

坚强智能电网背景下的电力营销信息化建设

艾嘉秋

(国网石嘴山供电公司,宁夏 石嘴山 753000)

摘要:现代社会的快速发展,对于我国电力行业发展也提供了很多便利,而现在人们生活节奏的不断加快,对电力资源的需求也在逐年的递增,而为了满足人们对电网的需求,我们要做好每一个环节的工作,但是电力营销信息化建设中存在的一些问题,比如:软硬件不充足,或者是相关制度缺失。所以本文针对加强智能电网背景下的电力营销信息化建设展开探讨,希望以下论述观点可以为相关人员提供参考,进而为各行各业生产提供安全的电力资源。

关键词:坚强智能电网背景;电力营销;信息化建设

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.11.146

1 前言

现如今,电力资源已经成为国家社会经济发展中的重要组成部分,同时也关乎人们的生活质量,可以说,没有能源安全就没有国家安全,所以要想在信息技术飞速发展的时代背景下提高综合市场竞争力,我们必须要加强信息化建设。但是调查数据显示,电力营销信息化建设效率比较低,而致使此类问题产生的原因有很多,所以笔者认为应站在坚强智能电网背景之下完善策略,这样才可以促进电力营销信息化建设工作顺利的展开。

2 电力营销信息化建设现状分析

2.1 相关建设规划缺失

电力营销信息化建设中存在一些问题,主要体现在以下几点。第一,相关建设规划往往处于缺失状态,本身信息化建设所涉及的内容就比较多,需要做好每一个环节的工作,这样才能够提高信息化建设质量,但是实际上很多电力部门管理人员由于思想观念比较落后,使得建设规划出现一个缺失的状态,甚至于部分人员没有根据实际状况制定信息化建设规划,使得现有的信息化建设规划方案处于不科学状态,这都难以促进电力营销工作顺利展开^[1]。第二,虽然有一部分电网企业进行了系统化建设,但是在实际建设过程中依然面临着很多问题,比如:因缺乏合理的规划,或者是数据信息不真实的,都会致使信息共享不够顺畅。很多时候电力营销信息化建设过程中所面临的问题,难以将信息化建设应用价值发挥出来。

2.2 机制较为落后

机制较为落后,也是电力营销信息化建设过程中所面临的问题,现代社会的发展,人们对电力资源的需求也变得越来越,所以我们更加需要加强信息化建设,进一步我国电网行业发展。但是实际上在信息化建设过程中仍旧存在很多不足,相关管理人员所设立的机制往往处于落后状态,并不符合当前自身实际信息化建设要求,同时由于机制建设落后,不能够跟上信息化建设步伐,这也成为了制约自身发展的一个关键性因素,更重要的是难以满足人们生活以及行业生产对电力资源的需求。此外,很多电网行业在信息化建设过程中相应的业务流程比较繁琐,这样也会致使信息滞留时间过长,难以实现信息及时共享的目的,再加上机制建设落后,都难以为决策人员决策工作带来数据支持。

2.3 内部软硬件不充足

电网企业发展速度的提高,内部组成结构也在发生相应的变化,而为了推动电力营销信息化建设工作顺利展开,我们还需要借助先进的仪器设备来辅助作业。但是实际上内部软硬件往往处于一个不充足的状态,这样就会致使信息化建设步伐停止不前,而现代社会发展过程中,行业之间竞争压力也在逐渐的加大,所以要想提高自身各方面能力,必须要加大在软硬件设施上的资金投入,但是很多电力营销信息化建设过程中,硬件儿的投入相对来讲比较缺乏,现有的仪器设备往往处于落后或者是存在缺陷的状态,这都难以为信息化建设提供数据支持,反而会为后续信息化建设留下安全隐患^[2]。

3 坚强智能电网背景下的电力营销信息化建设

3.1 转变传统思想观念

为满足新时期下所提出的具体要求,我们应基于坚强智能电网背景之下,推动电力营销信息化建设,因为近几年来,社会经济发展速度的不断提高,信息化建设也成为现代发展的必然趋势,而随着人们生活节奏的加快,对电网资源的需求量也在逐渐的递增,所以电力行业必须要信息化建设,只有这样才能够紧跟时代发展步伐,并获得更大的利润空间,具体要做好以下工作。第一,领导人员要转变传统落后的思想观念,要树立全新的工作理念,只有充分了解信息化建设的重要性,才能促进电力营销工作顺利展开,当然也要建立统一坚强智能电网背景,更为重要的是要对当前市场进行分析,且确保营销服务理念的正确性与科学性,进而将电力营销信息化建设全面落实和贯彻下去,这对于电力行业发展非常重要,能够让其各方面管理水平得到提升^[3]。第二,电力营销人员也要树立“大市场、大服务”营销服务理念,要将自身应有的价值发挥出来,进而为电力行业信息化建设出谋划策,这不仅可以保障信息化建设质量得到提高,也能够促进电力企业朝着信息化方向发展,为其他经济活动建设也能够带来理论数据支持。

3.2 积极调整营销机制

通过上述介绍,我们可以了解到以往电力营销信息化建设中存在着很多问题,这对于电力行业发展是不利的,所以新时期下还需要积极调整营销机制,因为机制倘若缺失,会阻碍整个信息化建设进程。第一,工作人员应了解到信息化建设是现代行业发展的必然趋势,所以我们可以积极调整营销机制,进一步为信息化建设工作提供理论数据支持,当然,还需要站在坚强智能电网背景之下来调整营销机制。同时,我们也要加大科学信息技术的引进,可以说,科学技术是第一生产力,任何行业的发展都离不开先进技术的支持,进而通过引进专业技术手段,促进电力营销信息化建设工作顺利的展开^[4]。第二,相关领导人员还需要结合电网企业实际状况来创新营销机制,确保机制内容的科学性与合理性,这不仅可以增强市场营销信息化建设安全及时效性,又能够促进电网企业朝着现代化信息化方向蓬勃发展。

4 结束语

总而言之,电力企业要想推动电力营销信息化建设顺利展开,应站在坚强智能电网背景之下转变传统思想观念,并积极调整营销机制及充足内部软硬件设施,最重要的是要加大电力营销人才培养力度,这样才能够满足电网企业信息化建设需求,并从根本上解决以往信息化建设中存在的问题,以及满足人们对电力资源的实际需求。

参考文献

- [1]陈戈.智能电网背景下的电力营销信息化建设[J].通信电源技术,2020(01):243-244.
- [2]向胜.智能电网下的电力营销信息化建设分析[J].低碳世界,2019(03):103-104.
- [3]文涛.智能电网视域下的电力营销信息化建设[J].通讯世界,2018(10):221-222.