

# 智能电网下的电力营销信息化建设分析

王 旭

国网陕西省电力有限公司延安市供电公司 陕西 延安 727300

**摘 要:** 在信息化时代背景下,各大公司都在积极地开展信息化建设工作,对电力企业而言,也必须意识到信息化建设对企业发展的重要意义。尽管目前中国电网营销信息化建设已经取得了一些成果,但面临的体制机制不完善、软投入不够大等问题依然比较突出,制约着信息化建设,因此,企业需要积极改变经营服务的理念,增加软投入,提高人才培养,以更好地推动中国电网营销信息化建设。

**关键词:** 智能电网; 信息化建设; 营销建设

引言: 在经济信息化、科学化管理的大背景下,中国的企业不断地向着智能信息化的方向发展,推动了公司的优化提升,推动了社会的发展和进步。在中国电力企业的现代化发展中,中国电网营销的信息化发展是关键的一个方面。电力企业的电网经营信息化的发展趋势,可以更有效地增强公司的实力,从而促进了公司的优化转型。不过,在其发展壮大过程中,也存在着若干问题,束缚着电力企业的发展进步。

## 1 智能电网概念

智能供电系统也被称为供电系统二点零,是供电系统的智能实现。其本质上就是利用双向的通信网路来进行电力系统的建设,并融合了现代化计算机技术、先进设备和传感、信息技术等的综合成果,能保证国家电网的稳定供电,相比于传统供电效率更高、价格更为经济,具备的基本特性包括:防范外部入侵、自动响应、适应日益扩大的用电要求、适应于各种发电方案、推动电力交易市场进一步发展壮大、使资本效率明显提升等。所谓的智慧供电实则是将最先进的科技运用到了电力系统当中,而这种先进科技又包含了计算机、以及智能计算技术、自动控制、电力工程技术等。这些高新技术的运用,使得电网系统向着人工智能的发展方向前进了一大步,也使得电力系统的自主应变能力更加完备,并逐步演变成完善的智能化系统<sup>[1]</sup>。

## 2 智能电网的优势

2.1 智慧供电系统的引入帮助能源企业转型对其业务模型进行了完善,增强了能源企业发展与客户彼此间的交流与互动,使得企业可以更为科学、主动的选择供电时段。

2.2 功能完善、结构合理的智能供电系统,既能够更高效的对抗外界各种因素的影响和非法入侵,也可以与各种洁净电力和再生能源公司进行技术合作,以提高供

电自身的稳定性能力;

2.3 智能设备是指计算机技术、感知技术和自动控制技术的高度结合,能够通过快速检测得知设备内部是否出现了故障和故障的所在位置,从而全面精确的获取设备内部数据。如果供电系统中出现了问题,可以及时对问题出现地方进行隔离,进而使供电系统自动渐渐恢复,进而防止出现大面积中断现象;

2.4 代智能设备中,大多融合了配电改良技术、智能调度技术、电能储存技术等,因此在电力公司的实际经营中其操作方式更为灵活多样、组织管理功能也更强;

2.5 采用当代网络与控制技术,从根源上推动电力设备使用效能的提高,显著降低了电能资源的耗费,使供电系统的工作状态更为合理,同时也反映了可持续发展的技术原则。

## 3 智能电网下电力企业的电力营销信息化建设的意义

3.1 建立电力营销信息化管理体制,发挥信息技术的优势

在对电力企业的电力营销信息化的建设中,不能只注重于依靠国外先进的技术设备,还要有系统科学的电力营销信息化管理体制的支持与帮助。建立电力营销信息化管理体制,能够有效地促进电力企业的发展与进步,规范员工的行为,有效地保证对信息技术的管理,充分的发挥信息技术的优势,避免出现信息技术资源的浪费。在电力营销的信息化管理中,采用有效地管理方式,充分发挥信息化的优势功能,推动中小企业的健康成长<sup>[2]</sup>。

## 3.2 创新电力营销的模式,优化企业的改革

有效地创新电力营销的模式,不能将信息化的电力销售视为传统的销售模式,在电力营销的过程中,就要以用户的需求为主,充分的考虑到用户的利益,为用户提供最优秀的服务,有效地增加企业的盈利效益。在

智能电网的发展背景下,创新电力营销模式,整合电力企业的有效资源,优化电力企业的改革,促进电力企业的发展。在对电力企业的电力营销的创新中,充分的利用互联网平台,与用户进行有效地互动,了解用户的需求,对用户提供的针对性的服务态度。

### 3.3 合理分配资金,吸引信息化建设人才,促进智能化电网的发展

合理的分配资金,加强对智能电网的建设,满足电力营销信息化建设的需求,提升企业的信息化建设。充分吸收信息化建设的优秀人才,提升企业的信息化建设力度,促进企业的进步发展。针对目前的电力企业建设中存在的资金投入不足的问题,增加对建设资金的投入,合理的分配建设资金,有效地促进企业的发展,促进智能化电网的发展。

培养信息化技术和管理方面的人才,以提高公司的活力,推动中国电力企业的整体发展。有效的增强了公司的信息化发展能力,给公司的经济发展带来了新的血液,进一步增强了公司的综合实力,推动了电力企业的健康发展。就这样,通过科学合理的安排建设经费,积极引进信息化建设领域的优秀人才,就可以更加有力的推动智能电网的建设,有效推动了电网业务的信息化发展。

### 3.4 转变电力企业的电力营销观念,制定合理的信息化建设规划

转化电力企业的电力营销观念,摒弃传统的销售意识,坚持科学的发展态度,加强对于信息技术化的运用,制定合理的信息化建设规划,推进电力营销的信息化建设。创新电力企业的营销观念,推进电力企业的健康发展,提升企业的竞争力以及向心力。对电力企业的电力营销模式,能够提升电力企业的工作效率,充分的发挥其优势性作用,加强对信息化管理的建设。

## 4 智能电网下电力企业电力营销信息化建设发展的现状

### 4.1 电力营销手段有限,无法开拓市场

在企业参与市场的发展过程当中,很多公司主动的突破了传统市场营销手法的不足,或者通过创新的市场营销手法积极主动的介入了市场的争夺和发展,不过就国内电力企业而言,他们所采用的行销方式大多是单一的行销方式居多,包括纸质媒介的传播和电视广告,这些推广方式不但没有完全的实现网络的功能以及意义,而且还无法真正的做到电力企业产品的有效传播,没有进行前期的规划和推广实施,最后造成大量的资金被占用,真正的推广效益不容乐观<sup>[3]</sup>。

### 4.2 信息化建设体制不合理

电力企业电力营销的信息化建设与传统的电力营销模式存在差异,电力营销的信息化建设能够有效地实现统一化以及标准化的信息处理。但是,电力企业在对电力营销信息化的建设中,缺少科学有效地规划方式,使电力企业的电力营销信息化建设发展在管理制度方面存在弊端,没有办法满足其信息化建设的需求。另外,电力营销的业务流程较为复杂,电力企业对于电力营销的流程并未优化,导致信息技术的落后以及资金的滞后现象,阻碍电力企业的经营管理。

### 4.3 电力企业对信息化建设的投入有限

在电力企业的信息化建设发展中,一个重要的问题就是投入有限,包括对人才的投入以及对资金的投入。没有软件技术的投入,缺乏信息化建设的人才,直接阻碍电力营销的信息化发展。没有系统管理软件强有力的支持,直接降低系统的工作运转效率,导致信息获取的滞后性,直接影响用户的体验,对电力企业的发展造成严重的阻碍。

## 5 智能电网下的电力营销信息化建设措施

### 5.1 加强信息化服务人才培养

供电公司的售后服务部门直接或间接的对和处理服务。售后服务队伍的综合业务素质和技术素养直接关系到客户感受。所以,必须提高业务人员的整体水平。例如,在招聘人员中,应重视招聘高学历、高质量、信息化的数字化人员,促进公司管理,建立新的服务观念;利用轮岗、讲座学习、工作坊等形式组织人员开展职业素养训练,提高对信息服务意义与重要性的理解;建立健全激励与评价激励机制,定期对销售员工开展规范化考评,落实相应的奖励政策,调动员工的服务热情与主动性,推进电力销售优质服务意识与风气的建立。

### 5.2 强化用户体验和用户互动

在智慧的信息时代,客户的行为和习惯产生了改变,多元、个性化的消费行为特点突出,客户对电力服务的需求不断增加。想要达到期望的客户回报,智能的电力销售业务需要更努力的提升客户服务与互动性。一是创造超越消费者预期的电力用户体验。在智慧电网中,客户体验成为电源品质除了稳定性之外最关键的核心竞争力。智慧供电营销平台,不但为用电客户带来了能效控制建议、节电服务、供电系统健康检查、灵活供电指导服务等多元化的营销业务,也为用电用户提供了便利、增值、舒适的服务。二是实现更加人性化、个性化的用户互动服务。电网公司已从单纯的电能生产企业转型为多资源服务提供者,从技术潮流上满足的效率、电力安全、汽车充电、分布式电力上网等电力交互要求,满足了用户的电量查询、停

电报告等多渠道提供,并广泛应用于汽车充电设备的能源控制、能效检测的业务互动功能,满足用电数据、实时电价、安全供电数据的业务互动要求,信息流层面的功耗状况与能耗效果研究<sup>[1]</sup>。

在构建电网销售网络化的进程中,电力企业销售人员必须遵循科学、正确的“大市场、大营销、大服务”的电网销售业务思想,并通过实施各种积极有效的销售手段以满足电力销售人员的需求。此外,坚持以建立和健全完善的智慧供电系统为宗旨,根据电力公司的经营情况,科学合理的制订了有效的电力经营信息化实施计划,引导电力公司逐步完成电网经营的信息化。

#### 5.4 完善营销体制

企业针对电力市场开展电子商务项目的,也不仅是对先进设备、技术等简单运用,而且还必须依赖市场营销体系的支持,一旦缺乏市场营销体系的支持,那么电网经营体系就会缺乏活力,从而大大降低电网营销项目实施的有效性。但是对电力公司来说,在进行供电业务实施现代化管理中,需要企业根据自身的实际状况,对市场营销体系加以不断完善,对信息化资源加以合理配置,并在此基础上对企业上岗标准以及流程管理等方面加以优化,从而利用信息技术网络平台、市场营销体系等进行市场与营销信息的高效共享,从而对“信息孤岛”问题加以有效化解。

#### 5.5 充分利用智能电网的信息化平台营销

智能化建设是智慧电网的一个重要方面,电网营销可借助电网数字化系统形成科学的经营行为体系。营销决策管理系统首先需要用户对用户的供电状况进行准确收集,再通过统计模块对各个用户的每月、每年耗电量和负荷供求状况进行大数据分析,以区分不同的用户类别,同时对用户实施精细化管理,以预估其可能的供电需求量,并制订适当的供应方案。构建客户需求导向模式,根据客户做出的价值和有效性评估,针对性的提出相应需求,通过一个评估系统来自动对相应的需求做出评估,也能够对用户做出资信评估,还能够协助用户分析合理的供电模式和选取合理的电费类型,为其提出节约电量的意见,针对用户电力突变状况提示用户是否出现设备问题等。

#### 5.6 加大资金的投入力度

智慧电网建设离不开资本的支持,所以电力企业在

为电网营销开展智能化工程后,必须在管理以及人才的层面加强资本的支持能力,并对资本实现合理利润分配,从而达到软、硬、人员等的和谐发展。针对软件支持不足问题,公司也可以按照自己的发展计划和供电要求等,加强应用软件的支持能力,与大专院校、应用研究院校以及科研单位等开展密切协作,进而对电力营销应用软件的研究和发展。此外,公司在软件开发以后,还必须进行应用软件的升级和更新工程,要从抗病毒、反黑客的角度对其实施有效保护。就人力资源建设来说,电力公司必须认识到信息化人才培养对电网经营信息化发展的意义,同时加强对人员的培养和引导工作。一方面,公司还需要对所有的电力销售人才开展有关营销技术、信息化、互联网技术和计算机等方面的技术培训,在培训过后还要以模拟演练的形式对其进行考试,从而提升营销人才的服务能力和综合素养。另外,电力企业也可与电气工程学院、计算机学校等开展紧密协作,达成培训协定,同时还能够通过网络招募以及广告招募的方式把一个集电网经营专业知识、网络技能、综合素养于一身的复合型人员加以吸纳,从而扩大电网营销团队,提升电网营销的信息化服务能力<sup>[2]</sup>。

#### 结语

综上所述,随着中国电力市场的逐渐放开以及国际竞争的越来越加剧,中国电力公司的经营体系与管理手段已成为中国电力市场的关键因素。智慧电网的建立与完善将对电网电价、电力价格、消费者供求和电价结构,乃至电网最终用户利益都产生一定的影响。未来电力营销等各种方式将以智慧电网技术满足用户的需要为基础,通过智慧电网技术实现电网服务和电力应用的双向交互,给用户带来更加优质的服务,并同时研制出可以体现实际生产价值并形成灵活电价的机械设备。优化社会资源配置。

#### 参考文献

- [1]杨晓丽.基于智能电网下的电力营销信息化建设[J].化工管理,2018(23):122-123.
- [2]李显国.基于智能电网下的电力营销信息化建设分析[J].名城绘,2018,000(012):0349-0349.
- [3]王晓毅.基于智能电网的电力营销智能化模式探析[J].科技创新与应用,2017(31):146,148.