

电力营销中的电费回收风险及应对措施

陆瑶

扬州三新供电服务有限公司仪征分公司

DOI:10.32629/etd.v7i1.22227

[摘要] 电费回收是电力营销全链条的核心收尾环节,直接决定电力企业资金周转效率与市场化运营稳定性。当前电力市场供需格局持续调整,用户用电结构、缴费习惯及经营状态呈现多元化特征,让电费回收潜藏诸多隐性与显性风险。本文立足电力营销实际运营场景,系统梳理电费回收各类风险类型,剖析风险形成的深层诱因,结合电力行业运营特性提出针对性防控应对策略,为电力企业优化资金管控、提升营销运营质效提供理论支撑。

[关键词] 电力营销; 电费回收; 风险防控; 资金运营; 营销管理

中图分类号: F426.61 **文献标识码:** A

Risk of Electricity Bill Collection in Power Marketing and Countermeasures

Yao Lu

Yizheng Branch of Yangzhou Sanxin Power Supply Services Co., Ltd.

[Abstract] Electricity bill collection is the core concluding stage of the entire power marketing chain, directly determining the efficiency of capital turnover and the stability of market-oriented operations of power enterprises. With the continuous adjustment of supply and demand patterns in the electricity market, users' electricity consumption structures, payment habits, and operating conditions have become increasingly diversified, resulting in various potential and explicit risks in electricity bill collection. Based on actual power marketing operations, this paper systematically categorizes the various risks associated with electricity bill collection, analyzes the underlying causes of these risks, and proposes targeted prevention and response strategies in light of the operational characteristics of the power industry, providing theoretical support for power enterprises to optimize financial management and improve the quality and efficiency of marketing operations.

[Key words] power marketing; electricity bill collection; risk prevention and control; capital operations; marketing management

引言

电力行业承担着基础民生与能源供给职能,行业市场化转型速度不断加快,精细化的营销运营,是电力企业稳步发展的重要依托;电费回收的管理成效,能够直接影响企业的资金运转与整体运营状态。用户用电场景与模式持续更新,传统管理方式逐渐难以适配现状,各类回收风险随之出现,探析风险成因并搭建常态化管控模式,可有效完善电力企业内部运营管理体系。

1 电力营销电费回收风险概述

电费回收风险本质是电力企业在营销服务、费用核算、账款催收全流程中,出现电费无法按期足额回笼的不确定性问题,是电力营销运营风险的核心组成部分,贯穿用户用电、计费、缴费的全周期流程。在电力市场化运营背景下,供电服务覆盖范围持续扩大,用户群体呈现规模化、差异化发展特征,不同类型用

户的用电规律、消费能力、缴费意愿存在显著差异,进一步放大了电费回收的不可控性。相较于传统单一化运营模式,现阶段电费回收风险不再局限于单纯的账款拖欠,更涵盖计费偏差、缴费滞后、用户信用波动、渠道适配不足等多重复合型风险。这类风险具备隐蔽性、累积性和传导性特征,初期不易被精准识别,长期累积会直接造成企业资金占用、运营成本攀升,打乱电力企业的资金循环节奏,间接影响电网运维、供电服务升级等核心工作的有序推进。做好电费回收风险的系统性研判与管控,是电力营销精细化管理的必然要求,也是保障企业常态化稳定运营的核心基础^[1]。

2 电力营销中电费回收的核心风险类型

2.1 用户信用层面风险

用户信用风险是引发电费回收滞后、账款拖欠的核心诱因,主要体现在用户缴费意愿与履约能力的不确定性上。工商业用

户作为用电主体,其生产经营状态直接决定电费支付能力,部分用户受行业周期、市场环境、经营决策等因素影响,易出现资金流转紧张、经营收缩等问题,导致无法按期结清用电费用。同时,部分中小微用电主体缺乏长效信用管理意识,存在主观拖延缴费、刻意规避缴费的行为,即便具备支付能力,也会长期占用电力企业资金。居民用户群体中,部分用户存在缴费遗忘、重视度不足等问题,长期累积形成小额欠费存量,零散化欠费汇总后会形成规模化资金缺口。当前电力用户信用评价体系尚未实现全覆盖、精细化分级,对用户信用状态的动态研判滞后,无法提前甄别高风险用户,进一步加剧了信用风险的爆发概率。

2. 2营销管理层面风险

电力企业内部营销管理体系的漏洞与短板,是诱发电费回收风险的内部核心因素,集中体现在流程管控、人员管理、数据管控三个维度。在流程管控上,部分供电单位电费核算、账单推送、欠费提醒、账款跟进的闭环管理机制不完善,各环节衔接存在断层,欠费问题出现后无法及时跟进处置,导致小额欠费演变为长期呆账、坏账。在人员管理上,基层营销人员风险管控意识参差不齐,部分人员侧重用电服务拓展,忽视电费回收前置管控,对用户用电状态、缴费动态的跟踪频次不足,缺乏主动预判风险的工作思维。在数据管控上,部分老旧台区、偏远区域用户用电数据采集存在偏差,计费数据更新不及时,易出现计费误差、账单错漏等问题,引发用户缴费争议,进而导致电费缴费滞后,增加回收难度^[2]。

2. 3缴费渠道层面风险

缴费渠道的适配性、便捷度与覆盖性不足,是制约电费高效回收的重要外部因素,直接影响用户缴费效率。当前电力缴费渠道呈现线上线下多元化布局,但渠道适配性差异化不足的问题较为突出。线上缴费渠道对于老年群体、偏远区域用户而言,操作门槛相对较高,这类群体无法熟练运用数字化缴费工具,易出现缴费延迟问题;线下缴费网点布局不均衡,偏远乡镇、农村区域网点覆盖率不足,用户线下缴费耗时耗力,降低了主动缴费积极性。同时,各类缴费渠道的数据同步存在滞后性,部分用户完成缴费后,系统未及时更新缴费状态,易出现重复催缴、错误欠费记录等问题,引发用户抵触情绪,间接增加电费回收的沟通成本与推进难度。此外,部分渠道运维保障不足,高峰期易出现系统卡顿、交易失败等问题,进一步影响缴费闭环效率。

2. 4市场环境层面风险

电力市场化改革持续深化,能源市场竞争格局、用户用电模式的迭代变化,催生了全新的电费回收风险。当前电力用户用电选择权逐步放开,部分工商业用户存在用电主体变更、账户注销、经营迁移等变动情况,用户信息更新不及时,导致欠费账款无法精准对接追缴,形成无效欠费存量。同时,新能源分布式用电模式快速普及,用户自发自用、余电上网的用电结构日趋复杂,电费核算抵扣流程繁琐,易出现核算偏差、账款结算滞后等问题。市场环境波动下,行业性经营调整、区域产业升级等因素,会导致批量用户经营状态同步下滑,形成集中性电费回收风险,

这类风险具备群体性、突发性特征,常规管控手段难以快速适配,大幅提升了风险防控难度。

3 电力营销电费回收风险的应对优化策略

3. 1构建精细化用户信用分级管控体系

(1)建立多维度用户信用评价模型,整合用户历史缴费记录、用电稳定性、经营状态、账户信息、欠费频次等核心数据,对工商业用户、居民用户、特种行业用户进行差异化信用评级,划分优质、一般、预警、高风险四个信用等级,实现用户风险精准画像。(2)落实分级分类管控策略,对优质信用用户,推行便捷化缴费服务、延后提醒等宽松管控模式,优化用户体验;对一般用户,实行常态化账单推送、按期提醒的常规管控;对预警等级用户,加密用电状态与缴费动态跟踪频次,提前开展缴费告知与沟通提醒,规避欠费风险;对高风险用户,建立专项台账,实行一对一跟进管控,动态掌握用户经营与资金状态,提前做好账款回收预案。(3)搭建信用动态更新机制,实时同步用户缴费行为、用电状态、信息变更数据,实现信用等级月度更新、风险状态实时调整,彻底解决传统静态管理模式风险预判滞后的问题,从源头降低信用风险爆发概率^[3]。

3. 2优化电力营销内部闭环管理体系

(1)重构电费回收全流程管控链条,明确用电计量、费用核算、账单下发、欠费提醒、账款催收、台账归档各岗位的职责边界,建立岗位联动、环节衔接的闭环工作机制,杜绝管理断层问题。强化电费核算精细化管理,依托智能化计量设备替代传统人工核算模式,实现用电数据实时采集、自动核算、精准校验,规避人工核算误差、数据遗漏等问题,减少因计费争议引发的缴费滞后问题。(2)强化基层营销人员专业能力建设,构建常态化培训体系,重点围绕风险识别、用户沟通、欠费管控、数据运维等核心能力开展专项培训,转变基层人员重服务、轻风控的工作思维,树立全周期风险管控理念,提升一线人员风险预判与处置能力。同时,建立配套的考核激励机制,将电费回收率、欠费清零率、风险处置率纳入营销人员绩效考核体系,压实岗位责任,调动工作人员主动开展电费回收与风险防控的积极性。(3)完善欠费台账精细化管理,对各类欠费账款分类登记、动态更新,明确每笔欠费的成因、风险等级、跟进责任人、处置进度,实现欠费问题全程可追溯、可管控,逐步清理存量欠费、杜绝增量欠费。

3. 3推进多元化缴费渠道优化升级

(1)优化线上线下渠道差异化布局,针对不同用户群体的使用习惯精准优化服务。线上渠道侧重简化操作流程,优化手机终端、线上服务平台的缴费界面,精简操作步骤,新增账单一键查询、欠费智能提醒、缴费进度查询等功能,适配中青年用户数字化缴费需求;同时增设语音播报、简易操作模式,降低老年用户操作门槛。线下渠道重点补齐区域布局短板,在偏远乡镇、农村区域增设便民缴费服务点、自助缴费终端,弥补网点覆盖不足的问题,为线下缴费需求用户提供便捷服务。(2)强化各类缴费渠道的技术运维保障,建立高峰期系统监测、故障快速处置机制,有效解决缴费高峰期系统卡顿、交易失败、数据同步滞后等问

题,保障缴费渠道稳定运行。同时,打通各渠道数据互通壁垒,实现线上线下缴费数据实时同步、状态实时更新,杜绝重复催缴、错误记录等问题,减少用户缴费纠纷。(3)推行差异化缴费服务模式,针对大额电费工商业用户,推出分期预缴、阶段性结算的缴费模式,缓解用户集中缴费压力,降低大额欠费风险;针对零散居民用户,开通自动代扣、账单推送提醒服务,提升主动缴费率^[4]。

3.4 搭建智能化风险预警与研判机制

(1)搭建电费回收大数据预警平台,整合用电计量数据、用户缴费数据、用户信息数据、市场用电动态数据,建立风险预警指标体系,将缴费逾期、用电异常、用户信息变更、经营状态波动等核心指标纳入预警范围,设置分级预警阈值。系统可自动筛查异常用户、异常账款,对潜在欠费风险用户自动触发预警提示,为基层营销人员提供精准的风控靶向。(2)建立分级预警处置机制,针对轻微预警、中度预警、重度预警风险,制定标准化处置流程。轻微预警用户开展常规提醒沟通,中度预警用户强化动态跟踪与沟通引导,重度预警用户启动专项管控预案,实时跟进资金状态,提前介入账款回收工作。(3)依托大数据分析能力,定期研判区域电费回收风险整体态势,分析不同行业、不同区域、不同用户类型的风险分布规律,精准把握风险爆发的阶段性特征,提前制定针对性防控预案,有效应对市场环境波动引发的群体性、集中性电费回收风险。通过智能化预警体系的落地,彻底扭转传统人工筛查效率低、风险识别不全面、处置滞后的管控短板,实现风险管控数字化、精准化、前置化。

3.5 构建常态化长效风险防控运营机制

(1)建立常态化风险复盘机制,定期汇总梳理电费回收风险案例、风险类型、处置难点,系统分析风险产生的核心根源,总结防控工作短板与不足,针对性优化管控流程、服务模式与风控策略,形成“发现问题—分析成因—优化方案—落地整改”的闭环复盘体系,持续完善风险防控体系。(2)搭建政企协同、用户联动的沟通机制,常态化开展用户走访沟通,主动对接工商业用户生产经营动态,提前掌握用户用电与缴费潜在问题,通过主

动沟通、精准服务化解潜在欠费隐患。针对批量用户用电信息变更、用电结构调整等问题,提前做好对接衔接,保障账款追缴精准落地。同时,持续优化营销服务模式,以优质服务降低缴费纠纷,通过常态化用电科普、缴费政策解读、渠道使用指导等服务,提升用户缴费认知与主动缴费意愿,从服务层面弱化电费回收阻力。(3)推动风险防控与营销工作深度融合,将电费回收风险管控贯穿电力营销策划、用户服务、用电管理、费用结算全流程,摒弃末端管控的被动模式,实现风险前置防控、全程管控、长效管控,逐步构建适配市场化运营需求的电费回收管理体系,持续提升电力企业资金运营效率与营销管理质效^[5]。

4 结束语

电费回收风险管控,可以算作电力营销精细管理当中的核心工作,该项工作的落实情况,会直接左右供电企业的资金保障能力与市场运行效果;文章分别从用户信用、内部管理、缴费渠道、市场环境四个角度整理了相关回收风险,依托行业运行特点搭建起完整的防控体系,多项优化手段能够有效规避欠费隐患,持续完善风控模式,也可以逐步夯实企业常态化、稳定化运营的管理基础。

【参考文献】

- [1]王星凯,牛妍灵.电力营销中的电费回收风险及应对措施[J].产业创新研究,2025(21):132-134.
- [2]吴丽娜,张峰,苏凌霄.电力营销中电费回收风险及应对策略[J].电力设备管理,2025(20):289-291.
- [3]韩宇星.电力营销中风险防范机制构建研究[J].中文科技期刊数据库(全文版)经济管理,2025(3):143-146.
- [4]赵晨,刘斌鑫,刘文菁.人工智能技术在电力营销数智化服务场景中的应用[J].科学与信息化,2025(11):25-27.
- [5]李文雷,高永红.电力营销电费风险类型及控制的策略研究[J].电子元器件与信息技术,2024,8(11):264-266.

作者简介:

陆瑶(1991—),女,汉族,江苏扬州人,本科,助理工程师,研究方向电力营销。