

《讲好国网故事实现碳达峰碳中和目标》

课程名称：《讲好国网故事实现碳达峰碳中和目标》

课程性质：内训/公开课

听课学员：公司领导、管理干部、班组长、普通员工

(根据级别讲课时侧重点作调整)

教学时长：一天

【课程收益】：国家十四五规划纲要当中，明确提出了中国碳达峰、碳中和的任务目标，国网作为国民经济和能源的重要骨干企业在,在碳达峰、碳中和目标实现过程当中起到重要的作用。随着一带一路的发展，国网的很多企业在国外收购兼并。国网与世界深度融合、相互激荡，讲好国网故事，传播好中国声音，向世界展现真实、立体、全面的国网。同时，在互联网 5G 人工智能大数据的环境下，国网人全面参与到了智慧城市新基建等国家重点项目，国网人更应该以更加开放包容的心态走向市场，我们需要全社会的更多的支持和认可。因此，每一个干部和普通员工都有义务宣传国网品牌，讲好国网故事。

确保效果的培训方式

① 课程时间分配：

理论讲解 60% 重点案例 20% 课堂互动 10%

② 整个培训包括案例分析、现场解答、让学员在热烈、投入的状态中，讲授的观点简单实用，容易掌握记忆，学员

可以系统地学习相关的理念、原则和方法，可以学完就用，而且用之有效。

教学纲要：

第一部分：故事与品牌的价值和作用

1. 品牌是消费者所认知的总和
2. 品牌的核心真相：就是展示美
3. 品牌的知名度、美誉度、忠诚度
4. 品牌与传播

✓ 传统媒体的传播

✓ 微信传播

✓ 抖音短视频传播

✓ 文案传播

✓ 热点时间传播

5. 标识与品牌的关系；

6. 品牌与产品、渠道的关系

7. 品牌资产与品牌升级

案例：品牌的市场价值评估

案例：劲牌利用品牌价值进行资本扩张；

案例：品牌争夺温暖的记忆与不见硝烟的战争

第二部分：品牌融入日常工作

1. 全体员工的品牌意识

2. 国网的战略发展

3. 国网与新基建

4. 国网与人工智能

5. 国网与大数据

6. 国网与智慧城市

7. 国王与碳达峰碳中和
8. 品牌的日常传播
9. 品牌意识与服务意识
10. 口碑传播品牌入心
11. 建立品牌化的服务标准
12. 案例：海尔维修人员的要求
13. 案例：日本搬家公司的故事

第三部分：讲好国家电网的品牌故事

一、国网的品牌价值与品牌地位

- 1. 国家电网企业介绍**
- 2. 国网的品牌内涵**
- 3. 国家电网品牌价值连续多年蝉联第一**
- 4. 国网历年世界 500 强的品牌价值排名**
- 5. 2020 中国 500 最具价值的品牌排行榜，国家电网居首。**

二、国网人在国家建设中的地位

- 1. 国网人和国家休戚与共与人民心连心**
- 2. 国家电网与世界发达电网的比较**
- 3. 中国实现“西电东输、北电南输”**
- 4. 国网人在脱贫攻坚中的贡献**
- 5. 国网在抗疫中的作用**
- 6. 国网人在国家重点工程的表现**
- 7. 美国发生了六次大规模断电中国一次都没有发生过，**
- 8. 中国发电量是九连贯，而且远超第二名美国。**

三、科技革命国网人永立科技创新潮头

1. 特高压输电
2. 柔性直流输电
3. 国家电网主导了世界 54 项全部特高压的标准
4. 科技创新特高压换流阀为例突破世界垄断，
5. 张北柔性直流电网工程，创造 12 项世界第一
6. 国网近五年专利发明数
7. 国网近五年实用型专利数发明数
8. 国网有 7 个两院院士；145 人享受国务院政府津贴；
9. 第 45 届国际质量管理小组大会召开，国网拿了 25 个铂金奖，

四、碳达峰、碳中和国网人的事迹

1. 案例：新基建：北京大兴机场
2. 案例：新能源：合肥七站合一
3. 案例：互联网+智慧能源示范项目”
4. 案例：江苏能源云网大数据服务社会
5. 案例：电力，红星美凯龙北京市北五环店的光伏改造
6. 案例；电力，上海营业厅的新业务开展
7. 青岛国网调度中心 ---全国最大 5G 电网实验网建成
8. 重庆空港分布式储能与区域电网互动试点项目
9. 朱河城市多功能智慧能源综合体
10. 北京热力“新型熔盐蓄热”项目