

# YINGXIAO JICHA SHIWU JI ANLI FENXI

国网冀北电力有限公司营销部 组编  
国网冀北电力有限公司电力科学研究院

# 营销稽查实务 及案例分析



中国电力出版社  
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

YINGXIAO JICHA SHIWU  
JI ANLI FENXI

# 营销稽查实务 及案例分析

---

国网冀北电力有限公司营销部 组编  
国网冀北电力有限公司电力科学研究院



中国电力出版社  
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

## 内 容 提 要

本书注重营销稽查和营销业务管控的实用性,从目前常用的营销业务系统数据查询分析入手,通过把控营销业务异常问题关键点,介入辅助分析手段,现场稽查验证,最后进行问题综合研判和整改,同时辅以典型案例对主要营销业务异常问题类型进行全过程稽查分析演示,可供省、地市公司营销稽查人员和营销业务工作人员学习使用,也可供相关岗位的培训使用。

### 图书在版编目 (CIP) 数据

营销稽查实务及案例分析/国网冀北电力有限公司营销部,国网冀北电力有限公司电力科学研究院组编. —北京: 中国电力出版社, 2014. 12

ISBN 978-7-5123-6753-1

I. ①营… II. ①国… ②国… 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 (2014) 第 256645 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>)

北京市同江印刷厂印刷

各地新华书店经售

\*

2014 年 12 月第一版 2014 年 12 月北京第一次印刷

710 毫米×980 毫米 16 开本 15 印张 254 千字

印数 0001—2000 册 定价 50.00 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



## 《营销稽查实务及案例分析》

### 编 委 会

- |        |     |     |     |     |
|--------|-----|-----|-----|-----|
| 主 任    | 袁风光 |     |     |     |
| 副 主 任  | 张国富 |     |     |     |
| 编写组组长  | 杜维柱 |     |     |     |
| 编写组副组长 | 李 涛 | 梁继清 | 李红武 |     |
| 编写组成员  | 张艳丽 | 孙志杰 | 谢 枫 | 张凌宇 |
|        | 程 杰 | 介志毅 | 牛逸宁 | 殷庆铎 |
|        | 马鲁晋 | 刘晓天 | 李 颖 | 李征光 |
|        | 赵 远 | 王亚强 | 李永峰 | 傅 军 |
|        | 王 莉 | 陈洪涛 | 刘 洋 | 巩冬梅 |
|        | 李雪梅 | 刘晓伟 | 霍大伟 | 裴春海 |
|        | 周树刚 | 赵树志 | 郁宏武 | 段丽荣 |
|        | 刘 洋 | 崔井明 | 刘胜利 | 葛 剑 |
|        | 孙贝贝 | 韩硕辰 | 宋沛辰 | 王海燕 |



# 前 言



营销稽查作为电力企业经营管理过程中的一个重要手段，对规范企业经营管理、提升企业效益和辅助决策支撑起着重要的作用。近年来随着国家电网公司“三集五大”体制机制变革和公司内部精益化管控要求的提高，营销稽查工作日益受到重视并且发挥着越来越重要的作用。如何标准化、信息化、规范化、常态化开展营销稽查成为了电力企业的重点工作之一，为此 2009 年国家电网公司启动了三级营销稽查组织体系和信息管控平台建设。经过几年的努力，各网省公司营销稽查工作组织体系已经比较完备，软硬件平台功能不断完善，营销稽查方式发生了重大变化，同时也对工作人员的业务素质和能力提出了更高的要求。在实际工作中，营销稽查工作点多、面广，发现的问题往往十分复杂，工作人员的分析处理能力直接决定着稽查工作的效率及质量。在不乏信息分析技术和营销业务标准指导的情况下，营销稽查工作人员如何适应现有工作模式，快速结合营销业务知识，利用现有技术、方法高效开展稽查综合分析处理，则一直缺乏必要的实务和案例指导。提供类似的教材也是广大基层工作者的一致呼声。

编写《营销稽查实务及案例分析》是为了做好营销稽查和营销业务管控工作的一种有益尝试，旨在提升省、地电力营销稽查人员和营销业务人员实际业务水平，在业务指导、技术辅助、问题自查及分析方法上提供帮助，同时也是兄弟供电公司进行业务交流的一个方式。本书遵照国家电网公司营销稽查监控系统业务标准化设计成果编写，注重营销稽查和营销业务管控的实用性，从目前常用的营销业务系统数据查询分析入手，通过把控营销业务异常问题关键点，介入辅助分析手段，现场稽查验证，最后进行问题综合研判和整改，同时辅以典型案例对主要营销业务异常问题类型进行全过程稽查分析演示，可供省、地市公司营销稽查人员和营销业务工作人员学习使用，也可供相关岗位的培训使用。

希望本书的出版能够对一线营销稽查人员和营销业务人员有较大的帮助。通过学习营销稽查实务与案例，希望电力营销稽查人员能够更好地运用营销业务信息系统和营销稽查监控系统进行异常问题的综合分析，对现场情况进行准确的判断、验证和取证；营销业务人员能够掌握营销业务异常问题自查的方法，通过稽查整改找到管理提升的着力点。因时间和水平有限，难免会有疏漏之处，恳请读者批评指正。本书编写过程中得到了国网冀北电力有限公司营销部和冀北五个地市供电公司营销专家的指导和帮助，在此表示衷心的感谢！

编 者



# 目 录

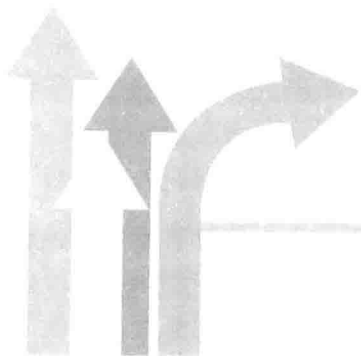


## 前言

第 1 部分 综述 .....	1
1 营销稽查概述 .....	3
1.1 营销稽查工作方式演变 .....	3
1.2 营销稽查的内涵及其与用电检查的区别 .....	4
1.3 营销稽查工作的依据 .....	5
1.4 营销稽查的目的、业务范围及与营销业务之间的界面关系 .....	7
1.5 营销稽查人员应具备的知识和技能 .....	8
2 营销稽查监控系统介绍 .....	9
2.1 营销稽查监控系统特点和总体结构 .....	9
2.2 营销稽查监控系统业务项及子项一览表 .....	10
2.3 营销稽查系统的稽查类型 .....	18
2.4 营销稽查系统工作流程 .....	19
2.5 营销稽查系统常用术语 .....	21
3 营销稽查工作的组织与管理 .....	23
3.1 常态稽查的组织与管理 .....	23
3.2 专项稽查的组织与管理 .....	23
3.3 现场稽查的组织与管理 .....	25
第 2 部分 营销稽查稽核要点及案例分析 .....	29
4 业扩报装稽查的稽核要点及案例分析 .....	31
4.1 业扩报装异常问题的稽查关键点 .....	31
4.2 业扩报装异常问题的种类、特点及分析方法 .....	38
4.3 业扩报装异常稽查案例分析 .....	43
5 电费抄核类稽查的稽核要点及案例分析 .....	59
5.1 电费抄表异常稽查的关键点 .....	59
5.2 抄表异常的种类、特点及分析方法 .....	60

5.3	抄表异常的稽查案例分析	62
5.4	电价执行异常的稽查关键点	68
5.5	电价执行异常的种类、特点及分析方法	72
5.6	电价执行异常的稽查案例分析	75
<b>6</b>	<b>电能计量稽查的稽核要点及案例分析</b>	<b>89</b>
6.1	电能计量异常稽查的关键点	89
6.2	电能计量异常问题的特点及稽查的方法	106
6.3	电能计量异常稽查案例分析	109
<b>7</b>	<b>供电服务稽查的稽核要点及案例分析</b>	<b>121</b>
7.1	供电服务异常稽查的关键点	121
7.2	供电服务异常的特点及稽查的方法	128
7.3	供电服务稽查案例分析	129
<b>8</b>	<b>违约用电与窃电稽查的稽核要点及案例分析</b>	<b>138</b>
8.1	窃电	138
8.2	窃电稽查的案例分析	142
8.3	违约用电	150
8.4	违约用电稽查的案例分析	153
<b>附录 1</b>	<b>供电质量及应急处置类营销稽查主题一览表</b>	<b>162</b>
<b>附录 2</b>	<b>经营成果类营销稽查主题一览表</b>	<b>164</b>
<b>附录 3</b>	<b>工作质量类营销稽查主题一览表</b>	<b>182</b>
<b>附录 4</b>	<b>数据质量类营销稽查主题一览表</b>	<b>209</b>
<b>附录 5</b>	<b>服务资源类营销稽查主题一览表</b>	<b>223</b>
<b>附录 6</b>	<b>常用自定义营销稽查主题一览表</b>	<b>228</b>





# 第1部分

## 综 述



# 1 营销稽查概述

## 1.1 营销稽查工作方式演变

### 1.1.1 传统的营销稽查工作方式及局限性

传统的营销稽查工作方式主要依靠人工经验，多采取日常工作检查、营业普查和专项检查的方式，由专业管理人员或抽调专人、专家组成稽查工作组，根据事先制定的检查标准和内容，对相关业务流程步骤、规定执行情况、档案资料情况、现场情况进行监督检查，一般多以抽查的方式进行。由于没有计算机系统平台的数据支持，要想深入细致地开展稽查工作，工作量非常大，且查找问题的准确率和工作效率较低，工作开展的广度和深度受到限制，再加上稽查工作人员的知识水平和经验差异，工作缺乏规范性，不能标准化和常态化地开展。营销稽查工作主要由各省、市公司自行制定工作内容标准并不定期组织开展。

### 1.1.2 现阶段营销稽查工作方式及优势

近年来随着国家电网公司标准化建设和信息化建设的推进，各省公司营销系统逐步建立了覆盖所有业务的统一工作标准、管理制度，营销业务系统的数据集中存储与业务集中处理、用电信息采集系统的省级集中、现场视频系统等多个营销信息化系统的建成，为搭建一体化营销稽查监控系统创造了条件，使得解决各网省之间稽查监控工作组织模式不统一、管理职责与业务范围不一致以及营销信息化系统业务层面应用多，缺乏数据深度挖掘、横向集成和综合分析少等问题成为可能。特别是2009年以来，为了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，加快构建“大营销”体系，国家电网公司启动了覆盖总部、网省、地市公司的三级营销稽查监控体系建设工作，并将“坚持规范统一”作为国家电网公司建设稽查监控体系的重要原则。在国家电网公司统一部署下，经过几年的建设，各省公司建成了集约高效的新型稽查组织体制，并建成集中统一的营销稽查监控系统，与营销业务应用系统、用电信息采集系统、配网管理系统等实现紧密集成，能够对营销异常风险进行实时、在



线监控，营销稽查工作告别了临时组织人员、工作标准不统一、缺乏信息系统支撑的传统工作阶段，逐步进入了规范化、信息化、标准化、常态化运作阶段，营销稽查监控组织的管控力和执行力得到较大提高，营销稽查工作方式实现巨大的转变。

## 1.2 营销稽查的内涵及其与用电检查的区别

### 1.2.1 营销稽查的定义

2011年，国家电网公司在《营销稽查监控系统业务模型说明书 V1.11》中对电力营销稽查的定义为：营销稽查是依据国家有关政策、法律、法规和电力企业营销相关的规章制度和管理规定，对本企业从事电力营销工作的单位或人员，在电力营销过程中的行为进行监督和检查。

### 1.2.2 营销稽查的内涵

(1) 明确指出了开展营销稽查工作要依据国家有关政策、法律、法规和电力企业营销相关的规章制度和管理规定。

(2) 明确了营销稽查的对象是本企业从事电力营销工作的单位或人员，也就是说电力营销稽查是电力企业经营管理中的一种内稽机制，与本单位以外的单位或部门发起的检查工作有所区别。

(3) 明确了营销稽查的内容为电力营销过程中的行为，说明从事电力营销的企业单位和内部员工的工作行为和过程都是电力营销稽查的内容。

(4) 明确了营销稽查工作的开展形式是对电力营销过程中的行为进行监督和检查。

(5) 明确了营销稽查人员有对本企业从事电力营销的单位或内部员工的工作行为和过程进行监督、检查的权利和职责。

### 1.2.3 营销稽查与用电检查的工作区别

用电检查是为了维护正常的供用电秩序，保障供用电安全，以国家有关电力供应与使用的法律法规、方针、政策和电力行业标准为准则，对用电客户的安全、经济、合理、可靠用电实施专业性检查的全过程。从定义上可以看出，营销稽查与用电检查工作存在以下本质的区别。

(1) 营销稽查与用电检查遵循的标准依据不同。营销稽查是依据国家有关政策、法律、法规和电力企业营销相关的规章制度和管理规定开展工作；用电



检查是以国家有关电力供应与使用的法律法规、方针、政策和电力行业标准为准则开展工作。

(2) 营销稽查与用电检查的目的不同。营销稽查对本企业电力营销工作单位或人员的工作行为监督是为了规范企业内部经营管理；用电检查是为了维护正常的供用电秩序，保障供用电安全。

(3) 营销稽查与用电检查的工作对象不同。营销稽查的对象是对本企业从事电力营销工作的单位或人员，在电力营销过程中的行为进行监督和检查；用电检查是对客户的电力使用进行检查。

(4) 营销稽查与用电检查的工作范围不同。营销稽查的工作范围包含了全部的营销业务，其中也包含对用电检查工作人员行为和工作过程的监督；而用电检查只对客户的电力使用进行检查。

(5) 营销稽查与用电检查的工作方式和程序不同。营销稽查以稽查主题为工作开展的基础，通过稽查任务管理开展检查工作，对存在问题的单位和个人发出稽查工作单及整改通知单；用电检查是在用电检查工作内容范围内、按照用电检查的工作程序对客户进行检查，用电检查主要包括：用电前、用电期间、用电后检查，主要是依据电力行业标准对客户进行安全、隐患、计量、质量、营销、设施、性能诸多方面的管理、检测、评估，用电检查依据用电检查工作单开展工作，到用电客户处时出示的是用电检查证，对检查中发现的问题向客户出具用电检查结果通知书和违约用电、窃电通知书。

## 1.3 营销稽查工作的依据

### 1.3.1 国家有关法律、法规、标准、文件

(1) 《中华人民共和国电力法》（第八届全国人大常委会第十七次会议通过，2009年8月27日修订）

(2) 《电力供应与使用条例》（国务院令 第196号 1994年4月17日发布）

(3) 《供电营业规则》（中华人民共和国电力工业部 1996年第8号令）

(4) 《功率因数调整电费办法》（水利电力部、国家物价局〔83〕水电财字第215号）

(5) 《供电监管办法》（国家电监会第27号 2010年1月1日实行）

(6) JJG 313—2010《测量用电流互感器》



- (7) JJG 314—2010《测量用电压互感器》
- (8) DL/T 448—2000《电能计量装置技术管理规程》
- (9)《水利电力部关于颁发〈电、热价格〉通知》(水电财字〔1975〕67号)
- (10)《国家发展改革委关于停止收取供配电贴费有关问题的补充通知》(发改价格〔2003〕2279号)
- (11)《关于进一步落实差别电价及自备电厂收费政策有关问题的通知》(发改电〔2004〕159号)

### 1.3.2 国家电网公司有关营销稽查的管理规定

- (1) Q/GDW 403—2009《国家电网公司供电服务质量标准》
- (2)《国家电网公司电能计量装置现场检验作业指导书》(国家电网生产输电〔2003〕21号)
- (3)《国家电网公司供电服务规范》(国家电网生〔2003〕477号)
- (4)《国家电网公司计量工作管理规定》(国家电网营销〔2005〕407号)
- (5)《国家电网公司电能计量故障差错调查处理规定》(国家电网营销〔2005〕489号)
- (6)《国家电网公司营业抄核收工作管理规定》(国家电网营销〔2005〕848号)
- (7)《国家电网公司农网线损指标管理工作暂行规定》(国家电网农管〔2006〕48号)
- (8)《关于规范电能计量装置配置合格率统计分析工作的通知》(营销计量〔2007〕27号规定)
- (9)《国家电网公司业扩报装管理规定》(国家电网营销〔2007〕49号)
- (10)《国家电网公司短期电力市场分析与预测管理办法(试行)》(国家电网营销〔2007〕390号)
- (11)《关于印发〈国家电网公司营销安全风险防范与管理规范(试行)〉和〈国家电网公司营销安全风险防范工作手册(试行)〉的通知》(国家电网营销〔2009〕138号)
- (12)《国家电网公司电费抄核收工作规范》(国家电网营销〔2009〕475号)
- (13)《关于印发〈电力用户用电信息采集系统功能规范〉等标准的通知》(国家电网科〔2009〕1393号)
- (14)《关于加快用电信息采集系统建设的意见》(国家电网营销〔2010〕



119号)

(15)《省级 95598 供电服务中心试点运营管理规范》(国家电网营销〔2010〕1033号)

(16)《营销业务应用标准化设计》(国家电网公司版本号 V1.3)

## 1.4 营销稽查的目的、业务范围及与营销业务之间的界面关系

### 1.4.1 营销稽查的目的

对电力营销过程中的行为进行监督和检查,全面规范作业行为、及时发现并纠正工作偏差、建立健全营销风险管控体系、消除服务薄弱环节、化解服务监管压力、提高公司营销运营和管控能力、确保公司经营成果颗粒归仓。

### 1.4.2 营销稽查的业务范围

电力营销稽查的业务范围应该涵盖电力营销全业务和全过程。营销全业务应随着营销业务的发展变化不断地进行调整,要逐步将营销新型业务纳入其中。营销业务的全过程要包括营销业务的所有环节,从每项业务的开始到终结都在稽查的范围内,当管理标准发生变化时,相应的业务环节也要进行稽查规则的调整。营销稽查的重点内容包括业扩报装及用电变更管理、抄表核算管理、电费收缴管理、电价及账务管理、95598 服务质量、用电检查情况、电能计量管理、资产管理、数据档案及资料管理等内容。

### 1.4.3 营销稽查与营销业务之间的界面关系

营销稽查是对营销全业务和全过程的监督检查。营销稽查与营销业务之间应有清晰的界面划分,以便于营销稽查工作的顺利开展,同时与营销业务管理之间应建立良好的协作机制。当营销稽查人员通过稽查主题发现异常时,以派发稽查工单的形式通知营销相关业务部门进行核实及整改,开展问题跟踪、督办并做好异常问题的闭环管理;对于营销专业管理存在漏洞引发的稽查异常问题应由营销专业管理人员研究措施并进行规范管理,营销业务管理部门是真正解决和落实问题整改的主体;对于认定为用电客户引发的异常问题交由用电检查人员按用电检查的相关规定和程序进行处理。



## 1.5 营销稽查人员应具备的知识和技能

(1) 基础知识：了解电工基础、电机学、电能计量、电工仪表与测量、电力系统分析等相关知识。

(2) 专业知识：掌握用电营业管理、电力市场营销、电力营销稽查业务等用电营销的相关专业知识、工具和技能；熟悉国家和电力系统有关电力营销方面的政策、法规、标准、规程和管理制度。

(3) 相关知识：熟知供用电常识。

(4) 基本技能：掌握常用测量仪表、仪器的使用与维护、供电服务规范。

(5) 专业技能：具备抄表、核算、收费、计量装置检查与分析，违约用电与窃电处理，电能计量装置的故障分析处理，客户用电设备异常分析，供用电合同管理，业扩报装管理，无功补偿等专业技能和较强的综合分析能力；具备营销业务应用系统、营销稽查监控系统、用电信息采集系统等营销信息系统业务应用技能。

(6) 职业素养：具有较高的政治思想素质和一定的理论水平，坚持原则、秉公办事、保守秘密；工作态度端正，经得起威胁和诱惑，依法、依规开展各项电力营销稽查工作，做到能查、敢查、会查；有良好的组织能力与协调沟通技巧、有团队合作精神，擅长文字与语言表达。



## 2 营销稽查监控系统介绍

营销稽查监控系统的具体业务是：通过稽查主题管理，完善稽查监控主题库；利用稽查主题库所提供的主题，对供电应急处置、经营成果、营销工作质量、营销服务资源中不正常现象以及营销业务应用系统产生矛盾数据进行监控与稽查，提交可疑问题；利用发现的可疑问题，通过稽查任务管理，实现档案修正、营销制度完善、营销工作落实、要求其他部门配合的目的；最终对稽查工作产生的经济效益和管理效益进行评价。此外，营销稽查监控系统还包括运营动态以及主题分析及查询等。

目前冀北电力有限公司应用的营销稽查监控系统是按照国家电网公司营销稽查监控系统业务模型说明书（版本号 V1.11）开发设计的，系统第一次将稽查监控业务覆盖到营销运营动态、供电质量与应急处置、经营成果、工作质量、数据质量、服务资源、主题分析 7 个稽查监控业务类、48 个业务项、232 个业务子项、186 个监控指标，规范了主题管理、稽查监控、稽查评价等业务内容、业务流程、业务规则、业务要求等内容。

### 2.1 营销稽查监控系统特点和总体结构

#### 2.1.1 系统特点

##### 2.1.1.1 资源整合

充分分析营销业务系统、用电信息采集系统、视频监控系统、电能量采集系统等系统功能与业务应用，寻找系统之间业务融合点，整合集成多种内部和外围监控资源，实现对系统数据的深度挖掘。

##### 2.1.1.2 业务全覆盖

充分分析营销业务关键节点和营销经营指标的影响因素，通过对营销业务的跨专业、分专业各个关键节点有效梳理，建设覆盖全专业的业务模型。

##### 2.1.1.3 异常告警

充分分析营销稽查监控主题的特点，通过设定告警阈值，实现异常自动告