

中国期刊协会通讯

(内部资料, 免费交流, 注意保存)

2020 年第 8 期

(总第 133 期)

中国期刊协会秘书处编

2020 年 9 月 7 日

CPC 刊协讲堂 (第十一期) 专题报道

中国报道如何讲好中国故事

主讲人: 陈 实

主持人: 吴尚之

主办单位: 中国期刊协会

时 间: 2020 年 9 月 7 日

吴尚之: 大家好! 欢迎大家来到第十一期刊协讲堂!

经过 70 年发展, 发轫于一本世界语外宣期刊的中国报道杂志社, 已经成为多语种出版、全媒体运行、内外宣联动的“中国报道”高品质国际传播综合平台。他们在讲好中国故事, 推动中国期刊“走出去”方面有哪些经验值得我们学习? 今天, 我们请来了本期演讲嘉宾陈实同志, 请她与大家分享这方面的经验和对未来的思考。

陈实同志现任中国外文局副总编辑, 中国报道杂志社党总支书记、社长, 高级

编辑。历任人民画报社副总编辑, 中国外文局总编室主任, 中国报道杂志社社长兼总编辑, 中国外文局融媒体中心主任。兼任中华全国世界语协会常务副会长, 中国期刊协会副会长。荣获全国百佳新闻出版工作者、全国新闻出版业有突出贡献中青年专家称号。

下面请陈实同志就“中国报道如何讲好中国故事”等话题开讲。

陈实: 尊敬的吴尚之会长, 各位期刊界同仁, 非常感谢中国期刊协会给我提供

了这个与大家交流、学习的机会。“刊协讲堂”自创办以来，给我们期刊发展提供了许多真知灼见，对于促进期刊业发展大有裨益。很荣幸能够借这个平台介绍中国报道杂志社的发展经验，与各位同仁探讨如何讲好中国故事。下面，我就尚之会长的“命题”进行“作答”，有不当之处，还请大家批评指正。

一、中国报道的发展概况

1950年5月1日，在周恩来、陈毅、郭沫若、胡乔木等领导同志的大力支持下，时任中央人民政府出版总署署长胡愈之创办的《中国报道》（最初刊名为《人民中国报道》）面世了。那是一本世界语刊物，“最早的几期像小报一样简陋”，但此后的岁月，她不断改变、不断发展，曾累计发行到世界156个国家和地区，被国外世界语读者誉为“最美的世界语杂志”，历经停刊、复刊，几度涅槃，而今致力于构建面向东盟乃至整个亚太区域的国际传播综合平台。

中国报道杂志社旗下《中国报道》是新中国最早的中央外宣刊物之一，《中国东盟报道》是目前面向东盟地区的唯一一本中央级新闻期刊，《小读者》是全国少年儿童推荐百种优秀报刊之一，而《INTERNI设计时代》《Figaro世界》则是国际版权合作刊物。此外，还编辑出版联合国教科文组织旗舰杂志《信使》世界语版。

《中国报道》于2001年改为中文版（世界语版改为网络版），但仍保持着外宣期刊特色，目前发行覆盖中央各部、委、办、局，各省级和地市级党委、人民政府，180余个驻华大使馆、总领馆；依托国图集团公司海外书刊发行渠道、MagV云端书城等合作，发行延伸至北美、东盟部分国家和我国台湾、香港等地。2011年，《中国报道》杂志被中宣部列为政经类重点期刊和全国

期刊战线“走转改”4家试点单位之一。

2016年1月创办的《中国东盟报道》（China Report ASEAN）是第一本专门面向东盟十国的中央外宣期刊。自此，中国报道开始致力于打造中国与东盟间双向传播的“英+N”多语种全媒体传播平台，聚焦中国与东盟国家间政治、经济、社会、文化等领域的交往合作，生动讲好中国与东盟各国人民的故事。除了正常英文出刊外，围绕我高访活动、与东盟国家交往重大活动和重要时间节点，《中国东盟报道》还出版对象国语种专刊，策划组织形式丰富的中国—东盟国际人文交流活动。2017年末，作为《中国东盟报道》的本土化建设项目，中国报道社曼谷分社成立，面向东盟区域的国际传播有了新的支点。

除了出版杂志，中国报道杂志社还运行中国报道网、中国报道世界语网、中国网世界语频道，以及中国报道微博、微信，中国东盟报道Facebook、Twitter、YouTube账号等多种新媒体形态。旗下解读中国工作室专注于多语种视频制作，在海内外具有广泛的影响力。

可以说，经过70年发展，发轫于一本世界语外宣期刊的中国报道杂志社已经成为多语种出品、全媒体运行、内外宣联动的“中国报道”高品质国际传播综合平台。中国报道杂志社还广泛开展多种形式的国内外人文交流活动，旗下中国企业海外形象高峰论坛、中国—东盟媒体合作论坛、“光明书香”公益活动等已成为国内外知名活动品牌。

二、讲好中国故事的经验

近年来，围绕习近平总书记提出的“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”新形势下宣传思想工作使命任务，不断加大探索、创新国际传播手段与方式，作为中央外宣媒体，中国报道杂志社肩负向世

界讲好中国故事的使命。“讲好中国故事”并不是一件容易的事。讲什么？怎么讲？在哪讲？这都是我们在发展过程中需要回答好的问题。下面，我就中国报道杂志社自身发展经验，分4个板块来讲述我们如何践行“讲好中国故事”的使命。

（一）讲什么。我先讲一个《中国报道》创刊之初的故事。1949年8月，北京的一批世界语者在中国世界语运动的缔造者、著名出版家胡愈之先生领导下，着手创办世界语对外刊物、筹建全国性的世界语组织。10月，由老世界语者张企程起草的关于出版世界语对外刊物的报告被送到主管国际宣传的国际新闻局。实践证明，这是新中国对外传播的有益尝试和标志性创举之一。1950年，《中国报道》甫一创刊，就受到了世界各地世界语者尤其是东欧世界语者的关注，许多读者不仅自己订阅刊物，还动员他们的世界语朋友订阅，刊物很快在50多个国家拥有了自己的读者。冰岛世界语者因为看到了《中国报道》，渴望更加了解新生的中华人民共和国，促成了1952年第一个由文化界知名人士组成的冰岛代表团对中国的访问。

刚创刊的《中国报道》之所以能很快被世界各地读者所认可，除了“世界语”这一特殊语言途径之外，更在于她向世界忠实地讲述新中国的发展和进步。新中国成立以后，人民当家做了主人，整个国家发生了翻天覆地的变化，必然受到世界的广泛关注。世界语版《中国报道》先后开辟了60多个专栏，为世界各地的读者多角度地介绍中国的政治、经济、历史、文化和社会生活，反映新中国的变革和成长。尤其是在东欧，《中国报道》许多文章被各国译载或转载。在创刊前3年，《中国报道》有一半以上的文章被各国读者译成本民族语在自己的国家报刊上发表。

国际世界语协会原总干事西莫·米洛耶维奇先生在给《中国报道》的一封信中这样写道：“在过去的几十年里，《中国报道》为世界各地的读者介绍中华人民共和国的历史、文化、政治和社会生活做出了巨大的贡献。对于数以千计的世界语读者来说，它过去是，现在仍将是了解贵国的窗口。你们国家有着绚丽多彩的过去，现在她真正地致力于现代化建设和人民生活的改善。贵国对许多人来说，是遥远和陌生的，由于贵刊的存在，这个距离缩短了，人们对中国也比较了解了。”

虽然时代在变化，互联网技术的迅猛发展促使传播方式有了革命性改变，但向世界宣介一个真实、立体、全面的中国，始终是我们“讲什么”的忠实使命。新时代，我们继续秉承“讲好中国故事”的使命，向世界主动讲好中国共产党治国理政的故事、中国人民奋斗圆梦的故事、中国坚持和平发展合作共赢的故事。

在人人都有麦克风、人人都是通讯社的多媒体时代，对外传播已经从单向传播进入到多向传播阶段。不光中国媒体对外传播，外国媒体也到中国采访，也会研究中国媒体报道，不管对内还是对外，不管人际传播还是媒体传播，世界范围内的影响是流动性的。《中国报道》以把握宏观政经话题和主题宣传见长，深度专题报道是手中王牌，多期主题报道都引起外国读者的关注，还有驻华使馆、领馆就关注专题进行咨询和购买杂志以研究。例如《中国报道》推出的“中国企业出海记”封面专题，就有墨西哥驻华领馆专门打电话到发行部批量订购。

近年来，《中国报道》推出的《时代的选择 人民的力量》《新时代“万里长江图”》等封面专题受到好评和肯定；《探寻上海开放基因》《习近平领航中国高质

量发展》等封面专题在重大国事外事场合获得中外嘉宾广泛关注；在中国外文局历年年度优秀外宣作品评选中，《中国报道》多次获得优秀期刊奖和优秀专题大奖。

2019年是新中国成立70周年，《中国报道》把“新中国成立70周年”主题贯穿全年始终，精心设置议题，加强解读评论，策划推出了“我和我的祖国”“我眼中的中国”“中国与世界”等系列专题专栏报道和《人民的共和国》特刊报道，通过国内各行各业人物故事和外国人与中国的故事，向世界说明新中国成立70年来的伟大成就。其中，不少文章被《联合早报》等海外媒体摘编。

（二）怎么讲。我们做外宣工作，一个传统是要“春风化雨，润物无声”。大家所熟知的“外宣三贴近”的原则，即贴近中国发展的实际，贴近国外受众对中国信息的需求，贴近国外受众的思维习惯。

我们仍然要秉承优秀的传统，向世界展示一个全面、真实、立体的中国，就要善用生动精彩的故事，讲清楚中国独特的文化传统、历史命运、基本国情，阐释好中国道路、中国理论、中国制度、中国文化。

今年上半年，面对突如其来的新冠肺炎疫情，《中国报道》迅速行动，春节假期期间，在新媒体平台每天发布2~3条采编内容，开设“战疫故事”专栏，采访了驰援武汉一线工作的医生护士、在武汉进行援助的志愿者、火神山和雷神山的援建人员、研制新冠病毒检测试剂科研人员、坚守社区和农村战疫一线的基层工作人员和海外同胞等，在微信和头条号平台，总推荐阅读量超过3000万，总点击量达240万。

同时，《中国报道》《中国东盟报道》调集采编力量，共推出10期《iChina》多语种电子刊，被中宣部遴选为战“疫”产品推送我驻外使领馆、团、处及有关驻外机构。不仅如此，在美国、意大利等华人圈，中国

报道社的系列新闻产品都获得了良好的反响。

解读中国工作室赴武汉等地一线采访拍摄的纪录片《中国抗疫志》有针对性地驳斥部分西方政客和媒体对我污名化言论，澄清事实。该片在多国电视台播出，其中欧洲新闻台在黄金时段以英、法、西、德、俄、意、葡等7种语言播出，覆盖欧洲45个国家和地区的3.96亿观众，世界无国界医生组织、科研机构和知名期刊等推荐该片，为中国抗疫成效点赞。

（三）向谁讲。从1950年《中国报道》世界语版创刊起，我们就有明确的目标受众。目前中国报道社旗下各个产品，也都有明确定位。在国家外宣格局和中国外文局战略布局中，中国报道正在构建面向东盟乃至整个亚太区域的国际传播综合平台。

例如《中国东盟报道》创刊短短几年已经成为中国和东盟十国民众双向了解的重要平台。时任缅甸总统吴廷觉、菲律宾前总统阿罗约、泰国总理巴育等多位东盟国家首脑、部长、驻华大使，都是中国报道的采访对象。《中国东盟报道》也成为中国与东盟国家友好交往的纽带和桥梁，《中国东盟报道》在东盟多国举办了文化交流活动；东盟国家政要、主流媒体通过《中国东盟报道》来华进行多次交流、参访。

泰国国家研究院泰中“一带一路”研究中心主任苏拉西·塔那唐上将表示，《中国东盟报道》为泰国开辟了一个持续了解中国国家发展思想和中国社会的窗口，让泰国能够从不同视角纵观中国国家发展历程与发展成果，促进了泰中两国互联互通、可持续发展、脱贫致富等领域的合作。同时，《中国东盟报道》也勾勒出中国人民对幸福美好生活的追求，和平稳定的小康社会同样也是泰国人民的追求，这也促进泰中两国各领域、各阶层的文明交流互鉴，促进人类命运共同体建设。

印尼驻华大使苏更·拉哈尔佐表示,《中国东盟报道》越办越好,反映了中国与东盟国家间友好关系不断深化,我们共同推动印尼与中国的交往领域不断拓展,两国人民的关系日益密切,这是我们希望看到的。

《中国报道》世界语网络版在全球世界语领域具有重要影响力,年访问量600多万次,中国网世界语频道年访问量更是超过6000万次。其微信和Facebook账号也已经成为该类别里影响力最大的社交媒体账号。同时,世界语团队以新媒体产品为主打,加强新闻产品的海外落地及国际合作工作,分别与国际世界语科技协会、蒙古LCN电视台、国际世界语广播网“穆匝伊卡”等国际组织和媒体签订海外合作备忘录;在十九大、两会、金砖峰会、“一带一路”建设、扶贫攻坚等重大对外宣传报道中发挥积极的作用。

解读中国工作室作为具有国际化视野和实践经验的成熟视频制作团队,不断面向海外对象国有重点地推出优秀的视频内容。2019年,解读中国工作室和美国CNBC联合摄制纪录片《之江故事》,在CNBC电视台和华尔街日报播出,该片被国家广电总局列入“壮丽七十年 荧屏庆华诞”主推片单;拍摄制作的亚洲文明对话大会主题音乐短片《声声慢·致文明》,在国内播放量达2.3亿,境外播放次数超过1100万。

(四) 在哪讲。随着移动阅读的浪潮式发展,期刊印刷出版遭遇严峻挑战。尤其对于外宣媒体来说,如何不负使命、坚守和开拓国际传播领域?这就要求我们做好媒体融合这篇大文章,不断拓展传统媒体旗下的传播平台渠道,不断扩大海内外覆盖面和影响力。

首先是要顺应媒体业态的创新变革,开拓新的话语阵地。《中国报道》从世界语版转型网络版的时候就开始探索。2011

年12月,基于《中国报道》中文版和世界语网络版采编力量成立的《中国文摘》编辑部,在苹果商店推出了“全球首款中英双语财经内容iPad应用”——iDigest中国文摘。此后3年运营实践中,中国文摘曾荣获“苹果报刊亭中国区新闻与政治类精品推荐时下热门”第一名,并在“新闻与政治类免费产品排行榜”中长期占据第10~15名的领先地位,产品逐渐覆盖了苹果、安卓和Windows三大主流操作系统的平板电脑和智能手机,在海内外积累了40多万用户。2015年,以iDigest中国文摘项目团队为班底,中国外文局成立了融媒体中心;中国报道杂志社则被评为数字出版转型示范单位,同期入选的中央期刊只有3家。

其次创新传播渠道,用好海外社交媒体,是外宣媒体发展的必由之路。2016年,《中国东盟报道》创刊后即开设了海外社交媒体账号,入住各大平台,限于人力,当时主要用英文进行传播。2018年曼谷分社成立后开始独立运营泰语脸书账号。疫情发生以来,根据受众需求,《中国东盟报道》陆续开通了缅文、印尼文、马来文三个独立的Facebook平台账号,逐步形成并完善了“多语种联动”的工作机制:以英文采编为基础、联合选题、多语加工、分众传播。面向东盟的各社交媒体平台在2020上半年粉丝量和互动量迅猛增长,累计发布各类推文和视频1100余条,报道总体覆盖量突破2500万,总互动量突破240万,传播实效不断凸显。

同时,我们也开始探索国际版权合作,为文化交流实践进行铺路架桥。2015年,《中国报道》旗下《设计时代》杂志与意大利MONDADORI集团的国际权威设计期刊INTERNI开始版权合作,《INTERNI设计时代》创刊发行;2018年,旗下《世界》杂志也开始与法国费加罗集团的国际时尚

大刊 Madame Figaro 版权合作。2020 年 1 月 7 日,联合国教科文组织旗舰杂志《信使》世界语版合作出版签约仪式正式举行,“花落”中国报道社。值得一提的是,这种版权合作也为我们中国文化“走出去”,特别是中外文化交流提供了丰富的可能性。

三、创新国际传播手段

习近平总书记指出,要精心做好对外宣传工作,创新对外宣传方式,着力打造融通中外的新概念新范畴新表述,讲好中国故事,传播好中国声音。以此为遵循,中国报道社不断探索国际传播的新途径与新方法。

1. 用好科技、设计和艺术,精心组织高访外宣和国际人文文化交流活动。从 2016 年至今,中国报道社已经先后在泰国、印度尼西亚、德国、希腊、法国、文莱、西班牙、意大利等国精心策划组织了“我们在一起”中泰友好故事主题展、“海丝明珠”图片展、“创新中国”互动展、“2022 北京欢迎你”冬奥主题展、“中国设计四十年——传承与创新”主题设计展和中法设计论坛、“丝路华章”文化展、“文明的回响”主题艺术展和中西艺术论坛、“千亿像素看中国——城市与人”主题互动展等近 20 场配合高访的高端外宣活动。

2. 打造中国—东盟、中韩等媒体交流品牌活动,不断拓展面向东盟乃至整个亚太区域的“朋友圈”。自 2015 年起,中国报道杂志社与中国—东盟中心等连续合作组织了 5 次“中国—东盟共建 21 世纪海上丝绸之路”中外媒体联合采访活动,邀请东盟 10 国主流媒体记者近百人,先后参访了我国 10 余个省(区、市);自 2016 年起,中国报道杂志社连续 4 年邀请缅甸主要媒体记者 50 余人,在全国两会和党的十九大期间来华采访报道,成为两会采访报道的一道亮丽的风景线;自 2018 年起,中国报道杂

志社每年举办一次“中国—东盟媒体合作论坛”,邀请我国和东盟国家新闻主管部门官员及我中央和地方主要媒体、东盟国家主流媒体、中外专家学者等代表参加,围绕共同关心的话题交流互动,促进彼此的了解与合作;2018 年,中国报道杂志社开始承办中韩媒体高层对话活动。迄今,中韩媒体高层对话已成为中韩两国新闻媒体界最具代表性和影响力的机制化交流平台。

3. 创新搭建民间交流交往平台,切实促进民心相通。中国报道社旗下中华全国世界语协会和世界语编辑部以国际世界语大会为平台,通过图书、图片、书画展览和工艺品制作、世界语影视作品赠送等活动,在越南、蒙古、韩国、瑞典、冰岛、阿根廷等国家多元化、立体地展示中国形象。2020 年开始负责编译出版的联合国教科文《信使》世界语版,可望加强与联合国教科文组织和国际世界语协会两大国际组织的联系。2015 年 4 月,中国报道社发起成立了北京中道公益基金会,旨在通过民间形式资助、扶持、推动中国国际传播能力建设、对外文化交流等公益事业发展。成立以来,基金会先后在柬埔寨、老挝、卢旺达、巴布亚新几内亚、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦、缅甸等国家开展“光明书香”公益捐赠活动,通过向当地中小学校学生捐赠学习用品,培育当地知华友华民意基础。“光明书香”公益捐赠活动广泛吸收国内外社会各界人士参与,当地政府、学校、媒体对来自中国的爱心赞誉有加,社会反响良好,更进一步提升了对外传播影响力。

4. 积极探索本土化,以泰国曼谷分社为支点拓展文化交流渠道。曼谷分社设立以来,通过拜会、走访等形式,建立了与泰国政府新闻主管部门、媒体机构、智库、大专院校、民间团体等的良好关系,拓展了中国与泰国各界文化交流的渠道,更为

《中国报道》开展精准高效传播奠定了基础。2018年8月，曼谷分社联合东盟数字经济研究院、泰中友好协会、泰中记者协会、中科院曼谷创新合作中心在泰国曼谷共同举办“2018东盟数字经济峰会”。2019年3月，《中国关键词“一带一路”篇》泰文版首发式暨中泰高端智库对话会活动在泰国曼谷举办。也是归因于本土化团队的建设，《中国东盟报道》泰语脸书账号粉丝迅速超过了7万，疫情期间一直保持日均10万的访问量、8000~10000的互动量，人气很旺。

5. 发挥《中国报道》《中国东盟报道》媒体资源优势，与东盟有关国家主流媒体积极开展国际传播合作。近年来，中国报道杂志社与新加坡《联合早报》（中文）、《菲律宾星报》（英文）、泰国《曼谷商报》（泰文）建立了长期合作机制，刊发的“聚焦中国”（China Focus）专版内容紧扣我对外宣传重大选题、重要活动，就构建人类命运共同体、改革开放40年、中美贸易摩擦、东盟工业4.0、新中国成立70年等热点话题约请中外专家进行权威解读，内容获得有关国家政要、专家学者、媒体人士等的好评。

四、下一步的思考

70年来，中国报道社取得了一定的成绩，但是，随着互联网技术的迅猛发展和数字信息化变革，传媒技术的创新和新媒体业态的蓬勃发展，深刻影响着传统期刊业，期刊业面临着整体转型的机遇和挑战，要在办刊理念、内容生产、创新机制、融合发展等方面向“现代媒体”业态转型升级。

尤其是新冠肺炎疫情发生以后，世界经济面临复杂严峻形势，国际秩序受到严重冲击。在百年未有之大变局中，如何对外讲好中国故事，增进世界对中国全面、

客观、真实的认识与理解，增进世界各国的文明互鉴和民心相通，已经成为了我们面临的崭新课题。对此，我有几点思考，提出来与各位同仁共商。

一是如何进一步构建官方对外传播话语体系。今年是人类发展史上极不平凡的一年，也是中华民族实现全面复兴、走向世界舞台中心过程中遭遇最大挑战的一年。中国共产党治国理政、中华优秀传统文化、40多年来中国改革开放的伟大成就等，都是我们提升国际话语权的深厚底蕴和内容载体。这也是我们外宣的重要任务和使命。在当前国际形势下，如何打造易于为国际社会所理解和接受的新概念、新范畴、新表述，面临更大的挑战。

二是如何进一步发挥公共外交和民间外交的作用。民心相通是国家外交的基础，“国之交在于民相亲，民相亲在于心相通。”如何促进中国与世界各国人民之间的交往，通过文化、旅游、教育、体育、媒体等方式，建立相互间的沟通和交流，促进对相互的了解、理解和好感，在当前显得尤为紧迫。

三是如何进一步做好文化传播的大文章。文化传播与国家形象紧密相连，我们要创新文化传播，在世界文明百花园中凸显中华文化所特有的基因与价值理念。但随着全球一体化进程的加快以及逆全球化思潮的抬头，跨文化交流也面临着新的问题与挑战。

以上汇报，仅仅是基于工作经验和个人思考，肯定还有不成熟之处，还请大家批评指正！再次感谢尚之会长和中国期刊协会！

吴尚之：讲好中国故事，传播好中国声音，向世界展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力和中华文化软实力，是新形势下期刊工作的使命任务。如何讲好，并非易事！今天，陈实同志与我们分享了《中国报道》杂志的宝贵经验。这些

经验概括起来主要有以下几点。

一是要在讲故事的内容和主题方面下功夫，解决好讲什么的问题。中国报道杂志社努力担当使命，向世界主动讲好中国共产党治国理政的故事、中国人民奋斗圆梦的故事、中国坚持和平发展合作共赢的故事。

二是要在讲故事的方式、手段和要求上下功夫，解决好怎么讲的问题。中国报道杂志社坚持贴近中国发展的实际，贴近国外受众对中国信息的需求，贴近国外受众的思维习惯，做到春风化雨，润物无声。

三是在讲故事的对象上下功夫，解决好向谁讲的问题。中国报道杂志社从创刊

以来，就着力研究读者对象，明确目标受众，做好读者定位。

四是在讲故事的载体、渠道、平台、手段上下功夫，解决好在哪里讲的问题。中国报道杂志社适应新媒体、新技术发展的新形势，开拓新的话语阵地，创新国际传播手段，用好海外社交媒体，加强人文交流，拓展“朋友圈”，积极探索本土化，开展国际版权合作，把“自己讲”与“别人讲”结合起来，

最后，让我代表中国期刊协会，感谢陈实同志的精彩演讲！感谢大家对刊协讲堂的支持！

报：中宣部出版局、传媒监管局、进出口管理局、干部局

民政部社团管理局

送：协会会长、副会长，常务理事、理事单位，会员单位，分会

中宣部主管的新闻出版社团

各省市区新闻出版局、期刊协会

特聘专家

中国期刊协会秘书处

地址：北京市西城区宣武门东河沿街 69 号
正弘大厦 2 楼

邮编：100052

电话：010-51321728

传真：010-51321727

E-mail: zhanghong2009_cpa@163. com

网址: www. cpa-online. org. cn

准印证号：京内资准字 2012—L0073 号

联系人：章 红

