

舆情大数据

微博账号影响力周排行
(4月21日—4月27日)

微博账号影响力值 BII (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,BII 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 BII=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 (BII)
1	央视新闻	84.31	81.55
2	新华社	80.58	80.86
3	新华网	79.96	80.32
4	中国新闻周刊	76.04	79.48
5	环球网	75.79	79.25
6	中国日报	76.83	79.15
7	央广网	75.92	78.94
8	中国青年报	73.51	78.24
9	央视网	74.86	78.01
10	央视网	76.30	77.87
11	半月谈	73.78	77.58
12	参考消息	72.80	77.44
13	解放军报	72.71	77.34
14	人民日报	33.93	76.73
15	紫光阁	73.68	76.68
16	人民网	37.51	76.40
17	中国警察网	74.25	76.16
18	CGTN	70.39	76.08
19	中国新闻网	37.43	76.05
20	科技日报	72.86	75.98
21	光明日报	71.17	75.93
22	中国新闻网	70.16	75.74
23	中国网	69.09	75.59
24	中央人民广播电台	67.94	75.46
25	中国日报网	65.54	75.43
26	中国军视网	70.77	75.09
27	中工网	66.80	74.98
28	看台海	68.68	74.98
29	光明网	69.10	74.95
30	未来网	34.10	74.92
31	法治网	67.66	74.51
32	人民政协网	63.42	74.42
33	环球网	27.46	74.32
34	人民日报海外版-海外网	70.75	73.87
35	中国证券报	67.65	73.51
36	中国台湾网	68.05	73.41
37	证券日报之声	67.68	73.40
38	求是	69.26	73.30
39	新华国际	67.89	73.16
40	证券时报	67.95	73.07

地方新闻网站及新闻单位

排名	微博昵称	活跃指数	影响力 (BII)
1	芒果TV	80.22	84.17
2	北京时间	72.08	82.07
3	西部决策	80.60	80.60
4	封面新闻	78.97	80.35
5	澎湃新闻	78.06	80.23
6	四川观察	79.75	80.10
7	红星新闻	79.25	80.01
8	齐鲁晚报	79.18	79.81
9	中国蓝新闻	80.79	79.55
10	财联社APP	81.00	79.47
11	新京报	78.77	79.38
12	北京青年报	75.22	79.20
13	九派新闻	76.54	79.09
14	潇湘晨报	77.60	79.08
15	极目新闻	77.05	78.91
16	半岛都市报	75.45	78.68
17	广州日报	74.92	78.39
18	北京日报	74.56	78.24
19	荔枝新闻	71.98	78.19
20	河北长城网	75.28	77.95
21	南方都市报	72.54	77.90
22	重庆晨报	75.65	77.67
23	威海播报	75.86	77.51
24	江苏新闻	75.45	77.50
25	界面新闻	73.17	77.49
26	天目新闻	65.22	77.47
27	河南交通广播	76.29	77.41
28	大象新闻	72.12	77.14
29	西部网	71.47	77.11
30	湖南日报	75.95	77.06
31	济宁新闻网	72.20	76.86
32	河南新闻广播	74.32	76.77
33	顶端新闻	72.42	76.68
34	云南广播电视台	71.61	76.59
35	映象网	70.24	76.49
36	包头新闻网	75.59	76.40
37	都市时报	70.45	76.35
38	新华日报	72.87	76.34
39	sxrtv-新闻中心	62.21	76.32
40	天山网	71.79	76.28

数据来源:微热点研究院 制表:李瑞海

区县融媒

何为“尤溪现象”？

□本报记者 杜一娜

坚持内容为王，优质内容频频获奖；自主研发智慧平台，积极打通乡村服务“最后一公里”；勇于跳出舒适圈，开拓多元跨区合作模式……于2018年9月21日成立的福建省三明市尤溪县融媒体中心（以下简称尤溪融媒），虽然是一家公益类事业单位，但是成立5年来不等靠、不躺平、不偏航，以“机制创活、技术创新、内容创优、产业创效”的发展思路，创出了一条尤溪融媒之路，被业内专家称为“尤溪现象”，成为县级融媒的新典范。

内容创优 塑造“尖兵”团队

把镜头对准尤溪本土濒临消失的蓑衣、木雕、弹棉、灯笼、陶瓷、皮鼓、小腔戏、造纸等8个不同的手艺，前后耗时一年，重现这些颇具时代烙印的传统手艺的制作工艺。这是2018年2月在尤溪电视台新闻综合频道播出的纪录片《守摊人》第一季的内容。

作为团队创作者之一，尤溪县融媒体中心影视部副主任肖丽娜表示，《守摊人》的拍摄其实很辛苦，团队的不少人都能身兼数职，从导演到摄像，从编剧到灯光，再从后期到包装，大家在拍摄过程中收获了许多经验与技能。

在拍摄《守摊人》第二季时，尤溪融媒的制作团队自我加压、精益求精，从过去拍摄一种非遗技艺只需一天取景，到后来为拍摄一个镜头往返两三次、等待三五天。

功夫不负有心人。《守摊人》第二季中的《斫琴匠》于2021年荣获第27届中国纪录片微记录十优作品，成为全国唯一获此奖项的县级台。

《守摊人》只是尤溪融媒的代表作之一。其实，尤溪融媒秉持“守正创新、内容为王”的理念，以“小成本、大制作”，摄制了大量宣传片、纪录片、公益广告，从电视栏目、影视作品及服务平台三方面共同发力，创作了一批“传得开、叫得响”的精品佳作，每年都有30多部作品获得国家及省市级奖项（资金扶持）。

尤其是近几年尤溪融媒推出的《我

的太爷爷要入党》《沿着闽江看福建》《振兴之路》《爱学习》等10多档原创节目，均受到广泛关注；重点策划的大型乡村综艺栏目《乡村大舞台》，将视野锁定群众生活，融入乡村思想文化，为尤溪百姓搭建了一个展示才华的舞台；记录抗击疫情短视频《武汉记“疫”》荣获第三十一届中国新闻奖三等奖、福建新闻奖一等奖……

2023年，尤溪融媒再次推陈出新，重点策划并推出专题片《尤溪》（外宣版）、《桂峰十二时辰》、《乡愁桂峰》及城市宣传短片《悠“尤”自在心心相“溪”》等，成为尤溪的金名片；打造现象级爆款产品朱子文化系列短视频《人需为儒》（共100集），首期作品浏览量10万+；坚持对《守摊人》的制作，为非遗文化留下浓墨重彩的一笔，又推出第四季。

还是在2023年，尤溪融媒在国际传播上也有了进一步的拓展。在油管（YouTube）、抖音国际版（TikTok）等开设“小熹的老家”等账号64个，用户规模134.5万，月活数935万。以“乡愁”为主题，尤溪融媒日更推送尤溪美丽乡村原创短视频，粉丝合计22.42万人，形成了从本县到海外的全媒体立体宣传矩阵。

以品牌内容守正创新、以项目制锻炼人才队伍，尤溪融媒大量优质作品的推出与传播，离不开一支爱学习的团队。在尤溪县融媒体中心主任张敏的带领下，尤溪融媒成立采写、编导、摄像等12个学习小组，采取“每周一学”的固定式学习模式和“走出去”与“请进来”的常态化学习机制，培养“提笔能写、对镜能拍、扛机能拍、坐下能编”的全媒型人才。同时，建立“张敏团队”、“8分钟”纪录片、“金点子”创意策划等8个融媒工作室，发挥骨干人员带头作用，形成专技传承机制，锻造精品内容生产“尖兵团”。

服务创优 持续参与基层治理

在尤溪融媒的智慧大屏前，尤溪县融媒体中心技术员林亚非向记者讲述了

的一件事情。尤溪县洋中镇居民陈先生的儿子走丢了，他通过尤溪县数字乡村公共服务平台直接联系到了对口民警卓龙凯，民警第一时间集结警力搜寻，顺利帮助陈先生找回了孩子。这令陈先生非常惊讶，原来自己身边竟有如此高效的服务平台。

据林亚非介绍，尤溪县数字乡村公共服务平台于2021年9月上线，由尤溪融媒自主研发，包括小程序应用、后台管理、指挥调度系统等，集网格化高效管理和微信群便捷性两种优点于一体。目前，平台服务覆盖全县15个乡镇251个行政村30万农村居民，累计收集化解民生诉求、回答农事咨询等8500余件。

尤溪县数字乡村公共服务平台依托智慧尤溪APP，集齐民生服务、农事咨询、便民服务、新闻资讯等板块，可以提供党员服务、生活缴费、房屋租赁、企业招工、滴滴出行、违章查询等便民服务，还可以实现通知宣传“一键发”、乡村服务“一键连”、群众诉求“一键问”、基层动态“一键知”、便民服务“一键用”、服务管理“一键办”、公益活动“一键选”。该平台还成功入选北京市2022年度媒体融合创新技术与服务应用优秀推荐项目，并荣获2023年度“王选新闻科学技术奖”三等奖。

与尤溪县数字乡村公共服务平台一起参与智慧城市建设、服务基层民众的，还有尤溪融媒最初打造的智慧尤溪APP。

通过智慧尤溪APP，尤溪融媒可以打通智慧尤溪客户端商城、直播带货、尤溪特产铺实体店三方销售渠道，持续向外推出尤溪当地的农副产品，协助发展地方经济；承接了尤溪县多功能数据中心改造工程，涵盖了城市多个发展领域，比如智慧医疗、智慧文旅等，为深度参与基层治理探索出了“新闻+服务”的新模式。

产业创效 实现“自我造血”跨区经营

2023年年底，福建省朱子文化传媒有限公司营收3300多万元。这家公司是尤溪县政府出资5000万元于2016年6月成立，由尤溪融媒全资经营管理

的一家国有文化企业。朱子文化公司将尤溪融媒所有的经营性资产和经营性业务整合，以此实现“自我造血”，拓展商业发展渠道。

在原有户外广告、3D影院、矿泉水等经营项目基础上，朱子文化公司承接了尤溪全县智慧城市、应急主题公园等文化类项目建设，运营“尤品汇”电商直播基地，开发尤福系列文创产品，开展融媒业务培训服务等。以人才技能和技术优势为经营资本，朱子文化公司与中国市县广播电视台“长城协作联盟”达成合作，承接了20多个省市的100多部纪录片、宣传片和微电影的拍摄制作业务，实现了跨界融合的多维发力。

2023年2月，福建省朱子文化传媒有限公司为开拓省内外市场，在省城福州设立首个县外办事处，并先后承接福建省纪委监委廉政主题系列短视频《爱莲说》、中宣通集团系列宣传片、福州市三明大厦宣传片等项目。之后分别在北京、上海等地设立办事处，成为福建省首个在外设立办事处的县级融媒体中心，全面迈向“多元发展、跨区经营”。

同样在2023年，朱子文化公司完成了朱子茶文化陈列馆的展馆建设以及“我家尤礼 尤福同享”区域公共品牌项目申报，参与了尤溪县户外广告规范化开发和独家经营“烹煮尤礼”尤溪县官方指定区域公共品牌。

对此，张敏表示，“我们不仅要立足县域、辐射省区，还要拓展全国。”

谈到2024年的工作目标，张敏介绍，尤溪融媒将继续整合尤溪区位和政策优势，打造涵盖数字内容、影视制作、文创设计、动漫培训、动漫外包等跨越物理边界的数字文创产业，形成全国领先、独具尤溪特色的数字文创产业集群；继续升级媒体传统业务，推进内容制作、大型活动、会展营销等传统业务提档升级；依托北京、上海、福州办事处，发挥资源优质，拓展跨区域媒体合作。

“我们将坚持打造县级媒体融合发展的‘尤溪模式’，建成全国县级媒体融合发展新样板，继续跻身国内同类媒体第一阵营。”张敏给尤溪融媒的进一步发展圈定了一个目标。

浙江省遂昌县融媒体中心

探索“融传播”的特色路径

□尹世平

浙江省遂昌县融媒体中心（以下简称遂昌融媒）从2019年9月挂牌，融合4年多，目前正处于深度融合的关键期。遂昌融媒汇集遂昌人民广播电台FM106.4、遂昌台、遂昌新闻网、《遂阅》报、遂阅APP、“遂昌新闻”公众号和视频号、遂昌融媒抖音号等，形成了“一体策划、一次采集、多元编辑、各显特色、全媒发布”的运行模式，充分发挥手机终端传播优势，探索了“融传播”的三条特色路径。

移动优先“融平台”

县级融媒在电台、电视台、网站、纸媒、新媒体融合过程中，必须打造一个权威的、有影响力的新媒体平台品牌；融合平台、人力、资金等要素，用一个声音发出最强声，起到1+1>2的融合作用；本着移动优先战略，第一时间发声，抢占舆论制高点，促进基层的社会稳定。在面对突发事件和社会热点时，县级融媒要第一时间抢占舆论阵地，本着“先网后台”原则，在手机终端抢先发声，然后电台、电视台、网站、纸媒等平台跟进报道，并视情况随时互动、网络直播等，发出县级融媒最权威的声音，满足受众对新闻信息的需求。

2019年，遂昌融媒将“遂昌广电”“遂昌新闻”微信公众号合并，主推“遂昌新闻”；推出了全新的遂阅APP，内容涵盖电视、广播、新媒体、报纸、直播、服务、活动、政务人驻号等；推出了“遂昌融媒”抖音号。在平台融合中，遂昌融媒坚持移动优先战略，形成了遂阅APP主打，公众号、抖音、网站显特色的媒体智库传播矩阵。

需要强调的是，内容永远是根本。遂昌融媒本着“无策划、不新闻”原则，每周推出一新闻策划、每月推出一新闻活动，坚持原创短阵推送，增强受众黏度。同时，在遂阅APP每月开展一场热点直播活动、一次评比抽奖活动、一次粉丝互动活动，粉丝通过互动

可获福利。这些活动让遂昌融媒的融媒指数进入名列浙江省前茅。

短视频因短、精、快，有网感，适合传播矩阵。县级融媒利用短视频构建传播矩阵，是适应当下新闻传播载体和介质变化的需要，促进主流媒体自身的优势和新媒体技术更好地融合，增强主流媒体在融合中的核心竞争力。

遂昌融媒积极布局短视频传播矩阵，新媒体部主要创作15秒至3分钟的原创短视频；专题部对专题节目加工成3分钟左右的短视频；编辑部小编对电视新闻、通讯员拍摄（征得拍摄者同意）的素材加工成15秒至1分钟的短视频。这些短视频带遂昌融媒LOGO进入媒体智库，各平台可资源共享，并在公众号、视频号、APP形成传播矩阵，增强了遂昌融媒的品牌力和影响力。

便民吸粉“融服务”

以往，县级传统媒体难以监测收视率、收听率、阅读量，只能以传播者的视角“孤芳自赏”，没有充分认识到评价标尺已经牢牢握在受众手中。县级媒体融合后，通过“融媒指数”杠杆，省委、市委宣传部对县级融媒各平台新闻产品的终端数据一目了然。因此，融媒产品和受众端有了“后台数据”这一纽带，让“两端”联系更加密切、相辅相成。县级融媒不仅仅要提供内容为王的高质量新闻产品，更需要提供信息、便民、政务、活动等全方位服务，让粉丝参与互动、体验，增强受众黏度，从而裂变传播“破圈”吸粉。

遂昌融媒每月推出一场主题策划活动，以小切口彰显大主题，展现大情怀、大格局，让受众参与活动，体验沉浸式服务。如，春节推出践行弘扬传统文化——我们的节日·春节的“寻找你心目中最喜欢的年味”活动，让受众拍照、拍视频推荐年味儿，并设置投票环

节，最终给“年度十佳年味”进行颁奖；全民健身日推出“动起来 为健康而来”活动，推动大家树立健康意识，积极参与到健康中国建设中来；农民丰收节推出“寻找乡村‘筑梦师’”活动，鼓励大学生返乡创业振兴乡村等。

“百姓身边无小事，一枝一叶总关情”。县级融媒扎根基层，应把服务基层百姓放在重要位置，构建“媒体+服务”的传播模式。

遂昌融媒坚持“关注民生小事、服务百姓生活”的原则，在遂阅APP开设便民服务、信息广场等服务专栏，提供水电缴费、遂昌公交、司法援助等便民服务以及求职、农产品供求等信息。正因如此，遂昌融媒的粉丝有“自觉”“主动”黏度、粉丝裂变效应明显，19万常住人口的山城小县遂阅APP用户破10万。

关注辖区热点，提供暖心服务，是县级融媒提升“融服务”的重要内容之一。对于浙江山区26县之一的遂昌，留守老人、小孩占常住人口三分之一，对事关搬迁选房、民办中小学招生摇号等民生热点，遂昌融媒进行直播，通过媒体监督让公平、公正尽收百姓眼底。对于百姓出行，遂昌融媒开设服务专栏，及时更新汽车、高铁、飞机的班次、票价信息。这些暖心的热点服务，增强了受众的黏度，增效效应倍增。

立足基层“融治理”

县域基层治理作为国家治理体系和治理能力现代化的关键环节，是国家治理的“最后一公里”。县级融媒是县域治理的重要抓手，必须承担起基层治理的责任。

遂昌融媒推出了《身边的劳模》《身边的雷锋》《模范的力量》等系列融媒体产品，通过榜样力量推进社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德建设，推动基层社会治理。

为了让弱势群体能真切切感受到

社会的关爱，推动基层社会治理，遂昌融媒每年冬季推出“情暖遂昌 暖冬行动”“爱心微力量”公益活动，通过和慈善机构合作，由爱心企业捐助，帮助困境儿童、残疾人、患病学子、困难家庭等；“学雷锋日”开展“你‘写’我送 微心愿点亮幸福”活动，帮助100位山区孩子实现微心愿；消费者权益保护日推出“你点我来检”活动，百姓“点单”食品安全部门来检测，确保舌尖上的安全；“六一”儿童节策划“改造书房 助力留守儿童”公益活动，通过遂昌与诸暨“山海协作”项目，帮助18位留守儿童改造书房。

身边的小事反映大民生。县级融媒具有舆论监督、媒介监督的功能和职责。遂昌融媒开设了《问政直通车》融媒体栏目，对县域发展中的项目滞后、烂尾工程、断头路、水污染、噪音扰民等问题进行曝光问政，让百姓与政府部门领导面对面“对话”，督促职能部门抓落实。遂昌融媒在遂阅APP开设《问政直通车》《县长信箱》，依托互联网搭建用户反映痛点与堵点的“互联网+政务”平台，通过媒介监督可以清晰看到问题的交办情况，打通政务服务“最后一公里”。这是浙江“最多跑一次”改革在网络的延续，实现“网上政务”的最多“问一次”。

融而和，和而强。县级融媒要敢于“基因再造”“增肌壮骨”“区域联动”，紧紧抓住用户思维、平台互动、立体传播、网络服务四个环节，提升活语说服力，改善便民服务力，拓展传播影响力，才能在激烈的媒体竞争中站稳脚跟，赢得一席之地。县级融媒要坚持以移动优先为基础，以完善服务功能为己任，推动社会治理不松懈，在充分发挥基层优势的前提下，不断探索“融传播”的“媒体+服务”新路径，真正打通县级融媒引导群众、服务基层、治理县域的“最后一公里”。

（作者系遂昌县融媒体中心编辑部主任）