

2022中国能源传播大会成功举办

传播绿色理念 传递社会责任

北京2023年3月2日 /美通社/ -- 2022年，能源行业与全球政治经济同频共振，度过了不平凡的一年。

在这样一个充满变革的年代、在这场“追风逐日”的竞赛中，媒体人和企业品牌公关人作用独特、责任重大，不仅是历史进程的见证者，更是行业发展的推动者。媒体与企业互生共进、紧密合作，构建了专业理性、兼容并包的舆论环境，为双碳目标落地贡献着力量。

2月28日，由华夏能源网主办，中国石化、隆基绿能、协鑫能科联合主办的“2022中国能源传播大会暨颁奖盛典”圆满落幕。来自知名能源企业的50余位品牌公关大咖，与来自各大知名媒体的70余位记者朋友们共话双碳、碰撞思想，共同讲好中国故事和中国能源转型故事。

在开幕致辞中，华夏能源网创始人兼CEO王康鹏表示：2022年中国可再生能源装机突破12亿千瓦，历史上首次超过煤电装机总量，具有里程碑意义。可再生能源已经成为主力军，但能源结构不合理、火电占比过大的问题依然非常突出。

王康鹏认为，在全球能源转型大潮中，能源环保记者与行业品牌公关人是非常重要的一环，是推动中国双碳目标如期落地的最坚实力量。在大家共同努力下，可持续发展理念正成为社会共识，绿色能源正走入寻常百姓家，负责任的优秀企业正成为行业标杆。

大会现场，各位大咖就新媒体时代如何做好能源传播、能源企业与媒体如何良性互动、能源企业的品牌建设、绿色理念传播等热门问题展开了精彩交流。

隆基绿能品牌总经理、全球市场负责人霍焱表示，中国光伏行业飞速发展，不包含逆变器，全年行业总销售额达到1.4万亿，而无论是产能、技术还是市场份额，中国的光伏企业已经站在了全球的顶点。但是，目前中国没有一家光伏企业品牌，在全球具备符合市场地位的品牌影响力，企业的品牌影响力远低于产业影响力。

为了改变这种局面，霍焱认为，应该利用科学的方法管理品牌，建议从以下几个方面入手：首先，建立科学的品牌管理体系；第二，用品牌引领可持续发展，充分融入“双碳”的时代大势；第三，打造“品牌朋友圈”，与合作伙伴共同维护品牌业务生态；第四，利用新时代、新技术、新渠道和新方法，深度开发优质内容。

金风科技董事长助理兼市场总监、金风公益基金会监事侯玉菡表示，金风是一家从新疆走出来的企业，在逐渐走向全球布局的过程中，遇到了一个挑战就是如何面向不同地域、不同文化和不同背景的人群，传播金风的品牌声音。于是，金风确立了“一起用创新技术推动世界能源变革”的品牌策略核心。

围绕这一核心，金风采用了“内容源于业务，传播融于业务”的传播策略。侯玉菡介绍称，首先是要紧跟国家议题、行业政策与社会热点；第二，要紧贴业务需求，为业务发展提供坚实有力的声量支撑；最后，紧贴品牌内涵，将品牌核心价值贯穿于整体传播中。

中国广告协会副会长、弘品传媒董事长胡斌表示，新能源企业做品牌应该要讲好五个故事。首先，要讲好新能源企业家创业的故事，向世界展示中国新能源企业家的力量；第二，要讲好新能源创新发展的故事，中国企业从跟跑到领跑，创新的力量是其中重要的因素；第三，要讲好中国新能源不断降本增效的故事，以光伏发电为例，在中国企业家和科学家的贡献下，光伏发电已经成为全球绝大部分地区最便宜的电力能源；第四，要讲好中国新能源企业履行社会责任，引领绿色发展的故事；最后，要讲好中国新能源品牌出海的故事。

特来电副总裁、品牌中心总经理王昆鹏表示，新兴行业与旧有行业之间，既存在差异性也存在相似性，以新能源汽车为例，伴随着产品定位与过去的差异性，新兴行业开创了新兴品牌，进而开辟了传播的新战线。

同时，面对媒体生态出现的新变化，新兴品牌也需要采用一些新的方法。王昆鹏表示，新兴品牌需要建设生态朋友圈，和合作伙伴一起推动品牌建设；要做好行业知识传播，在不同的平台和媒介进行知识普及；第三，不能与友商拆台互黑，大家应该一起共同抬升行业声量；最后，要做好跨界融合，推广低碳出行的生活方式。

协鑫能科品牌市场中心总经理段毅表示，随着新能源和汽车两大支柱产业加速碰撞融合，智能电动汽车产业已经进入了新时代，“无人驾驶+无人化交通基础设施”将驱动城市零碳智能交通生态的变革。

在新的变革中，协鑫能科搭建了基于车、电池和站点的3+X生态，利用数据驱动场景服务，推动充换电基础设施的智能化发展，并已经与广纳蒙西煤矿项目合作，协助后者打造了零碳矿山解决方案。

斐思悦行副总裁，壳牌前新闻发言人苗奕认为，对于企业来说，最好的危机处理是在危机发生之前，而建立企业品牌信誉的一个很好的方法，是把对用户有用、有价值的信息组织起来，提供给用户。对于toB企业来说，需要找到传播内容的“甜蜜点”，找到受众的兴趣点，对自己的内容进行梳理，将二者进行有机结合。

新奥数能科技有限公司副总裁张瑞表示，自2018年新奥数能成立以来，泛能网经历了快速的发展，至今已服务7000余个用户，拥有500余个能源服务生态伙伴，而泛能网的使命就是以全新的数字能源科技与能源商业模式，大幅提升能源行业效率，推动现代能源体系落地。他表示，从泛能网的落地经验来看，国内已经有许多企业意识到节能减排的重要性，并开始了自己的行动。

此外，北京电视台新闻频道《美丽北京》责编朱宵彤从接地气的做好能源报道、绿色和平东亚分部传播经理王赫从国际组织的视角看双碳传播、美通社亚太区市场总监崔希真从能源企业出海传播讲好能源故事等角度做了分享，内容丰富、精彩纷呈，为行业企业与媒体记者提供了很有价值的思考。

为共同构建能源行业媒体与企业并肩前行的良好生态，促进绿色理念与环保意识的普及，感谢优秀媒体和领先企业为保护地球家园所做的突出贡献，2022中国能源传播大会评选并颁发了“年度十佳能源报道”、“年度十大绿色能源品牌”、“年度绿色传播贡献奖”、“年度优秀绿色传播案例奖”等奖项（获奖名单如下）。

“年度十佳能源报道”获奖名单：

- 1、经济日报 王轶辰 《新能源不是20年前的房地产》
- 2、能源严究院 严凯 《隆基森特联姻始末：“双品牌”战略重新定义BIPV》
- 3、华夏时报 陆肖肖 《前首富李河君被警方带走后再留一堆烂账》
- 4、新浪财经 刘丽丽 《叶片下海“变身”人工鱼礁？解密风机退役“生意经”》
- 5、中国能源报 姚金楠 《新能源“路条”交易为何屡禁不止？》
- 6、财新传媒 范若虹 《电费窟窿是怎样产生的》
- 7、财经杂志 江帆/徐沛宇 《欧美重估中国光伏》
- 8、能见科技 周夫荣 《专访中科院院士何祚麻：新型储能中我最看好光热发电》
- 9、中国经济周刊 谢玮 《光伏“大时代”》
- 10、中央电视台 张伟 《白鹤滩水电站全部机组投产 世界最大清洁能源走廊建成》

“年度十大绿色能源品牌”获奖名单：

- 1、通威集团有限公司
- 2、晶澳太阳能有限公司
- 3、新疆金风科技股份有限公司
- 4、隆基绿能科技股份有限公司

- 5、锦浪科技股份有限公司
- 6、华为数字能源技术有限公司
- 7、协鑫能源科技股份有限公司
- 8、阳光电源股份有限公司
- 9、江苏中信博新能源科技股份有限公司
- 10、三一重能股份有限公司

"年度绿色传播贡献奖"获奖名单：

- 1、《风能》杂志
- 2、绿色和平(Greenpeace)

"年度优秀绿色传播案例奖"获奖名单：

- 1、隆基绿能科技股份有限公司 "中国硅太阳能电池转换效率达26.81%创造新世界纪录"系列传播
- 2、固德威技术股份有限公司 小固IP形象及周边衍生品
- 3、天合光能股份有限公司 "清洁能源多一小时"倡议活动

原文地址：http://www.china-nengyuan.com/exhibition/exhibition_news_192322.html