

## 以科技创新推动服务业扩能提质

□ 刘晶

服务业发展水平是衡量一个国家、一个地区经济发展水平的重要标志。习近平总书记指出：“构建优质高效的服务业新体系，推动现代服务业同先进制造业、现代农业深度融合。”党的二十届四中全会《建议》提出“实施服务业扩能提质行动”，对促进服务业优质高效发展作出战略部署。当今时代，科技创新是人类社会发展的重要引擎，加快科技创新是推动高质量发展的现实需要，也将为服务业扩能提质提供重要支撑。把党中央决策部署落到实处，要深刻把握构建优质高效的服务业新体系的时代要求，以科技创新推动服务业扩能提质。

作为国民经济的重要组成部分，服务业的发展既能促进经济增长、民生改善提供支撑，也有利于深化社会分工、增加有效供给，形成新的经济增长点。同时，服务业还具有资源消耗小、污染排放少的特点，现代服务业同先进制造业、现代农业深度融合，能够缓解能源资源和环境压力，提高经济增长质量和效益。党的十八大以来，在以习近平总书记为核心的党中央领

导下，我国服务业发展成效显著，增加值由2012年的24.5万亿元提升至2024年的76.6万亿元，2024年对国民经济增长的贡献率为56.2%；2024年服务业从业人员占全国就业人员的比重达到48.8%，服务业成为吸纳社会就业的“主渠道”，特别是蓬勃发展的平台经济、共享经济等新业态，创造了诸多就业岗位。同时需要看到，与高质量发展的要求相比，我国服务业发展还面临优质供给特别是专业化生产服务和高品质生活供给不足、创新能力有待进一步提升等问题。实施服务业扩能提质行动，通过深化改革、促进创新等着力解决服务业发展面临的困难和挑战，有利于促进服务业优质高效发展。

比如，生产性服务业向专业化和价值链高端延伸，生活性服务业向高品质、多样化、便利化发展，日益成为服务业发展的重要方向。支持数智技术广泛应用、丰富应用场景，能够优化服务资源配置，拓展服务业发展边界，弥补优质服务供给方面的短板。特别是大数据、云计算、物联网等催生了在线教育、远程医疗、智能康

养、智慧物流等服务新模式，将服务延伸到以往难以覆盖的地区和领域，扩展了服务市场规模和容量。又如，效率与品质是服务业的核心竞争力。综合运用人工智能预测、信息平台建设等手段，借助智能算法、区块链等技术对服务流程进行系统性重塑，能够加强服务供给与市场需求的精准实时匹配，有效提升全链条运行效率。以科技创新推动服务业扩能提质，具体可在以下方面着力。

提升关键核心技术供给能力。无论是以满足现代化产业体系建设和各行各业转型升级需求为目标加快发展生产性服务业，还是以满足人民日益增长的美好生活需要为目标提高生活性服务业供给能力和水平，都离不开把关键核心技术牢牢掌握在自己手里，筑牢服务业优质高效发展的基础。为此，要充分发挥新型举国体制优势，加强技术创新和应用，打造一批面向服务领域的关键共性技术平台，掌握核心技术与发展路径的自主可控权。前瞻性部署新型基础设施，有序建设数据中心、算力中心等，推动高质量数据集建设，并注重向服务业中小企业和县域乡村有效下沉，切实打通服务创新的“最后一公里”。积极落实“人工智能+”行动，发展人工智能服务、数据服务、智慧服务等信息技术服务，推进服务业数智化，为服务业整体升级赋能。

以应用场景牵引科技创新与服务业融合发展。应用场景是连接技术和产业、研发和市场的桥梁，对促进新技术新产品规模化商业化应用具有重要牵引作用。要充分发挥我国超大规模市场和丰富应用场景优势，构建“技术突破—场景验证—产业应用—体系升级”的有效路径，将技术潜能转化为促进服务业扩容提质的现实动能。比如，开放智慧城市、政务服务、公共交通、医疗卫生等领域应用场景，能为科技创新与产业创新在服务领域的深度融合搭建关键平台。要以场景需求牵引技术攻关与模式创新，聚焦服务业发展中的痛点难点，引导社会力量协同攻关，提供精准高效的解决方案。

着力提升经营主体创新能力。服务业的创新能力集中体现为服务业经营主体创新创业的能力和活力。以科技创新推动服务业扩能提质，必须培育发展一批具有创新能力和创新活力的经营主体。在服务业重点领域遴选培育一批具有国际竞争力和影响力的领军企业，壮大一批服务业龙头企业、平台型企业，加大对服务业中小企业的培育力度，促进各类经营主体在公平高效参与市场竞争和开发利用中，不断发现新的技术增长点和产业爆发点，带动服务业全产业链提升创新能力、扩大市场空间。

据《人民日报》

国有企业宣传工作作为国有企业传递发展理念、凝聚员工共识、塑造品牌形象的关键载体，其成效与宣传队伍的专业能力密切相关。随着媒体传播形态的迭代升级及企业发展战略的不断推进，国有企业对宣传队伍的专业能力提出更高要求。

## 一、国有企业宣传队伍专业能力的构成

1、扎实的政治素养根基。国有企业宣传队伍始终把政治素养摆在能力建设的首位，队伍成员普遍具备扎实的政治理论功底，准确把握国有企业深化改革与高质量发展的精神实质，能够深刻理解企业战略部署背后的政治考量和时代价值，确保宣传工作始终方向不偏。

2、多元的专业技能结构。国有企业宣传队伍已构建起契合现代传播生态的复合能力体系，覆盖内容生产、平台运营与技术应用等多个关键环节。在内容生产方面，成员不仅具备过硬的文字表达能力，能够针对不同宣传场景高效产出新闻稿、评论文章、科普文本等多样化文稿，还掌握摄影摄像、视频剪辑、插画设计等视觉创作技能。在媒体运营方面，队伍熟悉企业官网、微信公众号、短视频账号及内刊内报等多元传播渠道的运行机制，能够依据各平台受众特征与内容偏好，制定差异化传播策略，实现宣传信息的精准触达与有效覆盖。

3、高效的协同协作能力。在内部协同方面，宣传队伍建立常态化的跨部门沟通机制，能够与生产、研发、人力资源、市场营销等部门高效对接，精准挖掘各部门的宣传素材，将部门工作亮点与企业整体发展战略相结合，形成全方位的宣传格局。在层级协作方面，集团级宣传队伍与子公司宣传队伍之间建立上下联动机制，实现宣传资源的共享与整合，通过统一策划、分级实施的方式，扩大宣传覆盖面与影响力。

## 二、国有企业宣传队伍专业能力提升的支撑体系

1、系统化的培育机制。建立系统化的宣传队伍培育机制，为专业能力提升提供稳定保障。针对新入职员工开展基础技能培训，针对骨干员工开展进阶培训；针对管理人员开展领导力培训。

2、健全的激励保障机制。系统化的激励保障机制，能在一定范围内激发宣传队伍的专业内在动力。国有企业通过把考核评价与宣传工作效率纳入一体，按宣传内容的质量与传播的影响力与价值平台贡献等参数，设置量化与质性的综合评价指标，使其能够与考核结果与薪酬分配与职称晋级等挂钩。对于表现优异的团队或者个人，可通过专项奖励、授予荣誉称号等方式予以激励，切实增强队伍的荣誉感、归属感和创造力。

3、多元的实践锻炼平台。重视为宣传队伍搭建多层次、全流程的实战平台，推动专业能力在实践中锤炼提升。企业依托重大工程推进、重要节点活动、品牌战略实施等契机，组建专项宣传工作组，引导宣传人员深度参与从选题策划、内容生产、渠道分发到效果复盘的全链条工作。

## 三、国有企业宣传队伍专业能力的实践转化成效

1、企业形象持续提升。宣传队伍凭借专业能力，通过精准的品牌定位、系统的传播策略，持续提升国有企业的品牌形象与社会影响力。

2、内部凝聚力不断增强。国有企业在实践过程中，按照企业内部的宣传需求采用多样化的宣传方式，能够将企业的发展愿景、价值理念与员工关怀传递，大大增强队伍的内部凝聚力。

3、政策与战略传播精准高效。宣传队伍充分发挥专业优势，实现国有企业相关政策与发展战略的精准高效传播，为企业发展凝聚共识、汇聚力量。

## 四、结语

当前国有企业宣传队伍的专业能力呈现出政治素养扎实、专业技能多元、协同能力突出的良好现状，这一现状的形成离不开企业系统化培育机制、完善激励保障机制及丰富实践平台的有力支撑。在实践中，宣传队伍的专业能力有效转化为企业形象提升、内部凝聚力增强、政策战略传播高效等实际成效，为国有企业高质量发展提供重要保障。

(作者单位:山煤国际煤炭销售分公司)

## 国有企业宣传队伍专业能力研究

□ 冯森鑫

## 学习贯彻党的二十届四中全会精神

## 浅议国有企业纪委推动廉洁文化建设

□ 李昱庚

国有企业廉洁文化建设不仅是党风廉政建设的重要内容，更是保障企业稳健运营、防范重大风险的内在要求。国有企业纪委作为党内监督专责机关，肩负着推动廉洁文化建设的重要职责。如何立足监督保障执行、促进完善发展的职能定位，将廉洁文化有机融入项目管理、物资采购、工程建设、资金支付等具体生产经营场景，实现“润物无声”的教育效果与“抓早抓小”的监督效能，是当前亟须破解的现实任务。

## 一、廉洁文化与生产经营脱节的主要表现

国有企业生产经营过程中，部分企业在廉洁文化载体建设上仍显单一，过度依赖会议传达、张贴海报、组织签字承诺等传统方式。业务部门和纪检机构未能协同开发与生产经营场景相融合的新型载体。在项目现场、物资仓库、招标平台、财务系统等一线作业环境中，缺乏嵌入式、可视化的廉洁提示。在企业生产经营阶段，廉洁文化建设的责任分工上存在明显偏差，业务部门的主体责任未有效压实。部分业务负责人认为廉洁工作是纪委的职责，自身只需“配合”即可，未将廉洁防控纳入本部门业务管理体系。

## 二、纪委推动廉洁文化融入生产经营场景的实践路径

1、以制度嵌入为基础，明确廉洁要求。国有企业纪委应当主动会同法务、风控及各业务主管部门，系统梳理工程项目、物资采购、财务管理等重点领域的廉洁风险点，并将防控要求转化为制度条款。具体而言，企业可在《工程项目管理办法》中增设“严禁领导干部指定分包单位、不得违规办理工程签证”等禁止性规定；在《采购管理办法》中建立供应商“黑名单”信息共享与联动禁入机制；在《财务报销制度》中明确“不得虚列成本费用、禁止故意拆分单据规避审批”等操作红线。通过将廉洁要求写入业务制度，使其成为员工必须执行的刚性规范，从而在源头上压缩权力寻租空间。

2、以流程嵌入为关键，嵌入关键环节。企业应围绕业务流程的关键控制点，同步设置廉洁防控措施。纪检部门需推动业务单位在招标阶段实行评委现场签署廉洁承诺书并全程录音录像；在合同签订环节，将《廉洁协议》作为合同必备附件，明确双方责任；在工程验收阶段，推行施工方、监理方与业主代表“三方联签”制度，并同步留存影像资料备查；在资金支付环节，对单笔超过一定金额的款项增设廉洁合规性审查前置程序。

3、以岗位嵌入为落脚点，压实主体责任。企业应聚焦项目经理、采购专员、预算员、材料员等廉洁风险较高的岗位，由纪委会牵头组织业务部门制定《岗位廉洁风险防控清单》，逐项列明“禁止行为”与“必须履行的职责”。在此基础上，为每位关键岗位人员发放“廉洁履职明白卡”，将岗位职责与对应廉洁要求一一对应，做到一岗一卡、清晰明了。同时，建立“岗位廉洁承诺、季度自查整改、年度述廉评议”的闭环管理机制，督促业务人员主动识别风险、自觉规范行为。通过将责任具体到岗、落实到人，推动廉洁履职从被动接受转向主动担当。

4、以文化嵌入为延伸，营造廉洁氛围。在具体场景中营造廉洁文化氛围。在项目现场设立“廉洁文化角”，展示本项目廉洁风险提示与典型案例；在物资仓库张贴“阳光采购、拒绝围猎”警示语；在财务报销系统弹出“虚假发票后果告知”提示；在EPC项目部门开展“廉洁共建”活动，与设计、施工、监理单位签订廉洁共建协议。通过场景化、可视化、互动化载体，让廉洁文化可感可及。

## 三、结语

国有企业生产经营阶段，廉洁文化建设不能脱离企业的生产经营实际。国有企业纪委应当把工作重点放在推动廉洁要求融入具体业务上，要督促业务部门在制定制度、设计流程时，同步考虑廉洁风险防控，而不是等到出了问题再“打补丁”。只有这样，廉洁文化才不会是写在纸上、挂在墙上的口号，而是体现在每一个岗位、每一项操作中的实际行动。

(作者单位:中国储备粮管理集团有限公司山西分公司)

## 县级融媒体记者综合能力提升路径

□ 郝樱芝

县级融媒体中心承担着传播政策、服务民生、引导舆论的重要使命。县级融媒体记者身处县域新闻一线，既要坚守新闻专业底线，又要掌握全媒体技术应用、本土资源挖掘、用户需求对接等复合技能。

## 一、县级融媒体记者的核心能力构成

(一)政治素养与舆论引导能力。县级融媒体记者直接面对基层群众，必须具备过硬的政治定力。要深入理解党的路线方针政策，准确解读县域发展规划与民生政策，在重大突发事件和社会热点面前坚守正确舆论导向。

(二)全媒体业务实操能力。媒体融合时代要求记者从“单一技能”向“一专多能”转型。除传统采写编评能力外，还需熟练掌握短视频剪辑、直播导播等新媒体技能，适配微信公众号、短视频平台、本地APP等多平台传播特性。例如，可在报道本地非遗文化节时，同步产出深度通讯稿、15秒短视频、直播花絮等多元产品，实现传播效果最大化。

(三)本土资源深耕与公共服务能力。县级融媒体的核心竞争力在于“本土性”。记者需立足县域特色，深挖本土新闻，同时要树立用户思维，围绕民生需求提供实用信息，通过线上互动、线索征集、民生热线等方式提升服务精准度，让新闻报道既有“高度”又有“温度”。

## (四)数据应用与创新能力。县级融媒体记者需学会运用传播数据优化内容生产；

通过分析阅读量、互动率、分享率等指标，洞察用户偏好，调整选题方向与呈现形式；借助大数据工具挖掘县域发展中的趋势性信息，提升报道深度。

## 二、县级融媒体记者能力提升面临的挑战

(一)复合型人才缺口明显。县域资源有限，部分记者缺乏系统的新媒体技能培训，存在“懂传统业务不懂技术、懂技术不懂内容”的短板，跨平台协同生产效率不足。

(二)内容同质化问题突出。受选题视野、创作能力、资源投入等限制，部分县级融媒体报道存在“千媒一面”现象，对本土文化、特色产业、基层治理创新的挖掘不够深入，原创优质内容占比不足，难以满足用户差异化需求。

(三)激励与培养机制不完善。现有考核机制多侧重发稿数量、稿件等级等传统量化指标，对传播效果、服务贡献、创新实践的激励不足，影响记者转型积极性。同时，外部研修、行业交流等学习机会较少，人才成长通道不够畅通，难以形成持续的能力提升动力。

## 三、县级融媒体记者能力提升的实践路径

(一)构建分层分类培养体系。建立“基础培训+专项实训+导师带教”模式。定期开展短视频制作、数据分析等新媒体技能培训。同时，与高校、市级媒体合作，提供外部学习交流机会。

立足县域资源禀赋，打造专属内容IP。例如围绕本地农产品打造“助农直播”品牌，围绕非遗文化开设“乡土非遗”专栏，既彰显了媒体价值，也能通过实践锤炼记者的全媒体实践能力。

(二)强化技术赋能与平台支撑。融媒体中心应加大技术投入，引入智能编辑、数据监测平台等工具，降低记者技术应用门槛，提升生产效率与精准服务能力。构建“中央厨房”生产机制，实现选题、采访、编辑、分发全流程协同，提升生产效率。同时优化多平台运营策略，针对不同平台用户特点定制内容，提升传播精准度。

(三)健全协同治理与公共服务机制。建立“媒体+政务+服务”的常态化协同机制，包括联席会议、信息共享清单、问题转办台账与限时反馈制度，打通“民意收集—分类处置—跟踪督办—结果公开—满意度回访”的闭环。强化与政府部门、社会组织、市场主体的资源链接，形成共建共治共享的治理格局。

## 四、结语

县级融媒体记者的能力升级是媒体融合纵深发展的必然要求，融媒体中心应通过完善培养机制、强化技术支撑、健全协同机制，为记者成长搭建平台。唯有如此，才能打造一支“政治过硬、本领高强、求实创新、能打胜仗”的基层新闻队伍。(作者单位:交城县融媒体中心)



## 双轨剪辑与本土叙事:市域融媒记者的差异化传播实践

□ 薛伟

随着媒体融合的深入推进，传统新闻生产模式正经历着深刻的重构。融媒体记者不再仅仅是单一的采编者，而需要具备跨平台的内容生产能力和综合传播素养。作为一名身兼摄像与剪辑的融媒记者，笔者结合自身实践，探讨在转型过程中对技术应用和本土叙事的思考。

## 一、“双轨剪辑”:技术背后的传播逻辑

在日常工作中，笔者采用“剪辑+EDIUS”协作模式，这并非个人偏好，而是基于不同平台的受众偏好和传播特性而做出的选择。短视频侧重剪辑，电视新闻则依赖EDIUS系统，分别对应移动端快速传播与专业电视权威优势两种不同语境。

剪辑“短平快”的特性，使其迅速抓住了受众流量。在为文旅集团制作的“跟着我，一天玩转孝义宝藏景点”系列短视频中，笔者借助剪辑的灵活性和丰富的模板，融合航拍、特写、音乐和创意镜头，在短时间内实现了游客情感传递和景区风貌的生动呈现。而在跟随法院“抓

捕老赖”的执行记录中，则突出现场感和真实性，通过手持镜头、现场音效和灯光营造身临其境的氛围体验，实现了快速传播。

而在电视制作中，EDIUS系统则以其专业严谨的要求，保证声画同步、精准衔接和安全播出。从景别选择到剪辑节奏，都严格遵循后期规范要求，以专业制作树立时政新闻的权威性和公信力。

## 二、本土化叙事:市级融媒的内容创新

在市域融媒，内容生产必须扎根地方文化与民生创作土壤，构建具有辨识度的本土叙事路径。笔者发现，每个内容创作都具有独特的传播方式，这就要求记者既是多面手，又是某一领域的“准专家”。例如在拍摄“玩转孝义宝藏景点”时，笔者不仅亲身参与皮影戏表演，更用镜头追踪老艺人的日常排练、皮影雕刻和技艺传授等过程，为非遗项目注入了鲜活的生命力。

在政法报道中，则要兼顾法律的严肃性与人文关怀的平衡。例如，跟拍法院执行，既要展现“失信必究”的司法威严，又要记录被执行人的反应和法官的人文关怀。

## 三、跨越技术壁垒:融媒记者的传播力重构

媒体融合要求记者突破“采编播”的传统藩篱，重塑能力结构，构建全媒体生态矩阵。这种角色升级不仅是跨越技术壁垒，更是超越既有创作思维和重构传播能力。

首先是技术融合能力。面对层出不穷的技术工具，创新技术应用的能力和思维才是关键。例如，在新闻采访中，笔者协同运用手机、无人机、运动相机及摄像机进行多视角素材采集。

其次是跨界协调能力。优秀的融媒产品往往需要与多个部门人员密集协作，记者必须成为联络中樞和指挥大脑，既懂新闻规律，又懂工作逻辑，更懂人性规律。

最后是数据思维能力。每次视频发布后，笔者都会详实分析播放完成率、观看流量等指标，将受众评论转化为内容优化的参照，提升新

闻敏感和创作思维能力。

## 四、实践反思:融合之路的挑战与应对

媒体融合不是简单的平台加减法，而是系统性生态重构。作为这一过程的亲历者，笔者在角色转变、技术掌握和应对挑战等多方面实现了突破，但也面临着诸多挑战。

面对社会“泛娱乐化主义”与新闻专业的平衡难题，笔者的解决方案是建立素材分级管理机制，在拍摄中即区分不同平台的使用需求，剪辑时优先完成最急需的版本。

要成为某一领域的“专家”，深入掌握要项并不容易。因此，笔者采取了“事前浏览+事中求证+事后补充”三步法的工作习惯，快速切入陌生领域，确保采访内容的真实性。

在创新与守正之间，媒体融合不是一味地追求新奇与流量，而是在尊重新闻规律的基础上坚守初心使命。无论传播方式如何变化，媒体人的核心价值仍是立足社会责任与公共利益，恪守为党和人民服务。

作为融媒体记者，工作常态趋于碎片化，但正是这些琐碎的实践推动着行业的心态演进。在这个过程中，唯有保持开放的心态，才能在改革的浪潮中找准自己的职业定位，实现个人发展与公共服务的价值统一。

(作者单位:吕梁市融媒体中心)