

巅峰之旅

联通青藏亲历记

SMG 电视新闻中心



SMG
上海文广新闻传媒集团
SHANGHAI MEDIA GROUP

电视新闻中心
TV NEWS CENTER



上海远东出版社

当雄

格尔木

昆仑山口

巅峰之旅

联通青藏亲历记

SMG 电视新闻中心



上海远东出版社

图书在版编目(CIP)数据

巅峰之旅:联通青藏亲历记/SMG 电视新闻中心.
上海:上海远东出版社,2006
本书与“进藏宝典:衣食住行全攻略/SMG 电视新闻
中心”合订
ISBN 7-80706-331-9

I. 巅... II. S... III. ①新闻报道-中国-当代
②铁路运输:旅客运输-经济建设-概况-西藏
IV. ①I253.3②F532.875

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 114041 号

策 划:嵇 炯 吴 钧
责任编辑:殷卫星
封面设计:张志全
版式设计:戚永昌

巅峰之旅·进藏宝典

著者:SMG 电视新闻中心

出版:上海世纪出版股份有限公司远东出版社

地址:中国上海市仙霞路 357 号

邮编:200336

网址:www.ydbook.com

发行:新华书店上海发行所 上海远东出版社

制版:上海斯文制版印刷有限公司

印刷:昆山市亭林印刷有限公司

装订:昆山市亭林印刷有限公司

版次:2006 年 10 月第 1 版

印次:2006 年 10 月第 1 次印刷

开本:787×1092 1/16

字数:295 千字

印张:14.75 插页:2

印数:1—5100

ISBN 7—80661—331—9/G·658

定价:58.00 元

版权所有 盗版必究(举报电话:62594779)

如发生质量问题,读者可向工厂调换。

邮购、零售电话:021-62347733×555



序 言

黎瑞刚 上海文广新闻传媒集团（SMG）总裁

今年7月1日，是中国共产党建党85周年纪念日，也是举世瞩目的青藏铁路全面开通的日子。随着格尔木火车站、拉萨火车站相继响起洪亮的火车汽笛，上海文广新闻传媒集团组织实施的“巅峰之旅”大型宣传活动也达到了高潮。

“巅峰之旅”是上海文广新闻资源整合之后的首次合力出击，并得到了新华通讯社、铁道部、青海和西藏两省区的大力支持，青藏沿线的铁路建设者、各族群众也给予“巅峰之旅”报道团队无私的帮助。因此，历时一个月的系列宣传报道，在正面宣传效果、社会公众影响等各方面取得了令人可喜的成绩，充分体现了上海广播电视工作者对于重大新闻事件的导向把握能力、新闻报道实力和对社会的人文关怀与文化追求，充分展现了上海广播电视工作者在高原、缺氧、寒冷环境下的思想作风、敬业精神、职业素养和坚韧意志。

《巅峰之旅》辑录了“巅峰之旅”项目从发端到实现的一个个难忘瞬间，用大量文字、图片、原始策划资料，生动描绘了上海广播电视工作者挑战极限、勇攀巅峰的豪迈气概，反映了“巅峰之旅”前后方工作队伍配合默契、团结融洽的团队精神，记述了当时参与节目报道的科学家、艺术家、艺人丰富多彩的高原感怀，展示了广播、电视、报纸、网络媒体精诚合作、共享多赢的骄人成绩，再现了报道团创下的“首次现场直播藏羚羊迁徙”、“首次高原全天候多点卫星连线”等一系列极限纪录。

今年“十一”国庆节期间，从上海发往拉萨的旅客列车将正式启程，上海文广新闻传媒集团借此机会，编撰出版《巅峰之旅·进藏宝典》一书。本书汇集的每一篇文章、每一幅照片，都是报道参与者亲手撰写和拍摄。因此，阅读本书，不仅能真实、生动地回顾“巅峰之旅”活动的全过程，还能从中了解媒体大型活动策划、组织的运作内幕，对一些有意奔赴高原、探秘青藏的旅游者和背包客而言，更是掌握最新旅行资讯的宝典。

2006年9月



目 录

序言 / 黎瑞刚	1
----------------	---



巅峰之旅篇

SMG, 主动出击 挑战巅峰	
——专访上海文广新闻传媒集团副总裁林罗华	6
走巅峰之旅 树新闻品牌 展SMG风采	
——“巅峰之旅”大型宣传系列活动回顾 / 嵇炯 史逾岚	9
关于“巅峰之旅”的问答 / 吴钧	26



巅峰作品篇

雪域高原挑战生命极限 铺架天路锻造世界奇迹 / 夏进 李姬芸 王圣志 杨寿德	32
孙建民: 孤独的冻土守望者 / 李姬芸 王圣志	35
况成明: 征服世界第一高隧 / 李姬芸 王圣志 杨寿德	38
魂系风火山 感人父子兵 / 李姬芸 周云 王圣志	40
哈达, 献给天路 / 钟慧 强荧	42
羌塘小伙想坐火车来上海 / 姚莉莉	46



巅峰感悟篇

青藏铁路随想 / 吴钧	50
巅峰之旅: 心灵的净化 灵魂的洗礼 / 李姬芸	56
美丽的高原让我两次落泪 / 蔡理	59
雪域圣城的公关大战 / 王盛	61
128小时, 天路初体验 / 李鹏	62
爱恨交加的网络 / 黄纬	68
忘不了, 这三分钟 / 刘辉	69



巅峰的冲动 决不言放弃 / 潘德祥	72
艰辛每一天 精彩每一天 / 姚莉莉	76
巅峰日记：西部的干部 / 嵇炯	82
巅峰日记：塔尔寺辩经 / 夏磊	85
巅峰日记：最忆沱沱河 / 汤砺锋	87
巅峰日记：罗布顿珠的酒故事 / 吴钧	90
巅峰日记：我跳 我跳 我跳跳跳 / 吴钧	95
我们自己编制火车时刻表 / 嵇炯	97
两个月的特殊胎教 / 方婷	99
被嘉宾感动 / 胡任华	106
大直播的编外联络员 / 周炳权	108
神山和圣湖 / 葛剑雄	110

巅峰之最篇

世界上海拔最高、线路最长的高原铁路——青藏铁路	118
世界上最高的高原冻土隧道——风火山隧道	120
世界上海拔最高的火车站——唐古拉车站	121
我国最大的高原铁路铺架基地——南山口铺架基地	122
青藏铁路线上最长的“以桥代路”工程——清水河特大桥	123
青藏铁路第一高桥——三岔河大桥	124
长江源头第一铁路桥——长江源特大桥	125

巅峰团队篇

白玛卓玛 等	128
--------------	-----

巅峰之旅篇



青藏高原是地球的最高极；SMG是立足上海、放眼天下的媒体集团。

举集团之力，外联内合，动用几百人次，调度最新设备，在青藏高原这片纵深2000公里的神秘土地上，SMG的“巅峰之旅”完成了2006年上半年的“亮剑”之举。



SMG，主动出击 挑战巅峰

——专访上海文广新闻传媒集团副总裁林罗华

“巅峰之旅”是 SMG 新闻资源整合以后的第一场主动出击的重大宣传战役，对于 SMG 和传媒人来说，这更是一场创新之旅、整合之旅和考验之旅。集团分管广播、电视新闻工作的副总裁林罗华在接受记者采访时介绍了运作背景：“这个项目的创意最先源于电视新闻中心，作为地方媒体对于这个项目我们原本不是非报不可，上级领导也从未说过一定要我们去做，但我们感到 SMG 资源整合以后总要抓一些大家关心的重要题材主动出击。‘巅峰之旅’无疑正是这样一个契机，所以我们形成方案上报集团。集团领导非常重视，宗书记、黎总裁几次开会专门听取汇报，亲自指导集团把这个项目定为今年的一项重大报道任务，并提高到集团层面，举全集团之力来运作。”



SMG 党委书记宗明、副总裁林罗华坐镇指挥大直播

SMG 总裁黎瑞刚为
赴高原将士壮行



林罗华说：“项目立项以后，我们更多考虑的是如何扩大集团的影响，因此我们没有局限于电视，而是结合了电视、广播、网络，并充分利用和新华社的合作关系，这也是我们多方合作以扩大影响的一个非常成功的案例。”“巅峰之旅”在新闻节目生产过程中首次尝试项目制，从各部门抽调人员组成专门班子统一运作，林罗华认为：“‘巅峰之旅’的报道充分结合了方方面面的内外资源，一方面，把集团内部的优势整合在了一起，例如，广告部门在创意之初就先期介入、纪实频道提供了有关西藏的镜头和拍摄素材。另一方面，我们对集团外部的资源也是充分利用，例如，和新浪网、东方网紧密合作；例如，使用了参与青藏铁路建设的中国铁道建筑总公司和中国铁路工程总公司无私提供的铁路建设的珍贵资料镜头。所以，要搞一个大型报道，理念必须要开放，视角也要开放，除了要把内部资源集中起来，我们还要吸纳社会各方面资源为我所用。这可能也是我们在运作方面的一个启示，对今后搞类似活动，这种项目制运作方式我们也应该借鉴。”

在“巅峰之旅”实施过程中，报道组成员成功跨越海拔5231米的唐古拉山口，经过世界上海拔最高的冻土隧道，穿越可可西里无人区，来到长江源头沱沱河，夜宿海拔4700多米的沱沱河兵站……林罗华说：“我们这支队伍尽管比较年轻，但

大家还是经得住考验的，不论是生存条件还是业务素质的考验。好多同志不顾高原反应带来的身体不适，依然坚守工作岗位，出色完成报道任务，尤其几个带队的同志更是经受了在艰苦环境下带班、带队的考验。通过这个活动，既锻炼了队伍，也全方位考察了年轻同志的思想作风、精神面貌、业务水平。大家在‘世界屋脊’团结一致，充分展现了SMG新闻人的风采，就连参加活动的嘉宾也反映我们这支队伍人心齐、非常有战斗力。这说明了集团人力资源管理综合改革的成果，也从侧面体现了集团新闻资源整合后的一个优势。”

轰轰烈烈的“巅峰之旅”已经成功落下帷幕，留给我们的是更多的思考和启示。林罗华说：“这次活动牵涉面广、时间长，电视新闻中心、广播新闻中心和技术运营中心等部门倾力集中优势，无论在人员上还是在设备上都给予了充分保证，这完全符合我们新闻资源整合的目的。实践证明，只要我们下决心去做，并且方法得当，我们这支队伍是拉得出、打得响、能战斗的。这一次经历为今后我们做好重大报道积累了很多经验，这次活动也真正体现了新闻资源整合后的优势。当然，其中也有一些值得总结和反思的地方。今后，我们不仅要在日常报道中坚持舆论导向，守住舆论阵地，还要继续抓住一些重要的契机，树立我们SMG在全国同行和全国观众面前的新形象！”

（SMG《传媒人》记者 周萍）



 中国联通上海分公司党委书记张静星（中）在七一大直播现场接受访谈

走巅峰之旅 树新闻品牌 展 SMG 风采

——“巅峰之旅”大型宣传系列活动回顾

嵇炯 “巅峰之旅”总策划
史逾岚 “巅峰之旅”宣教主管



🚂 天路从这里延伸

完成大型直播 赢得各方好评

2006年7月1日是中国共产党建党85周年的纪念日，也是举世瞩目的青藏铁路全面通车的日子。上海文广新闻传媒集团（SMG）的大型宣传战役——“巅峰之旅”宣传报道活动也进入了高潮。当天，电视新闻中心推出长达10小时的《联通青藏·巅峰之旅》全天大直播节目，从8:30~18:30，通过东方卫视、上视新闻综合频道两个平台并机播出，同时在新浪网上全程视频播出。

长达10小时的直播，前方记者在格尔木、沱沱河、唐古拉山等青藏铁路沿线的10多个直播点上，迎候青藏铁路首发列车，通过卫星即时发回列车行进的最新消息。直播邀请了中国科学院青藏研究所副所长刘小汉、电影《可可西里》的导演陆





SMG 电视新闻中心领导袁雷、倪晓明指挥若定

川、复旦大学教授葛剑雄、作家马丽华来到演播室，与方宏进、叶蓉、印海蓉、启明等共同主持。直播中还穿插播放了近30个精心制作的专题节目，体现10万筑路大军经历长达5年的艰苦奋斗。节目专门安排了互动环节，主持人夏磊、李茵、黄浩、豆豆与现场观众交流问答，讨论高原生存的话题，在现场搭建的体验室中模拟感受高原风雪。直播还专设了热线电话和短信平台。

同一天，SMG 广播新闻中心下属的上海电台、东广新闻台打破常规版面，从9:00开始，联播了14小时的“巅峰之旅——庆祝青藏铁路通车特别节目”。

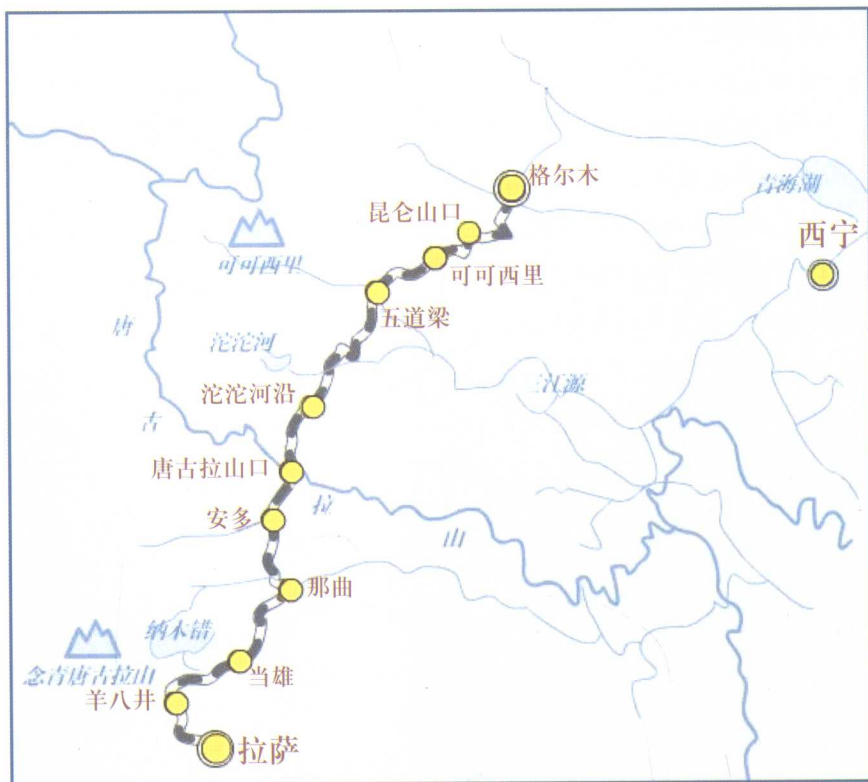
7月1日的大直播，也标志着“巅峰之旅”这个凝聚着多少SMG人欢笑、泪水、汗水和激情的大型宣传系列活动，圆满地落下了帷幕。

“巅峰之旅”大型宣传活动的上海文广新闻传媒集团于2006年年初就专门立项，首次整合后的电视新闻中心、广播新闻中心之力，联合新华社、新浪网、东方网、《文汇报》等外协媒体，在集团广告中心、技术运营中心、集团办公室、总编室、计财部、广电制作公司等各部门全力配合下举行的一次规模空前的大型宣传

报道活动。对于SMG电视新闻中心来说，该项宣传活动也是集团新闻资源整合以后，联合其他资源板块，共同体现做大、做强、做优新闻宣传战略目标的重要宣传战役。项目组先后组织了记者、摄像、技术、嘉宾等各方面人员，以及《文汇报》、新浪网、东方网等兄弟媒体单位人员近200人次前往青藏高原进行报道。仅SMG电视新闻中心为此项目就先后派出了60余人次奔赴全国各地进行联络、采访，有52人次赴青藏高原进行采访报道。

据统计，“巅峰之旅”系列报道推出期间，SMG电视新闻中心在新闻综合、新闻娱乐、东方卫视三个频道中共播发相关新闻151条，播出专题节目《感动之旅》13个，《发现之旅》14个。广播新闻中心前方报道小组6月1日~20日发回录音报道16篇，发回滚动新闻连线报道30多个，并制作广播纪实节目《记录2006》节目三期、《声音档案——天籁之音》两期。

SMG “巅峰之旅” 七一大直播路线图





 巅峰印记 雪山为证

“巅峰之旅”宣传活动对外取得了重大的影响。7月1日10小时大直播在东方卫视收视率最高点达到1.9%，平均收视率为0.6%，较平时增长了200%，在新闻综合频道收视率最高点达到2.6%，平均收视率为1.4%，较平时增长了16%。“联通青藏·巅峰之旅”的新闻在Google上的搜索量超过了50万次。在新浪网上推出为期一个月的专题板块取得了点击400万的佳绩。而新浪网全程转播七一全天大直播的视频点击率更是超过500万。电视直播过程中共收到了2万多条短信留言，接到了300多个观众来电，节目宣扬“绿色环保”的主题赢得了观众的首肯，有13000条观众短信留言表示承诺加入绿色旅游保护高原生态的行列。

“巅峰之旅”宣传活动的成功进行，赢得了各方面的好评，中宣部副部长李东生对“巅峰之旅”活动给予了充分肯定，上海市副市长杨晓渡也对“巅峰之旅”节目表示赞赏。特邀嘉宾葛剑雄参加直播后不禁感叹，此次直播难度大、变化多、影响广，是其20多年来参与众多电视直播中最好的一次。这次大型宣传报道活动最终在社会效益、经济效益上取得了双丰收，为“巅峰之旅”交出一份令人满意的答卷，而项目成功运作，作为一个案例留下的经验和教训，以及众多传媒人在项目实施过程中所表现出的进取心、创造力、工作激情则更是SMG最珍贵的财富。

“亮剑”出手不凡 创下“广电之最”

“巅峰之旅”是SMG完成资源整合后的第一个“亮剑”行动，项目方案前期

经过了近半年的反复论证、调整，项目组为此四上高原：3月3日~3月14日，青藏铁路沿线前期考察；4月28日~5月8日，对报道传送、现场直播进行技术考察，并采制“天路之旅”报道；5月30日~6月15日，采制“感动之旅”、“发现之旅”专题报道；6月22日~7月2日，完成10小时大直播。其间，报道组历经了道路维修、车辆损坏、大雪封山等各种不可预测因素的磨难，克服了时间长、路途远、高原反应明显、工作条件艰辛等困难，圆满完成了各项专题报道，并于7月1日青藏铁路全线通车当天，以连续10小时大直播全方位展现通车盛况，带领观众一路探访青藏铁路建设历程、青藏高原人文历史和铁路沿线生态环保、旅游风光，弘扬铁路建设者们顽强拼搏的天路精神。

可以说，“巅峰之旅”节目规模之大，动用的人力、物力、财力之多，堪称上

📡 SMG人迎来青藏线上的第一声火车汽笛

