



国家能源集团
CHN ENERGY

国能(天津)港务有限责任公司
CHNENERGY (Tianjin) Port Co., Ltd.

国能(天津)港务有限责任公司

品牌手册

BRAND MANUAL



序言

2022 年初，国家能源集团（以下简称“集团公司”）正式发布了 RISE 品牌战略，为品牌发展绘制了清晰的蓝图。该战略明确了至 2035 年品牌建设的具体奋斗目标和要求，吹响了加快将“国家能源集团”品牌做大做强做优做久的号角，也为各子分公司品牌工作提出了新目标、新任务、新要求。

为贯彻落实集团公司 RISE 品牌战略建设要求，更加科学规范地推进品牌项目，结合国能（天津）港务有限责任公司（以下简称“天津港务”）发展实际，公司编制《国能天津港务公司品牌手册》（以下简称“手册”）。《手册》系统地梳理了公司的品牌理念体系，构建了坚实的品牌架构，精心策划了品牌传播策略，致力于培养深厚的品牌意识，展示公司的优势品牌，并在品牌传播方面发挥关键性的推动作用，力求实现品牌工作的科学化、规范化和高效化，以确保品牌价值的最大化。

品牌建设是一项深远且需持久投入的系统工作，其稳固的基石在于公司各部门的卓越品牌实践。公司殷切期望每个人能够凝聚共识，将 RISE 品牌的核心价值融入企业运营的每一环节，以品牌化战略引领主营业务，精心培育国能天津港务二期工程、国内首个高效智能煤炭铁海转运直装工艺、清车底煤不落地绿色环保工艺、“14354”承包商安全管理体系、“津港维保”设备管理体系、“125”QC 管理法、“阳光”安全文化等不同维度的优势要素品牌。通过持续强化品牌的内在力量与发展基础，我们携手共进，共同迈向构建世界一流品牌的辉煌目标，为公司的长远发展贡献我们的智慧和力量。

目录

01 国家能源集团 RISE 品牌战略概述 06

国家能源集团简介	07
国家能源集团 RISE 品牌战略	08

02 公司品牌概况 10

公司简介	10
品牌战略	12
品牌理念	14

03 公司品牌架构 20

04 公司优势子品牌展示 22

项目品牌——国能天津港务二期工程	23
技术品牌——国内首个高效智能煤炭铁海转运直装工艺	24
技术品牌——清车底煤不落地绿色环保工艺	26
管理品牌——“14354”承包商安全管理体系	28
管理品牌——“津港维保”设备管理体系	30
管理品牌——“125”QC 管理法	32
文化品牌——“阳光”安全文化	34

05 公司品牌传播 19

刷新认知阶段（2024 年）	36
理念认同阶段（2025 年）	38
理念认可阶段（2026 年）	40

06 品牌保障机制 42

加强组织领导	42
强化制度建设	42
优化人员配置	42

产业分布省区全国

31 ↑

产业分布国家和地区

10 ↑

RISE国家能源集团 品牌战略概述

国家能源集团简介

国家能源投资集团有限责任公司于 2017 年 11 月 28 日正式挂牌成立，是经党中央、国务院批准，由中国国电集团公司和神华集团有限责任公司联合重组而成的中央骨干能源企业，是集央企联合重组、国有资本投资公司改革、创建世界一流示范企业、国有企业公司治理示范企业“四个试点”于一身的中央企业，拥有煤炭、电力、运输、化工等全产业链业务，产业分布在全国 31 个省区市以及美国、加拿大等 10 多个国家和地区，是全球规模最大的煤炭生产公司、火力发电公司、风力发电公司和煤制油煤化工公司。

全球规模最大的

•煤炭生产公司 •火力发电公司 •风力发电公司 •煤制油煤化工公司

国家能源集团 RISE 品牌战略

立足新发展阶段，国家能源集团创新提出 RISE 品牌战略，推动化石能源清洁化、清洁能源规模化、能源供应智慧化，以可持续方式提供可持续能源，打造全球可持续能源典范，铸就世界一流品牌。RISE 锚定国家能源集团品牌内涵 4 个关键词为改革创新 (Revolutionary)、一体化 (Integrative)、可持续 (Sustainable)、平等共享 (Equal)，构成了国家能源集团品牌战略的根基。RISE 全面回答了国家能源集团品牌“从何而来”“因何而强”“奔何而去”“靠何而立”的问题。RISE 品牌战略形成了以打造世界一流品牌为目标，全面兼顾各利益相关方需求，综合考虑经济、环境、社会等因素的口号、定位、愿景、主张与个性。厘清了国家能源集团品牌快速崛起、实现长远可持续发展的内生逻辑。同时，通过大力实施理念立品、管理树品、融合铸品、传播响品、保障促品五项 RISE 品牌工程提出明确的目标规划，促进 RISE 品牌战略落地生效。

RISE

国家能源——不断前进的**动力**
China Energy -- Driving force for constant progress



国家能源集团
CHN ENERGY

集团公司 RISE 品牌战略



公司品牌概况

公司简介

公司成立于2004年4月28日，是由中国神华能源股份有限公司控股，与天津港股份有限公司合资成立的有限责任公司。坐落于天津港南疆港区东部，主要负责集团自有煤炭的卸车、储存和装船，同时兼营矿石装车物流业务。公司拥有3个专业化煤炭生产泊位，码头岸线长890米，堆场面积42万平方米，最大堆存能力达到144万吨，公司配备有先进的翻车机、堆取料机、装船机、皮带机等大型专业设备，形成了完善的物流体系，具有强大的作业能力，多年来始终高效完成年度生产任务。同时，公司注重“软硬兼修”，大力投入技术创新和研发，成功开发了高效智能煤炭铁海转运直装工艺和柔性生产智能管控系统，开创了国内散料行业流程智能化控制的先河，有效为各级生产参与人员提供直观、准确的决策辅助，进一步提升公司的作业效率和竞争力。未来将以推动散料码头生产模式和运维模式变革为总体定位，着力打造亿吨级港口企业，致力于为京津冀协同发展提供可靠助力。

码头岸线长

890 米

堆场面积

42 万平方米

最大堆存能力达到

144 万吨

品牌战略

以“CE·HOPE”作为天津港务全新的品牌战略名称，公司作为集团能源运输板块的重要支撑，品牌工作紧紧围绕国家能源集团品牌战略开展，以“希望”作为品牌精神的基石，通过激发和传递希望之动力，营造积极向上、创新突破、责任担当、持续成长的品牌形象，携手利益相关方共同创造一个充满希望和美好未来的世界。

品牌战略模型以“幸运草”为参考，包含两层含义：

1 喜逢发展新机遇

习近平总书记视察黄骅港重要讲话精神为港口发展提供了难得的历史机遇，国家能源集团“136”发展战略为天津港务高质量发展指明了方向和路径。

2 幸福是我们的选择

天津港务抢抓历史机遇，主动担当二次创业重任，通过自我重塑为国家、集团公司创造更大更多价值，为员工构建幸福美好生活。



“CE·HOPE”品牌阐释

H—Hub

中文内涵描述为“枢纽”，鲜明指出天津港务服务国家能源集团一体化运输、担当北煤联运重要通道枢纽的定位。
主题色—红：象征着生机、光明与变革，彰显天津港务不断革新，打造世界一流港口的热忱与勇气。

O—Outstanding

中文内涵描述为“杰出的”，彰显天津港务在能源运输行业表现出色，致力于打造世界一流的港口运输企业。
主题色—橙：象征着活力、创造力，也被视为繁荣与好运的颜色，代表天津港务人守正创新，以“敢想、敢干、敢拼”的精神面貌，不断追求卓越。

P—Professional

中文内涵描述为“专业的”，体现天津港务在货物装卸、港口运营等方面具备高度的专业技能和丰富经验，高效完成集团各项任务。
主题色—绿：象征着希望、环保与可持续，凸显天津港务坚持绿色运输、打造绿色港口。

E—Efficient

中文内涵描述为“高效能的”，代表公司高效率、高效益的发展主张和强大动能。
主题色—蓝色：与天空、海洋紧密相连，在文化中有稳定、可靠的内涵，表达天津港口稳步推进智慧绿色高效港口发展，让海港更蓝、天空更蓝，共创美好生活。

品牌理念

品牌愿景

建成世界一流的
数智化零碳港口

内涵描述

“建成世界一流的数智化零碳港口”这一品牌愿景赋予了天津港务品牌精神信念和宏大追求，为品牌的发展明确了方向。

“世界一流”明确了天津港务品牌发展的高度和远度，阐明天津港务不局限于集团、行业、国内，而是放眼世界、走向国际、对标世界一流港口的宏大决心；同时彰显公司积极响应中央“加快建设世界一流企业”号召的使命担当。

“数智化”展现了天津港务品牌核心特色，“数智化”是企业发展的解题思路和精准打法，其可再细分为“数字化”与“智能化”，是天津港务建成技术先进“零碳港口”的有力手段和支撑，也是现阶段天津港务高效能作业运行、企业高质量发展并持续盈利的保障和底气。

“零碳港口”极具指向性地明确“我要成为谁”的问题，是指引天津港务前行的灯塔，又是天津港务始终坚持的发展愿景。



品牌定位

区域经济推动者
能源运输守护者
绿智港口先行者

内涵描述

三层定位层层递进，合力描绘出天津港务在区域发展、能源运输、港口建设领域的品牌形象，彰显公司的品牌实力。

天津港务坐落于天津市滨海新区，是国家能源集团的第二个自有煤炭出海口，也是天津港口建设的重要参与者。天津港务通过深入推进二期项目工程建设，助力国家能源集团高质量运输，同时将自身发展融入天津市区域规划，以国能之动力推动天津港口发展，实现公司与区域经济共同繁荣；同时，作为京津冀地区的重要海上门户，天津港务通过港口业务繁荣，推动京津冀协同发展。

天津港务作为一个可信赖的能源运输枢纽，提供稳定、可靠、安全的运输服务，确保国家能源供应的稳定；同时，伴随公司双二期项目的开展，天津港务提高了国家能源集团一体化运营链与弹性，为更好地履行央企责任，完成国家能源运输任务提供了保障，承担着保障国家能源安全、高效运输的央企重任。

天津港务直装工艺居于国内港口领先地位，在国内散料港口行业首次提出柔性生产管控理念并进行系统开发实现全流程自动化排产，国际上首次提出基于北斗定位的散货船实时精准六面水尺测量法形成装船机智能作业系统，国家能源集团自有港口和天津港区域内首个实现全部作业泊位高低压岸电双全覆盖，定位为绿色智能港口的先行者和创新者。

品牌口号

传递希望 链接世界

内涵描述

品牌口号“传递希望 链接世界”蕴含深远的意义和愿景，准确地概括天津港务的核心价值和服务宗旨。

“传递希望”体现了天津港务对于集团、行业和社会的积极态度和深远影响。

“链接世界”体现了天津港务全球化发展的视野和开放的态度。公司积极推动双二期项目建设，拓宽业务布局，让公司更好地链接更多利益相关方，稳步提升公司品牌影响力，最终为构建更加美好的世界贡献力量。

服务集团一体化发展的希望：天津港务高效完成集团运输任务，承担着保障国家能源安全的央企重任。

推动港口绿色智慧发展的希望：天津港务不断推动技术创新和管理模式创新，推动港口向更加绿色、智能方向发展。

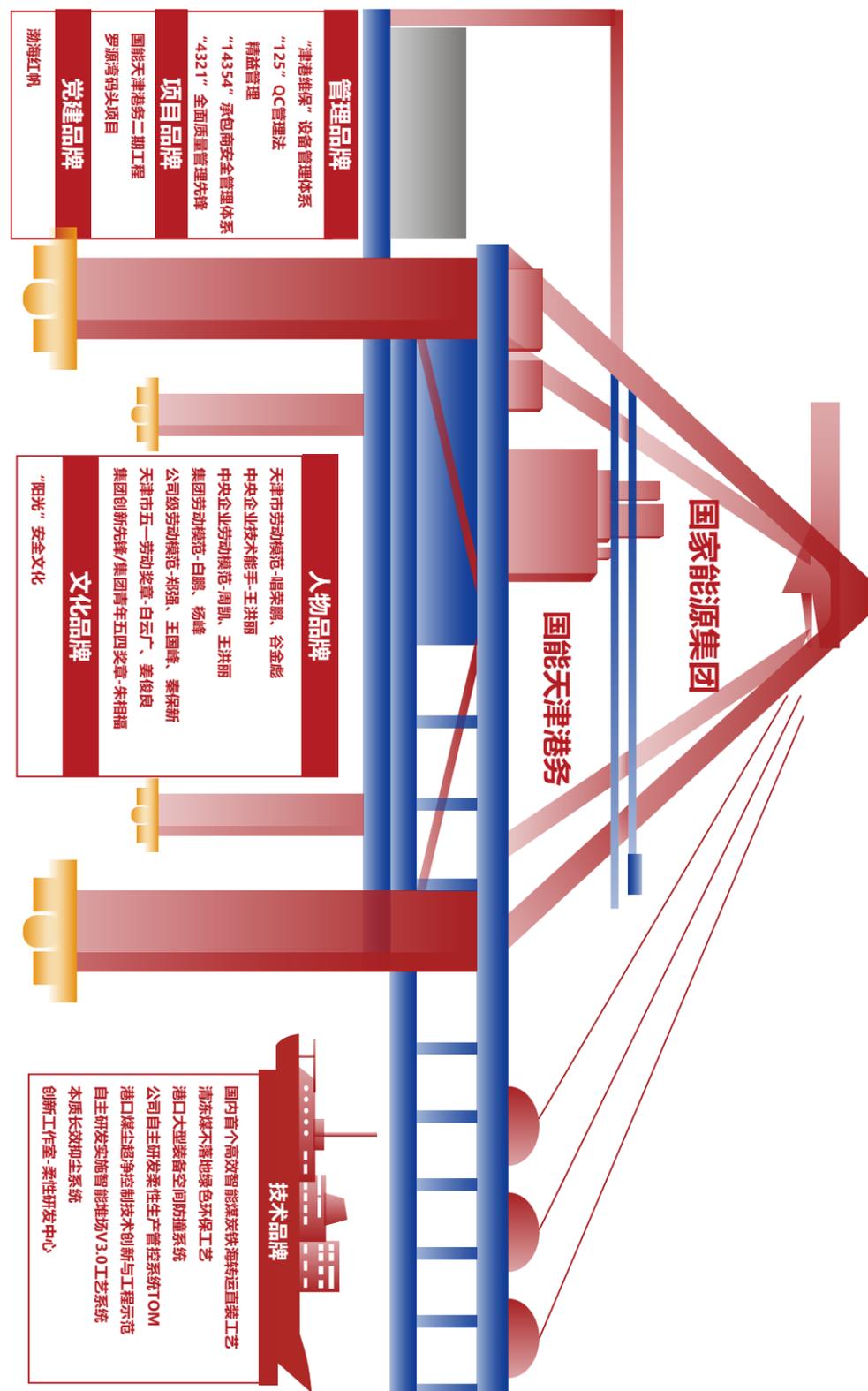
承担起社会美好发展的希望：天津港务积极履行社会责任，通过实际行动传递对社会的关爱和担当，为社会带来更多正能量和希望。

公司品牌架构

根据国家能源集团“一主多元”品牌大厦规定，按照五级品牌架构，结合公司自身业务特色，在“一主多元”品牌大厦找到对应品牌位置，公司品牌架构与主营业务的装船机形象融合，色彩上使用国家能源集团代表色红色与象征海港的蓝色相搭配，搭建“能源输送型”品牌架构。从底层的要素品牌出发，自下而上逐级反哺。

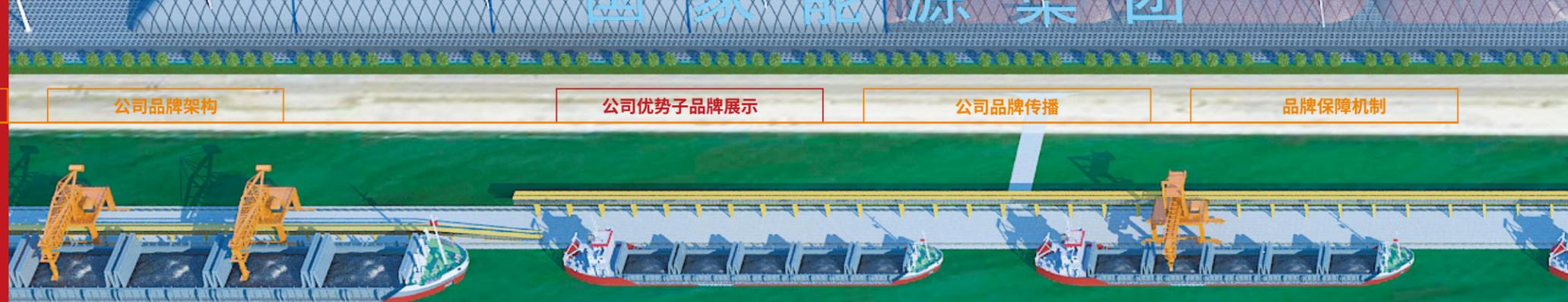
支撑“国能天津港务”公司品牌
促进国家能源集团品牌不断“RISE”

天津港务“能源输送型”品牌架构



公司优势子品牌展示

培育示范要素品牌，是落实国家能源集团 RISE 品牌战略的要求，推动技术、重大项目、文化等要素全面品牌化，是创建公司品牌亮点、助力公司品牌发展的关键一环；也是在利益相关方心智中塑造、传递公司品牌形象，强化国家能源集团“全球可持续能源典范”形象的重要手段。公司遴选出项目品牌“国能天津港务二期工程”，技术品牌“国内首个高效智能煤炭铁海转运直装工艺”“清车底煤不落地绿色环保工艺”，管理品牌“14354”承包商安全管理体系、“津港维保”设备管理体系、“125”QC 管理法，文化品牌“阳光”安全文化作为首批优势子品牌，按照集团公司“一品牌、一画像、一照片、一金句”的标准进行形象塑造与整体提升，有效发挥子品牌合力，为天津港务公司品牌建设提供强大助力。



项目品牌 国能天津港务二期工程

品牌金句 启航未来 发展共融

品牌画像

国能天津港务二期项目的建设对于保障国家能源供应具有重要意义。项目工程选址天津港南疆港区，专注于煤炭的储存和装卸服务，同时兼营矿石装车物流业务。项目通过新建 3 个 7 万吨级煤炭装船泊位和 1 个 20 万吨级铁矿石卸船泊位，将极大提升天津港的装卸能力，满足沿海地区对煤炭的增长需求。项目的建成将进一步提升天津港作为西北地区煤炭运往上海、江苏、福建等地的重要港口地位，展现在推动区域经济发展和响应国家能源战略中的积极作用。

二期项目的建设是公司长期发展理念的具体体现，不仅能够将运力提高一倍，从而满足沿海地区对煤炭的增长需求，支持“北煤南运”战略的实施，更是公司通过自主研发的智慧港口建设，提高作业效率和安全性，减少人力成本，推动港口运营向自动化、智能化发展的经营理念的集中体现，体现了公司对国家能源安全、区域经济发展、绿色创新、智能化升级及服务国家战略的长期发展理念的坚持和实践。

新建 1 个铁矿石卸船泊位

20 万吨级

新建 3 个煤炭装船泊位

7 万吨级

定位目标误差小于

10 米

物料重量误差小于

5%

技术品牌 国内首个高效智能煤炭铁海转运直装工艺



品牌金句

铁海联运无缝衔接
能源运输智慧典范



品牌画像

天津港务的高效智能煤炭铁海转运直装技术是国内首个高效智能煤炭铁海转运直装工艺，该工艺突破了传统业务流程的束缚，在港口作业节能、提效、环保等方面成效显著，对减少空载时间浪费、提高流程生产效率、提高设备有效利用率和完好率具有重要意义。

传统的煤炭下水港口作业工艺分为“卸车—转运—堆料”和“取料—转运—装船”两个部分，该工艺打破传统火车翻卸至堆场—料堆取装至船舶的工艺模式，推动作业工艺由“翻—堆—取—装”向“翻—装高效直达”转变；并配以国内首个秒级皮带料流追踪和路径在线切换方法，可实现皮带位置精确检测、料流精确追踪、流程路径智能启停、工作任务在线切换等功能，结合实际生产工艺流程，预计定位目标误差小于 10 米，物料重量误差小于 5%。自列车卸煤经皮带机直接输送到达码头，通过装船机实现装船作业，实现“铁海联运”无缝衔接。

技术
品牌

清车底煤不落地绿色环保工艺



品牌金句 清车底煤不落地 绿港行动无痕迹



品牌画像

清车底煤不落地绿色环保工艺采用了吨袋架与吨袋相结合，并配合手推车的方式完成卸煤作业流程，清煤工将车内余煤通过车厢门直接装入吨袋，再使用设备将满载的吨袋有序码放让场地重现整洁。

专门为返装作业设计的旋转式皮带机，在机械的配合下将吨袋中的煤炭通过火车原地返装，解决了煤炭运输环节最后一公里的落地问题。此外，为确保余煤不落地项目的顺利进行，公司对清煤场地进行了彻底的整修，吨袋存储配合皮带机返装的作业方式是行业内的首次应用，实现了真正的余煤不落地完整作业模式，标志着清煤作业进入了全新的绿色时代，实现了蓝天、碧水、净土的环保目标。



蓝天

碧水

净土



管理品牌

“14354” 承包商安全管理体系



品牌金句 遵循“14354” 践行安全每一步



品牌画像

天津港务全面贯彻安全发展理念，以安全发展助力企业发展，深入推进承包商“14354”一体化建设，为公司“二次创业”筑好承包商队伍这块基石。1即遵循一个原则：生产组织一体化，管理标准无差别；4即达成四个一致：理念一致、目标一致、行动一致、文化一致；3即严把三关九个环节：前期关（包括需求调研、招标阶段、评标阶段）、履行关（包括合同谈判、执行、过程管控）、评价关（包括考核、付款、评价）；5即做到五个相同：同管理、同标准、同执行、同考核、同成长；4即打造四型基地：价值基地、人才基地、创新基地、幸福基地。

1

4

3

5

4

遵循
一个原则

达成
四个一致

严把
三关九个环节

做到
五个相同

打造
四型基地

管理品牌

“津港维保”设备管理体系



品牌金句 护设备长久稳定 为生产保驾护航



品牌画像

日常工作中，公司注重设备的状态持续性评估及换新保养。对翻车机主体及附属设备、地坑廊道皮带机、堆料机、取料机生产设备更新及供电系统开展更新改造提升项目与科技创新项目。

方法上，通过“三检四修五评价”的设备管理运维方法，全面搭建设备全生命周期管理系统，以设备“三检”为发力点，提高设备运行稳定性；以设备“四修”管理为切入点，提升设备检维修效率；以设备“五评价”管理为抓手，推动设备管理能力提升，在保证生产效率的同时实现大机设备的智能状态诊断与实时运营维护，保障生产安全，追求卓越高效。

管理上，统筹制定设备管理规范，提升设备维护、维修、管理标准，对设备运行、维护保养及使用提供有效监督和指导。重点对《设备检查、维修、保养规程汇编》《设备安全操作规程》等关键制度进行修订和完善。

三检

四修

五评价

管理品牌

“125” QC 管理法



品牌金句 一融二通五举措 QC 管理勇争先



品牌画像

为高效推动 QC 管理，天津港务创新管理模式，打造“125”QC 管理法，1 融合即 QC 与科技创新相结合，利用先进科技优化 QC 流程，为 QC 管理带来更多可能性。2 通道即打通内部与外部通道，内部各部门之间高效协同，确保信息的快速传递和决策的及时执行；外部加强与政府、兄弟单位、供应商等利益相关方的关系，推动 QC 管理更好服务实际需求。5 举措即组织推动、内外部交流、人才培养、专业辅导、专项奖励，组织推动是关键，公司领导层高度重视 QC 管理，鼓励员工广泛参与内外部交流，以此获取更多的先进经验；同时重视培养 QC 人才，以专业辅导和专项奖励，鼓励员工努力提升专业技能，实现个人成长。

1 融合

QC 与科技创新相融合

2 通道

内部通道

外部通道

5 举措

组织推动

内外部交流

人才培养

专业辅导

专项奖励

文化品牌 “阳光” 安全文化

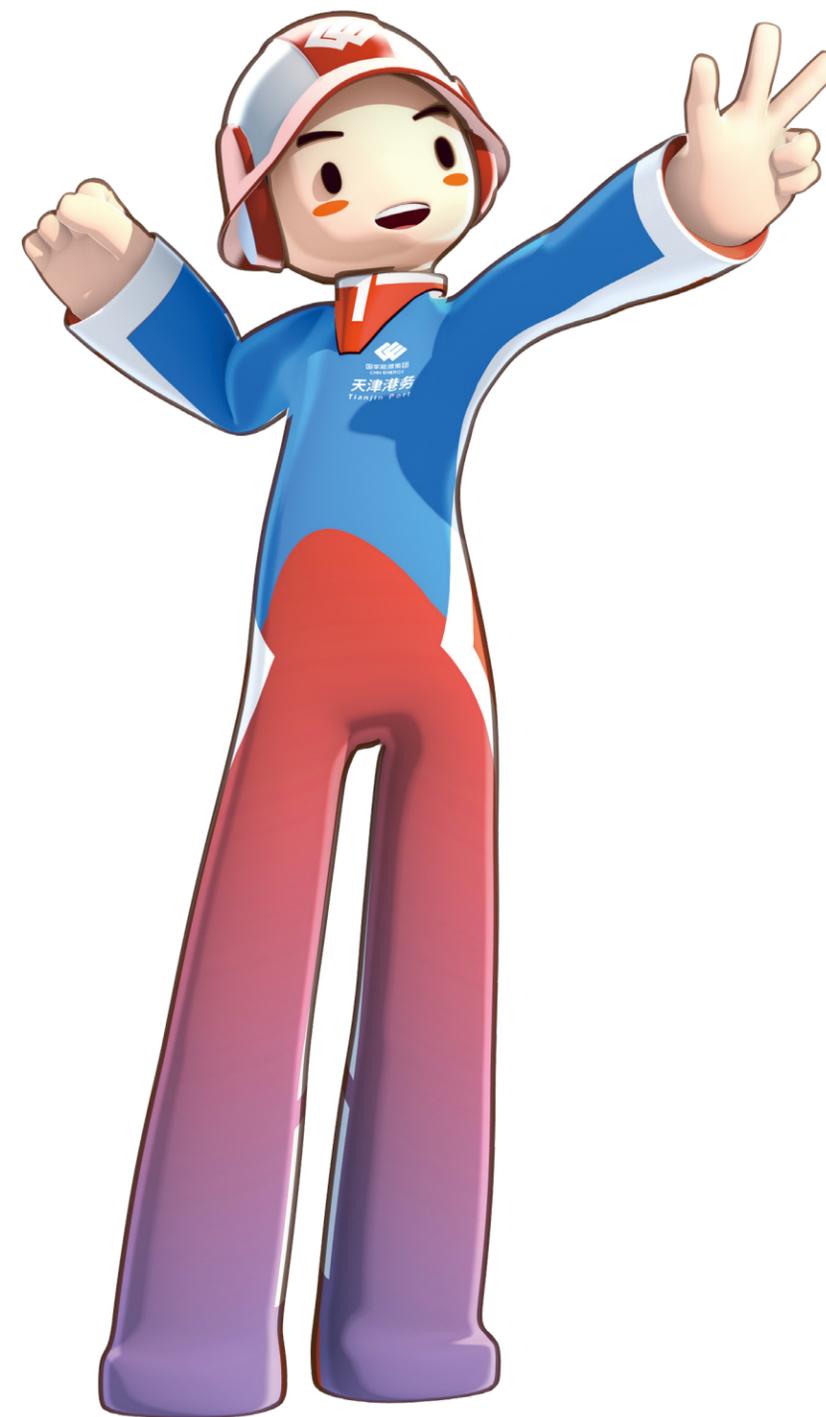
品牌金句 阳光相伴，安全守护

品牌画像

为深入贯彻国家能源集团 RISE 品牌战略，发扬“实干 奉献 创新 争先”的企业精神，公司立足自身特色，打造“阳光”安全文化体系，同时结合公司品牌引领行动对安全管理子品牌建设规划，着力打造“阳光”安全文化子品牌。

公司经过对各项安全工作，逐步构建“阳光”安全文化体系，从“阳光的寓意”“阳光安全的特质”等方面向全体干部员工、外委单位人员开展“我心中的‘阳光’安全”意见征集，得到了最具认可度的“考核公正、管理透明、真诚团结、健康向上”核心内涵。

结合核心内涵，公司设计“阳光”安全 IP 形象 - 国能小安，作为公司安健环宣传的“形象大使”，国能小安 IP 形象广泛使用于公司的安健环工作宣传中，同时还用于制作安全管理标准动画视频，提升公司对外形象，丰富公司安全教育培训资源。



阳光



公司品牌传播

实施“持续突破 铸就卓著”品牌传播三年计划，明确天津港务公司品牌推广重点任务，分阶段稳步实施，打响公司品牌知名度，不断刷新公众对天津港务的新认知，促进公众对公司的认可，营造良好口碑，成为贡献集团公司世界一流品牌形象塑造的重要参与者。

2024

刷新认知阶段

打响天津港务品牌，提升公众对天津港务公司的认知，提升品牌知晓度。

策划品牌开放日活动

策划开展品牌开放日活动，邀请利益相关方共同见证公司品牌战略发布，并通过实地参观翻车机房、堆场、码头、创新工作室等区域，为社会各界了解天津港务的建设成果提供窗口与契机。同时关注品牌价值提升，广泛参与外部权威机构举办的品牌价值评估活动，增加天津港务品牌曝光度，提升行业影响力。

深化品牌理念宣贯

在公司内部设置品牌宣传栏、宣传展板等，展示品牌建设成果，包括品牌理念、品牌架构、优势子品牌、优秀品牌故事等。同时深化品牌战略宣贯工作，可在支部“三会一课”、部门工作例会中增加品牌理念学习，营造“人人懂得品牌、人人建设品牌、人人都是品牌”的品牌文化氛围。

优化传播资源渠道

整合传播渠道，重视公司官网、官方微信公众号等平台的常态化更新，将公司的品牌口号植入传播过程中，在利益相关方中形成鲜明、正向的品牌形象。同时，梳理公司外部媒体资源，与媒体记者保持良好沟通，适时更新媒体资源清单。

开展首期品牌培训

开展品牌培训工作，讲授品牌规划、品牌塑造、品牌推广、品牌维护等课程，帮助员工理解品牌的价值和意义，通过品牌宣贯、知识产权法律法规的普及、知识产权管理制度的培训、技术创新方法的分享，提升品牌意识，使员工在日常工作中自觉维护和传播品牌，形成人人塑造品牌、人人维护品牌的品牌建设氛围。

开展首批品牌故事征集

以品牌发展历程为核心，组织开展“港务之声 品牌之路”品牌故事创作活动，组织公司员工通过文学作品、短视频、手绘画、诗歌朗诵等形式讲述品牌故事，激发员工参与热情，不断丰富天津港务品牌故事库，为公司品牌故事提供鲜活案例。同时，积极参与外部权威机构开展的品牌故事大赛，讲好天津港务故事，输出天津港务品牌声音。

2025

理念认同阶段

坚定不移地策划优质的传播活动，结合实时热点创意，以系统化和专业化的方式，有效扩大品牌的传播规模，不断提升天津港务品牌的知名度和影响力，为天津港务品牌的长期繁荣贡献力量。

搭建品牌传播矩阵

规划和利用各类传播资源，拓宽内外部传播渠道，完善视频号、抖音等传播矩阵，优化传播内容，满足全方位、多层次、精准化的宣传需求，提高品牌曝光率和知名度。

建立品牌专业队伍

通过明确品牌人才选拔标准，制定品牌人才培养计划，加强内部品牌培训，建立品牌人才激励机制，加强品牌人才团队建设等系列举措，逐步建立起一支具备专业能力和丰富经验的品牌专业队伍，不断推动全员品牌意识提升，为天津港务品牌建设提供有力的人才保障。

“品牌焕新一周年”公众开放日活动

以品牌焕新一周年为契机，举办公众开放日活动，搭建天津港务品牌成果展厅，通过展板、短片、人员讲解等方式向社会大众讲述公司发展历程和品牌焕新策略，并设置互动打卡区，如留言墙、拍照合影区等，提升员工及利益相关方参与热情。

打造技术品牌示范基地

依托公司现有技术应用展厅，面向国家能源集团系统内单位、学生群体、合作伙伴等利益相关方开展参观、技术交流、科普教育等活动，策划设计品牌展示专区，融入新科技智慧教学功能，多维展现天津港务公司技术品牌形象，将其打造成为技术品牌示范基地和科普基地。

开展中小学生研学交流活动

根据实际情况携手天津市中小学推出“天津港务发现之旅”研学活动，通过专业技术人员科普、厂区实地参考、盖章集赞等丰富的环节，为中小学生提供一个全面的、有趣的学习机会，深入了解能源行业、港口行业发展。在活动中，积极拓展与外部环保组织的合作，共同举办环保讲座、工作坊等多元化活动，使“天津港务发现之旅”研学活动在传播知识与技能的同时，也为环境保护事业贡献一份力量。

举办文创产品创意征集活动

结合公司 IP 形象，面向公司内部开展品牌文创产品创意征集活动，如围绕 IP 形象设计书签、水杯、服饰、背包等创意产品，广泛征集员工意见，遴选出员工最喜欢的产品形式进行生产制作，以此提升员工对品牌形象的关注度、参与度，强化品牌认可度。

国能津港

2026

理念认可阶段

重视品牌建设成果总结成型，多维度提升品牌核心竞争力，提升品牌美誉度。

编写《国能天津港务品牌故事集》

以往年品牌故事征集活动为基础，定期组织品牌故事创作和评选活动，编制《国能天津港务品牌故事集》，在公司官网设置品牌故事专栏展示，并提炼形成品牌典型案例；以优秀品牌故事为素材制作宣传视频，在官方微博、微信公众号、抖音等社交平台传播，讲好天津港务品牌故事。

开展“最美港务人”人物品牌评选

在公司内部开展“最美港务人”评选，积极为人物品牌塑造提供丰富素材，同时从人物情感角度出发，对公司发展过程中涌现的优秀个人进行访谈，以新闻稿、短片等形式广泛传播，形成打动人心的优秀品牌故事，并在公司官方企业文化一栏中设置专门板块进行集中展示，并结合各类社交平台将温情故事广泛传播。

举办能源运输行业交流会

联合国家能源集团系统内单位、航运公司、合作伙伴等利益相关方举办小型的能源运输行业交流会，旨在为能源运输行业可持续发展提供经验借鉴，共同探讨绿色、安全、高效的能源运输新模式，分享企业在能源运输领域的优秀实践，推动能源运输产业向可持续的方向发展，提升天津港务品牌在行业内的影响力。

焕新天津港务品牌宣传片

结合公司二期项目发展、过往两年品牌建设成果等内容，定期进行品牌宣传片的焕新制作，直观地向公众展示企业如何推动能源转型发展、保障能源供给，通过以小见大的故事叙述，展示公司业务对普通百姓生活的细微影响，以及对整个能源行业可持续发展带来的积极改善，向利益相关方展示公司发展成果与决心，有效提高企业品牌整体形象，扩大企业知名度。

开展示范港口媒体行

根据实际情况邀请主流媒体以及具有影响力的行业博主参与示范港口媒体行活动，对媒体记者进行综合能源、散货港口等相关知识与天津港务特色实践分享，积极听取媒体记者们的意见和建议。并在体验活动结束后，由媒体记者传播自己的所见所闻、所感所悟，不断加强与媒体行业的联系与合作，借助新闻媒体与社交平台的强大传播力，进一步提升天津港务的品牌知名度和美誉度。

品牌保障机制

加强组织领导

坚持统一领导、专项研讨，统筹决策品牌工作的整体规划，以及具体品牌活动的策划、组织、实施和评价。把控品牌工作的进度安排与落实情况，统筹推动品牌建设过程中需要协助的事项，明确下一阶段的重点工作，确保各项任务有措施、可量化、能落实。

强化制度建设

大力提升品牌管理工作规范性，修订完善现有制度，并根据集团公司新发布品牌管理有关规章制度和公司发展需求出台系列品牌管理有关制度文件，逐步建立健全品牌建设制度体系，使品牌管理工作有章可循、有据可依，品牌管理流程进一步得到优化完善。

优化人员配置

加强对品牌专业人才的培养与运用，通过品牌专项培训、品牌理念宣贯等活动，提升广大员工的品牌意识和专业素养，鼓励并引导员工精确解读、广泛宣传公司品牌，营造“人人呵护品牌、人人建设品牌、人人都是品牌”的文化氛围，在全体员工的共同努力下，公司的品牌将不断焕发新的活力，成为推动公司发展的强大动力。

天津港务

增强集团一体化运营澎湃动力

全力驱动能源运输高效流转

建设零碳港口

创享美好生活

奋力开创天津港务品牌建设新局面！





传递希望 链接世界

地址:天津市滨海新区塘沽南港路6201号

电话:022 25605843

邮箱:tjmtmgs@ceic.com



扫码关注更多信息