

## 国家电网:

## 打造全球卓著品牌 加快建设世界一流企业

■ 姜义平

第八届中国企业论坛品牌建设平行论坛11月3日在北京举行,发布中央企业品牌引领行动第二批优秀成果。国家电网公司3个品牌入选第二批优秀成果,共计5个品牌入选优秀成果,入选数量和品类均居中央企业第一。

作为全球最大的公用事业企业,国家电网公司深入学习贯彻习近平总书记关于品牌工作重要指示精神,认真落实党中央、国务院决策部署,大力实施品牌强企战略,持续深化品牌引领行动,着力打造品质典范、创新典范、治理典范、文化典范、责任典范“五个典范”和管理领先、声誉领先、价值领先“三个领先”的全球卓著品牌。国家电网公司连续10年位居中国500最具价值品牌榜首,连续8年位居全球公用事业50强品牌榜榜首,2025年首次跻身英国品牌金融咨询公司(Brand Finance)全球品牌价值500强前十名,在国务院国资委中央企业品牌引领行动首批优秀成果中获评优秀集团品牌。

## 坚持战略引领 全面加强品牌管理

6月18日,第二十二届世界品牌大会在北京举行。作为活动主办方,世界品牌实验室发布2025年《中国500最具价值品牌》分析报告。国家电网公司以7152.58亿元的品牌价值排名第一,连续10年位居该榜榜首。

“过去20多年中,我目睹了中国品牌的快速成长,有的已经具有强大的世界影响力,国家电网、海尔等成为2025年度最佳表现品牌。”世界品牌实验室学术委员会主席、牛津大学营销学荣誉教授斯蒂芬·沃格评价道。

品牌是企业重要的无形资产,是核心竞争力的综合体现。2022年11月,国务院国资委印发《关于开展中央企业品牌引领行动的通知》,推动中央企业积极发挥品牌引领作用,大力实施品牌战略,着力提升品牌管理水平,不断形成品牌竞争新优势。国家电网公司深入实施品牌引领行动,全面加强品牌战略管理,推进品牌深度融入

企业发展,成立由公司主要领导任组长的品牌引领行动领导小组,根据公司战略滚动修订品牌战略发展规划,制定印发《国家电网有限公司品牌引领行动实施方案》和任务清单,形成“统一管理、分工协作、分级负责”的全面品牌管理体系。

丰富“可靠可信”的品牌核心理念,持续推广“你用电,我用心”的品牌口号……国家电网公司不断完善品牌识别体系,滚动修订《品牌标识应用手册》,提升全员品牌认同,确保品牌战略围绕中心、紧跟大势、服务大局。

构建“国家电网”单一品牌为主、主副品牌为辅的复合式品牌架构,重点打造“国家电网特高压”等子品牌……国家电网公司系统搭建品牌架构体系,梳理重点品牌资产目录,推动优质品牌资源发挥集聚效应,增强公司品牌增值驱动力。

创建品牌实验室、研发品牌管理系统、开发品牌培训课件……国家电网公司创新构建品牌研究体系,有效整合内外部品牌专业研究力量,开展全系统品牌建设能力对标,并通过举办全系统品牌培训、培育品牌形象大使等方式,进一步提升全员品牌意识,增强品牌传播力、影响力。

加强商标、字号及专利保护,健全品牌保护体系……国家电网公司建设全媒体平台,完善“事前预警、事中监测、事后应对”的品牌危机管理机制,持续提升品牌危机管理水平,有效维护品牌声誉。

## 立足主责主业 持续提升品牌价值

作为关系国家能源安全和国民经济命脉的特大型国有重点骨干企业,国家电网公司积极服务经济社会发展大局,全力做好电力保供、能源转型、改革创新等重点工作,将品牌价值理念与专业工作有机融合,以产品卓越品牌之基,以创新领先品牌之源,以治理现代铸品牌之魂,以责任央企聚品牌之力,持续提升品牌价值。

架起空中“电力绿色高速公路”,建成全球最大规模的特高压输电网络;有力应对今夏连续两个月全社会月度用电量突破万亿千瓦时的用电高峰,做好防汛抢险抗台风等工作;积极践行绿色发展理念,助力北

京冬奥会、杭州亚运会、成都大运会等重要活动实现100%绿电供应……近年来,国家电网公司聚焦主责主业,全力保障电力供应,推动能源绿色转型,加快新型电力系统建设,以产品卓越品牌之基,着力增强核心功能,提高核心竞争力,更好展现公司良好形象,提升品牌影响力。

创新是第一动力。国家电网公司深入实施创新驱动发展战略,深化科研机制变革,一体推进教育科技人才改革,不断增强创新动能、激发创新活力,在培育一批引领性、战略性创新成果的同时,加强技术创新、管理创新和品牌创新的联动,以创新领先品牌之源,大力提升品牌的科技含量,以科技之光为品牌增亮。

世界首台800千伏换流变阀侧套管成功应用,±1100千伏自主可控特高压直流控制保护设备完成挂网试运行,国产化大功率绝缘栅双极型晶体管器件批量化应用……聚焦特高压输电、大电网运行控制、柔性直流输电技术、智能电网等领域,国家电网公司持续推进关键核心技术攻关,将竞争和发展主动权牢牢掌握在自己手中。今年,公司23台(套)装备入选国家能源局第五批首台(套)重大技术装备名单,越来越多原创性创新成果正助力能源电力行业实现从“中国制造”到“中国创造”再到“中国引领”的跨越式发展。来自中国的装备技术产品在国际市场受到广泛认可,有力推动科技成果品牌化。

为更好履行政治、经济、社会责任,国家电网公司坚持以治理现代铸品牌之魂,加快完善中国特色现代企业制度,以党的政治建设为统领,全面落实“两个一以贯之”,推动实施“五个一”工作机制,把党的领导融入公司治理各环节,优化组织管理模式,加强人才队伍建设,强化合规和风险防范,深入实施新时代高质量党建工程,编制《企业文化建设工作指引》,连续20年发布《社会责任报告》,推进企业治理体系和治理能力现代化。

在做好主责主业的基础上,国家电网公司积极助力乡村全面振兴、生态环境保护等工作,打造“电力爱心超市”“候鸟生命线”为代表的公益品牌,先后9次获得中华慈善奖,在参与共建“一带一路”过程中有



图为白鹤滩—浙江±800千伏特高压直流输电工程。国家电网公司/供图

力带动中国电力装备、技术、标准、服务一体化“走出去”,不断提升品牌国际影响力。

## 锚定世界一流 增强品牌国际声誉

当前,国家电网公司正加快建设产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业。聚焦打造全球卓著品牌,公司将树立企业形象与展示国家形象结合起来,积极稳妥推进品牌国际化布局,完善海外品牌建设机制,增强品牌国际化运营能力,不断提高品牌在全球市场的影响力和竞争力。

5月19—20日,由国家电网公司与国际可再生能源署、世界能源理事会、世界经济论坛共同举办,10家全球知名电力企业联合主办的2025能源电力转型国际论坛吸引了全球能源电力行业的目光。此次论坛充分展现了国家电网公司在推动能源绿色转型等方面的具体行动和实践经验,进一步提升企业在国际舞台上的话语权和影响力。

能源合作是共建“一带一路”的重要领域。在积极参与共建“一带一路”过程中,国家电网公司加快提高品牌国际化运营能力,加强与国际组织、国际同行交流合作,高质量举办4次能源电力转型国际论坛,深度参与国际可再生能源署、世界经济论坛、国际电工委员会等国际组织和多双边机制,参加中德经济技术合作论坛、夏季达沃斯论坛、金砖国家工商论坛等重要活动,讲好国网故事,贡献国网智慧,塑造全球品牌形象,强化品牌国际认知认同,不断扩大国际“朋友圈”。

透过一些“小而美”的民生公益项目,同样可以看到国家电网公司品牌价值的提升。

在埃塞俄比亚,中电装备公司承建的离网光伏电站二期工程帮助8个偏远地区实现通电;在巴西北大河州若昂卡拉市,国网巴西CPFL公司建设基于分布式光伏发电的智能供水系统,改善了当地约3000名居民的用水条件;在菲律宾吉马拉斯省圣洛伦佐市,公司参与投资运营的菲律宾国家电网公司组织实施的“绿色火花”项目,以竹子为原材料制作自行车,助力当地发展生态旅游……国家电网公司全面对标全球能源电力行业领先企业,积极践行环境、社会和治理(ESG)理念,品牌化运营海外公益项目,用心用情融入当地,强化品牌跨文化融合,树立“有责任、有温度”的国际品牌形象。

为全面提升品牌国际传播效能,国家电网公司制定品牌海外传播方案,创新话语表达方式,打造原创传播内容,同时编制《国家电网全球品牌形象报告》,构建海外社交账号矩阵,加快形成多渠道、立体式对外传播格局。目前,公司在10个国家和地区成功投资和参与运营13个能源网项目,同时建立与项目所在国媒体常态化沟通交流机制,以本土化、国际化视角推介国家电网高水平对外开放举措成效,增进国际社会对中国品牌、央企品牌的认同感。

品牌彰显价值,品牌引领发展。国家电网公司将深入贯彻党中央、国务院决策部署,按照国务院国资委《关于新时代中央企业高质量推进品牌建设的意见》要求,更好发挥品牌引领作用,提升品牌影响力,增强企业软实力,以高质量品牌建设、高价值品牌资产增强核心功能、提升核心竞争力,发挥好央企“三个作用”,更好赋能公司和电网高质量发展,加快建设世界一流企业。

Trinasolar  
天合光能

# 智慧能源 驱动零碳未来

