

# 全面推进“两个现代”建设 以优异成绩献礼党的百年华诞

(上接03版)帮助我们不断提升政治判断力、政治领悟力、政治执行力。一代又一代报业人践行“忠诚、奋斗、创新、争先”的价值观,手推肩扛、接续奋斗、拼搏创业,集团6000多名职工真抓实干、勤勉努力,共同营造“一棵大树一个家”的幸福美好。在此,我代表集团党委、集团公司党委,向各位老领导、老同志致以最崇高的敬意,向集团全体干部员工表示深深的感谢!

## 二、当前形势和任务

同志们,年年讲形势任务,今年讲起来意义尤为不同,味道尤为不同。不同之处,在于形势变化的速度在加快、幅度在加大、程度在加深,集团“两个现代”战略进入全面实施阶段,统筹改革与发展、存量与增量,统筹稳与进、供与需、远与近的任务更加艰巨,更加复杂。

### (一)深刻认识变革的形势,增强危机意识

刚才,在工作报告的第一部分,我们用了很大篇幅回顾集团2020年成绩,讲到了各单位的工作亮点。成绩单那么长,亮点那么多,非常喜人。甚至不止2020年,近些年来我们跟自己比,甚至跟部分全国同行比,成绩都不错。特别是跟自己比,我们每年都有长足进步。可是,一年到头辛辛苦苦,不断奔跑、不断进步,还是有力不从心之感。后有追兵,前有大山,危险始终伴随着我们,没有得到彻底消除或者大幅度改善。为什么?根本的原因是时代在变、行业在变、区域竞争在变。我们的成绩与大时代之变相比,与新发格局相比,进步远远不够;我们与当前的形势要求相比,还有巨大的差距。

一是时代之变。时代之变,不是此刻才发生的。时代一直在变,只是近些年变得特别猛烈而迅速。在世界多极化、经济全球化、社会信息化、文化多样化的格局下,时代之变是大转折、大重塑、大挑战。

特别是当前,受国内国际环境变化的影响,受新冠肺炎疫情的影响,时代之变有新的表现:在这个节点,立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局、实现高质量发展,不只是一个经济要求,而是对方方面的总要求,不是一时一事的,而是必须长期坚持的要求;在这个节点,互联网重塑底层生态,几乎所有行业都在大洗牌,都在重新瓜分市场,都在重建逻辑、规则和玩法;在这个节点,信息流、资金流、技术流、人才流、物流迅速流动,造富的速度前所未有,生产要素逃逸的速度也前所未有;在这个节点,疫情催生新业态新模式,成为产业转型升级的新引擎。

天下大势,浩浩荡荡,顺之者昌,逆之者亡。跟时代的坐标系比,才是最大的比,是决定性的比。跟时代的急速转弯、锐角转弯相比,我们取得的一些成绩,虽然也辛苦、也难得,但

远远不够。时代形成了新格局后,如果跟不上,就可能被淘汰。

跟时代的要求比,我们的政治判断力、政治领悟力、政治执行力不够;我们的制度老化、固化甚至残缺,配套不足,制度供给能力不足;我们的生产方式没有真正实现互联网化改造,战术打法跟不上媒体融合的要求……这些方面不改变,我们与时代的差距不会缩小,只会扩大。集团这辆“载重卡车”,要适应时代之变,必须改造新引擎。

二是行业之变。时代之变,无处不在、无远弗届,会投射、渗入各行各业。传媒业作为各行各业的“连接器”,受时代之变的影响更深刻、更彻底。这些年淘汰的纸媒,一家接着一家。现在,关几家纸媒,社会很平静,没什么反应。这说明,社会已经接受了这个情况。

这几年,是行业之变的关键点。2019年是5G商用元年,2020年是5G网络建设的加速之年。对传媒行业的影响是根本性的、颠覆性的。技术一小步,是内容的一大步。多少技术公司做成了内容平台,而老牌的媒体却做不到。

在大数据、云计算、5G、AI的影响下,移动终端越来越智能,“万物皆媒”走入现实,读者、用户获取信息的理念和习惯,也会转变得更彻底。对传统的信息载体,读者、用户会越来越陌生;对“穿着中山装、迈着八字步”的叙事方式,读者、用户越来越不买账;对传统的信息渠道,读者、用户也越来越难触达。最大的危机,是传统媒体和读者、用户的连接断了。近两年,全国每年都有数十家报纸宣布休刊、停刊,勉强生存下来的,形势也非常艰难。中国人民大学发布的《5G时代中国网民新闻阅读习惯的量化研究》报告指出,99.82%的网民习惯用手机阅读新闻,从纸媒上获取新闻信息的仅有0.68%。

同时,跨界发展已成为常态。今日的传媒业与往日相比,行业边界也愈发模糊。传媒业过去依赖的政策壁垒、行业壁垒,将越来越脆弱。这就是媒体融合“大融合”和“小融合”的区别。“小融合”是传统媒体和新兴媒体的融合,“大融合”是媒体和各个行业的融合。比如,“顶端”仅仅是新闻平台吗?“顶端”是新闻平台,更是治国理政的新平台,是“新闻+政务服务商务”的新平台,是我们党打造现代化治理体系的新平台。把“顶端”仅看成媒体,就太小了。

互联网来了,没有传统的分工。一切分工都是基于互联网的游戏规则、场景应用和传播规律,进行新的谋划。现在的金融业不是传统的金融业,是“互联网+金融”;农业不是传统的农业,是“互联网+农业”。

三是区域竞争之变。习近平总书记对媒体融合讲过“一批”和“几家”的概念。“一批”就是“打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体”。“几家”,就是“建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团”。“几家”里头,肯定是

中央媒体的几艘巨轮,最多加上极个别的省级媒体集团。“一批”也不一定能做到一省一个,更不可能是一省多个。特别是对河南来说,两个平台、两套流程、两批人马、两个主阵地、两个主力军,这个可能性不大,必然走向融合。

融合是媒体发展的规律,全省未来必然走向一张网。在年初召开的全省宣传部长会议上,部领导就明确提出要构建“全省一体化传播体系”。河南日报、河南日报报业集团,72年来一直是河南新闻舆论战线的主力军、主阵地、排头兵,任何时候我们都奋勇争先、不甘人后。在新的竞争态势下,我们要继续奋发作为,在贯通省市县一体化全媒体传播体系中发挥主干和主导作用,把“主力军、主阵地、排头兵”这9个字扛得更牢、实现得更好。

### (二)积极把握我们的优势,笃定发展信心

面对时代之变、行业之变、区域竞争之变,我们坦率承认差距,但也不要灰心。报业集团有自己的优势、自己的底气,有必胜的信心。

我们有顶格的支持。放眼世界,没有哪个国家、哪个执政党,像中国、像中国共产党这样重视媒体融合发展;更没有哪个政治家、哪个领袖,像习近平总书记这样亲自谋划、指导、推动媒体融合发展。省委高度重视集团的深融深改,我们体制机制改革方案和深化媒体融合改革方案,分别在省委常委会议、省政府常务会、省委宣传思想工作领导小组会议上研究通过,这在我省也是顶格支持。这是我们最根本的政治优势。

我们有顶端的理念。问答式平台型客户端建设、深度融合、一体发展、数字化转型、集群化发展等举措,与中央33号文件精神、与我省“十四五”规划精神高度契合,与文化强国的使命任务一脉相承。

我们有顶厚的基础。这些年来,我们率先推动改革,不断深化改革,增强了市场意识、竞争意识,也留下了一批宝贵的经济成果、制度成果、队伍建设成果,综合实力长期位居全国第一方阵。有这种积淀在,我们的底气就在。

我们有顶深的文化。红色,是我们最鲜明的颜色。我们靠着顽强的奋斗精神,在革命的战火硝烟中,在改革开放的汹涌大潮中,筚路蓝缕、创业不止、挺立潮头。只要这股奋斗精神在,就没有翻不过的山,没有蹚不过的河。

我们有顶早的预判。对危机视而不见,才是最大的危机。我们正是认识了危机,才能在“顶端”建设、体制改革上又一次领先身位,我们的各项安排能与中央精神和省委安排高度契合。只要保持危机意识、忧患意识,做好战略预判,我们一定能行稳致远。

### (三)明确发展任务,以“两大改造”深化推进“两个现代”

认清了形势,就要抓住“牵一发动全身”的工作,以“咬定青山不放松”的韧性,以“两大改造”推动“两个现代”战略不断走向深入。

一是以内容生产生态的现代化改造推动现代传播体系建设,实现以现代化新闻宣传推动现代化河南建设的任务。

当前,河南在全国发展大局中的地位和优势持续提升,影响力和竞争力显著增强,到了为全国作出更大贡献的时候,一幅现代化河南的壮美画卷正在徐徐展开。

作为党媒集团,我们的立身之本,就是在围绕中心、服务大局中回答时代之问,推动新闻宣传深刻转型,以有效的、高质量的宣传推动现代化河南建设。

我们的核心任务,是打造“大河云”与“顶端新闻”双层架构,建设现代传播体系。一是以“大河云”为核心,重塑内容生产生态体系。按照“编委管总、媒体主建、融合主战,平时即战时、战时即平时”的要求,以通讯社模式,把技术流、工作流、信息流导入“中央厨房”,实现7×24小时、一年365天运转,实现多流闭环、永不断流,建设内容生产的良好生态。二是举集团之力建设、运营“顶端”。发挥“顶端”作为互联网平台的优势,汇聚用户、交互生产、共建共享,构建UGC、PGC、OGC内容生产场景。强化“顶端”的自我迭代、成长、壮大的能力,使各种垂类用户和内容形成一个又一个圈,像滚雪球一样壮大。三是“大河云”和“顶端新闻”双轮驱动、双重激励、双向赋能。“大河云”和“顶端新闻”在流程上打通、内容上共享、机制上协同,形成良性循环,彻底走出主流媒体“有爆款无流量、有流量无用户、有用户无平台”的困境。

放长远看,未来是万物皆媒的时代,端口可以无限迭代。但只要我们有强大的内容生态体系,就能立于不败之地。只要高质量的内容生态体系建成了,将来技术形态改变了,我们传播到各个介质、终端就行了。未来,我们依旧是“顶端”,不过不会只在手机屏上体现。当然,目前还是要立足移动终端,集中精力建设现有形态的“顶端”。

二是以互联网化改造推动现代文化领军企业建设,实现打造互联网集团的任务。

这个年代,谁不踏入互联网轨道,谁就会被时代远远抛弃。集团实施“两个现代”发展战略,进行这一轮改革,从根本上来讲就是进行全方位互联网化改造,建设互联网集团。一方面是指内容生产的互联网化,一方面也包括文化事业、文化产业的互联网化。

这个年代,没有非互联网的传播,也没有非互联网的企业。部领导对集团转型发展提了三个关键词:互联网化、一体化、企业化。这“三化”和集团未来发展的思路不谋而合,更加坚定了我们未来发展的信心。

互联网化改造,就是我们这轮改革的根本任务。完成这轮改革任务,要从以下几个方面实现突破:

(下转05版)