

国家百种重点期刊
全国新闻核心期刊

2022·03 (上)

新闻战线

THE PRESS

人民日报社 主管主办

记录伟大时代 凝聚磅礴力量

科技强媒，以“智媒+”引领新型主流媒体建设

加强网络空间生态治理 推进国际传播能力建设

走好新时代网上群众路线

媒体融合发展的重点领域与应用

ISSN 0257-5930



9 770257 593004

人民日报社主管主办



编辑出版 新闻战线杂志社
刊名题字 邵华泽

总编辑 王刚
副总编辑 冷梅
李伟红
编辑部主任 陈利云
执行主编 武艳珍

通讯地址 北京市朝阳区金台西路2号
邮政编码 100733
信箱 rmbnewsfront@163.com
电话 010-65369252
传真 010-65369252
网址 www.people.com.cn
印刷 北京博海升彩色印刷有限公司

邮发代号 2-568
国内统一连续出版物号 CN11-1337/G2
国际标准连续出版物号 ISSN0257-5930
广告发布登记证 京朝市监广登字20200009号
国内发行 全国各地邮局
邮购处 新闻战线发行部
发行部电话 010-65369259
发行部邮箱 xwzxdy@126.com
国外代号 M-136
国外发行 中国国际图书贸易总公司
(北京399信箱)
出版日期 上半月刊每月15日
下半月刊每月25日
定价 15元

开户行 中国光大银行北京建国门支行
开户名称 人民日报社计划财务部资金管理处
账号 083505120100330200228
附言 新闻战线



新闻战线微信公号二维码

视觉总监 徐南喻瑾

网络合作



2022/08 (上)

深入学习贯彻习近平总书记关于新闻舆论工作的重要论述

- 2 | 记录伟大时代 凝聚磅礴力量 张百新
- 5 | 科技强媒，以“智媒+”引领新型主流媒体建设 李鹏
- 8 | 加强网络空间生态治理 推进国际传播能力建设 刘国强

前沿关注 Frontiers

【“新闻+政务服务商务”的基层探索】

媒体融合发展要把社会思想文化公共资源、社会治理大数据、政策制定权的制度优势转化为巩固壮大主流思想舆论的综合优势。深度融合发展中，各级媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的融合创新，不仅体现了主流媒体的使命担当，也为做大做强新型主流媒体、不断巩固和壮大党的宣传思想文化阵地带来新的启发。

- 14 | 走好新时代网上群众路线 潘健 杨佳 唐嘉艺 曾帆
- 17 | 双轮驱动，引领健康传播新航向 邓海华
- 20 | 技术赋能，构建智能化数据库平台 梁辉
- 23 | 以创新破困局开新局，努力推进媒体融合发展 李陈续
- 25 | “指尖”问政，找准深融路径 周治友
- 28 | “一体化”深融的创新实践探索 李强 陈东升
- 31 | 坚持内容为王，拓展“1+N”政务服务 屈艳枝 厉思璇
- 35 | 探索数字化转型，提升媒体传播力 肖颖
- 39 | “新闻+政务服务商务”运营的太仓样本 张忠 李华
- 42 | 基于区域资源的“三智化”转型探索 郭全中

传媒观察 Media Observation

- 47 | 媒体融合发展的重点领域与应用 赵子忠 聂颖

实践天地 Media Practice

- 50 | 记录时代风云 聚焦鲜活典型 创新表达方式
曹阳葵 吴艳荣
- 53 | 在碎片化阅读时代, 专注打造“深悦读”
赵永胜
- 57 | 融媒环境下都市类报纸的内容生产
董 舰
- 60 | 体现责任担当 实现双效共赢
丰晓原
- 63 | 区域媒体要做出“烟火味”
马 跃

新媒在线 New Media

- 66 | 用“三个思维”打造融媒新生态
肖和平 屈金轶
- 70 | 主题报道条漫作品的传播效能
雷彦平
- 73 | 新闻短视频生产的路径探析
王 克
- 77 | “短直慢”: 县域融媒体的新“视”界
周 溢

研究走廊 Research Column

- 80 | 智能传播时代虚拟与现实的交融
李嘉卓
- 84 | 融媒时代如何做好科技新闻传播
郑 焱

- 88 | 新媒体时代新闻摄影品质提升策略
严 龙
- 90 | “双碳”背景下的气候传播问题分析
张春燕
- 93 | 深融语境下文化报道的创新
林大为
- 96 | 加强“三审”制 把好安全关
薛桂荣

业务广角 Journalistic Work

- 99 | 创新表达方式 凝聚情感共识
朱永祥 雷 漾 王梦菲
- 103 | 以“四说”推进主流媒体内容优化
陈煜晃
- 107 | 政务发布平台的角色定位及其作用
张 姝 吴幼祥
- 110 | 用纪录片讲好中国乡村振兴故事
孙 晖
- 113 | “科技+文艺”: 创新形式传播军营文化
邢 晋 孙庆秀
- 116 | 行业报提升编采人员综合素质的路径
张灯林 虞 璐 张佳鑫



探索数字化转型，提升媒体传播力

——海峡都市报的探索与实践

运用“大数据+AI”、区块链等技术，将新闻资讯服务、家政服务、商城购买服务等转移至线上，进行渠道整合、产业互联，推进营销一体化，有利于实现全产业链体系的持久变现，提升媒体传播力，推进媒体深度融合发展。海峡都市报“智慧海都”产业数字化平台入选“2021年报业深度融合创新发展创新案例”，其创新路径为纸媒数字化转型提供了启发。

● 肖颖

随着互联网技术的快速发展，舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化，信息无处不在、无所不及、无人不用，“人工智能”“智库媒体”“服务型媒体”等成为纸媒转型的高频词汇。一些纸媒纷纷成立传媒公司或互联网公司，主打经贸文化旅游活动牌，向外输出自主研发的技术应用。但在激烈的竞争中，主打“活动牌”的蛋糕份额日益缩小。很多技术应用投入巨大却欠缺市场竞争力，难以形成持久产业来增加营收。

千帆过尽，百舸争流。纸媒应发挥自身优势，借力新技术，积极向数字化迈进。海峡都市报（以下简称“海都报”）构建“智慧海都”产业数字化平台的探索和实践，或能提供一些思路。

打造产业数字化平台，实现全产业链持久变现

在经历了由盛转衰的阵痛后，海都报果断迈入数字化转型之路。2020年伊始，海都报从实际出发，

提出了“从以新闻为中心向以影响力为中心转型，从报纸、互联网平台向移动互联网平台转型，从产业实体化向产业数字化转型”的战略目标，倾全社会之力打造“智慧海都”产业数字化平台。

重塑业务体系，打造产业数字化平台

“智慧海都”产业数字化平台的技术支撑来自中国电子科技集团新型智慧城市研究院。平台以APP为主要终端出口，以“数据驱动增长”为理念，瞄准“AI+媒体+产业”的发展方向，借力大数据、人工智能、区块链、VR等新技术，注重用户个性化需求，进行精准投放，形成跨媒体、社群营销、万物智联的网络购物、交互生活圈。

通过建设产业数字化平台，海都报优化自身平台矩阵近三千万粉丝群的服务体验，打破了因平台独立数据壁垒形成的“数据孤岛”局面，实现了多平台数据的融汇。“智慧海都”产业数字化平台以区块链技术构建数据可信体系，以大数据技术提升数据生产力，以人工智能技术提升精准服务能力，重塑内容和业务



“智慧海都”产业数字化平台在移动端实现对用户生活的全覆盖。

产品体系，整合现有资源，再造数据价值，着力打造统一的移动互联网入口、核心的数据生产力平台、先进的智库产业群。

渠道整合、产业互联，促进“影响力变现”

近年来，由主流媒体研发上线的新闻类APP不断涌现，虽有优质新闻内容和附加服务支撑，但大多数定位及功能相对单一。必须不断增强黏性、提升影响力，以确保持续变现。

“智慧海都”产业数字化平台走的是“影响力变现”之路，它不是新闻内容的直接营销，也不是媒体项目的一锤子买卖，而是全产业、成体系的持久性变现。2020年9月，平台一期上线四个板块：海都播报、海都到家、海都教育、海都商城。

海都播报：将报纸及官方微信、微博等“海都系”新媒体矩阵的粉丝资源、优质原创新闻资源整合至平台，立足市民报特点，重点打造舆论监督栏目《海都调查》、民生服务栏目《海都帮帮》，并结合动画、3D、AI等技术，制作手绘动画产品、3D动画新闻、3D地图新闻等，为用户带来耳目一新的阅读体验。同时，通过AI算法精准推送，提供有效的本地新闻信息服务。

海都到家：将海都报500多项服务搬到线上，范围几乎囊括百姓家居生活的方方面面。大到新房装修，小到灭蚁灭蟑螂及日常水电管道修理、保洁、清洗等，都能一键下单解决。该板块引入最新的“区块链”“大数据后台”“社区小程序”运营概念，在移动互联网端形成“下单一服务一售后一评价”的使用闭环。在结算环节设置屏障，避免出现线上下单线下跳单的情形，保障服务品质。同时，在平台推出商家服务费清分功能，确保所有流水在平台滚动。这一板块具有“家居生活全包围”的特点，因黏性较强，为平台日活做了加持，又因“入户到人”的特点，打通了“宣传的最后一米”，进而反哺品牌。

海都教育：教育即民生。海都报联手福建龙头企业网龙网络有限公司打造“全年龄段学习教育平台”。涵盖幼儿阶段“福建省学前教育公共服务平台”、K12阶段“网教通”教学辅导公共服务平台、职业成人教育阶段“101备考”平台。同时，将引入职业培训、继续教育，并瞄准老年人市场，积极开拓老年教育业务。

海都商城：这一板块区别于现有的大型成熟电商，重点突出“国家地理标志”特色，定位“少而精”，打造“一县一品”特色农产品，与服务“三农”结合，发挥主流媒体宣传优势，推介自身产品的同时，带动乡村产业宣传。同时，利用自身优势资源开拓大客户，打通“工会采购”渠道等。

除上述4个板块外，已在建设中的二期板块还有“海都金融”“海都民生”“生育与健康”“投诉”等。

“数字化时代的核心是渠道重组、产业互联、营销一体化”^①。无论是已建成使用的四大板块还是建设中的新板块，“智慧海都”各平台不是各自独立的，而是

从最初的顶层设计开始,再到上线后的应用推广,都将“相依相存、相互融合、持续发展”的原则贯穿始终。用户在平台上阅读新闻,可累积积分,积分可兑换家政服务、商城商品及线上教育课包。通过家政、商城和教育板块的用户沉淀,经过数据收集及分析形成画像,为新闻的精准送达提供依据,让“信息找人”更为迅速准确。正如国内领先的数字商业云服务提供商云徙科技的咨询师所说的那样——打通全渠道客户,让数据孤岛融入场景,将数据转换为个性化营销、差异化服务,成为新一代企业间竞争的利器。^⑤

实施数字营销策略,提升媒体传播力

依托自有平台,新闻宣传有了更多可能性。相信许多同行都有这样的无奈:新闻宣传、活动推广若使用微信、微博或其他互联网平台时,总是有这样或那样的掣肘,辛辛苦苦做完一个宣传项目后,用户数据却无法沉淀下来充分为己所用。自有平台正好解决了上述问题。

2021年春节期间,“智慧海都”产业数字化平台为福建省文旅厅定制推出“福建十大标识评选”活动,得到福建省委书记尹力的批示,全省超500万人参与投票。部分县域还专门录制了相关宣传节目,在当地滚动播放。海都报借助自有平台,传播力和影响力得到进一步提升。

虽自有平台用户量不及今日头条等大平台,但其为主体服务,可定制开发,灵活多样、充满个性,在本地传播力较强,同样能够获得广大用户和客户的好评与喜爱。经过一轮轮拉流、沉淀大量用户数据,为开启数字营销、对传统营销进行在线化和智能化改造,进而帮助企业构建营销闭环提供了可能。数字营销成为企业数字化转型的重要突破口。

“智慧海都”产业数字化平台就数字营销策略进行了一系列探索。如,“中秋王中王”线上博饼活动,对以往参与用户、覆盖区域作出分析及筛选,对活动体量进行预判。平台根据客户需求及用户画像智能推荐,并对转化率进行实时监控。活动结束后,数据分析人员为广告客户提供报告。这一系列举措,让活动在开启的第二年就打开了知名度,数字营销闭环链条初具雏形。

2020年8月,在全国报刊经营总结表彰大会上,百余家报刊媒体共商破局之道,封面新闻首席内容运营官卢荡一针见血地指出,传统媒体处于传播金字塔的底层,在数字化浪潮风起云涌的今天,如何进阶到金字塔中段的“平台层”甚至顶部“媒体构建生态层”,并没有人给出答案,但海都报提出并付诸实践的构建产业数字化平台,完全有可能实现传统媒体的进阶逆袭。

2021年4月26日,福建省数字办发布了205项数字经济应用场景,“智慧海都”产业数字化平台被列入其中。12月20日,国家新闻出版署公布2021年中国报业深度融合创新发展创新案例名单,“智慧海都”产业数字化平台作为“媒体+政务服务商务类”入选,是福建省唯一入选的媒体。国家新闻出版署这样评价入选的媒体项目:创新案例展现了报业在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的融合创新,体现了我国报业担当新时代宣传思想工作使命任务、深度融合发展的积极探索和最新成效,具有较强的代表性和示范性。

转型、改革、赋能,推进深度融合发展

变革时代,海都报幸运地找到了一条正确的产业数字化转型路径,搭建了“智慧海都”产业数字化平台。在向着目标不断迈进的过程中,更加深刻地认识到,推进深度融合发展,要坚定不移推进转型、改革、赋能。

坚持数字化转型

2021年9月,中办、国办印发《加强网络文明建设的意见》,明确指出:“加大中央和地方主要新闻单位、重点新闻网站等主流媒体移动端建设推广力度。”媒体转型,不进则退,互联网技术变革周期再难以“年”计算,变革机遇更是转瞬即逝。纸媒要积极从二维空间向三维空间拓展,引进特殊人才,突破传播形态的单一性,实现音视频、动画、3D技术等突破;要在最短时间内将积淀的内容资源、产业资源、品牌资源等转向线上发展,重视并运营私域流量,积累数据资源,在数字营销板块寻求突破,向数字化转型坚定不移地迈进。

深化体制机制改革

没有体制机制的保障,转型便是一句空话。“智

“智慧海都”产业数字化平台上线之前，海都报确立了平台优先与新闻首发的原则，就采编流程再造，提出了“超市中台”的设计：即一个采访中心将素材收集上架，多个制作部门按需选品制作，多形式多渠道分发。同时，将原新媒体编辑部门升级为“数字产品研发中心”，成立音视频产品实验室、动画产品实验室、3D产品实验室，负责数字产品的研究、设计、生产、播发。除此之外，海都报调整了既有的薪酬体系与考核指挥棒，弱化“计件制”，强调数据考核及团队评分，激励采编人员发挥创造性、发扬团队精神。

在竞争激烈的当下，采编流程再造和薪酬体系变化对于媒体转型来说，仅仅只是“小步快走”，无法满足“大步向前”的转型节奏。许多传统媒体内部依然存在部门林立、多头指挥、多层审批的局面，应深化机构改革，采取“企业大中台”的组织模式。

中台化的组织方式就是在企业内部构建统一的协同平台，一方面，保证各业务部门相对独立，保证对业务的敏感与创新；另一方面，用一个强大的平台来对这些部门进行总协调和支持，最大程度减少重复“造轮子”。^①将传统的层递型串联式管理体制，向“一个中台”的辐射型并联式管理体制迈进，可有效降低内耗、提升生产效率。

持续推进技术赋能

今日头条、抖音、腾讯等平台之所以获得用户青睐，产生强黏性，主要因为他们不断通过技术创新满足用户需求，想用户所想，以用户为中心。互联网时代，纸媒应进一步强化“以人为本”的用户思维，主



2020年9月，海峡都市报推出“智慧海都”平台。

动走近用户。

实践证明，若要赢得用户关注，必须与用户形成长期稳定的互动，技术赋能必须持续不断地推进。“传统纸媒，要对新技术保持足够的敏感，注重新技术的创新运用，增进内容与先进技术的对接，在技术赋能下释放内容生产力、传播力。”^②

“技术赋能”有着深刻的内涵，覆盖面广、影响力大。海都报的线下产业通过赋能，形成了“智慧海都”产业数字化平台。该平台作为产业终端、业务前台，还

需要更加强大的“智慧业务中台”与之配套，这与体制机制的建设环环相扣。主导企业高速运转的“大中台”机构还需通过技术赋能，基于“大数据+AI”等关键技术，提升传统纸媒新闻生产力、内容管理力、加速传播力，通过“智慧业务中台”，全面实现创新技术对传统媒体业务前台、中台、后台的赋能。这样的变革，不以人的意志为转移，媒体人唯有抓住机遇、勇往直前。^③

（作者系海峡都市报社融委会委员、数字产品研发中心主任）

责任编辑：陈利云

注释：

①用友网络科技股份有限公司：《企业数字化目标、路径与实践》，中信出版集团2019年版，第40页、第48页。

②③陈新宇、罗家鹰、邓通、江威等：《中台战略：中台建设与数字商业》，机械工业出版社2019年版，第30页、第48页。

④汪振泽：《融媒体背景下传统纸媒视频化转向——以〈新京报〉为例》，《传媒》2021年8月（上）。



THE PRESS

人民日报社 主管主办