

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.