

# 航天新闻工作通讯

中国航天报社 主办

P3 新闻工作寄语：  
改一改我们的新闻宣传方式

P24 编读往来：  
枯燥会议报告的“动态表达”

P30 基层园地：  
小宣闯关记

200次发射专题策划

P9 一次重大航天题材的“轻表达”

P11 新媒体集群对大事件的报道视角

P13 媒体融合下的200次发射报道

记者手记

P15 从重大工程报道看媒介融合

P16 写稿子，初心和技巧都别少



在第十届珠海航展上，中国航天的宇航与防务装备备受瞩目，航天报社记者用镜头记录下热烈的参观场景。

# 目录

## 新闻工作寄语

“任性”	时旭	1
改一改我们的新闻宣传方式	荣思远	3

## 报道重点提示

中国航天报社 2015 年采编工作思路		5
---------------------	--	---

## 刊登稿件分析

展成就 亮实力 鼓干劲	刘淮宇	6
“软”“硬”兼施 质效并存	索阿娣	7

## 200 次发射专题策划

一次重大航天题材的“轻表达”	黄希	9
新媒体集群对大事件的报道视角	胡群芳等	11
媒体融合下的 200 次发射报道	李东	13

## 记者手记

从重大工程报道看媒介融合	陈龙	15
写稿子，初心和技巧都别少	陈立	16
火热的航展 烈火的锤炼	刘淮宇	18
难以忘怀的航展“盛宴”	李淑姮	20
结识“快舟”认识中国航天	王旭	22

## 编读往来

枯燥会议报告的“动态表达”	黄希 王旭	24
群众关心的事就是最好的新闻源	荣元昭	26

## “走转改”进行时

走转改：打开航天新闻宝藏的金钥匙	沈睿	28
------------------	----	----

## 基层园地

小宣闯关记	刘栩	30
-------	----	----

## 作品点评

2014 年度航天东方红杯新闻摄影大赛获奖作品点评		32
---------------------------	--	----

## 文化创意空间

融合多媒平台 实现经营拓展	李睿	34
---------------	----	----

## 国内新闻动态

5 年内经营性文化事业单位转制免征企业所得税等		36
-------------------------	--	----

## 世界传媒资讯

《查理周刊》杂志社遭恐怖袭击等		37
-----------------	--	----

主办：中国航天报社

2015年1月  
季刊·第1期 总第8期

主编  
荣思远

编辑主任  
杨振荣

编辑  
黄琦

美术设计  
陶越 丁洁

联系电话  
010-68373591

地址  
北京市阜成路8号  
综合楼316室

邮政编码  
100048

投稿邮箱  
zghtbs@sina.com

电子版地址：  
www.csn.spacechina.com

“量和质矛盾吗？其实是相伴偕行的。一个月抠出一篇精品，‘任性面前，是一个纯粹的文士’，在航天这趟‘高铁’上，当然不行；一年在报上发100篇‘豆腐块’，无滋无味地让人‘吃’下去，不让人‘吐槽’也是怪事。”

## “任性”



在研讨2015年采编工作思路时，一个编辑提出了一个很严肃的问题：现在搞新闻只是出产品，精品怎么办。虽然这个问题可以有多种回答的方法，但我想在这个刊物上，用现在的网络热词“任性”来谈谈，可能更符合愿意读这篇小文的人的胃口。

在我们东北，任性是经常挂在大妈嘴上的琐词，小孩子常常不听大人的话，按自己的意愿去做事，当妈的嘴里就会冒出这个或褒或贬的词，常常还加上一个“太”字——“太任性”。

到了当下的今天，任性被赋予了更多更多的含义：美女靠天姿而任性，非大款、“高富帅”不嫁；大款凭大把的钞票而任性，马云先生在马年比牛还牛地玩了一把中超足球，博得无奈人的一声叹息，“有钱人就是任性”；小网民的“亲”很任性，送习主席一个“大大”的昵称；习大大也回奉时代气息，在新年献词肯定各级干部的工作时，用了一个很率真的词：“蛮拼的。”

我理解，“蛮拼的”不是说大家使的是蛮力气，“傻干”，而是在各自所处的领域、所在的岗位，用脑力和心力，做出了与“中国梦”相符的成绩，体现了大家在坚持和突破过程中的真有为、不做作。这一点就是“任性”词义中的褒义：率真、不做作。

那么，我们航天新闻人该怎么任性一下？其实，新闻界前辈中“任性”蛮拼的人也是层出不穷的：在中国红军最困难的时期，斯诺先生到延安，留下了珍贵的《西行漫记》；在中国百废待兴的时候，穆青一头扎到兰考，雕琢出数十年后依然

光辉闪耀的《县委书记的好榜样——焦裕禄》。

这样的典范实在是太多了，只不过是因为“新闻快餐”的盛行，阅读习惯的悄然更替，看这样的典范或者任性地去做这么实践，一些人觉得“太累”了。但快餐永远替代不了做工讲究的美食，舌尖上的中国已经证明。

有人说，我们搞航天新闻的现在追求的就是两个“量”：上稿量、工作量。一个是领导的，一个是自己的，量就是“工分”，量就是真金白银。量和质矛盾吗？其实是相伴偕行的。一个月抠出一篇精品，“任性面前，是一个纯粹的文士”，在航天这趟“高铁”上，当然不行；一年在报上发100篇“豆腐块”，无滋无味地让人“吃”下去，不让人“吐槽”也是怪事。

收藏家说“官窑赏瓶和民窑陪嫁，不是一个路数”。“精”的东西到什么时候都会闪烁价值的光芒。

让我们在“精”上“任性”一些吧！

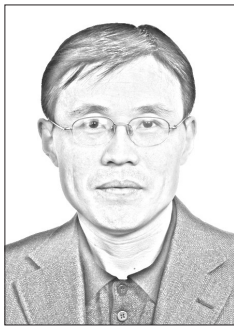
播种在春，收获在秋，筐里有白豆腐，也有小苹果大鸭梨。



中国航天报社调研员

“古人云：‘言而无文，行之不远’。好的文风，关乎着新闻报道的生命力。唯有不断创新和探索，不断实践和开拓，才能让我们的新闻宣传工作，走得更远，更有活力。这是我们的职责和使命。”

## 改一改我们的新闻宣传方式



清代诗人赵翼在《论诗》中写道：“李杜诗篇万口传，至今已觉不新鲜。江山代有才人出，各领风骚数百年。”赵翼的本意不是说李白、杜甫的诗歌不好，而是提倡创新，反对机械模仿，如果一味地机械模仿，即使如李白、杜甫的诗歌那样脍炙人口，也会觉得不新鲜。

新闻宣传工作也是如此。

新闻宣传工作，不仅要及时、高效，而且要让人听得懂、听得进、乐于听。如果总是以一种面孔示人，时间久了，难免让人产生审美疲劳。

本期通讯中，《一次重大航天题材的“轻表达”》、《写稿子，初心和技巧都别少》、《走转改：打开航天新闻宝藏的金钥匙》等文章，从转变文风、改变表述方式、巧妙选取角度等多个方面，讲述了在创新新闻写作中的不懈探索和取得的成效。这种探索和努力非常值得赞赏和倡导。

“走基层，转作风，改文风”是中央率先在新闻战线倡导的一项重要活动，根本目的是要求我们说真话、写实情，言之有物、言之有理、言之有情，杜绝脱离实际、内容空洞的文章和应景的文章。这对于我们转变新闻宣传方式、创新新闻手段具有重要意义。

如何让我们的新闻宣传作品可读、耐读呢？

改变传统的新闻写作结构。“文似看山不喜平”。长期以来，我们习惯于“倒金字塔型”和“正金字塔型”的写作方式，甚至奉为圭臬，不敢越雷池一步。而新时期的新闻宣传工作，在面临新媒体强力挤压的严峻形势下，改变写作方式，是大势

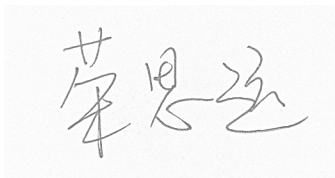
所趋。我们要尽量摒弃那种刻板、老套的文章结构，灵活运用不同的叙事手法，如时间顺序式叙事结构、悬念式叙事结构等，甚至设置悬念或者冲突，去吸引读者。这种方式，不是鼓励大家故弄玄虚、卖关子、刻意渲染，而是希望通过这种改变，呈现出令人眼前一亮、更加引人入胜的阅读体验。《写稿子，初心和技巧都别少》提到，作者在写作《归来：探月“嫦娥”第一次回家》时，把观察、采访的素材当成影像重新剪辑，顺叙、倒叙、插叙交替使用，收到了蒙太奇的效果。这种新的叙事编排，给航天新闻报道带来别样的阅读体验。

改变传统的新闻表达方式。传统的新闻表达方式擅长“宏大叙事”，给人一种居高临下的感觉。如果我们尝试着改变叙述角度，从微观的层面去观察、去描述，再辅之以故事化、情景化和悬念化的叙述方式，就会把一个最鲜活、最吸引人的新闻事实呈现给读者。《一次重大航天题材的“轻表达”》中提到，《道道中巴资源卫星的春秋故事》一文，用第一人称的口吻，把资源一号01星、资源一号02星、资源一号02B星、资源一号03星、资源卫星04星，分别化名为“资小一、资小二、资小二B、资小三、资小四”，采用当下流行的网络语言，塑造了5个活灵活现的卡通形象，使读者在亲切、轻松、风趣的氛围中，不知不觉地读完了3000多字的文章，收到了意想不到的宣传效果。

改变传统的语言风格。当今的网络世界，新词迭出，用法百变，一些很普

通的词汇，在新的语境下使用后，给人清新、鲜活之感。如在今年的政府工作报告中，李克强总理说：“大道至简，有权不可任性”，此语一出，全场发出会心笑声。“任性”本来是一个很普通的词语，但自去年下半年开始，“有钱就是任性”、“一起任性”、“再不任性，大家就老了”等多种用法，使其迅速成为热词。对照起来看，传统媒体，尤其是纸媒，长期以来，习惯于板着脸孔，严肃地说教，居高临下地传达上情，说白了，就是习惯于“端着”，习惯于说“官话”。这样的文风，广大读者不爱看，也读不进去。这样的文章，被束之高阁，被弃之不理，那是再自然不过的事了。轻表达，“碎”易读，是当今网络世界的阅读生态方式，它仿佛拥有魔法一样，吸引着最广大受众的眼球。愿我们的新闻宣传文风，也学一学网络语言，多一些生活气息，多一些泥土的芬芳。

古人云：“言而无文，行之不远”。好的文风，关乎着新闻报道的生命力。唯有不断创新和探索、不断实践和开拓，才能让我们的新闻宣传工作，走得更远、更有活力。这是我们的职责和使命。



中国航天报社副总编辑

# 中国航天报社 2015 年采编工作思路

## 一、指导思想

以宣传报道党的十八大和十八届三中全会、四中全会精神、全国宣传思想工作会议和中央经济工作会议精神为指导,全面、认真完成航天两大集团在“新常态”下的中心工作和深化改革,实现“十二五”圆满收官为主的新闻宣传工作,为航天在“新常态”下开创经济发展新局面、建设航天强国营造更好的舆论氛围。

## 二、采编思路和基本任务

采编思路:根据“新常态”、“十二五”收官年的特点和航天新的发展、机遇和任务特点及报社转企、业务发展对航天新闻宣传工作的要求,报社以“紧随发展、服务发展,快速响应、有效响应”的媒体新闻、宣传、传播工作思路为指导,全面完成报纸正刊和飞天科普周刊,中国航天网新闻内容建设、航天手机报、航天科技集团微信、报社微信的采访、报道、传播工作,构建航天新闻媒体传播的新格局,实现各项采编工作正常平稳运转,开创航天新闻宣传工作的新局面。

航天新闻报道的任务:党的十八届三中全会和中央经济工作会议精神在航天系统的深入贯彻落实;以全国两会为代表的国家重大事件的报道;航

天两大集团公司深化改革,“十二五”成就,新型运载火箭研制发射、北斗全面组网等宇航任务,武器型号研制,航天技术应用、军民融合、市场开拓,航天新文化、新生活。

## 三、基本要求

强化新闻与科普、报纸与数字传媒的进一步融合,理顺融合发展关系,通过航天新闻报道、大众科普、新媒体传播,为航天发展、集团公司中心工作、基层单位和广大读者提供更好的服务。

**紧随发展:**正刊、科普报、中国航天网、航天手机报、科技集团微信、报社微信业务形成的“报、网、手机”格局和所承担的新闻宣传工作,要适应航天在“新常态”下的平稳发展需要,适应报社采编业务发展和工作提速的需要。

**服务发展:**正刊报纸要继续坚持走基层、转作风、改文风,使报纸的采访、写作、报道的表现形式呈现出多样性,通过创新和优势的发挥,为深化改革服务、为航天发展服务;科普报要坚持科普为主、市场导向,在报道内容上体现出面向读者的多样性;新媒体要发挥传播快速、容量大的优势,弥补报纸出版、发行慢和容量有限的不足,在传播手段上体现出多样性。

(下转第27页)

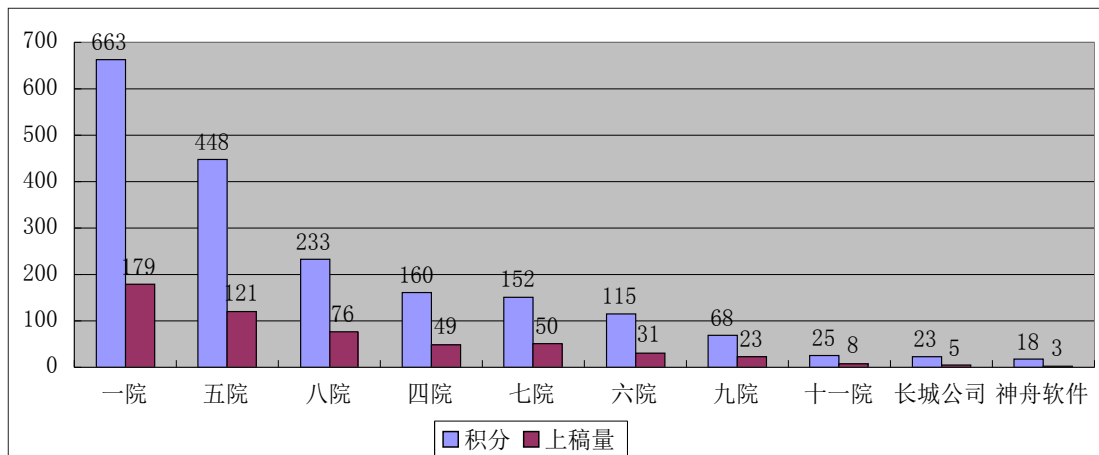
# 展成就 亮实力 鼓干劲

——2014年第四季度中国航天科技集团公司基层来稿分析

□ 刘淮宇

航天新闻  
工作通讯

刊登稿件分析



中国航天科技集团公司2014年第四季度基层单位稿件积分前十名（含科普报积分）

2014年第四季度，中国航天科技集团公司大事不断、精彩纷呈，掀起了全年新闻报道的新高潮：10月，我国首次实施探月工程三期再入返回飞行试验任务；11月，参与主办第十届中国国际航空航天博览会，签下千亿元巨额大单；12月，长征火箭实现200次发射，镌刻下中国航天发展的新高度。

第四季度同时是集团公司各单位完成全年工作的冲刺收官时期，各条战线围绕保成功、保增长攻坚克难，开展了形式多样的劳动竞赛活动。

展成就、亮实力、鼓干劲，可以说是报纸第四季度报道工作的“主旋律”，在这当中，通讯员们发挥了不可替代的重要作用。

一方面是围绕保成功、保增长，大家给编辑部投来大量稿件，在编辑们的

雕琢打磨下，组织了多次冲刺全年任务的集中报道，起到了提振信心、鼓舞士气的舆论引导作用。

如五院西安分院“决战隆冬日 发力迎新年”、800所强化质量控制确保任务完成、702所长征五号长征七号火箭青年突击队“凭智慧抢时间 拿下数百项试验”等一批源自基层的一手报道呈现在版面上，营造了攻坚克难的浓厚氛围。

在经济形势日益复杂的环境中，航天技术应用产业和航天服务业的市场开拓情况让集团公司领导格外关心。编辑部有针对性地约请骨干通讯员就民用产业市场开拓、增加营业收入的典型事例进行有针对性的挖掘采写，在三版“行业纵横”栏目进行了连续报道。

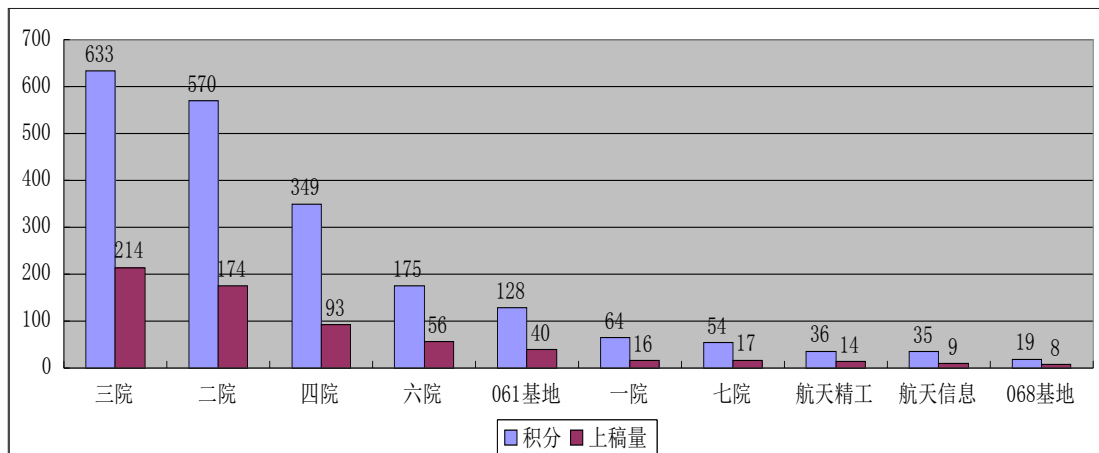
如航天恒星公司开拓哈尔滨智慧  
(下转第8页)



# “软”“硬”兼施 质效并存

——2014年第四季度中国航天科工集团公司基层来稿分析

□ 索阿娣



中国航天科工集团公司2014年第四季度基层单位稿件积分前十名（含科普报积分）

2014年第四季度是决定中国航天科工集团公司各单位全年上稿目标能否顺利完成的关键性季度。从来稿情况看，相较以往，“冲刺”色彩更加浓重，部分单位体现得十分明显。

从整个季度来看，围绕探月三期再入返回飞行试验配套、珠海航展参展、快舟二号发射等一系列重大事件的稿件，全年的新闻热点得以释放；随着“感动人物”评选活动的阶段性收尾，富有故事性的人物类稿件掀起一个小高潮。基层来稿体现出新闻价值高、可读性强等特点，报纸版面也因此更加优质、美观。

《升级版导弹防御体系震撼航展》、《海鹰无人机珠海航展集体起飞》、《快舟再显我国空间“快响”能力》等稿件冲击力强、信息量大，体现了航天科工“硬新闻”的传播力；《屈会超、李琳琳：夫

妻俩的高原三年》、《刘韵妍：生如夏花，死如秋叶》、《朱日和项目团队：默默守卫塞外“心脏”》等稿件瞄准小人物，行文流畅、质朴感人，体现了航天科工“软新闻”的感染力。

从稿件分布来看，各个版面的稿件都有值得称道之处。当然，也有改进空间。

要闻版上，围绕“走进型号试验队”、“转型升级大家谈”、“航天新观察”等新闻栏目，涌现了《海拔5000米的“慢生活”》、《“我们必须跑得更快才能迎头赶上”》、《绝活难续，如何堵住断层缺口》等优秀稿件。栏目之外的一些文章，如《全国首个智慧管网项目落地》、《从航天新兵到航天精兵》等，也结合各自单位在新兴领域的拓展，做了很好的报道。

综合版上，结合形势任务特点，开设了“大干100天·奋战四季度”栏目，

刊登了大量稿件、图片，为集团公司冲刺任务营造了很好的氛围。

同时，结合“两个工程”转型升级战略部署，继续刊登在军品成本工程、民品价值工程等方面的特色做法，很好地起到了服务中心的作用。

在行业版上，在对各单位重点民品全面报道之余，还对国家新近出台的政策进行解读，积极地启发思维。版面上荟萃了大量的基层单位稿件，以及各种有益的资讯。

值得指出的是，该版的稿件特别是头条的可读性还有待提升。基层在来稿中容易陷入就产品说产品的境地，还不太擅长讲市场故事。这方面，可以借鉴一些市场化媒体的报道手法，使文章更

加可读。

在副刊版上，由于“感动人物”的版面拉动，这个季度的总体表现比较突出，做到了见人、见事、见精神。该版稿件与员工生活贴得比较紧，写作的自由度比较大，文风也比较活泼，希望继续坚持，呈现出更多的青春气息。

各单位的通讯员们在第四季度往往最关心任务是否完成，容易重“量”不重“质”。但是，如果没有“质”，其实很难去要求“效”。此二者的关系，非常辩证。2015年是“十二五”的收官之年，对于航天科工来说，可期盼的新闻大热点还需要大家细心挖掘，更加需要精心雕琢的基层稿件。

（作者为报社采编二部主任）

（上接第6页）

城市项目、航天机电宁东一期100兆瓦光伏电站成功并网投运、519厂专用车分公司民品发展、11所研发LNG汽车国产化低温阀等几十篇介绍航天民用产业团队开拓市场、将航天技术转化为民用的经验报道相继刊出，为其他公司开展经营工作提供了有益启发。

另一方面，结合珠海航展和长征火箭200次发射，对航天热点科研成果进行的科普式报道，满足了社会公众对航天科技知识的期待和需要，取得良好传播效果。

在珠海航展上，集团公司展出了货运飞船、嫦娥三号探测器和中国火星探测器1:1模型，引发了外界对中国的载

人航天、月球探测和火星探测等工程的高度关注。

五院通讯员拍摄的“半密封结构热控货运飞船完成质量特性测试”图片报道、八院通讯员以拟人手法写作的《一只“萤火虫”的远大梦想——火星巡视器原理样机素描》等，紧抓新闻热点、创新写作手法，作品见报后，又经过中国航天网、报社官方微信“微航天”转载，都获得业内人士的广泛转载，产生很好的传播效果。

在2015年里，我们期盼广大通讯员们继续努力，发掘好的新闻线索并积极投稿，把航天新闻宣传工作做得更好。

（作者为报社采编一部主任助理）

编者按：2014年第四季度，《中国航天报》参与报道的大事不断，如中国长征系列运载火箭第200次发射、朱日和军演、快舟小型固体火箭发射、第十届中国国际航空航天博览会等。在这些事件中，记者奔赴一线做出了精彩的报道。现刊登参加这些任务报道的记者总结在策划、报道中的体会、感想，供广大航天新闻工作者参考。

## 一次重大航天题材的“轻表达”

□ 黄希



在2014年的航天大事件中，长征火箭实现第200次发射是全年宇航发射事件中的重中之重。对于习惯用数字来梳理成绩的媒体人而言，“200次”是一个不可错过的新闻点。如何在宏大叙事的航天新闻题材中进行有效的“新闻切割”，使新闻接地气、有人情味，编辑部在进行策划时充分考虑到了这个问题，力争将这次发射报道做得精彩好看。

根据统一策划，报纸正刊用8个版面呈现此次发射的内容以及200次发射的纪念报道。考虑到这次发射的卫星为中巴地球资源卫星04星，在民用领域有一定的示范性，因此本身这次发射也具备较强的新闻亮点。派去发射场的记者前方做了大量扎实的采访工作，详细了解了“资源家族”的应用情况，撰写了《道道中巴资源卫星的春秋故事》一文。

在此文中，记者打破了重大发射报道惯用的“宏大叙事”的表达方式，用第一人称的口吻娓娓道来，资源一号01星、资源一号02星、资源一号02B星、资源一号03星、资源卫星04星分别为化名为“资小一、资小二、资小二B、资小三、资小四”与读者见面，文章采用了拟人口吻，采用了当下流行的网络语言，符合现代读者的阅读习惯。

一次重大的宇航发射活动的意义、应用前景就在这样的“轻表达”中与读者贴得更近了。

发射场见闻如何创新，也是前方记者一直在琢磨的问题。这次发射虽然头顶着“长征火箭第200次发射”的光环，但也是长四乙去年发射失利后的“翻身仗”。航天人历来把成功看得很重，自然对这次发射会寄托一些特殊的“内心旁白”、记

者敏锐地捕捉到这次重大发射任务中参研参试人员的感触，从他们细微的心理活动入手，刻画出了他们对成功的渴望。这篇《太原发射场留下的浓墨重彩》文字不长，但是全文出现了十个人的“声音”和“足迹”，他们中，有纠结，有取舍；有大爱，有小家；有难过，有振奋……由他们的故事串起来，小人物的平凡言行就成为了感动我们的磅礴的精神力量。这种“轻表达”让文章变得人情味更浓厚了，更能打动读者。

在此次报道策划中，长征火箭的历史是一个无法回避的内容。如何让“厚重的历史”变得轻快起来，编辑部也动了不少心思。

为了直观地体现长征火箭在前行路上的有代表性的发射，编辑部进行了认真梳理，选取了“长征一号发射东方红一号卫星、长征二号首发返回试二号卫星、长四甲首飞送风云一号、长征三号发射亚洲一号卫星、长三甲发射北斗第一星、长征二号F发射载人飞船、长三甲推送嫦娥深空探月、长二丁首发高分一号”8个难忘瞬间，和读者一起回顾了长征火箭起飞的经典时刻。

每篇文章不长，点到为止，符合当前的阅读习惯。为了消除史料带来的阅读疲劳，在版面下方配发了一组“当事者说”的稿子，参与上述重点型号任务的当事人口述自己在这些重大发射中的难忘记忆。这些可读的文章生动地再现了型号研制一线人员的“光荣与梦想”，让很多航天读者引发了共鸣。

在长征火箭第200次发射的策划方



案的执行中，我们也充分考虑到了老领导、老专家的“声音”，并用口述的方式约访了在长征火箭发展历史上“有故事”的老航天人，请他们在这个特殊节点上回忆历史，为今天的航天人提供宝贵的经验。刘纪原、王礼恒、龙乐豪、黄春平、张贵田、孙敬良等老领导、老专家为我们娓娓道来“那一段激情燃烧的岁月”，给此次的“轻表达”增添了一份历史的厚重感。

(作者为报社采编一部主任)

# 新媒体集群对大事件的报道视角

□ 胡群芳 陈立 任悦鸣

2014年12月7日，中国长征系列运载火箭迎来第200次发射。在这一举世瞩目的航天事件来临之际，中国航天网、中国航天科技集团官方微信、中国航天手机报等新媒体渠道，进行及时、快捷、全面的报道，突出各自的特点与优势，体现了新媒体集群报道的多样性与时效性，成为报道第200次发射另一个重要的宣传阵地。

## 网站专题推陈出新夺人眼球

针对此次任务，在策划阶段，报社网络部提前介入，与编辑部进行沟通，了解前后方的进展情况，并结合网站的特点，除设计常规的内容报道栏目，发挥网站的页面呈现特点之外，还更多地图片解读、视觉展示、视频回顾等方面发挥能动性，使专题的策划尽可能地多视角呈现长征运载火箭第200次发射的全貌。

此次“长征火箭200次发射”专题的设计比较抢眼，形式上推陈出新，视觉呈现夺人眼球，页面设计大气时尚。内容制作也较为精良，报道效果不错，从最新报道、天路征程、发射记录、经典视频、回忆征程、航天英杰、回眸瞬间、箭指未来等多个板块进行报道，全面、丰富地展示了长征运载火箭的发展历程。

专题在发射当天上线以后，第一时

间更换为整个网站的首页，同时还在国资委网站的首页热点专题中进行了链接，相关消息还刊登在了国资委网站央企新闻头条，各大商业网站也纷纷转发相关内容，获得了网友好评。

## 集团公司官微首次“发射”，迎来开门红

在中国长征系列运载火箭迎来第200次发射之际，中国航天科技集团公司官方微信平台也实现首次“发射”，这似乎也为集团公司的官微赋予了某些特殊意义。

在上线之前，官微已经进行了周密的策划。第一期推送的四条内容分别是：《2014年壮哉，中国长征火箭实现200次发射！》、《长征火箭历史上的八个第一次》、《经典收藏尽览长征火箭200次发射》、《侃一侃中巴资源卫星那些事儿》。

这里面既有即时新闻，又有历史故事和深度通讯，还有值得收藏的图表，从多方面照顾到了受众的信息和知识需求，也较好地发挥出微信传播的优势：综合运用文字、图表、视频等多种表现形式，快速推送一手新鲜资讯。

官微聚焦长征火箭200次发射不仅仅体现在第一期，事后连续5期都多次推送相关内容，力求多角度挖掘、解读这次重大航天新闻事件背后的人和故事，内容的辐射范围极广，有《教你认全现役

长征火箭》、《长征火箭经典历史瞬间回眸》、《新一代运载火箭将跻身世界一流》、《专访雷凡培：新起点 新梦想 新长征》、《老航天人记忆中的长征火箭故事》、《一场谈判，让长征火箭冲出国门》、《视频：13分钟看长征火箭“九天圆梦”》、《运载火箭 路在何方》等。

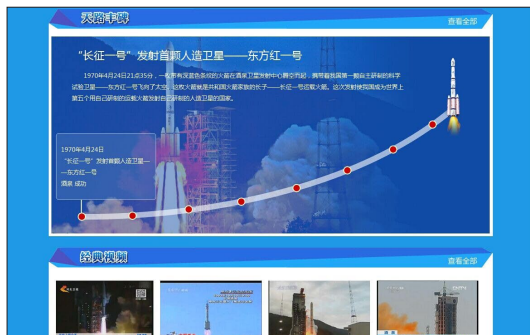
之所以这样操作，是在今天新闻易碎的情况下，集团公司官微将长征火箭200次发射这个新闻事件当做连续报道来操作，持续“发酵”，让新闻事件变得更“长寿”，更深入人心。

经历了这次“开门红”，集团公司官微内容建设渐渐走上正轨——航天科技集团发生的新鲜事、航天人的新风貌、航天科普的新知识、国际航天的新资讯，都陆续出现在官微内容中，这也让读者对这个“新生命”报以了更多期待。

## 手机报小而精 发挥快捷优势

在长征系列火箭200次发射报道中，中国航天手机报充分体现了快速便捷特点，成为发射当天首个将快讯送达读者手上的渠道，并与航天网和集团官方微信形成良好的互动、达到了互补传播效果。

在报道之前两周，手机报就做好了专刊的策划工作。专刊共分为发射报道、长征火箭成就、长征火箭现状和长征火箭未来发展等四个板块。发射前一天，手机报编辑就与其他部门同事联系，确认稿件内容，认真编辑，并联系前方记者，在发射任务结束第一时间将稿件发



回，及时编辑版面。

发射当天的手机报专刊共有6篇稿子，近两千字的内容，快速、全面、重点突出地报道了长征运载火箭第200次发射这一重要航天事件。其中，《长征火箭发射频度位居世界第三》、《长征火箭发射历史上的八个第一次》及《现役长征系列火箭型谱》等3篇文章，将长征系列火箭的成绩、历史及现状以简明扼要的文字呈现给读者，《长征火箭家族新成员》和《长五、长七火箭运载能力》介绍了长征火箭的未来发展，信息量极大，涵盖面广，从各方面满足读者的需求。

此外，手机报还在随后的几天里，做了3次相关专题，报道了长征系列火箭200次发射座谈会等后续内容。

(胡群芳为报社新媒体中心副主任，陈立为新闻业务主管，任悦鸣为手机报编辑)

# 媒体融合下的200次发射报道

□ 李东

航天新闻  
工作通讯

200次发射专题策划



长征火箭第200次发射是中国航天发展史上的一个里程碑事件，也是长征火箭的一个新起点，受到了国内外的广泛关注。在当前新媒体发展势头迅猛、媒体加速融合的大形势下，如何在科普报和“微航天”上报道这次发射，让广大群众了解航天、读懂航天，生动传递中国航天“好声音”与“正能量”，是相关采编人员需要重点探索的一项课题。

## 一、新媒体与传统媒体相结合做好报道工作

《飞天科普周刊》与“微航天”是航天报社近年来重点发展的两个项目，二者都以航天科普新闻为主要内容，通过载体的不同达到向不同受众传播的目的。

发射前期，采编人员为《飞天科普周刊》与“微航天”量身定做了选题与报道方案。

其中，《飞天科普周刊》的报道方案突出了科普性与故事性，从“长征”路上的那些事儿、火箭专家的故事、国外运载火箭发展以及图解运载火箭等几个方面进行报道，既增强了可读性与趣味性，又与发射当期报纸大规模报道的内容进行了有效区分。

“微航天”的报道方案则根据移动互联网“短、平、快”的特点制定了报道方案，即发射当日首先推送长征火箭第200次发射成功的快讯，在成功发射后的5天中，分别从长征火箭200次发射的背后、里程碑上的长征火箭记忆、新一代长征火箭性能以及此次发射搭载的中巴资源卫星等多方面进行报道。在报道过程中，根据新媒体的特点采用文、图、视频相结合的方式，同时采用互联网语言与标题，力争吸引更多的读者点击阅读。例如，在报道长征火箭家族时抛弃了传统的文字表达形式，采用了一张图认全现役长征火箭型谱的形式，大大提高了读者阅读的舒适度。

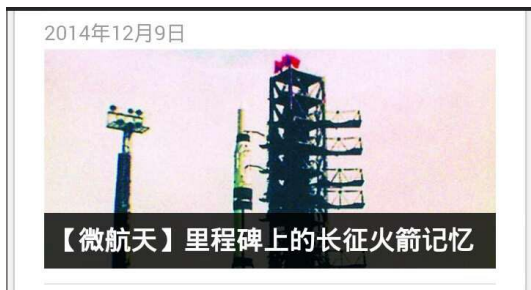
## 二、精确报道定位取得良好效果

在长征火箭第200次发射的科普报道中,《飞天科普周刊》与“微航天”在传播方式与内容方面的结合收到了良好的效果,在媒体融合方面进行了有益的探索。

长期以来,航天在广大公众的心目中一直是神秘的高科技行业。公众一方面渴望了解国内外航天科技与防务装备的发展新闻与成果,另一方面又因深奥的航天知识“望而却步”。此次报道中,《飞天科普周刊》与“微航天”将内容与表现方面相结合,通过大众化的科普语言、互联网语言,采用文字、图片、视频相结合的方式,从多方面进行了报道,兼顾了新闻性、时效性与科普性,使“高大上”的航天科普新闻“放下身段”,更易被公众接受与传播。

截至目前,长征火箭第200次发射当日的“微航天”快讯点击阅读量已经达到了11199次,转发量达到了984次,其他几期“微航天”的图文阅读量也突破了6000次/篇。此外,报道长征火箭200次发射的《飞天科普周刊》也受到了专家与读者的认可,在某些单位甚至出现了一报难求的局面。这充分证明了我们对于航天新闻科普的内容和表达方式的持续改进获得了公众读者的认可。

总结此次发射的报道经验,《飞天科普周刊》与“微航天”不仅在内容方面体现了融合,而且在传播的时效性与深度方面也进行了融合探索。一方面,《飞



天科普周刊》为日常推送的“微航天”提供了深度报道内容,“微航天”每天“短、平、快”的科普新闻报道也为《飞天科普周刊》提供了一定的参考。

另一方面,《飞天科普周刊》与“微航天”体现了同一选题满足受众不同时间段需要的要求。在长征火箭第200次发射报道期间,受众可在每个工作日的“微航天”中了解最新的长征火箭的相关科普新闻,也可在周末出版的《飞天科普周刊》中汲取相关的深度分析与延伸报道。

目前,《飞天科普周刊》与“微航天”都取得了不错的口碑与相应的关注度,在系统内外与公众中初步建立起了自己的影响力。同时,二者通过传播的整合构建与创新,初步实现了内容互补、各具特色、互相促进、协同发展的媒体融合新局面。

(作者为报社采编三部主任)



# 从重大工程报道看媒介融合

□ 陈龙

2014年，我被派往西昌卫星发射中心，执行我国探月工程三期再入返回飞行试验器试验的前方报道任务。了解航天的人都知道，这次试验对于我国探月工程以及未来的深空探测意义重大，因此也吸引了媒体的高度关注。

看似全国媒体高度关注，但是对其报道都是忙而不乱地有节奏地进行着。这就是所有记者在碰上重大报道遭遇的“口径”问题。在有些时候，等“口径稿”出来是一件让人抓狂的事情，但是对报社前方记者而言，有“口径稿”有时候又是一种优势。

任务前夕，国防科工局组织中央电视台等少数媒体开展采访，在此阶段，一方面能够采访到平常工作繁忙的老总们，另一方面，各家媒体全方位解读，发掘到了一手新闻，增加了采访的深度。作为报社前方记者，我们具有天然优势，每次采访“两总”时，一线负责宣传的政工人员都会叫上我们。这也是我们在重大宇航任务报道中与其他媒体相比所具有的独特优势。

与新华社、人民日报、中央电视台等媒体一起采访时，我深刻地感受到，他们敢提问题。作为中央媒体，他们在关心一事一物的同时，还关心着未来的发展趋势。对于我们而言，受保密意识影响，不该问的不问，不能问的不问，把握不好的不问，如此种种，束缚了自己的手

脚，也造成了跟着新闻跑的局面。

事实证明，我们的记者在采访的时候，可以胆子再大一点，不要故步自封。

记者在前方掌握了大量的素材，但是颇为遗憾的是，许多素材在最后的成稿中却未能派上用场，除去主观因素制约以外，还有一个深刻的感受是，我们当前所依托的传播载体已经不能满足重大宇航发射的需要。

在发射前夕，新华社、人民日报、中央电视台等开始有节奏、有计划地放出先前的采访内容。当信息流大量出现的时候，我们单纯依靠纸媒已经不能跟上信息发布节奏了。

随着信息传播技术的不断提高，将信息更好、更快地送达到读者手中成为所有媒体生存、竞争的“必杀技”。发挥“我们更了解航天”这个优势，还有很多工作可以开展。

随着微博、微信等新媒体广被接受，传播的门槛正在不断降低。当前，各个院所都有负责新闻宣传的政工队伍，相对于报社而言，他们又更接近航天，比我们更了解航天动态。政工队伍可以在不违背保密规定的情况下，创新表达方式，发掘报道题材，发布更多的航天新闻，在社会上扩大航天声音。

作为专业从事航天新闻传播的我们，是否也可以在新媒体的大道上走得更远？

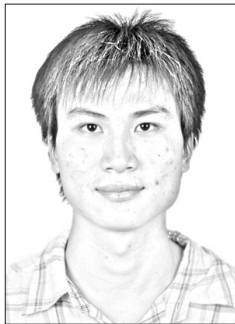
（作者为报社采编一部编辑）

# 写稿子，初心和技巧都别少

□ 陈立

航天新闻  
工作通讯

记者手记



刚看到李海鹏在微信上写的文章，开头是“倥偬倏忽，这一年就过去了”。正好要向这期《航天新闻工作通讯》交稿，这句话触到了我——关于写稿这个差事。

倥偬，写稿任务繁杂时每个人大体都是这种状态。交完活儿才发现，时间倏地闪过，回头再看自己写的东西，百般不满。写稿子的人要出作品而非产品，很难。但看到航天科研人员搞设计时精确到毫厘，每次任务都力求技术指标有突破和创新，当见贤思齐。

本期《航天新闻工作通讯》约我分析《归来：探月“嫦娥”第一次回家》(以下简称《归来》)。首先，此稿放在新闻稿件这个“筐子”里，远够不上作品；于我本人写过的而言，算是。暂且浅谈几点，主要谈叙事结构，望指正。

## 剪片子，模仿，人文味

我在回收任务实施前一周来到内蒙古四子王旗，当时对稿件结构还没有任何想法。但人常说日有所思夜有所梦，可能写稿也差不多。平常爱看些小说和电影，以至于文艺作品中的一些桥段总是不自觉地在脑海中划过，兴许能给工作带来启发。这篇文章便是如此。

好的文艺作品往往在叙事结构编排方面有超凡之处，譬如昆汀·塔伦蒂诺的电影(推荐多看几遍《低俗小说》，姜文《太阳照常升起》的环形叙事结构也不错)。写新闻稿件大多都是顺叙，但我希望有突破：类似于把观察、采访的素材当成影像重新剪辑，顺叙、倒叙、插叙交替，带来蒙太奇效果。

《归来》一稿中，第一部分其实已经是事件全过程的第二和第三步了(舱器分离、返回、搜寻、回收、吊运)。一个人回家，什么时候感情最激烈？我自认为是望到了家门但又还未到门口，一步之遥时爆发情绪张力。用这个片段开篇，能勾起一些阅读欲望。稿件第一句话，是受赛缪尔·贝克特小说《墨

菲》的启发，以及经典非虚构文学作品《巴黎烧了吗》关于伞兵空降的描写。

“似是故人来”这个小标题源于张国荣的一首歌名。本来是唱人之情感的，因为想在稿件中配上拟人手法，注入人文情怀，所以套用。再加上返回器与神舟飞船返回舱外形差不多，前者是探月第一次回收，而后者已经多次返回。

第二部分“曲折回家路”把读者视线拉到之前进行的舱器分离环节。这个环节是我们肉眼看不到的，但它又拉开了本次任务最重要环节的序幕——验证再入返回技术。

怎么写呢？我想到了直升机先于我乘坐的汽车出发，因为它们得到了舱器分离的指令。有这件事儿作过渡，就能以直升机的视角，很顺畅地进行倒叙，同时又插叙关于再入返回的科普解读。科普解读的内容，通过采访科研人员、翻阅王希季院士的《航天器进入与返回技术》、查询美苏相关历史资料等完成。因为再入返回很重要，所以稿件第二部分占了全文近三分之一的篇幅。至于稿件后两部分写的搜寻、回收和吊运，基本上都是顺叙，自然而然。

对于当前中国媒体行业的优秀从业者来说，上述都是些雕虫小技。之所以不怕出丑还要拿出来，只想道明一点：希望写每篇稿件时都不忘突破自己上一篇的“初心”。

## 信息密度和增量

这篇稿件的初稿有5000多字，在锤

炼稿件时，自己修改了两三遍，压缩到4000字以内，一来减轻后方编辑负担，二为提高信息密度。

我们常说一些稿件“水”，信息密度低是一个主要原因。新闻稿件是很难像文学作品那样深刻，更多是把信息包在新闻故事里给读者。信息密度高，看起来会费劲，不过这可比读者看完开头就把报纸扔掉好点。

以数据为例，《归来》一稿中有近40处数据，分别来自采访、历史资料和教科书查阅，以及自己拿计算器算出的结果。此外，稿件主题是回收，但还能获取再入返回的飞行原理和航程、地面搜索的流程、返回器的研制背景等增量信息。信息增量越多，阅读起来就越远离一事一说的枯燥。

当下，党媒都在改变宣传语态，国家领导人的新年贺词也文风大变。那我们要写科学实验任务难度高、科研人员不容易，就得抛弃那些听起来很吓人的形容词，用事实说话。

事实不就是平实的叙述和一个个客观的数据吗？看似冰冷却比煽情的文字更走心，因为真实感更强。现在读者一看到煽情的，口号式的文字，都容易不自觉地觉得“假”。

以上是我希望给大家带来的点滴收获。综上，大块头的科技类通讯报道，一定要有科普解读，要有叙事编排，否则真没几个人读得下去。如果能在冰冷的科技中合时宜地带来人文元素，那是最好不过的。

（作者为报社新媒体中心新闻主管）

# 火热的航展 烈火的锤炼

□ 刘淮宇

航天新闻  
工作通讯

记者手记



今年的夏天于我而言要格外长，一段本该在北京体验的寒冷冬日却在广东珠海度过了。参加第十届中国国际航空航天博览会报道工作的8天里，我不仅感受到航空航天盛会的隆重和火热，而且经历了一场新闻报道专业技能与身体素质的锤炼。

随着珠海航展的专业化、国际化水平逐届提高，航展不仅成为各国航空航天机构和企业展现自身实力的舞台，也成为他们开展交流对话的平台。

具体到中国航天科技集团公司而言也是一样，一方面要通过展览展示宣传推介航天产品、航天知识和航天文化，另一方面也与国内外机构及企业广泛开展交流探讨，寻找合作良机。而中国航天报社记者的报道对象不止于此。

作为重点负责集团公司宣传报道的记者，我既要寻找新闻点，巧妙而全面地对集团公司参展情况进行报道，也要对集团公司领导的外事、会见等活动进行跟踪，还要按照报社部署进行包括外国航天企业在内的整个航天行业亮点新闻的挖掘，工作量非常大，对涉及领导的报道准确性要求极高，采访和成稿的时间要求格外紧。这是必须接受的几个挑战。

战斗从航展开幕前一天举办的航空航天高峰论坛开始打响，出席论坛的各方领导发言、各种正式和非正式的磋商，记者不仅要按照常规进行拍摄和消息报道，还要对论坛中的亮点发言和活动进行深度报道。值得一提的是首届中俄航天企业交流会的报道。

为了深入介绍此次高级别、深层次的会晤磋商，我选择了现场特写的报道方式。由于俄方代表用俄语发言，我便通过同声传译记录捕捉会场上的亮点交流发言，然后采访精通外语且对中俄航天合作较为了解的长城公司相关人士，最终突破了语言的障碍，顺利完成了采访报道。

高峰论坛的报道只能算是热身，航展开幕后才是战斗的高潮。专业日期间，集团公司的签约活动、领导会见、访客参观日程排得满满当当，记者需要跟踪采访拍照的活动一项接一

项，对亮点展品展项和展区解说员的采访，只能在午间休息的短暂时间里见缝插针地进行。

航展采访不同于在北京主场作战，重要领导前来参观没人打招呼，记者必须在人流中眼观六路、耳听八方，才能确保不会错过重要的采访和拍照机会；一些统一组织的航展签约没有人给记者提供完整的领导名单，必须一边录音一边速记，自己核实自己把关；餐饮和交通也要自己统筹考虑好，否则很可能因为误点饿着肚子或者错过班车……

开展专业日的采访确实是对体能和脑力的极大考验，白天端着相机一工作就是一整天，晚上闭馆后回到住处才开始赶写稿件。写稿时，首先要明确所负责的多篇文章的主要架构，之后要将白天陪同领导参观获取的信息和采访所得迅速在头脑中激活，融进每篇文章的主要架构并加以完善。专业日的三天，由于恰逢两期报纸签版，留给我的写稿时间只有签版前日的夜晚到凌晨的时间。截稿时限在即，我作为前方记者连续两天都工作到翌日三四点，每天只休息了两三个小时。中间实在太困，就冲个澡使自己清醒一下。

作为记者，熬夜写稿的经历常有，但白天黑夜连轴转、彻夜写稿的经历也许只有在类似航展这样重大报道中才能遇到。这是对记者的考验，也是捶打自身新闻专业素养和身体素质的难得机会。

珠海航展顺利闭幕了，我负责的报道工作没有出现任何差错，集团公司领导航展期间就新闻报道工作提出的要求和



希望也得到了落实，这与后方编辑部的有力支持密不可分，也离不开在一线靠前指挥的领导和共同奋战的同事的帮助。

航展之后，在北京停顿两日，我又踏上了执行长征火箭 200 次发射报道任务的征程。珠海期间的苦与乐都化作过眼烟云、逐渐远去，迎接我的是崭新的采访报道内容，也许从事新闻工作的魅力正在于此。

(作者为报社采编一部主任助理)

# 难以忘怀的航展“盛宴”

□ 李淑姮

航天新闻  
工作通讯

记者手记



新闻采访报道不打无准备之仗。早在2014年10月，在与中国航天科工集团公司充分沟通后，采编二部拟定了珠海航展的初步报道策划，并与集团公司党群部及各院通讯员共同搜集了相关资料，将工作做在前面。

今年是第十届珠海航展，我先将前九届航展的报道资料搜罗到一起，充分了解了之前报道中集团公司每年参展产品和体系概念的情况，对航展整体有了初步印象，然后再了解此次航展的亮点和特色。由于看了前九届的资料，当看到这届航展的每个型号装备时感到并不陌生，但要想把每个型号的特点都分辨清楚，对于我这个非军迷来说并不容易。于是在工作之余，我便打开资料多看，一些重要的型号和特色产品通过搜索网上相关资料进行补充学习。

## 协调与联动

从11月10日的高峰论坛开始，航展的前方报道正式开始，也是从这一天开始，我开启了航展报道的疯狂模式，每天奋战到翌日两点，早上六点多又爬起来。今日回想起来，感觉自己也是蛮拼的。

采访、拍照、写稿、传输，平时在进行每篇报道时，这些看起来顺其自然的事情，却经常会在重大任务执行过程中出现各种突发状况。如何临场随机应变地解决问题成为报道过程中的必需技能。

在时间紧张、人手不够的情况下，记者首先要在心里有个清楚的任务计划和轻重缓急的排序。

比如，哪篇稿子需要明天上午必须完成采访，哪篇稿子今天晚上必须完成，哪篇稿子需要再完善、再核对，哪些照片需要现场传回，哪些照片可以回到驻地再发……

保持清醒的头脑，将事件列在手机里或者本子上，一项一项地完成，计划在前，以防手忙脚乱。

航展报道不是一个人的战斗，它是体现团体作战的最好展现。

庆幸的是，我有强大的前方报道战友和后方支撑力量。集团公司在前方的宣传人员虽然各司其职，但遇到平行进行的活动时也还是可以互相帮助，素材的整合上也可以互相借鉴，尤其是在拍照过程中，有时突发状况比较多，这样每个人在照片的角度选取、时间把握上各有不同，也为后方编辑提供了更多的选择。

后方的支撑也让在前方奋战的我感到温暖，这其中及时与各个版面的编辑沟通细节显得尤为重要。比如编辑在排版时发现横向的图片较多，竖图较少，我就在现场补充拍了竖图。

## 公众与科普

14日~16日，航展进入到公众日的三天，展馆内人头攒动，展馆外交通拥堵。每到此时，珠海市就像过节一般，迎接着五湖四海的游客。

航展是集团公司向外展示的窗口，那么公众的采访也是必需的。所以，要主动上前找前来参观的人交谈，哪怕只是简单的一两个问题。有的人会主动询问展品的性能、价格，有的则会对用途的扩展感兴趣，许多小朋友虽然年龄很小，但也都会有出其不意的问题。“为什么导弹要从车上发出去？”“无人机里没有人是怎么飞的呢？用遥控器控制么？”……这时候，感觉自己不仅是一名记者，更暂时当起了科普讲解员。



从前期预热报道，航展专题报道，再到总结回顾报道，回过头来看，还有许多环节可以做得更好，比如策划的选题可以更贴近公众，展品的介绍可以更通俗科普，拍摄的图片可以更有新意。每一次采访后，收获的不仅是见报的稿件和图片，更是一次次总结出来的经验和教训，在我看来，这些所得要珍贵得多。

抬头看看天空，发现北京 APEC 蓝又不见了，顿时，有些怀念珠海那片天与海，期待着 2016 年不一样的南国盛宴。

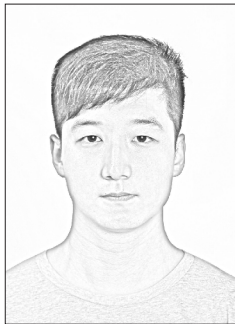
(作者为报社采编二部记者)

# 结识“快舟” 认识中国航天

□ 王旭

航天新闻  
工作通讯

记者手记



从气象探测到卫星导航，从载人飞行到月球巡视，中国航天人一直保留着一种态度：对未知永不知疲倦的探索和期待。

前不久，于上世纪 50 年代末建设的酒泉卫星发射中心在 56 年后迎来了一枚特殊的火箭，它叫“快舟”，任务是挑战中国航天史上最快发射纪录，我有幸通过报道记录了这个历史性的一刻。

无论是“好奇号”的火星历险，还是“罗塞塔”与“菲莱”的彗星追逐，相关报道都加深了全世界对 NASA 和欧空局的认识，而这种关注有着转化为经济支持的潜力，所以如何通过重要型号的新闻报道让世人关注和认识中国航天便是我此行思考的问题之一。

具有快速响应能力的“快舟”诸多信息仍处于保密状态，先前公开的报道加在一起不过两千字，好在型号团队提供了丰富的资料，但纸张上加印的“内部”字样意味着能否公开报道尚未明确，于是，“什么能说，怎么说”成了此次报道的关键。

约采访是到基地后的首要工作，不巧几次都遇到技术人员忙于会议，无暇顾及。在试验队，不“捣乱”与采“干货”之间的矛盾往往会因为发射窗口的逼近而愈加突出。不过，我在楼道内来回踱步还是酝酿了一次“偶遇”，得以和“两总”近距离交谈。

所有的预定采访结束时，是某天晚上的 11 点，手握着丰富素材的我兴奋极了。

先前，社领导多次嘱托“报道出彩，不能泄密”。本着这个原则，我通过多种渠道请能把握报道口径的人士对稿件内容进行取舍，当一些精彩的“戏份”被删减，内心也很纠结，但我提醒自己“必须清楚什么是最重要的”。

稿件刊发后，我接到不少航天系统外的读者打来的电话，他们毫不掩饰地表达了对“快舟”的兴趣，显然他们想了解更多。出于规定，我没有透露报道外的更多信息，但请他们持续关注，承诺定有惊喜。



要了解中国航天，先读懂中国航天人。报社于2013年开设了“走进型号试验队 聚焦航天砺剑人”栏目，开辟了报道中国航天型号研制团队的独家资源，大量充满“不可思议”的报道素材被发掘，而中国航天人的形象也从系列报道中立体地走了出来。

在飞控大厅内，当“快舟”书写历史的时刻以秒倒数时，之前互相握手微笑的人们只剩严肃，因为他们无法预知点火后会发生什么，即便之前的所有检查都已达标。

正是在这种高压下，这支队伍在跌倒与爬起之间循环往复。当被问到为什么选择承受这一切时。梁总师说：“走别人走过的路，错误少，难度低，但你永远无法走到别人的前面。”

在这支队伍中，困境中的感觉并不陌生，而回忆起这次任务时，很多人认为低谷期的记忆更珍贵，因为挫折能给人希望的感受。

“做科技工作者难，做军工科技工作者更难，大家是满肚子委屈，还不能说。”听到队员们的一席话，我强烈意识到自己手中工作的意义以及肩上的责任。

然而，随着深入试验队一线次数的增多，我发现发掘和刻画那些不寻常的团队故事也增添了难度，需要更细心的观察和更多的思考。

把摸航天脉搏的地方有很多，发射基地是触感最强的一个。与队员们一起组织活动、用相机留下珍贵的瞬间、出发前的呼唤与离开后的问候都给人一种“融入”之感，当我也视自己为团队的一

员时，意外地获得了全新的视角来审视这里的每一个人。

看上去，每个人每天早出晚归，两点一线，做着一些重复性极强的工作。实际上，这里的每个人都在试图推开一扇从未有人触及的门。很多人“逆行行舟”，他们将自己定义为“开拓者”，技术和使命是他们思考的经纬，因此这条路上，广泛的质疑声不绝于耳。

不同于老一辈航天人，“快舟”研制团队中的青年骨干并不回避为航天代言的话题，他们需要成功，以证明他们的能力，但他们似乎更需要认可，以让意义更加清晰，而公开报道是一种最坦诚的认可，这也让我联想起很多型号试验队员喜欢收藏报道过自己的《中国航天报》。

发射前，我第一次与试验队走进东风烈士陵园，当一位副总把酒洒到墓碑前，口中默念着“聂帅，保佑我们发射成功”时，我不认为这是“迷信”，而是一种精神寄托，这里就是航天精神的家园。

试验队员们从不宣讲，而是将航天精神寓于行动，接受者则用心解读着其中的意义，里面有国家、民族和使命。

7年前的汶川地震，通信中断，救援一筹莫展。如今，灾难一旦来袭，“快舟”能第一时间为救援队伍构建“天眼”，更多生命将免于陨灭。

作为一名航天新闻工作者，通过报道让更多的人了解中国航天、理解中国航天、反思中国航天，进而支持中国航天，我们义不容辞，任重道远。

（作者为报社采编二部编辑）

# 枯燥会议报告的“动态表达”

## ——浅谈航天两大集团公司工作会报道操作心得

□ 黄希 王旭

年初，航天各单位的头等大事莫过于各自的年度工作会。该会议要详细地梳理过去一年工作，同时部署本年度的工作重点，内容丰富、信息量很大。用数字、图片等解读厚厚的工作会报告，让读者一目了然地了解其中的要点，是近年来媒体操作的惯用手法。《中国航天报》在报道航天两大集团公司2015年度工作会中做了一些尝试，用图表、数字“说话”的表达方式让读者觉得更简洁、直白。

**第一，研读报告很重要。编辑要反复“咀嚼”报告，“捞”出其中的“干货”，加强与美编交流，为美编制图打下基础。**

在此次报道过程中，编辑提前拿到了解密后的工作会报告，仔细研读，与美编商议最恰当的表现形式。“点赞2014”、“数说2014”主要内容是去年一年的工作业绩总结，有些是数字，有些是项目，编辑创新性地提出“关键词”的表达方式，通过美编的努力，最终形成了几大报道模块，每个模块里只保留100到200字左右的干货，并配以图表，版式清晰，内容可读，收到了较好地传播效果。“拼搏2015”、“图解2015”将2015年多方面的重点工作以图表的形式体现出来，内容很清晰，便于大家识别。

**第二，创新表达很关键。编辑在日常工作中学习网络媒体的表达方式，以“读图时代”的要求来满足读者的阅读需求。**

在此次工作会的报道中，一版编辑借鉴了目前各主流媒体对中央会议的报道方式，创新性地在一版用图表来表现成绩的表达方式。在查阅了大量资料，比对了最近几年的经济数据后，与美编一起合作，制作了“经济运行形势示意图”，让集团公司近年来良好的经济运行形势更加清晰、直白。这虽然只是版面表达的一小步，但却是一版“图表表达”的一大步，体现了编辑珍视版面资源、以读者为重的编辑思想。

**第三，提前策划是重点。一个好的会议策划除了要考虑“会场因素”外，还需考虑“会场背后”的因素，从会议效果角度出发进行策划，才能让会议报道更加生动、全面、有深度。**

在策划此次会议报道时，除了考虑充分体现会议内容外，编辑要在考虑如何让“会议声音迅速辐射到会场之外”，于是策划了“2015，我的头等大事”、“心语”栏目，主要邀请部分单位的“一把手”谈谈2015年最关心、最关注哪一方面的工作，每篇内容不超过150字，在大家的共同努力下，最终得以完美呈现。说它“完美”，是因为每位“一把手”都非常配合，所谈内容很实、很可读，同时在美编的支持下，呈现形式也非常简明、贴近读者。此外，在会后，上会记者敏锐捕捉到了“短会风、实作风”这个会议特点。科技版面上一篇900字的短文将此次会

议的特点总结得到位、入木三分，语言的魅力和作者深刻的观察能力跃然纸上。科工版面上《聚焦新思路 热语话改革》

将代表鲜活的话语汇集一炉，亮点纷呈。（黄希为报社采编一部主任，王旭为采编二部编辑）

航天新闻  
工作通讯

编读往来

## 2014 业绩尽在图表中

回顾过去2014年，中航航天科技集团公司可謂深化改革、转型升级、产业发展等方方面面取得了不俗的成绩，为2015年完成“十二五”圆满收官奠定了坚实的基础。

### 改革调整

以提质增效为主线，深入推进“三化”改革，全面提升运营效率。完成1000多项降本增效任务，实现降本增效1.5亿元。

### 重点任务

围绕“十二五”收官目标，重点推进“三化”改革、转型升级、产业发展等重点工作。

### 立项攻关

深入开展“三化”改革，全面提升运营效率。完成1000多项降本增效任务，实现降本增效1.5亿元。

### 民用产业

深入推进“三化”改革，全面提升运营效率。完成1000多项降本增效任务，实现降本增效1.5亿元。

### 市场开拓

深入推进“三化”改革，全面提升运营效率。完成1000多项降本增效任务，实现降本增效1.5亿元。

### 核心能力

深入推进“三化”改革，全面提升运营效率。完成1000多项降本增效任务，实现降本增效1.5亿元。

### 人才队伍

深入推进“三化”改革，全面提升运营效率。完成1000多项降本增效任务，实现降本增效1.5亿元。

### 党风廉政建设

深入推进“三化”改革，全面提升运营效率。完成1000多项降本增效任务，实现降本增效1.5亿元。

## 2015 工作部署早知道

2015年，中航航天科技集团公司将紧紧围绕“十二五”收官目标，重点推进“三化”改革、转型升级、产业发展等重点工作。

### 总体要求

深入贯彻落实党的十八大、十八届三中全会和习近平总书记系列重要讲话精神，紧紧围绕“十二五”收官目标，重点推进“三化”改革、转型升级、产业发展等重点工作。

### 重点工作

1. 深化改革，提质增效。2. 转型升级，创新发展。3. 产业发展，壮大实力。4. 人才队伍，提升素质。5. 党风廉政建设，营造风清气正的良好氛围。

### 把握新常态

1. 观念上要适应。2. 方法上要创新。3. 工作要扎实。4. 要求要严格。

## 数说2014

中航航天科技集团公司2014年亮点回顾

### 主要经济指标

营业收入10.5%，利润总额13.1%，净利润14.3%。

### 航天防务产业

完成1000多项任务，实现降本增效1.5亿元。

### 民用产业

深入推进“三化”改革，全面提升运营效率。

### 国际化经营

完成1000多项任务，实现降本增效1.5亿元。

### 转型升级作用

完成1000多项任务，实现降本增效1.5亿元。

### 核心竞争能力

完成1000多项任务，实现降本增效1.5亿元。

### 科学管理水平

完成1000多项任务，实现降本增效1.5亿元。

### 人才队伍建设

完成1000多项任务，实现降本增效1.5亿元。

### 党的建设

完成1000多项任务，实现降本增效1.5亿元。

## 2015 形势分析

中航航天科技集团公司2015年工作展望

### 总体要求

深入贯彻落实党的十八大、十八届三中全会和习近平总书记系列重要讲话精神，紧紧围绕“十二五”收官目标，重点推进“三化”改革、转型升级、产业发展等重点工作。

### 四个保障

1. 深化改革，提质增效。2. 转型升级，创新发展。3. 产业发展，壮大实力。4. 人才队伍，提升素质。

### 主要工作

1. 深化改革，提质增效。2. 转型升级，创新发展。3. 产业发展，壮大实力。4. 人才队伍，提升素质。

### 形势分析

1. 深化改革，提质增效。2. 转型升级，创新发展。3. 产业发展，壮大实力。4. 人才队伍，提升素质。

# 群众关心的事就是最好的新闻源

□ 荣元昭

航天新闻  
工作通讯

编读往来



2014年是党的群众路线教育实践活动集中整改阶段，自然也是航天系统宣传的工作重点，《中国航天报》专门开辟了专栏，对活动进行了大量的报道，为活动取得的实效提供了展示平台。笔者当然也接到了报社编辑的多次约稿，单位领导也多次要求加大这方面的宣传力度。

拿到这方面的命题文章后，我思考了半天，也没想出好的招数。看看各大媒体和同行的宣传，基本上都是各种整改工作报告的罗列，对活动“规定”过程的报道多，对取得成效、为职工解决难题的少。专门去找了负责该项工作的部门，采访到的都是一个模式的套路信息。如果拿这些去投稿，估计很难被采用。

“群众路线，就是要转变作风，切实给群众办实事”，正在犯难之际，四院党委主要领导专门针对整改工作，要安排部署一系列工作，笔者也被邀列席听会。原来，四院职工食堂接待能力有限，又带有一定的福利性质，每年发一些补贴，为了严格控制外来人员用餐办卡，就严格对人员身份进行核实把关。要办理一张餐卡，职工需在四院所属科技公司服务大厅领取申请表，经本单位人力资源部审核盖章，上报院人力资源部审批，通过后再报院行政基建保卫部审核，以对全院用餐人数实时掌握，最后经科技公司审批，方可办理。

但是这么一来，要办一张饭卡，需到不同的办公大楼找负责领导盖章。职工要到处跑来跑去找人，程序复杂，办理周期长。特别是离退休老同志找领导签字还要办进入大楼的出入证明，“事难办”可见一斑。

正是在群众路线征集意见期间，院领导专门对此召开协调会，决定从简化流程、规范管理、方便职工的角度，把原来的四部门审批，变为由人力资源部门对全院合法用工人员名单造册，定期把符合办卡条件的人员动态信息提供给科技公司服务大厅。只要职工用出入证或身份证等有效证明到服务大厅即可直接办理。

这虽然只是群众路线活动整改成果中的一件“小事”，但是我觉得是我们新闻宣传应该关注的大事。本来减少形式主义，简化办事流程，为群众服务就是这次活动的宗旨，于是我以“一张花名册顶掉四个红章章”为标题，从一个小角度和事件切入，报道了四院在群众路线整改中的变化。航天报很快就在二版倒头条刊登了，文章在单位引起了反响，还在《中国航天报》评比中获得了好作品奖。

写群众的事，让文章更有读者。在写作中，除了围绕单位中心工作意外，我把重点还放在了关乎职工切身生活方面的事情，不求大求全，但求有可读性，有读者看。

在四院，院党委、院领导高度重视职工意见建议，专门开设了内网论坛，建立了“院长书记信箱”，每年工作会专门明确为职工办好几件实事，这些都是我发现新闻线索、挖掘新闻事件，触发写作冲动的源泉。

关注职工所思所想，对我写什么、怎么写，都有很大的启示。比如四院所在的西安田王地区，即将修建地铁，但是按照政府先期公布的地铁站点，四院职工要走两公里路才能到达，职工在内网论坛表达了有关意愿，单位立即与地方协调，使站点移动了几百米，方便了职工。另外还有职工反映单位上下班交通拥堵等问题，单位出面与地方沟通，在多个路口设立红绿灯，缓解了交通安全压力，赢得了职工赞扬。

这些简简单单的事儿，反映了单位转变作风、提升效率、立行立改、服务群众等方面的点点滴滴，正是我们写好群众路线稿件方面的生动素材和灵感来源。后来，抓住这些事情，我采访了主管部门和部分职工，完成了一些稿件，为内刊外刊增添了许多吸引人的“文章”，也让报纸在职工中的关注度增加了许多，获得好评。

（作者单位：中国航天科技集团公司四院，中国航天报社特约记者）

（上接第5页）

**快速响应：**航天新闻事件的报道、党组对报道工作的新要求及媒体间的竞争和报社采编新格局的形成，都需要采编工作做到快速响应、快速完成。

**有效响应：**满足党组领导的要求，满足营造航天发展良好舆论氛围的要求，满足各种媒体的需求，满足各类读者的

需求。报纸有报纸的读者，航天网有航天网的读者，手机报有手机报的读者，微信有微信的读者，要了解、研究、应对各个读者群不断变化的需求。通过差异化的内容，为各个读者群提供针对性强的有效服务，特别是在落实党组领导对航天新闻报道新要求方面，不仅要做到快速响应，还要有效。

# 走转改：打开航天新闻宝藏的金钥匙

□ 沈睿

航天新闻  
工作通讯

走转改  
进行时



一名文科生进入航天领域，还要为高精尖产品或技术“发声”，无异于外行代言内行。如何挖掘出最值得关注的新闻线索，又能将这些深奥冷僻、令人费解的产品、技术、理念等介绍得栩栩如生，一直是困扰我的问题。

所幸找到了“走转改”这把金钥匙，我从原来害怕采访、害怕面对一线人员，逐渐变成一个牙尖嘴利不断追问的“伪专业人士”，打开了航天新闻宣传报道这扇大门。

## 走：从办公室走向科研一线，走向内心深处

刚进入航天，我连最基本的概念都没有，无法准确地界定航天与航空的区别，以及中国航天有哪些产品，我身处的八院是干什么的等等。每天在办公室很痛苦地翻看工作会报告以及专题工作简报，但是内容完全看不懂。

宣传工作岗贴近一线，却不知道一线是干什么的，构成了我职业生涯最大的障碍。

我想到的方法就是和一线的科技人员交朋友，当好观察者。为了快速融入航天，我还特意购买航天等方面的专业书籍、科普资料，深入学习。

还记得采访“千人计划”学者彭福军时，我对于他所处的专业空间结构与机构一无所知，也不知道该如何提问，就采取跟踪式采访的方式，跟着彭福军活动一整天。

他在听学术讲座的时候，我也跟着听，虽然听不懂那些前沿的技术，但至少看到了彭福军治学的态度。他在组织召开部门会议的时候，我看到了他对员工的管理模式是外松内紧的，十分有亲和力。晚上，他在办公室加班撰写学术报告时，我就来到对面的办公室随机询问他带的硕士生和博士生，听一听他们对自己导师的看法。

由于跟踪了彭福军一整天，他的团队也对我逐渐放松戒

备，没有用空话和套话来敷衍我，而是说了很多师生相处的小故事。由于了解到一个“立体”的彭福军，我在下笔成稿的时候也就文思泉涌，塑造出了“技术指导循循善诱 心灵辅导和风细雨”的导师形象，而且这一个导师与其他的导师的故事绝不雷同。

## 转：从惜字如金转为层层追问，转为共同探讨

对航天主营业务一知半解，是提不出好问题的。如果由于害怕出错，不敢提问，只会让你越发提不出好问题。

对此，我想出的方法就是抓住一切机会提问，诀窍就是事先了解专业材料，做足功课，多询问。

几年前，在报道运载领域工作会时，我提前拿到了一些会议材料，发现有关厂所存在生产的短线，就提前20分钟到达会场，找到了相关厂所负责人了解情况，询问卡脖子的某器件的生产问题能不能解决。

那位厂长很开心被问到这个问题，因为厂里已经解决了，所以他侃侃而谈。由于会议马上就要开始，他也不能用书面的语言回答我，只能拣最要紧的东西说，语言很鲜活，比如准备了什么方案，还有什么问题、哪些预案。于是我很容易就听懂了，并且忠实地记录下来，写进了运载工作会的报道中，受到了读者好评。

面向一线采访，最忐忑的环节是拿着写好的初稿请被采访者核实。一开始，

我的文章总是被打回。因为对主营业务不熟悉，所以把握不准报道重点。而被采访者不好意思直接说出自己的看法，经常就会客气地说还是要低调，过段时间再宣传。

这个时候，我就会直截了当地说是不是文章的框架出现了问题，主动提出重新撰写的想法，并且共同探讨修改稿的重点。经历过几次退稿重写，对于科研生产真正的脉络和主线就有了深刻的认识。这种认识不是从书本上看来的，也不是死记硬背得来的，而是在心中有了深深的烙印。每一次面对被采访者，都是一次全方位的考验和学习。

## 改：把大报告改成小故事、小清新

不懂科研生产的时候，恨不得将所有的内容都堆在报道上。这就是报告式的写法，只会降低报道的鲜活性 and 可读性。写作的方法有许多种，最忌讳的就是平铺直叙。采访素材犹如珍珠，写作方法则是丝线，写作者不断挑战自我的地方就是每一次要制作出不一样的丝线。

同样是来自基地一线的火箭发射报道，有人写成拟人化的日记体，有人拿出的是全面而平实的试验队总结，这就需要写作者对形式有永无止境的追求。

互联网时代，读者希望看到故事性强、画面感突出的报道，写作者必须要透彻地了解新闻选题的背景，才能妙笔生花，写出读者喜闻乐见的报道。

（作者单位：八院《上海航天》）

# 小宣闯关记

## ——一个航天新闻宣传工作者的的心路历程

□ 刘栩



人们常说，职场心态的发展遵循一个规律。刚工作的头两年是新鲜期，因为什么都会，什么都想学，所以充满干劲和求知欲，工作积极性也最高。进入第三、第四年，随着工作慢慢轻车熟路，每天的工作内容和方法开始有了固定规律可循，进入了一种比较平稳的状态，但这种稳定和重复往往容易让人产生倦怠和厌烦情绪。这个时间是最难熬的，熬过去了，就能在业务水平上更加精进，熬不过去，就是跳槽或者一直徘徊不前，难以得到更好的发展。

但对从事宣传工作已经3年有余的我来说，这一规律却并不完全符合。细细分析这几年的心路历程，倒是另一番闯关一般的跌宕起伏。

### 第一道关，没得可写

刚开始进入宣传岗位，可谓是两眼一抹黑，空有一腔热情，却不知道该怎么写。

那段时间，我几乎每天都发愁写什么内容，厚着脸皮挨个打电话问各个业务部门，最近有什么新闻吗？得到一条就视若珍宝，恨不得掰开了揉碎了去写。有时候一两个星期也没有什么可写的，不得不自己去“加工新闻”。

直到某一次新闻宣传工作培训，所里的党委副书记、一位在宣传战线上久经沙场的领导亲自给我们上课：“大家不要觉得所里每天风平浪静，没有什么可写的，在我看来，所里遍地都是新闻，满眼都是亮点，就是没有人发现啊！”她还举了好多例子。我恍然大悟，原来，不是没有新闻线索，而是我缺少“慧眼”啊。

从那以后，我就开始有意培养自己琢磨的习惯，看到所里的人、事，哪怕是一点点不起眼的小变化，都会有意识地问问自己：“这个点值得宣传吗？”就这样，我陆续写出了《自



动提款机为职工生活“提速”》、《新年劲吹创新风》等文章，得到了不少关注，我也不用再为“写什么”而发愁了。

## 第二道关，写不好

解决了内容问题，很快又有新的挑战：我投的稿子成功率很低，往外报10篇，也就1篇2篇能被采用，甚至很多时候我觉得非常好的素材都没有被采纳。这是为什么呢？

在二院一次次的通讯员培训中，我的文章经常被作为“反面教材”被分析。屡屡脸红之后，我慢慢找到了症结所在。

新闻宣传是面向公众的，稿件有自己的特点：标题不亮眼，吸引不了编辑；专业名词太多又没有释义，读者读不懂；事件的重要性不点明，就没有报道的必要……看似简单的几百字消息，却有着严密的逻辑和规律。不遵守这个规律，再好的素材也只是流水账。

找准了问题，我就开始琢磨，新闻标题怎么写最吸引人，文章结构怎么排布更合理，常用的关键词有哪些……慢慢地，我的稿件被采用的几率大大增加，质量也上去了，从两三百字的“小豆腐块”到一两千字的大稿子，刊登出来都不用做太大修改了。

## 第三道关，写得恰当

找到写作方法的我就像一个终于闯进奇异世界的探险者，恣意地畅游起来。新产品研制成功，我写；外方参观交流，

我写；产品交付使用，我还写……在单位严格的保密教育下，禁止宣传的内容和题材我从来不碰，除此之外的题材基本都有涉猎。

饶是这样，还是差点犯了错误。

某一次，单位研制了一款民用产品，因为产品本身比较独特，在客户手中试用效果也不错，我认为这是一个很好的宣传点，就写了一篇新闻稿准备向外部媒体发布，但在审批的最后环节却被主管所领导驳回了，并且耐心给我解释：产品还没有正式交付，如果现在就对外宣传，被客户看到的话，可能会有所不满，影响产品的验收交付就不值得了。

这件事再一次让我深刻体会到，现阶段，新闻宣传就是“带着镣铐跳舞”。除了保密、安全的相关规定外，需要考虑到的远不止这些商业信息、客户的想法、被报道人的意见……新闻宣传是为科研生产服务的，如果反而帮了倒忙，那它也就失去了本身的意义。而现实工作中往往情况复杂，要充分考虑各种可能发生的情况，防患于未然，宣传工作者唯有多想、多问、多思考、多沟通。

顾虑多一点，并不是坏事。

我想，这就是航天新闻宣传工作的特殊之处。每当我感觉良好的时候，新的情况和挑战总是不断出现，逼着我闯关，推着我不断学习和成长而丝毫没有机会倦怠。也许有一天，我终于可以探寻到这个领域的所有秘诀、禁忌和规则，并与它们和谐地共舞，就像真正的高手那样。

（作者单位：二院207所）

# 2014年度航天东方红杯新闻摄影大赛 获奖作品点评

航天新闻  
工作通讯

作品  
点评

1月中旬,“以新闻视角记录中国航天改革发展进程、以细腻镜头捕捉航天职工工作生活瞬间”为主题的2014年度航天东方红杯新闻摄影大赛落下帷幕。此次活动记录了中国航天在过去一年里取得的新成就,展现了中国航天改革发展的新面貌,对广大摄影爱好者创作精品起到了莫大的鼓励作用。

在2014年《中国航天报》刊登的所有新闻摄影作品中,97件作品入围,其中包括组图作品6件,其余均为单幅参赛作品,涉及科研生产的作品占8成左右。最终,26件作品脱颖而出(一等奖3件、二等奖8件、三等奖15件)。

虽然此次参评的作品得到了评委们的好评,记录了航天发展成果,展示了摄影者的技巧水平,但是也有一些问题不容忽视。

首先,好的新闻图片是新闻信息与艺术表现力的有机融合。在此次参赛的一些作品中,新闻性重大,但表现形式乏力,未入评委“法眼”,实在可惜。例如,科技一院的以工作人员合影的方式展示海南发射场长五、长七发射平台安装工作完成,实在是浪费了好题材。

其次,好的新闻图片记录了新闻事件变化中的决定性瞬间。在一些入围作品中,摄影者没有找准新闻事件中的决定性瞬间。例如,入围作品中,三院《西北戈壁腾飞“航天之鹰”》展示的是工作

人员将无人机架设至发射车上的场景,而不是“航天之鹰”起飞翱翔的瞬间。

再次,好的新闻图片能调动读者的情绪。画面中人的因素是调动读者情绪的重要元素。一些入围作品虽场面宏大,但“见事不见人”。例如科工七院的《在世界屋脊建造城市地标》,虽然场面宏大,展示了建筑的全貌,但在审美疲劳的今天,也许建设者们的一滴汗水、自豪的表情更能拨动评委的心弦。

最后,好的新闻摄影作品在画面上尽善尽美,在文字上也要比翼齐飞。例如《航天手艺》中的“指间上的航天精度”等标题,就为图片大大增色。

2015年度航天东方红杯新闻摄影大赛开始了,期盼广大航天新闻工作者以此为契机,修炼“火眼金睛”,苦练摄影技巧,在新闻摄影上取得更大的进步,拍摄下让读者眼前一亮的好图片,为航天新闻宣传工作贡献力量。

综合现场评审的有关意见,小编对部分获奖作品予以点评,供读者参考。

《再入返回飞行试验圆满成功》(单幅、一等奖)

点评:客观、真实地记录决定性瞬间。

我国探月工程三期再入返回飞行试验为全世界瞩目的大事件。面对如此意义重大的事件,作者找到了以图片展示的决定性瞬间。

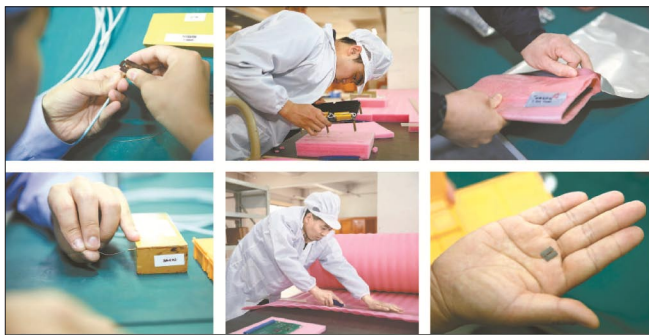
此幅作品在合适的时间、地点,以



《再入返回飞行试验圆满成功》(单幅、一等奖)

不介入的方式，客观、真实地记录了航天科研人员对飞行试验器落地后进行检测的瞬间。

而且，焦黄硕大的飞行试验器和身着蓝色羽绒服、工服的队员们等元素，作为图片的主体，夺人眼球。同时，环境因素囊括其中，枯黄的草地、周围保障人员在寒风中身体紧缩的体态与队员们认真专注的神态形成了鲜明对比。



《航天手艺》(组图、二等奖)

点评：多维展示、对比呈现、标题给力。

作者在拍摄策划上突出了“关联”这一特点：全景、中景和特写多场景相关联，多角度地展示航天手艺的精度。图文俱佳是一件摄影作品的理想状态。文章中的“航天手艺”、“指间上的航天精度”等标题非常出色。



《四院开展新员工职业化培训》(单幅、三等奖)

点评：角度新颖、构图精心。

此幅作品虽题材不突出、缺乏重大性，但在表现形式上，作者以俯拍的方式，通过学员脸部表情展示了团结拼搏的精神；而且，画面构图精心，外围的一位教练与围成半圈的学员形成对比，让新员工培训这类一般题材赢得了评委的青睐。

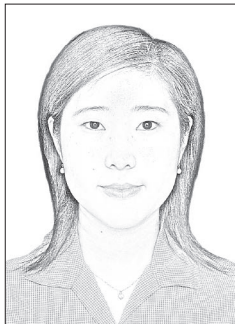
(点评人：黄琦)

# 融合多媒平台 实现经营拓展

□ 李睿

航天新闻  
工作通讯

文化创意空间



2014年11月,第十届中国国际航空航天博览会在珠海举办。在本届航展期间,《中国航天报》正刊及科普报刊出了19个航展专题版面及7个企业专版;中国航天网设置了8个板块、“蓝沙发”举办了6场访谈。

其间,报社组织的文化活动包括:1场高峰论坛及2场分论坛、1场3000人参与的科普大讲堂、1次60多人参加的新闻培训、3批航展参观活动,完成了覆盖航展全程的报社形象展示及文创产品推广工作。

通过一系列新闻宣传和文化拓展活动,报社整合利用了报纸、网站、手机报和微信等多种媒体平台,并与经营互动,开展立体式、多样化传播和经营拓展工作,提升了报社影响力,成为了历届航展中报社开展项目最广、活动参与人数最多、传播效果最好的一次,体现了报社作为行业主流媒体深度参与行业活动的大报姿态和能力。

## 一、以珠海航展为背景,打造媒体与经营的立体平台

本年度珠海航展是第十届,报社打破传统的采编和经营分割的状态,提早准备,多部门协调策划,利用全媒体手段立体化报道,并与经营工作实现联动。

《飞天科普周刊》的航展专刊与企业广告相互配合,出版时间提前,在航展的航天馆、报社展台和高峰论坛上同时发放,及时、有效地发挥了传播作用。

中国航天网的“蓝沙发”访谈与科普大讲堂等科普内容互动,举办了6场生动的专访活动。

报纸正刊不但全方位地报道航展盛况,而且对报社组织的论坛和科普活动都进行了深入而全面的报道;在版面编排上,编辑大胆选择有视觉冲击力的图片,提升了活动的传播效果与影响力。

## 二、以报社品牌为中心，拓展文化活动与经营项目外延

珠海航展开幕当天，报社主办了“航天科普大讲堂·珠海站”活动。神舟十号载人飞船乘组成员、中国首位“太空教师”王亚平和中国载人航天工程空间站系统总指挥王翔为3000余名学生上了一堂生动的航天科普课。

活动协办单位珠海市科协的领导表示，该活动是近年来珠海举办的最成功、最受欢迎的一场科普活动。

同时，报社承办了第七届中国国际航空航天高峰论坛以及“中俄航天企业交流会”、“高分辨率对地观测技术和产业发展”两个分论坛的全部组织工作，吸引了来自中、美、俄等十几个国家的官员、学者和企业代表约300余人参与。

两项活动的举办，不但发挥了报社组织大型活动的专长、受到了主办单位的好评，而且锻炼和展现了团队在承办国际会议方面的能力，实现主办会议与承办活动同步，既体现了报社品牌价值和行业地位，又开辟了新的经营方式。

## 三、以项目管理为手段，前后方团队协作高效运转

本届航展，报社派出了4人组成的采编组和6人组成的经营项目组赴珠海一线，与后方同事协调一致。面对繁杂的新闻采写、宣传报道、人员接待、会务

协调、活动组织等工作，项目团队在工作启动初期便确立了以“目标管理”为工作方式的项目管理手段，绘制了“责任分配矩阵”：即主管社领导总管项目组，部门主任为组负责人，目标细化到团队个人，自上而下地确定工作目标，为每一个接口设定联系人和服务标准，并且发挥了内部人员的英语、俄语优势做好日常交流，充分考虑到了国际化会议的要求。该项工作受到了上级单位和国外参会代表的广泛认可。

## 四、以整体实力提升为目标，整合新闻资源和客户资源

在本届珠海航展上，报社不但完成了宣传中国航天科技成果的任务，而且抓住契机，打造了展现报社整体实力、提升社会影响力的整合平台，实现社会效益与经济效益的双丰收。

珠海航展开幕后，百度搜索的报社参与珠海航展的内容网页多达4250个，相关词条达到1290个，比上一届航展增加了60%以上。中央人民广播电台、中国新闻社、《南方日报》、网易、《珠海特区报》等媒体都对报社组织的论坛和大讲堂活动进行了持续报道，珠海电视台还播出了大讲堂专题新闻。

中国航天网航展期间的全站浏览量近十万人次。航展相关经营收入创历史新高，并积累了数百个潜在客户资源，为今后经营业务积累了新的资源。

（作者为报社文化活动部主任）

## 5年内经营性文化事业 单位转制免征企业所 得税

2014年年底，财政部、国家税务总局和中宣部发布通知明确，经营性文化事业单位转制为企业优惠税收政策继续实施。税收政策执行期限为2014年1月1日至2018年12月31日。

经营性文化事业单位转制为企业，可以享受多项税收优惠政策，包括经营性文化事业单位转制为企业，自转制注册之日起免征企业所得税等。经营性文化事业单位，是指从事新闻出版、广播影视和文化艺术的事业单位。

## 广州日报报业集团 “中央编辑部”运营

2014年12月1日，广州日报报业集团“中央编辑部”正式运营。

“中央编辑部”由夜班编辑中心、大洋网、全媒体中心、音视频部、数字新闻实验室等部门组成，目的是搭建跨越纸媒和新媒体的新闻统筹平台。“中央编辑部”将把新闻生产带入“滚动采集、滚动发布，统一指挥、统一把关，多元呈现、多媒传播”的融合发展新时代。

在“中央编辑部”的统筹指挥下，《广州日报》“1+N”全媒体矩阵实现了24小时滚动发布新闻，前方记者采访回来的新闻素材，经过中央编辑部，可以多平台、多形态地实时发布。

## “行进中国·精彩故事” 让“走转改”有了新意

“行进中国·精彩故事”专栏启动后至今，全国各级各类新闻媒体用真实具体的事例、有血有肉的人物、引人入胜的情节，生动讲述了一个个精彩故事，让中国精神和社会主义核心价值观得到了更好的传播和弘扬。中央媒体走进群众心灵，关注普通故事；地方媒体立足各地特色，讲述精彩故事；网络媒体通过多样参与，传递真爱真情。

## 蔡名照任新华社社长、 党组书记

2014年12月31日，中央宣布了关于新华社主要领导职务调整的决定：蔡名照任新华社社长、党组书记；李从军因年龄原因不再担任新华社社长、党组书记职务。

## 我国新闻事业 整体发展报告首发

中华全国新闻工作者协会（中国记协）2014年12月29日正式发布《中国新闻事业发展报告》，这是我国首次发布新闻事业整体发展情况的报告。

《报告》包括新闻事业概况、公共管理体制、传统媒体发展、新兴媒体发展、媒体融合发展、队伍构成及权益保护、职业道德建设、对外交流合作等八部分。

## 《查理周刊》杂志社 遭恐怖袭击

1月7日，法国巴黎《查理周刊》杂志社遭一伙武装人员持冲锋枪和火箭炮袭击，导致包括周刊主编在内的至少12人死亡，多人受伤。这是法国本土40年来遭遇的死亡人数最多的恐怖袭击。法国政府随后把巴黎地区安全警戒提升至最高级别。2011年该杂志也曾因刊登内容招致宗教人士不满遭炸弹袭击。

1月9日，幸免于难的编辑们重新聚首，在借来的办公室中用借来的电脑开始编辑新一期杂志。14日，新一期杂志如期上市，名为“幸存者专刊”，印量达500万份。

## 英国女王给监管报业 开特许状

2014年底，英国女王伊丽莎白二世会同枢密院通过了获得议会主要三大政党支持的皇家特许状。根据这份特许状，英国将成立官方报业监管机构，取代现有的自律体系。

根据这份皇家特许状，现有的报刊投诉委员会将由权力更大的新监管机构取代。一个用于监察新监管机构、确保其独立性的“认可委员会”将同时设立。媒体必须根据皇家特许状组建新监管机构，但采编人员、公务员和下院议员不能参与这个由4至8人组成的“认可委员会”的工作。

## 《赫芬顿邮报》 拟推出中文版

2014年底，美国新闻网站《赫芬顿邮报》推出了印度版，希望充分挖掘该国数量激增的网民群体。该网站同时宣布，下一个重大目标是推出中文版。

这家AOL旗下的网站汇聚了新闻、娱乐、健康和博客等多种内容，他们已经与印度时报集团合作推出了《赫芬顿邮报》印度版，这也是该网站的第13个国际版。《赫芬顿邮报》三年前开始推出国际版，他们一直通过与当地媒体公司合作的方式部署这一方案，包括英国版、加拿大版、韩国版、日本版和巴西版。

## 《华盛顿邮报》拟做科 技公司向媒体卖软件

2014年底，《华盛顿邮报》计划充当其他新闻机构的软件提供商，以便创造新的收入来源，并强化其作为科技公司的定位。

自从去年被亚马逊CEO杰夫·贝佐斯（Jeff Bezos）斥资2.5亿美元收购后，这家美国报纸正在加速数字营收的探索速度，并有意对外授权其网站的底层软件。潜在客户可能包括最近发布网站的美国地方性和区域性报纸，他们的订户可以免费阅读《华盛顿邮报》的数字产品。

开发授权业务可以进一步加快《华盛顿邮报》的数字业务发展步伐，弥补印刷业务萎缩带来的冲击。

