

新媒体背景下 李锦在国企解释性新闻中的兴起

——为《国企改革的方向与焦点》而序

■ 郑保卫

在党的十八届三中全会前后,在首都新闻界出现了一个现象:凡国有企业的重大新闻,常有中国企业研究院首席研究员李锦出现,他的新闻解析成为国企新闻报道的重要组成部分。从《国企改革的方向与焦点》一书来看,李锦近几年对国企新闻的解析出现次数之多、速度之快、范围之广,在国企新闻报道中十分突出。

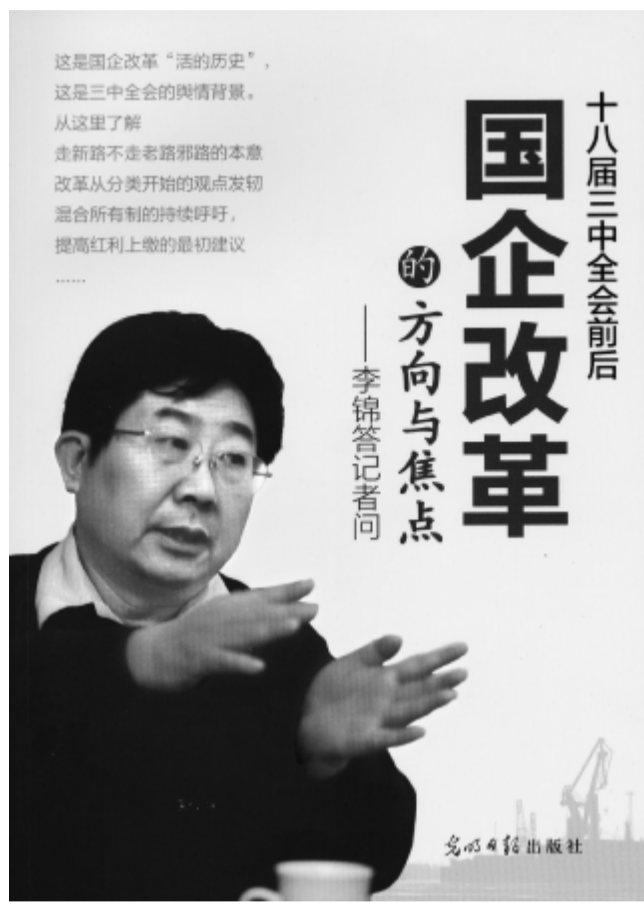
人们也许以为李锦是“体制内人”,其实他是个不在编也不拿一分钱俸禄的“局外人”,是一个以“智者人物”形象出现的学者。他以局外人身份在国企新闻报道中的表现耐人寻味。

李锦多是以专家身份发表解释性新闻报道的方式出现在国企重大新闻报道中。优秀新闻作品的魅力主要在于事实本身,而一篇成功的解释性新闻报道,其魅力常常在于它的观点和见解。解释性新闻报道是对新闻事件的生成原因、影响范围、发展趋势及其深层意义进行分析和解释的报道。比如在国务院向全国人大报告国资工作、国资委主任年度工作报告、国资委引进民营 14 条公布、央企薪酬、央企考核结果公布、十八届三中全会等新闻报道中,李锦都发挥了国企主要解释者的作用。

李锦的成功实践是媒体格局变化情况下纸质媒体强化解释性报道,巩固其传统强势地位的反映。自上个世纪末开始,媒体格局变化已经成为一个世界性课题。以互联网为代表的媒体的出现,使得报纸、广播、电视、互联网、手机等“多媒体融合并存”的媒体格局在中国已经形成。新媒体的出现,使得新闻传播呈现出的传播环境更加复杂、传播功能更加完善、传播手段更加齐全、传播形式更加多样、传播内容更加丰富、传播效果更加多元等新特点。作为纸质媒体,特别是主流媒体,传播力和竞争力面临强大的压力。

国企重大事件解释性报道的强化可以视为纸质媒体对于互联网冲击的回应。强调事实与观点分开,借助背景资料和专业视角来解释新闻事件,引导社会舆论,依靠思维的深度和观点的创新,与广播、电视、互联网、手机等新兴媒体抗衡提供支撑点,这已成为报纸发挥优势,吸引读者,提升竞争力的一种重要手段。

解释性报道产生于 20 世纪 30 年代的美国,美国新闻学者将其称作 1929 年经济危机的产物。此时探讨“为什么”变得与“是什么”同样重要。阅读《国企改革的方向与焦点》可以发现,解释性报道在 21 世纪初金融危机后在中国媒体上的运用,呈现出明显的



特色。分析李锦的解释性报道,有以下几个特点:

一是解读新闻背后的“新闻”,满足读者的新闻信息的深度需求。解释性报道不仅向受众提供一般化的新闻信息,而是由此及彼,把个案的问题推而广之;由表及里,透过现象看本质,向广大受众挖掘新闻背后的“新闻”。它既要探讨事实的来龙去脉、前因后果,又要揭示事实的意义、影响,预测其发展的趋势和规律,满足受众对信息深度的需求。李锦的“国企改革的方向是市场化还是私有化”、“国企改革不能走老路、邪路,要走新路”、“坚持国企改革的正确道路”等文章,立意新颖,思想深刻,非一般新闻报道可比。

二是速度与深度并重,快速形成舆论引导力。李锦往往能够在新闻发生后,迅速加以分析概括,点明要义所在,这是他的超凡之处。例如“国企利润缘何出现增减两重天”、“聚焦央企考核”、“宏观大势导致少数企业大起大落”等,都是新闻出现在网上不到一个小时他便开始进行采访,其观点在几小时后便会在网络上。奥巴马再次当选,他分析其政策对中国企业的影响,一夜写出 7000 字的对话。这些深度解释性报道常常作为独家新闻快速推出,往往为网站广为转发。尤为引人注意的是,党的十八届三中全会《决定》发表的当晚,便有十多家媒体请其解读《决定》,成为国企改革国资监管内容的主要解读人。

三是疑惑解惑,以独立见解推进国企难点问题的解决。国有企业的热点、难点和敏感问题,都是报纸解释性报道深入挖掘的重点。如李锦的“承认公益性国企是改革的重要突破”、“金融监管不宜照搬国资委模式”等报道,其深度的解析具有对策研究的特点,言之有理,读之有味,成为人们一时关注的热门话题。他对于“国企改革要从分类开始”的观点一旦形成,便深入研究,大力传播,形成了舆论强势,被媒体视为国企分类论的主要代表人物,在促进国有企业改革中起到了积极的引领作用。

四是依托强势媒体品牌效应,强化解释性深度报道。新华社发布的“企业 500 强榜单折射中国大企业四大格局”的解释性新闻,有 6 段专家解析的内容,其中 5 段选取的是李锦的观点。这则消息不仅为腾讯手机新闻转发,还为数百家网站转载,形成舆论的主流声音。中国新闻网把他请到演播室做题为“国有企业将迎来第二波改革的高潮”的演讲,同时把演讲分为若干篇新闻播发,收到很好的传播效果。传统品牌媒体对李锦深度解释的重视,说明传统媒体报纸、广播电视和网络等新兴媒体间都面临解释性报道的竞争,都需要强化解释性深度报道。

李锦的成功实践,是在现有体制下还能够很好地适应媒体格局变化的背景下形成的。现有体制对新闻发言人授予重大责任,同时也形成强大的约束力。体制内制度安排的滞后,为作

为“局外人”的李锦在新闻报道中留下了“说话”的空间。近年来,央企薪酬、红利上缴、财产申报、外部审计、部分央企亏损等敏感问题一再成为社会舆论的焦点,包括中远集团魏家福换任等,国资委与央企发言人极难回避但又极难回答。而李锦以客观、中立的立场出来解释解惑,便有了更大的空间。他总是在承认客观事实的基础上讲清过去怎样、现在怎样、将来可能怎样,以消除一些误解。从媒体方面说,李锦学养丰富、知识广博、认识深刻和反应敏捷,是一个可信度很高的信源,因而得到欢迎。

李锦无形解决了央企新闻发言人的职业困境,他在新闻“公布”外更有“说服”的意味。他的成功启示我们,央企的新闻发言人要从“官职本位”逐渐过渡到“专业本位”。我国的政府和企业必须摒弃单纯的宣传机制和宣传思维,新闻发言人要有智者的脑袋,成为“专业的传播者和沟通者”,而不再只是充当企业宣传的“喉舌”。当然,人们更希望新闻发言人背后的制度改革能够更加适应新媒体时代的需要,进一步走向包容和开放。

李锦的出现,也是新媒体时代深度报道竞争和人才竞争的一种体现。实践证明,高水平的,能够发挥正能量的学者是珍贵的新闻资源,是新闻生产力的代表。现在,他除了在报纸上保持每年发表数十篇时评的高产纪录外,还在各门户网站上撰写了大量博文。其博文大都获得重点推荐,标题出现在财经博客首页。他的作品主题重大,思想独特,能够起到警醒读者、激扬风气,匡扶正义,乃至影响社会、引领潮流的效果。

媒体竞争,最终还是靠人才的竞争。而人才的竞争需要制度安排的保证。李锦对国企重大新闻倚马可待的概括功夫、速度与深度并重的能力以及与众不同显示其真知灼见的思想水平,与他长期双栖于新闻与理论两界的经历有关,更与他专心致志、几十年如一日埋头治学的状态有关,其精神令人感动,希望他能创造更好的条件,使自己的理论智慧发挥得更好些。

我们正处在信息化时代和媒介化社会之中,意识形态领域围绕国有企业新闻传播展开的竞争也日趋激烈。李锦答记者问提供的实例,展示了纸质媒体在信息时代新闻解析的运作规律与方式,有较强的可读性与较大的实用性,适合高校新闻专业学生、媒体采编与评论人员等学习参考,更适合国有企业理论研究与新闻宣传人员学习参考,特此推荐。

(作者系中国人民大学新闻与社会发展中心主任、全国新闻学研究会会长)

完秒全球的 德国工业 4.0

■ 本报记者 万斯琴

大数据时代背景下,对于德国工业 4.0 的热炒,再一次把德国概念推向工业制高点。

目前,央企在对标德国工业 4.0 的技术创新路途上埋头追赶。可事实上,追的还远远不只是高端技术,在工业模式、管理理念诸多领域都在奋力直追,而最为重要的,还数是德国通过工业累积的创新经验,或许,这也是“隐藏的冠军”为什么这么强大的奥秘,同时,也是包括央企在内的中国企业追赶德国工业 4.0 的精粹所在。

德国近年提出的“工业 4.0”概念,意在升级国内的工业体系、保持其在全球的领先地位。

而且,德国工业 4.0 是在德国学术界和产业界共同推动下提出的,以智能制造为主导的第四次工业革命或革命性的生产方法,通过充分利用信息通讯技术和网络物理系统等手段,实现由集中式控制向分散式增强型控制的基本模式转变,目标是建立高度灵活的个性化和数字化的产品与服务的生产模式,推动制造业向智能化转型。

随着智能化生成的信息流向实际制造流程,全新的生产环境将由此诞生。可以想象,在智能工厂中,机器社区将自行组织,供应链将自动相互协调,未加工的产品将向机器发送完成其加工所需数据,然后由后者将其变成商品。

有人提出,“工业 4.0”想连接的是生产设备。这就是生产的“一体化”。把不同的设备通过数据交互连接到一起,让工厂内部,甚至工厂之间都能成为一个整体。这种工业设备生产数据的交互在德国正在变为现实。

尽管面临昂贵的劳动力和强势的欧元,但德国依然是仅次于中国的世界第二大商品出口国。

德国工业 4.0,这个由政府出资、注重中小企业的创新智能计划,背后是德国工业界面对信息时代的巨大危机感。但对于德国推崇工业 4.0 时代,还是受到较多业内人士的支持。

“只要德国企业专注于工业、积极创新,他们就能在很多工业领域维持高质量的工作。”哈佛商业学校的老前辈 Theodore Levitt,曾观察到“持久的成功主要在于经常关注正确的事情,每天争取有很多微不足道的小进步”。但这是德国很早以前就学到的经验。

反观中央企业的发展现状,过去支撑其快速发展的经济和社会条件已经或正在发生重大变化,产能过剩日益严重,资源与环境约束不断加大,生产成本快速上升,单纯依靠拼规模、拼资源、拼价格的发展模式已越来越难以以为继。

对于学习德国工业 4.0,意图再明显不过。“中央企业要赢得新的竞争优势,就必须进一步加强技术创新、产品创新和商业模式创新,打造一批具有核心知识产权的自主品牌,实现由规模扩张向质量效益转变,由产业链低端向产业链高端转变。”国资委相关领导说。

据记者粗略估计,德国企业积极推动技术创新工作有着多方面的动力。

大多数的德国企业普遍认为,如果企业自身要想在市场竞争中占据优势、获取最大的经济效益,首先要在产品技术上取得领先优势,只有不断致力于产品研发和技术创新,才能更多地掌握世界话语权。

同时,德国企业十分注重专利技术开发与应用,注重产品不断改进,将专利技术及时转化为现实生产力,许多拥有尖端技术的企业往往领先占领市场。

此外,德国企业密切关注潜在竞争对手在产品技术上的发展,寻找竞争对手的技术空档。

随着信息化的发展,企业取得数据越来越容易,企业要对这些数据进行更详细、更深入的分析,给企业的决策、给企业的经营提供更多的支持。而对这些技术的深入分析,需要管理方面的技能,当然也可以采用软件支持工具来完成,前提是要有管理控制“思想”在其中。

试想,一个诞生了康德、尼采、爱因斯坦、马克思、黑格尔、叔本华和普朗克的民族透着何等的智慧?

要问与德国企业或是个人有过接触印象排在第一的词汇,肯定是做事严谨莫属。

曾经有人用一句话形象地形容了世界上的 4 个国家:一个老板问销售现在是几点了,美国的销售会说“对不起这个合同里没有写”;德国销售会说“您等等,我打电话问问世界各个销售地点的时间”;日本销售会说“你说几点就是几点”;中国销售会说“老板这里有块劳力士您自己看吧”。

或许,日耳曼民族骨子里就有一种严谨的态度,这为德国工业 4.0 打定坚实的基础。

归根溯源起来,德国工业 4.0 的精致智能管理主要体现为“准”和“严”。

定位准。聚焦企业战略和客户价值,在充分了解市场需求和研究比较优势的基础上,根据行业特点、企业实际和品牌发展规律,按照差异化的原则确立独特的定位。

保护严。德国企业普遍重视知识产权工作是着眼于企业自身发展的需要,他们将知识产权战略作为企业整体发展战略的重点加以制定和实施,其高层次和高水平的运作有效地推动了德国整个国家知识产权工作的开展。

面对知识经济时代的到来,德国政府更加致力于推进知识产权工作,形成了较为成熟的政府、企业、员工三位一体的知识产权战略管理和法律保护体系,积极实施了以企业为主体、以专利为重点的知识产权战略,打造了德国奔驰、宝马、西门子、拜耳、巴斯夫等一大批世界顶级的跨国公司。

从“工业 4.0”来看,德国工业界在技术与理念上的更新从未止步,这一点是在中低端市场上紧盯销量的中国企业需要关注的。

化解过剩产能不能只依靠行政压缩

■ 赵晓

2013 年 1—11 月,中央企业实现营业收入 21.8 万亿元,同比增长 9.5%;实现利润 1.2 万亿元,同比增长 7.5%。而 2013 年 11 月份 WIND 统计数据显示,2013 年前三季度,有 57 家央企控股上市公司出现亏损,共计亏损 197 亿元,而 2012 年同期 66 家央企控股上市公司共计亏损 299 亿元。

虽然 2013 年央企实现减亏成了板上钉钉的事情,但仍不能忽视亏损带来的影响。这些亏损央企的日子并不好过,一些上市央企面临可能被停牌摘牌的命运。而这些央企存在亏损,一个很重要原因就是由于产能过剩。

自 1996 年来,中央政府先后推出一系列以淘汰落后产能为目标的宏观调控措施。特别是刚过去的几年,先是制定了淘汰落后产能企业目录,接着干脆把 80% 的现有钢铁产能纳入考核“黑白名单”,企图通过划分“谁是好孩子,谁是坏孩子”的严格筛查方式来决定已有钢铁企业的“去留”,2013 年 10

月份更是提出“压缩钢铁产能总量 8000 万吨以上”的具体化目标。

然而,几番调控下来,产能过剩问题好像愈演愈烈。中钢协公布的调研数据显示,2006—2012 年的 7 年间累计减少的粗钢产能为 7600 万吨,但在这期间国内累计新增的粗钢产量产能达到 4.4 亿吨。更具讽刺意味的是,相比已经淘汰掉的产能,近年新增的产能是已淘汰产能的近六倍。越亏损越生产,越治理产能越增加,为何中国的去产能化之路会陷入如此的怪圈呢?

这足以说明以往过重依赖行政手段去产能化的做法需要好好反思。“减法式”去产能化的手段无非就是两条:一是严格限制新项目上马;二是制定淘汰落后产能目录。然而,在“做大 GDP、做大政绩”的激励机制下,地方政府对付过剩产能治理的法宝就是想方设法把自己管辖下的企业规模做大。一是作国有企业的隐性担保人让企业获得低成本的融资,或者干脆给予这些企业各种形式的财政补贴,帮助企业拓展规模;二是强拉郎配或者直接“国进民退”,让辖区内

的企业兼并重组,先把这些企业做到“大而不能倒”再说。

这样造成的结果就是过剩行业的企业不去琢磨如何产业升级,而是花更多的精力去琢磨如何把规模做大,即使把自己做成了“僵尸企业”也在所不辞,因为只有规模做大了才不会被淘汰,才能先活下来。

如此一来,做“减法”去产能化就会有两个大障碍:一是企业自己不愿意;二是地方政府不愿意。本来去产能化是市场自己的事情,是靠优胜劣汰来自主完成的,但是中间插入一个地方政府就演化成了地方政府与中央政府的博弈问题,就增加了去产能化的不确定性。国际经验也表明,对过剩产能的行政性压缩,一般并不会取得实质性效果,调整产能过剩或不足的最根本最有效手段还是市场力量,那就是通过优胜劣汰,通过企业自愿基础上的重组兼并,让有竞争力的新企业“进得来”,同时让落后的缺乏竞争力的企业“退出去”。

要让有竞争力的新企业“进得来”,就要求政府去产能化的过程中不仅要会做“减法”,更要学会做“加法”,因为对于严重产能过剩行业而言,产业竞争力的提升与结构转型才是化解和调整过剩产能的最重要方式。以钢铁行业为例,虽然中国早已是世界钢铁产量第一大(粗钢产量约占世界的 50%),但特种钢材却严重依赖进口(每年进口量超过 1000 万吨)。在出口方面,2013 年我国钢材出口大约在 6000 万吨左右,占全年钢铁产量的比例还不到 8%,占世界钢铁贸易额的比例还不到 15%。也就是说,我国钢铁行业产能过剩严重,根子还是出在钢铁产品结构不合理,产品竞争力不强上。

在产能过剩时,任何企业都希望淘汰别人而让自己留下以便“熬过”暂时的苦日子,这时候如果政府冲出来阻止新进入者并淘汰小规模经营者,就会坚定大企业继续扩大规模占领市场的决心,而不是把精力用在产品的创新上。因此,当前应让市场在资源配置中发挥决定性作用,而不是政府冲到前面去当裁判,去自告奋勇地决定淘汰谁或不淘汰谁。

(作者系北京科技大学教授)