

当好新闻宣传排头兵，快速反应占主动

天下武功，唯快不破。全系统宣传战线坚持疫情就是命令，防控就是责任。第一时间投入到疫情防控阻击战宣传报道中。防疫与时间赛跑，信息同样与时间赛跑。舆情的发酵，往往是信息不对称的结果。面对严峻的疫情形势，宣传系统不能听凭造谣生事满天飞，不能任由主观臆断随风跑，不能让事实真相“躲猫猫”，要紧紧抓住舆情回应的最佳窗口期，第一时间加大宣传力度，速报中国航油战疫保运事实，牢固树立抢占先机的意识，注重传播的首发效应、信息的第一印象，及时、适时发声，做到先声夺人、占据主动。

春节前，集团公司党委宣传部根据集团公司新闻发言制度，安排了两位同志应急宣传值班。1月20日，习近平总书记就疫情防控工作作出重要指示后，集团公司党委迅速传达学习、安排部署战疫保运工作。集团公司党委宣传部迅速启动应急报道机制，部门值班人员立即回到公司参与新闻报道，及时将集团公司党委学习传达习近平总书记讲话精神、开展疫情防控的要求快速传达到最基层，将干部员工的力量快速凝聚到集团公司战疫保运的工作部署中来。第一时间联系华南蓝天公司、湖北分公司，掌握第一手迅疾前线真实资料，首发新闻《抗击新型冠状病毒，中国航油在“加油”！》，打响全系统新闻宣传战疫第一枪。2月6日成立以航油、石油、物流等板块为主的战疫前线组微信群，分级分区域开展宣传重点策划报道，构建“点线面”三维立体式报道阵营，直击湖北武汉战疫最前沿，覆盖全系统先进典型人事物，营造战疫保运的良好新闻宣传舆论氛围。

当好新闻宣传排头兵，提前预案早准备

疫情防控宣传和舆论引导，不是一个简简单单的临时性任务，而是一项政治性、专业性、敏感性都很强的工作，必须统筹网上网下、国内国际、大事小情，才能更好地强信心、暖人心、聚民心。在内容上，鼓励讲短话、说干货、谈实情，倡导“战时”新闻发布由“坐着说”改为“站着讲”，开门见山、直奔主题，少些客套、多些务实。

采取“先简后全、先网后报”的分步传播，渐进式动态发布权威信息。突出人文关怀，回应群众关切，找准思想认识的共同点、情感交流的共鸣点、利益关系的交汇点、化解矛盾的切入点，融入更多暖色调，形成满满正能量。

集团公司党委副书记曹永晖在3月18日对于在疫情防控阻击战中宣传部勇于担当的批示：党委宣传部的同志们克服困难、担当作为，用卓有成效的宣传思想工作凝聚起集团公司抗疫复产的磅礴力量，为我们战疫情、保发展作出了重要贡献。希望同志们再接再厉，释放出更大的实践伟力。

中国航油成立30年以来，全系统新闻宣传队伍经历了很多特事急事大事宣传报道任务的历练，从去年的大兴机场通油进油、进博会、特色党建宣传、技能比武大赛，到今年的疫情防控宣传，集团公司党委宣传部一直以如履薄冰的谨慎，居安思危的忧患，越是艰难越向前的拼劲，做到了重大战役不缺席、重要机制显神威，为全系统宣传工作树立了榜样。

这次疫情暴发以来，他们深知，这场战斗，除了胜利，别无选择；他们深知，这场战疫，没有退路，必须打赢！他们立足地区特点和疫情形势因情施策，把湖北分公司作为全国宣传战疫报道的主战场，聚焦核心人物，突出报道重点；他们坚持全国“一盘棋”，运用中国航油宣传思想工作群把全系统宣传战线拧成一股绳，汇聚各路英才，广泛调动全系统各方面宣传力量，实现了疫情防控和生产经营形势全方位全覆盖报道大格局。

