

智能电网下的网络化电力营销建设探讨

杨 硕

国网北京市电力公司客户服务中心 北京 100062

摘要: 智能电网, 作为新一代电网的代表, 具有自动化、智能化、高效化等特点, 是当前能源体系转型的重要组成部分。在智能电网的基础上, 网络化电力营销成为电力行业发展的新方向, 其可以提高电力行业的效率、降低成本、增强企业的竞争力。本文将从智能电网、网络化电力营销的概念入手, 探讨智能电网下的网络化电力营销建设。

关键词: 智能电网; 网络化; 电力营销; 建设

引言

随着中国经济的发展, 电力市场的竞争越来越激烈, 特别是在全面深化供给侧结构性改革的背景下, 加速推进电力市场化改革乃至市场化的电力营销管理已成为智能电网时代下的重要任务之一。具体地说, 汽车、智能手机以及可穿戴技术等兴起, 标志着消费者日益具备了更为丰富的、更加多样化的需求, 而伴随而来的是供应端服务的不断更新, 这为电力企业提供了一个更加广阔的发展机遇。

1 智能电网的概念

智能电网是一种集信息通信技术、控制技术、能量转换技术和能量质量控制技术于一体的新型电源系统, 是未来电力系统的发展方向^[1]。智能电网的基本特征包括: 自适应、自组织、智能、可靠、高效、清洁、安全、互联、可持续等。

智能电网主要由三个部分组成: 一是电力生产和传输系统, 包括电源、变电站、输电线路等; 二是电力配送系统, 包括配电网、变压器、开关设备等; 三是家庭和商业用户使用的智能电器, 如智能电表、电动汽车充电设施等。

智能电网的发展将会对现有的电力行业带来较大的变革, 包括供电方式、营销模式、服务方式等方面。

2 网络化电力营销的概念

网络化电力营销是指利用互联网和信息技术, 将电力营销过程中的各个环节有机地连接起来, 实现信息的共享和数据的一体化, 从而提高营销效率和服务水平的过程。网络化电力营销是一种新型的电力营销模式, 它的出现将彻底颠覆传统电力营销的方式, 大大提高企业营销效率和服务水平。

网络化电力营销包括以下几个关键环节:

2.1 营销信息的传输

通过互联网和信息技术, 将电力营销信息传输到用

户手中, 使用户对电力市场有更深入的了解, 同时, 企业也能更加全面地了解用户需求。

2.2 个性化服务的提供

网络化电力营销可以根据不同用户的需求和偏好, 提供个性化的服务和建议, 从而提高用户的体验和满意度。

2.3 营销方式的创新

网络化电力营销可以根据不同用户群体的特点和需求, 灵活调整营销策略, 创新营销方式, 提高营销效果。

2.4 电力交易的便捷性

网络化电力营销可以使电力交易更加便捷, 通过互联网和信息技术, 实现电力交易的在线化、自动化。

3 智能电网下的网络化电力营销建设意义

智能电网是指通过应用信息技术手段, 对电力系统进行智能化改造, 实现电力资源的高效调度和优化分配, 提升能源利用效率和供电可靠性^[2]。在这个背景下, 网络化电力营销建设具有重要的意义。

3.1 提高电力服务质量

传统电力企业营销方式主要是销售电力, 缺少对客户需求的了解和满足。而网络化电力营销可以通过互联网技术实现信息的交换、共享和传播, 以精确的客户数据建立客户关系管理系统, 实时掌握客户需求, 为客户提供个性化服务, 提高电力服务质量和客户满意度。

3.2 打通上下游电力市场

电力产业链上游为电力生产和输送, 下游是电力供应和用户。通常上下游之间存在信息壁垒和协同不畅的问题, 导致电力市场不够完善。而网络化电力营销建设可以通过建立信息共享平台, 打通产业链, 实现各环节的有效协同, 提高市场运作效率, 为电力市场的健康有序发展奠定基础。

3.3 提高电力供需平衡能力

智能电网充分利用信息技术手段, 实现多节点、多层次的电力需求响应, 提高电力供需平衡能力。网络化

电力营销通过客户需求预测、负荷预测和能源需求响应技术,实现了对客户需求的动态管理和响应,减少了电力供需间的波动,并优化了电力资源配置,实现了经济效益最大化。

3.4 提高电力营销精准度

传统营销手段局限于客户人手外出,缺乏客户行为、兴趣、需求等数据,难以实现精准营销^[3]。而网络化电力营销通过收集客户数据,结合大数据分析技术,生成客户画像,实现了精准推送电力优惠、特色服务等一系列营销行动,提高了营销效益和客户满意度。

3.5 推进智慧城市建设

智能电网是构建智慧城市的核心基础设施。网络化电力营销通过构建快捷、高效、可靠、智能化的电力供应和服务体系,为智慧城市建设提供了强有力的物质保障和技术支撑,推进了智慧城市建设的快速发展。

总之,网络化电力营销建设在智能电网建设中具有重要的意义。只有推进电力电子商务模式的升级和创新,才能实现电力供给侧结构性改革、促进能源可持续发展,提高电力服务质量和市场竞争力。

4 智能电网下的网络化电力营销建设

4.1 建设智能电网

随着不断壮大的电力市场,传统的电力供应和销售方式已经无法满足用户和企业的需求。普及互联网和信息技术给电力生产和供应带来了新的发展机遇,智能电网作为新一代电力供应网络,实现了基础设施的多元化和联网化,为网络化电力营销提供了新的途径。智能电网是新兴的电力供应系统,其具有自适应、自组织、智能化、可靠、清洁、安全、互联、可持续等诸多特点。智能电网是新一代电网的代表,是连接各种用电设备、开发新能源、提高能源利用率和实现能源安全的基础,同时还是推动产业进步的不可或缺的条件。智能电网建设需要多个部门、多方力量的协同合作,其中重要的一点便是实现自动化、智能化和高效化的电力生产、传输和供应,这对实现电力营销的网络化和智能化至关重要。

4.1.1 加强电力生产和传输系统的自动化、智能化改造

在智能电网的建设中,建立高效、自动化和智能化的电力生产和传输系统是必不可少的。通过智能化改造,传统的电力生产和传输系统可以实现目标的实时监控,灵活的控制和应急处理^[4]。电力系统的智能化改造包括变电站、电源自动化高一致性控制、数采系统、监控系统、通讯专用网、人员定位系统、维保支持系统、智能电压控制装置、并网控制装置等。

4.1.2 实现电力配送系统的网络化、智能化升级

智能电网的另一个重要组成部分是智能电力配送系统,包括配电网、变压器、开关设备等。实现电力配送系统的网络化和智能化升级是智能电网建设的必要条件,为网络化电力营销提供了更多的商机。电力配电系统的智能化改造包括监控和控制、数据交互、设备检修和维护、实时报警管理等,可以实现对配电设施的量化管理和精细化保护,提高用户体验和服务质量。

4.1.3 构建智能电力仓储和调度系统,实现电力供需的平衡

智能电网建设中最重要的一环就是构建智能电力仓储和调度系统,不仅可以实现电力供需的平衡,还可以通过大规模订单的信息交互,实现客户的个性化需求和传递。智能电力仓储和调度系统实现的准确、稳定和优质的电源输出是实现智能电网高效运转和实现优化调度能

4.2 构建电力服务平台

电力服务平台的建设是实现网络化电力营销的关键,因为它能满足用户对电力服务的需求,同时也能够满足电力企业对营销、销售、客服等方面的需求。下面将阐述电力服务平台应考虑的因素以及需要实现的功能。

首先,电力服务平台需要具备可靠性,这是因为电力是社会重要的物质资源,对社会生产和人民生活至关重要。平台需要保证可靠的运行,以确保用户需求的满足,同时也要避免电力短缺等事件的发生。其次,电力服务平台需要保证安全性,因为电力数据是机密信息,需要做好信息安全保护工作。平台需要采用技术手段和管理措施,加强数据保护和风险防范措施。此外,稳定性也非常重要,平台需要根据不同的需求而设计可靠的稳定性策略^[4]。最后,电力服务平台需要具备可扩展性,能够应对未来的发展需求。

除了上述的关键因素,电力服务平台还需要提供一些关键的功能来满足用户需求,这包括如下几个方面:

(1) 共享电力营销信息:通过电力服务平台,用户可以方便地查询、了解和收集有关电力营销方面的信息。同时,电力企业也可以通过平台传递更为全面的营销信息给用户,以满足不同用户的需求。

(2) 提供个性化服务:通过收集用户数据,客户画像,对用户需求进行分析和挖掘,并给出精准的电力营销服务,以帮助电力企业更好地满足用户需求。

(3) 创新营销方式:通过平台建设,能够实现电力营销模式的创新,包括电力在线营销、社交网络营销、电力营销推广等方式。这能够帮助电力企业更好地与客户进行互动,增强客户对电力企业的信任感和忠诚度。

(4) 推广自动化电力交易: 电力服务平台可以实现自动化电力交易, 并且提供智能化的

电力交易服务, 在保证电力供应和需求匹配的同时, 能够确保市场运作的公平、公正和透明。

总之, 电力服务平台的建设需要多方面的考虑, 包括平台的可靠性、安全性、稳定性和可扩展性等因素。同时也需要提供多功能的服务, 以满足不同种类的用户需求, 实现网络化电力营销的目标, 为电力企业的发展提供有力的支持。

4.3 推广智能电器的使用

随着科技的不断发展和电器产品的不断升级, 智能电器逐渐成为了人们生活中不可或缺的一部分。与传统电器相比, 智能电器具有更加智能化、便捷化、高效化的特点, 使得生活更加舒适、便利^[5]。同时, 智能电器的推广也可以为电力服务平台提供更加详细和准确的用户信息, 为电力行业的发展和提供更好的服务奠定了基础。

为了推广智能电器的使用, 电力企业可以采用多种方式, 如下:

4.3.1 加大宣传力度

电力企业可以通过多种渠道, 如电视广告、报纸杂志、网络宣传等方式, 向用户宣传智能电器的优点、特点和使用方法, 从而提高用户对智能电器的认知和使用意愿。

4.3.2 补贴、促销和奖励

电力企业可以通过补贴、促销和奖励等方式, 鼓励用户购买并使用智能电器。例如, 通过购买指定的智能电器可以获得额外的积分或折扣, 这样可以吸引更多用户投资购买智能电器。

4.3.3 提供更好的服务和支持

智能电器需要连接互联网才能实现智能化和互联互通, 因此电力企业可以提供更好的服务和支持, 如提供更快速和稳定的网络连接、建立用户支持中心等, 从而提高用户的使用体验和满意度。

4.3.4 推广智能家居生态系统

电力企业可以依托自身的技术优势和平台优势, 联合其他智能电器制造商推广智能家居生态系统。通过将智能电器联合起来集成到智能家居生态系统中, 可以实现智能化控制和适配, 进一步提高用户体验和满意度。

总之, 智能电器的推广对于电力行业的发展和用户体验的优化具有重要的意义。通过加大宣传、补贴、提

供更好的服务和支持以及推广智能家居生态系统等方式, 电力企业可以更好地推广智能电器的使用, 从而实现电力使用信息的采集、传输和处理, 为电力服务平台提供更加详细和准确的用户信息, 同时也能提高用户的使用体验、满意度与忠诚度。

4.4 加强数据共享和管理

网络化电力营销需要实现电力营销信息的共享和数据的一体化, 这要加强数据的管理和共享。

电力企业需要建立完善的数据管理系统, 实现数据的采集、传输、存储和分析, 从而更好地了解用户需求和市场需求。同时, 企业还需要加强和其他企业和机构的数据共享, 充分发挥数据的作用。

4.5 注重用户体验和服务

用户体验和服务是电力企业实现网络化电力营销的重要方面。电力企业需要从用户的需求和利益出发, 提供高质量的服务和支持, 从而提高用户的满意度和忠诚度^[6]。电力企业可以通过建立客户服务中心、提供免费咨询服务、优化营销流程等方式来完善用户体验和服务。同时, 企业还需要充分考虑用户的反馈和建议, 快速响应用户的需求和问题, 提高企业的公信力和形象。

结束语: 智能电网下的网络化电力营销建设是电力企业实现转型升级的重要方向。电力企业可以通过建设智能电网、构建电力服务平台、推广智能电器的使用、加强数据共享和管理、注重用户体验和服务等方式来实现网络化电力营销。这将有助于电力企业提高营销效率和服务水平, 提升企业竞争力, 促进电力产业的持续健康发展。

参考文献

- [1]周海波.论智能电网下的网络化电力营销建设[J].资源节约与环保, 2014, (11).
- [2]梁凯.智能电网框架下电力营销服务系统研究[J].城市建设理论研究(电子版), 2015, (22): 4619-4620.
- [3]蔡达勤.智能电网下的网络化电力营销建设探讨[J].通讯世界, 2018, (3): 299-300.
- [4]许静, 刘文静, 马春雪, 朱玮.智能电网下的网络化电力营销建设探讨[J].百科论坛电子杂志, 2018, (4): 437.
- [5]王钟敏.智能电网下的网络化电力营销建设探讨[J].城市建设理论研究(电子版), 2014, (18): 249-250.
- [6]刘相增.智能电网下的网络化电力营销发展探究[J].中国电力教育, 2014, (12): 190-191.