

电力营销策略对线损率的影响分析

张瑞基 王宁克

国网河北省电力有限公司沙河市供电分公司

摘要：本文旨在研究电力营销策略对线损率的影响，并提出相应的分析和建议。通过对电力营销策略与线损率之间的关系进行深入研究和探讨，可以为电力公司制定有效的营销策略提供参考，降低线损率，提高电力供应效率。

关键词：电力营销策略；线损率；电力供应效率；效益分析

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.07.064

引言

电力营销是电力公司提高市场竞争力和经济效益的重要手段之一。线损率作为电力供应过程中的重要指标，直接影响着电力公司的运营成本和供电质量。因此，深入研究电力营销策略对线损率的影响，具有重要意义。

一、线损率的定义和意义

（一）线损率的定义

线损率是指在电力输送过程中，由于传输线路和设备的电阻、电感等因素导致的电能损耗的比例。通常以百分比表示，计算公式为：线损率=（供电量-销售量）/供电量×100%

（二）线损率的意义

线损率是电力公司运营管理中的重要指标之一，具有以下几个方面的意义：

（1）经济效益：线损率的高低直接影响着电力公司的经济效益。较高的线损率意味着电力供应过程中损耗的电能增加，电力公司需要投入更多的资源来弥补损失，从而增加运营成本。降低线损率可以提高电力公司的经济效益。（2）能源利用效率：线损率高低反映了电力输送的能源利用效率。较高的线损率意味着在供电过程中有大量的电能损耗，不仅对环境造成浪费，还增加了对其他能源资源的需求。降低线损率可以提高能源利用效率，减少能源消耗。（3）供电质量：线损率的高低也会对供电质量产生影响。较高的线损率意味着供电线路存在较大的电压降和功率损失，可能导致用户在用电过程中遇到电压不稳、频繁闪断等问题。降低线损率可以提高供电质量，保证用户的正常用电需求。

（4）可持续发展：降低线损率是电力行业可持续发展的重要任务之一。通过改善输电设备、改进电网结构、加强管理监控等手段，可以有效减少线路损耗，提高能源利用效率，降低对环境的影响，从而实现电力行业的可持续发展目标。

二、电力营销策略的概述

电力营销策略是指电力公司为提高市场竞争力和经济效益而制定的一系列营销方案和措施。电力营销策略的概述如下：

（一）定价策略

电力公司可以制定不同的电价政策，根据市场需求、季节性变化、用户类型等因素灵活调整电价，以吸引更多用户和提高市场份额。

（二）客户管理策略

电力公司可以通过客户分类、个性化服务等手段，精细化管理客户群体，了解客户需求，提供优质的客户服务，并与客户建立良好的合作关系。

（三）营销促销策略

电力公司可以通过开展各种营销促销活动，如降价销售、捆绑销售、增值服务等，吸引用户购买电力产品或增加用电量，提高销售额和市场占有率。

（四）品牌建设策略

电力公司可以通过品牌形象塑造、广告宣传等手段，打造出具有辨识度和信誉度的品牌形象，提升品牌价值和市场知名度，增强用户对产品的认可度和忠诚度。

（五）创新技术应用策略

电力公司可以积极推进信息技术和智能化应用，开发新的电力产品、服务和解决方案，满足用户多样化的需求，提高供电质量和效率。

（六）渠道拓展策略

电力公司可以建立多样化的销售渠道，如线上销售平台、代理商、分销商等，以便更好地覆盖市场和服务客户，提高销售网络的覆盖范围和渠道效率。

三、线损率计算方法介绍

线损率是衡量电力输送过程中电能损耗的指标，常用的计算方法有以下几种：

（一）传统计算方法

$$\text{线损率} = (\text{供电量} - \text{销售量}) / \text{供电量} \times 100\%$$

其中，供电量是指电力公司输送到用户端的总电量，销售量是用户实际购买和使用的电量。这种计算方法简单直接，但无法细分线路损耗和非技术损耗。

（二）分部分项计算方法

$$\text{线损率} = (\text{线路损耗} + \text{非技术损耗}) / \text{供电量} \times 100\%$$

其中，线路损耗是指由于输电线路和设备电阻、电感等因素引起的电能损耗，非技术损耗包括偷电、转供

电等非正常因素造成的电能损耗。通过细分计算可以更准确地评估各种损耗情况。

（三）市场调整系数法

线损率 = (实际购电量 - 销售量) / 实际购电量 × 100%

该方法考虑了电力市场交易的特点，将实际购电量作为基准，排除了输电线路上的电能损耗，更加准确地反映了用户实际购买的电能损耗情况。

（四）统计抽样法

采用随机抽样方式，选取一定数量的用户进行抄表，统计销售量和实际用电量，然后根据统计结果计算线损率。这种方法需要抽样的代表性，样本数量越大越能反映整体情况。不同地区和电力公司可能会有不同的线损率计算方法，具体的计算方法和参数设置需根据实际情况和相关规定来确定。电力公司可以根据自身需求和数据可获得性选择合适的计算方法，并结合其他指标进行评估和分析，以制定相应的线损率控制策略。

四、电力营销策略分类与特点

电力营销策略可以根据不同的分类标准进行分类，如市场定位、产品特性、渠道类型等。以下是常见的电力营销策略分类及其特点：

（一）市场定位策略

市场定位策略根据市场需求和竞争情况，确定产品或服务的定位和目标用户群体。例如，可以针对不同用户类型、用电量等因素分别制定定价政策、优惠活动等，以满足不同客户的需求。

（二）产品特性策略

产品特性策略主要是指对电力产品或服务进行差异化设计，以突出其独特性和优势。例如，开发智能化电力产品、提供售后服务等，以增加产品附加值，提高用户满意度和忠诚度。

（三）渠道类型策略

渠道类型策略主要是围绕着电力产品或服务的销售渠道展开。例如，通过建立线上销售平台、代理商、分销商等多元化的销售渠道，以便更好地覆盖市场和服务客户，提高销售网络的覆盖范围和渠道效率。

（四）客户管理策略

客户管理策略主要是针对客户个性化需求，进行差异化服务，以提高用户满意度和忠诚度。例如，客户分类管理、设立客户服务中心、提供在线客服等，都是客户管理策略的重要手段。

（五）营销促销策略

营销促销策略主要是以销售量的增长为目标，通过降价销售、捆绑销售、增值服务等手段，吸引用户购买电力产品或增加用电量，提高销售额和市场占有率。

综上的所有策略不仅可以单独使用，也可以组合使用，如将市场定位策略和产品特性策略结合起来，打造出具有辨识度和优势的品牌形象，同时通过渠道类型策

略和营销促销策略，增加市场份额和销售量。电力公司需要根据自身情况和市场需求，灵活运用各种策略，以提高竞争力和经济效益，实现可持续发展。

五、电力营销策略对线损率的影响分析

（一）市场定价策略

电力营销策略可以对电力线损率产生影响，以下是根据不同营销策略分析其对线损率的影响：

1. 市场定价策略

市场定价策略是指根据市场需求和竞争状况等因素制定的电力定价政策。如果电力公司制定的价格过高，会导致用户购买量减少，从而使线路电能损耗率降低；反之，若价格过低，用户用电量增加，会使线路损耗率上升。因此，电力公司需要权衡市场需求和成本等因素，制定适当的电力价格，以维持较高的市场份额和较低的线路电能损耗率。

2. 产品特性策略

产品特性策略是指针对电力产品或服务的差异化设计，以提高其附加值和市场竞争力。如果电力公司能够开发智能化、节能环保等特色产品，提供优质售后服务，可提高用户满意度和忠诚度，同时减少非技术损耗率，有助于降低线损率。

3. 渠道类型策略

渠道类型策略是指通过建立线上销售平台、代理商、分销商等多元化的销售渠道，以更好地覆盖市场和服务客户，提高销售网络的覆盖范围和渠道效率。如果电力公司能够有效地控制线路输送损失、加强客户服务、提高用户满意度，可以增加售电量，降低用电成本，从而达到减少线路电能损耗率。

4. 客户管理策略

客户管理策略是针对客户个性化需求，进行差异化服务，以提高用户满意度和忠诚度。如果电力公司能够提供定制化服务、设立客户服务中心、提供在线客服等，有助于促进用户节能减排，减少非技术损耗率，降低线路电能损耗率。

5. 营销促销策略

营销促销策略是以销售量的增长为目标，通过降价销售、捆绑销售、增值服务等手段，吸引用户购买电力产品或增加用电量，提高销售额和市场占有率。如果电力公司能够制定合理的营销促销策略，有助于提高出售电量，但也有可能会增加电力非技术损耗，从而对线路电能损耗率产生一定的影响。因此，不同的电力营销策略对线路电能损耗率有不同的影响。电力公司需要权衡各种因素，采取适当的营销策略，以实现降低线路电能损耗率的目标。

（二）客户管理策略

客户管理策略对线损率的影响主要体现在以下几个方面：（1）用户节能意识提升：客户管理策略可以通过教育、宣传和培训等方式提高用户的节能意识，引

导用户合理使用电力，并采取措施降低自身的能耗。如果用户能够有效地控制用电行为，减少无效能耗和浪费，可以降低非技术损耗，进而降低线路电能损耗率。（2）电力设备维护与改造：客户管理策略可以督促用户进行电力设备的维护和改造工作。维护过期老旧设备，及时更换损坏的电缆、变压器等电力设施，可以减少老旧设备的损耗和漏电现象，降低线路损耗率。

（3）技术支持与智能化应用：客户管理策略可以提供技术支持和智能化应用，例如提供电力监控系统、智能计量设备等，帮助用户实时了解用电情况，并提供用电建议和优化方案。通过智能化应用和技术支持，用户可以更好地管理用电，控制用电负荷，降低不必要的损耗，进而降低线路电能损耗率。（4）客户反馈与问题解决：客户管理策略可以建立有效的客户反馈渠道，并及时解决用户在用电过程中遇到的问题。通过及时回应客户的投诉、建议和问题，可以提升用户对电力公司的满意度，增加用户忠诚度，促使用户更愿意与电力公司合作，减少非技术损耗，从而降低线路电能损耗率。

（5）能源管理方案：客户管理策略可以通过为用户提供能源管理方案，帮助用户进行用电分析和能耗优化。根据用户的用电特点和需求制定个性化的节能方案，引导用户采取有效的节能措施，如安装能效设备、优化用电负荷等，可以降低用户的能耗，从而减少非技术损耗，降低线路电能损耗率。总之，客户管理策略通过提高用户的节能意识、推动设备维护与改造、提供技术支持与智能化应用、及时解决用户问题以及提供能源管理方案等手段，可以有效地降低线路电能损耗率。这需要电力公司与用户紧密合作，共同努力，实现电力资源的可持续利用和节约。

（三）营销促销策略

营销促销策略对线损率的影响主要体现在以下几个方面：

1. 客户分类与细分

营销促销策略可以通过对客户进行分类和细分，将重点关注高线损区域或高线损用户。通过识别高线损用户，可以有针对性地制定营销方案，提供一对一的服务和支持，从而促使用户改善用电行为，降低损耗。

2. 优惠政策与奖励机制

营销促销策略可以通过制定优惠政策和奖励机制，激励用户主动参与节能降耗行动。例如，针对线损较高的用户提供电费折扣或补贴，或者推出节能设备购买优惠活动。这些优惠政策和奖励机制可以刺激用户减少不必要的电力损耗，从而降低线损率。

3. 能源管理咨询与培训

营销促销策略可以提供能源管理咨询和培训服务，帮助用户了解和掌握节能降耗的方法和技巧。通过向用户提供专业的能源管理知识和实用的操作技巧，引导用户优化用电方式，减少损耗，提高用电效率，进而降低

线损率。

4. 渠道拓展与合作推广

营销促销策略可以积极拓展渠道，与其他相关行业进行合作推广。例如，与家电厂商、建筑业等合作，推广节能型家电和绿色建筑，提高用户对节能的认知和采纳程度。通过合作推广，扩大节能产品和理念的影响力，促使更多用户参与到节能降耗行动中，进而降低线损率。

5. 数据分析与智能化应用

营销促销策略可以利用数据分析和智能化应用，实时监测用户用电情况和线损情况，及时发现异常情况并进行预警和干预。通过数据分析和智能化应用，可以帮助用户识别潜在的线损问题，并及时采取措施解决，降低线损率。

综上所述，营销促销策略通过客户分类与细分、优惠政策与奖励机制、能源管理咨询与培训、渠道拓展与合作推广以及数据分析与智能化应用等手段，可以对线损率产生积极的影响。这需要电力公司加强与用户的互动和合作，共同促进节能降耗工作的开展。

结语

综上所述，电力营销策略在降低线损率方面具有重要意义。电力公司应该加强与用户的沟通和合作，积极引入不同的营销策略，并充分利用数据分析和智能化应用的优势，共同推动降低线损率的工作。希望本论文的研究成果能为电力行业的发展和改进提供一定的参考和借鉴。

参考文献

- [1] 金浩, 山薇, 刘冬月, 等. 电力营销线损精益化管理策略探析[J]. 百科论坛电子杂志, 2018, 000(009): 455.
- [2] 单桂兰. 电力营销线损精益化管理策略[J]. 幸福生活指南, 2018(41): 1.
- [3] 姚至莹. 电力营销线损精益化管理策略的分析[J]. 市场周刊·理论版, 2020(35): 0217-0217.
- [4] 胡君, 姜小涛. 供电企业电力营销管理策略与实施措施探析[J]. 电子乐园, 2019(20): 1.
- [5] 叶文杰, 麻继鸿. 电力营销线损精益化管理策略探析[J]. 水电水利, 2019, 003(005): P.117-118.
- [6] 陈友月. 电力营销中线损异常的成因和精益化管理的有效策略[J]. 商讯: 商业经济文荟, 2018(19): 2.
- [7] 黄星星. 低压台区线损精细化管理中的问题及其对策探讨[J]. 电力系统装备, 2019(8): 2.
- [8] 吴金琳. 电力营销线损精益化管理策略分析[J]. 消费电子, 2020, 000(011): 78-79.
- [9] 李旖旎. 电力营销管理中降低线损的策略分析[J]. 市场周刊: 商务营销, 2020, 000(093): P.1-1.
- [10] 李焱郝建妹. 基于电力营销信息化的配网线损精细化管理研究[J]. 电力设备管理, 2021, 000(012): P.171-172.