

新能源消纳背景下电力营销策略的调整与优化研究

刘巍 国网福建省福清市供电公司 福建福清 350300

摘要：近年来，新能源产业发展态势迅猛，新能源消纳问题逐渐成为电力行业的核心关注点。本文聚焦于新能源消纳背景下电力营销策略的调整与优化展开深入探究，通过分析新能源消纳对电力营销产生的影响，剖析当前电力营销策略存在的不足之处，进而提出一系列具有针对性的调整与优化策略。目的在于增强电力企业在新能源环境下的营销能力，推动新能源的高效消纳，助力电力行业实现可持续发展。

关键词：新能源消纳；电力营销；策略调整；优化研究

Research on the Adjustment and Optimization of Electricity Marketing Strategies under the Background of New Energy Consumption

Wei Liu, State Grid Fujian Fuqing Power Supply Company, Fuqing, Fujian 350300

Abstract: In recent years, the development trend of the new energy industry has been rapid, and the issue of new energy consumption has gradually become the core focus of the power industry. This article focuses on the in-depth exploration of the adjustment and optimization of power marketing strategies under the background of new energy consumption. By analyzing the impact of new energy consumption on power marketing, the shortcomings of current power marketing strategies are analyzed, and a series of targeted adjustment and optimization strategies are proposed. The purpose is to enhance the marketing capabilities of power enterprises in the new energy environment, promote efficient consumption of new energy, and help the power industry achieve sustainable development.

Keywords: New energy consumption; Electricity marketing; Strategic adjustment; Optimization research

1 新能源消纳对电力营销的影响

1.1 致使电力市场供需格局发生改变

新能源发电具有显著的间歇性、波动性以及随机性特征。风能、太阳能等新能源发电的出力情况受自然条件的制约较为明显，例如风力大小、光照强度等因素，这就导致新能源发电难以像传统火电那样稳定输出。这一特性使得电力市场的供应稳定性面临严峻挑战，同时也对电力需求预测提出了更高标准。传统的电力营销策略是基于相对稳定的供需关系制定的，而新能源的加入打破了这种平衡，使得电力企业必须更加精确地预测电力需求，合理规划发电计划，以应对新能源发电带来的不确定性。在新能源消纳进程中，电力企业需充分考量新能源发电的不确定性对电力供应的影响。当新能源发电充足时，如何科学合理地分配电力资源，防止电力过剩；当新能源发电不足时，又该如何及时补充电力，保障电力供应的稳定性。这就要求电力企业强化与新能源发电企业的合作，构建行之有效的协调机制，实现电力资源的优化配置。

1.2 促使电力市场竞争愈发激烈

新能源发电的快速发展吸引了更多市场主体投身电力市场。除了传统的大型电力企业，众多新能源发电企业如雨后春笋般不断涌现。这些新能源发电企业依托其独特的能源优势以及政策扶持，在电力市场中逐步占据一定份额。市场主体的增多必然导致市场竞争加剧，电力企业为了获取更多市场份额，必须持续优化自身营销策略，提升服务质量，降低运营成本，以此增强市场竞争力。为了在激烈的市场竞争中崭露头角，电力企业需要不断创新营销模式，提高市场响应速度。通过构建灵活的市场定价机制，依据市场供需状况及时调整电价，吸引用户；加强品牌塑造，提升企业的知名度与美誉度，树立良好的企业形象；开展差异化竞争，针对不同用户群体的需求，提供个性化的电力产品与服务，满足用户多样化的需求。

1.3 对电价机制造成冲击

新能源消纳问题对传统的电价机制产生了较大冲击。由于新能源发电成本相对较高，且受补贴政策影响较大，其上网电价与传统火电存在差异。在新能源消纳过程中，如何合理确定新能源电价，使其既能

体现新能源发电的成本与价值，又能推动新能源的消纳，成为电价机制改革面临的关键问题。此外，新能源发电的间歇性和波动性也使得电力市场价格波动频繁，给电力企业的电价制定和营销工作带来了诸多困难。为解决新能源电价问题，政府及相关部门需加强政策引导，构建科学合理的电价形成机制。通过完善新能源补贴政策，逐步降低新能源发电对补贴的依赖，使其能够在市场竞争中实现可持续发展；引入市场竞争机制，通过电力市场交易，让市场决定电价，提高电价的合理性与透明度；加强对电价的监管，防止电价的不合理波动，维护电力市场的稳定秩序。

2 当前电力营销策略存在的问题

2.1 市场定位不够明确

在新能源消纳的大背景下，部分电力企业对自身的市场定位缺乏清晰认知。一方面，未能充分意识到新能源发电带来的市场机遇与挑战，依旧采用传统的市场定位和营销策略，无法满足新能源市场的需求。另一方面，在新能源市场中，对不同类型的新能源发电企业、用户群体等缺乏深入的分析与研究，没有针对不同的市场细分制定差异化的营销策略，导致市场竞争力不足。电力企业需要深入了解新能源市场的特点与需求，明确自身的市场定位。依据企业的资源优势和发展战略，选择适合自身的市场细分领域，如集中式新能源发电市场、分布式新能源发电市场、新能源储能市场等。针对不同的市场细分，制定差异化的营销策略，满足不同用户群体的需求。

2.2 营销手段较为单一

当前，电力企业的营销手段相对单一，主要集中在传统的广告宣传、促销活动等方面。在新能源消纳背景下，这些传统营销手段难以满足市场需求。随着信息技术的不断发展，消费者获取信息的渠道日益多元化，传统广告宣传方式的效果逐渐减弱。此外，对于新能源电力产品的推广，缺乏创新性的营销手段，无法有效吸引用户的关注与兴趣。电力企业需要积极探索创新营销手段，充分利用现代信息技术，拓展营

销渠道。通过开展线上营销活动，如社交媒体营销、网络直播营销等，扩大营销的覆盖面和影响力；利用大数据分析技术，深入了解用户的需求和行为习惯，开展精准营销，提高营销效果；加强与其他行业的合作，开展跨界营销，拓展市场空间。

2.3 客户服务水平有待提升

优质的客户服务是电力企业营销的重要环节。然而，当前部分电力企业在客户服务方面存在欠缺。在新能源消纳过程中，用户对电力服务的需求更加多样化和个性化，如对新能源发电设备的安装、维护、技术咨询等服务需求增加。但部分电力企业未能及时响应这些需求，客户服务体系不完善，服务流程繁琐，导致客户满意度不高，影响了电力企业的市场形象和营销效果。电力企业需要加强客户服务体系建设，提高客户服务水平。建立健全客户服务制度，规范服务流程，提高服务效率；加强客户服务人员的培训，提升服务人员的专业素质和服务意识，为用户提供优质、高效的服务；建立客户反馈机制，及时了解用户的需求和意见，不断改进服务质量。

2.4 专业营销人才匮乏

电力营销是一个综合性较强的领域，在新能源消纳背景下，对营销人才的要求更高。不仅需要具备电力专业知识，还需要掌握市场营销、新能源技术、数据分析等多方面的知识技能。然而，目前电力企业中专业营销人才相对短缺，现有营销人员的知识结构和业务能力难以适应新能源时代电力营销的需求，制约了电力营销策略的调整与优化。电力企业需要加强专业营销人才的培养和引进。通过与高校、科研机构合作，开展人才培养项目，培育一批具有电力专业知识和市场营销能力的复合型人才；加大对专业营销人才的引进力度，吸引具有丰富营销经验和创新能力的人才加入企业，为企业的发展注入新的活力。

3 新能源消纳背景下电力营销策略的调整与优化策略

3.1 明确市场定位

表 1 新能源消纳背景下电力营销的机遇

机遇	具体内容
市场拓展	分布式能源项目增多，电动汽车充电桩需求增长，带来新用户和业务增长点
产品创新	推出绿色电力套餐、“电力 + 储能” 产品，满足用户多元需求
服务升级	利用智能电网技术提供增值服务，为新能源项目提供全周期服务
需求响应	参与需求响应市场，引导用户调整用电行为，创造新盈利模式
合作共赢	与多产业主体合作开展联合营销，与政府等合作争取政策支持

电力企业应依据新能源消纳的要求，重新审视自身的市场定位。一方面，要充分认识到新能源发电在未来电力市场中的重要地位，将新能源市场作为重要的业务拓展方向。另一方面，要深入分析新能源市场的特点与需求，对市场进行细分，根据不同的细分市场制定差异化的市场定位和营销策略。例如，针对大型新能源发电企业，可以提供定制化的电力交易服务；针对分布式新能源用户，可以提供一站式的能源解决方案，包括发电设备安装、运维、电力销售等服务。在市场细分方面，电力企业可以根据新能源发电的类型、规模、用户群体等因素进行细分。对于风能发电企业，可以根据风电场的规模和地理位置，提供不同的电力接入和交易服务；对于太阳能发电企业，可以根据光伏发电的应用场景，如分布式光伏发电、集中式光伏发电等，提供个性化的服务。针对不同的用户群体，如工业用户、商业用户、居民用户等，制定差异化的营销策略，满足用户的不同需求。

3.2 创新营销手段

3.2.1 借助互联网平台开展营销

随着互联网技术的飞速发展，电力企业应充分借助互联网平台开展营销活动。建立电力营销官方网站和移动客户端，提供便捷的电力业务办理、信息查询、在线咨询等服务，提升用户体验。同时，利用社交媒体平台、电商平台等进行电力产品的宣传与推广，通过发布有趣、实用的电力知识、新能源资讯等内容，

吸引用户关注，增强用户粘性。在借助互联网平台开展营销时，电力企业需要注重用户体验，优化网站和移动客户端的界面设计和功能布局，提高用户操作的便捷性；加强社交媒体平台的运营管理，及时回复用户的留言和评论，与用户建立良好的互动关系；利用电商平台开展电力产品的销售，拓展销售渠道，提高市场份额。

3.2.2 开展绿色电力营销

在新能源消纳背景下，绿色电力成为市场的新热点。电力企业应积极开展绿色电力营销，推广新能源电力产品。通过宣传新能源电力的环保优势、可持续发展理念等，提高用户对新能源电力的认知度和认可度。同时，建立绿色电力认证体系，为用户提供绿色电力证书，满足用户对绿色能源的需求，提升电力企业的社会形象。为了开展好绿色电力营销，电力企业需要加强与环保组织、行业协会等的合作，共同推动绿色电力的发展；加大对绿色电力的宣传力度，通过举办绿色电力推广活动、发布绿色电力报告等方式，提高用户对绿色电力的认知度和认可度；建立绿色电力认证体系，确保绿色电力的真实性和可靠性，为用户提供优质的绿色电力产品。

3.2.3 实施需求侧管理营销

需求侧管理是促进新能源消纳的重要手段之一。电力企业可以通过实施需求侧管理营销，引导用户合理调整用电行为，优化电力消费结构。例如，推出分

时电价、峰谷电价等电价政策,鼓励用户在新能源发电高峰期多用电,在低谷期少用电;开展节能宣传活动,推广节能设备和技术,提高用户的节能意识,降低电力需求峰值,促进新能源电力的消纳。在实施需求侧管理营销时,电力企业需要加强与用户的沟通与合作,了解用户的用电需求和行为习惯,制定针对性的需求侧管理策略;加大对节能设备和技术推广力度,通过提供节能补贴、技术咨询等服务,鼓励用户使用节能设备,降低电力消耗;建立需求响应机制,当电力供应紧张时,通过激励用户减少用电负荷,保障电力系统的稳定运行。

3.3 提升客户服务水平

3.3.1 完善客户服务体系

电力企业应建立健全客户服务体系,优化服务流程,提高服务效率。设立专门的客户服务部门,负责处理用户的咨询、投诉、建议等问题,确保用户的问题能够得到及时、有效的解决。同时,加强客户服务人员的培训,提高服务人员的业务水平和服务意识,为用户提供优质、高效的服务。在完善客户服务体系方面,电力企业需要建立客户服务热线、在线客服等多种服务渠道,方便用户咨询和投诉;建立客户服务工单管理系统,对用户的问题进行跟踪和处理,确保问题得到及时解决;加强客户服务人员的培训,定期组织服务人员参加业务培训和服务技巧培训,提高服务人员的综合素质。

3.3.2 提供个性化服务

根据用户的不同需求,电力企业应提供个性化的服务。对于新能源发电企业,提供电力接入、并网调试、电量监测等专业服务;对于普通用户,提供定制化的用电套餐,根据用户的用电习惯和需求,为用户推荐合适的电价方案和电力产品。此外,还可以为用户提供增值服务,如能源管理咨询、智能家居解决方案等,满足用户多样化的需求。为了提供个性化服务,电力企业需要加强对用户需求的分析与研究,通过大

数据分析、用户调研等方式,了解用户的用电习惯、需求偏好等信息;根据用户的需求,制定个性化的服务方案,为用户提供定制化的用电套餐、增值服务等;建立用户服务档案,对用户的服务需求和服务记录进行跟踪和管理,提高服务的针对性和有效性。

3.4 加强营销人才培养

电力企业应加大对专业营销人才的引进力度,吸引具有市场营销、新能源技术、数据分析等专业背景的人才加入,电力企业还应加强内部营销人员的培训,制定系统的培训计划,定期组织营销人员参加培训课程,学习市场营销、新能源知识、客户服务技巧等内容。同时,鼓励营销人员自主学习,不断提升自身的业务能力和综合素质。通过内部培训,打造一支高素质、专业化的电力营销团队。

4 结束语

在新能源消纳背景下,电力企业面临着新的机遇与挑战,调整与优化电力营销策略具有重要意义。调整与优化策略的实施,将有助于电力企业更好地适应新能源消纳的要求,促进新能源的有效消纳,实现电力行业的可持续发展。未来,电力企业还需持续关注新能源技术发展和市场变化,不断优化营销策略,以在不断变革的市场环境中保持竞争优势,为推动能源转型和可持续发展贡献力量。

参考文献

- [1] 李艳琼,朱长耀,赵静来,杨丽君.面向新能源消纳的配电网储能优化配置[J].河北电力技术,2024,43(06):70-80.
- [2] 万智赞.新能源接入下配电网消纳能力评估方法研究[J].电气技术与经济,2024(12):34-35+49.
- [3] 翁理胜.基于新能源消纳的配电网优化规划研究[J].电气技术与经济,2024(11):72-74+77.

作者简介:刘巍(1984-),男,重庆石柱人,本科,助理工程师。研究方向:新能源及用电检查。