

基于智能电网视角下电力营销信息化建设策略探究

李天彤 李柯楠

国网河北省有限公司井陘县供电分公司

摘要:随着智能电网的快速发展,电力营销信息化建设成为提高供电服务质量、促进电力市场发展和节能减排的必要手段。然而,目前电力营销工作存在着信息化建设规划落后、资源投入欠缺、工作人员信息化素质不足、管理结构与制度不完善、风险评估机制不明确以及与用户需求不匹配等问题。为此,本文基于智能电网视角,探讨电力营销信息化建设策略,以期为我国电力行业发展提供有益参考。

关键词:智能电网;电力营销;信息化建设;策略

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.12.115

引言

随着我国经济的持续增长,电力行业在国民经济中的地位日益凸显。然而,传统的电力营销管理模式在面临市场变革、客户需求多样化、环保要求提高等方面表现出诸多不足。智能电网作为一种新型的电力系统,具有高度智能化、信息化和集成化的特点,为电力营销管理提供了新的契机。在智能电网环境下,电力营销的信息化建设显得尤为重要。通过将信息技术与电力营销相结合,可以提高供电服务质量,促进电力市场发展,实现节能减排的目标。然而,当前电力营销工作存在诸多问题,包括信息化建设规划落后、资源投入欠缺、工作人员信息化素质不足、管理结构与制度不完善、风险评估机制不明确以及与用户需求不匹配等。为了强化电力营销信息化建设,本文将围绕智能电网视角下的电力营销信息化建设策略展开探讨,以期为我国电力行业发展提供有益参考。

一、智能电网环境下电力营销信息化建设的必要性

(一) 提高供电服务质量

智能电网环境下,电力企业可以实时收集、分析和处理用户用电信息,从而更加准确地掌握用户需求,为用户提供个性化、智能化的供电服务。此外,通过信息化建设,电力企业可以提高内部管理效率,降低运营成本,进一步提高供电服务质量。

(二) 促进电力市场发展

智能电网环境下,电力市场可以实现更加灵活、高效的调度,满足各类用户的不同需求。通过电力市场信息化建设,可以促进市场参与者之间的信息共享,降低市场交易成本,提高市场透明度,从而推动电力市场的健康发展。

(三) 有利于节能减排

智能电网可以实时监测和分析电力系统的运行状态,为电力企业提供准确的能源消耗和排放数据。基于这些数据,企业可以采取有效的节能措施,降低能源消耗,减少排放。同时,通过信息化建设,可以推广清洁能源和智能用电设备,进一步促进节能减排。

二、当前电力营销工作存在的问题

(一) 信息化建设规划较为落后

目前,电力营销工作存在着一系列问题,其中之一是信息化建设规划相对较为落后。随着智能电网的快速发展和信息技术的不断进步,电力营销应该充分利用先进的信息化技术来提高效率和质量。然而,由于缺乏科学合理的信息化建设规划,许多电力公司在信息化建设方面进展缓慢。有些公司可能只是简单地引入一些基本的信息化系统,而没有深入研究和规划如何将信息化技术与电力营销紧密结合,以最大限度地发挥其优势。这种落后的信息化建设规划导致了多种问题的存在。首先,由于缺乏清晰的目标和策略,电力公司在信息化建设方面往往无法明确自己的需求和优先级。这导致了一些重要的功能和系统被忽视或延迟开发,从而限制了电力营销工作的效率和效益。其次,缺乏科学合理的规划也意味着资源的分配不够合理,可能会导致投入过多或过少,造成资源的浪费或不足。此外,落后的信息化建设规划还使得电力公司无法及时应对市场变化和 demand 变化,从而影响了电力营销的灵活性和竞争力。

(二) 资源投入较为欠缺

电力营销信息化建设需要大量的资源投入,包括人力、物力和财力。然而,当前我国电力公司在资源投入方面存在一定的欠缺。首先,人力资源方面,电力公司对于信息化建设的专业人才储备不足,缺乏既懂电力业务又熟悉信息技术的复合型人才,这导致了电力营销信息化建设的推进受到限制。其次,物力资源方面,电力公司在硬件设备和技术设施方面的投入不足,难以满足电力营销信息化建设的需求。最后,财力资源方面,电力公司在信息化建设方面的资金投入相对较少,导致信息化建设进程缓慢。

(三) 工作人员信息化素质不足

电力营销工作人员的信息化素质直接影响到信息化建设的实施效果。然而,当前许多电力公司的工作人员在信息化素质方面存在不足。一方面,由于缺乏专业培

训，工作人员对于新兴的信息化技术难以熟练掌握，影响了信息化建设的推进。另一方面，工作人员在信息化理念和思维方面的认识不足，导致电力公司在信息化建设过程中难以形成有效的创新和发展。

（四）管理结构与制度不完善

电力营销信息化建设需要完善的管理结构和制度保障。然而，当前许多电力公司在管理结构与制度方面存在不完善之处。首先，在管理结构方面，电力公司往往缺乏专门的信息化建设管理部门，导致信息化建设工作的推进不够专业和高效。其次，在制度方面，电力公司在信息化建设方面的规章制度不健全，难以对相关工作进行有效约束和引导。

（五）风险评估机制不明确

电力营销信息化建设过程中，风险评估是保障项目顺利进行的关键环节。然而，当前许多电力公司在风险评估方面存在不明确之处。一方面，电力公司在信息化建设过程中，对于潜在的风险识别不够全面，导致风险防范措施的制定不够到位。另一方面，电力公司在风险应对方面缺乏有效的机制，难以在出现问题时及时采取措施予以化解。

（六）与用户需求不匹配

电力营销信息化建设的最终目的是满足用户需求。然而，当前许多电力公司在信息化建设过程中，对于用户需求的了解和满足程度不够。一方面，电力公司在信息化建设过程中，缺乏与用户的有效沟通，难以了解用户真实的需求和期望。另一方面，电力公司在信息化建设成果的推广和应用方面存在不足，导致用户无法充分体验到信息化带来的便利和效益。

三、强化电力营销信息化建设的措施

（一）制订科学合理的信息化建设规划

1. 明确信息化建设目标与战略

电力企业应明确电力营销信息化建设的长远目标，将信息化技术与电力营销相结合，提升供电服务质量与效率。同时，根据企业自身特点和市场需求，制定短期和长期的战略规划，明确各个阶段的工作重点和优先级，确保信息化建设有序推进。

2. 优化资源配置

电力企业应在人力资源、物力资源和财力资源方面加大投入，以满足电力营销信息化建设的需求。加强人才培养，提高员工信息化素质；加大硬件设备和技术设施的投入，保障信息化建设顺利进行。

3. 提升工作人员信息化素质

开展有针对性的培训，提高工作人员对新兴信息化技术的掌握程度，培养复合型人才。加强信息化理念和思维的传播，引导员工积极参与电力营销信息化建设。

（二）系统分析用户需求

1. 总体需求

电力企业应系统分析用户需求，以提供更加精准和个性化的服务。通过建立用户需求数据库，收集和分析用户的用电习惯、需求偏好等信息，以了解用户整体需求。同时，利用大数据分析和人工智能技术，对用户需求进行预测，以便提前调整供电策略，满足用户需求。

2. 功能需求

电力企业应根据用户的具体需求，开发具有针对性的功能模块。例如，为高耗能企业提供定制化的用电方案，以降低能耗成本；为居民用户提供智能化的用电建议，提高用电安全性和便利性等。通过不断优化和完善功能需求，提升用户体验，增强电力营销的吸引力。

（三）信息化系统架构建设

1. 基本功能模块设计

电力企业应根据实际业务需求，设计电力营销信息化系统的基本功能模块。包括：客户信息管理、业务办理、电量计量、费用结算、投诉与建议、数据分析等。通过明确各个模块的功能和职责，为电力营销信息化建设提供坚实的基础。

2. 扩充辅助模块设计

电力企业应在电力营销信息化建设中积极扩充辅助模块设计，以提高系统功能的全面性和实用性。例如，增加智能预测、故障排查、远程控制等功能模块，使电力营销信息化系统能够更好地服务于用户和企业。

（四）实现对硬件资源的进一步投入

1. 硬件设备升级换代

为了满足电力营销信息化建设的需求，电力企业应定期对硬件设备进行升级换代。引入先进的硬件设备，如高性能服务器、分布式存储设备、负载均衡设备等，以提高系统的稳定性和处理能力。同时，加强硬件设备的维护和保养，确保其在高峰负荷期间能够正常运行。

2. 网络基础设施优化

电力企业应加大对网络基础设施的投入，提高网络带宽和稳定性。针对不同业务场景，如数据传输、视频会议、在线业务办理等，采用不同的网络传输技术和设备，确保用户在访问电力营销信息化系统时，能够获得良好的使用体验。

3. 创新技术研究与应用

电力企业应关注新兴技术的研究与应用，如物联网、区块链、边缘计算等。这些技术可以为电力营销信息化建设提供更多可能性，如实现智能配电网、虚拟电厂、分布式能源管理等。通过技术创新，提高电力营销信息化建设的竞争力，为用户提供更高质量的服务。

（五）提高电力工作人员信息化素质

1. 开展常态化培训和教育

为了提升电力工作人员的信息化素质，企业应开展

常态化培训和教育，确保员工紧跟时代发展和技术进步。培训内容包括新兴信息化技术、网络安全、数据保护等方面，以提高员工的技能水平和安全意识。此外，企业还可以组织内部分享和学习活动，鼓励员工相互学习和交流，提升整体信息化素质。

2. 设立激励机制

企业应设立激励机制，鼓励员工积极参与信息化建设和创新。通过对优秀员工给予奖励和表彰，激发员工积极参与信息化建设的热情。同时，将员工的信息化能力纳入绩效考核体系，促使员工不断提升自身技能，为电力营销信息化建设提供有力支持。

3. 强化信息化意识

企业需强化电力工作人员的信息化意识，使其充分认识到信息化建设对企业发展的重要性。通过开展宣传活动，提高员工对信息化的认识，引导员工从思想上重视信息化建设。此外，企业还需加强与外部合作伙伴的沟通交流，借鉴先进经验，提升自身信息化水平。

4. 跨部门合作与协同

企业应加强各部门间的合作与协同，形成合力，推动电力营销信息化建设。通过设立跨部门的项目组或专门的工作小组，实现业务部门与技术部门的有效沟通，确保信息化建设能够紧密围绕业务需求进行。同时，鼓励员工参与跨部门合作，提升团队协作能力，为电力营销信息化建设提供有力支持。

5. 引入外部专家和顾问

为了提升电力营销信息化建设的专业水平，企业可以引入外部专家和顾问，为项目提供专业指导。外部专家和顾问具备丰富的行业经验和专业知识，可以为企业提供有针对性的建议，确保信息化建设高质量、高效率地进行。此外，企业还可以与高校和科研机构合作，共同开展课题研究，将研究成果应用于实际项目中，提升电力营销信息化建设的水平。

（六）有效完善信息化管理机制

1. 制定明确的建设规划和管理制度

电力企业应制定明确的电力营销信息化建设规划和管理制度，确保项目按照既定目标和时间表有序推进。同时，建立项目评估和监督机制，对项目进度、质量和投资效益进行定期评估，及时发现问题并进行调整。

2. 强化项目风险管理

电力企业应对项目风险进行充分识别、评估和控制。针对项目中的潜在风险，制定相应的风险应对措施，确保项目在遇到风险时能够迅速应对，降低损失。

3. 深化用户参与和反馈

企业应深化用户参与和反馈，关注用户在电力营销信息化建设过程中的需求和意见。通过用户反馈，及时了解系统存在的问题和不足，有针对性地进行优化和改进。

同时，鼓励用户参与到系统建设和改进过程中，提升用户满意度和忠诚度。

（七）健全监督与管控措施

设立专门的监督机构与企业内部审计部门，对电力营销信息化建设的各项政策和措施进行定期审查，确保各项工作的落实到位。同时，加强对项目实施过程中的合规性监督，确保项目按照法律法规和行业规范进行。建立完善的信息化管理制度，明确各部门和岗位的职责与权限，防止信息泄漏和滥用。对企业内部的数据访问和操作进行严格控制，确保数据安全。实施电力营销信息化建设项目的进度、质量和投资效益的监督，确保项目按照预定目标高效推进。同时，加强对项目风险的识别、评估和控制，确保项目的顺利进行。加强对电力营销信息化建设过程中的人力资源管理，严格执行人员招聘、培训和考核制度，提高员工的职业道德和业务能力。对企业内部人员进行定期的廉政教育，防止腐败现象的发生。强化电力营销信息化建设过程中的财务管理，建立健全财务预算、核算和审计制度，确保资金的合理使用和有效监督。同时，加强对项目成本的控制，提高投资效益。

结语

智能电网环境下，电力营销信息化建设是电力行业发展的重要方向。通过制订科学合理的信息化建设规划、系统分析用户需求、信息化系统架构建设、实现对硬件资源的进一步投入以及有效完善信息化管理机制等措施，电力企业可以实现供电服务质量的提升、市场发展的促进以及节能减排的目标。相信在智能电网的助力下，我国电力营销管理将迈上新台阶。

参考文献

- [1] 华焯. 智能电网背景下的电力营销服务优质化策略[J]. 华东科技(综合), 2020, 000(011): P.1-1.
- [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] 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.
- [4] 刘爱龙[1]. 智能电网下电力网络营销策略分析[J]. 今日财富, 2019(7): 1.
- [5] 周敏. 智能电网环境下电力营销管理系统的优化设计[J]. 数码设计(下), 2020(72): 0037-0037.
- [6] 张敏, 许乐, 姜娜. 智能电网环境下电力营销支持系统的建设[J]. 消费导刊, 2019, 000(044): 255.
- [7] 胡士高. 智能电网环境下电力营销智能化体系研究[J]. 科学与信息化, 2020(66): 0051-0051.
- [8] 郭绍栋. 智能电网背景下的电力营销体系探究[J]. 农电管理, 2019(4): 1.