

# 供电企业电力营销管理的现状及对策

张 峥

国网陕西省电力有限公司延安供电公司 陕西延安 716000

**摘 要:** 电力营销水平作为整个电力企业发展的核心要素,对企业的生存与发展具有深远的影响。只有提高企业的电力营销水平才能推动企业长远发展。然而,当下国内供电企业在营销管理方面存在诸多问题,随着电力改革的深入开展,必须加强电力企业市场营销的合理分析,建立以市场需求为导向的管理制度,完善基础设施设施的改造,切实为客户提供高质服务,科学梳理供电企业信息化建设相关的管理和业务架构,提升电力企业工作效率。基于此,文章对供电企业电力营销管理的现状及对策进行探究。

**关键词:** 供电企业; 电力营销管理; 现状; 对策

## Current situation and countermeasures of electric power marketing management in power supply enterprises

Zheng Zhang

State Grid Shaanxi Electric Power Co., LTD. Yan 'an Power Supply Company shaanxi Yan 'an 716000

**Abstract:** As the core element of the development of electric power enterprises, the level of electric power marketing has a profound impact on the survival and development of enterprises. Only by improving the power marketing level can enterprises promote their long-term development. However, the current domestic power supply enterprise has many problems in the marketing management, with the deepening of the reform of electric power, they must strengthen the rational analysis of the electric power enterprise marketing to establish a market demand-oriented management system and perfect infrastructure facilities. It can effectively provide high-quality services for customers, scientifically comb the management and business architecture related to the information construction of power supply enterprises, and improve the work efficiency of power enterprises. Based on this, this paper discusses the current situation and countermeasures of electric power marketing management in power supply enterprises.

**Keywords:** Power supply enterprise; Electric power marketing management; Current situation; countermeasures

### 引言:

随着我国经济的不断发展,人们的生活水平也越来越高,在此背景下,人们对于电力供应的要求也越来越高。供电企业要想在当前的市场上获得竞争力,必须做好电力营销管理工作,使供电企业的各项业务能够满足新时代的服务需求,推动供电企业的可持续发展。当前我国的供电企业在电力营销管理工作的运行中一定的问题,为了推动供电企业的不断发展,有必要研究供电企业电力营销管理工作。基于此,文章对供电企业电力营销管理工作的现状以及相关处理措施进行探讨与分析,以供相关人员参考。

### 1、供电企业进行电力营销管理的价值体现

#### 1.1 提高供电企业的经济效益

电力营销是指供电企业将自身的电力产品作为商品进行市场推广,并重视对所售电力商品的售后维护和用户服务。在社会主义市场经济体制改革逐渐深化的背景下,供电企业为提高自身的经济效益,就需要不断创新自身电力营销的方式,尤其是在快节奏的生活时代,供电企业只有提升自身的服务质量和效率,提高电力服务技术和电力营销管理水平,才能满足新时期用户的使用需求,从而不断开拓电力市场,保证电力企业获得最大化的效益。

## 1.2 提升供电企业的竞争能力

当前市场竞争日益激烈,供电企业的电力产品具有一定的商品性能,对供电企业进行电力营销管理,从全局高度、统筹把握供电企业的基层工作人员、内部管理层次以及电力生产者三个部分,不断优化供电企业内部的各项工作和管理流程,使其逐渐形成适合供电企业生产经营模式而独有的生产链条和经营链条,能够有效提高供电企业的核心竞争力,并对制约和影响供电企业持续发展的问题进行优化和整改,才能不断推动供电企业的良性发展。

## 1.3 促进供电企业的持续发展

当前市场经济已成为企业发展的主要导向,供电企业是确保人们生产生活中各种活动能够正常开展的基础,其具有一定的社会性质。在市场经济体制下,供电企业加强电力营销管理,保证其能够准确把握新时期的市场需求,明确自身的发展趋势,树立用户至上的服务理念,不仅为用户提供质量安全、经济可靠的电力商品,更注重增强用户良性的用电体验,从而提升用户对供电企业的满意度,并不断形成积极的口碑,有利于促进供电企业的持续发展<sup>[1]</sup>。

## 2、供电企业电力营销管理的现状

### 2.1 营销方式不够完善

我国的供电企业长期受到垄断经营模式的影响,缺乏市场竞争的观念。出现该现象的原因是部分供电企业在发展过程中没有完全认识到电力营销工作的必要性,对电力营销的管理方式不够重视,忽视了对电力营销管理工作的研究,且缺乏对电力营销方式的完善以及创新,使当前电力营销手段和方式都相对单一。由此,导致我国部分供电企业的基础工作不够完善,使该地区的客户对电力企业的相关信息了解不足,影响供电企业的进一步发展。

### 2.2 电力企业内外部环境问题

在大数据时代背景之下,电力企业内外部环境在不断的发生变化,从而对其运营、生产管理方式等都带来了一定影响,电力企业在该情况下若要保持不断发展,必须认清时代背景下的内外部环境与形势,必须努力适应当前社会电力发展的新形势。从电力企业外部环境来看,矛盾与问题交织:一是电力市场形势复杂严峻,电力市场供需矛盾依旧突出。另外,随着电力市场改革进程的推进,水电参与市场竞争的形势已不可避免,意味着公司将面临电量、电价,负荷率、利用小时率“双降双低”的风险,将给公司经营效益带来诸多不利因素。

## 2.3 居民用电市场开拓较为困难

当前,居民用电市场有着非常大的发展空间,但同时也面临着严峻的考验。天然气、太阳能等逐渐充斥居民生活,可替代能源与电能竞争白热化。目前电力营销的重要目标是如何迎接挑战,提升市场占有率。对市场变化不敏锐,供电产品常年不变,产品的策划、设计、销售手段完全跟不上能源市场的发展及消费者需求是当前居民用电市场开拓能力不足的体现。与此同时,国家能源政策及能源管理体制也在一定程度上制约了电力市场的进一步扩展<sup>[2]</sup>。

## 2.4 市场营销手段比较落后

在新的发展环境下,我国的国际市场越来越大,经济市场环境也越来越好,不断涌现的新能源企业对我国传统供电企业带来了严重的影响。部分供电企业开始意识到应该利用市场营销手段提升自身的市场竞争力。但是由于长期的垄断,许多供电企业仍缺乏对市场营销方式的有效认识,导致所运用的市场营销手段比较落后,无法采取有效的市场营销手段促进企业的可持续发展。例如,在进行营销工作时,供电企业一般只以电费收取情况来确定企业的发展定位,没有详细地规定电费在企业发展中的定位以及相对应的工作内容,难以符合新时代供电企业的发展要求。

## 3、供电企业电力营销管理的有效方式

### 3.1 创新供电企业营销管理的理念

在新的市场环境下,供电企业要想获得新的生机,促进企业的可持续发展,必须转变发展理念,通过运用营销管理的模式扩大供电企业的市场,满足新时代下客户对于电力资源等电力业务的需求,使供电企业不仅能够获取旧客户的信任,还能够吸引新客户。这需要企业在进行营销管理工作时了解市场发展的趋势以及新旧客户的消费需求,结合客户的心理进行营销管理。例如,供电企业在进行电力营销管理工作时,可以创新营销手段以及营销管理工作的理念。首先,在建立及完善相对应的制度时,应树立始终以服务消费者为第一工作要点的观念,重视企业发展和营销工作与消费者的关系。其次,要加强对市场发展方向的研究,了解市场上供电企业的发展定位,强化生产工作与营销工作并重的理念,使供电企业在新的市场环境下获得相应的竞争力。最后,运用符合社会发展趋势的新型理念进行供电企业电力营销管理工作的创新,始终以新型理念引导电力企业的营销工作,促进供电企业的发展,从而在新市场环境下推动供电企业的可持续发展。

### 3.2 总结经验，查找不足，深挖水电经济运行潜力

在客观预测全年来水情况的情况下，精准营销，加强与电网公司沟通联系，做好电网运行等外部环境的研究分析，科学的进行市场预判，根据负荷预判及时调整营销策略，安排专人分析电力市场环境，及时获取、发布电网实时负荷信息，提供数据支撑来提高水库优化调度的精确性。依据来水预测及水位控制目标，足额争取月度电量交易计划，加强日前发电负荷的计划管理，实时跟踪月度电量完成情况，做到“日保周，周保月，月保年”，及时纠偏<sup>[1]</sup>。

### 3.3 居民用电市场开拓的建议及策略

通过刺激居民用电消费、采取消费积分等灵活的方式。

加强对用电知识的宣传，提倡用电新观念，引导和促进电力消费。

建设电能示范小区的，帮助客户认识和树立现代、时尚的生活观念，对生活品质进行更高层次的追求。

### 3.4 采用新型电力营销手段

供电企业要运用营销管理手段进行电力产品营销，使企业能够满足新时代背景下人们对电力资源的各项服务需求，并使企业逐渐向现代化发展。当前，随着人们生活水平的不断提高，在供电企业发展的过程中，许多业务需要进行相应的调整，以满足人们当下对电力资源的需求。比较明显的是，供电企业的一些服务类业务在内容和形式上开始改变，其管理模式也由普通的人力管理转为信息化管理。供电企业为了促进自身的发展，不再只提供单一的电力资源供应服务，还对业务进行拓展，以承担更多的社会服务职能，满足人们对电力企业的各项需求。在此环境下，供电企业需要转变电力营销策略，利用新型电力营销手段，提高各项工作的效率。例如，供电企业的相关管理部门在进行营销管理工作时要创新营销手段，首先需要对当前市场的发展环境以及发展方向具有足够的了解，然后采用新型技术手段，做好营销工作。信息技术能够使供电企业的电力营销手段实现更

高效的运作。运用网络技术，相关管理人员可以更加了解客户的需求，并且快速地办理业务，为客户提供更加便捷的电力服务。例如，将互联网技术中的自动核算、自动收集数据等功能运用于电费核算工作中，可以保证电费核算的数据更加清晰、准确、科学；通过微信、微博等平台，可以让客户更加了解电费运算和电力服务的相关内容，使供电企业的电力产品具有更加广阔的市场。

### 3.5 培养高素质的人才

提高电力营销管理岗位的薪资待遇，以吸引更多高素质的营销人才进入到供电企业，从而保证其能够带动创新供电企业原有落后的营销理念，不断满足新时期用户的用电需求。完善供电企业的营销规章制度，定期开展内部员工的培训和再教育工作，使其明确不同用电类型的收费标准以及供电企业的发展需求，保证其具有前瞻性的眼光和营销思路，能够积极响应政府号召，综合考虑电力行业的整体发展情况，从而创新电力营销管理理念，提高供电企业的效益。

## 4、结束语

综上所述，在社会主义市场经济体制不断改革深化的新时期，供电企业在电力营销管理过程中只有不断创新营销管理理念，开展精准的市场调研活动，强化自身的竞争意识和风险防控意识，建立健全营销管理机制，并采用精细化管理模式，培养高素质的营销人才和管理人才，才能保证电力营销管理理念紧跟时代发展步伐，满足买卖双方对电力的使用需求，帮助供电企业树立良好的企业形象，从而不断提高供电企业的核心竞争力，推动电力行业的持续发展。

### 参考文献：

- [1] 韩国华, 丁永刚, 尹凤武. 基于大数据的电力营销管理创新分析[J]. 电力设备管理. 2021(06): 22.
- [2] 王晓莉. 浅析电力营销管理的实施方式及创新[J]. 营销界. 2019(46): 51.
- [3] 赵春林, 沈正. 对电力营销管理中安全风险问题的一些思考[J]. 农电管理. 2019(12): 63.