

浅析电费电价分析方法在电力营销管理中的应用

戴丽霞

国网河北省电力有限公司邢台市环城供电分公司

DOI:10.12238/hwr.v5i8.3960

[摘要] 市场经济不断发展的今天,电力企业在营销管理工作开展时,需要深入的对电费电价进行分析工作。从实际电力企业的发展现状入手,对日常的数据进行整理汇总,了解目前的经营状态和经营特点。对于相关工作的人员来说随着电费电价分析工作量日益增大,数据日益增多,很多工作人员虽然具有一定的统计分析能力,但是过量的数据计算也会增加工作人员实际工作的负担。因此,需要相关工作人员在电力营销管理环节选用科学的电力电价分析方式,加强技术创新、电费实施动态监测以及电费管理,整合出最佳的营销模式,这样既能够使企业取得经济效益,又能够有效推动企业的稳步发展。

[关键词] 电费电价; 方法; 电力; 营销管理; 应用

中图分类号: TM727 **文献标识码:** A

Analysis on the Application of Electricity Price Analysis Method in Power Marketing Management

Lixia Dai

Xingtai Huancheng Power Supply Branch, State Grid Hebei Electric Power Co.,Ltd

[Abstract] Today, with the continuous development of market economy, when the marketing management of electric power enterprises is carried out, it is necessary to analyze the electricity price in depth. Starting from the actual development status of power enterprises, the daily data are collected to understand the current operating status and operating characteristics. For the related workers, with the increasing workload of electricity price analysis, there are more and more data, although many workers have certain statistical analysis ability, excessive data calculation will also increase the burden of actual work. Therefore, it is necessary for the relevant staff to select scientific analysis methods of electricity price in power marketing management, strengthen technological innovation, implement dynamic monitoring of electricity price and electricity price management, and integrate the best marketing mode, which can not only make enterprises obtain economic benefits, but also effectively promote the steady development of enterprises.

[Key words] electricity price; method; electricity; marketing management; application

随着电力体制改革的深入,电网企业发展环境和电力市场格局发生了一系列深刻变化。面对日益激烈的电力市场竞争,电网企业要想保持现有的电力市场份额,就必须利用这些数据对电价进行系统分析。根据电力需求和电力用户的特点,加强对电力市场环境变化的研究和判断,调整电力营销策略,提高电力营销管理水平。

1 电费电价构成及计取方式

电力工业属于能源供应业,是由发电、输电、变电和消费组成的生产和消

费系统。由于我国电力工业经济发展历史较短,在我国经济体制的特殊背景下,电力工业具有很强的垄断性特征。电价实行统一政策、统一定价原则、分级管理。

现阶段,电网企业主要根据电力用户用电性质计算电费,销售电价主要分为六类:一般工商业及其他用电、大工业用电、家庭用电、农业生产用电、贫困县农业生产用电和批发用电。同时,根据不同的电压等级,制定不同的销售价格等级。对用电容量在315kVA以上的工业用户,实行两部制电价。对工商业和

大型工业用户实行水期、时段浮动价格制度。对居民用户实行阶梯电价制和水期替代电价制,对农业用户实行单系统不浮动电价等不同定价策略,从经济角度引导不同负荷特性的用户合理利用电能,从而促进电力系统的合理高效运行。

2 电力营销中电费电价管理现存问题

2.1 电价制定不合理。目前,从电力企业的实际发展来看,很多电价的制定并没有与市场发展的变化相结合。在电力企业的经营过程中,只有售电权,但电

价需要由相关政府制定。在这种情况下,一些政府对电价和电力市场的实际情况了解不够,因此在制定电价的过程中,受主观意识的影响,难以适应当前市场发展的需要。

2.2 用户分类不规范。电力用户类型存在一定差异,将影响实际用电,甚至直接影响电力企业的发展和进步。因此,为了有效促进电价的科学计算,有必要对用户进行准确划分,并将分析数据报送政府,作为最终电价的参考。结合统一规范的电费模板,可以满足当前用户的实际需求。

2.3 电价机制不科学。从以往的传统用电习惯来看,虽然日用电有高峰时段和低谷时段,但不同时间段的电费计算会有一定差异。如果电价计算不合理,会影响市场占有率,甚至影响企业形象,不利于企业长远发展。因此,有必要建立科学的电价发展机制,明确当前电力企业电价制定过程中的风险因素,进行科学的风险预测,及时防范存在的风险问题。

3 电力营销管理中电费电价分析方法

3.1 加强对电力企业营销统计数据来源的分析。现如今电力企业营销电费电价综合分析过程中,为了保证实际分析工作的科学性和有效性,工作人员首先需要加强对于数据的搜集,并保证数据来源的完整性,相关工作人员在数据计算环节,要避免因为信息数据存在缺失而导致电费电价不合理。具体的数据来源就是需要结合电力企业每月应收的电费汇总,对基层数据库进行适时统计,具体报表内容要不断的丰富。包括不同电力能源和具体类别用户不同时间段的电力消耗。在数据统计过程中,要根据用户电力能源的应用类别和电源电压供应差别进行实时统计,要结合用户的不同类型进行电力应用的分析统计。将用户细分为大工业用户、非工业用户、普通工业用户、农业灌溉用户、居民用户、非居民用户等等,通过细分客户的方式进行同等电压用户的分析,以便能够保证实际数据的科学性和合理性,明确具体的数据来源,并将电压等级相同的用

户放在同一个类别中进行正确记录。

3.2 电费电价数据分析方法。在电力营销管理中,需要对具体数据进行综合指标分析。为了保证实际分析数据的科学合理性,一般需要数量指标和质量指标相结合的综合分析。首先,当前电力营销收入的变化会对销售收入产生一定的影响。因此,在电力营销管理过程中,相关工作人员需要对具体的数据进行明确的统计。电价分析应结合综合指数进行,积极引入相同的计量因素。通过对用户的精确划分,对具体数据进行比对,促进电价工作的顺利开展。其次,对电价数据的分析需要基于定量分析的角度,对综合指数的走势进行分析,把握当前电价的变化。质量指标在报表中是固定的,在电力营销分析中需要对相关数据进行科学的分析。基于同一时期相同的计量因素,分析当前销售电价对电价的影响,以保证实际营销的效率。最后,电价的变化会对售电收入产生一定的影响。在电力营销管理过程中,相关人员需要了解电价的变化趋势,因此有必要对电价进行分析。一般采用相同的因素作为分析的衡量标准。但是,为了保证电力营销管理能够在当前市场发展过程中有效分析,在电价变化趋势下,结合具体经济活动,要求相关人员掌握不同营销活动下电力收入潜在因素的影响,并将具体因素纳入报告,明确电价变动原因,促进电价分析工作有序开展。另外,由于电力营销分析具有一定的特殊性,对电价制定的分析还不能充分理解电力营销管理的内涵。在大多数情况下,采取切实可行的措施,了解与提高电力专项收入有关的因素,掌握电价工作的重点内容,是非常重要的。为保证电力营销的可靠性,还应综合考虑售电实际工作和售电单价。通过多因素分析,对影响电力营销管理的多因素进行分析,对电价的绝对数和相对数进行总量变化分析,准确把握电价的发展规律。

3.3 采用综合指数法和多因素分析法。电力营销管理是电价的重要组成部分。电价分析的合理性和可靠性有助于电力企业进行电力营销管理。目前,电价

分析需要以统计分析方法为基础,将统计分析方法与因子分析方法相结合,进行系统的指标分析,明确当前电价分析中的多种现象和变化规律,从而保证电力营销的顺利开展。另外,在实施电力营销人员管理时,要合理使用电价,在实际过程中,要严格按照有关政策法规执行电力营销活动,加强监督管理,确保数据的准确性和可靠性,为后续企业的发展和相关管理工作的开展提供数据支持。

3.4 转变营销观念确立需求导向。随着电力市场竞争的日益激烈,电力营销应树立以用户需求为导向的新观念,在满足市场需求的前提下建立新的营销组织,创新营销管理模式,完善营销体系,形成制度化管理;同时,要建立新的营销队伍,充分熟悉市场经济规律和电力市场交易规则,掌握电价分析方法,提高市场研究判断、负荷预测、电力需求侧管理等现代电力营销管理能力。

3.5 合理制定电价减少非正常行政干预。在定价过程中,有定价管理权限的职能部门应加强对电力市场的研究,结合供电企业提供的销售报告和电力市场信息,制定不同的分类定价政策,从而满足市场需求,使定价更加科学合理。同时,没有电价管理权限的职能部门不得越权干预电网企业电价执行。

4 结论

综上所述,电力企业是我国经济发展的重要支撑,而电力营销是其中的重要组成部分,直接影响着行业的整体发展。随着电力体制改革的深入,为了更好地适应电力市场的激烈竞争,确保电力市场现有份额,电力企业需要更加重视营销,合理运用电价分析方法,不断优化营销策略,提高电力营销管理水平。

[参考文献]

- [1]梁尾妹.论集约化电费核算及电费电价管理[J].科技风,2019,(35):169.
- [2]刘利根.电费电价管理中计费电量自动采集的完善措施[J].智库时代,2019,(36):265+267.
- [3]曾婷,邹奕.电力营销管理中电费电价分析思路与方法[J].通讯世界,2017,4(23):197-198.