

# 分析基于电力市场改革的电力营销管理

屈紫静

国网陕西省电力有限公司洛川县供电分公司 陕西 延安 727400

**摘要:** 在电力市场改革的背景下,供电企业面临着前所未有的竞争和挑战。他们需要调整传统的运营模式,改进营销管理措施,以适应新的市场环境。这包括如何更好地满足不同消费者的需求、提高能源供应的可靠性、提升服务质量以及降低成本以保持竞争力。基于此,本文将分析电力市场改革的主要内容,探讨电力营销管理的新策略,并提出相应的实施建议。

**关键词:** 分析基于电力市场改革;电力营销管理

引言:基于电力市场改革的电力营销管理在当前的电力行业发展中扮演着至关重要的角色。随着电力市场的逐步开放和竞争的加剧,传统的电力营销模式已难以适应新形势下的市场需求。因此,电力市场改革应运而生,旨在推动电力行业的市场化进程,提高电力资源的配置效率,促进电力企业的健康发展。而电力营销管理作为电力企业运营的核心环节,其重要性日益凸显。

## 1 基于电力市场改革的电力营销管理的作用

### 1.1 更好地了解市场需求

通过市场营销活动,电力企业可以收集和分析用户的用电需求、偏好和支付意愿等信息,为企业的生产和服务提供科学依据。与此同时,电力营销管理还可以帮助企业预测市场趋势,制定科学合理的生产计划和销售策略,提高市场竞争力。

### 1.2 提高服务质量

电力市场改革的大背景下,用户对电力服务的要求越来越高。电力企业需通过市场营销活动,加强与用户的沟通和互动,了解用户的真实需求和意见,及时改进服务质量和流程,提升用户满意度<sup>[1]</sup>。这样一来,有助于增强企业的品牌形象和口碑,还可以促进企业与用户之间的长期合作关系。

### 1.3 优化资源配置

对于电力市场改革的过程来说,电力企业需根据市场需求和自身条件,合理调整电力生产和销售计划,实现资源的优化配置。电力营销管理可利用对市场需求的分析和预测,帮助企业制定科学的生产计划,避免资源的浪费和短缺。更重要的是,电力营销管理还可采取价格策略等手段,引导用户合理用电,提高电力资源的利用效率。

### 1.4 促进创新与技术发展

电力营销管理在推动电力市场改革的过程中,还扮

演着促进技术创新与发展的重要角色。在对市场需求的深入分析后,电力企业能够明确技术升级的方向,投资于更高效、更环保的发电和输电技术。除此之外,营销管理中的用户反馈机制能激励企业不断优化服务流程,引入智能化、数字化的管理工具,提升运营效率。基于市场需求的创新驱动,有助于构建更加可持续、先进的电力供应体系。

## 1.5 增强企业应对市场变化的能力

电力营销管理还能显著增强电力企业应对市场变化的能力。在电力市场改革不断深化的形势下,市场环境复杂多变,竞争日益激烈。有效的市场营销管理,电力企业能够迅速捕捉市场信号,灵活调整经营策略,有效应对市场波动。此举有助于企业在激烈的市场竞争中保持优势地位,还能为企业的长远发展奠定坚实基础。因而,电力营销管理对于提升企业的市场适应能力和竞争力具有重要意义。

## 2 基于电力市场改革的电力营销管理现状

### 2.1 竞争意识薄弱

电力市场改革后,市场机制被引入,随之企业和人人都参与到电力营销的行列中。事实上,许多供电企业仍未能充分适应这种新的竞争环境,竞争意识相对薄弱。这主要体现在对新能源市场的敏感度不足,以及对电力价格营销的重视程度不够<sup>[2]</sup>。伴随新能源的快速发展,如风能和太阳能的占比不断增加,电力市场的竞争日益激烈。若供电企业仍坚守旧有的经营模式,不积极寻求创新和变革,将很难在市场中立足。

### 2.2 营销管理系统存在缺陷

供电企业的电力营销系统在设计和实施上存在一些缺陷,这主要体现在对技术风险的预防和应对上。现有的系统往往侧重于对技术风险的防范,但系统设计不够成熟,存在安全漏洞。比如,操作和维护人员的数据更改可能导

致系统风险,进而引发购电用户的不满。另一方面,营销管理系统的准确性及时效性也有待提高,以满足电力市场改革对高频数据采集和分析的需求。

### 2.3 管理信息化程度低

信息化程度的不足是当前供电企业电力营销管理中的另一个重要问题。尽管信息化已成为现代社会发展的必然趋势,但许多供电企业的管理制度和信息化水平仍相对较低。那么接下来就必然导致用户资料和营业资料不全面,信息利用效率低,还使得电力企业的营销调查不尽合理。无论是调查方式还是调查途径,都缺乏科学性,难以满足电力市场改革的要求。因而,当下加强信息化基础建设,提升营销业务调度平台的完善性和效率,已成为供电企业亟需解决的问题。

### 2.4 管理体系不健全

虽然供电企业都设有专门的营销部门,但由于成立时间较短,管理经验不足,管理体系尚不健全。营销部门的职责划分不明确,人员配置不合理,以及缺乏有效的监督和考核机制。这些因素都限制了营销部门的工作效率和效果,使得供电企业难以在电力市场中发挥应有的作用。

## 3 基于电力市场改革的电力营销管理策略

### 3.1 强化市场意识,提升竞争意识

电力市场改革的核心在于引入竞争机制,打破垄断局面。因而,供电企业首先要强化市场意识,提升竞争意识。为此,需从以下几个方面入手:3.1.1密切关注市场动态,充分了解竞争对手的策略和用户需求的变化,及时调整自身的营销策略。所以要求供电企业重点关注传统的电力销售业务之外,还要积极开拓新的业务领域,如电力增值服务、能源管理等。3.1.2加大对新能源市场的关注和研究,积极开发新能源产品和服务,以满足用户对绿色、环保电力的需求<sup>[3]</sup>。像是可以开发太阳能、风能等可再生能源的发电项目,为用户提供清洁、高效的电力供应。3.1.3积极参与行业交流与合作。供电企业应积极参与行业内的交流与合作,参加电力市场研讨会、行业论坛等活动,与同行分享经验,共同探讨市场发展趋势和应对策略。如此,供电企业能够拓宽视野,借鉴先进经验,不断提升自身的竞争力和市场适应能力。

### 3.2 完善营销管理系统,加强数据驱动

在电力市场改革的浪潮中,供电企业必须拥有一套完善的营销管理系统,以数据为驱动,精准把握市场动态和用户需求。首先,供电企业需建立健全数据采集、分析和应用机制,实时采集用户的用电数据、用电习惯、偏好等信息,深入挖掘用户需求,为制定个性化的

服务方案提供有力支持。此外,供电企业还需建立数据质量监控体系,确保数据的完整性和准确性,为后续的数据分析提供可靠基础。其次,供电企业应加强对技术风险的防范和应对,确保营销管理系统的安全性和稳定性。采用先进的加密技术、防火墙等技术手段,保护用户数据的安全,防止数据泄露和非法访问。以此同时,供电企业还应充分利用数据分析和挖掘技术,发现潜在的营销机会和用户需求,为制定精准的营销策略提供有力支持。在基础上,利用对用户数据的深入分析,供电企业可预测市场趋势,提前布局,抢占市场先机。最后,供电企业还应加强对营销人员的培训和管理,提高他们的数据分析和应用能力,确保他们能够充分利用营销管理系统,为企业创造更大的价值。

### 3.3 提升信息化水平,实现智慧营销

信息化是供电企业提升营销管理水平的关键,也是实现智慧营销的重要基石。电力市场改革推动着供电企业必须紧跟时代步伐,加大信息化投入,全面提升信息化水平已成为必要的选择。所以得建立完善的信息化基础设施,如云计算、大数据、物联网等技术平台,更要确保这些技术平台能够深度融合到营销业务中,为智慧营销提供坚实的技术支撑。面对推动营销业务的数字化转型过程而言,供电企业需注重数据的收集、分析和应用。大数据技术的系统应用,供电企业可实时掌握市场动态和用户需求,从而制定更为精准的营销策略<sup>[4]</sup>。并且,物联网技术的应用也可实现电力设备的远程监控和智能管理,提高运维效率和安全性。值得一提的是,供电企业还应积极探索人工智能、区块链等前沿技术在营销领域的应用,以进一步提升营销效率和用户满意度。而智慧营销的实现,不仅要求供电企业具备先进的技术平台,更需培养一支具备数字化思维和技能的营销团队。因而,供电企业应加强对营销人员的培训和管理,提高他们的数据分析和应用能力,确保智慧营销战略的有效实施。科学的智慧营销使得供电企业能够更加精准地把握市场需求,提高营销效率和用户满意度,同时降低营销成本,最终实现可持续发展。

### 3.4 健全管理体系,优化资源配置

电力市场改革背景的影响下,供电企业需进一步完善管理体系,优化资源配置,以确保营销工作的顺利进行。首先,供电企业应明确营销部门的职责和权限,确保各部门之间的工作能够紧密衔接,形成合力。而且,要加强人员配置和培训,提高营销团队的专业素养和综合能力。其内容包括培养一支具备市场洞察力、数据分析能力和客户服务意识的营销团队,以确保他们能够适

应市场变化,灵活应对各种挑战。其次,供电企业应建立完善的监督和考核机制,对营销工作进行全面、客观的评估。这样可确保营销目标的顺利实现,还可及时发现和纠正工作中存在的问题和不足。在此基础上,采用定期的绩效评估,供电企业能够激励员工积极投入工作,提高工作效率和质量。最后,供电企业还应注重资源的优化配置。营销过程中,要合理分配人力、物力和财力资源,确保各项营销活动的顺利进行。当然,还得加强对营销成本的管控,避免不必要的浪费和损失。优化资源配置后,供电企业可有效提高营销效率和效果,以实现资源的最大化利用。

### 3.5 加强服务创新,提升用户体验

服务创新是提升供电企业市场竞争力的关键,更是满足用户多元化需求、提升用户体验的重要途径。针对电力市场改革,供电企业需摒弃传统的服务模式,积极探索和实践新的服务方式和方法。那么,在以下几个方面做好工作:3.5.1深入了解用户需求,采用市场调研、用户反馈等方式,全面掌握用户的用电习惯、偏好以及对电力服务的需求和期望。基于这些信息,供电企业可提供个性化、定制化的产品和服务,如智能电表、智能家居、电力储能等,以满足用户的多样化需求<sup>[5]</sup>。3.5.2要加强与用户的沟通和互动,建立长期稳定的合作关系。可通过建立用户社群、开展用电咨询、提供用电建议等方式,增强与用户的互动和交流,提高用户的参与感和满意度。3.5.3供电企业还可引入先进的技术手段,如人工智能、大数据等,优化服务流程,提高服务效率和质量。如:通过智能客服系统,可以实现24小时在线服务,快速响应用户需求;精准的大数据分析,可科学预测用户用电行为,为用户提供更为精准的用电建议和服务。

### 3.6 推动绿色营销,促进可持续发展

由于电力市场改革的深刻影响,推动绿色营销是响应国家生态文明建设号召的重要举措,也是供电企业实现转型升级、促进可持续发展的关键路径。所以,

一是加强对绿色营销的宣传和教育。供电企业应充分利用各种媒体渠道,如电视、广播、网络等,广泛宣传绿色电力的优势和对环境保护的积极作用。而且,

可积极组织公益活动,如绿色电力进社区、绿色电力知识讲座等,提高用户对绿色电力的认知和接受度,引导用户树立绿色消费观念,形成全社会共同关注和支持绿色电力的良好氛围。二是供电企业应积极参与绿色能源项目的建设和运营。应用投资风电、光伏等可再生能源发电项目,可为用户提供更为清洁、高效的电力供应,还能大幅度降低碳排放,实现经济效益和社会效益的双赢。这样做有助于提升供电企业的社会形象和品牌价值,增强市场竞争力。三是供电企业还应加强与政府、行业协会等机构的合作。参与制定绿色电力标准和政策,为绿色电力的推广和应用提供有力支持。并且,可以共同推动绿色电力市场的健康发展,促进绿色电力的规模化、产业化发展。也就是说绿色营销供电企业将积极履行社会责任,推动可持续发展,实现企业的长期稳定发展。

### 结语

综上所述,基于电力市场改革的电力营销管理在电力行业发展中具有重要作用。它不仅是电力企业连接市场和用户的桥梁,还是企业提高生产效率、优化资源配置、提升服务质量的重要手段。因此,电力企业需要高度重视市场营销管理工作,不断加强市场营销管理体系的建设和完善,提高市场营销人员的专业素养和综合能力,以应对日益激烈的市场竞争和用户需求的变化。只有这样,电力企业才能在电力市场改革中立于不败之地,实现可持续发展。

### 参考文献

- [1]杨泽材,马嘉慧.分析基于电力市场改革的电力营销管理[J].科技经济市场,2022(9):98-100.
- [2]胥栋.基于电力市场改革的电力营销管理[J].科学与信息化,2021(29):41-44.
- [3]徐圣勋.分析基于电力市场改革的电力营销管理[J].现代工业经济和信息化,2022,12(1):253-254.
- [4]赵高毅.基于电力市场改革的电力营销管理[J].百科论坛电子杂志,2019(12):457-458.
- [5]孙晓光.基于电力市场改革的电力营销管理探讨[J].消费电子,2021(11):73,75,79.