

DIANLI YINGXIAO YEWU JINENG YU ZHUANYE GUANLI BIDU

电力营销业务技能 与专业管理必读

李秀中
编



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

DIANLI YINGXIAO YEWU JINENG YU ZHUANYE GUANLI BIDU

电力营销业务技能 与专业管理必读

李秀中 编



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

内 容 提 要

电力营销是电力产、供、销的最终环节。本书以电力营销的专业管理和业务技能为核心编写,内容包括电力营销一般常识、用电负荷管理、电力营销营业管理、电价、电能计量、线损及无功电压、电力营销稽查与用电检查、电力营销服务。全书从电力营销与使用的专业管理和技能操作中的实用问题展开解读,以规范化、程序化、标准化为目标,力求体现电力体制改革和国家电网公司建设“一强三优”及坚强智能电网对电力营销的新要求。

本书对各级电力营销在岗人员掌握本专业的管理要点,减少管理漏洞,避免操作差错十分有益,是各级电力企业与广大用电客户从事电力管理工作人员的必备书,还可以作为电力职业技术院校电力营销类专业师生以及供电企业专业技术岗位职业技能培训的教学参考书。

图书在版编目(CIP)数据

电力营销业务技能与专业管理必读/李秀中编. —北京:中国电力出版社, 2012. 7

ISBN 978 - 7 - 5123 - 3368 - 0

I. ①电… II. ①李… III. ①电力工业—市场营销学 IV. ①F407. 615

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 175515 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)

航远印刷有限公司印刷

各地新华书店经售

*

2013 年 1 月第一版 2013 年 1 月北京第一次印刷

710 毫米×980 毫米 16 开本 32.25 印张 659 千字

印数 00001—3000 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

《电力营销业务技能与专业管理必读》

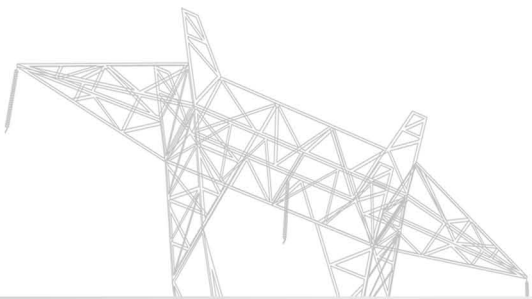
编 委 会

主 编 申庆斌

编 委 范国平 张高洪 姜 波 任志强

陈建军 钱跃辉 崔立忠 宋政峰

李雅洁 崔翠平 李 东 李秀中



前 言

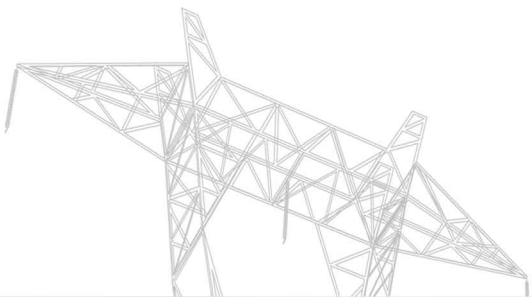
电力生产、输送、营销、使用的同时性和一体化管理，具有极强的社会广泛性、公益服务性和政策性。电力营销作为供电企业与广大用电客户的桥梁和纽带，是电力生产、输送经营成果的综合体现，是“人民电业为人民”服务宗旨和供电企业“优质、方便、规范、真诚”服务方针的出发点和落脚点。

为适应国家电网公司建设“电网坚强、资产优良、服务优质、业绩优秀”即“一强三优”现代公司的要求，落实“抓发展、抓管理、抓队伍、创一流”即“三抓一创”的工作思路，规范电力营销管理、强化优质服务，全面提升电力营销工作水平，编写了《电力营销业务技能与专业管理必读》。

本书主要内容包括电力营销一般常识、用电负荷管理、电力营销营业管理、电价、电能计量、线损及无功电压、电力营销稽查与用电检查、电力营销服务，共八章三十二节。本书从电力供应与使用的电力营销全过程入手，以规范化、标准化、现代化为目标，对电力营销专业管理工作的各个环节以卡、单、表、票、示范文本、统计分析及流程等内容进行阐述，必将成为电力营销管理和工作人员提升业务技能的良师益友和工具书，成为广大用电客户电力管理和工作人员解决在工作中经常遇到的实际问题的参考书。

本书在编写过程中，得到长治供电分公司营销部、营销稽查部、发展策划部、经理办公室、客户服务中心、电费中心、计量中心、长治城郊供电支公司的大力支持，在此表示衷心的感谢。由于时间仓促及编者的水平有限，书中难免有疏漏和不妥之处，欢迎广大读者提出宝贵意见和建议。

编 者



目 录

前言

第一章 电力营销一般常识	1
第一节 电力营销管理的特点	1
第二节 电力营销的基本内容	4
第三节 国家电网公司“统一坚强智能电网”展望	9
第二章 用电负荷管理	14
第一节 用电负荷的分类、构成和特性	14
第二节 用电负荷计算	22
第三节 电力平衡与电能质量	41
第四节 电力需求侧（DSM）管理	68
第三章 电力营销营业管理	72
第一节 业扩与报装接电	72
第二节 日常营业管理	97
第三节 电力营销电费管理	111
第四章 电价	213
第一节 电价和电能成本概念	213
第二节 制定电价的基本原则	214
第三节 制定电价的基本要求	215
第四节 我国现行的电价制度	217
第五节 我国现行电价体系及实施范围	219
第五章 电能计量	238
第一节 电能计量装置的管理	238
第二节 电能计量装置的现场检验、周期检定（轮换）与抽检	251
第三节 电能表	254

第四节	互感器	317
第五节	电能计量装置错误接线、更正系数	334
第六章	线损及无功电压	363
第一节	线损管理	363
第二节	线损指标管理	370
第三节	供电损耗的计算	374
第四节	无功电压	386
第五节	线损节电量、技术降损效益分析	407
第六节	降低变压器损耗的技术措施	412
第七章	电力营销稽查与用电检查	420
第一节	营销稽查	420
第二节	用电检查	438
第八章	电力营销服务	481
第一节	国家电网公司员工道德规范	481
第二节	形象、行为规范	485
第三节	服务工作组织体系	497
第四节	服务保障监督	502
参考文献		507

电力营销一般常识

电能由于具有方便、清洁、容易控制和转换等优点，已成为现代社会国民经济和人民生活必不可少的二次能源。电能的运用范围和规模有了突飞猛进的发展。自 20 世纪 70 年代末改革开放以来，我国的电力工业发展迅速，电力建设取得了巨大的成就，目前，发电装机容量和年发电量均已跃居世界第二位。

电力生产最显著的特点是产、供、销、用同时完成。随着我国改革开放的深入，电力工业的运行模式已由计划经济迈入社会主义市场经济，厂网分开、自主经营、自负盈亏、引入竞争机制的格局已经形成。电能和其他产品一样是商品，电网企业作为电力输送和营销的主要环节，一方面向电力消费者供应质量合格的电能，另一方面从用电客户取得相应的货币收入。顺利完成电能的营销和取得资金的补偿全过程，就是电网企业电力营销管理部门的基本职责。为满足社会产业的生产和发展以及人民生活的电力需求，电网企业必须不断发展业务，接受用电客户的用电申请，及时供给客户符合质量标准的电能；同时，用电客户每月消耗的电量必须准确计量，电费须及时核算、回收和上缴。这样电力企业的再生产才能不断进行，企业的经营成果才能以货币形式体现出来。

第一节 电力营销管理的特点

电力企业包括发电企业、电网企业及供电企业。其中电网企业和供电企业是电能的主要销售企业。

电力生产的特点是产、供、销、用同时完成，电力没有半成品，电能不能储存，电力的生产者和消费者通过电力网连接在一起，这就使电力在经营管理上与其他工业不同，有其自身的特点。因此，电网企业及供电企业的电力营销管理工作人员必须充分认识电力营销管理工作的重要意义，并掌握和运用这些特点，做好工作。



总的来说,电力营销管理具有以下特点:

一、先行性

电力工业是资金密集、技术密集、生产高度自动化、建设周期相对较长的企业,又具有生产与需用一致的特点。因此,电力工业的发展应当走在各行各业的建设之前,这是经济建设的客观规律所决定的。

电力工业的基本建设如何布局,容量规模如何规划,主要取决于广大客户用电需求及发展规模。因此,用电客户在新建、扩建工程开工或投产前必须向电网企业提供用电负荷资料和发展规划。同时,电网企业的电力营销管理工作人员应主动了解和掌握用电客户目前和近期的用电负荷情况以及远景发展规划,将当前的供电和今后的发展需求结合起来,为发电和电网企业的发展提供可靠依据,从而令电力工业争得主动当好先行。

二、政策性

电能的生产、输送和使用,决定了发电企业、电网企业及供电企业与用电客户之间的相互依存关系,为协调供、用电双方关系,使电能的生产、输送和使用正常进行,国家和有关行政部门颁发了一系列的法规、技术规程、运行规程和规章制度,如《电力法》、《电力供应与使用条例》、《电热价格》、《功率因数调整电费办法》,还颁发了一些配套规定,如《供电营业规划》、《供用电监督管理办法》、《供电营业区划分及管理办法》、《用电检查管理办法》、《居民用户家用电器损坏处理办法》、《电力监管条例》、《电网调度管理条例》等。电力生产者、营销者和使用客户都必须严格执行的法规方针和政策。

我国对电能的生产、供应和使用实行计划发电,按发电水平实行计划供电,按分配指标用电的政策。在电力供应上贯彻农、轻、重,先中央后地方,先计划内后计划外,先重点后一般,统筹兼顾的方针政策。在电力的发、供、用管理中执行统一分配、统一调度,不得超分超用,在计划用电中采取行政、技术、经济的手段,以保证电力的正常、稳定和谐的发、供、用。

我国为加强电能的管理和使用,制定了《功率因数调整电费办法》。通过收取功率因数调整电费,鼓励和督促用电客户加强无功电力管理,节约电能,改善电压质量,提高电能的整体社会效益。

在我国深入建设中国特色社会主义市场经济过程中,政府在不同的经济发展时期制定相应的电价政策,由电网企业及供电企业电力营销部门管理人员根据用电客户的用电性质确保供电方案和电价的正确执行,确保供用双方的合法效益。

三、服务性

电力工业是国民经济发展的基础产业,同时,电力企业作为国有企业具有社会公益性,决定了其必须承担应有的社会责任,为国民经济和人民生活提供优质的电



能和良好的服务。特别是供电企业与社会各行各业及人民生活密不可分，电力营销工作人员天天与千家万户打交道，是电力企业与用电客户之间的桥梁和服务窗口。国家对电力工业及国民经济的产业方针政策，要通过电力营销工作人员做广泛的宣传得以贯彻；用电客户日常的用电业务，要通过电力营销员得到处理和服务；用电客户对电力企业的要求，要通过电力营销人员解决和反映；用电客户之间的用电纠纷和摩擦，要由电力营销人员进行调节；电力营销人员对用电客户的供用电查询、咨询事宜，要进行解答，要受理用电客户故障报修以及投诉、举报等等。所以说，电力营销工作人员的工作态度和工作质量直接关系到供电企业为广大用电客户的服务质量和企业的声誉。因此，供电企业电力营销工作人员要认真执行国家电网公司提出的“优质、方便、规范、真诚”的服务方针，真正落实“人民电业为人民”的服务宗旨，认真做好用电客户的服务工作。

四、经营和技术的统一性

供电企业应安全可靠地供给用电客户质量合格的电能，这直接关系到每个客户的正常有序的生产和生活，同时，客户的用电设备是否健康与经济合理，也关系到供电企业与广大用电客户的安全、经济稳定运行。供电企业与用电客户不仅是电能的买卖关系，同时也是供用相互配合、相互监督密不可分的关系。因此，供用电双方必须贯彻“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，提高供、用电设备的检修和运行管理，加强技术监督与管理，确保电网安全、稳定、经济运行和客户安全、经济、可靠用电，对客户的安全与技术管理也必须提出严格要求。

(1) 为保证向用电客户可靠不间断地供电和用电，电力营销管理人员必须在客户申请用电时提出合理的供电方案，在接电前要求客户的内部电力设施达到国家颁发的技术规范和规程标准以及安装工艺和质量要求。用电客户的电气设备管理及运行人员应具有相应的知识和技术水平；经培训考核合格后持进网作业许可证上岗，同时客户要建立健全各种规章制度及消防设施、安全工具器记录台账等，如电气设备巡回检查制度，定期轮换制度、交接班制度等；客户还应保证内部继电保护及自动装置与电力系统相互配合并可靠运行，防止发生和扩大内部事故与危及电网事故发生。供电企业与客户应采用先进技术和科学管理措施，安全供电与用电，避免事故发生，维护公共安全。

(2) 供电企业为向客户受电端提供符合国家标准或电力行业标准的合格电能，电力营销工作人员要协助指导客户做好电压及无功补偿管理工作。客户应在提高用电自然功率因数基础上，按有关标准，设计和安装无功补偿设备，努力做到无功电力就地平衡且功率因数达到规定标准和国家功率因数调整电费办法的规定，督促客户配合供电企业共同提高电能质量。

(3) 供电企业与客户应制订节约用电计划，推广和采用节约用电的新技术、新材料、新工艺和新设备，努力降低电能消耗。在政府和电力管理部门指导下，供电企业



和用电客户应当遵照国家产业政策，按照统筹兼顾、保证重点、择优供应的原则，共同做好节约用电工作。

(4) 为维护供电企业与客户的正当合法利益，电力营销管理与工作人员必须正确执行国家批准的目录电价，准确计量用电量，客户应按照规定的时间、方式或者合同约定的办法及时交纳电费，保证电费全部、及时、合理地回收。

(5) 电能生产、输送与营销和使用的同时性和整体性，使电力企业与客户成为一个不可分割的整体，电力营销管理人员在办理客户用电业务时，不仅要始终贯彻为客户优质服务的精神，尽量简化手续方便客户，及时为客户供电，还要保证满足电力工业安全生产必需的技术要求，注重电网的技术改造，尽力满足工农业和人民生活日益增长的用电需求。

第二节 电力营销的基本内容

电力营销的基本业务一般可分为业务扩充、日常变更用电业务、电费管理、电价管理、电能计量管理、供用电合同管理、电力负荷管理、用电检查与营销稽查、电力客户服务，用电业务受理、咨询、投诉、检修等，以及客户用电资料档案管理。

一、业务扩充

业务扩充又称报装接电（简称业扩或甲种业务），即为新装和增容客户办理各种必须的用电申请登记手续和业务手续。

业务扩充是电力市场开发和供电企业向用电客户销售电能这一商品的受理环节，属销售前的服务行为。任何单位和居民或个人因用电需求，初次向供电企业的电力营销部门申请报装用电称为新装。客户增加用电设备向供电企业电力营销部门申请增加用电容量称为增容。新装或增容又分为低压供电和高压供电两种。低压供电是指供电企业以 380/220V 的交流电压向客户供电。高压供电是指供电企业以 10kV 及以上交流电压向客户供电。供电企业电力营销部门应在营业场所公告办理各项用电业务的程序、制度和目录电价及有关收费标准。

二、日常变更用电业务

日常变更用电业务是指业扩工作之外的其他用电业务工作，通常也称乙种业务，其主要内容包括：

(1) 办理因客户用电需求造成用电容量、用电性质、用电条件等需变更的用电事宜。如：改变供、用电方式，暂停，减容，过户，并户，分户与销户，变更用电类别，以及故障修校电能表，换、移、拆、装电能表等。

(2) 客户迁移用电地址、改变名称、改变用电电压等级，以及临时用电、用电事故处理等。

日常变更用电业务在电力营销工作中是一个承前启后的重要环节，是电力营销各



道工序之间的纽带。由于日常变更用电业务的内容很多,发生很频繁,它是直接联系供电企业与客户间的桥梁,关系到供电企业的形象,所以要求电力营销各道工序的工作人员服务优质、真诚、规范,令客户感到满意、放心、方便、快捷。

三、电费管理

电费管理包括电能表抄录,电费核算,收取电费、账务管理。电费的抄、核、收工作是供电企业电力营销工作的核心部分;是电能商品交换的最终环节;是电力企业在电能销售环节和回笼资金、流通和周转中的重要程序;是维持电力企业简单再生产和扩大再生产的重要保障;是电力企业经营绩效的最终体现和重要保证。

四、电价管理

电价在电能商品生产、供应和使用等方面有不同的作用,电价的高低在很大程度上制约着电力工业的发展程度。电价水平过低,电力企业就不能获得简单再生产和扩大再生产需要的资金,影响电力工业的发展,制约国民经济的发展;电价水平过高,会加大客户和社会经济负担,形成不合理的国民收入再分配,同时也会影响国民经济统筹协调发展。因此,建立与改革社会主义市场经济相适应的电价机制,制定科学合理的电价,使电价的形成和管理法制化、制度化,是调节电力供需关系,使电力工业的正常运营和发展走上良性循环的轨道。

由于电力是重要的公用事业,我国现阶段电力的生产和供应具有一定的垄断性。目前,我国对电价管理的原则是“统一领导,分级管理”,即电价采取政府定价,由价格主管部门负责管理,电力主管部门予以协助。

五、电能计量管理

电能计量管理是以保证电能计量的准确和可靠为目标的电力市场贸易活动,电力营销凭借电能计量的准确数据进行合法经营和贸易结算或电网间结算。

电能计量管理的基本要求是公正,技术数据来源要求科学、准确、可靠。保证有高度的公正性、合理性和统一性,依法规范电能计量活动和行为,接受政府主管部门的监督,对客户和社会负有公正、诚信的义务和责任,是电力营销和电能计量工作人员的职责。

电能计量涉及千家万户,计量装置数量很大,其管理水平的高低,直接影响着电力企业和客户的经济利益,同时也影响着电力企业的社会形象,严重的电能计量问题还可能引发法律纠纷。

六、供用电合同管理

供用电合同是社会主义市场活动中经济合同的一种,是指电力企业与用电客户之间就电力供应,合理使用与电费支付、供用电双方各自的权利和义务,经过协商一致建立供用电关系的一种协议所形成的法律文书。

供用电合同的当事人即供电企业和用电客户(包括委托转供电客户)。供用电合同的订立,有利于维护正常的供用电秩序,促进社会主义市场经济的正常发展,其主



要作用如下:

(1) 保证国家国民经济计划的实现。目前,我国对电力的供应和使用实行统筹兼顾、保证重点、择优供应以及安全用电、节约用电、计划用电的管理原则。签订供用电合同后,供用电双方都须按合同的规定供电与用电,谁违约,谁就要承担经济责任。合同把双方的权利与经济责任挂钩,保障了国家安全用电、节约用电、计划用电政策的落实,也保证了国家国民经济计划的实现。

(2) 维护正常的供用电秩序。签订供用电合同后,供用电双方都按合同进行供电与用电,可以减少用电方任意超用电现象和由此引起的供电方无计划的限电,使电网的安全、稳定和经济运行得到保证,用电方的生产和生活得以有序进行。

(3) 促进和提高供用电双方的经营管理。供用电合同是用法律手段管理经济的方法,供用电合同的履行直接关系到双方的经济利益。供用电双方为了全面履行合同规定的义务,在各自的生产经营活动中,对电力的供应与使用进行严格的控制、管理与考核,尽可能做到合理使用电力、挖掘节电潜力,降低电能消耗。

(4) 维护供用电双方的合法权益。订立供用电合同后,供用电双方的合法权益便得到国家法律的保护。用电方有权按合同的规定按时、按质、按量得到电力的供应;供电方有权按合同规定得到相应的电费。

如发生供电方少供或用电方超用电量,双方都要按合同规定承担违约经济责任。

七、电力负荷管理

电力负荷是指发电企业或供电企业的电力系统在某一时刻所承担的某一用电区域范围内用电设备所消耗电功率的总和,其单位为 kW 或 MW。

电力负荷可分为发电负荷、供电负荷、用电负荷、电力线路损失负荷和发电企业厂用电负荷五类。

(1) 发电负荷是指发电企业对电网承担的供电负荷,以及同一时刻发电企业的厂用电负荷所构成电网的全部电能生产负荷。

(2) 供电负荷是指用电负荷以及同一时刻的电力线路损失负荷,即发电企业对电网供电时所承担的全部负荷。

(3) 用电负荷是指电能用户的用电设备在某一时刻向电力系统取用的电功率总和。用电负荷是电力总负荷中的主要部分。

(4) 电力线路损失负荷是指电能从发电企业到用电户的输配电过程中,不可避免地发生一定量的电能损失所对应的电功率。

(5) 发电企业厂用电负荷是指发电企业在发电生产过程中自身有许多厂用电设备运行,对应的这些用电设备所消耗的电功率。

用电负荷涉及国民经济和人民生活的各个领域,其特点是面广、点多。我国正处在现代化建设的 key 时期,由于思想观念以及历史等诸多方面的原因,造成用电负荷中存在不少用电设备性能差,生产工艺陈旧,落后流程,电能利用率较低;用电管理



人员和用电人员素质不高,管理水平较低以及法制观念薄弱;一些企业受眼前利益的驱动,节能和环保意识不强,造成严重浪费电能等。这些用电问题亟待解决。用电负荷的管理关系到电网的安全、稳定和经济运行,也关系到电力企业与用电客户的眼前和长远利益,更关系到国民经济和人类的生存环境,所以,加强用电负荷管理的意义重大而长远。

用电负荷的管理,首先是国家建立和健全政策法律,完善监督机制,提高供电和用电双方的思想认识。尤其是供电企业电力营销部门要深入到用电客户,详细了解、掌握各类用电户的用电方式、用电性质及用电特点,找出问题及症结,有的放矢地解决好用电负荷管理中的问题,为国民经济的发展真正当好先行者。

八、用电检查与营销稽查

用电检查工作是指以事实为依据,以国家有关电力供应与使用的法规、方针政策及国家和电力行业的标准为准则,对客户的电力使用情况和用电行为进行检查的工作。

用电检查工作是国家电力法律赋予电网及供电企业的权利和义务,是一项基础性工作。电力体制改革前,由供电局行使的用电监察代表政府部门的行政管电职能,供电局担负着维护电力供应与使用的正常秩序和电力系统的安全、可靠、经济运行,以及对电力用电客户投诉的处理和电力案件的处罚和用电行为的监察工作。随着电力体制的深化改革,政企分开,原用电监察承担的职能分解,由电力管理部门负责供用电监督管理,即行使《供用电监督管理办法》规定的职能,供电企业按照规定对供电营业区内的客户进行用电检查,即行使《用电检查管理办法》中规定的职责。

用电检查工作贯穿于为用电客户服务的全过程,从用电客户申请用电直至用电客户终止供电为止,用电检查人员全程检查、指导、帮助用电客户进行安全、合理、经济的用电行为。同时,用电检查人员担负着维护供电企业为保证正常的供用电秩序和公共安全的全面检查工作。所以,要求用电检查人员作风正派,办事公道,廉洁奉公,了解和掌握《电力法》、《电力供应与使用条例》、《供电营业规则》、《用电检查管理办法》等国家有关法律、方针政策以及有关规定,在取得相应的用电检查资格证后,认真履行用电检查职责,正确处理好优质服务和检查的关系。

营销稽查是指依据国家有关法律、法规、方针政策和供电企业有关规章制度,对本企业从事电力营销工作的单位和涉及电力营销的工作人员,在电力营销过程中的行为进行监督和检查。

营销稽查工作是对供电企业内部办理用电业务的各个环节进行检查的活动。由于用电业务办理工作的环节较多,涉及的部门也多,为了减少工作差错和扯皮推诿现象的发生,维护供电企业和广大用电客户的利益,供电企业应制定营销稽查工作标准和办法,积极开展营销稽查工作。

营销稽查是供电企业的核心经营环节,其作用表现在监督控制、咨询建议、风险



预警、信息传递四方面。

(1) 监督控制。其目的是促进电力营销部门和员工在电力营销活动中的合法性、规范性,促进加强电力营销管理,完善营销环节内部机制,减少营销环节工作差错,防范企业经济损失,提高企业经营效益。对监督检查发现的问题和差错,应提出整改意见,督促差错单位和员工完善内部机制和纠正工作的偏差,以保证企业经营活动的良性循环。

(2) 咨询建议。营销稽查工作参与了企业内部电力营销的全过程检查监督,对企业各项规章制度的执行和风险防范措施有较全面的了解。其工作性质具有综合业务性强和接触面广的特点。营销稽查人员在法律、法规及企业规章制度的执行中应不受市场环境的影响,其有能力、有必要为被稽查单位和人员提供咨询、建议、协调和业务培训等工作。

(3) 风险预警。电力营销工作为供电企业一项有目的的经营活动,在社会主义市场经济活动中要依靠人去完成;电力营销规划和企业内部控制机制和制度要通过人去制定。在电力这种特殊商品属自然垄断的经济环境中,供电企业经营风险主要由内部控制机制和制度的失控或缺失而产生。营销稽查工作承担着风险管理与自我评估的职责,通过营销检查发现并揭示产生问题和差错的各种原因,揭示企业潜在的经营风险。

(4) 信息传递。在社会主义市场经济过程中,要按现代企业制度建立集团化、集约化、精细化和标准化的管理机制。随着电力体制改革的不断深入,要求电网企业以及供电企业按照“一强三优”的要求建好网、卖好电、收好费、服好务是其基本的职责。所以,作为供电企业的经营和服务窗口的电力营销部门,为了减少工作失误和差错,维护供电企业和广大客户的利益,电力营销稽查要通过监督检查揭示营销管理工作中的差错并进行查证,防范经营风险,为供电企业管理层提供可靠的信息和决策依据。

九、电力客户服务

电力客户服务是指以电能商品为载体,用以交易和满足客户需要的,是以无形的方式和不发生实物所有权转移的,可以解决客户问题的一种或一系列行为的活动。

电力作为社会公共事业的地位,电力企业具有国有企业的性质,决定了电力企业必须承担应有的社会责任,为国民经济和人民生活提供优质的电能和良好的服务,为社会做出应有的贡献。在整个电力市场营销管理过程中,电力客户处于中心地位,它与电力生产者和经营者有机地联系在一起,组成了利益共同体,并成为电力市场中牵动一切电力活动的源头和终结。做好电力客户服务工作,深化优质服务,有助于树立良好的企业形象,促进企业外部环境的优化,产生更大的经济效益。

电力营销工作人员要在客户从申请用电、办理业务和使用电力商品的全过程提供



优质服务；电力营销工作人员应树立为客户着想、为客户解难题、办实事、办好事，满足客户的需求，以及“优质、方便、规范、真诚”的全员参与的服务理念。

电力服务的核心是满足客户的需求，始终坚持客户第一的原则，做到满足客户对电力产品的全部需求，满足客户不断变化的需求，满足不同客户的需求。

客户服务热线是“95598”。“95598”客户服务系统是客户服务支持系统的重要组成部分，是供电企业通过“95598”供电服务热线和互联网站向电力客户提供柜台服务方式外的一个多层次、全方位的综合业务服务平台。“95598”系统以地（市）供电企业为核心，集计算机网络技术、自动呼叫分配技术、计算机电话集成等技术于一体，实现与电力客户的交互，为电力客户提供停电信息公告、电力故障报修、服务质量投诉、用电信息查询、咨询、用电业务受理等服务。

十、客户用电资料户务档案管理

客户用电的业扩报装资料和户务档案是保证客户合理用电和供电企业准确及时回收电费的重要基础资料。电力营销部门用电业务受理和户务档案要做到内容齐全，妥善保管，长期保存，设专人负责避免丢失。

客户用电资料户务档案的内容包括客户新装、增容用电或变更用电申请书，客户用电设备登记表，供电方案通知书及相关的答复客户通知单等资料，业扩工程设计资料审查意见书，客户外部、内部工程设计、施工委托单，电气设备安装工程竣工报告单，客户电气设备检查缺陷通知单，供用电合同书，用电工作传票，客户户务档案目录，以及客户用电申请、工作传票、业扩、装表接电台账、报表等内部建立的管理资料。

客户户务档案的资料内容要与该户的电费账卡、电能计量账卡、客户用电现场实际相符。因工作需要借用档案中的资料时，要建立借阅手续，并当面核对资料内容及份数，防止丢失。凡在供电企业已办理撤表销户的客户户务档案，可分类另行保管，永久保存，不得销毁，并在档案目录上注明“已销户”的字样。

随着供电企业用电管理 MIS 系统的逐步完善和现代化，各种繁琐的资料袋，账卡簿等已逐步被电子文档取代。

第三节 国家电网公司“统一坚强智能电网”展望

国家电网公司《统一坚强智能电网综合研究报告》于 2009 年 5 月 11 日发表，提出了建设以特高压电网为骨干网架、各级电网协调发展的坚强电网为基础，利用先进的通信和控制技术，构建以信息化、自动化、互动化为特征的自主创新、国际领先的统一坚强智能电网的战略目标；形成了“一个目标、两条主线、三个阶段、四个体系、五项内涵、六个应用环节”的发展战略框架；制定了从发电到用户各个应用环节和通信信息平台的发展路线，保障安全、经济、高效、可持续的电力供应。



“一个目标”就是以统一规划、统一标准、统一建设为原则，建设以特高压电网为骨干网架、各级电网协调发展、具有信息化、自动化、互动化特征，自主创新、国际领先的坚强智能电网的发展目标。

“两条主线”是指技术上体现信息化、自动化、互动化，管理上体现集团化、集约化、精细化、标准化。

“三个阶段”是指：2009~2011年为第一阶段，即规划试点阶段，要完成智能电网的整体规划，形成顶层设计，制定智能电网建设标准，加强各级电网建设，开展关键性、基础性、共同性技术研究工作，进行技术和应用试点，在北京、上海等中心城市建设1~2个智能用电示范区或工业园区，智能电表覆盖率超过30%，用户超过6000户，智能电表全面覆盖10kV电压等级的大用户、工商业用户；2012~2015年为第二阶段，即全面建设阶段，目标是双向互动服务在部分城市得到应用，基本建成用电信息采集系统，智能电表覆盖率超过80%，用户超过1.4亿户；2016~2020年为第三阶段，即引领提升阶段，目标是在重点城市建成具有自愈、灵活、可调能力的智能配电网、电动汽车充电站达到方便规范的要求，双向互动服务得到推广，全面建成并完善用户信息采集系统，智能电表覆盖率达100%。

“四个体系”是指电网基础体系、技术支撑体系、智能应用体系、标准规范体系。它是保障电网安全、经济、高效运行，充分利用能源和社会资源，提供用户增值服务的重要保证。

“五项内涵”是指坚强可靠、经济高效、清洁环境、透明开放、友好互动。其目标是友好兼容各类电源和用户接入退出，促进发电企业和用户主动参与电网运行调节。

“六个环节”就是电力系统的发电、输电、变电、配电、用电和调度六个环节。覆盖所有电压等级，实现“电力流、信息流、业务流”的高度一体化融合，建设坚强可靠、经济高效、清洁环保、透明开放、友好互动的现代电网。

一、用电环节的发展目标

本书重点讲述用电环节（用电环节是指电能的消费环节），内容包括电网针对电能消费开展的管理、控制、营销和服务。用电环节是电力工业产、供、销同时完成的最后环节，是电力工业经营效益的最终体现，是国家电网公司作为国有企业承担社会责任，为经济社会和人民生活普遍服务，全面建设小康社会和构建社会主义和谐社会的重要纽带。近年来，国家电网公司统筹规划，逐步构建了集约化、标准化的营销组织模式，以及一体化的营销自动化体系，统一开发了营销信息化系统，实现了营销业务的标准化应用。大客户负荷管理和低压集中抄表系统已安装使用约900万户（其中10kV专用变压器大客户142.9万户，已建设63.7万户，覆盖率达44.6%，电量比为38.1%），用电信息采集系统研究全面展开，初步形成了较为完善的技术方案和技术标准体系；建立了目前世界领先的一体化多媒体电力客户服务