

# 乡村振兴背景下农村地区网上国网推广策略优化

李荣荣

国网冀北电力有限公司张家口供电公司 河北张家口 075000

**摘要:** 在乡村振兴战略全面推进的背景下,农村地区电网数字化服务需求快速增长。本文以“网上国网”平台在农村地区的推广为研究对象,结合乡村振兴政策导向与农村用户特征,提出策略优化路径。通过强化政企协同机制、构建差异化推广模式、完善线下服务网络、推动数字化素养培育等具体措施,提升农村用户对“网上国网”的接受度与使用率,助力农村电力服务数字化转型与乡村振兴同频共振。

**关键词:** 乡村振兴; 网上国网; 农村电力服务; 数字化推广; 策略优化

乡村振兴战略实施加快推进农村基础设施数字化升级,而电力服务是农村生产和生活的主要保障,对数字化转型的要求尤为紧迫。“网上国网”是国家电网公司上线的线上服务平台之一,如何根据乡村实际情况优化推广策略以提高平台对乡村的覆盖率和服务效能就成了一个急需解决的课题。文章通过问题分析和策略设计,意在为“网上国网”精准推广农村提供理论参考和实践路径。

## 一、乡村振兴背景下农村电力服务数字化转型的需求分析

在当前乡村振兴战略全面铺开的大背景下,农村电力服务数字化转型成为适应农业农村现代化趋势的不二选择,对的要求也表现为多维度。在行业发展层面,伴随着农村一二三产业融合发展步伐的加快,特色种植养殖,农产品深加工和乡村旅游对电力供应稳定性,可靠性和智能化水平有了更高的要求<sup>[1]</sup>。传统的人工巡检和被动响应式电力服务模式难以适应新兴产业电力负荷实时监控,能耗优化分析和故障快速恢复等要求。数字化转型可以通过智能电表和物联网传感器对电网运行状态进行实时认知,并运用大数据分析对用电高峰和低谷进行预测,对电力资源进行优化调配,从而为农村产业的发展提供稳固的电力保障,就民生服务而言,农村居民生活品质提高推动用电需求朝着多元化和便捷化的方向迈进。新能源汽车,智能家居等装备在广大农村的推广,“煤改电”项目的实施,让居民对于电费缴纳,用电查询,故障报修的时效性与便捷性充满期待。传统线下营

业厅受到地理区位,营业时间等因素的制约,很难适应农村用户分散化,个性化服务的要求。数字化转型借助线上服务平台可以实现7×24小时全天候服务并支持远程缴费,线上报装和实时用电数据查询,使农村居民不出家门,就能享受到高效,方便的电力服务。

## 二、当前“网上国网”在农村推广的主要问题

尽管“网上国网”平台在提升电力服务效率方面具有显著优势,但其在农村地区的推广仍面临诸多现实困境,第一个问题是农村用户数字素养的缺失和使用习惯的不同。农村人口结构以老年人居多,一些人群对于智能手机的操作不够娴熟,很难把握线上平台的复杂功能流程;一些农户由于受到传统缴费习惯的影响,偏好到营业厅缴费或者以现金的方式进行缴费,对于线上服务有信任顾虑。另外农村青壮年劳动力的大量流出以及留守群体对数字化操作的引导不足等因素也造成了该平台的使用更加困难。

第二,薄弱的网络基础设施,制约着“网上国网”向农村推广的成效。在偏远山区及经济欠发达乡村,4G网络覆盖率较低,信号不够稳定,带宽不够大,造成平台页面载入慢,功能响应慢,甚至发生缴费失败和报修信息遗失的问题,极大地影响了用户体验。同时,农村地区电力信息化终端设备(如智能电表)更新换代滞后,部分老旧设备无法与线上平台实现数据实时交互,削弱了平台功能的完整性与实用性,推广方式针对性不强,也成为平台推广的障碍。目前农村“网上国网”宣传大多是通过张贴海报,发传单等传统宣传手段进行宣传,其形式简单,内容隐晦,很难引起广大农村用户的注意。一些推广活动没有与农村的生产生活特点相结合,没有

**作者简介:** 李荣荣(1989.03——),女,汉族,河北张家口人,硕士学历,工程师。

根据农忙时节和用电高峰时的情景制定差异化的推广方案,致使宣传效果大大降低。另外,电力企业和地方政府及基层组织之间协同力度不够,没有充分依托乡镇政务服务和农村合作社来扩大宣传覆盖面,制约了该平台知晓度和使用率。最后是农村电力服务人员专业能力不强,对“网上国网”这一平台的使用缺少系统的培训,不能及时对农村用户进行有效地技术指导和问题解答,这进一步增加了用户对这一平台的应用难度。

### 三、乡村振兴背景下农村地区网上国网推广策略的优化方法

#### (一) 加强政企协同

在乡村振兴的大背景之下,农村地区推广“网上国网”需要突破各个部门之间的隔阂,并通过政府与企业的深度合作来构建一个协同推进的机制。政府方面,要在乡村数字化建设和数字乡村示范工程的专项规划中增加“网上国网”的宣传内容,并出台相应的政策文件对乡镇政府进行界定、农业农村部门与电力管理机构职责分工要把平台覆盖率和用户活跃度纳入乡村振兴考核体系中,为基层推进注入动力。同时采取财政补贴和税收优惠的方式支持电力企业开展农村地区智能电网建设和通信基础设施升级改造,以降低用户的使用门槛;与电力企业共同制定“以奖代补”,为主动利用该平台的农户和合作社提供电费折扣和用电补贴等服务,提升推广吸引力,电力企业需要积极与政府部门进行衔接,构建常态化的沟通机制<sup>[2]</sup>。配合农业农村局做好春耕灌溉和秋收烘干用电高峰时段政府信息发布渠道,有针对性地推送“网上国网”电费优惠政策和负荷预警服务;与乡村振兴局共同启动“电力助农”工程,把平台推广纳入农村产业帮扶工程,解决特色农业和农产品加工企业定制用电问题。另外,政府和企业还可以共建数据共享平台将农村产业用电数据,居民生活用电数据和政府经济发展数据融合在一起,利用用电大数据分析乡村产业的发展态势,我们为政府在电网升级和产业布局的规划中提供了关键的决策支持,确保了“数据赋能加服务推广等”的双向推进。

#### (二) 场景化推广

场景化推广是指通过与农村用户的生产和生活需求准确对接,在真实的应用场景中植入“网上国网”的功能,增强用户的使用意向。在农业生产场景下,根据农民灌溉和养殖温控的季节性用电要求,以农时节点为载体进行主题推广<sup>[3]</sup>。比如,灌溉季到来之前,利用村委

会广播和微信群推送等平台上“灌溉用电套餐”处理指南指导农民网上申请优惠电价;秋收季通过该平台对烘干机用电负荷进行预警,有利于农民合理分配用电时间和避免过载造成的断电。同时面向农村合作社和家庭农场的经营主体开展“企业用电管家等”业务,以平台的形式提供能耗分析和成本优化报告等信息,以吸引他们作为长期使用人群,在民生服务场景上,围绕农村居民交费,报修高频需求设计贴近百姓生活的宣传方案。结合乡村红白喜事和节日庆典集中用电情景,举办“电力服务下乡等”,并对平台快速交费和故障报修等功能进行了现场展示;对留守老人和儿童这一特殊群体与乡镇志愿者共同进行“一对一”上门授课,使平台操作流程化繁为简,形成图文手册和短视频教程的形式,减少使用困难。另外,在农村电商和直播带货的新兴场景的推动下,联合本地网红进行“电力知识直播等”,以有趣的互动讲解平台的功能,提高年轻用户群体参与程度,使宣传由“被动告知”变为“主动体验”。

#### (三) 服务网络下沉

服务网络下沉是以建立覆盖农村基层电力服务体系为目标,破解用户用台“最终的距离是一公里”难题,优化线下服务站点配置,在乡镇便民服务中心,村委会,农村超市等人流集中的地方建立“电力服务代办点等”,有专兼职服务人员负责平台的注册指导,业务代办和故障报修登记。比如在偏远村庄超市建立了“电力服务的一角”,村民可以随时提出用电建议,超市人员帮助完成线上业务处理,做到“小事不出村子”。与此同时,大力推广“电力服务网格员等”,把农村分成多个网格,网格员经常到农户家中走访,采集用电需求并帮助解决该平台的使用问题,之后加强移动服务能力建设,成立了“电力服务流动车等”队伍,到自然村和田间地头巡回服务。流动车上安装便携式智能终端可以当场完成电表过户和用电报装,同时还可以进行平台操作培训;为行动不方便用户提供智能电表上门安装和线上缴费功能调试。另外,以农村邮政和快递网点资源为基础,设立了“电力服务驿站等”,把电费缴纳和发票领取纳入驿站服务,使电力服务融入农村物流网络,通过拓展线下服务网络,提升农村用户对于“网上国网”平台的信任度和依赖性。最终促进线上与线下业务的深度融合,以“网上国网”为平台构建乡村电力业务云社区。通过小区下发停电通知和安全用电知识,并建立在线客服进行实时答疑;同时借助平台的数据统计功能,对农村用户的高

频服务需求进行分析,实现了线下服务站点的资源反向优化配置。此外,我们鼓励基层的电力服务工作人员利用短视频、直播等多种方式,定时在线上解答疑问和展示平台的功能,从而构建一个“线上咨询—线下回复”的完整服务流程,使农村用户真正体验到了数字化服务带来的便利,为“网上国网”向农村推广进一步筑牢了服务根基。

#### (四) 用户教育赋能

用户教育赋能以分层分类培训方式提高农村用户数字素养和平台使用能力,对于老年人群和留守人员这些数字上的弱势群体,可以采纳“线下加通俗化”的教育策略,组织电力服务人员和大学生志愿者参与“电力课堂走进农村”活动,通过方言讲解和情景模拟等多种方式,逐步传授教学平台的基础功能,例如电费查询和线上缴费等;把操作步骤做成图文对照的“大字版”手册和方言配音短视频在村委会广播和农村大喇叭中流通,以降低学习门槛。同时建立“邻里互助”工作机制,鼓励青年村民、返乡大学生和老年用户结对子,并经常登门引导平台投入使用,对农村青壮年,产业经营者和其他人群采取“线上加专业化”的教育策略。设置“网上国网”在线培训栏目,推出用电数据分析和节能优化进阶课程;面向农村电商和养殖大户用户开展“电力服务专场培训等”;讲解该平台分时电价计算和用电负荷监测等定制化服务功能。除此之外,通过短视频平台和直播平台,我们组织了如“电力知识竞赛等”和“平台运用技巧共享”等多种互动活动,并设置了电费红包和礼品奖励,以激发用户的学习热情。通过持续性、针对性的教育赋能,帮助农村用户从“不敢用”到“愿意用”“熟练用”,为“网上国网”在农村的长效推广奠定基础。

#### (五) 生态共建

生态共建以整合多方资源为目标,打造由政府,电力企业,金融机构,电商平台和村民自治组织多元主体共同参与的乡村电力服务生态圈,用生态化思维,促进“网上国网”平台与农村生产生活深度融合。政府部门可以通过发挥统筹协调作用、建立合作对接平台、出台激励政策等方式引导企业参与生态建设等,如对农村电力服务生态共建相关企业实行项目补贴或者税收减免等方式,调动市场主体的积极性,以电力企业为核心主体

的企业需要积极配合金融机构将金融服务功能植入“网上国网”平台。联合银行推出了“电费贷”“光伏贷”金融产品,对农村产业发展和新能源项目建设给予低息贷款扶持;与保险公司共同开发了电力设施保险和用电安全保险,用户可以在平台上完成保险,减少了用电风险。同时与电商平台达成战略合作,实现农产品销售和电力服务的有机结合,并在该平台上设立了“农电商城”专区,让农民可以通过该平台进行农产品的销售,该平台依据交易数据,为农户提供了个性化的用电套餐和电费优惠,从而实现了“以销售促使用,以使用带销售”的正向循环,电力企业要 and 农村合作社,家庭农场以及其他经营主体进行长期的合作,探索“电力加产业”的生态模式。比如对农业产业园进行定制化能源管理方案、利用平台对园区能耗数据进行实时监控、优化用电策略等;联合乡村旅游企业在景区服务系统中加入“网上国网”的功能,旅游者可以在平台上查询到景区内充电桩的选址情况,预约民宿的用电服务。通过开放共享生态体系建设,“网上国网”既是电力服务载体,又发展成为服务农村经济民生和产业等综合平台,增强用户黏性,增强平台生命力,为乡村振兴战略的全面展开贡献力量。

#### 结束语

乡村振兴战略给农村电力服务数字化转型带来历史机遇,而“网上国网”这一重点载体的推广效果直接影响农村电力服务效率和质量。文章在问题诊断和策略设计上提出适配农村现实的优化路径,并强调以政企协同,场景适配,服务下沉及生态共建等方式突破目前推广瓶颈。今后需要进一步重视策略执行过程中的动态反馈和调整,以保证“网上国网”成为名副其实的数字化“新基建”,为乡村振兴提供服务。

#### 参考文献

- [1] 闫昱翰. 共建“满格电”赋能乡村振兴[J]. 中国电力企业管理, 2024(08): 11.
- [2] 焦广旭, 王超. 智慧电网铺就乡村绿色转型路[J]. 中国电力企业管理, 2024(26): 10-11.
- [3] 王丹. 为民办事助发展——国网河南省电力公司服务农村经济社会发展侧记[J]. 河南电力, 2021(11): 32-35.