



# 京能集团企业文化建设工作 半月谈

第四十一期

京能集团企业文化建设领导小组办公室

2023年9月

---

## □企业文化要闻

1. 践行协同理念，深化合作发展
2. 树牢合规理念，夯实企业根基

## □文化建设专题

厚植文化基因，推进品牌建设共创共赢——从“酱香拿铁”爆火说起

## □基层文化动态

1. 北京热力践行企业使命，圆满完成服贸会供热保障任务
2. 清洁能源涵养安全文化，积极履行电力可靠性管理主体责任
3. 京能置业立足“文化+营销”，举办特色媒体开放日
4. 京能信息凝聚人才力量，夯实“数字京能”智力基础
5. 京能热力弘扬工匠精神，举办职工技能比武大赛

## □企业文化要闻

1. 践行协同理念，深化合作发展。9月9日，京津冀三省市国资委第一次联席会暨深入合作研讨会在京召开。集团党委书记、董事长姜帆代表京能集团与河钢集团签署《共建绿色能源产业链合作框架协议》，双方将本着“友好合作、互惠互利、共同发展”的原则，充分发挥各自在绿色能源资源及应用场景等优势，共建绿色能源产业链。集团将进一步发挥示范作用，充分用好京津冀三省市国资委合作机制，助力协同发展走深走实。

2. 树牢合规理念，夯实企业根基。9月7日下午，京能集团召开2023年第二次合规联席会暨合规“三张清单”建设启动会，集团党委副书记、总经理阚兴出席会议并讲话。他强调要提高站位，夯实思想基础；对标一流，科学构建管理体系；立足实际，坚持“合规创造价值”；事事有规，人人守规，护航企业健康发展。

## □文化建设专题

### 厚植文化基因，推进品牌建设共创共赢

#### ——从“酱香拿铁”爆火说起

9月4日，瑞幸咖啡与贵州茅台联名款咖啡“酱香拿铁”正式上市，业界两大“流量”跨界牵手立即点燃关注，传播热度持续高涨。“酱香拿铁”以国酒茅台强大文化基因背书，叠加瑞幸西式新消费品牌流量，圈层交互，共塑全新创意点，

牢牢锁定年轻新锐消费者，实现品牌价值共创“1+1>2”。

品牌是文化的有效外显和载体，品牌广泛传播的背后依托的是强大文化能量。作为推动经济高质量发展的“主力军”和参与全球品牌竞争合作的“国家队”，京能集团内塑文化之力，外练品牌之功，紧扣时代主题，深化价值共创，加快打造具有影响力的国际一流品牌，持续提升首都国企品牌品质和信誉。

### **（一）强化文化引领，聚焦板块特色，着力构建内部复合品牌体系**

集团围绕建设具有中国特色国际一流的首都综合能源服务集团的战略目标，厚植“传递光明 温暖生活”文化基因，形成鲜明的首都品牌特质，推动品牌战略融入企业战略，推进品牌理念在品牌建设中落地，强化社会公众对集团文化理念和战略目标的认同。

#### **立足板块支撑，构建品牌体系**

在“京能集团”母品牌下，各大板块发挥特色优势，形成多种类型子品牌为支撑的复合型品牌架构体系，热力板块立足自身站位，聚焦供热保障，做足服务首都百姓生活品牌建设；清洁能源板块以绿色生态为己任，做好风光战略践行者和开拓者；文旅板块深化文旅融合，坚持市场化、专业化、品牌化运作，打造一流文旅产业集团……板块之间协同配合、品牌之间良性互动，集团内部品牌生态已形成。

#### **发挥区位优势，塑造特色品牌**

在复合型品牌架构体系中，集团注重因地制宜，将地域、业务特色融入品牌价值理念当中，培育企业品牌最优化、持续化发展路径。京能科技全力打造能源新业态创新载体，虚拟电厂管理平台上线以来，累计接入负荷侧资源总容量达1.35GW，接入类型涵盖分布式光伏、电蓄热、冰蓄冷、储能等能源，深挖负荷可调潜力，切实提升新能源利用率。京能电力宁东发电着力塑造书香企业品牌，以“灵&趣”书吧全新企划为依托，定期组织读书沙龙、好书分享会、“我为你留下一本书”、制作“专属书签”等主题策划，在世界读书日举办“浸享书趣·润泽心灵”专题活动，“灵&趣”书吧被授予“全国工会品牌职工书屋示范点”。

## （二）根植文化底蕴，深化价值共创，合力推动品牌传播

品牌响不响亮，在于能否留下记忆点、形成认同感、共享价值感。价值共创倡导企业和消费者不再是简单买卖关系，而是合作共赢、协同共生的伙伴，企业通过品牌互动创造情感纽带，引发消费者价值共鸣，增强消费者粘性，推动价值共创。

### 创新品牌体验模式，深化价值认同

集团一直以来积极创新品牌体验模式，让品牌与背后的文化“看得见”“听得到”“摸得着”，集团及所属企业精心打造多场景互动，将品质、服务、创新等理念融入品牌塑造，让消费者在品牌体验中感受、体会、认同集团文化理念，

从而推动集团品牌价值共创。

**京煤集团**多维度发力品牌模式体验，乐多港打造“吾皇猫”、汉服季、《唐宫夜宴》夜场表演等特色主题活动，以国潮 IP 点燃文旅消费新活力。京能酒店倾心打造“和风”品牌，搭建小程序、公众号、OTA 平台、企业微信、视频号、官网等多维度互动渠道，实现即时服务。房产租赁积极推进“能+”品牌建设，制作产品线宣传片、宣传手册、特色海报，依托节假日送祝福等营销互动活动，提升企业品牌知名度。**京能置业**全力建设“海语 SPACE”“海语食坊”“海语民宿”，举办嘉年华主题互动活动，通过“活动+包装”打造一站式旅居、游玩短途游，以“文化+营销”赋能海语城项目销售去化任务。**招采中心**打造“一站式采购”工业品超市，供应商、采购商协同平台，实现电商化采购商品公平竞价、价格自动审核、实时物流查询等全周期数字化管理，打造高质量招采互动新生态，最大限度降低采购成本，提高采购效率。

### 强化媒体沟通互动，传递品牌价值

集团有效整合内外传播资源，充分运用融媒体技术，增强移动化、数字化传播，建立精准化、互动化的品牌推广体系，实现品牌传播全方位覆盖、全时段延伸、多领域拓展，广泛传播品牌形象，有效传递品牌价值。

集团充分发挥融媒体功能，与北京广播电视台、首都建设报等多家媒体和抖音、微博等互联网平台建立沟通渠道，

统筹“中央厨房”集约化运作，形成立体式、高密度、全媒体传播态势，提升“京能集团”品牌认知、品牌联想和品牌美誉度，切实推动京能国企形象深入人心。广泛发动投票征集互动评选，举办“最具人气”演讲员、京能读书会最具人气“能小青”、各类先进人物和集体、年度十大新闻网络等评选活动，延伸品牌传播链条，增强品牌曝光。

### **（三）融入文化理念，紧扣时代主题，打造责任创新开放鲜明的国企品牌**

集团坚持以文化思维做品牌，将文化理念融入品牌建设，并与时代主题紧紧相扣，扩大视野格局，全方位展现京能集团品牌生命力和时代价值，为企业发展营造良好外部大环境。

#### **践行使命担当，打造责任国企品牌**

作为首都国企，集团秉持“以人为本”理念，坚持品牌建设必须与国家同频共振，自觉肩负起国家赋予的使命与责任。

在今年8月初门头沟洪灾中，**集团团委**迅速组织成立“能小青”青年突击队，开展清淤及物品清运工作，以“京能速度”帮助受灾群众尽早恢复正常生活秩序，展现不畏艰难、勇往直前的“能小青”品牌旗帜高扬在一线。**北京热力**派出专业救援队，携带专业救援设施，深入房山、门头沟、涿州等受灾一线，紧急驰援抗洪救灾工作，展现高效专业救援形象。**京煤总医院**先后派遣3批医疗队深入抗灾抢险一线，为

受灾百姓提供医疗救治，深刻诠释救死扶伤、挺膺担当的白衣仁心。清洁能源组织救灾特别行动，将食物、药品等救援物资及时送达对口帮扶的五个经济薄弱村，“以人为本”责任国企形象跃然纸上。其他所属企业多方携手积极营救受灾群众，全力助力属地灾后重建，在大战大考中，集团责任国企品牌不断擦亮，国有企业“六个力量”表率形象深入人心。

### 深化共创共享，打造开放国企品牌

集团深化开放互联理念，坚持“走出去”发展战略，充分发挥区位、产业链、投融资等优势，先后与各级地方政府、知名国企、行业龙头及国际领先企业广泛开展交流合作，共创共享发展成果，“开放的京能”形象日益凸显。

京能国际综能公司，京能电力涿州热电、岱海发电，京能置业西山印项目分别围绕不同主题，举办特色“国企开放日”，广邀新闻媒体、各大股东、当地群众、属地政府等主体，形成塑造开放国企品牌形象的生动实践。京能国际加大海外清洁能源市场布局，格伦、拜亚拉、九安、莫若波等风光项目先后投产，沃拉光伏项目正在建设中，海外总装机容量达 1GW，为合作伙伴和属地创造价值，“京能集团”品牌也伴随着“走出去”的步伐不断向世界延伸。

### 推动能源转型，打造创新国企品牌

集团坚持创新驱动发展理念，加快能源结构转型升级，持续提升自主创新能力和核心竞争力，在能源转型中不断擦亮国企品牌。

集团强化顶层设计，构建“1+1+N”科技创新体系，成立科学技术协会，组建科技创新联盟，组织系列专题培训、研学、调研，京能科技、能研院等四家科技企业明确战略定位、细分发展赛道，集团科技创新体系不断完善。平台和实体企业坚持自主、联合创新，加强科技创新成果转化，智慧电厂、热力云平台、智慧矿山等科技创新助推产业高质高效；研究探索虚拟电厂、固态储氢、绿电制氢等能源前沿领域，催生新兴能源新业态，“创新京能”金字招牌持续释放强劲活力。

高质量发展催生品牌竞争全面升维，京能集团将持续强化文化核心驱动，全面提升品牌建设水平，扩大品牌影响力，赋能企业高质量发展，助力品牌强国建设。

## □基层文化动态

文化为翼、理念为帆，集团所属企业持续推进“文化塑形”工作，切实发挥企业文化“六大功能”，助推实现文化兴企、文化强企目标，企业文化建设精彩纷呈。现刊发部分企业文化建设典型做法，供交流借鉴。

**1. 北京热力践行企业使命，圆满完成服贸会供热保障任务。**自8月30日起，北京热力按照既定的“1+1+4”指挥调度体系，坚决落实“领导在位、专业在岗、应急在点”三个到位，持续完善物资配置，细致排查设备状况，全面整治提升周边供热设施环境，再到高效开展应急演练。服贸会期间，



北京热力每日派出 3 支应急队伍进行外围应急值守，同时安排 25 名保障人员进行外围值守保障和保障点周边巡查，累计巡查管线 2 百余公里、热力站约 40 座次、小室约 1500 个、检查井 3 千余个，圆满完成为期 8 天的服贸会保障任务。

**2. 清洁能源涵养安全文化，积极履行电力可靠性管理主体责任。**近日，清洁能源京西热电 2 号机组荣获“2022 年度全国发电机组可靠性标杆机组”称号，在全国 150MW 及以上容量燃气轮机标杆机组中排名第一。京西热电积极履行电力可靠性管理主体责任，有效落实全员安全生产责任制，建立双重预防机制，强化隐患排查治理，涵养“六安文化”，提升智能管控水平，推动设备可靠性管理提质增效。下一步，京西热电将坚持以可靠性对标管理为抓手，着力完善安全生产责任体系，消除风险隐患，深化设备可靠性综合治理，推动全厂机组可靠性提升齐头并进。

**3. 京能置业“文化+营销”举办特色媒体开放日。**近日，京能置业京能·西山印项目举办了主题为“一座好房子 一个温暖家”的媒体开放日活动，公开展示项目的产品规划、户型设计、用材用料等细节，中央媒体和市属媒体共 10 家单位受邀共同探访，并给予项目充分好评。京能置业强化“文化+营销”经营方式，从创意形式和新颖度上不断推陈出新，助力营销去化更具情感内涵和触动性。未来京能置业将致力于打造品质型、效益型、复合型、高效型、稳健型为核心的“五型”地产，以切实行动创建美好生活。

**4. 京能信息凝聚人才力量，夯实“数字京能”智力基础。**  
为进一步巩固集团在数字化领域的专业水平，推动集团数字化转型顺利实施，8月24日至25日，京能信息组织承办集团数字化转型专家聘书颁发暨2023年度首届数字化转型内部专家培训。此次培训充分体现集团“人人尽展其才”的人才理念，邀请集团各二级企业的数字化转型的中坚力量，与外部行业专家齐聚一堂，开展头脑风暴，现场颁发专家聘书、学习交流行业前沿、分享自身工作经验，为集团数字化转型建言献策。大家表示，将努力成为各企业的“数字化转型工作播种机”，共同为推动集团数字化转型进程提供智力支撑。

**5. 京能热力弘扬工匠精神，举办职工技能比武大赛。**近日，京能热力举办2023年度职工技能比武大赛暨青工赛决赛，本次比赛立足生产，突出实战，选择场景化操作的比赛形式，通过对客户服务及供热抢修两部分考核，以赛带练、以赛促学。本次比赛搭建了职工技能展示平台，营造了尊才重技的浓厚氛围，对弘扬工匠精神，提升组织活力具有巨大推动意义。

拟稿：张伟博                      核稿：李东霞                      审签：刘瑞红

---

主送：集团领导班子成员、党委常委、工会副主席、安全总监、总法律顾问、董事会秘书、纪委副书记、各部室负责人、团委书记。

抄送：集团所属二级企业。

---

集团党委宣传部

2023年9月印发

---