

<<电力营销管理手册>>

图书基本信息

书名：<<电力营销管理手册>>

13位ISBN编号：9787508378404

10位ISBN编号：7508378407

出版时间：2009-1

出版时间：中国电力出版社

作者：丁毓山 编

页数：615

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<电力营销管理手册>>

### 前言

我国社会主义市场经济实现了新的腾飞，全面建设小康社会进入崭新的阶段，党的十七大在《高举中国特色社会主义伟大旗帜，为夺取全面建设小康社会新胜利而奋斗》的报告中提出“科学发展、社会和谐是发展中国特色社会主义的基本要求”，“全面建设小康社会是党和国家到2020年的奋斗目标”。

因此，在落实科学发展观和构建社会主义和谐社会的背景下，供电企业发展得到了政府和社会越来越大的关注和支持。

中国已确定了2020年实现全面小康社会的宏伟目标，未来5~15年，中国社会经济将保持持续平稳增长，城市化进程进一步加快，城市电网随之迅速拓展。

随着经济社会发展和城市规模的扩大，中国城市的定位、经济结构等将逐渐发生巨大变化。

部分大中型城市，特别是一些千万人口以上的特大城市，高科技产业、金融、医疗卫生等行业将快速发展。

城市电网不仅负荷增长快，需求量大，而且对供电可靠性和供电质量都提出了更高的要求。

“十一五”计划期间，我国电力发展的取向是：提高能源效率，保护生态环境，加强电网建设，大力开发水电，优化发展煤电，推进核电建设，稳定发展天然气发电，加快新能源发电，深化电力体制改革。

为了满足全面建设小康社会对电力增长的需求，预计到2010年我国全社会用电量将达到30450亿kWh左右，发电装机总量将达到6.7亿kW左右。

2020年全社会用电量将达到46000亿kWh左右，需要的发电装机容量应该在10亿kW左右。

在现代化电网建设的过程中，科学技术现代化是关键。

只有科学技术与电力营销管理密切结合，才能将科学技术转化为生产力。

因此，应当把营销管理现代化和技术现代化放在同等重要的地位，使之互相促进，以加快电网现代化的进程。

为了促进电网建设的快速发展，在电力营销方面应具有一定的超前意识。

企业管理现代化是迎接世界新的技术革命挑战的需要，也是缩小同世界先进水平差距的需要。

在现代科技突飞猛进的形势下，国际竞争是相当激烈的，我们不仅要在科学技术上站在最前列，而且在营销管理上也要加快现代化的进程。

## <<电力营销管理手册>>

### 内容概要

本书是在第一版的基础上修订而成，书中内容紧密结合当前电力营销管理的实际情况，主要内容包括：电力营销管理的一般问题；电力市场营销；电力营销分析；电力营销技术支持系统；电力需求侧管理；用电营业管理；电力负荷控制；电能计量；低压供电系统；专业技术管理；变压器经济运行；电力网的无功补偿；营业管理的内部监督机制；用电检查；电力营销的法律知识。

本书可作为电力营销管理人员的必备工具书，也可供其他从事供用电工作的技术人员参考使用。

## 书籍目录

第二版前言第一版前言第一章 电力营销管理的一般问题第一节 电力营销管理的总体要求第二节 营销管理对电网发展的重要意义第三节 电力营业管理工作的作用第四节 电力营业管理工作的特点第五节 电力营业管理工作的内容第六节 电力营业管理工作的基本职责第七节 市场营销学的概念、研究对象与方法第八节 国外电力改革总述第二章 电力市场营销第一节 电力市场和电力市场的基本特点第二节 电力市场营销对企业的重要性第三节 电力市场面临的新挑战第四节 电力市场的基本要素和功能第五节 电力市场营销的促销方法第六节 实行需求侧管理(DSM)的鼓励政策第七节 技术经济指标第八节 电力市场环境、客户分析第九节 电力市场营销策略分析第十节 价格政策及电力企业的电价管理第十一节 开拓农电市场的策略第三章 电力营销分析第一节 统计与统计分析的任务和意义第二节 电力企业的资金分析第三节 贷款偿还和折旧的提取第四节 全部投资价值的回收第五节 产品税分析第六节 保证投资收益率的年销售收入分析第七节 怎样分析通货膨胀对投资过程的影响第八节 利润分析第九节 量本利分析中的连锁替代法第十节 影响营业收入增减的因素第十一节 趸售营业的数学模型及其在营业分析中的应用第四章 电力营销技术支持系统第一节 电力市场发展经营模式第二节 电力市场技术支持系统的内容第三节 电力营销管理信息系统第四节 客户交费支持系统第五节 电力企业客户服务中心系统第六节 电力企业配电、生产管理信息系统第七节 电力市场分析预测系统第八节 电力市场竞争支持系统第九节 决策分析系统第十节 自动抄表系统第五章 电力需求侧管理第一节 电力需求侧管理的含义与内容第二节 需求侧管理的资源、手段、目标第三节 我国需求侧管理工程的实施第四节 削峰填谷第五节 综合资源规划与电力平衡第六章 用电营业管理第一节 抄表流程第二节 报装流程及管理方法第三节 变更用电业务第四节 营销价格第五节 电价管理第六节 两部电价的收费原则第七节 功率因数调整电费的管理办法第八节 丰枯季节电价和峰谷分时电价第九节 电价实施范围第十节 电量和电费的计算第十一节 营业发行工作流程及管理方法第十二节 常用营业计算第七章 电力负荷控制第一节 负荷控制系统的有关术语第二节 电力负荷控制系统的规划第三节 负荷控制系统的主控站设备第四节 负荷控制系统的收、发信机第五节 负荷控制系统的终端第六节 设备安装第八章 电能计量第一节 电能表的结构和工作原理第二节 电能表的接线第三节 计量装置管理第四节 电能表客户第五节 模数转换电路的基本知识第六节 模数转换电路(A/D)第七节 运算放大器基础知识第八节 数字功率表和数字电能表第九节 电子式电能表的电路第十节 实现分时计量功能的数字电路第十一节 IC卡式电能表的工作原理第十二节 预付费电能表的应用前景第十三节 电子式电能表的选购第四节 更换电子式电能表的必要性第五节 国产电子式电能表常见故障第十六节 电子式电能表与机械电能表的性能分析第十七节 预付费电能表第十八节 单相电子式电能表的数据及接线第十九节 三相电子式电能表的数据及接线第九章 低压供电系统第一节 低压电网供电系统的三种形式第二节 农村低压电网存在的突出问题及其改造的技术原则第三节 低压电网改造造价的因素分析第四节 低压电网的布局和过电压分析第五节 低压电网的经济供电半径第六节 低压电网控制和保护电器的选择第七节 农网改造中若干技术经济问题的探讨第八节 小区电力电网规划第九节 小城镇供电规划设计第十节 农村供电规划第十一节 住宅的电气设计第十二节 住宅小区的配电网设计第十三节 住宅的电气设计分析第四节 住宅小区配电新方式第五节 剩余电流动作保护器的安全技术第十六节 剩余电流动作保护装置的参数试验与指标第十七节 剩余电流动作保护器的正确应用第十八节 智能型箱式变电站第十章 专业技术管理第一节 电压管理第二节 线损管理的意义和内容第三节 负荷调整和网络经济运行第四节 负荷不对称对低压网损的影响第五节 计算输电网线损的均方根电流法第六节 公共线路线损电量的分摊计算第七节 低压配电网线损理论计算第八节 各种电压等级线损推荐计算公式第九节 配电系统的设置定义和状态的划分第十节 配电网可靠性指标第十一节 配电系统可靠性评估第十一章 变压器经济运行第一节 配电变压器经济运行分析第二节 母子变经济运行方式分析第三节 容量成等比数列的变压器经济运行分析第四节 双绕组不等容量变压器并列经济运行分析第五节 三绕组变压器并列经济运行分析第六节 变压器分列运行分析第七节 变压器躲峰调载下的经济运行第八节 躲峰和填谷经济运行分析第十二章 电力网的无功补偿第一节 无功补偿的一般问题第二节 从提高功率因数的观点确定补偿容量第三节 各种电压等级的变电站无功补偿的配置原则第四节 最佳无功补偿容量和安装位置的确定法第五节 电容器的控制与保护第六节 微型计算机与集成电路控制的补偿装置第七节 电容器的过电流、过电压与横差保护第十三章 营业管理内部监督机制第

<<电力营销管理手册>>

十四章 用电检查 第十五章 电力营销的法律知识 附录1 居民供电协议 附录2 高压供用电合同 附录3 低压供用电合同（50kW以上客户） 附录4 低压供用电合同（50kWE及以下一般用户） 附录5 临时供用电合同 附录6 趸购电合同 附录7 委托转供电协议

## 章节摘录

第一章 电力营销管理的一般问题 第一节 电力营销管理的总体要求 一、推进厂网分开，引入竞争机制，建立规范有序的电力市场 我国从20世纪80年代开始，实行集资办电、多渠道筹资办电等政策，促进了电力工业的发展，形成了多家办电的格局。

当前，电力供应紧张的局面总体上已经改变，电力供需已基本平衡。

为促进电力企业提高效率和服务质量，降低电价，形成统一、开放、竞争、有序的电力市场，应积极推进电厂、电网分开改革，打破垄断，实现电网调度的公平、公正、公开和电厂之间的平等竞争。

随着经济全球化进程的不断深入，形成了持续发展的国际潮流，特别是各大跨国公司开始把社会责任上升为公司战略，视其为公司核心业务运作的重要组成部分。

特别是我国加入WTO以后，未来的竞争是跨国公司继价格竞争、质量竞争之后，新一轮的国际竞争。

新一轮国际竞争包括价格竞争、质量竞争、品牌竞争、人才竞争、服务竞争等。

特别是在当前，我国社会主义市场经济体系不断完善，全面建设小康社会进入新的阶段，党的十七大在《高举中国特色社会主义伟大旗帜，为夺取全面建设小康社会新胜利而奋斗》的报告中提出“科学发展、社会和谐是发展中国特色社会主义的基本要求”，“全面建设小康社会是党和国家到2020年的奋斗目标”。

因此，在落实科学发展观和构建社会主义和谐社会的背景下，企业社会责任得到了政府和社会越来越大的关注。

为此，曾选择上海、浙江、山东、辽宁、吉林和黑龙江六省（直辖市）进行厂网分开、竞价上网的试点。

国家经贸委将会同有关部门和单位制定发电市场运行和监督的规则，并加强对试点工作的指导、协调和监督。

二、加快实施全国电网联网，实现资源优化配置 我国电力资源分布不平衡，实现全国范围内的资源优化配置是我国电力工业发展的必然选择，因此，必须加快实施全国电网联网。

三、依法经营、规范化管理 电力企业包括发电企业、电网管理企业以及供电企业。

其中，电网管理企业和供电企业是电能的销售企业。

20世纪90年代以来，我国电力企业也面临着电能销售量负增长和增长相当缓慢的问题，以及与其他能源进行竞争的局面。

过去电力企业偏重于安全生产管理与技术管理，很多人还认为电力企业是垄断行业，电能是“皇帝女儿不愁嫁”，不会遇到市场问题。

实践已证明，影响电力市场的因素很多，如何拓展电力市场首先要研究电力市场的特性、规律，客户对电力产品的需求，以及如何满足客户的需求、赢得客户、拓展市场。

所以市场营销对电力企业而言也是十分重要的课题。

## <<电力营销管理手册>>

### 编辑推荐

《电力营销管理手册（第2版）》可作为电力营销管理人员的必备工具书，也可供其他从事供用电工作的技术人员参考使用。

<<电力营销管理手册>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>