

2020 年度中国石油优秀新闻作品推荐表

推荐单位：中国石油报社

开 周 刊 版

国际传播类作品					
题目	天路加油站创新创效		作者	张旭 马睿	
发布日期	2020 年 10 月 8 日	发布渠道	脸书、推特、油管、VK、Instagram	转载或引用率	浏览量：922558 次 互动量：4387 次
作品评介： 2020 年是我国全面建成小康社会的收官之年，也是脱贫攻坚战的决胜之年。在这条脱贫攻坚的路上，中国石油天然气集团有限公司从未缺席。多年来，中国石油利用业务遍及大江南北的优势，脚步走到哪里，就将扶贫工作做到哪里。在此过程中，中国石油下属各单位在创新方法帮扶当地脱贫方面做了众多工作。 然而，无论是国家层面还是企业层面为脱贫付出的种种努力，于外国人而言都不甚了解。特别是在涉疆、涉藏等问题上，国外还存在诸多曲解和误读的声音。对此，中国石油集团海外账号五大平台、11 个账号于 10 月 8 日同步发布了《天路加油站创新创效》的图文报道，讲述了中国石油位于林芝至拉萨必经之路上的尼洋加油站，通过创新推销方式，主推扶贫产品——格桑泉矿泉水，使站内便利店日均营业额获得增长，同时也为当地扶贫产品打开销路的真实故事。 本篇报道图片精心挑选，构图、光线合理，人物表情、动作、细节到位；配文内容言简意赅，生动且有深度。以真人真事突出了来之不易的脱贫成果是如何取得的，展现了中国政府真实的治藏方略，也展现了中国石油作为脱贫路上的重要企业力量，如何践行自己的责任和使命。 超过 90 万次的浏览量和 4300 余次的互动量，表明作品在海外平台吸引了诸多关注的目光，获得了较好的反响。此次报道是中国石油在国际舆论场讲好中国故事的一次成功尝试，增强了国际社会对于中国的认同感，有利于消除误解，也为坚决维护中国国际形象贡献了力量。					

采编过程及刊后反映：

2020年9月，记者前往西藏进行脱贫攻坚以及西藏销售能源保供的相关采访报道。来到西藏后，记者发现，面对高寒、高海拔等恶劣环境，中国石油天然气集团有限公司西藏销售员工并未懈怠抱怨，而是积极融入当地、为偏远地区服务，积极开展助农、扶贫经营销售活动。尼洋加油站坐落在从林芝前往拉萨的必经之路上，每日往返的车辆众多。加油站便依托相关交通优势，开展扶贫产品的销售活动。在站经理许群的带领下，主动利用手边闲置物品布置便利店内堆头引起顾客关注。在此基础上，为加油站带来每日超过3000元的收入，也提高了扶贫产品的销量，助力当地脱贫。

在整理了相关图片和文字后，本篇新闻在中国石油天然气集团有限公司海外社交媒体账号以图文方式、三种语言，在五大平台、11个账号上进行了同步报道，网友纷纷为中国企业点赞。该推文共计获得922558次浏览、4387次互动、138次点赞，成为海外社交账号自开通以来浏览量最高的贴文。其中，在欧美地区读者居多的英文Twitter上发布效果最为突出——浏览量达78万，创下集团公司自开通英文Twitter账号以来浏览量的新高。本篇推文获得国际舆论场的广泛关注，成为让世界认识中国企业的一次有益尝试，为集团公司的国际传播积累了宝贵经验。

推荐单位	推荐单位负责人	备注
(盖章)  2021年9月26日	(签字)  2021年9月26日	