

电力营销的发展现状、问题与新理念

张 蓉, 陈玉鑫

国网宁夏电力有限公司中卫供电公司, 宁夏 中卫

收稿日期: 2025年3月3日; 录用日期: 2025年3月24日; 发布日期: 2025年4月8日

摘 要

本文以电力营销为研究对象, 探讨了其发展现状、面临的问题及新理念。通过文献研究和案例分析, 阐述了电力营销的概念、重要性及其在电力体制改革背景下的发展历程。文章详细分析了当前电力营销的市场环境、主要模式及面临的挑战, 并提出了数字化、绿色能源和客户关系管理等新理念。研究表明, 电力营销正经历深刻变革, 需要不断创新以适应市场变化和客户需求。本文为电力企业制定营销策略提供了理论依据和实践指导。

关键词

电力营销, 发展现状, 问题分析, 新理念, 数字化转型, 绿色能源, 客户关系管理

Current Development, Problems and New Ideas in Electricity Marketing

Rong Zhang, Yuxin Chen

Zhongwei Power Supply Company, State Grid Ningxia Electric Power Company Limited, Zhongwei Ningxia

Received: Mar. 3rd, 2025; accepted: Mar. 24th, 2025; published: Apr. 8th, 2025

Abstract

Taking power marketing as the research object, this paper discusses its development status, problems faced and new concepts. Through literature research and case study analysis, the concept of power marketing, its importance and its development history in the context of power system reform are explained. The article analyzes in detail the current market environment, main modes and challenges faced by power marketing, and proposes new concepts such as digitalization, green energy and customer relationship management. The study shows that power marketing is undergoing profound changes and requires continuous innovation to adapt to market changes and customer needs. This paper provides a theoretical basis and practical guidance for power enterprises to develop marketing strategies.

文章引用: 张蓉, 陈玉鑫. 电力营销的发展现状、问题与新理念[J]. 智能电网, 2025, 15(1): 1-5.
DOI: 10.12677/sg.2025.151001

Keywords

Power Marketing, Current Development, Problem Analysis, New Ideas, Digital Transformation, Green Energy, CRM

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着我国电力体制改革的深入推进和能源结构的不断优化, 电力营销作为连接电力企业与用户的重要纽带, 正面临着前所未有的机遇与挑战[1]。电力营销作为连接供需的核心环节, 其数字化转型是构建新型电力系统的关键。据国际能源署(IEA)统计, 2023 年全球智能电表部署量超 12 亿只, 推动电力营销从“单向供给”向“双向互动”演进[2]。在市场化改革、数字化转型和绿色发展的大背景下, 传统的电力营销模式已难以适应新时代的要求[3]。本文旨在探讨电力营销的发展现状, 分析其面临的主要问题, 并提出适应未来发展需求的新理念, 以期为电力企业的营销策略制定提供参考。

本研究采用文献研究和案例分析相结合的方法, 通过梳理国内外相关研究成果, 结合我国电力营销实践, 深入分析当前电力营销的现状和问题。同时, 结合行业发展趋势, 提出创新性的营销理念, 为电力企业的可持续发展提供思路。本文的研究不仅有助于丰富电力营销理论体系, 也对指导电力企业实践具有重要意义。

2. 电力营销的发展现状

电力营销是指电力企业以满足用户需求为核心, 通过市场调研、产品设计、价格制定、渠道管理和提供服务等一系列活动, 实现电力产品的价值转化和企业的经营目标[3]。在电力体制改革的大背景下, 电力营销的重要性日益凸显。它不仅关系到电力企业的经济效益, 还直接影响着能源资源的优化配置和社会经济的可持续发展。

当前, 我国电力营销市场环境呈现出多元化、竞争化的特点。随着售电侧改革的推进, 越来越多的市场主体进入电力市场, 用户选择权不断扩大。电力营销模式也从传统的垄断经营向市场化、个性化方向转变。主要模式包括直购电、竞价上网、分布式能源交易等[4] [5]。这些新模式不仅提高了市场效率, 也为用户提供了更多选择。

然而, 随着市场发展, 用户需求以及技术方面的提升, 电力营销仍面临着诸多挑战:

- 市场机制不完善: 以售电领域的竞争为例, 随着新电力体制改革的不断推进而变得愈发激烈, 电网公司要在众多的售电公司中保持良好的发展并不断壮大, 随即导致电力公司长期面临垄断形势, 随着售电侧的放开, 导致售电侧由卖方为主导演变为由买方为主导[6];

- 用户需求多样化: 随着经济发展和技术进步, 用户对电力产品和服务的需求也越来越多样化, 传统的单一供电模式已经不能满足用户的需求, 需要更灵活、个性化的解决方案[7];

- 技术创新带来的应用难题: 例如人工智能在电力市场治理中的应用, 其本质上是基于电力市场交易数据, 采用数据分析软件模拟电力营销市场的变化主体, 进而开展市场风险识别和违规行为识别工作, 最终为市场治理人员提供科学的决策依据和有效的法律依据, 但由于目前基于人工智能的电力市场治理技术研究尚处于起步阶段, 造成使用过程中无法精准定位相关问题, 面对多元化的应急事件无法有效处

理[8]。

上述这些问题的解决需，要电力企业不断创新营销理念和方法，以适应快速变化的市场环境。

3. 电力营销面临的主要问题

3.1. 市场竞争的加剧问题

电力营销面临的首要问题是市场竞争的加剧。随着电力体制改革的深入，越来越多的售电公司进入市场，打破了原有的垄断格局。这种变化虽然有利于提高市场效率，但也给传统电力企业带来了巨大压力。如何在激烈的竞争中保持市场份额，成为电力企业面临的重要挑战。

3.2. 用户需求的多样化问题

用户需求的多样化是电力营销面临的另一个突出问题。随着经济的发展和人民生活水平的提高，用户对电力服务的需求不再局限于稳定的电力供应，而是更加注重服务质量、个性化需求和环保特性。如何准确把握用户需求，提供差异化的产品和服务，成为电力企业必须解决的问题。

3.3. 技术创新问题

此外，技术创新带来的挑战也不容忽视。智能电网、分布式能源、储能技术等新兴技术的快速发展，正在改变传统的电力生产和消费模式。电力企业需要不断更新技术，提高运营效率，同时也要应对新技术带来的管理变革和人才需求。这些挑战要求电力企业在营销策略上做出相应调整，以适应技术变革带来的市场变化。

4. 电力营销的新理念

面对新的市场环境和技术变革，电力营销需要引入新的理念和方法。首先，数字化营销策略的运用至关重要。通过大数据、人工智能等技术，电力企业可以更精准地分析用户需求，优化营销决策。例如，利用智能电表收集的数据，企业可以深入了解用户的用电习惯，提供个性化的用电建议和套餐服务。同时，数字化手段还可以提高营销效率，降低运营成本。

绿色能源营销理念的引入是另一个重要方向。随着环保意识的增强和可再生能源的发展，用户对清洁能源的需求日益增长。电力企业可以通过推广绿色电力产品、提供碳足迹查询服务等方式，满足用户的环保需求。这不仅有助于提升企业形象，也能创造新的市场机会。

客户关系管理的创新是提高用户满意度和忠诚度的关键。电力企业需要建立以用户为中心的服务体系，通过多渠道互动、个性化服务等方式，增强用户粘性。例如，建立用户俱乐部、提供增值服务、开展用户教育活动等，都可以有效提升用户体验，增强用户对企业的认同感。

5. 电力营销新理念的实施路径

为了有效实施新的[4]电力营销理念，电力企业需要从多个方面入手。

5.1. 组织架构方面

首先，在组织架构上，企业应设立专门的数字化营销部门，负责数据分析和数字营销策略的制定与执行。同时，成立绿色能源推广小组，专注于可再生能源产品的开发和市场推广。此外，建立跨部门的客户关系管理团队，确保客户需求能够快速响应和满足。

5.2. 人才培养方面

在人才培养方面，电力企业应加强对员工的数字化技能培训，提高数据分析和技术应用能力。同时，

培养具有环保意识和绿色能源知识的专业人才，为绿色能源营销提供智力支持。此外，加强客户服务人员的培训，提高其沟通技巧和服务意识，以提升客户满意度。

5.3. 技术方面

技术支持是实施新理念的重要保障。电力企业应加大对大数据、人工智能等技术的投入，建立智能化的营销管理系统。同时，开发用户友好的移动应用和在线平台，方便用户查询用电信息、办理业务和反馈意见。此外，利用区块链技术提高电力交易的透明度和安全性，增强用户信任。

6. 电力营销新理念的实践案例分析

为了更好地理解新理念的实际应用，我们可以分析几个成功的案例。首先，某省级电力公司通过建立智能用电分析平台，利用大数据技术为用户提供个性化的节能建议和用电方案，不仅提高了用户满意度，还显著降低了用户用电成本。这一案例展示了数字化营销策略的有效性。

另一个案例是某新能源公司推出的“绿色电力积分”计划。用户使用可再生能源电力可获得积分，积分可兑换各种奖励。这一创新举措不仅提高了用户对绿色电力的认知和接受度，还为公司带来了新的收入来源。这体现了绿色能源营销理念的成功应用。

在客户关系管理方面，某城市供电公司推出了“电力管家”服务，为每位用户配备专属客户经理，提供 24 小时在线咨询和个性化服务。这一举措大大提高了用户粘性和满意度，为公司赢得了良好的口碑。这展示了创新型客户关系管理的实际效果。

7. 电力营销未来发展趋势

展望未来，电力营销将呈现以下几个发展趋势：首先，数字化转型将更加深入，人工智能和机器学习技术将在电力营销中发挥更大作用，实现更精准的需求预测和营销决策。其次，绿色能源营销将成为主流，随着碳中和目标的推进，可再生能源产品的市场份额将不断扩大。

此外，电力营销将更加注重用户体验，个性化服务和增值服务将成为竞争的关键。电力企业将更多地采用全渠道营销策略，整合线上线下资源，为用户提供无缝的消费体验。同时，随着能源互联网的发展，电力营销将与智能家居、电动汽车等领域深度融合，创造出新的商业模式和市场机会。

8. 结论

本研究通过对电力营销发展现状、面临的问题及新理念的探讨，得出以下结论：首先，电力营销正经历深刻变革，市场化、数字化和绿色化成为主要趋势。其次，电力企业面临着市场竞争加剧、用户需求多样化、技术创新等多重挑战。最后，引入数字化营销策略、绿色能源理念和创新型客户关系管理是应对这些挑战的关键。

未来，电力企业应当积极拥抱变革，不断创新营销理念和方法。建议企业加强数字化转型，充分利用大数据和人工智能技术提升营销效率；注重绿色能源产品的开发和推广，满足用户日益增长的环保需求；建立以用户为中心的服务体系，通过个性化服务和增值服务提高用户满意度和忠诚度。同时，电力企业还应加强与科研机构、技术公司的合作，紧跟技术发展趋势，不断提升自身竞争力。

参考文献

- [1] 陈晋军, 林少红, 王瑜, 等. 电力体制改革背景下电网企业资金安全管理问题分析[J]. 中国市场, 2024(12): 71-74.
- [2] 胡恒箫. 基于物联网的电力营销移动作业互动服务技术研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 东南大学, 2018.

-
- [3] 汪道捷, 孔佳颖. 基于人工智能的电力营销线损精益化管理系统设计[J]. 电气技术与经济, 2025(1): 263-265.
 - [4] Huang, L., Shan, M., Weng, L., *et al.* (2024) Graph Convolutional Spectral Clustering for Electricity Market Data Clustering. *Applied Sciences*, **14**, 5263. <https://doi.org/10.3390/app14125263>
 - [5] 管晓薇. 构建我国竞争性售电市场的法律抉择[D]: [博士学位论文]. 上海: 华东政法大学, 2019.
 - [6] 牛静杰. 新电改下电网公司客户流失风险预警与应对策略研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 华北电力大学, 2017.
 - [7] 冯佳敏. 大数据技术在电力营销管控中的应用[J]. 集成电路应用, 2025, 42(1): 176-177.
 - [8] 谢敬东, 颜鲁波. 关于人工智能技术在电力市场治理体系建设中应用的思考[J]. 上海电力大学学报, 2025, 41(1): 1-5.