

电力市场营销中电力营销及电力优质服务的作用

郑榕清 国网福建省电力有限公司福州市供电服务有限公司 福建福州 350000

摘要：在当今社会，电力已然成为经济发展与人们日常生活的关键支撑。随着电力体制改革持续深化，电力市场竞争日益激烈。电力营销作为电力企业连接市场与客户的桥梁，对开拓市场、提升效益意义重大；而电力优质服务则是满足客户多元需求、增强企业竞争力的核心要素。但目前对于两者在电力市场营销中具体作用的系统性研究仍有待完善。本文将深入剖析电力营销及电力优质服务的作用，为电力企业发展提供有益参考。

关键词：电力市场营销；电力营销；电力优质服务；作用

The role of electricity marketing and high-quality electricity services in electricity market marketing

Rongqing Zheng

State Grid Fujian Electric Power Co., Ltd. Fuzhou Power Supply Service Co., Ltd., Fuzhou, Fujian, 350000

Abstract: In today's society, electricity has become a key support for economic development and people's daily lives. With the continuous deepening of the power system reform, the competition in the power market is becoming increasingly fierce. Electricity marketing, as a bridge connecting the market and customers for power enterprises, is of great significance in expanding the market and improving efficiency; High quality electricity services are the core elements to meet the diverse needs of customers and enhance the competitiveness of enterprises. However, the systematic research on the specific roles of both in electricity market marketing still needs to be improved. This article will deeply analyze the role of power marketing and high-quality power services, providing useful references for the development of power enterprises.

Keywords: electricity market marketing; Electricity marketing; High quality electricity services; role

在当今竞争激烈的能源市场环境下，电力行业的发展既面临机遇，也面临挑战。电力市场营销作为电力企业发展的关键环节，其成效直接关乎企业的生存与发展。而电力营销和电力优质服务在其中扮演着至关重要的角色。电力营销能够精准对接市场需求，拓展电力市场份额，提升企业经济效益；电力优质服务则是增强客户满意度、提高企业竞争力的有力保障。深入探究二者在电力市场营销中的作用，对推动电力企业持续、稳定、健康发展具有重要的现实意义。

1 电力市场的特点

电力作为一种独具特性的商品区别于其他普通商品。其生产、传输、分配及消费均在瞬间同步实现，此独特性致使电力无法进行大规模储存，与其他商品迥异。以发电厂为例，其所产电力需即刻经由电网传送到用户端，生产与消费间的均衡一旦失衡，便会引发电网频率及电压的波动，进而对电力供应的稳定性与可靠性造成影响。电力供应展现出强烈的依赖性与网络性特质。整体电力系统构成了一个错综复杂的网

络，涵盖发电、输电、变电、配电及用电等诸多环节，这些环节间存在紧密的相互联系与依赖。任一环节的故障均可能触发连锁效应，对整体电力系统的正常运作造成冲击。譬如，输电线路的故障或许会导致某些区域停电，从而干扰当地企业的生产活动及居民的日常生活。

此外，电力需求呈现出特有的刚性与波动性。其刚性源于电力在现代社会生产与生活中的不可或缺性，无论价格如何波动，人们对电力的基础需求保持相对稳定。而其波动性则体现在电力需求会随时间、季节、天气等变量的改变而产生明显变化。例如，在夏季炎热时段及冬季取暖季节，由于居民和企业对空调、电暖器等设备的使用增多，电力需求会大幅攀升；而在深夜等时段，电力需求则处于相对较低水平。

2 电力营销在电力市场营销中的作用

2.1 市场拓展与客户开发

电力市场的拓展与新客户的开发是电力营销工作的核心。伴随经济社会的进步，电力市场的潜在需

求正持续扩大。电力企业应进行深入的市场调研，全面了解不同地域、行业及客户群体的电力需求，进而制定精准的市场营销策略，以推动电力产品及服务向更广泛的市场渗透。在工业市场拓展方面，电力企业可与政府部门协同，深入了解当地的招商引资策略及工业项目规划，从而提前介入，为新兴的工业企业提供全面的电力服务。例如，为企业提供从电力接入方案设计到施工安装、运行维护的综合服务，以助力企业迅速投入运营。同时，根据工业企业的用电特性，提供个性化的电力解决方案，如结合企业的生产周期和电力负荷，设计灵活的电价方案，以降低其用电成本，进而吸引更多工业企业选择电力作为主要能源。

在居民市场开拓方面，电力企业应利用多种渠道进行宣传推广。通过电视、报纸、网络等媒介，宣传电力的清洁、安全、便捷等优势。同时，开展社区活动，深入居民小区，举办电力知识讲座，现场为居民解答用电问题，并展示如智能电表、智能家居控制系统等电力新产品与新技术，以提升居民对电力产品的认知和接受度。此外，与房地产开发商合作，推广全电气化住宅概念，从源头上刺激居民的电力消费需求。

2.2 提升企业经济效益

通过实施科学合理的营销策略，电力企业可以提升电力销售量，优化销售结构，并降低营销成本，进而实现企业经济效益的最大化。增加电力销售量是提升经济效益的关键。电力企业可通过开展促销活动，如鼓励客户扩大用电规模、推广电能替代技术等，来增加电力销售量。例如，针对商业用户，推广“以电代气”活动，提供技术支持和优惠政策，以引导用户使用电力，从而增加电力消费。同时，与大工业用户建立长期合作关系，通过签订长期供电合同来稳定电力销售市场，确保销售量的稳定增长。

电力企业应根据不同客户群体的用电需求和特性，制定差异化的电价政策，以引导客户合理用电并优化消费结构。例如，对高耗能企业实行差别电价政

特点	具体描述
规模大	居民用户数量多、范围广，用电总量大
弹性小	需求刚性，受价格影响小
行为多样	不同用户用电习惯差异大
季节性强	夏冬用电高峰明显
价格敏感	关注电费，依电价调整行为

策，提高其用电成本，以促使其进行节能改造并降低能耗；对新能源和节能环保企业给予电价优惠，以鼓励其发展。这种方式不仅有助于电力资源的合理配置，还能提高企业的经济效益。

此外，电力企业可以通过优化营销流程、提升营销效率以及利用信息技术等手段来降低营销成本。例如，建立客户关系管理系统以实现客户信息的集中管理和共享，从而提高客户服务响应速度和降低人力成本。同时，利用大数据技术深入分析客户用电数据，以精准定位客户需求并制定个性化的营销策略，进而提高营销效果和降低费用。

2.3 优化电力资源配置

电力营销在优化电力资源配置方面发挥着至关重要的作用。通过价格信号和市场机制，电力营销能够引导客户合理调整其用电行为，从而实现电力资源在不同时间、地区和用户之间的优化配置。价格作为调节电力资源配置的关键杠杆，电力企业可以通过制定如峰谷电价、丰枯电价等差异化电价政策来引导客户在不同时段的用电行为。在用电高峰时段提高电价以鼓励客户减少用电，而在低谷时段降低电价以引导客户增加用电。这种方式可以有效缓解电网在高峰时段的供电压力并提升低谷时段的利用效率，从而实现电力资源的时空优化配置。例如，在实施峰谷电价后，许多居民用户调整了他们的用电习惯，将可灵活安排

的用电活动如洗衣、充电等安排在低谷时段进行，这不仅降低了他们的用电成本还提升了电力资源的利用效率。

此外，电力营销还可以通过推广电力需求侧管理技术来进一步优化电力资源配置。电力需求侧管理旨在通过采取有效的激励措施和技术手段来引导客户改变用电方式和优化用电行为以提升电力利用效率并达到节能降耗的目的。例如，电力企业可以为客户提供节能设备改造建议和技术支持以帮助客户安装如智能电表、节能灯具、高效电机等节能设备进而降低其用电负荷。同时与客户签订电力需求响应协议以在电网供电紧张或负荷高峰时按照协议要求减少用电负荷并获得相应的经济补偿。这种方式实现了电力资源在不同用户之间的优化配置并提升了电力系统的整体运行效率。

3 电力优质服务在电力市场营销中的作用

3.1 提升客户满意度策略

在大中型小区中，为减少客户对停电的感知，通常计划采用中低压发电车来保障用电。电力服务的优质性，无疑是衡量客户满意度的重要标尺。如今，市场竞争日益激烈，客户对电力服务的需求也在不断攀升。用户不仅期望电力供应安全可靠，更渴望获得高效、便捷且贴心的服务体验。为此，电力企业致力于提供一系列优质服务，如迅速响应客户的用电需求、及时处理故障报修、提供个性化用电咨询等，以提升客户满意度。因此，设立全天候客户服务热线，确保客户在遇到用电问题时，能够第一时间获得帮助。客户只需拨打服务热线报告故障，客服人员就会立即记录客户信息和故障详情，并迅速调度维修人员前往现场处理。维修人员将在规定时间内抵达，迅速诊断故障原因，并采取有效措施进行修复，力求将停电对客户的影响降到最低。此外，电力企业可通过实施客户满意度调查，洞悉客户对电力服务的意见与建议，及时发现服务短板，并据此改进。依据客户反馈，优化

服务流程，提升服务质量，持续满足客户日益增长的服务诉求。例如，针对客户反映的电费缴纳不便问题，电力企业可拓宽缴费渠道，如网络缴费、手机APP缴费、自助终端缴费等，便利客户随时随地进行电费缴纳。

3.2 企业竞争力强化路径

随着电力市场的逐步开放，电力企业面临的市场竞争愈发激烈。作为企业的核心竞争力之一，电力优质服务对于提升企业市场地位与品牌形象至关重要。优质服务助力电力企业赢得客户信任与忠诚。当客户享受到卓越的电力服务时，更倾向于选择该企业作为长期电力供应商，并乐于向他人推荐。反之，若服务质量欠佳，客户可能转向其他竞争对手。例如，在多家供电企业竞争的地区，服务优质、响应迅速的企业往往能吸引更多客户，市场份额持续扩大；而服务欠佳的企业则可能面临客户流失的困境。

此外，电力优质服务还能塑造并提升企业品牌形象。良好的品牌形象作为企业的无形资产，能为企业带来持久的竞争优势。通过提供优质服务，电力企业可树立可靠、负责、专业的品牌形象，增强社会公众对企业的认可与好感。例如，电力企业积极参与社会公益，为贫困地区提供电力扶贫服务，开展节能减排宣传活动，这些举措不仅有助于提升企业社会形象，还能间接增强市场竞争力。

3.3 电力市场稳定发展的促进机制

电力优质服务在促进电力市场稳定发展方面发挥着重要作用。稳定的电力市场是电力企业可持续发展的基石，而优质服务则是维护市场稳定的关键保障。一方面，优质服务能减少客户投诉与纠纷，避免服务问题引发的市场波动。当客户对电力服务不满时，可能通过投诉、媒体曝光等方式表达，这不仅损害企业声誉，还可能引发其他客户的信任危机，对电力市场稳定造成不利影响。通过提供优质服务，及时解决客户问题与诉求，可有效减少投诉与纠纷，维护电力市

场正常秩序。

另一方面，优质服务能促进电力企业与客户之间的良好合作关系，共同推动电力市场发展。电力企业与客户相互依存，只有建立良好合作关系，才能实现共同发展。电力企业通过提供优质服务，满足客户需求，赢得客户支持与信任，客户则积极配合电力企业工作，如按时缴纳电费、参与电力需求侧管理等。这种良好合作关系有助于促进电力市场稳定发展，为电力企业创造有利的市场环境。

4 电力营销与电力优质服务的协同关系

4.1 双向推动

电力营销与电力优质服务之间存在着密切的双向推动关系。一方面，电力服务的卓越性能够为电力营销提供坚实的基础，进而助推电力销售量的增长。另一方面，电力营销的高效执行又为提供优质服务开辟了更多可能性与展示舞台，进而促进服务品质的升级。当客户体验到高品质的电力服务时，其对于电力产品的认同感和购买欲望会显著增强。例如，若电力企业能迅速且有效地为客户解决电力接入问题，那么客户在未来选择电力供应商时，更可能倾向于此前提供过优质服务的企业，并有可能将其推荐给其他潜在客户。电力营销活动也为服务品质的展现和推广创造了有利条件。借助市场调研、客户拓展等营销手段，电力企业能更深入地洞察客户需求，从而精准地提供符合期望的优质服务。

4.2 协同目标

电力营销与电力优质服务的共同追求是推动电力企业的持续进步并全面满足客户需求。通过有效的营销策略，电力企业能够不断拓宽市场份额，提升电力销售量，进而实现可观的经济效益。同时，借助高品质的电力服务，企业能够增强客户满意度，巩固客户忠诚度，并塑造积极的企业形象，从而收获显著的社会效益。唯有在经济与社会双重效益的共同推动下，电力企业才能实现长久且稳健的发展。对于客户来说，

他们既期望获得稳定且经济的电力供应，又渴望享受到高品质、高效率的服务。电力营销通过精心设计的价格策略和产品方案，充分满足了客户对电力产品经济与实用性的双重需求；而电力优质服务则凭借周到的服务态度和专业的服务技能，全面达到了客户对服务品质的期望。这两者相辅相成，共同为客户提供了一站式的电力解决方案，全面满足了他们的需求。

5 结束语

综上所述，电力营销和电力优质服务在电力市场营销中都发挥着不可或缺的重要作用。在未来的电力市场竞争中，电力企业应充分认识到电力营销和电力优质服务的重要性，不断优化营销策略和服务模式，提高营销水平和服务质量，以适应市场变化和客户需求，实现电力企业的长期稳定发展。

参考文献

- [1] 王红. 电力市场营销优质服务策略分析 [J]. 市场周刊, 2024, 37(33): 88 - 91.
- [2] 龙军民. 电力市场改革视角下的电力营销模式 [J]. 大众投资指南, 2024(32): 58 - 60.
- [3] 郎大林. 电力市场改革视角下的电力营销业务模式创新 [J]. 市场瞭望, 2024(20): 25 - 27.

作者简介：郑榕清（1978 - ），男，福建福州人，本科，助理工程师。研究方向：输配电及用电。