

不期而遇中国最强“推销员”



谭广仁

李克强总理曾向十几个国家推销中国产品,推销成效立竿见影,总理也被亲切地称为中国最强“推销员”。我们也一直在想,如果有机会,李克强总理是否能够帮忙推销一下振华重工的产品。

机会就这样来了。当振华重工的黄庆丰总裁在上海自贸区遇到正在参观的李克强总理时,主动提出了请求,希望总理能够“帮忙推销”振华重工自动化码头装卸系统。总理虽然点头回应,但他对“代言”的产品要求非常严格,必须要保证产品的质量过硬。对于产品质量这一点,我们是非常有信心的,毕竟振华重工的产品在世界上也是响当当的。

在参观现场,李克强总理给予了振华重工积极评价。总理近些年出访,经常到访一些国家的港口、码头,而这些港口和码头,绝大多数都已经被振华重工

的产品拿下。我们也有理由相信,总理作为最强“推销员”,对于中国产品走出去、树立良好品牌形象会产生极其深远的影响。

说到“代言”,振华重工的产品不是第一次被“代言”。

2013年,奥巴马演讲时吹落的国旗下出现“上海振华”的字样,被世界媒体广为报道,对于振华重工而言,这就是极具影响力的代言。但那是振华重工的“龙头产品”之一的岸桥,这种设备已经具有非常大的市场与影响力,截至2016年年底,振华重工的港机产品已经进入全球95个国家和地区、200余个码头,产品占据全球82%以上的市场份额。相比之下,全自动化码头装卸系统属于公司的新兴业务,虽然将来一定能做好,但就目前的形势,非常需要总理帮忙推广。当然,这个系统本身就具有非常显著的优势与先进性,是未来港口发展的必然趋势,不仅体现了“中国制造2025”的国家战略,也是“中国制造走出去”的有力途径。因此选择这个系统作为被“代言”的对象,非常具有实效性

与前瞻性。

打铁还需自身硬。作为国有企业,我们积极执行“走出去”、“一带一路”等,履行好国家使命和企业社会责任,树立良好企业品牌和形象,这样我们才有资格要求总理帮我们“推销”产品。

(报送单位:中交股份)

为了不能忘却的记忆



许辉

在山东沂水县北30多公里的沂水河西岸,有一个叫张耿村的村庄,村旁有一片树龄几十年的翠柏长得郁郁葱葱,翠柏下面有81座坟茔,长眠着81位抗日英雄。不,是84位!其中有3位烈士未能找到遗体而没有坟茔。

当年,他们是八路军鲁中军区2团1营2连的85位壮士,为掩护大部队和群众转移,在歪头崮孤军抗击3000多日伪军,血战至弹尽粮绝,宁可跳崖也不当俘虏,他们当中,除一人生还外,其余全部壮烈牺牲。而这唯一的幸存者,就是当年3排7班副班长亓荣友,老人已经94岁高龄,在中远海运集团离休后生活在大连……

这是我在电话采访中所了解到的一段真实而感人的故事。亓荣友老人的女儿告诉我:新中国成立后,老人每年都会

到张耿村歪头崮战斗烈士陵园祭奠牺牲的战友,年年不落,而且每次去都会大哭一场,直到前年,扫墓回来的老人终因伤心过度且年事已高,瘫痪在床。

可即便是这样,老人家还是告诉子女“我去不了,你们替我去,每年都要去!”

自打那时起,亓荣友老人的子女便承担起祭扫烈士的责任,年年如此、风雨无阻……

其实,在策划、创作抗战主题系列报道过程中,我所接触和采访到的像亓荣友老人这样的抗战老兵还有很多,无论是编辑《反法西斯战场上的无名英雄》、《父辈们的抗战岁月》还是《七十年的坚守与传承》、《白山黑水血脉相传》等文章,他们同样记忆中国远洋海运集团的前辈们参加抗战的峥嵘岁月,缅怀英雄们的丰功伟绩,弘扬伟大的抗战精神。为了不能忘却的记忆,作为编辑记者,我们有必要更有责任全方位多角度回忆、整理、创作、歌颂抗战的中流砥柱,继承和弘扬伟大的爱国主义精神,并以此凝聚和平发展正能量。

“回顾·1945”,抗战路上,每一个脚步都变得如此坚定与厚重。那些在战火硝烟中顽强抗战的身影,他们的精神凝聚在中国远洋海运集团这个大家庭,汇聚成一股奔腾不息的洪流,激励着后人劈波斩浪、奋发行。

(报送单位:中国远洋海运报社)

记录三峡人从江河走向大海



孙荣刚

三峡集团是干水电起家的,在长江上,三峡人筑起世界最大的水利工程,实现了中华民族的百年梦想,创造了人类历史上的新奇迹。承载着从三峡工程中积累的经验与豪气,三峡人在金沙江上继续实现着自己的水电梦,溪洛渡、向家坝、乌东德、白鹤滩四座巨型电站,以两倍于三峡工程的装机容量,正在将西南水电基地的蓝图一步步的变成现实。

在后水电时代,三峡集团秉承打造国际一流清洁能源集团的愿景,以强大的企业实力在新能源开发领域大展手脚。在各类新能源项目中,海上风电是三峡集团除了水电主业外,致力打造的第二主业。海上风电源于欧洲,中国起步较晚,但三峡集团致力成为中国海上风电的引领者。而我们采访报道的响水近海风电项目,正是三峡集团这个引领者的引领项目。

2015年12月初,苏北平原已进寒冬,黄海边的滩涂上温度已经到达冰点。此时,我们顶着凛冽的寒风来到盐城响水,

正是要用我们的镜头和笔,去见证和记录三峡集团的第一个海上风电项目,在历经一年多的紧张施工后,到了收获的时刻。

刚赶到响水便奔向海边码头,不顾舟车劳顿乘船出海。在海上,我们记录下了首批机组中最后两台风机的吊装过程。组装风机、整体运输至指定位置、起吊、法兰对接,每一个镜头,记者都不想落下。为了取得最佳的拍摄角度,摄影记者在风浪中要爬至船舶的最高处,顶着大风进行拍摄。而为了获得不同时段的景致,白天黑夜即使技术人员交接班,我们的记者却始终坚守着。

响水风电是我国在建的最大海上风电项目,它的成功与否,对海上风电这种新能源在中国的发展有着重要的意义。从响水风电公司我们了解到,项目建成后,预计每年上网电量约5亿千瓦时,按国家发改委提供的火力发电标煤消耗量测算,每年可节约标煤17.2万吨。据环保部门相关测算数据,每年可减少二氧化碳排放量7.38万吨,减少灰渣4.35万吨,减少烟尘0.25万吨,减少其他废气排放如二氧化硫673吨,氮氧化物1690吨。此外,每年还可以节约用水170万立方米,并减少相应废水和温排水,环境效益十分显著。

谈到这里,我们感受到,三峡人在长江上建设巨型水电工程,和在黄海之滨建设中国最大的海上风电项目,其宗旨都是一致的。三峡人要在保护青山绿水、碧海蓝天

传播正能量

写作首先要让读者看得懂



齐慧

写《探秘核电“宝贝”华龙一号》一文的起因非常有趣。那是在2015年6月初的一个中午,同事们一起在食堂吃午饭,闲聊时一个编辑问了我一个问题,什么是“华龙一号”?

当时有个背景,国家同意批准依托中核集团福清5、6号机组和中广核集团防城港核电站3、4号机组建设“华龙一号”国内示范项目。2015年5月7日,“华龙一号”国内首堆——福清5号机组开工。

在那段时间,对于“华龙一号”的消息报道可以用“铺天盖地”形容,几乎每家主流媒体都进行了相关报道。但由于核电技术专业,普通读者对于核电、对于“华龙一号”都是一知半解,不太熟悉。

同事问了我这个问题后,我就想如何能够用最简单的白话把一个具有如此重大意义的核电技术介绍给她。那天午饭后,我把几个同事拉到我的办公室,拿出我珍藏的核电站的模型,用我积累了9年“跑”核电的知识,以及多次深入到核

电站采访的经历,给他们从什么是核电,核电的发展历史,以及“华龙一号”为什么而生,什么原理构成——介绍了一遍。

令我惊讶的是他们都听懂了,并且觉得很有意思。编辑说,你把这些都写出来吧,写成稿子,我们保证篇幅,读者应该能看懂,喜欢看。正好我刚到“华龙一号”建设现场去采访回来,又采访了很多专家,材料充裕。就这样,这篇稿件就完整地呈现在了《经济日报》的版面上。

写这篇稿件时,我使用了大量白话,对于技术问题尽量采用比喻和拟人的写作技巧,目的只有一个就是让读者能读得懂、看得明白。

从2006年工作至今,我一直从事一线记者的工作。从当记者那一天起,我就在思考,什么样的稿件是好稿件,什么样的记者是称职的新闻工作者。

经过多年的摸索尝试,个人认为可能写些对读者有用、有帮助的稿件是我写作的目标和追求。在工作中我特意加强了这方面的训练,对自己的第一个要求就是,写的内容要让读者看得懂。

说起来容易做起来难。尤其是在企业创新技术的报道方面更为困难。首先记者要把一项复杂难懂的技术,先吃透自我消化、弄清楚,再讲给读者听,让他们了解技术的原理意义,让他们知道企业这么做的原因目的,让他们明白这些与百姓的生活息息相关。

我想,让读者从作品中获得有效的信息,这就是一个记者的使命担当。如今,我还在这条道路上不断的努力奋斗着。

(报送单位:经济日报社)