

## 构建新型能源体系 推动发展绿色转型

# 《中国能源报》首期能源品牌传播研修班成功举办

本报讯 记者杨晓冉报道 5月31日,两位“新闻大咖”齐聚人民日报社新媒体大厦,一位是人民日报高级记者、六次中国新闻奖获得者、范敬宜新闻教育奖获得者费伟伟,另一位是新华社高级记者、经济参考报社编委李新民,他们都是为了2023能源品牌传播研修班(以下简称“研修班”)而来。

作为“第六届(2023)中国能源产业发展年会”的重要议程,由《中国能源报》和中国能源经济研究院共同举办的研修班正式开班。来自国家电网、南方电网、胜利油田、协鑫集团、远景能源、天合光能、通威集团、明阳智慧、康菲石油、正泰等70余家能源企业市场和品宣人员,共计约200人参加了研修班。研修班围绕在新时代融媒体快速发展下的内容生产、传播需求、舆情生态等方面,以及如何增强新闻采编人员脚力、眼力、脑力、笔力,如何加强企业品牌宣传能力、媒体融合发展等话题,授课嘉宾与学员展开了研讨。

研修班现场,由费伟伟、李新民,以及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谢戎彬进行主

题授课;中国能源汽车传播集团董事、中国能源报常务副总编辑焦翔主持。

谢戎彬在开班致辞中指出,品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现,是参与全球竞争的重要资源。随着互联网信息技术和移动设备的快速发展,媒介传播进入人人都有麦克风的新型传播格局。在这种新常态下,企业夯实自身品牌建设刻不容缓。这也对企业品宣人员的综合能力提出更高要求:必须及时提升知识储备,更新知识结构,提高综合能力,补短板,强项,才能更好履行工作职责。他强调,今后中国能源汽车传播集团将继续发挥自身平台的品宣聚合优势,结合能源企业实际需求,共同推动越来越多的中国能源企业品牌走向国际。



图为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谢戎彬在作开班致辞。

在以“新闻宣传要有大局观”为题的授课环节上,费伟伟以近四十年的亲身经历中的实例与学员们探讨认识大局观的四大维度:即要全面看——从全局看局部,不能只见树木,不见森林;往深处看——要透过现象看本质,离现场近一些,离事实更



图为研修班现场。



图为研修班优秀学员同授课嘉宾合影。

近一些,离真相也就更近;从长远看——从对发展前景的展望中看当前;要联系、比较看——学会系统地观察和把握。当谈及如何提高大局意识,他指出,要“上接天线,下接地气”,也就是既要把握政策又要洞察国情,同时还要知晓专业。

李新民则结合当代传媒特点与案例,剖析当前媒体格局、舆论生态、传播技术等在互联网影响下被催发出的变革。主要表现在:新闻报道方式变革为全民直播时代;网民发挥的舆论监督作用,不仅传播,而且辣评;信息接受方式由人找信息变为信息找人;谣言散布方式发生变革,有视频也未必有真相的时代到来;舆情发酵方式变革,异化传播时代到来;媒体传播业态发生变化,5G全媒体时代到来。在这种变革下,要转变传统概念,科学研判舆情,善于设置议题,做好舆论引导。

谢戎彬在“全球化视域下的中国声音”主题授课中,就中国新闻出版业概况、中国能源汽车传播集团的定位、世界怎么看中

国、中国媒体的全球地位、中国对外话语体系建设等方面谈了自己的看法。在对外话语体系建设方面,他认为打破西方媒体平台垄断迫在眉睫;要一以贯之完善话语与叙事体系;要让更多外交和经济等领域的官员、企业家出来讲话,形成传播效果上“内外”和“上下”合力;要打造言论观点品牌集群,推进网红工作室建设。

研修班结束后,很多同学反馈,全天课程紧凑,求真务实,针对性强,干货满满。通过学习,在理论水平、思维拓展、实操能力等方面都得到提升,会以更加饱满的热情,深入基层、挖掘亮点,更有成效地开展品宣各项工作,助力讲好能源好故事,传递能源好声音。

事业无涯,学无止境。《中国能源报》作为能源品牌传播方的发起者,将持续开展品牌传播培训活动,力争打造高势能品宣培训高地,共推品牌建设向下扎根,向上生长。

### 直击研修班现场



图为人民日报高级记者、六次中国新闻奖获得者、范敬宜新闻教育奖获得者费伟伟



图为新华社高级记者、经济参考报社编委李新民



图为中国能源汽车传播集团董事、中国能源报常务副总编辑焦翔

## 向下扎根,向上生长



① 图为费伟伟现场签赠。



③ 图为学员认真听课。



② 图为谢戎彬与李新民场下互动。



④ 图为企业代表现场提问。

LONGI 让光 尽其所能 Hi-MO 7

单晶产业技术革命缔造者 / 晶硅光伏电池效率纪录创造者 / 全球光伏组件出货冠军(2020-2022)