

# 电力营销 稽查

江西省电力公司市场营销部 编



Power  
Marketing  
inspection



中国电力出版社

[www.cepp.com.cn](http://www.cepp.com.cn)

# 电力营销 稽查

江西省电力公司市场营销部 编

**Power  
Marketing**  
inspection



中国电力出版社

[www.cepp.com.cn](http://www.cepp.com.cn)

## 内 容 提 要

为了帮助电力营销稽查人员开展工作,及时发现电力营销差错,分析问题产生的原因,提出整改意见,制定防范措施,及时交流经验,提高电力营销稽查管理水平,江西省电力公司市场营销部组织编写了《电力营销稽查》。

本书对电力营销稽查的意义、对象、发展、目的、作用及重要性、电力营销稽查原理及基本程序、电力营销稽查应用文写作和案例分析等作了详实的介绍。结合电能计量、变更用电业务、业扩报装、电价与电费管理、供电服务、反窃电、市场销售管理及有序用电业务、营销信息系统应用等专业领域的稽查程序,为电力营销稽查人员提供了一些具体、实用、可供操作的稽查方法。

本书可作为供电企业营销稽查部门工作人员的岗位培训教材,也可供供电企业的领导、营销和审计人员参考,同时,还可为其他人员了解、研究电力营销稽查提供帮助。

### 图书在版编目(CIP)数据

电力营销稽查 / 江西省电力公司市场营销部编. —北京:  
中国电力出版社, 2008  
ISBN 978-7-5083-7794-0

I. 电… II. 江… III. 电力工业-市场营销学-稽查  
IV. F407.615

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第130866号

中国电力出版社出版、发行

(北京三里河路6号 100044 <http://www.cepp.com.cn>)

北京市同江印刷厂印刷

各地新华书店经售

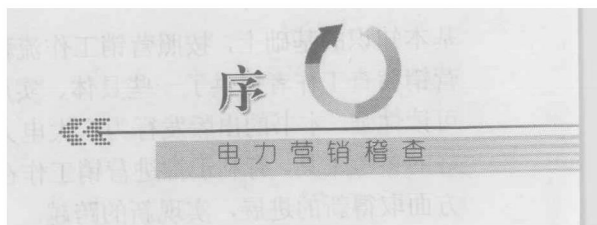
\*

2008年10月第一版 2008年10月北京第一次印刷  
850毫米×1168毫米 32开本 6.375印张 165千字  
印数0001—3000册 定价 18.00元

### 敬告读者

本书封面贴有防伪标签,加热后中心图案消失  
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



电力营销稽查是电力营销环节内控约束机制的主要组成部分，是电力营销风险管理的重要内容和有效途径。通过有效开展电力稽查工作，可以达到规范营销行为，堵塞漏洞，挖潜增效，提高营销政策执行力，减少营销事故的目的。为解决电力营销稽查培训教材缺乏的问题，提高电力营销稽查岗位培训的针对性和实用性，江西省电力公司市场营销部组织编写了《电力营销稽查》一书。

面对新形势、新任务，国家电网公司坚持以科学发展观为指导，紧紧抓住重要战略机遇期，落实“三抓一创”工作思路，积极推进公司发展方式和电网发展方式的转变，大力实施集团化运作、集约化发展、精益化管理、标准化建设，力争“十一五”期间实现初步建成“一强三优”现代公司的目标。电力营销工作作为电网企业经营管理的核心业务，必须紧紧围绕国家电网公司的发展战略，积极应对各种挑战，研究新问题，制定新对策，不断调整和完善营销管理模式，努力把营销工作做实做好，使之更加贴近社会经济发展，更加符合国家电网公司的要求，为推动公司发展再上新台阶作出自己的贡献。

《电力营销稽查》的出版，是公司电力营销工作贯彻落实国家电网公司“四化”管理要求的具体举措，标志着电力营销工作在强化基础管理方面不断推陈出新。该书编写组成员均为公司系统优秀的一线营销稽查骨干，不但具有丰富的营销稽查实际工作经验，而且具有公司各类营销稽查岗位培训班的授课工作经验，能够较好地实践经验加以总结提炼。该书在编写过程中始终坚持来源于实践又指导实践的原则，在系统全面阐述电力营销稽查

基本知识的基础上，按照营销工作流程结合案例分析的方式，为营销稽查工作者提供了一些具体、实用的指导方法，通俗易懂，可读性强。本书的出版发行为广大电力营销稽查工作者提供了很好的参考工具，有利于推进营销工作在精益化管理和标准化建设方面取得新的进展，实现新的跨越。

徐先起

二〇〇八年九月

近年来，随着电力体制改革的逐步深入，电力营销工作驶入了快速发展的轨道，为方便电力营销稽查人员开展工作，江西省电力公司市场营销部组织编写了《电力营销稽查》。

本书编写注重实用性，从营销稽查工作实际出发，立足于“加强营销工作质量监督，提高经营管理水平和经济效益”。全书紧紧围绕电力营销稽查基本知识和技能，从报装接电、电价管理、供用电合同管理、收费及票据管理、电费核算、线损管理、资产管理、服务工作质量、计量管理、电能信息采集、铅封管理、客户档案资料管理、反窃电查处等方面做了全面介绍，同时按照营销工作流程结合案例分析，为营销稽查工作提供了一些具体、实用的方法。掌握这些知识和方法有助于提高营销稽查工作人员的实际操作能力和管理水平，同时对供电企业其他人员了解电力营销稽查业务知识有一定的帮助。

本书作者：第一章，郭仕宏、余平华、晏晖、靳元庚；第二章，郭仕宏、晏晖；第三章，童义良、晏晖；第四章，何席林、刘宇；第五章，余平华、尧娟；第六章，燕继勇；第七章，叶远誉；第八章，晏晖、靳元庚；第九章，周琪；第十章，刘双喜；第十一章，熊集成。

本书在编写过程中得到了编写人员单位和有关单位的大力支持，参考了很多相关资料以及国家电网公司、江西省电力公司有关文件，在此一并表示衷心的感谢。

由于时间紧迫、经验不足、水平和资料有限，虽经反复修改，仍难免会有疏漏和不妥之处，恳请读者批评指正。

编者

2008年9月

# 《电力营销稽查》编写人员名单

主 编 徐先起

副主编 刘 波 周 宇 熊集成

编写人员（按姓氏笔画排列）

叶远誉 刘双喜 刘 宇 尧 娟 余平华

何席林 周 琪 晏 晖 郭仕宏 童义良

靳元庚 燕继勇

# 目 录

电力营销稽查

序

前言

<b>第一章 电力营销稽查概述</b> .....	1
第一节 电力营销稽查的意义、起源及发展.....	1
第二节 电力营销稽查目的、作用及重要性.....	5
第三节 电力营销稽查工作职能及人员条件.....	9
<b>第二章 电力营销稽查原理及基本程序</b> .....	12
第一节 电力营销稽查原理.....	12
第二节 电力营销稽查的内容及依据.....	21
第三节 电力营销稽查基本工作程序.....	30
<b>第三章 业扩报装环节的稽查</b> .....	44
第一节 用电申请受理稽查.....	44
第二节 供电条件勘查及供电方案确定稽查.....	46
第三节 受电工程稽查.....	48
第四节 供用电合同稽查.....	50
第五节 装表接电稽查.....	55
第六节 客户档案稽查.....	57
第七节 案例分析.....	60
<b>第四章 电价与电费管理的稽查</b> .....	63
第一节 电价稽查.....	63
第二节 抄表环节稽查.....	66
第三节 核算环节稽查.....	71
第四节 电费回收和电费账务处理稽查.....	84
第五节 案例分析.....	89



<b>第五章 电能计量稽查</b> .....	94
第一节 电能计量装置的分类及技术要求稽查 .....	95
第二节 电能计量装置资产管理稽查 .....	101
第三节 电能计量装置计量点管理稽查 .....	113
第四节 计量体系管理稽查.....	125
<b>第六章 变更用电的稽查</b> .....	130
第一节 变更用电业务稽查.....	131
第二节 甲类变更用电稽查.....	131
第三节 乙类变更用电稽查.....	138
第四节 丙类变更用电稽查.....	143
第五节 案例分析.....	148
<b>第七章 供电服务质量的稽查</b> .....	153
第一节 供电服务工作时限要求 .....	153
第二节 投诉举报及规范停电管理的稽查 .....	154
第三节 营业厅、95598 呼叫中心及故障抢修稽查 .....	156
第四节 案例分析.....	158
<b>第八章 违约用电与窃电查处工作稽查</b> .....	161
第一节 违约用电查处工作稽查 .....	161
第二节 窃电查处工作稽查.....	167
第三节 稽查违约用电、窃电查处的具体工作举例 .....	173
<b>第九章 市场分析预测及有序用电工作质量稽查</b> .....	176
第一节 短期电力销售市场分析预测工作质量稽查 .....	176
第二节 有序用电方案编制与实施效果稽查 .....	178
<b>第十章 营销信息系统应用稽查</b> .....	181
<b>第十一章 电力营销稽查应用文写作</b> .....	188

## 电力营销稽查概述

### 第一节 电力营销稽查的意义、起源及发展

#### 一、电力营销稽查的意义

现代企业管理的基本模式为：企业决策机构根据内部管理要求，围绕市场环境和企业经营目标进行决策，形成企业经营管理的决策层。企业内部各单位按照企业经营目标，细化分解各项经营指标进行责任执行，形成企业管理制度和目标实现的执行层。监督检查部门按职责权限，运用法制化和科学化的管理，对企业决策目标在执行层的实行过程及结果进行稽查，督促执行层按目标完成工作任务，对企业经营环节状况和目标实现结果开展检查评价，对工作质量差错或管理漏洞提出处理意见并把结果反馈到决策层，影响决策层的下一步决策并达到企业内部的闭环管理效果，其工作性质与企业内部监督形成企业内部行政经济监督层。

为了加强营销工作质量监督，提高经营管理水平和经济效益，供电企业在不断完善经营管理的过程中，强化企业经济行为的行政监督系统建设，实现企业决策、执行、监督科学一体化的现代管理体系，设立了营销稽查机构并开展营销各个环节经营管理的监督和检查，改善了营销管理，提高了工作质量，促进了营销部门和有关员工廉洁奉公、遵纪守法，提升了企业社会服务形象，进一步健全和完善了自我约束机制。依法开展营销稽查工作，

是企业自我发展的需要和社会进步的要求。

营销管理机构，是供电企业直接面对用电客户的窗口单位，是企业经营成果的实现环节，是企业经营目标的执行单位。营销稽查机构，是对营销系统管理环节中企业经营与用电客户之间的营销关系进行监督，是对企业经营措施和工作质量实施监督的单位。营销稽查主要是运用国家法律法规、行业准则、技术规范和营销稽查方法对供电方案是否合理、供电是否及时、计量方式的确定和表计安装是否准确、电价执行情况是否正确，电费是否及时足额回收，供用电合同的签订是否保护双方合法权益、客户安全合理用电的各项措施是否落实、供电企业营销内部手续传递是否畅通等企业经营管理实施行为进行稽查，稽查结果逐级反馈到班组、部门、决策机构，用于改进工作质量，调整经营行为规范，以达到使企业整体机制健康运行的目的。

### 二、电力营销稽查的起源及发展

电力给国民经济和社会发展带来了巨大的动力和效益，已经成为社会经济建设和人类活动不可缺少的能源之一，长期以来，由于多方面的原因，电力的商品属性没有得到充分体现。改革开放后，国家财政体系发生了较大变化，企业经营效益和成本核算纳入了市场经济范畴，国家逐步实行财政政策控制宏观管理手段，电力企业不断深化改革，电力产品商品化得到逐步体现。

在改革开放之前，计划用电是当时电力供应的主要方式，电力资源的调配由具有政府职能的供电管理机构实施。由于用电单位属于国营或政府机构，供用电成本通过行政手段平衡，一些单位和个人经常利用行政手段调配电力资源，形成电力是国家产品的习惯思维，用电交费的意识不强。电力企业步入市场之初，正是国民经济迅速发展之时，以电力能源为动力的生产企业如雨后春笋般增长，电力供不应求。当国内市场经济由卖方市场向买方市场转变后，市场竞争也由商品数量竞争向经营管理质量等多元化要素竞争发展。一些企业的经营管理机制和产品转形落后于市场经济需求，产品的研发能力和生产能力跟不上市场要求，价格低于市场平均价格，产

品获利水平低于社会平均利润水平,有些企业甚至亏损。为减少企业生产成本或无偿占用其他企业的流动资本,获取最大利益,很多企业将目光盯在电力成本上,拖欠电费成风。少数企业和个人为达到少交电费的目的,将窃电作为获利的重要手段。

电力企业在剥离行政管理职能后,经营行为发生了根本性的改变。但是,一些供电企业市场营销手段没有及时跟上市场经济管理的要求,经营意识不强,对企业管理在社会经济市场中经营方式的转变不适应,电费回收措施和力度不到位,造成供电企业资金滞留在客户账上,企业财务形成大量应收账款和呆、坏账,企业利益受到侵害,直接影响着电力企业正常的生产与经营,少数员工的法律意识淡薄,直接参与个别企业和个人的窃电活动。总结起来,电力营销管理中的主要问题主要有以下几个方面。

(1) 一些供电企业管理体制存在漏洞,造成营销事故频发。有的企业不是进行技术改造和设备更新,加强管理来降低成本,而是用拖欠电费或窃电的方式来谋取不正当的经济利益。拖欠电费及窃电日盛而制约措施不力造成电费回收困难,而电力营销管理单位在对客户采取粗放管理的情况下很难掌握客户用电情况。违章用电和破坏电力设施的现象时有发生。社会利益化功利思想使得企业员工的企业意识、制度意识、责任意识和技术意识的下降,造成营业工作责任事故上升,企业经济损失在供电营业各环节泛化。

(2) 个别企业拖欠电费现象严重。有些企业在“拖欠有理、拖欠有利”的动机支配下,拖欠电费的情况愈演愈烈,利用货币资金的时间价值占用供电企业流动资金,致使欠费情况日趋严峻,电费回收工作难度越来越大。越来越多的欠费,使电网企业为了维持生产经营不得不借贷银行资金,造成企业资产质量恶化和经营成本大幅上升。

(3) 盗窃国家电能的违法犯罪活动十分猖獗。盗窃电能行为的蔓延与升级,使电力系统的线损率居高不下。根据《中国电力报》1999年3月28日的编者按报道,某电网每年因窃电损失的电量有20亿kWh左右,相当于拥有294万人口、面积1.3万km<sup>2</sup>

的地级市全年的全部用电量，折合经济损失人民币6亿元。

据某供电企业在一次营业普查中，发现了营业报装、用电监察、电能计量和抄表收费等多个方面的大量漏洞。电量、电费方面的“跑、冒、滴、漏”现象相当严重。由于计量设备资产不清，无人负责导致其处于不管、不换、不修、不校的状态，电能计量装置的设备也没有严格执行定期轮换制度，表计越来越慢的现象极为普遍。无表用电、表计不全、装表接线错误和倍率错误时有发生。由于内部的管理体制、经营思想、管理方法没有及时跟上市场变化，面对出现的许多新情况，新问题，无法形成统一协调、方向一致的管理手段。另外，由于缺少监督机制，对电力营销环节管理不到位，员工在用电市场利用职权所导致的腐败现象也无法得到及时处理。

针对上述情况，为了加强用电管理基础工作，提高用电营业工作质量和管理水平，从20世纪七八十年代起，部分供电企业开展了用电稽查工作，并逐步建立用电稽查制度。1989年，江西省电力工业局颁发了《用电稽查条例（试行）》、《用电业扩报装管理办法》、《用电营业工作制度》和《用电营业工作责任事故考核办法（试行）》等“四个管理办法”，用来指导江西省的用电营业管理工作，初步建立了电力营销稽查制度和稽查人员工作机制。“四个管理办法”要求各单位充分重视用电营销工作质量，把营销工作质量与经济效益紧密地联系起来，要求电力营销职工加强对制度的学习讨论，加深对营销工作质量的认识，逐步从制度、职工思想、业务技术方面开展对营销工作质量、企业经营管理、客户服务理念、经济行为监督在电力营销环节建设和完善，引进市场观念，对营销经营环节建立电力营销稽查监督机制，配备足够的力量，全面开展电力营销稽查工作，形成了电力营销稽查的雏形。

1995年，江西省电力公司为了进一步加强营业管理质量的内控监督，全面整顿市场营销工作，决定在所属供电公司组建用电稽查科，作为供电公司的职能机构，归口管理用电稽查工作。营销稽查人员接受本单位和上级稽查部门的领导，独立开展工作。用电稽查科成立以后，一直坚持严查工作质量，堵漏增收，促进

管理的原则。当年，某供电公司共稽查 95903 户，查出问题 631 户，追补电量 5368647kWh，追补电费 3902610 元，挽回了部分经济损失，达到了电力营销稽查工作建立的初步目的。

电力营销稽查在各供电企业管理体制变革中，其专业管理特点更加明显，电力营销稽查将反窃电工作分离出去，将工作重点围绕在针对营销业务及规章制度的执行开展稽查，其主要工作职责得到强化。电力营销稽查由于工作对象为公司内部营销工作内容和工作人员工作质量差错，各级供电公司对营销稽查管理的方式不一，有些公司把电力营销稽查与反窃电机构合并办公，有些公司把电力营销稽查与企业内部保卫合并办公，有些公司把电力营销稽查与营销管理工作合并办公，但其业务上主要是针对加强对企业内部电力营销管理稽查监督。

2006 年，江西省电力公司在企业管理体制的规范建设中，对企业内各管理职能机构根据国家及国家电网公司对企业管理机构编制管理的要求，省属供电公司内部行政监督单位合并成立审计稽查部，首次对区域内各供电公司的行政监督机构统一管理，强化了电力营销稽查的内部审计功能。将电力营销各环节的稽查监督手段和方法与企业内部审计职能有机结合，是企业内部管理深化的需要，也是国家及社会对企业经营管理中经济行为以内部控制监督向内部控制与风险控制相结合的监督转型要求。

电力营销稽查经过多年的探索与实践，稽查人员深入用电、营销管理工作的各个环节，运用科学的管理手段和方法，认真研究市场经济规律，抓住电力营销稽查发展的良好机遇，按照电力营销稽查要求，摸索出了一套完整的电力营销稽查监督手段，在营销管理体制建设中，逐步建立了较为完善的电力营销稽查体系。

## 第二节 电力营销稽查目的、作用及重要性

### 一、电力营销稽查的目的

电力生产的特点决定了电力产品不能像其他商品一样进行

大量储存，只能以电力网络在发电企业与用电客户之间瞬间完成发、供销流程。作为销售电能的流通渠道，电网是一个不可分割的整体，它直接决定了电力能源市场与用电企业需求的不可替代的业务关系。电力企业生产的产品是否符合各类客户对电能的质量标准要求，关系到客户的生产和生活，也关系到电力企业的经济效益和安全运行。供电企业营销管理机构在电力产品的供应中，必须依靠一系列专用设备为保障，通过电力网络与客户的用电设备相联的发、供、用一次完成的产销业务，电力企业的商业性质体现了自然垄断的属性和技术规范要求。因此，用电营销管理在开展业务接洽时，必须站在客户的角度，为客户提供优质、方便、规范、真诚的服务，做到简化手续，及时供电。同时，又要注意供电企业安全生产所必需的技术条件和用电要求，保证电网稳定运行，充分发挥供用电的整体作用。

电力营销稽查是电力营销工作重要内容之一，不仅关系到供电企业的自身利益和形象，也关系到客户的切身利益。由于营销业务办理的申报环节职能管理细化，客户用电种类多，为了维护供电企业和客户的利益，根据国家相关政策和行业内部制度要求，必须对内部各个环节进行稽查监督，督促企业营销各环节在客户业扩工程报装、工程设计、设备选型准确、用电种类确认、电价电费执行、供用电合同签订等进行稽查，以减少各种工作差错和责任事故，使电力营销工作适应市场经济的需要，达到加强电力销售环节的监督管理，促进进行风建设，完善自我约束机制，严肃电力营销经营纪律，提高工作效率和社会服务效果的目的。

### 二、电力营销稽查的作用

电力营销是供电企业的核心经营环节，稽查从最初的电费、电价开始，扩展到对整个电力营销的全过程监督，主要是起到对企业内部经营管理中资金运行和制度执行到位的安全防护性作用。

电力营销稽查是建立在合理怀疑的基础上，通过电力营销稽查监督机制的作用发挥，防范企业内部规章制度在执行过程中存

在的差错，以达到电力营销稽查工作服务企业经营发展、对营销工作及制度执行及时性审查和评价的目的。

电力营销稽查对企业经营管理监督的具体作用主要表现在监督控制、咨询建议、风险预警、信息鉴定等四个方面。

#### 1. 监督控制作用

监督控制就是促进电力营销单位与个人在电力营销活动中的合法性、规范性，加强电力营销管理，提高企业经济效益，完善营销环节内控机制，减少营销环节差错，防范企业经济损失。对监督检查发现的问题和差错，提出整改意见，督促差错单位和个人完善内控机制和纠正工作中的偏差，以保证企业经营活动的良性循环。

#### 2. 咨询建议作用

电力营销稽查参与了企业电力营销过程检查监督，对企业各项制度执行和风险防范方面有较为全面的了解。其工作具有综合性强和接触面广的特点，加之电力营销稽查工作对监督人员的要求，在法律法规制度的执行中不受市场环境的影响，电力营销稽查人员有能力和有必要为被稽查单位和人员提供咨询、建议、协调、程序或业务等培训工作。

#### 3. 风险预警作用

供电企业的电力营销作为一种有目的的经营活动，在现代市场经济条件下要依靠人去完成，营销规划和内部控制制度要通过人去制定。在自然垄断的经营环境中，企业经营风险主要是内部控制制度的失控而产生。电力营销稽查有必要充当风险管理自我评估者，检查发现问题并揭示产生问题的各种原因，提示企业潜在的经营风险。

#### 4. 信息鉴定作用

在市场化经济过程中，企业管理体制按照集团化、集约化、精益化和标准化不断完善和规范，“建好网、卖好电、收好费、服好务”是供电企业最基本的职责。因此，做好电力营销工作，就是要减少工作差错，降低失误率，避免发生人为调节线损电



量、电费回收不到位、报表不真实等情况发生。电力营销稽查就是通过监督检查揭示营销管理中的差错，对营销差错进行查证，防范经营风险，为企业管理层提供可靠的信息和依据。

### 三、电力营销稽查的重要性

电力营销工作质量是衡量供电企业电力营销管理水平的重要标志，是供电企业经营成果、服务质量的综合体现。近年来，电力营销工作通过企业内部管理规范化建设，营销管理体制逐步健全，营销管理工作经验总结日益丰富。但员工营销基础工作熟练程度有待加强，基础管理水平有待提高。员工的岗位责任心和对企业忠诚度，对企业营销工作质量好坏也至关重要。部分供电公司对营销工作质量要求不高，管理无序，多口对外，有章不循，缺少监督，内部职责不明，业务关系不顺，欠费情况不清，考核工作不严，奖惩制度不兑现，暴露了营业报装、营销管理、电能计量和抄表收费等方面的大量漏洞，电量、电费方面的“跑、冒、滴、漏”现象相当普遍，营销工作责任事故时有发生，造成了部分经济损失，影响了供电企业的形象。因此，加强电力营销管理水平，加大监督力度，全面开展电力营销稽查工作是企业有效防范经营风险、提高企业经济效益的有力措施。

以某供电公司开展电力营销稽查工作的追补电量 5368647kWh 和追补电费 3902610 元所发生的工作差错和责任事故做一个分析，由于管理不善损失电量：2415891kWh，损失电费：1756174 元；由于业务不熟损失电量：966357kWh，损失电费：702469 元；由于表计失灵损失电量：805297kWh，损失电费：585391 元；由于责任不明损失电量：1073729kWh，损失电费：780522 元；由于人情关系损失电量：57444kWh，损失电费：41738 元；由于内外勾结损失电量：49927kWh，损失电费：35994 元。从损失电量的原因分析结果中可以看到，电力营销稽查活动在供电企业中的重要性越来越明显，所涉及的范围也越来越广。只要电力营销稽查严把稽查监督关，就能够减少工作差错和避免责任事故的发生。因此，要强化企业内部监督体系建设，增强营销管理人员的工作责任感，