

今年是全面贯彻党的二十大精神的开局之年,是党中央提出媒体融合发展十周年。2013年8月19日,习近平总书记在全国宣传思想工作会议上强调,加快保 统媒体和新兴媒体融合发展,充分运用新技术新应用创新媒体传播方式,占领信息传播制高点。党的二十大报告提出,加强全媒体传播体系建设,塑造主流舆论新 格局。十年行而不辍,十年履践致远。媒体融合发展已经成为繁荣发展文化事业和文化产业,提高国家文化软实力的重点任务。

8月4日在呼举行的中广联媒体融合高质量发展对话沙龙上,国内推动融媒体建设中的部分主流媒体进行对话,围绕媒体融合发展作深度解读探讨。对话沙龙 的与会嘉宾从各家媒体在实际工作中秉持的观点以及一些经验做法等方面出发,展开深入交流与探讨,引发业界人士的高度关注与热烈反响。

# 智媒引领 融合向新 加快推进媒体深度融合发展

——中广联媒体融合高质量发展对话沙龙嘉宾发言内容摘发

●本报记者 苗青 刘沙沙 实习生 赵玮琪/文 许婷/图



#### 张雪梅:心心向"融"从"新"出发

"呼和浩特市融媒体中心作为全国60家市级媒体融合试点单位之一,是媒体融 合发展的积极探索者、践行者,也是受益者。"呼和浩特市委宣传部副部长、呼和浩特 市融媒体中心党委书记、主任张雪梅介绍了呼和浩特市融媒体中心建设情况。她 说,从今年1月起,呼和浩特市整合原呼和浩特日报社、呼和浩特广播电视台、呼和浩 特新闻网,正式挂牌成立了呼和浩特市融媒体中心,拉开了媒体全速推进、全程融 通、全员融合的序幕,走向全效媒体融合发展之路。半年来,呼和浩特市融媒体中心 坚持以导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要,在体制机制、平台建设、流程管理、 人才培养等方面加快融合步伐,建立了媒体融合传播矩阵,打造了媒体融合产品,取 得了积极成效。

呼和浩特市融媒体中心紧紧抓住高位推动的机遇,在体制、机制的制定和形成 中,积极探索变革性实践,促进"物理融合"向"化学融合"迈进。呼和浩特市融媒体 中心不断践行主力军进入主战场、走好网上群众路线的理念,取得了一系列标志性

-是打造核心IP青橙融媒及其矩阵。以青橙融媒传播矩阵为主阵地,形成了以青 橙融媒客户端为核心,18个新媒体账号、300多万粉丝共同发力的传播矩阵;一支队伍 服务多个平台,主力军全面转战主战场,既推动采编资源与现代生产要素有效整合、深 度融合,又持续扩大优质内容产能,创新内容传播手段,不断推出各类新媒体产品,实 现党媒新闻传播方式的根本转型,极大提升了主流媒体在移动传播阵地的传播力和影 响力。以青橙融媒为品牌,全面延伸"新闻+",不断吸引海量信息在青橙融媒客户端汇 聚,众多服务功能在客户端布局;不到1年时间,青橙融媒客户端下载量已突破120万, 青橙融媒品牌旗下账号包括客户端、PC端、微信平台、今日头条、抖音、快手、视频号矩 阵等粉丝总关注量已达1500多万,总发稿量达9.4万条,正逐步形成全新的市级媒体 生态系统,充分彰显了主流媒体的生产能力、聚合能力和传播能力。

二是建设完善"中央厨房"。升级改造"中央厨房",建立了一体化采编平台。强 化"中央厨房"的指挥调度策划能力,整合媒介资源、生产要素,实现新媒体平台选题 上报、选题策划、内容生产及传播反馈统一指挥调度,推动信息内容、技术应用、平台 终端、管理手段共融互通,形成全市一盘棋、一张网、一平台、一体化的传播格局,构

建了多级联动、多媒互通、多点发力的全媒体传播体系 三是推进联动共建。呼和浩特市融媒体中心成立以来,积极联动中央、自治区 媒体及主要商业平台,贯通旗县区融媒,拓展社区圈层,各地各部门全面接入青橙融 媒,探索融合传播新路径。今年以来,组织全媒体集中采访40余批次,向中央、自治 区主要媒体推送稿件千余篇。青橙融媒18个新媒体平台全部入驻重点商业平台;中 通政务云平台,搭建"新闻+政务+服务+商务"联结联动机制,聚合"爱青城"客户端政 务服务功能,联通"呼和浩特12345"、城市大脑,实现从"信息提供者"向"城市服务 者"拓展;在社区打造青橙融媒民生联系点,推出"青城帮办""有困难@有关部门""全 民生服务平台"等栏目,目前累计点击量超3600万余次,累计解决群众急难愁盼问题

2800多个,实现"民有所呼、我有所应"。 呼和浩特市融媒体中心成立以来,一直将宣传助推呼和浩特争创"三个城市"、 打造"四个区域中心"、推动融入"四大经济圈"、建设"五宜城市"、培育"六大产业集 群"作为宣传工作的重中之重,生产了一批既有"时政热点"的新闻力作,也有"民生 亮点"的爆款产品,做到了用思路带动行业变革,用技术带动多元发展。



#### 邢立新:融合转型关键是提升内容竞争力

北京广播电视台新闻广播中心副主任邢立新表示,融合转型,提升内容 竞争力是不二法门。

邢立新介绍说,北京新闻广播中心作为北京广播电视台的18个业务中心 之一,目前拥有两个自己的新媒体矩阵:以综合新闻资讯为主的"北京新闻广 播"新媒体矩阵;以调查报道和舆论监督为主的"问北京"新媒体矩阵。北京 新闻广播中心在媒体融合方面做得比较晚,内部竞争和外部挑战的压力也相 对较大。为了较快补上这个短板,最终确定的主攻方向是:以提升内容竞争 力为主线,聚力建设新闻、宣传、服务三大"产品超市",形成产品系列,全方位 满足移动互联网端用户、收音机端用户以及党政机构、事业单位、企业组织用 户需求,为他们量身打造能匹配其使用场景、吸引其注意力、激发其投资和购 买欲望的产品。

首先,北京新闻广播中心下决心改造新闻生产和供给链,变"无目的生 产"为"有目的生产",要求一线生产部门不遗余力地锚定受众市场需求,打造 优质的新闻产品,争取在受众市场端引发一波波注意力高潮。比如,去年12 月初北京新闻广播中心推出的《新冠发病七日图》系列融合报道,轰动全国, 微博端单篇最高点击量破7亿,微信端单篇阅读量达170万。去年4月推出的 深度调查报道《北京三甲医院天价殡葬费》系列调查和《中科院老科学家蜗居 13平米老破旧》系列调查,均在全国引起强烈反响,微博端点击量均突破3 亿。前几天,北京遭遇特大暴雨侵袭,北京新闻广播中心策划采制的小视频 《故宫辟谣600年不积水》在微博端冲上微博全国热搜榜第5位,阅读量突破

2.5亿,互动量高达36万。 在宣传产品方面,北京新闻广播中心结合不同层级党政机关、不同性质 事业单位,定制系列宣传方案、打造优质宣传产品。今年上半年,按照北京市 委宣传部的要求,北京新闻广播中心策划并落实了《新时代首都发展巡礼》生 态治理篇的宣传报道活动,用3个月时间精心打造了15篇图文报道、5组短视 频,以及一套H5产品,这套产品的主话题在微博端点击量超过了2.1亿,做到 了主题报道也有大流量。今年7月1日,与天津新闻广播、河北新闻广播联合 策划推出的《行走京津冀》大型融合采访报道活动,赢得了三地宣传部门的肯

服务产品方面,北京新闻广播中心结合社会需要和市场需求,深入研究 商业推广、教育培训等市场,尝试打造各类线上线下融合活动和业务培训等 服务产品。

北京新闻广播中心聚力打造新闻、宣传、服务三大"产品超市",形成产品 系列,全方位满足三类客户需求。瞄准移动互联网端主战场,坚决果断地实 施广播供给侧改革,以培育和壮大核心资源、核心竞争力为出发点和立足点, 重组内容生产全链条。争取五年内全面完成融合转型,实现新闻和节目产品 生产全面挺进移动互联网主战场,进一步壮大核心资源和核心竞争力,形成 完备的全媒体生产产业链。



## 孙锡刚:紧抓关键要素 实现新闻创优

山东广播电视台新媒体中心主任孙锡刚表示:"经过这些年发展,山东广播电视台 新媒体中心媒体融合已经做得非常好了,就广播融合而言,我们需要一个自己的客户 端,自建客户端的好处就是多形式的内容呈现。

广播自建客户端的功能除了广播直播流、节目切片存储,还有节目的视频直播、社 区社群、交互界面,以及主持人的视频号和社区、PUSH等功能。随着技术发展和场景 的普及,新技术包括元宇宙的应用,车联网、物联网的普及,广播客户端的优势将进一

"有了客户端,我们在实现新闻创优时抓住几个关键要素即可。"孙锡刚说,"一是 大主题,二是触角在基层,三是灵活运用同期,四是抓细节、讲好故事,五是在'奇特新' 上找到特色,实现弯道超车。"

在2020年,山东广播电视台新媒体中心做了一个抗疫短视频,用沙画的方式呈 现故事,在广播客户端"51听"上受众交互非常活跃。这就抓住了"在'奇特新'上找 到特色"的要素。这个短视频获得国家广电总局的季度好作品、年度好作品奖。 2021年建党百年之际,山东广播电视台新媒体中心策划了《红色诗歌的百年》,邀

请全国20多家媒体和西班牙、纽约、加拿大、新加坡、澳大利亚等华语台的主持人录制,

最终制作了一个H5,当时点击量达到800多万。 2022年是焦裕禄诞辰100周年,山东广播电视台新媒体中心策划了《跨越时空的 对话——焦裕禄精神与中国传统文化》,也是利用新媒体手段和平台制作完成。 孙锡刚说,在广播创收的媒体融合应用方面,广告投放精准非常重要。他讲了两

山东当地有一家眼科医院,是一家非常靠谱的民营股份制专业医院,副主任医师 以上的专家就有近60位。孙锡刚拿着当时刚写完《杜甫的病》,找到了一位80多岁的 老中医沟通了7天,从中医角度印证对错;又去省立医院、齐鲁医院等找了各科室的专 家交流、探讨,印证对杜甫疾病的认知和剖析。他当时正想找个眼科专家,有人推荐了 这家眼科医院的眼底病专家,也是院长。沟通后,孙锡刚谈到了医院的宣传:一是通过 短视频平台精准把用户吸引到互联网医院,一年吸10万+;二是利用蜻蜓、喜马拉雅等 音频客户端自带品牌广告。医院方很感兴趣,孙锡刚说:可以合办一档纯公益的节目,

讲眼病治疗的故事,建设一个音频和视频库。医院方最终采纳了他的建议 此外,山东广播电视台新媒体中心还为当地的一家古城景区提供了"古城寻宝" 的创意,开发了一款小游戏类的H5,VR景区、商铺、民宿等,用户可以在里面找红包、奖 品,包括民宿的免费券、商铺的优惠卡、景区的免费票和山东广播电视台订制的水杯 等,嵌在山东广播电视台的公众号菜单,其目的就是给全景区和给公众号涨粉。



### 弓春伟:结合定位 突出特色

"以内容建设为根本,以先进技术为支撑,以创新管理为保障,加快推进媒 体深度融合、加强全媒体传播体系建设。2021年以来,内蒙古广播电视台始终 坚持融合创新,强化自我变革,努力走出一条具有特色的媒体融合传播之路,媒 体深融发展取得阶段性成果。"内蒙古广播电视台融媒体传播中心负责人弓春 伟介绍说,两年间,全台聚力聚焦打造奔腾融媒核心IP,内容生产、平台建设、渠 道拓展、品牌运营、经营创收全面发展,奔腾融媒已经成为内蒙古最具影响力的 融媒体品牌,堪称"奔腾速度"。

融媒体传播中心的核心运营策略是做原创的产品,结合定位,突出特色。 一是结合平台定位,"新闻+政务+服务+商务",致力于把自治区党委政府关心和 关注的核心工作做好,做政务内容中的精品输出。二是突出广电特色,主打两 个品牌,原创小视频和直播,

创新重大报道,抓好"首屏头条工程",守好网络安全底线,出色完成"党的 二十大""五大任务""五个大起底""优化营商环境"等主题主线宣传,重磅推出 《这就是内蒙古》《骄傲 我的内蒙古》等系列专栏特稿,累计播发8500余条,全网 展播量超3亿。

打造品牌项目。融媒体传播中心策划推出《长城长》《馆长·请亮宝》《根脉》 等22个精品项目,先后获国家广电总局、中宣部表扬;推出奔腾早知道、奔腾早 学习、奔腾时评、奔腾在线帮等10组奔腾品牌话题,生产"出圈"产品。

突出广电特色。打造第一视音频平台、第一直播互动平台、第一服务大众 平台。奔腾融媒2022年生产了点击量100万+的短视频17件、点击量10万+的 短视频620件,客户端日均发稿1000多条,全年直播1500多场;上新30多项便 民服务事项,以增强用户粘性。

为提升矩阵竞争力,中心推动平台向全域迭代,布局传播矩阵。建立"奔腾 融媒"抖音、快手、视频号、微博、微信传播矩阵,全网粉丝量5600万+。客户端 人口覆盖排名全国省台第13位,日活比2021年增长10倍;公众号粉丝增长25 万+,视频号位居华北地区时政号成长力第1名。

做好全域融合。融媒体传播中心举办融创大会,发布《内蒙古广播电视融 合传播矩阵公约》,全区12个盟市和103个旗县融媒中心入驻奔腾融媒客户端, 实现资讯资源共享;利用《爱上内蒙古》品牌,建立"直播+电商"平台,助力乡村 振兴;战略签约单位50多家全部入驻奔腾融媒客户端,开通政务服务号,实现合 作共赢。

做好全向融合。与50多家央媒、省媒、商媒协作建立新媒体联盟,联动策划 重大主题报道和重大事件直播,传播优质内容,树立内蒙古形象。

内蒙古广播电视台聚力聚焦打造奔腾融媒核心IP,通过一系列改革举措, 激发了生产力、提升了传播力、增强了战斗力、转化出竞争力。未来还需要进一 步强化技术支撑、渠道运营和产业经营,拓宽传播渠道,生产出更优质原创产



重庆市三峡融媒体中心党委副书记、副总编辑潘海琳表示,媒体融合3年来, 三峡融媒体中心"看万州"客户端以"视听融合、一体发展、流程再造"完善生产机 制,不断强化可视化能力,推动平台迭代升级,让看起来严肃认真的"看万州"客户 端充满活力。

一是利用活动做推广,做大用户群体。通过当地新闻资讯、评选投票、发布信 息等扩大装机量。同时让部门镇乡入驻客户端,由客户端统一发布信息。目前, "看万州"客户端总装机用户数已达128.5万,位居重庆市区县第一,系三峡库区影 响力最大的区域移动传播平台,覆盖万州全区人口达73%。

二是开展融媒问政,强化服务民生。在"看万州"客户端开设《三峡融媒》专 栏,100多家区级单位入驻。解决社情民意需求、搭建双向沟通桥梁,探索数字化 时代践行群众路线的新渠道,24小时专人专岗收集、管理相关线索,48小时办理回 复,全年群众诉求处置率达99%。

三是常态化直播,打造品牌栏目。构建1+N(1个部门牵头+多个部门协作)的 直播组合机制,打造"看万州"对外统一直播品牌。自今年4月启动后,3个月开展 直播50场,活跃用户环比增长达350%,5月份新增注册用户8220人,环比增长高

今年,"看万州"客户端启动《垄上行·万州周周乐》大型直播活动,每周走进一 个镇乡街道,展示万州美丽乡村的风情风貌。目前,《垄上行·万州周周乐》大型直 播活动已举办7场,直播总观看人次达1200多万人次,有效带动了相关乡镇的游、 玩、购消费,带来较好的社会效益和经济效益。

在万州区防汛救灾期间,"看万州"客户端直播直击《五桥老街救援》《干群一 心重建家园》《爬山涉水转移群众》《老街重现烟火气》等防汛救灾一线现场,一周 时间内策划开展网络直播8场,系列直播总访问量达237万,让社会各界及群众直 观了解了救援工作动态,有效引领了社会舆论。

三峡融媒体中心打破部门界限,打造全新的可视化综合团队,组建短视频新 闻"轻骑兵",统筹力量推进可视化内容的系统性建设。可视化新闻生产加快实现 提质增量,日均生产、发布短视频超过50条,其中访问量"10万+"成为家常便饭,访 问量"100万+"爆款数量成倍增长,通过可视化迭代,有效激活了"看万州"客户端 活跃度,全媒体平台传播力不断提升。

2023年,"看万州"客户端被评为全国地方党媒深度融合年度创新项目,首届 重庆报业深度融合发展创新优秀案例,更是被中宣部评为全国更具示范意义的7 个客户端之一。



## 王鑫:移动优先 内容为王 技术支撑 融合发展

赛罕区委宣传部副部长、赛罕区融媒体中心主任王鑫表示,移动优先、内容为王、 技术支撑、融合发展,这是媒体深度融合发展的导向。赛罕区融媒体中心自成立以来, 一直致力于技术方面的探索和实践。在短视频、无人机、直播等技术的迭代更新上做 了大量的探索和尝试;同时作为自治区"我帮你为民办实事"试点,首家实现融媒体中 心与党群服务中心、新时代文明实践中心、接诉即办指挥调度中心平台的技术贯通。

县级融媒体中心会涉及到的技术应用大概有媒体技术和信息技术两类。赛罕区 融媒体中心基于目前面临的形势和实际情况,利用第三方作为信息技术支撑是最优之 选。在建设期没有强大优势资金支持的前提下,以及有基础没数据、有思路没实力的 情况下,利用第三方的技术能力既可以对现有数据进行整合重构,又可以布局植入社 会治理的数据库架构。在以融媒体中心为主导的整合构建过程中,可以最大化优化资 源配置。

赛罕区融媒体中心从2019年开始建设,2020年通过验收。经过两年多的发展,现 已进入深度融合期。在各级媒体进入融合时期期间,除了不断加强自身建设、提高综 合能力、"造船出海"不断扩大传播力和影响力之外,还主动融合,"借船出海",不断扩 大朋友圈,增强影响力。

在融合联动中,通过建立与各类媒体的合作互动,变过去的竖向结构为现在的网 状结构,建立与中央、省、市、旗县媒体的联动互动,建立与商业媒体的联动互动等,共 同策划、联合推动,比如:"五一"期间,赛罕区融媒体中心与青橙融媒联合策划推出的 文旅宣传,重点围绕赛罕区"一山一河一湾四带"特点推出系列内容,引发热烈反响,同 时也融入市委宣传部"诗与远方从呼和浩特开始"的大宣传格局之中;通过"四心联 动",横向融合区级各部门各单位,积极探索、主动融入基层社会治理大格局当中,切实 为民办实事;媒体融合向基层延伸,探索在街道建立融媒工作站,培训人员,壮大队伍, 挖掘基层鲜活故事,提供一线生动事例。同时建立面向社区圈层的融媒账号,深入网 格群第一时间收集线索、发布信息;面向高校开启"融媒+高校"新模式,建立大学生实 训基地,提供实践项目,为大学生提供最接地气的社会实践机会。

为了更好地加强对各级媒体的互动联动,赛罕区融媒体中心正在尝试以"工作室" 模式与各级媒体展开合作,双方共同组建一个3至5人的工作团队,共同策划、一体化 宣传报道,利用上级媒体的专业优势和基层媒体的属地资源,有主题有目标有规模地 进行宣传报道。同时以联合工作室为基础,旗县融媒可以探索共享使用上级媒体的政

策、机制等,通过创新合作模式解决融合发展中的问题。

本版编辑:甘永康 蒋建波 马建伟 美编:马慧茹