



编辑部故事

回击谬误为中国正名

——记《大象、犀牛、老虎减少，究竟谁之过》采写过程

本报记者 严冰

《大象、犀牛、老虎减少，究竟谁之过》一文8月1日在《人民日报海外版》重点关注版刊出后，又经过海外网和其他网站的转发，引起广泛关注。

好的选题是报道成功的一半。《大象、犀牛、老虎减少，究竟谁之过》的选题，来自于我在一次关于濒危野生动物保护会议上偶然听到的一句话：“野生动物濒危是由中国引起的吗？”与会专家的质疑引起了我的思考和关注，感到这是一个十分有针对性的话题。原来，目前濒危野生动物的话语权操纵在西方国家手中，在一些关于保护濒危野生动物的国际会议上，“大象、犀牛、老虎减少由中国引起”的说法甚嚣尘上，中国常常成为被指责的对象，处于被动地位。面对诸多质疑，中国应该有一个澄清的机会，更需要为自己正名。

围绕这个选题做一个整版的“重点关注”的想法得到了总编辑的肯定和支持，然而要说清这个专业性很强的问题，并不容易。

6月21日，为了获取第一手独家材料，我们来到国家林业局，采访了国家濒危物种进出口管理办公室常务副主任孟宪林、执法培训处处长张庆宁。他们利用多年从事这项工作积累的丰富知识，向我们全方位讲解了野生动物减少的真正原因、中国的立场观点、质疑的起因等问题，我们对采访做了详细的笔记和录音。采访结束后，他们还向我们提供了近年来老虎、大象、犀牛的生存及中国保护情况的相关数据和材料，并为我们推荐了许多专家。

为了让文章的观点更具权威性、客观性和说服力，我们还采访了东北林业

大学野生动物资源学院院长张伟、国家林业局调查规划设计院副院长唐小平、中国科学院动物研究所副所长魏辅文等专家，向他们请教野生动物保护中存在的一些问题，如中医药是否会威胁野生动物的生存、野生动物合法贸易是否会刺激非法捕猎的发生等，他们利用专业知识一一给予解答。

初稿完成后，我们将其送给孟宪林审阅，力求精确与严谨，在此后的修改过程中，我们也与国家林业局多次沟通核实。这篇稿件先后共修改了6次，历时10天，可谓“好事多磨”。

《大象、犀牛、老虎减少，究竟谁之过》这篇文章具有如下特点：权威、深刻、独家。

权威性体现在文章的材料全部来源于权威部门——国家濒危物种进出口管理办公室和这个领域最权威专家、学者。深度源于报道来自多方面的调研，对这个问题给予全方位、立体的观照，文章

整体及各部分都采用了总起分述的形式，第一部分点明国际上对中国存在误解，接下来论述野生动物减少的原因，再对误解产生的原因进行分析，然后表明中国的立场，最后表达中国的呼吁，从而形成了完整严密的逻辑布局。另外，对这个问题海内外媒体都很关注，但用一个整版4000字篇幅，全方位解读“大象、犀牛、老虎减少，究竟谁之过”尚属首次，许多数字、材料也是首次公布，因而是一篇独家报道。

这篇报道好比一把利剑，经过我们的多次打磨，剑刃击中目标，证明了“老虎、大象、犀牛减少由中国引起”的谬误，竟给了读者一个真实、完整、客观、明晰的判断。

不知您有没有跟我一样有这样的疑惑：生活在地球上的其他“村民”，他们每天在关注什么？他们是否也有高房价的困扰，也有被烈日“烤焦”的苦恼？

记得在国外读书时，结束一天的课程回到宿舍，会去对比国外媒体和国内媒体对同一事件的观察角度到底有何异同。想象着，有一天真正加入新闻战线，我会用什么样的角度去看待一个新闻事件。回国后我加入海外网，真正开始了“比对”的工作。我曾经的问题也在海外网外媒集粹栏目中找到答案——它汇集了各国主要媒体的观点，可以成为一个窗口、一个通道，让海内外华人更加直观地了解到“原汁原味”的异国动态。

在栏目刚刚创办的时候，编译组这个年轻的团队的心中小有志气，不知哪种方式能更好地展现外国媒体的思路和关注点。经过权衡、摸索，听取多方意见后，我们决定，将文章原汁原味展现给大家。但是，摆在我们面前的挑战，也显而易见。例如，在翻译《太阳报》时，面对通篇的俗语俚语，让我们的编译小妹挠头不已。无奈，大家群策群力，一起推敲，细细斟酌。有时候，我们会为了一个词组的引申义、一个成语的用法而反复争论，也会为了一个句子的绝妙阐述而欢欣鼓舞。一点一滴的积累，让大家逐渐成长；一草一木的灌溉，也让我的妙笔生花。

渐渐的，我们的稿件被读者接受并喜爱。从合作方的客户端平台上来看，订阅的用户越来越多。每天，拿出手机，看到订阅人数在不断上升，心情也随着它不断地悦动。目前，《经济学者》和《名利场》被放在首页推荐，《新闻周刊》和《读者文摘》订阅量分别排在三四位。《天空体育》、《体育画报》订阅量也在持续攀升。而我们海外网官方微博也会向外发布编译稿件，单篇最高阅读量达33.5万。

这是鼓励，也是压力。未来的征程，又将开启，编译组会更加着力“新”和“快”，在第一时间将最新鲜的消息传递给海内外华人，成为一条纽带，让生活在海外的华人用母语看到身边的故事，让国内的朋友了解到世界另一边的资讯。

亲爱的读者朋友，这个世界很精彩，我们一起奋力前行。

(作者系海外网华人频道编辑) 扫描二维码浏览《外媒集粹》栏目



互联网巨头纷纷介入

网络教育，啥时火遍中国？

本报记者 徐蕾

发展前景诱人

网络教育于2012年在美国蹿红后，有人预言，网络教育必定在2013年火遍中国。随着网络教育市场份额突破千亿元并不断扩大，随着中国电子商务的发展，在线支付系统的成熟，网络学习的习惯养成，网络教育成为让人瞩目的投资领域。

最近，国内最大的网络零售商淘宝宣布正式进军网络教育培训领域，将推出“淘宝同学”在线教育服务。之前，互联网巨头如网易、优酷也纷纷介入，其中网易的在线教育产品包括网易公开课、网易云课堂等，腾讯推出“腾讯微讲堂”等。金山词霸也传出有意涉足在线教育市场。

据介绍，去年淘宝教育销售额3.3亿元，其中1/3是教材教辅，另外2亿元是课程销售。淘宝内部估算，目前在在线教育在淘宝的日均交易额约300万元左右，今年能做到10亿元的规模。

“未来的教育格局，线上会占到40%的份额，地面占到60%的份额，就是三到五年的事情。”新东方俞敏洪日前在公开场合直言，“新东方必须把注意力从地面教育转移到网络教育上，否则无法生存。”在美国上市的中国教育企业有11家，弘成教育、双威教育、环球天下、新东方等9家企业均开展了网络教育业务。

盈利是奇葩

半个月前，美国《华尔街日报》的一篇文章分析中国网络教育前景时表示，“中国是一个‘痴迷教育的国家’，这赋予网络教育极大的潜力。但眼下的现状是，国内在线教育项目不论是做平台(C2C)，还是做内容(B2C)，企业盈利运营模式一直不清晰。

目前，网络教育很少有盈利的企业，中国用户不习惯为虚拟内容付费。如新东方在线教育、中华会计网校都在亏钱。“决胜网2012年的年销售额达到约4000万元，利润率约为15%，是一家盈利的公司。”决胜网CEO戴政说，“这在网络教育领域算作奇葩。”

“线上教育的优势在于跨地域、标准化程度高、内容复用性强、学习个性化，移动设备更有便携优势。”就职新东方的一位行内人士称，“但是线上教育缺乏强制力，用户随时可以终止学习，也没有作业、考试等强制手段加强学习效果，结果的不可控和不可测量是网络教育的一大软肋。”

“虽然已发展了10多年，但目前网络教育行业还未出现巨头。”就职于向上网的江华清说，“教育是慢的，对投资者来说，最大的风险就是时间问题，要看他们能不能熬得住，能不能承受住风险。”

就职于9158教育的毛欣支招：“网络教育是一个渠道，目的就是要找到惊人的流量，最终让其有效的流量变现，通过淘宝这样可靠的平台进行支付，至此，整个商业模式完整。”



海外网评论专家库

智

姚海龙制图

2012年10月，海外网尚处于筹备上线阶段，当我把一叠海外版“望海楼”栏目的专家名单交给评论频道一名编辑复印时，他对望海楼丰富强大的作者资源赞叹不已，感慨道：“什么时候这些专家也能成为海外网作者？”

如今，海外网正式上线近8个月，评论频道发表原创评论269篇，开设名家专栏20个，拥有了一支超过70人、富有特色的作者队伍，其中不乏望海楼的专家。原创评论作为海外网的品牌，在积跬步以至千里的创业道路上，越渐清晰起来。

论员王石川、微博大V、中国政法大学副教授吴法天……他们的加入使海外网的作者队伍更加强大，也使海外网原创评论的品质更上一个台阶。

善用渠道 增强国际传播

新媒体时代，内容为王，渠道是金。网络能给好的思想和观点插上翅膀，让它们更快地飞遍世界。今年1月6日，海外网港台部高级记者陈晓星在海外网发表了《怎么看岛内主张“台独”

360新闻

一周新闻热搜词
http://sh.qihoo.com

- 中国多地高温
- 央视揭穿气功大师王林
- 梦鸽申请李天一一案公审被驳
- 朝鲜战争停战60周年
- 国足获东亚杯亚军
- 西班牙火车脱轨
- 新闻出版广电总局限歌令
- 谢霆锋周迅恋爱传闻
- “80后”小伙当职业催乳师
- 冯小刚邀陈佩斯上春晚

优化平台 打造专家智库

7月1日，海外网迎来了正式上线后第一次改版，改版后的网站首页更加突出评论特色，并将专栏建设作为未来内容建设的重要举措。

从上线之初到现在，海外网的发展速度令人瞩目，日均页面浏览量从几万到几百万。然而，在门户网站林立、网络信息爆炸的环境中，海外网内容的核心竞争力有赖于独家、优质的原创。

原创智库，看这边！

本报记者 邹雅婷

整合资源 树立评论品牌

在这样一个众声喧哗、观点竞争激烈的时代，如何在一个没有名气的新网站上，树立原创评论的品牌？我的首要策略是充分挖掘和利用人民日报的资源。海外版各部门的编辑记者以及人民日报评论部的评论员成为海外网的第一批作者，为海外网创作了许多优质的文章。由于选题紧扣热点，文章质量有保障，海外网原创评论上线一个月就打开了局面：多篇文章入选人民网“言论精选”，进入新浪评论十大热门榜单，并被报纸转载，形成二次传播。

随着海外网评论的知名度和影响力逐渐提升，越来越多“大牌”作者热心于在海外网发表文章。望海楼特约评论员、中国国际问题研究所特聘研究员贾秀东，《日本新华侨报》总编辑蒋丰，央视著名评

论员王石川、微博大V、中国政法大学副教授吴法天……他们的加入使海外网的作者队伍更加强大，也使海外网原创评论的品质更上一个台阶。

在在微博等移动互联网平台上，海外网评论也产生了热烈反响。5月24日发表的《李克强访欧恰逢其时》在微信上引起热议，共有79万人次阅读。7月份，手机腾讯网为海外网评论开设了专栏。装机量过亿的搜狐新闻客户端也即将开通“海外网评”媒体账号。借助这些移动终端，海外网原创评论能够第一时间通过手机推送给读者，传播的效力将大大增强。

因此，建立一个强大的专家智库对于海外网来说具有重要的战略意义。

当前，海外网已集聚了一支由著名专家学者、媒体评论员、人民日报社编辑记者、网络意见领袖构成的作者队伍，涵盖时政、国际、财经、军事、两岸问题等领域。如何巩固和开发作者资源是海外网下一阶段发展所必须重视的问题。

专栏为作者提供了一个好的平台，作者在个人专栏能够更加灵活自由地表达，不同的专栏各具特色，也有助于增强作者和读者对海外网的粘性。自7月份着力开展专栏建设以来，海外网每日原创评论数量明显增加，评论的话题也更加丰富多彩，专栏文章的点击量和转载传播情况颇为可观。当前，海外网已开设20个专栏；未来两三年内，致力于把专栏数量拓展到几百个，届时将形成互联网上一股声势浩大的原创力量。

(作者系海外网评论频道主编)