

New Media

网络传播

2019年3月号 总第184期

风向

引领媒体融合走上快车道

月报

政务新媒 蹄疾步稳

舆论场

展现时代作为 谱写壮丽篇章

探索

浅析地方媒体融合发展现状



ISSN 1672-7967



9 771672 796795

0.35 邮发代号: 80-199



New Media
网络传播

(2019年3月号 总第184期)

主管单位 中央网络安全和信息化委员会办公室
(国家互联网信息办公室)

主办单位 中国网络空间研究院

出版单位 《网络传播》编辑部

学术咨询委员会 陈昌凤 杜骏飞 方兴东 高 钢
(按姓氏拼音排序) 胡 泳 李本乾 李良荣 彭 兰
强 荧 沈 浩 宋建武 唐绪军
韦 路 谢新洲 熊澄宇 张志安
钟 瑛

主编 夏文辉
副主编 孙光海 马冉冉
编辑部主任 刘沁娟
新媒体部主任 王 静
行政事务部主任 刘 婷
发行部主任 代秀强
首席选题编辑 潘树琼
编辑·记者 杨 洋 陈琳辉 陈历凤
特邀记者 夏熊飞 熊浩然 李天楠

地址 北京市东城区朝阳门内大街190号
投稿邮箱 wangluocb@vip.sina.com
编辑部 010-55624927
新媒体部 010-55624933
发行部 010-55624926
传真 010-55635335
邮编 100010
出版日期 每月15日

印刷 北京华联印刷有限公司
刊号 ISSN 1672-7967 CN 11-5195/G2
广告许可证 京西工商广字第 0412 号
定价 25.00 元
国内发行 全国各地邮局
邮发代号 80-199
举报电话 010-68300135



官方微信



官方微博

版权声明:

本杂志全部著作, 由本杂志社享有相关著作权利。未经本杂志社许可, 任何个人或组织不得转载、摘编或做任何利用。
如有印刷质量问题或装订错误, 请联系北京华联印刷有限公司调换。电话010-87110715

本刊已被CNKI系列数据库收录, 其作者文章著作权使用费与本刊稿酬一次性给付。免费提供作者文章引用统计分析资料。
如作者不同意文章被收录, 请在来稿时向本刊声明, 本刊将做适当处理。

局长主任
访谈



微信扫我 查看所有
已更新局长主任访谈

微言大义， 访地方网信领军人物， 谈前沿治网管网理念

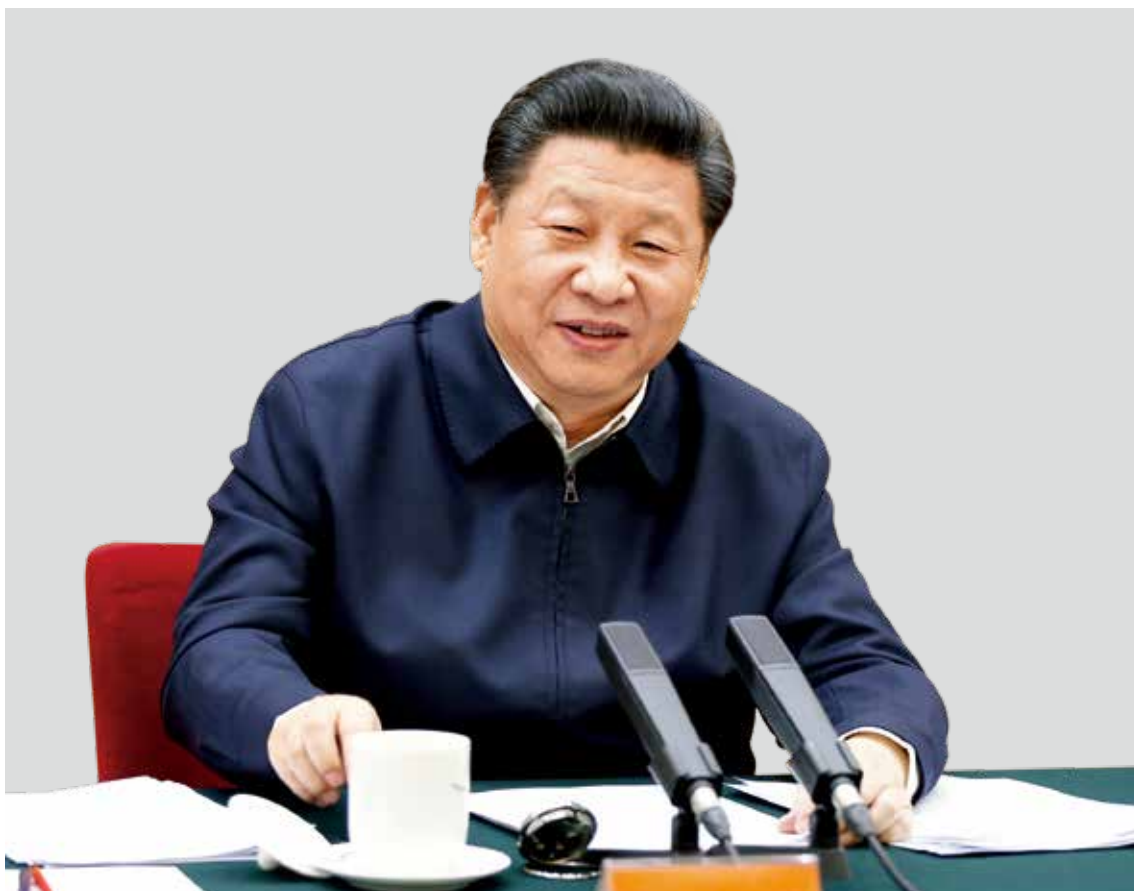
精彩不断奉上
敬请关注 ▶

New Media
网络传播

“局长主任访谈”是本刊重点推出的原创栏目，陆续播发各省市网信办主任的访谈文章，聆听他们的网信故事，分享管网经验，传播治网理念。

已受访单位名录：

北京市委网信办、浙江省网信办、贵州省网信办、安徽省网信办、新疆维吾尔自治区党委网信办、西藏自治区党委网信办、广东省网信办、上海市委网信办、甘肃省委网信办、黑龙江省委网信办、重庆市委网信办、湖南省委网信办、江西省委网信办、宁夏回族自治区网信办、陕西省委网信办、河北省网信办、湖北省网信办、青海省网信办、内蒙古自治区党委网信办、四川省委网信办、成都市网信办、武汉市网信办



08

引领媒体融合走上快车道

习近平总书记对全媒体时代的深刻洞察，对信息化大势和发展机遇的敏锐把握，对媒体融合发展的科学谋划，正指引中国的媒体融合发展走上快车道。



风向

12

- 05 月度速览
- 08 引领媒体融合走上快车道
- 12 重庆：“三项工程”助力脱贫攻坚
- 14 陕西：为新时代追赶超越提供保障
- 16 海南：护航自贸区自贸港建设
- 18 综述 | 讲述年味好故事 融媒呈现报新春
- 20 综述 | 融合发展重互动 全媒传播有特色
- 21 千龙网：坚持守正创新 多元立体传播
- 22 东方网：聚焦主题主线 实现“四个突破”
- 23 华龙网：观点可视传播 融评有声有色

- 24 红网: 创新叙事方式 实现轻松表达
- 25 津云新媒体集团: 打出“组合拳”多形式呈现
- 26 长城新媒体集团: 发挥特色优势 全景展现盛况
- 27 大众网: “融媒+”思维传播 六层面阅读两会
- 28 中国江西网: 融媒协同作战 产品创意不断
- 29 南方网: 融媒创新再发力 传播两会好声音
- 30 浙江在线: 拼“问题竞争”交特色答卷
- 31 大河网: 立足自身优势 注重精品传播
- 32 多彩贵州网: 聚焦贵州“大事” 打造“四全”报道
- 33 封面新闻: 融媒体强传播 全方位“看”两会



54

政务新媒体的发展优势与问题对策

政务新媒体在互联网时代快速上升成为重要的舆论矩阵, 满足了人民群众对于权威信息和优质服务的需求, 产生了积极的舆论引导作用

月报

- 35 政务新媒 蹄疾步稳
- 36 **发布** | 推进政务新媒体健康有序发展
- 38 **沙龙** | 新媒体行健 政务致远
- 42 **案例** | 共青团中央: 主动发声, 正能量引领好青年
- 44 **案例** | 中国长安网: 第一现场, 回应关切四两拨千斤
- 46 **案例** | 成都发布: “现在发布”, 匹配城市能级搭桥梁
- 48 **案例** | 四平警事: 寓教于乐, 小剧场普法接地气
- 50 **平台** | 抖音政务: 短视频: 政务信息传播新阵地
- 52 **平台** | 微信政务: 民生为本, 智慧政务再上新台阶
- 54 **解读** | 政务新媒体的发展优势与问题对策



68

展现时代作为 谱写壮丽篇章

“风从海上来·改革进行时”报道重视聚合传播, PC端、移动端、传统媒体联动, H5、短视频、动漫各种传播形式鲜活生动

舆论场

- 57 舆情热点
- 60 中国西藏网: 必由之路, 媒体融合正在行进中
- 62 央广网: 技术支持, 推动媒体深度融合
- 64 中国新闻网: 精雕细刻, 发力融合报道与传播
- 66 人民出版社: 打破介质壁垒 迈向智能未来
- 68 展现时代作为 谱写壮丽篇章
- 70 中国日报: “微缩”报道 创新叙事
- 71 封面新闻: “上天入地”非凡体验
- 72 人民日报社新媒体中心: 细节炸裂 精益求精
- 73 新华社新媒体中心: 国潮元素 视觉盛宴
- 74 光明网: 本色出镜 真实记录
- 75 求是网: 形象亲民 理论鲜活
- 76 津云新媒体集团: 匠心拍摄 潜心制作
- 77 华声在线: “穿越”之旅 奋斗缩影
- 78 “拼”出网络扶贫新思路
- 80 网络传播视觉榜



85

省级平台助力县级融媒体中心建设

着力把县级融媒体中心建成一个省县协同运营、顶尖技术支撑、资源互联互通、内容多样发布、信息权威快速、服务实用便捷的综合性平台

探索

- 85 荔枝云: 省级平台助力县级融媒体中心建设
- 88 四川广播电视台: 实现县级融媒体中心“拎包入住”
- 90 河北衡水县融媒体中心: 打造“先头部队”破解四大难点
- 92 华龙网: 守正创新, “融·0”再出发
- 94 浅析地方媒体融合发展现状

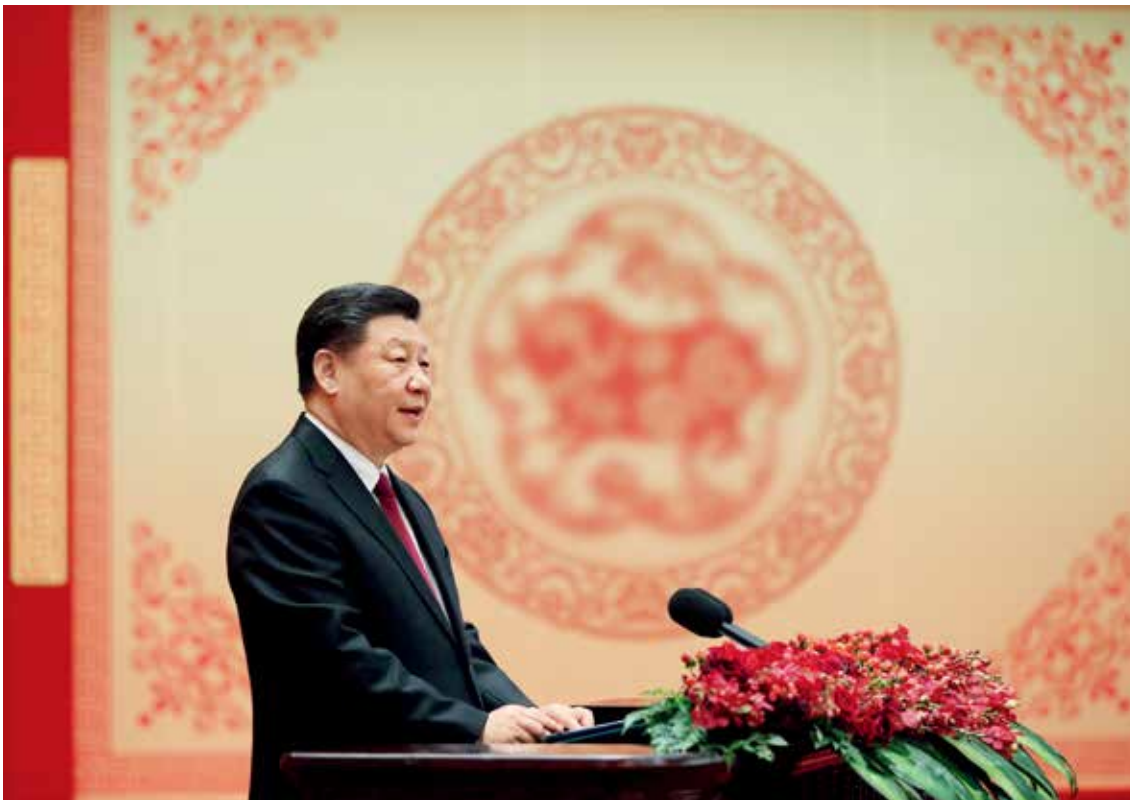
风向

Trend

在这里，看到网信工作前沿报道、互联网政策解读；
在这里，聆听黄钟大吕、微言大义；
在这里，触摸网络传播时代脉搏。



月度速览



图/新华社记者鞠鹏摄



2月3日，中共中央、国务院在北京人民大会堂举行2019年春节团拜会。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平发表讲话。

习近平在讲话中强调，春华秋实，岁物丰成。过去的一年，我们在前进路上奋力奔跑，跨过许多沟沟坎坎，越过不少激流险滩，很辛苦、也很充实，有付出、更有收获。我国经济稳中有进，改革开放迈出新步伐，三大攻坚战有力推进，脱贫攻坚成效显著，国防和军队改革继续深化，中国特色大国外交谱写新篇，全面从严治党向纵深推进，社会大局保持稳定，人民群众获得感、幸福感、安全感持续增强，贯彻落实党的十九大精神实现了良好开局。我们的党、我们的国家、我们的人民在奋斗中收获了更多自信和勇气，更加坚定、更加昂扬地走在实现“两个一百年”奋斗目标的广阔道路上。党和国家事业发展的一切成就，归功于人民。只要我们紧紧依靠人民，就没有战胜不了的艰难险阻，就没有成就不了的宏图大业。

1

习近平会见探月工程嫦娥四号任务参研参试人员代表

2月20日，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在北京人民大会堂会见探月工程嫦娥四号任务参研参试人员代表。他强调，太空探索永无止境。我国广大科技工作者、航天工作者要为实现探月工程总目标乘胜前进，为推动世界航天事业发展继续努力，为人类和平利用太空、推动构建人类命运共同体贡献更多中国智慧、中国方案、中国力量。习近平强调，实践告诉我们，伟大事业都始于梦想。梦想是激发活力的源泉。中华民族是勇于追梦的民族。党中央决策实施探月工程，圆的就是中华民族自强不息的飞天揽月之梦。月球探测的每一个大胆设想、每一次成功实施，都是人类认识和利用星球能力的充分展示。在建成社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的征途上，每一个行业、每一个人都要心怀梦想、奋勇拼搏，一步一个脚印，一棒接着一棒，在奋力奔跑和接续奋斗中成就梦想。

2

习近平主持召开中央全面依法治国委员会第二次会议

2月25日，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席、中央全面依法治国委员会主任习近平主持召开中央全面依法治国委员会第二次会议并发表重要讲话。他强调，改革开放40年的经验告诉我们，做好改革发展稳定各项工作离不开法治，改革开放越深入越要强调法治。要完善法治建设规划，提高立法工作质量和效率，保障和服务改革发展，营造和谐稳定社会环境，加强涉外法治建设，为推进改革发展稳定工作营造良好法治环境。中共中央政治局常委、中央全面依法治国委员会副主任李克强、栗战书、王沪宁出席会议。会议审议通过了《中央全面依法治国委员会2018年工作总结报告》《中央全面依法治国委员会2019年工作要点》《2019年中央党内法规制定计划》等文件稿。

3

习近平春节前夕在北京看望慰问基层干部群众

中华民族传统节日农历春节来临之际，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在北京看望慰问基层干部群众，考察北京冬奥会、冬残奥会筹办工作，向全国各族人民致以美好的新春祝福，祝各族人民幸福安康，祝伟大祖国繁荣吉祥。中共中央政治局常委、国务院副总理韩正陪同考察北京冬奥会和冬残奥会筹办工作。2月1日，习近平在中共中央政治局委员、北京市委书记蔡奇和市长陈吉宁陪同下，深入机关、社区、冬训中心考察调研，给基层干部群众送去党中央的关心和慰问。在北京市公安局一层大厅，习近平同公安英模和干警代表一一握手。习近平强调，党中央十分关心过节期间全国特别是首都地区的社会稳定，为的是确保人民群众平平安安过好年。今年是新中国成立70周年，确保首都社会稳定，北京市使命光荣、责任重大、任务艰巨。要统筹推进各方面工作，坚决完成好任务，让党中央放心、让全国人民放心。

4

2019年争做中国好网民工程推进会在京召开

2月14日，中央网信办联合教育部、中国人民银行、全国总工会、共青团中央、全国妇联等部门在北京共同召开2019年争做中国好网民工程推进会，总结2018年工程开展情况，并对2019年工作进行部署。中央网信办副主任刘烈宏出席会议并讲话。会议强调，实施争做中国好网民工程要高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜，聚焦庆祝新中国成立70周年，强化守正创新，吸引凝聚更多网民在网上正面发声，让网络空间主旋律更加高昂、正能量更加充沛。要发挥广大网民积极作用，深化网络素养教育，健全多主体协同治理机制，推进网络文化活动品牌建设，助推网络综合治理体系加快建立健全。

5

国家网信办约谈约见微信等4款社交类应用企业负责人

近期，国家网信办连续约谈约见“微信7.0版”“聊天宝”“马桶MT”“多闪”等四款社交类新功能新应用企业负责人，责成有关



供图/视觉中国

企业履行和完善安全机制程序，依法开展安全评估工作。国家网信办有关负责人表示，互联网企业应强化安全和法治意识，依法依规经营，确保网络空间清朗。近年来，国家网信办依据《网络安全法》相继出台《互联网新闻信息服务新技术新应用安全评估管理规定》和《具有舆论属性或社会动员能力的互联网信息服务安全评估规定》等法规性文件，对互联网新技术新功能新应用上线所应该履行的工作程序作了明确规定。

6

深入推进专项整治 持续发力净化网络生态

今年1月以来，国家网信办在全国范围内开展网络生态专项治理工作，持续解决网络生态突出问题，截至2月25日，累计清理涉网络生态问题的有害信息4437万余条，注销违法违规账号49万余个，关闭、取消备案网站1462家。

7

北京市委网信办开展“2019年北京网络媒体新春走基层”活动

近日，北京市委网信办组织属地近30家新闻、视频网站40余人走进大兴区、门头沟区，开展“2019年北京网络媒体新春走基层”活动。活动围绕疏解整治促提升、美丽乡村建设、产业结构转型升级等首都重点工作，先后调研走访了中关村科技园大兴园、大兴区魏

善庄半壁店村，门头沟区炭厂村、水峪嘴村等地，并同相关企业、村委会负责人和村民代表交流座谈。

8

天津开展“增强‘四力’网络媒体记者走基层看津城”活动

2月12日至15日，天津市委网信办组织多家中央媒体驻津频道和属地网站的25名采编人员深入天津各区，开展网络媒体新春走基层集中采访活动。此次采访充分展现了天津着力追求高质量发展的生动实践；充分展现了天津各区抓项目、促发展、保民生的担当作为；挖掘了一批优化营商环境、强化社区治理、企业转型发展智慧城市建设和创文创卫等方面的经验典型、亮点工程、样板企业和生动故事。

9

河北省委网信办举办“四力课堂”学习活动

近日，河北省委网信办在机关举办“四力课堂”学习活动。“四力课堂”是河北省委网信办深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，打造忠诚干净担当网信铁军的具体举措，旨在提升河北省委网信办全体干部职工政治素养、业务能力和理论水平，不断增强脚力、眼力、脑力、笔力。

10

新疆互联网信息办公室查处违法违规网站248家

近期，新疆互联网信息办公室依法依规查处传播损害国家荣誉和利益言论、传播谣言信息、传播赌博色情信息内容的违法违规网站248家；注销发布损害国家荣誉和利益言论、传播分裂思想、传播谣言信息的新媒体平台违法违规账号43个；约谈传播谣言信息的新媒体账号负责人1次。■

(新闻选取时间为2019年2月1日至28日)



引领媒体融合 走上快车道

整理 / 本刊编辑部

2016年2月19日，习近平总书记到人民日报社、新华社、中央电视台等3家中央主要新闻单位调研，主持召开党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话。

座谈会上，习近平总书记专门就推动融合发展、借助新媒体传播优势提出要求，强调要从“相加”到“相融”，着力打造新型主流媒体。

三年之期，坚志勇为；夕寐宵兴，久久为功。

2019年1月25日，习近平总书记在主持中共中央政治局第十二次集体学习时，再次深刻分析全媒体时代的挑战和机遇，明确提出推动媒体融合向纵深发展的重大要求。

习近平总书记对全媒体时代的深刻洞察，对信息化大势和发展机遇的敏锐把握，对媒体融合发展的科学谋划，正指引中国的媒体融合发展走上快车道。

在习近平总书记“2·19”重要讲话发表3周年之际，

本刊梳理习近平总书记在两次会议召开前进行的实地调研和在会议上发表的重要讲话，以飨读者

党的新闻舆论工作座谈会： 坚持正确方向创新方法手段 提高新闻舆论传播力引导力

中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平

2016年2月19日在北京主持召开党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话。

召开这次座谈会，目的是推动新闻舆论战线适应形势发展积极改革创新，全面提高工作能力和水平。

实地调研



地点：人民日报社

2016年2月19日上午，习近平首先来到人民日报社调研。

在总编室夜班平台，习近平看编辑排版，同大家亲切交流，勉励他们不忘初心、坚定信念，把报纸办得更好，为全国人民提供更多更好的精神食粮。

习近平走进新媒体中心，在大屏幕前听取微博、微信、客户端工作介绍，并在一台电脑前坐下，通过新媒体平台发送语音信息，向全国人民致以元宵节的问候和祝福。

随后，习近平来到人民网演播室，通过视频同人民日报记者连线，同福建宁德市赤溪村村民交流。

地点：新华社

2016年2月19日上午10时许，习近平来到新华社，观看了新华社“历史与发展”主题展览。新华社负责同志介绍，他们正加快媒体融合发展，每天用8种文字向世界提供全媒体新闻和信息产品，习近平对此表示肯定。

在新闻信息发稿中心，习近平通过视频同正在河南兰考县采访的新华社记者连线，看了新华社丝路数据库、中国照片档案馆数据管理系统等新闻信息产品展示。习近平点击手机屏幕，通过新华社客户端为全国新闻工作者点赞。在国内部，一位刚从河北正定县“走基层”回来的记者向总书记汇报塔元庄村的新变化，习近平请他转达对乡亲们的问候。习近平还走进国际部、参编部等工作平台，同一线编辑记者交流，向大家表示慰问。

地点：中央电视台

2016年2月19日，临近中午，习近平来到中央电视台。他听取中央电视台板块业务、媒体融合等情况介绍，到总控中心观看电视传播能力建设视频展示，在《新闻联播》演播室、导控室向主持人和工作人员了解新闻制作导播流程，并亲自切换按钮体验模拟播出。

得知中央电视台海外业务发展很快，已形成全球化的采编和传播网络，习近平通过视频连线中央电视台北美分台负责人，询问他们在外工作情况，希望他们用好国际化传播平台，客观、真实、生动报道中国经济社会发展情况，传播中国文化，讲好中国故事，促进外国观众更多更好地了解中国。

重要论述

宣传思想工作的重要性

党的新闻舆论工作是党的一项重要工作，是治国理政、定国安邦的大事，要适应国内外形势发展，从党的工作全局出发把握定位，坚持党的领导，坚持正确政治方向，坚持以人民为中心的工作导向，尊重新闻传播规律，创新方法手段，切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。

做好党的新闻舆论工作，事关旗帜和道路，事关贯彻落实党的理论和路线方针政策，事关顺利推进党和国家各项事业，事关全党全国各族人民凝聚力和向心力，事关党和国家前途命运。必须从党的工作全局出发把握党的新闻舆论工作，做到思想上高度重视、工作上精准有力。

具体实践中的工作要点

牢记党的新闻舆论工作职责和使命

在新的时代条件下，党的新闻舆论工作的职责和使命是：高举旗帜、引领导向，围绕中心、服务大局，团结人民、鼓舞士气，成风化人、凝心聚力，澄清谬误、明辨是非，联接中外、沟通世界。要承担起这个职责和使命，必须把政治方向摆在第一位，牢牢坚持党性原则，牢牢坚持马克思主义新闻观，牢牢坚持正确舆论导向，牢牢坚持正面宣传为主。

坚持党性和人民性的统一

党的新闻舆论工作坚持党性原则，最根本的是坚持党对新闻舆论工作的领导。党和政府主办的媒体是党和政府的宣传阵地，必

中共中央政治局第十二次集体学习： 推动媒体融合向纵深发展 巩固全党全国人民共同思想基础

中共中央政治局2019年1月25日上午就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习。这次中央政治局集体学习把“课堂”设在了媒体融合发展的第一线，采取调研、讲解、讨论相结合的形式进行。

实地调研

地点：人民日报社新媒体大厦

2019年1月25日上午，在习近平带领下，中共中央政治局同志来到人民日报社新媒体大厦。他们首先在人民日报数字传播公司现场察看和了解电子阅报栏建设和推广应用情况。

习近平强调，电子阅报栏是媒体传播的一种重要创新。要不断总结经验，在思路、体制机制、方式方法上继续探索，在向基层拓展、向楼宇延伸、向群众靠近上继续下功夫，为人民群众提供更多更好的文化和信息服务，让人民日报离人民更近，做到人民日报为人民。

采编发流程再造和融媒体中心建设是媒体融合发展的重要一环。习近平等来到人民日报“中央厨房”，结合短视频了解打通“报、网、端、微、屏”各种资源、实现全媒体传播情况。习近平同“麻辣财经”“一本政经”“侠客岛”“学习大国”等工作室采

编人员亲切交谈。

习近平指出，党报、党刊、党台、党网等主流媒体必须紧跟时代，大胆运用新技术、新机制、新模式，加快融合发展步伐，实现宣传效果的最大化和最优化。

在移动报道指挥平台前，习近平同正在河北省承德市滦平县平坊满族乡于营村采访的记者和扶贫驻村第一书记连线交流，了解该村脱贫攻坚工作进展情况。

随后，习近平等在人民日报新媒体中心听取了人民日报微博、微信公众号、客户端建设情况汇报，观看了新媒体产品展示。

习近平强调，党报党刊要加强传播手段建设和创新，发展网站、微博、微信、电子阅报栏、手机报、网络电视等各类新媒体，积极发展各种互动式、服务式、体验式新闻信息服务，实现新闻传播的全方位覆盖、全天候延伸、多领域拓展，推动党的声音直接进入各类用户终端，努力占领新的舆论场。

须姓党。党的新闻舆论媒体的所有工作，都要体现党的意志、反映党的主张，维护党中央权威、维护党的团结，做到爱党、护党、为党；都要增强看齐意识，在思想上政治上行动上同党中央保持高度一致；都要坚持党性和人民性相统一，把党的理论和路线方针政策变成人民群众的自觉行动，及时把人民群众创造的经验 and 面临的实际情况反映出来，丰富人民精神世界，增强人民精神力量。

坚持正确舆论导向

新闻舆论工作各个方面、各个环节都要坚持正确舆论导向。各级党报党刊、电台电视台要讲导向，都市类报刊、新媒体也要讲导向；新闻报道要讲导向，副刊、专题节目、广告宣传也要讲导向；时政新闻要讲导向，娱乐类、社会类新闻也要讲导向；国内新闻报道要讲导向，国际新闻报道也要讲导向。

坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主

团结稳定鼓劲、正面宣传为主，是党的新闻舆论工作必须遵循的基本方针。做好正面宣传，要增强吸引力和感染力。真实性

是新闻的生命。要根据事实来描述事实，既准确报道个别事实，又从宏观上把握和反映事件或事物的全貌。舆论监督和正面宣传是统一的。新闻媒体要直面工作中存在的问题，直面社会丑恶现象，激浊扬清、针砭时弊，同时发表批评性报道要事实准确、分析客观。

创新为要、融合发展，构建现代传播体系

随着形势发展，党的新闻舆论工作必须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制，增强针对性和实效性。要适应分众化、差异化传播趋势，加快构建舆论引导新格局。要推动融合发展，主动借助新媒体传播优势。要抓住时机、把握节奏、讲究策略，从时度效着力，体现时度效要求。

讲好中国故事、传播好中国声音、阐释好中国特色

要加强国际传播能力建设，增强国际话语权，集中讲好中国故事，同时优化战略布局，着力打造具有较强国际影响的外宣旗舰媒体。

重要论述

紧迫课题

推动媒体融合发展、建设全媒体成为我们面临的一项紧迫课题。

重要判断

全媒体不断发展，出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体，信息无处不在、无所不及、无人不用，导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化，新闻舆论工作面临新的挑战。

重磅要求

我们要因势而谋、应势而动、顺势而为，加快推动媒体融合发展，使主流媒体具有强大传播力、引导力、影响力、公信力，形成网上网下同心圆，使全体人民在理想信念、价值理念、道德观念上紧紧团结在一起，让正能量更强劲、主旋律更高昂。

战略部署

要抓紧做好顶层设计，打造新型传播平台，建成新型主流媒体，扩大主流价值影响力版图，让党的声音传得更开、传得更广、传得更深入。

要旗帜鲜明坚持正确的政治方向、舆论导向、价值取向，通过理念、内容、形式、方法、手段等创新，使正面宣传质量和水平有一个明显提高。

主流媒体要及时提供更多真实客观、观点鲜明的信息内容，掌握舆论场主动权和主导权。

要从维护国家政治安全、文化安全、意识形态安全的高度，加强网络内容建设，使全媒体传播在法治轨道上运行。

要全面提升技术治网能力和水平，规范数据资源利用，防范大数据等新技术带来的风险。

方法路径

要坚持一体化发展方向，通过流程优化、平台再造，实现各种媒介资源、生产要素有效整合，实现信息内容、技术应用、平台终端、管理手段共融互通，催化融合质变，放大一体效能，打造一批具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体。

要坚持移动优先策略，让主流媒体借助移动传播，牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点。

要探索将人工智能运用在新闻采集、生产、分发、接收、反馈中，全面提高舆论引导能力。

要统筹处理好传统媒体和新兴媒体、中央媒体和地方媒体、主流媒体和商业平台、大众化媒体和专业性媒体的关系，形成资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的全媒体传播体系。

要依法加强新兴媒体管理，使我们的网络空间更加清朗。

具体要求

各级党委和政府要从政策、资金、人才等方面加大对媒体融合发展的支持力度。

各级宣传管理部门要改革创新管理机制，配套落实政策措施，推动媒体融合朝着正确方向发展。

各级领导干部要增强同媒体打交道的能力，不断提高治国理政能力和水平。^[1]

(来源：新华社)

重庆：“三项工程”助力脱贫攻坚

重庆市委网信办通过实施高速宽带工程、信息乡村工程、信息服务工程等“三项工程”，全力打好全市脱贫攻坚战，助力贫困群众早日脱贫致富

文 / 文天平

近年来，重庆市深学笃用习近平总书记关于脱贫攻坚的重要论述，深入贯彻实施中央《网络扶贫行动计划》各项部署要求，坚持目标标准，聚焦深度贫困，贯彻精准方略。截至目前，重庆1919个贫困村已销号1821个，160万贫困人口脱贫，贫困发生率下降到1.27%。

重庆市委网信办紧扣职能定位，切实发挥统筹协调作用，积极整合部门资源，以“互联网+精准扶贫”工作思路，结合贫困地区特点，从全市贫困地区最薄弱、群众最期盼的信息基础设施建设着手，通过实施高速宽带工程、信息乡村工程、信息服务工程等“三项工程”，加快提升贫困地区信息化水平，快速打通贫困地区与外界的信息联通通道，激发贫困群众内生动力，全力打好全市脱贫攻坚战，助力贫困群众早日脱贫致富。

高速宽带工程： 弥合贫困地区“数字鸿沟”

2018年，重庆市委网信办会同市级有关部门制定出台《深度贫困乡（镇）信息通信基础设施建设实施方案》，提出优先建设18个深度贫困乡镇高速宽带网络。中国移动、中国电信、中国联通三家电信运营商和铁塔重庆分公司共计投资7500万，新建开通4G基站310个，实现18



重庆市酉阳县留守儿童在“爱心小屋”集中学习。图/华龙网 崔迪 摄

个深度贫困乡镇92个行政村人口聚居区4G网络和光纤网络覆盖，为全市精准脱贫打下了坚实基础。

巫溪县红池坝镇是重庆市18个深度贫困乡镇之一，平均海拔2000米。在脱贫攻坚战中，当地政府依托独特的自然条件，打造出“春观山花夏避暑、秋赏彩林冬戏雪”的特色扶贫旅游产业，吸引了众多游客。三家电信运营商通过布局免费Wi-Fi和加大4G基站覆盖密度等方式，让游客的朋友圈照片“秀”得出，抖音小视频“发”得了，红池坝风景区的美景乘着网络信号“走”得更远，提高了当地知名度和美誉度。

此外，重庆市委网信办还鼓励支持电信运营企业推出优惠资费，开展扶贫终端赠送和资费补贴等活动，降低贫困地区低收入人群网络使用费。以奉节县为例，光纤宽带使用门槛进一步降低，月套餐费用降至60元，贫困群众还可以选择按天计费模式；手机套餐月费用降至8元，惠农网内用户通话降至0.01元/分钟，让当地群众用得起、愿意用，主动拥抱互联网。

信息乡村工程： 助推贫困群众稳步增收

民之所望，施政所向。从贫困群众

最期盼的信息覆盖、政务服务、产业发展、民生服务项目着手，重庆市委网信办建立全市网络扶贫工作协调机制，会同市经济信息委、市通信管理局制定《重庆市乡村振兴“信息乡村”建设方案》，引导各基础电信企业充分利用光纤、无线、有线电视网等网络资源，综合运用大数据、云计算、物联网等新一代信息技术，在全市启动开展“互联网小镇”与“互联网村”相结合的“信息乡村”建设工作。

通过开展“信息乡村”试点示范建设，促进农业与服务业、工业融合发展，助推示范乡镇和试点行政村政务服务、民生服务能力提升，形成了全市“信息乡村”工程建设“一体两翼”格局。

（一）“一体”：促进农业与服务业、工业融合发展

贫困群众的经济收入主要靠两头，一头是要农产品种得好，另一头是要价格卖得高。抓好这两头，贫困群众脱贫就有了基本保证。

首先，助力精准化种养殖，提高农产品附加值。当下，将物联网、互联网等信息技术融入农业生产，推进精准化种养殖在“互联网小镇”已经不是新鲜事。在綦江区隆盛镇，数百头黑猪在山坡上自由奔跑，通过高速互联网和高清摄像头的搭配组合，管理员可以远程监控黑猪生长情况，进一步提高精细化养殖能力。

其次，电商平台是解决农产品卖出好价钱的重要手段。2018年，全市设立村级电商服务站1556个，建成网上村庄村级服务站835家，覆盖24个区县。14个贫困区县均初步完成区域物流资源整合并建成区县级物流分拨中心，累计建成567个乡镇物流配送站、2987个村级物流点，全年农产品消费和上行销售达到2.2亿元。在秀山、彭水、城口等贫困区县，“信息乡村”电商平台直接拉动在线交易

额30多万元。

（二）“两翼”：镇村政务服务和民生服务能力双提升

镇村政务服务能力提升，主要聚焦镇村宣传、政务公开、培训服务等，通过宣传乡镇特色优势资源，让“藏在深山人未识”的乡村“走出大山天地宽”。镇村一级依托重庆市电子政务外网，按需建设“互联网小镇”特色应用，实现了政务公开及基层干部无纸化、移动化办公。启用了包含阳光惠农、便民服务、党员教育、可视通话（渝眼）、TV剧场、农业指导、农家土特产（电视商城）等功能，提升基层执政能力和水平。依托手机App和电视点播等服务，为贫困群众提供培训服务和“一站式”网络就业服务。

镇村民生服务能力提升，主要聚焦统筹社会综合治理、信息惠民、文化教育、医疗卫生等工作均衡发展，为贫困地区群众提供信息化、数字化的高质量民生服务。

截至2018年底，重庆市9个深度贫困乡镇实施“互联网小镇”示范建设，89个行政村开展“互联网村”建设。到2020年，计划建成“互联网小镇”250个、“互联网村”2500个。

信息服务工程： 共建共享智能化成果

贫困地区信息化建设就是要让贫困地区的群众共享智能化成果，享受线上线下一体化基本公共服务。对此，重庆市委网信办针对贫困地区特点，通过建设“智慧社区（村）”云平台、建立农村留守儿童和困境儿童信息台账、完善最低生活保障管理系统三个方面，加快电子政务向基层延伸，通过一体化政务服务平台，让信息多跑路，群众少跑腿。

建立“智慧社区（村）”云平台。以社区（村）自治管理服务和老年人养老为两

大中心，按照“大数据+大平台”的思路，先期布局建设智慧社区一体化管理服务平台、智慧养老信息服务平台、养老服务机构管理信息系统、决策支持及监管系统四大系统，推进互联网、大数据、云计算、物联网技术与社区（村）服务和养老服务的深度融合，建设一个云端一体化、线上线下一体化、城乡一体化、管理服务一体化的智慧社区（村）和智慧养老信息平台。村民可以通过手机、电脑、电视登录平台，参与村级自治管理，可实现换届选举、矛盾纠纷调解、志愿者登记等三十余项功能。在养老服务方面，村民可以通过平台了解居家养老信息、健康监测、远程医疗、预约养老服务等近五十项功能，实现足不出户享受信息化、智能化、精细化的政务服务。

建立农村留守儿童和困境儿童信息平台。依托全国农村留守儿童和困境儿童信息管理系统编制全市农村留守儿童和困境儿童信息台账。台账精准掌握农村留守儿童和困境儿童数量规模、家庭情况、监护情况等基础信息，为各级政府保护儿童权益提供了数据支撑。同时，依托全国村居儿童主任（乡镇督导员）信息管理系统，实名登记1105名乡镇督导员和11170名儿童主任信息，开展全员培训，提升基层儿童队伍业务能力，更好地保障农村留守儿童合法权益。

建立最低生活保障管理平台。重庆市委网信办配合民政部做好社会救助公共服务和数据共享平台开发，将23.16万名扶贫对象纳入最低生活保障管理系统数据库，实现“精准救助”、应保尽保。同时，重庆市委网信办联合市民政局对重庆市社会救助家庭经济状况核查认定系统升级改造，依托大数据比对技术，实现救助人员精准识别，减少农村贫困群众材料递交次数，让群众少跑腿。 ■
（文天平：中共重庆市委网信办主任）

陕西：为新时代追赶超越提供保障

2018年，陕西网信事业全面发展，为新时代陕西追赶超越提供了良好网络舆论氛围、有力信息化支撑和可靠网络安全保障

文 / 鲍永能

2018年，网络强省、数字陕西、智慧社会成为陕西街头巷尾的热词，网络环境风清气正，数字经济加快发展，电子政务便民惠民，网络扶贫扎实推进，网络安全保障有力，全省网信事业蓬勃发展。

落实：

将党中央战略部署变成陕西具体行动

陕西省委高度重视网络安全和信息化工作，把学习宣传贯彻习近平总书记关于网络强国的重要思想作为重要政治任务。2018年4月27日，陕西省委召开常委会会议，传达学习习近平总书记在“全国网络安全和信息化工作会议”上的重要讲话和王沪宁同志总结讲话，对全省学习贯彻落实工作进行安排部署。陕西省委书记胡和平要求把学习习近平总书记关于网络强国的重要讲话精神与学习贯彻党的十九大精神紧密结合起来，着力在学懂弄通做实上下功夫，切实把思想和行动统一到党中央的要求上来，把全国网信工作的重大部署和各项要求落到实处。全省各级党委中心组将习近平总书记关于网络强国的重要思想列入学习计划，通过专家授课、集中轮训、专题研讨等多种形式组织专题学习。全省网信系统举办封闭式领导干部学习研讨班，召开务虚会、专题会，真正把习近平总书记关于网络强国

的重要思想传达到全省网信战线最前沿，用于指导网信工作新实践。2018年5月30日，陕西省委召开网络安全和信息化领导小组第三次会议和全省网络安全和信息化工作会议，深学笃用习近平总书记关于网络强国的重要思想，对推进网络强省、数字陕西、智慧社会建设作出系统谋划和全面部署。制定印发《贯彻落实全国网信工作会议重点任务分工》，真正将党中央的战略部署变成陕西的具体行动。

发展：

为新时代陕西追赶超越提供有力支撑

2018年，陕西网信事业全面发展，为新时代陕西追赶超越提供了良好网络舆论氛围、有力信息化支撑和可靠网络安全

保障。

（一）强化网络综合治理，为新时代追赶超越网聚正能量

弘扬主旋律、传播正能量，巩固全党全社会团结奋斗的共同思想基础。围绕习近平总书记重要活动、重要讲话，指导重点新闻网站集合中央权威媒体报道内容，在首页首屏常设“学习实践十九大精神”“领航新征程”“新时代新作为新篇章”等专栏，组织西部网“专家谈”、陕西传媒网“理论天地”、陕西网“红色基因传承频道”等理论传播频道持续深入宣传阐释，用习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神团结、凝聚亿万网民。

坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主，

2018年7月23日，全国青年学子网络安全万里行活动在陕西启动。供图/陕西省委网信办



形成网上正面舆论强势。围绕贯彻党的十九大精神、落实习近平总书记来陕视察重要讲话精神，精心组织开展“新时代·新梦想”网络媒体新春走基层、“中华文明凝心铸魂之旅”2018年全国网络媒体采访活动等10次网上主题宣传活动，原创、转载各类稿件61950篇，活动总阅读量超6.5亿，全面展现全省上下奋力追赶超越的生动实践。

一方面是不断弘扬网络正能量，一方面是依法严厉打击网络乱象和犯罪。网信、公安、通管等部门协同发力，持续开展“净网”“剑网”“清源”“护苗”等系列专项治理行动57项，重拳打击网络违法违规行为，集中整治网络舆论环境，网络谣言、网络色情等乱象得到有效整治。

(二) 信息化和数字经济蓬勃发展，为新时代追赶超越提供新动能

加快建设宽带、融合、安全、泛在的新一代信息基础设施。连续实施通信基础设施建设行动计划，全省通信光缆线路长度累计超过120万公里，新增光纤到户用户302.9万户，新增光纤到户端口170.17万个，新建4G基站10942个，全省95%的骨干网、城域网、接入网设备均已支持IPv6。

加速推动网信领域核心技术突破。发挥科教大省、军工大省优势，整合网络安全和信息化领域科教资源，依托西北工业大学组建陕西网络创新研究院，依托西安邮电大学组建西部数字经济研究院，依托相关高校和企业组建了大数据、云计算、网络安全、物联网、区块链等若干个技术工程中心和研究平台，形成了一批专攻网信领域关键核心技术的科研“陕军”。

加快推进“提速降费”和信息惠民工程。全省固定宽带平均可用下载速率提升至24.55Mbps，比2017年底提升29.3%；手机流量资费水平下降65%以上，家庭宽带

接入资费水平下降15%以上。全省贫困地区中小学宽带接入率达到96%，人人通综合服务平台引入基础教育优质资源700万条目，通过互联网共享优质教学资源，带领山里娃迈过“数字鸿沟”。网络扶贫试点初现成效，在全省建成72个县级电子商务服务中心、578个镇级电商服务站、5463个村级电商服务点，电子商务进村入户带领2.6万户贫困老乡脱贫致富。

国家电子政务综合试点扎实推进。上线运行了全省电子政务综合平台2.0，建成公共数据开放平台和省政务服务平台，省级行政许可事项网上受理、办理率达到70.1%，市级行政许可事项网上受理、办理率达到62.3%，省工商局等10余个部门已通过平台发布了124类共1654万多条开放数据。

(三) 筑牢网络安全防线，为新时代追赶超越提供安全保障

陕西省委认真落实网络安全工作责任制，制定印发《陕西省网络安全工作责任制落实考核办法(试行)》。按照市(区)党委、行业主管监管部门、关键信息基础设施管理单位三大类考核对象，对12个市(区)、69个省级部门共81个单位的网络安全工作责任落实情况进行考核，督促各级党委政府切实把网络安全工作责任履行到位。

金融、电力、通信、交通等领域的关键信息基础设施是经济社会运行的神经中枢，是网络安全的中中之重。省委网信办连续3年对全省关键信息基础设施开展网络安全检查，切实做到以查“促建、促管、促改、促防”。

网络安全为人民，网络安全靠人民。结合实际，以群众通俗易懂、喜闻乐见的形式普及《网络安全法》，连续5年开展国家网络安全宣传周活动，推动网络安全知识进社区、进校园、进企业，在互动中增强广大网民的网络安全意识，提升基

本防护技能，引导全省人民共筑网络安全防线。

网信人才引进培养纳入省“千人计划”“特支计划”“三秦学者”重点，加大支持力度。全省已建立相关领域国家博士后科研工作站2个、陕西省博士后创新基地6个。西安电子科技大学、西北工业大学、西安交通大学获得网络空间安全一级学科博士学位授予权，先后成立了网络空间安全学院，全省网络安全专业在校生成规模超过3000人。

规划： 推动依法依规管网治网能力整体跃升

2019年，全省网信系统将深入学习贯彻贯彻党的十九大精神，深学笃用习近平总书记关于网络强国的重要思想，以习近平新时代中国特色社会主义思想统领网络安全和信息化工作全局，全面加强党对网信工作的集中统一领导。切实加强和改进网上正面宣传，以庆祝新中国成立70周年为契机，全面宣传70年来陕西经济社会发展的伟大成就，深度展示新时代陕西追赶超越的生动实践。强化调查研究，认真总结网信工作经验，积极推动网信工作理念思路、体制机制、工作内容、方式方法创新，形成一套具有陕西省特色、务实管用的网络综合治理体系，推动依法依规管网治网能力的整体跃升。加快推进网络强省、数字陕西和智慧社会的规划建设，继续深化国家电子政务综合试点、网络扶贫试点、数字经济试点，扎实推进通信基础设施行动、IPv6规模部署和5G商用试点。深入贯彻落实《网络安全法》，严格执行《党委(党组)网络安全工作责任制落实考核办法》，夯实网络安全工作基础，办好网络安全宣传周等重大活动，全面提升网络安全工作水平。■

(鲍永能：中共陕西省委网信办主任)

海南：护航自贸区自贸港建设

海南网信系统将全面提高网络内容建设、网络安全、信息化、网络空间治理工作水平，使互联网这个最大变量变成事业发展的最大增量，为海南自由贸易试验区、中国特色自由贸易港建设提供强大网上舆论支持、有力信息化支撑、可靠网络安全保障，开创网信工作新局面

文 / 穆克瑞

2019年，是新中国成立70周年，是全面建成小康社会的关键之年，是海南全面深化改革开放，推进海南自由贸易试验区、中国特色自由贸易港建设的关键之年。海南网信系统将全面提高网络内容建设、网络安全、信息化、网络空间治理工作水平，使互联网这个最大变量变成事业发展的最大增量，为海南自由贸易试验区、中国特色自由贸易港建设提供强大网上舆论支持、有力信息化支撑、可靠网络安全保障，开创网信工作新局面。

在互联网主阵地讲好海南故事

做强网上正面宣传，做到正能量充沛、主旋律高昂，既是海南稳步推进海南自由贸易试验区、中国特色自由贸易港建设的舆论环境需要，也是讲好中国故事、展示中国风范的题中之义。

2019年，海南网信系统紧紧围绕“坚定主心骨、唱响主旋律、加强主阵地”的要求，立足“做人的工作”，在强信心、聚民心、暖人心、筑同心上下功夫，策划组织系列“小而美、多而精”的网络宣传产品，用广大网民喜欢听的话、记得住的事、忘不掉的情，让海南故事传得开、叫得响。策划推出全省两会主题宣传《海南100秒》宣传片，选取海南各行各业普通但不平凡的工作人员，展现他们与海

南共同发展的精神，网络阅读总量超30万；《两会特献|创意H5：解读政府工作报告》，用H5游戏一笔连接“海南发展蓝图”，网络阅读总量超40万+。策划《我的家 我的国》系列宣传，通过海南华侨的视角，利用抖音短视频邀请华侨讲小故事，展示乡土海南的发展变化、投资机遇等。

建立综合治理体系营造清明网络空间

海南在全省范围内建立网络应急处置和风险控制机制，落实好部门管理责任和属地管理责任，坚持底线思维，着力防范化解重大风险，坚持防范在前、正面发声，防止“茶杯里的水花”演化成舆情风暴，防止一般性突发事件演变成意识形态事件。全力推动网络生态专项治理工作，集中解决网络生态重点环节突出问题，特别是重点打击个别自媒体账号假冒政府机构、主流媒体名义，借海南自由贸易试验区和中国特色自由贸易港恶意蹭热点，发布、传播涉房地产、赌马、博彩等谣言和不实失实信息，扰乱经济社会秩序，甚至敲诈勒索、诈骗牟利的行为。完善由网信部门牵头，各部门齐抓共管、协同治理、各司其职、密切配合的网络治理领域协调机制，从互联网各领域各环节入手，落实部门管理责

任，增强治理合力。全面提高全省网络综合治理工作的系统性、整体性和协同性，形成领导有力、指挥顺畅、行动高效的工作格局。

多措并举筑牢网络安全防线

中共中央、国务院出台的《关于支持海南全面深化改革开放的指导意见》里明确要求，海南要“落实国家网络安全等级保护制度，提升网络安全保障水平”。

为了响应中央对海南全面深化改革的要求，适应海南自由贸易试验区和中国特色自由贸易港的建设需要，2019年，海南网信系统将牢固树立正确的网络安全观，加强关键信息基础设施网络安全防护，加强网络安全信息统筹机制、手段、平台建设，加强关键网络安全事件应急指挥能力建设，全方位打造网络安全的“金钟罩”。

一是切实加强网络安全工作的组织领导，压实党委（党组）在网络安全工作中的领导责任，完善责任追究制度和网络安全检查考核制度，确保网络安全的主体责任和监管责任落到实处。

二是加快推进网络执法体系建设，强化网络安全监管执法。以“关口前移，防患于未然”为工作目标，推进关键信息基础设施落实安全技术措施同步设计、



12345海口市市民服务智慧联动平台。供图/海南省委网信办

同步建设、同步使用。

三是不断提升网络安全保障能力，有效实现网络安全防御能力的全面覆盖，做到以查“促建、促管、促改、促防”，推进金融、能源、通信、交通、水利、核电等重要行业关键信息基础设施安全能力提升。

充分发挥信息化统筹协调职能

海南充分发挥信息化统筹协调职能，通过统筹推动全省信息化基础设施建设，推进政务信息共享，打造重点应用系统，推动信息经济发展，充分发挥信息化创新驱动作用，助力海南自由贸易试验区和中国特色自由贸易港建设。

一是建成海南省数据大厅，推动构建政府“智慧大脑”。坚持数据、人员、资金、管理、技术“五集中”原则，建成海南省数据大厅，将全省484个非涉密信息系统、电视电话会议系统和应急指挥系统接入数据大厅，实现“平时协同、随时展示、战时指挥”三大功能。

二是推进政务信息共享开放，推动治理能力现代化。围绕便民利企难点问题，推动建成“互联网+防灾减灾”“不见面审批”、全域旅游监管服务、

精准扶贫、智慧交通、医疗健康等重点应用系统，引领提升政府治理能力和公共服务水平。全省电子政务基础设施共建共享条件基本具备，形成“一张网、一个中心、一朵云”的政务信息基础设施建设格局。

三是加快信息基础设施建设，夯实信息化发展基础。全省互联网出省带宽达到3174G，城区实现光纤宽带全覆盖，全省行政村光纤覆盖率达到99.9%，接入能力均为50Mbps，部分已达到100Mbps。100个特色产业小镇、1103个美丽乡村光纤宽带网络覆盖整体接近100%。

守正创新做好新形势下网信工作

守正创新做好新形势下网信工作，既对网信部门做好统筹协调提出了高要求，也对网信队伍“打铁必须自身硬”提出了严标准。海南网信系统将按照“机构到位、职能到位、力量到位、机制到位、技术到位”的要求，大力推进工作体系建设。

一是推动完善市县网信机构。海南已率先启动机构改革，对标中央，将省网信领导小组改为委员会，作为省委议事

协调机构，重新组建的省委网信办作为省委18个工作机关之一，下一步，将推动各市县网信机构、职能的完善。

二是做好顶层设计。坚持问题导向和需求导向，紧密结合海南实际，细化环节、规范流程、落实责任，逐步形成具有海南特色的网信工作机制。

三是选优配强干部。突出政治引领，树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，强化担当作为，狠抓执行力，以“马上就办”的劲头狠抓落实，培育讲政治、懂网络、敢担当、善创新的网信队伍。■

(穆克瑞：中共海南省委网信办主任)

链接

海南：信息化和数字经济加速发展

政务信息共享开放，形成全省“一盘棋”大数据发展格局

海口“椰城市民云”App打通了57家职能部门，整合270项公共服务，注册用户突破80万，超过海口市常住人口的35%，进入全国省会城市同类App的第一阵营。“多规合一”信息综合管理平台全面建成，实现了发改、环保、住建、国土、林业、海洋等六类空间规划的统筹，汇集了十余个部门49类规划信息数据，解决了规划冲突、标准各异、坐标系统不统一的空间规划问题，形成海南省总体规划“一张蓝图”，入选首届数字中国建设峰会30个数字中国年度最佳实践。

大力发展“互联网+”，打造融合创新的数字经济体系

大力发展“互联网+农业”，建成海口石山等17个互联网农业小镇和石斛、蕹羊、荔枝等6个物联网生产示范基地，带动全省2800名返乡大学生和村民投身创新创业；大力发展“互联网+全域旅游”，全省旅游景区的4G信号覆盖率达到100%，重点公共场所无线网络覆盖率达95%；大力发展“互联网+医疗健康”，多家三甲医院通过App、公众微信号等方式实现线上线下一体化医疗服务；大力发展“互联网+流通”，积极推进海南物流信息平台等智慧流通相关信息平台建设，流通效率进一步提升。



讲述年味好故事 融媒呈现报新春

——网络媒体春节主题报道创意纷呈

文 / 本刊记者 熊浩然

一元复始，万象更新。

农历(己亥年)2019年春节如约而至，作为中国乃至亚洲地区最重要的传统节日之一，春节的意义不言而喻。辛劳整年的游子归家团圆，许久不见的亲朋围炉而坐，积攒四季的疲劳一夕尽除……每到此时，团圆和希望便成为每一个中国家庭的共同主题。所有对于来年的期待汇聚成新年祝福，寥寥数语，却浓缩了最质朴的感情、愿望和信仰。

讲好中国人过年那些事，传递积极向上正能量。值此新春佳节，全国主流网络媒体纷纷策划专题，推出一系列融媒报道。记者编辑深入基层一线，挖掘春节温情故事，展现劳动人民的精神风貌。H5、短视频、直播等融媒报道形式“C位”出道，“爆款”产品频现，一个又一个接地气、有年味的故事让网络空间“喜气洋洋”更“暖意洋洋”。

正能量引领网络传播

为营造欢乐祥和的节日



H5《请回答1983》截图。供图/央视网

氛围，让喜悦幸福的气息不仅洋溢在千家万户，也充满线上网络世界，各大网络媒体纷纷搭建春节专题，推出格调高、寓意深、感情真的新闻产品，字里行间的正能量为节日增色添彩。

“东风随春归，发我枝上花。”每逢辞旧迎新之际，习近平总书记都会向全国各族人民致以美好的新春祝福，以朴素真诚的话语温暖人心、催人奋进。央广网推出《习声回响 | 温暖聆听》产品，从祝福、牵挂、奋斗、梦想、真情、关爱、信念七个方面，梳理习近平总书记暖心提气的话语。产品以当下流行的竖版微视频形式，将习近平总书记的金句原声与手绘漫画相结合，七期产品采用同一背景音乐，形成系列传播的样态和声势，为节日营造喜庆祥和的气氛。

中国日报网策划推出“2019新春走基层”专题，挖掘全国各地的精彩故事，做亮做强主题宣传，深化拓展“走

作为目前最潮的传播方式之一，短视频成为不少网络媒体呈现故事和报道的首选。通过镜头的直观记录和创意动画，一个又一个鲜活的故事跃然屏前。浓浓年味，指尖传递。

“转改”。中国日报中、英文网相继推出“2019春运 温暖回家”特别专题，以动画、微视频、沙画等融媒体形态全景、立体呈现“流动的中国”，记录新春欢乐、祥和以及团圆的美好时刻，对内对外同步传递正能量。

中国军网搭建的春节大型网络专题《幸福中国年》则尽显铁血豪情，专题设置了“爆竹除岁”“客路行舟”“枕戈待旦”“万物迎春”等栏目。以边防军人在哨位上保家卫国的形象为剪影，特别突出战备和团圆两大主题，在大力营造喜庆祥和节日氛围的同时，深刻表达了人民子弟兵为千家万户守岁的赤子情怀。此外，专题结合中国军网特色打造的“枕戈待旦”栏目，重点集纳了人民子弟兵在新春佳节之际时刻坚守战位、练兵备战的独家报道，集中体现了人民军队在强军兴军伟大征程上的牺牲奉献、担当作为。

短视频展现美好生活

作为目前最潮的传播方式之一，短视频成为不少网络媒体呈现故事和报道的首选。通过镜头的直观记录和创意动画，一个又一个鲜活的故事跃然屏前。浓浓年味，指尖传递。

比如封面新闻推出系列短视频《七千公里返乡记》，将春节人物的镜头对准了返乡的人们。记者团队兵分两路，耗时1个月在沈阳、成都、巴中三地跟拍。从返乡行囊准备到2400公里自驾旅程，遇到大雪封路、途经多起车祸，跟

拍返乡人李军2019年回家的全程。同时另一路创作团队关注四川人崔宏一家从江浙自驾返乡的故事。通过两个典型案例，反映了中国农村地区的普遍社会现象——长期在外务工，但为了回家过年，自驾数千公里赶回家团圆。

为弘扬中华优秀传统文化，营造喜庆祥和的节日氛围，津云新媒体集团围绕“团圆春节”的主题在2019年春节特别推出动画短片《年》。该动画短片从一位孩童的视角，将中国传统节日春节的风俗、人文情怀及贴春联、年夜饭等元素展现其中。同时，在动画的后半部分，以孩童一家的故事为主线，穿插了医务工作者、环卫工的故事……从这些仍旧在一线奋战的工作者的故事，引申出人们在追梦时代的奋斗精神，鼓舞着一代又一代人。通过一个小家庭的“团圆春节”，再看这个大时代，人们的幸福感、获得感，洋溢在画面的每一帧。

千龙网则独辟蹊径，推出了短视频《一剪送金猪》，以视频的方式让网友轻轻松松学剪纸。制作团队邀请专门从事剪纸教学的老师向网友介绍春节“金猪”的剪法，不仅年味十足，还用短视频这种易于传播的方式推广了剪纸这一非物质文化遗产。

科技创新表达方式

随着移动互联网的全面普及，越来越多的科技手段被运用于新闻报道中，直播、AR/VR、H5等以新颖的传播形式、更直观即时的视觉体验赢得了大量年轻

受众的喜爱，在春节主题报道中涌现出了不少佳作。

除夕守岁看春晚是大多数中国人的传统，央视网推出的H5《请回答1983》直击百姓心中的春晚回忆，采用手绘长图形式，通过对春晚的回忆反映百姓生活场景的变化。H5还呈现了往年春晚中的经典画面和语录，为观众串起36年的春晚历程，重温曾经的感动。

西部网的“24小时春节跨年大直播”特别融媒体策划，开通“图文+视频”直播通道，通过“时间轴”脉络，从除夕中午12点到大年初一中午12点的24小时持续直播。围绕新春年俗、春运回家路、春节记忆等各地年俗，全家福、年夜饭、春晚等团圆场景，采访医生、护士、交警、公交司机等坚守一线的劳动者故事，采用“记者采访+定向供稿+网友互动”的方式，关注发生在陕西各地的年味风俗以及陕西人身上的节日故事，传递正能量，营造了浓浓年味。

年轻一代在感受时代发展的同时，又该如何守住对传统的信仰？在贵州这片热土上，“现代”与“传统”的变革时刻不停；城市与农村、民族与世俗、家乡与他乡的故事不断上演。多彩贵州网推出H5《这是五段关于过年的独白，在等你插上耳机》，分别从五位在贵州工作生活的年轻人中采集了五段“记忆”。他们的自述把春节变成了一段段闪烁着雪花点的“有声影像”，让听者不自觉地在脑海中勾勒出一幅属于自己的“新年画卷”。



融合发展重互动 全媒传播有特色

——聚焦网媒地方两会报道

文 / 本刊记者 潘树琼

两会是全国各地政治生活的一件大事。春节前后，全国各省区市召开地方两会，回顾总结上一年的工作，部署安排新一年的重点工作。期间，各地重点新闻网站针对地方两会作出系列策划和报道，更好地把两会声音传递给当地百姓，也为百姓参与两会议题提供重要平台。

在此次地方两会报道中，“融合发展、全媒传播”是关键词。千龙网践行“一次采集、多种生成、多元传播”融合发展思路，全面反映两会盛况和代表委员履职情况。东方网紧紧围绕大会议程，聚焦主题主线，创新方式方法，加强全媒体传播，全面反映代表委员履职风

采。津云新媒体集团打出“组合拳”，让严肃的时政报道与创新的传播方式有机结合，打造出吸引用户关注的内容产品。浙江在线紧扣大会主题，突出网络时效，突出呈现创新，突出融合交互，在同题竞争中交出特色答卷。多彩贵州网精心策划、尽锐出战，打造全程报道、全息报道、全员报道、全效报道的“四全”全媒体报道策划。

融合报道离不开技术的支撑。红网首次利用虚拟云演播技术打造的特别策划《小蟹观两会》《小蟹拍两会》《小蟹听两会》，推出系列竖版微视频，以平民视角，与网友一起感受“平常看不到的两会现场”。大河网精心策划，利用新技

术、新平台、新手段，通过“智慧人大客户端”、特色新媒体栏目、网络互联互动等形式，文字、图片、视频、音频、H5、直播轮番上阵，连续推出多款有影响力的新闻产品。大众网则采用海报新闻创新报道模式、报道理念、报道思路，用“专题+、传播+、融合+、推广+”的“融媒+”思维让读者从“报、网、端、微、视、屏”六个层面了解两会。

两会年年报，今年有何特色？华龙网全新推出的网络评论栏目《小屏论》，对传统网络评论进行重新定义，以“融评”方式让观点变得“有声有色”。长城新媒体集团则将目光转向“90后新新记者”，特别谋划启动“网红记者跑两会”，调遣精兵强将，以一群90后记者的视角，向网友展示不一样的“两会”。封面新闻客户端推出《奋力推动治蜀兴川再上新台阶——2019省“两会”特别报道》，在发布两会重磅消息的同时，通过直播间、定格动画、手绘动漫、H5等创新融媒体手段，用年轻化的表达，聚焦两会热点民生话题，吸引网友关注两会，点赞四川发展。

地方两会已经落幕，全国两会时间即将开启，在一年一度的两会报道中，媒体正在顺应时代潮流，采用最先进的技术、最直观的方式、最接地气的表达，把信息传递给百姓，触达更多人群，与网友形成情感共振和价值共鸣。■

2019年1月16日，郑州，河南省十三届人大二次会议的首次“代表通道”集中采访。供图/视觉中国



千龙网：

坚持守正创新 多元立体传播

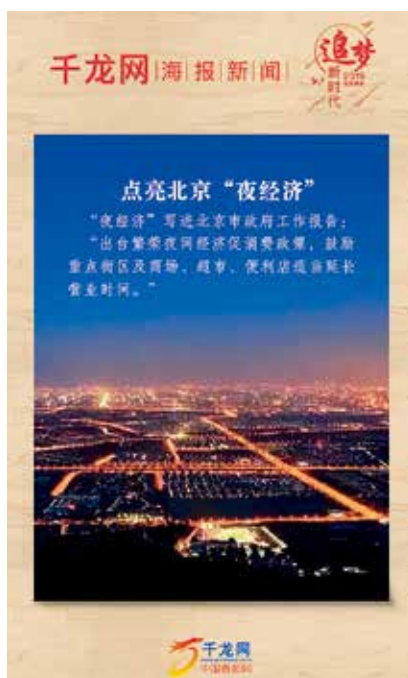
文 / 黄庭满

2019年北京两会期间，千龙网坚持守正创新，履行重点新闻网站职责使命，践行“一次采集、多种生成、多元传播”融合发展思路，运用H5、VR、动漫、海报、音视频、图片等多种手段，推出一系列融媒体产品，通过网、端、微多元立体传播，全面反映两会盛况和代表委员履职情况。

发挥重点新闻网站“直播源”功能。千龙网对人大会议开幕式、政协会议开幕式、团组会、大会发言等两会议程，共进行15场现场直播，发挥了重点新闻网站“直播源”功能；千龙网客户端、新京报客户端、北京头条客户端、北京发布、今日头条、百度视频、一点资讯等新媒体平台同步转播，直播期间访问量累计近2000万次。

百场网络访谈成为两会“补充会场”。千龙网搭建网络访谈间，推出“2019北京两会千龙访谈”，共开展104场网络访谈，邀请104名代表委员围绕两会议题建言献策，讲述履职故事。

推出一系列新媒体产品。多种形式解读政府工作报告，推出《跟着动态思维导图清晰掌握北京2019年政府工作报告》《H5|北京2019年政府工作报告30问》《音画数字规划2019年北京市政府工作》等一系列融媒体产品；对网络直播、网络访谈、两会热点内容进行二次加工，推出“一声知会”“两会三问”等栏目；针对亮点信息撰写网络



“千龙网海报新闻”截图。供图/千龙网

评论，发表《带着温度和温情履职新时代》等10篇评论；编译英文报道，原创编译《Beijing mayor calls for nurturing entrepreneurship》等26篇；对两会议题信息和代表委员访谈内容进行音频播报和视频“秒剪辑”，制作音频播报18期、微视频26个、抖音10个。

多个网络互动话题吸引网民参与。千龙网官方微博推出微话题#2019北京两会# #直播北京两会#，截至1月20日，共发稿414条，话题阅读量3521.5万，讨

论量5666条；千龙网网络社区平台“京华社区”推出“北京两会网络互动”专栏，截至1月20日，网民浏览量约560万人次，点赞互动近3000人次。

发挥“北京新闻信息主要门户和窗口”作用。千龙网积极发挥“北京新闻信息主要门户和窗口”作用，在北京两会期间，推出大型融媒体专题《追梦新时代——2019北京两会》，全面展示北京两会盛况，专题访问量突破2000万次。

(黄庭满：千龙网总裁、总编辑)

链接

传播数据

北京两会期间，千龙网共发布原创文字报道380多篇，图片800多幅，转载其他媒体报道640余篇，制作海报、漫画、图表、H5等原创新媒体产品25个；开展15场两会议程网络现场直播、7场“市民对话一把手”访谈节目直播；开展网络访谈104场；推出微博话题、社区论坛话题8个；在微信微信平台发布报道506篇。千龙网各终端平台两会新闻信息访问量累计突破8000万次。

爆款产品

北京两会期间，千龙网创新推出“千龙网海报新闻”，追求“以清新风格，以多样形态，以上新信息，引你悦品思”。制作发布《海报|2019年北京两会来了》《海报|今年北京两会，“保护”的声音很动人》《海报|点亮北京“夜经济”》《海报|“小切口”立法和“大区域”协同立法》等13件海报产品，在网络空间叫响“海报传播模式”。

东方网:

聚焦主题主线 实现“四个突破”

文 / 陈旭东

上海市政协十三届二次会议和上海市十五届人大二次会议1月26日至31日举行。东方网紧紧围绕大会议程，聚焦主题主线，创新方式方法，加强全媒体传播，全面、准确、生动地报道会议盛况，反映代表委员履职风采。

全程报道，体现会议公开性、透明性。全程报道就是发挥移动新媒体传播优势，及时跟进、全程参与、深度介入，突破时空尺度，零时差报道。直播报道是全程报道的典型手段，也是东方网报道两会的有力武器。

今年上海两会，东方网视频直播、图文直播、滚动播报、在线访谈共计22场。1月28日上午，东方网同时进行4场政协专题会议直播，创造了并行直播场次纪录。

全息展现，提升新闻吸引力、感染力。全息展现就是全形态呈现、全维度体验，突破物理尺度，通过文字、图像、短视频、H5等交互式新闻、移动端知识问答等全媒体形态立体化地传递信息。

在上海两会召开前夕，东方网推出移动端产品《小测试|啥是两会，依晓得伐?》，通过问答形式，将今年上海两会的“知识点”用轻松活泼的方式传递给网友，一时间在朋友圈形成刷屏效应。

全员传播，强化报道协同性、交互性。全员传播就是全员参与、全局动员，突破主体尺度，在内部调动各部门各平台资源，在外部充分发动网友力量进行传



原创小游戏《跳一跳，垃圾分类全知道》截图。
供图/东方网

播，形成多对多传播，交互式传播。

本次上海人代会重点议题是审议和表决通过《上海市生活垃圾管理条例》。为此，东方网运用图文音视频等全媒体手段进行报道和解读。短视频节目《有限的资源，无限的循环——沪垃圾分类智能化》，形象化地展示了垃圾分类过程与效果。东方网还推出原创小游戏《跳一跳，垃圾分类全知道》，通过新颖趣味的闯关游戏，将垃圾分类的知识点融入其中。

全效触达，增强宣传传播力、引导力。全效触达就是通过全环节提升报道效率、全流程把握传播效果，突破功能尺度，集成内容、信息、社交和服务多种功能，使报道效果最大化。

今年，东方网进行了5场“网议人代会”访谈。上海两会期间，东方网除了通过自有平台加强报道，利用人工智能技术精准推送上海两会资讯，还通过微博微信等第三方平台加强传播。政协大会开幕前夕，东方网推出政协通App，为政协委员提供信息共享、履职管理等服务。

(陈旭东: 东方网总编辑助理, 总编室主任)

链接

传播数据

上海两会期间，东方网在微博上开设了两个话题，#2019上海两会#话题阅读量近185万，#上海两会#话题阅读量达到2971.4万。短视频《有限的资源，无限的循环——沪垃圾分类智能化》推出当天，全平台展示数超过100万次，用户点击量超过20万。

爆款产品

上海两会期间，东方网推出《聚焦民营经济|直面百年未有之机遇与挑战》《“老小旧远”、“套路贷”……今天这三个报告看点多!》《get垃圾分类，上海各区有“妙招”》等16件H5融媒体作品。H5特辑《奔跑吧，长三角！长三角三省一市立法协同全记录》，以动态线路图和360度场景变幻的方式，回顾了2018年以来长三角三省一市人大协同立法的作为，吸引网友关注。

华龙网：

观点可视传播 融评有声有色

文 / 周梦莹 杨光志

在2019年重庆两会期间，华龙网全新推出网络评论栏目《小屏论》，对传统网络评论进行重新定义，以“融评”的方式让观点变得有声有色。

《小屏论》是基于华龙网原有的品牌栏目《小蓝莓剧场》新添的一个让观点可视化的评论子栏目。其“屏论”，谐音“评论”；其“小屏”，则指相对PC端的屏幕，这档栏目主要服务于手机、平板等相对较小的终端。

在重庆两会期间，共推出《小屏论》系列三期节目，通过“评论+主播+视频”的形式，在三分钟时长内融合中国传统文化之力和汉字之美，对市政府工作报告进行深度解读。同时应用大数据，提取既符合党和国家大政，又具备重庆地方特色的关键字，选择重庆2019年政府工作报告要点，集中围绕“通”“智”“新”等字，进行分期解读。

《小屏论》栏目，其意义不只在编辑制作层面的业务创新，更是传播效果层面的思想创新。对此，华龙网充分调动各部门力量通力合作，真正以“融”来“评”。

既然是评论的可视化传播，重中之重必然是把握好“说什么”这个核心。对此，华龙网在文本内容上精心打磨。譬如第一期讲“通”，既讲了空间意义的畅通，也讲了时间意义的贯通；既讲了网络时代的联通，也讲了官民关系的融通。第二期围绕“智”，将汉字内涵与政府工作报告充分融合，引申出智慧城市、智能产业、智



《小屏论“说文解字”看两会之“通”》短视频截图。供图/华龙网

能制造、大数据智能化等内容。同时，作品后期制作结合“智”富有的科技感，特效充满科技感。第三期以“新”收官，深入挖掘汉字内涵，结合当下新时代要有新作为的要求，让解读充满时代的底蕴；而整体风格有中国风元素，与“说文解字”主题相得益彰。

在栏目包装方面，借助视频主播的传播形式，创新提出“屏论员”这一角色，让资讯附上传播者的人格魅力，实现人格化传播。同时，将每期视频时长控制在3分钟左右，符合当下大多数读者的阅读习惯。如此将两会新闻信息进行归纳、提炼和可视化加工，让“高大上”的大时政资讯换个方式表达，如此便以更独特的视角，更生动的表达，可亲，可视，集权威、犀利、轻松于一体，把能够展现重庆在高质量发展、高品质生活上已迈出坚实步伐的内容化为“悦读品”。

做好“大网评”格局下的“小屏论”，

传播形态要追求多元性，这是新技术驱动下融合的现实需求，而可视化渐渐成为多元性中的最佳选择。《小屏论》本质上是以数据为核心、以信息为支撑、以可视化为载体的跨媒体新闻报道形式，它可以将两会这样的重大时政报道做得通俗、易懂、

更接地气，实现新闻传播“质”与“量”的飞跃。

(周梦莹：华龙网融媒体中心总监助理；杨光志：华龙网融媒体中心资深评论编辑)

链接

传播数据

重庆两会期间，华龙网共开展图文直播7场，阅读量超过1000万，评论数622。发布原创稿件436条，融媒体作品超过30件，整个两会专题流量超过2000万。

爆款产品

推出《民之盼 有答案！重庆市政府工作报告@你的“新期待”》结合今年年初开设的《@2019重庆·我的新期待》专题，将收到的近千网友对新年重庆经济社会发展的新期待巧妙地与政府工作报告结合，同时采用一问一答的动图解形式，让政府工作报告“回应”网友期待，展现出政府工作落到民生实处，流量突破千万。

红网:

创新叙事方式 实现轻松表达

文 / 贺弘联

2019年1月25日,湖南两会拉开序幕。红网新媒体集团积极策划,主动作为,按照“短、平、快、鲜、活、融”的思路,调动100余名采编精干力量投入到两会的采访报道中。着力创新宏大叙事的轻松化表达,红网有效整合生产要素、技术力量、媒介资源,实现内容生产、传播手段、平台终端的共融互通。

整合生产要素,实现内容生产的最大效力。媒体融合,就是通过一定的体制机制,把各生产要素“化零为整”,发挥最大的传播效果。

今年湖南两会,红网推出了融媒体专题《奔向辽阔——2019湖南省十三届人大二次会议 湖南省政协十二届二次会议》,整合各部门、各平台、各技术手段以及外部力量等资源,集纳推出“人大代表风采”等系列稿件,《时小刻30秒数读湖湘》等融媒体作品,“螃蟹观察”等两会系列评论以及四场融媒体直播。

时刻新闻、红网论坛策划制作主题帖《谈心声,说期盼!2019年湖南两会互动征集 等你来发声!》,截至1月30日,点击量超过150万,网友跟帖跟评5000余条。

协调技术力量,实现传播手段的融合创新。红网广泛运用新技术,实现虚拟云演播、AI短视频等新手段的融合与创新。在精准提炼解读“一府两院”以及省政协工作报告时,提升了信息元素的趣味性和



湖南两会期间,近千块LED大屏对湖南两会开幕等内容进行了四场融媒体直播。供图/红网

易读性,让严肃的政府工作报告变得可亲可感,增强了时政新闻的传播效果。

利用AI技术打造的《时小刻30秒数读湖湘》系列短视频,“克隆”出与真人主播拥有同样播报能力的机器人“时小刻”卡通形象,巧妙利用数字解读湖南发展成就,单篇最高点击超38万。

推出的“我为提案点赞”等微视频,将政府工作报告、委员提案用60秒的短视频表达出来,通过各种点赞与弹幕特效,将提案以更年轻化的形式展现,作品一经推出迅速燃爆朋友圈。

盘活媒介资源,实现平台终端的共融互通。平台终端是内容输出环节。红网依托旗下“网、报、端、微、视、屏”六位一体媒体矩阵,辐射湖南14个市州,123个县市区,形成双网四屏的立体式综合信息传播网络。

两会期间,红网、时刻新闻客户端、分站以及LED联播网户外大屏和电梯小

屏、红网手机报,对湖南两会开幕等内容进行了四场融媒体直播,实时将两会的权威资讯送达市民百姓身边。此外,还专门设计了视频直播二维码,在近千块LED屏上同步推出,拿出手机扫一扫,就能轻松地进入“两会”视频直播页面。据统计,通过户外大小屏推荐二维码,吸引了300万左右的点击量,有效实现了二次传播。

另外,红网手机报充分利用其覆盖广泛、精准直达的显著优势,通过手机短信彩信弹窗的形式,将两会的声音传播覆盖至全省800多万基层用户,特别是偏远山区群众。终端的互动、互通,形成了网络传播、户外传播等多级传播模式,实现了1+1>2的传播效果。^[1]
(贺弘联:红网新媒体集团党委副书记、总编辑)

链接

传播数据

湖南两会期间,红网共推出和转载两会稿件524篇,融媒体作品33件,评论32篇,相关报道总点击量超2900万,互动评论点赞数超过160万。

爆款产品

首次利用虚拟云演播技术打造的特别策划《小蟹观两会》《小蟹拍两会》《小蟹听两会》,推出系列竖版微视频,以平民视角,与网友一起感受“平常看不到的两会现场”,单篇最高点击量超33万。

津云新媒体集团： 打出“组合拳” 多形式呈现

文 / 杨奕

津云新媒体对天津两会的报道任务高度重视，充分发挥津云“中央厨房”的媒体融合作用，运用新表达、新技术、新装备，通过H5、短视频、网络访谈、数据图解等多种表现形式，打出“组合拳”，让严肃的时政报道与创新的传播方式有机结合，打造出吸引用户关注的内容产品。

增强H5产品互动性，吸引网民关注和参与。1月15日，津云新媒体刊发互动H5《摇一摇 看看你的2019新年小目标》，对政府工作报告中有关2019年发展目标的内容进行了宣传。通过手机摇一摇产生的截屏电子海报在社交平台传播，展现出市民的美好愿景，引起积极反响。H5互动产品参与性强、表达新颖、用户参与度高，将宏大主题与普通民众联系在一起，主题积极，操作简单，调动用户的参与感和分享性。

创作爆款MV短视频，激发奋斗正能量。天津两会期间，录制播发创意短视频《奔跑吧2019》，该视频集合了16组极具代表性的天津人物或团体，以3分钟的时间展现了天津“奋斗奔跑”的姿态，表现形式新颖，旋律节奏明快。该作品还突出呈现了天津2018年的城市亮点，浓缩了丰富的社会意义和艺术性，充分利用新媒体传播艺术手段，发出真正接地气的，适应新时代特点的主流正能量声音。

推出网络视频访谈，围绕中心工作对话代表委员。作为津云新媒体事先开



H5《摇一摇看看你的2019新年小目标》截图。供图/津云新媒体集团

办的《我托代表委员捎建议》栏目及“网友建议征集座谈会”的延续，天津两会召开期间，津云新媒体携手市人大常委会、市政协，共同推出“新时代的召唤——2019天津两会·我与代表委员聊建议”津云新媒体视频访谈活动，邀请代表、委员走进津云新媒体设立在市委党校的视频直播间，就营商环境、京津冀协同发展、生态保护、人工智能等民生话题展开讨论。在8期访谈中，网友提出的高质量建议与代表委员深入思考和细致调研碰撞出智慧的火花，为天津当前的战略性调整营造了良好的舆论氛围和思想环境。

用互联网思维，让二维码首现“两院”报告。本次天津两会，人大代表和政协委员在参加审议和讨论天津市高级人民法院工作报告和天津市人民检察院工作报告时发现，报告的最后一页都有津云新媒体特别为“两院”做的图解报告，这是天津两会首次与互联网紧密结合。“两院”的图解报告内容分为“2018工作回顾”和“2019工作目标”两大部分，每一部分都提炼出要点，列举具体的工作内容和计划，以事例为基础，用数字说话，以简单的图形、深入浅出的表达，把枯燥的文字内容用图形化的形式传递出来。■

(杨奕：天津津云新媒体集团总编室主任)

链接

传播数据

天津两会期间，津云新媒体集团共发布原创文字报道350篇，图片1000多幅，转载其他媒体报道710余篇，制作图表、H5、微视频等原创新媒体产品73个；开展7场两会议程网络现场直播、开展网络访谈53场；推出微博话题、社区论坛话题2个；在微博微信平台发布报道397篇。各终端平台两会新闻信息访问量累计突破7600万次。

爆款产品

津云新媒体集团推出短视频作品《奔跑吧2019》和《那些记忆里的故事》。其中，MV短视频《奔跑吧2019》中的原创歌曲成为网红说唱歌曲。

长城新媒体集团： 发挥特色优势 全景展现盛况

文 / 曹朝阳 刘朋朋

2019年河北两会宣传报道，长城新媒体坚持守正创新，根据受众群体和媒介传播特点，发挥新媒体特色优势，以故事化、拟人化、网红化、全媒体化的创新报道手法，把内容严肃、程序严谨的两会报道通过平民视角展现，让宏大的新闻主题宣传更接地气、更具温度、更入人心，全面呈现了河北两会的新风貌、新气象、新成果。

搭建直播平台，开创媒体传播新“视界”。长城新媒体结合先进的网络技术手段，在两会现场河北省会最醒目的位置搭建了“长城新媒体2019两会直播平台”，运用全直播、微视频、访谈交流等形式打响了河北两会全媒体报道战役，让用户直击两会现场。第一时间访谈代表委员百余位，推出系列直播访谈18场，全景式展现河北两会盛况和代表委员风采，传播河北好声音。

打造网红记者，创新两会报道新语态。长城新媒体特别策划启动“网红记者跑两会”，调遣精兵强将，以90后新兴记者的视角，向网友展示不一样的“两会”。《遇到来自张家口的你，就听你说说“冰雪”吧！》等全媒体稿件，作品风格鲜明、语言生动活泼、方式独具一格，展现了新时代环境下两会报道的新语态。长城新媒体还精心策划“老两口的两会时间”栏目，推出两会卡通人物“老两口”，通过手绘卡通形象，融合说唱音乐元素，以记者



“长城新媒体2019两会直播平台”打响河北两会全媒体报道战役。
供图/长城新媒体集团

配音的形式展现，给受众带来新鲜有趣、生动形象的两会报道。

突出移动优先，打造融媒体精品力作。长城新媒体不断创新可视化表达，运用MG动画、H5、短视频、图解等形式，将严肃的会议内容转化成受众易于接受的融媒体产品。政府工作报告系列解读创意视频，用MG动画+快闪的手法，总结盘点政府工作报告中河北的突出成绩、20项民心工程等，内容严谨、形式生动，全网点击量近500万。在舆论引导方面，长城新媒体创新推出短视频评论栏目“长城快评”，将视频与原创网评融合，把两会热评“串烧”起来，通过主持人出境，将受众关心的热点娓娓道来。

衔接会内会外，互动让重大主题更接地气。长城新媒体在两会报道的方式方法上持续探索，把重大主题和网民关心的议题连接起来，提升广大

受众的现场感、参与感和获得感。在线上线下互动方面，策划推出“我给两会提个议”系列报道，让行业精英、基层管理者、普通百姓唱主角，以第一人

称提出民生建议，表达社会各界对两会的期待，传递基层群众的心声。■

(曹朝阳、刘朋朋：长城新媒体集团总编室)

链接

传播数据

河北两会期间，长城新媒体集团共推出河北两会相关原创稿件310篇，H5、图解、微视频等各类新媒体作品148个，直播访谈18场，采访代表委员80余人，两会大型专题共集纳稿件1100余篇，微博话题#2019河北两会#阅读量超2000万。

爆款产品

长城新媒体集团自主设计开发人工智能程序，设置《2019河北“两会”——幸福照相馆》特色互动活动，通过人脸识别、表情提取、年龄分析等技术，快速生成与两会元素有关的个人定制卡通照，通过在两会现场设置竖屏和在集团各端口、平台进行推广传播，吸引网友关注两会，互动人数达12万人次。

大众网:

“融媒+”思维传播 六层面阅读两会

文 / 朱德泉 魏鹏

在2019年山东省两会的宣传报道中,大众网·海报新闻创新报道模式、报道理念、报道思路,以“专题+、传播+、融合+、推广+”的“融媒+”思维,让读者从“报、网、端、微、视、屏”六个层面阅读两会。

专题+:用主题鲜明的矩阵开启两会报道。大众网·海报新闻同步开启以《山东实干+》为主题的矩阵报道。网站在首页首屏设置了报道专区,海报新闻客户端在开机图、首屏首页、轮播图均实现两会专题覆盖。山东手机报充分发挥手机党报的主流媒体作用,开设省两会专栏,面向全省3700万读者集中发布,并在开幕式、省委书记讲话、政府工作报告等重要节点增发短信快讯与彩信号外。

传播+:直播式、递进式“三级传播”确保全网覆盖。大众网·海报新闻紧抓开、闭幕会等重要节点,创新“直播+快讯+综合稿”递进式“三级传播”报道模式,重点对省委书记讲话、省长作政府工作报告、小组讨论等节点进行视频直播、快讯滚动播报,会后梳理推出综合稿进行深度报道,这种“直播式+递进式”的“三级传播”报道模式,确保了海报新闻率先发声,并被商业平台抓取推送。

融合+:“手绘”“摇红包”助力主旋律报道升级。大众网·海报新闻制作《漫手帐—山东省委书记省两会讲话发言速记》《请问书记市长:担当作为狠抓落实



互动H5《给力摇|摇出你的2019幸福红包》截图。
供图/大众网

山东各地怎么干?》等18款包括图表、手绘、短视频H5在内的新媒体产品,在注重互动性、即时性之余,提升产品全局性、延续性。互动H5《给力摇|摇出你的2019幸福红包》采用动漫风格,选择简单流畅的互动功能,吸引用户主动了解新年政策“红包”,并进行分享传播。

推广+:“借船出海”实现宣传效果的最大化和最优化。两会期间,大众网·海报新闻创新推广宣传模式,以优质内容为

输出,以技术手段为辅助,通过合作实现推广效果的最大化和最优化。首先,积极打通“学习强国”宣传平台,建立内容推荐机制,借助这一全省广大党员领导干部集中学习阵地,推动两会重要内容最大化推发。其次,探索与今日头条、趣头条等商业平台建立新的分发推送模式,建立两会报道专组,专人对接,逐条对接,借助商业平台和自媒体平台有效扩大两会新闻的宣传覆盖面。■

(朱德泉:山东省互联网传媒集团副总编辑、大众网总编辑;魏鹏:大众网总编室副主任)

链接

传播数据

山东两会期间,大众网·海报新闻发布各类报道、评论960余篇次,其中原创报道刊发200余篇次,短视频50余篇,制作推出开机屏、H5等融媒体产品18个,“海报新闻”客户端30余篇报道被“今日头条”客户端进行弹窗推送或在相应城市频道重点推荐。系列报道累计点击量、阅读量超过5000万人次,全网累计覆盖达3.6亿人次。

爆款产品

互动H5《给力摇|摇出你的2019幸福红包》,整合2019年山东省政府工作报告中关于本年度医疗、教育、交通等的各种利好政策,用户在摇动手机后,会随机出现一条政策内容;用户可以不停摇动,观看更多政策讯息;如果摇到感兴趣的政策,可以保存或发布至社交平台,而后扫码可看政策详情。该作品总点击量约840万。

中国江西网： 融媒协同作战 产品创意不断

文 / 练蒙蒙

为切实提升2019年江西两会报道质量，中国江西网策划先行，全面出击，高站位、全方位、多角度，打通会场内外，按照“报网端微视”五位一体、互为协同的融媒体报道策略，形成强势引领，融媒产品创意不断，各项报道精彩迭出，为广大网友“烹制”出江西两会全媒体报道的饕餮盛宴。

气势上全面出击，先声夺人。两会开幕前，中国江西网联合江西省人民政府网站、《信息日报》、江西发布、江西省新媒体协会，发起了“建设‘五型’政府 推动江西高质量跨越式发展——我向省长说句话”网上建言征集活动，收到广大网友相关建言万余条。同时，推出《我们都是追梦人》策划，小切口呈现大主题、小视角反映大变化，共推出28篇报道，稿件集文字、图片、视频于一体，采访对象涉及环卫工、沙画师、自主创业人员、中学校长等，充分展示了江西各行各业的奋斗故事。

重头戏精心策划，创意不断。政府工作报告只有一份，但是新媒体的玩法不止一种。中国江西网紧扣政府工作报告重头戏，进行全方位精心策划。与往年相比，今年的江西政府工作报告首次在首页印了一个二维码。扫描后，手机屏幕上便会出现融媒体作品《“码”上看江西政府工作报告》。新媒体产品讲究创意，更讲究互动性。H5作品《省长邀



《“码”上看江西政府工作报告》截图。
供图/中国江西网

你跑“赣马”！测一测2019江西政府工作报告知多少》提炼20个重点，制作成答题跑马拉松的形式，极大地增加了趣味性，转发量达到113万。

融媒体协同作战，出新出彩。在媒体融合平台的基础上，新闻的融通，才能融聚出更多精彩。江西两会期间，中国江西网、《信息日报》、大江网、江西手机报、江西头条客户端五大平台相互打通，“报网端微视”五位一体，构成了一

个多元的整体报道。中国江西网在PC端和江西头条客户端制作的专题《凝心聚力——推动江西高质量跨越式发展》，充分发挥报网融合的互动优势，推出特别的“融媒体读报”栏目，记者在江西头条客户端、大江网微信公众号、民生江西微博等新媒体上发布快讯，在《信息日报》发布深度解读报道，互相链接推荐，相得益彰，让两会的网络专题在报纸版面上另有一番天地，扩展了专题的内容深度。

(练蒙蒙：中国江西网总编辑)

链接

传播数据

江西两会期间，中国江西网和江西头条客户端矩阵制作的江西两会大型新闻专题，共发布江西两会相关稿件1300余条，浏览人次累计8000余万，其中原创稿件152条、原创图片110多幅、视频专访16场、融媒体作品7个、短视频37个。

爆款产品

《“码”上看江西政府工作报告》，总阅读数超过820万，唱响了江西两会宣传的主旋律。这个融媒体作品分为H5版、图解版、“测一测报告知多少”等三大版块。《数读江西政府工作报告！晒成绩亮任务！》突破常规浏览模式，通过分类梳理、小图标浓缩图解的方式，给阅读者以更大的自由度，不拘泥于阅读顺序，又将报告中的重点进行立体展现，最后“让我们一起为江西点赞！加油！”的心形动图提示更是激发出转发主动性，转发量达到537万。

南方网:

融媒创新再发力 传播两会好声音

文 / 胡键

1月26日至31日,广东进入“两会时间”,南方网、“南方+”客户端充分发挥媒体融合平台优势,全面集纳整合南方报业传媒集团优质采编资源,不断创新主旋律宣传形式,推出了一批形式多样、内容活泼的新媒体产品,唱响广东好声音,增强南方传播力。

浓墨重彩报道广东两会盛况。新年伊始,南方网、“南方+”联手《南方日报》策划推出报网融合栏目《地市两会》报道专栏,聚焦广东省各个地市的两会会况。在两会召开之际,为了全景呈现两会盛况,南方网、“南方+”联手广东政协网、广东人大网,对两会的开幕式和多场新闻发布、记者会进行网络现场直播,和网民一起直击会议现场。两会期间,“南方+”客户端对两会进行全景式报道,用好用活短视频、H5互动等形式,全面展现代表委员履职风采。

政务新媒体作品刷屏朋友圈。南方网提前策划,在融合创新上出实招,和广东省政府网、广东人大网、省“两院”等单位强强联手,集中打造推出了多个政务新媒体爆款产品。今年的广东省政府工作报告、省人大常委会工作报告等会议文件都印上了由南方网、“南方+”客户端精心编制的一组小小的二维码,只要扫一扫,广东发展关键词即可“秒get”;“南方+”客户端推出《H5|2019广东怎么干?省长给你“话”重点!》,采用优质手绘画风,



《H5|2019广东怎么干?省长给你“话”重点!》截图。供图/南方网

通过手机、收音机、美丽乡村广播器、电话等四种方式,将省长作政府工作报告的音频与报告关键词融入产品之中。

融合效果激发更强传播力。在广东两会报道中,南方网评推出系列网络评论,《精准脱贫是政府工作报告的最亮底色》等30余篇原创网评,高度聚焦代表委员热议的经济建设、教育、医疗、环保等关键词。南方网、“南方+”客户端还充分运用漫画、图表等形式,携手推出了《【漫评】民生愈响亮 民生发展越精准给

力》等13幅漫画、图表,形式新、趣味足,引起广大网友的阅读关注。

大数据内容厚积薄发。南方网采用当前流行的数据云图为切入点,并配套可视化数据视频与图表文章,策划推出基于数据云图制作成“九宫格图”和《有数有真相!这一年,广东这样推进粤港澳大湾区建设》数据新媒体产品,集中展现广东省2018年推进粤港澳大湾区建设的举措及成效。[14]

(胡键:南方新闻网总编辑、“南方+”客户端总裁)

链接

传播数据

广东两会期间,南方网共发布稿件1000余篇,其中新媒体作品34件,两会报道的整体点击阅读量超过6000万次;“南方+”客户端共发布稿件400余篇,其中融媒体产品24件,两会报道全网点击量超4000万。

爆款产品

南方网携手南方英文网精心制作的数据新媒体产品《广东对外交往·足迹》,运用所建设的对外交往数据库的数据,以党的十九大以来涉外活动稿件为分析样本,展现广东对外交往活动的时间表、路线图,在对外交往中重点关注的议题,以及推进贸易、科技、文化等重点领域对外交流合作取得的新进展。该产品一经推出,就吸引了包括美国、法国、澳大利亚、马来西亚、德国等国家网民的强烈关注,国际传播效果明显。

浙江在线： 拼“同题竞争” 交特色答卷

文 / 李回雄 叶海

一年一度的省两会是5600多万浙江人生活中的大事，也是各大媒体同场竞技的舞台。浙江在线紧扣大会主题，突出网络时效，突出呈现创新，突出融合交互，在“同题竞争”中交出了特色答卷。

再造流程，又准又快。融媒时代，信息的时效对于传播的速度和广度至关重要。准，是信息发布的前提；快，是网络媒体的优势。

准是快的前提。浙江在线再造新闻生产流程。借助浙报集团自主研发的“媒立方”融媒体智能传播服务平台，搭建了前方记者-前方编辑-前方编委-后方编辑-网站值班编委的多重审稿机制，保证了两会报道稿件的安全快速流转。

快让传播效果最大化。省两会期间，浙江在线前后方高效联动，快讯第一时间通过浙江在线新闻网站、浙江手机报、官方微信等多平台发布，让准确信息第一时间到达用户手中。

精彩呈现，创新表达。融媒时代，酒香也怕巷子深。如何让网友打开网页？提升“颜值”，精彩呈现，至关重要。

今年的省两会报道中，浙江在线对网站首页专区、新闻专题和移动端的专版进行了一体化打通设计，保持框架和风格的统一，营造严肃而热烈的会议气氛。一系列网页版式的创新设计不仅凸显了会议报道的主题，也让众多网友眼前一亮。

相对文字，融媒体的表现力更强。浙



互动小游戏《民生十件事 实事大红包快来拆》截图。供图/浙江在线

江在线的小编们结合会议进程，选取了政府工作报告中的高频词，整理了公布的预算数字，先后推出图解新闻、H5产品、互动小游戏等融媒体产品。

网上线，交融互动。围绕政府工作报告中的民生热词，结合代表委员的审议讨论，让民众心声带上两会，也是本次报道的特色之一。

浙江在线充分利用移动传播矩阵，在浙江手机报、浙江在线官方微信、浙江在线官方微博等平台传播扩散报道内容，并设置#2019浙江省两会#等话题，引导网友评论。截至1月30日，微博话题阅读量逾81万，成功借力“随人走”的终端，实现“信息围人转”。

除了通过社交平台参与互动外，网友还能选择打开浙江手机报，进入“小编带你上两会专栏”，留下要说的话，或是给代表、委员提供民生线索。截至省两会闭幕，浙江手机报这一通道共收集网友互

动内容200多条。

有了这些互动式的新闻产品，网友不仅走近了会议活动，也“走进”了两会现场，宣传效果达到最大化和最优化。^[1] (李回雄：浙江在线新闻网站编委兼新闻中心主任；叶海：浙江在线新闻网站编辑中心副主任)

链接

传播数据

浙江两会期间，浙江在线发布图文原创稿件近300篇。浙江在线两会相关页面点击量超过2200万。

爆款产品

结合会议进程，浙江在线选取政府工作报告中的高频词，先后推出《4大高频词告诉你 2019浙江经济这么干！》《财政晒“账本” 2018年，浙江把钱花哪了？ 2019年又将怎么花？》等图解新闻；H5产品《政府工作报告怎么读？透过这些关键词你就get了》、互动小游戏《民生十件事 实事大红包快来拆》等，吸引众多网友互动参与。

大河网： 立足自身优势 注重精品传播

文/高亢

2019年河南两会圆满结束。作为网络媒体，大河网精心策划，利用新技术、新平台、新手段，通过“智慧人大客户端”、特色新媒体栏目、网络互联互动等形式，文字、图片、视频、音频、H5、直播轮番上阵，连续推出多款有影响力的新闻产品。

代表履职“神器”受欢迎。1月13日，河南省人代会开幕前夕，在代表驻地河南饭店，省人大代表董振杰用手机扫码下载“河南智慧人大”客户端后，进入新开设的“代表履职服务平台”上传议案提议。省人大代表履职服务平台由省人大常委会办公厅与河南日报报业集团联合打造，大河网络传媒集团负责建设开发，利用掌上设备，可实现代表建议、议案移动化便捷操作及办理状态实时显示，为人大工作开展插上“智慧翅膀”。后台数据显示，人代会新闻客户端发布新闻521条，上传微访谈视频113部，展示代表建议231人次，总点击量达126万人次。

拉近民众与两会距离。作为大河网的两会特别栏目，《融媒微访谈》成为一款十分高产的新闻产品。据不完全统计，两会期间，大河网融媒微访谈共发布稿件近100篇，采访代表委员近百位，积极呈现人大代表、政协委员的两会好声音。作为大河网特色栏目，《大河政对面》积极推出两会特别策划。《听！河南两会上，他们为您这样发声！》《教育、医疗、养



海报《2019年河南省政府工作报告高频词》截图。供图/大河网

老……哪些民生热词您最关心?》通过短视频呈现最热点的话题、最真挚的声音，使该栏目迅速吸引网友关注。

精心策划提升传播力。注重精品传播，是大河网两会报道的重要思路。1月16日，河南省省长陈润儿作政府工作报告，大河网编辑迅速梳理出12个在报告中出现次数最多的“高频词”，以《2019年河南怎么干? 政府工作报告中的这些“高频词”为你划重点》为题，通过精彩海报加图文报道的形式，第一时间发布。

互通互通提升影响力。大河网立足自身优势，利用全媒体平台优势，开设大型融媒体专题“中原追梦——聚焦2019河南两会”，同时在大河网PC端、手机大河网和大河网新闻客户端同步推出内容。大河网充分利用“大河云”移动融媒体平台，建立高效的运行机制，前方后方联动，编辑记者连线，网上网下呼应，第一时间发布省两会期间重大新闻报道；同时传统媒体与新兴媒体协同，制作推出众多种类齐全、特色各异、立体多元、融通融合的融媒体产品。

(高亢:大河网总经理)

链接

传播数据

河南两会期间，大河网大型融媒体专题“中原追梦——聚焦2019河南两会”共发布文字稿件560篇，视频86个，原创稿件130余篇，网评原创25篇，图解图说24幅，开设直播12次，总阅读量7814万人次。

爆款产品

大河网首次推出“大河网双语播报之两会特刊”，向世界展示精彩河南。“双语播报”的新闻稿件以弘扬河南正能量、提高河南知名度和美誉度、传播河南优秀传统文化为主，贴近两会内容，表现形式丰富。双语文字为主，海报图片为辅，从视觉、听觉等方面增强了双语新闻的趣味性和可读性，采用了外国人士听得懂、易接受的方式向全世界传播“河南好声音”，讲好“河南好故事”。

多彩贵州网:

聚焦贵州“大事” 打造“四全”报道

文 / 张云泓

2019年贵州省两会分别于1月26日、27日在贵阳开幕。多彩贵州网精心策划、尽锐出战,打造全程报道、全息报道、全员报道、全效报道——“四全”全媒体报道策划。

全程报道。开幕当天,多彩贵州网聚焦网友最关注的“金句”“政府工作报告”等,推出《【视频】振奋人心!这些金句干货满满》等6个融媒体产品,梳理省两会重要讲话、政府工作报告中的重点、亮点、焦点,以更加通俗易传播的音频视觉分块呈现形式,使得解读生动活泼起来;依托省两会,聚焦贵州“大事”,在主题系列报道上,特别策划《对话|两会·县长访谈》栏目,邀请将在2019年实现脱贫摘帽的多个贫困县县长,面对镜头谈巨变、话脱贫、畅未来,让网友亲眼看到脱贫路上的“奋斗者”“带头人”。

全息报道。多彩贵州网围绕重要内容,以融媒体形式发力,全息报道,精彩发声。《【互动H5】向世界发出“贵州声音”》中,可选择喜欢的省两会金句,录制由自己“亲口”代言的贵州最强音,产品传播力强,已有13万网友重读省委书记的两会“金句”;《【视频】听!2018年贵州的声音……》从“声音”着手,选取“天眼”FAST首次捕获声音、春晚分会场、时任世界银行行长金墉点赞贵州等大事记现场声音组成,回顾贵州2018,展望贵州2019,为贵州省两会做好预热报道,稿件



多彩贵州网两会融媒体作品截图。

单篇阅读量超10万。

全员报道。《多彩贵州气象新》是2019贵州两会多彩贵州网制作的专题,在“今日谈”栏目中不仅有深度评论文章,“说两会”也一直备受网友好评,真正做到议题设置、解读两会、阐释政策、分享观点、引导舆论;“黔哨”原创评论围绕主题,按照“1+4+1”的模式,推出6篇网评文章;“迪迪说两会”系列音频栏目,男女主播以“一唱一和”的对话形式,轻松畅聊两会大小事,让网友不知不觉“听”完两会。

全效报道。多彩贵州网以短视频为主要呈现载体,策划《代表委员履职手

账》《说出心声·我们的两会》等系列报道。“手账”是当下年轻人喜爱的记录生活的样本,在此次报道中,立意“手账”模式,制作11期《代表委员履职手账》系列融媒体报道。《说出心声·我们的两会》系列视频报道的生产模式为:在两会召开前夕,多彩贵州网于各端频发“征集令”,从中梳理出百姓最关注的十个热点问题。以视频形式“网友问”“代表委员答”,把代表、委员以及网友市民请进镜头,真正做成一档和群众、代表、委员都息息相关的“我们的两会”。

(张云泓:多彩贵州网总编辑)

链接

传播数据

贵州两会期间,多彩贵州网推出405篇原创稿件,推出35个融媒体产品,采用VR、H5、定格动画、微视频、互动手游等近10种形式。贵州多彩网坚持“移动优先”原则,报道覆盖“一网两微一报一端一抖”,全网传播力突破5000万。

爆款产品

《代表委员履职手账》系列融媒体报道,立意“手账”模式,通过“音频+H5+图文”的融媒体形式,以网言网语讲述代表、委员履职故事,展现代表委员风采,展示贵州发展成绩。其文稿精炼、版式新颖,对年轻用户具有较强的吸引力,拉近了代表、委员与网友受众的距离,增强了时政报道的“亲切度”,在全省两会报道中是首次采用。

封面新闻：

融媒体强传播 全方位“看”两会

文 / 杨东 杜江茜

随着技术手段发生变革，信息传播方式改变，大众关注两会的方式也在改变。而如何让大众对这件我国政治生活中的大事，看得贴心、轻松和明白，俨然成为各个媒体不断探索的目标。

在2019年四川省两会期间，封面新闻客户端推出《奋力推动治蜀兴川再上新台阶——2019省“两会”特别报道》，在发布两会重磅消息的同时，通过直播间、定格动画、手绘动漫、H5等创新融媒体手段，用年轻化的表达，聚焦两会热点民生话题，吸引网友关注两会，点赞四川发展。

专题推送与视频传播，让两会报道形成“刷屏”之势。四川省两会期间，准确规范的报道是底线，对此，整个报道团队确保了两会新闻的精准传递，第一时间解读报道热点、梳理关键词、围绕“热词”的权威解读同步推进。在传播上，封面新闻《四川省两会特别报道》专题作为重点内容在首页幻灯、四川频道以及各市州区县频道显要位置长期推送。其中，专题从政府工作报告解读、重要议程、热点提案议案点击等方面全方位关注两会。同时集纳两会相关创意新媒体产品，形成合力，让省两会报道形成“刷屏”之势。

另一方面，视频已成为封面新闻内容表达的主要方式。四川省两会期间，封面新闻推出多款形式各异的特色视频产品，用直观、创意的表达，传播四川好声音。



《奋力推动治蜀兴川再上新台阶——2019省“两会”特别报道》截图。供图/封面新闻

定格动画看四川，主播与你话民生。做好传统报道的同时，封面新闻加强创新融合，扩大报道的传播力、影响力。以天府仁寿大道贯通为主要内容，用“手绘动漫+定格动画”结合的创新形式，推出《封面动画·考考你，世界最长城市中轴线在哪里？》创意视频。

加大对基层声音的传播依然是报道重点，对此，封面新闻推出多期《我AI四川 主播有画说》产品，用“手绘动漫+真人解说+航拍”等多种技术手段，细数民生实事，收获广泛赞誉。以《四川人请查收，你有一份2019年的福利红包》为例，用趣味化的表达展望2019四川民生事业，为网友献上一份“萌萌哒”的四川民生福利账单。

新技术扩大两会报道影响力。例如，封面新闻推出九宫格海报、H5《@四川人，你有一份幸福账单》等创意产品，并设计

入口引流封面两会专题，在朋友圈等社交媒体广泛传播，扩大两会报道渗透度。

封面新闻、《华西都市报》的微博微信也将省两会相关消息作为重要内容重点推送。建立并主持微博话题#四川省两会#，动态发布推送四川省两会消息，相关微博和微信收获3000万+阅读量。■

（杨东：封面新闻副总编辑；杜江茜：封面新闻首席记者）

链接

传播数据

四川两会期间，“封面”客户端“四川省两会特别报道”专题共发布相关稿件约200篇，稿件总阅读量超5000万。同时，封面新闻、《华西都市报》微博微信同步推出四川省两会报道，话题#四川省两会#收获317万阅读量。两会相关微博和微信阅读量超2700万。封面新闻省两会相关报道和产品阅读量合计超8000万。

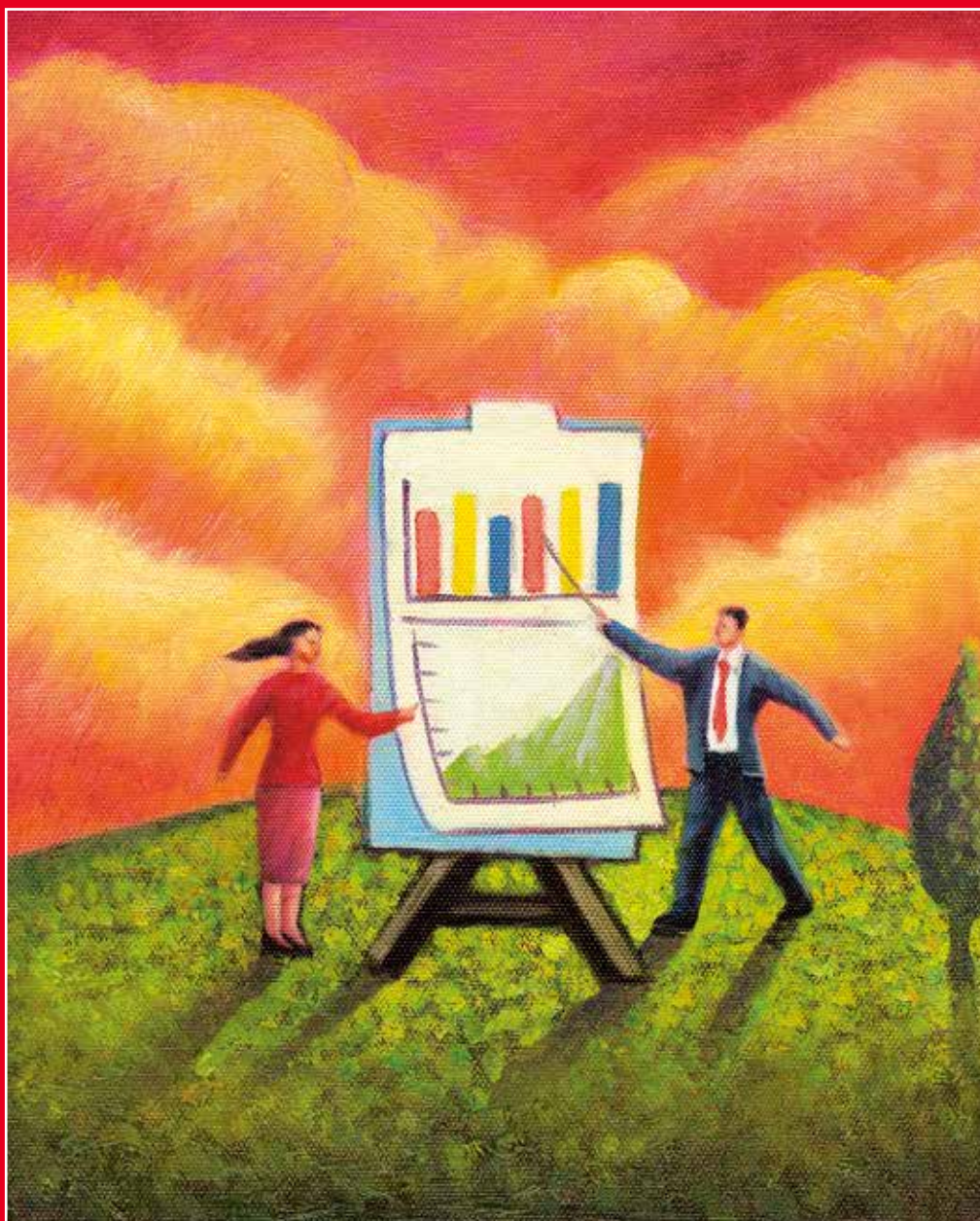
爆款产品

《封面会客厅》《两会青年说》《我AI四川》《两会直播间 | 圆桌讨论》等系列视频从不同的角度，通过访谈、讨论、实景等多种方式带网友全方位“看”两会。收获网友广泛转发和点赞。其中《直击两会现场 | 《政府工作报告》引代表热议：催人奋进，2019干劲更足！》《封面视频直击四川“两会”》《我AI四川 小封带你看两会》等视频产品均创下单篇300万+的观看量。

月报

Monthly report

提供月度最重要的报告。
在这里，故事呈现细节，背景展现视野，
政略突出高度，数据显示力量。



政务新媒体 蹄疾步稳

文 / 本刊编辑部

2018年12月7日，国务院办公厅出台《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》(以下简称《意见》)。《意见》指出，“大力推进政务新媒体工作，明确功能定位，加强统筹规划，完善体制机制，规范运营管理，持续提升政府网上履职能力，努力建设利企便民、亮点纷呈、人民满意的‘指尖上的网上政府’”。这为政务新媒体的健康有序发展指明了方向。

如果从第一条政务微博发布开始算起，政务新媒体已经走过十年历程。十年间，政务新媒体在发布政务信息、联系群众、服务群众方面发挥了重要作用，各地区、各部门积极运用政务新媒体推进政务公开、优化政务服务、凝聚社会共识、创新社会治理，取得了较好成效。可以说，政务新媒体是加快政府职能转变、建设服务型政府的重要手段，是引导网上舆论、构建清朗网络空间的重要阵地，也是探索社会治理新模式、提高社会治理能力的重要途径。

随着移动互联网时代的到来，人们对政务信息发布的快捷性、便利性、实用性、趣味性等方面的要求越来越高，政务新媒体不再只是简单发布政务信息的一个渠道，而是充当了新时代政府部门在网上的“形象代言人”，既掌握着独家的政务信息，又塑造着政府部门的形象。政务平台让“事在网上办，话在网上说”变成网民喜闻乐见的政务服务。

然而，并非所有的政务新媒体都塑造了“好形象”，相反，一些“雷人雷语”“不互动无服务”的现象时有发生，非但没有为政务提供良好服务，反而对

政府形象和公信力造成不良影响。

为此，《网络传播》杂志以“新媒行健 政务致远”为主题，举办沙龙活动，邀请从事一线运营的优秀政务新媒体主编分享他们的成功经验。国务院国资委新闻中心副主任闫永认为，运营好政务新媒体需要“三招十式”，招招式式都直指要害；北京市公安局平安北京负责人郭涛表示，政务新媒体可以“蹭热点”，但要注意综合研判其中的舆论风险；成都服务运营中心运营总监徐剑箫则把政务新媒体比作政府的感觉器官，认为政务新媒体平台的核心价值就是交互；昆明互联网新闻中心副主任李飒认为，政务新媒体在矩阵建设中应坚持“六度”原则……此外，沙龙现场还邀请了来自高校和研究机构的专家学者进行独到、精辟的点评，为政务新媒体的发展提供“真金白银”的实操经验和辨析思维。

为了更好地厘清政务新媒体的现下，明晰其智能化人格化的发展未来，本刊编辑部搭建专题文章，摘录国务院办公厅印发的《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》，呈现“网络传播沙龙”嘉宾的精彩观点和精辟点评，约请共青团中央谈如何发挥积极作用、引领时代青年；听中国长安网如何用短视频讲好政法故事，“成都发布”怎样做与城市能级相匹配的政务新媒体，“四平警事”如何用小剧场撬动大传播，微信和抖音作为政务新媒体的平台方怎么传递正能量、做好政务服务。

服务无止境，政务新媒体在创新服务形式、发挥服务功能上，当蹄疾步稳。 ■



推进政务新媒体健康有序发展

指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中全会精神，坚持以人民为中心的发展思想，牢固树立新发展理念，认真落实党中央、国务院关于全面推进政务公开和优化政务服务的决策部署，实施网络强国战略，落实网络意识形态责任制，大力推进政务新媒体工作，明确功能定位，加强统筹规划，完善体制机制，规范运营管理，持续提升政府网上履职能力，努力建设利企便民、亮点纷呈、人民满意的“指尖上的网上政府”。

工作目标

到2022年，建成以中国政府网政务新媒体为龙头，整体协同、响应迅速的政务新媒体矩阵体系，全面提升政务新媒体传播力、引导力、影响力、公信力，打造一批优质精品账号，建设更加权威的信息发布和解读回应平台、更加便捷的政民互动和办事服务平台，形成全国政务新媒体规范发展、创新发展、融合发展新格局。

基本原则

坚持正确导向。增强“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”。

坚持需求引领。围绕公众需要，立足政府职能，切实解决有平台无运营、有账号无监管、有发布无审核等问题。

坚持互联融合。按照前台多样、后台联通的要求，推动各类政务新媒体互联互通、整体发声、协同联动，推进政务新媒体与政府网站等融合发展。

坚持创新发展。遵循移动互联网发展规律，创新工作理念、方法手段和制度机制，积极运用大数据、云计算、人工智能等新技术新应用，提升政务新媒体智能化水平。

2018年12月7日，国务院办公厅出台《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》(以下简称《意见》)。

《意见》对政务新媒体建设的指导思想、工作目标、基本原则、工作职责等做出了明确规定，为政务新媒体的健康有序发展指明了方向。本刊摘录呈现，以飨读者



加强功能建设

规范运维管理

强化保障措施

各地区、各部门要遵循政务新媒体发展规律，明确政务新媒体定位，充分发挥政务新媒体传播速度快、受众面广、互动性强等优势，以内容建设为根本，不断强化发布、传播、互动、引导、办事等功能，为企业和群众提供更加便捷实用的移动服务。中国政府网政务新媒体要发挥龙头示范作用，不断提升政务公开和政务服务水平。

(一) 推进政务公开，强化解读回应。积极运用政务新媒体传播党和政府声音，做大做强正面宣传，巩固拓展主流舆论阵地。

(二) 加强政民互动，创新社会治理。畅通政务新媒体互动渠道，听民意、聚民智、解民忧、凝民心，走好网上群众路线。

(三) 突出民生事项，优化掌上服务。强化政务新媒体办事服务功能，围绕利企便民，聚合办事入口，优化用户体验，推动更多事项“掌上办”。

(一) 开设整合。县级以上地方各级人民政府及国务院部门应当开设政务新媒体，其他单位可根据工作需要规范开设。一个单位原则上在同一平台只开设一个政务新媒体账号，鼓励在网民集聚的新平台开设政务新媒体账号。严格按照集约节约的原则统筹移动客户端等应用系统建设，避免“一哄而上、一事一端、一单位一应用”。

(二) 内容保障。严格内容发布审核制度，坚持分级分类审核、先审后发，明确审核主体、审核流程，严把政治关、法律关、政策关、保密关、文字关。

(三) 安全防护。严格执行网络安全法等法律法规，落实安全管理责任，建立健全安全管理制度、保密审查制度和应急预案，提高政务新媒体安全防护能力。

(四) 监督管理。加强政务新媒体的日常监管，定期组织检查，积极运用技术手段进行实时监控，及时通报、督促整改存在的突出问题。

(一) 加强组织领导。各地区、各部门要充分认识移动互联网环境下做好政务新媒体工作的重大意义，提高认识，转变观念，完善政务公开协调机制，将政务新媒体工作纳入重要议事日程。

(二) 加强人员培训。各地区、各部门要将政务新媒体工作纳入各级领导干部和公务员教育培训内容，着力强化运用政务新媒体履职能力。

(三) 加强考核评价。各地区、各部门要将政务新媒体工作情况列入年度绩效考核，制定考核评价办法。■

网络传播 沙龙

New Media Salon



1月23日，以“新媒体健 政务致远”为主题的第十八期网络传播沙龙在北京举办。（本组图片由本刊记者潘树琼摄）

新媒行健 政务致远

新时代下，政务新媒体如何既能“正身”——做好服务，又能“卖萌”——贴近大众，值得探讨。1月23日，在以“新媒行健 政务致远”为主题的第十八期网络传播沙龙上，“国资小新”“平安北京”等从事一线运营的优秀政务新媒体总编分享了他们的成功运营经验，来自高校和研究机构的专家学者进行了独到、精辟的点评。活动由中国网络空间研究院指导，《网络传播》杂志主办，人民网、智慧星光、微博智库合办。



中国网络空间研究院副院长 侯云灏

政务新媒体发展经历了“政务+互联网”、电子政务、政务新媒体、“互联网+政务”四个阶段。未来，政务新媒体会朝三个方向发展：沿着电子政务方向继续深入发展；沿着媒体方向发展；朝着综合性政务平台方向发展（也就是“指尖上的网上政府”）。综合型政务平台不单是政务公开、信息发布，还承担着加强互动服务、引导舆论、凝聚人心、促进社会综合治理的职能，更具有以信息化驱动和引领经济社会发展的重要作用，具有重大战略意义，将成为推动改革发展稳定事业的重要平台。



新浪微博执行总编辑 陈丽娜

政务微博从无到有、从小到大，一直在与时俱进，一直在引领整个政务新媒体的发展，到现在还不断激发活力，不断衍生出新模式和成功案例。政务微博从最初简单的发布，到引导舆论、创新宣传再到公共服务，这是市场、用户和政府一起作用的结果。如今，无论是大到保障群众生命财产安全，还是小到群众琐事，政务新媒体都可以提供服务。



国务院国资委新闻中心副主任、中央企业媒体联盟副主席兼秘书长 闫永

运营好政务新媒体需要“三招十式”。三招即智能服务、整合传播、关系链管理。十式包括定位的再中心化，即重新成为关系链的中心；账号品牌化，即努力成为行业或区域头部账号；组织虚拟化，即塑造自组织的运营团队；服务智能化，即全天候全时空在线服务；运营一体化，即渠道融合内容融合；平台矩阵化，即集中联动发挥非权力影响力；传播分众化，即关系链上的全媒体整合分众传播；内容故事化，即生产现象级爆款产品成为网红IP；场景视频化，即发力短视频平台；粉丝社群化，即线上线下建立“强关系”。



北京市公安局“平安北京”负责人 郭涛

要做好政务新媒体，首先要知道什么是舆情，对网络舆情和对政府部门官方运营的账号要有一个很明确的定位和认识，碰到事情知道怎么做，没碰到事情知道怎么服务大众，怎么跟大众交流，让政务新媒体具备网感才有可能创造出一些爆款新媒体产品。同时，政务新媒体在“蹭热点”的时候要注意五个点：确定热点是什么（话题、人或事件）；本职工作是什么；与热点之间存在什么关系；手中有何素材；综合研判其中的舆论风险。



成都服务运营中心运营总监 徐剑箫

政务新媒体是城市或者政府的感觉器官。两微作为政务新媒体的主要平台，同时都是社交平台，所以它们作为政务新媒体平台的核心价值就是交互。政府和民众的交互有三点：问计于民，问效于民，问需于民。当下，政务新媒体应该与基层融媒体相结合，围绕群众，以引导群众、服务群众为目标，同时通过顶层设计，建立一个综合矩阵。



昆明互联网新闻中心副主任 李飒

当下，各政务新媒体平台的互联互通缺乏技术支持的问题，在技术层面，主管部门要协同平台部门，进行技术攻关；在形式和平台上，各级政务新媒体要尽最大可能扩大覆盖面和影响力。在内容和信息源上，要避免“机器人”“简报式”“领导名单式”发布。因此，政务新媒体在矩阵建设中应坚持“六度”：运维考核有制度；信息公开有速度；政务服务有态度；真诚负责有温度；从谏如流有气度；网络公益有力度。



北京师范大学新闻传播学院副院长、教授 张洪忠

媒体是人的器官的延伸，政务新媒体是政府职能部门的延伸。没有新媒体和互联网之前，我们把报纸和电视定位为党和政府的喉舌，当政府职能部门有自己的媒体和平台以后，其功能性得到有效提升。同时，政务新媒体在发展过程中存在内容发布的活跃度与原创力不足、运营团队人员配备不足、领导重视程度不够三方面问题。政务新媒体需要做好三方面工作：加大人才队伍建设力度；多和网民评论互动、服务网民诉求、回应网民关注；提升政务新媒体账号的活跃度与原创力。



中山大学传播与设计学院院长、教授、博士生导师 张志安

政务新媒体未来发展要注意六个方面：对服务口碑的评价和舆论引导产生的效果影响将越来越大；加深对重要问题的议题设置，以此实现对整个社会发展的判断和理解；视觉化生产将成为一种趋势；政务新媒体要有话语创新的战略思维；通过自身数据挖掘分析，让服务更精准化，同时要整合公共服务数据；区域的联盟和专业的联盟是政务新媒体今后的发展方向。



第十八期网络传播沙龙现场。



中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员、《新闻与传播研究》副主编 **刘瑞生**

政务新媒体的中心目标是用户为王，各大重要的新媒体平台的特征是从用户开始下沉，三四线城市用户的需求越来越强烈，他们会逐渐成为新时代的主题。可以从三方面理解：政务新媒体是新时代社会良治的延伸；要坚持以人为本，走好网上群众路线；中国政务新媒体十年来的发展经验和新时代社会良治动力定局，打造了很好的微政务中国方案。



智慧星光、星光智库董事长 **李青龙**

未来，可以借助人工智能技术增强政务新媒体的运营能力，在选题策划方面，可以借助全网新闻传播和用户画像分析技术，引领网络舆论趋势；稿件制作效率方面，可以利用技术快速生成媒体内容，提高内容生产效率；提升政务媒体传播效果方面，加快政务媒体传播矩阵的整合，利用用户反馈画像技术，精准定位用户诉求，投放政务资讯与服务信息；建立科学评价体系方面，形成客观全面的政务新媒体传播评价体系，围绕政务媒体的主要职责综合评价并形成反馈、优化联动机制。



微博副总编辑、微博智库主编 **汪抒**

最新的数据研究报告显示，2017年至2018年，有机构对2.75亿条微博进行分析，发现人们对国家经济民生方面的发展充满信心，对改革开放充分肯定，对更加多元开放立体的社会和舆论生态表现出极大的信心和热情，政务新媒体在这背后发挥了重要的作用。

案例 · 共青团中央

主动发声，正能量引领好青年

共青团中央在舆论场上大胆发声，却没有让网友觉得冷冰冰、硬邦邦，这得益于其在各大平台上进行的人格化运营

文 / 吴德祖



共青团中央在B站发布了与虚拟偶像洛天依合作的“中国制造日”活动原创主题曲《天行健》海报。供图/共青团中央

“共青团应当高度重视网上工作，全体共青团员都要发挥积极作用，争当‘中国好网民’。”“开展网络斗争、加强网络管理、弘扬网上主旋律，这项工作大家都要做，但团组织也可以更多发挥一点作用……”习近平总书记的重要指示，为共青团新媒体工作指明了前进方向。

把握网络热点 主动引领青年

截至2018年12月，我国网民规模达8.29亿，网民以中青年群体为主，10-39岁群体占整体网民的67.8%。“只要青年在的地方，无论千山万水，团团都赶来见你。”2013年，共青团中央开通官方微博、微信；2016年入驻知乎网络问

答社区；2017年入驻哔哩哔哩视频弹幕网站（以下简称“B站”）和QQ空间；2018年入驻抖音、快手、微视短视频平台；今日头条、网易云音乐及各大直播平台也出现了共青团的身影。几年下来，共青团中央已成为各大平台上的关键意见领袖。

共青团中央被网友亲切地称作“团团”。这里没有空泛的说教，也没有生硬地照搬，有的是积极理性的观点、生动活泼的语言、亲切温暖的互动。很多网友说，看到了微博上勇敢正直的“团团”、微信上温暖积极的“团团”、知乎上深度智慧的“团团”、QQ空间里热血青春的“团团”、B站里和大家“皮在一起”的“团团”，不同的样态、不同的风格，在青少年心间注入了同样真挚热烈的情感。

在重大政治事件上，共青团中央从不缺席。2018年11月17日晚，第55届金马奖颁奖典礼在台湾举行。当着众多大陆导演、演员的面，一位获奖者在台上公然宣扬“台独”言论，引发轩然大波。消息传来，共青团中央迅速反应，第一时间转发“中国，一点都不能少”的微博表态。虽然当时已是深夜，但仍有众多演员、明星带动网友参与转发。最终该条微博阅读量超过10亿次，转发量近2000万次。惊人的数据背后，体现出当代青年的拳拳爱国之心。

在社会时事热点上，共青团中央也主动发声，发挥积极作用。2018年11月21日，当晚上海世博中心本应上演意大利品牌杜嘉班纳的大型时装秀，但该品牌在社交媒体上传的宣传视频却涉嫌辱华。随后，其联合创始人更是在面对网友质疑时破口大骂。共青团中央果断发声，表示欢迎外国企业来华，但应尊重中国人民，并配上“自取其辱”四个字明确表态。这条微博阅读量高达7000万次，转发量超过24万次。最终该场时装秀取消，杜嘉班纳公开道歉。

人格化运营 主动设置议题

共青团中央在舆论场上大胆发声，

却没有让网友觉得冷冰冰、硬邦邦，这得益于其在各大平台上进行的人格化运营。在这些平台上，共青团中央被网友亲切地称作“团团”。这里没有空泛的说教，也没有生硬地照搬，有的是积极理性的观点、生动活泼的语言、亲切温暖的互动。很多网友说，看到了微博上勇敢正直的“团团”、微信上温暖积极的“团团”、知乎上深度智慧的“团团”、QQ空间里热血青春的“团团”、B站里和大家“皮在一起”的“团团”，不同的样态、不同的风格，在青少年心间注入了同样真挚热烈的情感。

共青团中央十分注重议题设置。2017年12月26日，共青团中央在B站发布了与虚拟偶像洛天依合作的“中国制造日”活动原创主题曲《天行健》。在激昂的旋律中，视频快速回顾了中华民族的自强不息的奋斗历史，从古代的神话传说到近代的救亡图存，再到新中国成立后取得的发展成就，点燃了青年的爱国热情。当“看我星星之火可以燎原，华夏热血终被点燃”的歌声响起时，屏幕上瞬间被这句话的弹幕覆盖。该视频一经播出便火爆B站，成为“传说级”作品，播放量高达170万次，弹幕高达3.5万条，收藏人数超过13万，网友根据这个歌曲原

创改编的短视频版本超过150个。

突破“次元壁垒” 进军短视频

在2018年最流行的短视频平台上，共青团中央也勇于尝鲜，并在3月24日率先进驻抖音、快手、微视等短视频平台。2018年4月8日，共青团中央发布了一条短视频。视频中，在齐胸的洪水中，一位身着制服的救援人员将一个婴儿高举过头顶，缓慢前行。婴儿啼哭不止又双脚乱蹬，他却没让婴儿沾上一丁点儿水。这篇名为《宝贝不哭，叔叔在》的短视频仅有十几秒，最终获赞600余万次，被分享超过1.4万次。比起常见的秀恩爱、卖萌短视频，网友热评“这才是正能量”。

共青团中央还联合各大直播平台发起“团团直播间”大型栏目，邀请青年榜样、明星名人共话新时代，累计在线人数超过1亿人次；连续两年举办“网络青晚”，突破“次元壁垒”，COS圈、国风音乐圈、电竞圈、体育圈、主播圈等网络青年共同参与；发起“中国华服日”“中国制造日”“国风音乐”等活动，激发青年群体对中华优秀传统文化的热情，唱响励志奋斗的青年好声音。 [图] (吴德祖：共青团中央宣传部传播处处长)

第一现场，回应关切四两拨千斤

适应互联网快速变化的趋势，创新表达方式，实践好网上群众路线，是政法新媒体工作者义不容辞的责任

文 / 黄琴 王淑静 赵利丽

自中央政法委中国长安网入驻短视频平台快手和抖音以来，截至目前，中国长安网抖音号、快手号制作了40多个千万量级的爆款产品，单个短视频最高播放量达8000万。

与网友“握手”，推动“零门槛”交流

随着短视频成为政务信息发布的重要渠道，在政法体系方面运营中国长安网短视频平台，有其必要性和重要性。

一是形势所需。短视频平台目前受众5亿、日活2亿，短视频风口，何以能做到视而不见？二是能力所需。互联网快速发展，话语平台也在不断转移，从纸媒、门户网站、微博、微信再到短视频，变化频率不可谓不快，跟不上就要被淘汰，从“适应”到“驾驭”，对政法新媒体工作者来说是一次次大考。三是本职所需。政法系统最根本的任务是守护政权。当前，互联网是我们面临的“最大变量”。适应互联网快速变化的趋势，创新表达方式，实践好网上群众路线，是政法新媒体工作者义不容辞的责任。

零门槛是短视频平台最大的特性。相比有门槛的文字、图片等传播方式，短视频是“零门槛”交流模式，只要15秒，甚至不需任何文字，便能无障碍地交流分享，发挥了社会“减压阀”的作用。

对政法新媒体工作者来说，与最广大网友直接“握手”，更好地讲述政法故事，是一次机遇，能借用视频语言“一竿子插到底”。中国长安网在短视频平台发布了抓“老赖”的视频，不少网友留言问“什么是老赖”，很快就有网友回复，“老赖”就是“不还钱的人”。这就是政法新媒体借助短视频普及政法知识的过程。再有重庆公交车坠江事件发生后，中国长安网在短视频平台紧跟着发布了大量见义勇为的视频，弘扬正能量。有位快手网友留言说：“救人一命，下一句是啥，可怜我没文化，但这些画面太激动人心。”这就是借助短视频构建了让网友更乐于接受政法内容的表达场景，也是政法新媒体应该入驻短视频平台，广泛触达最广大网友的生动证明。

当然，政法新媒体工作者在积极抢占短视频高地、勇于试水的同时，也要正视自己表达方式的不足，如政法干警抖肩膀尬舞、跳“小黄鸭”等宣传方式仍受网友诟病，提升和创新表达方式是当务之急。

四两拨千斤，捕捉精彩瞬间

更加注重捕捉真实的瞬间。15秒的短视频，不再依靠丰富的拍摄镜头和精良的剪辑制作，而是更加强调真实的镜

头语言，往往一个爆款，只是不经意捕捉到工作生活中的某个瞬间，或温暖感动，或风趣幽默，或激情澎湃，或悲痛哀伤。短视频平台，不少千万流量级爆款来自监控镜头或执法记录仪，尽管有的镜头摇晃、画质不佳，但记录了真实现场的生死瞬间和温馨感动，满足了网友“第一镜头感”，因而深受关注。中国长安网在抖音发布了《民警飞身扑救轻生男子》视频，监控真实记录了警察惊险救下轻生男子的全过程，视频播放量达8000万。

深挖政法新闻富矿。政法新媒体，坐拥“公检法司安”各系统新闻富矿，资源十分丰富。安全战线作为隐蔽战线，网友对此好奇心十足。2018年国家安全日当天，中国长安网在快手发布“猜国家安全警察”的互动视频，让网友“猜他们是谁？”并最后公布答案，激起了网友的好奇心。仅两天时间，两个视频就创造了超过1亿的播放量，增强了网友对国家安全警察的认识，网友评论“有你们，我们很安心”“致敬英雄”。

配乐作用凸显。15秒时长的视频，除了内容要第一时间抓人眼球，配乐的作用也不容忽视，精彩配乐往往能起到“四两拨千斤”的作用。中国长安网一位视频编辑拿到一些特警射击的画面，

他灵机一动，将原本平常的画面配以当下流行的游戏音乐，加上节奏感强的画面剪辑，制作了刷爆抖音的超燃视频。网友评论：“这是我在抖音见过最帅的视频。”

精细化运作，传递政法正能量

目前，短视频平台的迅速增长期已过，正日益朝着精细化、专业化方向发展。

首先应该达成共识的是，政法系统入驻短视频平台的“红利期”已过去大半，目前需要纠结的不再是要不要进入，而是如何利用最新的表达方式、最受人们欢迎的媒介回应公众关切，为政法系统发声；另外，选择合适的方式，把握宣传的尺度，如“西安交警出动几十辆警车拍短视频”被网友吐槽“浪费公共资源”、某法院干警身着严肃制服模仿“小黄鸭”搞怪动作等，都应该成为政务号需警醒的案例。

结合运营短视频平台以来的体会，我们认为恰当的定位、优质的内容、活泼的剪辑效果、吸引人的标题等，都是短视频运营中不可或缺的因素。

第一，紧跟潮流，找准定位。中国长安网自进驻短视频平台以来，始终以“传播正能量”为口号，在此基础上，侧重于弘扬法治声音，展现政法干警们的风采。中国长安网以“安哥”为人设，先为网友树立起一个刚强、硬气的形象，接着发布以国家安全警察为主题的劲爆视频、正能量政法暖视频，很快占领政务新媒体平台。

第二，内容为王，注重时效。短视频平台讲求“短”“快”，要在15秒内将最具冲突性、最能让人引发共鸣的画面展现出来。中国长安网发布视频《高考期间，骑警送女考生入考场，下车瞬间女孩向骑警鞠躬》《男孩上学迟到，在校外



春节期间，中国长安网官方微博发起“你想陪谁过年——2019年春节全国政法系统VLOG视频接力”活动。供图/中国长安网

听到国歌响起，停下脚步敬礼》等，都是普通人的暖心瞬间。“天下武功，唯快不破”，在热点事件发生时，如何在最短时间内，以适合自己的方式发声，是新媒体平台面临的共同考验。官方政务号可在视频平台发布信息、进行案件通报，及时回应公众关切。

第三，精细加工，标题抓人。好的封面图和标题是好视频成功的一半。短视频用户利用碎片化时间观看视频，标题必须能在第一时间吸引人的眼球。视频字幕、配乐、表情包、特效等元素综合运用效果更佳，如中国长安网发布视

频《穿着婚纱来找你》，特警因工作忙没空拍婚纱照，妻子便穿着婚纱到警队，一组图片制作的视频，配上温馨歌曲作背景音乐，以及俊男靓女的标题图，让视频播放量达千万。

在视频同质化的当下，原创策划类视频显得更为突出，一个简单的脚本穿插一两个令人发笑或深思的“梗”，便能达到普及法律常识、安全知识的目的；而利用短视频平台流行的配乐、动画效果，也可以制作出或逗趣、或严肃、或发人深省的视频。■

(黄琴、王淑静、赵丽丽：中国长安网编辑)

案例 · 成都发布

“现在发布”，匹配城市能级搭桥梁

政务新媒体本质就是代表党委、政府，搭建与群众沟通的桥梁，更高效地提供政务服务。政务新媒体是“表”，而运行在其背后的政务发布、服务体系才是最重要的因素

文 / 谭麟

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视传统媒体和新兴媒体的融合发展。今年1月25日，新年首次中央政治局集体学习将“课堂”设在了媒体融合发展第一线。习近平总书记再次深刻分析全媒体时代的挑战和机遇，明确提出推动媒体融合向纵深发展的重大要求。

新时代如何做好政务新媒体？“成都发布”经过多年探索，积累了一些经验。

全网用户超千万的权威平台

从我国互联网和新闻舆论形势的大局来看，政务新媒体发展达到一定的体量，各地政务机构获得强大的政务发布工具和手段，能更加适应新媒体快速传播的舆论环境。

“成都发布”是在全国党政新闻平台具有重要影响力的政务新媒体平台，于2010年6月23日在新浪实名认证并启动。目前已拥有微博、微信、成都发布客户端、今日头条、一点资讯、企鹅号等多个账号，其中，微信用户122万，新浪微博粉丝760万，全年阅读量超过10亿，客户端用户191万，全网用户超过1000万。“成都发布”影响力在副省级城市党政宣传系统新媒体位列第一、政务新媒体位列第二，是宣传成都市贯彻落实习近平新时

代中国特色社会主义思想、党的十九大精神和、习近平总书记来川视察重要指示精神和中央、省委、市委战略谋划、重大部署、生动实践的重要平台，是成都市新闻发布、政务信息公开的最权威新媒体窗口。

当前，“成都发布”正全面推进转型升级，努力打造具有全国影响力的第一时间发布、第一权威发布的新媒体平台。

按照网络传播规律策划“爆款”

“成都发布”作为城市官方微博、微信，每天的信息发布均围绕这座城市的工作重点进行。传递正能量，注重信息价值提炼，按照网络传播规律精心策划系列精品。

内容创新方面，“成都发布”在发挥创意的同时，着重融入中心工作。推出的互动H5《全国两会点赞十三五》获得成都新闻奖，电音MV《享和成都在一起》视频播放量达到760万次，川话说唱《杜甫穿越回成都看三治一增》成为网络爆款。

2018年全国两会期间，“成都发布”推出抖音视频“两会成都旺”，从天府绿道、国际范儿、天府文化、地铁出行四个主题，设计不同动作视频吸引网友转发，总阅读量200万。设计新成都“一镜到底”动画长卷H5，用动图形式结合抽奖

展现成都城市新规划，3天内吸引11万人参与。

在采访拓展上，“成都发布”参加市政府常务会报道，目前已参加会议20余次，发稿100余条。“成都发布”一直承担市政府新闻办新闻发布功能，8年来已发稿620余条。同时，与成都市交委、市建委、公安局、房管局、成都地铁、成都铁路局等单位建立供稿渠道，重大政策发稿逐渐从“等纸媒报道”向“现在发布”转变。

在新闻报道上，“成都发布”及时跟进热点，主动策划。2019年春节假期和元宵节，“成都发布”微信报道轰动全网的“宽窄巷子”快闪活动以及“天府熊猫塔烟花秀”，提前谋划，及时报道，在短时间内阅读量就达到10万+。

聚合政务新媒体组建“政能量联盟”

在成都市网信办指导下，2017年3月，由“成都发布”牵头，成都“政能量联盟”正式组建，形成全国第一个大城市级政务新媒体联盟。联盟的目标是将成都全体政务新媒体联合起来，合力生产优质内容，相互促进，各自出彩，共同推动成都城市形象提升，更精准地为网友做好“互联网+政务”服务。

“成都发布”承担联盟指挥号系统



2月19日，成都，元宵节339天府熊猫塔电子烟花秀现场。供图/视觉中国

建设，推进联盟“中央厨房”建设，与联盟成员单位协作展开三次大型主题策划：宣传成都市产业大会的成都产业地图H5、宣传联合国世界旅游组织大会的VR看成都风景、2017年成都政能量盘点，联动22个区(市)县和相关部门，总阅读量超过760万人次。同时，“成都发布”联动“成都服务”，共同解决网友政务类问题，全年收到网友咨询提问2000条，解决问题1800多个。

自2017年成都“政能量联盟”微博建立以来，积极联动基层政务微博，全面展现成都风采和成就，微博总话题阅读量已超过1502万。今年一季度以来，联盟围绕#花开蓉城 绿满天府# #我和绿道有个约会#两个微博活动展开线上互动，为蓉城春色和天府绿道营造良好的话题舆论，两个活动主题总阅读量分别为769.2万和463.9万。

转型升级向“全媒体”前进

新时代成都提出“三步走”战略，明确提出迈向世界城市的宏伟目标，为匹配城市能级的提升，“成都发布”在2018年迎来里程碑式的转型升级。

转型升级的目标是：围绕城市战略、城市发展、城市温度、城市美学，大力宣传成都建设国家中心城市、美丽宜居公园城市、国际门户枢纽城市、世界文化名城，迈向可持续发展的世界城市，不断提升平台国内影响力，成为全国核心城市话题平台。突出重大政务新闻、民生热点、正能量故事、天府文化等主题，让“成都发布”具备权威信息发布平台、互动社交平台、咨询服务平台、活动造势平台四大功能。

目前，“成都发布”内容品质持续提升，推出《全球罕见！未来更方便西望雪山，成都拟打造一条观山视域廊道》等一批高品质作品。内容结构布局持续完善，推出“晨读”早间新闻，中英双语报道等品牌栏目。产品形象持续提升，完成新Logo制作并投用。

政务新媒体发展的思考

一是保障权威发布，强化权威信息首发，塑造权威形象，做到“第一解读”。政务新媒体本质就是代表党委政府，搭建与群众沟通的桥梁，更高效地提供政务服务。政务新媒体是“表”，而

运行在其背后的政务发布、服务体系才是最重要的因素。必须要加强这方面的建设，才能让政务新媒体名副其实地具备发布功能。

二是在表现形式上，应考虑用户体验。视频、表情包、直播、图解、数说、问答、“弹幕”等呈现方式可随手拈来，既懂媒体也懂网民，在深度互动的基础上做好政务宣传。

三是在内容生产上，要从内容输出发展到聚合平台。政务新媒体从摘抄内容为主，走向原创内容为主，创造自身特色。更进一步，则需要从内容生产者变为平台设计者，吸纳更多元的内容生产者进入，在保持准确权威的前提下，为平台提供更多内容。

四是在用户分析上，利用新技术新应用，让数据和技术成为核心驱动力。例如采用大数据分析和小程序运用进行用户画像，使内容推送更有针对性等。

五是在组织架构上，应与目标相匹配。不能盲目地追求大，也不能简单地压缩小，需要根据城市的能级、自身的实际情况进行规划和建设。■

(谭麟：成都发布总编辑)

案例 · 四平警事

寓教于乐，小剧场普法接地气

我们将普法知识拆分成细小的切口，以小而轻的方式进行传播，让大家既看得进去，也能真正学有所得

文 / 董政

自吉林省四平市公安局在抖音平台开通普法账号“四平警事”以来，截至2018年12月21日，“四平警事”共发布抖音短视频86条，累计播放量已突破12亿，引发超过4390万网友点赞，240多万人次转发和评论，有多条短视频播放量破亿，并受到1190多万粉丝的喜爱。获得关注的背后，是我们对新媒体时代政务传播的不懈探索与实践。

走群众路线，让普法宣传接地气

选择通过短视频普法是机缘巧合。

此前我们在不同的平台有过尝试，四平公安局不断探索如何进行警务创新，拓宽宣传路径，增强传播效果。随着越来越多的年轻人喜欢在短视频平台上发布和分享信息，我们认为短视频也是一种适合普法的新形式。

刚开设普法账号的时候，是以传统的方式运营，投入的时间和精力也不少，但达不到预期效果。我们便尝试寻求一种更接地气的方式，立足于观众需求，寻找一个兴趣与普法的平衡点。

要想扩大影响力，达到宣传效果，

首先要衡量自身优势，从拥有的资源开始思考。吉林省四平市虽然面积不大，但是具有良好的文艺基础，加上团队成员本身有戏剧创作的经验；而情景剧这种形式，能够快速吸引观众，也符合短视频的平台特征，我们便着手开始创作。

以情景剧这种形式在短视频平台普法，我们是全国首创。起步阶段承受的压力并不小，从选题、策划、拍摄到后期，没有经验可以借鉴。能否成功，观众会喜欢什么内容，都是未知数。所幸这种尝试，目前来看，效果是超出预期的。

找对了形式，在内容的选择和组织形式上也需要花费心思。我们的案例分为两部分，一是近期的高发案件，例如拍摄通讯诈骗、酒驾、伪装公职人员；二是来源于生活的真实案例，之前我们在基层派出所工作过一段时间，接触到不少案件，对其进行艺术加工，再次呈现，更有代入感，能使观众产生一定的情感共鸣，进而引发对法律法规知识的学习兴趣。之前我们拍过报假警被处罚的情景剧，这就是日常警务工作中常会遇到的问题之一。有位母亲在评论区留言，自己的孩子喜欢拨打110玩，她本人一开始没有意识到严重性，但在看到视频后，开始阻止孩子拨打虚假报警电话。

“四平警事”获得中央政法委颁发的“四个一百”政法新媒体评选十佳短视频账号。供图/四平警事



这也是我们拍视频所期望达到的效果之一——通过短视频普法这种方式，为开展警务工作带来便利。

短视频时长是一分钟，在这短短一分钟内需要有起承转合。我们便设置了正反两个角色，正面角色“董警官”一般由本人扮演，反面角色由主持人吴尔渥和导演张浩扮演。在一段视频中，他俩饰演的102国道“张道长”和“道委吴书记”因涉嫌假扮警察和拦路抢劫，刚好被“董警官”逮个正着，将被处以三年以上十年以下有期徒刑。警官与“犯罪分子”之间的博弈，成为吸引观众的关注点之一。

在语言上，也可以在合规的尺度内寻求创新。剧中人物的台词或幽默，或结合流行趋势。在我们的短视频中，犯罪同伙在推卸责任时说：“此番我兄弟二人东窗事发，皆因我兄长谋划不力也。”“董警官”则回应：“无论你的故事多么悲伤，那都不是你犯罪的理由。”真正做到从群众中来，到群众中去，以生活化、幽默化的语言，点亮群众对普法宣传的兴趣。

综上所述，政务宣传要始终坚定群众路线，充分发挥自身的主观能动性，结合自身特色和平台特色，生产出生动活泼、视听结合的内容。以寓教于乐的形式推广政务传播，让观众在欢笑中学有所得，以轻松愉快的心境接受法律知识。摆脱脸谱化，面向群众，才能更有效地使尊法、信法、守法、用法、护法成为全体人民的共同追求。

创特色视频，让政务传播走进千家万户

大力推动政务新媒体建设，形成覆盖全面、功能完备的政务新媒体服务体系，已经成为新媒体时代的内在要求。在新媒体时代充分发挥新媒介形态的优势，首先要了解平台特色。结合实践，

政务宣传要始终坚定群众路线，充分发挥自身的主观能动性，结合自身特色和平台特色，生产出生动活泼、视听结合的内容。以寓教于乐的形式推广政务传播，让观众在欢笑中学有所得，以轻松愉快的心境接受法律知识。摆脱脸谱化，面向群众，才能更有效地使尊法、信法、守法、用法、护法成为全体人民的共同追求。

我们认为短视频平台具有如下特色：

时长短，有伴随性特征。短视频的时长为15秒至1分钟，这很符合当代人的媒介使用习惯。《知识的普惠——短视频与知识传播》报告显示：时间的碎片化是现代社会的普遍特征，短视频给人们随时随地学习带来了可能，人们可以充分利用生活中的一切碎片时间获得新知识，例如排队、坐地铁，都可以看短视频。因此，我们将普法知识拆分成细小的切口，以小而轻的方式进行传播，大家既看得进去，也能真正学有所得。

过去一些传统传播方式对时间和地点的要求偏高。例如电视一般是在家里看，报纸和杂志需要一定的阅读时间。短视频则以手机为载体，可以随时随地沟通用户，时间和地点的边界被打破，使得政务传播穿插在人们生活的方方面面。

视听结合，玩法丰富。想要传播政务信息，吸引观众看下去是第一步。比起图文形式，短视频生动活泼，可视化程度高，更易于激发人们的观看兴趣。它就像一个桥梁，一边是法律知识，一边是充满求知欲的受众。短视频以一种亲切有趣的方式进行连通，提升了大众对于法律知识的兴趣，也促进其进一步探索，从而推动政务工作的开展。

用户基数大，面貌多元。短视频平台本身的用户数量多，也就为我们的传播开启了更大窗口。目前我们部分视频的播放量破亿，点赞量有几百万。从留言中可以看出，粉丝的面貌是十分丰富的。在“四平警事”账号的评论区，从二三十岁的年轻人到中老年人，都表达了对视频的喜爱和建议。可见，如果利用好平台优势，结合平台特色，这种传播方式是有力且有效的。

“四平警事”抖音账号开通至今，取得了许多令人欣喜的成绩。2018年12月21日，“四平警事”获评“全国公安政务新媒体十大影响力账号”；2018年12月26日，荣获第二届中国警务视频评选“十佳政务抖音号奖”。这也说明，政务传播与新媒体可以进行有机结合，产出既受群众喜爱，也能有效传播的政务信息内容。

未来，我们将继续努力经营“四平警事”短视频账号，让法律知识真正走进千家万户，提高大家的安全防范意识 and 法律意识。法律意识提高之后，一线民警面对的危险也将大大降低，政务工作的开展也将更加顺利，真正实现政务传播，服务群众，服务政务。■

（董政：吉林省四平市公安局政治部宣传处辅警）

平台 · 抖音政务

短视频：政务信息传播新阵地

如今，越来越多的地方政府鼓励市民通过拍摄短视频来传播家乡的城市形象。政府搭台，民众唱戏，超八成城市形象热门视频来自普通用户的个人创作

文 / 孙黎明

目前，短视频已成为各级党政机关发布权威信息、回应公众舆论以及宣传城市形象的重要方式，不仅有效促使网络舆论生态发生积极而深刻的变化，还为政务信息发布开创了新模式，同时也为政务新媒体可持续发展提供了可参考的路径和方案，不断助力“指尖上的政府”建设。

洞察用户需求，开辟传播新天地

网民在哪里，政务新媒体就应该在哪里。移动互联网时代，内容形态视觉化生产成主流，同时用户对于信息个性化需求的广度和深度也在不断扩张，越是个性化的信息越能满足用户的需求。抖音短视频发挥平台可视化、情感化、创意化优势，不断助力各级党政机构实践政务传播内容、形态和叙事创新。

2018年3月8日，中央政法委官网@中国长安网 成为入驻抖音的首家官方政务号，目前已拥有粉丝174.6万，收获3260.8万次点赞。在其示范和带领下，政法系统尤其是公安部门积极开通抖音账号，在政务抖音号中占比近47%。比如，2018年5月3日，北京市公安局反恐特勤总队开通@北京SWAT 抖音号，首支视频播放量过亿，一小时粉丝增长33万，赢得了近900万点赞，引领了抖音平

台上军警训练视频的拍摄热潮。2018年，吉林省四平市公安局官方抖音号@四平警事 爆红，其发布的系列普法短视频因形式幽默有趣、内容通俗接地气，受到广大网友的喜爱和追捧，目前已拥有粉丝1188万，累计发布的97条短视频播放量突破12亿人次，收获点赞5956.8万次，开启了警务系统拍短剧的宣传路线。

同时，为了助力地方政府增强城市

宣传实效，抖音于2018年3月推出“DOU Travel”计划，联动当地政府部门，挖掘城市文化、景点新玩法，为每个城市制定专属的“四个一”策划方案，即一个城市主推计划，一组挑战赛，一条抖音特色旅行路，一支抖音旅行纪录片。同时发掘城市亮点生产爆款，为“网红城市”打造输入能量，从而有效带动当地文化传播，显著提升城市形象和品牌。

抖音依托人工智能技术，让三农信息高效分发和精准触达，为各级政府高质量打赢打好脱贫攻坚战助力。
供图/抖音



2018年4月，抖音短视频与西安市旅游发展委员会共同主办“世界的西安——中国文化DOU动全球”活动，一周内，国内外总浏览量突破2亿，总点赞量超过1400万，其中海外参与用户超过3.1万人次。2018年11月，抖音联合南京市委网信办开展“古今繁华，DOU在南京”旅游推广活动，同步上线抖音话题#稳中带甩玩南京，独特创意与南京特色巧妙融合，话题上线3天播放量超过13亿，打造了抖音城市传播活动的观看新纪录。

短视频的趣味性、便捷性和用户在移动端的使用习惯，让短视频平台上的城市形象传播有了新玩法。如今，越来越多的地方政府鼓励市民通过拍摄短视频来传播家乡的城市形象。政府搭台，民众唱戏，超八成城市形象热门视频来自普通用户的个人创作。

截至2月6日，全国已有6640家各级党政机关正式入驻抖音，利用短视频平台构建起政民互动、同频共振的新生态。2018年度，5800多家政务抖音号发布了近26万条短视频，获得超过1100亿次播放，在一次次观看、点赞、评论、分享中，正能量被广泛传播。

发起话题活动，开启舆论新篇章

2018年7月，抖音与公安部宣传局发起#敬礼，我的“超级英雄”！抖音话题，网友发布视频播放量超过35亿；2018年8月，抖音联合中国科技馆、上海科技馆、四川省科技馆、广东科学中心等全国41家科技馆发起#我的科学之yeah话题，网友发布视频播放量超过17.6亿。这些话题紧跟热点，在弘扬正能量的同时，也彰显了政府机构的亲民形象，能推动政务信息更有效地到达受众，从而更好地引导舆论。

同时，抖音上线了“正能量开屏”功

“脱贫攻坚”是党的十九大提出的决胜全面建成小康社会三大攻坚战之一。抖音依托人工智能技术，让三农信息高效分发和精准触达，为各级政府高质量打赢打好脱贫攻坚战助力。

能，用户在打开抖音的第一时间即可看到政府部门发起的官方活动，便于更多网友及时了解党和国家的重大决策方针及社会时事动态，从而助力打造覆盖面广、整体联动性强的普惠民生型网上政府。2018年12月，致敬改革开放40周年，抖音专门上线#我的美好生活话题，并使用“正能量开屏”功能，为各大政务抖音号做好重大主题宣传活动提供了良好的平台和推广渠道。其中以@交通运输部、@工信微报、@国资小新、@共青团中央为代表的政务抖音号从各自领域出发，用短视频展现了中国40年的时代变迁，也吸引广大网友积极参与创作发布短视频，短短一周时间内话题视频播放量突破35.7亿，弘扬了顽强拼搏、锐意进取的改革开放精神，描绘了“我与祖国共奋斗”的和谐画面。

强内容重创意，开创互动新模式

如今，“两微一端一抖”成为政务新媒体发展新模式，除信息发布、政务服务、网络问政之外，数据分析和智慧政务逐渐强化。“脱贫攻坚”是党的十九大提出的决胜全面建成小康社会三大攻坚战之一。抖音依托人工智能技术，让三农信息高效分发和精准触达，为各级政府高质量打赢打好脱贫攻坚战助力。

一方面，通过整合短视频资源，链接信息和贫困户，打造信息扶贫品牌。目前已支持5个国家级贫困县打造出5款扶

贫山货品牌，包括四川蒲脆红李、湖南花垣十八洞猕猴桃、陕西合阳秦薯、内蒙古哈日道卜大米、云南红河梯田红米等。

另一方面，通过充足流量扶持和智能推荐助力，扶持短视频脱贫达人，发挥优秀“三农合伙人”示范引领作用。其中，三农合伙人“黑土麦田公益”在抖音、西瓜视频等字节跳动几个短视频平台上合计卖出十八洞红心猕猴桃6.6万千单，惠及当地2000多个贫困户。此外，抖音还发起“山里DOU是好风光”文旅扶贫项目，通过短视频的创新形式，帮助贫困地区特色旅游景区提升品牌知名度，吸引游人，促进旅游增收，拉动当地产业发展，助力精准扶贫。

2018年8月31日，为了让政府部门能够更好地用好抖音短视频平台，抖音短视频联合包括生态环境部、国家卫生健康委员会、国资委等在内的11家政府部门、媒体机构，正式发布抖音政务媒体号“成长计划”。“成长计划”帮助政府与有专业短视频生产能力的机构对接，通过培训教学、制作内容等方式，提升政府部门在抖音上的内容生产能力，并将平台正能量达人引入正能量视频的拍摄制作，让好的想法创意通过抖音拍摄技巧获得最好的呈现，弘扬主旋律、传播正能量，助力政务新媒体持续健康有序地发展。■

(孙黎明：北京字节跳动科技有限公司政务号运营主管)

平台 · 微信政务

民生为本，智慧政务再上新台阶

微信政务的创新大大拓展和提升了政务信息发布、民生服务、政民沟通、形象塑造、舆论引导等途径和效果

文 / 韩李云

今天，人们对多元化的信息传播内容和方式有着“随手可及”的便捷服务需求和日益增长的各种要求。智慧生活不仅仅表现在人们每日衣食住行的互联网化上，服务型政府改革和随之兴起的智慧政务建设也打造出全新的高效、公开、透明的信息化政民互动模式，使人民体会到“以人为本”更具时代感的含义。

从铅字猜想到智慧现实

2018年，李克强总理在政府工作报告里指出，要深化“放管服”改革，深入推进“互联网+政务服务”，使更多事项在网上办理，必须到现场办的也要力争做到“只进一扇门”“最多跑一次”。同年7月31日，国务院办公厅印发《国务院办公厅关于加快推进全国一体化在线政务服务平台建设的指导意见》，也对“互联网+政务服务”作出具体部署。

微信作为移动互联网终端平台，创造了一个亿级用户的共用空间，这为推动电子政务创新提供了新土壤和新动能。早在2013年初，《人民日报》发表的文章《2013新媒体猜想》中就曾指出，“在可预见的新的一年中，微信也会成为政务信息发布的重要平台。”如今，这个预期已成为现实，且仍在朝气蓬勃地发展着。微信传播内容方式具有圈层性、



2014年8月18日，广东省湛江市，边检官兵指导钻井平台工作人员扫描“南粤边检”政务微信平台二维码。
供图/视觉中国

直达性，兼顾多元与个性、信息传播的认可度高、参与的自主性、平等性等特性，在探索政府与社会公民关系方面，实际发挥着积极的作用，特别是微信政务的创新，拓展和提升了政务信息发布、民生服务、政民沟通、形象塑造、舆论引导等途径和效果。

公众号助力一站式政务服务

政务服务到达公众的关键是畅通、便捷、及时的渠道，有赖于技术形态及其演进。电子政务与新媒体平台第一阶

段融合的代表就包括政务公众号的诞生，以更为便捷和亲民的政务信息发布为主要目的，目前，我国政务微信公众号超过14万。随着公众号功能的创新演进和电子政务的推广升级，各级政府部门利用微信平台推出的公众号的作用早已突破最初的信息发布，实现了功能一体化和服务智能化的大幅提升。

城市服务平台助益公共服务

如火如荼的信息化发展，极大地拓展了“互联网+政务”的内容与形式，政

府或公共部门与互联网平台企业跨界融合推出花样繁多的民生服务。其中，微信依托其用户社交需求、大数据智能分析、支付的线上线下融合、平台接口的开放和标准化，为智慧政务多样化提供了天然的广阔平台，提升了便民服务落地的灵活性。

2014年微信联手广州、深圳、北京、上海、武汉、杭州、成都等地公共部门，将城市生活的看病就医、五险一金、车辆服务、气象环保、交通出行、政务综合等十余项便民服务纳入微信服务中，用户点击进入“城市服务”入口即可享受相应便民服务。目前，全国362个“城市服务”入口累计服务用户数超5.7亿。

小程序打通线上民生服务

早期的智慧政务更多表现为政务部门开设“两微”账号，主要用于发布政务信息，功能较为单一，这也是因为早期的微信、微博更多地被视为信息发布平台，诸如预约、办理等交互性服务仍需依靠网站或专门的政务App实现，但服务效果因受到网站接入复杂、应用程序下载占用内存、网速不稳定等影响而大打折扣。随着技术形态的发展升级，平台产品研发出更多交互式功能，使微信等产品具有更强的兼容性和加载能力。比如微信团队在2016年推出的“小程序”功能，其是一种不需要下载安装即可使用的应用，实现了应用“无处不在”“触手可及”“用完即走”的梦想，

用户通过扫码或搜索即可打开应用，不需要担心安装太多应用导致手机运行负担过重的问题。另一方面，智慧政务能力建设的加大，使得政务部门具备快速捕捉并适应和应用新产品新功能的触觉和能力，各种集全方位服务为一体的政务小程序兴起，成为智慧政务新抓手。

比如，广东省率先推出“粤省事”集成式民生服务微信小程序，通过“实人+实名”身份认证核验，可通办所有线上的民生服务。“粤省事”微信小程序通过统一入口单点登录，将分布在各个业务部门的民生服务通过数据开放共享和流程再造统一管理起来，关注即可随时随地一键通办，并附带到期提醒、办结通知、评议、投诉、咨询、政策解读等全方位信息服务，让服务指尖触达，努力打造出数字中国的“广东样本”。

政务微信助兴智慧办公

以信息化带动工业化，政府先行，智慧政务发展和引领战略的关键在于政务团队本身的信息化建设，包括政务部门内部信息化系统建设、移动办公、及时沟通以及信息化意识的养成和技能的掌握等。这也恰恰是互联网企业发挥其优势反哺和回馈政府的优选方式之一。为此，微信团队在原企业微信基础上开发了政务微信系统，主要为政府提供智慧办公解决方案，重点解决政府内部移动办公、即时沟通、远程音视频会议、一体化办公等问题。政务微信部署在自有服

务器上，安全可控，在数据和系统运行方面支持大型组织互联互通，同时又具备与企业微信一致的功能体验，大大提升政务办公效率。比如，广东省运用政务微信作为河长管理平台，利用企业微信中的公告应用、即时通信和消息推送，打造了一个高效沟通、扁平化管理、协同高效运作的河长制组织形态，减少了大量的“文来文往”工作，为各级河长提供更加高效精准的服务。

政企携手打造智慧政务繁荣生态

微信在智慧政务发展中扮演着“贴心助手”的角色，不仅是政府提供电子化公共服务的新型平台，为畅顺政务部门与民众双向信息交流开辟新的路径，对塑造以民为本的政府形象具有积极意义，同时也为民众开拓了新的问政参政途径。

与此同时，微信作为新型的智慧政务载体，其“互联网+政务”的发展和创新过程还存在进一步提升和发展的空间。首先，进一步增进对于“微信+政务”的融合运营模式的了解和把握，灵活运用平台产品的优势特性既提升便民利民的效果，又保证内容的权威与服务丰富性；其次，平台企业也应当积极主动理解智慧政务发展的要求，基于用户优势分析判断用户在民生服务方面的需求，更加有针对性地优化产品功能设计，在技术和平台上促进“互联网+政务”的有机融合，为智慧政务提供更为可能、可行、安全的落地方案；第三，民生服务的核心是互动性，建议智慧政务以良好互动作为服务评估的关键指标，用户为本，服务立身；第四，在智慧政务能力建设方面，建议开展更多政企交流，共同发掘连接与合作的空间，帮助政务部门提升智慧政务运营水平。■

(韩李云：腾讯生态安全研究中心)

政务微信部署在自有服务器上，安全可控，在数据和系统运行方面支持大型组织互联互通，同时又具备与企业微信一致的功能体验，大大提升政务办公效率。



政务新媒体的发展优势与问题对策

政务新媒体在互联网时代快速上升成为重要的舆论矩阵，满足了人民群众对于权威信息和优质服务的需求，产生了积极的舆论引导作用

文 / 刘鹏飞

身处全新的移动互联网时代，信息传播技术变革方兴未艾，随之而来的是社会舆论格局的变化。推动各级党政机关开设、运营政务微博、微信、政务头条号、短视频政务号、政务App等，无疑具有十分重要的价值和意义。

政务新媒体面临的发展优势

我国政务新媒体的出现和发展已经走过十个年头。十年时间，政务新媒体从无到有、从小到大，形成与主流媒体、市场化媒体、平台媒体和自媒体等并存的主要新媒体类型，并且在舆论场中逐步与主流媒体形成呼应，占据主导地位，形成巨大的影响力，是与其所具备的优势因素分不开的。

第一，政务新媒体具有法律和政策基础。我国宪法和法律为政务新媒体运营和发展提供了坚实的基础，一方面赋予其权威性；另一方面有利于实现公民知情权、表达权、监督权和参与权。此外，近年来党和政府十分重视政务信息公开、政府新闻发布、政务舆情回应和电子政务等工作，先后发布几十份政策文件，支持、指导和规范政务新媒体的开通、运营和发展，以及具有前瞻性地抓住前沿趋势和问题，及时解决政务新媒体发展中出现的各类问题和不足。2018



2018年1月25日，北京，“致敬城市进取心”——腾讯区域影响力盛典公布北京地区政务新媒体卓越运营账号获奖名单。供图/视觉中国

年12月，国务院办公厅出台的《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》指出，到2022年，建成以中国政府网政务新媒体为龙头，整体协同、响应迅速的政务新媒体矩阵体系，全面提升政务新媒体传播力、引导力、影响力、公信力，打造一批优质精品账号，建设更加权威的信息发布和解读回应平台、更加便捷的政民互动和办事服务平台，形成全国政务新媒体规范发展、创新发展、融合发展新格局。

第二，中央和地方越来越重视和关心支持政务新媒体发展。2016年以来，国办61号、80号文件较为具体地明确了

各级各部门主要领导干部在政务公开和政务舆情回应中的主体责任，提升了各级领导干部风险意识和新媒体素养。领导重视和机制化考核往往是地方或部门政务新媒体发展的前提和保证，成为政务新媒体发展的重要政治和组织保障优势。

第三，政务新媒体进入规模化、专业化、矩阵化、立体化的发展阶段。政务新媒体经历了政府网站、网民留言板、政务微博、政务微信公众账号、政务头条号、短视频政务号、政务App、政务小程序应用等不同的立体化、多样化的形态，覆盖了文字、图片、声音、视频、应用等不同的表现元素和连接形态，使建设无处不

在、无时不有的“互联网上的政府”成为可能。截至2018年底，经过认证的政务微博达到17.6万个，影响力继续扩大，阅读量达3800多亿，较2017年增长750亿。政务微信公众账号数倍之，各类政务号、视频政务号的数量更是数以万计。

第四，政务新媒体拥有越来越广泛的群众基础和使用场景。技术为“互联网+”政务服务和社会治理的延伸插上翅膀，移动支付、电子身份证、远程办公等让“数据多跑路，群众少跑腿”逐渐成为现实。越来越多的网民逐渐接受、信任和倾向于通过政务新媒体获取信息、办理事务和互动交流，这为政务新媒体的长足发展提供了深厚的土壤。

政务新媒体运营的问题及对策

政务新媒体的发展具有诸多优势，取得不少成果，但政务新媒体自出现以来，也存在发展不平衡等诸多问题。针对这些问题，积极思考并妥善应对，才能更大地发挥政务新媒体的重要舆论功能与社会作用。

第一，关于发展不平衡问题。据人民网舆情数据中心历年发布的报告来看，我国政务新媒体长期以来存在发展不平衡问题。公安、宣传、团委、司法、文旅等领先，东部和南部也比中西部在数量上占优，部委、省市账号和不同地区基层账号在运营上也存在巨大差距。比如，《2018年政法网络新媒体创新研究报告》显示，在我国政法系统，虽然发展不平衡仍大量存在，但后发部门、地区与基层账号也开始发力追赶，仍需长期努力，形成更加科学合理的结构。

第二，运营懈怠及内容质量问题。去年多个长久未使用的政务微博账号被盗号用于发布商业广告，激起了网友质疑。近年来也有一些政务新媒体发布违反常识和社会身份的失当信息，有些语

只有牢牢把握舆论导向，坚守舆论阵地，善于运用新技术和新理念，完善管理制度和激励机制，发现和培养核心人才团队，破解发展中面临的各种问题和不足，创新体制机制，才能在融媒体格局下赢得发展先机。

言文风过于古板，闹过不少笑话。2018年4月份，国务院办公厅印发《2018年政务公开工作要点》，首次提出对政务新媒体运营管理实行“关停整合”机制。《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》也要求，政务新媒体回应网民疑问时态度诚恳、严谨周到，杜绝答非所问、空洞说教、生硬冷漠。

第三，人才、资源和力量投入不足。很多地方由于工作安排、人员编制、经费预算等多方面的原因，往往对开设和运营政务新媒体缺乏重视，或心有余而力不足，导致政务新媒体建设长期滞后，不能充分发挥新媒体宣传的积极作用，甚至在一些重大突发事件舆情回应中失语或回应迟缓，在重要舆论关头陷入被动。

第四，缺乏科学高效的管理规范和激励机制。做好政务新媒体最终需要依靠制度和组织保障来规范和激励。对于政务新媒体运营中出现的“散、慢、乱、差”等现象，往往缺少奖优罚劣的监督制约，应激发创新动能，从制度建设和团队激励方面找到突破口。

第五，服务意识和能力尚待提升。调研发现，目前不同地区和行业在政务新媒体运营和政务服务意识方面存在巨大的差异。通过加强政务新媒体运营和建设，能加快提升各地提升政府服务效能，实现政府职能转变。

第六，“蹭热点”“蹭明星”、买流量导致价值异化。近年来，随着政务新媒

体发展受到越来越高的重视，绩效评估和指数榜单也受到重视。建立科学专业权威的评价指标体系至关重要，但也有一些政务号为了赚点击、多上榜，不惜盲目“蹭热点”“蹭明星”，流量造假，伤害了本职身份的严肃性和正确的价值取向。对此，应该完善指标体系，加强数据识别和清洗，联合平台和主管部门抵制不良“蹭榜”行为。

第七，内容同质化及重复建设问题。当前，媒体融合加快深化发展，不少地方为了尽快提升融媒体建设和政务新媒体运营效果，纷纷大干快上，在地方融媒体发展过程中，出现不少重复建设，具体表现为“四重四轻”：重形式、轻内容；重架构、轻服务；重模仿，轻创新；重输血，轻造血。结果则可能走了弯路，形成更多的资源浪费。

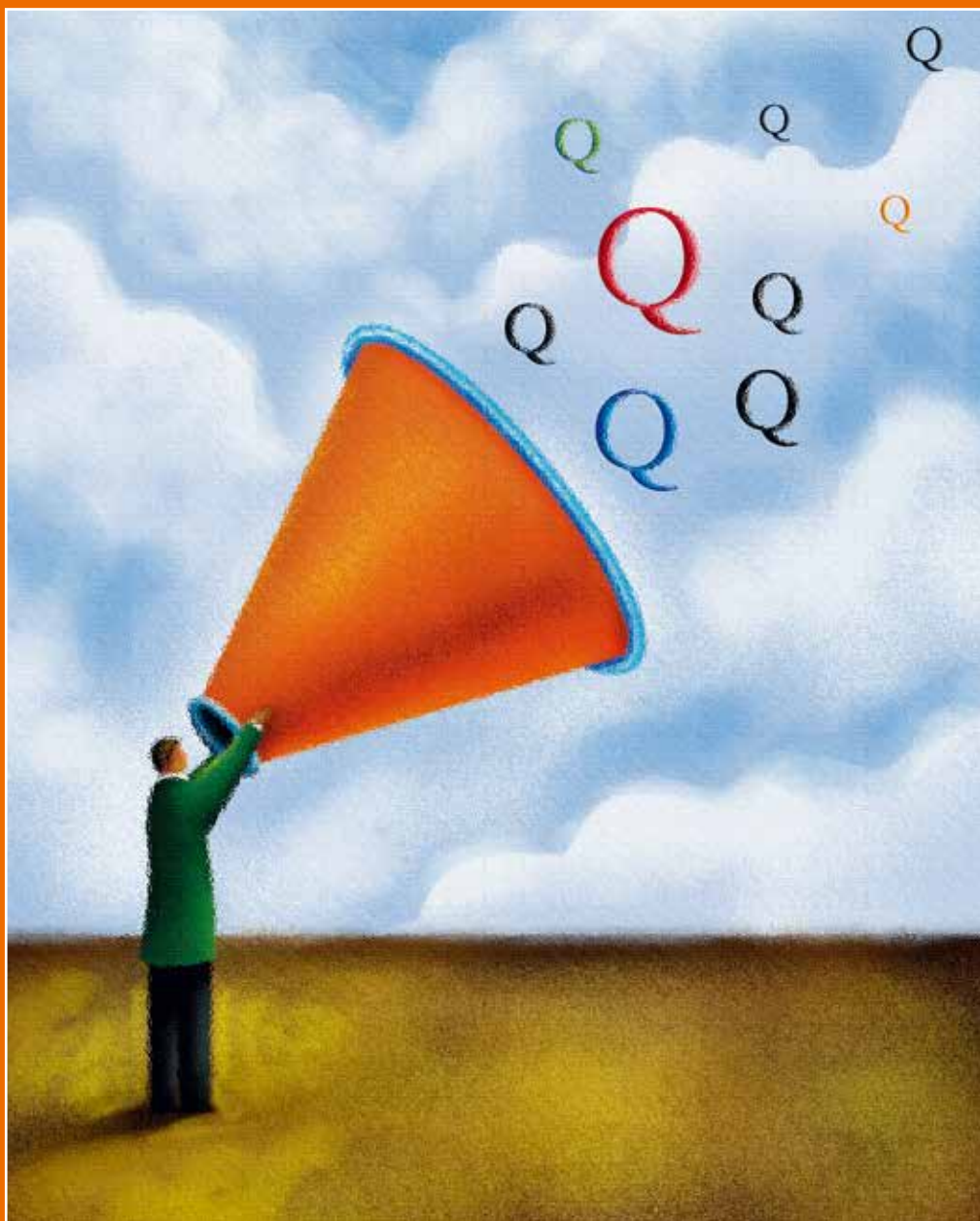
政务新媒体在互联网时代快速上升成为重要的舆论矩阵，满足了人民群众对于权威信息和优质服务的需求，产生积极舆论作用，形成了新的互联网舆论格局，成为党治国理政的重要资源和手段。只有牢牢把握舆论导向，坚守舆论阵地，善于运用新技术和新理念，完善管理制度和激励机制，发现和培养核心人才团队，破解发展中面临的各种问题和不足，创新体制机制，才能在融媒体格局下赢得发展先机。■

(刘鹏飞：人民网新媒体智库高级研究员、人民在线副总编辑)

舆论场

Forum

众声、真相、后台、各省舆情，这是一个网络舆论生态的研究平台。
在这里，缤纷芜杂舆论场中择其大要；在这里，泥沙俱下之后一锤定音；
在这里，花团锦簇中梳其里络；在这里，掌握舆论场。



舆情热点



2月19日，北京，故宫“紫禁城上元之夜”活动，灯光秀现场。供图/视觉中国

1 故宫首次晚间开放 点亮紫禁城上元之夜

今年正月十五和正月十六，故宫博物院建院94年来首次举办“灯会”，免费对预约公众开放。观众可以漫步宫墙上观灯，听戏曲，赏投影在金色琉璃瓦上的《千里江山图卷》等绘画作品。与民间“闹花灯”不同，宫里既可看灯也可看殿。而且故宫的首次“灯会”，参观线路走的是“高规格”——很多环节，观众都可登城墙，俯瞰整座紫禁城。由于活动太火爆，不少网友纷纷在微博上@故宫博物院，希望二次放票。媒体评论道，刷屏荧幕的文化节目、成为网红的文创产品、引发热潮的进宫活动，正是创新，让600年历史的故宫更为年轻，也让传统文化走近寻常百姓。传承好中华文化，义不容辞，而故宫告诉我们，推陈出新最需要的是“走心”。

2 九部门要求“招聘不得限定性别、询问妇女婚育情况”

人社部、教育部等九部门近日印发《关于进一步规范招聘行为促进妇女就业的通知》，要求在招聘环节中，不得限定性别（国家规定的女职工禁忌劳动范围等情况除外）或性别优先，不得以性别为由限制妇女求职就业、拒绝录用妇女，不得将限制生育作为录用条件等。网友为此规定点赞的同时，也表达了担忧：政策很好，但真正如何落到实处值得思考。媒体建议，希望能从根源上解决问题，比如法律规定的产假，按休假人数比例减免企业各项所得税，或是国家给予企业一定的补贴。网友也表示，感觉一味给企业加压并不能产生多大效果，如果给招聘妇女的企业提供相应补助，弥补招聘的妇女由于生育给企业带来的损失，这才是解决问题之道。

3

禁用微信布置作业引热议

近日，一条教育部答复政协委员的函件引发了热议。教育部官网消息称，在2018年全国两会期间，有政协委员提出《关于停止小学老师用手机微信和QQ对学生及家长布置和提交作业的提案》。教育部作出答复：教师不得通过手机微信和QQ等方式布置作业，不得将批改作业的任务交给家长。避免出现“学校减负、社会增负，教师减负、家长增负”等现象。网友@理想数码说：“我支持教育部规定。一个孩子学习搞得全家上学校。社会本就由各种人组成的，行行出状元”。但也有网友对此表达反对意见：“对于不使用微信和QQ留作业这一点持反对意见。因为不方便信息沟通与交流，人人提高自我道德规范、职业规范、学习生活规范，把教育效果最大化是最好的。”

4

“网约护士”引发社会多方关注

点击手机下单，护士就能上门服务。此前在多个城市出现的“网约护士”，引发社会多方关注。2月12日，国家卫生健康委员会正式发布《关于开展“互联网+护理服务”试点工作的通知》及试点方案，确定今年2月到12月在北京市、天津市、上海市、江苏省、浙江省、广东省等6地试点“互联网+护理服务”。众多网友点赞这一项服务，现在不用出门，护士就可上门抽血，第二天就能将结果发送到手机上。但也有网民对“网约护士”的技术表达了担忧。此外“网约护士”的服务价格怎么定也缺乏统一的定价标准。

5

多部门联合打击春节档院线电影盗版传播

春节期间，电影《流浪地球》一经上映，就赢得口碑、票房双丰收。然而，当观众们还在讨论“硬科幻”“想象力”“未来感”等话题时，盗版《流浪地球》的在线资源便开始泛滥，《流浪地球》一时间沦为

“盗版地球”。对此，国家版权局2月18日通报，为维护清朗的网络版权秩序，促进电影产业健康繁荣发展，国家版权局、国家电影局等部门采取多种措施加强对春节档院线电影的版权保护，严厉打击各类网络侵权盗版。网友对此表示赞赏，对文化产品来说，保护好制作版权意味着激励创作、鼓励创新，才能用好的作品吸引人、服务人；好的文化产品，只有让更多人接触到、感受到、体会到，才能释放出良好的社会效益。



多部门联合打击春节档院线电影盗版传播。供图/视觉中国

6

“弹幕”划入“先审后播”范围

近日，中国网络视听节目服务协会发布《网络短视频平台管理规范》和《网络短视频内容审核标准细则》，对短视频的发布者和平台方提出详细要求，其中一大亮点是将“弹幕”划入“先审后播”范围，进行“实时管理”。专家认为，对“弹幕”实施严厉监管，与“弹幕”文化兴盛以及逐渐失范有关。当下很多视频的火爆，依赖于“弹幕”发送者带来的巨大流量。对于直播，“弹幕”的作用更强，它为观看者带来互动感，大大增强观影黏性。“弹幕”不再是小众事物，而是成为网络时代独特的文化现象，记录着时代变迁。严厉管控明确了主管部门净化网络环境的决心，为短视频行业敲响警钟。媒体认为，这会促进“弹幕”文化的健康发展。“弹幕”文化方兴未艾，其蓬勃发展的步伐不会被审核规则阻拦，而会相互磨合和促进。当外部监管力度与互联网的宽松自由达到良好平衡时，才能确保短视频行业可持续发展。



“最反感的微信好友”上热搜。供图/视觉中国

7 “最反感的微信好友”引发网友共鸣

据媒体报道，在几乎人人都离不开微信的当下，一条“最反感的微信好友”上了热搜。长语音、求点赞、要红包、定期清好友……谁的朋友圈没几个这样想拉黑的朋友呢？名列前茅的几个选项，大家的评论都是感同身受，纷纷表示“忍了很久”。另一方面，也有网友纷纷对照热搜上的内容，看看自己是否也有类似的行为，犯了微信社交大忌。不得不说，这样的“对号入座”确实很有必要。媒体评论：我们要像重视现实社交礼仪一样，重视我们的网络社交礼仪，或者说把网络社交视为现实社交的一种延伸、扩展。既然现实中的人际交往是有规则、有界限，更是有底线的，那么，当社交活动从现实中转移到微信等各种社交平台上，这些规则、界限、底线也同样适用。

8 网友热议古音“纠偏”该不该

说(shuì)服变成了说(shuō)服，一骑(jì)红尘变成一骑(qí)红尘，粳(jīng)米变成粳(gěng)米，荨(qián)麻疹变成荨(xún)麻疹……2月19日，微信公众号“普通话水平测试”发表的一篇《注意！这些字词的拼音被改了！》在朋友圈里刷屏。当天，教育部有关部门回应称，改后的审音表尚未通过审议，还应以原读音为准。部分网友表示不能接受，有的拼音改了，意境完全就变了。而也有网友表示改得好，认为读音本就没有什么对错之分，语言发展规律就是让人越来越方便地使用。成都市石室中学的语文老师则认为：多音字考查学生思辨能力。字音字形的辨析，已经蕴涵在大量阅读中，两个形近字写法不同，理解就不同。读音亦然。📖

(舆情事件选取时间为2019年2月1日至28日)



必由之路，媒体融合正在行进中

文 / 王艳平



融合为基，创新为本。2018年，媒体融创有何成绩？2019年，媒体融创如何布局？“融创一年间”专栏，本期继续分享主流新闻网站的融媒升级经验，把脉媒体发展之路。

去年是各大媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面探索深度融合的一年。中国西藏网在媒体融合方面做了有益的尝试和探索。2019年，中国西藏网将对策编采流程作进一步优化、打造轻应用App、开发小程序等，走以用户需求为中心的路子。按照《中国西藏杂志社融合发展三年规划》（2018年-2020年），通过融媒体建设项目二期构建刊网涉藏宣传新闻选题策划系统、刊网用户画像进准分析系

统等做好数据支撑，实现精准化传播。

融合是媒体发展必经之路

随着互联网的高速发展以及数字技术、网络技术、移动技术、人工智能的不断革新，新媒体已成为信息传播的主流阵地之一。用户通过微信和微博、新闻App了解天下大事，发表个人评论，已经成为一种习惯。同时，视听新媒体的高速发展也给传统媒体带来了前所未有的挑战。层出不穷的新软件、新技术涌现在互联网领域，改变着我们的生活。可以说，已经不能单纯从行业角度来理解现在信息技术和互联网的发展了，这是一种生活方式、社会形态的变革，是历史性的。媒体作为整体社会结构中的一个单元，不仅要适应技术更新迭代带来的新环境，还要勇立桥头，主动适应、参与到这种改变中来。因为媒体是做思想工作的，具有强大的号召作用和引领作用。新技术需要媒体普及，大众则需要媒体进行传播。因此，传统媒体不能坐以待毙，必须踩在时代的节拍上，转变自身运营理念，创新求变，采用融合的经营发展理念，探索出一条真正适合自己的新路子。

其实，相比于新媒体，传统媒体具有自己独特的优势。比如，公信力强、受

众人群固定、影响力大等，而这些都是大部分新媒体不具备的。因此，传统媒体要积极发挥自身内容严谨和公信力强等优势，结合新媒体多元化传播渠道的特点来实现传统媒体的可持续发展，这也成为传统媒体深度融合的发展方向。

就涉藏宣传而言，比如我们有《中国西藏》杂志，这是一本创刊30年、具有非常稳定的国内外受众群体的刊物，它所具有的“资历价值”“声望价值”以及积累的“才力价值”非常可观，且很难复制。尤其是“才力价值”，是我们积累的一个涉藏人才专家库，他们的脑力、经验是大部分媒体所不具备的。但作为刊物确实存在局限性，比如发行量有限、便捷性有限，从而影响到达率和传播广度。所以，我们一直在思索对《中国西藏》的价值进行“移植”，而中国西藏网恰好就是一个很合适的载体。我们把《中国西藏》的“才力”进行再整合、再提升，让他们逐渐适应互联网传播的规律和方式，让其所产出的作品既具有传统媒体的严谨性，又具有互联网信息传播的亲合力。

此外，我们还在刊网内容转换、书面内容数字化等方面作了很多尝试，效果都不错。媒体融合之路我们正在行进中，这是必由之路，也是作为党媒、作为

唯一一家国家级涉藏重点媒体发展的题中应有之义。

创新是媒体融合的关键所在

当今，无论是传统媒体、网络媒体还是新媒体，其本质是一样的，都是为了信息传播。特别是传统媒体报刊在进行转型时，不能片面强调“互联网思维”，而是应确立“融合思维”，开发“融合新闻”，这才是真正吸收新媒体优势的关键。新媒体则应吸收传统媒体的“严谨性思维”，保质保量做好权威正能量传播，这就需要通过两者不断深度融合，才能达到优势互补、相互促进。

媒体的性质决定了媒体人应该是一个适应能力强、接受新事物快的群体，而媒体的融合发展对每一名媒体人都提出了新的要求。新媒体大多是借助手机等移动媒介来完成的，这就需要媒体人不仅能娴熟地掌握这些新媒介，还要通过它们不断充实自己、完善自己。比如处理一则新闻，对于传统媒体来说，无论是纸媒，还是电视媒体，都有相对充足的时间来完成采编发这一流程，除了重大紧急的突发事件，留给作者的时间相对来说是很充足的，但这也是传统媒体相对滞后的原因之一。

但新媒体对此要求就比较高，新媒体拼的就是“新”和“快”，一个事件发生后，新媒体要求作者在极短的时间内就得完成一条新闻的制作，有时候甚至是“立刻、马上”。这就决定了新技术在媒体融合发展中必然占据重要位置。当然，大数据分析、精准推送等新技术的出现对媒体发展也起到重大作用。所以新媒体的快速崛起，离不开先进技术体系支撑，可以说，新技术是支撑媒体融合发展的关键。

传统媒体和新媒体融合的另一关键点就是语言体系的变化。传统媒体



2018年6月，中国西藏网总编辑王艳平（前排右四）带队赴西藏自治区昌都就脱贫、生态、民生、教育、交通等领域深入基层调研采访。供图/中国西藏网

追求权威性、准确性、逻辑性，往往篇幅长、道理多，在学术和严谨性上经得起考验。但是，长篇大论与现代社会碎片化的阅读需求是矛盾的，高高在上的表达方式已经与受众有了距离。因此，媒体融合的另一关键就在于表达方式的亲民、便民。“接地气”是我们常用的词，但要注意“接地气”并不是“接俗气”“接流气”，要坚决摒弃低俗的内容。总体来说，媒体融合在语言体系上，既要有传统媒体选题的精致，也要有新媒体话语的平易近人。

媒体融合工作采取的思路

第一，理念融合，就是从传统媒体思维向互联网思维转变，互联网思维向融合思维转换，通过微创新不断实现《中国西藏》杂志和中国西藏网以及其他新媒体平台的深度融合。传统媒体与新媒体的融合必须从理念上，从长期的、单纯的传统媒体思维转变为新媒体、多媒体思维。在传播方式上，我们不断探索传统媒体与新媒体结合的主

动服务模式，按照用户个性化需求，通过第三方智能平台精准推送有关信息，并不断开拓新的潮流平台，聚人气，实现共享多赢。

第二，要以受众为中心，做好全媒体融合。在“数与网”的时代，用户最需要什么？最想知道什么？用户对媒体的需求和体验发生了怎样的变化？这些问题都是媒体人必须面对和思考的。互联网时代，传统媒体必须转向以受众为中心，不断提升自己的传播力与影响力，增强服务意识，做好品牌建设。这方面，《中国西藏》杂志和中国西藏网刊网融合作了有益的尝试和探索。

第三，媒体融合不是生硬地或者简单地“做加法”，其传播方式应立体、多元化。媒体融合不是把传统媒体简单地搬到网络上，也不是给一段文字配上一个画面、一段音乐，而要以立体、融合的思维，将报刊、广播电视、网络等各种表现方式融于一体，使单一、平面的信息传播方式变得立体、多元化。■
(王艳平：中国西藏网总编辑)



技术支持，推动媒体深度融合

文 / 李向荣

去年，央广网旗帜鲜明地坚持党管宣传、党管意识形态、党管媒体，牢固树立“四个意识”，坚决维护党中央权威和集中统一领导，坚持政治家办网，全面落实意识形态工作责任制，在政治方向、舆论导向、价值取向上立场坚定，持续推动习近平新时代中国特色社会主义思想深入人心。

同时，紧紧抓住中央广播电视总台组建重大机遇，强化头条建设。2018年圆满完成上海合作组织峰会、改革开放40周年等总台重大主题报道任务，落实落细总台的指示要求，不断提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，巩固壮大主流思想舆论。

传播：打造头条工程知名品牌

2018年，央广网以丰富多样的融媒体产品让习近平新时代中国特色社会主义思想“天天见、天天新、天天深”，依托PC端、客户端、微信、微博等平台同步全方位、全媒体创新做好习近平总书记重要活动、会议、讲话相关报道，将品牌栏目《习声回响》打造成有声传播习近平新时代中国特色社会主义思想的第一思想高地，打造为中央广播电视总台头条工程知名品牌，形成了包含图解、



品牌栏目《习声回响》截图。供图/央广网

H5、微视频、数据库、小程序等全媒体产品矩阵，建成了习近平重要讲话原声数据库，在2018年全国两会、庆祝改革开放40周年、马克思诞辰200周年等重大活动和重要时间节点，共推出40期时政新媒体产品，创新了“手绘动画”“声漫”“微图解”等多种新媒体传播方式，尤其注重突出央广“声音”特色。2018年，《习声回响》系列产品荣获全国性广播行业年度创新案例评选“2018中国广播行业年度创新案例评选“2018中国广播创新融合十佳案例”第一名、中央广

播电视总台中央电视台建台暨中国电视事业60周年成就展头条工程成果、央广2018年好新闻评选一等奖。

技术：融合发展的重要推动力

技术是融合发展的重要推动力，也是媒体亟待补齐的短板，推动媒体深度融合，必须以先进技术为支撑，用最好、最新的技术提升采编能力，拓宽传播领域。

近几年，央广网的技术能力朝着专业化、精细化、规模化和自动化方向演进，力争做到技术平台可管、可控、可自主运维、可持续发展。央广网在十余年的发展过程中，积累了大量的技术开发、运维经验，实现技术平台自主开发、运维，具备对各类技术平台进行需求分析、系统规划、架构选型、部署准备、项目流程管理、系统集成、应用开发、项目实施、项目运维、技术服务输出等多方面能力，经历过多次重大报道活动的考验，保证各业务系统的安全运行。同时还将继续依托专业技术人才，在未来3至5年，做好日常技术支撑和重大活动技术保障工作的同时，整合央广网全部私有云资源为一个大型跨地域（两地三中心）的私有资源池，打造自主设计、实施和运维的混合云架构为支撑的中国广播

云平台,以自主研发为主、合作研发为辅开发中国广播云平台各应用系统,并形成SaaS(软件即服务)能力。

布局:积极投身媒体融合发展

近年来,各地广播电视机构认真贯彻中央精神,积极投身媒体融合发展,不断探索融合发展路径,在体制机制突破创新、云平台搭建、移动客户端开发等方面取得进展,传统媒体与新媒体融合布局初步形成。

传统媒体与新兴媒体融合发展,涉及方方面面的调整和改革。2014年4月,中央人民广播电台成立由台长担任组长、台领导担任成员的媒体融合发展工作领导小组,由总编室、新媒体宣传中心共同组建媒体融合发展工作领导小组办公室,成立融媒体指挥中心,统筹全台采编队伍。2014年12月29日,中央人民广播电台成立融媒体新闻指挥中心运营办公室,经过3年运行,融媒体新闻指挥中心运营办公室形成与各内容中心每日共同策划的选题机制。依托央广网组建策划部、台网一体室、全媒体采访室、社交媒体运营室、运营推广室、多媒体制作室、数据分析室和融媒体实验室等融媒体工作室,由央广网统筹承建中国广播云平台,并负责在全台推广,在社交媒体矩阵和央广新闻客户端、中国广播音频客户端等产品建设方面已初见成效。

经过长期的探索和不断改革,中央人民广播电台从新媒体和传统媒体以及政府和企业电台的差异、内部体制机制和企业文化的调整以及政府政策、资金支持方面设定了全台媒体融合的主要发展目标:由台长统筹建立全台的全媒体指挥中心、24小时新闻会商机制监管;再造采编播传播流程,整合资源,实现多方位的绩效考核系统;坚持以技术为核心支持,推动广播电台的革新与发展;提

技术是融合发展的重要推动力,也是媒体亟待补齐的短板,推动媒体深度融合,必须以先进技术为支撑,用最好、最新的技术提升采编能力,拓宽传播领域。

高人才的综合能力,建立健全人才双向流动的管理和服务机制。

打造媒体中国广播云平台。2014年9月5日,中央人民广播电台响应中央要求,致力于传统媒体和新兴媒体融合发展,上报中国广播云平台项目方案并获批。建设中国广播云平台,可将全国绝大多数广播电台的内容贯通起来,有助于实现广播行业“上下联动、内容共享”的整体发展局面,提升我国广播主流媒体的传播力、影响力和公信力。

规划:全面推动内容生产转型升级

2019年,央广网将继续以宣传解读习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神为主线开展理论传播工作,结合新中国成立70周年、五四运动100周年等重大事件、节点,以《习声回响》《每日一“习”话》等品牌栏目为依托,充分使用中央广播电视总台央广广播报道内容并在新媒体端包装呈现,与总台央视、国广加强合作共享专家资源,推进网上理论传播工作创新。

央广网将继续加强传播手段建设和创新,适应移动互联网时代的特点,运用个性化制作、可视化呈现、互动化传播的方式,进一步加强理论作品的创意策划、多样态呈现、渠道推广等方面工作,重点利用社交媒体平台、短视频平台、广播平台等渠道进行理论传播,用与人民群众息息相关的小故事吸引受众,引

发共鸣,使习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神在网民中真正入眼、入耳、入脑、入心,吸引年轻网民参与互动转发。

央广网将继续全力打造“头条工程”创新宣传阐释习近平新时代中国特色社会主义思想,把新中国成立70周年作为全年宣传的主题主线,立足《习声回响》品牌栏目,原汁原味展示党的路线方针政策,及时传达党的声音,打造面向全球互联网准确、独家、权威传播习近平总书记重要讲话、重要论述原始声音主阵地,打造传播习近平新时代中国特色社会主义思想权威声音平台。

与此同时,坚持高质量发展,以总台全新改版为契机,全面推动内容生产转型升级,力求多出精品。根据总台高质量发展部署,2019年国庆期间各频道、频率、网站将以崭新面貌改版亮相。央广网按照“台网并重、先网后台”的改版思路,做好全面向移动端转型,培养一批一专多能、一人多用的复合型新媒体内容生产人才,通过构建全新的内容编发平台,对原有编发流程进行优化再造,以发布平台作为中心环节,通过一处生产,实现央广网、手机央广网、央广新闻客户端的多端口同步调用,以此重点打造载体多样、渠道丰富、覆盖广泛的移动传播矩阵,让用户愿意听、喜欢看、主动下载,不断提升舆论引导能力和水平。 (李向荣:央广网执行总裁)



精雕细刻，发力融合报道与传播

文 / 唐伟杰

去年，中国新闻网按照党的十九大精神，在母体机构中新社的统一安排部署下，全面推动媒体融合创新。2019年，中国新闻网将以新中国成立70周年为全年主线，进一步做好各项重大主题报道；继续深入宣传改革开放新成就、新进展，唱响主旋律、弘扬正能量。

转型：媒体融合创新需“两条腿走路”

党的十九大指出，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。这一判断反映到新闻传播领域，尤其是网络传播领域尤其明显。在迈向“数字生活”的过程中，公众对于信息、技术、服务等方面的需求以几何级数剧增。这种需求对应的是传播媒介发展的不平衡不充分，尤其是传统主流媒体，在商业资本、自媒体等多重挑战之下，面临着巨大的转型压力。

媒体融合创新需要“两条腿走路”。一要深化内容供给侧改革，加大优质原创内容的输出。“内容为王”并不过时，尤其是在信息芜杂、良莠不齐的情况下，更需要主流媒体以内容建设为根本，创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制，增强针对性和实效

性，适应分众化、差异化传播趋势；二要加强渠道建设。这是一个“酒香也怕巷子深”的时代，好的内容要传播出去，必须重视平台和渠道建设，既要充分利用拥有庞大用户的商业平台，“借船出海”，借平台传播，还要坚持自主平台的优化升级，涵养直接用户。

亮点：三方面做好媒体融合创新

转变机制将新媒体内容生产创新纳入考核。2018年，中新社开始施行全新的考核方案，把新媒体产品指标纳入考核，推动全社采编力量树立全媒体意识，推动融合发展。中国新闻网作为全社新媒体业务的对接平台，成立专门团队，统筹协调沟通，聚合通讯社遍布全球的采编力量，发力融合报道与传播。2018年，为配合改革开放40周年报道，中新社微信公号与国内各分社协作推出《这，就

是中国》系列稿件，充分挖掘分社的地域资源优势，展现中国各地的自然人文特色与改革开放以来的发展成就，共发布28个省份相关策划稿件。这些系列稿件不仅受到各地读者的关注和欢迎，也被广泛转载，并且形成品牌栏目效果，这是融合报道较为成功的案例之一。

增加原创力量，重塑采编流程，丰富产品层次。中国新闻网在2018年重构“融媒体中心”，扩充网络记者队伍，推动全流程融合报道。原创稿件注重多产品融合呈现，以多端口多平台适配为目标，涌现出一批质量高、传播广的优秀稿件。在重大报道中，中国新闻网已经形成全产品线融合报道的范式。以移动直播为龙头，图文、短视频、创意产品等梯次呈现，对应在PC、两微一端、海外社交平台全矩阵传播。譬如，在港珠澳大桥通车仪式的报道中，我们的直播

好的内容要传播出去，必须重视平台和渠道建设，既要充分利用拥有庞大用户的商业平台，“借船出海”，借平台传播，还要坚持自主平台的优化升级，涵养直接用户。

《一桥跨越伶仃洋，实地探访港珠澳大桥》，部署多平台端口推送，总计播放次数破百万；长图解《港珠澳大桥正式开通！伶仃洋天堑变通途（一图纵览）》，以俯瞰视角展示大桥多项技术创新，形式新颖；漫画图文稿《漫画|“超级工程”背后的故事，港珠澳大桥有话说》设定大桥为第一人称，以拟人化口吻将大桥概况和建设难点娓娓道来，通俗易懂，网友接受度高。

以移动端为龙头，加强自有平台建设。虽然社交平台大行其道，但是作为主流媒体，我们并没有放松自有平台的建设，坚持移动优先方针，全面加强中国新闻网客户端建设。成立由技术和编辑骨干组成的项目团队，切实根据用户需求、传播规律对产品精雕细刻。中国新闻网客户端在2018年进行了十余次更新迭代和上千项技术优化，引入语音播报、大数据个性推荐、站点定制等多项新功能，用户体验不断完善提升。2018年，中国新闻网客户端用户增长了1200万，日均活跃用户数、用户时长等关键指标均有大幅提升。

使命：唱响主旋律，弘扬正能量

行业巨变，竞争激烈。作为新闻媒体，我们面临着各种挑战，承受着巨大的市场压力。自媒体众声喧哗，而我们付出努力的产品叫好不叫座、用户不买账等问题也时常困扰着编辑部。我们看重传播能力，但不唯流量是从；我们牢记身份，牢记使命，始终坚持正面报道，始终坚持正确导向，唱响主旋律，弘扬正能量。在日常报道中，我们严格要求采编人员不哗众取宠，不断章取义，不跟风炒作，不搞标题党，不做键盘侠；在主题报道中，我们鼓励记者深入基层，走近采访对象，走进工厂、学校、社区、田间、军营，转文风改作风，增强脚力、



“港珠澳大桥通车”融媒体系列产品截图。供图/中国新闻网

眼力、脑力、笔力；在重大报道中，我们倡导深入浅出，注重产品视觉化、形象化、直观化。

我们认为，有思想、有温度、有品质的新闻产品才是严肃新闻机构的立身之本。打擦边球，搞小动作，虽然能赢得一些眼球，但最终损坏的还是品牌与声誉。我们立足提质增效的创新，拒绝急功近利的浮躁，以事业心、责任感、使命感来鼓舞采编队伍，培育“工匠精神”，不断增强“四个意识”，坚定“四个自信”。

展望：推动移动融合转型，增强传播力
进一步推动移动融合转型。加强全

媒体记者队伍培养，推动建设“融合报道指挥中心”，深入优化原创内容生产呈现流程，完善突发应急报道响应机制；加强技术研发，优化融合报道的选题报送、稿件审核、效果回馈等各个环节的移动化操作。

继续推进“两微一端”平台建设。紧跟发展新趋势，持续进行技术优化升级，探索新功能改善用户体验；坚持新闻为本，以专业主义精神，深化移动端内容供给，精心编排整合内容，提升各项用户指标；加强市场推广，探索线上线下，多种方式，进一步扩大客户端装机量与社交账号粉丝数，

在体量上更上一个台阶。

增强海外传播力。大力发展海外传播业务，探索更多海外传播渠道；丰富推送产品形态种类，充分利用直播、短视频等优质内容，加强内容筛选与编排，探索总结海外传播规律；发挥自身优势，瞄准海外华侨华人、港澳台同胞为主体的受众群体，与其他媒体错位发展；整合资源，增加投入，加强对外传播议题设置，优化内容，对海外受众群体和传播效果进行更加精细化、专业化的分析，提高传播内容的针对性，全面提升海外社交媒体平台粉丝量、互动率。■
(唐伟杰：中国新闻网副总编辑)

人民出版社：

打破介质壁垒 迈向智能未来

文 / 本刊记者 潘树琼



“习近平重要著作数据库”截图。供图/人民出版社

在北京东四西大街路口东，中国美术馆旁边，穿过一个胡同，坐落着一家近百年的出版社。它的社名由毛泽东亲笔题写——人民出版社。这家近百年的出版社，在信息技术的高速发展下进入转型升级的崭新时代。

关于转型升级和融合发展，人民出版社有哪些布局和经验？本刊独家专访人民出版社社长黄书元，听他分享在数字时代，出版行业如何踏上融媒转型的浪潮。

融合：新介质承载多元思想

“融合是什么概念呢？融合不是把传统丢掉，不是把原来出版里面的思想、理论、情怀和艺术丢掉，而是承载文字的工具发生了转换。”黄书元认为，融合是坚持自己原有的精华和优质的资源，是新介质和传统介质合为一体，是用新的工具承载以往的思想，而不是单纯地丢弃过往。

这一理念，在这家出版社近期的转型布局中，得到充分印证。

2017年10月，党的十九大在北京隆重召开。为了多介质、多形式宣传好党的十九大精神，人民出版社采用数字出版前沿技术，出版了学习贯彻党的十九大精神的首部视频交互图书《十九大精神边学边记》。该书收录了党的十九大报告全文、党的十九大审议通过的《中国共产党章程》、十九大报告视频以及200个学习自测题，并附有若干空白页，可以在学习过程中边学边记。

“读者通过扫描该书封面上的二维

码，就能进入一个包括专家、作者、编辑等多方人员在内的微信群，还能享受到基于这本书内容的社交、问答、自测等增值服务。”黄书元说。

具体来说，读者可以就学习党的十九大精神过程中遇到的热点、难点、重点问题，与郑必坚等七位专家进行交流；具有社交功能，可以就学习过程中的所思所想所悟与其他读者进行互动；具有书签功能，可以边学边记并拍照上传，通过手机App发布学习心得；具有自测功能，可以就学习效果进行自测，并显示成绩和正确答案。

黄书元表示，如今读者从线下转移到线上，那我们就跟着他们同步转移，“不丢掉自身的精华，才是传统出版与现代出版的真正融合。”

转型：从数字化到数据化

目前，搭建数字平台、构建专业数据库、挖掘教育资源价值、销售数字图书、提供数字服务等已成为传统出版社转型的几个主要方向。数字化转型、智能化发展被越来越多的出版人提及。在传媒转型的大环境里，出版行业如何做好数字化转型，一直是黄书元在思考的问题。

“数字化产品不是说把纸质书变成了数字化就是一个数据化的产品，而是要把所有数字化的东西进行大数据建模和分析，它是一种新样态和新形式。让数字变成数据，才能最大限度地发挥作用。”黄书元介绍，围绕出版行业的转型，人民出版社在数据化方面做了大量的工作。

以人民出版社开发搭建的“中国共产党思想理论资源数据库”为例，这个数据库包括14个子库，目前收录了13000多册、7000多万万个知识点，被党政干部和专家学者称为“用科学技术传播中国化马克思主义的重大创新工程”。由人民出版社自主研发的语义查询、引文比

融合是坚持自己原有的精华和优质的资源，是新介质和传统介质合为一体，是用新的工具承载以往的思想，而不是单纯地丢弃过往。

对、模糊找句特色网络工具，获得王选新闻科技一等奖。“实现了文献检索方式从传统的篇目、章节检索到知识点检索的飞跃，使文献内容可以完全以知识点的形式展现，以‘大海捞针’的方式获取。”黄书元说。

该数据库完整系统收录了党的思想理论主要著作文献，包括我国出版的所有马列经典著作、党和国家主要领导人所有著作等；同时开创“知识点阅读”的新形式，可以按语句检索、章节检索、图书检索等，查询功能非常先进。

在互联网时代，人民出版社还以大数据、云计算、移动互联网等技术为支撑，设计了一款“党员小书包”App，用于强化党员正面教育、加强理论学习、坚定理想信念。“在西藏、新疆等偏远地区，信息接收不便，如果坐等纸质版的学习材料下来，得浪费很多时间。如果党员登录‘党员小书包’App，便可以及时学习领会党中央的精神。”黄书元介绍，“党员小书包”顺应互联网传播移动化、社交化、互动化的特点，将传统出版资源与移动互联网技术有机融合，具有移动阅读、组织管理、在线学习、在线考评、在线交流等特色功能。

移动终端不仅方便为党员量身打造学习方案、精准推送学习内容、按需提供个性化定制服务，还能通过后台管理系统加强内容资源库与用户数据库的建设，实时记录党员的阅读学习行为，为党员考核、党组织建设提供准确权威的数据统计，全方位打造满足用户多样化、个

性化需求的党员学习新平台，有效推动党建工作拥抱“互联网+”。

联合：凝聚力量助推行业智能化

随着数字化阅读越来越成为主流，关于传统出版行业将步入“寒冬”的说法不绝于耳。那么，传统出版行业的未来到底在哪里？

“以前可能是一本书，现在可能是一套电子书，未来则是一个数据库。”黄书元认为，随着技术的发展，知识的承载形式会发生变化，加上人们对知识的需求越来越多元化，出版业的未来一定是朝着数据化的方向迈进。“无论读者想要哪方面的内容，数据库里都有，而且查找起来非常方便。”

对于如何搭建和运营数据库，黄书元分析认为，现在遇到的问题是各个出版社没有联合起来，数据不能共享，这样每家出版社都有一些数据，但又不能形成一个完整的数据库，“所以未来的出版行业也要联合起来，共同助推这个行业更加智能化，只有聚集在一起，才能产生价值。”

黄书元把出版业比作厨师做菜，浩如烟海的素材犹如野菜，哪些菜能被烹成佳肴，哪些根本不能吃，编辑得对素材做出筛选，然后加工，最后制作成一盘好菜，送到读者面前，“出版行业的本质就是对内容的选择、加工和传播，从韦编三绝的竹简，到便捷阅读的电子书，都只是承载介质发生了变化，出版行业的内容从未改变。”

展现时代作为 谱写壮丽篇章

——“风从海上来·改革进行时”重大主题宣传活动回眸

文 / 邓兆安 崔景友

在改革开放40周年宣传活动中，“风从海上来·改革进行时”网络主题活动由烟台胶东在线策划、山东网信办推荐，最终成为中央网信办网络新闻信息传播局、沿海开放城市省（市、区）网信办主办，胶东在线承办的一次全国性主题宣传活动。在为期4个月的时间里，10个省（市、区）、14个沿海开放城市和中央及地方40余家网站接力宣传，共刊发原创稿件3800余篇次，阅读量超4亿，被中央网信办评选为2018年重大主题宣传和重大议题设置十大精品项目之一。

瞄准国家大事，用心策划寻突破

地方网络媒体如何策划出全国性的重大主题宣传项目？我们的体会是：宣传工作一定要立足本地，胸装大局，放宽视野，抓住“牛鼻子”。

2017年11月2日，胶东在线召开骨干采编人员策划会，围绕贯彻落实党的十九大精神、改革开放40周年、新旧动能转换等主题展开头脑风暴。大家认为，改革开放40周年是大事、喜事，每个城市都有亮点。烟台是14个沿海开放城市之一，这14个率先“吃螃蟹”的沿海开放城市，既是改革开放的前沿阵地，又是深圳、厦门等四大经济特区的重要延伸，具有特殊历史地位，值得大力挖掘宣传。那

么该怎样把这些城市串起来，携手形成有声势的宣传？经过反复讨论，形成宣传活动主题——“风从海上来·改革进行时”。随后策划出具体栏目：“时光，14城”，征集新旧照片，对比展示40年巨变；“讲述”，让亲历者讲述40年各城市变迁及那些难忘的感人事件、感人瞬间；“100秒速览14城”，征集短视频展现14个城市的新成就、新面貌……

2018年7月16日，“风从海上来·改革进行时”网络主题活动正式启动。

独具匠心打磨，专题设计添异彩

为了高标准做好这个专题，胶东在线成立专题策划制作小组，召集采编人员、设计人员、技术开发人员反复研讨，确定专题的定位、思路和特色，设置要闻区、14城展示区、媒体行区、各领风骚区以及讲述、短视频征集、理论评论、时光14城等板块；经多次讨论修改，形成领航、潮头、采风、浪花、视潮、铭记、灯塔、影记等板块名字，对专题内容起引导

和统领的作用。

“风从海上来”专题突出首屏设计，营造视觉冲击力，经过十余次讨论研究、六次修改打磨，专题样式最终确定。为增强画面效果，请当地著名书法家题写“风从海上来 改革进行时”几个行书大字。

Logo是专题设计的点睛之处。设计人员七易其稿，最终以毛笔笔画将阿拉伯数字“14”设计成帆船在海上乘风破浪的造型，寓意14个城市在改革开放中引领潮头，砥砺奋进。

活动启动当天推出专题，首屏以大海为背景，采用透视画面和平衡构图，滔天巨浪寓示改革开放的浪潮汹涌澎湃、波澜壮阔。14个城市横向移动的双层动画，以卷轴的形式徐徐展开，展示首批沿海开放城市各自的特色标识。

多端聚合发力，融媒传播影响深

“风从海上来·改革进行时”报道重视聚合传播，PC端、移动端、传统媒体

“风从海上来·改革进行时”报道重视聚合传播，PC端、移动端、传统媒体联动，H5、短视频、动漫各种传播形式鲜活生动。



2018年9月14日，“风从海上来·改革进行时”长三角区域集中采访主题活动走进江苏南通启东海工船舶工业园。图/本刊记者 熊浩然摄

联动，H5、短视频、动漫各种传播形式鲜活生动。

此次主题宣传活动得到众多网站的支持，人民网、新华网、中国青年网等百余家网站在首页对活动予以报道，50多家网络媒体在网站首页等突出位置悬挂活动专题专栏，各网站在“两微一端”等新媒体平台进行了宣传报道，迅速提升活动影响力。

PC端影响广泛。整个主题宣传活动共刊发原创稿件3800余篇，累计阅读量超过4亿，各PC端累计访问量达5400余万。人民网《风好正扬帆 山东迈上现代化强省建设新征程》、新华网《做时代创新标兵 中集来福士彰显“大国重器”实力》、中国经济网《启程：跟随习总书记的脚步 看山东烟台自主创造经略海洋》、胶东在线《潮起风劲正当时！烟台澎湃发展新动能》《风好正扬帆 山东迈上现代化强省建设新征程》等稿件被广泛转载。

新技术应用出新出彩。主题宣传活动推出航拍图片、VR全景图、短视频、漫画等融媒体作品，增强了传播力和渗透力，使报道更养眼、更惊艳。视频专题片《潮涌金海岸》详细记录了烟台改革开放40年成果；以烙画、漫画、3D设计、国画、剪纸、书法、素描、沙画等八种艺术表现形式展示和描绘改革开放成果的短视频作品《致全国首批沿海开放城市：来自烟台的“表白书”》，以及彩色沙画短视频《与有荣焉！邂逅烟台激扬40年》，吸引了大批网友围观，累计转发量、点赞量超过35万次。胶东在线还在抖音等平台开设官方账号，征集短视频，共收到各类摄影和短视频作品1600余件，视频播放量超过500万。

移动端传播力强。搜狐、新浪、网易、腾讯、百度、一点资讯、澎湃新闻、闪电新闻等移动端平台共刊发转发活动相关稿件480余篇，覆盖受众达1.5亿人次；新浪微博#风从海上来改革进行时#话题

阅读量累计956万，讨论1900余条，在社会榜全国热点话题排名最高居12位。

此次活动能从烟台发端走向全国，取得圆满成功，主要在于以下几个方面：

主题重大，立意高远。此次活动，是全面庆祝改革开放40周年网络宣传的进一步拓展和升温，具有国家站位的视野与格局是赢得活动成功的关键。

阵容强大，权威性强。此次活动既有人民网、新华网、中国网等中央重点新闻网站参加，还有14个沿海开放城市的新闻网站以及主要商业网站参加；既有大众日报社、山东广播电视台等传统媒体，还有澎湃新闻、上观新闻等移动媒体参加，权威性强，囊括了国内众多主流网站，覆盖了国内大部分网络受众，激发了社会各界共鸣，为全面展示改革成绩汇聚起磅礴力量。

项目众多，勇于奉献。此次活动既有启动仪式，又有网络媒体山东行，胶东在线不仅在烟台市内采访，还全程负责到济南、青岛、威海采访，并派员参加了2018年8月20日在天津市启动的“风从海上来·改革进行时环渤海行”、2018年9月9日在上海市启动的“长三角行”、2018年10月9日在广东湛江市启动的“泛珠三角行”三个片区共计20多天的集中采风，深入秦皇岛、大连、湛江等12个城市集中采访；既要制作“风从海上来·改革进行时”综合专题，还要制作城市子专题、媒体行专题；既有专题宣传报道，还有短视频征集等子活动，项目之众、参与人数之多、战线之长、时间跨度之大，均创历史新高。正因为胶东在线有一支政治性强、业务过硬、作风扎实的团队，才能经受住严峻的考验，高标准、高质量地完成各项活动任务，受到各方赞誉。■

(邓兆安：烟台广播电视台副台长、胶东在线总编辑；崔景友：胶东在线总编室主任)

“微缩”报道 创新叙事

——《中国日报》获奖作品《英国小哥细数“两会”关键词》幕后故事

文 / 柯荣谊 张霄



“融媒时代 创新为魂”。
本期继续约请第二十八届
中国新闻奖获奖作品主创团
队畅谈作品产生的“来龙去
脉”，分享成功经验。

英

国小哥因为侃两会火啦!《中国日报》融媒短视频《英国小哥细数“两会”关键词》传播量超过5600万,并且荣获第二十八届中国新闻奖二等奖。这个英国小哥为啥有这么大“魅力”?

开创主旋律宣传报道新的叙事手法。2016年3月,《中国日报》推出以手机自拍形式呈现的首部视频作品《好运中国:英国小哥侃两会》,英国小哥方丹在视频中通过“一镜到底”的自拍方式解读与两会相关的大政方针,为主旋律宣传报道开创了新的叙事手法,成为多家媒体借鉴的范本。随后,接连推出更多以英国小哥为主角的视频节目,获得广泛好评。2017年全国两会期间,再次推出

短视频节目《英国小哥细数“两会”关键词》,方丹通过视频形式再侃两会。该视频通过影视抠像技术,将方丹缩小后置于办公桌上,通过方丹与桌上物品互动的形式,回顾了过去几十年来全国两会的热词,简洁明快地梳理了中国社会经济发展的脉络。

形式新颖引西方主流媒体关注。该短视频在2017年全国两会召开前数月就进入策划阶段,创作团队从脚本撰写、创意呈现、技术支撑等方面制定了工作方案,并进行了多轮拍摄测试。视频最大的独创性在于利用日常办公用品、办公环境来表达相对晦涩的政治概念与政治论述,从而营造了一个特殊的话语空间。同时,在技术层面上,抠像制作水准也与专业特效机构相差无几。本次报

短视频《英国小哥细数“两会”关键词》截图。
供图/中国日报



道是在原有基础上的又一次突破,在保留原有“外国人讲述中国故事”叙事手法的基础上,运用虚拟抠像等前沿制作技术,实现艺术与技术、教育性与可看性的高度融合,取得更好的外宣传播效果。英国广播公司(BBC)报道了《中国日报》的此项创举。

获得国内现象级传播效果。该短视频于2017年全国两会召开前夕在各大社交媒体平台《中国日报》账号上同步播发,取得突出效果,据不完全统计,有效传播量超过5600万次。2017年3月4日晚,中央电视台新闻频道《东方时空》栏目报道方丹连续两年关注中国两会,并重点介绍方丹拍摄视频对中国两会的热词回顾,视频节目在黄金时间全片播发,进一步扩大了视频内容的影响力。包括《人民日报》、新华社、央视网、光明网在内的超过百家媒体对作品进行转载转发,据不完全统计,作品二次传播全网有效覆盖量超过800万次。

引发短视频“微缩”报道热潮。该短视频播发后,在短视频报道领域引发了一股“微缩”热潮,各家媒体纷纷尝试将主持人或出镜记者通过影视特技微缩后置于场景中的手法,起到了带动传统媒体,尤其是平面媒体通过短视频创新报道手段的作用。■

(柯荣谊:中国日报新媒体中心主任;张霄:中国日报新媒体中心视频总监)

“上天入地”非凡体验

——封面新闻专题直播获中国新闻奖

文/余行

雅康高速被誉为“云端天路”，作为其控制性工程的泸定大渡河兴康特大桥，建设在海拔高、地震烈度带上，施工极其困难。如何让用户切身感受这个超级工程？封面新闻的直播团队通过“上天入地”带给用户一次非凡的直播体验，获得第二十八届中国新闻奖媒体融合奖项移动直播三等奖。

打破常规。2017年5月，兴康特大桥建设如火如荼，经过前期策划，封面新闻团队决定打破“常规”，除了采用文字、图片、视频外，还尝试采用“视频直播”，实现对“川藏第一桥”的融合报道。通过直播，给用户带来强烈的现场感，让用户身临其境。

引爆网络。2017年5月，经过精心策划，克服低温、大风、信号差等诸多不利因素，封面新闻对“川藏第一桥”开启首次专题直播。航拍无人机升起，钢铁长龙横跨大渡河的壮观画面清晰呈现在镜头前。直播团队登上200米高的桥墩，用俯瞰的视角来呈现大桥；深入地下159米，探寻世界第一长隧道锚，领略中国工程师的高超智慧。在直播中，主播走上施工猫道，脚下只有一层镂空钢丝网，通过直播将钢丝网下面的大渡河一览无余地呈现在网友面前。这种身临其境的“现场感”，成为吸引网友观看直播、参与直播互动的最大优势。在直播中，编



视频直播“川藏第一桥”超级工程。供图/封面新闻

导特别注重与网友互动，在上万条的直播互动中，许多网友感叹高原艰险的环境和在200米空中踩着镂空钢丝网的惊险，“现场感”带给网友的视觉冲击得到完美呈现。

精心编导。直播不仅仅是带着网友看现场，在本次融合报道中，直播团队更注重承前启后，全面展现“川藏第一桥”的方方面面。大渡河兴康特大桥的特殊之处，在于它位于川藏线上，百年以前这里是极具历史文化内涵的茶马古道，如今依然是进入西藏的交通要道，也是闻名全国的自驾旅游线路。而大桥所在的高速，将成为中国西南地区重要的战略通道。在直播开启前，直播团队精心策划了回顾、展望两大篇章，采访、制作精美视频插件，通过前方直播镜头和后方演播室切换和整体联动，穿插川藏线发展历

史，展望雅康高速建成后的藏区发展前景，全方位展现“川藏第一桥”。

优先战略。互联网时代，封面新闻通过将传统内容生产优势与新兴媒介传播方式融为一体，始终坚持“年轻态、正能量、视频化”的发展理念，实施“移动优先、视频优先、故事优先”三个优先战略。首先，培育出全国领先的直播平台，年产直播超1000场，覆盖新闻、人文、消费等广泛领域。其次，深度推进全员视频优先策略，培养引进视频制作人才，打造短视频新闻爆款。再次，依托《华西都市报》二十余年历练出的一流采访团队，持续推出原创深度报道新闻，打造具有全国影响力的“头部新闻”。以往媒体都用文字和图片讲好新闻，如今封面新闻要用视频和直播，来讲更多好新闻。■
(余行：封面新闻内容平台部总监)



细节炸裂 精益求精

——H5《幸福长街40号》创作秘诀

文 / 本刊记者 陈历凤



创意无限，爆款不断。各家网媒谁与争锋？爆款作品来说话！本刊特设“爆款秀”栏目，邀请各家网媒秀出爆款作品、拿出爆款数据、分享爆款经验。

去

年年末，一款由人民日报社新媒体中心与快手内容部联合创作的H5《幸福长街40号》刷屏朋友圈，被网友称赞为“改革开放版清明上河图”。该作品呈现40年来中国社会的变迁和发展，以及人们衣食住行的生活变化。此外，H5里增加的动画效果和音效，也让长图有声有色，更有趣味。

内容：细节炸裂。《幸福长街40号》长图中有大量的人物，每个人物的发型、衣着、表情等都不一样，各具时代特征，极大还原了历史。有网友称，“一张张图看起来特别有感触，细节炸裂，每一处都要仔细看！”H5细节炸裂的背后，是创作团队的精益求精。据了解，该作品最大的难点是明确选择哪些事件来呈现这40年。创作团队在前期收集了大量的图片和视频资料以了解不同时期的时代景象，同时还了解了大量普通百姓的集体记忆，最后选出并敲定了超过240

个有代表性的历史事件或现象。大到重要历史时刻，小到某一时期风靡的发型，每一个历史事件或现象都有对应的真实历史照片。

设计：画工了得。《幸福长街40号》设计采用手绘风格，画工了得。该作品长图结构紧凑、细节丰富，每一处都有对应的历史原型，有据可查。大量的历史元素，需要构思不同的布局和表现方式，还要考虑如何和谐地呈现场景和年代的变迁，这非常考验策划人员及插画师的功力。因此，在前期，插画师研究了很多中国传统长卷画的绘画构成方法，把不同年代的场景进行有机整理，同时在场景上做景别处理，最后让H5平面达到相对和谐的构图效果。视觉设计和绘制环节从2018年7月份开始，花了近6个月时间完成。

互动：沉浸体验。为了让所有人能沉浸到H5里的场景里，H5添加了许多富有年代感的音效。沿街叫卖的吆喝声、风靡大街小巷的流行歌曲、激动人心的欢呼声、车轮滚滚和人群的喧嚣……无论滑动到哪个年代，都能引起人们心底的回忆。精细的动画制作，也给H5大大加分，每一帧都让人忍不住循环上许多遍。此外，H5还设计了拍街景互动环节，让每个人都能参与到改革开放的过程中去。

效果：激发共鸣。H5用生动鲜活的

传播数据

人民日报官方微博阅读量：4400万+；
快手官方账号快手视界与人民日报快手号
总浏览量：1000万+；
人民日报官方微信公众账号阅读量：10万+；
人民日报官方微博转发量：8.5万+。



H5《幸福长街40号》截图。供图人民日报社新媒体中心

大场景、细致入微的年代细节，把人们拉回到改革开放40年的记忆中，让不同年代的网友都找到共鸣。H5上线后迅速刷屏网络，网友纷纷来到“幸福长街40号”打卡，重温时代记忆，也留下自己对改革开放40年的感言。“看完热泪盈眶，就像走过自己的前半生。”“感谢这个时代，感谢改革开放。”“能生活在这样一个时代，是我们这辈人的幸运。”

国潮元素 视觉盛宴

——H5《国潮大拜年》引爆海外社交平台

文 / 焦旭锋 石悦

传播数据

总浏览量: 567万+;
海外社交媒体平台总浏览量: 230万+;
新华社客户端浏览量: 151万+;
新华社微信公众号阅读量: 43万+;
H5参与用户数: 23万+。

如今,国潮元素越来越受追捧。春节期间,新华社新媒体中心出品的H5作品《国潮大拜年》,在海内外掀起了一股用国潮元素送新春祝福的风潮。在除夕当天,该H5传播量在新华社Twitter平台排名第一,在Facebook平台排名第二。

新春佳节,新华社携H5送祝福。《国潮大拜年》的设计理念是将时下流行的国潮元素和传统年俗的代表性元素——年画相结合,通过H5的表现形式,将中国年画、国家重大科技成果等元素进行集中展现,再加上春节送祝福以及抽奖环节的互动形式。该作品发布之日恰逢中国传统节日除夕,在春节期间为用户带来了一场视觉盛宴。该H5可以生成独有的祝福海报,为亲朋好友送祝福,互动性极强,一经发布,便引爆全网,在微信朋友圈、海内外各大社交平台成为“爆款”。

形式新颖,国潮元素齐拜年。在策划过程中,创作团队围绕“国潮+年画”的呈现形式进行了多次论证,最终决定采用“GIF动图+抽祝福+视频”的形式。为更好地烘托春节的喜庆气氛,该H5作品的片头从传统四合院切入,配以春节喜庆的音乐,使整个H5作品有节奏、有意境,吸引用户参与其中。该作品的亮点元素为:年画等装饰元素在



H5《国潮大拜年》截图。供图/新华社新媒体中心

春节期间为网络社交平台增添了不少传统年味儿,烘托了节日气氛;对托塔天王、嫦娥、财神、门神等中国传统人物形象的精心呈现,既弘扬了中国传统文化,又将人们带入了美好回忆;将党的十八大以来的高科技产品、大国重器和年俗贴画结合起来,进行超时空集中展示,让人们在饱览视觉盛宴的同时,还能回顾国家科技进步以及人们生活水平的不断提高。

内外并重,全球各地年味儿十足。春节假期,H5作品《国潮大拜年》不仅为国内用户提供了更潮的拜年形式,也让身在海外的用户感受到“中国风”的

魅力,把中国传统文化和春节的“年味儿”传播到海外。《国潮大拜年》英文版根据不同平台的特征和用户阅读习惯,分别以动图或微视频的表现形式在新华社英文客户端、新华社海外社交媒体平台官方账号发布。该H5在英文客户端以动图图集形式播发;在Instagram以快拍和单图形式播发;在Facebook、Twitter以短视频形式播发。截至2月11日,《国潮大拜年》英文版在海媒的总浏览量约230万,众多海外华人华侨和各国粉丝纷纷留言赞赏该H5活泼清新、形式新颖,共贺新春佳节。■

(焦旭锋、石悦:新华社新媒体中心)



本色出镜 真实记录

——音乐短视频《追梦》堪比“贺岁大片”

文 / 本刊记者 刘沁娟

传播数据

累计播放量: 5000万+;
转评赞: 55.9万+。

春节期间，一部堪比贺岁大片的原创音乐短视频《追梦》在全网展播，累计播放量超过5000万。没有大牌明星，没有精美的服装、化妆和道具，没有震撼的电影画面，《追梦》凭啥让网友“大赞”？

普通人本色出镜，被网友赞为“大片”。《追梦》由光明网“钢铁侠”团队跨界推出，2月4日在光明网上线后，当即引发网友共鸣。在短短两分多钟的视频里，快递小哥、出租车司机、环卫工人、城市志愿者、青年学子、都市白领等本色出镜，真实地展现各自的工作日常。这些平凡的工作画面、兢兢业业的工作精神鼓舞了屏幕前的网友。微博网友“珍要加油”说：“满屏的奋斗画面，看到了自己该有的样子，加油！”网友“佩奇的礼物”说：“大片！每个人都是生活的主角，新时代通过努力奋斗，人人都可以出彩。”

实拍全部画面，展现奋进气息。《追梦》从音乐创作到视频摄制，仅仅用时一周时间。尽管时间有限，但是主创团队还是坚持实拍全部画面，真实记录每一个生动有力、饱含温度的镜头。创作期间，团队熬通宵拍摄深夜工作的出租车司机，冒严寒记录凌晨打扫街头的环卫工人，顶寒风跟拍快递小哥，还体验过早晚出行高峰时段的志愿服务，只为真实地展现每个普通人动人的奋斗故事，力求直



音乐短视频《追梦》截图。供图/光明网

达网友内心。通过这些镜头，网友们被一个个普通人温暖向上的奋斗画面所感染，称赞“每一幅都是流动的画面”。视频中，快递小哥冯建营的镜头仅有5秒，台词也仅有1句，但他朴素的心声展现了新时代追梦人奋斗的初心和信心，这也正是主创团队想要传递给网友的正能量。

传递正能量，助力优质网络内容。在作品全网展播过程中，一批商业平台也主动加入推广矩阵中，通过开机屏、焦点图、推送等方式对该作品进行传播。此外，《追梦》还得到了各界正能量明星的支持。青年演员王超伟主动参与到作品的拍摄中，他说：“生活中我也是普通人，作为新时代的年轻人，一定不要辜负美好的时代，趁年轻努力奋斗。”歌手

平安、霍尊、黄英，奥运冠军何冲、邹凯，演员陶红、王迅、董璇等也纷纷表示：“我们都是追梦人，2019年继续加油！”

除了音乐短视频外，近年来光明网在媒体融合的过程中，还积极尝试以网络公益电影、传统文化动画等形式进行创作，推出了一批守正创新的作品。《追梦》总监制、光明网副总编辑高赛表示：“准确把握主流舆论导向，在传播内容、传播方式、传播渠道上不断创新，以守正求创新，以创新促守正，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，巩固壮大主流思想舆论，光明网一直在探索推出有思想、有温度、有品质，兼具主流思想价值和市场传播价值的融媒体作品。”

形象亲民 理论鲜活

——微动漫《你的马克思已上线》玩转创新传播

文 / 刘小畅 韩辰

传播数据

截至目前,《你的马克思已上线》系列动漫短视频已经发布5集,全网浏览量突破3000万。

如何运用网言网语准确生动地宣传党的创新理论,把透彻的思想讲透彻,把鲜活的理论讲鲜活?求是网微动漫作品《你的马克思已上线》做到了。

亲民化形象拉近距离。在普通网民心中,马克思是一位既熟悉又陌生的伟大革命导师。马克思的很多思考都能为当前的年轻人提供借鉴,因此我们最终选择了“你的马克思已上线”作为系列创意短视频的专辑名称,用网言网语、接地气的方式描绘出“身边的导师”形象。

潜移默化培育价值观。《你的马克思已上线》系列动漫短视频主要采取短视频、微动漫的方式,在内容编排上贴近时下最流行的“抖音”“快手”短视频的表达方式,以及国外Snapchat、Buzzfeed的直播流呈现技术,以轻松、幽默的科普方式,寓教于乐、深入浅出地向广大网民,尤其是年轻群体讲解马克思主义基本原理的逻辑结构和丰富内容,从而影响受众看待问题的方式,潜移默化培育他们的人生观、价值观、世界观。

讲最具生命力的内容。《你的马克思已上线》系列作品以手绘动漫微视频为表现手法,每集不超过60秒,并根据需要剪辑成不同版本分发至各平台网络渠道。选题与国家大政方针、重要事件、重



微动漫《你的马克思已上线》截图。供图/求是网

要活动和重大纪念日相契合,实现理论内容的紧跟、深跟。比如中秋篇,以马克思如何看待节日,讲解“社会存在决定社会意识”的唯物史观;科技篇结合进博会和世界互联网大会,表达如何理解“科技是第一生产力”的内涵。

专业协作打造“爆款”。《你的马克思已上线》系列动漫短视频的立足点和出发点均根植马克思、恩格斯、列宁原著经典,另选取权威机构的马克思主义专家组成项目顾问组,整体把关内容选题,提供解读建议,做好内容导向把控。“从年轻人中来,到年轻人中去”,甄选若干名来自知名高校马克思主义学院的青年学者与学生组成项目策划组,根据专家的建议,查找一手资料,撰写新媒体产品

脚本逻辑大纲,再以鲜活闪亮的网言网语撰写微动漫脚本,将理论内容碎片化、精准化,同时也生活化、娱乐化。最后由后期制作组依据脚本灵活使用表达手法,制作完成创意微视频产品。

求是网借助动漫视频、创意视频、H5、图解等丰富的融媒体方法手段,致力于为马克思主义大众化和党的创新理论网上传播探索出一条新路子,努力把透彻的思想讲透彻,把鲜活的理论讲鲜活。全媒化、多角度、分渠道解读经典理论,讲清楚马克思主义的ABC,展现好马克思主义的巨大生命力和指导性,而这是求是网进行网上理论传播创新探索的第一步。■

(刘小畅:求是网总编辑;韩辰:求是网编辑)



匠心拍摄 潜心制作

——MV短视频《奔跑吧2019》炼成记

文 / 刘雁军

传播数据

截至目前,该微视频在各平台的播放量总和超过5000万次。

“我”们都在努力奔跑,我们都是追梦人。”在2019年新年贺词中,习近平主席热情赞扬了每一位奋斗者的艰辛付出,满怀信心寄语亿万人民勇敢踏上追寻梦想的新征程。亲切的话语、殷切的期待、郑重的嘱托,激励着每一个人发扬梦想精神,继续在奔跑中拥抱梦想、成就梦想。津云新媒体特别策划制作了原创MV短视频《奔跑吧2019》,“烧脑式”的乐曲迅速红遍网络平台,赢得广大网友的纷纷点赞。

创新传播方式,激发奋斗正能量。3分多钟的MV短视频《奔跑吧2019》展现了天津新时代的整体面貌,从贴近百姓关注的民生话题,如市民乔迁新居、城市环境改善,到智能时代人们的生活方式,如机器人大厨点缀生活;从最具天津传统文化特色的民间艺术,如戏曲相声,到海河、五大道、文化街、摩天轮等一系列天津地标式圣地……MV短视频集合了天津一年的发展亮点,既将各行各业辛勤工作的奋斗者有层次地展示出来,又充分说明每一个人都是新时代的见证者、开创者、建设者。

原创网红词曲,唱出幸福心声。“2018年,我们过得很充实、走得很坚定”“2019年,有机遇也有挑战,大家还要一起拼搏、一起奋斗。”MV短视频的作词、作曲均为津云新媒体原创,片中集



原创MV短视频《奔跑吧2019》截图。供图/津云新媒体集团

合了16组极具代表性的天津人物或团体,表现形式新颖,旋律朗朗上口,表现了天津人从不缺乏奋勇争先的精神、志存高远的梦想。片中既有改革先锋时代楷模,又有五四青年奖章获得者;既有大学生创新创业团队,又有诚信商户代表;既有以快递小哥、环卫工人、出租车司机为代表的劳动者,又有从事文化曲艺工作的优秀演员,以及代表天津拼搏精神的女排队员。这些来自各行各业的杰出代表人物是新时代全体天津人民的缩影,也是新中国成立70周年幸福心声的最好见证者。

多媒体多渠道,海量传播入心弦。该MV短视频在津云客户端、北方网、津云官方双微等多平台进行呈现发布,并通过“天津发布”政务微博、今日头条客户端、一点资讯客户端、凤凰新闻客

端、快手、抖音等平台进行传播,同时还天津网络广播电视台(IPTV)、天津地铁1、2、3、5、6号线进行连续滚动播放。该视频的音频版还在天津广播的新闻、经济、滨海、相声、音乐99、文艺885等频道推介播出。除此之外,该MV短视频还被共青团中央、津彩青春、平安天津等多个新媒体平台转发。截至目前,该微视频在各平台的播放量总和超过5000万次。

无论是普通百姓让日子过得更好的“小目标”,还是建设美丽中国,全面建成小康社会,实现第一个百年奋斗目标的“大蓝图”,家国梦想植根于每个人心中,也跃动在每个人肩头。精心策划、匠心拍摄、潜心制作,这种有着时代属性的新媒体正能量作品值得点赞。■

(刘雁军:天津津云新媒体集团副总编辑)



“穿越”之旅 奋斗缩影

——H5《寻湘记 | 当曾国藩邂逅湖湘小镇》

文 / 曾晓晨

传播数据

作品发布一周，各平台累计浏览量：450万+；
华声在线、“新湖南”客户端参与用户：100万+；
微信朋友圈转发量：10万+。

将 穿越元素和湖南改革开放的新风貌相结合，华声在线推出的H5作品《寻湘记|当曾国藩邂逅湖湘小镇》，让用户和曾国藩一起穿行在墨色古朴的小镇之中，感受改革开放40年来的小镇巨变，宛如一幅“动起来”的轻量级“清明上河图”。该H5推出一周内累计浏览量超过450万。而H5中风格各异的湖南“小镇造”也让用户迫不及待地“种草”，刷屏朋友圈。

创意：曾国藩“重归故乡”，见证产业小镇崛起。什么元素可以和湖南改革开放相结合，什么样的湖南名人才最适合做湖南小镇产业发展的“代言人”？作为洋务运动的发起人之一，出生于湖南的曾国藩主张实业救国，这与当下湖南大力推进项目建设，产业兴湘的时代背景十分契合，同时也体现了湖湘精神文化在历史中的传承与发扬。几经思量，华声在线决定运用穿越元素，以中国风为基调进行融合创新。作品虚构了曾国藩收到湖南小镇的“家书”，以其应邀赴观光之旅的故事为主线，通过H5的展现形式，呈现湖南各个小镇的特色产业，体现了改革开放40年来湖南小镇产业崛起的喜人成就。

内容：借已有鲜活案例，深挖小镇特色产业。H5作品《寻湘记|当曾国藩邂逅湖湘小镇》在内容上，依托华声在线



H5《寻湘记 | 当曾国藩邂逅湖湘小镇》截图。供图/华声在线

《“镇”起风云——湖南特色产业小镇巡礼》系列报道积累的鲜活案例，以“一个人，一群人，一大产业；一个产品，一个小镇，一张名片”为主题，展现湖南小镇产业依托资源禀赋，抓住改革开放契机，从产品到产业，带动地方发展的崛起之路。H5作品中互动内页里的“曾国藩说”借曾国藩之口点评小镇崛起之路，活用诗词典故和曾国藩名言，让主题人物和现实环境联系更加紧密。

让用户和曾国藩一起穿行在墨色古朴的小镇之中，感受改革开放40年来的小镇巨变。

匠心：依靠全手绘打造，勾勒生动烟火人间。青石板路、小桥荷塘、烟花绽放、茶叶飘香……H5作品《寻湘记|当曾国藩邂逅湖湘小镇》中这幅贯穿始终的小镇画卷是华声在线创作团队耗时12天，依靠全手绘打造，形成了精致淡雅、长而不冗、繁而不乱、一气呵成的整体风格，并在H5作品中跨时空地集合了湖南的12个产业小镇，勾勒出生动的烟火人间。打开该H5作品，叮咚欢悦的乐声中，店铺屋宇林立，曾国藩穿行其间，行人络绎不绝，好一派小镇繁荣景象……这幅“动起来”的轻量级“清明上河图”是一次重回家乡的“穿越”之旅，更是湖南小镇产业崛起，湖南百姓为幸福生活不懈奋斗的缩影。

(曾晓晨：华声在线新闻网站融媒体部主任)

“拼”出网络扶贫新思路

建立以“拼”助捐、可持续扶贫助农的长效稳定机制，实现农户、商户、消费者在平台上满足各自需求的“三赢”

文 / 本刊记者 熊浩然

从2018年11月下旬开始，43岁的王国锐每天都挺忙。他要将自家的脐橙一筐一筐采摘下来，再交给电商平台的“买手”快速发往全国各地。看着一辆辆物流车开进自家的橙园，王国锐乐开了花。“卖不起价”和“卖不出去”，这两个曾经一度困扰着他和当地橙农的问题，终于在互联网时代得到解决。

如今，农村电商、众筹农业、直播农业等新产业、新业态正为农业农村发展增添新动能。据商务部的最新数据显示，电子商务进农村综合示范工作已覆盖737个国家级贫困县。在中国电商扶贫联盟的帮助下，351个贫困县的487家企业开展了网上销售。电子商务进农村综合示范县已达1016个，其中国家级贫困县737个，覆盖全国贫困县总数的88.6%。而销售数据更是令人欣喜，2018年1月至11月，全国农村网络零售额达1.24万亿元，同比增长31.0%，全国农产品网络零售额达2013.5亿元，同比增长33.6%。

“货找人”模式打通农产品销路

湖北秭归因屈原故里而闻名，柑橘业一直是秭归的支柱产业之一。尽管有发达的柑橘产业，但因交通不便、基础设施欠缺等限制，秭归一直是国家扶贫开发工作重点县。2000年前后，秭归脐橙遭受

严峻的市场竞争，最低谷时只能卖到两三毛钱一斤。

从17岁就开始种橙子的王国锐从未离开过秭归楚王井村，经历了橙农最贫困艰难的十几年。“山高路远没人进来收橙子，我只能自己慢慢背出去卖。”王国锐回忆，2008年以前，当时种的“普橙”卖得最好的价钱也不过0.3元一斤，而且是他一路从山上背到宜昌三峡大坝景区前叫卖的零售价。

这一切的改变，从电商入村开始。2015年，拼多多开始组织平台上的水果类电商进入深山找好货。王国锐搭上这趟车，销路问题一下子得到解决。这两年，他把家乡其他人的橙园揽过来种，8亩地一年总共能收约7万斤橙子，2017年全年纯收入突破8万元。

农村早已是各家电商的必争之地。从2015年起，阿里巴巴、京东、苏宁等电商巨头就开始了大规模的电商“下乡进村”。在经营电商业务过程中，各家电商已经形成共识，农民营销能力相对较差、农产品上行渠道不畅，是制约广大贫困地区农民脱贫的重要问题。

“拼农货模式”为解决上述问题提供了答案。这种模式以社交传播为依托，通过消费者“邀请亲朋好友拼着买”这种口耳相传式的免费口碑营销，短时间内为商品持续汇聚海量订单，为农产品销量在短时间内带来裂变式的增长。拼多多创始人、CEO黄峥表示，要善用“拼”的模式，“建立以‘拼’助捐、可持续扶贫助农的长效稳定机制，实现农户、商户、消费者满足各自需求的‘三赢’。”

2019年2月19日，《中共中央国务院关于坚持农业农村优先发展做好“三农”工作的若干意见》发布。文件明确指出，今后两年是全面建成小康社会的决胜期，“三农”领域有不少必须完成的硬任务。同时，文件提出实施数字乡村战略，深入推进“互联网+农业”。



国家级贫困县湖北宜昌秭归县，刚从树上摘下的新鲜橙子，通过拼多多平台迅速以产地直发的形式送达全国各地消费者手中。图/本刊图片库

培养自我脱贫生力军

2018年，中央网信办、国家发展改革委、国务院扶贫办、工业和信息化部等国家相关部门陆续发布《关于推进网络扶贫的实施方案（2018—2020年）》《2018年网络扶贫工作要点》等相关政策性文件，打通网络扶贫各环节，为贫困地区和贫困群众脱贫奔小康插上互联网翅膀。2018年8月，《中共中央 国务院关于打赢脱贫攻坚战三年行动的指导意见》发布，指出深入实施网络扶贫行动，统筹推进网络覆盖、农村电商、网络扶智、信息服务、网络公益五大工程向纵深发展。

2019年2月19日，《中共中央国务院关于坚持农业农村优先发展做好“三农”工作的若干意见》发布。文件明确指出，今后两年是全面建成小康社会的决胜期，“三农”领域有不少必须完成的硬任务。同时，文件提出实施数字乡村战略，深入推进“互联网+农业”。

农村已进入电商时代。电商入村所解决的问题，不再只是农产品滞销的“应激式扶贫”，更长远的作用在于，提升农

村劳动力素质，促成农业产业链的持续生产能力。各大电商尝试扶持和培育青年农人返乡创业，成为具备网络营销能力的“新农人”，从而孵化农货品牌，同时以“新农人”为抓手，辐射更广阔的贫困地区，带动更多贫困户增收脱贫。

一些勇于创业的大学毕业生、高端农产品的科研人员、一线城市的白领职员等“新农人”，参与到助农扶贫活动中。通过更低的入驻开店门槛、更快捷的审核认证过程，以及丰富的营销推广活动和充足有效的流量资源，如今，大量的“新农人”已成为贫困地区实现自我脱贫的生力军。

蒋平就是一名“新农人”。2014年，蒋平从西南大学育才学院室内设计专业毕业后在一家设计公司工作。第二年春节，蒋平回家过年，他发现农村的变化显著，村里水电气三通、道路四通八达。但与之形成鲜明对比的是，村里的人气却不旺，几乎每户人家都是老人留守，不少良田就此闲置。蒋平思虑再三，最后决定返乡创业，他将土地流转到自己注册成立

的合作社，形成“全组合一社”合作社模式，带领村民一起干。时至今日，合作社年利润超过20万元，下一步，蒋平计划将当地农业与旅游相融合，带动当地农民收入再上新台阶。

善用大数据助农“造血”

长期以来，在传统流通链路中，农民和消费者之间缺乏直接对接，供给信息要层层传递。一旦信息滞后，产地预判错了，市场便会引发连锁反应，出现“猪周期、蒜你狠、向前葱”等周期陷阱，导致农民蒙受损失。

如今，各大电商逐步建立农产品大数据平台，将消费信息反向输出给产地，让农民尽量清楚地了解到消费者的偏好习惯、农产品品类销售增速等情况，同时依托消费数据为贫困户提供因地制宜的种植和销售方案，帮助农户持续“造血”。

在2018年电商脱贫（重庆）高峰对话会上，阿里巴巴农村淘宝宣布，首批22个县域将进驻兴农扶贫频道开通官方服务站，通过“原创内容+大数据”连接产地农货与消费者，不仅让这些县域的农产品能精准触达城市人群，也让城市消费者既吃得健康又吃得美味。

农村淘宝相关负责人介绍，通过大数据不仅可以让这些县域清楚哪个城市的消费者、哪类人群是当地农产品的活跃买家，甚至可以反馈消费者的购买习惯，官方服务站通过数据指导有针对性地激发购买欲，能让农产品更高效地流通和交易。

而淘宝也在进行模式升级，曾在开拓农村淘宝事业中铺桥搭路的创业者，将逐渐由“村小二”转变为乡村服务者。村民也能更多地享受到来自“村小二”提供的有关购物、健康医疗、培训就业以及公益关爱等方面的服务，大数据在网络扶贫中的应用价值将越发凸显。■



网络传播视觉榜

栏目简介:读图时代,你的目光愿为哪张照片停留?信息涌动,哪一幅定格的一瞬间曾打动过你的心?《网络传播》杂志与视觉中国合作,特设“网络传播视觉榜”专栏。本期选取2月各大媒体七大下载“热”图。选取时间为2019年2月1日至28日。



☉ 瑞雪兆丰年

2月12日，天津迎来2019年首场降雪。海河上，一群红嘴鸥在积雪的冰面上飞翔。





🕒 新年巡逻
2月6日, 西藏阿里, 库尔那克堡边防连巡逻官兵正在翻越达坂。



🕒 水下送“财”
2月3日, 山东烟台, 在海昌鲸鲨海洋公园, 装扮成“财神”的潜水员向观众恭贺新春。



微信扫我 查阅往期视觉榜



🕒 火树银花

2月5日，山东枣庄，民间艺人在山东台儿庄古城景区表演非遗节目“火龙钢花”。



🕒 爆竹迎春

2月6日，山东济宁，微山渔村的孩子放鞭炮迎新年。

🕒 炫目彩灯

2月6日，中国农历正月初二，四川眉山民众纷纷走出家门逛灯会，欢欢喜喜过新年。图为眉山灯会上的大型彩灯组。



🕒 新春庙会

2月5日，辽宁沈阳，2019新春皇寺庙会火爆开幕。



探索

Exploration

网络传播规律之探索，
网络传播之前沿学术探讨，业界交流之精神家园。





县级融媒体中心建设是新时代治国理政新举措，是强化新闻舆论阵地、提升社会治理水平、加大风险防范力度的有效方法。如何让县级融媒体中心打通媒体融合的“最后一公里”、连接群众的“最后一公里”、基层治理的“最后一公里”，更好地满足人民群众的信息需求，扩大主流价值的影响力版图？本刊呈现先进县级融媒体中心建设经验，为业界提供参考借鉴。



省级平台助力县级融媒体中心建设

着力把县级融媒体中心建成一个省县协同运营、顶尖技术支撑、资源互联互通、内容多样发布、信息权威快速、服务实用便捷的综合性平台

文 / 本刊编辑部

近来，县级融媒体中心建设在全国如火如荼地推进。目前主要有两种模式，一是自力更生形成融媒体中心机构，二是借助成熟的技术平台进行“合办”。作为江苏省县级融媒体中心建设的唯一技术支撑平台，“荔枝云”平台有一些建设经验可供分享。

县级融媒体中心建设合作模式的探索

从发展状况看，近年来省级融合媒体平台建设和业务运行层面表现出以下特征和问题：

首先，业界充分认可云平台建设的必要性和重要性，对云计算、大数据等技术的认识逐步深入，但对云计算和大数据的应用，还停留在局部环节，或单个系统层面，应用的整体性和系统性不够。

其次，采用“公有云+私有云”的架构，建设了支撑融合媒体业务运行的平台，业务范畴主要在新闻业务的融合方面。但公有云和私有云之间只是简单的信息交互，全台并未建立统一的云架构

平台，还未实现整体业务的统一管控，还有一些新建系统没有按照云平台的三层架构来建设。

最后，虽然在云平台独立系统中，实现了资源灵活调配，提高了生产效率，创新出一些新的业务应用，但是也出现了岛状云平台，在单个平台内部体现了云的特征，与其他平台业务之间依然是割裂的，融合效率不够。

针对这些特征和问题，“荔枝云”提供了对应的解决方案。近年来，江苏广电积极利用“荔枝云”，以及总台强大的生产、运营和技术研发能力，不断拓展服务，已经为多地媒体实施“移动优先”战略，解决融合转型难题提供了技术支撑、内容运营、产品开发、平台经营等方面的支持。此前，江苏广电已为南京报业、《苏州日报》、宜兴广电、金坛广电等传统报社与广电媒体开发打造了一系列融媒体产品，也建立了一套符合市县媒体融合转型、流程再造的系统性方案。

随着基础平台的搭建完成，基于

“荔枝云”的技术能力，江苏广电着手探索县级融媒体中心建设的合作模式。2018年9月，江苏广电助力县级融媒体中心建设的全面系统方案也在江苏淮安市洪泽区率先落地，随后，由江苏广电战略合作、助力打造的徐州市邳州县级融媒体中心也挂牌投入运营。同年10月24日，“荔枝云”平台被江苏省委宣传部指定为江苏省县级融媒体中心建设的唯一技术支撑平台。江苏广电按照要求，全面提升对外服务能力，积极开展县级融媒体中心建设的支撑服务，目前江苏广电助力全省县级融媒体中心建设全面开花，洪泽融媒体中心2018年12月7日正式投入使用，“蟹都洪泽”App于当日正式上线，与此同时，通州、睢宁、泗阳、阜宁、靖江、沛县等地的县级融媒体中心方案都在加紧设计、准备落地。

总体来说，“荔枝云”平台构建了传统媒体和新媒体深度融合的平台化技术体系，实现了融媒体新闻、电视剧、季播节目、综合制作等业务在同一平台



“荔枝云”助力洪泽县融媒体中心落地。供图/江苏广播电视总台

的云化生产，具备敏捷化生产、流程可定制和资源水平扩充等云生产能力，在大幅提升业务流程效率的同时有效降低了人力物力等资源的投入。“荔枝云”平台通过对下一代技术架构的应用实践，解决了广电行业融合媒体生产所面对的核心问题，真正形成了对广电总台传统媒体业务和新媒体业务的有力支撑。

“公私合用”各展所长

实践中，“荔枝云”平台采用“租用公有云+自建私有云”的混合云架构进行融合媒体云平台建设。

“公有云服务”是指利用专业厂商建设的基础设施如阿里云、华为云等，构建的电视台业务和应用系统，它可以与互联网进行连接，实现广播电视在新兴媒体业务领域的快速生产。公有云作为电视台业务应用的解决方案，既有弹性，又具备低成本高效益的特征，可以更加灵活、及时地应对业务需求的变化。

“私有云服务”是指电视台采用自主建设方式构建的业务和应用系统，多用于内部内容生产和资源交换共享等业务。电视台采用私有云服务更能掌控云基础架构，既保有传统数据中心可控、

可信、可靠和安全特性，业务应用与内容安全皆在电视台业务系统内进行组织和管理，但同时又具备公有云服务质量、性能、弹性应用等优点。

业务部署上，由于过去广播电视业务运行在封闭的环境中，与互联网不连接，而现在新兴媒体要与互联网连接，以更好地进行内容汇聚，更快地进行内容分发，因此“荔枝云”把汇聚采集、大数据挖掘分析、简单编辑、新媒体生产分发等应用都部署到公有云平台；而传统的电视、广播节目制作，需要更高的资源性能，更快的服务响应，更可靠的



安全性，因此，视频的复杂剪辑、调色、节目包装、节目播出等应用都被部署到私有云平台。

“合办”的五大优势

就合办模式而言，县级融媒体中心依托“荔枝云”省级融合媒体云平台的服务能力进行构建，这种模式有五大优势。

降低成本。县级融媒体中心完全独立建设，投入巨大，依托省级平台，大大降低投入成本。

更好推进县级融媒体中心业务开

在平台建设上，要在充分利用各县级媒体原有技术等相关资源的基础上，构建融合媒体业务的技术体系；同时，积极谋划传统业务系统向云服务体系架构的全新融合媒体技术平台的演变。

展。因为“荔枝云”平台在建设过程中，经历了媒体融合发展过程中内容整合、平台建设、体制机制变革等方面的全过程，对媒体融合发展的规律有了深刻的认识和实践。

更有效的内容共享。“荔枝云”省级支撑平台具备汇聚多内容来源的能力，海量汇聚互联内容资源，收录全国各级电视台内容，快速汇集各类新闻线索，并能将省市县的内容资源整合到一个平台之上，通过权限、内容管理进行共享、交互。

技术架构更为先进。“荔枝云”技术平台的建设采用了最新的技术架构，既符合技术发展规律，又能够兼顾媒体融合发展背景下的各类已知或未知业务的发展需求。

更强的技术支撑能力。江苏合拥有强大的技术开发能力和系统维护能力，参与了融合媒体平台技术标准制定，既能确保多端内容的发布安全，又能满足新媒体的传播要求。

县级融媒体中心建设的四大原则

根据“荔枝云”平台助力县级融媒体中心建设的具体实践，可以总结出县级融媒体中心建设应该遵循的四大原则：

一是加强省级支撑平台和县级融媒体中心的系统化规划和设计，明确目标，统筹规划，因地制宜，注重实效。

二是在业务规划上，突出“移动优先”战略。移动端包括自营的移动客户

端、微博、微信及其他发布平台等，其中最重要的是做好移动客户端业务。通过移动客户端平台整合广播、电视、报纸等多种传统业态的内容资源，同时积极推进党务、政务、生活服务等业务在移动端的运营和服务。

三是在平台建设上，要在充分利用各县级媒体原有技术等相关资源的基础上，构建融合媒体业务的技术体系；同时，积极谋划传统业务系统向云服务体系架构的全新融合媒体技术平台的演变。

四是要建立标准化的县级融媒体中心建设和服务体系，同时构建省级支撑平台与县级融媒体中心的标准化、多元化服务和运营体系。

基于这些原则，未来江苏省广播电视总台将继续利用先进的技术资源、成熟的运作经验、雄厚的人才优势，全力打造“荔枝云”省级支撑平台，用标准化的接口规范，为更多工具、服务的接入提供共存、共融、共享、共赢的生态环境，建立起一个个“可管可控，灵活配置”的业务产品线，助力各地县级融媒体中心建设运营，打造一个人才共享、内容共享、渠道共享、技术共享的现代媒体传播体系，着力把县级融媒体中心打造成“媒体+政务”“媒体+服务”“媒体+电子商务”的多元化信息服务综合体，最终建成省县协同运营、顶尖技术支撑、资源互联互通、内容多样发布、信息权威快速、服务实用便捷的综合性平台。■

实践 · 四川广播电视台

实现县级融媒体中心“拎包入住”

文 / 王红芯

省、市级媒体带动县级媒体融合的模式是全国县级融媒体中心建设的主要模式之一，四川广播电视台作为省级媒体为县级融媒体中心建设提供了全方位的服务。依托“本地部分+云上部分”组合的建设方式，四川广播电视台协力中国电信为四川全省183个区县融媒体中心提供了可以“拎包入住”的服务平台，助力县级融媒体中心能够更好服务

政府、企事业单位、老百姓。

五大优势提供整体解决方案

习近平总书记指出，要扎实抓好县级融媒体中心建设，更好引导群众、服务群众。四川省委宣传部领导在结合省情深化理解后，认为县级融媒体中心要发挥好四个方面的功能。

一是发挥决策参谋作用，为党委、

政府决策提供参考；二是解决问题，增强平台公信力；三是正面引导把好方向，传播正能量；四是负面管控防风险，把负面舆情化解在萌芽状态。

基于这样的功能需求和四川广播电视台的内容、平台、渠道、技术和运营优势，我们提供了“县级融媒体中心建设整体解决方案”。在建设方式上，通过“本地部分+云上部分”组合的方式来进

四川广播电视台开展融媒体培训。供图/四川广播电视台



县级融媒体中心要发挥好四个方面的功能。一是发挥决策参谋作用，为党委、政府决策提供参考；二是解决问题，增强平台公信力；三是正面引导把好方向，传播正能量；四是负面管控防风险，把负面舆情化解在萌芽状态。

行建设，便于选择和迭代。建成后的这个服务平台将是本县域首个综合型、智慧型的融媒体中心。

这个平台具备五大优势：一是具备当地特色，能够吸引本地用户、服务本地用户；二是集约资源，通过整合，节约人力物力；三是通过品牌运营推广，创造品牌，打造本地名片；四是通过“报料平台+舆情监测”双管齐下的手段，把负面舆情留在本地；五是通过与四川广播电视台、四川省其他上云用户的合作，共同建设四川县级融媒体中心生态，扩大宣传，服务群众。

融合成熟技术实现三级贯通

通过长期合作和前期调研，我们了解到，目前部分市州具备一定的融媒体中心建设实力，可是对于县级媒体来说，大部分没有技术开发和运维的能力和经历。面对“日日新、时时新”的融媒发展，县一级的融媒体中心建设没有必要通过大投入来搞自主开发，而是要融合广电的成熟技术，实现省、市、县的贯通，更好地将县级融媒体中心建设好，从而服务本地用户。

在这一点上，四川广播电视台近年来锐意改革，推动媒体转型，深挖区域资源，开拓新媒体市场，取得了显著成绩。从2011年起，我们承建了四川IPTV

平台，目前家庭用户数突破1400万；2016年8月，我们建成了全国一流的融媒体中心；2017年10月，我们发起成立“直播四川联盟”，聚合全省21市（州）台资源开展同步直播、专题报道等合作。长期以来，四川广播电视台一直和市州、区县台有紧密的合作，此次建设是以各县级电视台为核心进行的，为县级台提供融媒体中心建设的技术、运维解决方案，四川广播电视台具有天然优势。

目前，县级融媒体中心对人才和培训的需求非常大，四川广播电视台专门开设了面向市州区县相关从业人员的培训课程——“观学院”，并邀请了全国知名的业内实战专家来授课。有数百位工作在市州区县一线的媒体人才从“观学院”结业，大家主要学习融媒体的实战技术和相关内容。授课老师从新媒体的各个方向进行案例分析和实战操练。未来，我们将和多个高校机构联合，将学界、业界最新的研究和课程引入“观学院”，为县级融媒体中心建设分批次打造一支懂新媒体传播规律、懂用户管理、懂运营的人才队伍。

守正创新体现主流媒体价值

首先，要坚持管建同步、管建并举，坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向，坚守社会责任，把社会效益放在首

位。这也是四川广播电视台作为主流媒体的初心和使命，我们坚持社会效益优先，尊重技术发展，坚持通过技术改变传播，但反对以算法为核心讨好用户，用轻浮化手段获取流量。

其次，要做到目中有“人”，心中有“数”，将需求定位在以用户为本的传播方式上，同时不抱残守缺，顺应时代发展，让媒体在大数据、AI、5G等新技术的加持下融合发展，既巩固已有优势，又开辟新的发展空间，更好地服务用户。

要做到以上几点，必须实现角色的转换，从内容的分发者向服务的提供者转型，从提供内容向服务用户转型。从用户需求出发，在基于用户需求的基础上，实现主流媒体的价值引导和舆论宣传，通过提供形态各异的服务，抓住用户、服务用户、引导用户。

未来，四川广播电视台还将通过成熟的技术和服务，为县级融媒体中心提供安全稳定的最佳建设方案；另一方面，我们已经打通与央级媒体及各大平台的渠道，加上四川广播电视台大屏+小屏的助力，我们会对县级融媒体中心的优质内容进行全网运营，打造起一条贯穿省市县的“优质内容协同+平台聚合”纵贯线，助力市州区县媒体实现快速转型，携手共建全省融媒云端新生态。[\[4\]](#)
(王红芯：四川广播电视台副台长)

实践 | 河北衡水县级融媒体中心

打造“先头部队” 破解四大难点

文 / 马福华

组织架构怎么调整，优秀人才怎么留住，生产流程怎么规范？在县级融媒体中心建设试水多地以后，这些“成长的烦恼”亟待解决。作为全国县级融媒体中心建设探索两年多的先行者，河北省衡水市总结出颇具特色的建设模式。

落实“推、建、办、强”

如果说衡水市是全国县级融媒体中心建设的先行者，那么作为全国县级融媒体中心建设“贫困县样本”的武强县则是其中的“先头部队”。在县级融媒体中心建设过程中，武强县通过党委政府靠前指挥、重建组织架构、创新用人机制、再造生产流程等方式解决了发展中的四大现实难点。

党委政府靠前指挥，解决工作“怎么推”的问题。武强县委、县政府把县级融媒体中心建设作为全面深化改革的“头号工程”以及加强基层宣传思想文化工作的重要任务，积极探索融合发展路径，成立县委书记、县长任双组长的融媒体改革工作领导小组，着力协调解决县级融媒体中心建设过程中的多机构联动和资金问题，明确推动融媒体中心建设的“时间表”“路线图”。

依托县广播电视台重建组织架构，

解决县级融媒体中心“怎么建”的问题。武强县坚持把县级融媒体中心建设作为壮大县级主流媒体阵地的优先途径，以武强县广播电视台为主体，整合武强县委宣传部外宣、网信、政府网站等职能，成立武强县融媒体中心。设置以“中央厨房”为核心的全媒体指挥调度中心、全媒体采访中心、全媒体编辑中心，注

册成立武强县融媒体发展运营管理公司，实现事企分离。

创新用人机制，解决人员“怎么办”的问题。武强县针对县级融媒体中心人才匮乏的现状，实行事业编制、劳务派遣、公开招聘三种形式互补的用人机制，安排宣传部外宣、网信人员到县融媒体中心集中办公，并以劳务派遣形式招聘

衡水市武强县融媒体中心“中央厨房”。供图/衡水市委宣传部



12名工作人员充实到县融媒体中心。

再造生产流程，解决主流声音“怎么强”的问题。武强县融媒体中心建设集融媒体指挥管理平台、组合信息终端平台、全媒体数据库等功能于一体的“中央厨房”管理系统，统筹“策、采、编、发”各个环节，形成“一次采集、多种生成、多端发布”的全媒体传播覆盖新格局，提高主流媒体的传播力、影响力。

把准方向破解难点

基于衡水市的探索实践，我们认为深化县级融媒体中心建设应以《关于加强县级融媒体中心建设的意见》为指导，坚持问题导向和效果导向，在管建同步、管建并举上下功夫，重点把握好以下四个方面：

把准方向导向，解决好县级融媒体中心的功能定位问题。我们在工作中提

出将县级融媒体中心建成坚持正确舆论导向的新闻舆论传播平台、引领社会新风的育人平台、开展全方位政务服务的网上办事平台、提供多领域民生服务的便民利民平台、创新传播手段的新技术应用平台、服务经济发展的招商引资平台。其中，新闻舆论传播平台是最重要、最核心的，居于主导地位。

破除体制机制障碍，解决好人才这个核心问题。人才引进不进、留不住、用不好是制约县级融媒体中心建设的瓶颈。解决好人的问题，首先要选好县级融媒体中心建设的“领头人”。这个“领头人”必须政治过硬，业务熟悉，并且能够统筹全媒体工作流程，还要具备较强的创新能力。目前衡水市正在探索融媒体中心主任兼任县委宣传部副部长的体制，这个体制对于县级融媒体中心建设、运营都会产生重大影响。同时，我们也在探索编内编外“双规运行”的薪酬机制，以人事和薪酬改革，激发全员活力。

转变思想理念，解决好由“相加”到“相融”这个根本问题。媒体融合需要渠道融、业务融、人员融，核心是要解决好人员的思想理念问题。所有从业人员都应树立全媒体意识，按照区块链的“去中心化”理念构建融媒体中心，实现“一次采集、多种生成、多元传播”。同时，随着媒体融合发展，省市县媒体之间已经没有地域和层级的概念，成为彼此的内容“供应商”和产品“需求者”。建立起中央主流媒体与地方媒体之间的双向无缝对接机制，形成拓普式体系，将有力推进新闻传播更加扁平化、快捷化。

突破能力不足，解决好内容生产这个关键问题。县级融媒体中心面临的内容生产能力不足的问题，也就是建成后

传播什么的问题。解决这一问题需要从以下几方面着手：第一，“以我为主”全员培训人才，提升现有从业人员全媒体业务素质和操作能力；第二，加强省级层面顶层设计，由省级主流媒体生产更多适用于县级融媒体体的“通稿性”产品，提供给县级融媒体中心进行传播，市级层面应加强指导，帮助县级媒体创新节目、培育人才，提升内容生产能力；第三，建立覆盖全县域各部门、各乡镇以及农村、社区的通讯员队伍，提供更多政务新闻、社会新闻和相关资讯，提高县级融媒体中心的新闻采集能力；第四，在保证政治方向和舆论导向正确的前提下，策划适合的栏目，以政府购买公共文化服务的形式，探索专业公司承办、社会能人领办的模式。

分步推进提升“四力”

在衡水市县级融媒体中心建设的探索中，我们本着先易后难、整体部署、局部突破、试点先行、逐步完善的原则，坚持“以县级广播电视台为主体、整合县域党政媒体资源、依托省市主流媒体技术平台建设县级融媒体中心”的总体思路，在改革中破解瓶颈，按计划分步骤强力推进，力求打造统一规划、协调有力、集中发声、分类覆盖的县级融媒体中心，提升主流媒体传播力、引导力、影响力、公信力。

2019年，衡水市将坚持创新驱动、分类指导、综合培训、全面提高，开展“媒体融合能力提升年”活动，着力提高县级融媒体中心的基层舆论引导能力、创新内容生产能力、政务民生服务能力，通过以奖代补、定期通报等有效措施，激励先进、鞭策后进，力求形成你追我赶、竞相创新的良好局面。^[1]

(马福华：河北衡水市委常委、宣传部长)



华龙网：守正创新，“融·0”再出发

华龙网的文化主旨是“融·0”，就是寓意“消除一切界限，零距离连接世界。”这也符合媒体融合的相关理念，要求服务零距离、创新零距离、沟通零距离、协作零距离、传播零距离

文 / 李春燕

1月25日，习近平总书记带领中央政治局同志前往人民日报社，就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习。如此打破常规，把中央政治局集体学习“课堂”搬到中南海外的人民日报社，充分彰显了党中央对媒体融合发展的高度重视。

华龙网自2000年成立以来，经历了从单纯的PC门户，到集手机报、户外LED屏、阅报屏、微信、微博、客户端、网络电视等全媒体的融合布局，也经历了从简单的媒体相“加”到逐步以技术为驱动的媒体相“融”的发展道路。5G将至，人工智能赋能新时代，传媒产业进一步转型升级迫在眉睫。

华龙网的文化主旨是“融·0”，就是寓意“消除一切界限，零距离连接世界”。这也正符合媒体融合的相关理念，要求我们服务零距离、创新零距离、沟通零距离、协作零距离、传播零距离。华龙网审时度势，积极抢抓机遇，补齐短板，找到打开媒体融合的正确方式，让主力军挺进主战场，从低维形态向高维形态爆发式加速。

一路跋涉，媒体融合发展初见成效

19年来，华龙网一路跋涉，深耕细作新闻生产创新，始终坚持党管媒体，

努力做到三个精准，即党的声音精准传达、政府政策精准解读、突发事件精准引领，确保“新闻导向正确零事故、主流舆论引导有保障”，并连续六年斩获中国新闻奖。其中，2016年，《穿越直播 重返70年前英雄之城》获第26届中国新闻奖一等奖，创造了重庆新闻界获中国新闻奖一等奖零突破的业绩。2018年，《绝壁上的“天路”》《百姓故事》两件作品同时获得第28届中国新闻奖一等奖，成为首家获此殊荣的地方新闻网站。

华龙网现日均影响受众超3000万人次；旗下“1+39”重庆客户端集群是全国唯一省市县全覆盖的新媒体矩阵，总下载量1400多万，重庆手机报及3000多块智慧数字屏均覆盖全市各区县党、政、商、企，综合传播力在国内省级新闻网站中排名第二、被转载指数第一。融媒体中心建设持续升级，网、报、端、屏等内容一体化生产、技术一体化支撑、经营一体化统筹的全新运行模式逐步完善，媒体融合创新发展初见成效，传播力、引导力、影响力、公信力稳步提升。

不日新者必日退。之前，华龙网顺应移动化、社交化的发展特性布局“十媒一体”，这只是在平台阵地上进行初步的“物理整合”。而如何将人工智能运用在新闻采集、生产、分发、接收、反

馈中，不断输出高质量高水平内容、全面提高舆论引导能力，并进行跨界创新传媒产业形态，华龙网人一直再思考。从相“加”到相“融”，从“物理整合”到“智能融合”，媒体融合永远在路上。

内容为王，筑牢新闻舆论立身之本

“学而思、思而践、践而悟”，华龙网作为自建立起即为新媒体的互联网媒体平台，回顾一路走过的道路，虽然在媒体融合发展上有些探索，并取得些许成绩，但总体还是呈现出偏传统的新媒体形态。“预则立，不预则废”，在这个千帆竞发、百舸争流的时代，发展中挑战与机遇并存，媒体深度融合迫在眉睫。

首先，牢牢把握正确政治方向，始终坚持党管媒体原则，严格落实意识形态工作责任制，不断强化新闻舆论工作“四个意识”，坚持把社会效益放在首位，坚持社会效益和经济效益相统一，把加强党的领导贯穿到华龙网建设发展的各环节、全过程是首要任务。

其次，在移动互联网应用环境下，传统的新闻报道方式已经远远无法满足用户的需求，要坚持移动优先，在形式上推出短视频、直播、图片、VR、H5等多种形态的融媒体作品，把内容生产得让用户喜闻乐见，要成为华龙新闻人在日常



华龙网融媒体数据中心。供图/华龙网

工作中时时思考、常常贯彻的必备技能。同时，在内容上，还要坚持正确的舆论导向、价值取向，要及时提供更多真实客观、观点鲜明的信息内容，要恪守内容为王、以质取胜的行业准则，把党的新闻舆论工作植根于人民、服务于人民，要从群众中来、到群众中去，全方位多角度创作贴近百姓、反映民生的优秀作品。只有这样，才有利于掌握舆论场主动权和主导权，才有利于形成网上网下同心圆，让正能量更强劲、主旋律更高昂。

创新传播，构建全媒体生态格局

随着移动互联网的高速发展，媒体的去中心化时代早已经来临，信息无处不在、无所不及、无人不用，导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化，新闻舆论工作面临新的挑战。

而这场媒体生态格局的改变，背后是技术创新的驱动。如微信、抖音等“反客为主”的新型传播方式，让主流媒体措手不及。因此，媒体的融合发展首要就是对新媒体技术的理解，对媒体传播的思想解放。要运用现代信息技术打通纸质媒出版系统、网络采编系统、视频直

播系统等平台，以大数据、云计算、人工智能为基础，推动各属性媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合；以“协同工作平台”“三层技术支撑体系”“一套全媒体内容管理系统”“多渠道传播效果监测”等方面构建融媒体的大脑和神经中枢。同时，还应利用各种媒介资源、生产要素有效整合，构建“新闻+政务+生活”的深度服务区域用户的新媒体平台。如华龙网和重庆39个区县合力打造的“1+39”重庆客户端集群，通过统一的技术标准、统一的数据管理、统一的安全运维、统一的运营服务，实现在客户端渠道的“信息内容、技术应用、平台终端、管理手段”的共融互通，向建立全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体的新生态媒体格局又迈进一步。

融炼团队，技术创新驱动制度创新

“不会做编辑的记者不是好主播”。随着技术的发展，网络媒体不再是简单的采编发模式，多元化、多形式、多媒体的表现力更能引发用户的关注和转发。融媒体作品制作中心在各网络媒体内容生

产力中发挥着越来越重要的作用，而对融媒体编辑而言，从以前单纯的新闻图文编辑，逐步要求转化为记者、主播、编辑外加一定技术能力的复合型编辑。一支“政治过硬、本领高强、求实创新、能打胜仗”的融媒体人才队伍才是融合的基石。

新媒体的核心竞争力更多是依靠新闻团队的新闻策划、内容创新等专业能力。以前，华龙网内容团队的绩效是发稿量、采访量、编辑量等中性指标，对于传播力、引导力等效果评估数据由于技术工具的不足，未能形成闭环的内在驱动管理模式。因此，生产力分析与绩效管理的打通，是融媒体云平台很重要的价值所在。随着大数据时代来临，新闻工作者通过数据的挖掘和分析，增加新闻和数据相结合后创作的精确和深度，已成为大数据时代的新闻业务发展方向。华龙网通过对新闻数据的归集、清洗、规划等数据生命周期的过程管理，实现新闻图解、热点预判、盘点综述、舆情分析、信息定制等一系列的新闻大数据模型生产已成为一种常态。^[1]

(李春燕：重庆华龙网集团党委书记、董事长)

浅析地方媒体融合发展现状

现阶段的地方媒体融合发展探索需要强调三个重点：加强受众研究是出发点；内容、技术、平台、管理、资本搭建是落脚点；良好商业模式的确立是根本点

文 / 杨娟 石柱

随着全球信息化水平的加速提升，传媒业的融合发展不断升级，传统媒体和新媒体在内容、渠道和终端等领域深度合作、互为补充、携手共赢。新技术发展一日千里，促使新的传媒生产关系和生产模式不断涌现，再次激发传媒作为社会进步重要推动力量的发展活力，传统媒体迎来了新的发展契机。

地方传媒业的融合新挑战

媒体融合是传媒业创新发展的总趋势，更是国家发展的重要战略部署。2014年8月，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过的《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，为媒体融合发展指明方向。跨界合作成为常态，传统媒体积极拥抱新媒体，深入市场调研，重视受众体验，与新媒体的合作不断加速。无论是中央媒体还是地方媒体，各大传媒集团都在结合自身的条件和发展现状，探索不同形式的融合模式。

媒体发展是社会发展的—部分，要在宏观的发展框架中谋篇布局。技术和形式融合易，文化融合难，既有的长达百年的传统媒体发展思路和理念需要不断调整，不断与新媒体的观念碰撞。传统媒体和新媒体出现在不同时代背

景下，既是两种生产方式，也是两种思维方式，更是两种发展思路。跨媒体、跨区域、跨行业的媒体发展要破除固有藩篱，充分解放思想，更要有来自传媒一线的实践经验。

媒体融合是目前新闻传播学界的重要前沿课题。传媒业如何在媒体融合背景下具备较强的技术实力和数据处理能力，尤其是地方传媒业，如何建设融媒体中心，打破信息孤岛，如何在数据挖掘与分析的基础上，充分利用各种新媒体传播渠道与手段，探索符合时代要求的发展策略与方案，实现地方传媒业在大数据时代创新发展，仍需要不断探索。媒体融合给地方传媒业的发展带来新的挑战 and 机遇。

全媒体生产是传媒改革的必经阶段

在对地方传媒业的融合实践进行调研的过程中，我们发现，融合的情况非常复杂，不同地域、不同级别的融合实践差异是巨大的，存在的问题也是千差万别。

媒体融合力即媒体生产力。融合是一种开放的世界观，在实际操作层面，融合是以他人之长补己之短的生存能力，是新背景下增强竞争力的有效手段，是可持续发展的先进生产力。在融合的

进程中，媒体之间加强合作，资源共享，降低生存成本，在竞合中实现双赢。尤其对于地方媒体来说，具有现实意义。

新技术迭代速度不断加快，社会信息化程度越来越高，媒体融合首先是迫于行业内激烈竞争以及优胜劣汰的生存压力。受众需求和市场分布的不断调整 and 变化是媒体融合的内生动力。融合使得受众选择平台的机会更多，并随时随地拥有更加丰富多样的信息和体验；使得管理者等从业人员思路开阔，从过去单兵作战的格局中解放出来，在一个新的坐标上考量传媒和自身的位置，更清晰地看到自己的优劣势；使得不同的新闻内容以不同的形式呈现在最适合的平台上，以最优的时间和空间结合还原新闻事实。因此，融合的过程是优化选择的生产模式逐步建立的过程。更重要的是，融合思维并不是简单的1+1>2的结果，而是整个传媒产业升级和可持续性发展。

融合发展的媒体级别和地域不均衡化。目前，省级媒体在“两微一端”的新媒体领域做出了积极有效的尝试。地市级媒体船小好调头，改革相对灵活，试错机会相对较多，因此地市级媒体融合的发展路径呈现多样化。县级媒体作为宣传工作的“最后一公里”，也在积极建

设融媒体中心，在融合创新理念的指导下，一方面追求技术进步，不断提升业务；另一方面努力做好平台搭建与基层宣传工作的有效结合，形成务实接地气的建设思路。

另外，区域经济发展速度和水平决定了分布在不同地域的媒体发展水平也存在巨大差异，沿海和发达地区媒体融合的实践相对领先。改革的模式虽然不尽相同，改革的速度也有快有慢，但是改革发展的目标和发展愿景是一致的：在全球信息化大背景下增强传媒影响力，获取更多市场份额，提供全方位的信息环境以满足受众不断增长的信息需求。

体制和观念陈旧是当下地方媒体融合发展的主要障碍。技术的进步总能引

起人们的广泛关注。技术具有跨界性，技术的引进、平台的搭建、技术的普及都容易推进，但是多年来形成的体制改变和与之相对应的观念更新需要作出更多的努力，需要更多时间。

传统媒体作为一种与新媒体完全不同的媒体形态，仅仅有融合的姿态还不够，还需要有融合的理念。尤其对于地方传统媒体，非常重要的一点就是改革原有的生产理念和模式，调整思路重新布局，努力寻求适合自身发展的生产模式和运营机制。

全媒体实践是现阶段我国地方传统媒体进行媒体融合的主要形式。全媒体是技术发展、资源重组、流程质变等变革的结果，地方传媒的媒体融合在内

容、渠道、终端各个领域不断推进深入，并涉及人、技术、生产模式三大环节。另外，地方传媒的发展在特定的文化、政治、经济体制下进行，难免受到来自社会各个层面的诸多限制，因此我国地方媒体的融合实践千差万别。

省级媒体的融合发展策略是全媒体“集群”式。相比中央媒体，省级媒体在覆盖面和影响力上做“大”没有优势，因此做“全”成为许多省级媒体的战略首选。地市级和县级媒体规模小，结构简单，全媒体生产实践相对灵活。地方媒体根据地域特色、媒体发展情况设计、探索适合自身的融合发展模式，融合现状可谓百花齐放。但是我们也应该知道，全媒体生产实践是地方传统媒体改

2019年全国两会期间，大众报业集团（大众日报社）在北京搭建了融媒体直播间。图为大众网·海报新闻采访团队在北京直播间中进行融媒体连线访谈。
供图/大众网



融合创新发展是媒体的战略总方向。由于资源有限，地方媒体在技术发展领域相对滞后，在媒体融合背景下，多数地方传统媒体还没有形成固有的发展模式，这需要对地方媒体在新技术环境下已经遇到以及将会遇到的问题进行调研和前瞻性探究。

革的必经阶段，未来将迈向更加专业和特色化的发展之路。

积极探索特色的本土化路径

现阶段的地方媒体融合发展探索需要强调三个重点：加强受众研究是出发点；内容、技术、平台、管理、资本搭建是落脚点；良好商业模式的确立是根本点。

首先，传媒竞争越激烈，受众的重要地位就越凸显。说到底传媒竞争背后是对于受众的争夺。加强受众数据库和以受众为中心的内容数据库建设，被众多媒体视为重中之重。但这对地方媒体来说是一个巨大挑战，尤其随着大数据的发展，地方媒体在数据库的建设中相对于中央媒体和互联网公司并不占优势。在相同的起跑线上，谁能为发展提前布局显得尤为重要。结合本地特点，提供接地气的受众互动服务，充分尊重受众的需求变化和信息消费体验，提供更加个性化、专业化、精细化的服务是地方传媒发展的关键。在传播过程中凡是与受众有接触的环节就大有文章可做，要始终坚持受众利益最大化的定位，以用户体验的改善为目标。

其次，把媒体融合放到整个文化产业大背景下去考量，内容、技术、平台、管理、资本缺一不可。因此，提高内容生

产能力，引进先进的生产技术，搭建优化的信息平台，完善现代企业管理制度，吸引大量的资本投入，最后完成优化信息传播和最佳效益回馈是全媒体发展的愿景。

最后，全媒体生产的根本点是良好商业模式的确立。在目前地方媒体的全媒体实践中，大部分对生产环节、管理环节进行了不同程度的调整，改革的成效很明显，基本上具有全媒体生产的能力。但是传媒业不仅需要信息传播，作为市场主体，运营能力是其存在的前提和基础，因此全媒体生产、全媒体介质、全媒体管理、全媒体运营的每一个环节都至关重要。有效利用全媒体平台进行整合营销，实现利益最优化，是全媒体建设的根本。

在市场面前，国家媒体的优势显而易见，对地方媒体来说，盈利点一定要落到以用户为中心的本土化内容建设上。本土化内容能深入受众生活，使传播回归真实，回归民间。地方传媒在全媒体运营中还需要和地方企业跨界合作，利用地区差异、坊间优势在盈利模式上积极探索特色的本土化路径。

如今，我国的媒体融合已经进入纵深发展阶段，互联网企业已成为中国经济发展的重要驱动力，媒体全面迎接数字化。在大数据、云计算、物联网、人

工智能等数字技术以及层出不穷的高新设备的助推下，大媒体业已经逐渐成形，传媒业和通信业都已经成为集内容生产、信息服务、技术支持、协调关系于一身的综合服务体。融合创新发展是媒体的战略总方向。由于资源有限，地方媒体在技术发展领域相对滞后，在媒体融合背景下，多数地方传统媒体还没有形成固有的发展模式，这需要对地方媒体在新技术环境下已经遇到以及将会遇到的问题进行调研和前瞻性探究。

(杨娟：山东师范大学；石柱：山东省互联网传媒集团办公室)

参考文献

- 1.张显峰：《平息“信息恐慌”是传统媒体深层价值》，光明网，2015年7月18日。
- 2.傅居正、喻国明：《数据新闻的学科建构：演进逻辑、知识图谱与前沿热点——基于美国核心期刊数据库Web of Science(1992-2018)的文献分析》，《新闻记者》，2018年10月5日。
- 3.高亚峰：《试析互联网时代深度报道呈现方式创新——基于国内数据新闻的观察与思考》，《中国报业》，2018年8月25日。
- 4.唐魁玉、张旭：《网络社会质量的数据化基础——从小数据到大数据的网络社会演进》，《自然辩证法研究》，2018年8月18日。
- 5.吴晓珍：《媒介融合情境下中国传媒产业面临的转型》，《新闻天地（论文版）》，2009年。

征订启事



世界互联网大会蓝皮书征订启事

由中国网络空间研究院编写的《世界互联网发展报告2018》和《中国互联网发展报告2018》蓝皮书已于2018年11月在第五届世界互联网大会上正式发布，受到国内外与会嘉宾和媒体的高度关注和积极评价。

世界互联网大会蓝皮书是大会的一项重要理论成果，从信息基础设施、网络信息技术、数字经济、政府数据开放、互联网媒体、网络安全、互联网法治建设、网络空间国际治理等8个方面，全面展现2018年国内外互联网领域的最新进展、突出成果和发展趋势。其中，《世界互联网发展报告2018》立足互联网发展最前沿，集中呈现今年以来全球互联网领域新技术、新应用、新发展，勾画出全球互联网未来发展的美好愿景。《中国互联网发展报告2018》全面展现习近平总书记关于网络强国的重要思想，以生动实践和鲜活案例，重点介绍2018年我国互联网发展治理取得的新成就新进展，将为国内外政府部门、国际组织、科研院所、互联网企业、社会团体等各方面人士提供有益参考。

经批准，蓝皮书已于2019年1月正式出版发行，每套定价366元（精装版），其中，《世界互联网发展报告2018》定价198元，《中国互联网发展报告2018》定价168元。目前，蓝皮书已在全国各大书店和网络渠道公开销售，欢迎订购。如需大批量订购或有任何意见建议，欢迎与我院联系。



欢迎订阅

2019年度《网络传播》

刊号 CN11-5195/G2

New Media 网络传播

杂志介绍

《网络传播》杂志是由中央网信办主管、中国网络空间研究院主办的全国网信工作指导性刊物，致力于学习宣传习近平总书记关于网络强国的重要思想和中央网络安全和信息化委员会及其办公室的重大决策部署和重点工作任务，为互联网管理者、从业者、研究者提供决策依据、实践案例和研究成果。

《网络传播》全年12期，每月15日出刊
每期定价25元，全年300元

订阅方式

1. 通过各地邮政营业网点或邮递员订阅
邮发代号：80-199
2. 扫一扫二维码 足不出户订杂志



联系方式

地址：北京市东城区朝阳门内大街190号
发行部：010-55624926
18612586567