

第二届中国品牌形象海外传播论坛暨2024中国企业ESG蓝皮书发布会举行——

讲好中国品牌故事

海外网 李雪钦

“中国企业如何高质量出海至关重要”“中国出海品牌100强指数和新锐20强指数，是衡量中国出海企业品牌价值的风向标”“令人印象深刻的是中国品牌海外传播优秀案例、中国企业ESG（环境、社会与公司治理）蓝皮书案例”“不仅见证了中国品牌的全球影响力，也看到了中国企业在ESG领域的责任与担当”“观点纷呈、成果丰硕、气氛热烈”……

人民日报海外网与中华环保联合会联合主办的第二届中国品牌形象海外传播论坛暨2024中国企业ESG蓝皮书发布会于2024年12月27日在北京举行，主题为“赋能中国企业出海，建设世界一流品牌”，来自各领域的专家学者、出海企业代表共同探讨ESG发展路径、讲好中国品牌出海故事。

“品牌是一件产品的无形资产，是一家企业走向世界的通行证，是一个国家展示形象的金名片。”人民日报海外版副总编辑卫庶表示，创品牌要学会“讲故事”，纵观中国品牌的发展历程，正是一个个可知可感、可敬可佩的品牌故事，汇成了一部中国企业扬帆出海的创业史。“中国品牌蕴含着中国人的创新活力，传递着中国人的时代精神，彰显着中国人的世界情怀。讲好中国品牌故事，是讲好中国故事的重要一环。”

此次论坛发布的2024中国品牌海外传播案例，例如捷途汽车国际营销中心的“守护猎豹”全球公益推广活动、广西柳州全球技能比武大赛活动、国家电网的中巴欢乐乐团交流活动、腾讯音乐的TME音乐出海项目、驻华大使国家电投（上海电力）行等，在全球范围内颇具影响力，代表了中国品牌海外传播的新方向、新进展。

践行ESG，展现责任与担当

如今，越来越多的中国企业践行ESG理念，展现出中国品牌的责任与担当，在全球可持续发展中发挥重要作用。

中华环保联合会主席王秀峰表示，可持续已成为国际社会公认的发展趋势，ESG不仅可以助力中国品牌提升国际形象和竞争力，也是中国企业融入全球市场的重要途径。“良好的ESG表现能帮助中国品牌在国际市场上建立起受信赖的全球品牌形象，我们应当强化ESG制度和标准评价体系建设，为国际社会推动ESG发展贡献中国智慧与样本。”

《中共中央国务院关于全面推进美丽中国建设的意见》提出，探索开展环境、社会和公司治理评价。为引导企业践行可持续发展理念，财政部等九部门于2024年11月20日联合印发《企业可持续发展准则——基本准则（试行）》。“企业品牌价值的提升不仅依赖传统的市场营销和品牌管理手段，环保、社会责任等正成为影响品牌价值的重要指标。越来越多消费者愿意为有益于健康、环保的产品支付溢价，企业的品牌形象正与其可持续发展战略紧密相连。”中央财经大学可持续准则研究中心主任刘芳教授说。

论坛上，《企业ESG蓝皮书：中国企业环境、社会与治理报告（2024）》正式发布。全国工商联智库委员、中华环保联合会ESG专委会主任林彬介绍，该报告由社会科学文献出版社授权中华环保联合会独家组织编写，是中国企业ESG发展研究具有代表性的年度报告。研究发现，中国企业ESG发展指数稳步提升，社会维度得分领跑，环境维度增长最快，治理水平差异显著。

中华环保联合会发布的“2024中国企业ESG蓝皮书案例”中，中国交通建设集团有限公司强化ESG建设，积极为全球可持续发展贡献中国交通力量；在新质生产力驱动下，京东物流股份有限公司探索供应链物流ESG创新；中国平安保险（集团）股份有限公司发挥金融优势，筑牢红树林保护“绿色屏障”；山西建邦集团

有限公司致力于建设低碳钢铁企业；软通动力信息技术（集团）股份有限公司以数字技术创新赋能绿色转型……在林彬看来，中国企业将ESG行动深度融入国家重大议题之中，如气候变化、信息披露、绿色发展、创新发展、社会贡献等，展现出ESG在中国发展的新特征。“这些议题多与国家发展战略相契合，代表了国民经济转型升级的方向，同时也蕴藏商业机遇。”林彬说。

在中国社会科学院社会学研究所研究室主任吕鹏看来，ESG是在帮助企业做大蛋糕，尤其是在高端市场、新兴市场，ESG有利于企业扩大品牌优势。

“中国特色ESG建设对企业管理、科技创新及品牌提升有重要意义，无论企业大小，都要做好ESG建设的短中长期战略布局和规划，这将成为企业行稳致远的法宝。”深圳市天成聚海企业管理顾问有限公司董事长兼总裁陈琼认为。

实际上，中国企业践行ESG理念，也是弘扬“天人合一”“和合共生”等优秀传统文化的体现。长江三峡集团实业发展（北京）有限公司副总经理张昆说：“融入中国文化内涵的ESG，会让品牌在海外更有魅力和竞争力。”

为进一步促进人与自然和谐共生，向世界讲好“无废城市”建设的中国故事，人民日报海外网“无废城市中国故事”短视频征集活动优秀案例也在论坛揭晓，三亚市生态环境局的《三亚市蜈支洲岛“无废景区”建设》、胜利油田的《油泥砂的绿色之旅》、厦门市生态环境局《厦门“魔法箱”奇遇记》等作品入选。

“加快建设更多世界一流企业”

党的二十届三中全会《决定》提出：“加快建设更多世界一流企业”。以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业，需要打造更多有国际影响力的中国品牌。

“在中国企业出海潮和全球可持续发展两大趋势交织的大背景下，ESG为中国的品牌国际化之路提供了新的视角和机遇。”中华环保联合会副主席兼秘书长谢玉红说。

“展望2025年，受益于共建‘一带一路’催生更强增长动能以及更多政策为中国企业‘走出去’保驾护航，中国品牌出海将迎来前所未有的新机遇。中国企业‘走出去’需要采取有效的行动部署，实施可持续发展战略，重新审视品牌建设策略，建设世界一流企业，实现品牌价值持续增长。”GYBrand全球品牌研究院首席分析师金鑫说。

与会专家认为，面对当前错综复杂的国际形势，中国品牌出海需要具备全球化视野，注重跨文化沟通，了解国际市场规则、消费习惯和竞争态势等。中国品牌应深入挖掘自身文化底蕴，坚定文化自信，将中国文化元素自然地融入品牌建设和出海战略中。“相信未来的中国，将会有更多优秀的品牌、更多精彩的故事等着我们讲述。”

讲好中国故事，传播好中国声音是全面深化改革、推进中国式现代化的必然要求。企业是社会和市场的重要主体，是科技创新、经济建设、社会发展的主力军，是自然资源、经济资源、社会资源的最大利用者，是环境、经济、社会的最大影响者。深入学习贯彻党的二十届三中全会精神，讲好中国企业的故事，树立中国企业的品牌形象，对于推动经济社会高质量发展和美丽中国建设具有重要意义。

随着全球对于气候变化问题日趋重视和社会责任投资理念在资本市场趋于成熟，可持续发展已成为全球共识。企业环境、社会与公司治理即ESG，客观反映并科学评价可持续发展要求和质量，是实现可持续发展目标的重要抓手和衡量可持续发展行动的重要指标，国际社会要求企业加深ESG信息披露逐渐成为大势所趋。践行ESG理念已成为中国企业“走出去”，更好参与全球经贸投资活动、提高国际竞争力、推动高质量发展的有效途径；也是加强与国际规则深度对接、实现可持续发展的重要制度创新和市场化创新，推动中国品牌走向世界的重要途径。

第二届中国品牌形象海外传播论坛暨2024中国企业ESG蓝皮书发布会日前举行，我想就中国品牌海外传播谈三点看法。

一是要立足中国发展大局，讲好中国品牌故事。可持续已成为国际社会公认的发展趋势，ESG不仅可以助力中国品牌提升国际形象和竞争力，也是中国企业融入全球市场的重要途径。我们要适应并参与新的国际竞争规则的制定，立足中国发展大局，在重塑全球治理体系中发挥引领作用，在激烈的国际竞争中赢得战略主动，用ESG赋能中国品牌，助力实现应对气候变化和“双碳”目标，这既是中国企业出海的客观要求，更是把握绿色低碳发展先机的重大机遇。

二是要强化ESG能力建设，深化ESG国际合作。提升能力建设是讲好ESG品牌故事的基础。中国正面临经济结构转型、实现绿色发展的客观要求，有加强气候变化相关行动、提高公司治理有效性、改善内部控制等方面的挑战，也有独特的积淀与比较优势。要在借鉴国际先进理念和方法的同时，探索符合自身实际情况的ESG能力建设与发展路径，加快从国家层面制定统一的ESG标准体系，为中国企业在国际舞台上展现可持续发展能力提供有力支撑。

三是要加强制度建设与政策激励，加快推进ESG品牌建设。良好的ESG表现有利于帮助中国品牌在国际市场上建立起受信赖的全球品牌形象。ESG作为一项管理工具，把环境、社会、公司治理有机融为一体，要注重ESG管理的统一性和协同性，打造长期可信任的品牌。应当强化ESG制度和标准评价体系建设，统一规则，激励企业遵守ESG规则，督促企业减少环境负外部性，为国际社会推动ESG发展贡献中国智慧与样本。

中华环保联合会作为环保界人士共同发起的社会组织，高度重视可持续发展前沿领域的研究与实践推广，成立了ESG专业委员会，围绕ESG信息披露全过程，开展了一系列卓有成效的工作。与社会科学文献出版社等单位共同出版发布了国内首部企业ESG蓝皮书；在生态环境部支持下，向有关部门申报将ESG评估师作为国家新职业；受国务院国资委委托，承办首期企业社会价值实验室大讲堂等。未来，我们愿与社会各界共同携手，为打造中国品牌形象和海外传播作出更大贡献。

（作者为中华环保联合会主席）

ESG助力中国品牌提升国际形象和竞争力

王秀峰

“让中国品牌走进全球消费者心中”

中国企业近年来积极“走出去”，通过高品质的产品、服务与技术闪耀国际市场，品牌出海卓有成效。

中国社会科学院新闻与传播研究所所长、教授胡正荣表示，企业品牌传播不仅依赖于优越的产品质量，还要通过产品、品牌背后的文化内涵与价值观来打动消费者。“让全球消费者既觉得产品好，又感到它可信赖。这种信任感的建立，源自品牌背后深厚的文化底蕴和传递的价值观。”

“有些企业出海，出海的是产品，出海的是生产，品牌却没有真正走出去。”珠海格力电器股份有限公司市场总监朱磊说，“当我们向全世界消费者讲述品牌故事时，其实是在讲述一个非常朴素的故事，那就是‘说话要认真，做事要靠谱’。想长久获得消费者的心，要靠高品质的产品。”

在胡正荣看来，“德国制造”的品牌形象是一个经典案例。“长期以来，德国品牌在消费者的认知中有‘高质量’‘精细化’等特点。虽然很多消费者并未去过德国，但通过‘德国制造’的产品，他们已经认同了其背后承载的文化与价值。中国品牌可以借此经验，不断提升自身的国际形象，走进全球消费者心中。”胡正荣说。

回顾2024年，以智能制造、新能源、跨境电商、创新科技为代表的行业龙头企业加速出海，整体规模呈现增长态势。为展示中国出海品牌发展成就，人民日报海外网与GYBrand全球品牌研究院联合发布2024年度中国出海品牌100强指数以及新锐20强指数，从海外业绩、品牌建设、品牌贡献、可持续发展等维度对中国出海企业进行综合评价分析。据介绍，2024中国出海品牌100强指数入选企业业绩亮眼，海外业务布局广泛，在选择出海目的地时，不仅关注欧美等成熟市场，也积极布局共建“一带一路”国家和东南亚市场等，此外，国企与民营企业各自发挥优势，出海品牌齐头并进，重视业务的本地化运营，逐渐由产品出海转向产业链出海。中国出海品牌新锐20强指数入选企业展现出行业分布多样、科技创新优势明显、成长速度快、特定领域市场潜力大等特点。

“全球市场庞大的需求支撑我们的品类开发创新，使我们能在更广泛的用户群体中获取市场反馈，这就是为什么我们要从全球化视角出发进行品牌布局。”深圳市绿源科技股份有限公司总经理何梦新说。

在河南洛阳栾川钼业集团股份有限公司公共关系高级总监周星看来，中国企业在海外发展时，面临的挑战之一是如何在应对海外媒体和舆论时保持开放与自信。“企业展现出更加开放自信的一面，不仅能提升品牌的国际认同感，还能更好地与全球建立联系。”周星说。

里只有七八家农户做纯人工编织的传统手抛网，销路也只有周边乡镇。改革开放后，村里制作渔网的农户逐渐多了起来，村民做完渔网就背着大包小包赶客货，为了十多元的差价赶往其他城市售卖。如今，大高镇的渔网产业已经有4代传承，加工和销售传统手抛网、美式手抛网、粘网等

播带货，从种类到品质，再到撒网技术等，全程细致讲解，订单供不应求。如今村里的年轻人个个台能讲，台下能“抛”，河东李家村也变成了“网红村”，吸引不少粉丝前来一探究竟。李志国29岁时回到村里，成为最早回乡创业的人之一。“在外面打工一个月挣四五千，现在一个月能

滨州沾化河东李家村：

渔网“织”出致富路

贾海宁 林源

小村子，每年渔网销售额达到3亿元，网盘手抛网更是占据了国内60%的市场份额。

“别看我们村不大，但村里渔网加工销售企业有70多家，还成立了渔具专业合作社和渔网协会。40多名外出打工的年轻人陆续回村，都从事渔网生产和销售，做得最好的一年能卖出6000多万元的渔网。”河东李家村党支部书记李从吉说。

河东李家村渔网销售史要追溯到上世纪60年代，那时候，村

30余种渔网，还可以根据客户需求定制。渔网产业的发展，让村民手中有了“金饭碗”，群众生活逐渐富裕起来。

“轻轻往前一荡，再往后一摆……”村民李志国搭起手机支架，熟练地向直播间观众示范渔网的使用方法，系统不时提示下单信息。

近几年，短视频平台兴起，为产品销售提供了新路径，大高镇在河东李家村建起“社区微工厂”，村里的年轻人纷纷开始直

挣3万来块钱。”李志国说。

在站稳国内市场的同时，大高镇也在积极开拓国际市场。目前，河东李家村每年出口渔网160万张，销售额约8000万元，产品远销俄罗斯、韩国、东南亚等市场。

“我们规划建设的大高镇渔网产业示范基地已经初具规模，未来将坚持创新驱动、稳步提升，不断扩大产业规模，提高产品质量和产业竞争力，让渔网产业更好助力乡村全面振兴。”大高镇党委书记崔金岭说。



总长12公里，为世界最长

燕矶长江大桥猫道贯通

本报（记者康朴）日前，由湖北交投投资建设、中交二航局承建的燕矶长江大桥猫道顺利贯通。

大桥在进行上部结构施工时，需要先搭建一个空中临时便道，俗称“猫道”，不仅承担着施工人员和材料的运输任务，还是后续主缆架设和桥面铺

设的重要支撑结构。猫道结构的稳定性和舒适性直接影响到整个上部结构施工的安全与品质，被称为悬空的“生命线”。燕矶长江大桥共有4条猫道，总长达12公里，为世界最长。

为保障作业人员的安全性和施工稳定性，猫道底部的面网由一层粗面

网、一层细面网构成，4条猫道之间还设置34个横向通道，采用150米单元段推移铺设的方法逐段安装面网，并连接成整体，空中行走“如履平地”。

燕矶长江大桥南岸地处湖北黄冈和鄂州交界，项目建成后有助于区域打造“公、铁、水、空”综合交通运输体系，强化“武鄂黄冈”都市连绵带一体化发展。

上图为大桥建设现场。

陆落义摄