

# 电力营销管理中电费电价分析方法

王闰婷

竹山县供电公司 湖北 十堰 442200

**摘要：**电力企业是我国经济发展的重要支撑，而电力营销是其重要构成部分，直接影响着行业的整体发展。随着电力体制改革的深化，想要更好的适应竞争激烈的电力市场，确保电力市场的现有份额，电力企业就需加大对营销的重视力度，合理的应用电费电价分析法，不断优化营销策略，提升电力营销管理水平。

**关键词：**电力营销管理；电费电价；分析方法

## 引言

在市场经济快速发展和相关国家政策支持推动下，电力企业获得了快速发展，而电力营销管理方式作为直接影响电力企业发展的因素，体现出竞争性特征。企业为提升自身竞争力与经济效益，必须做好电力营销工作。电力营销中电费电价确实离不开相应的分析。因此，应做好电费电价的分析工作，在分析中应了解电力企业营销统计数据源及电费电价分析中存在的问题，并应用信息化技术，优化调整电价计算方式，保证企业经济效益，营造良好的市场发展环境。

## 1 电力营销的特点

我国在电力供应领域引入营销理念的时间很短，一方面是由于电力一直处于供不应求的局面，电力企业从客观上无需通过市场营销提高销售额。另一方面因为电力供应对国家的宏观经济发展、民生以及能源战略都很重要，因此我国的电力一直由国家统一调配和定价。但是近年来随着电力生产和供配电系统建设的飞速发展，电力供应的供需关系开始出现了新的局面，电力用户对供电服务和供电质量的要求开始分化，以往单一的供电服务造成明显的结构性矛盾。因此，引入市场营销理念转变供电企业的运营思路，基于对用户需求的分析和了解提供多样化的供电服务方案，并且依据用电需求特点运用价格策略引导用电行为，是提高电力企业服务质量和效益、满足终端电力用户多元化需求的根本途径。由于电力是一种比较特殊的商品，与供电企业的专业服务不可分割，因此在制定电力产品的营销策略时，需要重点体现出服务的附加价值，以不断提高服务质量为切入点，让产品能够符合用户的潜在需求，从而提高电力销售量和保障电力企业的经济效益。而电力价格的调整目前都是基于引导用户的消费，使其错开用电时间并提高电能的使用效率，从而达到节能和创造更高社会效益的目的。

## 2 电费电价与电力营销管理的关系

在电力营销工作中，电费电价的管理问题属于一项重要内容，关系到电力营销效果与水平。电费电价数据作为电力企业开展营销工作的主要数据来源，各项工作开展均需要利用电费电价数据。首先，在采集营销数据时，工作人员需要将电费电价数据作为采集的重点，通过对数据进行合理分析和应用，对电价进行有效调控，以此避免出现过度降低或提升现象。若电价电费过高，易造成电费支出增加，与用户需求相偏离，会导致用户对供电企业忠诚度降低，出现用户流失。若电价过低，在消费终端易发生用电过度问题，甚至造成严重资源浪费，进而对用户用电质量和用电安全产生影响。其次，通过对相关数据进行科学分析，可明确影响电费的主要因素，利于掌握电力营销现状，可为营销策略调整提供可靠数据。

## 3 电力营销管理中电费电价分析方法

### 3.1 用户群体分析

当前我国很多地区的电力企业仍没有对电力用户进行完整、可靠的分类。不能明确电力用户类型存在差异性会直接影响到后续用电情况，也是企业实现长期发展的重要阻碍。虽然当前有很多企业都会对客户进行分类，撰写用户类型报告，并将其作为电价制定的基础。但是从实践应用情况来看，统一、标准的收费标准很难满足用户实际用电需求，也会影响其对企业的满意度，加大各种不良问题的发生风险，需要不断研究并改善，落实针对性的用户类型分析。落实营销管理之前，要综合市场环境情况，加强对市场发展现状的分析，在制定价格细则之前，要了解受众对定价不合理的意见。应用方向有区别，自然会导致用户群体出现个性化的消费需求，如果不了解这一问题势必会导致不合理定价问题的出现。在实际开展电力营销工作时，要结合市场收集的数据来撰写分析报告。

### 3.2 电费电价数据分析

电力营销管理工作中具体的数据需要结合综合指数来进行分析,为了保证实际分析数据的科学性合理性,一般情况下需要结合数量指标、质量指标的相关指数进行综合性的分析。首先当前电力营销收入变化对售电收入会造成一定的影响,所以在电力营销管理过程中,相关工作人员需要明确具体的数据统计工作。电费电价分析环节要结合综合指数进行分析,积极引入同度量因素,通过用户的精准划分,将具体的数据进行对比,促进电费电价工作的顺利开展。其次,电费电价数据分析环节需要基于定量分析的角度,要对综合指数的变化发展趋势进行分析,把握当前电费电价变化的动态。将质量指标固定于报告内,而电力营销分析中也需要对于相关数据进行科学性的分析。基于同期内的同度量因素进行分析,结合当前销售价格对电价造成的影响进行科学分析,保障实际营销工作的高效性。最后,电费电价的实施变化会对售电收入造成一定的影响,在电力营销管理工作开展环节中,相关工作人员要了解电价的变化趋势,就需要对于电价进行分析。通常情况下采用的分析方式多以相同因素作为衡量标准进行分析,但是为了保证在当前市场发展过程中电力营销管理时能够在电费电价变化的趋势下,结合具体经济活动进行有效分析,需要相关工作人员把握不同的营销活动下电力收入潜在因素的影响,并将具体的因素纳入到报告中,明确影响电费电价变化的原因,促进电费电价分析工作的有序开展<sup>[2]</sup>。除此之外,电费电价的制定分析是无法全面了解电力营销工作管理的内涵的,因为电力营销分析是具有一定特殊性。大多数情况下采取可行的措施,了解特定电力营收增加相关因素,掌握电费电价工作的重点内容至关重要。为了保证电力营销的可靠性,实际工作中关于售电量以及售电单价也要进行综合考量,通过多因素分析方式,对电力营销管理分析多因素的影响,对电费电价总变化的绝对数和相对数进行分析,准确把握电费电价的发展规律。

### 3.3 营销情况分析

电力营销的目的是为了保障电力企业提高经济收益的同时避免受到环境影响,深入贯彻落实高质量的电力服务。针对衡量指标与数据统筹时,需要遵循以电力企业自身的经济利益的基本原则,提高自身在市场上的核心竞争力,营造良好的资金运营环境,为后续建设和整体工作提供可靠条件。分析电费电价时,要做好各种因素的归类工作,并将分析报告作为指标数据。企业在对经济活动进行分析时,要对收入价格产生影响的各种因

素都要考虑到,并在报告期内将同度量因素加以固定,在报告期内的数据分析就会更具指导意义。对于电力营销的分析,不仅要对比电价和电费进行分析,对于销售期内影响到销售收入的其他因素都要进行分析,并找到导致销售收入变化的主要缘由,从而获得较为全面的综合指标<sup>[3]</sup>。通过定量分析的方法,来分析综合指标的变化情况,在此期间,要将一些影响到指标变化的因素,定义为质量指标。可以将质量指标在报告期固定下来,也可以在基期进行固定。电力营销的数据分析期间,在使用测量数据时,要对销售的数量与收入间的联系和变化加以分析。

## 4 电力营销管理中电费电价管理策略

### 4.1 转变营销理念,树立需求导向

随着电力市场竞争的逐渐白热化,电力营销应树立以用户需求为导向的新型理念,在满足基于市场需求的前提下设立新型营销机构,创新营销管理模式,完善的市场营销体系,形成制度化、规范化、精细化管理;同时,组建新型营销队伍,全面熟悉市场经济规律和电力市场交易规则,熟练掌握电费电价分析方法<sup>[4]</sup>,提升市场研判、负荷预测、电力需求侧管理等现代化电力营销管理能力。

### 4.2 创新电费电价管理方式

电力企业要想提升营销管理质量,需要依托于政府相关部门对电价进行合理计算,这就需要在原有技术基础上,应用大数据等先进技术,对电价计算方式进行创新,结合市场经济环境,对电费电价分析方法进行改进和创新,配合使用现代化先进计算方式进行核算,以此保证电力企业电费电价分析方法的合理性和实用性<sup>[5]</sup>,使其与时代发展趋势以及企业发展需求相契合。首先,电力企业应确定电价浮动比例,将其及时上报相关部门,并由政府部门对电价进行调整,若电价处于谷峰状态时,应适当对电价范围进行扩大,确保企业可实现对电价的正确管理。其次,政府部门在电价制定中,应了解不同时期电力需求量,制定不同电价,而电力企业应根据需求提供电力产品,协调水力发电和火力发电单位各自提供适量电力资源,以此减少资源浪费。最后,电力企业在对电费电价分析方式进行创新的同时,还应注意提高自身服务质量。

### 4.3 电费电价进行动态监测

相关工作人员需要结合用户的用电量进行监测,要从对比和趋势分析上对业务进行分析,并将阈值设定好,比如同比变化率变化幅度比阈值高,那么用户就达到了预警范围。与此同时,为了更好地了解电费电价的制定和进行事实的分析,相关工作人员也需要结合同期的变化率和变

化量,发现当前电费的动态变化数据。借助计算机系统软件和大数据技术,对于风险用户进行检索,发现实际电费收取环节存在的隐藏风险,并利用网络和相关的媒体进行宣传材料的发放,来保证电费电价计费的公开性,确保用户能够真正的了解相关政策的制定。

### 5 结束语

综上所述,随着电力体制改革进程不断深化,电网企业的发展环境及电力市场的格局发生了一系列深刻的变革。面对日益激烈的电力市场竞争,电网企业要想维持现有电力市场份额,必须运用数据对电费电价进行系统性的分析,根据电力客户的用电需求和特性,加强对电力市场环境变化的研判,调整电力营销策略,提升电

力营销管理水平。

### 参考文献:

- [1] 梁尾妹.论集约化电费核算及电费电价管理[J].科技风,2019(35):169.
- [2] 韩向菲.电力营销管理中电费电价分析方法探讨[J].科技创新导报, 2019,16(23):157+160.
- [3] 刘利根.电费电价管理中计费电量自动采集的完善措施[J].智库时代,2019(36):265+267.
- [4] 郭瑞旭.关于电力营销管理中电费电价管理方法的思考[J].通讯世界, 2019,26(12):198-199.
- [5] 崔洪宇, 王无畏, 李莉.电力营销管理中电费电价分析方法的探讨[J].中国市场, 2019(16):134-135.