应用于电力营销信息化建设中。例如，利用大数据技术对海量的用户数据进行分析，挖掘潜在的市场需求；应用人工智能和机器学习技术，提升客户服务的智能化水平；借助云计算和物联网技术，实现电力营销业务的快速响应和高效处理。此外，电力公司还应注重技术创新与业务创新的融合。通过技术革新，推动电力营销业务的升级转型，实现从传统的产品营销向服务型营销的转变。同时，加强与其他行业的跨界合作，探索新的电力营销模式和路径，为电力市场的持续发展注入新的活力。

（五）加强电力营销信息化安全

在推进电力营销信息化建设的过程中，安全问题不容忽视。随着信息化程度的提高，电力营销系统面临着日益复杂的安全威胁，如黑客攻击、数据泄露、系统瘫痪等。因此，电力公司必须采取切实有效的措施，加强电力营销信息化安全建设。（1）建立完善的网络安全防护体系。电力公司应投入必要的资金和技术，购置先进的防火墙、入侵检测系统等安全设备，对电力营销系统进行全方位的安全防护。同时，加强网络安全监控，及时发现并应对潜在的安全威胁。（2）强化数据安全保护。对电力营销系统中的敏感数据进行加密处理，确保数据在传输和存储过程中的安全性。此外，建立数据备份和恢复机制，防止因意外情况导致的数据丢失。（3）提升员工的安全意识。通过定期的安全培训和教育，使员工充分认识到电力营销信息化安全的重要性，掌握基本的安全防护技能。同时，建立严格的安全管理制度，明确各级人员的安全职责，确保各项安全措施得到有效执行。（4）加强与外部安全机构的合作。与专业的网络安全机构建立合作关系，共同应对网络安全威胁。通过共享安全信息、交流安全经验和技能，提升电力公司在网络安全领域的整体防御能力。

（六）积极引进并应用先进的电力设备

在电力营销信息化建设中，先进的电力设备是不可或缺的支撑。积极引进并应用先进的电力设备，不仅可以提高电力营销的效率，还可以为客户提供更加优质、稳定的服务。电力公司应关注国内外电力设备市场的最新动态，及时引进具有国际先进水平的新型电力设备。例如，高效节能的变压器、智能电表、自动化配电系统等，这些设备可以提高电力系统的运行效率，降低能源损耗，为客户提供更加稳定、可靠的电力供应。在应用

先进电力设备的过程中，电力公司应强化设备的运行维护和故障预警机制。通过建立完善的设备管理制度和应急预案，确保设备在最佳状态下运行，及时发现并处理潜在的安全隐患，避免设备故障对电力营销工作造成不良影响。此外，电力公司还应注重电力设备与信息技术的融合。通过应用物联网、云计算等先进技术，实现电力设备与营销信息系统的互联互通，提高数据共享和业务协同能力。这样不仅可以提升电力营销工作的智能化水平，还可以为客户提供更加个性化、便捷的服务。

结语

综上所述，电力营销信息化建设是电力公司适应市场变化、提升竞争力的关键举措。在信息化建设的道路上，电力公司需要不断更新营销观念，注重技术革新，加强信息化安全建设，积极引进并应用先进的电力设备。同时，还需要强化人才培养和团队建设，为营销信息化提供坚实的人才保障。电力营销信息化建设是一项长期而艰巨的任务。电力公司需要坚定信心，保持决心，不断探索和实践，努力开创电力营销信息化建设的新局面。只有这样，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地，为社会的繁荣和进步作出更大的贡献。

参考文献

- [1] 刘爱龙. 智能电网下电力网络营销策略分析[J]. 今日财富, 2019(7): 1.
- [2] 潘春华. 智能电网背景下电力营销管理的新举措分析[J]. 前卫, 2021(9): 0151-0153.
- [3] 徐怡佳, 孙延青, 邵朱夏, 等. 智能电网下的电力营销信息化建设研究[J]. 轻松学电脑, 2019, 000(023): P. 1-1.
- [4] 向胜. 智能电网下的电力营销信息化建设分析[J]. 低碳世界, 2019, 9(3): 2.
- [5] 赵红娟. 解析智能电网形势下的电力营销优质服务策略[J]. 营销界, 2019(39): 8689-8689.
- [6] 乔梦竹. 智能电网环境下电力营销支持系统的建设[J]. 计算机产品与流通, 2019(12): 1.
- [7] 张晋琿, 赵志勇. 智能电网背景下的电力营销服务优质化策略[J]. 电子乐园, 2019(22): 1.
- [8] 王玉璞, 沈瑞雪. 坚强智能电网背景下的电力营销信息化建设探析[J]. 电子乐园, 2021(006): 000.
- [9] 何权滩. 智能电网背景下的电力营销信息化建设分析[J]. 经济技术协作信息, 2020(25): 45-45.
- [10] 王茜, 廖少睿. 智能电网环境下电力营销支持系统的建设[J]. 数字化用户, 2019, 025(031): 80.