

电力营销安全防线：员工培训与安全意识提升的双重奏

钟淑珍

国网湖南省电力有限公司龙山县供电分公司 湖南湘西 416000

摘要：本文围绕电力营销安全防线展开探讨，点名在电力行业发展进程中，电力营销各环节存在诸多安全风险，如客户信息泄露、电费收缴难题、业务拓展漏洞及合同风险等。为构建稳固防线，一方面需搭建分层分类的员工培训体系，涵盖新员工入职与老员工进阶培训，推行模拟实战演练与跨部门轮岗学习，打磨员工实操能力；另一方面，要从营造安全文化氛围、开展专题培训、建立激励长效机制着手提升员工安全意识。培训与意识提升相互协同，形成螺旋上升态势，持续强化电力营销安全保障，助力电力稳定供应，服务社会经济发展，且需与时俱进优化相关举措。

关键词：电力营销；安全防线；员工培训；安全意识提升

在电力行业蓬勃发展的当下，电力营销作为连接电力供应与市场需求的关键纽带，其安全性关乎整个电力体系的稳定运行以及无数用电客户的切身利益。从客户资料的精准管理，到电费收缴流程的顺畅无误，从新型用电业务的拓展营销，到供用电合同的严谨签订与执行，每一个环节都潜藏着各类风险。构筑坚不可摧的电力营销安全防线，绝非仅凭先进技术与完善制度就能一蹴而就，员工培训与安全意识提升这两大要素，奏响的是保障安全的和谐双重奏。

1. 电力营销安全风险全景扫描

1.1 客户信息泄露风险

在电力营销的庞大体系中，海量客户数据汇聚成一座无形的“信息富矿”，其中囊括了客户极为私密的各类信息，从最基本的姓名、详细住址、常用联系方式，到通过长期用电监测分析出的用电习惯等深层次隐私数据，无所不包。这些数据本应是优化服务、精准营销的利器，却也成了不法分子觊觎的目标。内部管理若存在漏洞，部分职业道德缺失的员工受利益驱使，私自违规拷贝、售卖客户数据，犹如在安全防线内部撕开一道裂口。外部网络环境更是暗潮涌动，黑客们凭借日益精进的技术手段，持续探测电力营销系统防护的薄弱环节，一旦得手，后果不堪设想。信息泄露之后，骚扰电话会如洪水般涌向客户，诈骗行径也会趁虚而入，不少客户可能因此遭受财产损失，生活被搅得不得安宁。这不仅严重践踏了客户的基本权益，也会让电力企业辛苦积攒的信誉在一夜之间崩塌，失去客户信任的企业，后续业务拓展与市场维系都将举步维艰。

1.2 电费收缴风险

线上缴费平台作为便捷缴费的主流渠道，偶尔也会状况频发。技术故障像是隐藏在暗处的“捣蛋鬼”，毫无预兆地出现，瞬间打破缴费流程的顺畅性。网络卡顿、系统报错等问题，会导致缴费失败，让客户空耗时间与精力；更糟糕的是，数据传输失误引发金额误扣，使得客户蒙受经济损失，不满情绪迅速滋生。而在线下场景里，收费人员肩头同样扛着沉甸甸的压力。现金保管环节，稍有疏忽，就可能遭遇盗窃风险；面对形形色色的纸币，辨别假钞更是一项考验眼力与经验的艰巨任务。更棘手的是部分拖欠电费的客户，催缴过程中，言语稍有不慎，就可能点燃客户的怒火，矛盾即刻爆发。倘若后续处理方式失当，没能及时安抚情绪、解决问题，随着事件在网络社交平台上快速传播、发酵，一件小事就能升级成轰动的舆情事件，将电力企业推到舆论的风口浪尖，形象严重受损。

1.3 业务拓展中的安全漏洞

电力行业大步迈向智能化、多元化的当下，智能电表、分布式能源接入等新业务正如火如荼地推广。然而，这一进程并非一帆风顺，诸多安全隐患暗藏其中。部分营销人员对新技术原理只是略知皮毛，对于背后严苛的安全规范更是一知半解，便仓促上岗面向客户推广业务。如此一来，向客户传达的信息往往错误百出，客户一头雾水，业务开展自然受阻。更危险的是，像是智能电表这类关键设备，安装过程若出现失误，后续计量失准的情况便难以避免，严重时甚至可能因为线路连接错误、过载等问题引发火灾，威胁居民生命

财产安全，让原本前景光明的新业务蒙上厚重的阴影。

1.4 合同风险

供用电合同，这份承载着双方权利与义务的法律文书，在电力营销环节举足轻重。一旦拟定过程不够严谨细致，对双方关键的权利义务界定含混不清，就如同埋下了一颗颗定时炸弹。当用电纠纷不可避免地爆发，或是遭遇停电赔偿这类敏感事件时，电力企业瞬间陷入被动局面。由于合同条款无法提供清晰有力的支撑，企业往往只能被迫接受不利裁决，面临巨额经济赔偿不说，在公众眼中的形象也会一落千丈，后续业务开展也会因声誉受损而困难重重。

2. 员工培训：打磨安全实操利刃

2.1 分层分类培训体系搭建

针对新入职员工开展入职培训，设置基础电力营销知识、安全法规普及课程，采用案例教学、实地参观，助其快速入门，建立安全初印象。老员工则定期参与进阶培训，聚焦新技术、新业务安全要点，邀请行业专家解析复杂风险应对策略，提升深度实操能力。例如某省电力公司新员工入职首周，安排到营业厅、抄表班组实地见习，跟着老员工感受日常业务流程，期间穿插信息安全小故事分享，新员工迅速熟悉工作场景与潜在风险；工作三年以上员工每年参加“电力营销安全精英班”，学习区块链加密技术在电费结算的应用，回岗后优化业务流程。

2.2 模拟实战演练常态化

创设电费纠纷、系统遭黑客攻击等逼真营销安全事故场景，要求员工分组应对，从事件报告、应急处置到后续复盘，全过程演练，强化实操技能与团队协作。演练后详细点评，表彰优秀小组，激发员工参与热情。像是某市级供电企业每季度开展“营销安全应急演练日”，模拟黑客篡改电费数据，营销部、信息部员工协同作战，切断异常网络连接、恢复数据备份，演练后总结出一套高效应急流程，此后成功化解一次真实小型数据篡改危机。

2.3 跨部门轮岗学习

安排营销人员到技术、法务、客服部门轮岗。去技术部门了解电网运行、智能设备原理，为营销新技术应用打基础；在法务部门学习法规解读、合同审查，规避业务法律风险；于客服岗位倾听客户诉求，优化营销话术与服务流程，全方位提升员工安全营销素养。像是某地区供电公司营销专员小李轮岗到法务部三个月，深度参与供用电合同修订工作，回

岗后精准识别多份合同潜在法律瑕疵，避免企业潜在损失数百万元。

3. 安全意识提升：筑牢思想安全堤坝

3.1 安全文化氛围营造

办公区域，是员工每日工作的“栖息地”，也是安全文化生根发芽的“土壤”。张贴安全标语、海报并非简单的装饰，而是一种无声的提醒。走廊、电梯间、茶水间，随处可见的醒目标语，用简洁有力的文字直击安全要点，让员工在不经意间就将安全准则映入脑海。海报则以更具视觉冲击力的画面，展现电力营销事故现场的震撼场景，或是温馨提示正确的操作流程，时刻拉紧员工脑海中的安全弦。设置安全文化长廊更是一项精心打造的“文化工程”。沿着长廊漫步，犹如穿梭在电力营销安全的历史长河中，一个个经典案例被生动呈现。从曾经因客户信息泄露引发的大规模诈骗风波，到电费收缴冲突升级成全网热议的舆情危机，真实的照片、详细的事件复盘，配以深入浅出的分析解读，让员工身临其境感受安全事故的沉重代价。定期举办的安全知识竞赛、演讲比赛，则像是一场场安全知识的“狂欢盛宴”。竞赛中，各部门员工组队参赛，赛前争分夺秒复习知识，赛时抢答、必答环节气氛热烈，为了团队荣誉全力以赴；演讲比赛里，员工们走上讲台，分享自己对安全的感悟、经历的安全小故事，用真挚的情感、激昂的语调传递安全理念。就如某电力营销分公司，办公大楼每层都精心布局不同主题的安全文化展板，精准聚焦“守护客户信息”“电费安全收缴”等关键业务板块，生动的图片搭配凝练的文字，吸引员工驻足观看、交流探讨，年度的安全知识竞赛更是抛出重磅奖励——冠军团队能踏上欧洲安全营销考察之旅，这般极具吸引力的激励，让员工参与热情空前高涨。

3.2 安全意识专题培训

员工在日常工作流程里，难免会滋生疏忽心态，而这背后藏着复杂的心理成因。邀请心理学专家介入，便是要深挖这一“思想病根”。专家们剖析日常疏忽的心理机制，指出长期重复工作形成的定式思维、工作压力下的焦虑情绪、任务紧急时的慌乱心理，都可能让员工不自觉地漏掉关键安全步骤。针对性开展的心理调适课程，先引导员工直面内心情绪，通过倾诉、小组分享等形式，释放压力、舒缓焦虑。接着配合专注力训练，像是正念冥想，员工闭上双眼，跟随引导语将注意力聚焦当下，排除杂念；注意力强化训练则利

用趣味小游戏、限时任务，锻炼员工在复杂干扰下精准捕捉关键信息的能力。某大型电力企业举办的“安全意识的心理密码”讲座，正是这一模式的生动实践。讲座深度剖析忙碌状态下员工易忽略安全的惯性思维，后续持续跟进的训练，让员工逐渐重塑思维习惯，失误率肉眼可见地降低，工作愈发沉稳严谨。

3.3 建立安全激励长效机制

设立安全专项奖金，是对安全守护行为最直接、有力的物质嘉奖。当员工凭借敏锐的观察力与专业能力，及时揪出隐藏在电力营销系统中的重大安全隐患，这份丰厚奖金是对他们担当的认可。它不仅是一笔金钱，更是荣誉的勋章。与此同时，安全积分制宛如一条贯穿员工职业发展全程的“金线”，将安全表现与晋升、评优紧密相连。日常安全规范执行到位、主动排查隐患、积极参与安全培训与活动，都能累积积分。某县级供电公司的老张，在日常电费收缴工作中，凭借丰富经验与高度责任心，察觉到电费收缴系统权限漏洞，迅速上报，技术部门及时修复，堵住了可能引发大规模数据泄露与财务风险的漏洞。老张当月收获 5000 元安全奖金，后续又因积分一路领先，在晋升主管的竞争中脱颖而出。同事们目睹这般实实在在的回报，纷纷主动投身隐患排查工作，整个公司形成了人人重安全、护安全的良好风气。

4. 培训与意识提升协同效应

员工培训为安全意识提升提供知识养分，有了扎实业务知识、实操技能储备，员工才能真切感知风险，意识提升

水到渠成；反之，安全意识觉醒促使员工更主动投入培训，带着问题、目标学习，增强培训效果。两者螺旋上升，持续强化电力营销安全防线。例如，经过培训掌握智能电表运维知识的员工，因安全意识增强，会自主关注行业新漏洞通报，又积极参加进阶运维培训，形成良性循环，让电力营销各环节风险可控，保障电力供应与消费市场稳健、和谐发展，为社会经济腾飞注入稳定可靠的电力能量。

电力营销安全防线构建是一场没有终点的马拉松，员工培训与安全意识提升双重奏要常奏常新。随着技术迭代、市场变迁，新风险不断冒头，唯有持续优化培训内容、创新意识提升手段，让每一位电力营销人都成为安全卫士，才能保护好电力营销这片关键阵地，点亮社会万家灯火，为美好生活持续赋能。

参考文献：

- [1] 王强, 李明. 电力营销安全风险管控策略探究 [J]. 电力技术经济, 2022, 34 (3): 45 - 50.
- [2] 赵刚, 刘悦. 现代电力营销安全理论与实务 [M]. 2 版. 北京: 中国电力出版社, 2023: 120 - 135.
- [3] 孙晓. 基于大数据的电力营销安全体系优化研究 [D]. 武汉: 武汉大学, 2020.
- [4] 张华, 陈斌. 新电改背景下电力营销安全保障举措 [C]//2021 年中国电力市场发展与创新研讨会, 上海, 2021 年 7 月 15 - 17 日: 10 - 16.