

# 能源互联网电力营销服务能力提升策略

江琛<sup>1</sup> 魏晓涵<sup>2</sup>

1 国网河南省电力公司汝南县供电公司 2 国网河南省电力公司遂平县供电公司

DOI:10.12238/hwr.v8i5.5423

**[摘要]** 能源互联网的崛起标志着电力行业正在向着更加智能、绿色、可持续发展的方向。在这个新格局下,电力行业需要不断提升自身的服务能力,以适应市场的变化和用户的需求。电力营销服务作为连接供电企业与终端用户之间的纽带,服务能力的提升将直接影响到电力市场的竞争格局和行业的发展方向。本论文将聚焦于基于能源互联网的电力营销服务能力提升策略,探讨如何借助能源互联网的技术和平台优势,改进电力营销服务的方式和效果。

**[关键词]** 能源互联网; 电力营销服务; 能力提升; 策略

中图分类号: P754.1 文献标识码: A

## Research on Strategies for Improving Power Marketing Service Capability Based on Energy Internet

Chen Jiang Xiaohan Wei

1 State Grid Henan Electric Power Company Runan County Power Supply Company

2 State Grid Henan Electric Power Company Suiping County Power Supply Company

**[Abstract]** The rise of energy Internet indicates that the power industry is developing in a more intelligent, green and sustainable direction. In this new pattern, the power industry needs to continuously improve its service capabilities to adapt to market changes and user needs. As a link between power supply enterprises and end users, the improvement of service capabilities in power marketing services will directly affect the competitive landscape of the power market and the development direction of the industry. This paper will focus on the strategy of improving the power marketing service capability based on the energy Internet, and discuss how to improve the way and effect of power marketing service with the help of the technology and platform advantages of the energy Internet.

**[Key words]** Energy Internet; Electricity Marketing Services; Ability Improvement; Strategy

随着能源互联网的兴起和发展,电力行业正在经历着前所未有的变革。能源互联网以其高效、智能、绿色的特点,正在重塑着整个电力系统的格局和运行方式,为电力行业带来了前所未有的机遇和挑战。在这一背景下,电力营销服务作为国家电网与用户之间的桥梁和纽带,其重要性也日益凸显。本论文旨在探讨基于能源互联网的电力营销服务能力提升策略。

### 1 “能源互联网”营销服务概述

国家电网公司于2020年3月初召开专题会议,由公司党组书记、董事长毛伟明主持,会议旨在研究确定将“具有中国特色国际领先的能源互联网企业”作为公司长远发展的战略目标。会议明确指出,互联网是实现这一目标的手段,而建设能源互联网企业则是推动电网向能源互联互通、共享互济的过程,同时也是运用互联网技术改造提升传统电网的过程。

随着信息技术和能源技术的融合,能源互联网作为新一代

电力工程能源基础设施的重要组成部分,正逐渐改变着电力工程的能源生产、传输、消费的模式,同时也对电力行业的营销服务提出了新的要求和挑战。能源互联网营销服务不仅仅是传统电力营销服务的延伸和拓展,更是在新的技术和市场环境下,对营销服务模式、内容和效果进行全面优化和升级的重要举措。

### 2 电力营销服务概述

国家电网是中国大型国有企业之一,公司位列2023年《财富》世界500强第3位,是全球最大的电力公司之一,也是中国最大的电力生产和供应商之一。国网供电公司作为国网公司的重要分支机构,承担着向用户提供电力供应服务的重要职责。公司致力于为广大用户提供稳定、安全、高效的电力供应服务,满足不同用户的用电需求,促进经济社会发展和能源可持续发展。电力营销服务是指电力企业为满足用户用电需求、提供优质电力产品和服务、增强企业竞争力而进行的一系列市场营销活动。

在电力行业,电力营销服务具有重要意义,不仅关乎企业的生存和发展,也直接影响到社会经济的稳定和可持续发展。作为国家电网重要成员,国网供电公司在电力营销服务领域发挥着重要作用,其丰富的经验和先进的理念为电力行业提供了有益的借鉴和参考<sup>[1]</sup>。

### 3 能源互联网对电力营销服务的影响

#### 3.1 智能化营销服务的实现

能源互联网的核心特征之一是智能化。在智能电网的支持下,可以通过智能计量、智能调度等技术手段,实现对电力生产、传输、消费等各个环节的实时监测和精准控制。在营销服务中,智能化意味着可以更加精准地了解用户的用电需求和行为特征,通过大数据分析和人工智能算法,为用户提供个性化、定制化的服务方案,从而提升用户满意度和忠诚度。

#### 3.2 互动性营销服务的加强

能源互联网的发展为供电企业与用户之间的互动提供了新的平台和渠道,促进了营销服务的互动性和参与度。通过互联网平台、移动应用等新技术手段,企业可以与用户实现多层次、全方位的互动和沟通,了解用户的需求和反馈,及时调整营销策略和服务方案。例如,可以通过社交媒体平台建立用户社群,邀请用户参与产品设计、服务改进等活动,促进与用户的深度互动和合作,增强品牌认同和用户黏性<sup>[2]</sup>。

#### 3.3 个性化营销服务的提升

能源互联网的建设和发展,为企业拓展营销渠道提供了更多的可能性。除了传统的线下销售和服务渠道外,可以利用互联网、移动通信等新技术手段,建立在线销售平台、社交媒体营销渠道等,实现与用户的多层次、全方位的互动和沟通。通过多元化的营销渠道,企业可以更好地触达目标用户群体,提升品牌知名度和市场占有率。

#### 3.4 可持续性营销服务的实现

能源互联网的建设和发展,为企业提供了实现可持续性营销服务的新途径和新模式。通过利用清洁能源、智能技术和节能措施,企业可以提供更加环保、高效的电力产品和服务,满足用户对绿色能源和可持续发展的需求。例如,企业可以推广智能家居设备和智能电表,帮助用户实现用电节约和效率提升,减少能源消耗和环境污染,推动电力营销服务向更加可持续的方向发展。

### 4 基于能源互联网的电力营销服务能力提升策略

#### 4.1 提升党建工作,落实战略部署

党建工作在任何时候都是组织发展的灵魂,尤其在当今复杂多变的社会环境下,党建引领更显得尤为重要。国家电网公司作为中国电力行业的领军企业,其党建工作不仅关乎企业自身的发展,也直接关系到国家电力事业的稳定和发展。在落实发展战略部署过程中,党建工作应当发挥引领作用,凝聚共识、提升素质,为企业的长远发展提供坚强政治保证和组织保障。企业应当不断优化和完善党组织的组织架构,建立健全党委、党总支、党支部等各级党组织,确保党的组织体系完整、覆盖全面。要加强党组织的组织力量建设,注重培养和选拔优秀党员干部,建设

一支忠诚、干净、担当的党员队伍,为企业发展提供坚强保障。还要发挥战斗堡垒作用,带头践行党的理论和路线方针政策,引领全体党员坚定理想信念,增强“四个意识”,做到“两个维护”<sup>[3]</sup>。

此外,企业要建立健全党风廉政建设监督机制,加强对权力运行的监督和制约,健全内部审计和监察体系,防止和纠正各种不正之风和腐败现象。加强党员干部和员工的廉政教育和道德建设,开展形式多样、内容丰富的廉政教育活动,提高党员干部和员工的思想道德水平和法律意识。坚决查处党员干部和员工的违纪违法行为,坚决维护党的纪律和国家法律法规的严肃性和权威性,营造风清气正的良好政治生态。还要通过各种形式的宣传教育活动,传承和弘扬党的光荣传统和优良作风,激发全体党员的责任感和使命感。倡导和培育良好的企业文化,弘扬“为人民服务”的价值观念,营造积极向上、团结和谐的企业氛围。推进党建文化品牌建设,打造“党建+”的特色品牌,将党建工作融入到企业发展的各个方面,形成强大的凝聚力和向心力。

#### 4.2 利用数据驱动,优化拓展用户服务

随着信息技术的不断发展和普及,网络已成为企业拓展用户服务渠道的重要手段之一。国家电网作为电力行业的领军企业,积极利用网络技术优化拓展用户服务渠道,提升服务水平,满足用户多样化的需求,推动企业发展。可以通过搭建在线客服平台,为用户提供24小时在线咨询和服务,解决用户的问题和疑虑。利用大数据和人工智能技术,建立智能化用户信息管理系统,实现对用户用电行为和需求的实时监测和分析,为个性化服务提供数据支持。可以推进移动用户端应用开发,为用户提供便捷的用电查询、账单缴费、故障报修等服务,提升用户体验。

除此之外,企业可以利用微信、微博等社交媒体平台,开展电力知识普及、宣传推广和在线互动,增强品牌影响力和用户粘性。通过举办线上抽奖、促销活动等形式,吸引用户参与,增加用户互动,提升品牌知名度和市场份额。还可以建设电商平台,推出电力产品和服务,如电器销售、家居节能产品等,满足用户多样化的用电需求。

#### 4.3 制定个性化营销服务,提高用户满意度

个性化营销服务方案是为了更好地满足用户的个性化需求,提高用户满意度和忠诚度。通过对用户数据进行分析,识别不同用户群体的特征和需求,将用户分为不同的分类,如居民用户、工业用户、商业用户等。针对不同用户群体的特点和需求,制定定制化的服务方案,包括用电优化建议、节能方案、电费优惠政策等,满足用户个性化需求。根据用户的用电情况和需求,推荐适合的电力产品和服务,如智能电表、节能设备、清洁能源产品等,提升用户满意度和用户体验。为重要用户提供专属客户经理服务,负责跟进用户需求、解决问题,建立长期稳定的合作关系,增强用户忠诚度。还可以通过电话、短信、邮件等多种渠道,与用户保持定期沟通和互动,了解用户反馈和需求变化,及时调整服务方案。定期举办用户活动,如用户感恩日、用户座谈会等,同时赠送用户礼品,增强用户参与感和归属感。通过网络营销、

社交媒体推广等方式,向目标用户群体推送个性化营销信息,提高用户转化率和购买意愿。综合以上措施,企业可以打造个性化营销服务方案,更好地满足用户需求,提升用户满意度和忠诚度,促进企业可持续发展。

#### 4.4 跨界合作与创新模式,提升企业核心竞争力

跨界合作与创新模式是推动企业发展的重要途径之一。通过与其他行业的企业或机构合作,探索新的商业模式和服务方式,实现资源共享、优势互补,提升企业核心竞争力。

(1) 能源与科技跨界合作:与科技公司合作,共同开发智能能源管理系统和节能产品,如智能电表、智能家居系统等,提升能源利用效率,推动能源革命。

(2) 产业链延伸合作:与电力设备制造商、清洁能源开发商等产业链上下游企业合作,共同打造完整的产业链,实现资源共享、协同发展,提升产业竞争力。

(3) 城市建设与智慧能源合作:与城市规划、建设管理机构合作,共同推进智慧城市建设,实现城市能源的智能化管理和优化配置,提升城市能源利用效率和环境可持续性。

(4) 金融与能源合作:与金融机构合作,共同推出能源金融产品和服务,支持清洁能源项目建设和能源效率改造,降低企业能源成本,促进能源产业发展。

(5) 文化与创意产业合作:与文化创意产业企业合作,共同开发能源相关的文化产品和活动,如能源文化展览、文化创意产品推广等,提升企业品牌影响力和社会美誉度。

(6) 国际合作与技术输出:与国际能源企业或机构合作,共同开展跨国能源项目,推广国内先进的能源技术和管理经验,拓展国际市场,实现技术输出和双赢合作。

通过跨界合作与创新模式,企业可以融合各方资源和优势,实现跨行业、跨地域的合作共赢,推动企业可持续发展,实现经济效益和社会效益的双重提升。

#### 4.5 完善协同服务模式,实现“互联网+”落地

加大对数字化技术研发的投入,是企业在实现数字化转型过程中至关重要的一环。这一举措不仅是对技术的投资,更是对未来发展的战略性布局。首先,随着科技的不断进步,数字化技术的应用场景和业务模式也在不断涌现,因此,积极探索新的

数字化应用场景和业务模式成为了必然选择。可以通过多种途径来实现。首先,加强与科研院所、高校等科研机构的合作,共同开展数字化技术的研究与开发,探索适用于电网行业的新技术和新应用。其次,加强与科技企业的合作,利用市场化的力量推动数字化技术的商业化应用,将科研成果转化为实际生产力。此外,还可以鼓励内部创新,设立专门的科研团队或实验室,集中力量攻关,加快技术创新和成果转化的速度。在积极探索新的数字化应用场景和业务模式的同时,国家电网公司还应该注重提升企业的数字化水平和竞争力。这不仅仅是技术的问题,更需要从组织架构、流程管理、人才队伍等方面进行全面升级和优化。例如,建立数字化管理平台,实现对各个业务环节的全面监控和管控;推动企业内部信息化和数字化转型,提升工作效率和服务质量;加强数字化人才队伍建设,培养一批具有创新意识和技术实力的人才,为企业的数字化发展提供坚实的人才支持。

总之,随着社会经济的发展和电力行业的变革,电力营销服务面临着新的发展趋势和挑战。首先,随着电力市场的逐步开放和竞争的加剧,电力企业需要加强品牌建设和市场开拓,提升服务质量和竞争力。其次,随着科技的不断发展和应用,电力营销服务将更加注重智能化、个性化和互动性,推动营销模式和服务方式的创新和升级。再次,随着社会对绿色能源和可持续发展的关注度不断提高,电力企业需要加强环保理念和可持续发展意识,推动电力营销服务向更加环保、高效的方向发展。

#### [参考文献]

[1]朱克,张文,刘辉舟,等.基于能源互联网营销服务系统的全渠道接入技术研究[J].供用电,2023,40(11):2-9+25.

[2]郭小川,程鹏.面向能源互联网的电力营销服务新模式研究[J].中国新通信,2019,21(20):162.

[3]林芬,黄海,张建辉,等.市场环境下营销风险防控与社会责任实践[J].电力信息与通信技术,2016,14(09):114-118.

#### 作者简介:

江琛(1996--),女,汉族,河南省遂平县人,本科,研究方向:电力营销。

魏晓涵(1996--),女,汉族,河南省遂平县人,本科,研究方向:电力营销。