

舆论宣传主阵地 百姓生活知心友

——社会各界谈《高邮报》

发展路上温暖陪伴

□ 江苏朝阳液压机械有限公司董事长 陈翠萍

总有一种温暖的感觉。因为发展的路上有人关注我们,有媒体为我们推波助澜,给我们力量。

近年来,《高邮报》一直在创新,开设了多个专版,将触角伸进基层,伸进重点企业,伸进火热的项目建设现场……全方位展示高邮经济社会发展的生动实践,总能带给我们全新的感受和温暖的力量。去年11月8日,《高邮报》与市工商联联合推出了“商界”专版,省政协副主席、工商联主席李仁欣称为“商界”题字,深受各位企业家的好评。这个专版的推出,让我们非公有制企业有了自己的宣传阵地,有了可以分享创业体会和发展感悟的平台,专版内

容好,形式好,设计好,可圈可点。作为“商界”专版“直通民企”栏目首期报道企业,近一年来,我们企业克服了资金紧张等困难,发展明显提速,在手订单好于去年。生物质能发电成套设备,目前在手订单达到8000万元;研发了新型墙体材料成套设备,订单已达2285万元;获得了水利大型设备生产许可证,目前在手订单6000多万元。同时,压机机械项目还与宝钢紧密合作,前景看好,我们有信心实现明年产值达4亿元至5亿元。

江苏朝阳液压机械有限公司将一如既往地向大踏步前加快发展。在前进的道路上,希望《高邮报》继续关注我们。

几个月前,《高邮报》刊登了《润德管伸进苏中机场》一文,一下子让我们的企业及产品被广大用户所了解,真的很感谢《高邮报》对我们的关注。《高邮报》创新思路,把触角伸到我们这些小微企业,了解我们的所需所求,报道我们创新科技、人才方面的举措,让我深受感动。

在采访的过程中,我为记者踏实细致的工作作风感动。记者在我们企业车间采访时,看到车间内人员较少,就问我:“为何员工这么少?”我告诉他们:“这种塑钢缠绕排水管科技含量较高,从开始到成型共有5道工序,每道工序基本都是电脑控制,所以需要的生产人员就特别少。”

报道推出后,立即在社会上引起了强烈反响,不少朋友打电话向我表示祝贺。更让我意想不到的是,市工商联的负责人还带队来到我们企业视察指导,了解项目情况以及发展中存在的难题。今年,我又被市工商联吸纳为执委,这更加坚定了我做大企业的信心和决心。

希望《高邮报》在当前较为严峻的宏观经济形势下,多报道一些在逆境中加快发展的小微企业典型,以鼓舞全市各条战线工作人员的士气。



一则报道 全城关注

□ 江苏润德管业有限公司董事长 黄德春



高邮的强势声音

《高邮报》虽然版面不多,但精心组织,精心出版,有效地传递了高邮的政情和热点。老百姓感兴趣的,或老百姓应该知道的社会、生产、生活信息,往往在第一时间传送到老百姓手中。《高邮报》不但是政府机关工作人员了解高邮政情的必备手册,也是高邮老百姓关注身边事、关注高邮的手册。

应该说,强势高邮的各项信息通过《高邮报》有效传递到了高邮的千家万户。

一、《高邮报》精致、效果好
《高邮报》的版式大气,版面精致,充分利用了版面空间。一版要闻版,在正常情况下是一幅图片加7至8条新闻,有政情政务,上级的调研考察、会议新闻、高邮重大的活动等。一般来说,一版囊括了高邮的重大事件和重要活动。内容简洁,文字简约,公务人员和老百姓一看就明白。

综合新闻版更是信息密集而丰富,整版往往有11条以上的新闻,以短新闻为主,社会的、企业的、经济的、文化的各种信息汇集于此,为读者提供了极大的便利。在各种信息的发布上,《高邮报》效果是多而好。

二、特别报道彰显了高邮的精气神
特别报道彰显了高邮的精气神,它往往集中版面,用较多的篇幅,介绍高邮人的至情至性,其中“弘扬雷锋精神,争做高邮好人”专栏,充分发挥党报在精神文明建设中的导向作用。《高邮报》“记者观察”栏目对高邮的一些焦点问题,通过深入的采访和思考,作出自己的判断和分析,有深度、有力度。

三、副刊等体现了文化品质
《高邮报》重视文化,重视文学,在版面紧张的情况下,每周至少有2至3版的副刊版,不论是“孟城驿”还是“文游台”,都有相当的质量。另外,每周还有相当的篇幅,介绍高邮的文化、文化渊源、高邮的文人、读书笔记等。总结起来,文化方面的文章要占《高邮报》的1/4左右。

这是一个非常有远见的选择和策略。高邮,自古至今,是文化荟萃之地,继承老的传统,发展新的文化,是兴市的重要保证和手段。

江苏省市县新闻信息中心工作委员会
2012年4月《高邮报》的审计报告摘要

多亏《高邮报》的无私帮助

高邮市金松原生态发展有限公司总经理 许慧

我叫许慧,是送桥镇常集村一位普通的农村妇女,只上过两年夜校,勉强认得几个字。十几年前,我白手起家,在老家建起了奶牛场,发展到现在,奶牛场奶牛达到了200多头。去年底,我又在天山镇神居山脚下承包了475亩地,创办了金松原生态发展有限公司,搞起了循环农业。

我吃过的苦,数都数不完。今年我第一次种葡萄,7月底随着葡萄成熟期的到来,20万斤无公害绿色葡萄没地方销售。眼看葡萄成熟后掉在地上烂掉,我心如刀绞,于是便抱着试试看的心态给《高邮报》打去求助电话。

《高邮报》随即以“二十万斤葡萄急‘待嫁’”为题,报道了20多万斤葡萄急待售一事,引起社会广泛关注。稿件见报后,各大媒体、政府部门、商家企业、市民网友热切关注。许多商贩、市民纷纷到我这里来采购葡萄,还有不少热心市民致电《高邮报》新闻热线,表示要采购葡萄,为我分忧。为减轻我葡萄销售压力,后来,《高邮报》又为我免费提供了门面房,给予我全程跟踪服务。

先帮我在报纸上宣传呼吁,接着又免



费给我提供直销点,让我的20万斤葡萄很快销售一空。在这里,我要感谢《高邮报》的无私帮助!《高邮报》更坚定了我创业的信心!

感谢《高邮报》的大力推介

高邮市巧妹子科技养殖园董事长 薛巧云

2008年10月份以来,我在卸甲镇周庄村创办了“巧妹子科技养殖园”,在百亩荒地上先后投资1000多万元,建设万头猪场,并自配料坚持绿色生产;与此同时,发展循环经济:猪粪收集到沼气池,沼气发电,沼液肥田,让“菜篮子”装上“放心猪肉”,让高效农业与环境保护同行,养殖园被命名为“江苏省畜牧生态健康养殖基地”,我也成为全市首位全国“创业之星”。

在快速发展过程中,我深刻地体会到发展生态农业,离不开科技、文化的支撑,更离不开媒体的宣传推介。创业之初,出门办事事难;现在走到哪里不用介绍,别人也认识我,都知道我就是《高邮报》报道过多次的“巧妹子”,都知道“巧妹子”不仅会养猪,而且还重视文化,还在《高邮报》上搞过征文活动。经过《高邮报》这几年不断的宣传推介,“巧妹子”这一品牌已逐渐被全市人民熟知。

前不久,扬州市市长朱民阳来邗开展“三解三促”活动,点名到我的养殖园蹲点;多位省、市专家专程到我的养殖园进行现场技术指导;国内某知名大公司还慕名前来与我签订长期供货协议。创业4年来,今年是我更轻松的一年。在第十三个记者节这个特别的日子里,我要由衷地说一声:感谢《高邮报》!

(作者为高邮籍学院派领导)

清风吹梦似乡音

□ 夏咏

初次接受《高邮报》记者的采访,我的思绪如同蒲公英花一样,在阳光的沐浴下,在高邮城乡随处飘扬,或穿行在南门的老街,或飞翔在浩淼珠湖;在亲人温和的笑容前驻足缠绵,在师长关切的目光下得意轻舞。

故乡是每个游子亘古的思念,阔别愈久对故乡的情感愈深!文艺创作永恒的源泉是作者的情感。汪曾祺老先生正是希望听到来自故乡的好消息,看到故乡的发展蒸蒸日上。二是希望看到高邮深厚的历史文化在当代依然得以很好地留存。我们怀念故乡高邮,因为高邮是值得我们自豪的历史文化名城,它璀璨的文化不仅仅是孟城驿站,甓社珠光,龙虬庄遗址、镇

国寺塔等,她的文化更植根于每个高邮人的心灵深处。高邮人宽容、善良、勤奋、好学,不粗野,待人有礼,待客有道。我已在北京生活十多年,接触过全国各个地方的人,对于各地人的特点比较了解。作为高邮人,我感到非常自豪!在京每遇到高邮老乡,总是如同见到亲人一般,彼此信任。

文化是一个地方软实力的体现。作为身在外乡的高邮人,我更希望看到高邮媒体多传递些表现历史文化在当代高邮的传承的事件,从凡人凡事中体现悠久的高邮历史文化,塑造高邮的文化软实力,增强城市的文化魅力,提升城市品格。从《高邮报》和“今日高邮”网站上,我欣喜地看到高邮已是江苏省文明城市、全国文化先进城市、全国科技先进城市、全国中小城市科技发展百强县市、中国最具投资潜力百强城市、2011中国全面小康成长型百强城市等。非常感谢高邮历届领导对于高邮悠久的历史文化的尊重和发扬!非常感谢高邮人民,正是你们对高邮历史文化传统的坚守,才有了令我们为之称傲的现代高邮!



(作者为高邮籍学院派领导)

《高邮报》是高邮新闻宣传的主阵地、主渠道、主声音。自2012年9月7日乐购超市正式落户高邮以来,我们与《高邮报》进行过多次合作宣传。特别是通过《时尚新干线》的宣传和包装,乐购品牌在较短时间内就在邮城消费者心目中树立起良好形象,并迅速引领品质生活消费新概念。衷心祝愿《高邮报》以及《时尚新干线》越办越好!



乐购超市高邮店总经理 张金海

自去年退休以后,与《高邮报》联系、合作日益增多,纽带是两个民间协会。市自行车运动协会和跑步协会成立时间不长,是高邮最年轻的文体协会。协会成员来自社会各个层面,活动正常而多样。特别是依托高邮湖和大运河的天然资源组织的环高邮湖国际自行车越野赛和大运河半程马拉松赛两大赛事,影响迅速扩大,在市民中倡导健康地享受小康的幸福理念和“我运动、我健康、我快乐”的生活方式,给构建和谐和谐社会增添了新的元素。与此同时,两个协会通过赛事活动,还积极向外界介绍高邮丰富的历史人文和自然资源,让越来越多的人走进高邮,了解高邮和宣传高邮。相信在政府的主导下,在不远的将来,两大赛事完全有可能做成具有相当影响力的区域性品牌赛事,在地方社会经济发展中发挥独特的作用。

为了协会的发展和赛事的举办,政府及社会各界倾力支持,《高邮报》更是起到了有力的助推作用。

三届环湖赛和首届半程马拉松赛,《高邮报》领导都是组委会成员。为此,《高邮报》精心制订宣传方案,赛前阶段性发消息,赛中全程报道,赛后刊发美文美图。去年《高邮报》副刊还刊发了环湖赛专版,一些外地选手在《高邮报》上读到自己文章,格外兴奋。今年两版连页更是花团锦簇,长篇报道和精彩图片为赛事锦上添花。

《高邮报》也注重对普通人的报道。记得有一次曾用有近半个版面刊登退休教师李成源和何红霞夫妇坚持锻炼、快乐生活的文章及图片,还跟踪采访报道了我市首次骑行川藏线两勇士的事迹,这些都在社会上引起了较好的反响。

进入全面小康新阶段,人们物质和精神文化需求日益广泛,也更具个性。政府转变职能,不可能事事都揽在手上,有一些则通过社团自组活动来满足群众需求。从两大赛事可以看出:政府搭台,民间唱戏,小城可以办大赛,小协会可以干大事。民间社团的成长,标志着社会在转型,社会管理在创新。

在第十三个记者节到来之际,在对《高邮报》表示感谢的同时,希望这一地方主流媒体对民间社团的工作继续扶持、培育和引领。与报社合作,社团活动更精彩。



与报社合作 社团活动更精彩

□ 尤泽勇

《时尚新干线》专版自8月份诞生以来,推出了“小城食事”、“时尚show”、“楼市家居”、“美容养生”等多个时尚专栏。《时尚新干线》准确把握都市时尚脉搏,率先引领时尚消费,让商机与时尚完美结合,成为邮城时尚风向标。特别是“小城食事”栏目,对皇华品牌的推广、皇华美食的推介提供了较好的展示平台。我们希望皇华品牌与《时尚新干线》继续携手前行!



皇华国际大酒店总经理 殷丽敏

