

# 电网企业新能源电力营销策略分析

郑红玉 袁波

杭州大有供电服务有限公司桐庐白云源分公司 浙江省杭州市 310000

**【摘要】**随着全球对清洁能源的需求不断增长,新能源电力在能源结构中的占比日益提高。电网企业作为电力供应和营销的关键主体,如何制定有效的新能源电力营销策略,对于推动新能源产业发展、优化能源配置以及提升自身竞争力具有重要意义。本文深入分析了电网企业新能源电力营销的现状和面临的挑战,探讨了新能源电力市场的特点和需求,从产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略等方面提出了针对性的营销策略建议,并结合实际案例进行了分析,旨在为电网企业更好地开展新能源电力营销提供理论支持和实践参考。

**【关键词】**电网企业、新能源电力、电力营销、营销策略、市场需求

Analysis of new energy and electric power marketing strategy of power grid enterprises

Zheng Hongyu Yuan Bo

Hangzhou Dayou Power Supply Service Co., LTD. Tonglu Baiyun Branch Hangzhou, Zhejiang 310000

**【Abstract】** With the growing global demand for clean energy, the proportion of new energy power in the energy structure is increasing. As the key subject of power supply and marketing, power grid enterprises how to develop effective new energy power marketing strategy is of great significance for promoting the development of new energy industry, optimizing energy allocation and enhancing their own competitiveness. This paper deeply analyzes the present situation of power grid enterprise new energy power marketing and challenges, discusses the characteristics of the new energy power market and demand, from the product strategy, price strategy, channel strategy and promotion strategy put forward the targeted marketing strategy Suggestions, and combined with the actual case is analyzed, aims to power grid enterprises to develop new energy power marketing to provide theoretical support and practical reference.

**【Key words】** power grid enterprises, new energy power, power marketing, marketing strategy, market demand

## 一、引言

在全球气候变化和能源转型的大背景下,新能源电力以其清洁、可再生等优势,成为世界各国能源发展的重点方向。太阳能、风能、水能、生物质能等新能源发电技术不断进步,装机容量迅速增长。电网企业作为连接新能源发电端和用户端的桥梁,承担着新能源电力输送、分配和销售的重要任务。

有效的新能源电力营销策略不仅有助于电网企业更好地推广新能源电力,提高市场份额,还能促进新能源产业的健康发展,推动能源结构的优化升级。然而,目前电网企业在新能源电力营销方面还面临着诸多问题,如市场认知度不高、价格机制不完善、配套服务不足等。因此,深入研究电网企业新能源电力营销策略具有重要的现实意义。

## 二、电网企业新能源电力营销的现状与挑战

### 2.1 现状分析

新能源装机规模增长迅速:近年来,我国新能源装机规模呈现爆发式增长。以风电和光伏发电为例,截至[具体年份],全国风电累计装机容量达到[X]万千瓦,光伏发电累计装机容量达到[X]万千瓦。电网企业积极参与新能源电力的

接入和消纳工作,不断完善电网基础设施,提高新能源电力的输送能力。

营销模式逐步探索:部分电网企业开始尝试创新新能源电力营销模式,如开展绿色电力证书交易、推进分布式能源市场化交易等。一些地区还推出了新能源电力套餐,为用户提供多样化的选择。

市场培育初见成效:随着环保意识的提高和政策的引导,越来越多的用户开始关注和接受新能源电力。一些大型企业和园区主动选择使用新能源电力,以满足自身的绿色发展需求。

### 2.2 面临的挑战

市场认知度有待提高:尽管新能源电力的优势逐渐被人们所认识,但仍有部分用户对其稳定性、可靠性存在疑虑。此外,一些用户对新能源电力的价格和政策了解不够,影响了其购买意愿。

价格机制不完善:新能源电力的成本相对较高,尽管随着技术进步和规模效应的显现,成本有所下降,但与传统能源电力相比,仍缺乏价格竞争力。同时,新能源电力的价格补贴政策存在不确定性,给电网企业的营销带来了一定的困难。

配套服务不足:新能源电力的分布式特点对电网的智能

化和信息化水平提出了更高的要求。目前,部分地区电网的配套服务还不能满足新能源电力发展的需求,如分布式电源接入难、计量和结算不便捷等问题。

市场竞争日益激烈:随着新能源市场的开放,越来越多的市场主体参与到新能源电力的营销中来,包括发电企业、售电公司等。电网企业面临着来自不同层面的竞争压力,需要不断提升自身的营销能力。

### 三、新能源电力市场特点与需求分析

#### 3.1 市场特点

**波动性和间歇性:**新能源电力的发电受自然条件影响较大,如太阳能光伏发电受光照强度和时间的限制,风力发电受风速和风向的影响。这种波动性和间歇性给电力的稳定供应带来了挑战,也对电网的调节能力提出了更高的要求。

**分布式发展趋势:**新能源电力的分布式发电模式越来越普及,如分布式光伏发电、小型风力发电等。分布式发电可以实现就近供电,减少输电损耗,提高能源利用效率。

**政策驱动明显:**新能源电力的发展在很大程度上依赖于政策的支持,包括补贴政策、上网电价政策、可再生能源配额制等。政策的变化对新能源电力市场的发展具有重要影响。

#### 3.2 市场需求

**环保需求:**随着环保意识的增强,越来越多的用户希望使用清洁能源,以减少对环境的污染。新能源电力作为清洁、可再生能源,符合用户的环保需求。

**经济需求:**对于一些高耗能企业和大型园区来说,降低用电成本是其重要的需求。如果能够通过合理的营销策略,降低新能源电力的价格,将吸引更多的用户选择新能源电力。

**可靠性需求:**尽管新能源电力存在波动性和间歇性,但用户对电力供应的可靠性要求仍然很高。电网企业需要通过技术手段和管理措施,提高新能源电力的供应可靠性。

**个性化需求:**不同用户对电力的需求存在差异,如用电时间、用电量、用电质量等。电网企业需要根据用户的个性化需求,提供定制化的新能源电力服务。

### 四、电网企业新能源电力营销策略

#### 4.1 产品策略

**优化产品组合:**电网企业应根据不同用户的需求,优化新能源电力产品组合。除了提供常规的新能源电力供应服务外,还可以开发储能服务、电能质量调节服务等增值产品,满足用户对电力可靠性和质量的要求。

**提升产品质量:**加强对新能源电力的监测和管理,提高新能源电力的稳定性和可靠性。通过技术创新,提高新能源电力的转换效率和发电质量,减少对电网的影响。

**推进产品标准化:**制定新能源电力产品的标准和规范,包括产品质量标准、服务标准等,提高产品的可识别性和可比性,便于用户选择和购买。

#### 4.2 价格策略

**差异化定价:**从用电时间维度来看,新能源电力的发电具有波动性和间歇性,如太阳能光伏在白天光照充足时发电量大,而夜晚则无法发电;风力发电受风速影响,不稳定。因此,可依据用电高峰和低谷时段实施差异化定价。在高峰时段,电力需求旺盛,此时提高新能源电力价格,一方面能引导用户合理用电,主动错峰,减轻电网供电压力;另一方面,高价格也可激励更多新能源发电项目在高峰时段增加发电投入。而在低谷时段,降低价格,鼓励用户增加用电,提高新能源电力的消纳率,避免能源浪费。

基于用电量差异定价也十分关键。对于用电量较大的工业用户,可给予一定的价格优惠,以降低其生产成本,增强企业竞争力,同时也能促进新能源电力的大规模应用,实现规模效益。对于居民用户,可根据其用电量的不同区间设置不同价格,引导居民节约用电。

此外,用电性质的不同也应作为定价依据。对于对电力稳定性和质量要求较高的特殊行业用户,如数据中心、医院等,可适当提高价格,因为为满足这类用户需求,电网企业需投入更多资源保障供电质量。而对于普通商业用户和居民用户,价格可相对亲民。

通过差异化定价策略,电网企业能够更精准地匹配新能源电力的供应与用户需求,既提高了经济效益,又兼顾了社会效益,推动新能源电力市场的健康、可持续发展。

**成本加成定价:**从成本构成来看,新能源电力的成本主要包括前期的项目建设成本,如风力发电场的风机购置、安装,光伏电站的太阳能板铺设等费用;设备的运维成本,包括日常的检修、维护,零部件的更换等;以及技术研发成本,为了提高新能源发电效率、稳定性和可靠性,企业需要不断投入资金进行技术创新和研发。另外,还有人力成本、管理成本等。

在确定成本后,电网企业会根据自身的经营目标和市场情况,设定一个合理的加成比例来计算利润。例如,如果某电网企业的新能源电力生产成本为每度电 0.3 元,该企业期望的利润率为 20%,那么按照成本加成定价法,其销售价格将设定为每度电  $0.3 \times (1 + 20\%) = 0.36$  元。

成本加成定价法具有一定的优势。一方面,它计算相对简单,易于操作和理解,能够保证企业在销售新能源电力时覆盖成本并获取一定利润,维持企业的正常运营和发展。另一方面,这种定价方式相对稳定,对于用户来说,价格波动较小,便于其进行成本核算和预算规划。

然而,成本加成定价法也存在局限性。它没有充分考虑市场需求和竞争情况。如果市场上其他竞争对手采用更具竞争力的定价策略,或者市场需求突然下降,按照成本加成定价的新能源电力可能会失去价格优势,导致销售困难。而且,

成本的核算可能存在不准确的情况,一些隐性成本或未来可能增加的成本难以精确预估,这可能会影响最终定价的合理性。因此,电网企业在采用成本加成定价法时,需要结合市场动态,灵活调整定价策略,以适应不断变化的市场环境。

参与市场竞争定价:积极参与电力市场竞争,根据市场供求关系和竞争对手的价格策略,灵活调整新能源电力价格。通过市场竞争,促进新能源电力价格的合理形成。

#### 4.3 渠道策略

拓展销售渠道:除了传统的电力销售渠道外,电网企业应积极拓展新能源电力的销售渠道。例如,与售电公司、能源服务公司等合作,共同推广新能源电力;利用互联网平台,开展线上销售,提高销售效率。

优化服务渠道:建立完善的客户服务体系,提供便捷的服务渠道。通过电话、网站、手机 APP 等多种方式,为用户提供咨询、缴费、报修等服务,提高用户满意度。

加强与发电企业的合作:与新能源发电企业建立紧密的合作关系,共同推进新能源电力的开发、建设和销售。通过合作,实现资源共享、优势互补,提高新能源电力的市场竞争力。

#### 4.4 促销策略

开展宣传推广活动:通过各种媒体渠道,加强对新能源电力的宣传推广,提高用户对新能源电力的认知度和接受度。宣传新能源电力的环保优势、经济优势和技术优势,引导用户选择新能源电力。

提供优惠政策和补贴:积极争取政府的优惠政策和补贴,将其转化为对用户的优惠措施。例如,对使用新能源电力的用户给予电价补贴、税收优惠等,降低用户的用电成本。

举办体验活动:组织用户参观新能源发电项目,举办新能源电力体验活动,让用户亲身体验新能源电力的生产和使用过程,增强用户对新能源电力的了解和信任。

### 五、电网企业新能源电力营销案例分析

以某电力公司为例,该企业在新能源电力营销方面采取了一系列有效的策略。

产品策略:该企业推出了“绿色电力套餐”,为用户提供 100% 新能源电力供应服务,并配套提供电能质量监测和优化服务。同时,针对分布式能源用户,开发了分布式能源管理系统,实现了分布式能源的实时监测、控制和优化调度。

#### 参考文献

- [1]徐艺铭.电网企业新能源电力营销策略分析[J].现代营销(上旬刊),2025,(01):167-169.
- [2]白丽斐,于祥明.新能源上网电量将全面进入电力市场[N].上海证券报,2025-02-10(002).
- [3]樊金松,熊敏锐.基于储能技术的新能源电力安全防护系统设计[J].电气技术与经济,2025,(01):120-122.
- [4]刘益隆.新能源电力营销策略研究与实践探索[C]//冶金工业教育资源开发中心,中国钢协职业培训中心.第13届钢铁行业职业教育培训优秀多媒体课件活动系列研讨会——电力工程与技术创新论文集.国网山东省电力公司东明县供电公司,2024:3.

价格策略:实行峰谷电价政策,对高峰时段和低谷时段的新能源电力实行不同的价格。同时,与用户签订长期的购电合同,根据市场价格波动情况,合理调整电价,降低用户的用电成本。

渠道策略:与多家售电公司和能源服务公司建立了合作关系,共同推广新能源电力。通过互联网平台,开展线上销售,用户可以通过手机 APP 实时查询用电情况、缴纳电费等等。

促销策略:开展“绿色电力进校园”“绿色电力进企业”等宣传活动,提高用户对新能源电力的认知度。对新用户给予一定的电价优惠,吸引用户选择新能源电力。

通过这些营销策略的实施,该电网企业的新能源电力市场份额不断提高,用户满意度也得到了显著提升。

### 六、结论与建议

#### 6.1 结论

新能源电力作为未来能源发展的重要方向,电网企业在新能源电力营销方面具有重要的责任和机遇。通过分析电网企业新能源电力营销的现状和面临的挑战,结合新能源电力市场的特点和需求,制定合理的营销策略,包括产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略等,能够有效提高电网企业新能源电力的市场竞争力,促进新能源电力的推广和应用。

#### 6.2 建议

加强政策研究和争取:电网企业应密切关注国家和地方的新能源政策,积极参与政策制定和调整,争取更多的政策支持。同时,要善于利用政策资源,推动新能源电力营销工作的开展。

加大技术创新投入:通过技术创新,提高新能源电力的稳定性、可靠性和转换效率,降低成本。加强对储能技术、智能电网技术等的应用,提高电网对新能源电力的消纳能力。

强化人才培养和引进:新能源电力营销需要具备专业知识和技能的人才。电网企业应加强人才培养和引进,建立完善的人才培养体系,提高员工的业务素质和营销能力。

加强市场合作与竞争:积极与新能源发电企业、售电公司、能源服务公司等市场主体开展合作,共同推动新能源电力市场的发展。同时,要勇于参与市场竞争,不断提升自身的营销水平和服务质量。