

# 基于大数据技术的电力营销策略研究

马晶晶 丁侃

(国网河南省电力公司永城市供电公司 河南 永城 476610)

**[摘要]**在科技技术飞速发展的背景下我国各个领域迎来不断进步,现阶段大数据技术的孕育而生给电力事业提供了有效的发展动力。面对时代与社会的日益发展,人们对电能的需求量也逐年增加,电力营销也迎来巨大挑战。基于此,文章分析大数据技术在电力行业的适用性,探讨大数据技术在电力用户分析和用电负荷预测等领域的应用价值和主要方法,指出在大数据时代制定营销策略的工作重点,为大数据时代电力营销工作的创新发展提供参考。

**[关键词]**大数据; 电力营销; 管理创新

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.05.1241

## 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。特别是大数据时代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,为了达到大数据时代对企业管理要求,需要重点加强创新,改变电力营销管理模式。

## 一、概述

### (一) 电力交易平台的主要功能

电力交易平台的主要功能分为基础交易管理功能、高层交易管理功能、以及扩展交易管理功能。基层交易管理功能:电力交易管理、合同管理、计划管理、信息发布、结算管理、市场注册、电力电量平衡、数据质量管理、服务窗口管理、市场信息综合统计等;高层交易管理功能:双边市场三公管理、双边市场评估分析、业务数据管理、市场运营分析、市场运营管理、交易资源管理、交易合规管理、市场态势分析、市场效率分析、市场关键指标分析、移动终端交易应用等;扩展交易管理功能:日前市场交易管理、辅助服务市场交易管理、实时市场交易管理、电力期货交易、电力期权交易管理、金融输电权交易管理、电厂报价辅助决策、用户保教辅助决策、交易优化辅助决策、市场电价预警、市场模拟仿真、交易员培训等。

### (二) 电力营销大数据的特征以及数据来源

在电力系统运行的过程中,其设备、生产调度都会产生大量数据。使用电力营销大数据的处理技术,电力企业能够维持用电量和发电量之间的平衡。因此,为了保障用户的用电质量,企业需要进一步加强数据处理技术的研究。电力营销大数据在促进企业发展的同时,还能反映出行业发展的规律。数据的主要来源就是用电信息采集系统,信息采集系统能够监控和处理用户用电的相关信息。在对信息处理完毕之后,可以制定详细的计划,起到节约用电成本的效果。该系统还具备多种功能,能准确筛查出用电量出现异常的客户并跟踪监控,从而确定窃电人员。

## 二、电力营销管理中存在的问题

在大数据背景下,营销管理信息系统不够安全是电力企业营销管理工作的又一个严重问题,该问题可被拆分为操作方面的危险和技术方面的危险。操作危险是指工作人员在工作过程中存在的对数据进行刻意篡改的问题,属于人为原因,而技术危险的意思是电力企业不具备系统的营销管理,其技术水平偏低,电力企业在此情况下对大数据系统的使用会使营销管理信息系统存在安全隐患。

## 三、电力营销策略的制定

### (一) 构建新型电力营销体系

针对大数据时代的特点,建立新的营销体系是在大数据时代开展营销工作的前提,营销体系主要完成数据管理、数据开发和数据挖掘等工作。其中,数据管理主要完成数据收集与整理等基础性工作,工作人员主要经过信息技术、信息管理及市场营销等专业的训练。数据开发工作主要基于用户缴费、电力报警以及客户关系等建立数学模型,利用相应的算法深入地分析用户行为特征,全面了解用户的用电特点。数据挖掘工作建立用户的信息档案,挖掘用户的电力价值,实现电力综合服务质量的全面提升。

### (二) 创新营销管理途径

电力企业营销管理工作的实施,为了获得更理想的效果必须创新营销途径,利用大数据技术加强营销管理多样性。建议电力企业重点展开技术营销,市场销售的大环境下电力产品市场竞争力需要通过创新来达到提升的目的,而且还能够达到电力市场发展、国家电力生产的根本需求。所以,今后我国电力行业的发展,可重点落实生产技术营销,强化电力企业产品质量,优化企业内部生产环境,为广大客户提供高质量的技术服务,达到最佳营销效果。市场信息采集十分重要,在营销管理中尤其要与市场需求相结合,电力企业编制多种营销规划,以市场发展需求为依据科学选择,使营销管理优势发挥到最大。采集数据时电力企业便可利用大数据技术剖析市场需求,为编制营销方案提供可参考的依据。

### (三) 电力营销信息化建设的原则

目前,电力营销信息化建设得到了社会各界的高度关注,但是该方面工作在开展的过程中,必须按照长效机制来完善,对相关问题的解决给出足够的依据,在整体工作的安排上要采取科学的思路来创新。大数据技术的融入,能够推动电力营销信息化建设的进步,因此在大数据的调查过程中,针对用户的想法、客户的要求、营销过程中的优势、不足等,都要按照数字化的模式来分析,不仅可以由此来提高信息化建设的精确匹配度,还可以对信息化技术、设备的引入,得到更好的转变,整体上的发展更加优良。电力营销信息化建设的体系要进一步完善,尤其是在新技术的过渡过程中,一定要对所有的员工开展培训、指导,鼓励大家在不同的工作安排上得到优良的成绩。

### (四) 加强反窃电检查工作的建议

大数据在电力营销中有很多优势,其可很好地用于防盗控制,因此,必须充分利用大数据营销的优势,为稽查工作提供保障,防止窃电行为,并对窃电分子进行相应的处罚,以避免严重损失。电力供应企业要充分认识自身工作中存在的问题,做好防盗检查工作,提高工作质量和效率。同时,电力企业也需要建立一套完善的奖惩制度,提高员工的积极性。电力企业还要加强培训,提高业务人员防盗技能和方法。窃电稽查人员还必须掌握电力批发销售的相关内容,熟练运用电力批发营销,对数据进行分类,通过计算,评估是否存在用户窃电行为。

## 结语

在大数据背景下电力市场变化很大,市场已不再需要传统的电力资源,很大程度上影响了电力企业的经营方向。对此电力企业须对市场需求进行正确的认识,要把客户的具体要求当作发展的原则,应在此基础上对经营的模式进行不断地创新,通过优秀的营销来使企业更具市场竞争力,不断提升服务水平,在技术的配合下持续扩张经营版图,不断发展其经济收益和社会效益。

## 参考文献

- [1] 孙艺珍, 杨静文, 等. 基于大数据的电力营销管理创新研究[J]. 集成电路应用, 2019, 12.
- [2] 黄康乾, 周睿, 等. 电力交易平台架构及关键技术研究[J]. 数字技术与应用, 2020, 3.
- [3] 杜龙, 张志翔. 大数据技术在电力市场交易中的应用[J]. 自动化技术与应用, 2019, 10.