

新民晚报社总编辑缪克构：

深化改革 守正创新 推进媒体融合纵深发展



谈及如何突出媒体在城市形象传播中的独特作用，新民晚报社总编辑缪克构认为：“第一是要凸显自身的辨识度。‘晚饭吃好，看《新民晚报》。’这首流传了几十年的上海童谣已然说明，在上海，读《新民晚报》早已成为许多人雷打不动的生活习惯。一直以来，《新民晚报》始终坚持‘飞入寻常百姓家’的办报宗旨，把人民群众的获得感、幸福感、安全感作为宣传报道的重中之重。如持续32年为民排忧解难的‘夏令热线’，着力为市民高效解决难点、痛点、堵点问题，截至7月25日，已受理市民诉求69.5万件。还有读者喜欢的《夜光杯》副刊，最大的特点就是百姓名人同台，文章雅俗共赏，加之其对上海风貌的传神再现与审美表达，不仅体现上海这座大都市本身所具有的特质和魅力，而且在建构上海城市精神、文化、品位等方面大有建树，带给读者独特的精神享受。”

“第二是要在新的传播格局当中与时俱进，产品要符合当代人的阅读习惯。”缪克构说，近年来，《新民晚报》积极探索传统媒体与新兴媒体融合发展，重点打造了一系列视频矩阵项目。如目前正在巴黎奥运会期间，《新民晚报》每晚力推两档系列视频直播。除此之外，针对高温天气如何降温、养老金最新政策解读等老百姓最关注的事情，《新民晚报》会通过媒体融合的呈现方式让消息更快地抵达读者。

“第三，我认为报纸现在已经不是纯粹的几张纸，而是一个新型的媒体机构，要通过自身的改革创新，为城市和国家的形象带来新的传播样式。例如，近年来，《新民晚报》举全报社之力打造‘老外讲故事’品牌，已成为外宣的知名IP，海内外总浏览量近40亿。今年，第五季‘老外讲故事’将在选题方向、叙事视角和结构形态上锐意创新，更精准服务国家外宣战略，服务上海‘商旅文体展’联动发展。目前，‘老外讲故事’品牌正在向长三角多地辐射。”缪克构表示。

营口新闻传媒中心党委副书记、总编辑王忠陆：

以党媒力量赋能城市文明和进步



营口新闻传媒中心党委副书记、总编辑王忠陆表示，中国媒体融合上升为国家战略已然十年，国家自上而下、自下而上地探索移动互联网时代媒体主力军进军主战场的融合改革，必然产生了很多案例、诸多探索。希望通过本次交流会进一步打开思路，学习经验，充分发挥党媒品牌优势，在城市品牌营销、媒体融合与文旅会展相结合等方面有所拓展，以党媒力量赋能城市文明和进步，让党媒成为服务城市高质量发展的战略性“硬核力量”和城市文化软实力的“硬支撑”。

王忠陆认为，党媒在城市形象传播和塑造中，首先是信息传达。现在人们的信息接触过度饱和，而信息的获取很大程度上取决于算法推荐，党媒若要在网络社会中占据重要的信息分发、交互的节点位置和角色，那聚焦的“热点”就不只取决于算法，还要有依靠党媒优势的新闻价值判断和把握能力。更重要的是，未来中国城市的传播一定是从现代传播走向高尚传播，尤其注重传播城市的精神、内涵，对城市文化的梳理总结、对城市精神的宣传倡导，是党媒一直在做，并要一直坚持下去的。

单纯新媒体算法的胜利，并不代表党媒价值的胜利。“老字号”的党媒，必须要实现主流媒体的创意传播，即视觉化、生活化、多元化，用这个时代的方式，和传统媒体的受众重新建立连接，进而承接本地文旅和产业发展需求，最后是为受众个性化需求。党媒如果有局限，首先是有社群局限，需要一点一点破圈培育。我们近年来在这方面有了一些思考和探索。

太原日报社社长边素庭：

感受青城魅力 携手融合发展



“有句话说：‘身未至，心已远’。虽然我是第一次来呼和浩特，但这座城市历史悠久，文化底蕴深厚，深深吸引着我。呼和浩特市有2400年建城史，是华夏文明的发祥地之一，也是国家历史文化名城。特色鲜明、历史悠久、作用突出是呼和浩特市的重要特色。山西和内蒙古是一家，紧紧相邻，往来频繁，交流广泛，相互融合，可以说是‘你中有我，我中有你’。作为两省区的首府城市，太原和呼和浩特有一种自然而然的亲近感。”太原日报社社长边素庭说。

边素庭表示，期待“百家党媒社长、总编辑看呼和浩特”带领我们进一步了解这座美丽的城市，感受这座城市的草原文化、民族风情，感受历史与现代交融的独特魅力，饱览这里的新成就、新面貌。更希望看到在媒体深度融合下，全国党媒赋能城市形象的新成就、新经验、新举措。

近年来，太原日报社积极探索建立“新闻+政务”“新闻+服务”“新闻+商务”的模式，不断增强自我造血机能。我们通过建立、完善考核制度和机制，鼓励编辑记者转变观念，放下身段，发挥自身优势，广泛挖掘资源，取得了一定成效。在工作中我们体会到，一是主流媒体担负引领社会舆论、传递社会主义核心价值观的重任。在当前形势下，主流媒体要坚持走“内容为王”、融合发展之路才能立于不败之地，这就要求我们通过建设媒体智库平台，有效整合媒体内外专家资源，切实提高新闻报道的专业性、新闻分析的“智慧量”、新闻产品的精准度。二是要在练好内功、加强外联两方面下功夫，做足文章。练好内功就是媒体要充分发挥编辑记者的调查分析能力与问题研究能力这一优势，鼓励编辑记者提升知识结构和学术素养，向“新闻+研究”综合型人才转型。加强外联就是媒体要发挥自身广泛的社会政治资源和权威的主流信息资源这一优势，主动对接社会各领域的专家人才，借力于智库进行新闻产品生产，把新闻产品做深做透，品优质良才能承担起引领导向等职责使命。三是主流媒体要持续在推进媒体深度融合上发力，推动主力军全面挺进主战场。

黑龙江省牡丹江市融媒体中心总编辑鞠晨：

以党媒优势多角度塑造城市形象



“此次活动既是党媒全面落实党的二十届三中全会精神的具体实践，也为展示地方党媒融合发展的新实践、新气象、新作为提供了平台。我很高兴能通过这次活动，近距离感受呼和浩特的城市风貌，相信会为我们下一步更好地塑造城市形象带来很多启发。”黑龙江省牡丹江市融媒体中心总编辑鞠晨在接受记者采访时说。

城市形象是国家形象的缩影，各个城市的形象汇聚成了国家的形象。鞠晨表示：“每个城市都有独具特色的历史文化、自然环境、人文景观等，我们要做的就是通过党媒的传播力量，在追寻、研究、交流的过程中更好地树立城市形象，通过多角度展示城市的风貌和特色，提升城市的影响力和软实力。”

鞠晨认为，在媒体融合时代，应充分发挥党媒现代传播和服务的作用，持续重视媒体深度融合，培养一支敢担当、会担当、能担当的全媒体人才队伍；综合运用媒体矩阵、媒介组合，丰富传播视角和内容，重视城市形象的全方位、多层次、多角度表达，塑造、传播和维护城市形象；集中报道特定主题的新闻事件，满足读者的深层次需求，展示城市的独特魅力和发展潜力，共同促进城市的全面发展和进步。

山西忻州日报社编委赵富杰：

毗邻而居 互相学习 增强互动交流



“忻州市与呼和浩特市毗邻而居，虽然两个城市相距不远，但我一直没有机会来。在我以往的了解中，呼和浩特市历史悠久，是一颗草原明珠，特别是近几年，文化旅游发展较快。这次来呼和浩特市深深地感受到了这座城市的魅力，不仅风景优美、气候宜人、街道整洁，而且当地人非常有礼貌、待人接物热情好客，让我特别舒心和愉快，感受到了一种回家的温暖。忻州市也是一座历史悠久、文化底蕴深厚的城市，与呼和浩特市有着很多相通之处，希望两市能有更多交流互动。”山西忻州日报社编委赵富杰对记者说。

在赵富杰看来，新时代下，党媒除了要在舆论宣传上发挥主渠道、主阵地、主力军的作用，还要适应时代发展需要，在转型发展、融合发展上下功夫，壮大媒体矩阵，丰富传播渠道和传播方式，增加对公众和读者的服务功能。此次“百家党媒社长、总编辑看呼和浩特”是一次全国媒体人的盛会，也是一次城市党媒间交流互动的良机，赵富杰表示，希望在这次大会中能更多的同仁沟通探讨，和更多的媒体人交朋友，向他们学习先进的办报理念，得以在学习中提升。

徐州报业传媒集团党委书记、社长卢波：

让“小新闻”走向“大传播”



“来到这里我能够感受到多元文化的交汇与融合，尤其是浓厚的蒙古族文化氛围，让这座城市在现代化发展的道路上依然保留着质朴与自然的和谐美。”徐州报业传媒集团党委书记、社长卢波向记者说着他对呼和浩特的感受。

“我这次非常期待跟各行业媒体人共同感受呼和浩特市高质量发展的新风貌、新进展、新成效。”卢波对此次大会满是期待，“希望能够跟大家深入交流报业融合发展的新技术、新思维，探索在智慧化改造与数字化转型时代下如何打响新质生产力的第一枪，通过深入探讨行业现状与发展趋势，帮助彼此在行业发展的道路上找到一个更为清晰的方向，共成长、同进步。”

谈及如何突出党媒在城市形象传播中的独特作用和价值，卢波表示，“移动媒介延伸人类感官的当下，任何一座城市都有一举成名的机会。淄博、哈尔滨、大唐不夜城等的一夜走红，得益于主流媒体的‘大制作’和全民的微共创，而内容供给的多样性也构建了更加场景式、立体化的城市形象。”

他认为，“小新闻”走向“大传播”，主流媒体不仅仅是媒体，而是随着“大传播”概念的引入，从新闻传播到场景传播、空间传播、形象传播，流量以大众情绪的“靶心”为转移，在传播上呈现出更有活力、更专业、更能提供情绪价值的内容。“今年，徐州报业传媒集团旗下的《都市晨报》改版就放弃曾经严肃刻板形象，采用轻松活泼的‘大传播’，利用微短剧、透视特刊、视频直播、线下快闪活动等多元传播方式，立体化展现城市年轻、活泼的形象。”卢波说。