

基于竞争战略的可再生能源电力发展建议

余冯坚

(广东省技术经济研究发展中心 510070)

摘要: 社会的发展与进步离不开对能源的依赖,但是对化石能源等不可再生能源的利用却是有一定限度的,面对这种现状在国际上引发了对可再生资源的开发热潮。在电力资源方面,绿色电力的概念便逐渐兴起,作为一种环境友好型的新型能源,绿色电力因为其可以在满足人们需求的前提下达到保护环境的目的,所以它的发展一直备受期待。但是由于绿色电力的成本较高,所以在发展过程中一直处于劣势,然而对于绿色电力营销来说既是对电能本身的宣传,也是对环保理念的营销。营销人员应该根据具体情况为绿色电力争得更广阔的市场。
关键词: 绿色电力;可再生资源;市场

引言

绿色电力作为一种环境友好型的能源,在发电的过程中,对环境的破坏大大降低。然而,由于绿色电力生产的成本、定价较高,且在实际使用的过程中与普通电能没有区别,故在激烈的市场竞争下,绿色电力一直处于劣势地位。实际上,绿色电力营销并不仅仅是对电能本身的营销,它更多的是对绿色、环保理念的一种营销。为此,在进行绿色能源的营销过程中,营销人员重视对客户进行绿色理念宣传,要结合客户的实际情况,推行不同的供电方式,争取市场地位。

一、我国绿色电力营销市场的发展现状

1.1 绿色电力的定义

绿色电力是指通过节能技术利用绿色能源发电。绿色发电所使用的设备与传统发电设备有所不同,它更加节能,但与此同时其成本确很高。绿色发电所采用的能源是目前已开发的一些绿色能源,如太阳能、风能、潮汐、地热、新物质能源(包括微生物发电、生物质氢发电、利用沼气发电等)等,其中最主要的是太阳能和风能,而新物质能源发电技术还有些不成熟而且造价过高。

1.2 绿色电力营销的意义

绿色电力营销的最终目的是推广绿色电力,采取各种营销手段是消费者接受并乐于使用绿色电力,在我国能源危机如此严重的大背景下,对绿色电力营销有着重要的意义。目前我国工业迅速发展,对电力的需求远远大于以往任何一个时期,但是传统的发电方式的效率是比较低的,而且目前的煤电装机发电结构也已经满足不了工业用电的需求,因此,绿色发电营销在一定程度保证并促进了工业的健康发展。另外,绿色电力营销是一种新的营销理论,它的核心是人类环境的协调发展,这种新的营销理论给目前的市场营销注入了新鲜血液。绿色电力营销最大的意义是“绿色”,传统的发电方式利用化石燃料,会受到能源危机的影响,而且这种发电方式会排放大量污染物,破坏环境,而绿色电力利用自然能源,这些能源用之不尽、取之不竭,而且在发电过程中这种能源极少产生污染,是一种环境友好型的发电方式。

1.3 我国绿色电力营销发展中遇到的问题

虽然绿色电力有诸多优点,但在绿色电力营销对发展中还是有许多问题出现。绿色电力最致命的短板就是它的价格高于传统电力,事实上绿色电力与传统电力在终端使用体验方面并没有差别,所以人们在选择电力类型时,优先考虑的往往是价格问题而非环保问题,而且还有许多人的购买力较低用不了绿色电力,总之,价格问题极大地阻碍了绿色电力营销的顺利进行。另外,虽然自然资源有诸多优点,但是我国的可利用的自然资源不是非常不均匀的,而且由于经济问题,各地区开发自然资源的能力也有限,这就导致了绿色电力的开发和营销受到阻力。另外,绿色电力营销刚刚兴起,其发展模式还不完善,虽然我国已经颁布了《可再生能源法》,但绿色电力营销方面的制度还是有许多空白,这极大地限制了绿色电力的推广和营销。

二、如何改善电力营销

2.1 加大绿色电力营销力度,扩大消费群体

就我国目前的绿色电力发展现状来看,如何让人民接受绿色电力与传统电力之间的差价是一个难点。面对这个问题,我们应该从

绿色电力的根本出发,让消费者逐渐明白相对于环境来说绿色电力比传统电力更加有开发使用的价值。另一方面应该加大对绿色电力较传统电力优势的宣传,为消费者普及科学知识,让他们从可持续发展的角度评价绿色电力,从而吸引更多的消费群体。在一些营销活动中,要正确树立绿色动力品牌形象,使其具有更大的市场价值。营销人员应了解消费者的意见并采取不同的营销策略来指导他们。绿色电力营销应结合产品、价格、渠道、促销与消费者、成本、便利、沟通等理论,构建现代营销方法和促销策略。降低价格,促进销售。服务营销是从产品营销中解放出来的一个新概念,是现代营销理论的一种新的发展和营销方法。服务营销将决定绿色电力企业市场竞争的结果,成为绿色电力企业的核心竞争力。

2.2 促进绿色电力的跨地区交易

由于我国可再生资源分布不均,西部风能和太阳能资源丰富,受经济和交通的影响,不能较大幅度地实现可再生资源的有效利用。针对这种情况,我国应借鉴国外建立中央监管绿色贸易体系的有效途径,统一登记数据库。对于已经开展绿色电力生产的厂家,国家将颁发证书,可以实现不同电力公司之间的交易。该方法的实施,使绿色电力得到有效管理,实现了绿色电力的跨区域交易,从而促进了绿色电力市场的发展,有效解决了我国资源配置不均衡的问题。在绿色电力资源丰富、电网建设落后的边远地区,应同时开展供电发展和电网建设,使绿色电力产品投产后通过电网输送给用户,这是形成相对统一的绿色电力市场网络的物质和技术基础。省级或地区电网应从国家能源发展战略高度,有计划地保证绿色电力网上销售。

2.3 政府加大扶持力度培育相对统一的绿色电力市场

绿色电力想要取得长足的发展必须要有健全的法律规范作为后台基础,就我国目前的发展现状来看,政府应该加大绿色电力科技研发方面的资金投入。并且要根据地区各异的情况进行一些辅助条例的修订与补充,另外在电力价格方面,面对绿色电力正处于起步阶段的现实情况,政府应该对其进行相应的补贴,以鼓励更多的消费者选择绿色电力。在宣传方面,政府应该起到主导作用,定期对地区的人们进行绿色电力优点的普及。总之,借助政府的行政力度促进绿色电力的发展是一个有效的手段。

三、结语

我国的绿色电力市场起步较晚,但近年来发展较为迅速。国家投入的大量的资金、推行了大量的政策来扶持可再生能源产业,可以说,绿色能源产业的黄金时期已经到来。绿色电力作为一种环保、可再生的能源,理应受到市场的青睐,营销人员需要改变观念,结合客户的实际情况,采取不同的营销策略。绿色能源产业是一个潜力巨大的产业,相信在不久的将来,绿色电力会占据能源市场的优势地位。

参考文献:

- [1]徐有芳.我国绿色能源产业逐渐进入快速发展时期[J].能源周刊,2012(5): 2-6
- [2]徐英军,孔晓霞.把握时代特点实现电力市场的八个转变[J].中国经济出版 2012(8): 125-127
- [3]高巍翔.中国可持续发展中的能源与环境问题研究[J].经济纵横,2013(3): 56-59