

讲好中国“双碳”故事 促进绿色转型发展

“碳汇中国行”系列公益传播活动启动

■中国汽车报记者 赵 琼文图

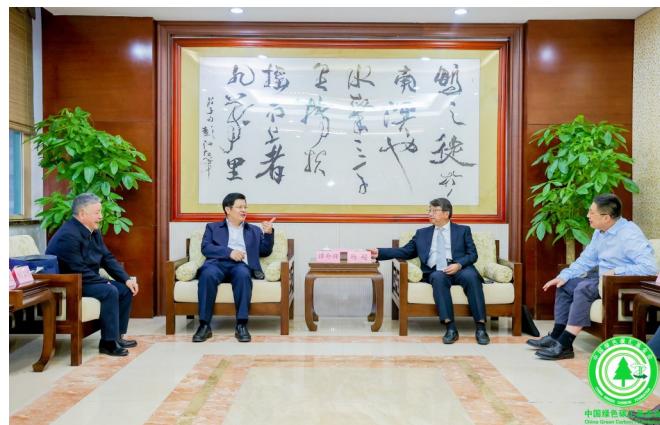
自2020年9月22日“双碳”目标提出后,与“双碳”相关的概念和实践已成为社会公众关注的热点。恰逢“双碳”目标提出两周年,9月22日,2022中国(北京)双碳传播论坛暨“碳汇中国行”系列公益传播活动启动仪式在国家植物园举行。

此次活动由中国绿色碳汇基金会联合中国能源汽车传播集团、北京外国语大学国际新闻与传播学院共同举办,由中国绿色碳汇基金会碳汇传播基金执委会、碳汇中国行组委会办公室承办。活动进一步增强了公众对绿色碳汇事业的了解,吸引多方力量参与绿色碳汇的传播,共同推动绿色碳汇事业的发展。

碳汇事业迎机遇 持续强化“双碳”宣传

目前,“双碳”工作已逐步纳入我国生态文明建设整体布局和经济社会发展全局,承载着推进构建人类命运共同体的使命。这两年来,“双碳”宣传持续强化,各部门各单位开展了形式多样、内容丰富的宣传活动,普及应对气候变化知识,宣传应对气候变化理念,全社会应对气候变化意识稳步提高。

中国绿色碳汇基金会理事长、国家林业和草原局(国家公园管理局)原总经济师杨超指出,面对上述发展态势,做好“双碳”领域的宣传工作显得尤为重要。作为落实“双碳”目标的重要主体,企业在思考



中国能源汽车传播集团党委书记、董事长、总编辑兼中国能源报总编辑谭介辉(左)与中国绿色碳汇基金会理事长、国家林业和草原局(国家公园管理局)原总经济师杨超(右)进行会谈。

“怎么做”,践行低碳减排、绿色发展承诺之后,“怎么说”也同样重要。

中国能源汽车传播集团党委书记、董事长、总编辑兼中国能源报总编辑谭介辉表示,在当前碳汇政策的积极推动和加持下,中国碳汇事业发展正在迎来空前的历史发展机遇。

同时,谭介辉指出,中国能源汽车传播集团旗下三大融媒体平台,多年来在汽车、能源、城市三大行业和领域积极发挥着重要的舆论导向“压舱石”作用,切实为推动生态文明建设展现媒体责任与担当。中国能源汽车传播集团将认真讲好低碳故事,讲好生态文明建设、绿色发展、环境保护的生动故事,努力为发展注入绿色动能;坚守新闻媒体的舆论监督职责,做好舆论监督报

道,用建设性的舆论监督为绿色发展保驾护航。

在本次论坛上,北京外国语大学国际新闻与传播学院副院长刘莹针对“双碳”机遇下的国际传播提到,目前AR、VR、MR等技术已经被广泛应用到国际传播中,加强中国生态文明理念在全球的传播,要让新技术赋能“美丽中国”传播,用本土化的眼光考量中国本土经验。中国绿色碳汇基金会副理事长兼秘书长刘家顺从政策、人才等各方面指出了林草碳汇当前面临的机遇与挑战。中央财经大学绿色金融国际研究院院长王遥,亿欧联合创始人兼总裁、元宇宙和碳中和研究院执行院长王彬也围绕绿色金融、不同领域企业助力“双碳”路径等课题进行了观点分享。

特色公益活动 助力“双碳”传播工作开展

正如谭介辉所说,实现“双碳”是一场广泛而深刻的经济社会系统性变革,生态文明建设亦是一项系统工程,需要社会各界下大力气,高标准、高质量推进各项工作。此前在9月1日,中国绿色碳汇基金会与中国能源汽车传播集团已经就联合开展“碳汇中国行”公益传播活动达成合作意向并举行了签约仪式。

在“双碳”传播论坛上,“碳汇中国行”公益传播活动正式启动。在现场,中国绿色碳汇基金会碳汇传播专项基金执委会主任、碳汇中国行组委会副主任、办公室主任张洪德介绍了“碳汇中国行”的总体方案。据他介绍,“双碳”目前已成为热词,但针对“双碳日”“双碳传播”等话语还未形成共识。

因此,这场由中国绿色碳汇基金会发起、中国绿色碳汇基金会碳汇传播专项基金承办的双碳传播大型系列公益活动,将通过线上“双碳”科普、线下全国走访的形式到达主要城市,前往政府机构、企事业单位、碳中和项目现场学习总结经验、进行宣传推介,并打卡“山水林田湖草沙”等典型点位,开展好“双碳”传播工作,持续提升碳汇中国的影响力。

记者了解到,作为全国首家以增汇减排、应对气候变化为主要目标的全国性公募基金会,自2010年成立以来,中国绿色碳汇基金会通过与各方合作,已经实施了一系列应对气候变化示范项目并取得良好效果。中国能源汽车传播集团与中国绿色碳汇基金会将充分发挥双方各自资源优势,真实、立体、全面地讲好中国“双碳”故事。



2022中国(北京)双碳传播论坛暨“碳汇中国行”系列公益传播活动启动仪式现场。

中国起源地品牌将有系列标准支撑

■巩 静

9月18日,《中国起源地品牌通用评定要求》《中国起源地特色产品评定标准》团体标准研制会在北京举办。会议旨在落实《国家标准化发展纲要》等相关文件精神,推动中国起源地品牌和产品高质量发展,为起源地品牌提供标准技术支撑。

《中国起源地品牌通用评定要求》《中国起源地特色产品评定标准》团体标准是由起源地文化传播中心提出、中国民族贸易促进会归口的标准编制项目。标准旨在推动建立中国起源地品牌数据库、“中华源字号”标识的应用,为企业事业单位和消费者服务,守护好中国起源地品牌的根脉,传承中华优秀传统文化。

《中国起源地特色产品评定标准》团体标准是通过对区域特色产品的评定,使用特定标识,有效推动中国起源地特色产品、品牌和一乡一品产业发展模式的完善工作,通过强化标准引领,实现对全领域、全环节及所有产品的有效溯源。起源地特色产品包含农作物、手工艺品、美食、非遗、科技、文化创意、文学艺术、表演等产品类别。

据悉,起源地系列标准已经研究了3年,主要起草单位有:中国民族贸易促进会、中国民间文艺家协会中国起源地文化研究中心、中国西部研究与发展促进会起源地文化发展研究工作委员会、河南省商丘市宁陵县人民政府、河南省品牌促进会、河南省中医药研究促进会、内蒙古品牌建设促进会、内蒙古品牌建设促进会、内蒙古品牌建设促进会。

江西省市场学会、江西省品牌建设促进会、台湾省品牌推广协会、四川省文化品牌发展促进会、湖南省茶叶品牌建设促进会、贵州省品牌建设促进会、陕西省三秦品牌发展促进中心、中国质量检验协会宠物食品用品专业委员会、起源地城市规划设计院、起源地特色产品服务有限公司等。

会上,中国民族贸易促进会副会长高福介绍了《中国起源地品牌通用评定要求》等团体标准研制的意义。他表示要吸收起草专家和起草单位负责人的建议,通过网络广泛征求意见,高效率、高质量完成标准的编制和宣传贯彻等工作。

中国民间文艺家协会中国起源地文化研究中心执行主任、中国西部研究与发展促进会起源地文化发展研究工作委员会

主任李竞生说明了标准的编制背景和内容设想,预计将于今年12月份完成研制,报送至国家标准化管理委员会,并在国家标准化管理委员会所属全国团体标准信息化平台备案、发布。

中国城市报社副总、国际标准化组织专家常亮表示,中国城市报社在国家市场监管总局等国家部委的支持下成功研制了多项国家标准,为《中国起源地品牌通用评定要求》和《中国起源地特色产品评定标准》提供了依据和技术支撑。

常亮建议,标准的制定要遵循品牌评定国家标准和国际标准的基本原则,发挥“中华源字号”在市场中的作用,用好互联网技术,推动中国品牌走向世界。

北京大学教授陈少峰、中国国联民间文艺艺术中心研究

员刘德伟、中国民间文艺家协会中国起源地文化研究中心主任丁春明、中华文化促进会品牌委员会副主任麻振山等与会专家建议,一是标准制定要体现起源地文化特性,关注消费者和生产者需求;二是标准制定要与时俱进、突出前瞻性,中国起源地的品牌通用评定体系设定要融合数字化、文创产品品牌、数字藏品、元宇宙等产业发展新要素;三是标准制定要体现团体性和先进性特点,具备可操作性,切实发挥评定标准对企事业单位提升品牌竞争力的引领作用。

会上,多个省份品牌协会、促进会等中国起源地系列标准起草单位一致表示,要进一步做好起源地品牌标准宣传贯彻工作,助力乡村振兴,让品牌赋能美好生活。