

# 国资报道“朋友圈” 结成主流舆论场

■ 本报记者 江金骥

中央企业媒体联盟第二届理事会第一次会议2月6日在国务院国资委举行。大会选举国务院国资委新闻中心主任毛一翔为新一届理事会主席;选举中国石化宣传部主任、新闻发言人吕大鹏,《中国企业报》集团社长吴昀国、人民网副总裁潘健等10人为副主席。国务院国资委副秘书长彭华岗为当选副主席颁发证书。中国记协书记处书记潘岗出席会议。

至此,中央企业媒体联盟由成立之初的46家理事单位扩展到现在的92家,不仅涵盖当前的主流传统媒体,还包括清华大学、北京大学、中国人民大学等高校的新闻传播系,以及新浪、搜狐、今日头条等客户端媒体。



## 发掘“国企好新闻”

“以平台整合力量,以作品凝聚共识,以推介带动创新。”毛一翔在致辞中表示,中央企业媒体联盟通过精心打造“国企好新闻”,日益成为专家推崇、作者向往、读者认可的推介平台,成为面向全社会反映国企好声音、传递国企正能量的传播平台。

“国企好新闻”评选活动开展四届以来,累计收到作品5700余件,其中,社会媒体作品800余件,国企国资一线新闻工作者作品共约3000余件,吸引了《人民日报》、新华社、中央电视台、《经济日报》等媒体的积极参与。还引起了中央网信办、中国记协、清华大学新闻与传播学院、北京大学新闻与传播学院等媒体主管部门和高校新闻传播院系的高度关注。

“围绕国企改革发展中心工工作,中央企业媒体联盟为国企改革营造出了良好的舆论环境。”潘岗在讲话中表示,按照国务院国资委“构建大国资宣传格局”的工作要求,理事会统筹各理事单位新闻宣传资源,有效壮大了有利于改革的主流舆论场,在全社会构建了国企宣传的统一战线。

为了让国企改革发展的正面声音占领舆论场,理事会连续3年与相关单位共同打造发声阵地。其中,“现代国企发展论坛”系列活动,凝聚了政府、企业界、学术界社会同仁,共同探讨国企国资改革发展的思路。理事会还合力策划了“助力新疆发展”大型采访活动,综合展示央企在新疆地方发展中的突出贡献;与南方电网传媒举办首届国企改革发展前沿论坛,邀请清华大学、中国人民大学、中国科学院、中国社科院等国内知名高校、科研机构的专家学者100多

人,探讨国资监管模式创新、全球视野下的企业垄断问题、混合所有制改革、国有企业与人民福祉的关系等话题;与《中国工业报》启动“中国工业品牌新丝路之旅”活动,展示中央企业在“一带一路”建设中的主力军、领头羊作用,向世界展示央企创造、央企品牌和央企力量。

## 联动式占领制高点

联盟成立之初,就坚持以“做强做优做大国有企业”为服务目标,以信息联动的形式,占领国企改革舆论制高点、理论制高点和道德制高点,以89次信息联动、271篇理论文章、1000余篇次的转载刊登,主动发声、准确发声,为国企国资改革发展提供舆论保障。

在服务大局方面,联盟重在做好政策解读。其中,针对2013年十八届三中全会提出的国企改革任务,联动全国人大财经委副主任邵宁,作出《国企改革亟须厘清五大问题》报道;针对2014年提出的“混合所有制改革”,联动中国建材集团董事长宋志平和央视《对话》栏目推出以“尝鲜混合所有制”为题的访谈节目,联动报道《楚序平:混合所有制不需负面清单》等;针对2015年出台的《关于深化国有企业改革的指导意见》,联动作出《〈指导意见〉学习读本、百问百答出版发行》、《国资委党委:坚定不移地走中国特色国有企业改革发展道路》等舆论引导;针对2016年深化国企改革,联动作出《理直气壮做强做优做大国企》等相关报道;针对2017年首届中国企业改革发展论坛召开,联动作出《专家为国企改革提高效能建言献策》等专题。

针对社会热点,联盟主动发声,积极回应公众关切。联盟坚持组织“核心专家队伍”,开展

有关国企国资的理论研究,形成了一系列说服力强、易读易懂的观点和文章,不断占领理论制高点。比如先后发布《江宇:习总书记为什么力挺国企?》、《梁军:客观看待央企审计“体检”报告》、《宋方敏:国企改革莫忘“制度自信”》等系列文章共计57篇,以第三方专家的视角,深入浅出地回应了社会热点。

在重大舆论面前,联盟注重借势借力,占领道德制高点。2014年8月3日,云南鲁甸发生6.5级地震,联盟联动发布《国资委紧急通知央企投身抗震救灾》、《专家盛赞央企在抗震救灾中勇于担当》等文章,展示了大灾大难面前的央企担当;2015年9月3日,世界反法西斯战争胜利70周年之际,联动报道《利剑坚盾守望和平,央企托举强军之梦》、《阅兵式上的神秘方阵》等,彰显“大国腾飞”的央企力量;2016年全国两会期间,联动发起“国资委主任肖亚庆等就‘国企改革’答记者问”等活动,展现国务院国资委“务实、高效、负责、为民”的社会形象;2017年在党的十九大期间,联动作出《习近平的央企足迹》、《国资委党委书记郝鹏谈央企四大变化:党的领导大大加强》等专题报道,展示了过去五年,中央企业在党的正确领导下取得的骄人成绩。

## 放大精品引领价值

联盟成立以来,坚持采用喜闻乐见的形式,将国企的品牌培育和价值引领作为联盟发展的落脚点。

“我们近年来,培育了一批影响力大、导向性强、参与性广的精品工程。”毛一翔介绍说,包括“一线故事”系列活动推展、《一线英雄传》图书编撰等活动,让亮点更亮,让有力者更有力。

2013年以来,“一线故事”

已完成三季的故事讲述工作,主题分别为“最美一线工人”、“中国工程师”和“中国建设者”。按照“线上线下互动、多类手法创作,多种渠道传播,多个平台发布”的工作思路,联盟依次推进、全面讲述“一线故事”。其间,向全社会累计推荐千余个国企基层感人故事。这些故事6次登上《人民日报》和中央电视台《新闻联播》,多次登上央视“元旦”、“五一”特别节目。通过组织中宣部、中央主流媒体完成7次集中采访、50次独家采访,实现媒体报道1500余篇,网络专题浏览量累计超过11亿人次。来自航天科工等企业的18名员工,登上中央电视台《开门大吉》舞台,展示了国企员工的风采。

“一线故事”人物还以公益广告的形式,在北京地铁8条线路上亮相,以实际行动彰显了砥砺攻坚、锐意创新的国企新形象。

除了分享“一线故事·中国建设者”等优秀故事,联盟还连续三年推出《一线英雄传》图书,用新元素、新理念、新手段、新语言去讲国企故事。

图书推出三年来,共向社会推出了中国核建的“碧海双雄”、南方电网的“背夹巡线队”、中国黄金的“我们都是90后”、南方电网的“货郎电工”等50多个来自国企一线的典型人物、典型故事。

记者观察到,这些图书在装帧设计上都有特别的创新。编著者将传统文化与新媒体元素结合起来,在表现手法上,不但为每一位主人公赋诗一首,还制作漫画形象,而且在每一个故事结尾都加注视频二维码,不仅使“一线英雄”的形象更加生动、鲜活,而且有利于使“一线英雄”的故事在公众中获得最好的传播和互动效果。

## 115件作品讲述 2017国企改革故事

2月6日,在中央企业媒体联盟第二届理事会第一次会议上,第四届“国企好新闻”115件优秀作品脱颖而出,集中展示了2016年至2017年度国企国资在深化改革、科技创新、精准扶贫、“一带一路”建设等方面取得的重大成就。

本届“国企好新闻”推介活动由国务院国资委宣传局指导,国务院国资委新闻中心、中央企业媒体联盟主办,《中国企业报》集团承办,设置文字、新闻摄影、广播电视、“双微”四类奖项。

从2017年8月开始,第四届“国企好新闻”开始向全国征集作品,共有891件作品提交,经过初审、复评、终评、网络投票等环节,最终115件优秀作品脱颖而出获奖。其中特别奖4件、一等奖8件、二等奖24件、三等奖72件、最佳网络人气奖7件,还评出新闻创客10名。

按照“公平、公正、公开”的原则,评选过程严格按评审程序办事,确保评选结果经得起考验。

《光明日报》原副总编辑、北师大新闻传播学院院长刘伟表示,现在全世界对于中国都很关注,特别是国企改革、科技创新、“一带一路”建设等内容,国有企业都有涉及,都是“排头兵”,借助“国企好新闻”推介活动这样一个大平台,可以把国有企业的好形象、好故事、好做法向各界广泛传播。

与往届相比,本届“国企好新闻”评委阵容强大,涵盖北京大学、清华大学、人民大学、中国传媒大学等高校,《人民日报》、《光明日报》、《经济日报》等中央媒体,以确保评选的专业性、权威性。

国务院国资委新闻中心主任毛一翔表示,经过连续四年开展,“国企好新闻”推介活动已经成为国企新闻宣传工作的一个品牌活动,得到各大新闻媒体和国有企业的积极参与。

(江金骥)

## 第四届“国企好新闻” 十大新闻创客

| 单位           | 姓名  |
|--------------|-----|
| 中国中铁股份有限公司   | 姜帆  |
| 南方电网公司       | 李燕萍 |
| 中铁四局集团有限公司   | 许国  |
| 首钢集团新闻中心     | 贺蓬勃 |
| 中国电子科技集团公司   | 任青锋 |
| 中国海洋石油集团有限公司 | 赵亮  |
| 中国核工业建设集团公司  | 李小禹 |
| 中国冶金科工集团有限公司 | 于博  |
| 《中国石油报》      | 林伦  |
| 中国交通建设集团有限公司 | 任明朝 |