

数字化管理模式在供电企业电力营销业务中的价值探析

Analysis on the Value of Digital Management Mode in the Electric Power Marketing Business of Power Supply Enterprises

成先平¹ 张功华² 肖阳波²

Xianping Cheng¹ Gonghua Zhang² Yangbo Xiao²

1. 荆州三新供电服务有限公司石首分公司 中国·湖北 荆州 434400

2. 荆州三新供电服务有限公司潜江分公司 中国·湖北 潜江 433100

1. Jingzhou Sanxin Power Supply Service Co., Ltd. Shishou Branch, Jingzhou, Hubei, 434400, China

2. Jingzhou Sanxin Power Supply Service Co., Ltd. Qianjiang Branch, Qianjiang, Hubei, 433100, China

摘要: 在信息技术的支持下, 供电企业的电力营销模式也发生了较大的改变。数字化管理模式的应用, 对于提高供电企业的电力营销业务管理有着积极的促进作用。基于此, 论文就数字化管理模式在供电企业电力营销业务中的价值等问题进行探究。

Abstract: With the support of information technology, the power marketing mode of power supply enterprises has also changed greatly. The application of digital management mode plays a positive role in improving the power marketing business management of power supply enterprises. Based on this, this paper explores the value of digital management mode in power marketing business of power supply enterprises.

关键词: 供电企业; 电力营销业务; 数字化管理模式

Keywords: power supply enterprise; power marketing business; digital management mode

DOI: 10.12346/etr.v3i12.5105

1 引言

现在中国经济市场快速发展的背景下, 供电企业要想得到较好的发展, 发展电力营销业务是必然趋势。在新经济背景下, 如何对供电企业电力营销模式进行创新, 成为目前供电企业急需解决的问题。数字化的管理模式, 在较大程度上解决了相关的问题, 供电企业应对数字化管理模式进行积极探究。

2 数字化管理模式的相关论述

2.1 数字化管理模式的含义

数字化管理模式主要指企业利用计算机、通信网络等多种信息处理技术, 通过信息技术, 综合量化企业管理对象与企业管理者的行为, 以此方式来实现管理一体化的企业信息管理系统。在现代电力营销系统中, 数字化管理模式不仅可

以有效推动中国电力行业的健康发展, 同时还能够不断提升中国电力营销业务管理的制度科学化, 对于促进中国现代电力行业的健康持续、稳定的健康发展都有一定的意义。

2.2 数字化管理模式的特征

数字化管理模式是在当前信息技术基础上, 不断发展演化产生的, 将电力企业内部的营销业务管理以及电力企业供应链系统进行了有机融合, 然后通过新的网络信息通信技术以及新的计算机网络通信管理技术, 对当前电力企业营销的业务管理系统业务流程及时进行优化以及整合。由此可见, 数字化营销业务管理系统模式不仅可以将电力公司业务系统数据、企业内部财产以及电力企业客户资料及时进行有效管理以及转换, 从而仍然能够同时充分体现当前电力企业公司量化营销业务管理系统业务的可计算性。同时, 在电力

【作者简介】成先平(1977-), 男, 中国湖北石首人, 本科, 工程师, 从事电力营销研究。

企业发生故障或是运营问题时,能够对企业的发展进行科学化的分析,帮助企业度过难关^[1]。

3 数字化力管理在供电企业电力营销中的重要作用

数字化管理在中国供电企业电力营销管理有着一定的主导作用,数字化管理不仅是现代化社会实施电力规模化经营管理和技术性经营管理的重要组成部分,也是对于现代社会的基本认识电力设施管理建设的一个重要组成部分,在中国供电企业系统中的电力企业营销中充分采用电力数字化营销管理,不仅可以有效推动中国电力营销管理体制的改革,而且还能够有效提高中国供电企业在市场经济中的核心竞争力。目前,伴随着国家对进行电力营销体制管理改革的高度重视,电力在市场经济中的重要地位逐渐得到显现,电力营销管理体制中,市场经济逐步完全取代了传统计划经济。市场经济更加能够符合对于经济技术的要求,市场永远是定不定向的,并且是完全自由灵活的,这就导致计划经济已经慢慢不能满足现代人的基本需求和经济需求^[2]。

4 数字化管理模式在供电企业电力营销中的应用

4.1 服务系统创建

服务系统管理软件实质上就是专门用于进行电力业务市场营销的数字化软件系统,该应用系统的独立运行方式创建,不仅是将多个小型应用服务器进行有效相互连接。同时,服务系统创建还要充分利用现代电力个人应用服务管理系统的服务管理技术,通过以下几个方面完成构建:其一,为了有效保证整个服务系统的安全稳定联合独立运行。一般来说,服务系统的创建需要两台小型应用服务管理机同时运行,有效的相互连接,然后对电源个人应用数据信息存储系统服务器进行独立的操作,在创建一个通用的、独立的操作服务系统的实际过程中,同时需要对磁盘阵列系统中的所有数据系统信息,进行一个大的实时动态数据库的存储,以此方式来进一步提高服务管理系统独立运行服务的安全性以及系统共同运行数据管理效率。其二,服务器管理系统创建应该以不断提高电力个人应用数据存储服务系统性能效益,作为整个服务系统整体性能的保证,以实现电力营销服务系统价值的充分现象。

4.2 系统的体系结构

与目前传统服务化的电力系统结构设计模式相比,结构化的电力系统结构设计模式具有一定的独特性。在中国电力

系统业务市场营销中,采用数字化电力业务管理模式的系统结构由三大部分共同组合构成,分别被称为实际业务数据的存储、业务应用数据处理以及实际业务数据分析应用。其中,实际业务数据以及应用中的存储,主要表示对系统电力业务的外在实际数据应用进行实际业务数据处理,而内在实际数据以及应用存储中的应用数据,则是对系统外部电力业务的内在实际数据应用进行实际业务数据处理。无论是内部电力系统业务层的整体构建,还是外部电力系统业务层的整体构建,其系统设计最终目的都是能够使系统结构设计能够更好地满足电力客户实际数据应用中的需求。

4.3 workflow 技术

workflow 软件技术的广泛使用不仅可以有效加快企业工作处理速度、提高企业工作效率,同时还不仅可以对 workflow 软件进行系统创建与优化管理,促进企业计算机软件编程得更加简单化^[3]。

5 加强数字化管理在供电企业营销业务中运用的策略

5.1 完善数字化管理基础设施

供电经营企业应该为电力管理数字化快速发展完善相关的基础硬件设施,为管理工作过程开展顺利提供重要的管理基础设施保障。当前中国供电经营企业已经逐步开始加大在销售数字化和管理信息化快速发展管理方面的资金投入,在早期已经逐渐开始推进并逐步实现管理一体化快速发展管理模式,联动的管理工作组织模式为电力用户管理提供的便利,也为销售管理工作组织模式的不断创新提供提供的有利条件。因为,为了进一步加快实现我国电力市场营销的管理数字化快速发展,还应该进一步研究开发并设计引进销售联动管理项目的研发解决方案,对每一个工作环节都要做细致的监督检查。

5.2 提升企业销售管理人员数字化业务操作技能转化水平

在供电企业不断完善思想走向企业数字化、信息化销售,持续发展市场经营管理模式的实际应用情况下,现代化的专业市场经营管理培训队伍也应积极学习和引进相关的数字化管理模式,任何先进的管理意识以及管理理念,都需要专业的人才进行凸显和实现。因此,应该不断加强整个供电企业中,营销人员数字化管理意识以及管理水平的提高,提高相关的管理人员对于数字化的运用和管理能力,增强其实践性。例如,常见的电力管理公司开发财务管理软件系统和国网供电监控管理软件等,团队都应该保持良好学习状态

与时俱进,不断认真学习,才能真正能够保证在学员能讲、爱说、会讲、敢说、会做中能游刃有余地正确执行完成各项管理操作,确保各项管理工作的准确无误,为推动我国供电企业能够持续发展壮大创造更多的经济社会财富。总之,供电企业的内部财务监控数字化监督管理体系发展已经成为是未来的一个重要发展趋势。目前,经过电力企业管理实践的不断深入推广和广泛应用,用户已经完全可以通过一卡通或者支付宝、微信等,在手供电企业的手机平台中进行自主的购电,既方便了电力辖区内部居民,也大大程度加强了对电力企业内部人、财、物的有序、及时、强有力、高效率的财务监控数量化和监督管理,是推动中国国网电力业从传统专业化性能质量控制管理体系建设走向电力企业财务数字化、智能化的良好企业发展重要途径。

6 结语

综上所述,随着中国现代科学技术和网络技术的不断

进步以及发展,数字化现代电力营销技术已经开始得到了广泛的研究发展以及应用,尤其特别是在推进现代我国电力企业网络营销服务管理方面,数字化现代电力营销管理模式的广泛应用,不仅可以有效提高现代电力企业工作效率、确保现代电力企业工作者的服务质量,同时还能够有效推进当代乃至中国国家地区电力行业的新型化和现代化电力建设发展进程,对其日后的可持续、稳定的健康持续发展必将起到具有十分重要的推动促进作用。

参考文献

- [1] 郭小可,刘敏.数字化管理模式在供电企业电力营销业务中的价值探析[J].中国新技术新产品,2016(17):141-142.
- [2] 吕卉,李红梅.数字化管理在电力营销业务中的价值与实践[J].现代营销,2019(12):250.
- [3] 尤秉文,王爱芳,朱惠娣,等.电力营销数字化的关键技术分析[J].百科论坛电子杂志,2018(6):9.

(上接第 219 页)

5.2 夏季控制好可达到

拌料后温度约 62℃,从蒸煮器排出的 95℃液化醪进入一级闪蒸罐,闪蒸降温至 90℃后的液化醪进入后液化罐,经后液化罐排放的约 90℃液化成熟醪再进行五级闪蒸,逐级降温至 85.8℃、81.6℃、77.4℃、73.2℃、69℃后进入调酸稀释罐,利用六级闪蒸所释放的二次蒸汽的热量逐级预热粉浆,粉浆料温由 62℃逐级升至 66.2℃、70.4℃、74.6℃、78.8℃、83℃、88℃,然后用生蒸汽经喷射液化器加热至 95℃进入蒸煮器液化。

节能液化工序消耗:按酒份 14.5% 计算,粉浆从 62℃升至 88℃,全部采用 95℃的液化醪降温至 69℃自身的热量,不需要新鲜蒸汽,粉浆从 88℃升至 95℃,理论计算蒸汽消耗 0.09 吨/吨酒精,实际蒸汽消耗 < 0.15 吨/吨酒精;液化成熟醪从 95℃降至 69℃不需要消耗循环冷却水^[3]。

5.3 节约蒸汽统计

按照年产 15 万吨酒精生产线,蒸汽 89 元/吨成本计算:每年可节约成本 $(0.284 \times 75000) + (0.34 \times 75000) =$

468000 (元/年)。蒸汽统计见表 5。

表 5 蒸汽统计表

生产工艺	夏季蒸汽用量	冬季蒸汽用量
醪醪换热	0.40 吨/吨酒精	0.47 吨/吨酒精
多级闪蒸	0.116 吨/吨酒精	0.13 吨/吨酒精

6 结语

节能创新无止境,希望不久的将来,液化醪至发酵醪部分的 20℃温差也能得到回收,相信那也一定是一笔不可小觑的效益。

参考文献

- [1] 姚立勇.母液回收法盐硝联产新工艺[J].盐业与化工,2013(3):4.
- [2] 王静,杜剑侠.可持续发展理念下废旧纺织品回收再利用方法比较分析[J].纺织科技进展,2021(7):5.
- [3] 黄觉民.从设计原则认识母液回收法制盐[J].中国井矿盐,2001,32(4):3.