

# 第二届“新国企·中国梦”影像大赛颁奖仪式在京举行

本报记者 丁国明 鲁扬

用镜头讲述国企故事,用光影折射改革进程。1月15日,第二届“新国企·中国梦”影像大赛颁奖仪式在京举行。本次大赛由国家网信办网络新闻信息传播局和国务院国资委宣传局共同指导,国务院国资委新闻中心和中国网联合主办,中央企业媒体联盟协办。

记者在现场了解到,本次颁奖仪式邀请了近百位获奖者及所在企业代表参加。作为大赛评委代表,清华大学新闻与传播学院常务副院长尹鸿对参赛作品进行了总体点评。

大赛分为“国企肖像”、“国企印象”和“国企故事”三个组别。自2014年9月启动以来,全国国资系统和社会各界人士踊跃投稿,短短两个月大

赛官网收到摄影作品近万幅、微视秒拍作品百余部。经过严谨的初评、复评和网络投票评比,大赛组委会最终确定了获奖作品名单。其中一等奖12个,二等奖20个,三等奖40个,还有优秀奖及网络人气奖若干。

专家一致认为,本次大赛的获奖作品,无论在思想性和艺术性上都达到了较高的水准,能够代表国企职工的精神风貌和专业水平。《供水抢修》、《来,老婆合张影》、《侧线在刀背山上》等“国企肖像”组作品,抓住了人物的真实表情,具有视觉冲击力,让人过目难忘。《在路上》、《使命》和《“海洋石油”又钻新井》等“国企印象”组作品,用强烈的色彩对比、干净简洁的画面、独特震撼的视角给观众留下了在艰难中奋进、在改革中创新的国企印象。而《洗槽女工》、《鏖战冰雪保供电》、《沙漠里的“新铁人”》、



《背夹巡线队》、《神华百名矿工系列》、《动车之歌》等作品,则为我们讲述了在冰雪中奋战、在沙漠中跋涉、在危险中坚守的感人至深的国企故事。

在随后举行的“视觉国企 光影中国”传播创新论坛上,多位国企新闻宣传部门负责人和中国政法大学新闻传播学院院长陆小华、中国传媒大学新闻传播学部副部长王晓红、蓝色光标品牌创构中心总经理王大等为

专业人士都发表了精彩的主题演讲,深入探讨媒体转型时代的企业视觉传播策略。

国务院国资委新闻中心副主任胡钰在讲话中指出,国企要做大、做优、做强,要成为世界一流企业,既要有好业绩,也要有好声音。国企千万职工是人才优势,一线鲜活的人物和故事是内容优势,通过挖掘和展示,使我们的国企既能创造物质财富,也能创造丰富的精神财富。

## “好业绩加好声音”才是好形象

胡钰

在经济发展进入新常态下,国有企业肩负的使命、发挥的作用越来越大,国有企业要做强、做优、做大,真正成为世界一流企业,而成为一流企业不但要有世界一流的产品和服务,还要有世界一流的品牌和影响。对企业来说,好业绩是市场竞争能力,是硬实力。好声音是社会沟通能力,是软实力。好业绩加上好声音,才是好的形象。加强国企形象建设,重点任务就是加强企业对外传播的能力,

讲好企业故事,要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律,强化互联网思维。当前的社会信息传播发生了重大的变化,突出表现在内容影像化、平台社交化和终端的移动化。硅谷的科技公司也认为,未来传统电视的影响力会持续下降,网络视频将是趋势。

在新形势下要充分认识到国企做好影像传播、新媒体传播的优势。

首先,国企有组织优势,国企系统有高度的组织纪律性,组织起来就可以高效完成各项任务。

其次,国企有人才优势,客观地说,许多国企干部职工素质非常好,目前全国国企系统有数千万这样的职工,把这些优秀的人才聚集起来,随时随地以影像的手段记录身边火热的工作与生活,国企的影像传播就有影响力、传播力。

另外,国企有内容优势,这一点很重要,为什么有内容优势?国企有很强的实力,大到干部,小到职工,在我们的工作中,在一线调研中,我深切地感受到在国企一线的工作中,有大量鲜活、感人的例子,可惜

的是大多不为人所知,而我们的工作、我们的任务,就是要把国企的这些内容挖掘出来、展现出来、传播出来,让社会知晓国企不但创造丰富的物质财富,还在创造宝贵的精神财富。

在今后的工作中,国务院国资委新闻中心一如既往地得到了社会各界、各个企业的支持,我们坚持广交朋友、广搭平台,为树立国企好形象、传播正能量不懈努力。

(作者系国务院国资委新闻中心副主任)

(上接G01版)

“如此一来,会使得国企改革的资本迅速得到充实。过去,部分国企由于产能过剩等原因步履维艰,甚至难以生存,而现在资本向其大量投入,会使其迅速壮大起来,这是集资最好的办法。”李锦说,“在经济整体下滑的情况下,政府不会向过去一样投资4万亿资金来进行推动。在不能由政府投资的情况下,由社会资本来进行投资,对于国企来说,是一个重大的利好消息。而且国企由自己内生性增长转变为外生性的增长,这样的刺激来得更快,更受政府的欢迎。”

扈志亮指出,深化国资国企改革,改革的大方向为混合所有制,而要实现混合所有制,提高国有资本证券化率是首要任务,因此国有资本证券化会先于其他国企改革先行启动,且其迫切性和可行性较强。将对整个国企改革起到明显的带动作用,对释放整个经济活力,实现经济内生性增长十分重要。

民生证券研究院执行院长管清友则认为,资产之于市场是相对透明公平有规则的,通过国资证券化既能保持国有资产的保值增值,同时又能防止国有资产的流失,而且通过证券化引进社会资本的效率高、更加透明,即使有反对者,其反对的声音也不会十分强烈。多位国资委内部人士在接受记者采访时表示,仅2014年一年,就有20多个省市先后出台了国企改革指导意见的文件,2015年一季度,国企改革顶层设计方案出台的可能性极大。

### 国资证券化改革 国企要练好内功

平安证券认为,从各地目前已经公布的情况来看,各地区提出的国资证券化比例目标一般均在50%以上,目前国资证券化率只有这个目标不到一半的水平。地方国资争先恐后提高国资证券化率,如按保守实现估算,至2015年末,全国地方国资证券化规模将比目前增长5.3万亿元,这个增加量相当于截至2013年底A股总市值的22.3%,这不是个小数字。

“各地方国企率先启动国资证券化,对证券化率的提高是一件好事。但是国企自身的成长与效率的提高,必须要靠内在驱动。练好内功,才是根本出路。一旦大量资本投入国企,就有可能制造新的泡沫,股市热度一旦退去,对那些内功差的国企来说,将会是又一场灾难。”李锦强调。

“对待国资证券化,我们既应该充满热情的欢迎,也应该防止泡沫现象的出现。一般来说,国企股票的四个阶段,发行阶段、注入阶段、膨胀阶段、泡沫阶段与消退阶段,有一个周期规律,国企不要因为个别阶段的上涨而受到刺激,作出盲目判断,为将来留下隐患。如果为了资本扩大而扩大,终究会尝到苦果。”

扈志亮建议,实施国资证券化改革,第一,需要防范国有资产的流失;第二,需要合理安排,按照资本市场现行法律法规来操作,要避免过多的人为干预;第三,最终实现国资改革提高效率 and 盈利能力的目标,有必要对国企公司治理体制进行调整,同时改革人事制度等。

## 中国企业报 2015年广告刊例

(人民币元/次)

规格	尺寸 (宽×高 cm)	头版		2版		3版		4版		5版		6版		7版		8版		9版		10-20版		21版以后	
		彩色	黑白	黑白	彩色	彩色	黑白	黑白	彩色	彩色	黑白	黑白	彩色	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	黑白	彩色	
头版整版	32×40	400,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
整版	32×48	---	200,000	205,000	220,000	240,000	165,000	175,000	200,000	205,000	160,000	190,000	150,000	180,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/2版横	32×24	200,000	100,000	103,000	110,000	120,000	83,000	88,000	100,000	103,000	80,000	95,000	75,000	90,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/2版横上位	32×24	---	130,000	134,000	143,000	156,000	108,000	115,000	130,000	134,000	104,000	124,000	98,000	117,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/2版横中位	32×24	---	120,000	124,000	132,000	144,000	100,000	106,000	120,000	124,000	96,000	114,000	90,000	108,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/2版竖	16×48	---	110,000	114,000	121,000	132,000	92,000	97,000	110,000	114,000	88,000	105,000	83,000	99,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
小全版	24×32	---	110,000	114,000	121,000	132,000	92,000	97,000	110,000	114,000	88,000	105,000	83,000	99,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/3版横	32×16	134,000	67,000	69,000	74,000	80,000	55,000	59,000	67,000	69,000	54,000	64,000	50,000	60,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/3版横上位	32×16	---	87,000	90,000	97,000	104,000	72,000	77,000	87,000	90,000	71,000	84,000	65,000	78,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/3版横中位	32×16	---	81,000	83,000	89,000	96,000	66,000	71,000	81,000	83,000	65,000	77,000	60,000	72,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/3版竖	10×48	---	74,000	76,000	82,000	88,000	61,000	65,000	74,000	76,000	60,000	71,000	55,000	66,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/4版	16×24 (32×12)	100,000	50,000	52,000	55,000	60,000	42,000	44,000	50,000	52,000	40,000	48,000	38,000	45,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/4通栏上位	32×12	---	65,000	68,000	72,000	78,000	55,000	58,000	65,000	68,000	52,000	63,000	50,000	59,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/4通栏中位	32×12	---	60,000	63,000	66,000	72,000	51,000	53,000	60,000	63,000	48,000	58,000	46,000	54,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/4竖通	8×48	---	55,000	58,000	61,000	66,000	47,000	49,000	55,000	58,000	44,000	53,000	42,000	50,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/5版	16×20 (32×10)	80,000	40,000	41,000	44,000	48,000	33,000	35,000	40,000	42,000	32,000	38,000	30,000	36,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/6版	16×16 (32×8)	67,000	34,000	35,000	37,000	40,000	28,000	30,000	34,000	35,000	27,000	32,000	25,000	30,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/8版	16×12 (32×6)	50,000	25,000	26,000	28,000	30,000	21,000	22,000	25,000	26,000	20,000	24,000	19,000	23,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/16版	8×12	25,000	13,000	13,000	14,000	15,000	11,000	11,000	12,500	13,000	10,000	12,000	10,000	11,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1/32版	8×6	13,000	6500	6,500	7,000	8,000	6,000	6,000	6,500	7,000	5,000	6,000	5,000	5,500	---	---	---	---	---	---	---	---	---
报花	5×3	7,000	3,500	3,500	4,000	5,000	3,000	3,000	3,500	4,000	3,000	3,500	3,000	3,200	---	---	---	---	---	---	---	---	---
上位通栏	32×3	50,000	15,000	16,000	20,000	30,000	12,000	13,000	15,000	18,000	11,000	13,000	10,000	12,000	---	---	---	---	---	---	---	---	---
整版跨页	67×48	---	400,000/黑; 460,000/彩	---	---	---	340,000/黑; 400,000/彩	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	300,000/黑; 360,000/彩	---	---
分类广告	元/字	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

户名:《中国企业报》股份有限公司 开户行:华夏银行北京车公庄支行 账号:1028200000248270

### 说明

- 刊登各类广告须符合《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》及相关规定
- 报社不另收广告设计费
- 刊登以刊例中的标准规格为准,特殊规格(异型)的广告在原价格基础上加收20%广告费,具体刊发以本报规定为准
- 指定版次(10版以后)在原价格基础上加收10%广告费
- 要求7天内见报(加急广告)刊发的广告,在原价格的基础上加收20%广告费
- 广告费在广告刊出前一次结清
- 本报可接收的广告形式为:电子稿、机打稿、电子图片(300dpi, tif/jpg格式)
- 此价格于2015年1月1日执行。



广告服务热线: 010-68701052