

# 关于电力营销管理中电费电价管理方法的思考

赵聪聪

国网河南省电力公司舞阳县供电公司 河南 漯河 462400

**摘要:** 电力营销管理是电力企业发展的第一个重要的环节, 电力企业就是在激烈的市场化竞争中, 对市场进行充分的了解, 让电力企业得到迅速的发展, 采取有效的措施, 提高电力企业的经济效益, 如果想要采取措施, 就要从两个方面入手, 一个是电费, 另一个是电价, 这两个方面是电力发展中比较重要的因素, 只有对这两个方面全面的了解, 才能将电力企业的发展水平做好。但是要想在电费和电价中将电力营销管理做好, 难度系数较大, 要将市场的发展趋势和经济发展的宏观条件明确的把握, 这样就可以将电力营销管理做好。

**关键词:** 电力营销; 电费电价; 管理

## 1 电力营销概况及特征

所谓电力营销, 就是指电力企业在激烈的竞争中为加强自身竞争力而建立的营销服务组织, 保证电力用户在使用安全、经济的电力商品之外所得到的令其满意、周到的优质服务, 最大程度的满足用户需求, 而电力企业通过电力营销所树立的良好形象、业务关系也为其在供电市场上的竞争增加优势, 从而实现市场经济效益的最大化, 保障电力企业的稳定发展。可以这样说, 电力营销是当前电力企业在市场经济发展下的内在需求、必然趋势。

电力企业进行营销的过程当中, 一方面应通过各种渠道收集用电客户对电力服务的意见建议, 分析研究提升措施, 并落地落实, 提升供电服务质量; 另一方面, 应调查了解用户的用电现状, 结合用电客户的实际用电需求, 宣传电价政策, 引导用户合理安排用电, 如: 引导工业用户削峰填谷, 提升能源的利用效率; 再者, 主动调研用电客户的潜在用电需求, 加快工程进度, 同时提升用电客户和电力企业的经济效益<sup>[1]</sup>。

## 2 简述电费电价的概念

电费电价是居民在使用电力企业提供的电力资源后, 根据电力企业的计价方式产生的费用, 是电力企业经济来源的主要方式。但是目前市场上关于电费电价的计算方式并没有完全统一, 而是根据不同的用户设计不同的计价标准, 大型企业客户、微小企业、居民用户等, 不同用户在电力企业中的电费电价都存在一定的差异。因此, 设定合理化的电费电价分析方法, 是电力企业在未来市场上的必要措施, 也是促进企业规范化、合理化运营的基本方法。电费电价的分析方法可以说是关乎民生、民声, 电力企业要想获得更多的发展机会, 就需要用户的支持, 而电费电价是否合理将成为市场对企

业的信赖条件之一, 更是确保企业未来能否稳健发展的一大保证。

## 3 对电力营销数据的分析

### 3.1 电费受电量的影响

电力营销数据要准确、全面, 同时还要具有时效性, 业务部门收集的数据要及时, 不能向营销管理人员提供过期数据, 以此保证分析质量。数据的数量和质量会影响电量, 如果电费增加, 电量就会减少, 反之也是如此, 因此, 要考虑到消费者的心理。进行电量分析时, 需要使用同度量对比方式, 对数据进行一定程度转化, 把采集到的数据转换为所需要的数据, 该过程较为严格, 同时也有一定的科学性和合理性。

### 3.2 售电价变化对电费的影响

售电价的变化是影响电费的另一个重要因素, 电价是人的心理表现, 存在上下波动, 因而电费也是如此。随着市场消费情况的变化, 售电价也随之不断变化。同时售电价一旦变化, 就会对电费造成影响。售电价以及电量的影响是相同的, 可以使用同度量对比方法对电费进行分析, 记录电费使用情况, 进而做出市场分析, 以更好的推进市场发展<sup>[2]</sup>。

## 4 电力营销管理中电价电费管理现状

### 4.1 数据不够全面也不够准确

在进行电力营销管理的过程当中, 对电价电费分析往往是来自于营销部门收集的电量电费数据, 但是其中反映的信息量比较少、并不全面, 直接影响到了电价电费分析的准确性。比如在信息中不能直接反映出用户的特定时间用电量, 也没有反映出用户的详细背景信息以及相关的历史记录, 只能粗略的计算用户的用电情况, 不能够针对典型用户的用电规律以及相关的能效状况进行准确的把握。

#### 4.2 自动化系统风险

自动化系统风险的组成要素主要有网络安全、系统故障、应用程序等,随着网络的普及应用,电力营销也顺应潮流,实现信息化与网络化,但是它在为其工作提供便利的同时,也带来一定的风险,需要供电企业格外重视,比如自动化系统若出现故障,在没有及时发现解决的时候,就可能会导致电网用户数据录入错误、被篡改,甚至被删除,不仅造成电费风险,还会给电力企业带来不可估量的损失。

#### 4.3 电价电费分析的营销策略需进一步优化

目前电力企业在进行营销管理的过程当中,虽然考虑到了电价电费分析的情况,但是营销策略相对比较单一,不能够针对各类用电客户进行个性化的服务,导致了营销方案缺乏针对性和有效性<sup>[3]</sup>。比如当下广东地区实行的阶梯电价适用于居民用电、峰谷电价主要用于工商业用电、基本电费仅适用于大工业用电,而实际上,仍存在各种特殊电价,比如学校教学和学生生活用电、社会福利场所用电、宗教场所生活用电等执行居民生活用电价格;为鼓励新能源发展,2025年年底对充电基础设施的用电不分容量大小,统一执行大工业电价,不收基本电费;为促进电力负荷移峰填谷,提高能源利用效率,降低企业用电成本,对蓄冷用电客户谷期的电度电价减半等等,同一类电价下的用户存在各种不同的行业,适用于不同的价格和不同的用电习惯,这样就会给电力营销策略的制定提升难度,造成电力企业的营销管理存在着较大的发展空间。

#### 4.4 行政干预问题

行政部门对于电力企业的电价定制有干涉的职能。行政部门可以适当的调整电价,以提高电力企业的综合实力,加强其在市场中的竞争力。但是值得一提的是,在进行电价的调整时,行政部门要结合用电单位的实际情况,对于不同的用电用户采取不同的电价调整措施。电价的调整比例一旦失衡,则很容易导致电力销售的失调。电力企业在进行电力销售的过程中,会对电费和电价要进行一定的限制。这种限制权利使得电力企业要承担一定的电费损失。但是对于电力企业来说,提高其经济效益的最主要途径就是通过回收电费。因此,电费的严重损失不利于企业的经济发展,使得企业的经济效益和社会效益都无法得到保证。

#### 4.5 相关管理人员能力和道德素养较差

目前电力企业和国家相关部门工作人员在进行工作的过程中,经常存在着对法律法规没有充分理解的现象,这也就无法对新型政策进行有效调整,拖慢了电费

电价的开展进度。目前电费电价的管理目标主要是针对电力市场和能源消耗做出的相应完善和有效调控,但是在进行电价电费的控制过程中,因为存在一些管理人员业务能力相对较差,其道德素养较低的现象,导致相关政策不能达到国家政策。甚至其中还夹杂着一些个人利益,其中的一些工作人员还会做出盗窃国家电力资源的现象出现,这种现象也将我国电力系统电价电费管控不严的弊端暴露在眼前。

### 5 电力营销管理中电费电价管理方法

#### 5.1 制定电价及电费管理机制

应对电力营销过程中产生的电价及电费风险需要制定科学的电价及电费管理机制,以此保证电力营销工作的有序进行:①坚持因地制宜的发展原则,政府部门发挥自身的优势,在此环节中需要结合该地区用户用电的实际需要,在电量收费标准的制定上,制定差异化的电价与电费标准,保证用电量与费用之间处于一致的状态。②创新用电制度改革,注重加强用户与电力企业之间的联系,及时沟通,将用户的用电信息及时准确地向用户传达,针对在二者之间产生的冲突问题进行及时的解决。③制定电价及电费风险应对方案,此时要求相关的电力营销人员能够发挥自身的优势,对产生的电价与电费风险的原因进行分析,以此为依据对其进行总结,制定不同的风险应对方案,为了保证电力企业平稳运行,要尽量缩小电价与电费风险范围。④完善电费回收机制,注重与电力的供应相协调,保证电力营销工作的顺利进行。

#### 5.2 通过信息化建设建立完备的电力营销数据库

在电力销售的环节实现信息化管理,可以让电力营销部门实时获取相关数据信息,并且运用管理软件监测产品的销售状况。首先,利用信息化的网络系统实时采集和存储终端用户的用电数据,监测其用电负荷和用电量的变化。其次,通过信息化的管理平台共享营业部门的信息,随时查询特定用户的用电量和缴费情况<sup>[4]</sup>。最后,在实现了信息化管理的基础上,营销管理部门要将几大类用户进行细分,根据用电量、信用状况以及用电特点分类建立管理信息库,把用户所有信息资源进行统一管理。在需要时随时调用数据库的信息,解决电量电价分析信息资源不全面和不精确的问题,让分析结果更有营销决策的参考价值。

#### 5.3 准确抄录电表表码

用电量计量是计算电费的重要一环,抄录电表表码准确与否,直接关系到用户的电费计算是否准确。随着网络的普及应用,电力营销也顺应潮流,从传统的手工

抄表升级为远程自动化抄表,避免了人工抄表可能存在的估抄、漏抄、错抄等问题。这就需要电力企业要做好三项工作,一是做好档案核查,确保客户信息正确;二是确保信号采集正常,数据传输准确;三是定期核对系统自动采集的表码是否与现场表码一致。

#### 5.4 合理实施用户分类,满足用户个体需求

电力企业在用户群体差异的影响下,会出现个性化的需求,在政府对此不了解的情况下,则会造成电价制定不合理的问题发生。在实际的电力营销管理期间,需要提升电费电价管理的重视程度,结合数据分析与报告的内容,根据各个企业的实际用电量、用电需求等制定电价。合理实施用电用户的分类管理,满足不同用户的实际用电需求,对电力企业的发展也能够产生重要影响。在具体的工作过程中,可以通过统计分析法、因素分析法等,对综合指数进行分析。在电价分析过程中,对各个现象、变化予以调查。根据不同性质的用电类型,对整体销售收入的影响因素予以分析。在统计分析的方式下,明确各个区域的用电管理情况。分析电费电价,对各个地区电力营销制度的制定,营销制度落实情况的调查等也能够产生重要影响,同时有助于深入了解当前市场发展的趋势,对下一年度经济指标的制定实施科学预测,使市场运作方案的制定更加科学、合理。以某供电局为例,在2018年6月发现售电量大幅度增加,但是售电收入却降低。通过调查了解发现,6月份农业排灌用电显著增加,用电量较高。因为售电结构发生了转变,电价较低的电量所占比例大幅度增长,整体的售电均价则下降,进而影响到整体的售电收入。而在2018年7月其售电量显著增长,销售收入显著上升。调查发现主要是由于大量用户应用空调、电风扇等原因所造成。

#### 5.5 科学设定电价

想要提高电力营销的效果,首先需要科学定制电价。以往电价都是有政府部门单方面设定,但是政府部门对于电力市场的了解比较匮乏,不能综合市场实际情况开展工作。所以很容易出现脱节问题,对此就需要改变政府单方面定价这一模式,定价时按照市场行情与企业运营情况来调控电价,政府部门执行审批、核查工作。以免出现单方面调控导致定价失衡问题。除此之外,还需要深入对电力市场的调查与分析,企业对此可

成立专门的市场部门,按照月度、季度、年度分别汇总与报告,然后将讨论结果上报,帮助领导者作出更加精准的决策,只有深入市场才能制定出最适合的电价。从用电形式来看,往往工业类型的企业用电量最高,企业需要抓住这一特征,制定阶梯式定价规则,在保证自身经济收益足够的基础上,为这种工业性企业提供优惠的价格,而调整工业供电费用后,能够减少该类型企业的用电开工成本,促进其进一步发展,当工业企业发展态势良好后,也对电力企业营销量有更多帮助。

#### 5.6 优化电费收缴手续

目前电费收缴方式多种多样,例如营业厅前台收费、银行绑定代扣、微信、支付宝等,电力企业在进行电费的收缴时应首先考虑资金的安全性,因此银行代扣、微信、支付宝等远程缴费渠道是较优选择<sup>[5]</sup>。对于现金收费,必须进行有效的监督管理,使得现金不存放过夜,聘请专业的人员与公司进行押运和存放,做好基础的安全准备工作,对于地区的安全管理进行有效监管,减少安全隐患的发生概率;同时,由于工作人员直接接触用户缴纳的现金电费,还应做好廉洁风险防控。

#### 结语

电力营销是电力企业实现平稳运行的基本环节,社会经济水平提升,也促进了国家电力资源需求量增加,行业市场竞争激烈。提高自身竞争力的重要手段就是取得良好经济收益,通过高效管理电费、电价可实现这一目标。当前企业中电价、电价管理上仍存在有待改善,需要工作人员结合实际情况进行调整。

#### 参考文献

- [1]陈嘉英.电价在电力需求侧管理中的作用研究[J].财经理论与实践,2018(10):193.
- [2]石春艳.电力营销过程中电价及电费风险控制[J].营销界,2019(39):188,194.
- [3]钱凯,邢璐.电价电费分析方法在电力营销管理中的应用[J].纳税,2019,13(11):273.
- [4]余梅.基于集约化的电费电价管理思考[J].智库时代,2018(37):286+291.
- [5]曾嵘.论集约化电费核算及电费电价管理[J].低碳世界,2018(08):311-312.