

Development Strategy of Electricity Market under the Background of Improving Economic Benefits

Xiaojing Shi Zeqing Shi

State Grid Hanzhong Power Supply Company, Hanzhong, Shaanxi, 723000, China

Abstract

With the rapid development of social economy, the demand of electric power market is increasing, and the economic benefits of electric power enterprises have been significantly improved. However, there are still some problems in the power marketing management, such as non-standard power consumption management, lack of scientific rationality in the later construction of the power grid and lack of marketing consciousness of the power enterprises. Under the background of the economic benefit improvement, the development strategy of electricity market should start from many aspects: first, establish the market demand oriented concept and enhance the market acuity; secondly, rectify and cancel the middle layer of electricity, establish and improve the reasonable price mechanism; again, continuously improve the technical level of the enterprise, strengthen the construction of infrastructure, to ensure the stability and reliability of power supply; finally, establish the quality service strategy to enhance customer satisfaction, so as to enhance the competitiveness and market share of the enterprise. The implementation of these strategies will help the power enterprises to achieve sustainable and healthy development in the highly competitive market environment.

Keywords

economic benefit; electricity market; market development strategy

经济效益提升背景下电力市场开拓策略

石小晶 史泽青

国网汉中供电公司, 中国·陕西 汉中 723000

摘要

随着社会经济的快速发展, 电力市场的需求不断增加, 电力企业的经济效益显著提升。然而, 电力市场营销管理中依然存在用电管理不规范、电网后期建设缺乏科学合理性及电力企业市场营销意识不足等问题。在经济效益提升的背景下, 电力市场开拓策略需从多方面入手: 首先, 树立以市场需求为导向的观念, 增强市场敏锐度; 其次, 整顿并取消用电中间层, 建立和完善合理的电价机制; 再次, 不断提高企业技术水平, 加强对基础设施的建设, 确保供电的稳定性和可靠性; 最后, 建立优质的服务策略, 提升客户满意度, 以此增强企业竞争力和市场占有率。这些策略的实施将有助于电力企业在竞争激烈的市场环境中实现持续健康发展。

关键词

经济效益; 电力市场; 市场开拓策略

1 引言

在全球范围内, 经济迅速扩张, 工业化的脚步不断加快, 这带动了电力需求的持续上升。作为现代文明运转的基石, 电力这一能源的用量正呈现出稳步增长的趋势。在经济效益显著提升的背景下, 电力企业面临着市场竞争加剧、资源利用效率提升以及环境保护等多重压力。在电力市场中, 市场营销管理存在若干难题, 如用电管理不规范、电网后期建设未遵循科学合理性原则, 以及电力企业对市场营销的认识存在不足等, 这些因素限制了电力企业的持续发展。在经济效益提升的背景下, 探究电力市场开拓的策略, 具有重要的现

实意义。电力公司须以市场需求为引领, 优化电力传输的中间环节, 不断升级技术能力, 加强基础设施的完善, 并制定高品质服务方针, 如此才能有效应对市场的各种挑战, 确保其业务的持续发展, 并促进社会经济的全面增长^[1]。

2 电力市场营销管理现状

2.1 用电管理不够规范

我国电力市场已涵盖广泛区域, 然而在用电管理方面, 尚存众多不规范现象。首先, 在不同地理区域内, 电网装备的技术先进程度展现出显著的不均衡性, 在都市地区, 电力设施和技术相较于乡村更为发达, 相应的管理机制也更加成熟, 在边远乡村地域, 受制于财政预算的制约, 电力设施及其技术的升级与推广进程迟缓, 进而造成了这些区域在电力

【作者简介】石小晶(1986-), 女, 中国山西临汾人, 硕士, 工程师、经济师, 从事市场营销研究。

利用方面规范性的不足。其次，诸多农村地区的电力设备已经过时，输电线路出现老化现象，由此引发的安全风险因为维修不及时而变得更加严峻，这进一步导致了电力使用管理的混乱，农村地区的工作人员在电力管理方面普遍没有接受过系统的专业训练，对于用电管理的关键性缺少足够的理解和认识，在日常工作过程中，往往因为缺乏科学的管理手段和前沿的管理思想，从而造成了电力资源的浪费以及不必要的损失。最后，部分员工在执行设备保养及故障排除工作时，未能遵循既定的标准化程序，导致电力供应的稳定性和可靠性受到影响，在农村地区，用电管理的法律法规的执行力度不足，监管机制存在缺陷，导致部分地点出现违规用电和偷电的行为^[2]。

2.2 电网后期建设缺乏科学合理

在电力应用过程中，诸多繁杂而至至关重要的议题亟需被深刻关注，若忽视，可能导致严峻的安全风险，电网的建设工作，从初步的规划到实际的施工环节，都要求严格的科学性和合理性，此外，在建设完成后的运行维护阶段，高效的管理和不断的优化调整同样重要，这是确保电网长期稳定运行的关键，在现实情境中，电网的后续搭建常常未能得到科学和合理的规划与管理，导致电网系统遭遇众多挑战和问题。在电网建设进入后期阶段时，诸多地区未能进行系统性与前瞻性的规划，电网的拓展与升级通常不及电力需求的迅速增长，进而造成供电潜力不足，无法迎合消费者的电力需求，规划与建设的迟缓，不仅对电力供应的稳定性产生了负面影响，同时也限制了经济进步和社会秩序的顺畅运作，在电网建设的后续阶段，存在着专业人员的配置与管理不善的问题，导致定期的检修与维护工作未能达到规范标准。受制于资金与人力资源约束，诸多电网企业未能按既定计划对设施进行全面检查与保养，结果便是设施日益陈旧并频繁出现故障，在所述状况下，若电网系统的稳定与安全无法得到确保，则大规模停电事故的发生变得极为可能。

3 经济效益提升背景下电力市场开拓策略

3.1 以碳达峰碳中和理念为导向

在全球气候变化的背景下，“碳达峰、碳中和”已成为世界各国发展的重要目标。中国作为全球最大的碳排放国之一，也积极响应全球气候变化倡议，承诺在2030年前实现碳达峰，2060年前实现碳中和。这一宏伟目标不仅为中国的能源结构转型指明了方向，也为电力市场的开拓提供了新的思路和机遇。首先，以碳达峰、碳中和理念为导向，电力市场应加快推进清洁能源的发展。清洁能源如风能、太阳能、水能和核能等，具有零排放或低排放的特点，是实现碳中和的关键。在电力市场的开拓中，应大力发展这些清洁能源项目，优化能源结构，减少对煤炭、石油等传统化石能源的依赖。此外，还应积极推广分布式能源系统和智能电网建设，提升能源利用效率，实现能源的高效、清洁和可持续利

用。其次，电力市场的开拓应注重技术创新和产业升级。碳达峰、碳中和的实现离不开先进技术的支持，如碳捕捉与封存（CCS）、储能技术、新型电力系统等。通过加强科技研发，推动电力产业的技术进步，提升能源转换效率和资源利用率，是电力市场发展的重要策略。同时，鼓励和支持企业在清洁能源技术、智能电网、大数据和人工智能等领域的创新，打造具有国际竞争力的电力产业链和生态系统。最后，电力市场的开拓还需要政府政策的支持和引导。制定和实施有利于清洁能源发展的政策法规，如碳排放交易机制、可再生能源补贴政策、电价改革等，为清洁能源企业提供良好的发展环境和政策保障^[3]。

3.2 整顿取消用电中间层，建立和完善良好的电价机制

当前用电市场疲软的一个主要原因是终端电价过高。电价的控制与调整对于电力市场的开发至关重要，其中整顿并取消电力销售环节的中间层是关键的一环，诸多企业中层管理层面存在管理效率低下、技术水平滞后、服务品质不佳的问题，这引起了顾客对服务质量的不满，诸多管理开销以及地方性附加开销，最终均摊至电费单价之上，导致最终用户电费价格攀升。因此，必须对电力市场中位于底层和顶层之间的中间层级进行梳理和整治，逐步剔除其中非必要的中间环节，这样做是旨在减轻电价负担，并致力于拓展电力市场的运作范围。针对电力销售过程的中间环节，必须进行一次彻底的梳理与整改，部分电力供应链的中间管理层人员，在专业能力和服务观念方面存在明显不足，这直接造成了其管理效率的低下，并进一步导致了整个供应链成本的上升。最终，所有的费用都由电力消费者承担，导致了电价偏高，因此，针对电力系统中的中间环节，必须执行严格的管理与监督职能，以提升管理层面和服务水平，保障电力销售流程的高效率执行，对于存在的不合理的中间层次的费用，应当予以废除，地方行政单位及公司机构在电力价格中附加上不合理的额外费用，此举措使得消费者所承担的电力消费成本上升，进而对电力市场的生机与活力产生了不利影响。政府机构需制定并实施一系列政策，对现存不合理的额外收费项目进行彻底的审查和废除，以保障电力价格的公开性和公平性，针对电力企业，应增强监管力度，防止其通过不合理的手段提升价格以获取额外利润，要想根本解决该问题，关键在于构建并优化电价机制，电价机制的动态调整，应依赖市场供需状况及其成本变动，目的是确保电价合理且稳定，政府应当提升电价政策的制定与执行力度，构建一套能准确体现电力市场真实供需与生产成本的科学电价机制。电力公司需致力于技术进步与管理效率的提升，以减低其运营开支，进而为基础电价的下调创造条件^[4]。

3.3 不断提高企业技术水平，加强电能替代研发

在经济效益提升的背景下，电力市场的开拓需要不断提高企业技术水平，并加强电能替代研发。电能替代是指利

用电能替代传统化石能源,以实现节能减排和提高能源利用效率。首先,提升企业技术水平是实现电能替代的基础。企业应加大研发投入,推动技术创新,尤其是在智能电网、储能技术、新能源发电技术等领域。智能电网技术的应用,可以实现电力的智能调度和优化管理,提高电网的运行效率和可靠性。储能技术的发展,则可以解决新能源发电的不稳定性问题,提升清洁能源的利用率。此外,太阳能、风能等新能源发电技术的不断进步,也为电能替代提供了有力支撑。其次,企业需要加强电能替代的研发和应用。以电动汽车为例,作为电能替代的重要领域,其市场潜力巨大。企业应加快电动汽车及其配套设施的研发和推广,推动交通领域的电能替代。同时,企业还应关注工业、农业、建筑等领域的电能替代,开发适用于不同场景的电能替代技术和设备。例如,在工业领域,可以推广电加热、电动机等电能设备替代传统燃煤、燃油设备;在农业领域,可以推广电动农机具、电灌溉设备等;在建筑领域,则可以推广电热泵、电采暖等电能替代技术此外,企业还应积极参与标准制定和政策制定,推动电能替代的规范化和标准化。最后,通过制定和实施电能替代相关标准,规范市场行为,提升产品质量和安全性。同时,企业可以与政府合作,共同推动电能替代相关政策的出台,如电能替代补贴政策、电价优惠政策等,为电能替代的推广应用提供政策支持。在经济效益提升的背景下,不断提高企业技术水平,加强电能替代研发,是电力市场开拓的重要策略。通过技术创新、标准制定、政策支持和人才培养,企业可以有效推动电能替代的应用,实现节能减排和经济效益的双重目标。

3.4 建立优质的服务策略

针对企业员工,关于服务观念的提高,电力公司应当着手于三个方向,制订并推行卓越的服务方案。首先,需要强化监管与评估的工作强度,并构建一个全面且完善的监管体系,企业应当融合外部社会监督力量与内部管理监督机制,来保障其服务品质的透明性和公平性,建立用户投诉和提议的途径,激发顾客对服务问题的告知愿望,同时,依计划对服务品质实行审查。应当严格实施内部监督机制,对员工的服务态度和工作表现进行定期的审查与评估,构建多级

监管机制,目的是让每位职工都能清楚认识到自己应当提供的服务内容,从而提高对服务工作的认知和重视程度。其次,针对公司员工,需要加强其在职业道德、服务技巧以及礼仪方面的教育培训,以期提升整体服务水平,公司需定期安排员工参与培训活动,主要聚焦于提升员工在职业道德和服务意识方面的素养。通过专项训练课程,增进员工在服务领域内的技术操作能力,确保其熟练地掌握必要的技术信息和能够在突发状况下进行有效的处置,在对员工进行专业训练时,应特别强调服务礼仪的重要性,这样在与客户互动的过程中,他们能够展现出得体的职业风貌和必要的礼节,通过一系列有组织的训练课程,旨在使得工作人员在提供服务时能展现出其专业性、热情以及细致的服务态度。最后,对于企业而言,细化奖惩机制,能够有效促进员工主动提高服务品质,为了提升员工的工作热情和整体的工作效率,企业必须出台具体而明确的奖惩措施,这些措施包括对那些服务态度优良、工作成绩显著的员工给予物质和精神上的奖励与公开表彰,此举旨在建立一种积极的榜样作用,从而激励所有员工共同努力,不断提高他们的工作积极性。

4 结论

在经济效益提升的背景下,电力市场的开拓策略至关重要。通过树立市场需求导向观念、整顿用电中间层、提高技术水平并加强基础设施建设,电力企业能够有效应对市场竞争。建立优质的服务策略,不仅提升了客户满意度,也强化了企业的市场地位。综合这些措施,电力企业不仅能够实现自身的可持续发展,还将为社会经济的进一步繁荣做出积极贡献。

参考文献

- [1] 宋乐.电力市场开拓及电力企业营销管理策略分析[J].现代企业文化,2023(23):81-84.
- [2] 周浩.电力市场开拓及电力企业营销管理策略[J].现代企业,2023(4):15-17.
- [3] 张菊莲.电力市场开拓及电力企业营销管理策略[J].中国中小企业,2021(11):215-217.
- [4] 王弋捷.电力市场开拓及电力企业营销管理策略[J].现代商贸工业,2021,42(24):34-35.