

走好创新之路 推进媒体融合

山东省委宣传部分管日常工作的副部长 袁艳春

推进媒体深度融合发展,山东在实践中不断创新探索。

一是着力提升引导力。山东建立重大选题策划机制,出台《推动正能量实现大流量的若干措施》,完善突发敏感舆情应对处置机制,打造基于大数据的传播力评价体系。二是着力提升影响力。山东整合资源“一盘棋”,搭建技术领先、自主可控的省级融媒体技术平台,建立“一键

统发”传播机制,与中央媒体和省外媒体、商业平台建立全平台合作机制。三是着力提升公信力。山东推动县级融媒体中心建好网上便民服务、网上诉求办理、文旅资源惠民、乡村振兴服务、视听内容服务“五大中心”,搭建“一站式”掌上服务平台。四是着力提升传播力。大众报业集团建强智慧媒体实验室,山东广播电视台研发了数字虚拟主播等。

整合各类资源 提升传播效能

云南日报报业集团党委书记、社长 何祖坤

云南省南亚东南亚区域国际传播中心在云南日报报业集团成立一年多来,围绕“打造服务中国面向南亚东南亚辐射中心建设的主阵地、中国面向南亚东南亚国际传播的试验田、讲好美丽中国七彩云南故事的新高地”提升国际传播效能。

一是突出“一国一策”,设立区域国别传播研究中心,用本土化传播提升中国故

事、中国声音的接受度、传播力、影响力。二是注重“一国多策”,对不同人群和信息需求,用定制化服务,让对象国民众听得到、听得懂、记得住。

三是机制创新+技术赋能,整合各类平台资源,形成“统一策划、一次采集、多元生成、差异表达、全媒传播”的国际传播模式,并建设自主可控、安全实用的国际传播和技术平台。

依托自身优势 传播中国声音

黑龙江省委宣传部部务委员 赵迎春

多年来,黑龙江依托自身优势,对外传播把握“以俄罗斯为重点,兼顾日本、韩国,立足东北亚,面向全世界”工作定位,努力为营造良好国际舆论环境作出贡献。

一是夯基固本,打通交流“主渠道”。建设黑龙江东北亚国际传播中心,形成国际传播矩阵。二是以文传声,促进民众“心交融”。挖掘冰雪、非

遗、美景、美食等受众感兴趣的文化元素,促进中外民众心意交融。三是借船出海。深化与周边国家媒体的交流合作,不断扩大知华友华的国际舆论朋友圈。四是知行合一,用好工作“辩证法”。着重把握好3个辩证关系,即陈情与说理的关系、音量与质量的关系、人才与创新的关系,讲好中国故事,切实提升传播质效。

发挥品牌优势 提供专业服务

贵州遵义市委常委、宣传部部长、统战部部长 孟麟

近年来,贵州省遵义市加快推进媒体深度融合改革工作,在体制机制上“稳步融”,在内容生产上“深度融”,在运营方式上“创值融”。

今年9月,遵义市整合遵义日报社、遵义市广播电视台、遵义杂志社,组建成立了遵义市新闻传媒中心,组建成立遵义融媒传媒(集团)。内容生产上,着力打造“一体策划、一次采集、

多种生成、多元传播”的内容生产流程体系。运营方式上,发挥品牌优势,拓展资源优势、挖掘产业优势,提供专业服务。

遵义将全力“做强中心、做大集团”,努力将新闻传媒中心打造成为区域性新型主流媒体,将融媒传媒(集团)打造为区域性新型文化龙头企业,力争推出更多优质内容。

深度解读行业 广泛传播价值

国家电力投资集团有限公司宣传与群团部主任、新闻中心主任 简明照

10年来,国家电投以新机制、新平台,开创媒体融合传播新局面,讲好新能源走入百姓家的故事。

让组织功能不断破圈。国家电投较早建成融媒体中心 and 融媒体采编管理平台,打破不同渠道壁垒,实现互联互通。

让内容生产接连出圈。注重原创、共创、联创,通过冒热气、接地气、有温

度的内容,宣介能源产业发展新实践,与媒体记者一同深度解读行业及公众关注话题。

让传播价值跨界扩圈。重点报道“暖核一号”等有价值的新闻事件。围绕文化活动及节日进行策划,通过海外社交平台及项目传播中国文化。扩展自身职能,我们与国际业务部门共同搭建国际交流平台,传播绿色发展议题。

履行社会责任 提升品牌影响

中国远洋海运集团有限公司公共关系本部副总经理 康炳建

中远海运集团着力提升品牌价值创造能力,服务集团全球化布局 and 经营发展。

推动互利共赢,夯实国际传播基础。中远海运集团比雷埃夫斯港项目,被誉为中国与希腊共建“一带一路”的典范。比雷埃夫斯港年吞吐量世界排名从2010年的第九十三位提升至2022年的第三十八位。

积极统筹协调,丰富国际传播手段。中远海运集团借助共建“一带一路”倡议

提出10周年契机,与境内外媒体合作开展相关主题宣传,展示公开、透明、奉献社会的中国企业形象。

履行社会责任,提升国际传播影响力。集团旗下中远海运慈善基金会围绕共建“一带一路”主题,开辟“远航·丝路”等慈善项目,促进海外民众对集团品牌的认知。集团还充分利用航运物流资源优势,为我国红十字会慈善援外物资提供无偿运输服务。

搭建交流平台 彰显社会价值

中电光谷联合控股有限公司副总经理 仇海波

中电光谷始终把文化强国战略和促进文化传承发展落实到企业发展和品牌传播之中。

搭建国内外艺术交流的平台和桥梁。中电光谷创办非营利性社会美术馆——合美术馆,举办大量国际交流展,让市民在武汉便可欣赏世界各地优秀艺术家的作品。

推动艺术融入城市建设和产业发

展。发挥艺术在服务经济社会发展中的重要作用,让艺术为产业赋能。近年来,我们举办了很多城市公共艺术活动,让艺术更广泛地进入市民生活。

用艺术赋能乡村振兴。公司品牌项目“大地有光”每年举办一季,邀请艺术家、设计师、高校师生介入乡村特色农产品的艺术升级和改造,增加农民收入,为当地产业带来经济效益。

2023媒体融合发展论坛
Media Integration and Development Forum 2023

把握融合规律 提升传播质效

扩大对外开放 促进交流互鉴

湖北武汉市委常委、宣传部部长 吴朝安

习近平总书记强调:“着力加强国际传播能力建设、促进文明交流互鉴”。这为我们做好新时代国际传播工作提供了根本遵循。

10年来,武汉持续扩大对外开放,强化国际交流传播,努力讲好中国故事中的武汉篇章。我们主动融入国家外宣大局,以开展湖北全球特别推介、举办《湿地公约》第十四届缔约方大会

等为契机,让世界从武汉读懂中国。我们不断深化文明交流互鉴,邀请近20个国家和地区参加中国(武汉)文化旅游博览会,接连举办多个国际性文化交流活动。

我们将全面贯彻党的二十大精神,以习近平文化思想为指导,坚持文化交流、平台建设、精准传播一体推进,为塑造可信、可爱、可敬的中国形象作出武汉贡献。

发挥舆论功能 强化社会连接

长江日报社党委书记、社长 陈光

在万物皆媒、人人都有麦克风的今天,城市党媒要发挥好自身的舆论功能,必须努力做到“三个不可替代”。

一是作为党执政资源的不可替代。媒体是党的重要执政资源,媒体融合必须始终高举旗帜、引领导向。二是作为城市运行机制的不可替代。要强化党媒的社会连接功能,就必须更好发挥桥梁纽带作用。长江日报运营的武汉城市留言板,每

天办理群众诉求两三千件,以此为依托推出的视频调查栏目,解决了许多群众急难愁盼的事。三是作为专业传播机构的不可替代。主流媒体要做其他传播主体做不了、做不好的事情。金口垃圾填埋场被改造为武汉园博园后,长江日报记者关注到周边10万中低收入居民的生活环境由此大幅改善,这一案例被列入中国人权事业发展案例向世界发布。

发展数字经济 提供技术支撑

湖北武汉临空港经开区管委会主任、东西湖区区长 周明

10年来,武汉临空港经开区坚持创新驱动发展战略,区域经济能级和城市功能不断提升。

我们紧紧抓住建设国家网络安全人才与创新基地的机遇,牢牢把握新科技革命浪潮,推动数字经济与实体经济深度融合。

网安学院正式开学,武汉金银湖实验室、黄鹤网络安全实验室组建运营,国内

网安50强企业近半数入驻,网安产业集群入选工信部中小企业特色产业群,人才、技术、产业融合发展的良好生态初具雏形。

网安技术的飞速发展,为媒体融合发展提供了有力支撑。我们将以媒体融合发展更好赋能临空港经济社会高质量发展,加快打造具有国际影响力的“中国网谷”。

汇聚融合力量 壮大主流舆论

河北张家口市委常委、宣传部部长、统战部部长 燕旺林

在北京冬奥会期间,河北张家口市借助中央媒体,协同兄弟省市媒体,融合城内媒体,用好国际传播渠道,构建起融媒宣传矩阵,境内外刊播报道阅读量达36亿次。设立非注册媒体接待站,建立丰富的新闻素材库、故事库。

以“河山”新闻客户端作为全市宣传的总平台,整合主流媒体和各县区融媒体

中心各级各类资源,打造“河山”系列产品,构建起由450多个官方社交账号组成的发布矩阵,形成全市“一盘棋、一张网”媒体融合发展格局。

坚持在接地气、转文风、广覆盖上下功夫,用朴实、朴实的风格打动人心、凝聚人心。打造“智能党报”等移动化、可视化产品,推出“凡人微光”“张家口好故事”等策划。

讲好中国故事 贡献央企力量

南方电网数字传媒科技有限公司党委副书记 肖谦

南方电网公司在参与高质量共建“一带一路”的过程中,通过突出发展主题、塑造传播高光点,突出民心主题、培育传播共情点和加强媒体合作,找准传播合力点,坚持讲好责任、生态、科技、人文企业故事,塑造中央企业良好海外形象。

在对外宣传的实践中,把握3点原则:一是内容策划坚持国别化、分众化,

用“小而美”的故事打动人;二是表达形式注重可视化、互动化,用短视频、微电影等生动的传播形式吸引人,在社交对话中建立感情认同;三是在合作交流中坚持多元化、立体化,构建友好传播网络。

南方电网公司将进一步提升国际传播能力,为“讲好中国故事、传播好中国声音”贡献央企力量。

坚持全球视野 创新传播体系

中国交通建设集团有限公司企业文化部执行总经理、新闻中心主任 查长苗

作为第一批走出国门的中国企业,中交集团始终重视国际传播工作,在国际舞台上展现负责任的企业形象。

共享发展机遇,在互联互通中做美好生活建设者。在海外,中交集团架设“连心桥”200余座、铺就“致富路”超13000公里、建设“发展港”150多个。

深化文明交融,在履践诺言中做中外友谊传递者。中交集团担当人才培养孵

化器,海外属地化率超过80%,外籍员工总数超8万人;担当突发事件应急队,员工张林在坦桑尼亚空难中勇救当地幼儿,被誉为“中非友谊大树上的一朵新花”。

创新传播体系,在美与中共中做中国故事讲述者。中交集团运营英法西葡阿五个语种外文网站,并举办开放日,邀请数百位外国使节、记者及民众走进中交项目。

深耕传播内容 塑造品牌形象

湖南农业发展投资集团有限公司党委副书记、副董事长、总经理 杨正华

湖南农业集团以融合创新、渠道建设为重点,深耕传播内容,打造“立体式、全景式、延伸式”传播矩阵,持续追求品牌宣传创新。

湖南农业集团持续加快“农业大品牌”建设,加强与主流媒体战略互动,打造集团企业文化和品牌传播的话语体系,牢牢把握舆论宣传主动权;依托品牌宣传的全新融媒格局,不断延展传播链条,强化

各二级企业品牌宣传策划,打造网红IP,营造强大声势;通过“优质内容+特色活动”双轮驱动,形成品牌营销新势能;举办红色文化活动,助力乡村振兴,服务救灾捐赠,推动“湘品出湘”“品牌出海”不断取得新成效。

下一步,湖南农业集团将进一步深入实施品牌战略,以媒体融合发展塑造农业品牌形象。