บทความประชาสัมพันธ์ 6 พฤศจิกายน 2569

บ้านปูชวนรู้จัก FLAMO มาสคอตนักสำรวจพลังงาน เพื่อนร่วมทางที่ทำให้เรื่องพลังงานสนุกและใกล้ตัวกว่าที่เคย



บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน) เปิดตัวมาสคอตประจำบริษัทฯ **FLAMO (เฟลโม)** ในบทบาทนักสำรวจพลังงาน (Energy Explorer) และเพื่อนร่วมทางที่จะพาทุกคนออกสำรวจโลกของพลังงาน นวัตกรรม และความยั่งยืน ผ่านการเล่าเรื่องราวที่สนุก เข้าใจง่าย และใกล้ตัวมากยิ่งขึ้น

การสร้างสรรค์คาแรกเตอร์ FLAMO เป็นหนึ่งในกลยุทธ์การสื่อสารที่มุ่งสร้างความผูกพันทางอารมณ์ (Emotional Connection) โดยถ่ายทอดบุคลิกของแบรนด์ (Brand Archetype) ทั้งการเป็นผู้บุกเบิกริเริ่มสิ่งใหม่ (Creator) ความเป็นมิตรและเข้าถึงผู้คน (Everyman) และความใฝ่รู้ (Sage) พร้อมผสานวัฒนธรรมองค์กรของบ้านปู (Banpu Heart) ผ่านบุคลิกเด่นของ FLAMO ทั้งการเป็นคนที่มีแพสชัน (Passionate) มีความคิดสร้างสรรค์ (Innovative) และมุ่งมั่นยืนหยัด (Committed) คิดจริงทำจริงและมุ่งมั่นพัฒนาเพื่อก้าวสู่ความสำเร็จ

เรื่องราวการเดินทางของ FLAMO เริ่มต้นขึ้นจากดาว BUNO-9 มหานครสุดไฮเทคที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแต่ไร้ซึ่งพื้นที่สีเขียว FLAMO จึงออกเดินทางสำรวจจนมาพบดาวโลก แต่ระหว่างทางพลังงานกลับหมดลงและร่วงหล่นสู่ผืนป่า คนบ้านปูได้เข้าช่วยเหลือและนำไปฟื้นฟูพลังงานที่ Energy Lab ทำให้ FLAMO ได้เรียนรู้เรื่องสมดุลพลังงาน นวัตกรรม ความยั่งยืน และแนวคิด Banpu Heart จนกลายมาเป็นเพื่อนร่วมทางของบ้านปู พร้อมกับมีวลีติดปากเวลาตื่นเต้นหรือดีใจว่า “FLAMO!”

บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน)
ทะเบียนเลขที่ 0107569000152
1550 อาคารธนภูมิ ชั้นที่ 27 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่
แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทร. +66(0) 2694 6600
www.banpu.com

Banpu Public Company Limited
Registration No. 0107569000152
1550 Thanapoom Tower, 27th Floor, New Petchburi Road
Makkasan, Ratchathewi, Bangkok 10400, Thailand
T. +66(0) 2694 6600
www.banpu.com



รูปลักษณ์ของ FLAMO ถูกออกแบบมาให้ทุกองค์ประกอบแฝงความหมายที่สะท้อนถึงตัวตนของบ้านปูอย่างลึกซึ้ง ไม่ว่าจะเป็น **ศีรษะรูปทรงเปลวไฟพลิ้วไหวที่ถอดแบบจากสัญลักษณ์** The Living Flame สื่อถึงพลังงานที่ไม่หยุดนิ่ง ลำตัวถูกดีไซน์ให้โค้งมนดูเป็นมิตรและเข้าถึงง่าย พร้อม**ดวงตาที่ล้อมรอบด้วยสีฟ้า** สะท้อนความเชื่อมโยงกับโลกดิจิทัล นอกจากนี้ **กระเป๋าสำรวจพลังงานด้านหลัง**ของ FLAMO ยังมีดวงไฟ 4 ดวง ซึ่งสะท้อนถึง 1) ค่านิยมองค์กร Banpu Heart[1] 2) การสร้างสมดุลพลังงานตามกลยุทธ์ Energy Symphonics[2] ของบ้านปู 3) การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของผู้คนผ่านแนวคิด Human Empowerment รวมถึง 4) การดำเนินธุรกิจที่ยึดหลักความยั่งยืน หรือ Sustainability โดยทั้ง 4 เสาหลักนี้จะเป็นแกนสำคัญในการถ่ายทอดเรื่องราวของบ้านปูผ่านการผจญภัยของ FLAMO เพื่อเชื่อมโยงตัวตน แนวคิด และการดำเนินธุรกิจของบ้านปูให้ผู้คนเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น



[1] **วัฒนธรรมองค์กร Banpu Heart** คือหัวใจสำคัญในการหลอมรวมทุกความแตกต่างให้เป็นหนึ่งเดียว พนักงานบ้านปู กว่า 6,000 คน ใน 9 ประเทศทั่วโลก ที่มีความหลากหลาย ทั้งด้านเชื้อชาติ ภาษา และวัฒนธรรม ร่วมแรงร่วมใจกันเป็นหนึ่งเดียว เพื่อให้องค์กรบรรลุสู่เป้าหมาย โดยมี "ใจรัก สร้างสรรค์ และมุ่งมั่นยืนหยัด" ในสิ่งที่ทำ

[2] **กลยุทธ์ Energy Symphonics** ของบ้านปู เน้นการผสานพลังงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า ขับเคลื่อนสู่กลุ่มธุรกิจให้เติบโตเร่งการเปลี่ยนผ่านสู่พอร์ตพลังงานคาร์บอนต่ำ และมุ่งสู่เป้าหมาย การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593

บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน)
ทะเบียนเลขที่ 0107569000152
1550 อาคารธนภูมิ ชั้นที่ 27 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่
แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทร. +66(0) 2694 6600
www.banpu.com

Banpu Public Company Limited
Registration No. 0107569000152
1550 Thanapoom Tower, 27th Floor, New Petchburi Road
Makkasan, Ratchathewi, Bangkok 10400, Thailand
T. +66(0) 2694 6600
www.banpu.com

นายรัฐพล สุคันธี ผู้อำนวยการสายอาวุโส – สื่อสารองค์กร บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า “ภายหลังการควบรวมกิจการ บ้านปูตอกย้ำวัตถุประสงค์ของแบรนด์คือ**การมุ่งขยายขีดความสามารถด้านพลังงานของโลกด้วยความรับผิดชอบ** พร้อมวิสัยทัศน์ใน**การสร้างสรรค์พลังงานที่มั่นคงและรับผิดชอบ เพื่อขับเคลื่อนโลกสู่อนาคต** การสื่อสารแบรนด์จึงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดทิศทางนี้ให้ผู้คนเข้าใจและเชื่อมโยงกับบ้านปูได้มากขึ้น การสร้างสรรค์ FLAMO ถือเป็นอีกก้าวของการพัฒนาการสื่อสารแบรนด์ให้สอดคล้องกับยุคสมัย ต่อยอดจากการปรับองค์ประกอบแบรนด์ (Brand Element) อย่าง Living Flame ให้มีความทันสมัย โดยนำความน่ารักและบุคลิกที่เป็นมิตรของ FLAMO มาเป็นสื่อกลางในการเล่าเรื่องพลังงานของบ้านปูให้เข้าถึงง่ายยิ่งขึ้น นอกจากการสื่อสารกับสาธารณชนแล้ว FLAMO ยังเป็นสื่อกลางในการสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานบ้านปูทั้ง 9 ประเทศ และหลอมรวมทุกคนให้เป็นหนึ่งเดียวกัน”



ชื่อ FLAMO เกิดจากการมีส่วนร่วมของพนักงานบ้านปูทั้ง 9 ประเทศที่บริษัทดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่การเสนอชื่อมากกว่า 260 ชื่อ ไปจนถึงการร่วมโหวต โดยชื่อ “FLAMO” ได้รับคะแนนโหวตสูงสุด ซึ่งสื่อถึงแนวคิด “พลังที่มีชีวิต เพื่ออนาคตที่ดีกว่า” FLAMO เกิดจากการผสานคำว่า Flame จาก The Living Flame ที่สะท้อนพลังงานที่ไม่เคยหยุดนิ่ง กับคำว่า Move ที่ย่อเป็น Mo สื่อถึงการก้าวไปสู่อนาคตที่ยั่งยืน

หลังจากปรากฏตัวครั้งแรกในงาน Gastech 2026 เมื่อเดือนกันยายนที่ผ่านมา FLAMO เตรียมเดินหน้าทำหน้าที่เพื่อนร่วมทางของบ้านปูอย่างเต็มตัว ชวนทุกคนสำรวจเรื่องราวธุรกิจพลังงานอย่างสนุกและเข้าใจง่ายผ่านกิจกรรมและช่องทางโซเชียลมีเดียของบ้านปู อีกทั้งยังเตรียมเปิดตัว AI Digital Campaign ที่นำเทคโนโลยี AI มาต่อยอดการสื่อสารแบรนด์ โดยมี FLAMO เป็นตัวละครหลักในการเชื่อมโยง AI Video และ AI Chatbot เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวผ่านมุมมองของคนบ้านปูให้ใกล้ตัวผู้คนมากขึ้น สะท้อนการ

นำเทคโนโลยีมาสร้างสรรค์ประสบการณ์ใหม่ในการสื่อสาร พร้อมเชื่อมโยงผู้คนให้ร่วมเรียนรู้และก้าวสู่อนาคตพลังงานที่มั่นคงไปด้วยกัน

ร่วมออกเดินทางและทำความรู้จักเรื่องราวของพลังงานในมุมมองใหม่ไปกับ FLAMO และบ้านปูได้ที่ www.banpu.com และ https://www.facebook.com/Banpuofficialth

###

เกี่ยวกับบ้านปู

บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน) ผู้นำด้านพลังงานที่หลากหลาย ดำเนินธุรกิจหลัก 4 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ U.S. Closed-Loop Gas (ก๊าซธรรมชาติครบวงจรในสหรัฐฯ) Next-Gen Mining (เหมืองยุคใหม่) Power+ (ไฟฟ้าและธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง) Future Tech (เทคโนโลยีแห่งอนาคต) ในเอเชียแปซิฟิก และสหรัฐอเมริกา โดยมุ่งขยายขีดความสามารถด้านพลังงานของโลก ผ่านการสร้างสรรค์โซลูชันพลังงานที่มั่นคงและรับผิดชอบ เพื่อขับเคลื่อนโลกสู่อนาคตที่ดียิ่งกว่าเดิม ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.banpu.com

ข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับสื่อมวลชน กรุณาติดต่อ

ฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน)

กมลวรรณ เจียมอุดม	093-923-6355	Kamolwan_C@banpu.co.th
กรวรรณ ตีระมาศวณิช	087-450-7417	Koravan_T@banpu.co.th

เบอร์สัน ประเทศไทย: ที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์ BanpuTeam@bursonglobal.com