

本期关注:“新闻+”

“新闻+”:探索“+”的无限可能

□本报记者 朱子钰



走出一条“新闻+社交+O2O”新路

新闻早已突破传统边界，作为空间也已大大拓展，尤其是新媒体功能更加多元，影响越来越大，日益成为推动社会治理体系和治理能力现代化的重要力量。回顾主流媒体过去10年融合发展模式，“新闻+政务+服务”一直被视为重点，希望通过政务服务接入和功能拓展来提升媒体影响力。

“我们在实践中发现，这一道路有三大核心困境——数据壁垒难以打通、用户服务难以切入、商业模式缺乏创新。”浙江日报报业集团副社长、潮新闻总编辑钱伟刚提到，面对这些挑战，浙报集团选择以潮新闻为内容主阵地，以传播大脑为技术引擎，走出一条“新闻+社交+O2O”的双轮驱动新路。

钱伟刚提到，潮新闻主要是通过数字化社区“潮圈”、新闻+社区“邻里通”平台、新闻+消费“悦生活”平台来实现“新闻+社交+O2O”的突破。“以‘潮圈’为例，这一数字化社区以用户兴趣为纽带，在潮新闻6000多万有强社交属性的用户基础上，上线近70个兴趣圈子。采用专业化社交运营模式，垂类版块资深媒体人+外部优质用户主理人的组合运营策略，开放部分运营权限至极具影响力的创作者，提供流量支持、项目共创，有效激活了社交圈层。”钱伟刚说。

与用户建立紧密关系连接，新闻+社区“邻里通”平台撕开了一个看似普通却潜力巨大的切入口，让媒体贴近社区用户，成为未来社区的运营商。目前该平台已在杭州萧山北干街道的社区全面推广试运营，线上线下全方位连接本地居民、社区和商家。

将媒体的影响力转化为实实在在的服务力和连接力，江西广播电视台洪城义警智能平台的创新实践，则以“互联网+群防群治”的模式，打造了赋能社会治理的全域样本。江西广播电视台副台长雷晴表示，该项目的核心是构建“群众上报+智能派单+闭环处理+积分激励”的全流程体系。如用户注册成为会员之后，通过经常巡逻上报获得积分，积分又可以在南昌市所有华润万家的超市兑换所需的生活物资。

“核心优势是让用户愿意来、服务跑得顺、力量聚得牢。”雷晴说，通过运营赋能模式创新，项目打造了政务服务+互联网玩法的融合服务体系，通过对接技术企业提供该项目必要的支撑和物资保障，形成了政府搭台、企业唱戏、群众受益的良性循环。平台上线以来，累计注册志愿者超11万人次，群众安全感显著提升。

技术是“一把手工程”

数智技术革新了媒体内容生产工具，成为推动媒体新质生产力跃迁的关键力量。没有新技术的底座支撑，再多“新闻+”的设想不过是空中楼阁，难以实现落地。特别是大数据、人工智能等技术的不断迭代，可助力媒体机构更好地了解用户需求与行为习惯，精准定制内容产品。同时，技术可以助力媒体提供智能化和个性化的服务，在拓展新赛道方面为媒体机构提供了更大的空间。

去年2月，“我的宜昌”城市综合服务客户端正式上线，客户端对接宜昌“城市大脑”技术底座，分新闻、政务、服务、互动4个板块。

一年多的时间，客户端下载量、日活量及年度收益表现亮眼。“以技术创新、服务集成、数媒融合，通过民生服务连接政企，推动基层治理的核心数字化枢纽建设。”宜昌三峡日报新媒体公司总工程师熊春波提到，客户端从技术不可控向自主可控转变，建设新型传播平台，有效破解了商业平台的数据限制、内容展示形式单一、数据泄露等多种难题。

熊春波透露，核心是创新技术研发体系，基于宜昌“城市大脑”技术底座，以联合开发模式，建成集内容采集、智能分发、用户画像、数据分析、政务服务、生活服务、商务运营、活动运营、交易体系等多功能于一体的综合性平台。

“技术必须是‘一把手工程’，必须置于顶层规划，并持续推动。”钱伟刚认为，只有这样才能确保技术战略的有效实施。在浙报集团，“潮

圈”“邻里通”“悦生活”等“新闻+”产品和服务的落地，都离不开一个关键词——传播大脑。

作为由浙江省委宣传部指导、四省属文化集团共建的省级媒体技术统一平台和媒体行业领先的AI科技公司，传播大脑目前拥有近300人的团队，其中80%为技术人员。这其中30人的专职团队和50人的中台团队专门为潮新闻技术和运营保驾护航，在内部形成了内容、技术、运营一体化的运作系统。

“正是因为拥有这样一支强大的技术队伍，才能保障潮新闻在‘新闻+社交+O2O’的产品服务创新中作出及时准确的反应。”钱伟刚说，传播大脑还打造了媒立方采编系统、天目蓝云全省一张网技术平台、传播大模型和万媒媒体统一办公平台，为媒体行业提供全方位智能化服务。



不只是运营媒体的角色转变

边界的突破、渠道的拓宽、服务的增强……“新闻+”的多元运营模式实现了从内容引流到服务留存，再到价值转化的运营闭环。群众对媒体的期待不再是获取信息，而是上升为多元化、便利化、精准化服务的现实需求。置身其中，主流媒体已不仅仅是新闻的生产者，角色的变化意味着，要跳出传统思维，下沉空间延伸功能，最终实现从信息中介向社会中枢转变。

聚焦群众急难愁盼问题，长沙广播电视台（集团）以“我的长沙”APP为依托将社会治理的宏大命题落实到具体的生活场景中。长沙市广播电视台（集团）台长、总编辑彭勇透露，目前，“我的长沙”APP已集成2231项政务服务及公共

服务，累计服务9.2亿人次。

面对复杂的基层治理问题，基于三事分流机制，“我的长沙”APP搭建了三条清晰的民情反馈通道。“具体而言，私事引导群众线上对接律师依法解决；小事依托‘我的社区’功能或媒体介入，协调各方处理；大事则通过12345热线进入政府部门的办理流程。”彭勇提到，如APP与12345热线打通，开通掌上12345专区，用户可以在APP端完成诉求提交、进度查询与结果反馈。截至目前，APP端累计受理并转办诉求达到4375件，而且回访率和办结率均达到了100%。与此同时，搭建政民沟通的连心桥，通过“领导接日”“人民建议面对面”等栏目，建立政府、媒体与公众的对话平台，实现上

情下达、下情上传的良性互动。通过线上三大渠道与线下多个场景的有机结合，构建起了一个完整的社会治理闭环。

除此之外，“我的长沙”APP还被打造成为市民生活的全能生活管家，目前已联合140多个单位和部门实现2231项政务服务、公共服务和社会服务“指尖办”，累计服务达9.2亿人次。同时推出了智能客服“沙仔”实时在线答疑，真正实现让数据多跑路，让群众少跑腿。

“服务让我们与用户走得更近，也推动了自身的深刻变革，我们从传统的信息传播者转型为公共服务的聚合者，民意对话的组织者，基层治理的参与者。”彭勇说。

这并非孤例，“新闻+”越向纵深发展，媒体越要跳出传媒做融合，充分利用制度优势、技术优势等，积极融入当地经济社会发展大局，以实现重构商业模式与盈利模式的目标。

“从运营媒体向运营城市转变，培育区域服务生态体系。”熊春波透露，在拥有较强的数字技术后，三峡日报新媒体公司进一步创新数据能力，实现了数据接入、标引、分发等功能。在此基础上，入股宜昌大数据集团，进一步在数字政府建设、拓展媒体业务场景等方面做大产业规模，不断增强自身造血能力。



观察

是技术的叠加还是模式的创新

□本报记者 朱子钰

“新闻+”的核心在于“连接”与“赋能”。连接信息与服务，连接线上与线下，赋能治理决策和民生福祉。这不仅是技术的叠加，更是理念的重构与模式的变革。如今新型主流媒体不仅是信息传播的主渠道、主平台，更逐渐成为连接政府与工作、推动社会协同、参与治理现代化的重要力量。媒体的角色已由之前的“记录者”向“参与者”和“赋能者”拓展转变。

在2025中国新媒体大会“新闻+”论坛上，20件2025“新闻+”创新案例正式公布，也让我们了解了主流媒体在探索“+”的背后作出的积极探索。纵观这些案例，不难发现有以下几大重要特点：

坚持为民初心，引领服务群众作用，是主流媒体增强用户黏性的重要的基石。案例中，有不少紧扣住了民生服务这一重要议题。如贵州日报报刊社打造的“天眼之问”民声服务平台，涵盖“问政”“问医”“问法”“问学”“问职”等多个栏目，以“新闻+政务+服务”为运作模式，构建起“群众参与+政府监管+媒体监督”三方联动互动机制。民生问题得到有效响应，实现民声有回音、诉求能落地。此外，“爽贵阳”是贵阳贵安智慧民生综合服务平台，聚焦“教育文卫体、老幼食住行”十大民生领域，整合贵州省、贵阳市2571项民生服务资源，实现教育报名、医保支付、公交地铁“一码通乘”等高频服务“一端通办”。设有“六爽”专区展现城市魅力，搭建“趣村游”“工会相亲”等特色场景，同时集成书记市长信箱、12345等诉求渠道，构建“一站式、全周期”民生服务体系。

细分需求，打造垂直领域服务产品，是主流媒体重获用户信任，构建影响力的有效的途径。“新闻+就业”“新闻+医疗”“新闻+交通”“新闻+社区”，以用户为核心，这些实践多元化连接用户需求，以更精深的场景服务吸引特定用户，凸显了自身独特的市场价值。

如人民日报健康客户端AI健康服务平台以“媒体+AI技术+健康服务”为核心模式，构建覆盖疾病预防、咨询、管理全流程的数字化健康服务，精准回应公众关切的健康问题，有效打通健康信息传播“最后一公里”，将“新闻+健康服务”转化为增强用户黏性、拓展服务功能、提升品牌影响力的关键举措。四川日报报业集团“川融来”青年就业创业综合服务平台是全国首个由政府部门联合省级党报集团打造，为高校毕业生重点群体提供一站式、智能化就业创业服务的综合平台。平台整合人社、团委等政务资源，3000余家企业和平台等商务资源，应用AI技术实现20余项服务功能，为百万青年提供超4万个岗位。

破解同质化竞争，把自身优势做活，在特定领域，形成差异化优势，是“新闻+”打破内卷、实现弯道超车的根本逻辑。在这些创新案例中，新华社传媒集团“苏超”来了系列IP体系打造，具有很高的辨识度。“苏超”总观赛人数破167万人次，创下中国业余足球赛事多项纪录。新华社传媒集团借助“苏超”赛事做大赛平台流量、转化消费能量、促进产业增量，先后打响跟着“苏超”去读城、“苏超”官方文创IP、水韵江苏风雅德比、苏新消费第二现场等文化IP，形成了“主流媒体引领、自媒体共创、网民大V互动、消费场景落地”的多层次、全媒体、立体式传播格局，将赛事流量转化为文化认同、城市形象、产业升级等长效价值。

此外，中国文物报社的中国文化遗产传播中心、北京广播电视台的“北京之声·博物馆”智慧化双语综合文博服务平台等案例，也深刻彰显了这一趋势，不断创造出媒体的新价值。