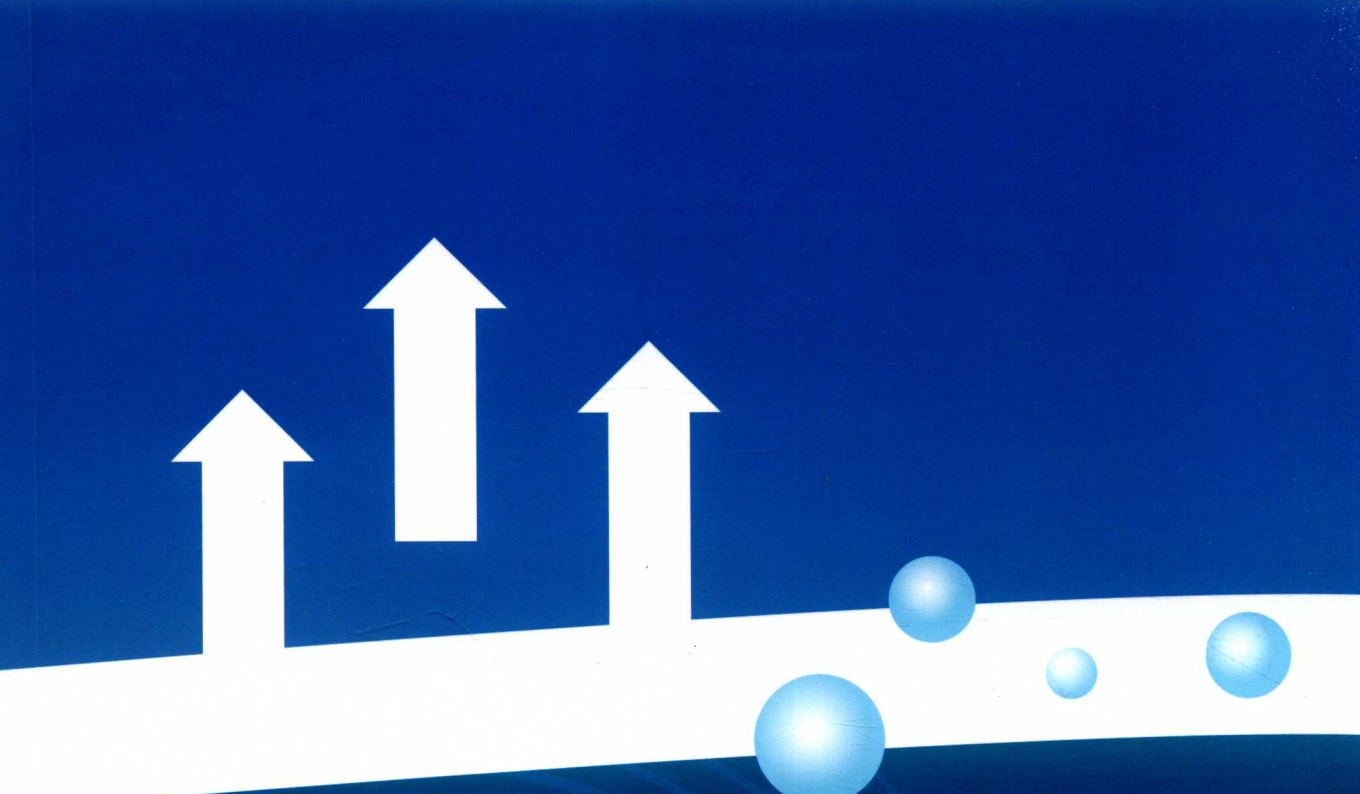




营销稽查监控 工作手册

国网天津市电力公司 组编



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

营销稽查监控 工作手册

国网天津市电力公司 组编



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

内 容 提 要

本书以国家电网统一的营销稽查监控平台为基础,紧密结合营销业务实际工作,充分借鉴营销各相关专业的管理规定和要求。形成“运营动态、经营成果、工作质量、数据质量、稽查监控”五部分内容。深入诠释各稽查主题的目标描述、检验规则、关键字段、专业知识;对客户档案关键字段的名词解释、维护路径以及校验规则进行阐述。对稽查监控系统流程和操作要求进行图文说明。

本书适用于营销稽查监控相关工作从业人员。

图书在版编目(CIP)数据

营销稽查监控工作手册 / 国网天津市电力公司组编.

—北京: 中国电力出版社, 2015.11

ISBN 978-7-5123-7205-4

I. ①营… II. ①国… III. ①电力工业—市场营销学
—稽查—中国—手册 IV. ①F426.61-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 027801 号

中国电力出版社出版、发行

(北京市东城区北京站西街 19 号 100005 <http://www.cepp.sgcc.com.cn>)

北京九天众诚印刷有限公司印刷

各地新华书店经售

*

2015 年 11 月第一版 2015 年 11 月北京第一次印刷

787 毫米×1092 毫米 16 开本 19.5 印张 463 千字

印数 0001—2000 册 定价 78.00 元

敬告读者

本书封底贴有防伪标签,刮开涂层可查询真伪
本书如有印装质量问题,我社发行部负责退换

版 权 专 有 翻 印 必 究



编 委 会

主 编 王迎秋

参编人员 董 新 赵宝国 黄爱颖 刘 志

徐 俊 王晓峰 郑培智 陈 莹

张 皓 王 欣 李华东 王 超

李 鹏 耿 艳 刘 卿

美国著名质量管理学家朱兰曾经说过：“生活处于质量堤坝的后面”。质量大堤一旦发生问题，就会给企业的持续健康发展带来不可估量的影响。对电力企业来讲，电力营销业务质量的好坏一方面直接影响着企业的经营效益，另一方面也影响着电力企业的竞争地位。为此，建设和完善电力营销业务质量管控体系显得尤为重要。

国家电网公司全面推进“三集五大”体系建设，进一步整合营销资源，优化营销组织模式，增强营销运营管控力度，组织建立了覆盖公司总部、网省及地市公司的三级营销业务管控体系，并以营销稽查监控系统为依托，组织开展营销业务质量管控工作。几年来，国网天津市电力公司通过该体系的运转，对营销业务质量进行了积极的管控，取得了很大的经济效益，促进了电力营销水平的不断提升。

为进一步提高专业人员对营销业务质量的监控分析能力，深入提升营销业务的管控力、管理制度的执行力、客户服务的监督力，有效规避和化解营销工作中的各种风险，持续提升营销工作水平，国网天津市电力公司组织编写了本手册。

本手册以国家电网公司统一的营销稽查监控平台为基础，结合监控主题的设置以及国网天津市电力公司日常工作规范，紧紧围绕系统业务模型说明书进行编写。编写工作紧密结合了天津公司营销业务日常工作的开展，并借鉴了营销各相关专业的管理规定和要求，具有很强的实用性。

本手册适用于营销稽查监控专业培训、工作指导以及专业人员自学，营销其他相关专业人员也可将其内容作为工作中的参考。

由于编者水平有限，虽经反复审核修改，难免有疏漏和不妥之处，恳请读者不吝批评指正，使之不断完善。

编者
2015年8月

目 录

营销稽查监控工作手册

前 言

第1篇 运营动态篇

第1章 首页	3
1.1 售电量	3
1.2 售电均价	3
1.3 电费回收	4
1.4 市场发展	5
第2章 基本情况	6
2.1 供电区域	6
2.2 营销装备	6
第3章 电力供需	10
3.1 供用电状况	10
3.2 电力供需平衡	11
3.3 有序用电执行	11
第4章 市场发展	12
4.1 报装户数及容量	12
4.2 客户构成	13
4.3 市场占有率	13
第5章 经营指标	15
5.1 售电量	15
5.2 售电均价	16
5.3 售电收入	18
5.4 电费回收	19

5.5 应收电费余额	20
第6章 客户服务	22
6.1 缴费方式	22
6.2 缴费动态信息	22
第7章 智能用电	24
7.1 智能电表	24
7.2 用电信息采集	24

第2篇 稽查监控篇

第8章 营销稽查监控管理理论	29
8.1 定义	29
8.2 主要内涵	29
8.3 作用	29
8.4 业务类别	30
8.5 稽查方法	30
8.6 基本程序	31
8.7 与内部审计监督的差异	31
第9章 营销稽查监控名词解释	32
9.1 业务范围	32
9.2 稽查任务包	32
9.3 稽查工作单	32
9.4 现场稽查问题单	32
9.5 白名单	32
9.6 监控周期	32
9.7 稽查周期	32
9.8 评价周期	33
9.9 稽查例日	33
9.10 监控阈值	33
9.11 稽查频度	33
第10章 营销稽查监控系统流程	34
10.1 监控分析	34
10.2 任务生成	39

10.3	稽查任务转派（一）	43
10.4	稽查任务转派（二）	44
10.5	工单派工	46
10.6	工单处理	47
10.7	整改意见审批	49
10.8	工单审批	56
10.9	任务审批	57
10.10	稽查监控业务流程图	60

第3篇 经营成果篇

第11章	市场发展	63
11.1	稽查要点	63
11.2	稽查主题	63
第12章	售电量	72
12.1	稽查要点	72
12.2	稽查主题	72
第13章	电价执行	83
13.1	稽查要点	83
13.2	稽查主题	83
第14章	电费及业务费	114
14.1	稽查要点	114
14.2	稽查主题	114
第15章	线损管理	129
15.1	稽查要点	129
15.2	稽查主题	129

第4篇 工作质量——业务篇

第16章	新装增容与变更用电	139
16.1	稽查要点	139
16.2	稽查主题	141

第17章 供用电合同管理 157

17.1 稽查要点 157

17.2 稽查主题 158

第5篇 工作质量——电费篇

第18章 抄表管理 167

18.1 稽查要点 167

18.2 稽查主题 167

第19章 核算管理 178

19.1 稽查要点 178

19.2 稽查主题 178

第20章 电费收缴及账务管理 185

20.1 稽查要点 185

20.2 稽查主题 186

第6篇 工作质量——计量篇

第21章 资产管理 205

21.1 稽查要点 205

21.2 稽查主题 205

第22章 计量点管理 211

22.1 稽查要点 211

22.2 稽查主题 211

第23章 计量体系管理 220

23.1 稽查要点 220

23.2 稽查主题 220

第24章 电能信息采集 223

24.1 稽查要点 223

24.2 稽查主题 223

第7篇 工作质量——检查篇

第25章 用电检查管理	233
25.1 稽查要点	233
25.2 稽查主题	233

第8篇 数据质量篇

第26章 用电客户信息	249
26.1 综合类	250
26.2 立户日期（三类信息）	250
26.3 用户名称（二类信息）	250
26.4 合同容量（一类信息）	250
26.5 供电单位（一类信息）	251
26.6 用电类别（一类信息）	251
26.7 行业分类（二类信息）	251
26.8 负荷性质（二类信息）	251
26.9 用户分类（一类信息）	252
26.10 供电电压（二类信息）	252
26.11 转供标志（一类信息）	252
26.12 电费结算方式（一类信息）	252
26.13 票据类型（二类信息）	253
26.14 抄表段（二类信息）	253
26.15 运行容量（一类信息）	253
26.16 检查周期（三类信息）	253
26.17 上次检查日期（三类信息）	253
26.18 送电日期（二类信息）	253
26.19 增值税信息（三类信息）	254
第27章 电源	255
27.1 供电电源	255
27.2 受电点	257
第28章 计费信息	260
28.1 用户定价策略	260

28.2 用户电价 261

第29章 计量装置 263

29.1 计量点信息 263

29.2 计费关系 270

29.3 电能表运行信息 270

29.4 示数信息 272

29.5 互感器运行信息 272

29.6 二次回路 275

第30章 受电设备 276

30.1 类型（三类信息） 277

30.2 安装日期（三类信息） 277

30.3 铭牌容量（一类信息） 277

30.4 运行状态（一类信息） 277

30.5 公变专变标志（三类信息） 277

30.6 一次侧电压（三类信息） 278

30.7 二次侧电压（三类信息） 278

30.8 产权（三类信息） 278

30.9 台区名称（三类信息） 278

第31章 合同信息 279

31.1 协议类型（二类信息） 279

31.2 合同类别（二类信息） 280

31.3 合同自动续签标志（二类信息） 280

31.4 合同签署日期（二类信息） 280

31.5 合同终止日期（二类信息） 280

31.6 有效期（二类信息） 280

31.7 用电方签约人（二类信息） 280

31.8 用电方签约日期（二类信息） 280

31.9 合同文本形式（二类信息） 280

31.10 供电方签约人（二类信息） 280

31.11 合同状态（二类信息） 281

第32章 用电设备 282

第33章 资产类 283

33.1 电能表 283

33.2 互感器 285

33.3 负控设备信息 286

33.4 集抄设备信息 287

33.5 计量仪器仪表 288

33.6 计量标准器/设备 289

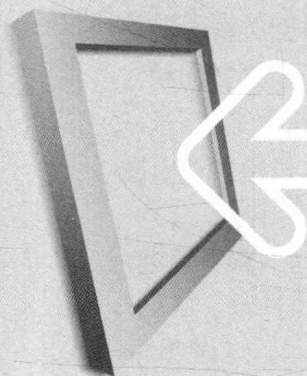
33.7 计量标准装置 290

33.8 计量箱/柜 291

第34章 名词解释 293

第 1 篇

运营动态篇



第 1 章

首 页

1.1 售电量

主题编号	TM010001	主题属性	监控类	主题名称	售电量
业务类	运营动态	业务项	【首页】	业务子项	[关键指标]

1.1.1 主题目标

展示公司关键指标售电量情况，按日、月、年展示售电量的情况，并展示与昨日、上月、去年的增减情况。

1.1.2 主题描述

截止监控例日 [每日更新]：

(1) [按日]：以柱状图展示全公司日累计发行当月售电量，与上期比较情况（本期/上期/涨跌幅）。

(2) [按月]：以柱状图展示全公司当年历月发行售电量，与上月比较情况（本月/上月/涨跌幅）。

(3) [按年]：以柱状图展示全公司历年发行售电量，与去年比较情况（本年/去年/涨跌幅）。

1.1.3 相关公式

售电量涨跌幅=（本期售电量-上期售电量）/上期售电量×100%

1.1.4 校验规则

与SG186营销业务系统【报表管理】—【报表查询】—【电费2】—电费应收日报（全部）数据对应一致。

1.2 售电均价

主题编号	TM010001	主题属性	监控类	主题名称	售电均价
业务类	运营动态	业务项	【首页】	业务子项	[关键指标]

1.2.1 主题目标

展示公司关键指标售电均价情况，按月、年展示售电均价的情况，并展示与上月、去年的增减情况。

1.2.2 主题描述

截止监控例日 [每日更新]：

- (1) [按日]：以柱状图展示全公司日累计发行当月售电均价，与上期比较情况（本期/上期/涨跌幅）。
- (2) [按月]：以柱状图展示全公司当年历月发行售电均价，与上月比较情况（本月/上月/涨跌幅）。
- (3) [按年]：以柱状图展示全公司历年发行售电均价，与去年比较情况（本年/去年/涨跌幅）。

1.2.3 相关公式

售电均价涨跌幅=（本期售电均价-上期售电均价）/上期售电均价×100%

1.2.4 校验规则

与SG186营销业务系统【报表管理】—【报表查询】—【电费2】—电费应收日报（全部）数据对应一致。

1.3 电费回收

主题编号	TM010001	主题属性	监控类	主题名称	电费回收
业务类	运营动态	业务项	【首页】	业务子项	[关键指标]

1.3.1 主题目标

展示公司关键指标电费回收情况，按月、年展示电费回收率的情况，并展示与上月、去年的增减情况。

1.3.2 主题描述

截止监控例日 [每日更新]：

- (1) [按月]：以柱状图展示全公司当年历月月电费回收率（往月截止次月5日），与上月比较情况（本月/上月/涨跌幅）。
- (2) [按年]：以柱状图展示全公司历年年电费回收率（往年截止次月5日），与去年比较情况（本年/去年/涨跌幅）。

1.3.3 相关公式

- (1) 月电费回收率=本月实收当月电费/本月应收电费×100%
- (2) 年电费回收率=本年实收当年电费/本年应收电费×100%
- (3) 涨跌幅=本期电费回收率-上期电费回收率

1.3.4 校验规则

- (1) 与SG186营销业务系统【报表管理】—【报表查询】—电费回收完成情况表数据对应一致。
- (2) 应收电费：与SG186营销业务系统【报表管理】—【报表查询】—【电费2】—电费应收日报（全部）数据对应一致。
- (3) 未收电费：与SG186营销业务系统的【电费收缴与账务管理】—【综合查询】—【未收电费统计查询】对应一致。

1.4 市场发展

主题编号	TM010001	主题名称	市场发展	主题属性	监控类
业务类	运营动态	业务项	【首页】	业务子项	[关键指标]

1.4.1 主题目标

展示公司关键指标市场发展情况，按月、年展示市场占有率的情况，并展示与上月、去年的增减情况。

1.4.2 主题描述

截止监控例日 [每日更新]：

- (1) [按月]：以柱状图展示全公司当年历月累计市场占有率，与上月比较情况（本月/上月/涨跌幅）。
- (2) [按年]：以柱状图展示全公司历年市场占有率，与去年比较情况（本年/去年/涨跌幅）。

1.4.3 相关公式

市场占有率=（直供公司售电量+趸售关口售电量+控股公司售电量）/（全社会用电量-厂用电量-公司线损电量）×100%

其中

直供市场占有率=直供公司售电量/（全社会用电量-厂用电量-公司线损电量）×100%