

新能源背景下电力营销模式的转型与升级

杨贝贝 陈 昊

国网河南省电力公司三门峡供电公司 河南 三门峡 472000

摘 要：本文探讨了新能源背景下电力营销模式的转型与升级。随着全球能源转型的迫切需求和对可持续发展的日益重视，新能源的快速发展成为推动电力行业创新的重要动力。文章分析了传统电力营销模式存在的问题，提出了新能源背景下电力营销模式转型与升级的策略，包括更新电力营销理念、创新电力营销模式、加强技术支撑和人才培养等。

关键词：新能源；电力营销；模式转型；技术创新

引 言

随着全球能源转型的迫切需求和对可持续发展的日益重视，新能源的快速发展成为推动电力行业创新的重要动力。风能、太阳能、生物能等新能源以其清洁、可再生、环保等优势，成为未来能源发展的主要方向。在新能源背景下，传统电力营销模式已难以满足市场需求，电力营销模式亟需转型与升级。

1 传统电力营销模式存在的问题

传统电力营销模式主要基于中央化的电力供应模式，这一模式在长期的运营过程中逐渐暴露出一系列问题，首先，输电损耗较大是传统电力营销模式面临的一大难题。在电力从发电厂输送到用户的过程中，由于电网的电阻、电感以及变压器等设备的损耗，电力会不可避免地产生一定的损失。这种损耗不仅增加了电力企业的运营成本，也影响了电力的有效利用。特别是在长距离输电过程中，损耗问题尤为突出，使得电力资源的分配和利用效率受到限制。其次，传统电力营销模式难以满足分布式能源发展需求。随着新能源技术的快速发展，分布式能源如太阳能、风能等逐渐崭露头角。然而，传统电力营销模式主要侧重于中央化的电力供应，对于分布式能源的接入和利用存在诸多限制。这不仅限制了新能源的广泛应用，也阻碍了电力市场的多元化发展。再者，定价机制缺乏市场化和灵活性是传统电力营销模式的另一大弊端。在传统模式下，电力价格往往由政府或监管机构统一制定，缺乏市场机制的调节。这种定价方式难以反映电力的真实供需关系和成本变化，也无法激励电力企业和用户合理用电、节约用电。同时，缺乏灵活性的定价机制也限制了电力市场的竞争和创新。最后，交易机制不够灵活和高效也是传统电力营销模式存在的问题之一。在传统模式下，电力交易往往通过长期合同和固定价格进行，缺乏市场化的交易方式和灵活的交易机制。这使得电力市场难以快速响应供需变

化，也无法充分反映电力资源的稀缺性和价值。同时，交易过程中的信息不对称和交易成本较高也影响了电力市场的效率和公平性^[1]。

2 新能源背景下电力营销模式转型与升级的策略

2.1 更新电力营销理念

2.1.1 引入节能减排可持续发展理念

随着新能源技术的飞速发展和全球对环境保护意识的增强，电力企业作为国家能源战略的重要实施者，应积极响应国家节能减排政策，将可持续发展理念深度融入电力营销的各个环节。这不仅仅是一种政策响应，更是企业长远发展的必然选择。电力企业应通过推广新能源电力产品和服务，如太阳能发电、风能发电等清洁能源，引导用户逐步转变用电习惯，合理使用电力资源。同时，通过提供节能减排的解决方案和咨询服务，帮助用户降低能耗，提高能源利用效率，从而促进整个社会能源结构的优化升级。此外，电力企业还应加强与社会各界的合作，共同推动新能源技术的研发和应用，为可持续发展贡献更多力量。

2.1.2 转变服务与需求关系认识

在新能源背景下，电力企业需要重新审视自身的服务性质，明确自己不仅是电力的提供者，更是能源解决方案的服务商。因此，构建市场化的营销服务理念显得尤为重要。这要求电力企业在营销活动中，必须坚持以客户为中心，深入了解用户的用电需求和偏好，提供多样化、个性化的电力产品和服务。例如，针对不同用户群体的用电特点，推出差异化的电费套餐、增值服务，满足用户的特定需求。同时，电力企业还应加强售后服务体系的建设，提供及时、高效的服务响应，解决用户在使用过程中遇到的问题。通过提供优质的电力产品和服务，提升用户的满意度和忠诚度，进而增强企业的市场竞争力。此外，电力企业还应积极关注市场动态和用户需求的变化，不断调整和优化营销策略，以适应

新能源时代的发展要求。

2.2 创新电力营销模式

2.2.1 发展平台化服务模式

随着新能源技术的迅猛发展和广泛应用,电力市场的竞争日益激烈。为了在这样的市场环境中脱颖而出,电力企业需要积极探索并实践平台化服务模式。通过构建全面、高效的能源服务平台,电力企业能够整合上下游资源,包括新能源发电企业、电力设备制造商、能源服务提供商以及科研机构、政府相关部门等,形成强大的产业链合力。这一平台不仅为用户提供一站式的能源解决方案,涵盖电力供应、能效管理、新能源接入、电力交易、咨询服务等多个方面,还通过数据共享、信息互通等手段,实现资源的高效配置和利用。用户可以通过平台轻松获取所需的能源产品和服务,享受便捷、高效的服务体验。平台化服务模式的优势在于其能够打破传统电力营销的壁垒,实现资源的优化配置和高效利用。通过平台,电力企业可以更加准确地把握市场需求和用户行为,利用大数据分析、人工智能等技术手段,深入挖掘用户数据,从而提供更加个性化、差异化的服务。同时,平台化模式还能够促进电力企业与用户之间的互动和交流,增强用户的参与感和满意度,提升用户忠诚度。此外,平台化服务模式还能够促进电力企业的创新和发展^[2]。通过与其他企业和机构的合作,电力企业可以引入更多的创新元素和技术手段,不断提升自身的服务水平和竞争力。这种模式的实施有助于提升电力企业的市场竞争力,实现多方共赢的局面,推动整个电力行业的可持续发展。

2.2.2 推动源网荷储互动化

新型电力系统强调“清洁低碳、安全充裕、经济高效、供需协同、灵活智能”的基本原则,这为电力企业的营销模式提出了新的要求。在新能源背景下,电力企业应积极推动源网荷储互动化,即加强电源侧、电网侧、负荷侧和储能侧之间的协同配合,实现电力系统的整体优化和高效运行。具体来说,电力企业可以通过优化电力资源配置,提高新能源的接入比例和利用率,降低传统能源的依赖程度。这包括加大新能源发电项目的投资力度,推动新能源技术的研发和应用,以及加强与新能源发电企业的合作等。同时,加强电网侧的智能化建设也是推动源网荷储互动化的重要一环。通过引入先进的智能化技术和设备,提高电网的灵活性和可靠性,确保电力供应的稳定性和安全性。这包括建设智能电网、推广智能电表、加强电网监测和管理等。在负荷侧,电力企业可以通过需求侧管理、智能电表等手段,

深入了解用户的用电需求和习惯,引导用户合理用电、节约用电。通过制定科学合理的用电计划,优化用户的用电行为,降低电力系统的负荷波动和能耗。此外,储能侧的发展也是源网荷储互动化的重要一环。通过储能技术的应用,可以有效平抑电力系统的波动,提高电力系统的稳定性和经济性。这包括建设储能设施、推广储能技术、加强储能设施的管理和维护等。

2.2.3 实施负荷管理常态化

随着新能源渗透率的不断提高,电力系统的负荷特性日趋复杂多变。为了适应这种变化,电力企业应实施负荷管理常态化,将负荷管理作为日常运营的重要组成部分。具体来说,电力企业可以通过精准识别高耗能、高排放企业,深入了解这些企业的生产规律和用电需求,制定科学合理的负荷管理方案。通过引导这些企业在高峰时段减少用电、在低谷时段增加用电,可以有效平抑电力系统的负荷波动,提高电力系统的稳定性和经济性。同时,还可以通过对这些企业的用电行为进行监测和分析,及时发现并解决用电过程中存在的问题,确保电力系统的安全运行。此外,电力企业还应加强对大型用户的用电监测和管理。通过智能电表、远程抄表等手段实时掌握用户的用电情况,及时发现并解决用电过程中的异常问题。同时,还可以通过对大型用户的用电行为进行分析和预测,为电力企业的电力调度和规划提供有力支持。除了对大型用户的管理外,电力企业还应通过开展需求侧管理、电力市场交易等手段,引导所有用户合理用电、节约用电。通过制定科学合理的电价政策、推广节能技术和产品、加强用电宣传和教育等方式,提高用户的节能意识和用电效率,共同维护电力系统的绿色、安全、经济运行。

2.3 加强技术支撑

2.3.1 提升计量采集技术水平

随着新能源的迅猛发展和广泛应用,电力系统的负荷特性变得日益复杂多变,对计量采集技术提出了更高的要求。为了应对这一挑战,电力企业必须不断提升计量采集技术水平,以确保计量采集数据的频率、准确性和时效性。具体来说,电力企业应采用高精度的计量设备,如电子式电能表、智能电表等,提高数据采集的精度和可靠性。这些设备具有测量准确、功能全面、易于远程管理等特点,能够确保每一度电都能被准确计量,为电力交易、负荷管理、能效服务等提供坚实的基础。同时,电力企业需要增加计量采集的频率,通过实时或准实时的数据采集,掌握电力系统的运行状态和用户的用电情况^[3]。这不仅能够及时反映电力系统的负荷变化,

还能够为电力企业提供及时的决策支持,帮助其迅速响应市场变化和用户需求。此外,电力企业还应优化数据采集和传输技术,提高数据的时效性。通过采用先进的数据传输协议和加密技术,确保数据在传输过程中的安全性和可靠性。同时,利用云计算、物联网等技术,实现数据的实时处理和存储,为电力企业提供高效、便捷的数据服务。

2.3.2 应用智能电网技术

智能电网技术是实现电力系统智能化、信息化的重要手段,对于提升电力企业的服务水平和运营效率具有重要意义。电力企业应积极应用智能电网技术,通过智能电表、智能控制系统等设备,实时监测用户的用电行为和用电习惯。智能电表作为智能电网的重要组成部分,能够实时采集用户的用电数据,包括电量、电压、电流等多项指标。这些数据不仅为电力企业提供了全面、准确的用户用电信息,还为其进行电力市场分析、用户行为研究等提供了有力的数据支撑。智能控制系统则能够根据用户的用电需求和电力系统的运行状态,自动调节电力供应。通过智能调度、优化运行等方式,确保电力系统的稳定运行和用户的用电质量。同时,智能控制系统还能够实现电力设备的远程监控和故障预警,提高电力设备的可靠性和安全性。在此基础上,电力企业还可以利用大数据分析和人工智能算法处理这些海量数据。通过数据挖掘、机器学习等技术手段,挖掘用户的用电规律和潜在需求,为用户提供精准、个性化的电力服务。例如,通过数据分析,电力企业可以了解用户的用电高峰时段和低谷时段,从而制定合理的电价策略,引导用户合理用电。同时,还可以根据用户的用电习惯和需求,为其提供定制化的能效服务方案,帮助用户提高能源利用效率,降低用电成本。

2.4 加强人才培养

2.4.1 引入高素质营销专业人才

在新能源时代背景下,电力企业的营销模式和服务方式正经历着深刻的变革。为了适应这一变化,电力企业必须注重高素质营销专业人才的引进和培养。首先,企业应通过校园招聘、社会招聘等多种渠道,积极引进具有市场营销、能源管理、数据分析等相关专业背景的高校人才,为营销团队注入新鲜血液。这些人才不仅具

备扎实的专业知识,还拥有较强的创新能力和市场开拓精神,能够为电力企业的营销工作带来新的思路和活力。同时,电力企业还应加强内部培训,提升现有营销人员的专业素质和业务能力。通过定期组织营销技能培训、新能源知识讲座、市场分析研讨会等活动,帮助营销人员及时了解市场动态和新技术发展趋势,掌握先进的营销理念和方法。此外,企业还可以鼓励营销人员参加行业交流会议、专业认证考试等,不断提升其专业素养和竞争力。

2.4.2 建立完善的激励机制

为了激发营销人员的积极性和创造力,电力企业应建立完善的激励机制。首先,企业应制定科学合理的薪酬体系,确保营销人员的付出得到应有的回报。薪酬体系应体现绩效导向,将营销人员的业绩与薪酬挂钩,激励他们积极开拓市场、提升服务质量。其次,企业应建立完善的晋升机制,为营销人员提供广阔的职业发展空间。通过设立明确的职业晋升通道和评价标准,让营销人员看到自己的职业前景和发展方向,从而更加努力地工作和学习。同时,企业还可以通过设立创新奖励、团队奖励等多种激励方式,鼓励营销人员不断创新服务模式和方法。对于在营销工作中表现出色、提出创新思路和方法的营销人员,企业应给予表彰和奖励,激发他们的创新热情和积极性。

结束语

新能源背景下,电力营销模式亟需转型与升级。通过更新电力营销理念、创新电力营销模式、加强技术支撑和人才培养等措施,电力企业可以更好地适应市场变化,提升市场竞争力。未来,随着新能源的快速发展和电力市场的不断完善,电力营销模式将继续向更加智能化、个性化、高效化的方向发展。

参考文献

- [1]高培.互联网背景下电力营销服务创新的相关研究[J].中国商论,2020(20):58-60.
- [2]赵紫菱.移动互联网背景下的电力营销服务创新[J].通讯世界,2020,27(01):244-245.
- [3]付新华.分析移动互联网背景下的电力营销服务创新[J].科技创新导报,2019,16(08):226+228.