

智能电网背景下的用电营销

■ 国网河南巩义市供电公司 杨永华 李燕燕

在智能电网不断发展的大背景下，电力企业在用电营销系统方面已经从传统的粗放型管理方式向着网络智能化的方向转型。

未来电力营销管理的重要改革点是需求侧的管理

在构建的以市场为主导的智能营销体系中，随着新技术的大量应用，随着传感型终端与网络的升级换代，用电客户与电力企业之间双向的供需信息联系已经成为对供电情况进行实时分析与决策的重要环节。在传统的营销管理中，那种粗犷的拉闸限电的做法将通过实时监测调控、最优化错时用电、智能性调峰供电等解决方案融合，并被高效供电管理应用营销体系所代替。这将会成为需求侧管理的主要应用发展方向。

电网智能调度与人工现场服务将实现有序、规范融合

电网智能化建设的最主要宗旨是

为用电客户打造全新的用电服务体验。智能电网主要是通过电网自身结构信息化的升级后，在互联网的支撑下充分利用网站、手机APP等不同的信息传递方式为广大客户提供实时业务办理、电费资费信息显示、智能用电参考等多样化的服务形式，在用电客户与电力企业之间搭建了沟通的平台，使双向信息交流更加顺畅。另外，人工智能服务系统还提供了数据为广大客户提供个性化的服务，最大程度满足用电客户的需求。



大数据将成为智能电网基础性技术

当前，电网智能化引发了内部数据的激增，智能电网各个环节产生了大量的高密度、高价值的多维多系统数据。因而，大数据未来将在智能电网中发挥重要作用。智能电网具有开放性、不确定性和普遍关联性，大数据能够以全量数据来反映整个电网系统的特征，提供全景和全过程的研究视角。在大数据技术的支撑下，智能电网将具备主动预测、主动配置、主动维修以及基于互联网的主动营销等能力。

大数据不仅仅是技术，更是一种思维和方法，今后大电网互联的稳定、新能源消纳和广泛接入，以及放开的市场交易机制和互动要求都将拉动电力行业对大数据技术应用的需求。针对此，营销人员要提升自身业务能力，主动学习，应对新技术所带来的冲击和挑战。■