

## 舆情大数据

### 微博账号影响力周排行 (4月16日—4月22日)

微博账号影响力值 BI (Micro-blog Impact Index)由上海交大大数据与传播创新实验室提供算法及学术支持,BI值范围0—100,值越高,代表该微博账号的影响力越大。

(附:媒体行业微博影响力的计算公式为 BI=发布指数×45%+互动指数×45%+活跃指数×10%)

### 中央新闻网站及新闻单位

排名	微博昵称	活跃指数	影响力(BI)
1	人民日报	81.05	88.24
2	中国新闻网	80.19	88.02
3	人民网	77.79	87.72
4	中国新闻网	77.01	87.70
5	环球网	77.12	87.28
6	环球网	75.80	87.20
7	中国青年报	75.16	86.49
8	参考消息	76.90	86.41
9	央视网	77.18	86.34
10	央广网	76.29	86.01
11	半月谈	74.28	85.93
12	未来网	76.29	85.83
13	新华社	77.33	85.70
14	中国网	73.12	85.43
15	法治日报	75.38	84.87
16	中国青年网	74.26	84.71
17	中国新闻网	72.74	84.64
18	CGTN	70.23	84.61
19	中央人民广播电台	64.82	83.46
20	新华网	37.84	83.31
21	法治网	69.38	83.29
22	人民日报海外版-海外网	71.36	83.25
23	侠客岛	72.54	83.16
24	科技日报	69.34	82.81
25	央视新闻	30.34	82.65
26	中工网	61.08	82.30
27	央视网	76.12	82.26
28	中国日报	23.80	81.57
29	国是直通车	33.48	81.31
30	经济参考报	64.64	80.85
31	解放军报	72.62	80.81
32	小康杂志社	59.56	79.89
33	农民日报	66.23	79.88
34	中国新闻网	71.64	79.85
35	中国侨网	28.60	79.79
36	中国妇女报	23.80	79.74
37	中国日报网	23.80	79.71
38	中国经济周刊	69.81	79.58
39	紫光阁	23.80	79.28
40	光明日报	25.96	79.27

### 地方新闻网站及新闻单位

排名	微博昵称	活跃指数	影响力(BI)
1	澎湃新闻	78.98	87.90
2	红星新闻	79.87	87.70
3	极目新闻	79.26	87.43
4	封面新闻	76.92	87.40
5	中国蓝新闻	80.17	87.29
6	齐鲁晚报	78.73	86.95
7	北京青年报	76.70	86.91
8	新京报	77.09	86.89
9	威海晚报	76.36	86.66
10	潇湘晨报	78.23	86.59
11	南方都市报	74.79	86.41
12	每日经济新闻	73.00	86.37
13	成都商报	76.62	86.31
14	界面新闻	75.45	86.20
15	北京日报	77.14	86.19
16	江苏新闻	76.19	86.12
17	济南时报	76.33	85.98
18	扬子晚报	74.07	85.91
19	长江日报	74.11	85.71
20	湖北日报	78.44	85.63
21	湖北新闻	70.75	85.60
22	重庆晨报	77.67	85.56
23	看看新闻 KNEWS	72.60	85.54
24	南昌广播电视台	76.84	85.51
25	南方周末	76.77	85.51
26	都市时报	74.81	85.28
27	河北日报	71.82	85.27
28	北京晚报	68.44	85.03
29	东营网官方微博	69.03	84.96
30	锦观新闻	73.83	84.85
31	河南新闻广播	75.69	84.69
32	中国吉林网	75.29	84.61
33	映象网	72.78	84.52
34	大众日报	75.71	84.50
35	青年报	72.75	84.49
36	四川观察	81.79	84.48
37	蚌埠日报	73.92	84.48
38	周到上海	69.97	84.43
39	四川日报	76.39	84.31
40	新华日报	71.14	84.29

数据来源:微热点研究院 制表:桂政俊

## 媒情媒事

### 《中国青年报》之《大思政周刊》贴近青年受众

# 以可视化项目拉动大思政宣传

□许革

《中国青年报》自2022年创办《大思政周刊》以来,始终坚持党的思想理论青年化阐释、可视化传播,以立德树人的思政教育为切入点,对面向青少年的大思政领域的问题、案例、人物等进行深入研究、报道,加上传统的理论版《思想者》,形成了更强的理论合力。同时着力打造中国青年报社的重要IP“豹小花”,在可视化传播上做足文章。配合重点项目和活动,《中国青年报》的大思政报道更加贴近青年,更多触达青年,扩大了影响力,也更好地服务青年。

### 立足每周版面制作精品稿件

《大思政周刊》与《中国青年报》的老牌优质理论专版《思想者》有所差别。《思想者》立足理论内容深度,紧跟中央精神,形式年轻化、时尚化,每周刊发各类专家的理论文章;《大思政周刊》版面则更加灵活多样,并且将网络思政的优秀融媒产品在报纸版面上呈现。

从创刊起,无论是对青年成长成才,尤其是关于青年思想精神领域的话题,比如《大山深处的品格教育探索》,还是思政教育中发现的问题、痛点,比如《点染职业院校学生眼中的光》;无论是可参考可研究可借鉴的案例或鲜活的可学习的人物,比如《30年,这盏思想之灯依然明亮》《听一堂思政课为何成为大学里不可错过的课》,还是聚焦于青年思政课创新方面,比如《北大青年考古队:在田野上探源中华文明》,或是聚焦于不同学科年轻人的“大思政”,比如《把深情写在祖国大地上:理科生写下“三行情书”》,等等,《大思政周刊》的报道总能引发各界关注和广泛转载,并且是很多高校领导案桌上的经常读物。

“《大思政周刊》版的稿子不好写”,这是记者们的普遍印象。《大思政周刊》不仅要有思想性,对相关政策、中央精神能准确把握呈现,还要有深入扎实的采访,用鲜活的人物、细节来体现理论逻辑。因此,高质量的稿件不仅是《大思政周刊》得以立足、日渐权威

有影响力的保证,也是多种形式传播的基础。

### 打造一个IP塑造可视化传播渠道

除了版面外,在传播方面,中国青年报客户端设置大思政频道,以青学习、青理论、青声音、青研究4个板块推进原创理论稿件、原创视频发布。

《大思政周刊》的创办与中国青年报社的可视化改革几乎同步,因此《大思政周刊》一开始就着力研究各种融媒形态。通过调研发现,卡通IP形象的塑造,对内容传播非常重要,因此编辑们就主动申请运营IP“豹小花”。除了将可视化内容进行媒体号的传播外,还积极参与报社的各项直播,每周定期推出数条原创视频,探索更利于手机形式的竖版视频等。可以说,“豹小花”是因“大思政”而生,但绝不仅仅是简单的“大思政”内容的可视化平台。我们深知,视频平台有自己的特质,必须让平台有影响力,让IP有知名度、美誉度,才能更好地拉动“大思政”的内容传播。

目前,“豹小花”作为报社全媒体品牌IP,定位逐渐明晰:聚焦青年化阐释,可视化传播,设微信视频号、快手号、腾讯新闻3个平台,对时政热点、思政理论、青年话题等进行策划,根据重要节点推出快视频、人物专访、数据新闻等多形态形式,分类分发,多渠道传播,并与报纸版面打通。

经过不到一年的运营,“豹小花”共发布427条原创视频,视频号粉丝量近40万。目前,“豹小花”在中央媒体的媒体矩阵中特色明显,发展较快,在高校师生中也具有一定的知名度和影响力。由于在抗疫视频报道中表现出色,在广州新闻办召开的内部沟通会上,广州市委宣传部相关领导专门提到,“我已经认识你们‘豹小花’了,做得很好”。

### 抓住重要节点策划重点项目

重要节点、重点项目的精心策划,一直都是《中国青年报》生产优质内容



的好传统。《大思政周刊》传承了这个好传统。

2022年庆祝建团百年之际,《大思政周刊》推出精品栏目“精神路标”系列专题,梳理百年团史上的重点核心人物进行高端访谈,以精致的视频+精彩的文字+精心的海报形式推出;2022年9月初开学之际,推出“思政第一课”大型直播节目,16所高校的党委书记、网红教师、博士生参与,2小时仅平台观看量就达679万;2022年年底到2023年年初,在中国青年报社“陪你慢慢变好·迎春到”跨年联播中,“豹小花”承担“铸魂·树人”板块,观看量超415万,吸引4地团省委、16所高校转播;今年全国两会,策划推出12期“豹小花”跑两会专访、代表委员建议提案等内容,视频传播量超2.26亿。

这些重点项目,又以“一鱼多吃”为原则,用文字、视频等多种形式呈现。

今年是毛泽东等老一辈革命家为雷锋同志题词60周年。3月3日,在团中央宣传部指导下,中国青年报社与清华大学团委、中国青年杂志社联合主办了

主题为“雷锋精神的时代价值”理论研讨会。

这一阶段,同一议题的会议不少。我们的研讨会独辟蹊径,以“雷锋精神的时代价值”为切入点,得到了专家们的认可。研讨会上,的确有比较新颖和深入的观点呈现,既有关于雷锋精神为何有如此巨大生命力的分析,也有新时代青年传承雷锋精神的阐述,还有结合雷锋精神的发扬与思政教育大中小一体化的建议。

从研讨会开始前的采访视频预热,到相关新闻报道、理论专版,“豹小花”视频陆续发布,组合式的传播取得了非常好的传播效果。除中国青年报客户端、“学习强国”外,人民日报社、新华社、新浪、腾讯新闻等多家媒体进行了转载,不少高校在公众号上也进行了发布。一些基层媒体以及一些媒体平台上网民的个人账号也进行了转载并评论,这对理论传播走近“最后一公里”具有很好的示范意义。

2022年11月25日,中央网信办联合教育部、人民日报社、共青团中央、福建省委网信委、中国载人航天工程新闻宣传办公室,在厦门大学举办了“把青春华章写在祖国大地上”大思政课网络主题宣传和互动引导活动。《大思政周刊》承担了主要的文字报道、视频制作及传播等任务,共发布195篇稿件,全网转发12篇,总阅读量4500余万。#把青春华章写在祖国大地上#微博话题阅读量高达3.7亿。除了两个整版的特刊外,“豹小花”共发布18条视频,其中一条题为《武大靖带来第一双定制冰鞋》的内容在“豹小花”快手号刊播后,登上热搜,热度超900万。

贯彻落实好习近平总书记关于思政教育的系列重要讲话精神,以及中共中央、国务院印发的《关于新时代加强和改进思想政治工作的意见》,是《大思政周刊》的主责主业。只有不断提高政治站位,加强学习,同时深入了解青年受众,研究传播形态,才能更好地让青年在学习参与中筑牢信仰之基、补足精神之钙、把稳思想之舵,推动青年群体的意识形态工作实现新发展。

(作者系中国青年报社青年思想研究部主任)

### 《反腐败导刊》杂志构建起清廉建设交流平台

# 唱响新时代清廉建设好声音

□余晓叶

党的二十大报告提出,全面从严治党永远在路上。浙江省纪委十五届二次全会指出要打造清廉并重的新时代清廉建设高地。作为浙江省纪检监察领域指导性刊物,《反腐败导刊》始终紧跟中央、省委、省纪委重要决策部署,做有声势有力度的纪检宣传策划。同时,不断拓展融媒体传播平台,积极探索传播手段,构建起全省清廉建设交流传播平台,持续唱响清廉建设好声音。

### 做有思想力的纪检宣传

《反腐败导刊》杂志作为浙江全省各级纪检监察机关的指导性刊物,始终坚持精品内容生产,做有思想力的纪检专业宣传平台。

紧跟省委、省纪委监委重要决策部署做策划报道。今年1月,浙江省纪委十五届二次全会召开,提出打造清廉并重的新时代清廉建设高地。编辑部以此切题,聚焦“勤廉”二字展开策划,探寻浙江勤廉故事,展现全省各级纪检监察机关在新的赶考路上的实干与担当。此外,围绕浙江省委提出的“一号工程”优化营商环境,编辑部从省级层面顶层设计、各地市创新探索等方面策划主题报道,深度聚焦全省优化营商环境特色做法及成效。

聚焦重大时间节点,推出重磅主题策划。2022年5月,《反腐败导刊》杂志围绕浙江巡视巡察5周年的重要节点,总结提炼浙江5年来巡视巡察工作特色亮点、经验做法,全面展示浙江省巡视巡察工作成效;2022年6月,正值浙江省第十五次党代会,《反腐败导刊》与浙江省纪委监委宣传部联动,以7个综述稿的形式全面展示5年来浙江省全面从严治党、党风廉政建设和反腐败斗争取得的新探索、新进展、新成效。围绕中心,服务大局。党的二十大召开后,杂志社在2022年10月、11月

连续两期,对全面从严治党内容进行了深入报道,成为全省纪检监察系统学习党的二十大精神的重要资料。

此前,在清廉浙江目标提出5周年之际,《反腐败导刊》以每期一专题的方式,聚焦报道各清廉单元建设成果,对浙江清廉建设工作进行巡礼。本组策划先后采访了浙江省国资委主任、省卫生健康委主任、省农业农村厅厅长、省交通运输厅厅长等多个省直清廉单元建设牵头单位负责人,同时邀请了清华大学、浙江大学、北京航空航天大学等全国反腐败领域知名专家组成专家智库进行点评,获得了广泛好评。

除了深度策划报道,记者常年深入一线采访,面对面采访各县市区、乡镇纪委书记;常态化开展“清廉浙江”“村镇纪事”“站长履职记”“圆桌论坛”等深受基层欢迎的栏目,关注各地清廉建设的亮点实招。

### 打造有影响力的传播路径

清廉建设深入人心,营造向上向善的社会风气,离不开多形式多载体的理念传播。《反腐败导刊》杂志深入推进媒体融合,拓展全媒体传播路径。目前,《反腐败导刊》杂志新媒体矩阵粉丝数超1000万。其中,“反腐前沿”抖音号粉丝数突破870万,已成为全网反腐领域第一大号,覆盖全国所有省(区、市)。

注重原创内容生产,加大廉洁文化传播。在做好日常“打虎”视频通报的同时,编辑部注重新媒体原创内容生产,打造清廉浙江建设传播平台,探索“自主申报、自主孵化”的全员创新模式,每一名记者都成为网红栏目的编导。今年,在抖音号上推出了“清廉物语”“红伟说纪”等文化类栏目,其中“清廉物语”主要挖掘红色家书、非物质文化遗产、老物件背后的清廉因子,

由记者出镜讲述清廉故事;“红伟说纪”则是对近期发生的涉纪新闻进行原创点评等,目前已推出20余期,累计播放量超过百万。

此外,《反腐败导刊》组建“清廉浙江”短视频通讯员团队,鼓励全省纪检监察工作者风采。如《如何成为一名纪委书记?》《党员干部,这样“躺平”要不得!》《纪检干部的这双手,心疼》等原创短视频累计播放量达百万。

加强短视频传播的同时,《反腐败导刊》杂志也依托“浙江新闻”客户端,策划系列原创视频大赛,提供优质内容。此前,编辑部策划的“妈妈的味道之Lian上美食”短视频大赛在客户端上制作展示页,参与投票人数超4万,累计票数超40万,在全省范围掀起了廉味风潮。此外,浙江省首届“廉潮杯”廉洁文创作品设计大赛征集活动在客户端发布征集启事,阅读量达35万,大赛吸引了中国美术学院、浙江传媒学院、浙江财经大学东方学院等一大批高校师生参与,征集到作品418件。

### 创建有专业力的服务平台

搭建权威专家智库,做智库型媒体,一直是《反腐败导刊》杂志努力发展的方向。2019年,在浙江省纪委监委支持下,与浙江大学廉政研究中心签署了战略合作协议。编辑部记者与廉政研究中心专家,一起打造了“基层观察”栏目,编辑部全体以专业型记者为目标,在日常采访中,以提炼前瞻性观点为目标,深挖问题,探索解决路径。从2020年开设至今,该栏目已报道150余个优秀举措。

持续加强与高端智库合作,搭建全省交流平台。2020年以来,《反腐败导刊》杂志已连续3届举办“基层清廉建设(浙江)十大创新经验”发布活动,每一届的发布会都可谓亮点纷呈,每一

届的发布会都得到了省纪委监委的支持和指导;针对国企领域廉洁文化建设,《反腐败导刊》与浙江省委党校全面从严治党研究中心、浙江红船干部学院社会发展与社会治理研究中心深化合作,举办了“国企廉洁文化创新案例”评选活动。编辑部记者走进数十家国企,通过对点库服务,协助挖掘提炼廉洁文化亮点,为浙江全省国资国企树新风提供舆论支持。不仅如此,《反腐败导刊》还加强与地方合作,搭建本地智库平台。2022年6月26日,清廉湖州研究中心在湖州学院成立。《反腐败导刊》杂志作为指导单位,为中心提供智库支持。这是杂志社深化媒体智库服务,探索与地方媒体智库合作的新模式。

深化“清廉+服务”,打造廉洁文化服务平台。不断扩大廉洁文化影响力,媒体单位必须充分发挥专业优势和宣传优势。编辑部深化“清廉+服务”,提供清廉活动、清廉定制刊、清廉展陈等服务,不断扩大廉洁文化影响力。

2022年6月,编辑部策划举办了“童画廉心”青少年廉洁画征集活动,收到参赛作品超万幅。通过层层筛选,《反腐败导刊》从1万幅优秀作品中选出100余幅作品,进行全省巡展,丰富了全省各地清廉学校建设的载体和手段,受到各地的一致好评。与此同时,《反腐败导刊》还积极帮助地方策划、执行各类廉洁文化传播活动。如浙江省首届“廉潮杯”廉洁文创作品设计大赛。大赛以“创意,让廉洁走近生活”为主题,面向省内外社会各界征集文创作品;策划“廉政时评300秒”大赛,让党员干部就当下热点廉政话题进行评述。这一系列活动,形式丰富多彩,让清廉教育不再是单纯的说教,让参与者在活动中有所思、有所想、有所感,清廉建设通过活动也得到了进一步传播。

(作者系《反腐败导刊》杂志编辑部副主任)