

人民日报海外版发力移动互联网

“侠客岛”和“学习小组”
的逆袭故事

本报记者 刘少华

侠客岛是谁?学习小组是谁?面对这两个常见于网络的问题,作为两个公众号背后的写手,我们逐渐有了回答的底气。因为这两个存在时间尚不算长的微信公号,用实打实的用户量和舆论场上日益扩大的影响力,证明了在媒体变革的年代,人民日报的采编团队,同样可以一马当先。



12月19日,在由国务院国资委新闻中心、中央企业媒体联盟和《国资报告》杂志社共同主办的第二届中国企业新媒体年会上,人民日报海外版旗下微信公号“侠客岛”(xiake_island)和“学习小组”(xuexixiaozu)荣获“2014年度最受中国企业关注的自媒体账号”奖项。

10个月的奇迹

这两个公号,创办于今年2月底,仅仅10个月。

今年年初,人民日报海外版的几个年轻编辑记者向编委会递交了一份《关于海外版向移动互联网转型的调研报告》。在编委会的支持下,微信公号“侠客岛”“学习小组”正式上线。

这两个公号从创立之初,就积极开发全报社的年轻编辑记者资源,人民日报驻全国甚至全世界的记者,都是我们的优质作者,他们对当地情况的熟悉,是一般外国作者所不能及的。例如,最近卢布跳水,我们的驻俄罗斯记者就第一时间为我们做了解读;再如,此前墨西哥与中国之间的高铁订单生变,也是驻墨西哥记者深入解析的。

侠客岛以“拆解时政迷局”为己任。在侠客岛,每个作者都以一个武侠式的笔名出现,如“东郭栽树”“独孤九段”等,这些笔名所对应的作者,各有特色,有人善于条分缕析的分析和说理,有人善于挖掘材料背后的故事,这些特色,逐渐为读者们所熟悉,给了读者们层出不穷的新话题与新风格。

学习小组则文如其名,专注于解读习近平总书记的讲话和活动。无论是轰动一时的“习奥瀛台夜话全纪录”,还是引起广泛关注的“跟习大大去出访”系列,或是对习近平关于具体问题看法的梳理,学习小组一出手,舆论场上必有回响。例如12月23日,百度、网易、凤凰网等主流新闻网站的头条,都是学习小组文章《习近平:搞“山头主义”必出事》,充分说明了这一公号的影响力。

海内外舆论对这两个公号同样给予高度关注。无论是国内的新闻客户端腾讯、网易、澎湃等,电视台如东方卫视、深圳卫视等,还是境外媒体如《联合早报》、《华尔街日报》等,都对这两个公号给予不同程度的关注,甚至不乏对公号文章的大篇幅解读。

解放新闻生产力

小小的微信公号,何以“四两拨千斤”,每周都上各大网站头条?“人民日报海外版旗下公号”的品牌,又是如何在短时间内树立起来的?

我们总结,这是在报网融合的大背景之下,实施体制机制创新,解放人的生产力所取得的成效。

在人员配置上,我们几个年轻人,都来自不同的部门。过去,报网融合是部门做的,效果并不理想。但我们这种以兴趣为导向,以“小组制”为特色的攻坚方式,打破了部门科层制,把新闻生产力更大解放了出来。

我们都是繁重的工作之余,业余时间维护两个微信公号,经常连夜讨论选题、写作,遇上大事件,更是分秒必争。据我们所知,许多媒体都是成立专门的团队运营新媒体账号,我们则推崇像现在这样的新老媒体“一肩挑”。

在报网融合模式上,我们与海外网的合作堪称典范。我们在海外网开设专栏,海外网编辑时刻都与我们沟通,并帮助我们实现在网页端的落地与推广,屡屡冲击各大网站头条区域。可以说,两个公号的快速成长,与海外网领导与编辑付出的心血是分不开的。

简而言之,这是在海外版编委会给予很大空间的前提下,几个年轻人的自发行为。这种类似于创业的方式,成为解放新闻生产力的一种尝试。

读者为何喜欢我们?

“岛君,今日XX新闻求解读!”“怎么还不发出来,我都要睡觉了!”……在微信公号后台,我们经常面对这样的催稿压力,不是来自编辑,不是来自领导,而是读者。

我们总结,有三点经验,让我们赢得了读者的认可。

一是变换风格。“板起脸来讲道理”,对于今天的读者来说,早就行不通了。用读者爱听且熟悉的语言,替读者找到事情的独特角度,帮读者认清当下的重大事件,才适应报网融合时代的要求。报网融合并不是将报纸搬到网上,更不是将办报纸的套路移植到新媒体端,而是必须理解读者想要什么。

比如,随着反腐深入,许多省份的省委常委出现空缺,我们想了个好玩角度“侠客岛就业指南”,分析这些空缺的任职要求。再如,贪官私藏的1亿元现金有多重,习近平的专机加油为何这么隆重等,都获得了广泛关注。

二是强调及时。移动端的传播速度快,如果能早于其他竞争对手推出解读文章,就会在舆论场占据先机,形成良好影响。如果等到第二天,那就干脆不用推出了,直接面对“岛君我对你很失望”的抱怨吧。

三是突出权威。尽管我们很多时候是以调侃式的语言拆解时局,但在舆论场上,是将“侠客岛”和“学习小组”作为党媒发出的声音来看待的,这就要求我们在解读时,对于当下局势做出清晰而准确的判断,及时发出权威声音。

新的时代已经来临,跟不上“岛君思路”,你就OUT了。

海外网获评
年度最喜爱资讯类网站

本报电 由搜狗网址导航和QQ上网导

航主办的“2014年度我最喜爱的网站评选”活动日前圆满落幕。在本次评选中,海外网获得大多数网友投票认可,荣获“2014年度用户最喜爱资讯类网站”称号。

活动共有116家网站参选,在19天的用户投票时间中,共收到有效投票400余万次。结合最终相关专家的评审,最终33家优秀网站(含相关产品(APP))脱颖而出。

海外网是本报的官方网站,自2012年11月6日正式上线以来,凭借“海外视野,中国立场;文化情怀,思想高度”的办网方针,充分发挥人民日报海外版官网权威性的优势,第一时间向读者提供关于中国热点、国际时政,特别是涉华国际新闻事件的权威解读,上线两年来,实现了跨越式发展,网站影响力和品牌知名度得到大幅提升。

“美食有国别,吃货无国界”

唐人街美食分享季火热进行

臧梦雅

“美食有国别,吃货无国界”唐人街美食分享季是人民日报海外网与豆果美食联合主办的以美食分享为主题的线上活动。本次活动于2014年12月1日重磅上线,为期一个月,旨在为海内外华侨华人、留学生提供一个分享美食的平台,通过互动参与,感悟美食带来的趣味生活。

目前,该活动正通过海外网唐人街社区平台推广展现,同时,在海外网官方微博、唐人街社区微博推送更新。另外,活动还联合德国开元网、新西兰天维网、新加坡狮城华人论坛等海外九大华文社区以及新媒体平台共同传播,吸引众多海内外爱厨艺、爱美食的用户,以食会友,以扩大中国饮食文化的全球影响力。

三大版块比拼饕餮大餐等你来

随着生活水平的提高,健康的饮食习惯越来越受到人们的关注。本次活动倡导网友互动,无论是DIY自制还是美食搜街追踪推荐,活动鼓励网友积极晒图,通过你来晒、大家评的方式,分享美食经历,提倡积极健康的生活方式。

据介绍,活动共分为“大展厨艺”“美食品鉴”“黑暗厨房”三大版块。其中“大展厨艺”为DIY美食晒图,并分享私厨心得;“美食品鉴”为美食分享推荐;“黑暗厨房”则顾名思义,主要比拼匪夷所思的食材和工序,以摧残人类味觉或视觉的奇葩食物为主。三大版块为不同需求的“吃货”们提供了展示的平台,满足了网友多方位的美食需求。

五大洲“吃货”汇聚奖品丰厚

截至目前,活动共吸引了遍布五大洲的数千名网友参与晒图投票,作品囊括中餐、西餐、日本料理等众多品类美食,是一场名符其实的“吃货大趴”。

据了解,本次活动还为“吃货”们准备了丰厚的奖品,包括时下较为流行的iPad mini、实用便捷的咖啡机,更有值得期待的欧洲游、港澳游等,同时,也有贴心好用的随身WiFi。“快到我的碗里来哟!”是活动主办方广大网友发出的盛情邀约。

跨界合作视味觉双重盛宴

据介绍,本次活动是海外网与豆果美食的首次合作。

海外网是人民日报海外版官方网站,是人民日报海外版数字化转型的重要支撑平台。美食作为超越语言的最佳沟通媒介,成为海外网内外传播的优质渠道。

豆果美食作为国内首家发现、分享、交流美食的互动平台,目前已经发展为国内外华人较为领先的美食互动社区网络。

此次人民日报海外网与豆果美食的跨界合作,是资源优势互补方面的首次尝试,同时得到了海外主要华文社区新媒体的大力支持,为美食爱好者提供了展示和交流的舞台,一场关于美食的视味觉双重盛宴正在进行!

更多详情请登录:
[http://bbs.haiwainet.cn/
topic-food.html](http://bbs.haiwainet.cn/topic-food.html)
(作者为海外网编辑)

360新闻

一周
新闻
热搜词

南京大屠杀国家公祭日
呼格案再审查无罪
俄罗斯卢布崩盘
国际油价持续下跌
不动产登记条例
澳门回归15周年
李银河恋情引争论
李代沫获释
苹果“虐待门”
亨利宣布退役

360
达2
万元。)这样算笔账,
360要砸进去数十亿元人民币!

看来,周鸿祎又要“砸锅”了。
互联网江湖中,为了争夺“用户”,大家也是蛮拼的。前有马云的“来往”与“微信”死磕铩羽而归,又有“快的”和“滴滴”打车软件的杀红眼厮杀两败俱伤。此次360不仅免费,还“赠送”!争夺市场,争夺用户,必出重拳。

其实,360一直对通信市场虎视眈眈。此前,360也申请了虚拟运营商牌照,由于至今未能发牌,在通信领域主要采取与基础运营商以及产业链企业的

总裁周鸿祎在最新的自述一书《我的互联网方法论》中,热情分享360在互联网江湖中迅速杀出重围的秘诀,就是“免费”,这样的商业模式其实就是四个字“笼络用户”。他是这么说的,更是这么做的。

12月23日中午,360正式推出360“免费电话”,曲线进军通讯市场,与微信电话本展开厮杀。说到“免费”,因为360的软件、杀毒、WiFi等一直都是免费,通信免费也符合多数人的预期。但是,当前,不论是微信电话本、易信,还是触宝等互联网公司,均打出了免费的招牌。360“免费电话”敢于死磕“微信电话

360“免费电话”推出,又要砸锅了?

徐蕾

本”等,底气何在?

据360“免费电话”相关负责人介绍,在产品的定位上,与“微信电话本”针对固定微信群不同,360针对一个客户端,打通三网(电信、联通、移动)所有的手机号和固话。也就是说,使用的场景比微信更为丰富,比如,父母、亲人不需要安装APP,也能享受到360的免费电话本的服务。

这一点,得到了很多网友的认可。而更受欢迎的是,360下血本向用户“示好”。

据悉,前10万下载使用“免费电话”的用户,赠送99999分钟通话时间(时长相当于69天,而资费高

合作方式逐步渗透。比如,此前360推出免费WiFi,日活跃用户超过2000万。据悉,360“免费电话”测试了两个多月,目前,只支持安卓版本,iOS版本正在审核阶段,最迟会在年内开通。

在不久前乌镇举行的世界互联网大会上,有记者问某通信集团的负责人,如何看待微信电话本的出现?对方的回答似乎是并不在意。而事实上,目前,基础运营商对“类微信电话”的产品还没有抛出狙击政策,这对于不断创新的互联网企业来说是机会,对于消费者来说,更是福利,当然要鼓掌欢迎。

