

高兴烈 65年 新闻作品选集

(下)

高兴烈 著



人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

高兴烈 65 年新闻作品选集 / 高兴烈著. -- 北京: 人民日报出版社, 2016.3

ISBN 978-7-5115-3577-1

I. ①高… II. ①高… III. ①新闻—作品集—中国—当代 IV. ① I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 139546 号

此书系深圳市新闻人才基金会资助项目

书 名: 高兴烈 65 年新闻作品选集

作 者: 高兴烈

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 林 薇

封面设计: 陈 伟

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路 2 号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369846 65369509 65369510

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369526

网 址: www.peopledailypress.com

经 销: 新华书店

印 刷: 深圳报业集团印务有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

字 数: 1160 千 插 图: 200 幅

印 张: 106.5

版 次: 2016 年 7 月第 1 版 2016 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-3577-1

定 价: 228.00 元 (全三册)



CONTENTS | 目录

· 本卷目录 ·

论文篇（续）

-
- 435) 立足深圳实际 探索个性化媒体文化 /1131
- 436) 创建商报文化 塑造商报形象 /1150
- 437) 社会主义市场经济呼唤大兴调研之风 /1158
- 438) 大力推进人品锤炼 /1166
——祝《青年记者》创刊60周年
- 439) “人一己百” /1167
——纪念《深圳商报》复刊一周年
- 440) 创业·创新·创魂 /1169
——为庆祝《深圳商报》复刊5周年而作
- 441) 巨大的变化 深刻的启示 /1171
——为庆祝《深圳商报》复刊8周年而作
- 442) 力争每日之成功 /1173
- 443) 在深圳商报社创业史汇报展开幕式 /1174
暨深圳商报社大厦启用仪式上的致辞
- 444) 开拓进取 团结奋斗 创造报业发展的“深圳速度” /1177
- 445) 创办一流报纸 创建一流报社 /1181
- 446) 宣传二次创业 谋求新的发展 /1184
- 447) 历史洪流中的裂变 /1187
——深圳商报发展历程回眸
- 448) 浅谈品牌价值 /1192

- 449) 新时期新闻工作的指南 /1195
——学习《邓小平文选》第三卷的体会
- 450) 21世纪新闻传媒展望 /1207
- 451) 报业改革要面对21世纪的挑战 /1214
——兼谈深圳商报的探索与拓展
- 452) 向报业集团迈进 /1219
- 453) 建立报业集团的思路与策划 /1224
- 454) 怎样当好事业单位法定代表人 /1231
- 455) 试论民族社团 /1233
——深圳市民族团结发展促进会启示录
- 456) 学习邓小平民族理论 坚持马克思主义民族观 /1239
- 457) 民族幸福离不开党的领导 /1241
- 458) 加强大团结 增强凝聚力 /1242
- 459) 《托起朝阳——深圳“五老”故事》系列报道 /1243
——开篇的话
- 460) 让“五老”精神发扬光大 /1245
——《托起朝阳——深圳“五老”故事》系列报道结束语
- 461) 浅谈“五老”精神 /1247

自述篇

· 深圳岁月 ·

- 462) 之一：办一张名牌报纸 /1253
- 463) 之二：走集团化之路 /1255
- 464) 之三：值得骄傲的一支队伍 /1257

· 口述历史 ·

- 465) 甘做报坛拓荒牛 /1260
- 466) 1991：《深圳商报》正式复刊 /1265

- 467) 高兴烈：弘扬深圳精神 创报业“深圳速度” /1268
- 468) 心系大众 传递正能量 /1271
- 469) 新闻界的“中华之最” /1278
- 深圳市人民政府机关报《深圳商报》的诞生与发展

· 亲历笔记 ·

- 470) 9年的奇迹 /1283
- 亲历深圳商报社的崛起
- 471) 拜 师 /1298
- 472) 报业丰碑 /1300
- 深圳商报社大厦记略
- 473) 心中的旗 /1303
- 474) “伏枥仍存万里心” /1306
- 475) 生命重在平衡 /1308

采风篇

- 476) 井冈风物见精神 /1313
- 477) 醉人的草原风情 /1316
- 内蒙古八月采风
- 478) 西藏风光小集 /1320
- 479) 宝岛印象 /1323
- 台湾掠影之一
- 480) 澎湖之歌 /1330
- 台湾掠影之二
- 481) 冻顶茶香 /1333
- 台湾掠影之三
- 482) 花之艺术 艺术之花 /1337
- 北京广场花坛艺术欣赏
- 483) 北京有个“锦绣世界” /1341

- 484) 花园岛国新加坡 /1344
- 485) 风情万种德意志 /1348
- 486) 巴黎——艺术之都 /1351
- 487) 美丽的墨西哥 /1356
- 488) 樱花芬芳满扶桑 /1364
- 489) 美国掠影 /1373
- 490) 试猜“俄罗斯灵魂” /1377
——莫斯科剪影
- 491) 多瑙河上的明珠 /1382
——布达佩斯剪影
- 492) 音乐之乡 /1388
——布拉格剪影
- 493) 走进“袖珍超级大国” /1393
- 494) 爱琴之波 /1402
——希腊剪影
- 495) 夏威夷——“天赐”、“人为”参半 /1405
- 496) 大地 /1408
- 497) “壮丽的梦闪耀活泼的光” /1409
——访问巴西散记
- 498) 和平谋发展 革新展商机 /1418
——考察柬、越、老散记
- 499) 多元促发展 和平享安乐 /1426
——考察马来西亚、文莱散记
- 500) “胜利之城”促双赢 /1434
——考察印尼散记
- 501) “风雨无惧” /1440
——考察新加坡散记
- 502) 走马观“朝” /1446
- 503) 中华大粮仓 /1452
——北大荒散记

504) 1978—1998改革之光中国新闻摄影精品赛 /1459

总编辑奖·情歌三峡(组)

505) 总编镜头 /1461

506) 新疆剪影 /1469

507) 沧桑巨变 /1472

附：记者笔下的高兴烈

508) 热爱通讯工作 支持通讯工作 刘宗明 /1475

——记北京市电子仪表工业局宣传处副处长高兴烈

509) “深圳脾性”的高兴烈 徐 鸿 /1477

510) 高氏兴烈漫像题记 茂 亮 /1478

511) 高兴烈：只有一天的成功 芦 苇 /1480

512) 追求“成功的一天” 郝 磊 /1484

——记深圳商报社总编辑高兴烈

513) 经济报纸要善于做经济文章 张芬之 /1485

——访《深圳商报》总编辑高兴烈

514) 在市场经济条件下，报纸面临的新课题 刘 玉 /1489

——访《深圳商报》总编辑高兴烈

515) 高兴烈与深圳商报 晓 丁 /王 曲 /1496

516) “慧眼总编”高兴烈 庭 僚 /1501

517) “蛋糕”是这样做大的 邵 彬 /1508

518) 总编辑工作的本质是创造 王 颖 /1515

——记《深圳商报》总编辑高兴烈

519) 实绩论英雄 倪振良 /1520

520) 铸造报业丰碑 春 晓 /1524

——高兴烈写真

521) 自强之歌 王庭僚 /朱建军 /1532

——记深圳商报社首任总编辑高兴烈

522) 创业者肖像 刘晓华 /1544

- 523) 慧眼 龚心言 /1545
——记《深圳商报》总编辑高兴烈
- 524) “图文并重”，从总编辑做起 楼乘震 /1550
——记《深圳商报》总编辑高兴烈
- 525) 关键在领导 指挥不可少 深圳商报摄美部 /1553
——《深圳商报》总编辑高兴烈是如何抓新闻摄影工作的
- 526) 言论关时务 篇章见国风 达 义 /1559
——试析高兴烈新闻作品
- 527) 热腾腾的思想 明晃晃的个性 活脱脱的印证 张仲彩 /王庭僚 /1567
——简评《报业崛起三基点——高兴烈新闻论文选》
- 528) 形神兼备 真实生动 晓 渔 /1570
——读高兴烈新闻论文选《报业崛起三基点》
- 529) 《报人足音》后记 冯集中 /1572
- 530) 一个新闻工作者的精神内涵 王庭僚 /1574
——读《自强人生——高兴烈评传》
- 531) 一阕高亢的生命交响 刘战英 /1578
——读《自强人生——高兴烈评传》
- 532) 自强不息 追求卓越 赵仲三 /1581
——《自强人生——高兴烈评传》读后
- 533) 继往开来 重振雄风 /1584
——访深圳市公关协会主席高兴烈先生
- 534) 谱写民族团结新篇章 林若飞 /1586
——访深圳市民族团结发展促进会会长高兴烈
- 535) 在深圳特区展现民族风采 李小林 /1588
- 536) 谱写民族团结新篇章 王庭僚 /1592
——记深圳市民族团结发展促进会会长、深圳商报社原总编辑高兴烈
- 537) 报人高兴烈 张 虹 /庭 僚 /1596
- 538) 境界 王庭僚 /1599
——记深圳市民族团结发展促进会会长高兴烈
- 539) 把握大方向 挥洒大手笔 造就大气象 钱飞鸣 /1605

540) 高兴烈：奋力为关心下一代事业鼓与呼 黄 顺 /1608

541) 春心不言老 秋来别样红 /1613

——深圳“最美长者”风采榜

542) 高兴烈：红色接力棒 传给下一代 黄 顺 /1615

543) 谱写特区新闻事业新篇章 王庭僚 /1619

——记深圳商报社原总编辑高兴烈

544) 高兴烈：拓荒牛创业 勇当舆论先锋 曾惠怡 /1623

545) 咀嚼反刍——解读成功诀窍 张仲彩 /1630

后 记 /1637

立足深圳实际 探索个性化媒体文化

据文献记载,文化的定义,在1920年以前,学术界还只有6种界定法。到1952年,竟增加到160多种定义。到今天,有多少种定义呢?有人断言,几乎是有多多少少研究文化的学者,就有多少种定义,人人自成一说。

文化,就广义而言,与“文明”的含义基本相同,是指人类在社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。狭义的文化,基本上属于意识形态范畴,特指精神财富,特指与人类精神活动有关的精神生活,大到国家、民族,小到行业、单位的意识、思维活动、精神状态和精神产品以及外在的物化物。

江泽民同志在党的十五大报告中指出:“有中国特色社会主义的文化,就其主要内容来说,同改革开放以来我们一贯倡导的社会主义精神文明是一致的。”“有中国特色社会主义的文化,是凝聚和激励全国各族人民的重要力量,是综合国力的重要标志。它渊源于中华民族五千年文明史,又植根于有中国特色社会主义的实践,具有鲜明的时代特点;它反映我国社会主义经济和政治的基本特征,又对经济和政治的发展起巨大促进作用。”这就是我们研究媒体文化的根本指导思想。

什么是个性化媒体文化呢?就是媒体自身以人为本,以提升媒体形象为核心,以增强媒体品牌竞争力为目标,通过长期系统的宣讲、示范、培训、感染、熏陶、规范、激励、约束、辐射、排异,来激发全体从业人员的积极性和创造性,凝聚其智慧、才能和力量,在形成媒体自身管理思想和管理实践的同时,逐渐提炼、凝聚、抽象、升华而成的一种独特的文化现象。

一、中国媒体文化的特征与“深圳商报文化”的内外环境

媒体文化,正如同企业文化一样,它同近现代的行为科学、管理科学以及企业文化理论,有着血缘关系。

企业文化理论是80年代初国际上新兴起的、以人为中心的管理科学。这门科学最早实践于日本,产生于美国,在改革开放大潮中随着发达国家的先进管理经验传入我国。

企业文化不同于一般社会文化,不是社会文化的简单分解。企业文化有两方面

含义：一方面，它是一种文化现象，就是在企业生存和发展过程中，以文化引导的手段激发自觉性，体现价值意识和行为规范的独特文化现象的总称；另一方面，它又是一种管理思想，它把职工当做企业实现目标的依靠，而为了创造职工发挥积极性的前提与环境，企业管理者就要致力于建设本企业的企业文化。可以说，企业文化是深化企业管理、促进企业走向现代化的潜能源。它既是企业发展的精神支柱，又可为整个社会的发展与进步带来整体效应。

实践经验告诉我们，企业文化可以对企业建设和员工思想，起导向作用、凝聚作用、激励作用、规范和约束作用、辐射作用和稳定作用，使企业得以内求团结、外求发展、良性互动、强化实力。深圳有的企业家说得好：“企业的形象靠文化塑造，企业的信誉靠文化传播，企业的素质靠文化提高。”

关于企业文化，还有两个界限必须划清：其一，企业文化建设有共同规律，却没有划一的模式，不能生搬硬套；其二，企业文化确实同思想工作有极为密切的关系，有许多相通和相同之处。思想政治工作的要点和出发点是尊重人，团结人，平等待人，以理服人；企业文化建设也有一条主线，即尊重人，理解人，关心人，爱护人，激励人，培育人。但是，思想政治工作的一些内容是企业文化所无法代替的，企业文化建设不能取代思想政治工作。

媒体文化与企业文化，既有联系又互相区别。这是由新闻传媒的特质所决定的。我国的新闻媒体有4个方面的属性：国家属性，政治属性，时代属性，产业属性。忽视其中任何一个属性，都会引起误解和偏差。现在，社会主义市场经济蓬勃发展，方兴未艾。新闻媒体当然是一个市场主体，但它又不同于一般的市场主体。它既是市场经济中的一种经济实体，是朝阳产业中的信息产业，更是党和国家的新闻舆论机关，是社会上层建筑的组成部分。江泽民总书记在1996年6月视察《人民日报》时极为明确而深刻地指出：“党的新闻事业与党休戚与共，是党生命的一部分”，“新闻舆论工作要紧紧围绕经济建设这个中心”，同时还指出：“舆论导向正确，是党和人民之福；舆论导向错误，是党和人民之祸。”江泽民同志的“生命说”、“中心说”、“福祸说”，指出了无产阶级新闻事业发展的基本规律以及肩负的严肃政治责任。新闻媒体与一般企业有一个基本的不同点，就是它始终要把社会效益放在第一位，以社会效益作为衡量新闻传媒成败得失的首要尺度和唯一最高准则。而企业追求的目标永远只能是利润的最大化。这就决定了中国媒体文化与一般企业文化必然存在的重大差别，决定了中国媒体文化的主要特征。

我国媒体文化的共性特征,大致应包括7个方面:

一为政治性,即党性。这是媒体文化的核心和灵魂。有中国特色社会主义的媒体文化,理所当然地必须以党的理论、路线、方针、政策作为自己的精神坐标,理所当然地必须以新闻规律、经济规律和宣传纪律作为自己的行为依据,必须“讲政治”,必须以社会效益同经济效益相结合并把社会效益置于首要地位作为自己的处事准则。而这些,当然是有别于一般企业文化之处。

二为社会性。文化是人与人之间按一定的规律结成社会关系的产物,是人与人联系过程的产物,是人们在从事生产和社会活动中,为谋求生存发展,在理解、探索、思考和解决内外环境的动态平衡中,萌生、发展、积累、净化、升华的产物。作为服务于全社会的新闻传媒,其个性化的媒体文化自然具备强烈的社会性。

三为时代性。由于媒体文化的“天性”,必然会浓缩时代精神,反映时代特色。它既是时代的政治、经济、社会环境的投影,又发散着信息传播业经营管理(包括主业的经营管理和非主业的多种经营管理)的时代意识。如:机遇意识、风险意识、竞争意识、市场意识、效率意识、效益意识、科技意识、信息意识、品牌意识、开拓意识、兼并意识、集团意识、战略管理意识、公共关系意识等等。

四为人文性。即围绕着媒体内部员工如何共处、如何自处,如何调整人际关系并利于实现自我这个主题,以人为中心,建设起一套以人(全体员工)为主体的媒体文化,以此推动实现以人为中心的经营管理。马克思主义认为,人生的价值在于劳动和创造。衡量人生价值的主要标准是主体对社会的贡献,完成时代赋予的历史使命是实现人生价值的主要舞台。当今科技发展新时代,呼唤着科学理论、科技精神与人文精神的融合与统一。在营造个性化媒体文化的过程中,强调人本意识的意义,体现为3个方面的统一:一是运用现代文明成果与营造媒体文化,同全社会两个文明建设的统一;二是科技文明的发展与传媒工作者道德素质、文明素养的提高,同人的全面发展的统一;三是媒体的壮大与进步,同社会可持续发展的统一。1999年9月27日,江泽民主席在“'99《财富》全球论坛”开幕晚宴上的讲话中说:“中华民族历来尊重人的尊严和价值。中国共产党领导人民进行革命、建设和改革,就是要实现全中国人民的自由、民主和人权。今天中国所焕发出来的巨大活力,生动地反映出中国人民具有自由、民主地发挥创造力的广阔空间。”这些科学论断,对我们把握媒体文化的“人文性”,有着十分深刻的启示。

五为系统性。系统理论所讲的基本特征,如整体性、结构性、目的性,在媒体

文化中全都得到反映。个性化媒体文化是一个系统，是由媒体构成中的不同层面、不同业务领域、不同职能机构结合而成的有机整体。系统理论当中“整体大于局部之和”的原理，于此完全适用。媒体文化把媒体目标内化为媒体的价值系统；通过价值系统的深化运动带来具体目标的实现。这就是它的系统性。

六为创新性。传媒的特质本来就包含着创新。创新的实践呼唤着创新的理论。创新，就是“创造新的满意和新的需求”，也可以说，创新就是在创造着自己的受众。创新从一开始就要以追求领先地位为目标，追求“更高、更快、更强”，追求“要做就做最好”。新闻传媒及其衍生物媒体文化，“天生”就是与“创新”结伴生存成长！

七为独特性。文化是构成一个民族、一个组织、一个群体的基本要素之一。民族、组织、群体的多样性，造就了包括媒体文化在内的文化现象的多样性和个性化。每一种媒体文化，都是相对稳定、成型而又动态发展的。它既有标志性又有可塑性，但无例外地都有其独特的内涵与外在形式。

“深圳商报文化”，作为一种个性化的媒体文化，有着其生成和发展的内外环境。

从“深圳商报文化”发展的外部环境（即社会环境、竞争环境）来说，深圳是改革开放的试验场，“一国两制”的临界线，中西文化的交汇点，移民荟萃之地。而深圳商报是邓小平同志1992年南巡前后，复刊、发展起来的报纸，一问世就置身于有活力的宏观经济环境、有特色的对外开放环境、日趋完善的市场经济体制环境、不断优化的政策与法制环境、“海纳百川”的人才环境、观念方面多向兼收融汇的文化环境。在这样的社会环境之中，经过近9年的努力，深圳市形成了两大报社——深圳特区报社和深圳商报社，都跻身于“广东五大报”的行列，都为国内外新闻界所瞩目。特别是深圳商报社被公认为创造了中国新闻史上的“深圳速度”、“深圳效益”，为深圳增了光。在深圳新闻界，以至全国新闻界，流传着这样一句话：“没有深圳商报，就没有今天的深圳特区报。”我们补充一句：没有深圳特区报，也没有今天的深圳商报。深圳“两报”在竞争中互相激励、互动互促；这种良性竞争环境也直接推动着个性化媒体文化的建设。

“深圳商报文化”发展的内部环境，即内部管理运作环境。媒体文化的建立与发展，离不开一套与之相适应的机制。机制，是指一个复杂的工作系统的构造、功能和相互关系。好的机制，像催化剂一样，可以促进、推动媒体文化的发展。因此，我们逐步建立起10大机制。这10大机制是：系统化的运作机制、集约化的经营机制、有序化的竞争机制、绩效化的激励机制、制度化的约束机制、标准化的质量机

制、优选化的人才机制、特色化的文化机制、规范化的创新机制、科学化的决策机制。这10大机制在实践中形成,又在实践中发展,成为报业经济和报业文化发展离不开的一件法宝。

研究深圳经济特区文化问题的专家认为,深圳商报是改革开放时代中国新闻事业一日千里飞速发展的缩影。它在自己的发展历程中,一方面为改革开放创造了良好的舆论环境,另一方面自己也积极投身新闻改革。这两方面的结合,形成了新时期社会主义报纸的独特个性和发展趋势,形成了特色鲜明的个性化的媒体文化,也成为社会主义市场经济条件下进行报业建设的有益探索。

二、深圳商报社从5个方面构建个性化媒体文化

深圳商报自1991年1月2日复刊8年多来,在探索现代化的媒体群和现代化报业模式的同时,也进行了个性化媒体文化的探索。“深圳商报文化”是围绕办报、经营所形成的一系列观念,以及与此观念相适应的行为规范与制度的总和,是有深圳特区特色的媒体文化,是“特区文化”的重要组成部分,当然也是中国特色社会主义文化的一个重要组成部分。

“深圳商报文化”,包括文化理念、文化环境、文化氛围、文化形象、文化品位5个方面:

1. 建立文化理念。新闻单位建立自己的文化理念,这是自身任务的需要。报社的任务是“办报”,报纸是属于精神产品,是要正确地宣传党的路线、方针、政策,是要用“正确的舆论引导人”;办报,又是“苦差事”,是创造性的艰苦劳动。从这两个方面讲,办报之道在于树人,在于建设一支政治上坚定、作风上正派、业务上精通、勇于开拓创新的新闻队伍。人为万物之灵,“灵”就灵在有精神,有追求,有创造力量和人格力量。物质贫困可怕,“精神贫困”更可怕。

“深圳商报精神”是“忠诚、团结、开拓、求精”8个字。“忠诚”,即对组织忠诚,对集体忠诚,对事业忠诚;“团结”,团结才有凝聚力,团结才有战斗力;“开拓”,就是敢闯,就是创新,天天出报就应该天天创新;“求精”,就是坚持高标准、严要求,上质量、出精品。这8个字包括两方面的含义:“忠诚、团结”,强调的是群体意识,全体商报人拧成一股绳,形成合力,强化向心力,这样才有坚韧持久的力量。“开拓、求精”,着重强调张扬个体生命的潜能,强调创新,尊重每个人的创造精神,

倡导员工精益求精。两个方面的统一，就是群体意识和个体能动性的有机统一。

深圳商报的信条是“人一己百”。强调脚踏实地地干事业，以百倍于他人的勤奋，百倍于他人的劳动，共创深圳商报辉煌。在深圳商报社，任何人做事都一样，要么不干，要干就要实实在在干得最好。无论“硬件”还是“软件”，都体现出“干”的文化，“务实”的文化，“创新”的文化，都反映出敬业、勤业、精业精神和忧患意识。

深圳商报的目标是“一流的队伍，一流的管理，一流的报纸”。“商报文化”与报社的性质、任务血肉相连。3个“一流”，是商报人的奋斗目标，也是检验“商报文化”的重要标准。3个“一流”是相辅相成的，没有一流的队伍，没有一流的管理，就没有一流的报纸。3个“一流”中，队伍的一流是关键。人是新闻生产力最活跃的因素，只要抓住办报育人这个关键，培养出一流的人，高素质的人，就会有高水平的管理，高质量的报纸。这个总目标，又分解为各系统、各部门的具体目标。如深圳商报社印刷厂，就据此提出一个大目标（“创造中国报业第一流印刷企业”）和3个硬指标（“在队伍、质量、效益3个方面都争创第一流”）。

深圳商报的战略设计是“政治家办报，企业家经营，创业者开拓”。这个战略设计，是在办报和创业实践中总结出来的，被称为“深圳商报崛起的三基点”。“政治家办报”，是党的新闻工作的纲领，是党报区别于其他报纸的特质所在，是党报赖以存在和发展的基点。“企业家经营”，这是办报的需要，是在市场经济条件下报业发展与繁荣的必由之路。报纸是“龙头”，经营是“后盾”，二者的关系如车之“双轮”、鸟之“双翼”、人之“双腿”，不可偏废。“创业者开拓”，就是发扬江泽民总书记倡导的创业精神、创新精神、改革开放精神，坚持从严治社，开拓进取，创建报业集团，创建报业发展新模式。

2. 营造文化环境。文化环境，是媒体文化的一个组成部分。深圳商报社所以被来访者称为“花园式报社”、有文化意蕴的报社，正是因为报社编委会重视文化环境的建设。深圳商报社占地面积3万平方米，其中划出近9000平方米作为“商报花园”用地。花园内有假山喷泉，有小溪流水，有荷花金鱼，有观赏亭，有小憩廊，花坛草坪，曲径通幽。整个小区清洁卫生，环境优美，被市委、市政府授予“园林单位”、“十佳卫生单位”和“安全文明小区标兵”称号。报社的南大门前有一条东西走向的马路，被市地名办正式命名为“商报路”；东大门前的南北走向的马路命名为“商报东路”。两条路总长1.75公里。由我们发起，沿路各单位采取军警民共建的形式，建成了全市首创的“安全文明商报路”。接着，全市召开现场会，推广这

一经验,在全市开展创建“安全文明一条街”活动。深圳商报社大厦是“商报广场”的标志性建筑,建筑面积7.5万平方米,投资3.7亿元,是一座现代化、信息化、智能化的建筑。该大厦造型被誉为“驶向新世纪的巨型战舰”,地面高度99.8米,长度118.6米。大厦由3部分组成,一是东侧25层高的板式结构的编采大楼;二是西侧的高33层的点式结构的奥林匹克大楼;三是高为5层的裙楼,设会议中心、展览中心、健身中心、培训中心。3座楼浑然一体,高低错落有致。该大厦启用后,加上原有的2.5万平方米建筑,形成了10万平方米的建筑群,成为深圳市文化建设的新标志。一位领导同志给予“独树一帜,很有生气”的评价。金秋10月,深圳商报社大厦被选定为首届中国国际高新技术成果交易会主要分会场之一。5场新闻发布会和5场高科技论坛在深圳商报社大厦的国际会议厅举行,接待了4000多名中外来宾,好评如潮。

“商报广场”是一个有一定文化含量的广场,被称为“广场文化”。象征深圳商报社集团化架构的南大门被誉为“擎天门”,5根大圆柱象征着报业集团的5大系统;连接5根柱子的两个不同高度的半圆拱,象征着不断攀登新高峰,上一个台阶,再上一个台阶。报社的东大门,是由10根金属立柱与10根金属拱柱相交而成的拱形大红门,被称为“彩虹门”。它的文化含意是“十全十美”。深圳商报社大厦的第12楼,有一个构思独特、视觉通透的空中花园,命名为“空中廊”。这个“空中廊”4层楼高,由12根圆柱支撑。这12根柱子的文化含意是:北边5根柱子,象征一周内有5个工作日;南边7根柱子,象征一周有7天,天天出报。两边合起来,共有柱子12根,象征着一年的12个月,日工作,周工作,月工作;日日、月月、年年都在不息奋斗,努力把报纸办成全国一流。它体现出新闻媒体的工作特点和没有片刻懈怠的精神状态,体现出深圳商报员工的共识:“办报,只有一天的成功,没有成功的一天”。深圳商报广场还命名“十大景点”:有富丽堂皇、视野开阔、庄严宏伟、艺术华贵的一楼大厅——“世纪厅”;有设计科学、设施先进、风格典雅的国际会议厅——“聚喜堂”;有碧波映日月的屋顶泳池——“梦天池”;还有“仙木园”、“奇峰泉”等等。这一切展示了商报人的时代意识、文化底蕴和审美情趣,构成了人文精神图谱。

深圳商报社种植的“3棵树”,也从一个侧面反映了文化环境。第一棵是“团结树”。1996年1月,报社500多员工捐资4万多元,在花园小区栽种一棵大叶榕,立碑纪念,名为“团结树”。第二棵是“功勋树”。1998年1月,对商报事业做出突

出贡献的55名“商报之星”，共同种植一棵榕树，名为“功勋树”，并勒石铭功。第三棵是“同心树”。1998年1月，《企业市场报》加盟于深圳商报社，两报员工同植一棵白玉兰树，并命名为“同心树”。这3棵树，象征着团结，象征着力量，象征着发展，扎生命之根，铸报业之魂。

3. 形成文化氛围。几年来，深圳商报社已经形成浓厚的文化氛围。

一、举行升国旗仪式。从1996年10月开始，每月第一周的星期一早上，报社全体员工集中于报社门前广场，举行升旗仪式。先是升国旗，奏国歌；然后是升社旗，奏社歌。接着呼两个口号：“深圳商报精神是——”（全体员工回答：“忠诚、团结、开拓、求精”）；“我们的奋斗目标是——”（全体员工回答：“投身二次创业，创建报业集团”）。实践证明，新闻单位举行升国旗仪式，是进行爱国主义和集体主义教育，增强凝聚力的有效形式。

二、制定社旗、社歌、社徽。深圳商报社歌，是1993年7月，发动报社员工，集思广益，集体创作的《深圳商报之歌》。歌词高雅，曲调优美，既歌颂了深圳特区，又歌颂了新闻工作者。“八方儿女，汇集南疆，倾心传播特区之光，热血谱写崭新篇章……”这一句句歌词，唱出了深圳商报社编辑、记者的心声。

三、过集体生日。从1994年7月开始，由工会出面组织，每月过一次集体生日。当月过生日的员工欢聚一堂，吃生日蛋糕，唱生日歌，发生日纪念品，畅谈人生体会，感受大家庭的温暖。

四、举办报社创业史展览。深圳商报社大厦9楼展览厅，举办一个长期固定的“深圳商报社创业史展览”。展览共分5个部分，以丰富的史料和大量的图片、实物，展示深圳商报社艰苦创业的历程。复刊初期，全社只有4部电话、2台电脑、2辆旧汽车，30多个编辑、记者挤在一个大办公室里。那里放一张乒乓球台，既是会议桌，又是午休的床。当时流行着这样的顺口溜：“深圳商报三件宝——单车、风扇、电饭煲”。记者采访没汽车可派，就给每个人发一辆自行车；宿舍没空调就发一台电扇；没有食堂，就每人发一个电饭煲，自己做饭吃。与展览相配套，还制作了反映深圳商报社创业史的电视纪录片。这些活动，是活生生的传统教育、艰苦奋斗教育，激发了广大员工投身二次创业，再创商报辉煌的热情。

五、举办“合唱节”。每年举办一次全社性的职工合唱节，展示队伍风貌。平时，报社组织各种球类代表队，以及舞蹈队、合唱队、游泳队等，每年举办1—2次长跑、登山活动，并以整齐、庞大的阵容出席市运动会、歌咏比赛，多次荣获组织奖、创