



# 聚焦2015全国两会·花絮

## 头脑风暴、新媒体互动、“定位”代表…… 看！两会记者的“必杀技”

Duang! 想不出今天两会的选题,我恨不得拿头 duang、duang 地撞墙。  
每年的两会日程安排基本一样,怎么体现你的“新”?  
两会报道不仅是同行之间的竞争,更多的是跟自己较劲。看两会记者如何 duang 成全媒体战士。  
郑州全媒体  
新闻中心两会记者  
孙娟 廖谦 张冀飞  
北京报道



他们不是在玩手机,是在现场直播两会



▶ 留点鼻血算啥? 采访照样跑在前

▶ 一次采访,文字、图片、视频等多元传播

6点半,起床,洗漱、穿衣、吃饭,浏览新闻。8点,集合,晨会。

“有权不能任性”“万众创新”“养老”“互联网+”

“中国式开车”……这些既接地气,又有大众情怀的选题,都是大家头脑风暴出来的。

8点半,小伙伴们出发,开始了一天的采访。

出门之前,我总有一个规定动作:摸一下兜里是否装有“法宝”:一本像小画书大小的“小红本”,上面有每个代表的房间号。

9点之前,进入河南大厦。

不要以为采访两会就是听报告,融媒体时代,文字记者早已变身全能记者。

听完每个代表的发言,要在10分钟内用手机打出一篇既短小精悍,又要有思想、有观点的稿件,通过新媒体推送出去,

100%的手机电量,结束时亮起了电量不足的警报。不要以为文字记者隐藏在文字背后即可,有时也要全媒体一下,闪光灯下瞬间 duang 成一位新闻主播,脸太大、没化妆、穿着运动鞋……这就是女神

与女汉子的差距。

两会记者如同 GPS,全楼地毯式搜索代表的方位。进入会议室听会,瞄准好你要采访的代表座签,眼巴巴地望着他,如果不是采访,对方肯定会以为你对他“暗送秋波”。

厕所门口拦截,采访速度要快,问题要直指核心。

每个记者都有自己的“必杀技”。我还特地加了18楼层服务员微信号,希望她第一时间告诉我代表是否回到房间。塞纸条到双汇老总万隆的房间,上面写着我的采访提纲和手机号。

我在18楼的电梯里上上下下,只为在电梯里偶遇胡葆森……多数情况下代表采访都是记者“厚脸皮”泡出来的。

得到“线人”情报,少林寺方丈释永信在中午12点有一个群访,我蹲坐在他房门口半个小时,才有人开门,我壮着胆说“约好的采访”。

看到一位敬业的同行专门从网上打印出了所有驻豫全国人大代表的照片,我顿时产生了仰慕之情。

## “互联网+”时代, O2O 融合领航商业浪潮

两会期间,“互联网+”火了,《政府工作报告》首次提及鼓励“把以互联网为载体、线上线下互动的新兴消费搞得红红火火”,将O2O模式推到了一个新高度。

天生具备线下优势的苏宁很好地印证了这一点。早在2012年,苏宁掌门人张近东率先提出O2O融合并超前布局,当时

在全球范围内也没有可参考的成功案例。

2014年,张近东在弘毅年会上对互联网零售进行了深度阐释:“零售业互联网化不能简单理解为做个电商网站,而是要迈出从传统电商、O2O零售到全价值链互联网三个阶段,包括前台和后台的互联网化。”

这一年,当行业开始热议并开始布局O2O时,苏宁线上线下已经全部融合,O2O执行率先进入体系化、批量化成果展示阶段。数据证明,苏宁的转型是正确的选择。不久前,苏宁发布2014年度业绩快报:全年总营收1091.16亿元,盈利9.46亿元,同比大涨

555.28%。此外,仅是四季度,收入增长就达到了17.07%;移动端订单占比已达32%,商品SKU接近800万。

随着O2O融合成为大的行业趋势,线上线下互动或将替代传统电商模式,成为下一个引领零售业浪潮的新的商业模式。

