

电力改革下新能源电力市场及营销

崔俊举

国源电力新疆分公司，新疆 乌鲁木齐 830000

摘 要： 随着我国经济的迅猛进步，电力行业也迎来了前所未有的蓬勃发展，为新能源电力的崛起和扩张铺设了坚实的基础。目前，我国的电力供应已经超出了需求，产能出现了过剩，这使得过去设计的电力供需策略不再适应当前的经济形势。鉴于此，推进电力市场的深入改革显得尤为迫切，其目的在于打破行业垄断，引入更为活跃的市场竞争机制，实现资源的最佳配置，进而提升整个电力行业的运行效率和经济效益。正是在这样的电力改革大潮中，本文旨在深入探讨新能源电力的市场营销现状及其策略，以期为新能源发电企业的战略规划和市场发展提供有价值的参考和启示。

关 键 词： 电力改革；新能源；电力市场；营销策略

Electric Power Reform Under The New Energy Power Market And Marketing

Cui Junju

State source power Xinjiang branch, Urumqi, Xinjiang Urumqi 830000

Abstract： With the rapid progress of China's economy, the electric power industry also ushered in the unprecedented vigorous development, for the rise of new energy power and expansion laid a solid foundation. At present, China's power supply has exceeded the demand, there is a surplus of capacity, which makes the past design of power supply and demand strategy no longer adapt to the current economic situation. In view of this, it is particularly urgent to promote the in-depth reform of the power market, its purpose is to break the industry monopoly, introduce a more active market competition mechanism, achieve the best allocation of resources, and then improve the operation efficiency and economic benefits of the entire power industry. It is in the tide of such power reform that this paper aims to deeply explore the marketing status quo of new energy power and its strategies, in order to provide valuable reference and enlightenment for the strategic planning and market development of new energy power generation enterprises.

Key words： electric power reform; new energy; electricity market; marketing strategy

引言

近年来，随着国家对环境保护的重视，我国在能源结构转型上逐步加大力度。风电、光伏等可再生能源成为当前我国电力行业的主要能源来源。随着可再生能源发电在电网中占比的提升，对新能源电力市场及营销也提出了更高的要求。尤其是在目前电力改革背景下，新能源发电企业更需要紧跟电力改革步伐，实现自身转型发展，才能在新形势下谋求到更多的发展机遇。

一、电力改革对新能源电力市场的影响

（一）电力体制的变革与新能源电力的契合点

电力体制的改革致力于打造一个更为开放、敏捷和高效的市场环境，以此能够更好地容纳高比例的清洁能源。新能源电力，以其清洁、可再生和低碳的特性，恰恰符合了电力体制改革的主导方向和核心目标。随着风电和光伏等新能源技术的日益成熟和成本的持续下降，新能源电力在电力市场中的吸引力逐渐上升。与此同时，电力体制的改革也为新能源电力带来了更多的商业机会和创新的盈利模式，例如分布式能源系统、微电网以及综合能源服务等。因此，电力体制的变革与新能源电力的契合点在于共

同推动能源转型和绿色发展。

（二）有效降低新能源发电企业的发电成本

电力市场改革能够有效降低新能源发电企业的发电成本，在一定程度上促进新能源发电企业的发展。电力市场改革后，电力资源配置和市场交易方式发生了改变，新能源发电企业不仅可以参与到电力交易市场中，还可以根据自身情况与其他新能源发电企业进行合作^[1]。除此之外，在电力市场改革后，新能源发电企业不仅可以与电网公司进行合作，还可以与其他工商业用户、用户直接进行交易。与此同时，在电力市场改革中，国家还出台了一系列鼓励和支持可再生能源发展的政策和措施，为新能源发电企业在未来发展中创造了良好的政策环境。

（三）电力改革对新能源电力供需关系的影响

随着可再生能源发电占比的提升，新能源电力供需关系将会发生深刻变化。由于新能源电力具有随机性、波动性等特点，供需矛盾将进一步凸显。首先，由于可再生能源发电具有波动性的特点，将会对电网安全运行造成较大影响，特别是在极端天气情况下，会导致电网调峰难度加大，增加电力系统运行的不确定性。其次，由于新能源发电的随机性特点，其直接参与市场交易将会对电力系统平衡造成冲击，产生明显的不平衡负荷。特别是在系统出现缺电时，将会导致系统调峰困难、电量不足等问题。最后，由于可再生能源发电的间歇性特点，其大规模参与市场交易后将会加剧电力供应紧张情况。同时由于可再生能源发电具有较强的波动性、随机性特点，在市场竞争中可能导致相关电源或电网企业陷入经营困难局面。因此，新能源电力的消纳和市场化交易也将会对市场运行效率带来挑战。

二、电力改革下新能源电力市场营销的现状

（一）营销方式与时代发展联系不紧密

随着网络信息技术的不断进步，传统的电力行业和市场遭受了巨大的影响。通过大数据的深入对比和精准分析，我们可以清晰地观察到，在新能源电力市场的浪潮中，许多传统电力企业正面临一系列严峻问题。如果电力企业不能恰当地运用大数据和互联网来优化其营销模式，那么它们的进步将会受到严重限制，甚至可能停滞不前。因此，对于各大电力企业来说，及时组织高层管理人员以及一线服务人员接受互联网信息技术的培训和学习，并能够利用信息技术对电力用户的深层次需求进行深度挖掘，促使营销模式发生改变，实现社会发展与经济效益的共同进步与发展。

（二）缺乏营销意识忽略售后服务

在新能源电力市场不断演进的背景下，电力企业必须持续提升其服务意识和质量。这就要求对基层销售人员实施有效的营销培训，以适应市场的变化。然而，当前众多企业在新能源领域过于聚焦前期的生产与技术环节，忽视了售后服务与市场营销的重要性。这种偏重导致企业面临生产成本高昂，而经济效益却并不明显。随着新时代的来临，网络信息技术对传统电力新能源市场构成了显著的影响与挑战，有可能重塑市场格局并影响传统电力企业的主导地位。在此背景下，电力企业在规划未来营销策略时，要重视用电客户的需求与体验，同时加强电力市场营销团队的专业素养，以此来优化服务质量、拓宽市场份额，并增强自身的核心竞争力^[2]。

（三）缺乏高端电力营销人才

随着新能源的蓬勃发展，传统能源企业在市场中的定位逐渐受到挑战，电力市场的开放也为新能源电力营销带来了新的机遇。然而，这一领域的市场营销工作异常复杂，从业者不仅需要灵活应对多变的市场环境、深入解读相关政策法规，还必须紧密跟随技术创新的步伐。因此，对高端电力营销人才的需求日益凸显。但现实情况却是，这类高端人才极为稀缺。目前，能源行业

内的大部分人才更偏向于传统的能源管理和发电技术，而在新能源市场营销方面的专业知识和技能则显得捉襟见肘。另外，目前，我国高校在新能源领域的人才培养方面存在明显的短板，无论是重视程度还是资源投入均显不足。这导致现有的电力营销人才对新能源的理解仅停留在表层，缺乏深入的专业知识和技能。这种局面直接造成了新能源市场营销人才的匮乏，不仅严重制约了新能源电力市场策略的制定和实施，也拖慢了市场拓展的步伐和深度。因此，新能源电力市场迫切需要加快高端电力营销人才的培养和引进，以应对当前的人才短缺问题。

（四）电力供需技术有待改善

电力改革背景下，新能源电力市场想要更好的发展，需要重视电力供需技术的创新与发展，以便为新能源电力输送和分配提供更为高效、稳定和可靠的技术支持。然而，如今新能源电力市场中存在电力供需技术不足的问题，具体表现在以下方面。一方面，输送线路与需求量的不匹配。尽管我国在电网建设方面已经取得了令人瞩目的进步，但在实际操作中，输送线路与电力需求之间仍存在一定的不匹配问题。这种问题导致电力无法及时、准确地输送到需求点，从而难以满足市民和企业的日常用电需求。特别是对于新能源电力来说，由于其发电地点往往位于偏远地区，如风能、太阳能资源丰富的地带，因此，建设和维护这些地区的输送线路显得尤为重要和迫切。另一方面，技术和设备落后。一些电力企业尚未跟上技术进步的步伐，仍在采用较为陈旧的技术和设备，这不仅导致了电力传输效率的低下，也使得电力在输送过程中的损耗居高不下。在新能源电力市场的激烈竞争中，拥有先进技术和现代化设备成为确保电力品质、减少能源浪费，以及提升整体运营效率的重要因素。因此，电力企业亟须升级其技术和设备，以适应新能源电力市场的发展趋势和需求^[3]。

三、电力改革下新能源电力市场营销策略

（一）树立市场观念，创新营销手段

在电力行业的深刻变革中，制定针对新能源电力的市场营销策略显得尤为重要。其中，最为核心的是建立市场导向的经营理念并采纳创新的营销方式。摒弃过去自我中心的发展模式，新能源电力企业需要将市场趋势和需求置于发展的中心位置。为此，企业必须深入市场进行持续调研，借助先进的网络化信息技术，敏锐捕捉消费者需求的变化以及行业的动态发展。这样，企业才能精确地锁定目标客户，为他们提供真正契合需求的产品与服务。接下来，新能源电力企业亟需打破传统单一、缺乏灵活性的营销方式，转向构建多元化、全面发展的营销模式。这一模式应整合线上线下资源，实现传统广告与新媒体的有机结合，并利用大数据进行深入分析，以精确锁定目标市场。同时，数字化工具将成为企业与消费者互动的重要桥梁，有助于深入洞察消费者需求，进而提供更为贴切的产品和服务。此外，实施绿色营销策略将进一步凸显企业的环保理念，增强消费者对企业的认同感和忠诚度。

（二）强化营销意识，提高售后服务质量

在电力企业的经营和管理工作中，必须着重加强市场营销的

意识,不断提升对客户的服务品质,以此提高企业的整体市场竞争力。一方面,电力企业需要从客户的真实需求出发,在营销活动中深入了解他们对电力产品的使用状况和需求差异。针对各类用户群体的独特需求,电力企业应进行详尽的分析,并设计出具有高度针对性的市场营销策略。同时,电力企业必须牢固树立优质服务的经营理念,确保在日常运营中做到服务的精细化、规范化和标准化。通过这些措施,电力企业可以更好地满足客户需求,提升品牌形象,从而在激烈的市场竞争中占据有利地位。另一方面,注重提高售后服务质量。企业应成立专门的客户服务团队,其职责是接收并处理来自客户的各类咨询、投诉及建议。同时,需要构建一套健全的客户服 务机制和准则,确保客户的疑问或困扰能够迅速且妥善地得到处理。另外,鉴于新能源电力产品涉及复杂技术,用户在操作时难免会遇到诸多挑战。因此,提供持续、专业的技术支持是不可或缺的,这包括但不限于产品的安装指导、用户操作培训以及故障排查等,旨在保障用户能够无障碍地使用产品。此外,企业应定期与客户保持沟通,通过回访了解产品的实际运作情况,从而及时发现并处理可能存在的隐患,增强用户的满意度^[4]。

(三) 加快人才的培养,提高营销水平

在新能源电力市场营销过程中,企业要加强对人才的培养,要让员工不断提高自身的业务素质,通过定期培训,帮助营销人员了解新能源电力的基本特点,并不断提升实践操作。同时,注重营销人员信息技术应用能力的培养,可以熟练利用信息技术发布新能源电力市场及电力企业的发展动态,并通过信息技术收集与分析客户需求,对于客户提出的问题,要及时解答和处理。此外,还要积极引进专业人才来提高员工工作能力和工作效率,合理安排人员在工作岗位上进行轮岗调动,避免出现人员老化、工作效率低等问题,为电力企业市场营销提供良好的人力资源保障。还可以通过加强行业内外企业、高校和研究机构之间的合作与交流,促进人才流动和知识共享,提高整个行业的人才水平。

(四) 提升电力供需的技术,保障供电效率的稳定性

近年来,我国在电网建设领域取得了令人瞩目的进步,电网规模持续扩大,其中,“西电东送”这一宏伟工程更是凸显了我

国在电力领域的卓越成就。然而,现实中电力供应技术仍无法满足市民的日常需求。鉴于此,电力企业应高度重视电力技术的优化与提升,确保供电效率的稳定性。首先,新能源电力企业应当积极采纳尖端的节能设备与技术,例如高效能节能变压器和智能无功补偿装置等,这些都能显著减少电能的损耗。通过这些设备与技术的应用,可以降低电网的线路损耗、提升功率因数,进而大幅度减少电能的无效使用和浪费。其次,新能源电力市场想要提升电网的效能和可靠性,需要加强基础设施建设。应该打造一个更加稳固的电网架构,以增进电网的相互连接与沟通。这可以通过增设输电线路和变电站等核心设施来实现,从而确保电网的供电实力与稳定性得到显著提升。同时,对于那些在电网中表现较弱的输电线路,也需要进行必要的改造升级,以提升其输电效率和稳定性。例如,可以采用高导电率的导线,或者增加导线的截面面积,这些措施都能有效降低线路损耗,同时增加输电容量,为电网的效能和可靠性提供坚实保障^[5]。另外,对配电网实施结构优化与升级,旨在增强其供电的稳定性和经济效益。例如,引入环网供电、多分段多联络等先进结构,以提升配电网的应变能力和相互支援能力。最后,为了推进市场营销板块的扩展,电力企业需要积极采纳高科技技术,以提升内部管理效率。通过逐步构建一个集客户管理、配电、输送与营销于一体的综合平台,企业能够更有效地进行用电数据的全面采集、深入分析和精细处理。这将为电力企业提供宝贵的决策支持,助其制定更加明智和合理的市场策略。

结语

随着电力改革的深入推进,新能源电力市场正迎来巨大的拓展空间,同时也会面临诸多挑战。鉴于此,新能源电力企业必须紧密关注市场动态,持续革新其市场营销策略,如树立市场观念,创新营销手段、强化营销意识,提高售后服务质量、加快人才的培养、提升电力供需的技术等,以推动新能源电力的长久且稳健的发展,并为构建环保、低碳、高效的能源体系注入更强的动力。

参考文献:

- [1] 吴泽奇. 探究电力改革下新能源电力市场及营销[J]. 电力设备管理, 2023(8):260-262.
- [2] 周阳. 探究新能源发展对电力营销的影响[J]. 魅力中国, 2021(25):435-436.
- [3] 赵丹. 浅谈电力改革下的新能源电力市场及营销[J]. 现代营销, 2021(26):14-15.
- [4] 赵红露. 开辟新能源电力企业市场营销新蓝海[J]. 中国商界, 2023,(06):154-155.
- [5] 葛维. 新能源发展背景下电力市场开拓过程中电力营销问题分析[J]. 中外企业家, 2020,(07):248.