

智能电网环境下电力营销管理系统的优化设计

王栋 吴倩

(国网河南省电力公司永城市供电公司 河南 永城 476610)

[摘要]随着当前经济和科技的发展,我国电力发展形式变得多样且丰富,传统的发电装置已经无法满足当前社会发展的供电需求。电力营销管理是电力企业内部管理工作的重要内容,应注重前沿技术手段的引进,构建电力营销管理系统,实现信息资源优化配置,共建共享信息,为社会生产生活提供优质可靠的电力服务。但实际工作中还有一定问题,电力营销管理还在初步阶段,必须优化改进。通过对智能电网的特点和意义进行阐述,分析智能电网环境下电力营销管理系统中的问题,从而探讨智能电网环境下电力营销管理系统的优化设计。

[关键词]智能电网; 电网环境; 电力营销; 营销管理

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.05.1234

引言

近些年经济水平的进步使人们生活质量发生改变,各行各业的发展都对电力供应、电力资源有非常高的要求。电力企业在激烈的市场环境下,电力营销管理创新成为提高竞争力的重要着手点。特别是智能电网环境下的电力企业管理创新,为了获得更高经济效益,电力营销管理也有非常重要的意义,为了达到智能电网环境下对企业管理要求,需要重点加强创新,改变电力营销管理模式。

一、电力营销管理原则

电力营销管理在企业经营管理中占据重要地位,传统计划经济时代下的电力营销管理模式逐渐被淘汰,应朝着高层次创新优化。基于此,电力营销管理工作创新应遵循相应原则展开,包括人才培养、数据共享、原始数据原则以及工作界定原则。其中工作界定原则,依据严谨、合理流程,分析和改善人为因素不良影响,立足实际同步创新优化,合理划分各岗位权限,持续提升电力营销管理水平。数据共享原则,基于现代化信息技术收集和共享信息,分类汇总,更好地满足电力市场发展需求,促使电力营销质量逐步提升。

二、电力营销管理系统现状

(一)管理信息十分落后

基于大数据的电力营销管理工作的问题之一是管理信息十分落后,其原因如下:在电力企业中关于用电业务的流程没有发生变化,还在使用过去的营销制度,没有充分发挥大数据技术的专业优势及精准优势,使得反馈电力营销的相关部门没能及时掌握全面真实的管理和营销信息,使其不能尽快处理来自客户的反馈信息,从而阻碍了电力企业的营销管理工作的顺利进行。

(二)关于营销的监管工作不够科学

目前大多数电力企业能够意识到大数据的重要性,也能制定出电力营销机制,其效果却不够理想,这是因为电力企业没能做好监督营销管理的工作。部分企业的内部结构十分复杂,好的营销手段没能尽早被决策者知晓,实施起来困难重重,出现问题的原因同样没能得到很好的反馈,从而使国内电力企业营销工作的效率普遍偏低。

(三)资源浪费现象严重

电力企业的发展关系着我国经济的发展与进步,为此,我国出台了很多相关政策对电力企业进行大力扶持,尤其是针对节能减排提高科学技术以及资源使用方面,但由于电力企业存在一定的特殊性在资源使用方面存在很多的问题。现目前大多电力企业存在依靠小型火电机组进行发电,这一方式对于资源浪费相当大企业管理人员没有对这些形成重视,加上电力营销相关技术人员在这方面的技术是相对落后的,没有结合新能源参与发电企业的相关技能,针对新能源发电这一方式,工作人员也缺乏一定的专业性,在创新上是较为薄弱的。因此,造成电力企业发展的阻碍。

三、智能电网环境下电力营销管理系统的优化设计

(一)重构电力营销管理体制的优化设计

为提升电力营销管理有效性,应积极推陈出新转变理念,加深电力营销管理重要认知,对于电力营销管理中的问题提出针对性措施。坚持客户至上的理念,调查和分析客户实际需求,结合市场形势来制定合理的有效营销战略目标。在企业内部扩大教育宣传,促使员工可以正确看待市场营销重要性,优化电力营销管理细节,切实提升电力营销管理成效。在此基础上,积极优化和重构电力营销管理体制,并依据实际情况逐步优化和完善。

(二)软件平台架构的优化设计

在电力营销管理系统的优化设计过程中,其本质是实现电力营销业务运营、服务监控以及统计分析的功能,设计人员为解决传统遗留问题,应对其中的软件平台架构进行具体的优化,满足营销人员、管理人员在操作上的要求。首先,设计人员需明确电力营销管理系统的主要对象,在智能电网的发展下,电力营销管理系统需设置不同的平台类型满足不同人员的需求。营销人员是电力营销管理系统的核心操作者,在软件架构设计的过程中需满足从电力营销的不同业务入手建立相应的体系,实现应用服务器、代理服务器等方面的整合;其次,软件平台架构的优化设计需满足扩展性、可靠性等功能,设计人员可提前根据电力营销的流程进行逻辑视图的设置,对主系统和子系统的组织形式进行设计。

(三)硬件平台架构的优化设计

在电力营销管理系统的优化设计中,硬件平台架构实际上就是要满足软件在应用过程中所需的一些物理设备,包括存储器、光驱、主机等多个方面。电力营销管理系统需具备不同的功能,不管是面对用户还是内部管理人员都需实现大量信息的同时存储和共享,这就对硬件有了更高需求。在智能电网的环境下,为适应时代发展的需求,软硬件协同设计逐渐被应用到体系结构中,它最大限度的挖掘了软件和硬件间的关系,协调传统管理系统中存在的问题。

(四)加强新型理念推广力度

在发展新能源发电的过程中,加强新型理念的推广力度,拓展营销市场的范围,也是相当重要的一点。传统的供电企业电力营销管理主要是针对用户的基本用电需求,只需满足生活用电和生产运行用电等。电力需求的范围不大,且面向的用户需求都更偏向大众化。供电企业要想进一步提升自我发展能力强化供电企业的市场竞争力,完善电力营销管理模式,还需要供电企业加大新型理念的推广力度。

结束语

综上所述,智能电网在电力营销管理中应用,是对传统管理模式的创新,也是满足现阶段电力企业发展需求的有效举措。通过营销管理创新,有利于提升管理水平,符合节能减排战略目标要求,而且还能够在实践过程中紧跟市场发展趋势,为电力行业在智能电网环境下的创新创造条件。

参考文献

[1]张兆光.智能电网形势下的电力营销优质服务对策探究[J].科技经济导刊,2019(12):188-189.