

综合能源服务存在问题及对策研究

吴杰

国网晋中供电公司, 中国·山西 晋中 030600

【摘要】综合能源服务作为一种新型的能源供给和消费模式, 为客户现代化、绿色化和经济化的生活方式提供便利, 为传统能源企业改革转型和提质增效提供新的服务渠道和盈利源头。从能源规划到施工建设, 从能源消费到能源服务, 综合能源服务涉及人们生产、生活的方方面面。本文首先对地市公司开展的综合能源服务的内容、主要业务及意义进行介绍, 对地市公司综合能源服务现状进行深度分析, 发现综合能源服务工作中存在的问题, 提出切实可行的改进措施。

【关键词】综合能源服务; 问题及对策

推广新型能源服务业务, 将绿色发展观和现代信息技术引入人们生产生活, 倡导“绿色”“开放”“共享”的发展观, 充分利用现代新能源技术, 依托“大数据”“云计算”“物联网”“移动互联网”等手段和工具, 实现数据共享连通、业务交互运营, 提升客户参与度和获得感, 改善服务质量, 提升服务品质, 推动新兴业务的蓬勃发展, 为人民美好生活赋能。

1 综合能源服务概况

1.1 综合能源服务业务分类

综合能源服务包括能源基础能源服务、分布式能源、智慧能源(“互联网+”能源服务)、能源服务新产品等四个业务方向, 具体涉及节能服务、电力运维、分布式光伏发电、分布式天然气冷热电三联供、分布式生物质发电供热、基于电能的冷热供应、用能监测、储能服务等八个主要业务领域。

1.2 开展综合能源服务的意义

1.2.1 推动能源转型重要举措。国家构建清洁低碳、安全高效的现代能源体系, 传统能源企业加速布局水、电、油、气、热(冷)以及智慧能源等综合性业务, 能源市场进入转型升级的重组期和创新发展的机遇期。

1.2.2 公司高质量发展必然出路。在新电改和经济结构转型升级的背景下, 公司收入和利润增长将放缓。公司必须发挥自身优势, 一手抓能源市场, 一手抓电力市场, 积极拓展业务范围, 开展跨界经营, 增加新的盈利点, 支撑公司跨越发展, 实现新的突破。

1.3 满足人民美好生活需要

“云大物移智”时代的到来, 客户对产品和服务的多元化、差异化、个性化要求提高, 客户对能源综合产品要求提高, 敦促着电网企业以用户为导向, 提升电力综合服务能力。

2 综合能源服务存在的问题

本文通过运用菲利普科特勒营销4Ps模型, 从产品、价格、渠道、促销等4个方面, 分析目前综合能源服务和企业能源转型中存在的问题, 并提出解决对策。

2.1 产品方面。作为传统能源企业, 公司在电网的施工、建设和运维方面实力雄厚, 基础设施完备, 人员经验丰富, 为保障人民日常生产、生活方面起着重要作用。但是随着环境污染、能源短缺等问题的出现, 如何为客户提供优质、高效的能源产品和服务显得尤为重要, 而公司客户侧、电源侧能源管控方面尤为欠缺。如今太阳能光伏、风能、空气能、地热能的高新技术产品越来越成熟, 为客户提供新型能源产品和综合能源服务成为可能, 也为企业提质增效和市场开拓提供新的方向。综合能源产品和服务, 对客户和企业来讲, 机遇和挑战并存。

2.2 价格方面。成本方面, 由于新能源产品在研发和设计阶段, 需要投入较多费用, 导致产品面市时价格偏高, 投资回报周期较长。再加上产品性能和寿命的局限, 某些新能源的性价比欠佳。以新能源汽车为例, 车企研发生产成本较高, 电池寿命有限, 价格优势并不明显。而信息化时代, 人们对新能源产品提出了更

高的要求, 企业需要发挥规模和平台优势, 才能降低成本、提高性价比。

2.3 渠道方面。随着“互联网+营销”措施的推行, “强前短、大后台”的服务体系正在构建, 线上、线下服务渠道不断完善。供电服务人员没有建立以客户为中心的服务模式, 服务意识欠缺、服务态度差, 缺少从客户角度着手的思维模式, 只是当做一次交易, 与客户缺少沟通, 客户对供电服务体验感、参与感、互动性差, 对供电企业信任度、满意度、忠诚度差。

3 综合能源服务提升对策

3.1 产品多元化。深入开展市场调研, 充分了解各地能源资源状况, 深入分析能源消费和客户用能需求等, 利用大数据手段科学研判本地区能源消费发展趋势, 聚焦客户需求, 提供多样化的能源产品和差异化用能解决方案。

3.2 价格精准化。电网企业未来发展综合能源服务, 盈利主要来源于基础产品服务和能源增值服务两个方面。基础产品服务包括能源基础服务、能源资源综合利用和清洁能源开发与供应。能源增值服务包括服务、节能环保能效监测服务、大数据用能服务和能源金融服务。通过二者有机结合, 实现综合能源营收。

3.3 渠道平台化。在协同机制建立、市场机制创新、奖励机制保障等方面积极实践, 在新技术应用、示范项目建设和商业模式创新上先行先试、总结典型经验。建立供电公司主导, 全渠道贯通、多方面参与、风险共担、合作共赢的综合能源服务网络。

3.4 促销多样化。利用各种机会主动沟通地方政府, 宣传综合能源服务价值, 突出央企责任担当, 引导政府资源倾斜、争取政策红利, 为客户提供更多优惠; 借助各级营业网点, 宣传综合能源和售电业务情况, 吸引客户对接服务。充分利用公司网站、APP、微信公众号、微博等线上渠道, 以及“三型一化”营业厅等线下渠道, 加强与外部媒体合作, 常态化开展公司综合能源服务理念、示范项目及社会成效等宣传, 提升品牌影响力, 践行企业社会责任。

推广综合能源服务, 搭建能源大数据平台, 构建能源服务新生态, 探索能效服务新模式, 营造综合能源新生态, 为企业发展提供新的利润增长点, 不断满足人民美好生活需要, 真正让新能源为社会经济发展赋能。

参考文献:

- [1]温启良, 陈华锋. 电网企业向综合能源服务企业转型的研究[J]. 企业改革与管理, 2018(12).
- [2]买亚宗, 石书德. 国外综合能源服务的发展实践与启示[J]. 国家电网报, 2019(1).
- [3]曾鸣. 基于能源互联网平台的供给侧改革与需求侧响应[J]. 中国电力企业管理, 2016(10).
- [4]唐建清. 聚焦综合能源服务打造高质量发展新引擎[J]. 中国电力企业管理, 2018(16).
- [5]胥超, 万旭. 县企开展综合能源服务可行性分析[J]. 中国电力企业管理, 2018(26).