编按：为进一步深入学习贯彻国家电网公司2017年“两会”精神，切实把思想和行动统一到公司的决策部署上来，主动适应改革发展新形势，在更高起点推进“两个转变”，为全面建成“一强三优”现代公司多做贡献，本刊邀请部分单位有关负责人发表见解。

“双智”推动营销管理提质增效

文 / 国网上海市电力公司副总经理 刘运龙

国家电网公司2017年“两会”工作报告提出，要大力推动“四个发展”，纵深推进“六化”，打造“四个卓越”现代企业集团。要求营销工作要提升服务水平和市场竞争力，建立以客户为中心的服务机制，提高快速响应客户需求的能力，优化完善市县营销体系，开拓市场降本增效。这些要求为我们做好今年营销工作指明了方向。

持续提升供电服务水平

2016年，国网上海市电力公司坚决贯彻落实国家电网公司营销工作部署，大力深化增供扩销，持续提升供电服务水平，高水平完成年度重点任务。

市场开拓成效显著，全年售电量同比增长6.59%，增速高于全社会用电量0.86个百分点，电能替代电量同比增长49%；业扩报装平均接电时间同比下降47%；率先建成城市5公里充电服务网络，充换电量首次突破1亿千瓦时；全面对接全市98个产业园区。

计量管理创新突破，推动出台上海市地方规程，实现了电能表由周期轮换向状态更换的新突破，延续一个周期每年可节约资金2亿多元，获国家质检总局通报表扬；“多表合一”信息采集建设取得突破性进展，推动建立政府联席会议推进机制，明确2020年全市基本覆盖的整体目标，2017年30万户建设任务首次列入市政府十项实事工程之一；推动政府共同出资实施惠及全市300万户居民的老旧小区电能表箱及表前供电设施改造工程，改造后小区售电量同比增长25%。

电费回收创最好水平，电费余额同比下降69%；推广“互联网+”便民缴费渠道，线上客户比例达77%；创新依法催缴电费模式，破产企业和动拆迁用户电费100%回收。

供电服务优质高效，全面推进“互联网+营销服务”，试点打造“前台推送，后台管控”营业管理模式；深化末端业务融合，全面实行抢修一体化服务，有效解决营配“两条线、两张皮”的问题；成功推动出台《上海市供用电条例》，推动《居民供用电格式合同》通过市法制办审查和市工商局备案。

坚持市场和客户导向

当前，中国经济进入新常态，特别是随着电力体制改革不断深化，市场化的竞争趋势更加凸显。电力企业生存和发展的基础是为广大电力客户不断提升供电服务质量和效率。因此，新形势下，如何更好地做好供电服务工作是供电企业管理

位于上海延安西路美丽华商务区内的城市公共快充站。

者需要面对的重要课题。

2017 年，国网上海电力将认真贯彻落实公司“两会”精神，以“双智驱动”（智慧电网、智慧企业）战略为引领，坚持市场和客户导向，以安全质量效率效益为中心，持续优化“大营销”体系；改革创新，强基固本，增供扩销，奋力推动营销工作提质增效。

完善以市场为导向、客户为中心的服务机制。增强改革意识、市场意识和服务意识，进一步优化机构职责、制度标准和业务流程，以“互联网 + 营销服务”等举措推进业扩提速、服务提质，进一步巩固存量、抢占增量。落实国家电网公司全面深化改革部署。主动对接重点企业、重要用户、各类园区，统筹考虑电网规划布点和园区配网投资，确保客户不流失。加强 95598、12345 热线诉求处理全过程管控，把“电网不停电、服务无投诉”作为最高工作追求。完成老旧小区电能表箱和表前供电设施三年改造目标，建成中心城区 2 公里充电服务网络，打造集租售、展示、体验、充电、缴费于一体的综合服务平台。

创新实施客户智慧服务工程。深化“互联网 + 营销服务”，全面推行“前台推送，后台管控”的营业管理模式。加快推进移动作业应用、高低压业务流程精简、线上线下流程融合，打造前端触角敏锐、后端高度协同的“O2O”营销服务模式。推进实体营业厅向业务自助办理、家用电器现场体验、用电节能知识宣传推广等综合服务模式转型。开展智能用电灵活接入互动服务研究，拓展智能用电业务领域。深化重要用户信息管理平台应用，推行巡检移动作业，提升重要用户安全用电管理水平。构建“电 e 宝”、微信等自有渠道电子票据推送体系和基于电力积分的增值服务体系，推行电子账单、电子发票和电费积分服务。建设公共事业“多费合收”交费平台，制定实施“多表合一”全市推广方案，年内完成 30 万户，建立完善信息共享、利益互惠、合作共赢的商业运营模式。

大力夯实营销基础工作。制定电能表状态更换地方规程实施细则，批次划分在用电能表，开展中期抽样检测和状态评价，全面实行状态更换。高标准建成计量中心，高水平推进电能计量实验室建设，提升抽样检测、状态评价、试验监测能力，确保地方电能计量新规程平稳实施。深化台区治理和营配调贯通应用，专项清理在运台区数量、台变关系和户表关系，保持营、配系统之间基础台账数据、关联关系准确一致。联动 PMS2.0，加快 95598 报修定位、故障研判指挥、停电计划管理等业务协同应用。充分发挥两级稽查体系，对核心业务、关键指标进行在线监控。健全“量价费损”指标库，推进稽查监控关口前移。严格落实网络信息安全要求，强化营销员工信息安全意识，常态化开展营销信息系统检测预警、安全分析、性能评价工作，严防客户信息泄露风险。打造一专多能营销优秀团队，强化营销从业人员的市场意识、竞争意识和服务意识，打造复合型营销人才队伍，实现营销队伍和营销事业共进步、齐发展。