

# 重走丝绸之路 共话丝路精神

## ——全国工会媒体丝路行(宝鸡站)

2019年9月12日 星期四  
本版编辑: 曹 静 兰增干 版式: 张 琦 校对: 桂 璐  
电话: 029-87344644 E-mail: ghqw3@163.com



媒体见面会

### 编者按

在“一带一路”倡议提出6周年之际,全国10余家工会媒体负责人齐聚西部工业重镇、炎帝故里宝鸡,参加本报和宝鸡市总工会共同组织的“全国工会媒体丝路行”活动。三天时间里,大家进企业、下车间,访一线职工,用镜头和笔记录中国工人的劳动美、创造美、精神美、奉献美,充分彰显了工会组织和工会媒体在丝绸之路经济带建设中的作用和力量。在紧张的采访之余,本报记者见缝插针,收集了部分媒体大咖的所见所思,今天统一刊出,以飨读者——



拍个小视频秀见到的新科技



在资料里发现新闻线索



职工创意工艺品令人爱不释手

### 王四新: 工会媒体应团结互助,为“一带一路”鼓与呼



工人日报社社长、中工网总编

“工会媒体应多一点团结和互助,更多地为‘一带一路’鼓与呼。”工人日报社社长、中工网总编王四新说。他表示,中国工会媒体有着独特的背景和优势,各工媒体均有着良好的新闻运行历史,还有着特有的受众服务基础和强大的工会组织支持优势,应在做好各自地域服务重点的同时,开阔视野、团结协作,做好一些共同关注的主题报道,形成中国工会媒体的大合唱,为推进中国的发展和世界的繁荣,贡献自己的力量。“一带一路”历经千年不衰,离

### 卞卓均: 将把宝鸡工匠培养模式及时传递给浙企



浙江工人日报社总编辑

“宝鸡机床、中铁宝鸡等企业的人才培养模式给我留下了很深的印象,我觉得宝鸡市在职工技能素质提高方面,特别是在工匠培育方面的工作确实是走在前列!”浙江工人日报社总编辑卞卓均说。卞卓均称能感受到,在产业工人队伍建设方面,宝鸡应该是长期以来一直在做,有很好的基础。“我觉得这个实际上已经把职工队伍素质的提高,工匠精神的培育、工匠队伍的培育,作为企业文化的一个核心内容,把职工的成长和企业的发展都融入进去。”卞卓均说,“这

不开商旅,离不开共同的开拓精神,更离不开中国人的创造,离不开中国制造业的辉煌和中国的包容与开放。”提及此次“全国工会媒体丝路行”,王四新说:“作为工人阶级和工会组织的新闻传播平台,今天的中国工会传媒机构,我们有责任义务聚焦新时代的‘一带一路’状况,为新时期的东西方经济良性互动点赞尽力。”作为一名从业30多年的老新闻人,王四新有一点感想与工会媒体同仁共勉。他认为,此次活动意义非凡,希望参加此次采访活动的媒体同仁,能抓住这次宝贵的机会,深入一线采访实录,用自己的心和笔,发现陕西及宝鸡大地精彩的文化亮点,写出一批更多更好的新闻力作。

用他的话说,陕西周原是中华文明的发祥地,宝鸡这块土地是周秦文化的根基,应该怀着一种虔诚和感恩之心,利用这次难得的采访机会,了解周秦历史及我们的根之所系,提升对中国历史文化认知,将这次提升活动当作一次人生的历史课,提高自己历史文化的水准。“希望我们这些新闻人,能珍惜机会,聚焦热点,深入一线,发挥才情,写出更多更好的作品,并在‘凤鸣岐山’远祖之邦,找到前行的力量与自信!”王四新如是说。本报记者 王何军

样既保障了职工的发展权,也通过这种工作制度很好地推动了企业的发展,相辅相成,作出了很大的成绩,也积累了宝贵的经验。”他说,本次宝鸡行有几点印象特别深,比如宝鸡机床人才培养的机制、体制做得很好,很完善,发展的平台搭建得很好,工会确实是根据企业的发展需要去做,而不是下了一份文件或政治任务。“陕西的各级党委、政府以及工会组织都对这项工作很重视,很关心,那么作为媒体来讲,怎样讲好职工故事,讲好工匠故事,弘扬好工匠精神、劳模精神这都是我们义不容辞的职责。”卞卓均说。卞卓均称浙江以民营经济为主,职工来自全国各地,都是外来务工人员,企业都很年轻,与西安、宝鸡的国有企业在比,与这边的大型制造业企业比,在这方面做得还比较薄弱。“这项工作起步,但还有很多不足,有很多应当向宝鸡、向陕西学习的地方。”卞卓均说,“回去后要把宝鸡的经验、陕西的经验,传递给浙江的企业,传递给浙江的工会,传递给浙江的职工,把职工队伍素质的提高作为工会组织义不容辞的职责,建立一支高素质的职工队伍,为推动浙江的经济发展作出应有的贡献。”本报记者 王何军

### 李瑾: 少小离家老大回 宝鸡变化感触多



中国工人杂志社总编辑

“宝鸡有厚植工匠文化的土壤!”在相继采访完宝鸡机床集团、中铁宝鸡集团及西凤集团三家企业的工匠人才培养模式后,中国工人杂志社总编辑李瑾感叹道。作为宝鸡一家企业的子弟,从小就生活在宝鸡的李瑾有着太多感触。李瑾说,宝鸡城市不大,但企业不少。大家平时接触的工人,要么是一个企业的,

要么是附近企业的,大家都是职工,工人阶级的地位一直比较高,工匠文化一直比较浓厚。李瑾认为,国家目前正在全力推进产业工人队伍建设改革,给予工匠技能人才在政治待遇、经济收入、社会地位等方面的保障,就是全力在全社会营造工匠文化和工匠精神,吸引更多产业工人队伍中的可造之才,通过自身技能提升,成为顶尖技能人才,助力我国从制造大国向制造强国乃至智造强国迈进。“从实际采访来看,产业工人队伍建设方面的工作,宝鸡市一直坚持在做,而且远远早于国家相关政策的出台,这也是宝鸡工匠文化厚植的必然原因!”李瑾如是说。她表示,在这样的大环境下,加之宝鸡的工业基础和长久以来的工匠文化基础,相信一定可以通过宝鸡市委、市政府、人力资源和社会保障部门、教育部门、工会组织等多方努力,培养和涌现出一大批大国工匠,他们也将为宝鸡经济的发展提供强有力的人才支撑。本报记者 王何军

### 张明: 围绕大局做“公转” 结合自身做“自转”



河南工人日报社社长

对于如何讲好中国故事、工会故事、职工故事,更好地发挥工会媒体的宣传作用。张明说,工会媒体除了要围绕党政工作大局做好“公转”,同时还要结合自身做好“自转”。这就要求我们首先要坚持党性原则,正面引导,把讲政治放在第一位。坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主,始终站稳政治立场。要站在党和人民的立场上掌握好“话语权”,弘扬主旋律,传播正能量,切实做到引导而不含糊、抓导向不放松,把新闻舆论引导有利于推动改革发展、维护社会和谐稳定的正确方向上来。其次,要突出特色,走基层、转作风、改文风,更好地服务“三工”。唱响工会好声音,紧紧围绕工会中心工作开展宣传,发挥自身优势,在工会政策出台等有利时机做好权威发布和解读,进一步扩大工会组织在职工群众中的知名度和美誉度。唱响职工好声音,始终保持和职工群众的血肉联系,大力宣传劳模精神、劳动精神、工匠精神,把更多笔触和镜头对准一线职工,热情讴歌劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的社会风尚。唱响工人好声音,积极主动报道企业的新创造,聚焦劳动和技能竞赛,书写广大工厂企业为经济社会发展所作的新贡献。最后,要守正创新、融合发展。面对新媒体的冲击,工会报刊更应扛起重担,坚持“内容为王”理念,坚持原创,多做权威发布和重点报道,杜绝虚假新闻。同时要紧跟时代步伐,因势而谋、顺势而为,加快推动媒体融合,使主流媒体具有强大传播力、引导力、影响力、公信力,形成网上网下“同心圆”,让正能量更强劲、主旋律更高昂。总之,工会媒体要切实肩负起新闻舆论工作的神圣职责,不断开创新闻舆论工作新局面,更好地服务大局、服务“三工”,圆满完成工人报刊的时代答卷。实习记者 赵院刚

### 罗凯旋: 用职工喜闻乐见的方式传播职工声音



南方日报社新闻采编中心总监

示新时代劳动者的风采,既体现先进性,又展示时尚性,同时让普通职工觉得先进典型是可以近距离“触摸”的,是可信可敬可学的。其次要注意突出挖掘“三新”(即新业态、新技术、新经济)领域中的先进典型,弘扬树立新领域的新型劳动者,如快递小哥、网约车司机等,让这些行业的劳动者学有榜样、做有标杆。最后就是工会媒体要运用全媒体时代的方式进行全方位宣传,运用更多的好图片、短视频等职工喜闻乐见的传播方式,让典型人物和典型经验更贴近读者、贴近普通职工。“近年来,我们通过打造工会新媒体排行榜,让省内的工会新媒体互相学习借鉴,从而更好地利用‘互联网+’服务职工。同时也在推动非公企业集中建会工作,三年内要成立5000家非公企业工会,为100人以上的非公企业职工赠送《南方工报》,让非公企业职工听到更多工会的声音。”罗凯旋介绍了广东省工会及工会媒体的一些经验。她认为,新时代下的工会媒体应该运用职工特别是年轻职工喜闻乐见的方式更好地服务企业、服务职工、服务工会,增强工会媒体的可用性、服务性、贴近性。实习记者 牟彰影

### 赵迎佳: 强化工会媒体的“造血功能”



劳动日报社总编辑

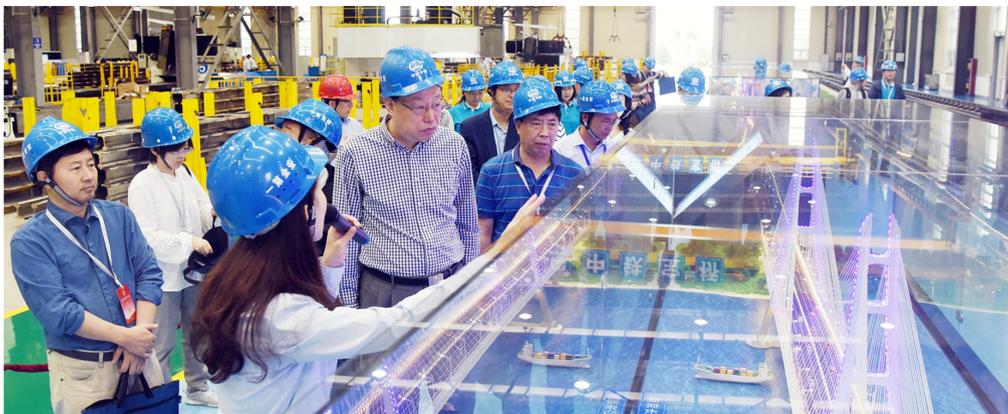
机制制、融媒体平台等优势,增强自身内容创造的活力。“要重视和再造工会媒体的经济造血功能,采编与经营比翼齐飞,增强媒体的经济实力。”赵迎佳说。他认为,对于工会媒体而言,普遍存在经济和生存的困难和压力,尤其在提高经济运营效率、增加从业人员收入等方面,面临前所未有的难点和痛点,因此不能偏重经济收入的增长,重视经营人才的聘用和培养,提高他们在报社的政治和经济待遇,给有能力、敢担当、出思路的人才提供经济舞台。在坚守纸媒广告阵地和客户的同时,充分运用如今新媒体网络平台,运用网络电商平台,结合媒体的特定工会群体,开展团购和网购。在职业技能培养方面,赵迎佳鼓励采编人员一岗多能,形成适应新媒体时代的内在造血功能。他认为,在融媒体时代,对采编人员的工作手段、技能都提出了更高的要求,必须成为适应新媒体时代的“多面手”,不仅能写作,同时要摄影、录像、直播、视频剪辑,以及网络传输等技能,这是媒体实现“造血功能”的技术保证。“运用和追踪最新网络技术和新媒体平台,用创新注入媒体报道形式和生态,使媒体的造血功能不断推陈出新、健康有序发展。手机肯定不是媒体和媒介的最终形态和最终平台。”赵迎佳说,“人工智能、5G等技术将给整个信息传播行业带来根本性变化,正由于这些新技术没有‘排他性’,所以它们必须做好准备,拥抱‘新媒体’时代的到来,强化工会媒体的‘造血功能’。新时代,再出发!” 本报记者 王何军

### 王东明: 工会媒体就是要为工会、职工发声



山西工人日报社社长

“新闻责任、工会声音、职工情怀、维权担当,这就是我们报纸的定位,我们一直坚持按照这个定位做好各项服务工作。”山西工人日报社社长王东明这样说。“工会是党联系职工群众的桥梁和纽带,工会媒体作为工会、为职工群众发声的主体,就要利用好自身优势,为党、为工会、为职工做好服务工作。”谈到工会媒体的职责和使命时,王东明如是说。工会媒体要及时传播职工正能



中铁宝鸡工作人员向记者介绍南京长江三桥建设材料情况

### 许扬: 期待西凤酒文化更加发扬光大



四川工人日报社社长

“西凤酒三千年不断代酿造,为众多名酒积淀了工艺理论和制曲实践,一定要守好老祖宗的古法酿造技艺,确保品质优秀,让酒好喝。”四川工人日报社社长许扬如是说。作为来自白酒大省四川的工会媒体人,许扬结合自己对五粮液、剑南春、泸州老窖等名酒的了解和认知,提出了白酒酿造的建议——务必坚守传统固态酿造技术,不能掺杂食用酒精,并一定要坚持使用优质曲药、优质原料、优质水源。泸州老窖自己有8000多窖池,全部自己酿制……他以泸州老窖为例,说明了基酒的重要性。“为了确保品质,要坚持自己酿造,不轻易购买受感染的基酒;白酒的品质靠得住。”许扬说,“如果实在需要购买别人的原酒来说品牌,那对原酒产地和酒厂的选择就很重要了。”西凤酒是中国老牌四大名酒,也为中国曲由发酵和蒸馏工艺作出了自己伟大的贡献。许扬认为,一定要做好酒文化品牌塑造,而且最好是这种文化要跟酒有直接关系!比如,泸州老窖自身的酿造文化积淀,在诗酒文化上做文章、国宝窖池;剑南春借助与唐朝以来“春酒”的渊源关系;沱牌产品名字来源就是一个好酒的故事;舍得取名字时就赋予了丰富的人生哲理内涵;曾经郎酒起步时在营销活动中,把“郎”与“新郎”联系起来做文章,成为受欢迎的婚嫁酒;杜甫酒在利用历史名人效应上狠下功夫……这些都是比较成功的品牌推广案例。“在塑造和推广品牌时,要找准与大众消费者的美好关系,要给酒品赋予一个大众接受的美好故事。”许扬说。另外,许扬认为一定要做好“价格战略”。

### 张永东: 工会媒体融合发展需要创新传播理念



劳动日报社副总编辑

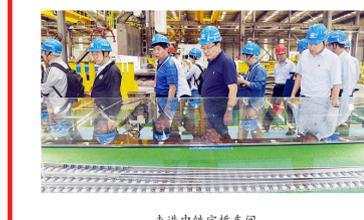
上,贵州省总工会打造了《黔工网视》。从此,贵州工会新闻媒体增添了新平台,报社发展也迎来新契机。”贵州《劳动时报》副总编辑张永东介绍。他认为,在“无视频,不传播”的全媒体环境下,创新传播理念是工会媒体的声音传播更开、更广、更深入的必要条件。工会媒体要练好内功,增强本领,抓住发展机遇,把握新闻传播规律,壮大工会主流媒体,才能更好适应融合发展趋势,从而发挥工会媒体在工运事业发展中的作用。“例如,贵州拥有着丰富的红色资源,工会媒体就创新传播理念,通过走访、寻找、整理等,丰富了贵州早期工运领导人邓恩铭烈士旧址纪念馆中的红色工运内容。”张永东介绍,通过利用全省红色工运史料,编辑制作了《贵州工运史》网络新媒体专栏,在贵州各级工会和《劳动时报》全媒体矩阵推送发布,组织材料也在全省的工人宣讲所进行专题宣讲,宣传贵州工运社历史,社会反响良好。他认为,工会媒体拥有丰富的职工资源,在竭诚服务职工方面要主动发出工会声音,利用好媒体融合发展的机遇,不断创新传播理念与方式,从而增强工会媒体在职工群众中的引导力和影响力。实习记者 牟彰影



在西凤酒厂了解制曲工艺



参观宝鸡机床厂



走进中铁宝鸡车间



中铁宝鸡企业文化别开生面



了解宝鸡机床厂精密机床的操作流程



聚焦宝鸡机床厂劳模创新工作室

本版图片由本报记者刘强摄