

深化电力营销改革开拓电力营销市场

阮 莹

国网湖北省电力有限公司武汉供电公司洪山供电中心黄鹤供电服务站 湖北 武汉 430060

摘要：随着电力市场的快速发展和竞争加剧，深化电力营销改革成为电力企业开拓市场的关键。本文首先分析了电力市场营销的理论基础，随后探讨了我国电力营销市场的现状，揭示了面临的挑战与机遇。在此基础上，提出了一系列改革策略与方法，包括完善市场营销体系、创新营销手段、提升服务质量和效率等。同时，对政府部门和电力企业提出具体建议，以期共同推动电力市场的健康发展。本文旨在为电力企业开拓电力营销市场提供有益的参考和指导。

关键词：电力营销改革；开拓；电力营销市场

引言：在当前能源转型与市场化改革的大背景下，深化电力营销改革对于电力企业而言，不仅是应对市场竞争的必然选择，更是实现可持续发展的重要途径。随着技术的进步和消费者需求的多样化，传统的电力营销模式已难以满足市场需求。因此，电力企业需要积极探索新的营销策略和手段，以更好地适应市场变化，提升服务质量和客户满意度。本文将从电力营销的理论基础出发，分析当前市场现状，探讨改革策略与方法，期为电力企业的市场开拓提供有益的参考和借鉴。

1 电力市场营销理论基础

1.1 市场营销基本概念

(1) 市场营销的定义与特点。市场营销是指通过调查分析、预测、产品发展、定价、推广及实体配销技术来发掘、推广及满足社会各阶层人士对商品或劳务需求的一系列活动的。其特点在于以客户为中心，通过一系列的营销策略和技巧，满足客户需求，提升客户满意度和忠诚度，最终实现企业的营销目标。(2) 市场营销组合。市场营销组合即4P理论，包括产品（Product）、价格（Price）、地点（Place，即分销渠道）和促销（Promotion）。这四个元素是企业为了实现营销目标而加以组合和控制的度量。

1.2 电力市场概述

(1) 电力市场的特点与结构。电力市场是通过市场机制进行电力生产、交易、输配和消费的系统，旨在优化资源配置、提高电力系统效率、降低电力成本，并促进新能源和清洁能源的发展。电力市场的特点在于其实时性与动态性、自然垄断性以及多元化参与者。结构上，电力市场包括发电企业、售电企业、输配电运营商和用户等多方主体。(2) 电力市场的供需关系。电力市场的供需关系复杂多变，受天气、需求变化、燃料成本

等多重因素影响。发电企业竞争向电网提供电能，售电公司或电力供应商向最终用户销售电力，形成供需平衡的市场机制。

1.3 电力市场营销的特点与挑战

(1) 电力产品的特殊性。电力产品具有非储存性、广泛性、同时发生性、无形性和服务性等特殊属性，这些特性使得电力市场营销需要独特的策略和技巧。(2) 电力市场的垄断与竞争。电力市场存在自然垄断性，如输电网等基础设施，但同时也面临着来自新兴能源主体、储能、可调负荷等的竞争压力。如何在保障市场竞争的前提下，满足公众对电力供应的干净、可靠要求，成为电力市场营销的重要挑战。(3) 电力营销面临的挑战与问题。电力营销面临的需求侧管理、客户服务深度、技术要求和能效服务等多方面的挑战，要求电力企业不断创新营销策略，提升服务质量和客户满意度。

2 我国电力营销市场现状分析

2.1 电力市场的发展现状

(1) 电力市场的供需状况。2024年，我国电力市场需求持续旺盛，前三季度全国全社会用电量达到7.41万亿千瓦时，同比增长7.9%，显示出强劲的增长势头。其中，第二产业用电量占比最大，达到64.0%，而第三产业和城乡居民生活用电量也分别实现了11.2%和12.6%的同比增长，特别是第三产业中的互联网及充换电服务业、城乡居民生活用电量受高温等因素影响，增速显著。电力供应方面，全国全口径发电装机容量达到31.6亿千瓦，同比增长14.1%，其中非化石能源发电装机占比达到56.5%，反映出电力行业绿色低碳转型的成效。(2) 电力企业的竞争态势。随着我国电力市场化改革的深入推进，电力市场竞争日益激烈。各大电力企业纷纷加强市场营销，提高服务质量，以争取更多的市场份额。市场

化交易电量持续增长,2024年一季度全国各电力交易中心累计组织完成市场化交易电量14248.4亿千瓦时,同比增长7.7%^[1]。同时,新型经营主体如虚拟电厂、独立储能等也开始参与电力市场交易,为市场增添了新的活力。

2.2 电力营销市场存在的问题

(1) 缺乏市场竞争意识。部分电力企业仍过于依赖传统的垄断经营模式,缺乏足够的市场竞争意识。这导致它们在面对激烈的市场竞争时,难以迅速适应市场变化,错失发展机遇。(2) 服务质量有待提高。一些电力企业在客户服务方面仍存在不足,如售前、售后服务体系不完善,对用户需求的响应速度较慢,影响了客户体验和满意度。(3) 用电价格规范调整问题。电力市场定价机制的完善程度仍是影响市场效率的关键问题。市场波动性大、价格持续性不足,可能导致投融资信心不足,影响电力市场的健康发展。(4) 缺乏高素质营销人才。随着电力市场的快速发展和竞争的加剧,对高素质营销人才的需求日益迫切。然而,目前部分电力企业营销队伍素质不高,难以适应市场变化和客户需求的变化。

3 深化电力营销改革的策略与方法

3.1 建立健全电力市场营销体系

(1) 形成独特的电力品牌。电力市场已不再是单一的产品市场,而是一个综合的服务市场。品牌作为企业的一种无形资产,已经成为电力市场营销的关键要素。建立具有鲜明特色的电力品牌,需要从产品质量、服务态度、社会责任等多方面进行努力。这不仅能提高消费者对电力企业的认可度,还能增加消费者对品牌的忠诚度,提升市场份额。(2) 进行市场研究与分析。在深化电力营销改革中,深入的市场研究与分析至关重要。这包括市场需求预测、竞争环境分析、政策环境变化研究等。通过这些研究,企业可以更好地把握市场动态,及时发现潜在市场机会,优化营销战略。同时,对市场数据的分析还有助于企业发现并改进产品或服务中存在的问题,从而提高市场竞争力^[2]。(3) 确定目标市场与竞争优势。企业需要对不同的细分市场进行评估,以确定自身的目标市场。通过分析每个细分市场的竞争情况和市场潜力,企业能够识别出自己的核心竞争力,制定更为精确的营销策略。这不仅能够帮助企业聚焦目标客户群,提高市场效率,还能更好地满足消费者的多样化需求。

3.2 创新电力市场营销手段

(1) 亲情营销观念的实施。在营销中,关注客户的需求和情感诉求尤为重要。通过实施亲情营销,电力企业可以在营销活动中增加与客户的互动和沟通,拉近与客户之间的距离。这不仅有助于提高客户的满意度和忠

诚度,还能在情感层面与客户建立牢固的联系,促进客户黏性的增强。(2) 知识营销观念的应用。在营销活动中传播专业知识,可以提高企业的公信力和品牌影响力。电力企业在开展营销活动的同时,可以将产品相关的电力知识、安全使用建议等内容传达给消费者,以提升他们的专业素养和对电力企业的认知。(3) 网络电力营销与虚拟经营。在数字化时代,网络营销和虚拟经营已经成为电力行业的重要组成部分。利用网络平台和大数据,企业可以实现更为精准的客户画像和市场细分,进行更为个性化的营销活动。此外,建立线上客户服务体系,为客户提供全天候、全方位的线上服务,也已经成为现代电力营销的重要方向。

3.3 提高电力服务质量与效率

(1) 优化供电服务流程。针对当前电力服务中普遍存在的环节复杂、手续繁琐等问题,企业应积极推进流程再造,优化服务流程,缩短客户办电周期,提升客户办电便利度和用电体验。(2) 加强电网调度管理。强化电网调度管理是确保供电安全稳定的基础。电力企业应加强电网运行监测和分析,提前预警和解决可能存在的问题,保障供电的稳定性和可靠性。(3) 提供个性化服务与增值服务。为了满足客户的多样化需求,企业应提供更多元化的个性化服务和增值服务。这可以包括智能家居方案、用电安全评估、电力设施租赁等多种形式的服务,为客户提供全方位、一站式用电体验^[3]。

3.4 加强电力市场营销人才培养与引进

(1) 提高营销人员的专业素质。专业的营销人才是确保营销活动有效进行的基础。电力企业应定期对营销人员进行培训和提升,让他们具备更高的专业素质,更准确地把握市场变化和客户需求。(2) 完善公司制度与激励机制。通过建立科学的员工管理制度和激励机制,能够充分调动员工的积极性和创造性。这不仅有助于提高营销效率,还能促进企业文化的发展,提高企业的凝聚力和竞争力。在薪酬制度设计上,可以通过业绩奖励、职位晋升等多种方式来激励员工。

4 开拓电力营销市场的建议与展望

4.1 对电力企业的建议

(1) 加强市场调研与分析能力。电力企业应持续强化其市场调研与分析能力,以更精准地捕捉市场需求和竞争态势。通过深度调研,了解各类客户的用电习惯、需求变化及未来趋势,为制定和调整营销策略提供坚实的数据支撑。同时,对市场细分和目标客户群的精准识别,有助于企业实施差异化营销策略,更好地满足不同客户群体的需求。(2) 创新市场营销手段与服务模式。

面对日益激烈的市场竞争,电力企业需不断创新市场营销手段,如利用大数据和人工智能技术进行精准营销,开发电力APP、小程序等线上服务渠道,提升客户体验。服务模式上,可探索智慧能源服务、合同能源管理、综合能源解决方案等新型服务,为客户提供更全面的能源服务^[4]。此外,强化客户关系管理,建立长期稳定的客户关系,也是提升市场竞争力的关键。(3)提高电力产品质量与可靠性。产品质量和供电可靠性是电力企业的核心竞争力所在。企业应持续投入,提升电网建设和运维水平,确保供电质量和稳定性。同时,加强电力产品创新,如开发高效节能的电力产品,满足市场和客户对绿色低碳、高效节能的需求。

4.2 对政府部门的建议

(1)完善电力市场法规与政策环境。政府部门应进一步完善电力市场的法规体系,明确市场准入、交易规则、价格机制等关键要素,为电力市场的健康发展提供坚实的法制保障。同时,加强对电力市场的监管,打击不正当竞争和违法行为,维护市场秩序。在政策支持方面,可以制定和实施一系列激励措施,如税收优惠、补贴政策等,鼓励电力企业创新、扩大投资和提升服务质量。(2)推动电力行业的市场化进程。深化电力体制改革,加快电力市场的市场化进程,是推动电力行业高质量发展的关键。政府部门应逐步放开电力市场的准入门槛,允许更多社会资本进入电力行业,增加市场供给和竞争活力。同时,推动电力市场的交易机制创新,如建立电力现货市场、完善电力期货市场等,提高电力资源的配置效率。此外,加强对电力市场的监管和评估,确保市场化进程的平稳有序。(3)加大对清洁能源的支持与引导。随着全球气候变化的日益严峻,清洁能源的发展已经成为电力行业的重要方向。政府部门应继续加大对清洁能源的支持力度,通过制定和实施一系列激励措施,如税收优惠、补贴政策、绿色信贷等,鼓励电力企业加大清洁能源的研发投入和项目建设。同时,加强对清洁能源市场的监管和引导,确保清洁能源的健康发展。

4.3 电力营销市场的未来展望

(1)电力市场的发展趋势与机遇。未来,电力市场将呈现绿色化、智能化、多元化的发展趋势。随着全球对气候变化的关注加深,绿色低碳将成为电力行业发展的主旋律。智能电网、分布式能源、微电网等新型电力系统技术的快速发展,将为电力营销市场带来新的机遇。同时,电力市场的多元化发展,如电动汽车、智能家居等新兴领域的兴起,将不断拓展电力营销的边界和深度。(2)电力营销的创新方向与前景。在创新方向上,电力营销将更加注重数字化、智能化、定制化。数字化营销将借助大数据、云计算、物联网等先进技术,实现营销活动的精准化、自动化和高效化。智能化服务将依托人工智能技术,提供个性化、智能化的用电建议和解决方案。定制化服务则根据客户的不同需求,提供量身定制的电力产品和服务。

结束语

综上所述,深化电力营销改革是开拓更广阔电力市场的必由之路。通过建立健全市场营销体系、创新营销手段、提高服务质量与效率,以及加强人才培养与引进,电力企业可以更好地适应市场变化,满足客户需求,提升市场竞争力。同时,政府部门的支持与引导也是推动电力营销市场健康发展的关键。展望未来,随着技术的不断进步和市场的持续深化,电力营销将迎来更多创新与变革,为电力行业的高质量发展注入新的活力。

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,(09):98-100.
- [2]关艳,崔新廷.深化电力市场改革下电力营销新理念、新战略及新模式研究[J].农业经济,2020,(13):143-144.
- [3]朱志伟.基于电力市场改革的电力营销管理探究[J].中外企业家,2019,(10):116-117.
- [4]兰秋伟.基于电力市场改革的电力营销管理探究[J].山东工业技术,2019,(03):27-28.