卓越管理关键词之三 品牌

如何打造卓越的管理品牌

文 / 上海交通大学安泰经济与管理学院党委书记、中国企业发展研究院院长 余明阳

国家电网公司的品牌建设是中国央企品牌建设的典范和楷模，为央企的品牌建设和塑造提供了许多宝贵的经验，国家电网公司塑造的卓越管理品牌，体现了电网企业鲜明的时代特色和管理特色，为中国企业如何开展管理品牌工作带来了有益的思考。

扎实的品质管理

品牌的本质是品质加牌子，卓越的品质是卓越品牌的基础，没有良好的品质，品牌就变成了无本之木、无源之水。国家电网公司属于技术密集和资金密集型行业，因此科技含量极高、细节管理极其重要。国家电网公司采用半军事化的严格管理，在细节打造、团队管理、流程管理和企业文化建设方面，做出了诸多富有创造性的探索。尤其在安全管理方面，做到了精益求精、万无一失，在诸多国家重大项目运营和特大自然灾害面前，国家电网公司的运营表现出了高效、便捷、安全、协调的优势，为广大的消费者树立了安全有保障、服务很及时、沟通很畅顺、团队有素质的良好品牌形象。这些表现是以扎实完善的内部管理作为基础的，正因为如此，国家电网公司在许多显性数据上，跟全球同行相比，都有显著的领先性和优越性。

有效的品牌传播

作为一个供求关系相对缓和的行业，国家电网公司主动积极地进行品牌规划和品牌传播，不仅是国内最早导入企业形象视觉识别系统（CIS）的央企之一，也是最早委托第三方专业公司进行品牌策划和品牌规划的公司之一。

统一的视觉形象、统一的企业理念、统一的行为方式，以及有序的品牌传播、卓有成效的危机处理、良好的舆情监控、有的放矢的知识推广，使得国家电网公司多年来一直处于舆论评价的较高水平，有效地避免了负面新闻的出现和扩散，有效解释了许多容易引起曲解和误解的事件和行为，保证了国家电网公司作为重要央企的正面形象，这在当今互联网时代尤其难能可贵。

持续的品牌创新

国家电网公司涉及的利益相关方众多，各种利益诉求错综复杂，从供给侧到使用者，利益不一样、站位不一样、视角也不一样。国家电网公司本身又是一个特大型央企，内部员工构成复杂而多元，随着社会的发展，各种价值体系影响着人们的思维方式和行为方式，唯有不断创新，才能保持品牌的生命力和竞争力。为此，国家电网公司采用了一系列的内部公关活动和外部推广活动，不断为品牌注入新的基因，以增加品牌在消费者心目中的美誉度，从而在同行中保持着持续领先的状态。

在当今信息多元、传播多维的时代，国家电网公司作为央企中的杰出代表，在品牌的基础建设、品牌的传播和品牌的创新方面，未雨绸缪，主动积极，有规划、有思路、有方案，有提升，不仅为央企品牌塑造提供了良好的范本、为消费者提供了良好的服务，也为国际同行在该行业品牌塑造方面做出了表率，是一件可喜可贺的事情。