

# 新能源电力市场开拓及企业营销管理策略

徐鹏

(华电新疆发电有限公司新能源分公司 乌鲁木齐 830000)

**摘要:** 能源是人们赖以生存的物质基础,但是传统的能源供应以及储备量并不足,这一问题得不到解决,会影响人们的生活质量。随着社会的持续发展和科技的飞速进步,新能源已经成为一种可持续发展的重要动力,它不仅给电力行业带来了生机,还为新能源发展注入活力。这篇文章讨论了如何通过营销来扩大新能源电力市场。本文探讨了新能源发展背景下我国电力行业营销市场的现状,指出了当前的电力市场开拓和企业营销管理策略存在的问题,并根据相关的问题提出了电力市场开拓的策略以及电力企业管理和营销的策略,希望可以为我国的电力企业发展提供参考。

**关键词:** 新能源; 电力市场; 营销管理; 电力企业

**前言:** 能源在一个国家的发展中扮演着至关重要的角色,尤其是电力的发展,它不仅反映出一个国家的经济实力,而且也是人们日常生活和生产中必不可少的基础设施。随着技术的进步,中国已经建成了许多风力发电站和太阳能发电站,这些设施为解决能源短缺提供了可靠的保障。这些举措还促进了电力行业的公平竞争,使得传统的电力市场逐渐被淘汰。为了在日新月异的市场环境下保持领先地位,电力公司必须加强改革,特别是在营销方面,要坚持以客户为中心、以市场为导向的原则,根据当前的实际情况,制定出符合社会发展的电力营销服务体系,努力提高电力营销的效率,同时也能够有效地提高企业的经济效益,保证供电服务的质量,从而达到既满足消费者的用电需求,又能够获得良好的经济效益与社会效益的双赢局面。为了确保电力公司能够更加迅速地发展。

## 一、新能源发展下电力营销市场的现状

随着时间的推移,中国电力行业的迅猛发展使其在全球市场上的地位和影响力日益增强。尽管电力企业努力改善管理水平,但由于市场分布不均,以及其他一些因素的影响,使得它们的发展受到了严重的阻碍。随着电力行业的深入改革,必须采取灵活的措施,以适应日新月异的市场环境,并制定出具有针对性的营销策略,同时要加强对电力市场的监督,以期解决当前的问题。随着市场的变化,电力公司需要采取更有效的营销策略,努力开拓新的客户群体,以实现其长期稳定的发展。近年来,中国在工业制造业及其他领域的研究取得了长足的进步,取得的成就越来越丰富,有些领域的研究甚至超越了世界先进水平。随着全球经济的飞速发展,电力营销市场也受到了社会各界的高度重视和广泛关注。

### 1、电力能源消耗量急速增长

随着电力生产技术的不断改进和消费者用电需求的日益增长,电力生产规模正在迅速扩大。据国家能源局最新发布的统计数据显示,中国全社会用电量总计达到 39339 亿千瓦时,较去年同期大幅增加,而用电量更是创下 271.87 亿千瓦时的历史新高,这表明,当前电力消费量正在迅速攀升,这也意味着,在这个新的时代,要想让电力企业取得持久的发展,就必须加强新能源市场的开拓,积极推进电力营销工作,以期实现可持续发展,实现经济社会可持续发展。为了满足消费者的需求,我们致力于实现可持续的经济增长。我们不断努力,通过持续改进和创新,为客户提供优质的能源,以推动电力行业的可持续发展。

### 2、新科技发展作用下新能源技术进步速度加快

随着时代的发展,电力行业已经成为国家经济的支柱,它不仅是社会和谐稳定、经济持续增长、科学技术的推动者,还是国民经济的基础。当前,我国正处于一个关键的能源结构调整阶段,特别是新能源技术的开发、应用以及电力企业的转型和变革,都离不开对先进电力能源设备的不断改善,从而为电力能源设备的营销市场带来了巨大的商机。随着

资源需求的不断攀升,电力市场的发展也变得越来越迅速,因此,对于电力设备的研究、营销以及其相关的市场开拓,都显得尤为重要。

## 二、新能源发展下的电力营销市场开拓中面临的窘境

### 1、电力营销方式落后

互联网的发展影响了各个行业的发展模式,那么电力营销方式也需要紧跟时代的潮流,把互联网技术和计算机技术引进电力的发展中去。虽然引进了互联网技术,但是由于对外来的技术上的不熟悉,即使互联网的发展水平已经很高了,但是对电力营销这一方面仍然存在很多问题,在线上的营销模式和业务的开展会受到一定的影响,这种影响在一定程度上限制了电力行业的发展。

### 2、电力企业营销意识差

有效的电力营销方法是保证电力企业利润的基础,并且最大程度的来维持电力的可持续发展。那么电力企业的发展应当重视营销能力。但是我国在生产电力的投入力度比较大,所以自然而然就忽略了电力营销这一方面的问题,导致在引进互联网技术时,营销方面的问题漏洞百出。但是电力企业是如何思考的呢,他们以为降低电力所消耗的成本来增加电力的数量来增加收益,完全漠视了营销方式给企业带来的好的发展前景。电力企业在对营销方面的意识不足,导致出现各种各样的问题,使营销方式与企业的运营模式不匹配,这就影响了电力产品的销售,影响了企业的利益。

### 3、营销管理机制落后于信息时代发展

虽然互联网的出现一定程度上改变了电力企业的营销模式,但是人们的传统观念仍旧没有被改变,缺少了创新和创造的能力,那么即使电力企业在发展方向有了互联网的帮助,也仍旧会在企业内部出现很多的困难。即使电力企业在新时代抓住了互联网的尾巴,进而在企业内进行一定的改革和创新,但是改革受到传统观念的限制,人们依旧没有新的思想和想法来处理这些问题。在当今时代的发展下,传统观念和其他因素限制了电力企业的发展,所以电力企业的营销业务能力一直是比较落后的。

## 三、新能源发展下的电力营销市场开拓思路

### 1、创新营销模式

创新是一个国家发展的不竭动力,那么创新在任何一个企业和任何一个行业都是一个重要的源动力。对于在传统模式下电力企业的发展,客户满意度不高,服务人员的工作态度和工作效率比较低,如果没有一个新的优势,企业在市场中是很难生存的。电力企业若是想在市场中站稳脚跟,就必须有一套新的改革体系,还要有创新意识,只有创新营销模式才能比其他企业多一些优势。

### 2、完善营销管理机制

在当今新能源的形势下,电力企业若是想在所有企业竞争中获得比较好的发展,就需要在与同行的竞争中,就要竭尽全力提高自身的竞争

力。企业要根据自身情况出发,构建完善的营销管理机制,使这样的管理机制成为企业的特色模式,并且要不断地把握市场的发展规律,根据市场的要求来改变自己企业的营销管理方式。这样一来能够提升企业的发展前景。

### 3、发掘新型客户群体

随着社会的不断变化,电力企业需要将目光从传统产业企业向新型客户群体拓展,例如新兴企业、移民人口、老年人等。对于这些群体,可以采取不同的营销策略,比如新开发的新型电力产品可以符合年轻人的消费倾向;移民人口可以采用多语言宣传策略;老年人可以针对其用电量小、省电、节约的特点设计贴合客户特点的电力产品、服务和优惠。

### 4、电力营销渠道不断拓展

传统的电力营销渠道已经无法满足市场需求,电力企业需要不断探寻新的营销渠道。比如电商渠道,通过电商平台可以在线上销售各种电力产品,这种渠道可以有效提高销售额,而线下渠道可以通过开展各种宣传活动、推广活动,打造电力品牌形象,让更多的消费者了解品牌,从而提高品牌的知名度和认可度。

### 5、多元化电力产品

作为一种重要的能源,电力在社会经济中的地位日益凸显。为了适应客户的需求,并符合未来发展趋势,电力企业需要研发和推出更多类型的电力产品,以满足消费者的不同需求和趋势。例如,新能源产品,智能化设备、应急备用设施等,可以进一步满足客户对于产品种类的需求。

## 四、新能源发展下电力企业营销管理策略

### 1、加大技术保障更新力度,提高技术优势竞争力

要想在电力营销领域取得成功,必须充分考虑客户的实际需求,同时也要充分利用最新的技术,以最大限度地满足新能源开发所涉及的各种设备与设施的要求。为了提升生产效率和竞争优势,我们应该根据电网建设的实际情况进行细致的分析,并进行精细化的管理,特别要认识到其中存在的不确定性。当线路两端缺乏或需要远程输送时,为了确保设备的稳定性和可靠性,我们必须采取有效的措施,不断提升技术水平,加强安全防护,以提高企业的市场竞争力。为了提升电力设备的效率,电力公司应该大幅度改善现有的设备,引入最新的技术,并且定期检查是否存在老化或者性能不够理想的情况,以便尽快解决这些问题,使得电力设备的质量达到客户的期望。为了确保电力企业的可持续发展,应该特别注重技术的进步,大力推广最先进的设备制造技术,并且根据不同的电力企业的实际情况,采取多种有效的管理措施,以及采取多种技术手段,以提高设备的性能和质量,并将故障率控制在合理的范围之内,从而有效地降低提高经济效益的运行成本。除此之外,我们还需要大力推广和开发最新的设备,并利用最前沿的生产技术来增强我们的市场竞争力。

### 2、创建并贯彻执行绿色能源营销体系

绿色能源营销体系创建应是新能源背景下电力营销开拓的必要措施,为保证其能被贯彻执行,企业应从制度、工作、人员等方面深化绿色理念。在制度上,企业应以政府绿色发展战略为参考,并充分遵循市场运行机制,从而制定健全的新能源营销规章,从基础上对各类营销行为进行规范与引导。在工作开展上,应积极举办新能源的认识、探讨、交流活动,强化内外部沟通效应,保持新能源认识与应用的新鲜度,以防自身脱离于绿色电力市场。在企业人员管理上,应从绿色营销理念与技能入手,塑造一支熟悉市场运行机制、掌握新能源发展前瞻理论、了解新能源国家政策的新型营销团队。

### 3、完善企业营销管理结构

通过完善企业营销管理结构,我们可以实现从生产到销售再到服务

的全面协调,从而提升企业的竞争力。为了提升电力产品的客户体验,公司正在建立一个专门的客户服务中心,其目的是将调度、管理、营销等各个方面紧密联系起来,以构建一个完整的服务体系。企业的营销与售后服务应该围绕客户需求进行,通过有效的沟通与协作,实现全面的管理与运作,从而提供高品质的、全方位的客户体验。为了达到最佳的工作效率,各部门必须清晰界定其职能,积极承担起相关的义务,以便有效地完成其职责。

### 4、电力促销策略

为了在竞争激烈的电力市场中脱颖而出,企业营销人员应当积极采取行动,比如亲自前往客户家中进行宣传,详细讲解公司的产品特点、售后服务,以此来激起客户的兴趣,最终实现订单。采取市场化营销策略,供电企业可以从中受益,同时也可以树立起良好的口碑,因为它既简便又有效;利用多种媒介进行宣传和促销,不但能够有效地提高公司的知名度,还能吸引更多的消费者,进而取得良好的市场成绩。与广告公司的深度合作,可以更快地打开市场,让企业在促销中获得更多的利益。通过进行促销活动,供电企业能够获取最新的市场动态,从而更好地制定和实施有效的经营策略,以满足客户的需求。

### 5、重视线损管理

6、线损是衡量电力企业综合经济效益的一个重要指标,能够直接体现出电力系统规划设计水平以及电力企业对于电网的经营管理水平。从电力企业的角度,应该重视线损管理工作,提升管理的精益化程度,这样能够有效减少电能浪费的情况,促进电力企业经济效益的提高。想要实现这一目标,要求电力企业必须做好电网分压及分区的精确管理,依照配网电压等级,做好线损率的统计分析,落实管理责任人,以此为基础,还应该重视10千伏公用线路的分线控制管理,以及公用配变的分台控制管理。电力营销统一管理的实现,能够对各类资源进行整合及共享,促进营销体系效率的提高,线损管理精益化要求工作人员以电力营销体系为依托,针对电量数据进行分析与核查,以此来保证数据信息统计的准确性;也可以对电网线损进行统计,做好电费计算,促进电力企业经营管理水平提高。根据电力体系的相关数据,可以开展电力营销检查工作,找出并对电力营销管理中的薄弱环节进行修改,在实现电力营销管理漏洞填补的同时,完成增收。

### 结语:

综上所述,电力市场开拓和营销管理策略的成功,需要电力企业根据市场需求和客户需求,不断创新、改进和提高服务质量。只有在此基础上,电力企业才能不断增强市场竞争力,实现可持续发展。

### 参考文献:

- [1] 蔡晓生. 新能源发展下的电力营销市场开拓策略分析[J]. 科技创新导报, 2019,26.
- [2] 吴钧. 新能源发展背景下电力营销市场开拓探讨[J]. 华东科技(综合), 2019,10.
- [3] 王峰. 试谈新能源发展对电力营销的影响[J]. 低碳世界, 2020,11.
- [4] 葛维. 新能源发展背景下电力市场开拓过程中电力营销问题分析[J]. 中外企业家, 2020,7.
- [5] 汪忠, 汪荏荏. 探究新能源发展对电力营销的影响[J]. 智能城市, 2020,9.
- [6] 陈柏扬. 新能源发展下的电力营销市场开拓分析[J]. 商品与质量, 2019,34.
- [7] 李晓旭. 新能源发展下的电力营销市场开拓分析[J]. 百科论坛电子杂志, 2019,11.