

# 新能源发展下电力营销市场开拓的有效策略

张璐

(国家电投集团陕西新能源有限公司, 陕西 西安 710000)

**摘要:** 在全球气候变化和环境问题逐渐受到重视的背景下, 新能源的发展已经成为当下的焦点。电力作为现代社会的基础设施, 其市场营销策略在新能源领域中扮演着关键角色。探讨这一话题不仅关乎技术和经济层面, 更涉及全球可持续发展的未来蓝图。在此背景下, 电力营销市场如何在新能源的大潮中找到合适的位置, 以及如何制定有效的策略, 以适应不断变化的市场环境, 成为行业和学术界关心的核心议题。深入分析现有的市场环境、政策支持和技术创新, 可以为电力企业提供有益参考, 帮助其在新能源浪潮中稳健前行。

**关键词:** 新能源; 电力营销; 市场开拓

**中图分类号:** F426.61

**DOI:** 10.12230/j.issn.2095-6657.2023.35.043

**文献标识码:** A

在新能源领域中, 电力营销起到至关重要的作用, 为电力产品与服务构建了一个桥梁, 连接生产者与消费者。随着新能源技术的不断进步和市场需求的变化, 电力营销策略需要针对这些变革进行适时调整。通过精确的市场分析和创新的推广策略, 电力企业可以更好地捕捉市场机会, 满足消费者的需求, 增强自身的竞争力。在新能源快速发展的背景下, 电力营销不仅是一个简单的销售过程, 更是一种策略, 旨在通过与消费者的深入互动推动新能源技术的普及和应用, 从而促进整个能源行业可持续发展。

## 1 新能源发展下电力营销市场开拓的现实意义

### 1.1 电力营销对新能源市场的推动作用

在当今的能源领域, 新能源正在逐渐替代传统能源成为主导力量, 其中电力营销在新能源市场中起到不可或缺的推动作用。一方面, 电力营销能够帮助公众了解新能源的优势和价值, 例如, 通过各种营销活动和策略, 消费者可以更清晰地认识到新能源电力如何助力环境保护、降低碳排放和减少能源成本, 这种认知的提高将促使更多人选择新能源电力产品和服务, 从而加速新能源的市场渗透率。另一方面, 电力营销还能够促进新能源技术的创新和应用。通过与消费者的互动和反馈, 电力供应商可以更好地了解市场的需求, 从而调整自己的研发方向, 推出更适合市场的新能源产品和服务。此外, 随着新能源技术的不断进步, 电力营销需要适应这些变化, 创新营销策略, 确保新能源产品和服务能够准确、及时地传达给目标用户<sup>[1]</sup>。

电力营销在建立消费者信任方面也发挥了重要作用。新能源, 尤其是那些新兴的技术, 往往会受到公众的质疑和担忧。通过电力营销活动, 如教育培训、公众宣传和体验活动, 可以

增强消费者对新能源的信心, 从而促进新能源长远发展。此外, 随着全球对气候变化和环境问题的关注度逐渐提高, 政府和相关机构开始出台一系列支持新能源发展的政策。电力营销在这一背景下也发挥了关键作用, 不仅可以帮助电力供应商获取政策支持, 还可以促进新能源政策的推广, 确保这些政策能够得到有效执行, 从而推动新能源市场健康稳定发展。

### 1.2 新能源市场发展对电力营销策略的影响

随着新能源市场的不断发展, 对电力营销策略的影响日益显著。新能源市场的成熟和多样化要求电力营销策略更精准, 具有个性化和前瞻性。一方面, 消费者对新能源的认知和接受度在逐渐提高, 这使得电力企业不仅要提供基本的能源供应, 还要满足消费者对可持续、环保和高效能源的更高需求。这意味着营销策略必须更加注重消费者教育, 深入挖掘他们的需求, 以提供更贴合市场的产品和服务。另一方面, 随着新能源技术的持续进步, 产品更新换代的速度也在加快。电力营销策略需要灵活调整, 及时捕捉技术发展的最新趋势, 并快速响应市场变化。这不仅涉及产品的宣传和推广, 还要考虑如何在竞争激烈的市场中突出自身的优势, 建立品牌差异化。此外, 新能源市场的发展带来了更加复杂的竞争格局。众多创新企业纷纷进入这一领域, 这要求电力营销策略不仅要有足够的竞争意识, 还要有充分的合作意识, 通过与合作伙伴建立战略联盟, 共同开发市场, 实现双赢<sup>[2]</sup>。

随着政府对新能源产业的大力支持, 众多政策和法规也对电力营销策略产生了深远影响。电力企业需要密切关注政策动态, 及时调整营销策略, 确保与政策方向保持一致, 从而获得更多的市场机会和政策支持。另外, 社交媒体和数字化技术的兴起, 为电力营销提供了全新的平台和工具, 这要求电力企业

不仅要掌握传统的营销方法，还要深入了解和应用数字营销技巧，以更高效、精准地触达目标消费者。

### 2 新能源发展下电力营销市场开拓的有效策略

#### 2.1 市场分析与定位

在新能源发展的背景下，电力营销市场的开拓变得尤为关键，而市场分析与定位成为这一过程中的首要步骤。为了在竞争日益激烈的市场中脱颖而出，电力企业必须深入了解市场的细分，明确自己的目标客户群，并为其提供真正有价值的服务和产品。市场分析要求电力企业对市场的规模、增长率、消费者偏好以及竞争者情况有清晰的认识，这样企业才能确保自己的产品和服务与市场需求紧密相连。同时，定位策略的制定需要基于对市场分析的深入理解。电力企业应明确自己在市场中的位置，这不仅涉及产品和服务质量，还包括品牌形象、企业文化和长期发展策略。一个成功的定位策略会使电力企业在众多竞争者中独树一帜，吸引目标客户群的注意，并与其建立长期合作关系。

随着新能源技术的迅速发展，市场的变革也变得日益频繁。电力企业应持续监测市场动态，及时捕捉新的商机，并根据市场变化灵活调整自己的定位策略。此外，社交媒体和数字化技术为市场分析与定位提供了全新的工具和平台。电力企业可以通过大数据分析更精准地了解消费者的需求，从而为其提供个性化的服务。新能源市场中的消费者更注重可持续性和环保，因此电力企业在进行市场定位时也应充分考虑这些因素，确保自己的产品和服务与这些价值观紧密相连。只有这样，电力企业才能在新能源市场中获得持续的竞争优势，实现长期发展和繁荣。

#### 2.2 产品与定价策略

在新能源电力行业中，产品与定价策略是确保企业竞争力和盈利能力的关键。特别是在现场现货交易的环境下，高效地销售电能并获得更高的价格成为行业内的首要目标，为此，电力企业必须深入了解市场需求和消费者偏好，确保所提供的电力产品与市场的实际需求相匹配。例如，针对峰谷电价的变化，企业可以提供差异化的电力解决方案，以满足不同时间段的电力需求。定价策略应该基于市场供求关系，电力产能、成本和其他相关因素进行动态调整。在电力现货交易中，价格实时反映了市场的最新情况，因此企业需要实时监控市场变化，快速调整价格，以获得最高的销售价格。此外，通过先进的数据分析和预测工具，企业可以预测市场的未来趋势，提前做好价格策略调整<sup>[3]</sup>。

值得注意的是，高价并不总是意味着更高的盈利，定价策

略还应考虑电力的可靠性、服务质量和企业的信誉等因素，只有当消费者认为所支付的价格与获得的价值相匹配时，他们才会愿意购买。因此，企业不仅要提供高质量的电力，还要确保服务的稳定性和持续性。此外，与其他参与者建立良好的合作关系也是获得更高销售价格的关键。例如，与电网企业、发电厂和大型消费者建立长期稳定的合作关系，可以确保电力的稳定供应和需求，从而提高交易的议价能力。

#### 2.3 营销渠道与推广

在新能源领域，选择合适的营销渠道与进行有效的推广活动对电力企业的成功至关重要。随着技术的发展和消费者行为的变化，传统的营销渠道可能不再适应当前的市场环境，而新的营销渠道和推广方式正在崭露头角。例如，线上平台和社交媒体已经成为连接企业和消费者的重要桥梁，为电力企业提供了一个直接与消费者沟通、展示产品和服务、获取反馈的机会。通过这些平台，电力企业可以更精准地定位目标客户群，为其提供定制化的内容和优惠活动，从而提高转化率和客户满意度。与此同时，内容营销和影响者营销也日益受到企业的重视。通过提供有价值的内容，如教育视频、博客文章或在线研讨会，电力企业可以建立自己的行业专家形象，吸引更多的潜在客户。而与影响者合作，可以增加品牌的曝光度，提高品牌的知名度和信誉度。例如，与环保主题的博主或意见领袖合作，可以帮助电力企业更好地传达其可持续性和环保的品牌理念，吸引更多与此理念相符的消费者。

另外，考虑到新能源领域的特殊性，线下活动和体验中心仍然具有不可忽视的价值。通过组织研讨会、展览或路演，电力企业可以直接与消费者面对面，展示其产品和技术优势，解答消费者的疑问，从而增强消费者的购买意愿，而体验中心则为消费者提供了一个实地体验产品和服务、与企业深入互动的机会。无论是线上还是线下，营销渠道与推广活动的选择都应基于对市场和消费者的深入了解。电力企业需要持续监测市场动态和消费者行为，灵活调整营销策略，确保始终与市场 and 消费者保持紧密联系。只有这样，企业才能在新能源领域的电力营销市场中获得成功。

#### 2.4 服务品质与客户关系

在新能源领域的电力营销中，服务品质与客户关系的管理尤为重要。优质的服务不仅是企业竞争力的体现，更是建立和维护长期客户关系的关键。服务品质直接影响客户的满意度和忠诚度。提供快速、准确和专业的服务，确保每一次与客户的互动都能为其带来愉悦的体验，是电力企业在竞争激烈的市场中脱颖而出的方式。同时，客户关系的管理是企业成功的关键因素之一。通过对客户数据的分析和挖掘，企

业可以更深入了解客户的需求和行为,从而提供个性化和针对性的服务。例如,通过分析客户的消费记录和反馈,企业可以提前预测客户的需求,为其推荐合适的产品和服务,从而提高转化率<sup>[4]</sup>。

此外,随着技术的发展,数字化和大数据技术为服务品质和客户关系的管理带来了更多的可能性。例如,使用智能客服系统,企业可以实现24小时不间断的客户服务,确保任何时候都能为客户提供及时的帮助。而大数据技术可以帮助企业对大量的客户数据进行分析,从而更精准地定位目标客户群,提供个性化的服务。值得注意的是,服务品质和客户关系的管理不仅是企业内部的事务,还需要与合作伙伴和供应商紧密合作。通过与合作伙伴和供应商深入沟通,确保服务的整体品质,是电力企业在新能源领域中获得成功的关键。

### 2.5 政府合作与政策响应

在新能源电力领域,与政府的深度合作和对政策的敏锐响应都是确保行业稳健发展的关键环节。政府通常是推动新能源发展的主要力量,通过出台各种政策、补贴和激励措施来促进这一领域持续创新和成长。为了充分利用这些机会,电力企业必须密切关注政府的动向,理解并适应相关政策的变化。此外,与政府的直接合作为企业提供了一个宝贵的机会,使其能够参与政策制定过程,有可能对政策方向产生影响,使其更加有利于业界和消费者。与此同时,政府合作还可能为企业带来一系列的优惠措施,如税收减免、研发资金支持或市场准入的便利化。而对政策的迅速响应,不仅意味着遵守规定,更意味着能够根据政策方向调整业务策略,使企业始终站在市场的前沿。例如,当政府决定鼓励某种新能源技术的时候,对这一技术进行研发和推广将会获得更多支持和优势。与政府在公共项目中的合作,如新能源基础设施的建设或公共交通系统的电力供应,为企业带来了巨大的市场潜力。与政府的合作和对政策的响应在新能源电力市场中起到至关重要的作用,直接影响企业的市场地位、竞争力和未来的发展空间<sup>[5]</sup>。

### 2.6 技术创新与研发投入

在新能源电力市场中,技术创新与研发投入被认为是驱动行业进步的核心动力。随着科技的发展和环境保护需求的增长,对更高效、更清洁的能源解决方案的需求日益增加。技术创新使企业开发出新的产品,满足市场的需求,从而保持市场竞争力。例如,通过技术创新,电力企业可以提高发电效率,降低成本,或开发出更可靠、持久的储能解决方案。研发投入是支持技术创新的关键。持续投资于研发,企业不仅可以保持在技

术前沿,还可以预测和应对未来的市场变化,确保其产品和服务始终与市场需求相一致。研发投入还有助于企业建立专利库,为其在市场上获得竞争优势提供法律保护。除此之外,技术创新和研发投入可以为企业带来与政府、学术机构和其他企业的合作机会,这些合作可以为企业带来新的技术、资金和市场机会。技术创新与研发投入在新能源电力市场中的作用不容忽视,是推动企业和整个行业向前发展的关键因素,也是企业实现可持续发展的基石<sup>[6]</sup>。

### 3 结语

在全球对可持续发展和环境保护的共同追求下,新能源电力行业显现出无尽的发展潜力,这一充满活力的领域不仅为现代社会提供了清洁、高效的能源选择,而且预示了一个对环境友好、资源高效利用的未来。电力营销作为连接技术与市场的桥梁,更是在其中起到了至关重要的作用,帮助新技术快速地为社会所接受,满足日益增长的能源需求。向未来展望,随着技术的不断进步、政策的进一步完善以及市场的持续扩大,新能源电力行业有望继续领跑全球能源革命,推动社会走向更绿色、更智慧的新纪元。在这个过程中,每一次技术创新、每一次市场策略的调整,以及每一次与政府的深度合作,都将推动行业前进的重要力量,共同塑造一个充满希望和机遇的未来。

#### 参考文献:

- [1] 王超,张璐.开拓电力市场中电力营销的主要问题及对策[J].大众用电,2021,(01):20-21.
- [2] 胡泽延.新能源发展背景下电力营销市场开拓分析[J].今日财富(中国知识产权),2020,(07):50,52.
- [3] 柳钰琪,郝明辉.电力营销市场的特点及营销策略[J].黑龙江科学,2019,(24):144-145.
- [4] 周宇焯.探究当前电力营销面临的市场环境及对策[J].低碳世界,2019,(11):80-81.
- [5] 刘智中.新能源发展下的电力营销市场开拓分析[J].技术与市场,2019,(11):177-178.
- [6] 李勇,祁晓钢.电力营销开拓电力市场的主要问题及对策[J].中外企业家,2019,(04):111.

作者简介:张璐(1986-),男,陕西西安人,硕士研究生,主要从事工程建设及项目开发研究。