

电力营销管理中电费电价管理策略

曲弘

(国网辽宁省电力有限公司沈阳供电公司)

摘要:一直以来,电力企业都在面临较为复杂的竞争环境,在很长一段时间内,电力市场均处于供大于求的状态。而电力行业发展对国民经济发展具有重大影响,因此在此前均是由政府统一调配和定价。但在用电需求不断增大的形势下,电力需求关系发生较大变化,电力行业的市场化发展成为必然发展趋势。用户用电需求呈现出多元化的特征,为能满足用户的个性化需求,需要打破原有单一的供电方式,且及时对电力营销结构进行调整。在复杂的市场竞争环境下,电力企业要想取得长效发展,则需着重加强电力营销管理工作。下文在分析电力营销管理中电费电价管理风险因素的基础上,探究有效的电费电价管理策略。

关键词:电力营销管理;电费电价管理;市场推广;电费标准体系

【DOI】10.12293/j.issn.1671-2226.2023.35.055

电力营销工作的开展是提升电力企业竞争优势的重要抓手,可以通过全面分析用户需求推出针对性较强的电力营销产品,满足不同用户群体的供电服务需求,切实提高用户服务体验,这可在用户心中树立良好的企业形象,使企业在市场中具有更好的影响力。而电力营销管理属于一项系统性工作,涉及的内容众多,其中的电费电价管理是决定企业经济收益的重要内容,对其管理策略展开研究对于促进电力企业的健康发展具有积极意义。

1 电费定价的主要形式

电费定价可被细分为销售电价、输配电价和两部制电价三种,其中的销售电价涉及电力成本、输配电时的损耗、输配电电价以及政府基金等,因此在定价时要在综合考虑上述因素的基础上,对于基本电费及其相关功率因数进行合理调整;输配电价则取决于输配电的成本,输配电电价的确认要在政府监管之下执行,且部分情况下需要接受政府的统一定价;两部制电价共由两部分组成,包括电度电价和基本电价,其中的电度电价指的是用户的用电量,根据用电量进行计价,而基本电价则需根据变压器的容量来计算。这里的两部制电价主要面向一些以大型工厂为代表的用电大户,此种定价方式不仅可以起到提高变压器利用率的重要作用,还可在一定程度上规范用电行为,指导用户科学用电,减少不必要的电能损耗。

2 电力营销管理中的电费电价管理风险

2.1 电价定价风险

在复杂的市场环境下,电力企业均认识到了进行电力营销的重要性,旨在通过经营活动的开展来提高自身的市场影响力,促进企业可持续发展。为能保障电力营销活动的科学开展,首先应强化对电费管理的重视,且积极收集用户信息,主动了解客户反馈意见,并对缴费状况等

信息进行汇总后及时反馈给企业领导者,使其认清自身的盈利能力,制定科学的经营策略。企业为了获得更好的发展会采取业务拓展的方式提高自身的服务水平,通过对企业业务资源的高效利用显著提升了供电服务能力,但在进行业务审批和用户信息管理时存在一定的不足,同时新业务的定价还存在不规范现象,这些均会影响用户满意度。

2.2 电费安全风险

这里的电费安全指的是对电费的及时有效回收,属于电力营销管理中的关键环节,如电费不能及时收缴,产生大量的逾期现象,则会对电力企业的流动资金量造成影响,严重的情况下甚至会影响电力营销业务的顺利开展。目前,智能电表已经实现了普及应用,可自动完成记录和核算等工作,但一些用户对电费计算标准认识不清,经常对电费金额产生怀疑,致使出现电费无法及时回收的问题。抄表工作是以人工手段进行用电情况审核,可有效避免用户的窃电、偷电行为。但手工抄表时很容易受到外界因素的干扰影响,致使测量资料易于出现误差。目前,有很大一部分电力企业采取先用电,后付费的营销方式,此举虽然可以促进电力消费水平,但逾期支付电费的状况时有发生,这无疑会影响电力营销业务的落实效果。

2.3 电费审核风险

信息化技术的普及应用使得电费稽查和审核过程也对信息技术产生了较大的依赖,信息化手段的应用不仅提高了稽查和审核的效率,也在一定程度上减轻了会计人员的工作压力。但部分情况下受到电力公司体制的制约影响,导致电费稽查时需要处理大量的冗余信息,严重影响了信息传递的效率。此外,进行信息化审核的过程中发现,因资料和信息的来源不可靠,经常出现审计结果与

实际情况存在出入的状况，这也对电费的收取带来了影响。

3 电力营销管理中电费电价管理的有效策略

3.1 及时更新管理观念,进一步优化服务水平

在信息化时代下，各类生产活动和管理活动发生重大变革，电力企业在进行电费电价管理时，也需融入一些新技术，保障对电费电价数据的科学核算与处理，以提升电费电价管理的效率。首先需要做到的便是打破原有计划经济时期的桎梏，积极转变管理观念，基于实际行业发展特点采取分层管理措施，提高电费电价管理的覆盖水平，使其能够满足绝大部分用户的用电需求，且同时进行分层管理还能提高其对突发事件的应对能力，最大限度的降低电费定价风险。除此之外，还需针对电费稽查的流程进行重新梳理，结合新时期的发展要求重组稽查流程，使其满足当代电力费用稽查的需求。为了能够进一步提升用户服务水平，可采取如下措施：

第一，在进行市场推广时，有意识的增进与客户互动，对用户需求进行全面了解，确保今后推出的电力营销产品均有其特定的用户群体；第二，做好用电知识宣传工作，一方面是指导用户安全用电，降低用电安全风险的发生率，一方面是指导用户科学用电，减少一些不必要的浪费行为，此举不仅能够实现对电力能源的高效利用，还有助于挖掘一些潜在客户，且控制浪费行为还可减轻电网系统的生产压力，使其始终处于稳定运行状态，提高系统运行的可靠性；第三，电力企业可以建立企业网站，并且设置意见交流专区，定期发布讨论话题，采取有奖意见征集措施鼓励用户积极参与，以实现与用户的定期交流，及时了解用户需求和对电力营销产品的期望值，整合多方信息后确定合理的电费定价标准。

3.2 建设科学的管理制度,健全风险控制管理体系

3.2.1 建设电费电价管理制度

电费电价管理工作与电力企业的自身经营收益存在密切的联系，为此企业经营者需要主动探查在电费电价管理中存在的问题，并且积极寻找有效的改进措施，确保电费电价管理工作的规范化开展。具体措施如下：首先，要结合区域用电实况和企业自身的营销服务特点进行合理定价，保障定价标准的合理性和公平性，以促进电力市场的规范运营；其次，要借助大数据技术进行区域用电数据采集，并且生成对应的数据库，实现对用电数据的全面整合与分析，使其为电力营销工作提供可靠的借鉴，提升电力营销方案的科学性；再次，制定标准化的电费管理制度，形成电费标准体系，具体需要结合已有的电费定价和

管理经验对电费标准体系内容进行不断完善与调整，使其能够适应当前的电费管理需求。为了提升用户对电费标准的认可度，可以指导用户参与电费标准体系的构建过程，充分收集用户意见制定出合理的电费标准；最后，要基于市场需求进行电力供应计划的设计，使其能够推动电力市场的稳定运行。

3.2.2 健全风险控制管理体系

对于电力营销管理中面临的电费安全风险以及定价、审核风险等，需要采取有效的风险控制管理措施加以控制，为能降低此类风险问题的发生率，可以基于已有的风险管理经验，预先制定风险控制管理体系。具体内容如下：第一，要先建立起科学的风险防范机制，在此过程中需要充分发挥企业领导者的管理作用和指导作用，做好顶层设计工作的基础上，指导各个部门加强交流和沟通，从长远的角度入手，制定风险防范机制，指导相关部门严格执行企业发展目标，提升自身的抗风险能力；第二，组建风险防范小组，并对风险管理任务进行细分，同时采取有效的教育宣传工作先强化小组成员的风险识别意识。此外，也要求其密切关注市场变动规律，并与企业金融部门进行联系，在监控电力市场的同时，预测风险问题，制定电费风险控制和处理预案，以降低企业财务风险和资金安全风险；第三，不断更新和完善风险监控体系，明确在不同电力营销方案中存在的风险因子，制定对应的风险防范计划，从根源上控制电费风险问题的发生率。

3.3 主动联系客户,依据用户需求进行分类管理

在电力营销的过程中发现，用户群体呈现出多元化的特征，不同用户群体的供电服务需求也所有不同，如不能根据用户需求推出电力营销产品与服务，则会影响电力企业在用户心中的形象，使其痛失部分用户。鉴于此，则需加强市场调研工作，在电力营销管理的过程中，强化对电费管理的重视，并且做好用电数据的整合与分析工作，基于具体的数据分析结果进行科学定价，这可全面提升定价标准化水平，且通过对用户需求的分析，提供针对性的营销产品，并进行分类管理可显著提升电费管理效果。借助大数据技术进行用电数据、销售数据以及电力价格变化趋势等的汇总分析，可以更好的找出定价规律，并明确定价与销售额之间的关系，同时基于市场动态变化特点，制定科学的营销方案可使电力企业经营水平得到进一步提升。

如某电力公司在2022年的5-6月期间出现发电量大幅度上涨，但销售收入反而下降的问题，经调查得知是由于处于农业灌溉的关键时期，电力损耗偏大，且由于销

售结构的变化致使低价电力的销售占比偏大,致使销售收入降低。进入7月之后,发电量进一步上涨,同时销售收入也大幅度提升,经调查是由于在此期间的空调使用频率增大。可见,电力营销效果会受到用户需求的直接影响,对于销售结构进行科学调整势在必行。

3.4 加强市场调查,做好用电数据的分析和利用工作

由于电力企业经营中需要面临十分复杂的市场竞争环境,因此需要做好市场发展动态的调研分析工作,确保能够及时掌握市场发展形势对企业经营策略进行有效调整。尤其是在确立电力价格体系时,要先对市场发展状况进行全面了解,并明确影响电价的关键因素,做好电力市场数据统计的基础上利用已有数据得出最为科学的电力价格体系。要想合理利用数据便需要保障数据来源的可靠性,从源头上控制因数据源质量问题对后期工作的影响。这里可以将电费汇总数据作为主要参考依据,并对企业内部的各类统计报表进行合理分析与利用,统计各用户的人数,对各个时间段的电费使用状况进行调查,对定价计划进行合理调整。在用电数据统计分析的过程中,可以将用户类型作为分类标准,将其划分为工业用户、农业用户和普通用户等,整合其用电数据的基础上,为电力价格的确定提供可靠的依据。

3.5 重视队伍建设,提高从业人员综合素质

电费电价管理风险还与从业人员的综合素质存在一定的联系,如在电费电价管理过程中出现突发问题时,相关人员不能及时拿出应对对策,则很容易引发一系列风险问题,致使企业丧失竞争力。为此,还需加强对从业人员队伍建设工作的重视,重点做好管理者以及直接参与电费电价管理过程人员的专业培养,并对电费信息会计、电费抄收、业扩报装等业务进行系统培训,不断强化相关从业者的综合素质水平,降低人为因素对电力营销和电费电价管理工作的不利影响。在条件允许的情况下,还可以对信息技术的应用能力进行培养,为电费电价的信息建设奠定坚实的基础,以保障最大程度上提升用电数据处理效率,为电费电价管理提供保障。

3.6 建设数据库,打造信息化管理平台

现阶段,部分电力企业已经实现了电力营销信息化管理的目标,实践证明,信息化管理系统的建设不仅可以提高数据收集和处理的效率,还可对各类营销产品的销售信息进行合理监控,及时掌握销售动态,以便对营销方案作出有效调整,保障最佳的经营效益。因此,建议相关电力企业能够积极推动电力营销管理的信息化建设工

作,充分挖掘信息技术的应用价值,借助技术优势强化数据信息的处理水平,为电费电价管理提供便利。第一,先建立一个电力营销管理平台,其中设置数据采集、储存、营销产品管理和电费电价管理等模块,并使之与智能电表建立联系,基于该平台实现对终端用户数据的全面采集和储存,实现用电数据动态监控的目标;第二,基于该平台还可保障各个部门业务信息的高效传递,为相关部门提供用电量、电费支付状况等信息的实时查询服务,使其可以根据电费收缴现状制定接下来的工作计划,以提升电费收缴的效率;第三,对于日常采集数据和电力营销数据进行分类储存,建立起对应的数据库,其中应包含市场用电量、用户信用状况以及用电特征等,基于此类信息资源的统一管理能够为电力营销方案的制定以及各类管理活动的开展提供可靠的数据支撑,且信息提取效率较高,可以随用随取,有效解决了因数据来源不可靠造成的一系列风险问题。

4 结语

在各类科技成果被普及应用的形势下,人们生活品质显著提升,对电力能源的需求量也与日俱增,同时工业领域的高速发展,也对电力能源提出了更高的要求。在多种因素的同步影响下,用电需求呈现出多元化的特征,电力企业要想获得长期稳定发展,则需认清当前的电力市场发展形势和用电需求特点,对电力营销管理方案进行及时调整,借助信息化技术和大数据技术实现对用电数据的科学分析,并且结合市场发展动态,形成合理的电费电价标准体系,为电力营销活动的开展奠定良好的基础。

参考文献

- [1]苏峰.电力营销管理中电费电价分析方法应用[J].科技资讯,2022,20(22):128-131.
- [2]何小兰.浅析电费电价分析方法在电力营销管理中的应用[J].中国集体经济,2021(17):55-56.
- [3]郭瑞旭.关于电力营销管理中电费电价管理方法的思考[J].通讯世界,2019,26(12):198-199.
- [4]钱凯,邢璐.电费电价分析方法在电力营销管理中的应用[J].纳税,2019,13(11):273.
- [5]曾嵘.试论电力营销管理中电费电价分析方法的应用[J].通讯世界,2018(03):303-304.