

# 智能电网时代下的电力营销创新与实践

成先平 裴训慧

荆州三新供电服务有限公司石首分公司

DOI:10.12238/hwr.v8i7.5553

**[摘要]** 随着智能电网的快速发展和电力市场的不断改革,电力营销信息化成为了提升电力市场竞争力、实现电力企业可持续发展的重要手段。其中智能电网以其高效、可靠、智能的特点,为电力营销管理带来了前所未有的变革机遇,因为在智能电网时代,电力营销不再局限于传统的售电模式,而是更加注重客户需求、服务质量和市场响应速度,因此探索和实践智能电网时代下的电力营销创新策略,对于提升电力企业的市场竞争力具有重要意义,所以本文就智能电网时代下的电力营销创新与实践策略进行阐述,希望能够对广大读者有所帮助。

**[关键词]** 智能电网; 电力营销; 创新与实践

**中图分类号:** TM727 **文献标识码:** A

## Innovation and practice of power marketing in smart grid era

Xianping Cheng Xunhui Pei

Jingzhou Sanxin Power Supply Service Co., LTD Shishou Branch

**[Abstract]** With the rapid development of smart grid and the continuous reform of power market, power marketing information has become an important means to enhance the competitiveness of the power market and realize the sustainable development of power enterprises. Among them, smart grid, with its efficient, reliable and intelligent characteristics, has brought unprecedented opportunities for power marketing management. Because in the era of smart grid, power marketing is no longer limited to the traditional model of electricity sales, but pays more attention to customer demand, service quality and market response speed, so explore and practice the innovative strategy of power marketing in the era of smart grid. It is of great significance to enhance the market competitiveness of electric power enterprises, so this paper expounds the innovation and practical strategies of electric power marketing in the era of smart grid, hoping to be helpful to readers.

**[Key words]** smart grid; Electric power marketing; Innovation and practice

## 引言

智能电网作为现代电力系统的重要组成部分,其集成了先进的传感技术、通信技术和计算技术,能够实现电力系统的智能化、自动化和信息化管理。与传统电网相比,智能电网在提升电力系统运行效率、提高电力供应可靠性和促进可再生能源利用等方面具有显著优势,而且随着智能电网的快速发展,电力企业面临着前所未有的市场竞争压力和用户需求变化,传统的电力营销模式已无法适应智能电网时代的需求。

### 1 智能电网对电力营销的影响

#### 1.1 智能电网的特点与发展趋势

智能电网作为现代电力系统的重要创新,具有高效、可靠、灵活、可控等特点,其中智能电网通过智能传感和监测技术,可以实现电力系统的实时监控和状态感知,提高电力系统的运行效率和安全性<sup>[1]</sup>;其次智能电网通过智能控制和调度技术,可以

实现电力系统的动态优化和资源配置,提高电力供应的可靠性和灵活性;除此以外智能电网还通过智能通信和信息技术,可以实现电力系统的信息共享和协同管理,促进电力系统的智能化和自动化发展。而智能电网的发展趋势主要体现在三个方面:一是技术创新与应用拓展,智能电网将继续推进大数据、物联网、人工智能等新技术的应用,推动电力系统的智能化升级和创新发展。二是市场化改革与用户参与,智能电网将促进电力市场的开放和竞争,提升用户的选择权和参与度,推动电力市场的多元化和灵活化发展。三是可持续发展与绿色能源,智能电网将促进可再生能源的广泛应用和能源资源的高效利用,推动电力行业的绿色发展和环境保护<sup>[2]</sup>。

#### 1.2 电力营销面临的机遇与挑战

如今在智能电网的推动下,电力营销迎来了新的发展机遇,其中智能电网可以通过大数据和物联网技术的应用,使得电力

企业能够深入了解用户的用电行为和需求变化,提供精准的电力产品和服务,提升用户的满意度和忠诚度;同时智能电网还通过智能控制和调度技术的应用,使得电力企业能够实现电力资源的优化配置和成本控制,提升电力营销的效率和效益;除此以外智能电网还通过智能通信和信息技术的应用,使得电力企业能够实现电力产品和服务的在线销售和远程管理,拓展电力市场的覆盖范围和用户群体。然而智能电网对电力营销也带来了新的挑战<sup>[3]</sup>,例如电力企业需要不断提升技术水平和管理能力,才能有效利用智能电网的先进技术,实现电力营销的智能化和信息化管理;其次电力企业需要应对日益激烈的市场竞争和用户需求变化,必须不断创新电力营销模式和服务内容,才能保持市场竞争力和用户满意度;此外电力企业还需要重视数据安全和隐私保护问题,确保用户数据的安全性和隐私性,提升用户的信任度和依赖度。

## 2 智能电网对电力营销的作用

### 2.1 提高供电质量,促进电力营销水平

智能电网的引入,标志着电力行业向更高质量服务迈出了坚实的一步,而智能电网通过集成先进的电子技术,不仅可以实现对供电质量的全面监控与即时补偿,还能有效解决传统电网中电压波动、谐波污染等问题,确保了电压的稳定性和供电的连续性;而且在输电过程中,智能电网还能够智能调节电压水平,减少不必要的能源损耗,这样不仅提升了电力传输的效率,也大幅降低了企业的运营成本;最后对于客户而言,稳定的供电质量意味着更少的设备故障和更高的生产效率,从而增强了他们对电力企业的信赖和满意度,这种正面反馈直接促进了电力营销的深化,使得电力企业在市场竞争中占据更有利的位置<sup>[4]</sup>。

### 2.2 提高供电可靠性

如今在智能电网的架构下,供电可靠性得到了前所未有的提升,其中智能电网内置的高级传感器和智能分析系统,能够实时监测电网运行状态,及时发现并隔离潜在故障点,有效预防大面积停电事故的发生,更为显著的是智能电网还具备强大的应急响应能力,在主电网遭遇突发故障时,能够迅速启动分布式发电资源,确保关键负荷的连续供电。这种无缝切换和快速恢复的能力,极大地减少了因停电造成的经济损失和社会影响<sup>[5]</sup>,而且对于企业和居民用户而言,高可靠性的供电服务意味着更高的生产效率和更舒适的生活环境,进一步巩固了电力企业在客户心中的良好形象,为电力营销的持续健康发展奠定了坚实基础。

### 2.3 促进与用户之间的交流和互动

智能电网的普及,极大地促进了电力企业与用户之间的交流和互动,其中智能电表作为智能电网的重要组成部分,不仅可以实现电量的精准计量,还为能够用户提供丰富的用电信息;而且用户可以通过智能电表了解自己的用电情况,并根据实时电价调整用电计划,实现用电成本的最优化<sup>[6]</sup>;此外智能电网还支持DER(分布式能源资源)的接入,鼓励用户安装太阳能光伏板、

风力发电机等可再生能源设备,并将多余电力回馈给电网。这种双向互动模式不仅能够提高用户用电的便捷性和经济性,还增强了电力市场的透明度和公平性,而且电力企业还可以通过智能电网平台收集用户反馈和需求信息,不断优化服务内容和方式,形成了良性循环的互动机制。

## 3 智能电网时代下的电力营销创新与实践策略

### 3.1 创新优化管理机制

#### 3.1.1 建立以服务为中心的常态运行机制

如今在智能电网时代,电力企业的核心竞争力正逐渐转向服务质量与客户满意度,因此构建以服务为中心的常态运行机制显得尤为关键,其中这一机制要求企业上下树立全员服务意识,将服务视为企业运营的核心驱动力,并通过明确岗位职责,形成跨部门协作、全员参与的工作氛围,确保每位员工都能深刻理解并践行服务至上的理念;同时引入绩效管理,将服务质量和客户满意度作为关键考核指标,激励员工不断提升服务水平,并通过持续优化服务流程、创新服务方式,电力企业能够建立起高效、便捷、人性化的服务体系,赢得客户的信赖与好评<sup>[7]</sup>。

#### 3.1.2 引入闭环管理制度

闭环管理制度作为提升电力营销管理效率与质量的重要手段,其中该制度要求对电力营销管理中的关键环节实施全过程监控与反馈,确保每项工作都能按照既定标准与流程高效执行,例如针对抄表、收费、故障处理等关键环节,建立标准化的操作流程与监控机制,通过实时监控与数据分析,及时发现并纠正工作中存在的问题与偏差<sup>[8]</sup>;同时建立有效的反馈机制,鼓励员工积极提出改进建议与意见,促进管理制度的不断完善与优化,闭环管理制度的实施,有助于提升电力营销管理的规范化、精细化水平,确保各项工作都能达到最佳效果。

#### 3.1.3 提高服务质量,加强员工培训

如今在智能电网背景下,电力企业应更加注重提升服务人员的综合素质与专业技能,如通过完善奖惩制度、实施精细化管理等措施,激发员工的积极性与创造力,促使他们不断提升服务水平;同时加强员工培训与技能竞赛活动,为员工提供学习成长的机会与平台,而且培训内容应涵盖智能电网技术、客户服务技巧、市场营销策略等多个方面,帮助员工全面掌握电力营销管理的知识与技能,并通过培训与实践相结合的方式,提升员工的专业素养与实战能力,为电力营销管理提供有力的人才保障。

### 3.2 有效推广网络营销

#### 3.2.1 构建网络营销平台

如今随着互联网的普及与移动通信技术的发展,网络营销已成为电力企业拓展市场、提升服务效率的重要途径,其中构建集信息查询、电费缴纳、故障报修等功能于一体的网络营销平台,有助于实现与客户的实时互动与在线服务,并通过平台提供便捷、高效的服务体验,满足客户的多样化需求;而且还可以利用大数据与人工智能技术分析客户行为数据,精准推送个性化

服务与信息内容,提升客户满意度与忠诚度;除此以外网络营销平台的构建不仅有助于提升电力企业的市场竞争力,还能为企业创造更多的商业价值与社会效益。

### 3.2.2推广分布式能源接入

分布式能源接入虽是智能电网的重要组成部分,但同时也是电力企业拓展新业务领域、提升服务能力的关键举措,因此企业可以通过鼓励用户安装分布式能源设备(如太阳能光伏板、风力发电机等)并接入电网系统,实现用户发自自用、余电上网的灵活用电模式,这不仅能够提高用户的用电自主性与经济性,还能促进可再生能源的利用与节能减排目标的实现,而且电力企业应充分利用网络营销平台推广分布式能源接入服务,为用户提供全方位的技术支持与服务保障,如通过智能电表与DER技术的集成应用,实现用户用电数据的实时监测与分析,为用户提供更加精准、高效的用电管理与服务方案<sup>[9]</sup>。

### 3.3建立阶梯电价模式

#### 3.3.1制定科学合理的电价体系

阶梯电价模式作为一种有效引导用户合理用电、节约用电的电价制度,其在智能电网背景下应根据市场需求与成本结构制定科学合理的阶梯电价体系,并通过不同时段的价格差异与用电量阶梯定价机制,去鼓励用户在低谷时段增加用电、在高峰时段减少用电,从而平衡电力供需关系、降低系统运行成本;其次在制定电价体系时,应充分考虑用户的经济承受能力与社会公平性原则,确保电价既能够反映电力成本又能够引导用户行为;同时利用智能电网的数据分析与预测功能对电价进行动态调整与优化,确保电价体系的科学合理性与适应性。

#### 3.3.2实施公平与效率并重的管理策略

在实施阶梯电价模式时,电力企业应注重公平与效率的平衡与兼顾,一方面要确保电价公平合理,避免对用户造成不合理的经济负担;另一方面要提高电力资源的利用效率,促进节能减排目标的实现,这样通过智能电网的数据采集与分析功能实时监测用户的用电情况与负荷特性,不仅能够为电价制定提供精准的数据支持,同时还可以加强对电价执行情况的监督与管理力度,确保电价政策得到有效落实<sup>[10]</sup>,此外还可以加强与政府

监管部门、行业协会等外部机构的沟通与合作共同推动阶梯电价模式的顺利实施与持续优化。

## 4 结语

总而言之,智能电网时代为电力营销带来了前所未有的变革机遇和挑战,通过创新优化管理机制、推广网络营销、建立阶梯电价模式等措施,电力企业可以不断提升营销管理水平和服务质量,增强市场竞争力。同时针对信息化建设过程中存在的问题,积极寻求解决方案不断完善和提升信息化建设水平,为电力企业的可持续发展奠定坚实基础。

## 【参考文献】

- [1]匡莎莉.智能电网建设中电力营销智能化体系研究[J].现代营销(经营版),2019(5):87.
- [2]熊敏,杨亮.智能电网环境下电力营销支持系统的建设[J].南方农机,2019,50(11):252-253.
- [3]吴道平,雷蕾,黄强.智能电网建设中电力营销智能化体系分析[J].科技资讯,2019,17(20):222,224.
- [4]季益坤.智能电网建设中电力营销智能化体系研究[J].探索科学,2020(10):258.
- [5]文涛.智能电网视域下的电力营销信息化建设[J].通讯世界,2018(10):221-222.
- [6]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.
- [7]石群芳.智能电网下的网络化电力营销建设探讨[J].工程技术研究,2017(11):199-200.
- [8]张思路,李沛霖.智能电网环境下电力营销支持系统的建设[J].电子技术与软件工程,2018(24):96.
- [9]王海萍.智能电网形势下的电力营销优质服务对策分析[J].海峡科技与产业,2018(9):23,25.
- [10]司洪波,陈海燕.对智能电网环境下电力营销智能化体系的分析[J].通讯世界,2016(20):167,168.

## 作者简介:

成先平(1977--),男,汉族,湖北石首人,本科,工程师,研究方向:电力营销。