

# 读者的期待激励我们奋力前行

## ——人民日报海外版青岛读者座谈会发言摘要

张德修  
(人民日报海外版总编辑):

人民日报海外版明年将迎来创刊30周年。1985年,改革开放春潮涌动,邓小平同志从战略高度提出办人民日报海外版。人民日报海外版是人民日报的重要组成部分,是宣传党的大政方针的重要阵地和独特窗口,在向海外传播党和政府声音、展示我国良好形象方面具有得天独厚优势。海外版是我国目前唯一在全世界公开、全面发行的中文报纸,是中共中央机关报的外宣版面,是我国少数真正在国外落地的外宣媒体。

近年来,在青岛市委宣传、市外宣办和市商务局的协助下,我们在青岛做了一些有益的探索和尝试。第一是报纸发行,现在主要面向经济和商务系统。第二是怎么更好地为地方对外开放、对外经济合作服务。我们开办了“中日韩经贸合作青岛特刊”,搞了有两年半的时间,受到了大家的欢迎。青岛的模式带来示范效应,北京、深圳、成都、新疆都纷纷跟进。原先我们主要立足国家层面发声,现在对外经济文化交流越来越具体,怎么更好地为地方经济社会发展服务,为地方读者服务,我们正在探索。所以今天请大家多提宝贵意见。

人民日报海外版在国外有十几个印点。我们的报纸主要通过使领馆和侨团派发,在欧洲,还在中餐馆、超市上架。两年前,我们建起了海外网,海外网现在的PV量最高到4000万,客户端、微信、微博加起来有七八百万。最近这两天网上很火地介绍京西宾馆的文章,以及介绍新的中央委员的文章,都是出自海外版旗下的微信公众号“侠客岛”以及“学习小组”。我们在探索传统媒体怎么更好地和新媒体结合,更好地为读者服务。

今天请大家多提宝贵意见,你们的关注和



从右向左:马卫刚、张德修、许正中、薛庆增

期待是对我们最大的关心和支持。在市场经济的条件下,在媒体多元、声音多元的情况下,大家希望媒体怎么更好地为大家服务,请各位先生、女士畅所欲言。

非常感谢各位朋友出席这次座谈会,感谢诸位对我们热情洋溢的肯定,也感谢大家非常精准专业的意见。马修先生说的让英文版更好地为海外读者服务,我们也要做。其他的如韩文、日文、泰文都搞了一些,但发行量不大,出版物成本很高,所以想在海外网集中起来搞。大家谈了,我们的报纸对大家很有吸引力、有使用价值,这是我们十分看中的。不管是地方对外开放、商务活动,还是企业,乃至经过我们报道过后,德国小伙子更加坚定了在青岛工作的信心。不管新媒体还是传统媒体,读者是我们的上帝,读者是我们的客户,我们要赢得读者的认可。读者对我们有感情,那么我们就有存在的价值。正是咱们青岛的诸位、青岛千千万万的创业者,充满活力,在这片土地上辛勤劳动,描绘着美好画卷,才给了我们报纸宣传、展示的空间。听了诸位的发言,我有两个想法:一是认真接受大家的建议;二是我们海外版的工作还是非常值得,非常有价值的,我们要争取做得更好。

### 把青岛发展信息第一时间传到海外

马卫刚(青岛市商务局局长):

2012年7月5日,人民日报海外版“青岛特刊”正式创刊,抢抓中日韩自贸区的机遇宣传青岛。

当时,青岛市委、市政府从抢抓青岛区位优势角度作出决策,张德修总编辑亲自关注创办“青岛特刊”。截止到目前,已经刊发115期,发表文章400余篇,首创了青岛在中央级媒体上高密度、持续性报道的平台。特刊上的一些栏目,既突出青岛的开放、发展信息,同时也在商务部的支持下,开办了FTA(自贸区)政策解读,受到商务领导充分肯定。此外还创建了一些专题栏目,像“海外人在青岛”,突出人性的风格和特点,通过生活在青岛的海外人士的故事来宣传青

岛。

目前包括国家发改委、商务部、国务院发展研究中心、贸促会、海协会、外经贸大学和我国驻外使领馆,特别是驻日韩使领馆,还有日韩驻青总领事馆都为“青岛特刊”的“声音”栏目撰写了稿件,他们从国家开放战略的层面,结合青岛开放的案例做了很有力度的展示。

“青岛特刊”将青岛规划建设“一带一路”、实施全球开放战略、建设中日韩地方经济合作示范城市、推进中德生态园的建设、西海岸新区发展等信息第一时间传递到海内外。“青岛特刊”上的文章写得都非常生动,我们把这文字汇编成招商手册。最初是半年一汇编,从2014年开始是每个季度编一期。中英日韩四种文字,每期3000册,供不应求,经常需要加印。



现在,每一期“青岛特刊”我们都及时发发到在青岛的外商投资企业。同时我们每一期将大概200份送到商务部、山东省委省政府、青岛市委市政府、人大、政协以及一些研究机构。青岛特刊已经成为海外了解青岛的一个很重要的窗口。

### 服务地方经贸的重要平台

薛庆增(青岛市委外宣办主任):

人民日报海外版是服务地方经济的重要平台和载体。大家可以看到,“青岛特刊”对青岛对外开放发挥了极其重要的作用。许多外宾和外资企业就是通过阅读这张报纸来了解中日韩合作的动态,了解青岛对外开放的政策,了解青岛市服务外商领域的这些做法和经验。

我的体会,人民日报海外版有这么几个特色:首先是栏目设置丰富。有时政新闻,有动态资讯,有地方经济建设经验。其次是观点鲜明。尤其是望海

楼栏目,我每期必看。再次是文章简短而不简单,信息量非常丰富。最后是很贴近读者,有人气、接地气。

我们政府部门,特别是宣传部门,要通过这个平台来展示城市形象,介绍招商政策和城市投资环境。要让更多的企业愿意到青岛投资兴业,开展贸易旅游观光等工作。

我对海外版两个建议:一、海外版的信息量还是要再加强些,满足更多层次读者需求。二、进一步丰富栏目设置。比如说开办一个栏目叫“走出国门的中国企业”。记者可以一起去境外采访,介绍中国企业怎么在国外开市场



的,怎么促进地方经济。总之,希望人民日报海外版、海外网发展得更好。

### 通过手机平台发送海外版报道

钟巍(青岛外企协会常务副会长):



现在青岛的外企接近1万家,我们坚持向重点外企免费寄送人民日报海外版。我们还利用外企协会的网站,每周四更新“青岛特刊”的电子链接,同时通过手机平台向有关部门领导、重点企业发送短信提示,短信已经发送4万多条,受到了外企的好评。众多企业表示,通过人民日报海外版这个高端品牌,能够了解到国家最新的政策和行业信息,对企业的发展起到更好的作用。

9月11日的《青岛外企用管家》这篇文章,对青岛外企协会做了报道,在全球范围内提升了青岛外企协会的知名度,提高了外资企业对协会的信任感,极大地鼓舞了我们的工作热情。

### 希望多宣传企业社会责任

李永南(青岛外商投资企业协会韩国分会会长):



我简单介绍一下人民日报海外版曾经关注过的一个问题:韩国企业如何承担在中国当地的社会责任。这几年,我们到贫困的农村进行过74次的义诊活动,资助了115个先天性心脏病儿童做了手术。青岛这边的很多企业也做过这些善事。参加座谈的新华锦集团对社会责任非常重视。像新华锦这样的优秀企业,通过人民日报海外版得到宣传,相信更多的贫困地方会得到帮助。

### 增加语种使报纸更国际化

马修(优创(青岛)数据技术有限公司总经理):



我在青岛11年,我太太是青岛人,我的两个孩子都在青岛出生,他们都是青岛人。我们公司是2003年在青岛诞生的,在青岛有1500多名员工,是青岛最大的外包企业之一。非常荣幸,我们公司去年得到了人民日报海外版的报道。据我所知,人民日报是中国最顶尖的报纸,而海外版发行到世界各地。我本人也看到过“青岛特刊”季刊的英文版,这些文章都非常好。我也希望人民日报海外版在英文版上做出更多的努力。还有一个建议,可不可以让外国记者加入我们的团队,或者与国外媒体合作,让这张报纸变得更加国际化。当然,我本人和我的同事们会向在美国的朋友和家人,不断推介人民日报海外版和青岛市。

### 推介作用无法用经济价值衡量

刘雯(中德生态园管委办公室主任):



2010年,中德生态园在中德两国总理的见证下,签署了备忘录。但是,2011年,在我们11平方公里的规划用地内,15个行政村的搬迁成了双方外交的一个焦点。德国认为搬迁是移民,涉及到人权,违背了生态园开发的本质。9月,我带着一份人民日报海外版,前往德国经济部。刚开始谈话的气氛是非常严肃、凝重的。当我说起来农民原来的生活状况以及搬迁情况后,尤其是拿出人民日报海外版后,氛围发生了变化。

2011年9月5日,人民日报海外版刊发以《没想到还能再分套大房子》为题,报道了中德生态园的搬迁。我拿着报纸,进一步给他们做一些解释,后来我们居然就坐到一堆了,不开会了。我拿笔记本说,他们就认真听,并表示“真的很有意思”。

就这样,9月16日双边对等信息发布会如期召开,德国原本已经不想召开这个会了。同时,德方承诺由德国经济部出资,聘用了第三方顾问团,对园区搬迁进行学术评估。评估结果是:移民不会因园区的建设失去发展机会,反而会享受到发展带来的好处。

海外版对中德生态园项目帮助非常大,无法用经济价值来衡量。

### 德国同事报道后成了名人

陈祖开(青岛百福润财税咨询事务所经理):



我有一位德国同事,中国名叫郭锐。人民日报海外版刊登了郭锐融入青岛的报道后,我们的影响力就提升起来了。郭锐主要开拓欧美客户资源,现在都不用再自我介绍了,人家直接就知道了,这是一个名片效应。通过人民日报海外版的推介,更多的外商、外企、外国朋友愿意跟我们合作了。

我是网民,天天玩微信、微博,“学习小组”、“侠客岛”影响力非常大,我作为粉丝,在琢磨这是谁弄的,今天居然见到了作者。

### 推动中韩自贸区尽快成立

赵波(青岛浦项不锈钢有限公司宣传科):



我们企业2003年在青岛注册成立,主要生产不锈钢项目。在这里我提一个祝愿:祝愿人民日报海外版越来越好,也感谢长期以来对我们企业的支持。

我们也希望在海外版的大力推动下,中韩自贸区能够尽快地成立,这样我们企业可以获得更好的收益。

### 留学海外天天期盼“祖国的家书”

郭祥龙(青岛黄岛区商务局办公室):



虽然年轻,我也是咱们海外版的老读者。我是主动向领导请示来参加座谈会,因为我对海外版感情很深厚。我在德国留学的时候,人生地不熟。一到德国,我信箱里塞满了让人害怕的材料。后来,使领馆教育处就帮我订了份海外版,拿到报纸,感觉特别亲切,捧着海外版,就想这份报纸就是祖国的家书。

我们西海岸新区的外商企业投资项目累计超5000家,从2011年元旦开始,我们就让外企的负责人以及党委部门订阅海外版。自十八大以来,领导集体倡导改革,而海外版是中央外宣方面的权威部门,企业也是根据海外版透露的改革情况,把握到最新的政策动态。

### 极大提高青岛公司海外知名度

信蓉(新华锦集团办公室主任):



新华锦集团现在拥有直属和控股企业将近100家,员工近万人,经营领域涉及了国际贸易、金融投资、房地产开发和老年产业四个产业板块。我们是一个以国际贸易为主的企业,所以对人民日报海外版比较熟悉。“青岛特刊”是青岛海外传播的平台,尤其提升了青岛在日本和韩国的影响力,深化青岛与日本、韩国之间的经贸合作。

我们感到企业的发展离不开政府和媒体的关注与支持。去年夏天,我们集团的一个子公司新华锦水产公司,跟随青岛市、商务局领导到国外出访,在这个时候“青岛特刊”对我们子公司的总经理做了一个专访,提高了公司海外知名度,在海外市场上取得了良好的效果。类似的报道还做过几次。

### 坚定了我们招商引资信心

王平(青岛市北区商务局副局长):



2014年8月28日,人民日报海外版对我们市北区进行了宣传报道。我们当时一看到报道,感觉跟想象中的很不一样,觉得海外版的文体非常活泼。题目是《区老人不老,腾笼换鸟》,很有新意,非常贴近读者。

文章一出来,很多外商朋友给我们打电话,我们区内也是通过这次报道,坚定了在外宣和招商引资上的信心。

同时希望海外版更多关注“走出去”的企业,我们区走出去的企业都很有代表性,瑞昌棉业是我们区在非洲著名种植化企业,海外版也对这个企业做过报道。报道后,这个企业又增资了5000万美元,加大了在海外的投资。(潘旭涛 黄帆 李颖整理)