

## 舆情大数据

### 微博账号影响力周排行 (7月21日—7月27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	82.04	81.61
2	人民日报	82.22	81.51
3	环球网	79.58	80.58
4	中国新闻网	78.04	80.28
5	新华社	79.99	79.90
6	人民网	76.07	79.82
7	环球网	75.25	79.22
8	中国新闻周刊	77.09	79.10
9	参考消息	76.18	78.25
10	央视网	77.14	78.21
11	中国青年报	75.85	77.94
12	央广网	74.86	77.75
13	中国日报网	72.43	77.44
14	法治日报	76.15	77.35
15	央视网	73.89	77.29
16	中国网	70.05	76.88
17	解放军报	71.72	76.71
18	中工网	71.11	76.58
19	紫光阁	73.60	76.31
20	农民日报	75.82	75.88
21	光明日报	69.96	75.07
22	人民日报海外版-海外网	72.46	74.67
23	新华网	34.06	74.61
24	侠客岛	70.06	74.53
25	经济日报	70.45	74.25
26	人民政协网	67.14	74.18
27	科技日报	68.69	74.09
28	半月谈	44.75	73.99
29	中国新闻网	70.30	73.88
30	CGTN	61.71	73.87
31	中国日报	25.96	73.71
32	求是	69.36	73.54
33	未来网	29.29	73.18
34	中国警察网	47.96	73.03
35	中国妇女报	23.80	72.78
36	中国青年网	31.19	72.27
37	中国新闻网	23.80	72.14
38	人民政协报	62.36	72.08
39	看台海	63.59	71.73
40	国是直通车	23.80	70.72

### 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	澎湃新闻	79.47	80.52
4	新闻晨报	77.34	80.05
5	四川观察	79.61	79.97
6	中国蓝新闻	80.39	79.90
7	红星新闻	78.96	79.83
8	新京报	78.05	79.48
9	每日经济新闻	75.87	79.19
10	财联社APP	79.13	79.14
11	极目新闻	75.83	78.84
12	荔枝新闻	74.08	78.33
13	济南时报	77.75	78.15
14	广州日报	73.05	78.15
15	南方都市报	75.68	77.80
16	河南日报	70.50	77.71
17	界面新闻	75.39	77.52
18	天目新闻	65.22	77.47
19	南方周末	75.74	77.44
20	大象新闻	75.60	77.41
21	威海播报	79.44	77.28
22	湖南日报	77.71	77.19
23	大众日报	75.18	77.18
24	天眼新闻	75.28	77.07
25	都市时报	71.45	76.69
26	琅琊新闻网	73.85	76.54
27	新余发布	67.22	76.40
28	华商网	69.67	76.36
29	sxrtv-新闻中心	62.21	76.32
30	河南交通广播	69.24	76.31
31	顶端新闻	70.07	76.25
32	新华日报	71.88	76.18
33	河南新闻广播	73.15	76.08
34	都市频道	65.94	75.92
35	正观新闻	63.73	75.90
36	包头新闻网	70.76	75.80
37	广东广播电视台	70.39	75.78
38	河北日报	70.08	75.67
39	大河网	67.05	75.56
40	华龙网	67.80	75.56

数据来源:微热点研究院 制表:桂政俊

## 深度观察

### 基于生成式人工智能:

# 如何推进主流媒体系统性变革

□郭全中 朱燕

党的二十届三中全会审议通过了《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》(以下简称《决定》),《决定》指出“构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系,推进主流媒体系统性变革”。《决定》同时指出,完善生成式人工智能(AIGC)发展和管理机制。这为主流媒体下一步融合和转型指明了方向。

### 主流媒体转型需系统性变革

由于新一代信息技术的飞速发展,原有信息传播格局被打破,媒体生态环境被全面颠覆,主流媒体应从观念、目标、思路、体制、具体路径出发,通过彻底的互联网转型进行系统性变革。

随着大数据、云计算、人工智能、区块链和5G等新一代信息技术的迅猛发展,互联网逐渐从根本上颠覆了主流媒体的生态环境。

从经营模式上看,传统商业模式与盈利模式基本坍塌。在传统的“二次销售”商业模式中,第一次销售是将内容通过媒体发行销售给受众,第二次销售是将受众的注意力销售给广告主,传统主流媒体通过发行和广告两大业务形成了完整的商业闭环和稳定的盈利模式。但随着信息传播格局的变化,受众不再将主流媒体作为获取信息的第一入口,发行业务和广告业务都因受众分流受到了巨大冲击。

从生产方式与产品形态上看,传统内容生产流程与机制将会在互联网带来的信息量与信息时效争夺中被淘汰,相较单一形态产品也难以满足AR、VR等信息呈现技术发展下用户的多元化产品形态需求。从传播形式和传播效果上看,由于互联网商业平台占据了信息第一入口地位,越来越多的主流媒体嵌入商业平台,成为社交平台的内容生产者和提供商,借助平台的力量来实现舆论引导并产生商业效益。但这种方式需迎合商业平台的内容呈现形式,限制了多样化的媒介传播方式与舆论引导力的发挥,其积攒的用户、流量与口碑也可能

成为他人的“嫁衣”。

在这样的媒体生态环境下,局部调整于事无补,主流媒体亟待通过系统性变革适应被互联网颠覆的外部环境。“所当乘者势也,不可失者时也。”互联网改变了舆论环境和媒体格局,催生了新闻传播新技术、新业态、新机制,推动主流媒体朝着互联网转型方向变革。这就是主流媒体的“大势”。

首先,在观念和行动上,需摒弃安于现状、得过且过的落后观念,在秉持互联网用户思维的基础上坚持技术先行,坚信只有实现彻底的互联网转型这一融合目标才能获得可持续发展。同时,通过高层领导的观念革新加速中层干部和业务层员工的融合观念向好发展,通过全员观念转变为系统性变革注入活力。

其次,在思路和体制上,将打破僵化的体制机制作为变革之首,在机制突破的基础上提高经营创收能力,进而赋能生产传播全流程提质增效,并跟进后续融合激励措施。

最后,在具体路径上,以“大融合”思路为指引,搭建起区域化或行业化的自主可控平台,以技术赋能全媒体生产传播工作机制重塑,基于互联网尤其是移动互联网调整评价体系,以内容提质增效、传播精准有效、用户重建和商业模式重构向互联网转型方向发展。

### 重构流程,重塑新质生产关系

生成式人工智能通过提高内容生产传播效率加速媒体新质生产力的形成,主流媒体应利用生成式人工智能实现新闻生产传播各环节的跨越式互联,重构全媒体生产传播流程,塑造适应新质生产力的新质生产关系。

首先,技术变革下生成式人工智能赋能生产传播。

2023年9月,习近平总书记在黑龙江考察时指出:“整合科技创新资源,引领发展战略性新兴产业和未来产业,加快形成新质生产力。”新质生产力以数字化、智能化技术为首要驱动,人工

智能、大数据、云计算等新一代信息技术成为推动媒体新质生产力形成的核心动力引擎。相较决策式人工智能,以ChatGPT为代表的生成式人工智能在文本创建、翻译、搜索、更正等方面展现出巨大潜力,通过与人类主体协同工作,有效提高了工作流程效率,推动“人机关系”观念逐渐从敌对转向协同。生成式人工智能在重构新闻生产传播模式与产业链结构上发挥着越来越重要的作用,成为媒体新质生产力发展过程中最重要的智能化劳动工具,有效拉动生产力的跃迁。

主流媒体应基于生成式人工智能,推动媒体技术向核心化、更新化升级,实现媒体劳动资料向智慧互动、更广范围跃升,赋能全媒体生产传播质量与效率的提升。在内容生产上,媒体可利用智能剪辑、智能审核、虚拟主播等功能提高内容生产效率,借助自动写作、自动绘画等提供生产创意,丰富内容产品形态。如中央广播电视总台依托“央视听媒体大模型”推出以我国自主AIGC技术支撑制作的动画片《千秋诗颂》,从美术设计、动效生成再到后期成片,均由AIGC辅助制作。在传播方式上,媒体可利用生成式人工智能技术将一条新闻实时生成文字、音频、游戏体验等多类模态,拓展内容传播渠道与传播形式。

其次,基于生成式人工智能重塑生产传播流程。

以生成式人工智能技术等为代表的新质生产力为全媒体生产传播流程带来了机遇与挑战,在赋能生产传播效率和质量的提升的同时,也要求加快形成与新质生产力相适应的新质生产关系,即基于生成式人工智能重塑媒体生产传播全流程。

在传统流程中,新闻生产经历由记者或编辑参与“策、采、写、编、发”环节呈现给受众的单向过程。这种单向过程耗时久、耗费人力大,难以满足移动互联网时代对媒体提出的时效性强、信息量大的高要求。主流媒体应把生成式人工智能内嵌到内容生产传播机制中,按照生成式人工智能的规律和要求

彻底重构生产传播流程,所有人员可以随时、随地便捷地使用生成式人工智能,充分发挥“生成式AI×”的潜力,显著提升生产传播效率、能力和创新潜力。尤其需要指出的是,要深刻总结之前“中央厨房”“融媒体中心”等新技术难以充分发挥其作用的教训,真正建立起基于生成式人工智能的全新生产传播机制和流程,以新质生产关系促进生成式人工智能为代表的新质生产力有效落地。

### 完善主流媒体评价体系

评价体系是指指挥棒,基于互联网尤其是移动互联网的评价体系能够加快主流媒体的数智化融合和转型,新型评价体系应从全媒体传播出发,向互联网尤其是移动互联网方面的指标聚焦和倾斜。

第一,基于互联网和用户。随着主流媒体纷纷“借船出海”,内容传播渠道向互联网平台延伸。主流媒体应重视互联网的传播主阵地的地位,将评价指标从纸端向互联网尤其是移动端倾斜,从读者、订阅量向线上用户数、互动量倾斜,将在各平台有影响力的传播账号数量、作品传播情况等纳入工作评价中。

第二,基于日活跃用户数量。主流媒体通过打造自主可控平台实现“造船出海”,但相较于其他互联网商业平台,用户体量较小、用户黏性不足,极易沦为“僵尸”客户端。在自主可控平台,应以扩大用户覆盖面、增强用户黏性为目标,重点关注平台日活跃用户数量。

第三,基于实际效果与商业价值。主流媒体的经济效益和社会效益统一于传播价值,且经济效益是社会效益的商业价值体现和实际体现。因此,对于主流媒体融合和转型的评价,不仅要考虑全媒体传播的效果,更要考虑其是否获得了实实在在的经济效益和商业价值,否则就难以说明其社会效益是真正落地的,更难以实现自我造血机制,也更难以可持续转型和发展。

## 媒情媒事

### 福州日报社打造“一碗福州”品牌

# 全媒体融合讲好闽菜故事

□本报记者 张福财

福州日报社旗下“一碗福州”项目近日入选第四届中国报业深度融合“全媒体传播建设类”创新案例。

“一碗福州”是根据福州市建设“数字福州”“平台福州”的要求,由福州日报社打造的福州美食文化全产业链网络。其关注闽菜全产业链,立足讲好闽菜故事,提供美食资讯服务,拓展美食产业链条,服务闽菜发展,助力闽菜走出去。“从田间地头到餐桌文化”是“一碗福州”的核心口号。

该项目自创办以来频频获奖、硕果累累:2017年获福建文创新奖,2019年获中国创新传媒案例大奖,2023年入选“全国地方党媒深度融合年度创新项目”优秀项目、福建省报刊十大名栏目等。“一碗福州”已成为一张福州城市的文化名片。

### 一本图书: 开启项目立项及拓展

如果福州是个碗,你会往里装什么?说到“一碗福州”的起步可以追溯到2017年。时值《福州晚报》创刊35周年,《福州晚报》首次以美食为主题献书献礼读者。

《一碗福州》图书由福州日报社与福建美术出版社联合策划出版,前期经历了近180天的筹划与准备,邀请了2位福州城内顶级美食写手“流浪的红舞鞋”与“马语”为本书作者,编写35位城市领路人的味蕾故事,精选并介绍了100家城内餐厅的福州美食,其中有传统闽菜酒楼,也有新晋闽味小吃;既有闹市富丽堂皇的餐厅,也有巷尾烟火熏火燎的小店。

《一碗福州》出版后,团队策划了多场签售会,邀请城市名人共同推介,形成了一定影响力。由此,“一碗福州”知名度打响。

最初的《一碗福州》图书仅仅是单一地介绍福州的餐饮文化,在2020年

有了转变。“我们开始关注食物的源头,关注闽菜从‘田间地头’到‘餐桌文化’的各个环节和过程。”“一碗福州”项目负责人黄君薇介绍,2020年“一碗福州”以项目形式正式立项,探索多元发展,相继举办了一都枇杷节、连江鱼丸节、茉莉花茶节等活动,上线“一碗福州”商城,上架福州各县、乡农产品,助力乡村振兴。“这样的发展定位与福州市弘扬闽菜文化的发展战略相契合,做到了共赢。”黄君薇说。

“一碗福州”项目形式正式立项,探索多元发展,相继举办了一都枇杷节、连江鱼丸节、茉莉花茶节等活动,上线“一碗福州”商城,上架福州各县、乡农产品,助力乡村振兴。“这样的发展定位与福州市弘扬闽菜文化的发展战略相契合,做到了共赢。”黄君薇说。

### 沉“鱼”落“燕”: 视听形式讲述闽菜故事

《沉“鱼”落“燕”》是福州市商务局出品、福州日报社制作的闽菜宣传短视频,也是“一碗福州”项目全媒体融合发展的重要组成部分之一,入选2022年优秀城市融媒体综合影响力短视频TOP10。

视频《沉“鱼”落“燕”》讲述了两大代表性闽味小吃鱼丸和肉燕的历史渊源,最终成片时长仅有4分钟,但在前期的策划与拍摄上下足了功夫。“我们策划了3个方案,经过多次商讨最终确定下这一方案。”黄君薇回忆说,标题中的“鱼”和“燕”分别代表了福州传统小吃鱼丸和肉燕,取名“沉‘鱼’落‘燕’”也与福州鱼、水文化相契合。

《沉“鱼”落“燕”》一经播出便走红福州朋友圈,在微信收获超过3000万的阅读量。视频制作精良,妙趣横生,虽是短视频,却具有电影的质感,古风的拍摄风格颇富韵味,视频中融入福州三坊七巷、上下杭、闽越水镇等历史人文地标景观,不止于舌尖风味,更将这座“有福之州”的城市风韵贯穿其间,通过全新的表达形式与影视符号,让闽菜文化被更多人知悉。

此外,“一碗福州”也为这一城市新IP打造了“报”款文创产品。作品



以1982年1月1日《福州晚报》首次试刊的头版页面为视觉主题,融入福州屏山、乌山、于山、乌塔、白塔及闽江“三山两塔一条江”的地图图案,沉“鱼”落“燕”礼袋应运而生。

### 全媒传播: 从单一到多元不断融合

“一碗福州”项目组通过福州日报社旗下报刊、微信公众号、视频号和小视频、微博、抖音等网络平台,以及举办线下活动等方式,全方位立体化宣传闽菜文化。

其中,“一碗福州”微信公众号打造“吃遍100家闽味餐厅”栏目,探访福州的闽味餐厅,通过专业测评与评

选,为大众提供餐厅推荐服务。“一碗福州”视频号和“这里是故乡”视频号分别探访城市餐馆、探访乡村文旅,推出“吃遍100家闽味餐厅”系列短视频,成为福州目前浏览量最高的媒体探店短视频。“一碗福州”抖音账号对闽菜产业进行常态化直播,首播就冲上抖音平台的“福州地方菜榜”第二名。

同时,“一碗福州”项目组在每年12月评选出100家福州获奖餐厅,对这些餐厅进行推介,与其中的餐厅进行品牌合作,并设有“中国金碗奖”,评选出TOP20福州年度餐厅榜单,并为这些餐厅颁奖。该榜单也成为福州最权威、最具影响力的餐饮榜单。

除了传统闽菜的传承,“一碗福州”更致力于新闽菜的创新发扬,在微信公众号开辟“闽味新声”栏目,为年轻闽菜厨师打造平台。目前“一碗福州”已经对20位年轻厨师进行了采访与报道,讲述他们与闽菜的不解情缘。

“我们希望能够为这些年轻的厨师提供更好的平台,带给他们更多的发声机会,助力闽菜的创新,让更多人看到新闽菜的发展。”黄君薇对新闽菜充满期待。

现在的“一碗福州”内容更加丰富,宣传媒介也变得更加多元,不断探索适应年轻一代的信息交流和阅读方式,用更加轻松的方式向年轻人传达闽菜文化。从福州的风物食材到餐饮文化,“一碗福州”关注从“田间地头”到“百姓餐桌”的新闽菜全产业链,已成为福州市一个文化产业示范项目。

“作为媒体人,我们的核心始终是从文化入手,用文字和新媒体向大众传递最客观的福州餐饮文化,传播具有深厚历史底蕴的闽菜文化。”黄君薇提到,未来“一碗福州”项目将不止于福州,而是“一碗福建”,对福建各地市的风物特产、闽菜文化将深入挖掘,助力闽菜文化“出圈”。