



本期关注: 党媒赋能城市形象交流

# 为城市形象注入媒体力量

□ 本报记者 杜一娜

深度融合城市基层治理,以提升高质量发展为目标进行机制改革;持续深化探索IP+融合赋能,不断丰富城市IP元素多场景应用、多渠道传播、全领域展示;打造本土化特色鲜明的文化平台、社交平台、传播平台,因地制宜为城市形象建设注入新媒体动力……这些是当下党媒为各地方城市形象赋能所进行的具体探索。实践出思路、实践出办法,实践让不少党媒在赋能城市形象上有了更多心得体会与方式、路径。在日前由中国报业协会主办的2024全国党媒赋能城市形象交流会的主题对话环节,5家媒体单位的相关负责人就党媒如何赋能城市形象这一话题展开了交流。

## 打造IP 参与城市建设

无论从媒体把握的文旅脉搏上看,还是从媒体+文旅百花齐放的态势上看,党媒已经成为城市建设、助力打造城市形象宣传的重要一员。

重庆作为长江上游的经济中心,当下正在奋力打造新时代西部大开发重要战略支点、内陆开放综合枢纽。在这样的城市发展大背景下,重庆日报报业集团启动了新的目标。重庆日报报业集团党委书记、社长,重庆报业协会理事长向泽映表示,他们正在为一个超大型的城市建设、治理进行宣传、设计与营销、推广。“按照重庆新定位,我们重新成立了一个客户

端——新重庆,在新客户端上按照人文、开放、创新、智慧、生态等理念进行布局,从总体上进行全案参与的城市形象建设推广。”

伴随着重庆城市定位的转变,2024年,重庆日报报业集团也迎来飞速发展。2024年上半年,重庆日报报业集团实现了10亿元收入,其中电商板块就达到十二亿。向泽映说:“这半年中,我们更加积极参与与重庆市形象建设的策划推广,现在城市营销、城市推广、城市智慧建设等,占到报业集团百分之七八十。”

“目前有不少媒体对城市形象赋能有不少误区,比如美食、地标、打卡地等,把党媒变成了文旅局的附属单位。”徐州报业传媒集团副总编辑曲美慧对一些城市媒体的做法表示不赞同。结合徐州报业传媒集团近几年在如何深度参与城市形象宣传上的一些独特做法,曲美慧总结出了三点经验:无中生有,把自己的IP变成整个城市的IP;强强联合,把自己的品牌变成城市的品牌;资源聚合,把自己的方向变成城市的导向。

她举例说,在2022年时,借助第十三届中国(徐州)国际园林博览会的召开,徐州报业传媒集团打造了一个新理念“文言文新闻”,推出了一个名为“苏轼带你游园博”的系列作品;在2023年,徐州市以苏轼为蓝本推出了一个大型实景剧——彭城风华,以此为契机,徐州报业传媒集团与徐州市文旅局开展了深度合作,共同推出关于苏轼的系列文旅产品,成功打造了苏轼的IP。

汉风号客户端是由徐州市委宣传

部主办,由徐州报业传媒集团旗下徐州报业网络传播有限公司负责运营的一款集新闻、政务、服务、社交为一体的功能性平台,于2020年12月1日上线。曲美慧介绍,用了3年多的时间,该客户端的下载量达840万,注册用户达200万,在地市级媒体中走在了前列。徐州报业传媒集团还联合市委办局等共同组织了政务类的互动活动,比如,百万产业工人读党史、重走长征路、童声共读二十大等,以此积攒了大量的人气。每年12月31日,通过汉风号举办一次汉风传媒大奖,吸引90多家当地机关、企事业单位参与,成为徐州品牌形象宣传的一个窗口。

此外,因为技术方面的开发能力,徐州报业传媒集团利用优势与徐州市教育局共同研发了一个小程序——彭城好爸妈,目前注册用户120多万人,是江苏省非常活跃的一个家校公益平台。

在资源聚合上,徐州报业传媒集团正在推进淮海经济区鸿蒙研究院的建设,已与徐矿集团、徐工集团、淮海宗申电动车集团等签约,并积极与华为、软通等企业沟通洽谈合作的可能性。曲美慧表示,“我们就是通过这样的努力,把自己主导的方向变成徐州市智慧城市建设和企业改革的一个重要方向。”



小红书、B站、抖音号等,通过小切口的角度、柔软的基调,进行策划、宣传,并结合网络热点和话题,通过图片视频达到宣传效果。丁晴介绍,全媒体矩阵中的微信公众号在试运营半年后,粉丝数就达到10万+,每周推送两期;从今年3月开始,开通了B站、小红书、抖音号,对宣传城市新的形象都有推动作用。

在无锡IP城市形象传播平台矩阵中,其视频号推出了不少有关城市与文化的系列作品。丁晴说,“因为团队成员的年轻,决定了这个平台内容宣传更年轻化,更具有活力。”她举例说,结合二十四节气,他们会宣传地方美食、饮食习俗;结合地方美景和人文景观,他们会讲述背后的文化内涵;而且从内容出发,他们还与集团的商业联盟的盟友联合开发周边文创产品,共同举办文化活动、文化会展等,达成双赢。

尚泽映也表示,作为主流媒体,必须与商业媒体、自媒体、新兴媒体等融合,相互借势、共同分享初期的市场发展,让老百姓全员参与,通过新兴媒体建设、通过短视频方式,共同为城市形象助力。

## 媒体数字化 助力乡村产业发展

□ 本报记者 常湘萍

推动农业农村现代化以及中国式现代化,乡村振兴需要各行业共同携手推进。智媒时代,除各级媒体充分发挥自身优势为乡村振兴赋能外,新媒体在乡村振兴发展中具有更强的创新引领优势。

探索乡村振兴数字新路径、打造农业农村新范式、创新乡村文旅数字化转型发展新机制……在第三十一届中国国际广播电视展览会(BIRTV2024)“数字化助力乡村产业发展转型升级”论坛上,与会嘉宾分享的探索与实践,为传媒机构以“新闻+”模式服务地域新发展提供了更多的借鉴经验。

### 创新服务模式

当下,大数据、云计算、人工智能等新兴数字技术与农业、农村和乡村振兴有效融合,为农业现代化提供了新机遇。而各传媒机构通过信息惠农、品牌强农、消费富农等服务模式,不断探索媒体全面助力乡村振兴发展之路。

中国报业协会发布的全国报业乡村振兴优秀案例、国家广播电视总局开展的智慧广电乡村工程涌现的各类成果都从不同的角度诠释了媒体在新技术的加持下助力乡村产业发展转型的优秀经验。

《扬子晚报》的五大融媒体中心、强农客户端智媒平台助力乡村振兴、《工人日报》报道的刘鸿兴的励志故事……2023年,中国报业协会发布的全国报业乡村振兴优秀案例中,有50家新闻单位获奖。这些案例凝练着各传媒机构在构建全媒体传播体系助力乡村振兴过程中的好思路、好经验、好做法,传递民众的诉求、期盼和建议,切实履行了媒体的“耳目”职能,为管理部门提供了参政“参谋”。

近年来,国家广播电视总局着力推进智慧广电融入乡村振兴战略,在推进智慧广电乡村工程建设的基础上,组织开展智慧广电服务乡村振兴专项行动,通过信息惠农、品牌强农、消费富农等服务模式,探索智慧广电全面助力乡村振兴发展之路。智慧广电乡村工程在建设过程中,各地广电行业机构充分发挥广电网络优势、内容优势,以技术创新为支撑,通过网络加内容相融合的方式,形成了一批典型案例和成功经验。

### 扩展功能服务

媒体融合发展10多年来,各级媒体通过融合改革,从单一的媒体业务拓展到拥有多种新媒体形态的新型传媒机构,形成了全媒体传播体系,成为乡村产业发展转型的新生力。这些新型传媒机构不仅扩展了媒体的功能和服务,还提高了用户黏性,使得媒体机构能够更精准地满足乡村受众的个性化需求。

中央广播电视总台的“公益直播带货”活动,将公益与销售相结合,取得了不俗的成绩。地方媒体则是利用美食、工艺品、传统非遗技艺等地域文化特色,打造出不少具有地域化特色的直播内容,让受众在购物时感受浓厚的文化氛围。例如,重庆市綦江区融媒体中心主动参与乡村振兴服务,以“新闻+服务”为支撑,以“直播带货”为抓手,创新构建起市、区、镇、村四级直播体系,打造川渝黔“云端上的致富车间”,推进电子商务进乡村,为农产品出村进城搭建新渠道。

同时,以中国电信、中国联通、中国广电集团等为代表的新型实体企业在着力推动技术创新、主动接触多元经营主体、支持农业经营者进入数字生态圈、提供应用型服务以及培养数字化人才等方面具有特殊优势。

中国电信加强“AI+5G+云+应用”与农业农村领域的深度融合,打造数智乡村样板示范。中国联通用数据赋能产业监管与服务,面向基础设施、智慧育种、智慧种植、智慧养殖、渔业渔政、农业农村大数据及数字乡村等细分领域,构建管理、服务、应用一体化数字农业方案体系。中国广电集团在实施智慧广电乡村工程的过程中,以惠民便民、服务优先,强化乡村治理,带动产业兴旺,做强乡村振兴基础支撑。

### 拓展“新闻+”

据《中国数字经济高质量发展报告(2023)》显示,我国已经形成了数字经济助力农业农村发展和乡村振兴的信息平台模式、单品数字化模式、农业产业园模式和三产融合发展模式。

经过10多年的媒体融合发展,各级媒体积极拓展“新闻+”服务辐射领域,成为各地搭建乡村振兴信息平台的中坚力量。其搭建的平台具有媒体基因,在提升农产品品牌价值、增强农民主体意识、推动文化和旅游发展、提升乡村知名度和美誉度等方面具有天然优势。

例如,全国党媒信息公共平台、大同乡村振兴(微信公众平台)、陕西乡村振兴融媒体中心(乡村振兴新闻网)、中国乡村振兴网等媒体搭建的乡村振兴信息平台,为乡村振兴提供了信息传播、教育培训、文化传承等多方面的支持和服务。

智慧网络成为“AI+农业”的重要基础支撑,通过完善乡村数字经济基础设施可更好地将其应用于农业生产决策、政府遥感监管、农业信贷保险等领域。以中国广电集团等为代表的新型实体企业以“5G+AI”、行业垂类大模型等新技术为支撑,将会更好地赋能乡村产业发展转型。

未来,在数字经济助力乡村振兴中,各级媒体及平台应充分发挥自身优势,注重新技术、新主体、新模式深度融合,发挥协同机制优势,助力健全乡村振兴多元投入机制,推动构建全链条现代化、数字化服务新体系,促进乡村产业发展转型。

本版图片均为资料图片

## 搭建平台 服务更多群体

媒体平台化,已经是不争的事实。在平台化的过程中,借助自身优势助力城市建设,服务更多群体,成为不少媒体的看家本领。

2019年,浙江省金华市新闻传媒中心立项并研发推出了一个基于小记者的线上运营平台——金华小记者云平台。这个云平台一直由业务主导自主研发,紧紧围绕需求升级迭代,已从单一解决内部业务问题平台升级为协助产业发展的互联网平台,积极探索除了“媒体+教育”产业融合发展的新路径。

浙江省金华市新闻传媒中心小记

者运营总监周成介绍说,小记者云平台的应用助力了金华小记者队伍规模的扩大,从2020年的1.8万人发展到目前的5万多人,小记者云平台的参与用户数增至50万,全年营收达3000万元,成为金华市新闻传媒中心进行后续运营的坚实基础。周成表示,与长三角、珠三角、河南、安徽、湖北等地的类似平台相比,金华小记者云平台更加具有优势的是,对数据进行了数字化资产盘活,即通过对大数据的分析,为所有的客户群做层级分析,从而更好地服务家长、服务学校、服务学生。

无锡日报报业集团借助政府资源,利用主流媒体的优势,与无锡市委新闻办合作了一个项目——IP-WUXI城市形象传播平台,无锡日报报业集团无锡观察融媒体中心副总编辑丁晴介绍说,该项目采取“1+2+N”的形式,2023年下半年开始试水,今年正式上线,以此宣传和打造城市形象。

“1”是指一个工作室,平台以工作室制运行,分为三组:负责媒体内容生产的传播组、平台运维的平台组和市场运营的运营组,这个组合的团队人员全部为“95后”。“2”是指两个产品体系——无锡的IP和全媒体矩阵。“N”则是更多的合作单位或机构,以及无限合作的形式与可能。

丁晴介绍,无锡的IP和全媒体矩阵两个产品体系,前者是无锡城市形象的资源库,也是一个面向全市的免费城市形象的图片视频共享平台,目前由无锡日报报业集团自有团队运维。后者包括微信公众号、视频号、

