

由國務院國資委新聞中心與香港大公文匯傳媒集團大公國際傳媒學院共同舉辦的「第三期中央企業提升海外傳播力研修班」，於11月5日至10日在深圳舉行，來自27家中央企業的35位新聞宣傳負責人參加了培訓。

文／圖：賴學韜



◀國資委新聞中心主任毛一翔（前排左五），香港大公文匯傳媒集團副總經理、大公國際傳媒學院執行院長徐荷（前排右五），此次研修班班長、中國交通建設集團有限公司企業文化部副總經理、新聞中心副主任查長苗（前排左四）與學員們合影

國資委攜大公學院第三年辦研修班 央企海外傳播力聚焦新媒體



▲國資委新聞中心主任毛一翔為學員授課，細心講解

在全球化背景下，一個個央企跨出國門、擊海揚波、揚威海外的故事，展現出央企在新時代嶄新的風采和深化改革的堅實步履。為了借力香港經驗和資源，進一步擴大企業在海外的傳播力和影響力，大公國際傳媒學院（下稱學院）分別在2015年11月和2016年9月，舉辦了第一期、第二期「中央企業提升海外傳播力研修班」，有近百家央企的150多位學員參與了學習。

課程具啟發有特色深度

本次課程以「香港優勢，國際視野，一流師資，流動課堂」為特色，透過多位專家教授從不同角度作專題講授、互動交流、現場教學、個案分析等多種形式授課，獲學員一致好評：「課程針對性強、有特色、有深度、聽後深受啟發。」

學院今年承辦的第三期央企研修班，在前兩期優質研修基礎上進行延伸，同時兼顧理論與實踐，以數字經濟時代為背景，與學員共同探討如何增強對外的傳播意識，營造良好的外部輿論環境，全局着手設計課程，再次面向央企推出。

國資委新聞中心主任毛一翔為學員們進行了授課，在本次「媒體融合下的企業新聞宣傳工作」專題授課上，他對央企學員們提出「要以品牌戰略引領海外宣傳」的要求。

研修班首日，學院邀請了中聯辦宣傳文體部部長朱文為學員們講解了「香港媒體生態與發展態勢」，幫助央企特別是在港上市央企新聞宣傳負責人以香港視角、國際視野傳播國家正能量，更立體地了解香港傳媒生態和文化。

騰訊政務民生中心全國業務總監、騰訊網政務副總編輯趙甫松，已經是第三年為央企學員們授課，這一次他帶來了關於「數字經濟」發展的經驗與暢想。他提到，數字經濟是移動互聯網、雲計算、大數據等新一代



▲中聯辦宣傳文體部部長朱文為學員剖析香港媒體生態

通用技術深入經濟社會各個層面後產生的結果，認為「數字經濟是中國創新增長的新動能」，甚至是全球經濟增長的重要引擎之一。

前香港貿發局駐紐約及深圳辦事處主管、前香港駐外經貿辦代表梁敬國在分享「香港特區政府海外傳播策略」時，提到了香港在海外傳播時重點打造「香港品牌」的宣傳計劃，通過展現香港核心價值推廣香港為「亞洲國際都會」。香港新聞工作者聯會副主席郭一鳴則為學員們講授了「企業形象、危機應對與海外傳播」，並就央企落地海外發展時，如何快速、精確了解當地媒體生態給出了寶貴建議。

驚嘆AI技術發展飛速

談傳播力提升，特別是具體到海外傳播時，授課的專家講師們紛紛把目光放向了全球媒體和其他傳播介質的發展趨勢。「數據科學與媒體傳播的融合成為近十年來的國際趨勢」，香港浸會大學協理副校長、傳理學院院長黃煜，也重點與學員們探討了新媒體未來發展趨勢。黃煜還在課上為學員們播放近期大熱的智能機器人Sophia接受採訪的視頻，學員們紛紛對AI技術的飛速發展表示驚嘆。

此次研修班不僅邀請到了各界資深人士從多角度為央企答疑解惑，還組織學員到比



◀學員們到比亞迪參觀



▲前香港貿發局駐紐約及深圳辦事處主管、前香港駐外經貿辦代表梁敬國分享經驗



▲騰訊政務民生中心全國業務總監趙甫松講授騰訊新媒體發展戰略

亞迪和前海進行了現場教學。在學習過程中，學員們勤於思考、感悟頗多，課堂上和現場教學中積極與老師互動。課後也總是三五結伴的對課程內容進行討論，分享收穫。

香港大公文匯傳媒集團副總經理、大公國際傳媒學院執行院長徐荷主持了此次研修班。她在開班致辭中提到說，習近平總書記在十九大報告中指出，要高度重視傳播手段建設和創新，提高新聞輿論傳播力、引導力、影響力、公信力，「傳播力決定影響力，提高企業的海外傳播能力，對央企走出去後講好企業的故事、對涉足國際市場具有極其重要的意義。」徐荷和毛一翔在結業式上一同為學員們頒發了結業證書。

比亞迪前海現場 互動教學

【大公報訊】「第三期中央企業提升海外傳播力研修班」除了課程「量身定製」，現場教學也結合央企學員的具體需求和教學地深圳的本地特色，精心做了設計安排。

11月7日下午，學員們來到比亞迪股份有限公司，通過參觀比亞迪展廳、聽工作人員講解比亞迪發展與品牌傳播策略，感受了這家集IT、汽車及新能源三大產業於一體的高技術民營企業迅速發展背後的理念與經驗。

翌日，學員們來到深圳前海，前海蛇口自貿片區管委會副主任、

前海管理局副局長、新聞發言人王錦俠以「前海的發展與傳播力」為題，與央企的新聞發言人、宣傳工作負責人展開了座談。

除了展示前海發展奇跡、解讀前海各種體系創新外，作為新聞發言人，王錦俠重點分享了前海區域傳播力塑造的創新實踐。

他提到，在傳播力建設中，除了注重傳統橫向傳播覆蓋率的提升之外，前海還依據自身產業高端要素集聚的特點，探索縱向垂直傳播，「建立精準覆蓋行業受眾的立體傳播模式」。



▲香港新聞工作者聯會副主席郭一鳴（前排左五）授課後與學員合照



▲前海蛇口自貿片區管委會副主任、前海管理局副局長、新聞發言人王錦俠與學員們在前海管理局座談

學員：老師所授可在工作踐行

【大公報訊】本次研修班每一個授課現場，學員們都頻頻與老師互動，就央企海外傳播的理念和實戰拋出了不少有價值的問題。「傳播學的發展真的非常快，作為一個相關的從業人員，着實感覺「一日不學，如隔三秋」。」寶鋼資源控股（上海）有限公司文化品牌高級專員何小璇在課後感慨，「這次的學習，感覺就像為我度身定製的。我打算採用「拿來主義」，把老師的一些建議轉換成工作中實戰要點去踐行。」

「在國家『一帶一路』的引領下，中

國企業源源不斷地走出國門，到海外進行投資、開展國際合作，在這些國際合作中，要傳播企業的聲音，其實方式還有很多。」學員代表、振華石油控股有限公司綜合管理部副主任孫曉凌分享學習心得時，表達了願意不斷加強學習的意念。

三年培訓上千人

「通過這次學習，我們增強了海外傳播的信心。」研修班班長、中國交通建設集團有限公司企業文化部副總經理、新聞中心副主任查長苗在結業式上表達了研修

感慨。

大公國際傳媒學院成立三年來，藉助百年大公品牌和香港大公文匯傳媒集團的兩地平台，充分發揮「超級聯繫人」的優勢，為海內外政府與傳媒、企業與傳媒、傳媒與傳媒間搭起橋樑，已成功推出面向政府官員和新聞發言人、企業傳訊總監、傳媒高層等多個精品課程，三年間已培訓上千名局、處級公務員和中央企業新聞發言人，得到了廣東、雲南、深圳、河北、甘肅、貴州等省市公務員、院校師資和中央企業發言人、民營企業家的廣泛讚譽。



▲毛一翔（右五）、徐荷（左六）為學員們頒發結業證書