

电力营销稽查管理中存在的问题及处理措施探究

马天龙

国网哈密供电公司, 新疆 哈密 839000

[摘要] 电力营销稽查属于电力企业规范经营行为、防范经营风险的主要管理方式之一。在市场化改革和数字化转型的双重推动之下, 传统的稽查模式存在着制度设计欠缺、科技应用滞后、合作机制不通畅等状况。依靠差错防控系统推动“线上系统+线下现场”深度融合模式, 不断防控业务合规风险, 已经成为行业的共识。本文对营销稽查管理中出现的主要问题及表现进行系统的梳理, 从完善制度规范、加强数字技术应用、加强队伍建设、健全闭环管理四个方面提出相应的对策建议, 为电力企业稽查管理效能的提高提供一定的借鉴。

[关键词] 电力营销稽查; 数字化转型; 风险防控

DOI: 10.64635/ja.2026.1507

中图分类号: F426.61

文献标识码: A

Exploration of Problems and Treatment Measures in Power Marketing Inspection Management

Ma Tianlong

State Grid Hami Power Supply Company, Hami, Xinjiang 839000, China

Abstract: Power marketing inspection is one of the main management methods used by electric power enterprises to standardize business operations and prevent operational risks. Driven by both market-oriented reform and digital transformation, traditional inspection models still face problems such as insufficient institutional design, lagging technological application, and unsmooth cooperation mechanisms. Promoting the deep integration of “online systems + offline sites” through error prevention and control systems and continuously preventing business compliance risks have become an industry consensus. This paper systematically reviews the main problems and manifestations in power marketing inspection management, and proposes corresponding countermeasures from four aspects: improving institutional norms, strengthening the application of digital technology, enhancing team building, and improving closed-loop management. The study provides reference for improving the effectiveness of inspection management in electric power enterprises.

Keywords: power marketing inspection; digital transformation; risk prevention and control

引言

伴随着电力市场化改革的不断深入, 电力营销业务服务场景越来越复杂, 经营风险的触点也越来越多。营销稽查是规范营销行为、堵住管理漏洞、保障企业合法权益的有力手段, 营销稽查管理效能的好坏直接影响到电力企业的合规经营和持续发展。数字化转型给营销稽查工作带来深刻的变革, 人工智能、大数据分析等技术的加入, 让稽查模式由原来的靠人工抽查变为对全部数据实施智能筛查。目前, 随着营销业务环境的日趋复杂, 传统的稽查方式已经不能满足需要, 创建一套包含全过程、全环节、全要素的营销稽查体系, 已经成为行业一致的看法。实践中营销稽查管理也存在着很多需要改进之处, 进而导致稽查工作精准性、高效性、规范性不能得到提升。立足实际, 对问题成因进行系统分析并提出可行的解决办法, 有重大的现实意义。

1 电力营销稽查管理的作用及基本要求

电力营销稽查就是电力企业对自身营销业务开展的自我监督和质量控制活动, 包括用电检查、抄表核算、电能计量、电费回收、业扩报装等主要业务环节。其主要作用有三个, 即合规保障, 保证电价政策的正确执行、业务流程的正常运转, 防止违规操作的风险; 效益维护, 堵截量、价、费、损等各个环节的差错和漏洞, 减少企业经济上的损失; 服务促进, 对服务质量以及客户诉求响应情况进行监督, 促使供电服务能力不断改善。从管理要求上来说, 电力营销稽查工作要遵循“全过程、全环节、全要素”的覆盖原则, 创建起事前预防、事中控制、事后纠偏相融合的风险防控体系, 达成从问题发觉到整改证实的全部闭环管理。在创建起“指标集中掌控, 异常提前发出警报, 问题闭环处理”这样一种现代化的稽查管理方式时, 必须依靠营销系统, 用电信息采集系统等众多的信息

平台,对大量的数据展开全面的分析并加以智能判断。

2 电力营销稽查管理中存在的主要问题

2.1 稽查管理制度体系不够完善

目前部分电力企业营销稽查管理制度体系不健全,主要表现在制度层次不清、职责分工不明、业务流程标准不一等方面。制度是稽查管理体系的基础性支撑,在制度不健全或者有缺陷的情况下,稽查工作就缺乏权威性、规范性。业扩报装、合同管理、临时用电等环节的稽查标准不具体,造成基层执行尺度不一,常见的问题反复发生而缺少制度层面的根治措施^[1]。另外,考核评价体系对于稽查成果的转化运用重视不够,稽查发现的问题不能够倒逼管理制度的修订完善,存在查而不改、改而不治的现象。以某省电力公司为研究对象,通过对该公司 2023-2025 年营销稽查工作进行分析,发现该公司用电检查、抄表核算、电能计量等主要环节的稽查工作还存在着一些亟待解决的问题。

2.2 稽查方式与技术手段相对滞后

就稽查方式而言,传统模式过分依靠人工经验以及现场核查,对于海量的营销业务数据,全量普查的效率很低,缺少了即时感知和预警的功能。同时,面对复杂业务场景和多维度风险因素,传统稽查方式在异常识别、风险研判和问题处置等方面的能力仍显不足。部分基层单位仍然采用事后抽查的方式进行营销业务风险的防控,不能达到主动防控的效果。就技术应用而言,跨系统数据获取困难、数据壁垒尚未完全打通等问题仍然存在,稽查人员要花费大量的精力去进行数据的复制、逐条比对等重复性的劳动,从而造成风险识别的滞后性。营销稽查工作一直以来都存在着跨系统数据获取困难、人工筛查效率低下、风险识别滞后等诸多难题,基层员工所花费的大量时间都被用来执行数据的复制、逐条比对等重复性任务。以电价异常排查为例,稽查人员需要从营销系统导出用户档案信息、从采集系统导出负荷曲线数据、从计费系统导出电费结算明细,经过多表手工关联比对才能找到异常用户,单次排查耗时一般都在 3 个工作日以上,并且由于人工比对的误差,漏判率和误判率较高。另外,目前的稽查系统规则库更新是靠历史问题被动归纳,对于新的隐蔽型组合异常没有主动识别的能力,不能达到超前预警的目的。虽然部分地方已经开始探索人工智能等新技术的应用,但是智能稽查体系的全面推广和深度应用还处在推进之中。

3 电力营销稽查管理问题的具体表现及原因

3.1 稽查覆盖范围与业务协同存在不足

稽查覆盖面越大,风险防控的效果就越好。实践中有些稽查工作只重视电费电价、计量采集等传统重点领域,而忽视新兴业务(分布式电源、充电桩等)、营销服务前端(营业厅服务规范、业扩报装时效等)的监管覆盖面不足,存在监管盲区。因此,稽查工作大多是由稽查部门单独执行的,和营销各个专业之间缺乏有效的协同配合机制,“稽查+专业”联动效应不能得到充分发挥。打破稽查单兵作战模式,对异常数据进行稽查分析,实现专业协同的数据治理、规范业务流程、加强业务规范管理,为营销全业务基础管理水平的提升提供保障。专业部门对于稽查工作参与度低,使得稽查所发现的异常问题不能从业务源头上进行系统的整治,也使稽查结果不能转化为专业管理改进的具体措施。

3.2 营销数据分析与风险识别能力不足

随着营销业务数据量呈指数级增长,传统的、依靠人工进行分析的模式已经不能满足对全部风险进行筛查的需求了。依靠人工智能平台,创建“三全”稽查电价异常精准识别应用,创建异常识别模型,提炼出月电量、日电量等 262 个关键特征,对海量业务数据进行特征提取和分析,形成规模化样本数据,并通过多轮模型训练与优化,不断提升异常识别的准确性,最终实现从“传统人工稽查”向“线上智能全量普查+线下人工靶向治理”的转变。目前大部分基层单位还不能有如此大的数据分析能力。从原因上来说,数据治理基础薄弱、分析工具缺乏、算法模型欠缺是主要的制约因素,使大量的营销数据所蕴含的风险信息不能被有效的挖掘和利用。

3.3 稽查人员专业能力与责任意识有待提升

营销稽查工作对从业人员的从业要求较高,需要具备掌握营销全过程、政策法规、数据分析、现场核查的能力。构建“专家领衔、业务领先、效能领跑”的稽查工作新态势,必须冲破专业壁垒,达成营销全专业人员的全面覆盖^[2]。但是目前稽查队伍结构不合理,高素质复合型人才缺乏,部分稽查人员对新技术、新业务掌握不深,不能适应数字化稽查工作要求。部分人员对稽查工作缺乏严肃性、重要性的认识,存在走过场、老好人思想,降低稽查工作权威性、有效性。

3.4 稽查问题整改及闭环管理机制不够健全

问题整改是稽查成果转化的重要环节,但是实践

中重查轻改、屡查屡犯的现象比较普遍。对于共性问题、制度缺失问题等，各个专业共同商讨，以一例为鉴、类案同治，逐月溯源整改，防范风险再度出现，做到查处一户、整改一户、规范一类，这就是闭环管理的要求。目前部分单位整改责任落实不到位，整改时限约束力不足，缺少有效的整改质量检验机制，问题整改只停留在个案整改上，没有实现制度治理。整改派单环节，对于牵涉到营业、电费、计量等各个专业的复合型问题，没有明确的牵头专业以及协同配合的机制，各部门的责任界限不清，常常把回函说明当作实质性的整改，问题根源不能被彻底清除。缺少动态预警和临期提醒功能，在供电所对整改完成的项目进行提交时，提交的只是模糊的整改报告，不能如实反映问题的严重程度，使得整改效果不明显。

4 电力营销稽查管理问题的处理措施

4.1 完善营销稽查制度与规范管理体系

就制度体系不健全问题而言，应该从顶层设计出发，创建分层分类的稽查制度体系。一是明确各级稽查机构的职责权限及工作界面，建立稽查工作清单、责任清单制度，保证权责对等、分工清楚^[3]。二是对各个业务环节的稽查标准、操作规程做出进一步细化，重点针对新兴业务领域以及风险高发环节，制定专门的稽查指引以消除监管空白。三是把稽查结果纳入绩效考核体系，建立稽查发现问题和管理制度修订的联动机制，用“发现一个问题、修订一项制度、规范一类业务”的方式来达到制度体系的动态优化。四是创建异常事件预警机制，按日对营销全业务质量管控平台预警异常数据进行分析，将属实异常信息推送至责任单位督促整改闭环，保证问题及时推送、限时整改、闭环销号。

4.2 强化数字技术应用与智能稽查能力

数字化转型是提升稽查效能的必然选择。加快智能稽查体系的建设步伐，依靠数据中台以及数据空间平台资源，打通营销系统、新一代采集系统等各种数据壁垒，创建起自动化筛查模型，从而达成对异常数据的自动识别。在具体的路径上要开展以下工作，一是创建涵盖全部业务场景的稽查规则库和算法模型库，就电价执行、违约用电、基本电费计收这些高频风险场景展开交叉核验用户注册信息和实际用电曲线，创建多维度数据比对模型，从而达成风险线索的精准定位，二是创建起“线上智能筛查+线下靶向核查”的双轨作业模式，把稽查人员从繁杂的数据比对当中解放出来，把工作重心转移到异常现场核查和风

险源头治理上，三是促使稽查平台同营销业务系统深度整合，达成异常数据自动抓取、智能研判以及工单自动派发的效果，缩减风险回应时间。表 1 从各个方面对传统稽查和智能稽查模式的差别进行了展示。

表 1 传统稽查模式与智能稽查模式对比

比较维度	传统稽查模式	智能稽查模式
数据覆盖	抽样检查，覆盖面有限	全量数据自动筛查
异常发现	依赖人工经验事后发现	系统实时预警主动识别
工作重心	数据整理与手工比对	现场核查与源头治理
响应时效	周期长，滞后明显	即时响应，动态监控

4.3 加强稽查队伍建设与业务协同管理

围绕稽查人员专业能力的提高以及跨专业协同机制的建立，应该采取多种方式来推进。一是建立营销数智化稽查中心，实现县级稽查班组营销全专业人员全覆盖，打破专业壁垒，构建稽查牵头、各专业负责的协同工作机制。二是建立常态化的培训机制，对新政策、新业务、新技术等开展专项培训，提高稽查人员数据分析能力以及智能工具使用水平。三是对频繁触发业务系统规则的人员进行培训、约谈，从源头上防止风险事件的发生，把事后纠偏和事前预防结合起来。第四，推行稽查和专业部门的联席会议制度，对稽查情况进行通报，研究整改措施，使专业部门由被动接受稽查为主动参与治理。

4.4 建立问题整改与监督评价闭环机制

闭环管理才是稽查工作价值得到体现的最后一道防线。要创建起“发现问题、分析溯源、整改落实、效果验证、制度固化”这条完整的闭环链条。从运行层面来讲，不断推进“日管控、周通报、月例会”的工作机制，以稽查为牵头单位确定任务清单及完成时间，并且推动异常整改的闭环管理。在整改质量控制上实行问题下发、整改回复、成效核查的闭环管理机制，保证每一个疑点被追踪到，每一个问题得到整改，彻底消除管理盲点。在成果转化上，组织每月召开稽查月度例会，协同营销各专业管理人员从异常归属专业、责任供电所等角度出发，对稽查异常产生的原因进行深入剖析，找到专业管理的薄弱环节和突出问题，推动规范管理，保证稽查成果的有效转化。在考核约束上把稽查问题整改率、重复问题发生率纳入绩效考核体系，按照预警当日闭环、异常当月 25 日前完成

整改闭环的要求，规范回单时限并纳入供电所月度绩效考核评价。

5 结语

电力营销稽查属于电力企业合规经营的防火墙，也是防范经营风险的屏障。在市场化改革不断深入、数字化转型不断加快的双重冲击之下，传统的稽查模式已经不能满足新时代的要求。稽查效能提高不单是技术工具的更替，更是管理观念由被动纠偏为主动防范的彻底改变，也是组织架构由各自为政向共同治理的全面重塑。只有从制度体系创建、技术手段更新、队伍能力加强、闭环管理完善这四个方面齐头并进，把稽查工作由“人工抽查”变为“智能全量”、由“事后纠偏”变成“事前预防”、由“单兵作战”变成“协同共治”，持续加深“线上智能筛查+线下靶向核查”

的作业方式，把稽查成果变成业务流程改良和制度标准改善的源头动力，才能真正发挥营销稽查的风险防控和价值创造功能，给电力企业高质量发展赋予有力支撑。

〔参考文献〕

- [1] 万征,王曦,张鹏.营销稽查异常分析与对策[J].农村电工,2024,32(4):11-12.
 - [2] 肖莹.电力营销稽查与电力营销风险管理对策[J].电力设备管理,2025(24):283-285.
 - [3] 盛迪,赵泽麟.营销稽查监控技术在电力营销业务中的实践[J].上海商业,2025(3):129-131.
- 作者简介:马天龙(1985.09—)男,回族,甘肃省天水市人,大学本科,职称:工程师,研究方向:电力营销稽查,用电检查。