

# Research on narrative strategies of news publicity in the context of green transformation of energy enterprises

Yuan Qin

National Energy Group Zhuneng Group, Ordos, Inner Mongolia, 010399, China

## Abstract

This study further integrates narratology theory with communication knowledge to construct a comprehensive narrative strategy system, encompassing three core dimensions: innovative content production, integrated communication channels, and optimized narrative methods. At the content level, it emphasizes systematic interpretation of green strategic planning, professional presentation of cutting-edge technological innovations, and emotional guidance on social responsibility. In terms of channels, it stresses the synergy between traditional and new media, precise operation and user interaction in social media, and the development of corporate platforms and brand asset accumulation. Regarding narrative methods, it advocates for character-driven storytelling and situational expression, data visualization and graphical communication, as well as emotional resonance and value recognition.

## Keywords

energy enterprises; green transformation; news publicity; narrative strategy

## 能源企业绿色转型背景下新闻宣传的叙事策略研究

秦媛

国家能源集团准能集团, 中国·内蒙古鄂尔多斯 010399

## 摘要

本研究将叙事学理论与传播学知识进一步深度融合, 构建全方位叙事策略体系, 包括创新内容生产、整合传播渠道与优化叙事方式三大核心维度。在内容层面, 注重绿色战略规划的系统阐释、前沿技术创新应用的专业展示与社会责任担当的情感引导; 渠道层面强调传统媒体与新媒体的协同互补、社交媒体精准运营与用户互动、企业自有平台建设与品牌资产积累; 叙事方式则倡导人物化故事与情境化表达、数据可视化与图像化传达、情感共鸣与价值认同。

## 关键词

能源企业; 绿色转型; 新闻宣传; 叙事策略

## 1 引言

绿色转型正引领能源行业深刻变革, 企业面临发展模式重构与价值重塑挑战。技术革新与理念更迭交织演进, 新闻宣传在此变革进程中扮演意义建构者角色。绿色发展议题下, 叙事策略研究超越工具层面, 上升为企业战略管理范畴。传播力量深刻塑造公众认知, 影响企业转型速度与质量。叙事框架构建了企业转型的意义系统, 赋予技术变革以人文内涵, 为环保实践注入情感温度。

绿色转型作为当代能源企业发展的战略命题, 其背后蕴含深刻的社会责任与经济逻辑。能源领域的结构性变革催生全新的传播需求, 新闻宣传作为连接企业与公众的关键桥梁, 其叙事策略研究具备多重理论价值。从传播学视角看,

叙事策略构建了企业转型的意义系统, 赋予技术变革以人文内涵。从管理学维度分析, 优质的叙事框架能够重塑组织认同, 激发内部创新动力, 形成绿色发展的文化基因。

本研究在方法论层面独辟蹊径, 将叙事学理论与传播学知识深度融合, 采纳叙事分析与话语分析相结合的研究路径, 精心构建能源企业绿色转型新闻宣传的多维度评价体系。学术价值体现为对叙事框架的创造性重构, 摒弃传统单一视角宣传思维, 形成价值引领与实践反馈良性互动的闭环叙事机制。

## 2 能源企业绿色转型的背景与现状

### 2.1 政策推动

政策推动作为能源企业绿色转型的关键驱动力, 体现了国家战略导向与行业发展规律的辩证统一。当前国家层面形成了多维度、全方位的政策体系, 涵盖法律法规、行政措施、经济激励等多种手段, 为企业绿色转型提供制度保障与

【作者简介】秦媛(1998-), 女, 中国内蒙古鄂尔多斯人, 硕士, 助理政工师, 从事新闻宣传研究。

导向引领。这一政策环境下，能源格局正在经历深刻重构，传统发展路径让位于低碳清洁模式。

## 2.2 市场需求

市场需求成为能源企业绿色转型的核心动力源泉。随着环保意识渗透社会各层面，消费群体逐渐形成对绿色能源产品的价值认同，市场格局随之重塑。能源企业面临日益强熨的低碳服务与产品需求压力，绿色转型已然成为适应市场的必然选择。投资领域亦呈现明显偏好，资本正加速向具备可持续发展能力的企业聚集，使绿色转型具备了坚实的资金支持基础。

## 2.3 技术创新

技术创新构成能源企业绿色转型的核心动力引擎，其战略意义远超短期的成本优化范畴。能源企业绿色发展实践中，技术创新体现为知识积累与创造性应用的动态平衡，实质上是一种价值重构过程。创新战略选择应立足于产业链整体布局与市场发展趋势，形成技术能力与市场需求的良性互动。

# 3 能源企业新闻宣传现状分析

## 3.1 宣传内容同质化严重

宣传内容同质化问题实质上源于能源企业传播理念与战略思维的趋同。当代能源领域宣传表现出显著的模式化倾向，企业间宣传主题、话语体系乃至表达方式呈现出惊人的相似度。这种同质化现象根植于行业思维定势，导致创新性严重匮乏。能源企业在传播过程中往往囿于传统视角，未能将企业独特价值与传播策略有机融合，致使信息传递缺乏鲜明个性与差异化特征。

## 3.2 传播渠道相对单一

当前能源企业新闻宣传渠道呈现出相对单一的局面，未能充分适应媒体融合发展的新形势。渠道单一性制约着信息传播效率与受众覆盖面，导致企业形象塑造与品牌传播效果受限。多元传播生态下，渠道单一性问题凸显为战略短板，限制了信息流动的广度与深度。能源行业特有的专业性与复杂性，要求宣传渠道具备差异化与精准性，以契合不同受众群体的信息获取偏好。渠道拓展须立足于传播学理论与新媒体技术发展规律，构建立体化传播矩阵，打破信息孤岛现象。媒介融合背景下，渠道整合与协同创新成为破解单一化困境的关键路径，赋能能源企业在公众认知场域中获取更为有效的话语权与影响力。

## 3.3 叙事方式缺乏吸引力

当前能源企业新闻宣传叙事方式存在吸引力不足的问题，表现为内容框架固化、表述方式刻板。能源领域传播普遍采用线性叙事结构，缺少情感共鸣元素与话题张力，难以激发受众深度阅读兴趣。专业术语堆砌与行业视角局限导致内容难以被普通受众理解接受，形成传播壁垒。这种单向输出式叙事忽视了现代传播环境下受众参与感的重要性，

削弱了内容生命力。能源议题本身蕴含深刻社会价值与未来愿景，但当前叙事架构往往未能挖掘这类情感价值与人文关怀，将丰富多元的行业故事简化为枯燥报道。现代传播理论指出，有效叙事应融合认知与情感双重诉求，构建多层次阅读体验。能源企业需重构叙事美学，从受众心理需求出发，在专业性与可读性间寻求平衡点，赋予行业信息以人文温度与思想深度<sup>[1]</sup>。

# 4 能源企业绿色转型背景下新闻宣传的叙事策略

## 4.1 创新内容生产，挖掘深度价值

### 4.1.1 突出绿色战略与规划

在能源企业绿色转型背景下，突出绿色战略与规划于新闻宣传中占据核心地位。绿色战略作为企业可持续发展的灵魂，应透过精心构建的叙事框架展现其前瞻性与系统性。深层次解读企业绿色发展理念，将宏观愿景具象化为清晰路径，让受众感知绿色转型的必要性与紧迫性。绿色规划叙事需立足行业发展规律，体现出企业对能源革命大势的准确把握。叙事策略应将环保责任与市场机遇有机融合，彰显企业在经济效益与生态价值间寻求平衡的智慧。媒体表达中应注重将抽象战略具体化、将专业术语通俗化，提升绿色发展理念的公众亲和力。绿色战略叙事更应具备时代高度，将企业行动置于国家能源安全和全球气候治理的宏大背景中，凸显企业绿色转型对社会进步的积极贡献，从而赢得利益相关方的认同与支持。

### 4.1.2 聚焦技术创新与应用

聚焦技术创新与应用环节是能源企业绿色转型叙事中的核心价值点。绿色科技革新一代代表着能源行业发展方向，媒体叙事应着力挖掘技术背后的转型逻辑与价值理念。叙事框架可建立在技术突破如何推动行业范式转变的基础上，将复杂技术内涵转化为易于理解的叙事逻辑。技术创新报道需突破传统报道局限，构建立体化技术叙事体系，将创新成果置于更广阔的社会发展与生态文明建设语境中解读。叙事策略应揭示技术演进对产业链各环节带来的深远影响，强调绿色技术在降低环境负荷同时创造经济价值的双重效应<sup>[2]</sup>。优质的技术创新报道能令受众感知到企业转型的决心与未来愿景，形成技术创新与企业形象的深度融合，赋予企业绿色转型更为丰富的文化内涵与品牌价值。

### 4.1.3 强化社会责任与担当

强化社会责任与担当实质上体现了能源企业价值观与社会发展需求的深度融合。社会责任叙事需植根于企业发展战略核心，将责任担当内化为企业文化基因，外显为传播话语体系。能源企业绿色转型之路赋予社会责任叙事更为丰富的内涵，企业宣传应将生态价值、环境保护、碳减排成效等责任实践巧妙融入企业叙事框架。当代能源企业肩负着推动行业变革、引领绿色发展的历史使命，这种使命感需在新闻

传播中得到彰显。宣传策略应注重构建企业责任担当与社会共同利益的连接点,让公众感知企业追求经济效益同时肩负的社会使命。优质的责任叙事能引发价值共鸣,激发公众环保意识,形成良性互动。企业责任担当叙事还应体现战略前瞻性,将短期行动置于长远发展愿景中,展现企业对未来能源格局的思考与责任担当,彰显企业在推动社会可持续发展进程中的积极作用。

## 4.2 整合传播渠道,构建多元矩阵

### 4.2.1 传统媒体与新媒体协同发展

传统媒体与新媒体协同发展立足于媒介融合理论,实质体现为传播资源整合与传播效果最大化。能源企业面对绿色转型宣传需求,媒体协同发展形成了立体式传播格局,打破了单一传播渠道局限。传统媒体凭借权威性、公信力优势,承担主流价值引领功能;新媒体则以互动性、即时性特质,拓展信息扩散边界。两类媒体在协同机制下相互赋能、优势互补,传统媒体提供深度报道与分析解读,新媒体则将内容碎片化、视觉化、互动化,使绿色转型理念深入人心。此种协同模式构筑起多层次传播体系,媒介属性差异转化为传播互补优势,企业绿色转型理念在不同受众群体间流动,形成舆论场叠加效应。媒体协同发展超越简单媒体组合,而是建立在传播策略统筹基础上的系统工程,促使绿色发展理念融入社会认知体系,为能源企业价值重构提供传播支撑。

### 4.2.2 社交媒体平台的精准运营

社交媒体平台精准运营在能源企业绿色转型传播体系中占据关键地位。精准运营强调依托数据分析技术,洞察用户行为特征与偏好,针对不同受众群体量身定制内容推送策略。企业须建立社交媒体矩阵监测机制,实时掌握绿色议题热点与舆情走向,调整传播节奏与话题布局。精准运营还包含差异化内容创作,将专业能源知识与绿色理念融入平台特色,形成独特传播风格。社交平台互动机制设计亦为精准运营核心,企业宜构建多层次互动模式,促进受众从被动接收者转变为绿色理念传播者。深度挖掘社交平台算法特性,结合内容创新与传播规律,建立长效运营机制,实现绿色转型理念在各类社交平台的有机扩散,最终形成企业绿色形象与社会认同的良性循环。精准运营本质是对社交平台生态的深刻理解与策略性应用,为能源企业绿色转型提供持续稳定的舆论支持与传播价值。

### 4.2.3 打造企业自有媒体平台

自有媒体平台建设为能源企业绿色转型传播提供稳固根基,赋予企业信息传播的自主权与话语权。企业掌控的媒体矩阵包括官方网站、微信公众号、短视频账号等数字化渠道,形成独立传播生态。这类平台避免传统媒体中介环节,

直接对接利益相关方,减少信息失真。平台内容设计应注重专业性与创新性相融合,围绕绿色发展主题设置专栏与话题,形成系统化知识体系。企业自有媒体平台具备议程设置优势,能够主导绿色转型话题方向,塑造差异化品牌调性。长效运营意义在于构建企业与受众间情感链接,累积品牌认知资产。企业自有媒体还可作为危机处理缓冲带,及时澄清误解,修复企业形象。在数字化转型浪潮中,自有媒体平台已然成为能源企业绿色传播不可或缺的战略资源<sup>[1]</sup>。

## 4.3 优化叙事方式,增强情感共鸣

故事化叙事策略在能源领域转型传播中扮演关键角色,其理论基础源于人类思维的叙事本质。企业绿色转型信息若仅停留于数据陈述层面,难以触及受众深层认知。故事化叙事则从根本上改变了这一局面,它将冰冷的转型政策与成果融入情节结构中,赋予事实以生命力。认知心理学视角表明,人脑对叙事结构的信息处理效率远高于碎片化事实,绿色能源发展历程经由故事化处理后形成完整认知框架,使受众产生情感投射。这种叙事方式激活了大脑的镜像神经元系统,受众在故事情境中得以体验绿色转型的价值与意义,建立情感共鸣。当绿色转型叙事嵌入起承转合的故事结构,受众对企业可持续发展理念的接受度显著提升,企业形象亦随之获得深层次认同。故事化叙事创造了一种超越理性分析的体验式传播,使绿色发展理念在潜移默化中内化为公众共识。

## 5 结语

能源企业绿色转型叙事策略研究揭示了传播与企业战略的深层互动关系。绿色叙事超越简单信息传递,演化为为企业价值塑造与文化建构的战略工具。理想的叙事策略应立足于企业独特禀赋,融合行业特性与时代特征,构建多元共生的传播生态。叙事创新需扎根于企业绿色发展实践,以真实行动支撑传播效果。数字技术与媒体格局变革将持续重塑传播环境,能源企业须保持敏锐洞察,调整叙事策略以适应新型传播生态。未来能源领域传播格局将呈现多元化趋势,专业化内容与情感化表达相融合,技术与人文相互赋能。绿色转型叙事策略研究将为企业实现可持续发展提供思想引领与实践指南,推动能源行业绿色文明建设迈向新境界。

## 参考文献

- [1] 王海峰.基于受众角度探究国企新闻宣传工作的创新[J].新闻研究导刊,2017,8(21):162-163.
- [2] 何于盛.政协新闻宣传如何讲好故事——以《联谊报》实践为例[J].传媒评论,2025,(02):73-74.
- [3] 陈俊朋.以改革创新精神推进政协工作提质增效[J].政协天地,2024,(11):32-33.