



黄坤明出席中国新闻奖长江韬奋奖颁奖报告会强调

不断增强脚力、眼力、脑力、笔力 守正创新做好新形势下新闻舆论工作

守正创新，奋力书写新时代的崭新篇章

写在第十九届中国记者节到来之际

有这样一群人，他们栉风沐雨，奔波于新闻事件发生的第一线，突破重围追寻真相，忠实记录社会变迁；有这样一群人，他们执着坚守，用话筒传递党的声音，用镜头捕捉人间百态，用纸笔描绘时代风云；有这样一群人，他们勇立潮头，在创新发展中铿锵前行，向全世界发出更响亮的中国声音。

在第十九届中国记者节到来之际，第二十八届中国新闻奖、第十五届长江韬奋奖颁奖报告会在京举行。奋斗激励荣光，使命昭示未来。在时代造就的广阔舞台上，新闻工作者们正奋力书写新时代的崭新篇章。

守正创新，做让党放心人民满意的好记者

“高举旗帜、引领导向，围绕中心、服务大局，团结人民、鼓舞士气，成风化人、凝心聚力，澄清谬误、明辨是非，联接中外、沟通世界。”习近平总书记指明了在新的时代条件下，党的新闻舆论工作的职责和使命。

一个时代有一个时代的故事，新时代的精彩故事需要精彩表达。党的十九大闭幕之后，人民日报评论部提出以“大评论”诠释新时代，深入解读十九大精神。

如何让任仲平这样的大型政论体现出大视野、大格局、大担当？人民日报评论部专栏编辑室主编白龙道出了奥秘：“在历史的坐标中，定位时代；在世界的视野里，观察中国；在现实的方位中，回应问题。”

把对现实的充分了解、对问题的敏锐洞察，对时代的深刻思考，汇聚于笔端、激荡于文字，才能体现出新闻的品格与力量。

新闻记者如何更好地记录历史并参与历史的创造，是一道永恒的考题。本届长江韬奋奖长江系列获奖者、新华社内部主任赵承说，在新时代，答好这道考题，就是要将习近平总书记守正创新的要求落到实处，锤炼自己的“脚力、眼力、脑力、笔力”，做一个让党放心人民满意的好记者。

去年，政论专题片《将改革进行到底》一经推出，就形成现象级传播。十集节目承载和浓缩的，是一个大国砥砺前行、壮阔恢弘的“国家叙事”。

中央广播电视总台中央电视台新闻中心经济新闻部主任肖振生认为，作品成功的关键在于坚持“问题导向”。新闻记者用职业的眼光去见证和记录这个伟大的新时代，始终与党、国家和人民相依前行。“青春会老去，但记录传播民族复兴伟业的激荡豪情，会让我们永远年轻！”

弘扬百姓大爱担当，彰显中国人时代精神

重庆奉节。架在70米高空的溜索下，湍急的河流奔涌向前。望着两只滑轮、绳索和一块木板组成的简陋溜索，华龙网《百姓故事》专栏的女记者吓得捂住眼睛哭出了声，却还是咬着牙滑到对岸。

华龙网总编辑周秋含动情讲述《溜索法官》的采访故事。“裤腿带泥巴的记者才能挖掘出新鲜接地气的好素材。”他说，记者们俯下身、沉下心，深入基层，挖掘“草根”人物身上的闪光点，用一个个感人的小故事，弘扬百姓的大爱与担当，彰显中国人的时代精神。

作为新时代的记录者，新闻工作者们必须自觉承担举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，促进全体人民在思想信念、价值理念、道德观念上紧紧团结在一起。

北京广播电视台记者史喻对此深有体会。在面对“恢复高考四十周年”这一选题时，她和同事们别出心裁，不设主持人，让一位“老高三”和一位即将高考的“新高三”直接对话。听众在他们的交流中仿佛穿越40年光阴，感受到高考变革后社会的巨大进步。

这次成功实践，让史喻对自己未来的工作提出了更高要求：“更加敏锐地捕捉新闻背后有温度有深度的故事，通过个体经历折射社会变迁，展现生活厚度与命运张力。”

推进媒体融合发展，立体讲述中国故事

近年来我国媒体融合发展的探索实践，在此次中国新闻奖评优中得到肯定。融媒短视频《柳州融水突围记》、融媒直播《“天舟一号”发射任务VR全景直播》、融媒互动《点赞十九大，中国强起来》、融媒栏目“快客岛”、融媒创新《领航》等，可谓精彩纷呈。

2017年8月12日清晨，融水苗族自治县杆洞乡突发特大洪水。广西日报柳州记者站站长谌照得到信息后驱车8个多小时赶到大苗山深处的灾区现场。乡里电力、通信、交通全部中断，他与外界“失联”长达几十个小时，在穿越40处塌方后发回灾区真实画面。《柳州融水突围记》一经发布便引发强烈反响，及时搭建起灾区与外界沟通的桥梁。

“有担当有情怀的现场报道，总能激发满满的正能量。”谌照说。

从党的十九大、纪念马克思诞辰200周年大会，到中非合作论坛北京峰会、首届中国国际进口博览会，在历次重大活动、重大事件报道中，我们欣喜地看到，传统媒体和新媒体已迈过平台搭建的“相加”阶段，正在深耕相“融”和“一体发展”。报、台、网、微、端齐备的立体多样格局逐步形成，媒体传播力、引导力、影响力和公信力呈几何倍增。

开启24小时不间断应急救援大直播，策划春运直播系列报道……本届长江韬奋奖韬奋系列获奖者、中央广播电视总台中央人民广播电台中国之声策划部副主任任捷分享了“用电话发微信、用声音刻录时代”的难忘记忆。“我手中的这支笔，这只话筒承载着何等的光荣、信任和应有的担当！”任捷说，我们要努力践行新时代新闻工作者的光荣使命，更好向世界讲述中国故事中国梦想。

(记者周玮、史竟男、施雨岑)新华社北京11月8日电

脚力、眼力、脑力、笔力，守正创新做好新形势下新闻舆论工作

黄坤明指出，增强“四力”是党中央对新形势下宣传思想战线队伍建设提出的总要求。新闻战线在增强“四力”上当表率、做示范，努力打造一支政治过硬、本领高强、求实创新、能打胜仗的工作队伍。要以提高政治素质

为根本，增强“四个意识”，坚决维护习近平总书记的核心地位、坚决维护党中央权威和集中统一领导。要以提升业务本领为关键，勤于学习、善于思考、精于表达，培育强烈的专业精神和过硬的专业能力。要以锐意创新创造为紧要，保持思想敏锐性和开放度，打破思维定势和路径依赖，让新闻宣传更高时代性、

更有实效性。要以锤炼优良作风为基础，深入基层群众、切实改进文风，增强新闻报道亲和力吸引力。

黄坤明强调，各级记协组织要认真履责，加强教育引导，强化激励示范，改进服务联络，加强新媒体工作，更好把新闻工作者团结凝聚起来。

前10个月我外贸进出口同比增长11.3%

新华社北京11月8日电(王锦莹、刘红霞)海关总署8日发布数据显示，今年前10个月，我国货物贸易进出口总值25.05万亿元人民币，同比增长11.3%。其中，出口13.35万亿元，增长7.9%；进口11.7万亿元，增长15.5%。

据海关统计，10月份，我国进出口总值2.75万亿元，同比增长22.9%。其中，出口1.49万亿元，增长20.1%；进口1.26万亿元，增长26.3%。

今年前10个月，贸易顺差1.65万亿元，收窄26.1%。其中，10月份贸易顺差2336.3亿元，收窄5%。

海关数据显示，今年前10个月，我国

贸易结构进一步优化。一般贸易快速增长且比重提升，增长14.1%，占外贸总值的57.9%，比去年同期提升1.4个百分点。同期，加工贸易进出口增长5.4%，占外贸总值27.3%，下滑1.5个百分点。此外，我国以保税物流方式进出口2.79万亿元，增长20.1%。

同期，服装、家具、鞋类等7大类劳动密集型产品合计出口2.56万亿元，增长0.6%，增速缓慢。机电产品出口7.82万亿元，增长9.3%，其中，电器及电子产品出口3.54万亿元，增长11.2%；机械设备2.31万亿元，增长9.9%。

我国对欧盟、美国、东盟和日本等主要市

场进出口均增长，对“一带一路”沿线国家进出口增速高于整体。前10个月，中欧贸易总值3.68万亿元，增长8.4%。中美贸易总值为3.44万亿元，增长7.4%。同期，我国对“一带一路”沿线国家合计进出口6.84万亿元，增长14.8%，高出全国整体增速3.5个百分点。

此外，民营企业所占比重提升。前10个月，我国民营企业进出口9.88万亿元，增长14.6%，占外贸总值的39.4%，比去年同期提升1.1个百分点。其中，出口6.38万亿元，增长11.2%，占出口总值的47.8%；进口3.5万亿元，增长21.5%，占进口总值的29.9%。



更个性、更多样、更智能、更品质、更健康、更绿色

从进博会看百姓生活六大新趋势

的诉求越来越细化和多元，更多个性化产品和服务将涌现。

2 更多样，消费选择面越来越宽

在食品及农产品展区，挂着交易商牌子的专业“猎头”来回穿梭伺机挑选“尖货”。埃及的锡威威、加拿大的枫树水、巴拿马的香蕉、阿根廷的牛肉……超过4000件食品和农产品展品，近半都是第一次进入中国。

未来，人们坐在家中，就可买到全球各地的特色商品。不仅是食品，在汽车展区，全新旗舰车型柯迪亚克在进博会全球首秀；美妆领域，欧莱雅带来了超过500款产品和技术；家电领域，松下透明电视看着就激动人心。博览会上，来自全球最先进的技术、产品和服务，让中国人在家门口就可以挑选来自世界各地的产品；开放的中国，欢迎中外企业的融合与竞争，这也将在催生更多新技术新业态新模式，更好地满足人民对美好生活的需要，不断增强人们的获得感。

3 更智能，未来生活将有更多便捷服务

智能限速识别、主动盲点监测、车道保持辅助、扩展交通标志识别、带跟停续走功能的自适应巡航……集诸多自动化功能于一身的DS7，虽已进入国内市场，但喷涂亮眼黄色的展车，还是吸引着采购商不时拉开车门试乘。展会上，智能产品遍布进博会各大展区。吸引眼球的还有雷克萨斯品牌带来的自动驾驶汽车；德勤展示的反洗钱机器人；富士胶片

结合图像处理和人工智能技术，带来的可帮助提升临床医疗诊断水平的REILI项目等。

跟随技术变革脚步，移动设备、智能家居、智能家电等许多产品已经或即将进入百姓生活，自然语义识别、人脸识别等大量人工智能技术将被更广泛地运用于智能设备，应用到家居生活里。

4 更品质，消费质量不断提升

“这种火腿口感非常好，脂肪和肉的比例搭配恰到好处，切得越薄口感越好。”展会工作人员刘女士趁工作间隙，来到西班牙伊比利亚堂果火腿前试吃了起来。这是她第一次品尝到伊比利亚堂果火腿，“品质相当不错”。

品质化，是本届博览会无处不在的气息。英国纪娜梵展台里的定制女鞋闪耀全场，日本索尼的灯光音响设计感极强，杜邦公司用于运动以及辅助医疗目的的智能运动服饰充满未来范儿，这些产品的进入，将再度提升国人生活品质。

一叶窥窺秋，“粮在进口食品中的比重越来越大，高端油脂、高端食品进口份额逐年扩大，体现了中国老百姓的消费能力、消费需求已经上来了。”中粮集团总裁于旭波说。未来的消费，必将是品质不断提升的消费。

5 更健康，追求高品质医疗服务

7.1展馆美敦力展台上，人们围着一个物件看个不停，它叫Micra，是目前全球最小的心脏起搏器，体积是传统心脏起搏器的

十分之一，只有硬币直径那么长，无导线、无囊袋的设计可以实现微创植入，极大减轻患者痛苦。

享受更高品质的健康正成为国人的追求。在医疗器械及医药保健展区，许多企业都带来了尖端科技。比如，医科达在进博会发布全球首台高场强磁共振放疗系统；诺和诺德公司全面展示了其在糖尿病及相关领域的创新研发成果等。

随着医疗领域对外资股限制放宽政策的推进，医疗企业也将更多地输入先进的医药、医疗器械和健康产品。“让更多海外医疗机构进入中国，将惠及更多百姓。”北京盛诺一家医院管理咨询有限公司董事长蔡强说。

6 更绿色，环境友好型消费将成时尚

加注燃料仅需5分钟、续航里程800公里、二氧化碳排放量0……韩国现代展台上，氢燃料电池NEXO展车外形低调，与一般的小客车无异，却因为技术先进、对环境友好的特色，吸引了不少人关注。

绿色消费，正在成为国人消费新趋势。展会上，丰田甚至为迎合绿色消费的理念，在展厅里搬进了一棵树。与此类似的，芬兰带来“树木做的汽车”也因车身制造材料、动力燃料等都来自树木或可再生，受到诸多青睐。

时代在发展，人民群众对环境质量的要求日益提高。越来越多的人希望生活在美丽舒适的环境中。绿色发展理念的深入人心，迫使企业更多地生产绿色产品，这也极大地丰富了百姓的绿色消费品类。

新华社「现场云」与媒体大脑

智能生产平台参与进博会报道

新华社北京11月8日电首届中国国际进口博览会5日在上海开幕，172个国家、地区和国际组织参会，3600多家企业参展，展览总面积达30万平方米，超过40万方名境内外采购商到会洽谈采购……面对这样一个新闻超级“富矿”，新华社首次将现场云与媒体大脑MAGIC智能生产平台相结合进行新闻产品智能化生产，到11月8日15时，已经产出390多条短视频。

本次进博会上，新华社联合13家媒体，运用“现场云”移动采编平台，媒体记者边走边拍边发。这些丰富的现场报道资源实时进入MAGIC智能生产平台，通过视觉、语音、自然语言等多方位的智能化

处理进行标签化及结构化，并凭借媒体大脑的智能价值判断、智能标签整合能力，快速生成有看点的短视频片段，批量生产主题聚合类视频。

目前，通过MAGIC智能生产平台自动生产或人机协作批量生产的进博会短视频内容已经超过390条，仅在新华社客户端发布的视频浏览量就接近2000万。

“现场云”是由新华社主导研发的新闻直播平台，同时，又是可实现“新闻在线生产，在线审核，在线签发”目标的移动采编发系统，目前已有2900多家媒体和党政机构用户。而MAGIC智能生产平台由新华社云科技有限公司研发，旨在以大数据、人工智能技术赋能媒体，成为内容自动生产的基础设施。在俄罗斯世界杯上，MAGIC生产了37581条短视频，最快一条进球视频的生产仅耗时6秒。

这是新华社在媒体融合和智能化升级方面的又一次前沿探索。在大数据和人工智能技术加持下，机器脑+人脑，技术+内容，将使新闻生产更加丰富、更有效率。

新华社上海11月8日电(记者许晟、姚玉洁、刘慧、有之忻)用3D打印、根据每个人的面部定制的面膜用过吗?氢燃料电池汽车开过吗?硬币直径长短的心脏起搏器见过吗?

造福人类是科技创新最强大的动力。日前在上海举办的首届中国国际进口博览会上，随处可见创新因子，包罗万象的进口产品吸引人们频频驻足，透过这些展品，可以更清晰地看到百姓生活的新趋势。

1 更个性，生活需求细化、多元

6.1展馆韩国爱茉莉太平洋集团展台上，演示人员先用扫描机器对人脸进行扫描，再深度测试分析皮肤，最后用3D打印技术打印面膜，一张完全贴合人脸的定制面膜便完成了。这是3D打印面膜技术首次在中国亮相。

定制，已经成为本届博览会展品的关键词之一。同样在美妆领域受到关注的还有法国欧莱雅兰蔻带来的定制粉底液等；在旅游领域，泰国旅游公司带来了私人定制游服务；德国瓦克集团带来的口香糖3D打印机，可以为消费者定制任何口味、任意形状的口香糖。

中国已迈入以消费者体验为中心的新阶段，个性化、专业化的诉求，正在深刻地影响着企业的产品方向，影响着消费的未来趋势。爱茉莉太平洋中国总裁高祥钦说，中国消费者对美