

内蒙古电力(集团)有限责任公司 品牌建设行动方案(2025-2027年)(摘要)

编者按:

品牌是企业核心竞争力的重要组成部分,是行业、区域乃至国家总体实力的综合体现。集团公司作为自治区能源电力领域的骨干企业,肩负着保障能源安全、服务地方经济、推动绿色转型的重要使命。面对新一轮科技革命和产业变革,市场对能源企业的品牌形象、产品服务质量、创新能力等提出了更高要求。集团公司紧紧锚定“1469”战略目标,加强品牌建设,以品牌引领和推动企业高质量发展,为集团公司进军中国企业200强,建设世界一流现代化能源服务企业奠定坚实基础。

指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神,深入落实习近平总书记对内蒙古重要指示精神,紧扣铸牢中华民族共同体意识工作主线,立足新发展阶段,以推动高质量发展及构建新型电力系统为主题,以服务国家“双碳”战略和自治区能源绿色低碳转型为使命,在“1469”中长期发展战略和“1435”党建工作体系的引领下,大力实施品牌战略,优化品牌建设路径,着力提升品牌管理水平,推动构建“党建引领、品牌赋能、创新驱动、责任担当”的品牌建设体系,全面提升“内蒙古电力集团”品牌价值和影响力。

总体要求

● 坚持党的领导与服务社会深度融合。全面发挥集团公司党委在品牌建设中的引领作用,切实将党的领导贯穿于品牌建设全过程,积极主动履行国有企业政治、经济、社会责任,全力保障电力安全稳定供应,服务自治区经济社会高质量发展,以优质服务满足人民美好生活需要。

● 坚持战略规划与分类实施协同发力。将品牌建设作为集团公司“十五五”规划6大战略单元(电网主业为核心,储能、数字、金融、国际、能源服务五个战略单元为支撑)业务发展的核心组成部分,同步实施、一体化推进,融入生产经营各层面、全过程,形成横向协同、纵向贯通的工作格局,推动品牌建设有效落地。

基本原则

● 坚持对标一流与差异化品牌紧密结合。对标世界一流能源服务企业的品牌建设经验,丰富品牌创建要素,推进实现全方位品牌化,学习先进理念、内容、流程和工具方法。针对不同业务板块和区域特点,突出内蒙古新能源发展优势与民族文化特色,输出差异化的品牌成果,不断完善集团公司品牌建设体系。

● 坚持价值驱动与管理提升协同推进。严格遵循市场运行规律,增强品牌价值创造能力,推动品牌内在价值与市场价值同步提升。深入贯彻全面品牌管理理念,持续优化品牌管理体系,不断提升管理效能与质量水平。

总体目标

践行绿色低碳发展理念,不断带动上下游转型升级、提质增效,使绿色清洁成为企业鲜明的品牌底色。加快建设新型电力系统,不断营造良好品牌生态。持续优化品牌建设路径,以品牌为载体凝聚思想共识、推动价值共创、激发情感共鸣,品牌影响力和核心竞争力持续增强,将“内蒙古电力集团”打造成为全国知名品牌。

工作目标

2025年,组建品牌建设领导机构,建立品牌建设机制,初步建成品牌管理体系。开展品牌课题研究,构建公司品牌理念(品牌核心价值、品牌定位、品牌形象),制定并发布适应公司发展的品牌架构。在梳理归纳公司现有品牌的基础上,形成各要素(服务品牌、产品品牌、工程/技术品牌、党建品牌、文化品牌、责任品牌等)“品牌种子”培育清单,全员品牌意识显著提升。

2026年,品牌管理与运营机制全面运行。品牌建设与服务融合取得初步成效,培育打造新型电力系统示范区品牌、服务品牌、数字产品品牌、创新品牌、党建品牌、乡村振兴品牌等一批具有行业内知名度和美誉度的细分领域优势品牌,构建“母品牌+子品牌+要素品牌”协同发展、同向发力、各具特色的新局面。

2027年,品牌管理体系成熟运行。品牌建设与业务融合取得明显成效,品牌试点示范作用发挥明显,成功培育一批“影响力广、竞争力强”的蒙电特色子品牌。将“内蒙古电力集团”打造成为全国能源服务企业形象的重要名片,在全国能源行业的品牌影响力显著提升,探索品牌国际化发展,品牌价值实现稳步增长。

实施阶段

第一阶段:启动与规划阶段(2025年3月-2025年6月)

建立健全品牌建设组织架构,明确各部门职责分工,建立品牌建设工作协调机制。制定《内蒙古电力集团品牌建设行动方案》,明确品牌建设的总体目标、阶段目标、重点任务和保障措施。全面收集各分子公司品牌建设清单,编制发布品牌架构图。

依托企业发展与改革重要课题开展品牌调研与诊断,通过问卷调查、访谈、市场分析等方式,全面了解集团公司品牌现状、市场认知度、客户满意度等情况。

第二阶段:体系建设与基础夯实阶段(2025年7月-2025年12月)

完善品牌管理体系,制定品牌管理制度和工作流程。将品牌理念贯穿于生产经营、电力工程、市场营销、客户服务等各个环节,完成品牌课题研究工作,构建发布品牌理念,明确品牌核心价值、品牌定位、品牌形象,发挥品牌认同、指引品牌建设、推动品牌与业务融合。

第三阶段:试点示范与宣传推广阶段(2026年1月-2026年12月)

统一集团公司品牌形象标识,规范品牌应用标准。推进品牌创新,开展品牌创新项目申报和实施工作,培育品牌创新成果,提升品牌创新力和竞争力。依托试点单位组织开展品牌主题活动,加强品牌传播渠道建设,拓展媒体合作资源。全面实施品牌传播策略,整合线上线下传播渠道,开展品牌宣传报道、新媒体运营、行业活动等工作,提高品牌传播效果。开展品牌国际化推广工作,积极参与国际能源合作与交流活动,提升集团公司品牌在国际市场的知名度和影响力。

第四阶段:巩固深化与成果总结阶段(2027年1月-2027年12月)

对品牌建设工作进行全面总结,表彰品牌建设先进单位和个人,持续优化品牌建设工作,巩固品牌建设成果,进一步提升品牌知名度、美誉度和忠诚度。推广品牌建设和经验和模式,为自治区国有企业品牌建设提供借鉴和参考。

重点举措

强化品牌战略引领

● 实施战略协同。融合集团公司“1469”中长期发展战略、“1435”党建工作体系、“蒙电方略”文化体系的核心内涵,将品牌建设融入集团公司发展战略,构建公司品牌理念(品牌核心价值、品牌定位、品牌形象)。

● 深化品牌课题研究。加强品牌理论和政策研究,夯实品牌建设基础,开展品牌与业务融合、成长性品牌培育、品牌

价值评估与品牌资产管理等课题研究,积极推动理论研究成果的有效应用。

● 开展品牌发展诊断。针对集团公司品牌现状进行调研,开展品牌对标提升,借鉴国内品牌领先企业做法,吸收先进管理经验,查找问题不足,明确完善品牌建设的方向和举措。广泛收集各分子公司品牌信息,规划构建“母品牌+子品牌+要素品牌”品牌架构。

提升品牌运营能力

● 构建品牌管理体系。全面实施品牌战略,构建公司品牌管理体系,深化品牌建设与服务业务融合,制定包括品牌创建、品牌运营、品牌推广等全生命周期的品牌管理办法,明确品牌建设责任和工作流程。

● 加强品牌保护与资产管理。建立健全品牌保护机制,加强商标、专

利、域名等知识产权保护,监测品牌舆情,及时应对品牌危机,制定品牌危机应急预案,维护品牌声誉,强化品牌资产运营管理。

● 开展品牌优化评估。根据市场变化、行业发展趋势、客户需求,及时评估品牌建设现状,优化调整品牌战略定位和品牌传播策略,推动品牌持续升级。

推进品牌质量提升

● 丰富品牌创建要素。从子品牌、服务、产品、工程技术、文化、社会责任等层面,提炼品牌内涵,推动品牌向多样化和高质量发展转型升级。保障能源供应安全,服务自治区经济社会和绿色低碳发展。

● 驱动品牌创新发展。借鉴国网、南网等世界一流企业的先进做法,深入实施创新驱动发展战略,鼓励和支持各单位开展品牌创新实践,加强科技创新、管理创新和品牌创新的联动,将创新成果转化为品牌优势,推动创新成果向品牌化转变。

● 强化品牌支撑能力。加强经研公司品牌支撑能力建设,打造对品牌建设的规划、塑造、运营、传播、保护、评价等全链条支撑能力,推动品牌战略落地见效。明晰品牌管理主管部门职责界面,保障公司品牌建设工作扎实落地。

● 加强专业人才培养。加强品牌建设人才培养和使用,加快建立一支素质高、专业精、能力强的品牌人才队伍。深化与有行业影响力的品牌管理咨询机构合作,推进公司品牌智库建设,形成品牌建设的内外合力。

加强品牌宣传推广

● 创新品牌传播。制定和推进实施品牌传播年度计划和专项方案,用好全媒体传播渠道,为多元受众提供精准、丰富、高品质的品牌传播内容,提升品牌知名度、美誉度和影响力。

● 丰富品牌文化。推动集团公司企业文化与品牌建设有机结合,挖掘凝练企业历史传承、红色基因、工匠精神和企业家精神,丰富品牌文化内涵。鼓励有条件的分子公司加强品牌与文化艺术的跨界融合,开发蒙电特色文创品牌产品,展现品牌

活力。

● 加强品牌识别。统一品牌标识、宣传语和视觉形象,规范品牌在各类场景中的应用,提升品牌形象化规范化和标准化管理水平。

● 开展品牌宣贯。制作品牌建设宣贯课件和宣传手册,提升全员品牌意识,将员工培养成为业务领域“品牌形象大使”,使加强品牌建设成为全员的思想自觉和行为自觉。

探索品牌国际化发展

● 提升品牌国际化运营能力。重点开拓蒙古国等国际市场,积极参与国际能源合作项目,通过技术输出、工程建设等方

式,提升蒙电品牌在国际市场的知名度和影响力。加强国际目标市场商标管理体系和政策法规研究,开展国际商标注册。

(来源:集团公司企业管理部)



图片:李顺鹏 摄