

The Impact of the Transformation of the New Power System on Power Marketing Work

Yuting Ji

State Grid Shanxi Electric Power Company Zezhou County Power Supply Company, Jincheng, Shanxi, 048000, China

Abstract

With the severe challenges of global climate change and the deepening of sustainable development concepts, the transformation of new power systems has become an important trend in the energy field. The new power system relies on technological innovation and mode transformation, with clean and low-carbon, safe and controllable, flexible and efficient, intelligent and friendly, and open interaction as its core features, aiming to achieve the goal of carbon peak and carbon neutrality, and promote the clean and low-carbon transformation of the energy structure. Clean substitution on the power generation side has become mainstream, and traditional industries such as oil and gas have entered the power industry. The proportion of new energy generation has significantly increased, which has had a profound impact on power marketing work. In the transformation of electricity consumption, the widespread application of energy storage and hydrogen technology, disruptive changes in residential energy consumption patterns, and rapid development of the comprehensive energy service industry have further promoted the adjustment of electricity marketing models. To adapt to the transformation of the new power system, power marketing needs to strengthen technological innovation and research and development investment, improve marketing management system, enhance market analysis and forecasting capabilities, in order to cope with market changes and competitive challenges, improve service quality and customer satisfaction.

Keywords

new power system; clean and low carbon; technological innovation; marketing management; market analysis; energy transition

新型电力系统转型对电力营销工作的影响

姬玉婷

国网山西省电力公司泽州县供电公司, 中国·山西 晋城 048000

摘要

随着全球气候变化的严峻挑战和可持续发展理念的深入, 新型电力系统转型成为能源领域的重要趋势。新型电力系统依托技术创新与模式变革, 以清洁低碳、安全可控、灵活高效、智能友好和开放互动为核心特征, 旨在实现碳达峰碳中和目标, 推动能源结构的清洁低碳转型。发电侧清洁替代成为主流, 油气等传统行业进军电力行业, 新能源发电比例显著提升, 对电力营销工作产生了深远影响。用电侧变革中, 储能与氢能技术广泛应用, 居民用能方式颠覆性改变, 综合能源服务产业快速发展, 进一步推动了电力营销模式的调整。为适应新型电力系统转型, 电力营销需加强技术创新与研发投入, 完善营销管理体系, 强化市场分析与预测能力, 以应对市场变化和竞争挑战, 提升服务质量和客户满意度。

关键词

新型电力系统; 清洁低碳; 技术创新; 营销管理; 市场分析; 能源转型

1 引言

在全球气候变化的背景下, 能源转型已成为全球共识。新型电力系统作为能源领域的重要创新, 通过技术创新与模式变革, 推动了能源结构的清洁低碳转型。这一转型不仅改变了电力系统的运行方式, 也对电力营销工作提出了新的要求和挑战。论文旨在探讨新型电力系统转型对电力营销工作的影响, 并提出相应的应对策略, 以期为电力营销工作的创新发展提供参考。

【作者简介】姬玉婷(1997-), 女, 中国山西晋城人, 本科, 助理工程师, 从事电力系统营销研究。

2 新型电力系统概述

2.1 定义

新型电力系统, 简而言之, 是在传统电力系统基础上, 依托技术创新与模式变革, 形成的一种以更高效率、更低排放、更强互动性为核心特征的全新能源体系, 标志着能源领域的深刻转型。传统电力系统单向、线性, 且高度依赖化石燃料, 已难以满足新时代需求^[1]。新型电力系统应运而生, 通过技术创新实现能源生产、传输和消费的全链条优化, 广泛应用清洁能源, 使能源结构更清洁、低碳。智能电网技术的应用提高了电力系统的灵活性和互动性, 使能源传输更高效、安全。同时, 推广电动汽车、智能家居等新型用能方式,

引导用户更科学、合理地使用能源。此外，新型电力系统注重模式变革，打破了传统电力系统的单向、线性模式，形成了源网荷储互动、多能互补的新型模式，提高了整体效率，增强了电力系统的稳定性和安全性^[2]。

2.2 转型目标与任务

新型电力系统转型的目标与任务明确，旨在实现碳达峰碳中和，要求大幅降低碳排放并逐步实现碳的净零排放，这是全球气候治理的迫切需求和电力系统可持续发展的内在动力（图 1）。尽管面临挑战，但也孕育了绿色发展、产业升级等新机遇^[3]。确保能源电力安全是转型基石，要求稳定能源供应和电力网络安全运行，以支撑经济社会稳定发展。新能源比例提升带来挑战，同时也为新能源、储能、智能电网等技术带来发展机遇。满足经济社会电力需求是转型根本，需加强源网荷储协调互动，提升电力系统智能化水平，并为电力市场开放和服务创新带来新机遇^[4]。最大化消纳新能源是转型的核心任务之一，要求充分接纳和利用新能源，提高利用率和效益，这是实现清洁低碳能源体系的关键途径。需要加强新能源技术的研发和应用、完善市场机制、提高电力系统的灵活性和调节能力，同时也为新能源产业的发展 and 能源结构的优化带来了新机遇。

3 新型电力系统转型的主要方面

3.1 发电侧转型

发电侧转型在气候变化和“双碳”目标下成为必然。清洁替代成为主流，风能、太阳能等可再生能源广泛应用，有助于减排、能源多元化和可持续发展。但面临技术、电网和市场机制挑战，需加大研发、加强电网建设和完善市场机制。油气等传统行业进军电力，需合作、聚焦市场和加大环保投入。新能源发电比例提升，有助于减少化石能源依赖，促进能源转型，带来多重正面影响，但也带来挑战^[5]。因此，需加强技术研发、完善电网、推动传统能源转型，并建立健全市场机制和政策。

3.2 用电侧变革

用电侧变革深刻影响电力需求和用电行为。储能与氢能技术平衡供需、提高系统稳定性，优化需求曲线。居民用能方式改变，新型设备普及，增加负荷峰值，对电力质量和可靠性提出更高要求。综合能源服务提高利用效率，降低能源成本，改变用电行为和需求模式，推动行业转型^[6]。为适应变革，需加大储能与氢能技术研发，优化电网结构，加强基础设施建设，推广智能电网技术。电力行业应转型为综合能源服务提供商，加强跨行业合作，开发综合能源服务项目和技术，并加强人才培养和团队建设。

4 新型电力系统转型对电力营销工作的直接影响

4.1 电力营销环境变化

近年来，电力市场结构显著变化，从垄断向竞争型转变，

涉及发电、输配电及用电侧多个环节。这些变化加剧了市场竞争，要求电力营销注重市场细分和差异化策略，同时电网的开放性和灵活性提升为营销带来创新空间。市场主体多元化，包括传统发电企业、新能源企业、售电公司、电力用户及新兴领域企业，形成复杂市场架构^[7]。

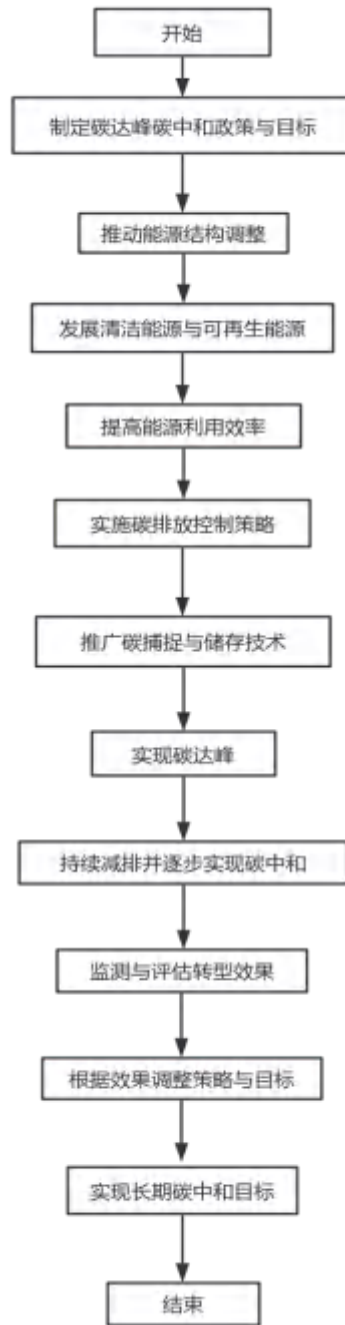


图 1 实现碳达峰碳中和目标的主要路径和步骤

4.2 电力营销模式的调整

在新型电力系统转型下，电力营销模式正经历深刻调整。传统模式中，营销主要依赖计划调配，资源分配和使用受严格管控。随着市场竞争机制引入，电力营销需面向更开放、多元的市场环境，从计划驱动向市场驱动转变，注重市场需求和竞争态势。其调整前后主要变化情况如表 1 所示。

表 1 调整前后的营销组合策略（产品、价格、渠道、促销）变化

营销组合策略	调整前	调整后
产品	以传统电力产品为主，较少考虑客户需求和偏好	根据客户需求和偏好，提供个性化的电力产品和服务，如智能家居解决方案、绿色电力产品等
价格	固定的电价策略，较少考虑市场变化和竞争态势	灵活的电价策略，根据市场需求、竞争态势和客户需求进行动态调整，如分时电价、优惠套餐等
渠道	传统的销售渠道，如营业厅、电话客服等	多元化的销售渠道，包括线上平台（如官方网站、移动应用）、社交媒体、合作伙伴渠道等，提升渠道覆盖和便捷性
促销	传统的促销方式，如广告宣传、折扣优惠等	创新的促销方式，如社交媒体营销、客户忠诚度计划、跨界合作等，提升品牌知名度和客户参与度

5 新型电力系统转型下电力营销工作的应对策略

5.1 加强技术创新与研发投入

在新型电力系统转型背景下，电力营销面临加强技术创新与研发投入的重要任务。新能源技术成为关键，能推动清洁能源普及，提高系统稳定性和效率。同时，数字化智慧化营销系统的建设是电力营销的重要创新方向，通过集成大数据、云计算、人工智能等先进技术，实现客户需求的精准分析、营销策略的智能化制定以及服务流程的自动化处理，提高客户满意度和忠诚度，并为电力营销提供更多的数据支持和决策依据。为加强这些方面的技术创新与研发投入，电力营销工作需要与科研机构、高校等建立紧密的合作关系，共同推进相关技术的研发与创新，并加大对新能源技术应用项目和智能电网技术的投资力度，推动其在电力系统中的广泛应用^[8]。

5.2 完善营销管理体系

在新型电力系统转型背景下，完善营销管理体系对提升电力营销竞争力至关重要。需建立健全的电力营销管理制度，确保工作有序，提高运营效率和服务质量。同时，提升营销团队的专业素质与服务能力，增强专业知识、市场分析能力、客户服务技巧，以提高专业性和服务质量，增强客户满意度和忠诚度。这些改进对电力营销长期发展意义重大，能增强市场竞争力。为实现目标，需注重制度的全面性和系统性，加强执行监督和评估；注重组织扁平化和流程简洁化，加强人员培训和管理。

5.3 强化市场分析与预测能力

在新型电力系统转型下，电力市场供需形势显著变化，对电力营销提出新挑战。为应对此，强化市场分析与预测能力成为关键任务，包括预测电力需求、分析供应能力、判断供需平衡点等，以把握市场机会，制定合理策略。同时，需密切关注市场动态，及时调整营销策略，保持竞争优势。

提高对竞争对手的监测与分析能力也很重要，通过监测和分析，及时了解对手动态和策略，为制定针对性策略提供依据。在转型中，这些能力提升对电力营销长期发展至关重要。为此，需建立市场监测和数据分析体系，加强与客户沟通，建立市场反馈机制，注重策略灵活性和创新性。同时，建立竞争情报体系，收集、分析竞争对手信息，加强动态监测，为制定差异化策略提供支持。

6 结语

综上所述，新型电力系统转型深刻影响电力营销。需强化技术创新与研发投入，完善管理体系，提升市场分析预测能力，以应对市场变化。通过这些调整，电力营销将更好地融入新型电力系统，促进能源清洁低碳转型，助力可持续发展。

参考文献

- [1] 苏子蔚.新型电力系统下电力企业财务管理转型路径探讨[J].投资与创业,2023,34(17):90-92.
- [2] 张楠,陈兰兰.“双碳”下的统筹保供与转型新型电力系统建设[J].通信电源技术,2023,40(20):132-134.
- [3] 王云飞.新型电力系统背景下电网发展业务数字化转型架构及路径研究[J].电力设备管理,2023(24):143-145.
- [4] 谢林江,毛正雄,罗震宇.数字化转型中新型电力系统典型信息安全威胁及对策分析[J].新型工业化,2022,12(3):191-193.
- [5] 全球能源互联网2024学术年会论文征稿启事“面向新型电力系统的交直流输电与源网荷储数智化转型”专题[J].全球能源互联网,2024,7(3):后插1.
- [6] 郭旻,刘泽辉,马东娟,等.能源转型背景下新型电力系统非交互零知识证明加密应用机制研究[J].山西电力,2023(1):20-23.
- [7] 冯义华.全国两会代表委员热议能源转型、新型电力系统、新质生产力[J].农电管理,2024(4):8-10.
- [8] 肖传奇,王紫塔,叶赓,等.新型电力系统背景下电网发展业务数字化转型架构及路径分析[J].电器工业,2023(9):75-78.