



林虹

“一网一报两微”立体传播

8月2日，海外网演播室来了一位嘉宾——浙江省仙居县1667年来的第一位女县长林虹。之前，本报记者随首都女记者协会到仙居采访，仙居的好山好水自是让人印象深刻，而当地政府巧用新媒体立体传播的积极态度同样让人印象深刻。记者在仙居县委宣传部外宣办主任张晔的热情推介下扫描了“掌上仙居”公众微信号，仙居的美景美图、好人好事总是活跃地出现在我的手机上。

“从2013年开始，仙居县先后开通仙居手机报、‘掌上仙居’公众微信、仙居新闻微博、手机仙居新闻网。”林虹介绍说，“‘一网一报两微’把传播载体由电脑终端向手机终端延伸，及时、权威地发布各类信息，让网民又增加了一个与政府联系的途径和了解仙居的窗口；同时，政府部门也有了一个广听民声、广集民意的新渠道。”

值得一提的是，在传播新阵地中，仙居手机报长期开设的“慈孝仙居”、“实干论英雄”、“图说新闻”、“微仙居”、“第三只眼”、“看天下”等固定栏目，通过文字、图片等形式即时发布最新动态信息，深入解读方针政策，客观分析社会热点，成为手机报中王牌式的栏目。

在海外网的视频访谈中，林虹对新媒体视野中的仙居做了更鲜活的介绍和展示。

入选国家公园试点县

仙居有1600多年的建县历史。早在公元347年即单独设县，名乐安。公元930年改名为永安县。公元1007年宋真宗赵恒以其“洞天名山，屏蔽周卫，而多神仙之宅”下诏改永安为仙居，意为仙人居住的地方。

“仙居有距今7000多年新石器时期的下汤文化遗址，是浙南最早有人类活动的地区；有至今尚未破译的国内八大奇文之一的蝌蚪文；有保存完好的明清时代的幡滩古街和高迁古民居；有中国道教第十洞天括苍洞、江南最早的寺院石头禅院和宋代大理学家朱熹送子求学的桐江书院，朱熹的劝学诗在仙居可谓家喻户晓；另外，‘中华第一灯’——仙居针刺无骨花灯是历朝贡品，是国家级非物质文化遗产。”说起仙居的历史，林虹如数家珍。“‘沧海桑田’‘逢人说项’等成语典故就出自仙居而来。”

“仙居除了美丽的传说，更有优良的生态环境，优美的

自然风光。”林虹告诉记者，日前，仙居被国家环保部列为全国两个国家公园试点县之一。“仙居坚持‘生态立县’发展战略，严格的生态保护为仙居保留了异常丰富可贵的生态资源，可以说是山、水、林、空气俱佳。”

指尖上的“仙居”显山露水

本报记者 徐蕾

林虹介绍说，仙居80%县域面积都是山。最著名的就是李白笔下的天姥山，我们现在把它开发成神仙居景区，那也是目前世界上规模最大、保存最完整、最具典型性的火山流纹岩地貌。

“仙居的水能养人，更能醉人。仙居水资源总量22亿多立方米，人均水资源量是浙江省的2倍左右，是浙江省最大的水源涵养地之一。”林虹拿数据说话。说到森林，林虹表示，仙居县内森林覆盖率高达77.9%以上，括苍山自然保护区内保存完好的中亚热带常绿阔叶林更被称为是浙江省罕见的天然植物“基因库”和动植物“博物馆”。“到过仙居的人，都忘不了那里的空气。”林虹笑着说，仙居的空气可以当商品来卖，境内空气质量达到国家一级标准。“景区负氧离子含量更是奇高，平均每立方厘米2.1万个，最高处每立方厘米达8万多个，是名副其实的‘天然氧吧’。”

“对于仙居来说，建设国家公园是一个契机和抓手，我们的最终目的是推进生态文明建设。”林虹自信满满。

“六美”仙居进行时

仙居不仅山美水美，还有味美的杨梅。

“世界杨梅在中国，中国杨梅在浙江，浙江杨梅数仙居。”林虹毫不吝啬对仙居杨梅的赞誉，“杨梅不仅能直接增加农民收入，而且还带动了旅游产业，为农民增收提供了新的门路。我们每年举办杨梅节，推出杨梅果园观光游，全县宾馆、酒店、农家乐和杨梅果农生意兴隆，带动了第三产业发展。每年的杨梅节给仙居的‘三产’带来了3亿多元经济效益。”林虹告诉记者，在旅游

休闲产业蓬勃发展的同时，仙居的景观房产、商贸流通、现代物流、总部经济、金融服务、文化创意、养老服务等服务新兴产业正在加快发展。

“党的十八大提出了美丽中国的建设目标，浙江省也提出建设美丽浙江、创造美好生活‘两美建设’的战略目标。”林虹说，“接下来，仙居将从六个方面去做，打造壮美神仙居、柔美永安溪、秀美田园、和美乡村、‘醉’美新城，最重要的当然是‘善美仙居人’。仙居是慈孝之乡，我们要把‘善美仙居人’的名号打响。”

“经济发展了，生态好了，大家幸福指数提高了，就更要怀着感恩的心，多做善事。”林虹热情地发出了邀请，“欢迎八方游客到仙人居住的地方，感受仙居的人杰地灵。”记者补充道：一时来不了的，请先关注“掌上仙居”！



仙居一景 徐小凤摄

网友评报



甲午割台 不是大陆不要台湾

8月4日海外版03版

摘要：120年过去，沧海桑田，改变了台湾命运的甲午战争对大多数台湾人来说已是档案馆里的故纸。“清廷被日本打败了，就不要我们台湾了，用我们来换取和平。”这是为数不少的台湾人对两个甲子前甲午之年的印象。近日，“甲午风云 宝岛悲歌”跨世纪大展正在台湾举办，展览由两岸携手举办，将在台湾各地巡展一年。

强国社区网友“香山红叶”：中国大陆和台湾的未来，很大程度上取决于对日关系和钓鱼岛问题。这两个问题上两岸精诚团结处理得好，就能为中华民族打开一片灿烂美好的未来。

凤凰网贵州省网友“江水悠然 cyj”：不忘甲午之耻，是每个中国人都应该做到的。我们应该知耻而后勇，建设我们强大的国防、海防，复兴中华！

棚户区改造将拉动哪些需求

8月6日海外版02版

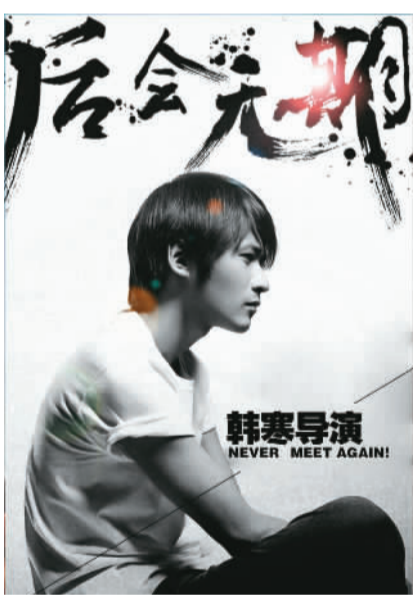
摘要：如今，一场改善民生、助力经济的社会工程——棚户区改造正在轰轰烈烈展开。据统计，2013年全国已改造各类棚户区320万户以上，2014年计划改造470万户以上。日前，国务院发出《通知》，要求进一步加大棚户区改造工作力度。专家分析，棚户区改造需要投入大量资金，能带动交通运输、建筑材料等相关行业的发展。

人民网网友“雨的节奏”：改造棚户区是一件惠民的好事，但在工作中应严控棚户区改造中的腐败问题。

新浪网网友“老树根的梦话”：政府应该积极地处理棚户区改造的问题。很多当年的老工人还住在没有厕所的老楼房里，什么时候他们能住上现代化的新楼呢？（张东伟 夏丽娟整理）

新媒体：电影宣传新利器

石畅



获得了1.1亿元票房。明星不离不弃的“粉丝”为票仓，而畅销书作家也有着舍得掏钱的读者作为班底。韩寒执导的电影《后会无期》，其预告片在新浪微博一经发布，24小时转发超过33万人次、阅读量高达9100万人次。电影主题曲《平凡之路》是朴树10年来的首支原创新歌，在微信发布7小时内播放便超百万。截至8月4日，《后会无期》票房已累计达5.2亿元。

虽然这两部电影的营销切入点不尽相同，但都准确把握了这个时代的脉搏。《小时代3》的营销，像幻灯片一般展示着锦衣华服以及各种奢侈消费，正如同这个社会部分群体对物质的过度诉求。“小孩子才问对错，大人们只看利弊”，《后会无期》的营销则直面了现世生存的艰难，更是直插文艺青年们的心窝。将这两部电影的名字重新拆分、组合得出“这是最小的时代，却大到后会无期”，这句话又何尝不是当今时代的一个缩影？因而这两部电影的营销都获得了潜在受众的极大认同，更促使观众到影院去观看影片。

经由前期新媒体的推波助澜，两部电影的粉丝在网络上开始大打口水仗，相互诋毁之声更是有时出现，于是便产生了更为广泛的社会关注度，原本并不会购票的观众也选择去影院一探究竟。

“一千个读者就有一千个哈姆雷特”。笔者并不想讨论两部电影孰优孰劣，只想指出一点：两部电影通过新媒体进行营销的方式，值得所有电影制作方借鉴。只有真正了解自身电影产品所面对的目标人群以及潜在受众，才能更好地有针对性地发挥粉丝的力量，从而提升电影票房转化率以及其衍生价值。

近期热映的两部电影《小时代3：刺金时代》和《后会无期》，除了各自都取得了惊人的票房数字，更是在网民中引起了铺天盖地的口水战。电影是否“叫好”，此处姑且不论；值得注意的是，在两部影片“叫座”的背后，都有着制片方利用新媒体进行的营销。

虽说“酒香不怕巷子深”，但这毕竟是一个信息爆炸的时代，一部优秀的电影作品即使再怎么“叫好”，如果少了意识的营销，没有把有关电影的信息推送到潜在受众的电脑、手机上、朋友圈里，是否“叫座”不好说，但票房成绩一定会有所折扣。电影《后会无期》通过提前发布电影里一系列的文艺范儿台词，获得了极高的关注度以及一大群拥趸。《小时代》系列电影作为文学作品的改编，有意识地挑选了人气明星作为演员进行演出，并围绕电影剧情、演员、导演展开营销，通过发布预告片、电影主创在微博上造势，微博预售等方式，同样获得了极好的推广效果。

这两部电影的营销，处处充斥着“明星效应”和“粉丝经济”。电影《小时代》的主创人员中，杨幂、柯震东、郭敬明的微博粉丝量加起来约有6000万。当《小时代3》吴亦凡版主题曲《时间煮雨》曝光后，又有将近400万粉丝爱上了这部电影，因而电影在放映首日便

360新闻 一周新闻热搜词

http://sh.qihoo.com

云南昭通6.5级地震 昆山工厂爆炸事故 台湾高雄燃气爆炸 中国将统一户口登记制 新疆3万民众围堵暴徒

上海福喜6高管被刑拘 全国爆发超级手机病毒 央视起底郭美美 汪峰七夕夜告白 体彩史上最高奖4.97亿

本报北京8月7日电（记者徐蕾）国家互联网信息办公室7日召开新闻发布会，发布《即时通讯工具公众信息服务发展管理暂行规定》，规定自公布之日起施行。

《即时通讯工具公众信息服务发展管理暂行规定》共十条，对即时通讯工具服务提供者、使用者的服务和行为进行了规范，对通过即时通讯工具从事公众信息服务活动提出了明确管理要求。

根据规定要求，国家互联网信息办公室负责统筹协调指导即时通讯工具公众信息服务发展管理工作，省级互联网信息内容主管部门负责本行政区域的相关工作。即时通讯工具服务提供者应当取得法律法规规定的相关资质。即时通讯工具服务提供者从事公众信息服务活动，应当取得互联网新闻信息服务资质。

规定明确提出，即时通讯工具服务提供者应当落实安全管理责任，建立健全各项制度，配备与服务规模相适应的专业人员，保护用户信息及公民个人隐私，自觉接受社会监督，即时处理公众举报的违法和不良信息。

规定还要求，即时通讯工具服务提供者应

规范即时通讯工具公众信息服务

网信办出台十条规定

当按照“后台实名、前台自愿”的原则，要求即时通讯工具服务使用者注册账号时，应当与即时通讯工具服务提供者签订协议，承诺遵守法律法规、社会主义制度、国家利益、公民合法权益、公共秩序、社会道德风尚和信息真实性等“七条底线”。

针对即时通讯工具公众信息服务，规定要求，即时通讯工具服务使用者为从事公众信息服务活动开设公众账号，应当经即时通讯工具公众信息服务提供者审核，由即时通讯工具服务提供者向互联网信息内容主管部门分类备案。新闻单位、新闻网站开设的公众账号可以发布、转载时政类新闻，取得互联网新闻信息服务资质的非新闻单位开设的公众账号可以转

载时政类新闻。其他公众账号未经批准不得发布、转载时政类新闻。即时通讯工具服务提供者应当对可以发布或转载时政类新闻的公众账号加注标识。鼓励各级党政机关、企事业单位和各界团体开设公众账号，服务经济社会发展，满足公众需求。

规定要求，即时通讯工具服务使用者从事公众信息服务活动，应当遵守相关法律法规。对违反协议约定的即时通讯工具服务使用者，即时通讯工具服务提供者应当视情节采取警告、限制发布、暂停更新直至关闭账号等措施，并保存有关记录，履行向有关主管部门报告义务。对违反规定的行为，由有关部门依照相关法律法规处理。

“健康是一种责任”全球征文反响热烈

30万华人分享健康责任观

杨海旗 李瑛

由海外网举办的“健康是一种责任”全球华人公益征文活动自4月启动以来，收到了来自世界各地华侨华人的热烈反响，截至7月底，已收到征文5万余篇，通过唐人街BBS、海外网官方微博、微信分享健康故事及感悟的读者更达到30多万人。

“健康与家人亲密相连”

“我们的身心健康，与家人紧密相连，一个人的健康不仅关系到个人的幸福，更关系到家庭的利益和幸福。”有读者从家庭关系的角度理解健康的意义，认为保持健康的状态，是一个人对家庭真正负责任的表现。“我们中年人，上有老，下有小，我们健康了，能够正常地生活工作，把老人和孩子照顾好，就尽到了我们的责任。反之，就会给家人带来沉重的负担。”有读者现身说法，指出作为社会“中流砥柱”的中年人更应充分认识健康的重要性，保持自身健康，更好地履行家庭、工作和社会责任。

尽管所处区域、表述方式、诠释语言各异，但30多万活动参与者均通过各种方式与全球华人分享了他们的健康责任观，即：健康是基础，是责任，而责任又反过来促进健康。

“随着社会的不断进步，人们越来越关注健康，也越来越懂得健康的意义。作为媒体，能够发挥自己的传播优势，倡导正能量的社会责

任，建立‘健康是一种责任’的共识是我们的荣耀。”海外网总编辑姚小敏表示。

“好的食品应该天然、安全、有效”

近日，随着上海“福喜”变质肉品事件的曝光，食品行业的企业应该如何看待公众健康问题，再次成了公众关注的议题。

“作为食品行业企业，必须要坚守‘健康是一种责任’这种信念，不仅生产健康饮品，还要坚守对他人的健康负责的信念，这不仅仅是一句口号，也是我们的企业之本”，本次征文活动的联合主办单位天华甘宝（国际）投资有限公司董事长周耀强说。

“我今年3月就在广东吃到荔枝了，可根据自然规律，荔枝是要到6、7月才上市，这说明商家为了抢占先机，在荔枝的种植上做了手脚，食用这样的荔枝显然对人体健康不利。”周耀强说，“好的食品应该是天然、安全、有效的。而消费者

才是食品安全真正的检验者，只有当消费者的食品安全意识普遍提高了，才能‘蚕食’问题食品的流通空间，进而慢慢减少食品安全隐患。我们想通过举办这次征文活动，鼓励全球各阶层人士踊跃加入其中，探讨健康与我们生活的密不可分性，把我们对己的健康责任担当起来。也正是因为如此，我们一直努力推广‘健康是一种责任’这种理念，目的就是让更多的人明白，健康并非你一个人的事，希望大家能积极探索健康的乐趣、意义和责任，并将其付诸行动。”

“健康是一种责任”大型公益征文活动与全球华人产生了共鸣，是这个公益征文活动的成功之处，同时也体现了海外网的影响力和社会责任。据悉，网络评选和专家评审工作已经展开，近期将公布获奖名单。



“健康是一种责任”全球华人公益征文活动启动仪式现场。谢明摄