

第四届中国报业深度融合创新发展创新案例

(上接09版)

<p>内容供给创新类</p> <p> 上海东方报业有限公司 (澎湃新闻)</p> <p>澎湃新闻 24小时直播频道</p> <p>澎湃新闻于2023年10月26日正式对外上线24小时直播频道,作为国内首个互联网新型主流媒体全天候直播频道,力求面向短视频一代、直播一代,创新探索AI时代的移动互联网直播。</p> <p>除了第一时间开启全球重大新闻事件直播,频道也拥抱AIGC技术,诞生了一批涵盖早晚新闻、文体等内容的数字人矩阵节目;此外,《真探来了》《直面》《开麦》等多个自制节目,《千里江山图》慢直播矩阵运营亮点频出。上线以来,频道总点击突破10亿。</p>	<p>内容供给创新类</p> <p> 重庆日报报业集团</p> <p>重庆日报理论视频栏目 《理响青年》</p> <p>《理响青年》于2022年3月30日正式上线,秉持“让党的创新理论响彻青年”的理念,以“00后”为主要受众群体,以宣传新时代党的创新理论为主要内容,通过“视频+”的形式,打通了党的创新理论到达青年群体的“最后一公里”。截至目前,该栏目已开播近260期,全网播放量超1.7亿人次,并已入驻“学习强国”、视频号等第三方平台,在青年群体中掀起了学理论、讲理论、用理论的热潮。依托“党报+高校+社会(1+1+N)”的互动生产传播模式,与北京师范大学、南京大学、中山大学、西南大学等全国50余所高校,以及长安汽车、北京大学重庆大数据研究院等20多家国企和基层单位形成合作关系。两年多来,《理响青年》被中央网信办列为I类项目重点支持,获得《重庆新闻网评》专期表扬,获得重庆新闻奖一等奖等多项省部级奖项。《理响青年》还成为专家学者的研究对象,相关成果在《新闻战线》《新闻采编》等新闻类核心期刊和《中国新闻出版广电报》等主流媒体上刊发。《理响青年》已成为具有全国影响力的网上理论宣传品牌。</p>	<p>内容供给创新类</p> <p> 内蒙古日报社</p> <p>内蒙古日报社 “遇见河套人”主题宣传</p> <p>“河套人”遗址,是在我国境内发现的第一批有可靠地层学、年代学依据的旧石器时代古人类遗存,是在东亚大陆第一次确认的旧石器时代的人类化石,打破了西方学术界“亚洲没有旧石器时代”的疑断。在“河套人”发现100周年之际,内蒙古日报社紧扣习近平总书记关于深化中华文明探源工程的重要指示精神,策划推出“遇见‘河套人’”主题宣传活动。报道兼顾权威性和可读可视性,以“深度特刊+微纪录片+手绘长图+创意海报+直播+数据库”等全媒体形态,推出90个产品,集中讲述“河套人”文化传承创新发展故事,创造性打开考古文化的全新“界面”,全网传播覆盖200多个媒体,综合浏览量2.5亿+,是“河套人”发现100年来首次全景式、系统化、规模化的全媒体报道,立体呈现了数万年前“河套人”生产生活 and 繁衍生息的远古时代图景,阐释了“河套人”文化在探讨亚洲古人类的演化进程、中国乃至东亚现代人起源等方面具有重要的学术价值。</p>
<p>内容供给创新类</p> <p> 江苏新华报业传媒集团有限公司</p> <p>“千问千寻大运河” 文化保护传承传播行动</p> <p>江苏是大运河国家文化公园唯一重点建设区。贯彻习近平总书记把大运河“保护好、传承好、利用好”的重要指示精神,新华报业传媒集团于2020年下半年启动了“千问千寻大运河”文化保护传承传播行动,以小切口、知识性、有内涵、见文化的理念讲好运河故事。</p> <p>“千问千寻大运河”选题分为水利河工、国家治理、红色文化、美好生活、当代价值等五大主线、10个门类,节目组紧扣“问”和“寻”这两个关键字,用脚步丈量、到现场录制、请专家解惑、向公众传播、以文化引领,让运河文化以讲故事的方式,通过网络和屏幕飞入寻常百姓家。5年来,节目组走遍大运河江苏段,采访了数以百计的专家学者,结合总书记视察江苏、全国两会等重大节点,推出了“平江传奇”“江河交汇”“铁的新四军”等一大批传播运河文化、体现中国式现代化时代命题的短视频作品,受到宣传部、网信办等上级机关以及广大用户的广泛好评,成为具有全国影响力的运河文化传播平台。</p>	<p>内容供给创新类</p> <p> 浙江日报报业集团</p> <p>潮新闻《读端》栏目</p> <p>潮新闻是浙江省级重大新闻传播平台的主力战旗。作为潮新闻打造主流媒体自主可控平台、提升优质内容供给的一大尝试,2023年6月,《读端》栏目上线,探索以“新闻+社交+评论”的模式,打造潮新闻的“大V朋友圈”,实现报道推介和增量传播。</p> <p>一年多来,栏目每天由知名专家学者、党政干部、企业家等各行各业人士在各自朋友圈等社交平台对潮新闻重点报道进行解读。潮新闻客户端编辑、梳理相关内容后,再在显著位置呈现。截至目前,累计已有150余位大咖嘉宾撰写了近500篇精彩点评。栏目嘉宾涵盖范围广、层次高、专业性强,稿件中既有鲜明观点、切身感受,还有许多独到的背景介绍或增量思考,为读者提供了阅读新闻的全新视角。</p> <p>通过创新新闻“生产+传播”生态,《读端》栏目让PUGC深度参与媒体内容生产,培养了一批紧密型媒体KOL,盘活了优质的内容资源,受到业内专家学者好评。目前,栏目系列书籍出版计划的开篇之作,《观潮——社长朋友圈的潮新闻》已出版,第二本书籍也即将推出。栏目正在全力探索推出AI视频、AI海报、系列直播节目等全新内容形态。</p>	<p>内容供给创新类</p> <p> 湖州市新闻传媒中心</p> <p>全媒体栏目《看见》</p> <p>作为中宣部市级融媒体中心建设试点单位,湖州市新闻传媒中心以开展建设性舆论监督带动媒体融合整体改革创新为目标,推出全媒体专栏《看见》。一、先破后立,明确舆论监督新定位。聚焦各类民生热点难点问题,当好优质内容生产者,在工作重心上实现“一地曝光向全域整改转变、问题整改向理念重塑转变、媒体监督向城市营销转变”。二、闭环运行,创新监督平台新打法。确立“线索收集+督促整改+考核问效”的闭环式监督运行机制,采用《看见·现场+行动+追踪》的“1+1+1”深化递进模式,最终推动形成问题“曝光—回应—整改—销号”、部门建章立制的良性循环。三、数字赋能,打造融媒监督新应用。依托太湖号APP,开发“看见”全媒体监督应用平台,提供群众反映、媒体转交、部门办理、通报亮晒等功能。四、百姓有感,构建群众参与新模式。组建《看见》市民观察团,结合栏目曝光的问题,每月两次开展实地探访、座谈会等活动,以媒体监督“小杠杆”撬动社会治理大效能。</p>
<p>内容供给创新类</p> <p> 合肥日报传媒集团 (合肥日报社)</p> <p>《图个明白》 融合传播创意产品</p> <p>《图个明白》融合传播创意产品由合肥日报传媒集团(合肥日报社)“图个明白”融媒体中心聚力打造,旨在用数据和创意,让新闻“活”起来。</p> <p>该创新案例充分运用大数据、AI、VR、交互式体验等技术,聚焦重大时政、民生类新闻,从繁杂的信息中抽丝剥茧,用手绘、海报、漫画、图表、动画视频等形式,以简洁的内容、轻松的话语、独特的角度、准确的解读将信息创意呈现,做到悦读体验可视化。</p> <p>自2020年以来,《图个明白》融合传播创意产品共设计制作2500余件,通过合肥通新闻客户端、微信、微博等多平台分发传播,覆盖受众超5000万。一批优质新媒体产品屡屡“破圈”刷屏,作品“中国航天日手绘长卷”“第十四届中国(合肥)国际园林博览会”创新报纸版面设计,延伸推出交互式融媒体产品,实现报网端联动;作品“连麦长三角”系列融媒报道,全网传播超500万……</p> <p>目前,《图个明白》融合传播创意产品已成为安徽媒体融合发展中知名度较高的创新案例,累计获得10余项安徽新闻奖等融媒奖项。</p>	<p>内容供给创新类</p> <p> 江西日报社</p> <p>基层治理36计</p> <p>为深入学习贯彻党的二十大精神、习近平总书记关于基层治理的重要指示精神,2023年11月起,江西日报社大江网精心策划推出“基层治理36计——治理强基江西行”全媒体主题报道,通过进社区、走街巷、访乡村,以破解基层治理问题为切入点,聚焦基层干部的痛点、基层群众的堵点、基层治理的难点,开展行进式、蹲点式采访,发掘出一批鲜活的基层治理实践,讲好了广大党员干部推动基层治理、建设幸福家园的动人故事。</p> <p>该专题整体以漫画形式,全景式展现了基层治理图景,共刊发图文、视频、动漫等系列报道80余篇,为江西乃至全国推进构建共建共治共享社会治理新格局提供参考样本。全国不少地方致电,要求来学习报道地方的基层治理好做法。江西省委起草的《江西省主题教育总结报告》肯定了该组策划,“学习强国”平台开设专题进行展示。为扩大此次策划活动的影响力,大江网采取边征集案例边报道的形式,同步启动基层治理创新案例征集活动、“问政于民”网上建言活动和“我为群众办实事建新功”活动。</p>	<p>内容供给创新类</p> <p> 济南日报报业集团</p> <p>《黄河STYLE》 多媒体国际传播微刊</p> <p>《黄河STYLE》多媒体国际传播微刊由济南日报报业集团主管主办的黄河客户端倾力打造,是一个立足中国、面向世界的跨文化国际传播交流平台。</p> <p>《黄河STYLE》综合运用音频、视频、文字、图片、动画、弹窗等全媒体手段,承载内容丰富,传播效果突出;目前已推出英文、法文、俄文三个版本,后续还将推出日文、韩文版本,面向全世界讲好中国故事;内容包括黄河流域生态保护和高质量发展、黄河文化、文化两创等,从多个角度立体化、全方位地介绍中国新时代的卓越成就与灿烂文化。该项目自带创新基因,搭建崭新传播平台,创新媒体传播机制,充分考虑不同文化背景下的受众需求,力求给受众带来耳目一新的跨文化交流感受。</p> <p>《黄河STYLE》自2023年4月18日上线后发展迅速,截至2024年6月30日已出刊67期,累计用户数达到569.19万,目前已经成为面向世界传播黄河文化和中华优秀传统文化的一支生力军。</p>
<p>内容供给创新类</p> <p> 青岛日报报业集团</p> <p>《每一条路,都是回家的路》 融合传播项目</p> <p>2023年6月至12月,青岛日报社青岛新闻网以各地打卡“台湾路”报道为抓手,以家国情怀为主题,打造融媒报道《每一条路,都是回家的路》,境内外总访问量2610万人次。作品获亚洲微电影艺术节“最佳作品奖”,山东新闻奖一等奖,入围2023年中国网络正能量精品展播初评。</p> <p>策采编播融合报道。采用“新闻报道+视频短片+话题互动+交互地图+打卡留言”的形式,从短视频到深度报道,经过6个月持续联动,推出了系列融合报道产品。</p> <p>两岸网友融合交互。两岸大学生、网络博主等群体通过打卡路名,在社交网络上隔空互动,形成了一次“道路是载体,文化是纽带”的双向奔赴。</p> <p>技术创新融合传播。作品通过交互地图技术,整合路名数据库,呈现两岸网友的打卡视频,讲述“路名故事”,预定虚拟的“高铁车票”,表达期盼团圆的留言寄语。</p> <p>融合报道实践证明,融合发展是传统媒体改革创新突围破局之路,也是主流媒体做大做强、讲好中国故事、放大主流传播的成功之路。</p>	<p>内容供给创新类</p> <p> 广州日报报业集团</p> <p>《现代化 中国“画”》 全媒体传播工程</p> <p>用脚步丈量神州大地高质量发展一线实践,以画笔描绘全面建设社会主义现代化国家雄心。2023年,广州日报立足“古画新作”,创意推出《现代化 中国“画”》中国式现代化实践全国大行走读传播工程。</p> <p>报社组建全媒体队伍,邀请广州画院画家参与采风,总行程18940公里,奔赴全国21城103处高质量发展一线调研走访。基于中国画的意蕴之美,对照中国式现代化的基本特征,推出《新富春山居图》《新烟火繁华图》《新路歌图》《新桃源仙境图》《新丝路山水图》《珠江盛景图》《新万里河山图》等7组图46篇调研报道和26个Vlog视频、2个创意H5,创作8幅“古画新作”,还联手百度公司举办“大湾区 我来画”全民AI作画活动,总阅读量超6100万。</p> <p>《现代化 中国“画”》创新重大主题表达方式,获中央网信办“2023中国正能量网络精品”和中央宣传部表扬。</p>	<p>内容供给创新类</p> <p> 广西日报传媒集团</p> <p>“大道同行 丝路共鸣” 中国—东盟友好传播体系</p> <p>2023年是构建更为紧密的中国—东盟命运共同体、共建“一带一路”倡议提出10周年,广西日报传媒集团围绕习近平总书记提出的“建设更为紧密的中国—东盟命运共同体”倡议精神打造“大道同行 丝路共鸣”中国—东盟友好传播体系。</p> <p>突破报业传统呈现,做强数字新传播。开展“大道同行 丝路共鸣——2023广西媒体东盟行”采访活动,形成全方位立体传播。</p> <p>突破媒体传播模式,做优数字新平台。通过线上构建“云上新闻中心”,线下开设实体展馆的形式,实现国内各级媒体和海外媒体的传播资源共享。</p> <p>突破内容转化机制,做实数字新文创。研发报纸长卷、数字藏品等多品类的新闻文创为内容延展传播效果。</p> <p>突破传播时空限制,做活数字新场景。创新在历史文化街区构建展陈传播新场景,延展体系建成后的互动场景体验。</p> <p>突破打造长效机制,做好数字新品牌。持续推进“千年丝路今朝盛”主题采访活动等规划,不断将体系用活用好,打造数字新品牌。</p>

(下转11版)