



喜迎二十大

《老外讲故事·海外员工看中国》百集融媒体产品  
又成爆款,前10集海内外覆盖人群过亿

# 跨越山海自豪讲述“爱中国”

蔚蓝色的地中海东南岸,红白相间的桥吊一字排开,铭牌上的“上港集团”字样,让上港集团以色列海法新港码头有限公司人事部经理塔尔·戈德斯塔因印象深刻:“我对中国的文化、城市发展以及强大的基建能力感到十分震撼。”

跨越山海感受到的真实中国,很多人都看到了。面对镜头,在中国宝武宝钢股份宝钢激光拼焊(德国)有限公司担任管网维护技术员的塞班·恩特斯洋溢着一种自豪感:“在这里,我参与了世界最先进的激光拼焊卷生产线项目,这是全球独有的技

术,让我觉得非常有成就感。”

这些动人的讲述,来自中共上海市委宣传部、中共上海市委对外宣传办公室、上海市国有资产监督管理委员会、上海市经济和信息化委员会、新民晚报社联合出品的《老外讲故事·海外员工看中国》百集融媒体产品。自9月7日正式上线后,其在海内外引发广泛关注和热议:据不完全统计,在中共上海市委网信办等单位的大力支持下,《老外讲故事·海外员工看中国》前10集海内外覆盖人群已经过亿。



## 又一个现象级产品

《老外讲故事·海外员工看中国》是上海继去年《百年大党·老外讲故事》百集融媒体产品后推出的又一个现象级产品。通过最大的中文搜索平台百度检索“海外员工看中国”,结果达到峰值的1亿条。

据不完全统计,《老外讲故事·海外员工看中国》前10集在国内覆盖8795.6万人次,主流媒体所属新媒体平台及抖音、今日头条、微博、腾讯、B站等商业平台累计播放2310.9万次,互动量达35.7万次。全国400余家主要新闻网站和商业平台在首页首屏开设专题专栏,相关视频、图文、海报的流量进一步增大。

在国际传播方面,人民日报海外版、中国日报、上海日报、上海外语频道等在客户端和海外社交平台持续推送,累计覆盖3958.2万人次,累计播放390.7万次,互动8600余次。新民晚报海外版与欧洲时报、拉美侨声、西非统一商报等华人媒体合作,面向加拿大、瑞典、菲律宾、尼日利亚、印度尼西亚、巴拿马等6个国家发行,向29个华人新媒体推送200篇(次)稿件。

东方卫视每日早7时档、上海外语频道每晚9时《Shanghai Live》频道播出,103.5万人次观看。上海东方明珠移动电视在公共交通、地铁、楼宇等共有60000个收视终端同步推送,辐射上海19个商圈,100%覆盖上海中心城区,节目每天覆盖面接近1800万人次。锦江、东湖和绿地大酒店集团安排所属近200家酒店超过36000间客房每日在客房电视开机屏幕播放,每日可触达33000余人次。

## “走出去讲”“请进来看”

在中联部原副部长、中国驻乌兹别克斯坦前大使于洪君看来,与《百年大党·老外讲故事》百集融媒体产品相比,《老外讲故事·海外员工看中国》采用多种语言和多种方式对外传播,把“走出去讲”和“请进来看”结合,重在给国外受众看,以增进外国人对中国的理解与认可,让外界看到更加真实、立体、全面的中国。他指出,对外传播,重在瞄准国外受众群体,更加积极主动地、创造性地开展传播。《老外讲故事·海外员工看中国》通过让外国人分享中国同外国互利合作的故事,反映了中国的改革开放成就,展现了中国的历史文化与风俗习惯。“这种呈现方式有助于树立中国的良好形象,提升国家的软实力。这个工作很有意义,这种尝试还应继续下去。”

《老外讲故事·海外员工看中国》让复旦大学欧洲问题研究中心主任、欧盟让·莫内讲席教授丁纯留下三点深刻印象:首先,在来自中国不同行业和企业的海外员工讲述的那些生动和个性化故事的背后,可以看到改革开放以来,从“引进来”到“走出去”,中企全方位融入世界经济和全球化,不断创新和追求卓越的进步侧影。其次,每个具体故事的主人公在加盟中企、尽心履责的过程中,都加深了对中国社会、文化、民俗、发展成就的了解,成为中外文化交流的使者,以及“民相亲”理念的实际践行者。最后,从他们对中国和中企所喜所爱的阐述中,可以看到不同地区和国度的人眼中折射的中国社会、企业与文化。

## 接地气讲述赢“比心”

近年来,中国企业在“一带一路”倡议的带动下,从“走出去”到“走进去”,步伐越迈越稳。截至今年7月,中国已同149个国家和32个国际组织签署共建“一带一路”合作文件,形成3000多个合作项目。中国企业在海外有200万名外国员工,加上其家属,构成庞大的“朋友圈”。

这些海外员工生活在不同的国度,亲身经历了中国企业为所在城市的经济发展带来的积极改变,用最接地气的方式讲述自己在中国企业的见闻、与中国人交往的动人故事。有网友表示,这样的视频类融媒体系列报道足见主创单位的用心,不少海内外网友在相关报道留言,有的直接用一组“比心”表情刷屏。

不少读者认为,中国企业乘着共建“一带一路”的东风,发挥广泛的辐射带动作用,创造丰富的社会人文价值,中国的技术、商业模式和管理经验走向更多国家和地区,有利于推动经贸等各领域互联互通。在构建人类命运共同体的过程中,中国切实肩负起了大国担当,与各同舟共济,合作开创未来。

上海社科院国际问题研究所所长王健表示,中国共产党第二十次全国代表大会即将召开,相信《老外讲故事·海外员工看中国》的推出,将为世界展现中国进入新时代所取得的历史性成就和变革,为国际社会观察、了解中国,提供一个重要窗口,让更多外国人了解中国、了解上海,进一步促进人员往来和民心相通。

本报记者 吴宇桢 杨一帆  
齐旭 王若弦

以百姓故事阐释习近平新时代中国特色社会主义思想在上海的生动实践

# 《百姓话思想》系列短视频第二季明起推出

本报讯 由市委宣传部、市委外宣办与解放日报社共同策划制作的《百姓话思想·习近平新时代中国特色社会主义思想在上海的实践案例》系列短视频第二季20集,将于9月23日起在全网推出。这是上海新闻界为迎接党的二十大而精心制作的最新作品。

《百姓话思想》系列短视频第一季在今年6月全网推出后,国内新媒体平台已累计播放4014.9万次。中国日报、中国国际电视台、上海日报、上海外语频道、第六声、一财全球等媒体同步推送双语版的《百姓话思想》系列短视频,覆盖近8000万海外受众,播放620.8万次。东方卫视国际频道播出后,覆盖美国、英国、加拿大、澳大利亚、

法国、荷兰、德国、非洲及港澳台等地区约1亿用户。

上海是习近平总书记工作过的地方。党的十九大以来,习近平总书记连续四年亲临上海,赋予上海重大使命,为上海发展指明方向,并提出“人民城市人民建,人民城市为人民”“全过程人民民主”等一系列重要理念。《百姓话思想》系列短视频突出百姓视角,通过展现不同领域、不同行业的普通人在上海的工作、生活,用鲜活朴实、生动具象的百姓故事,阐释习近平新时代中国特色社会主义思想在上海的生动实践。

《百姓话思想》系列短视频第二季共20集。首集《告别旧里》以上海城区二级以下成片旧里旧

改全部收官为新闻背景,反映在总书记“人民城市”重要理念引领下,上海人民城市建设的历史性成就;《在水一方》以元荡湖与淀山湖打通为缩影,记录长三角一体化示范区的推进成效;《红色电波》通过舞剧《永不消逝的电波》主演朱洁静的叙述,映衬出对讲好初心故事的不懈追求;《劳者安居》传达了一位环卫工人住进公租房的喜悦;《大码头》讲述了一位德国商人从世博会到进博会的心路历程;《社区“一根针”》描摹了社区基层党支部在疫情中克服万难、服务群众、凝聚人心的努力;《张江初长成》以一家生物医药企业的成长脉络彰显活力张江发展方兴未艾;《重绘青绿》以老

港垃圾处理场站的变迁,反映上海在低碳绿色发展转型之路上的喜人成就;《航天两代人》聚焦几代上海航天人的豪情壮志,凸显中国航天事业的一往无前;《城市留风》用一位文化建筑维护者的语言,实录城市老建筑风韵保护技艺的传承;《潮往追今》跟随上海考古工作者,透视新时代里的中国文化精神溯源和文化互鉴;《红马甲哈比》述说巴基斯坦青年融入平安社区建设的故事;《修复荒野》体现上海生物多样性保护;《上海很“未来”》描写科幻创作与科技创新在上海的碰撞与交融;《花红永乐》以崇明藏红花种植为由头,表现乡村振兴实实在在的成绩;《这行我是“天花板”》以一

位获得五一劳动奖章的外卖小哥的视角,述说上海这座城市对劳动和付出的尊重与善意;《不忘来时路》请出几位中共一大党史研究和宣教工作者,揭示红色宝藏和红色记忆的细致挖掘与整理;《出发,李所》讲述李政道研究院一位从事基础研究的女科学家的感悟;《天使之手》表现了尼泊尔商人对进博会的冀望;终篇《上海号,向更远方》则通过一位铁路人对中欧班列·上海号的讲述,描绘出共建“一带一路”的大图景。

系列短视频第二季20集将于9月23日至10月12日每日一集更新,在本市主流媒体所属新媒体平台、东方卫视等电视频道、各商业网站及平台刊播。