

舆情
大数据微博账号影响力周排行
(3月24日—3月30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	央视新闻	82.64	81.94
2	新华网	82.12	81.00
3	人民网	76.79	79.84
4	环球网	77.61	79.64
5	环球网	76.93	79.43
6	央广网	76.37	79.31
7	新华社	78.56	79.19
8	半月谈	77.14	78.77
9	中国新闻网	74.96	78.67
10	未来网	78.00	78.13
11	中国青年报	75.30	78.01
12	中国日报	74.57	77.96
13	参考消息	74.73	77.91
14	央视网	76.43	77.90
15	央视网	75.31	77.89
16	国是直通车	72.38	77.28
17	法治日报	73.85	76.85
18	紫光阁	73.98	76.52
19	中工网	71.78	76.34
20	解放军报	72.29	76.27
21	CGTN	72.41	76.13
22	环球网	72.58	76.02
23	光明网	71.87	75.90
24	中国警察网	75.18	75.89
25	中国新闻网	73.49	75.87
26	看台海	71.29	75.75
27	中国日报网	70.52	75.66
28	中国新闻网	70.21	75.65
29	人民日报	25.96	75.38
30	中国青年网	70.92	75.37
31	中国网	71.18	75.19
32	中国证劵报	70.20	75.02
33	农民日报	72.32	75.00
34	光明日报	70.18	74.75
35	中央人民广播电台	69.29	74.63
36	法治网	70.83	74.57
37	工人日报	66.47	74.40
38	侠客岛	70.86	74.33
39	科技日报	71.74	74.29
40	中国经济网	62.71	74.25

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	芒果TV	80.22	84.17
2	北京时间	72.08	82.07
3	封面新闻	78.87	80.46
4	西部决策	80.47	80.43
5	红星新闻	80.42	80.10
6	澎湃新闻	77.38	80.08
7	齐鲁晚报	80.04	79.96
8	新京报	80.75	79.88
9	四川观察	79.87	79.80
10	河北长城网	76.13	79.42
11	中国蓝新闻	79.62	79.41
12	北京青年报	75.59	79.00
13	九派新闻	76.04	78.95
14	中国吉林网	79.49	78.94
15	半岛都市报	77.42	78.86
16	潇湘晨报	77.29	78.79
17	大象新闻	77.64	78.70
18	看看新闻 KNEWS	74.85	78.55
19	新安晚报	76.57	78.47
20	江苏新闻	78.21	78.42
21	北京日报	76.70	78.34
22	扬子晚报	74.97	78.29
23	每日经济新闻	71.63	78.29
24	济南时报	74.58	78.27
25	南方周末	77.54	78.08
26	荔枝新闻	74.35	77.84
27	重庆广电·第1眼	72.75	77.82
28	大河网	73.38	77.71
29	河南交通广播	76.72	77.58
30	广州日报	69.96	77.52
31	北京晚报	75.88	77.52
32	今日新闻	65.22	77.47
33	现代快报	73.37	77.42
34	威海播报	77.15	77.40
35	成都商报	73.87	77.39
36	界面新闻	73.49	77.24
37	内蒙古晨报	73.47	77.06
38	西部商报	72.65	76.97
39	福建日报	72.94	76.94
40	羊城晚报	70.68	76.74

数据来源:微热点研究院 制表:桂政俊

区县融媒

大连金普新区融媒体中心媒体融合高效务实,专家评价——

走在东北前列,具有示范意义

□本报记者 杜一娜

从顶层设计统一思想,对深化媒体融合改革方案进行反复调研、讨论和撰写;制定岗位设置、竞聘上岗、绩效考核、薪酬分配4个配套实施方案;坚持移动优先、平台多维,实现媒介资源、生产要素的有效利用、互联互通;加大视频制作、新媒体账号代运营、活动策划与执行等媒体服务市场开发力度,不断拓展媒体经营的深度……

在对辽宁省大连金普新区融媒体中心(以下简称金普融媒)进行调研与考察后,不少业界专家这样评价:金普融媒的媒体融合走在东北前列,具有示范意义。

体制创新盘活生产力

金普融媒于2018年8月31日挂牌成立,由原金普新区广播电视台和原金普新区新闻中心合并组建,历史上分别为大连开发区电视台、金州区广播电视台、大连开发区报社。

挂牌成立以来,金普融媒一步一个脚印,在前行中发现、解决问题,扎扎实实推进改革方案落地,激发了队伍活力,锤炼了队伍能力,构建了“电视+广播+报纸+新媒体”的融媒体传播体系。

金普融媒率先构建媒体融合传播体系,建立以编委会为核心、以“中央厨房”为中心,各平台参与的宣传策划、采编并行的传播平台矩阵。由编委会统合电视、广播、报纸、新媒体等传播载体,科学布局,形成一次采集、多元生成、融媒分发的传播格局,确保重要内容第一时间在移动端实时有效传播。

金普融媒还构建了“融媒体中心+传媒集团”产业体系,将融媒体中心的资产和经营性业务整合、剥离,组建大连文广传媒集团(以下简称文广集团)。该集团与金普融媒实行党委统一领导,事企分开,融媒体中心专注宣传主业,集团统筹经营工作和产业发展,形成“事业引领产业、产业反哺事业”的新型主流媒体长效发展格局。

在深化内部体制机制改革中,人事改革是重要一环。金普融媒按照“全体起立、全员竞聘”原则和7:2:1的选

(招)聘比例,形成“能者上、庸者下、劣者汰”的新型选人用人机制;统筹配置编制资源,合理优化人员结构,实现采编与经营人员分开。

在强化人工成本预算管控的前提下,金普融媒针对近百个岗位实施新优化的薪酬和考核体系,即事业编制员工参照国家及金普新区事业单位人员薪酬管理办法执行(个人绩效部分与考核结果进行强关联),企业编制人员突出“岗位绩效工资制”,产业创收人员采用工资总额管控方式。

2023年4月和10月,金普融媒和文广集团岗位绩效考核工作分别启动试运行。从试运行情况看,新的绩效考核和薪酬分配体系,有效实现了薪酬向关键岗位、一线岗位和业绩突出人员倾斜,多劳多得、优劳优得、不劳不得,企业编制人员的平均薪资水平明显增长,新机制运行后,文广集团工资总额增长14.2%。

大连金普新区融媒体中心主任李立新感慨道:“我们的绩效考核机制运行后,想干事、有能力、肯付出的人得到了回报,落在后面的人有了压力和危机,队伍活力明显增强。”

主责主业凸显传播力

金普融媒以新闻宣传为主责主业,不间断推出战役性宣传和宣传战役,全年开设专题专栏40余个,2023年全媒体平台全年发稿总量22084篇,同比增长21%,创造了多个影响大、点赞多、流量高的传播爆款。

如2023年5月全媒体联动对“老人被卷车底 20多人90秒抬车营救”事件进行了第一时间采访报道,被多家省内外及中央媒体转播,后续刊登的报纸消息《一面送不出去的锦旗》,成为广受赞誉的好报道;电视新闻《“宝贝,欢迎来到有声世界!”》关注了听障儿童的话题,对一个得到治愈儿童的重点特写,引起了社会层面广泛关注和共鸣;旗下广播电台一档碎片化节目《大家说》由于其来自百姓的声音,接地气、有话题感,完全爆火、广受好评。

同时,金普融媒还大力扩大移动传

播的规模和影响力。除升级掌上金普客户端外,还在主流网络平台开辟运营账号19个,传统端刊播内容全部同步到网络端,并积极策划推出面向网络传播的宣传内容和形态,全年网络浏览量近7000万,同比增长22%,粉丝总量超过200万,同比增长29%。

经过多年努力,金普融媒电视新闻、先导区报“大黑山”副刊、1043早班车、“金普发布”公众号、“掌上金普”客户端、“金普时评”专栏、“我有嘉宾”专栏等,都具有了一定知名度、影响力和品牌价值。在此基础上,去年,大型文化节目《悦读金普》于世界读书日开播,在社会上产生较大影响。2023年,金普融媒对“金普新闻”公众号进行了重新定位并加强策划、编辑力量,突出媒体属性,主打原创内容,具有较高品质的新闻大号,开设的“来了!金普新闻早班车”“一报在手指读金普”“悦读”成为很多粉丝追看的优质内容。

金普融媒充分考虑自身的地理优势,在海外传播上也实现了新突破。

其与《中国日报》的海外传播平台建立合作关系,成立了国际传播中心,在《中国日报》英文、日文网站和海外传播平台上发稿280多篇;重点加强国际表达,增强短视频的生产和海外传播,形成三大系列主题。即以在金普工作、生活的外国人为采访对象的《We are in金普》栏目、文旅短视频《大连外传》、金普新区非遗项目。

金普融媒也不忘拥抱新技术,用技术赋能媒体创新发展。李立新介绍说,2022年,金普融媒克服施工难度大、施工风险隐患高的困难,组织实施了大黑山发射台供电系统升级改造,圆满完成大黑山发射台智能发电这一确保发射安全的上级督办项目。该工程突破发射台建设40年来的电力保障难题,实现发射设备的稳定安全供电,并成功经受“7·22”恶劣天气导致发射台外电长时间中断的极端考验,实现全年零事故。2023年,金普融媒正式投入使用集成指挥平台“新闻大脑”,真正实现了报、网、台、端、微的完全融合,还充分使用人工智能、大数据技术等,实

现了智能化内容生产。

品牌建设提升影响力

受传媒生态剧变和大环境的影响,近年来,产业经营的低迷一直是金普融媒面对的最大压力。金普融媒在成立的两年间坚持做大产业,聚焦新赛道,推进电商运营升级;加强影视产业布局,着力打造品牌建设,2023年,文广集团营收首次出现正增长,总收入同比增长65%。

货品供应链是文广集团2023年推出的融媒体电商项目。该项目专注以海产品为主的本地特色商品的全国媒体渠道营销。2023年12月,在中国大连预制菜产业大会上,文广集团发起成立海产品预制菜营销协会,吸引20余家媒体机构加盟。在今年春节期间,还联合福建福清、河南鹤壁、吉林蛟河等4省市媒体开展“原产地年货直播季”。

还是在去年,文广集团下属企业文广影视开始实质运行,借助媒体资源+社会资本的融合优势,先后参与孵化影视产业项目5个,其中《唤醒者》《迷人的樱桃》及都市故事短剧项目等获得拍摄许可。

“小十月”大连基地是金普融媒一个典型的媒体+经营的融合项目。金普融媒与金普新区教育局联合成立文学基地,在49所中小学建立文学社;与北京《十月少年文学》杂志社合作成立《十月少年文学》(大连)基地,并组织相关活动和竞赛。李立新说,这个项目既发挥了媒体的连接、传播和平台优势,又为经营创收开辟了新的渠道。

2023年8月,金普融媒首次承办全国文明城市媒体产业发展大会,文广集团在此次大会上推出多个产业合作项目,还发起成立辽南区县融媒协作体,启动大连智慧融媒应用中心。

“媒体没有品牌,就没有生命力,也就没有影响力。”谈到2024年,李立新充满了信心,“我们要在国际传播、活动组办、品牌创建、队伍建设和‘新闻+政务商务服务’模式建设上再有新突破,切实把更好引导群众、服务群众的融媒建设目标落到实处。”

媒情媒事

“红船少年说”为儿童提供参与城市的样本

□沈虹阳

随着2023年嘉兴成功入选第二批建设国家儿童友好城市试点,由《南湖晚报》的《成长周刊》更名为《红船少年》后组织并开展的“红船少年说”活动更加引起大家关注。“红船少年说”每年由嘉兴市委宣传部牵头组织,8个部门(后增至10个部门)联合组织开展,成为嘉兴创建儿童友好城市的一个重要媒体窗口,为嘉兴儿童的成长发展赋予了更多红色基因、参与能力和实践机会,形成了儿童参与的城市样本。

“媒体+”赋能品牌发展

在嘉兴市委宣传部、市教育局、市关工委等多个部门的关心支持和联动下,“红船少年说”积极打造“党建高地引领下的红船少年嘉兴名片”,目前,已组建多个红船少年行业社团,通过“团”的形式,线上线下齐发力,融媒平台共发声,成为“媒体+”融合发展的新成果。

为了更好地体现媒体的喉舌功能,探索如何更好地为城市建设贡献媒体力量,2021年12月,南湖晚报小记者协会成立红船小记者学院,同时挂牌10家单位为红船小记者学院首批活动中心,共同组织开展打卡集章、参观实践、讲解演说、写作摄影、公益活动等。

与此同时,南湖晚报社与各相关部门和社会资源合作,开展项目合作。如,与嘉兴市科技馆合作组建科学小记者团、与市体育彩票管理中心组建共富小记者团、与嘉兴博物馆联合组织开展文博小记者团活动项目等;不定期组织相关导师研讨活动项目的设计和开展,不断优化和丰富活动内容和形式;通过交流与研讨、资源整合共享、活动内容设计等形式,将活动内容与儿

童友好城市创建深度结合,吸引了多个政府单位和部门组建行业小记者团;2024年,又与嘉兴市慈善总会合作,成立嘉慈小记者团。

“红船少年说”与时代同频共振,与青少年成长共情共鸣,在内容和形式上不断开拓创新。比如,与国家统计局嘉兴调查队共同组建嘉慈小记者团,诞生“红船少年说统计”;与市关工委组织开展“红船领航·五老家风育苗”采访行动,与市区关工委联合组织开展“五老带五小·培育红船好少年”活动,感受五老精神,传承好家风,培育红船好少年;与市关工委、市体育彩票管理中心一起,组建共富小记者团,开展“关爱有嘉·共富成长”活动,“红船少年说共富”逐渐形成;与嘉兴市人民检察院共同组建法治小记者团,“红船少年说法治”走进检察院,开展模拟法庭法治实践活动,组织红船少年当一回小小检察官;2024年,又与嘉兴市慈善总会联系组建嘉慈小记者团,开设“红船少年慈爱基金”,探索公益慈善力量,助力困境儿童教育帮扶。

创设平台引导少儿关注社会

少年儿童是城市的小主人,是未来城市的建设者。作为党的喉舌的新闻媒体,应用心倾听来自少儿的声音,引导其从小坚定跟党走,从小参与城市建设,为城市发展建言献策。

在“红船少年说”活动中,要求小记者写活动感言,从少年儿童的视角,结合参观、实践,书写对城市建设和发展的建议和意见,再反馈给相关合作单位和部门,让小记者充分参与城市发展。

如每年的嘉兴两会,组织者会向小记者征集“小提案”,从儿童的视角看城市建设与发展。

如,2024年,嘉兴两会前夕,“红船少年说”组织小记者撰写“小提案”——北师大南湖附属学校中港路校区401班毛羽针对网络语言的不规范,提出《规范网络语言的建议》;嘉兴市实验小学西校区501班黄岚针对校门口非机动车停放问题,提出《如何规范校门口非机动车停放问题》;海盐县澉浦小学301班叶一凡觉得应该更加重视科技教育,提出《科技让我们的生活变得更美好》的建议。

这些“小提案”不仅仅是建议,更是小记者对社会问题的关切,对美好未来的向往,对两会议题的深刻思考,以及对新闻报道的热情投入,展现出了小记者对社会现象的洞察和一定的新闻素养。

让少儿群体发声,通过以小见大,以点带面的形式,营造了浓厚的嘉兴儿童友好城市建设的氛围,打造了党建高地引领下的红船少年嘉兴品牌。

媒体矩阵传递少儿声音

近年来,《南湖晚报·红船少年》周刊根据少年儿童不断变化的思维方式和信息渠道,及时调整针对少年儿童的传播渠道和导向。2022年,《南湖晚报·红船少年》周刊从以往的每周8个版(周六)增加到每周14个版(周日增加6个版,与《教育周刊》同出)。

“红船少年说”通过《红船少年》周刊,向全市少年儿童传递正能量,通过各个合作活动和项目,激发少儿的内生动力。在培养少儿阅读习惯和兴趣的同时,也引领着少儿的价值观念。

2023年,嘉兴成立新闻传媒中心,读嘉APP成为新闻传媒中心的一个拳头媒介。《南湖晚报·红船少年》积极拥抱,主动融入,以“红船少年”融合号、“小记者”平台为少儿发声,开

拓融媒市场。

“红船少年”融合号刊发校园新闻、教育资讯、少儿活动,是嘉兴市少儿参与媒体的一个重要阵地,也是嘉兴市教育宣传的一个重要窗口。“小记者”平台为嘉兴市小记者开辟成长空间,投稿、活动报名、活动核销、成长空间……同时,它也是全市少年儿童参与媒体活动的“一个端口”,每年的全市少年儿童大型系列活动,都向所有人开放。凡是政府发起的,与青少年成长有关的大型赛事和活动,“小记者”就是全市最重要的少年儿童参与平台。

“红船少年说”还积极利用直播、录播,组织“红船少年说”颁奖典礼、专家讲座、小记者访谈等,把笔、舞台、话筒交给少年儿童,传递少儿之声。

对于在互联网环境中成长起来的少年儿童来说,他们更加青睐于时效性强、互动性强、内容轻松活泼的信息产品。对于主流媒体来说,将新闻产品进行不同形式的“加工”,在新闻策划中有选择地适配不同的传播平台,成为重要的工作。

新闻媒体追求的影响力、流量、话题热度,都需要少年儿童用户的支持。他们关注了,热度就上来了。媒体从业者要放下身架,和少年儿童平视,深入他们当中,以学习的心态去了解他们正在看什么、用什么、喜欢什么。

主流媒体有舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的责任。在信息纷杂的网络环境中,少年儿童的“三观”也时常受到干扰。“红船少年说”就是在为少年儿童提供各种新闻产品的同时,做了他们思想上的“引路人”,并逐渐成为身域内“少年儿童建设”的一大品牌项目,并有望影响全省,走向全国。

(作者系浙江省嘉兴市新闻传媒中心少儿中心副总监)