

# 新经济时代电力市场营销策略转变的路径探索

赵夏

国网四川省电力公司广元供电公司

DOI: 10.12238/ems.v5i7.7029

**[摘要]** 随着科技的飞速发展和全球经济格局的不断演变,我们正迎来新经济时代,其中电力市场作为关键的基础产业也在面临前所未有的挑战和机遇。在这个新时代的背景下,电力市场营销策略的转变势在必行,以适应新的市场需求、技术变革和消费者行为的变化。本文将探讨新经济时代电力市场营销策略转变的路径,深入分析在这个充满活力和变革的时代里,电力行业应该如何创新、适应和引领市场。

**[关键词]** 新经济时代; 电力市场; 市场营销; 营销策略

## Exploring the Path of Marketing Strategy Transformation in the Electricity Market

### in the New Economic Era

Zhao Xia

State Grid Sichuan Electric Power Company Guangyuan Power Supply Company

**[Abstract]** With the rapid development of technology and the continuous evolution of the global economic landscape, we are ushering in a new economic era, in which the electricity market, as a key basic industry, is also facing unprecedented challenges and opportunities. In the context of this new era, the transformation of marketing strategies in the electricity market is imperative to adapt to new market demands, technological changes, and changes in consumer behavior. This article will explore the path of marketing strategy transformation in the power market in the new economic era, and analyze in depth how the power industry should innovate, adapt, and lead the market in this dynamic and changing era.

**[Keywords]** New economic era; Electricity market; Marketing; marketing strategy

随着可再生能源、智能电网和电动汽车等技术的迅猛发展,电力行业正经历着历史性的转型。传统的电力市场格局正在被打破,新型市场参与者和创新性业务模式正在崛起。

在这个背景下,电力公司需要重新审视其市场营销策略,以更好地满足客户需求、提升市场竞争力<sup>[1]</sup>。

#### 一、我国电力营销的现状

### (一) 电网配套设施不完善

我国电力营销目前的现状问题存在很多(具体见图1.), 电力作为国家经济的重要支撑和基础设施, 其高效传输和分配依赖于健全的电网系统。然而, 当前我国电网在配套设施方面存在一系列问题, 对电力营销带来了一定的影响。首先, 电网的覆盖范围不够广泛, 特别是在一些偏远地区和经济欠发达地区, 电网的建设相对滞后。这导致了这些地区电力供应的不稳定性, 制约了电力在该地区的充分流通, 影响了电力市场的健康运作。其次, 电网的传输能力相对较弱, 难以满足不断增长的电力需求。随着我国经济的发展和工业化进程的推进, 电力需求呈现出不断增长的趋势, 但电网的传输能力并未能够及时跟上。这导致了一些地区电力供应不足, 电力市场出现了一些紧张局势, 给企业和居民的用电带来了一些困扰。此外, 电网设施的老化和技术水平的不足也是一个问题。一些电网设施存在老化和损坏的情况, 这影响了电力传输的效率和稳定性。同时, 一些地区的电网技术水平相对滞后, 难以应对复杂多变的电力市场需求, 制约了电力营销的发展。

### (二) 服务意识有待提高

电力不仅仅是一种商品, 更是关乎国家经济和居民生活的基础能源, 因此电力企业的服务意识显得尤为重要。首先, 一些电力企业在服务方面还存在较为粗放的管理和执行。用户在用电过程中, 可能面临的问题涉及到电力供应、账单结算、故障处理等方方面面, 而一些电力企业在服务流程和问题解决上存在繁琐、不透明的情况。这给用户带来了不必要的麻烦, 也影响了电力市场的良好秩序。其次, 服务意识的不足表现在对用户需求的及时响应和解决。有些地区的电力企业对用户的问题反馈反应不够迅速, 处理速度相对较慢。这不仅降低了用户体验, 也影响了用户对电力企业的信任度。在电力市场竞争激烈的情况下, 提高服务意识势在必行, 以

赢得用户的口碑和忠诚度。此外, 一些电力企业在服务宣传和信息沟通上存在不足。缺乏全面、清晰的服务宣传可能导致用户对电力企业的服务了解不足, 从而无法充分利用各种服务和优惠政策。信息沟通不畅也可能使得用户在面对电力问题时感到困惑, 增加了用电的不确定性<sup>[2]</sup>。

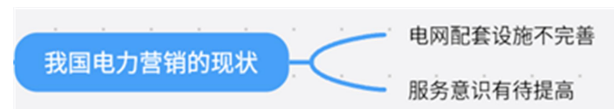


图1 我国电力营销的现状

## 二、新经济时代电力市场营销策略转变的路径探讨

### (一) 积极做好城乡电网规划

随着社会的发展和经济结构的变化, 城乡之间的电力需求差异逐渐显现, 因此电力市场需要制定更为差异化和适应性强的规划, 以满足不同区域和用户的需求。首先, 城市作为经济发展的核心区域, 其电力需求通常更为集中和复杂。因此, 在城市电网规划中, 需要考虑到工业、商业、居民等多元化需求, 以确保城市电力供应的稳定性和高效性。积极规划智能电网、分布式能源系统等新兴技术的应用, 提高城市电网的可持续性和智能化水平。其次, 农村地区的电力需求也具有自身特点, 如分散性、低负荷、电力设施相对薄弱等。在农村电网规划中, 应注重提高电力设施的普及率, 加强农村电网的覆盖范围和传输能力。同时, 考虑到农业生产对电力的季节性需求, 可以采用智能化的调度系统, 更灵活地适应农村电力需求的变化。此外, 新经济时代下, 电力市场不仅受到了传统需求的影响, 还面临着新能源、可再生能源等新兴产业的快速崛起。在电网规划中, 需要积极推动新能源的融入, 制定支持可再生能源发展的政策, 搭建更加灵活和可持续的电力体系, 以适应新经济的能源结构变革。

### (二) 转变电力营销观念

在新经济时代, 电力市场的营销策略转变之一是需要彻底转变电力营销观念。传统观念中, 电力被视为一种稀缺资

源,主要关注的是供给侧管理和控制,而在新经济时代,需求侧管理和用户体验变得尤为重要。因此,电力市场需要转变观念,注重用户需求、创新服务以及可持续性发展。首先,电力市场应更加注重用户需求,将用户放在服务的核心位置。通过深入了解用户的用电特点、行为习惯和需求变化,制定个性化的服务方案,提供更加贴近用户生活和工作的电力产品。这可以通过引入智能化技术,如智能电表、智能家居设备等,来实现更加智能、便捷、定制化的用电体验。其次,新经济时代下,注重创新服务是电力市场转变的关键。电力企业应积极引入新技术、新模式,如区块链、人工智能等,优化运营管理、提高效率,同时推出创新的服务模式,如分时计费、能源管理咨询等,以提升市场竞争力,同时满足用户对于更智能、绿色和可持续的用电需求。此外,可持续发展观念的引入也是电力市场转变的一部分<sup>[3]</sup>。随着社会对可持续能源的需求不断增加,电力企业需要积极推动清洁能源的应用,减少对传统能源的依赖,推动电力市场向低碳、环保的方向发展。同时,电力企业可以在市场宣传和品牌建设中强调可持续性发展的理念,吸引更多支持环保的用户。

### (三) 创新营销机制

在新经济时代,电力市场要适应快速变化的环境,成功转变营销策略的一项关键举措是创新营销机制。这意味着电力企业需要摒弃传统的、单一的营销方式,采用更加灵活、多元的机制,以满足用户需求、提高市场竞争力,并促进电力行业的创新和发展。首先,引入数字化技术是创新营销机制的重要方向。通过大数据分析、人工智能和物联网等技术,电力企业可以更全面、准确地了解用户需求和用电行为,为用户提供个性化的服务。数字化技术还可以用于开发智能化的营销工具,如智能客服、在线平台等,提高服务效率,提供更便捷的用户体验。其次,建立多元化的营销渠道是创新营销机制的重要组成部分。传统的营销渠道主要集中在线下

渠道,如实体营业厅和代理商。在新经济时代,电力企业可以通过拓展在线渠道,如电商平台、社交媒体等,实现多渠道覆盖,更好地触达不同群体的用户。这种多元化的渠道建设有助于提高品牌曝光度,拓展市场份额。此外,创新收费模式也是营销机制的一个重要方向。传统的计费模式通常以定价为主,但在新经济时代,电力企业可以考虑更加灵活的计费方式,如分时计费、峰谷差价计费等。这样的创新能够更好地反映电力供需关系,激励用户在用电高峰时段采取节能措施,促进电力市场的平衡和可持续发展。总体而言,创新营销机制是电力市场在新经济时代适应市场需求和促进产业升级的必要路径。通过数字化技术的运用、多元化渠道的建设以及收费模式的创新,电力企业可以更灵活地满足用户需求,提高市场竞争力,推动电力行业向更加智能、绿色和可持续的方向发展<sup>[4]</sup>。

### 结束语:

新经济时代的电力市场充满了变革与活力,电力公司必须敏锐洞察市场趋势,灵活调整营销策略,以适应并引领这一时代的发展。通过积极做好城乡电网规划、转变电力营销观念和创新营销机制,电力公司将能够在竞争激烈的市场中脱颖而出,实现可持续发展并为新经济时代的电力行业发展做出积极贡献。

### [参考文献]

- [1]徐微微. 新经济时代电力市场营销策略转变的路径探讨[J]. 电子乐园, 2022(005): 000.
- [2]王倩文. 新经济时代下市场营销发展趋势与探索[J]. 财讯, 2017(36): 1.
- [3]周小惠. 新经济时代的市场营销路径探讨[J]. 读天下, 2017(5).
- [4]徐微微. 新经济时代电力市场营销策略转变的路径探讨[J]. 电子乐园, 2022(5): 0294-0296.