

# 供电营销服务风险防范策略与预警方法探讨

焦阳 沈磊

国网河北省电力有限公司井陘县供电分公司

**摘要：**随着我国经济的快速发展，供电营销服务在电力市场竞争中扮演着越来越重要的角色。然而，与此同时，供电营销服务也面临着各种风险。如何制定有效的风险防范策略与预警方法，以确保供电营销服务的稳定和可持续发展，已成为供电企业关注的焦点。本文将对供电营销服务风险防范策略与预警方法进行探讨，以期为供电企业提供一定的借鉴和参考。

**关键词：**供电营销；风险防范；策略；预警方法

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-6288.2022.11.201

## 引言

供电营销服务作为电力市场的重要组成部分，其风险防范和预警方法的研究具有重要的现实意义。本文将从供电营销服务的特点和风险类型入手，探讨相应的防范策略和预警方法。

### 一、供电企业营销概况和前景

供电企业的营销是指供电企业需打造完善的营销机制，确保业务受理、方案答复、装表接电等可以一条龙服务。在新的时代背景下，电力供应商面临的挑战越来越大，竞争也变得更加激烈。如果电力供应商想要在市场上立足，就必须对传统的营销策略进行改革，并朝着多样化的方向发展，这样才能满足更多客户的需求。在这个以顾客为中心的时代，一个企业的价值取决于顾客的好评和信任度。只有当电力供应商尽力满足各种顾客需求，才能让顾客满意，并且拥有更大的发展空间。然而，同时也需要提升服务意识和风险预防，以提高自身的服务质量。自我国实施改革开放政策以来，国内的改革步伐不断加快和提升，电力供应企业的改革使得行业焕发新生，但是，所有的电力供应企业都面临着相似的挑战。特别是当经济结构改革后，电力企业正在承受市场和竞争的压力，如果在市场中无法做出适当的领导，就可能被市场淘汰。目前，电力企业的营销服务任务也有困难和关键，然而与过去相比，现在的困难和关键要比过去更为严峻，除了保证安全，还需要实施适当的风险预防和警告管理。同样，电力企业的运营环境并不能全部满足行业进步的需求，还需要在遵守法律、改善服务、提升品质和效率等方面进一步改善市场运作环境。因此，现阶段，我国的电力企业有必要利用市场推广的优势，进一步提高其内部的素质，为企业注入更强的持久性发展动力。把企业市场推广部的重点投入到产品研发和创新上，以满足更多消费者的电力需求。

### 二、供电营销服务风险的识别与分析

#### （一）政策风险

政策风险指的是来自政府政策变化可能对供电营销服务造成的不利影响。在识别与分析过程中，首先需要密切关注能源领域的相关政策法规，包括电力市场改革、价格政策、产业准入等方面的政策动向。其次，要关注国家宏观经济政策和环境保护政策对电力行业的影响，例如能源结构调整、碳排放控制等政策调整可能带来的影响。最后，需要考虑政策的执行与落实情况，以及可能出现的监管风险和不确定性。综合分析这些因素，可以更全面地识别和评估政策风险对供电营销服务的影响，为制定风险管理策略提供依据。

#### （二）市场风险

市场风险主要是指由于市场环境变化导致的供电营销服务收益波动。在识别和分析市场风险时，需要关注以下几个方面：首先是电力市场需求变化，包括居民、工业、农业等各领域的用电需求波动；其次是电力市场竞争态势，如竞争对手的市场策略、新技术和新产品的影响等；再次是电价波动，包括上网电价、销售电价等变动对供电营销服务的影响；最后是关注可再生能源的发展和政策对市场的影响，如分布式能源、储能等新兴市场的崛起对传统供电业务的冲击。

#### （三）操作风险

操作风险是指供电企业在营销服务过程中由于内部管理不善、员工素质不高、信息系统故障等原因导致的业务中断或数据泄漏等风险。在识别和分析操作风险时，要关注企业内部管理制度、员工培训和激励机制、信息系统安全等方面。对于操作风险的防范，应加强内部审计和监管，完善管理制度，提高员工安全意识，确保业务流程的规范性和安全性。

#### （四）财务风险

财务风险主要是指供电企业在资金筹集、投资决策、成本控制等方面可能出现的问题，导致企业财务状况不稳定。在识别和分析财务风险时，需要关注企业的财务报表、资金流动、财务杠杆效应等方面。为了防范

财务风险，供电企业应加强财务管理，优化资本结构，确保资金安全和盈利能力。

#### （五）法律风险

法律风险是指由于法律法规变化或供电企业未遵守相关法规而导致的供电营销服务受阻或受损的风险。在识别和分析法律风险时，应关注以下几个方面：首先是电力行业的法律法规，如电力法、可再生能源法等，以及与供电营销服务相关的合同法、消费者权益保护法等；其次是要关注企业在供电服务过程中的合规性问题，如用电安全、用电计量、电费收取等环节是否符合法律法规要求；再次是关注企业是否存在侵犯消费者权益的行为，如虚假宣传、捆绑销售等；最后是要关注企业是否存在不正当竞争行为，如诋毁竞争对手、侵犯商业秘密等。

#### （六）技术风险

技术风险是指由于新技术、新工艺、新产品等的不断涌现，可能导致供电营销服务方式、业务模式等方面的变革或替代，从而影响企业的市场地位和盈利能力。在识别和分析技术风险时，需要关注以下几个方面：首先是关注行业发展趋势，了解新技术和新产品的发展动态；其次是要关注企业在技术研发、创新能力方面的竞争力；再次是要关注新技术应用带来的潜在风险，如信息安全、数据保护等问题；最后是要关注企业在技术更新换代过程中的适应能力。

#### （七）环境风险

环境风险是指由于环境保护政策、生态环境变化等因素可能导致供电营销服务受到影响的的风险。在识别和分析环境风险时，需要关注以下几个方面：首先是国家的环境保护政策，如碳排放控制、污染物排放标准等；其次是生态环境变化，如气候变化、自然灾害等对供电设施的影响；再次是关注社会对环境保护的关注程度，如舆论导向、民众诉求等；最后是要关注企业在环保方面的社会责任和形象。

### 三、供电营销服务风险防范策略与预警方法

#### （一）建立健全风险防范体系

在供电企业进行营销服务的过程当中，首先要建立健全的风险防范体系。这个体系应包括以下几个方面：一是制定详细的风险管理政策，明确各类风险的应对措施；二是设立专门的风险管理部门，负责监控和评估各类风险；三是建立健全内部审计和监管机制，确保企业运营的规范性和安全性；四是加强员工培训，提高员工的安全意识和风险防范能力；五是建立和完善信息安全管理系统，防止数据泄漏和业务中断。其次，供电企业应加强与政府、行业组织、竞争对手等各方的沟通与协作，以应对政策、市场、技术等外部环境变化带来的风

险。最后，供电企业还需不断优化内部管理流程，提高运营效率，降低操作风险和财务风险。

#### （二）加强政策法规研究

加强政策法规研究是供电营销服务风险防范策略中的重要环节。随着国家政策和法规的不断调整和完善，相关政策对供电营销服务的影响也在不断变化。因此，加强政策法规研究可以更好地了解政策的变化和趋势，及时应对可能出现的风险挑战。首先，需要建立专业的政策研究团队，包括政策分析师、法律专家和行业专家等，负责跟踪、研究和分析能源领域的政策法规动态，及时提出对供电营销服务的影响和建议。其次，要加强政策法规的宣传和培训，提高员工的政策法规意识和理解水平。通过定期组织政策法规培训和知识普及活动，让员工了解最新的政策法规变化和趋势，避免因政策法规不符合而造成风险。另外，要积极参与政府部门和行业组织的政策制定和评估，参与政策和法规的讨论和建议，推动政策法规的合理制定和落实。通过与政府部门和行业组织的密切合作，可以更好地了解政策意图和实施情况，及时调整和应对可能出现的风险挑战。总之，加强政策法规研究是有效应对供电营销服务风险的重要措施之一。通过建立专业团队、加强宣传培训和参与政策制定等措施，可以更好地了解政策法规变化和趋势，及时应对潜在的风险事件。

#### （三）提升技术研发能力

在当前信息化、智能化技术迅猛发展的背景下，供电营销服务风险防范策略还需重点关注技术研发能力的提升。首先，企业应加大技术研发投入，为技术创新和应用提供充足的资金支持。同时，引进高素质的技术人才，提升企业的技术研发能力。其次，加强与高校、科研院所的合作，共同开展前沿技术研究，提前布局新技术、新产品的应用。再次，强化技术创新与营销服务的融合，提升企业在供电营销服务过程中的技术水平和竞争力。最后，关注新技术应用带来的风险，如信息安全、数据保护等问题，加强技术风险防范。总之，提升技术研发能力是应对供电营销服务风险的重要手段。通过加大投入、引进人才、加强合作、创新与营销服务融合以及关注新技术应用风险，企业可以更好地应对技术变革带来的挑战，确保供电营销服务的稳定和可持续发展。

#### （四）强化生态环境保护

供电企业在开展营销服务过程中，要强化生态环境保护，降低环境风险。首先，企业应严格遵守国家的环境保护政策，确保供电设施建设和运营过程中的环保合规。其次，加大环保投入，提升供电设施的环保性能，如降低能耗、减少污染物排放等。再次，加强生态环境

保护意识,积极参与绿色公益活动,提升企业在公众心中的形象。最后,加强与政府部门、环保组织等的合作,共同推进生态环境保护工作,降低环境风险。总之,供电企业在开展营销服务过程中,要强化生态环境保护,将环保作为企业发展的核心理念之一。通过严格遵守国家环境保护政策、加大环保投入、提高环保性能、加强生态保护意识以及与政府部门、环保组织等合作,企业可以降低环境风险,提升自身的可持续发展能力。同时,这也有助于企业在公众心中树立良好的形象,增强市场竞争力。

### (五) 建立风险预警机制

在供电营销服务过程中,企业应建立完善的风险预警机制。首先,设立专门的风险管理部门,负责风险识别、评估和预警。其次,制定风险预警指标体系,包括财务指标、市场指标、技术指标、环境指标等,对企业进行全面的风险监测。再次,利用大数据、人工智能等技术手段,实时收集和分析市场、行业、企业内部等信息,提高风险预警的准确性和及时性。最后,建立健全风险应对措施,针对不同风险等级制定相应的应对策略,确保企业在面临风险时能够迅速应对。总之,建立健全风险预警机制是供电营销服务风险防范策略的关键环节。通过设立专门的风险管理部门、制定风险预警指标体系、利用先进技术手段进行实时监测以及建立健全风险应对措施,企业可以提前发现和预警潜在的风险,为及时应对和化解风险提供有力支持。

### (六) 优化内部管理流程

供电企业在开展营销服务过程中,优化内部管理流程也是降低风险的重要手段。首先,对企业内部各项管理制度进行梳理和优化,确保各项业务流程的规范性和高效性。其次,加强各部门之间的沟通与协作,提高工作效率,减少不必要的环节,降低操作风险。再次,实施精细化管理,对各项工作进行量化考核,提高员工的责任心和执行力。最后,建立健全内部监督机制,对各项工作进行全程监督,确保各项工作按照规定流程进行,防范内部风险。总之,优化内部管理流程是供电企业风险防范策略的重要一环。通过梳理和优化管理制度、加强部门沟通协作、实施精细化管理以及建立健全内部监督机制,企业可以提高运营效率,降低操作风险,确保营销服务工作的规范性和稳定性。

### (七) 深化客户服务体系建设

深化客户服务体系建设是供电营销服务风险防范策略的重要组成部分。首先,以客户为中心,重新审视和优化客户服务流程,确保为客户提供高质量、高效率的服务。其次,提升客户服务质量,加强对客户需求的挖

掘和满足,提供个性化、差异化的服务方案。再次,加强客户关系管理,建立完善的客户档案,定期进行客户满意度调查,及时了解和解决客户问题,提升客户满意度。最后,注重客户服务创新,利用新技术如互联网、大数据等,提升客户服务体验,提高服务效率。

## 结语

供电营销服务风险防范策略与预警方法是确保供电企业稳定发展的关键。供电企业应充分识别和分析各类风险,制定针对性的防范措施,建立健全风险防范体系,提高市场敏感度,加强技术创新,完善信用管理,加强内部管理,提高法律意识,并建立预警机制。通过实施这些措施,供电企业可以有效降低风险,确保供电营销服务的顺利进行,实现可持续发展。在当前市场竞争激烈的环境下,供电企业需不断探索和完善风险防范策略与预警方法,以应对各种风险挑战。此外,供电企业还可以借鉴其他行业的风险防范经验,加强与同行业的交流与合作,共同提高风险防范能力。只有这样,供电企业才能在激烈的市场竞争中立于不败之地,为我国能源事业的发展作出更大贡献。

## 参考文献

- [1] 郭荣清. 供电企业营销服务风险防范与预警管理分析[J]. 市场周刊: 商务营销, 2021(4): 0460-0460.
- [2] 盛洁. 供电企业营销服务风险防范与预警管理分析[J]. 装备维修技术, 2021(32): 1.
- [3] 张岩. 供电企业营销服务风险防范与预警管理分析[J]. 轻松学电脑, 2021, 000(006): P. 1-1.
- [4] 吴克林, 陈光. 优化风险预警机制 降低财务管理风险——评《高校财务风险预警与防范策略研究: 基于内部控制视角》[J]. 山西财经大学学报, 2021, 43(8): 1.
- [5] 曾泽华, 文素华, 龙钢. 电力营销领域中违约用电问题数字化审计方法——以A省电力有限企业电力营销审计为例[J]. 中国审计, 2020(1): 2.
- [6] 杨翠莉. 房地产企业财务风险的预警与防范策略研究[J]. 现代经济信息, 2019(17): 1.
- [7] 闫立武. 煤炭企业销售资金的管理模式及风险防范探析[J]. 环球市场, 2020, 000(007): 23.
- [8] 郑小倩. 供电营销服务的风险防范与管理研究[J]. 建材与装饰, 2020(8): 2.
- [9] 郭荣清. 供电企业营销服务风险防范与预警管理分析[J]. 学生电脑, 2021(4): 0460-0460.
- [10] 郑颖. 供电企业营销服务风险防范与预警管理分析[J]. 电气技术与经济, 2020(6): 3.