

供电企业电力营销管理总体策略分析

陶庆华

国网湖北省电力有限公司武汉供电公司 湖北武汉 430013

【摘要】企业电力营销能源综合管理过程中,需要依据社会总体发展和经济建设要求,优化配套供电企业电力营销管理的总体思路。按照电力企业经营发展的总体布局,结合发展规划和结构模式,评估电力企业整体运营发展的标准和建设要求,分析电力市场运营过程中存在的问题,结合企业发展营销服务流程,经济价值,人员配比,制度管理标准等要素,提出符合企业电力营销有效管理的可行方案,优化业务结构流程,合理计划安排各项资源,扩展市场结构水平,优化供电企业营销管理体系。随着企业科技水平的快速发展,逐步实现供电企业电力营销综合管理水平的提升。

【关键词】供电企业; 电力营销; 策略分析

引言

电力市场营销拓展建设管理中,依据电力市场的发展规模和建设水平,评估电力电价的结构模式,规模标准,流程配套,服务比例等要素,结合供电企业电力营销的管理要求,优化产业管理策略认定,实施科学化发展水平评估,拓展产业品牌价值,实现供电企业电力营销总体管理对策实施的方案。

1 电力市场营销概述分析

供电企业的电力营销管理是一种综合性的经营意识活动,是在必要的经营思想条件下,不断优化电力市场管理水平,完善电力生产配套规模,优化电力市场营销价值水平,实现电力市场营销模式的升级管理。

1.1 电力生产价值观念

电力营销生产价值观念中,需要以用户、消费者的购买力为衡量标准,结合电力任务量占比,选定符合电力生产营销的材料,控制供电成本,提高供电销售量。按照计划满足用电配比需求。在电力生产规模建设中,依据电力资源的配比水平,分析电力市场发展趋势,对电力生产量,销售量进行评估,以满足生产价值导向评估的经营要求。

1.2 电力经营观念

电力经营价值观念中,需要以必要的营销促销为基础,明确消费者基本用电需求。按照企业经营任务配比要求,结合电力市场需求,开展合理促销营销。电力产品是特殊的产品,受国家资产控制,需要明确电力经营的方式和标准,合理地认定电力供电量水平。电力企业的经营需要以

市场需求为基础,结合电力市场经营需求,结合生产力和计划要求,采取符合电力营销的,可以满足电力用电需求的营销方案。传统的电力营销市场中,用户的需求和企业供电经营之间存在矛盾,用户用电需求存在差异性,企业供电经营存在偏差,重视用电分配,忽视电能供给质量,电能回收不到位,导致配套的电力服务差,无法满足电力经营发展的各项需求。

2 供电企业电力营销中存在的不足之处

2.1 营销管理意识不足

供电企业电力营销过程中,原有的经营管理模式认识不清,电力营销不到位、服务理念滞后,无法满足当前电力市场的配套需求。电力运营管理模式较为落后,客户服务不到位,报审流程长等都直接影响电力营销行业的营销管理。

2.2 经营模式老旧单一

供电企业电力营销还以传统的方式为主,供电营销人员主要以被动的接受,而非主动的营销。用电客户只了解自己已经使用的用电基本规则,对于其他用电信息缺乏全面细致的调查,缺乏细致的数据备份,对于客户的需求估算不当,缺乏明确的判断,这导致供电企业经营落后,进步速度慢,较为单一,无法对当前电力经营模式进行合理的推算,存在较多的难点。

2.3 电力营销管理技术落后

传统的供电企业电力营销管理主要以纸质人工为主,计算机信息化应用少,工作中有意避免或排斥信息计算机

的使用，这直接制约电力营销的信息化建设，影响电力营销管理的升级。为了更好地提升电力营销信息化建设水平，需结合技术要求和技术标准，深入评估供电企业电力营销管理模式，从总体出发，深入研究市场当前情况，结合电力营销产业配套要求，分析电力营销落后的原因，积极科学地采取必要的供电电力营销管理，减少供电决策中的错误。

2.4 电力营销管理中漏洞多

电力营销管理中，缺乏专业的产品转化，电力营销服务往往由各部门人员兼任，导致职能分工和管理上存在漏洞，对于后续的跟踪服务存在断续，影响后续电力市场的持续经营，导致电力营销管理中产生各类漏洞问题。

3 企业电力供电营销管理的价值认定

企业电力供电营销管理中，需要结合市场发展要求，以电力营销为供电核心基础，坚持电力生产经营为服务重点，尽量满足电力营销的目标要求。电力营销需要以电网配套服务为重点，加强技术支撑规范操作，提高服务和综合管理水平。企业电力供电营销管理中，需要加强电力电网的经营建设，完善配套改造的各项网络信息，尽可能的满足用户的电力需求，提高电网通信运营的业务规范监控，以实现企业电力营销的各项目标。

电力营销管理的内容中，需要优化电力业务管理，评估电力电费、电能计量、抄表核收、配电量、用电检查量、用户服务管理等多项要素，提升电力营销管理的策划合理性，以市场需求为导向，以预测管理为手段要求，以优质服务为管理宗旨，以满足客户需求为重点，实现信息能源市场的开拓发展，更好地满足现代社会电力资源的需求使用。

4 供电企业电力营销管理的对策方案

按照供电企业电力营销规范管理要求，结合电力经营体系和供需关系，对电力开展总体认定，明确环保能源的发展要求。依据国家可持续稳定发展水平，结合环保能源的建设方式，以市场发展需求为导向，拓展价值能源结构，优化需求侧重管理水平，以实现企业优质服务管理。供电企业电力营销管理过程中，需要以稳步的市场用电为管理要求，结合电力市场用电的需求，不断提升电能市场配比，结合目标建设流程，拓展电力能源市场水平，实现电

力市场综合效益升级管理。

4.1 电力市场稳步扩展策略

以市场需求为导向，结合电力市场经营方式，拓展电力体制化改革，结合电力市场销售标准，打破常规体制管理模式，对电力企业开展综合认定。从长远的角度立足，结合周边供电企业电力营销水平，实施电力市场资源扩展管理，拓展电力电网运营构架，结合电力供电服务发展要求，扩展电力营销市场。按照电力市场的实际情况，加强电力资源的使用价值，优化电力用电配套规模，提升电力配套用电效果。

4.2 优化电力产品策略

按照电力电网结构，优化供电可靠价值，提升电网电能质量水平，更好地满足电力客户的各方面需求。按照电力电能产品，拓展局域网电网改造，加快用电户的改造升级，完善电网结构，实现电力供电可靠价值的升级。

4.3 电力经营促销方案

加强电力经营促销人员管理，以提高经营促销为目标，鼓励促销人员与用户直接对接，重视对电力用电使用者使用习惯和需求的研究，以更好地满足电力用电用户的各项需求。开展电力经营广告促销，结合电力用户不同的经营特点，向用电用户开展各类用电信息的宣传，以满足电力促销的目标要求。开展公共关系的电力经营促销，以公共组织利益为重点，对电力经营开展双向管理，制定完备的公共电力经营关系，以快速的推进电力企业公关效果，有利于电力企业更好地了解市场供需需求，有利于提升用电用户的各项服务，以满足企业电力在公众之中的价值关系。

5 供电企业电力营销的总体实施规划

5.1 扩展电力市场份额占比

根据供电企业市场占比需求，对用电市场进行分类，制定价格阶梯，对电力市场进行划分，包括刚性用电市场、弹性用电市场、敏感性变化用电市场。为了更好地满足现行用电措施要求，需要对用电客户进行电价评估认定，稳定不同客户的用电需求。按照价格区间，实行杠杆方法，对用电市场实行区间电价，引导居民合理用电。依据用电市场水平进行细化分析，不同的客户用电需求不同。在用电价值特性分析中，根据不同环境、价值价格、停电、负

载率等进行用电量价值评估,合理评估用户用电分布,以满足市场的份额配比。

5.2 优化供电企业用电配比技术

按照供电企业电力营销管理要求,搜集统计电力营销的各类信息,拓展电力负载体系认定。在电力负载体系管理过程中,对用电用户开展远程抄表管理,分析电力电压测定范围,结合电力计量关系,关注电力配电的各类信息,做必要的信息采集,评估电力计量体系范围、低压抄表数据等,实现供电企业用电配电配比的优化,实现数据信息共享,以优化供电企业用电配比要求。

按照供电企业电力营销总体管理方向,建立侧向管理支撑,对当前市场进行预测评估,明确供电需求的数据信息,细化市场需求,掌握市场规律。根据不同用电客户进行不同的供电需求认定,建立供电企业用电需求配比。在电力市场配比服务过程中,以需求电价为导向,明确电力成本,以推进用电需求。从市场节电保护研究出发,结合国家政策调控要求,力争研究更加符合市场需求的新电力产品。

5.3 实现科学营销管理

供电企业需加强电力营销的科学管理,结合不同用电环境,分析电力电价的变化,发掘潜力用电客户,优化电力管理体制,拓展用电可达范围,完善用电供电管理体制,降低线损资源浪费的情况,积极提高供电用电管理,实现科学的、安全的用电服务。

5.4 农业用电管理的可行对策方案

优化用电用人管理水平,严格依照法律规范制度要求,选聘优秀的专业的技术人才,以完善的薪资体系标准,开展科学的地区考核,不断提高农业用电规范可行性,建立健全的农业用电管理机制,指定专业的培训机构,定期开展农业用电培训,提高农业用电的综合素质建设,提高竞争管理水平,严控供电考核规范,增强科学供电用电管理的可行性。

5.5 供电企业线损管理的对策方案

供电企业需要明确电力营销的可行方案,明确工作职责和工作要素,结合供电线损实际情况,制定专业的考核规范,完善电力电能管理体系,实现分区、分线、分元件的

统筹管理,平衡各变电站供电量平衡关系,加快变电站设备补偿,优化线路改造,严格规范装配计划,制定可执行考核方案,严格按照抄表流程抄表,消除抄表时间波动导致的线损误差。

6 供电企业电力营销的精细化管理

供电企业需要从长远角度打算,加强供电企业的精细化管理,树立正向的企业用电价值形象,加强人员培养,扩展用电可行市场范围,构建电力电网,明确用电价格,开展电力营销管理,引进高新技术,提升用电管理的信息化建设,实现电能计量的现代化。供电企业电力营销的精细化管理中,需要立足电网基础运营,以技术规范为支撑,积极开展电力服务和电力管理,建立符合电力市场需求配调的电力营销,实现供电企业的可持续稳定发展。

7 结语

综上所述,供电企业电力营销管理中,需要以专业的、规范的运营模式,实施商业运作管理,严格落实市场经营管理的政策和业务要求,提升供电企业电力营销管理水平。供电企业需要紧抓市场需求变化,充分发挥自身优势,积极培养专业的供电营销管理人才,以客户的需求为要点,优化电能供电服务,实现经济效益和社会效益的同步发展。我国地域广阔,电力需求量大,不同的地区环境,电力需求差异大。为了更好地满足我国电力营销管理,结合供电企业的电力经营方式,从总体入手,积极开展供电企业的规模化建设,明确电力营销重点,结合电力电网的建设需求,拓展电力供电的可持续性规范建设,以满足供电企业电力营销总体策略发展需求,为我国电力产业协调发展提供更加全面的可行之路。

参考文献:

- [1] 易小伟,祝明曦.供电企业电力营销管理的现状分析及其策略研究[J].现代营销(经营版),2019(11):135.
- [2] 王天慧,王雷.大型供电企业电力营销管理总体策略优化分析[J].科技创新导报,2019,16(22):156-157.
- [3] 殷秀颜,陈婕,郑学青,等.大型供电企业电力营销管理总体策略优化研究[J].自动化与仪器仪表,2019(02):39-42.