

# 山东报业

SHANDONG NEWSPAPER INDUSTRY



本刊为山东省报业协会会刊，赠阅范围：  
中国报协、省委宣传部、省新闻出版局领导同志；会员单位及报社经营管理部门负责人；兄弟省、市、自治区报协及相关部门单位。

本刊电子版发布平台——山东报业网  
<http://sdby.dzwww.com>。

2021年第二期

（总第173期）

主办：

山东省报业协会

地址：济南市经十路16122号

邮编：250014

电话：(0531)85196454（传真）

Email: shandongbaoye@163.com

## 目录 CONTENTS

### 报协消息

- 05 鲁豫川宁渝新媒体应用培训班在青岛举行
- 06 省报协七届三次会长办公会在济南召开
- 06 全省报业广告年会在安丘召开
- 07 山东省党史学习教育16市党报云行动启动

### 报业论坛

- 08 打造大众特色“蹲点”品牌/赵念民
- 12 出圈破阵推进融合聚变/青岛日报报业集团
- 14 以转型融合构筑“四全”媒体集团/烟台日报传媒集团
- 17 共擎党旗红 聚智话深融  
——山东省部分市党报负责同志谈党建引领融合发展

### 传媒史话

- 26 百年中共党史里的山东早期党报党刊/于岸青

# 山东报业

SHANDONG NEWSPAPER INDUSTRY

## 《山东报业》编辑指导委员会

主任：许衍刚

副主任：

曲江 郑凯 李茂喜  
陈海涛 梁绍伟 王福亮

委员：(以姓氏笔划为序)

丁宏元 马广领 王伟  
王庆国 王英峰 王靖波  
孙长岩 孙廷国 孙振森  
孙家恩 贡瑞虎 李晓亮  
李晓峰 辛梅 张玉果  
张洪洲 陈学善 林忠礼  
周洁 庞道锋 赵红卫  
赵铎 高鹏 徐博  
桑爱梅 曹永刚 常健  
梁勇 彭春风 董德武  
韩强 窦更勤 魏传强

主编：王立纲

编辑：邢中枢

## 经营探索

- 32 党建引领 策划当先 融媒赋能  
大众日报经营2020年首破2亿元/金云伟
- 34 开放合作 锐意创新  
以新发展理念引领运营工作高质量发展/陈月军
- 35 整合资源再造流程，非报产业融合发展/滕怀飞
- 38 从智媒矩阵到中台战略/吕冰
- 42 如何在新闻战“疫”中彰显媒体力量  
——《寿光日报》新媒体矩阵多层次传播新尝试  
李守亭 侯庆强

## 公益行动

- 45 让公益广告作品“粘泥土、带露珠、冒热气”  
——第八届“一品景芝杯”山东报业公益广告设计大赛  
评审侧记/金云伟
- 47 2020年“一品景芝杯”山东报业公益广告大赛获奖作品
- 48 2020年“一品景芝杯”山东报业公益征文比赛获奖名单
- 49 派驻第一书记们的“辣味”风/邱明 公绪成

## 专家观点

- 51 2020年报业媒体融合发展状况、问题及趋势  
黄楚新 曹曦予

封二、封三：

2020年“一品景芝杯”

山东报业公益广告大赛获奖作品选登

封面设计：孟丽

## 山东省委党校（山东行政学院） 大众报业集团分校揭牌



2月5日，山东省委党校（山东行政学院）大众报业集团分校揭牌仪式在大众传媒大厦举行。山东省委党校（山东行政学院）常务副校（院）长徐闻，大众报业集团党委书记、董事长、社长梁国典共同为“中共山东省委党校（山东行政学院）大众报业集团分校”揭牌。

山东省委党校和大众报业集团（大众日报社）有着特殊的历史渊源，都诞生于抗日烽火中，都来自沂蒙大地，同根同源同姓党。长期以来，山东省委党校和大众报业集团互相支持，密切合作，建立了深厚的友谊。揭牌仪式后，徐闻为大众报业集团分校讲授了第一课：《马克思主义活的灵魂》。

### 齐鲁壹点传媒获评全国“高新技术企业”

1月15日，全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室公布了山东省2020年第二批高新技术企业名单，其中山东齐鲁壹点传媒有限公司成功入选。

近年来，齐鲁晚报加快转型发展，立足打造“新型现代智慧传媒”目标，把主力军向主阵地全面转移，“智媒、智云、智库”三智矩阵成功布局，“传媒+N”的智媒生态初见成效，用户黏性和活跃度日益增强。截至目前，齐鲁壹点客户

端下载量超过4000万，日均活跃用户超过80万，齐鲁晚报·齐鲁壹点总覆盖人群超过8000万。技术赋能，壹点“云高招”“云车展”已成为线上、线下结合的拳头产品；视频优先，壹点日均生产新闻视频超过150条，累计播放量超过200亿。

### 济南日报报业集团新黄河客户端上线

4月28日，“与时代一起奔流”——新黄河客户端上线仪式在济南报业大厦举行。新黄河客户端是省市一体化打造的平台型新媒体旗舰，由济南日报报业集团主管主办。新黄河客户端秉持“新锐、人文、理性、建设性”的内容定位，将积极践行社会责任，坚持公平正义，担当媒体使命，关注民生，回应民生，坚持正确政治方向、舆论导向和价值取向，传承济南日报报业集团集团的初心，在更高的站位、更广的视野下，全力打造具有全国重要影响力的主流新媒体平台。

### 《经济观察报》改由济南日报报业集团主管主办

最近，财经类媒体《经济观察报》的主管主办单位已改为济南日报报业集团。国家新闻出版署官网备案信息显示，《经济观察报》单位地址为济南市趵突泉北路20号（北京市东城区和平里兴化东里甲7号），主管主办单位此前为三联集团。

### 上报集团提出近期、中期、长期目标

2021年，上海报业集团营业收入预算目标较2020年实际完成数将增长近30%。其中，媒体业务收入预算目标较2020年实际完成数将增长15.86%，新媒体预算收入目标较上年实际完成数将增长25.39%，新媒体收入占集团媒体主业收入预算总额比重将达到67.24%，首次占到集团媒体主业收入三分之二的高位。

上报集团提出近期、中期、长期三个进度

目标：1、经过1年努力，澎湃B轮融资、界面财联社对接资本市场取得重要成果，成为上海财经新媒体矩阵的标志性项目。2、经过2到3年努力，到集团成立十周年时，确立上报集团在全国省级媒体集团中深度融合发展的领先者地位。3、经过3到5年努力，到“十四五”规划末，打造成能与互联网商业化媒体相抗衡的内容平台和技术平台。

### 浙报集团发布省市县 一体化传播技术生态产品体系



5月9日，在浙江日报创刊72周年纪念活动中，省市县一体化传播技术生态产品体系揭开面纱。来自省内党政机构、浙报融媒共享联盟等9家单位代表，作为省市县一体化传播技术生态产品体系的首批应用示范单位，从浙报集团接过了密钥。

一体化产品体系由全媒体智能中台驱动，通过三大数字化产品——“天目云3.0”“天枢”“数媒通”赋能，实现高效运营联动。主要部署方向为三大应用场景，即智能传播、内容服务和智慧服务。

### 县级融媒体中心 东西协作交流公益项目启动

5月11日，2021县级融媒体中心东西协作交流公益项目在江苏南京举行启动仪式，来自全国

十七个省区的30家县级融媒体中心参与该项目。

启动仪式上，“县融1+1”全媒技能练兵活动同时开展，并举行了授旗仪式。“县融1+1”全媒技能练兵结合庆祝中国共产党成立100周年、巩固脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴等年度重大主题，突出结对县融中心“东+西”联合制作特点。

项目启动仪式采取“现场+云上”模式，在江苏省南京市江宁区融媒体中心设主会场，在浙江设立5个分会场，在山东设立4个分会场，在中国记协对口扶贫的甘肃文县设立1个分会场，各分会场采用视频连线方式同步举行。

### 海南日报发力微电影，创新营收渠道

自2020年以来，海南日报新媒体镜工坊在微电影策划制作上持续发力，共创作出《椰子侠》《鸟叔》《老兵》《安娜的游戏》《问浪》等5部微电影作品。特别值得注意的是，这些微电影，不仅收获了巨大的社会效益，且收获了可观的经济效益，扣除给影片制作公司的支出外，纯利润达40%。

这些由海南日报镜工坊策划制作的微电影，收获大量同行及读者用户的点赞与肯定，被本地媒体及国内各大媒体平台转发，其中，微电影《椰子侠》被包括人民日报微博、人民日报客户端在内的近70家媒体、政务等新媒体平台转载；微电影《鸟叔》，人民日报新媒体和海南日报新媒体联动全平台推出，单日浏览量破2000万次，登上微博热搜榜，还获得了亚洲微电影艺术节“最佳作品奖”及中央社会主义核心价值观主题微电影（微视频）优秀奖、中国电力奥斯卡微电影一等奖及国务院国资委主办的第七届“国企好新闻”国际传播奖等多个奖项。

随着品牌价值的持续走高，2021年，已有多家单位预约了至少4部微电影等待拍摄。

## 鲁豫川宁渝新媒体应用培训班在青岛举行

为提高媒体从业人员新媒体应用能力，增进兄弟省市区媒体同行相互学习交流，4月27日至30日，由山东省报业协会、河南省报业协会、四川省报业协会、宁夏报业协会、重庆市报业协会共同举办的五省区市新媒体应用培训班在青岛举行。中国报协副理事长、四川省报业协会会长余长久，重庆市报业协会会长、重庆日报报业集团总裁向泽映，山东省报业协会会长许衍刚，出席开班仪式。开班仪式由宁夏报业协会秘书长王伟主持。

开班仪式上，许衍刚致辞。他说，媒体融合发展是一场深刻的革命，推动媒体融合发展成为传统媒体面临的急迫课题。推动媒体融合的关键是人才，需要加大媒体人才培养力度。本次培训课程设置，既有理论研讨，更侧重实际应用和案例解析，有利于促进报业转型和媒体深度融合。

向泽映代表五省区市报协讲话。他指出，山东省媒体融合发展一直处于全国媒体行业第一方阵，在媒体改革和融合发展中创造了具有示范意义的经验。本次参训的学员特别是来自重庆的学员，要沉心静气虚心学习，将培训班的理论和实践相结合，以便更好地投入到今后的媒体融合发展中。

王伟表示，组织会员单位进行业务培训，促进媒体行业发展和从业人员专业素质的提高，是

报业协会的重要任务。作为行业服务组织，五省区市报协适时顺应媒体融合时代的变化要求，履行职责，发挥优势，创造性地开展服务工作，催生了本次主题明确、特色鲜明的新媒体应用培训班。

开班仪式后，余长久会长以《媒体治理体系现代化建设》为题，开讲第一课。

此次五省区市新媒体应用培训班为期3天，以集中当面授课和课下交流、实践相结合方式进行。来自鲁豫川宁渝五省区市报协领导及工作人员，会员单位主管采编和经营工作的高层管理人员、主要从事新媒体管理和应用业务人员、部分采编与经营业务的骨干人员130人参训。培训班聘请国内若干名在业内具有深厚理论功底和扎实实践操作经验的领导和专家学者，为学员讲解传授了媒体融合、短视频、抖音、快手等制作技巧和利用新媒体经营变现实战案例。



## 省报协七届三次会长办公会在济南召开

4月15日，省报协七届三次会长办公会在山东新闻大厦举行。会长许衍刚出席会议并讲话。

会议听取并讨论通过了省报协2020年工作总结和2021年工作打算；听取并通过了关于副会长、常务理事、理事调整增补的建议，决定将这一建议提交省报协七届二次理事大会通过。会长办公会还听取了省报协关于建立驻会人员联系点制度的意见和第八届公益广告设计大赛、公益征文比赛活动情况通报，研究了其他事项。

会长办公会对省报协一年来的工作，特别是在抗疫形势下调整思路开展工作的做法给予肯定。提出在新的一年里，要围绕庆祝建党百年和中心工作大局，进一步发挥报协平台优势和桥梁纽带作用，继续搞好报业调研，积极开展有特色、讲实效的活动。要在媒体深度融合、拓展经营、改善管理、提高绩效等方面，为会员单位提供更多交流学习机会，促进报业健康稳定发展。

## 全省报业广告年会在安丘召开

4月28日，2021年全省报业广告年会在安丘市召开。来自全省24家媒体的代表齐聚一堂，省报业协会会长许衍刚，大众报业集团（大众日报社）党委常委、副总编辑王修滋，省报业协会副会长曲江等出席会议，安丘市副市长徐剑发出席会议并致辞，省报业协会广告委员会主任、大众日报融媒传播有限公司董事长于江主持会议。

会议公布了第八届“一品景芝杯”山东报业讲文明树新风公益广告设计大赛、公益征文比赛获奖作品名单，对获奖作品作者进行了表彰。本届公益广告设计大赛共收到省内外各界参赛公益广告作品794件，其中省内24家报社、融媒体报送111件；评选出一等奖3件，二等奖6件，三等奖15件，优秀奖24件；公益征文比赛评出一等奖1名，二等奖3名，三等奖10名。会议邀请传媒业

界专家、山东政法学院传媒学院院长蒋海升，知名作家、大众日报资深记者逢春阶作专题演讲。

会议就媒体融合发展、创新报业经营做了交流发言。大众日报介绍了广告经营2020年首次突破2亿元的经验和做法，分享了“山东社会责任企业推选活动”的策划案例。半岛都市报介绍了“五个坚定不移”提速融合转型的经验和成果。青岛日报社从五个维度解析了深度融合发展的路径。大众网·海报新闻客户端介绍了以技术创新为新闻产品赋能提升参与度活跃度的具体做法。济南日报重点推介了爱济南客户端的特色和运营模式。临沂日报介绍了一手抓整合资源流程再造工作，一手抓非报产业融合发展的经验。齐鲁晚报·齐鲁壹点分享了中台战略驱动智媒建设的融合转型实践。



## 山东省党史学习教育16市党报云行动启动

在中国共产党成立100周年的关键历史节点，为讲好山东红色故事，赓续红色精神，推动党史学习教育到位见效，4月12日下午，由济南日报发起、山东16市党报联合开展的“百年砺初心、奋斗展风华”——山东省党史学习教育16市党报云行动在莱芜战役纪念馆广场举行。中国报业协会理事长张建星，济南市委副书记边祥慧，山东省委宣传部副部长魏长民，济南市委常委、宣传部部长杨峰，人民日报社山东分社社长徐锦庚，山东省报业协会会长许衍刚，山东省新闻工作者协会副主席、秘书长姜克俭出席启动仪式。

张建星对活动的成功举办表示祝贺，他指出，在“十四五”开局起步、全国上下深入开展党史学习教育之际，举办本次活动意义重大。开展党史学习教育，是以习近平同志为核心的党中央立足党的百年历史新起点、统筹中华民族伟大复兴战略全局和世界百年未有之大变局、为动员全党全国满怀信心投身全面建设社会主义现代化国家而作出的重大决策。通过学深悟透党史，将苦难辉煌的过去、日新月异的现在、光明宏大的未来贯通起来，以史铸魂、以史资政、以史育人、以史聚力，以更加昂扬的精神状态奋力开启全面建设社会主义现代化国家新征程。希望山东16市党

报以行动的开展为契机，集聚智慧力量，深化融合发展，认真开展好“红色场馆云展播”等各项活动，切实把党史学习教育推向深入、取得实效，以优异成绩庆祝建党100周年。

启动仪式上，参会领导以及16市党报集团负责人共同启动“山东省党史学习教育16市党报云行动”，并为红色印记大寻访“媒体寻访团”“市民寻访团”“学生寻访团”“企业寻访团”4个寻访团代表授旗。随着山东省党史学习教育16市党报云行动成功启动，也正式掀开了16市党报合作共赢的新篇章。活动将进一步实现宣传报道跨地区、多渠道聚合，更好地凝聚力量、汇聚合力，切实讲好“山东红色故事”、唱响“齐鲁红色声音”，为党史学习教育的深入开展充分赋能，为新时代现代化强省建设营造良好的舆论环境、注入强劲的“党媒动能”。



# 打造大众特色“蹲点”品牌 提高新闻舆论传播力引导力影响力公信力

赵念民

调查研究是谋事之基、成事之道。蹲点调研，是我们党在革命、建设、改革各个历史时期做好工作的重要传家宝。没有调查，就没有发言权；没有调查研究，同样没有舆论引导权。

为深入贯彻落实习近平总书记对大众日报创刊80周年重要批示精神，扎实践行“党的立场，群众的报纸”办报宗旨，我们提出“聚焦工作的重点亮点，我们来蹲点；聚焦基层的痛点难点，我们来蹲点；聚焦社会的热点焦点，我们来蹲点”的工作要求和行动目标，用蹲点报道来提高记者编辑的“四力”，提升媒体舆论引导水平。借助大众日报2020年新一轮改版推出蹲点调查版，一年来刊发50多组整版报道，每组报道记者至少蹲点一周，一批沾泥土带露珠、有见地有思想的精品佳作涌现，超90%的报道被评为优稿，产品被中央和省级媒体广泛转载。这是大众日报创新实施群众路线、扎实推进“走基层强四力”实践教育的一个精彩缩影。目前，打造蹲点精品意识已成为行动自觉，蹲点做好报道理念已在采编队伍心中深深扎根。

聚焦重点亮点，围绕中心服务大局，深入一线讲好故事，有效提升主题宣传、典型

报道质量水平，在生动可感中宣传引导，让习近平新时代中国特色社会主义思想更加深入人心、凝神聚魄

2019年8月，大众日报采访团队奔赴黄河入鲁第一县东明县等地，就黄河滩区迁建进行蹲点调研。同日，大众日报编号001的“走基层强四力基层联系点”在黄河入鲁第一乡揭牌，蹲点记者姓名、联系方式，直接挂牌上墙。



随后一年，记者十下黄河滩区，踏遍滩区7市16个县市区，蹲点100多个村庄。2020年9月，总书记发表关于黄河流域生态保护和高质量发展重要讲话一周年之际，大众日报重磅推出“黄河入海流”大型融媒报道。1.8万字的组合报道《山东黄河滩区脱贫迁建纪实》，产生广泛影响；报告文学《黄河入海千顷绿》站在全世



界大江大河治理的高度，审视黄河三角洲生态保护，东营市将该文章单独印发成册……5天刊发50余篇稿件和新媒体产品，被320余家中央和地方媒体广泛转发。

“黄河入海流”，是用蹲点调查方式做好重大主题报道的浪花一朵。

大众日报围绕重点，策划推出“蹲点”报道，把落实总书记重要指示批示精神融入日常、抓在经常，打造连天线接地气、有高度有深度有温度的精品。

2019年6月，在总书记视察山东一周年之际，推出“海右春风又一年”融媒报道，24路记者到基层蹲点，采访各地上百名干部群众。2020年3月，在总书记参加山东代表团审议并发表重要讲话两周年之际，推出“沿着总书记指引的方向前行”专题，持续14天蹲点报道，产品总点击量超3.7亿次。2020年5月至6月，策划推出“总书记的牵挂”11组大型蹲点报道……

典型报道和亮点报道，是重大主题报道的重要领域。我们通过蹲点报道，多让事实说话、多让感情说话，使典型亮点报道接地气聚人气。

“千村万户看小康”融媒报道，组织百名记者进村入户蹲点，聚焦微观主体身边变化，挖掘先进典型和感人事迹；“一线探访”“鲁企调研行”等栏目，深入典型企业和项目一线蹲点，讲述高质量发展生动故事。

蹲点采访，转换视角，调整语态，以百姓视角反映大主题，用百姓故事讲述大主题，让重大主题报道和典型亮点报道有高度有温度。

## 围绕痛点难点，坚持问题导向，强化问题意识，开展蹲点调研，引导记者解决新闻宣传套路化、模式化、浅表化问题

做好新时代调查研究工作须增强问题意识，找准问题、有的放矢。树立问题意识，摒弃“惯性思维”，蹲点报道聚焦基层群众痛点难点问题，开展调查研究。

——农村生活污水治理是重大民生工程，哪种方式建，资金从哪来，后期咋维护？《农村污水治理：适合自己的才是最好的》，记者用近两个月调研，以为农村生活污水治理提供更多思路。

——冬季取暖是民生大事，《农村清洁取暖：要温度要“气质”还要“合算”》，记者深入农村研究问题，聚焦清洁取暖改造中如何做好配套举措、质量管控、流程设计……

蹲点调查版策划推出系列报道，组织记者研究问题，深入求解，给人启发。

我们把调查研究作为发现问题、解决问题的有效方式，力避“浅调研”“伪调研”，引导记者解决报道模式化、浅表化问题。蹲点调查栏目要求“行文五千，必蹲七天”，蹲点至少一周，不少报道调研1个月。该版成首席制、师徒小组制运行和记者践行“四力”平台，一批新人在蹲点调查中脱颖而出。

坚持问题导向蹲点，不只是蹲点调查版。大众日报开设“大众调查·聚焦难点痛点堵点”，开展建设性监督。坚持问题导向，对接发展所需、群众所向，在攻难点、治痛点、疏堵点上下

功夫。《享受政策红利怎能靠“碰运气”》《一些地方扶贫大棚受“冷落”》等大批报道，不停留在“一曝了之”层面，而是建立跟踪反馈机制，形成“曝光—回应—解决”良性循环。作为舆论监督的“山东现象”，大众日报舆论监督报道引起学界和业界关注，被评价为“量大质高、影响大、效果好”。

带着问题去蹲点，从而更尊重事实、发现事实、运用事实，让党媒报道专业性增强，思想性提升，实效性提高。



围绕热点焦点开展蹲点报道，做好重大突发事件报道和热点引导，凝聚强信心、聚民心、暖人心的强大正能量

强化社会热点焦点引导，掌握新闻信息传播主动权，是新闻工作者必须思考的重要课题。蹲



点报道，在众声喧哗中发出真实、客观、权威声音，对做好热点引导有重要作用。

——战“疫”烽火一线，医护人员、病人救治到底是什么状态，蹲点调查版推出《从冬到春，武汉战“疫”52天》《战“疫”最前沿，每个人都是战士》等作品，记者从“最危险的地方”发回报道，回应社会关切，引发强烈反响。

——疫情冲击百行百业，就业受到多大影响？《“疫情让人们们更重视技术了”》《“特殊毕业季”，大学生想去哪儿》，记者到多个高校、企业、镇村蹲点，就疫情下农民工和大学生就业问题进行理性思考……

我们要求蹲点报道坚持透过现象看问题，传递理性声音，提升公信力，对住房、教育、医疗等热点焦点问题，既讲清“怎么看”又回答“怎么办”，正面回应正面引导。

新冠肺炎疫情发生后，大众日报第一时间启动应急响应，编委会成立专门工作小组，组建全媒团队。记者编辑闻令而动投入战斗，走进定点医院，走进社区乡村，远赴武汉、黄冈，甚至飞越英伦。蹲点报道讲政策、报实情、解疑惑，稳人心、暖民心、强信心。前三个月采制刊发各类产品1.6万余件，全网点击量超17亿次。

2019年抗击台风“利奇马”报道中，大众日报67名记者兵分50多路深入抗台抢险第一线，共推出一线全媒体报道3000多篇。

热点焦点事件引导，对报道专业性、针对性、实效性要求更强，对记者脚力、眼力、脑力、笔力考验更高。我们在实践中发现，越是热点越需俯下身蹲点，做出深度理性报道，才能给出冷静判断；越是焦点越需沉下心调查，用扎实厚重的新闻，才能作出有效引导。

### 围绕蹲点制度化常态化，强化激励保障，将蹲点化为日常，健全党报党端联系基层服务群众机制

我们围绕打造“蹲点”品牌，用制度强化“与百姓血肉联系”，传承弘扬好沂蒙精神。

建立健全基层联系点制度。从黄河入鲁第一乡的1号联系点开始，我们选取山东146个有代表性的镇村、企业等基层单位作为联系点，每个联系点由记者编辑与联络员结对子。开设“来自联系点的报道”，持续推出作品。目前基层联络员263名，与联系点结对子记者编辑208人。这让党报联系基层工作更制度化规范化，更加务实接地气。

突出融合创新。把蹲点报道作为提升融合生



产传播能力的“试验田”“创新区”，鼓励在蹲点报道中优化新闻生产机制，创新表达方式、呈现形式、传播方式。实践证明，“蹲点+融合”是党报党端发展用户、集聚用户、服务用户的有力抓手，是巩固和壮大主流舆论阵地的有效途径。

强化激励保障。业务考核、评价标准向蹲点报道倾斜，对年度蹲点报道先进个人和优秀作品，编委会专门开会交流研讨、通报表彰，并纳入年度重大奖项。

完善政治业务培训机制。以“走基层 强四力”教育为主线，举办系列讲座，开通党媒人内部学习平台，围绕蹲点报道面临的能力作风问题，针对性开展培训。

“拜人民为师，向人民学习”。我们将把深入践行“党的立场，群众的报纸”宗旨融入蹲点，扩大蹲点品牌效应，在求深、求实、求细、求准、求效上下功夫，把新闻触角深扎大地，让党媒有更多源头活水，不断为鼓舞大众团结大众服务大众作出新的贡献。

（作者为大众报业集团党委副书记、总编辑）

# 出圈破阵推进融合聚变 打造新型主流媒体集团

青岛日报报业集团

自2013年8月19日习近平总书记提出加快传统媒体和新兴媒体融合发展，到去年9月26日中办国办印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，推动媒体主力军全面挺进主战场日益紧迫，媒体融合步入“深水区”。面对舆论生态、媒体格局和传播方式发生的深刻变革，青岛日报社（集团）在前些年积极探索发展的基础上，去年以来全面开展“架构重组、流程再造、考核转向、一体管理”，以“深度改革”倒逼“深度融合”。

## 深度聚合重组，推进“老报纸”向“新报业”转型

去年8月17日，聚集了青岛日报社（集团）优势资源的“观海新闻”客户端上线，这是我们推进媒体深度融合发展的核心平台，旨在建设立足青岛、面向胶东、辐射全国的区域性、现象级、带节奏的强势融媒平台，力争用三年时间，全力打造北方舆论新高地。我们树立“纸币都不用了，纸媒前景还好吗”的危机感和“办报是使命，经营是生命，融合是救命”的理念，对不能适应或者阻碍融合发展的组织架构，边破边立、率先突破、率先成势。在新闻供给侧方面，以融媒体为核心布局采编力量，整合青岛日报、晚报、早报三报采编部门，组建新闻大生产中心，下设时政、经济、区域、城市、科

教卫、文旅体等“9+1”行业全媒体，各报发布端只保留50人的专职编辑和部分机动采访人员。同时，以观海新闻为统领，聚合青岛新闻网、青岛观、青报网、掌上青岛、智慧青岛等优质新媒体资源成立数字传播中心，与“9+1”行业全媒体中心闭环联动。新媒体考核占比向70%过渡，倒逼记者通过新媒体增量加分转型。在新闻需求侧方面，探索建立“新闻+政务服务商务”的运营模式，重点开展定制服务，垂直深耕十大领域：政务、部委办局、区市、企业、社区终端、民生在线、视频、会展、代维运营、多元化经营等，构建全链条对外合作服务生态，提高拓展市场水平能力。

## 创新内容生产模式，内聚平台、外建生态，顶天立地，形成传播新优势

新闻就在中心和全局之中，要见事早、行动快，积极主动地在中心大局中找坐标、找定位、当表率，由“想市委之所想”向“想市委之要想”转变。我们按照“媒开三度”（速度、深度、角度）的要求，勇往“纸”前、入无“纸”境，对重要会议、重大主题、敏感节点及标志性活动实施“6大件”顶格战法，封面、消息、评论、侧记、专版、观象山一起上，影响有影响力的人。对宣传报道，我们提出要实现“三满意一认可”的标准，即上级

满意（围绕中心、服务大局）、受众满意（贴近实际、贴近生活、贴近群众）、自己满意（多出精品力作）和同行认可（在同类城市中应有的地位），努力做到有声有色有气势、出新出彩出精品。同时，我们使用好舆论监督的利器，“准确监督、依法监督、建设性监督”，形成与市委督查室第一时间督察、被监督部门及时回应的良性机制，让舆论监督成为社会生活常态，也成为全国新闻界的一个“现象级”。此外，借力全国头部互联网传媒机构资源，通过合作合伙等方式，在头部重要媒体布局分发渠道。在今日头条、抖音、快手、百家、腾讯等平台培育大号矩阵，开设“观海新闻”海外主要信息分发平台的官方账号，依托海外上线的青岛城市外宣网站（iqingdao.info），在海内外实现立体化传播。

### 充分发挥数据资源的引擎作用，技术驱动赋能新模式新业态新产业

按照省《实施意见》提出的“横向融通、纵向贯通、一体发展”思路，推进与市政务服务中心、大数据局平台等深度联通，打造新一代智慧城市样本。在与市政务热线“12345”联通联动的基础上，进一步将青岛政务网“网络在线问政”和青岛新闻网“民生在线”进行融合升级，推出由青岛市政府办公厅和青岛日报社联合主办，观海新闻和青岛新闻网联合承办的全新“民生在线”。聚焦城市“媒体眼”模块，布局智能实景探头，探索“内容+查询+商用”的推拉流产品，跨区域推广合作；试水AI+VR技术，形成航拍+智能3D建模的开发和摄制能力，突破泛资讯边界，探索人文、交通、地

产等更多应用场景。同时，整合组建技术研发公司，构建“媒体云脑平台”。与市级政务云合作，通过数字资源建设、技术开发与体系构建，汇聚全市媒体数据资产和资源，开放青岛日报社（集团）的新闻图文和音视频数据资源，打造版权运营维护新平台。

### 建设一体化融媒平台，营造区域协同发展浓厚氛围

根据省《实施意见》提出“构建市县级融媒体一体化体系”，我们依托观海平台强大的技术、运营、内容、人才等优势，垂直聚合十区市融媒体中心，实现内容、用户、数据等互联互通，形成市、区两级融媒体一体化平台，在新闻采编、数据分析、舆论引导、政务服务等方面开展联办、代管等合作，推动区市融媒体中心提质增效。同时，借助报社（集团）运营的“学习强国”青岛平台，提供2000余名供稿员队伍和各区市融媒生产直通系统。此外，搭建胶东经济圈一体化融媒平台，加强新闻、运营、大项目业务合作，特别是围绕重大主题、新闻采编、融媒传播、媒体运营、市场开发、人文交流等领域开展一体化传播运营活动，进一步扩大区域传播力影响力，营造推动胶东经济圈一体化高质量发展的良好舆论氛围。

### 创新聚才留才用才机制，增强干事创业的精气神

这几年，媒体人被自己设定的“内容是王，还是渠道是王”弄晕了，现在明白了“人才才是王”！主流媒体加速挺进舆论主战场，只有高度



# 改革谋生存 创新求发展

## 以转型融合构筑“四全”媒体集团

烟台日报传媒集团

近年来，烟台日报传媒集团紧紧抓住“深化改革”这一总抓手，在媒体融合、内部管理、经营创收等领域推出一系列改革措施，以改革激发活力、以创新增强动力，努力打造“全程、全息、全员、全效”的“四全”媒体集团。

**实施全媒体改革，以“中央厨房”建设为突破口，媒体有机融合，报纸转型升级，打造新型主流舆论阵地**

建成全媒体“中央厨房”。以“实战”“实用”为原则，以“移动优先”为引领，2020年1月7日完成全媒体“中央厨房”建设，建成一个平台——“超融合全媒体平台”，三个系统——超融合全媒体采编系统、全媒体视频演播系统和“媒体+”智媒传播系统，八个业务板块——

重视和善于发挥优秀人才的能动性,才能占领主战场。特别是80后90后员工,他们承上启下,已成为一个国家一座城市一个单位的主体,成就他们的梦想就是成就我们的未来。去年以来,报社(集团)启动了70年有史以来最大的干部人事制度改革,84名处级中层干部“全体起立、重新上岗”,28名中层干部转岗二线,32名干部走上了新的领导岗位。通过这次调整,形成以70后为主体的正处级干

全媒体采集中心、新媒体编辑中心、报纸编辑中心等编采机构。全部采编业务和人员纳入全媒体中心,统一指挥、统一把关,滚动采集、滚动发布,多元呈现、多媒传播,彻底打破媒体界限和条块分割,从根本上解决报纸与新媒体不通不融问题。

启动报纸转型升级。《烟台日报》向全媒体权威信息发布平台转型。2020年1月1日完成改版,宽幅全彩,通过“内容品质化、版面视觉化、传播智能化”的“三化改革”,打造互联网环境下的精品党报;《烟台晚报》向全媒体生活服务平台转型。主动压缩县域以下发行,积极布局晚报抖音号、头条号等新媒体,做大做强“老于帮办”“民意通”等民生栏目,满足受众需求;《今晨6点》向全媒体教育专业平台转型。变

部队伍和以80后为主体的副处级干部队伍,实现了干部年轻化和“三化一型”(市场化、法治化、专业化、开放型)的素质优化。同时,我们努力改革聘用与薪酬制度,突出“优绩优酬”,探索核心骨干持股机制,形成有利于激发创新创业环境氛围,用待遇留人、事业留人、感情留人,真正让优秀人才“工作上有干头、事业上有奔头、生活上有靠头”。

日报为周报，与晚报捆绑发行，版面大幅缩减。代理“烟台教育发布”微信号，举办系列线下活动，提供线上线下联动的专业服务。

全方位推进媒体融合。对内移动优先，不断升级“大小新闻”移动客户端，打造烟台第一网络信息发布平台；对外共建共享，与芝罘区合建芝罘融媒体中心，与莱阳市委打造莱阳党建融媒工作室，与相关部门合建税务全媒体中心、消防融媒体中心，拓展“媒体+政务”新空间；对上互联互通，全面打通与新华社现场云、人民日报党媒平台、全国地市网盟等平台信息端口，构建立体传播新渠道；对下延伸拓展，加强县域融媒记者站建设，获批成立9个县市区记者站，打造服务县域的有力平台。

全媒体改革后，集团充分发挥全媒体中央厨房统筹协调作用，报、网、端、微密切配合，推出了一系列爆款融媒产品和系列深度报道，实现了精准传播与深度报道完美结合。围绕中心工作，先后推出了“跟着市委书记去考察”“跟着书记看片区”“烟台‘三重’年中考”等融媒产品，全媒体第一时间推出，引起社会强烈反响。在2021年烟台两会期间，推出了5G融媒直播、“码上”读报告、两会进行时等现象级融媒产品和深度报道，稿件、视频等融媒产品的点击量、



阅读量均创历史新高。在抗击新冠肺炎疫情宣传中，以大小新闻客户端为核心的移动矩阵，24小时、第一时间播报最新疫情、权威通报、全市上下应对情况等，日均推送融媒资讯300余篇（件），日均阅读量超过230万，出现一批阅读量达10万+的微媒体报道，牢牢把控了舆论话语权。

实施机构人事改革，以减员增效为着力点，全体起立、竞争上岗，激发媒体生产力和全员积极性

进行机构重组。集团对下属职能部门、事业部和媒体经营相关子公司进行机构重组和职能优化，按照“机构精简化、功能板块化、管理扁平化、工作协同化”原则，组建集团职能中心、

全媒体中心、全媒体品牌营销中心，缩减职能部门，人员充实到采编经营一线，建立起与全媒体运营相适应的“大职能、大采编、大经营”的新型组织架构。

实行全员聘任、绩效挂钩。实行全员竞聘。先后组织了三批次、211人次的中层干部竞聘上岗，实施了两轮、222名采编管理岗位员工参加的双向选择，全体起立，优胜劣汰，民主评议，公开透明；实行管聘分离。员工职务（职称）管理与岗位管理相分离、人事档案管理与岗位聘任管理相分离，打破职务（职称）、编制、身份等界限，双轨运行；实行绩效挂钩。所有人绩效工资与考核考勤挂钩，与集团或所在部门经营绩效挂钩，上不封顶，下不保底，多劳多得，末位淘汰。通过改革，集团中层管理岗位减少了20%，中层管理人员平均年龄年轻了五岁以上。

下狠手减员增效。对亏损单位实施关停并转，主动关停96110热线、网络电视、土生金周刊3个事业部和今日传媒、华夏厚方、黄海文化艺术等子公司，人员按业务需要分流裁撤；将市内五区乡镇及其他县市区报刊投递工作交给邮局，减少发行人员，降低发行费用。集团总人数减少逾千人。

### 实施经营管理改革，以创新突破为推动力，整合盘活资源，拓展营收渠道，推动产业转型升级攻坚克难

改革经营机制。变单打独斗为整合营销。组建商务融媒传播中心，探索“融媒传播工作室”等生产组织和运营方式，围绕房产、金融、教

育、健康、商旅、智库等领域组建6个实质型商务融媒传播工作室，赋予工作室相对独立的自主运营权、资金支配权、资源使用权和人力调配权，优化绩效分配方式，明晰责、权、利关系，进一步调动了员工积极性；变单一广告为全媒全案营销。统一运营媒体广告、阅报栏、楼宇电视、过街天桥等广告资源，提升产品竞争力；变平面营销为立体策划。举办烟台国际马拉松赛、龙口国际马拉松赛、全国放鱼日烟台主会场、全国海洋中医药论坛、烟台国际武术节等活动。

整合盘活资源。探索出“股东”+“房东”等新的资产整合方式，利用老印刷厂房产，与社会资本合作，进行整体设计改造、整体合作招商、整体商业运营，建成文旅功能齐备、配套服务完善的夜经济综合体，每年收益增长两倍；利用华夏传媒大厦闲置房产，与社会资本共建新媒体产业孵化园，着力打造会展、文创品牌，培育网红基地，成功举办了“乐享全球2021烟台城市消费购物年暨首届好品烟台消费创新全国带货节”等活动，国家商务部在工作简报中给予了表扬。

创新经营渠道。以党报公信力为背书，合作研发“民购”新媒体社区电商平台，发挥党建引领惠民优势，全面服务百姓日常生活，打造红社民购专属板块，破解党支部领办合作社产品买卖难题，市委组织部、市商务局给予高度评价并在全市推广；以教育市场为主打，研发高考志愿服务平台，为6万余名考生和家长提供学业规划，举办高中生社会实践、小记者未来营等系列活动；开辟过街天桥等户外广告新空间，推出“烟报19”生鲜电商平台，为产业多元化打下坚实基础。

## 共擎党旗红 聚智话深融

### ——山东省部分市党报负责同志谈党建引领融合发展

4月12日上午，山东省市地报研究会年会在济南召开，16市党媒负责人齐聚一堂，围绕“党建引领、融合赋能”主题座谈交流，探索媒体融合发展的新技术、新思路、新模式，共谋未来蓝图。

今年是中国共产党成立100周年，做好庆祝建党100周年重大主题报道，是主流媒体的一项重要政治任务，大家一致认为，主流媒体要主动作为，推动媒体融合向纵深发展，做大做强主流舆论，鼓励广大人民群众不断汲取精神力量，在新征程中不断取得新突破、新胜利。

#### 擎党建红旗 聚融合发展之力

济南日报报业集团董事长、党委书记，济南日报社社长 马利



近年来，济南报业积极适应传媒格局新变化，在推进媒体深融上大力探索，在产业发展上

不懈求索，取得了一些新成绩。在新闻宣传方面，我们以开创性模式进行宣传报道，不断推出有思想、有温度、有品质的新闻作品，实现全媒出战全域传播，充分发挥舆论主阵地作用。在媒体融合方面，坚持“媒体+政务+服务”和“融合赋能，伴生城市成长”的大融合理念，积极构建全域全媒新生态，进一步深化媒体融合的“济南模式，山东特色”。在融媒赋能方面，秉持“融合赋能，伴生城市成长”的理念，深度参与社会治理，助力城市发展。在转型发展方面，围绕“立足济南，服务山东，面向全国”的定位，即将推出“新黄河”客户端，建设“新闻+政务服务商务”智慧媒体平台。

济南日报报业集团将以高质量的新闻产品庆祝中国共产党成立100周年，为推进全省报业高质量发展贡献智慧力量，为打造“五个济南”、建设新时代现代化强省会凝聚磅礴力量。

#### 推进融合聚变 打造新型主流媒体集团

青岛日报社党委书记、社长，青岛报业传媒集团董事长 齐建国

习近平总书记提出加快传统媒体和新兴媒体融合发展要求以来，面对舆论生态、媒体格局和传播方式的深刻变革，我们全面开展了“架构重组、流程再造、考核转向、一体管理”。





深度聚合重组，推进“老报纸”向“新报业”转型。以“观海新闻”客户端上线为契机，建设立足青岛、面向胶东、辐射全国的融媒平台，打造北方舆论新高地。

创新内容生产模式，内聚平台、外建生态，顶天立地，形成传播新优势。实现“上级、受众、自己”满意和同行认可，借力全国头部互联网传媒机构资源布局分发渠道，实现海内外立体化传播。

充分发挥数据资源引擎作用，技术驱动赋能新模式新业态新产业。将青岛政务网“网络在线问政”和青岛新闻网“民生在线”融合升级，推出全新“民生在线”。

建设一体化融媒平台，营造区域协同发展浓厚氛围。垂直聚合十区市融媒体中心，搭建胶东经济圈一体化融媒平台，营造推动胶东经济圈一体化高质量发展舆论氛围。

创新聚才留才用才机制，增强干事创业的精气神。实现干部年轻化、市场化、法治化、专业化和开放型。改革聘用与薪酬制度，探索核心骨干持股机制，营造创新创业环境氛围。

## 从一报到多元 开创融媒改革新局面

淄博日报社党委书记、社长 潘海涛



淄博日报在突出党报特色、传递权威声音的同时，积极探索媒体深度融合发展路子，不断壮大主流舆论阵地，初步形成“一次采集、二次生成、多元发布”的融媒体传播格局。

今年是中国共产党成立100周年，我们策划推出了“庆祝建党百年 淄博红色印记”主题采访活动，文字、视频、音频、直播共同发力，是媒体融合全方位报道的一次有益尝试。

随着互联网高速发展，媒体生态变得多样化、丰富化。更好地发挥网络传播速度、广度和协同效应，重构、优化新闻采编发布流程，成为一种必然趋势。从资源整合过程来看，媒体深度融合的目标是在传统媒体的基础上，重建与读者沟通的新桥梁。淄博日报客户端、掌中淄博微信公众号、视频号、抖音号等方式，为读者提供了全面、权威的新闻资讯；在报道手法上，从读者对传统图文的被动接受，向视频、动漫、直播等互动形式转变，推动媒体表现全态化；鼓励采编人员向全媒型、全能型方向靠拢，将策、采、



编、播等技能纳入个人能力提升范围，着力提升整体业务水平。

### 优化传播格局 挺进深融讲好故事

枣庄市委宣传部副部长，枣庄日报社社长、总编辑、党委书记 高鹏



2020年枣庄日报进一步优化“策、调、采、编、发、传、管”新闻生产流程，建机制、强策划、全面发力、挺进深融。依托枣庄日报APP，借助新华社、人民日报、学习强国等主流媒体，以及微信、抖音、今日头条等商业平台，加大新闻、图文、音视频产品生产推送，讲好枣庄故事、传播枣庄声音，形成多维立体化传播新格局。

坚持内容为王，提升宣传质量，坚持移动优先，推进融合创新。枣庄日报始终把加强内容建设、提高新闻宣传质量摆在突出位置并贯穿新闻采编全过程。今年建立沟通策划机制，精准把握大局大势，对重大主题宣传提前介入积极作为，做到主动策划、全程策划、整体策划、精准策划。坚持移动为先、创新为要。进一步优化新闻生产机制，创新表达方式、呈现形式和传播方式。加快推进媒体深度融合和机构重组、流程再

造、体制创新。推进内容生产、绩效考核向互联网业务、向关键紧缺岗位倾斜。

### 从融媒向智媒 扩大主流舆论传播力

烟台日报社党委书记、社长，烟台日报传媒集团理事长 陈海涛



近年来，烟台日报传媒集团深入贯彻习近平总书记关于媒体融合发展的重要讲话精神，从融媒向智媒转变，积极探索“融入城市 赋能城市”的新发展模式。

推进“物”的融合。建成“超融合全媒体平台”，平台由“1+3”四大模块构成。一个中心即指挥中心，负责集团所属各媒体宣传任务统筹、重大选题策划和采编发力量指挥调度。统一调度指挥，实现全媒体联动；统一技术平台，实现内容互通共享；统一内容采集，新媒体滚动发布，媒体各取所需多元呈现；统一与订制并行，满足不同用户需求。三个系统，即超融合全媒体采编系统、全媒体视频演播系统和“媒体+”智媒传播系统。

推进“人”的融合。组建全媒体中心，打破媒体界限和条块分割，实行身份、指挥、考核“三

统一”。下设八大中心，包括全媒体采集中心、新媒体编辑中心、报纸编辑中心、视频直播中心、政务融媒传播中心、区域融媒传播中心、大数据分析中心、技术运营中心（5G 融媒实验室）。设立烟报全媒体编委会，作为媒体深度融合决策和指挥中心，实现“统一指挥、统一把关，滚动采集、滚动发布，多元呈现、多媒传播”。

### 深化融媒改革 传承沂蒙精神

临沂日报报业集团党委书记、董事长 梁绍伟



近年来，面对媒体发展大势，临沂日报报业集团牢固树立互联网思维，持续深化融媒改革，重构全媒体生态，打通了临报“三报五网两端”媒体条块分割，成功搭建“沂蒙云”500万“新闻+政务服务商务”融媒智慧平台，涵盖全媒体采编、大数据分析、指挥报道、报纸出版、舆情监控分析等服务，从根本上提升了新闻影响力和产品竞争力。

临沂是一片红色热土，在庆祝建党100周年宣传方面，我们以“奋斗百年路，启航新征程”为主题，以“跟着共产党走”为情感线，突出沂蒙精神特色，推出建党100周年系列策划。结合

沂蒙革命文物连片打造工程、革命旧址示范保护工程等，寻访临沂百年党史中的重大事件遗迹、重要战役遗址、重要会议遗址、重要机构旧址、重要人物旧居等。以“跟着共产党走”为中心线，组织不同群体在不同区域唱好红色沂蒙“同一首歌”。与市委组织部等相关部门、单位合作，聚焦全市各地各行业优秀共产党员（党务工作者、先进基层党组织）和其他先进典型，讲述他们带领群众全面决胜小康社会的故事。组织记者走进100个有代表性的乡镇，讲述历史变迁故事，介绍特色产业产品，报道乡村振兴举措，展示全面小康成果。

### 让融媒体成为党史学习教育的“翅膀”

菏泽日报社党委书记、社长 常健



随着信息社会的发展，融媒体逐渐走进人们的视野，成为新闻信息传播的主力军。新媒体也成为宣传党的方针政策、推动政府工作、传播信息技术等主要阵地。以菏泽报业传媒集团为例，传统的纸媒《菏泽日报》《牡丹晚报》目前发行总量在11万份左右，而以两报为依托的微信、微博和手机客户端，粉丝量就达260多万。

当前正在开展的党史学习教育活动，是我们新闻媒体宣传的一项重要内容，在这方面，新媒体与传统媒体相比更具有优势，尤其是视频，可以真实地呈现场景、模拟场景，具有更强的感染力和教育意义。为此，菏泽报业传媒集团专门成立了融媒采访小组，与市党史委相结合，从本市的第一位共产党员、第一个党支部的成立开始，利用文字、图片、视频等形式对全市的党史资料进行全面挖掘整理，在报纸上开设专版，在网站、“两微一端”上开设专栏，形成“图文并茂、有声有影”的良好格局，广大读者争相传阅，收到了很好的宣传效果。

### 既要“固本”也要“创新”

日照日报社（日照报业传媒集团）党委书记、董事长、社长 窦更勤



日照日报社深入贯彻落实习近平总书记关于深化媒体融合改革的系列指示精神，加快推动融媒改革与发展工作，取得很大成效。

做好自有平台建设，打牢媒体融合底层基础。投资400余万元开展了融媒体平台软硬件建设，并上线真人版AI主播。目前，多功能的新闻

演播厅已经启用，融报道指挥、全媒体采编、媒体资源库、报纸排版、客户端、网站与数字报等于一体的融媒平台系统已经部署完成；建设官方号矩阵，充分发挥外部平台作用，进一步增强传播力、影响力。

为庆祝建党100周年，日照日报社积极构建“线上+线下”媒体融合全覆盖模式，让党史学习教育既有专栏、动态报道等传统媒体宣传，又有微信公众号、客户端、视频号等新媒体传播，不断创新全方位立体式的传播途径、传播手段和传播方式，生产制作出《提高政治站位 深化思想认识——论贯彻全市党史学习教育动员大会精神》等一批精品佳作。

### 把握媒体发展趋势 让新闻“动”起来

德州日报社党委书记、社长 赵红卫



近年来，德州日报社把握新闻传播视频化、社交化、互动化趋势，根据自身实际，集中力量主攻微视频、短视频，不断在深度融合中创造亮点。

今年，在媒体生态加速演变、融合发展纵深推进的背景下，如何做好庆祝党的百年华诞的新闻宣传，德州日报也做了一些探索。聚焦脱贫攻坚与



乡村振兴衔接，报道德州在打造乡村振兴齐鲁样板过程中的新气象、新经验，《翟家镇——筑牢保障网 脱贫不返贫》《朱集镇：千年枣林焕新生》等作品登上学习强国平台；开设“时代先锋”子栏目，报道优秀共产党员、先进基层党组织攻坚克难、担当作为的动人事迹；在副刊上推出“光辉足迹”子栏目，以图文并茂、讲故事的方式，介绍德州历史上革命英烈的事迹，已推出《李聚五：“铁头”打鬼子 丹心铸忠诚》等报道。这些子栏目定位明确、生动鲜明，与其他栏目形成强势互补，为党史学习教育营造了良好氛围。

### 建设“大而精 鲜而活”的泰报融媒

泰安日报社党委书记、社长，泰安传媒集团董事长 张洪洲



今年，泰安日报社以“最泰安”全媒体中心为突破口，通过搭建中央厨房指挥中心，在媒体融合方面走出一条自己的道路。

相融相加，破除隔阂。为了打通各个信息渠道，泰安日报社建设了“最泰安”全媒体中心中央厨房指挥中心，使新闻生产的策、采、编、发、评、运营真正融为一体，有效提升了内容生

产能力和传播能力。

转型理念，用户至上。把“用户思维”放在首位，注重新闻产品的“用户体验”，让用户在一定程度上参与到新闻生产中来。

突出风格，增加厚度。在媒体深度融合大背景下，泰安日报社进一步突出“权威党媒、主流纸媒、亲民融媒”风格。今年，紧紧围绕建党百年这一重大主题，周密制定全年的宣传报道方案。各媒体平台在重要版面、重要时段、重要位置开设“庆祝中国共产党成立100周年”专栏。

泰安日报社将在原有基础上进一步推动媒体深度融合，把正能量和大流量结合起来，打造更多群众喜爱、刷屏热传的新闻作品，形成新的增长点和竞争力，高水平高质量建设“泰报融媒”。

### 加快推进媒体融合 壮大主流舆论

潍坊日报社党委副书记、总编辑、总经理 孙向中



潍坊日报社认真贯彻中央和省委、市委关于加快推进媒体深度融合发展的部署要求，牢牢把握正确舆论导向，着力建设市级新型主流媒体，为加快推动现代化高品质城市建设提供了有力舆

论支持。

在体制上，推进内部改革，整合媒体资源建设“中央厨房”，构建统一指挥、高效集约的全新媒体运行机制。坚持“移动优先”，整合新媒体资源组建融媒体中心，形成拥有30多个新媒体平台、400多万粉丝的新媒体矩阵。

在技术上，采用省内先进的融媒系统，建设融媒技术平台，向全媒体传播全面转型。去年12月25日，新的融媒采编系统和潍坊融媒客户端正式启用，实现了新闻“一次采集、多元生成、多端发布、全面覆盖”，重大新闻第一时间在移动端发布。

在宣传上，策划组织了“打好重点工作攻坚战”“重点工作攻坚看行动”等大型深度报道活动，全媒体联动，在全市形成舆论强势。

围绕庆祝建党100周年，全媒体开设“奋斗百年路 启航新征程”专栏，推出“重走渤海走廊”“风华百年——潍坊记忆”等各具特色的主题宣传活动，营造隆重、热烈的舆论氛围。

## 推动媒体深融发展 大力提升党媒影响力

东营日报社党委副书记、总编辑 杨荣寅



东营日报社深入贯彻落实中央、省市决策部署，顺应时代发展，立足东营实际，彰显党媒特色，不断推动媒体深度融合发展，打造全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体。

报社建立了融报、网、端采编力量于一体的融媒体中心，创新媒体融合报道流程机制，再造“超前策划、一次采集、多种生成、多元发布”工作流程，建起重大新闻、热点新闻滚动发布，报纸、网络、客户端全面刊发的融媒格局，“指尖”新闻宣传颇有亮点，微视频和视频直播发力，媒体间高效互动融合。融媒改革以来，推出多篇有深度、影响力的新闻作品，如点击量过百万的爆款微视频《东营一分钟》与“抗战老兵”系列微视频，丰富了新闻传播方式，提升了党媒影响力。同时强化人才培养，以青年研讨会、调研报告、精品课程、记者编辑开专栏为抓手，为媒体融合发展打造优秀人才。

围绕庆祝中国共产党成立100周年主题宣传，策划启动“宣言辉映黄河口”大型主题采访活动、推出“我的入党故事”系列专题、“礼赞百年、我心向党”全市中小学生征文大赛、“感动东营”党员先模人物事迹宣传等系列活动，充分发挥主流媒体作用，营造良好舆论氛围。

## 媒体融合落脚点是更好地服务用户

济宁日报社党委委员、副总编辑 李颺

媒体融合走过五年，在经历了对“为何融、融什么、怎么融”这一问题的探讨和摸索后，媒体给出了一份阶段性的答卷。有一点成为共识——无论内容和形式如何变革，媒体融合最终





的落脚点都是更好地服务用户。

济宁日报社积极推动传统媒体和新媒体的融合发展。目前，济宁日报社在媒体融合的道路上已经初步打造成为拥有两报（济宁日报、济宁晚报）一网（东方圣城网）一端（掌上济宁客户端）一屏（遍布城区的户外阅报屏）微矩阵（济宁日报微信公众号、东方圣城网微信公众号、济宁晚报微信公众号、济宁日报微博等）的融媒体中心；视频新闻、直播新闻简报常态化，近三年获得省级以上媒体融合作品奖项近二十项。

为更好地满足用户多样化需求，济宁日报社整合现有的媒体资源，打通线上线下梗阻，利用“媒体+”理念，将媒体与生活服务、电子政务、大数据教育咨询、大数据智慧城市等业务相融，提供教育咨询、法律咨询等各种服务，形成了“媒体+政务”“媒体+服务”等融合新模式，通过为用户提供多样化服务、满足用户多样化需求，与用户建立起广泛连接。

### 从“物理相加”到“化学相融”

威海日报社党委委员、副总编辑 衣学

威海日报社的媒体深度融合发展，虽然起步



较晚，但路走得很扎实。自2018年以来，我们以“Hi威海”客户端为龙头，从报社内部、威海区域、全国范围三个维度推进深度融合发展。

集中力量打造“Hi威海”客户端。只有自主可控的新闻客户端，才是媒体融合真正可靠的平台。“Hi威海”客户端建设于2018年初启动、当年9月27日正式上线，目前用户总数达到52.8万，舞起了媒体融合的龙头。

报社自有媒体深度融合。重大宣传报道编委会牵头策划，确定“主攻媒体”和“助攻媒体”，客户端、新闻网、威海日报、威海晚报实现“一体策划、一次采集、多种生成、多元传播”。

与威海区域媒体深度融合。“Hi威海”搭起传播平台，威海所有区市和开发区、40余个市直部门、20余个镇街入驻，形成政务信息发布的“枢纽港”。今年4月8日，“Hi威海”开设“电视新闻”频道，引入市广播电视台新闻资源。

与国内知名新媒体深度融合。通过购买服务、置换资源等方式，构建起拥有32家合作平台的新媒体外宣矩阵，立足威海、辐射全国。

## 放眼全国实现联动 立足本地讲好故事

滨州日报社副总编辑 韩俊亮



地市党报想要获得更好发展，就必须要在把握传统媒体优势的基础上，推动媒体融合高速发展。去年，滨州日报社积极构建融媒体平台、强化人员互联网思维、加快推进媒体融合。滨州日报社建设的滨州党媒指挥调度中心，建成后很快就在疫情防控宣传过程中起到了“定海神针”的作用，迅速吸纳全市300多名通讯员入驻。大家踊跃将发生在滨州大地上的战“疫”新闻上传到系统中来，并通过滨州网和滨州网客户端实时推送，正面引导舆论，筑起信息防线，形成了巨大的舆论高地。仅通讯员就生产战“疫”相关新闻稿件3000余篇，滨州网总阅读量近2000万人次。

今年是中国共产党成立100周年。我们要充分发挥新媒体传播优势，综合运用多种传播形式，推出一批有特色有影响力的新媒体产品。在宣传报道中要突出短视频，创新可视化，强化故事表达，突出互动参与，吸引党员干部和社会各界广泛参与，引发群体共鸣。

（据济南日报）

链接——

## 山东省市地报“决胜2020——脱贫攻坚看山东”集中报道活动推进会召开

今年是脱贫攻坚决战决胜之年。市地报如何发挥主流媒体主阵地作用，凝聚打赢脱贫攻坚强大精神力量，开创工作新局面？

5月12日，由山东省市地报研究会主办、聊城报业传媒集团承办的山东省市地报“决胜2020——脱贫攻坚看山东”集中报道活动推进会在聊城召开，14家市地报负责人、摄影部负责人及特邀摄影家共同探讨脱贫攻坚宣传报道工作，并赴冠县扶贫产业点现场采风。

推进会上，新华社山东分社图片总监范长国介绍了由山东省文联、省扶贫办、人民网山东频道、新华网山东频道主办，山东省摄影家协会、山东省市地报新闻摄影学会承办的“决胜2020——脱贫攻坚看山东”摄影展相关情况，动员各市地报积极参与，在全媒体时代更好唱响主旋律。范长国指出，摄影记者要实现平台延伸再造，扩大新闻选题获取途径，潜心蹲点采访，才能有打动人心的作品。

会上，与会市地报“大咖”热烈发言，一致认为要聚焦主责主业，增强策划能力，用作品说话。

当天下午，与会人员赴冠县定远寨镇扶贫香瓜大棚、店子镇百年梨园扶贫育雏大棚、灵芝产业园等扶贫产业点现场采风，在火热一线感受脱贫攻坚的“聊城故事”。

（来源：聊城新闻网）

## 百年中共党史里的山东早期党报党刊

于岸青

山东是全国建立共产党组织最早的地区之一，济南是山东党组织的发端地。建党以来，在齐鲁大地，共产党人不间断地进行着艰苦卓绝的奋斗，也不间断地创办各种报刊，把党的声音传播到四方。

与全国各地的早期共产党组织一样，山东早期共产党人积极创办各类报刊，宣传马克思主义。在土地革命时期，中共山东省委在极端险恶的条件下，克服种种困难创办报刊，传播党的声音。抗战全面爆发后，中共山东分局挺身而出，挑起领导山东军民抗战的大任，它的机关报《大众日报》以笔为枪，忠实传达党的声音，动员军民，鼓舞军民，并同军民一道顽强战斗，在灾难深重的黑夜，播撒着火种；在艰苦卓绝的岁月里，传播着希望。

### 《济南劳动周刊》：山东第一份公开介绍马克思主义的报刊

五四运动前后，马克思主义传入山东。马克思主义的传播，必然结出组织的果实。1921年春，王尽美、邓恩铭、王象午在李大钊、张国焘、罗章龙等指导下，成立了济南共产党早期组织，这是中共一大之前，国内六个共产党早期组织之一。其标志正是《济南劳动周刊》的出版。

1921年5月1日，王翔千、王尽美等人发起组织的济南劳动周刊社，借时任山东省议会副议长张公制等创办的《大东日报》副刊出版了《劳动周刊》，为区别后来出版的《山东劳动周刊》，该周刊后被称为《济南劳动周刊》。张公制曾回忆，“报头用斧子和锄头交叉”，“点滴地介绍马克思列宁主义和苏联的状况”。这是山东第一份公开介绍马克思主义的报刊。

《大东日报》是济南早期较有影响的报刊，1912年6月由张公制和王志勋创办，设在济南后门街道南，共和印刷局也设在这里。同时，济南的报界联合会也设在这里，算是当时济南乃至山东的新闻界中心。

《济南劳动周刊》由济南早期党组织成员、育英中学教师王翔千担任主编，王尽美、王复元等参加周刊社工作。王翔千的儿女后来回忆，30多岁已经留起胡须的王翔千热情高涨，自缝一个白布的挎包，上面斜着镶有一个红布条，上书“劳动周刊”。王翔千背着这个布包下印厂发稿，也背着这个包带着印好的报纸上街头宣传销售。

《济南劳动周刊》的《出版宣言》由王尽美起草。他指出，创立周刊社、出版周刊的目的是“促一般劳动者的觉悟，好向光明的路上去寻人的生活”。那么，劳动者怎样才能觉悟呢？光明

的路在哪里呢？怎样才算得上是人的生活呢？周刊社提出了“增进劳动者的知识”“提高劳动者的地位”“改造劳动者的生活”三大方针。这实际上也是济南共产党早期组织的一个行动方针。

由于周刊登载了大量济南及各地工人运动的消息和代表时代潮流的新思想、新知识，在济南淄博等地工人中产生了广泛的影响。中共一大以后，济南劳动周刊社更加活跃，他们把报纸与上海中国劳动组合书记部主办的《劳动周刊》、湖南劳工会办的《劳工周刊》进行交换，特别是湖南的《劳工周刊》转载过多篇来自济南的消息，如《济南印刷工人组织读书会》《济南鲁丰纱厂淫威的一瞥》《烟台海校工役罢工》等，并全文刊登了《济南劳动周刊》主编王翔千祝贺湖南《劳工周刊》创刊的祝贺词。

不久，因经济不继，周刊停办。遗憾的是这个报纸目前尚未发现实物。

王尽美、邓恩铭代表山东早期党组织参加一大归来，1922年5月，中共济南独立组建立，王尽美任组长，党员9名。月底，中国劳动组合书记部山东支部成立，王尽美任支部书记。为了推动山东工人运动的深入开展，中国劳动组合书记部山东支部将已停刊的《劳动周刊》更名为《山东劳动周刊》，作为机关刊物独立出版，王尽美、王翔千、王用章等做编辑。这标志着“山东具有初步共产主义思想的知识分子”“开始有组织地同工人阶级相结合”，“为山东地方党组织的建立作了思想上、干部上的准备。”这也是山东党组织比较集中的亮相之一。《山东劳动周刊》的出版，对山东的革命运动起到了很大的推动作用。

《山东劳动周刊》创刊于1922年7月9日，它的出版宣言一开始就表明，它的宗旨和精神与《济南劳动周刊》完全一致，因此也就不另发表宣言，而是将《济南劳动周刊》的宣言完全照录下来。没有存下实物的《济南劳动周刊》得以另一种形式保存了下来。

1923年左右，还是因为经济原因，《山东劳动周刊》停刊。现仅有第一期存在山东省档案馆。

### 《红旗》：定位为对工农进行宣传教育的省委机关刊物

山东党的早期报刊种类繁多，各个地区都有自己的报刊，各种群体组织包括青年组织、妇女组织、劳工组织等也都有各自的报刊。不同时期，各种报刊又随着时代发展和革命形势的变化而停刊又复刊，复刊又停刊，名称也经常变化。但省级党组织直接所办报刊并不多，尤其是报纸。

1927年6月13日，中共中央常委会会议决定建立中共山东省委，吴芳任书记。为落实八七会议精神，10月山东省委改组，推选矿工出身的卢福坦任省委书记。

1928年10月25日，山东省委机关刊物《红旗》出版，到目前只发现第一期和第二期，均为油印、横排、右开口。两期封面相似，中间一面随风飘扬的红旗，旗子中心是镰刀斧头图案，旗子之上是隶书刊名“红旗”，刊名之上为摘自《共产党宣言》的“全世界无产者联合起来啊”；旗子下边是售价——每份四枚铜元，以及出版日期；刊期号位置则不固定，第一期在刊名下边，第二期改到刊名上边。

《红旗》定位为对工农进行宣传教育的刊物，第一期上《开头的话》里表明：“本刊是中国共产党山东党部发行的机关报，是代表无产阶级及一切被压迫民众说话的，绝对的拥护无产阶级及被压迫民众的利益，坚决的反对压迫无产阶级和一切民众的敌人；而且要唤醒和鼓动无产阶级及一切被压迫的民众团结起来自救，指示他们自救的方法，提高他们的政治教育，引导他们走上正确的道路。”“因此我们指示无产阶级首先要靠本身团结的力量，加紧扩大本阶级的组织，启发本阶级的阶级斗争，担任领导中国的革命，并且指示其余一切民众都各需要本身的组织，同情无产阶级的阶级斗争，也各自发展本身的利益斗争，联合一致向帝国主义豪绅地主资产阶级进攻，进到工农武装暴动，夺取一切政权，完成工农民权革命，解决土地问题，建立城乡苏维埃，开辟社会主义革命的道路，直到无产阶级专政解放一切被压迫民众。”

因缺乏材料，现在无法知道刊物是由省委哪个人具体负责。当时省委常委五人为卢福坦、李振瀛、杨世昌、顾作霖、刘俊才，无专人负责宣传部工作，很可能是由担任秘书处工作“偏于文字工作”的常委杨世昌负责。《红旗》作为党内刊物，向全省各地的支部寄送，如1928年沂水特别支部成立后，就曾接到省委寄来的《党内通讯》《红旗》等党内文件和刊物。

现在也不能得知《红旗》到底出版了多长时间，但至少是出到了1928年底，1928年12月5日的《山东组织工作计划》中提到，“《红旗》可继续作为工农刊物”。正是在这个时候，王复

元、王用章兄弟二人相继叛变，给山东省委造成了极大破坏。

### 《山东红旗》：山东工农发出自己呼声的场所

1930年底，在一片白色恐怖当中，张含辉、汪秋实（即王青士）受中共中央北方局派遣来到青岛，与中共中央派来的吴亚鲁共同组建了由中共中央和北方局双重领导的山东临时省委。张含辉任省委书记兼工委书记，汪秋实任组织部长，吴亚鲁任宣传部长兼秘书长，原山东省军委书记赵友贤续任原职。

1928年，国民党军队由苏北进入山东后，国民党对山东地区的共产党组织和党员进行了大肆破坏和逮捕、屠杀，到1933年12月，中共山东省级组织先后遭到十几次破坏，大批共产党员被残杀和关押，山东陷入空前的白色恐怖之中。张含辉等人来到山东的1930年，由于叛徒出卖，2月、8月、11月，山东省党组织连续遭到大破坏，再加以党内“左”的路线的影响，山东的党、团组织损失巨大，在临时省委组建以前，有一个多月时间没有省委。

在如此恶劣的形势下，张含辉领导的山东临时省委一方面积极恢复与改造各地党组织，一方面组织出版了省委机关报《山东红旗》，出版时间虽短，却起到了宣传群众、组织群众的作用。

山东临时省委首先建立健全了省委机关。省委除设组织与宣传部外，又成立四委（职工运动委员会、宣传委员会、军事运动委员会、妇女运动委员会）、三处（秘书处、印刷处、交通处）



和省委机关支部，除《山东红旗》外，还出版了《党内生活》《布尔什维克》等刊物，并且配合各个时期的中心工作，编印传单、标语、宣传、通告80多种，从而扩大了革命的影响，加强了对党、团员和群众的教育。

《山东红旗》前身系《青岛红旗》，由中共青岛市委出版。1930年10月31日，中共青岛市委书记马恒德在四方被捕，党组织也遭到破坏，《青岛红旗》暂时停刊。两个月后，临时省委建立，张含辉决定将《青岛红旗》更名为《山东红旗》继续出版，由负责宣传的吴亚鲁具体承办，并于12月28日出版了第一期。

第一期上《见面的话》说：“现在《山东红旗》出版了。《山东红旗》虽然不能如反动报纸印的那样好看，虽然还是用油墨印刷，然而这是工农贫民自己的报纸，这是山东工农发出自己呼声的场所。”报纸语言通俗易懂，第一期上还刊有《大英烟草公司又来增加工作时间》《胶济路四方机厂工人联合会筹备会已经成立》《本埠工友决定阴历一月一日示威》《国民党社会局加紧欺骗工人》等。

经过临时省委的努力，全省各地党的组织有所恢复。到1931年2月，与临时省委有联系的已有15个县市和地区，共有48个支部，党员390人，另有团支部20个，团员108人。这时，中共中央撤销山东临时省委，正式建立山东省委，张含辉、吴亚鲁、赵一航三人为常委，吴亚鲁仍任宣传部长兼秘书长。

《山东红旗》系五日刊，因环境极其恶劣，即使是最粗陋的油印也不能保证，从现在所存的报纸看，有8开、16开、32开不定。1931年4月13日，

青岛市委同志去码头接关系时被特务查获，引起连锁反应，青岛市委机关和山东省委机关接连遭到破坏。14日上午，尚不知情的张含辉照常来到山东省委机关，随即被特务抓捕，但他机智脱逃。在狂跑了十几条马路后，恰好遇到吴亚鲁，他俩简单交换信息后，迅速分头去通知处在危险中的其他同志。但《山东红旗》的编辑印刷处，即位于青岛临淄路静安里的山东省委秘密机关遭查抄，工人党员陈永和被捕，后被押往济南，当年8月19日他与20名共产党员被国民党杀害于济南。

4月14日，正值《山东红旗》出报日，已印刷出来的报纸绝大部分已经发行，这便是《山东红旗》的最后一期。而令人感慨万千的是，这一期报纸上报导了4月5日22名共产党员在济南侯家大院被杀的消息，这便是包括省委书记邓恩铭、刘谦初在内的著名的“四五烈士”。

报道说：“国民党最近不仅派了三十万大军进攻红军，屠杀工农，并且在各地厉行白色恐怖，惨杀革命领袖、共产党员。不久以前，在上海枪毙共产党员何孟雄、林育南、李求实等二十三人，在武汉枪毙共产党员三十余人。天津被捕两三年未判决之共产党员，现在一律以危害民国紧急治罪法，加重判罪。最近四月五日晨五点，在济南又枪毙共产党员张之炎、宋占一等二十二人。……国民党这比野兽还残忍的白色恐怖，我们广大的工农群众要一致的起来反抗啊。”

4月16日张含辉化装离开青岛，赴上海向中央报告了山东省委被破坏的情况，尔后党派他返回陕西工作，1933年壮烈牺牲。吴亚鲁则在白色恐怖中继续坚持战斗，根据中央指示，1932年1月山

东省委全部移到济南，吴亚鲁不久调离山东返回上海。1939年6月12日下午，国民党制造了震惊全国的“平江惨案”。国民党二十七集团军奉蒋介石命令，包围了新四军设在湖南平江嘉义的留守通讯处，将湘鄂赣特委书记涂正坤骗出杀害，又冲进通讯处找负责人。为了保护同志，湘鄂赣特委委员、秘书长吴亚鲁挺身而出，大声呼喊：“我就是负责人，有事找我。”国民党士兵围了上来，他英勇搏斗，身中数弹，壮烈牺牲。

《山东红旗》共出版了22期，现藏于山东省博物馆。

### 《大众日报》：连续出版时间最长的党报

办报是党的工作方法之一，毛泽东非常重视利用宣传媒介，在《论持久战》里，他指出，报纸书册是政治动员的途径之一。在中共扩大的六届六中全会上，毛泽东指出要在敌前和敌后创办各种地方性的报纸，以提高人民群众的政治觉悟、文化水平，动员一切力量争取抗战的胜利。

抗战全面爆发后，中共中央就要求敌后抗日根据地创办抗日报刊，中共山东分局从开辟山东根据地开始，就把办报列为最为紧迫的事项之一。从1937年到1949年，包括《大众日报》，山东根据地和解放区办过的报刊多达上百种。

1937年10月，鲁西的《抗战日报》率先在聊城创办，该报登过不少重要文章，如在保卫大武汉时，登过叶剑英的《论目前时局——注意敌人沿江跃进》、徐向前的《论开展河北的游击战争等》。该报共出了210多期，宣传了党的主张，鼓舞和发

动了群众，揭露和打击了日本侵略军，在推动创建鲁西北根据地的过程中起了重要作用。

《大众报》1938年8月13日创刊于黄县，是中共胶东区党委机关报。抗日战争初期，宣传中国共产党的统一战线政策、宣传团结抗战和工、农、青、妇群众运动。1940年后，大力宣传反“扫荡”、反顽斗争、减租减息、参军支前、大生产、互助合作运动及国际上的反法西斯斗争等，解放战争时期及时报道了解放战争的伟大胜利，受到了胶东区人民的喜爱。《大众报》共出版2368期，1948年12月1日起，改为《胶东日报》。现藏于山东省图书馆。

《鲁南时报》1940年7月1日于费南县天宝山区油篓村创刊，其前身是八路军一一五师对地方办的《时事通讯》。作为中共鲁南区委员会机关报，其办报宗旨是：及时传播中共中央声音，鼓舞和指导鲁南人民的革命斗争。该报在鼓舞群众斗志上作出了重大贡献。1948年，中共中央华东局根据形势发展需要，将鲁中、鲁南、滨海三个地区合并为鲁中南区，《鲁南时报》与《鲁中大众》合并为《鲁中南报》，1948年2月15日《鲁南时报》在头版刊发《为鲁南时报停刊告全体读者通讯员同志》。七年半的时间里，《鲁南时报》历尽艰辛，共出版了702期，现山东省图书馆藏有一部分。

在此期间，“昌邑、诸城、梁山、寿光、东平、济宁、蓬莱、掖县、沂水、莱芜、菏泽、陵县、宁津、桓台、曹县、临清等地，也都先后出版了小型油印报纸。”

由于种种原因，这些报纸几乎出版时间都不长，只有《大众日报》扎根于齐鲁大地，连续不

断地出版，直到今天。

新中国成立后，为了集中财力办好《大众日报》和《青岛日报》，中共中央山东分局和山东省人民政府对全省报纸进了一次大的调整，经过调整，全省共办各类报纸28家。“文革”期间，报纸受到严重影响，全省只有《大众日报》和7家地市报尚在出版。改革开放以后，山东的报纸事业大步发展，空前繁荣，到1990年底，全省经正式注册登记的报纸共119家。

2018年12月31日，习近平总书记就大众日报创刊80周年作出重要批示：“80年来，大众日报不懈践行‘党的立场，群众的报纸’办报宗旨，是一份有着光荣传统、广泛影响的党报。希望大众日报始终把坚持党性原则、坚持正确政治方向放在第一位，弘扬沂蒙精神，加强改革创新，为鼓舞大众、团结大众、服务大众作出新的贡献。”

批示充分肯定了大众日报80年来的辉煌历程，为大众报人做好新时代新闻舆论工作提出殷切期望。这是大众报业集团珍贵的精神财富和强大的精神力量，必将指引和激励新时代大众报人奋力前行！

为什么总书记会为一张地方党报作出批示？一个重要原因就是大众日报的报史独特。大众日报的独特体现在：一是连续出版时间最长，对历史记录完整；二是战争年代大众日报牺牲了578位同志，报业史上绝无仅有；三是大众日报与沂蒙根据地血肉相连；更重要的是大众日报为中国共产党的新闻理论做出了独特的贡献，这个贡献就是总书记批示里的第一句话——“党的立场，群众的报纸”。

《大众日报》在办报实践中，将马克思主义思想与山东革命斗争的实际相结合，将中国共产党的新闻宣传方针与山东革命的实际密切结合，形成了一套完整、科学且行之有效的办报原则、方针、指导思想和工作方法，丰富了党报理论，成为马克思主义中国化的生动实践。

值得一提的是，1921年王翔千创办了《济南劳动周刊》；18年后，王翔千的子女成为了大众日报的一员，这其中包括王翔千的长女、山东最早的女共产党员王辩，她在大众日报开展了农民通讯员运动，可谓大众日报农民通讯工作乃至山东农民通讯运动的第一人；王辩丈夫赵志刚是王尽美的儿子王乃征的入党介绍人，是山东战邮的创始人，大众日报发行部部长。

#### 主要参考文献：

- [1]《中国共产党山东历史》（第一卷），中共山东省委党史研究室编，山东人民出版社，2010
  - [2]《中共山东编年史》，常连霆主编，中共山东省委党史研究室编著，山东人民出版社，2015
  - [3]《党报：抗战中的号角与旗帜》，严洁，《青年记者》，2015年8月上
  - [4]《山东省志·报业志》，山东省地方史志编纂委员会，山东人民出版社，1993
  - [5]《山东出版志资料》第二辑，山东出版总社出版志编辑部，1985
  - [6]《山东省图书馆馆藏山东地方史志文献选目》，山东省地方史志编纂委员会办公室，山东省图书馆，1983
- 【作者为大众报业集团（大众日报社）社史陈列馆馆长，高级编辑】

# 党建引领 策划当先 融媒赋能

## 大众日报经营2020年首破2亿元

金云伟

在过去的2020年，一场突如其来的新冠肺炎疫情让整个社会都面临着前所未有的冲击，大众日报作为省委机关报，在此危急时刻，承担起应有的责任和担当。

疫情发生后，我们统筹疫情、舆情、社情，统筹网上网下、前方后方，及时发布权威信息、深入解读政策部署、充分报道措施成效、生动讲述感人事迹、正面回应社会关切、广泛普及防疫知识，报端微融合生产传播有力有序，为夺取疫情防控和经济社会发展双胜利提供了有力舆论支持。

同时，在经营方面我们克服新冠肺炎疫情严重冲击和影响，危中寻机、化危为机，策划推出一系列公益和创收活动，全力推进大报融媒经营转型升级，广告收入再创新高，突破两亿元大关，达到2.02亿元，同比增长18.82%，实现历史性突破，走在全国同级党报前列。

近五年，大众日报经营创收节节攀升，连创新高。2016年，大众日报经营收入1.1亿元，突破亿元大关；2017年，收入1.2亿元；2018年，收入1.3亿元；2019年，收入1.7亿元；2020年，收入突破2亿元。

**党建引领，公益活动助力融媒经营开启新局面**

作为省委机关报，大众日报始终把社会效益放在首位，2020年，公益主题贯穿全年。新冠肺炎疫情发生后，大年初一我们就组成了“公益广告专班”，高举公益旗帜，结合抗击疫情进展，先后策划推出战“疫”特刊、致敬白衣战士、“双胜利”特刊等系列公益活动。公司全年创作、发布公益广告160多个版，在战“疫”之年贡献了党报公益力量。

### 策划为先，活动经营提质增效再创新高

五年来，我们不断提升策划能力，向策划要创新、向策划要效益。2016年活动创收总额2300多万元，2017年4175万元，2018年3250多万元，2019年5052万元，2020年在疫情严重冲击下，仍策划了十四五五个活动，创收额更是达到5300万元，创5年新高，占2020年刊登额的一半多。一路走来，我们打造了“齐鲁粮油”公共品牌、举办了“敬佑生命 荣耀医者”大型公益活动、深耕了“山东名镇”镇域市场、打开了“山东社会责任企业”推选活动新局面……五年时间，一步一个台阶，用专业的策划和媒体技术打破了行业壁垒，扩展了大众日报经营新版图。

今年4月，首届“山东社会责任企业”推选活动在济南圆满落幕，同时第二届“山东社会责任企

业”推选活动启动。这个活动成功搭建起大众日报与企业之间的桥梁，在山东省各界引起较大反响，网络投票期间，大众日报客户端开设的投票窗口总访问量高达1555万人次，参与投票的人数达到了278万，真正做到社会广泛参与、影响深入人心。

除了“山东社会责任企业”推选活动，2020年还有很多策划活动可圈可点。比如“山水一脉·济泰同城”融媒活动，就是依据山东省人民政府发布的《关于加快省会经济圈一体化发展的指导意见》策划出来的。活动聚焦泰安产业高地、生态绿地、文旅胜地、康养福地、创新后发之地“五个名地”，通过新闻报道、文创作品、融媒传播、座谈会等形式，深度宣传泰安、推介泰安，将济泰同城打造成泰安主动融入省会经济圈一体化发展的样板。在打开“省会经济圈一体化发展”突破口的同时，我们在深耕镇域市场上也取得了历史性的突破。2020年以镇域发展大会为抓手，通过智库服务、融媒服务等手段，打造镇域经营新平台，镇域市场从50万元做到了500万元，并计划在两年内突破1000万元。

### 融媒赋能，融合传播服务能力实现新突破

近年来，我们不断探索融合转型新路径，不断增强融媒传播力量，增加人手，增加设备。2020年，完成大众日报观澜融媒传播矩阵搭建工作，为客户提供了新媒体采风行、5G直播、视频拍摄、制作和

分发等融媒服务，初步具备了为客户提供融媒传播服务的能力。大众日报融媒服务创收占比逐步上升，服务内容呈现多元化趋势，融媒经营进入升级阶段。

在融媒服务方面，介绍两个活动案例：

一是我们与省财政厅合作的山东财政“PPP”项目。该项目融合新闻报道、短视频、H5、快闪、网络直播等多种传播方式，以多媒体融合服务为核心，带动版面刊登创收，传播效果多层次放大，全方位立体化地提升了山东PPP的影响力。

二是我们与一家国企的融媒服务经营案例，通过参加对方活动，我们的融媒服务得到对方高度认可，对方主动提出合作。在团队精心策划后，我们提出了“特刊+融媒传播+创意活动+智库服务”的模式，最终与客户签署了三年战略合作协议，每年150万元起，2020年签订195万元，以后逐年递增，服务内容包括宣传画册、宣传片、报纸版面、AR报纸、融媒矩阵宣传等多种形式。

（作者为大众日报融媒传播有限公司总经理）





# 开放合作 锐意创新

## 以新发展理念引领运营工作高质量发展

陈月军

2020年，山东省互联网传媒集团（大众网）积极统筹疫情防控和事业发展，稳步实施“开放合作、创新转型”有关部署，以打造“四全媒体”为目标，全力推进海报新闻客户端平台型新媒体建设，累计下载次数达5911万，装机用户数达3600万，较上年增长35%，日活用户数达105万，增长46%，日均发稿量5000余篇，全平台粉丝（用户）规模达1.5亿以上。

有效推动经营转型向更高水平迈进，“互联网+”跨界营销创新，各主体在压力中抢先机、育新机，经营态势逆势上扬，实现营业收入4.78亿元，同比增长18.6%，利润总额6903万元，同比增长6.1%。实现非媒业务收入利润逆势上扬。

### 深耕区域、触达镇街，影响力更加深厚

进一步完善17家分公司的组织架构，优化运行质量，以大众网各市频道为依托，以公司化独立运行为基础，把各市传播阵地打造成网端微和各类平台媒体账号全覆盖的融媒体传播矩阵，全力做成当地全面领先的区域主流新媒体。在此基础上，扎实推进县域拓展，132个区县机构牢牢扎根山东市场，深耕效益快速凸显；沿海6家分公司抢抓机遇，协同发展，全力打造集团创新发展高地；大众网·日照上线十周年，影响力和经营能力持续领先；济南分

公司“从街道社区里找烟火气”，与街道合作创收从39.6万元跃至224万元；菏泽分公司主办海报音乐节，迈出向文艺演出拓展的坚实一步，等等。

### 适应“疫情”时代，推动经营由线下向线上转，媒体业务向非媒业务拓展

连续11年举办“百万网友大植树”，近2万名网友“云”上认养树木；原创活动IP“新青年”连续跨界，紧跟“夜经济”热点，在泉城路打造地标性街区，极大地扩展了品牌内涵；疫情隔不断鲁疆情，“喀什光明行”再上天山，让200名患者再见光明……更多工作室紧密对接行业客群，以专业化服务赢得市场认可。

财经部紧密结合疫情时代金融领域需求特点，依托“选择山东”双招双引云平台承办“山东与世界500强连线”韩国专场、首届黄河仲裁发展高端论坛、2020首届中国产业·资本对接大会等系列大型活动，承建全国银行业首个融媒体中心，收入利润保持约20%的增长速度。

### 省直手机报征订翻番，基于4000万手机报用户流量变现步伐走得更实

山东手机报省直版实现较大突破，全年完成119个省直单位征订，山东手机报用户数达4013

# 整合资源再造流程，非报产业融合发展

滕怀飞

2020年度，临报集团全媒体刊发额同比增长27.45%，连续两年实现正增长，充分展现出疫情之下临报集团“逆势而上”的突围路径，今年一季度全媒体刊发额同比增长42.62%。

## 整合媒体资源，实现平台运营一体化

为了整合资源，集团通过三轮融媒改革，理

顺管理体制，将多平台出口合一，化多个利益主体为一体，实现了1+1>2的效果，提升了集团整体竞争力。

通过平台一体化改革，各事业部、工作站精准对接服务用户，精细提供内容服务，精心策划组织活动，先后承接了“中国报业大会”“践行红色精神，全国党媒沂蒙行”“鲁南经济圈党媒

万，全年实现订阅收入3000余万元。新推出的信息流业务——“山东快报”实现收入近200万元，手机报流量变现有了新突破。

## 以市场为导向，电子政务电子商务市场拓展能力迈向较高水平

信产公司新增电子政务客户200余家，舆情业务与政务新媒体业务实现较大突破；同时，海蓝电商科技公司混改工作正式启动，加快电商业务提质破局。

省级重大政务平台建设运维质量不断提升，“选择山东”云平台全年举办17场线上招商会和7场境外云路演活动，相关经验被商务部推广，成为全省精准稳妥推进复工复产重要数字经济平台；省重大项目督导服务平台实现项目视频调阅、建设动态实时更新、十强产业动态全覆盖等重磅功能。

## 股权投资回报向好，上市工作正式启动，资本运作让我们看到广阔的增长空间

对大众云学公司股权投资两年来，累计分红超200万元，到2021年收益将超过成本。与业内领军型上市企业合资成立大众数字文化科技有限公司目前已投入运营，着力开拓竞技棋牌类网络游戏等新业务板块，孵化新的增长。

2021年，网媒集团将持续推进经营业态创新和模式再造，以“互联网+”跨界融合模式，推动多领域深度合作；加强垂直领域的拓展，提高“选择山东”云平台、山东省重大项目督导服务平台、互联网医疗、联合办学、广告分发联盟等大项目带动力，向全媒全案营销深度转型，以争取上市为契机，实现营收过5亿元，利润过8000万元。

（作者为大众网·海报新闻客户端总经理）

社长高峰论坛”等活动，策划实施了“高铁开进沂蒙山”号外（特刊）、“走基层·强四力”临报集团百名记者县区行大型融媒采访、临沂市首届社区文化节、“壮丽70年 奋斗新时代 沂蒙巡礼”大型系列专题报道、“书圣文化节”特刊、“党建特刊”等200余项有规模、有影响、有效益的活动，提升了集团的影响力和公信力。

平台一体化推动了新媒体平台的业务拓展，实现了大幅度增长。2020年度，新媒体各平台刊发额占比历史上首次突破30%，比上年增长131.65%，新媒体已呈现出快速发展趋势。

### 大力开疆拓土战略，非报产业支撑作用持续增强

报媒集团出路在市场，近年来，临报集团坚持市场化导向，补短板、谋长远，大力发展非报产业，按照现代企业制度完善集团下属公司法人治理结构，推动集团经营工作平稳向前。2020年度，非报收入占比为36.95%，非报产业占据集团总体营收的比重不断增长，像印刷厂、大剧院、琅琊科技、琅琊培训等集团权属子公司均实现盈利增长，非报产业对集团事业发展的支撑作用日渐增强。

目前，临报的非报产业在原有基础上正积极创新升级。琅琊科技有限公司：正在积极申报高新技术企业。琅琊培训：自成立以来，承接临沂本市及外地市培训30余个班次，其中，请进来20个班次，走出去10多个班次，培训人次达500余人，营业收入近300万元，成功打造了多条经典红色教育路线，目前已成为临沂大力发展党性教育、红色培训的重要专业权威机构之一。直播、

短视频：在新华云直播平台、短视频拍摄的基础上，在升级功能套餐，加强技术团队建设，配备功能更加强大的设备，加大对“微赞”等平台的投入，创新短视频拍摄形式，获得了客户的一致好评。其中临报融媒&万科直播临沂首秀引爆流量，观看量达到81.56万；短视频《英雄归来》在抖音号发布后，播放量达到1.59亿，为目前抖音平台中临沂地区播放量最高的作品。下一步，临报将结合客户需求量身定制服务，开通“临报卖家秀”栏目等，让直播、短视频产生更大的社会效益和经济效益，扩展集团的市场合作渠道。

此外，临报集团正着力打造文化创意园区、印刷产业园区和科技创新产业园区三大园区。

### 创新经营理念，积极承接政府、企业项目

发挥品牌吸引力，以项目为“抓手”，大胆创新全媒体运营模式，建立“新闻+政务服务商务”的运营模式，按照“事业部机制、项目化运营”的一体化理念，对项目实行备案制，开展全案策划，深度服务用户，保存量、促增长。目前成功开展的项目有“沂州里国风”系列项目、尹家峪上海品牌发布会项目、河东公安分局融媒体中心项目、E带E路网项目。其中，“沂州里国风”系列项目合同金额300万元。活动策划执行现场千余人参与互动；文创、美食市集效果超出甲方预期。设计制作“寻梦沂州里”系列创意海报、H5游戏、现场云直播、短视频、快闪，影响线上用户近200万人次。“国风美少年”活动评选，影响线上线下用户百万人次，成功打造“沂州里”IP；E带E路网项目合同金额60万

元。E带E路网是临沂市贸促会主办的全省唯一以生产性企业为主、政府支持的公益性跨境B2B电商平台，网站已吸引8000余家企业、35000多个产品入驻，累计100多个国家的客商通过网站了解临沂的企业和产品，年境外访问量超过100万人次。集团商务事业部从新闻采访宣传入手，获悉E带E路网面临新一年度升级和代运营推广后，主动出击，成功从众多投标机构中脱颖而出中标该业务。这些项目的成功中标，让临报从单纯的宣传向承接项目迈进，由项目“宣传者”主动变身为“参与者”，围绕第三方服务等新身份拓展起新业务。

## 活动策划出新，打好“节拍”助推运营发展

以“提振信心，融媒出新”为主题，注重品牌建设，认清优势，找准短板，正视困境，坚持以用户为中心、坚持品牌为纲、坚持创新为要，将活动作为运营工作的重要抓手，结合客户需求、重大活动、重要节日等，创新策划活动，控制好运营招商工作节奏，做到劳逸结合、张弛有度，策划推出全媒体营销方案26期。

根据全市社会经营走向，紧密结合社会发展、时政热点，先后推出《防控战“疫”与经济发展“双战双赢”》特刊、“3·15责任点亮临沂”寻找战“疫”中的责任品牌、临沂消费季等活动10余个，取得了社会效益和经济效益“双丰收”。特别是2020临沂“两会”特刊以100个版的容量，总刊发额达210万元，刷新了临报运营史的单期出版记录，创造了刊发额历史新高；抓

住网红直播带货热潮，举办首届“网红直播带货pk大赛”“首届网红商品交易会”，探索了媒体与网红直播带货的合作渠道和方式方法；根据市场需要、满足消费者需求，启动“新生后、爱消费——临沂消费季”系列活动；利用“践行红色精神 党媒宣传沂蒙行”开展招商工作；擦亮小记者团品牌，不断扩大小记者团影响力，开展“学抗疫英雄 做运动少年”等多项个性活动，受到全市教育系统的重视及认可，也重新确定了小记者团在各学校中的位置。启动运营“奋战100天，决胜2020”活动，确保完成年初集团确定的经营目标。今年4月至5月，临报与市市场监管局、市品牌联盟共同实施“中国品牌日”山东专场活动，发布消费者最喜爱的“临沂品牌”榜，推进品牌质量强市建设，截至目前招商已突破百万元。

## 注重公益广告，打造临报公益品牌

2014年，在省报协关心指导下，临报举办首届“讲文明 树新风”公益广告设计大赛，至今已经成功举行了六届，得到了业内人士的认可。目前第七届已筹备完毕，即将开始评选，据初步统计，本次活动参赛的900幅原创作品，来自全国11个省市。

今年还出台了《关于开展“临沂日报品牌公益行动”的实施意见》，要求全体人员围绕主题，统筹规划，积极联系，把公益广告宣传纳入相关部门、单位和企业的总体宣传计划中。

（作者为临沂日报报业集团党委委员、副总经理）

# 从智媒矩阵到中台战略

吕冰

2019年7月23日，齐鲁晚报·齐鲁壹点智媒矩阵战略发布，智媒矩阵包括以齐鲁壹点为核心的智能化生产平台，以齐鲁智云为核心的智能化大数据应用平台和以壹点智库为核心的智慧化资源整合平台。

2020年11月26日，齐鲁晚报·齐鲁壹点又推出包括内容中台、数据中台和技术中台在内的中台战略。这标志着齐鲁晚报·齐鲁壹点从媒体自身的深度融合向赋能社会治理现代化的转变。

## 战略性转移寻找转型出路

一组数据可以反映出齐鲁晚报·齐鲁壹点在战略性转移过程中取得的成果：

齐鲁壹点客户端下载量超过4000万，日活用户超过80万；齐鲁晚报官方微博订户超过1160万，官方微信粉丝超过120万。目前，齐鲁晚报·齐鲁壹点总覆盖人群超过8000万。

情报站情报员数量超过12万，发送情报量达36.6万，日均用户生产内容5000篇。壹点号在去年个人号、企业号、政务号的基础上，又新增了党建号和健康号，注册总量超过4500个，日均生产稿件600篇，全网点击量超过10亿。

“问壹点”系列上线专家超过1600名，先后推出壹点问暖、壹点问考、壹点问法、壹点问财等17个子栏目，为用户线上解决问题。2020年

开始着手建设社群，力争短期内实现社群矩阵规模达到1000个的目标，初步打造起私域流量池。

2020年，齐鲁壹点坚持视频优先战略，重点打造的新闻类视频栏目“果然视频”、经营类视频栏目“壹视频”，以及直播栏目“壹直播”。2020年全年，共发布短视频2.6万个，直播5900场，总播放量超过260亿，4个单品短视频播放量过亿。

在综合服务方面，壹点公益依托齐鲁晚报原公益活动，建立壹点公益平台，目前已有3600个公益组织或个人入住。“壹点相亲”打造真人在线相亲平台，目前已有上万名单身男女注册在线寻缘。

产品提升与用户增长带来传播力、影响力的提升，2020年，齐鲁壹点发稿量近100万篇，特别是自1月21日启动疫情防控报道之后，六个月时间，疫情防控主题稿件8万多篇，全网累计传播量达到80亿。

## 媒体转型不能舍弃“传媒”属性

媒体与普通传媒公司的最大不同就在于传媒属性，齐鲁晚报·齐鲁壹点依托报纸和新媒体两个品牌，以及产品、技术、数据三个平台，持续新媒体产品创新和融媒业态模式再造能力，通过做优“传媒+N”模式拓展，不断提升经营力。



传媒+广告。在新形势下，不断升级全媒全案营销形式，用新媒体广告逐渐取代报纸广告，力求品牌广告和效果广告并重，目前新媒体广告和活动广告占比已超过70%。

传媒+内容。齐鲁壹点已经成为区域优质原创内容的供应商和运营商，在版权、创意、文创等方面培育出很多亮点。2020年大型话剧《孔子》山东首演，齐鲁壹点作为独家推广平台，一个多月的宣发期内，共计刊发各类内容产品300余条，总点击量超过2000万。

传媒+视频。在做好“果然视频”“壹视频”“壹直播”的基础上，齐鲁壹点于2020年8月底打造完成视频电商直播基地，基地面积达到3000平方米，拥有16个场景直播间、1个专业录音棚、2个演播室。



传媒+党建（政务）。齐鲁壹点以党建为抓手开拓政务市场。2020年4月份开始，齐鲁壹点联合省直机关工委推出“决胜攻坚·向人民报告”党建访谈录视频专栏，目前已有省发改委、国资委、教育厅、商务厅等十几家省直单位主要负责人做客栏目、接受专访。

传媒+技术。齐鲁壹点现有技术团队50余

人，在做好内容与经营支撑的同时，积极培植技术新业态，加强技术输出。先后承接了山东省高院的融媒中心、省消防总队融媒中心、经济导报客户端等项目的开发工作。

传媒+大数据。齐鲁壹点通过以齐鲁智云为核心的大数据平台，加快推进云数据、云服务、云产品等布局。云高招和云车展已经成为线上线下结合的拳头产品。2020年高招会上线了“壹点云高招”，吸引300多家高校入驻。

传媒+智库。壹点智库是齐鲁晚报重点打造的内容与大数据聚合分析平台，凭借齐鲁晚报深耕山东30余年积淀的“内容创新力、品牌传播力、资源整合力”，依靠齐鲁壹点巨量用户、海量外部数据、万份成熟案例所积累的独特传播数据，聚合上千名专家学者的智力资源，输出多维度新型智库产品。

传媒+文化产业。2019年齐鲁晚报·齐鲁壹点成为了首届泉城国际马拉松的运营方，并陆续运营泉城（济南）马拉松、齐河马拉松和枣庄国际马拉松赛事，在山东省内运营超过30多场专项专业赛事。山东省“十大马拉松赛事”中，齐鲁



晚报运营赛事独占两席。

为保障转型顺利推进，齐鲁晚报·齐鲁壹点加快体制机制改革。整合报纸与新媒体力量改革组织架构，补足了传统媒体在用户运营、渠道分发、大数据营销等方面的短板。由此，齐鲁晚报·齐鲁壹点正逐步构建起以内容建设为根本，以先进技术为支撑，以创新管理为保障的全媒体传播体系。

### 中台为社会治理现代化赋能

齐鲁晚报·齐鲁壹点的中台战略是在不断加快推进自身媒体融合发展的基础上，增强主流媒体的市场竞争意识和能力，探索建立“新闻+政务服务商务”的运营模式，更好地为用户、客户、媒体等生态合作伙伴全面赋能而开启的又一次战略优化。

壹点内容中台是基于壹点大数据、云计算、人工智能、区块链等核心技术，整合智能采集、生产、分发、接受、反馈等系统，为用户提供统一的内容生产与传播平台，主要包括壹点云智能创作平台、内容创意运营平台、视频直播电商平台和党建齐鲁智慧云平台等。

视频直播电商平台依托壹点电商直播基地为“电商直播经济”赋能。可以通过全媒全案营销、跨界推广运营、直播带货销售、平台账号孵化、供应链管理、红人经济及培训等七大业务板块为需求方提供能力加持。

党建齐鲁智慧云平台致力于构建智慧党建新生态，是结合当前党建工作现状，运用互联网、云计算、大数据等信息化技术，打造集党综合性党建

工作平台，重点解决党建宣传“最后一公里”，实现党建宣传与新闻信息传播服务的精细分类、及时推送，贴近群众，服务基层，全面推动党建工作的规范化、制度化、长效化、智能化。

### 一切业务数据化，一切数据业务化

齐鲁壹点致力于“一切业务数据化，一切数据业务化”的传媒大数据运营模式，构建起数据中台，数据中台涵盖了数据资产、数据治理、数据模型、数据服务等多个层次的体系化建设，从功能分类看，目前主要包括智能营销平台、智能活动平台、用户画像平台、智库平台、内容库平台。

智能营销平台是以人工智能为核心驱动的精准广告分发系统，是依托齐鲁晚报海量用户及大体量广告主，整合自身“报网端微”以及海量社会化媒体资源，形成的覆盖主流与新兴媒体、头部流量和长尾流量等营销方式的一站式广告投放平台。平台为我们的车展、高招会等大型活动提供了有力支撑。用户画像平台可以为行业、企业客户提供精准数据服务。

壹点智库平台把数据仓汇聚的价值内容，根据主题不同提炼成3大不同专题库：专家库、报告库、企业库；通过数据和内容的组合，快速产出目标产品：指数和报告报告。以壹点指数为例，已经上线的“网络传播影响力指数”，简称INC指数，持续监测了高校、景区、上市企业和公共品牌等共2000多个单元的品牌传播力数据。INC指数实现了三个全国首创：1、首次从“传播广度”“传播热度”“网络关注度”三个维

度，对品牌传播效果进行量化评价。2、首次将分指标数据进行了“等级化处理”，更有利于品牌传播的数据分析。3、首次挖掘出“策划匹配度”这个数据关系，揭示出传播策划力与同行相比、与受众关注相比，是高还是低。壹点指数为政府、企业进行品牌评价提供了重要的分析数据和分析案例，帮助企业“通过数据洞察品牌”。

齐鲁壹点智慧社区服务平台是以“党宣引领+社区服务”为核心，自主搭建的山东省内首个智慧媒体主导的集智慧党建、智能安防、智慧物业、社区全媒、生活服务于一身，从线上垂直下插基层“最后一公里”的社区生活服务类平台。目前智慧社区平台已经在济南覆盖10余个大型生活社区，智慧党建联播大屏暨生活服务平台覆盖20余个街道。

齐鲁蛙眼舆情监测平台是由齐鲁晚报推出的互联网信息抓取平台，该系统通过大数据采集、云端存储、云计算等方式对全网数据进行综合性采集和清洗，并通过即时性通道进行实时预警。结合齐鲁晚报公信力、策划力、影响力优势，在传统舆情服务的基础上，齐鲁蛙眼为客户提供导控、培训等特色服务，目前已合作客户100多家。

内容库中台是以自动化为核心，目的是搭建一个对报社历史内容、现今自产内容和外部获取内容进行自动化采集、存储、处理、搜索、显示、共享并二次利用的统一数据应用平台。

## 既要输出技术，更要“创造”技术

齐鲁壹点现有技术团队50余人，在不断提

升产品支撑能力与效率的过程中，搭建起了基于“传媒+技术”深度融合的技术中台。壹点技术中台是基于人工智能、云计算、大数据、机器学习、区块链等前沿技术，在壹点混合云上自主研发搭建的。除了能够满足壹点和晚报内部对技术支撑的需求外，还能够灵活、高效地支撑外部媒体和企业，帮助企业实现数字化转型升级。

齐鲁壹点技术团队目前已先后承接了山东省高院的融媒中心、经济导报客户端、济南头条客户端等项目的开发。

壹点区块链平台包括版权链、文明链和挂失链等。版权链是利用区块链技术为壹点原创稿件、音视频、图片等内容提供版权保护的一套技术解决方案。挂失链是利用区块链技术打造的一个挂失平台，免费为用户提供证件挂失、公告声明等公证服务。文明链是利用区块链技术共同打造的一款小程序，主要用来记录每个城市发生的好人好事，传递社会正能量、塑造城市文明新形象。

齐鲁晚报·齐鲁壹点正以内容优先、移动优先、技术优先、视频优先为发展方向，力争打造成国内知名的媒体平台、综合服务平台和区域性社交平台。

（作者为齐鲁壹点传媒副董事长，壹点智库秘书长）

# 如何在新闻战“疫”中彰显媒体力量

——《寿光日报》新媒体矩阵多层次传播新尝试

●李守亭 侯庆强

2020年春节正值全国人民举家团圆、聚会欢乐的日子，却因突如其来的新冠肺炎疫情的发生，让这个春节蒙上了一层阴影。疫情就是命令，无论是战争年代，还是现代的一些特殊时期，许许多多新闻记者都会义无反顾地冲锋在一线，想尽一切办法把大众关注的事情及时客观地采访发布出来，重要目的有两个：一是通过权威渠道，让大众及时掌握了解事件发生的事实与进展；二是通过权威舆论导向，引导大众树立正确的价值观，击溃哪些乱七八糟、无中生有的谣言。

《寿光日报》作为最基层的县市报，身处有着110万人口的“中国蔬菜之乡”寿光市，辖区内有着975个自然村，正是由于村庄和人口较多，给疫情防控带来了很大的压力。对《寿光日报》来讲，更严峻的是，根据上级要求，疫情防控关键时期，全市所有小区、村庄、单位、企业、商铺等实行封闭式管理，交通实行严格管制。报纸送不进小区、村庄了，咋办？《寿光日报》的破局之策是：以网络新媒体矩阵为依托，以中央、省、市、县（市）等各级权威发布为主，全方位、多层次持续释放权威信息，形成浓厚的舆论引导氛围。

## 特殊时期的特殊尝试：电子数字报推向前台

小区、村庄实行封闭管理，导致报纸不能全部发行投递到位，许多读者有意见，也导致读者不能及时了解疫情防控期间的许多真新闻信息。在这个紧要时期，作为当地权威信息发布、百姓最信赖的纸媒发布平台，我们也是如坐针毡。

2020年2月3日，中共中央政治局常务委员会召开会议，习近平总书记强调，要做好宣传教育和舆论引导工作，统筹网上网下、国内国际、大事小事，更好强信心、暖人心、聚民心。要深入宣传党中央重大决策部署，充分报道各地区各部门联防联控的措施成效，生动讲述防疫抗疫一线的感人事迹，讲好中国抗击疫情故事，展现中国人民团结一心、同舟共济的精神风貌，凝聚众志成城抗疫情的强大力量。

正是基于对习近平总书记这次讲话精神的深刻理解，春节后已经连续出版4期纸质报的《寿光日报》，在2020年2月7日头版刊发“暂停纸质版印刷和发行，将继续如期出版电子数字报，读者通过关注寿光日报微信公众号在线阅读”的敬告，把一直在报纸身后的电子数字报推向了前

台，使其由配角唱起了“主角”。

《寿光日报》“战‘疫’特刊”数字报从2月7日开始全面开启朋友圈刷屏模式，每天以4个整版、13000多字和多幅图片的内容，早晨7:45分通过各个新闻类微信公众号精准推送到单位、小区、村庄、企业等全市各个微信群中，再由各群内成员传播到各自朋友圈或微信群中，形成了裂变式的密集、精准传播，大大提升了传播率、覆盖率。“菜乡”寿光2020年1月28日往武汉首批直供14辆货车的350吨新鲜蔬菜，选派9名“白衣天使”紧急驰援湖北黄冈等振奋人心的消息，就是通过这种方式及时精准地传播到千家万户的，引起强烈共鸣。一篇篇有温度、显真情的报道，把寿光与武汉、黄冈紧密相连，让寿光人与湖北人心手相牵。

应该讲，对创刊27年的《寿光日报》来说这是一次大胆尝试，对报纸采编、经营、发行都是一次意想不到的“大考”，对广大读者不读报纸换读电子数字报的阅读习惯是否认可也是一次大摸底。或许有人质疑：一旦电子数字报成了气候，传统报纸还有多少人来读？会不会使报纸的受众群体大大减少？如此担心是有道理的，但特殊时期作为党媒有责任站在“讲政治、讲大局”的立场上，站在为广大读者服务的角度上创新思维、创新服务，充分利用现有的先进手段，来达到想要的宣传效果和目的。

### 特殊时期的特殊路径：以微信公众号为主的新媒体矩阵挑大梁

面对疫情，新闻媒体人的主要责任就是正

确地引导舆论。《寿光日报》新媒体矩阵第一时间迅速集结进入战时状态，在统一指挥下同频共振、同向发力，形成传播合力，多层次、多维度地利用以寿光网微信公众号、寿光日报微信公众号、寿光头条微信公众号、寿光云APP等为主的新媒体平台，快速及时地发布权威信息、一线新闻报道，尽最大可能地把权威信息传播到每一个角落，做到家喻户晓，织就一张疫情防控的“舆论大网”。为达到多层次持续释放权威信息的效果，从每天早晨6:00“新闻早班车”发布信息开始，各媒体平台有节奏、有顺序、有重点地进行错时推送，同时对重点信息第一时间穿插推送，给读者刷屏浏览、评论、互动留足时间、空间。2020年2月9日统计数据显示，寿光网、寿光日报、寿光头条三大微信公众号近一周阅读量达85万人次，在寿光区域微信号中名列前茅。

无中生有、凭空捏造的网络谣言给疫情防控带来了不利，《寿光日报》媒体矩阵与谣言展开“博弈”，及时正确、持续不断地通过权威平台公开发布权威信息，特别是利用微信公众号用户与用户之间可以直接互动的双向传播特点，借助朋友圈分享互动方式，进一步引发初次接触该信息的用户关注、互动，从而起到引导公众不信谣、不传谣的效果，同时全力配合相关部门宣传科普知识、法律知识，为净化当地舆论环境起到了重要助推作用。

### 特殊时期的特殊力量：特刊助力经济复苏，彰显媒体责任担当

抱团取暖踏坎坷，守望相助渡难关。为进



一步缓解疫情影响，统筹推进疫情防控和经济社会发展，促进消费回补和潜力释放，加快消费复苏和振兴，《寿光日报》在全媒体多层次宣传报道疫情防控，正确引导舆论的同时，还主动承担社会责任，策划推出了“万商助力 菜乡春暖”媒体助力寿光经济复苏特别行动，按照“政府指导，商家让利，媒体支持”的原则，拿出500万元广告版面让利支持全市商家，全面助推寿光经济发展。《寿光日报》全员参与，仅用了两周时间，52版、150家客户的“万商助力 菜乡春暖”消费特刊，于2020年5月27日正式出版发行，给身处疫情影响之下的广大商家和消费者提振了信心，带来了希望。

特刊内容涵盖了餐饮酒水、旅游、保险、教育培训、健康、房产家装、美容、商业、汽车等各个行业，商户的促销力度大，消费券、代金券、打折券等让市民享受到了实实在在的实惠，昔日冷清的门店，一下子恢复了人气。特刊除随报纸发放到千家万户外，还在商场、车站、银行、医院、酒店、商户等公共场所摆放。为顺应疫情下的大众传播需求，同时在寿光日报微信公众号、寿光网微信公众号、寿光云APP等新媒体以数字报的形式发布特刊的电子版，最大限度覆盖各层次受众。

《寿光日报》从疫情防控的宣传者，成为同心战“疫”的参与者、经济复苏的助推者，进一步彰显了媒体的责任和担当，在特殊时期贡献了主流媒体的特殊力量。该特别行动荣获寿光日报“最佳策划”一等奖，并代表寿光日报参评“第七届全国县市区媒体经营成功案例”和寿光市



“万商助力 菜乡春暖”消费特刊电子版通过新媒体同步发布

第四届“圣都文化奖”。

这场突出其来的疫情，又一次让我们见证了新媒体传播的巨大能量，尤其是当大家“宅”在家中不能出门的情况下，以微信公众号为代表的新媒体发布平台发挥了重要作用，及时不断地向公众发布官方权威的疫情防控重要信息，为打赢疫情防控这场没有硝烟的人民战争稳定了民心，增强了信心。作为新媒体传播时代的新闻工作者，就应该提升全媒体融合的传播力、引导力、影响力、公信力，全力诠释媒体人的初心与担当。

（李守亭：寿光日报全媒体平台副总编辑，主任编辑；侯庆强：寿光日报全媒体平台发行中心总监）

# 让公益广告作品“粘泥土、带露珠、冒热气”

## ——第八届“一品景芝杯”山东报业公益广告设计大赛评审侧记

金云伟

3月3日，2020年度山东报业公益广告设计大赛各奖项在济南评出，48件作品分获一、二、三等奖和优秀奖。其中，《相视而笑 莫逆于心》《扶贫系列》《“全力以复”公益广告经济篇》等三件作品获得一等奖。本次“一品景芝杯”山东报业公益广告设计大赛，由山东省精神文明建设委员会办公室指导，山东省报业协会主办，大众日报、山东景芝酒业股份有限公司承办。自2013年起，山东报业公益广告设计大赛已连续举办8届。

本次大赛是在我国“决战脱贫攻坚、决胜全面小康”取得全面胜利的宏大背景下展开的，其间发生了席卷全球的新冠肺炎疫情。大赛以“讲文明树新风，全面建成小康社会”为主题，并特别征集抗击新冠肺炎公益作品参赛，传递抗疫正能量。报协各成员单位以及社会各界积极响应、认真创作、踊跃参赛，共计提交作品794件。最终评选出获奖作品48件，其中一等奖3件，二等奖6件，三等奖15件，优秀奖24件。

纵观本次大赛参赛作品，最大的特点是纪实性、新闻性元素被纳入公益广告作品。抗击疫情成为本次大赛参赛作品的主题，面对新冠肺炎疫

情这一影响全球的重大突发事件，公益广告迅速跟上了社会和媒体的步伐。这无疑是本届大赛最鲜明的特点。

纳入纪实性、新闻性元素不仅体现在抗击疫情类作品上，也体现在脱贫攻坚工作这一重大题材上。由大众日报创作、刊登并推送的《扶贫系列》公益广告，就全部来自脱贫攻坚一线的田间地头。其中有的来自第一书记包村的沂蒙革命老区山村，有的来自黄河滩区脱贫攻坚的最前沿，有的来自乡村振兴风生水起的主阵地。这些公益广告画面生动朴实、冲击力强，生产生活气息扑面；文字简单直接，直奔脱贫攻坚、全力助农主题；还附有扶贫热线电话等联系方式，方便读者参与到扶贫助农工作中来。纪实性、新闻性公益广告不仅能够触动读者心灵，还带来直接的公益效果。莒县的“红谷小米、香撒西楼”公益广告刊出一周之后，第一书记就打来电话说，红谷小米已经售罄，不要再组织团购了。

本届大赛专家评委会主任、山东工艺美院党委副书记苗登宇教授认为，纪实性形式、形态进入公益广告设计范畴是本年度大赛作品的一大特点。把新闻性、纪实性纳入进来，充分展示了

报业特色，可以更好地鼓舞报业人士积极参与大赛。苗教授认为，在现有基础上，纪实类的公益广告还应进一步增强视觉传达影响力，将新闻性与视觉设计有机结合起来，使其更具感染力，提升传播价值。

评委会成员、大众日报摄影部主任孙京涛认为，参赛作品质量在不断提升，在视觉符号的运用上越来越好。但也要注意，视觉符号具有时代感，具有其独特内涵，运用时要避免出现歧义。

新媒体作品是本届大赛的一大亮点。上届比赛第一次把新媒体作品纳进来，但收到作品数量较少，质量也较为一般。这届比赛，新媒体作品数量、质量都有显著进步。其中《“全力以复”公益广告经济篇》是一段形式新颖的短视频，以一条线串联，连接了青岛乃至山东社会各界抗击疫情的付出和成就，倡导全社会全力以“复”，复工复产。这一作品创意独特，画面简洁生动、节奏流畅，主题鲜明，感染力强，让人眼前一亮，获得一等奖。

评委们认为，新媒体作品加入公益广告赛事，让媒体融合更接地气，可以促进行业内人士的关注力度，符合媒体融合发展的要求。建议2021年大赛为新媒体作品单独设置奖项，以鼓励各家报社和社会各界积极参与，提升融媒体公益广告创作水平，促进媒体融合。在增加

新媒体奖项比重的同时，作品分类也更细致一些，把图片、音频、视频有机融合起来，助推融合创新。例如，可以设置“手机开屏”小项，以利于手机端朋友圈的传播。

促进各报社广告设计水平，推动全社会公益广告水平不断提升，是山东报业公益广告设计大赛的着力点。从历次大赛情况看，参赛作品的面逐步扩大，水平年年提高，形式不断创新。大赛提升了各报对公益广告设计的重视程度，也促进了全社会公益广告设计水平的提高。评委们建议，要让社会各界更多地参与这项比赛，尤其是欢迎专业院校师生积极参与进来，创作更多更好的公益广告作品。苗登宇教授提议，利用好各高校毕业季这一重要创作节点，让更多好作品在大赛中展示出来。

大赛组织方表示，2021年度的大赛，将围绕重要节点确定创作主题，引导社会各界创作更多“粘泥土、带露珠、冒热气”的精彩作品，为建党百年大庆献礼，为精神文明建设做出贡献。



公益广告评审现场

# 2020年“一品景芝杯”山东报业 公益广告大赛获奖作品

## 一等奖（3件）

《相视而笑 莫逆于心》 鲁中晨报 张正  
《扶贫系列》 大众融媒 王振国 郑洪东 王苗  
《“全力以复”公益广告经济篇》视频 半  
岛都市报 彭岩 张翔 龚程

## 二等奖（6件）

《保护环境》 齐鲁晚报 孙棠 胡顺云  
《抗疫广告》 枣庄日报 许红  
《目击黄冈》系列 大众融媒 王苗 林琳 谢玥  
《认清本质 提高防范》 蒋亚清  
《中国智造》视频 康诗垒  
《鲁力齐心山东人》视频 大众融媒 王玉章  
刘润晨 徐明

## 三等奖（15件）

《书籍照亮前行之路》 临沂日报 王婉琳  
《致敬平凡英雄》系列 大众融媒 张晓茜 孔  
令怡 徐志远  
《文明让城市更有温度》 临沂日报 王圣宇  
《分餐》 齐鲁晚报 孙棠 薛媛  
《和谐 共生》 泰安日报 张玉  
《酒驾》 枣庄日报 苏兢

《隔离，让疫情不再蔓延》 淄博日报 冯倩

《宅家》系列 大众融媒 陈莉 孔令怡 徐志远

《拯救海洋环境》系列 连云港报业集团 姜帆

《浩荡齐鲁风》视频 鲁中晨报 王兆杰 宫瑞  
瑞 程芳 孙银峰

《黄冈十二时辰》 H5 大众融媒 徐悦 徐明  
王振国

《长江 长江 我是黄河》 H5 齐鲁晚报 孟秀  
玲 周晓康 杨晓健

《文明分类歌》 匡立想

《共建同心桥》 李雪梅

《爱吹牛的爷爷》视频 关廷国

## 优秀奖（24件）

《战疫情 保春耕》 东方烟草报 李杨

《文明健康 有你有我》 威海晚报 董文静

《平凡中的伟大》 聊城日报 李旭

《中国力量》 德州日报 张晓文 刘千山

《陪伴》 济南日报 孟学荣

《岁月静好是因为有人在负重前行》 潍坊  
广电报 李雪梅

《精神卫生》 青岛日报 谢宝金 田璐 范延冰

《光盘行动从我做起》 日照日报 安剑秋

《让党旗飘扬在战疫一线》 诸城融媒体 李

知晓

《不忘初心 永远跟党走》烟台日报 杜明阳  
《爱的守护》大众日报淄博融媒体 刘丹丹  
《记忆》山东广电集团 王宁  
《向光而行 共待花开》潍坊日报 张晓明  
《精准扶贫》山东科技报 林刚  
《我们在一起》济宁日报 郑晨 邹曼 宋璇  
《视频大拜年》东营日报 王涛  
《投进了才得分》齐鲁晚报 张镇琦

《心疼！淄博援鄂护士长被护目镜压破脸》  
H5 淄博日报 宗琴  
《新型冠状病毒防护知识答题挑战赛》H5  
青岛日报 王雯雯  
《拒绝野味系列》淄博日报 房树文  
《公勺公筷 文明用餐》威海晚报 周东  
《湿地与水》东营日报 周菲菲  
《文明行动》符晓坚  
《文明相伴每一天》迟淑梅

## 2020年“一品景芝杯”山东报业 公益征文比赛获奖名单

### 一等奖（1名）

《上前线，行囊里背着家乡的酒》逢春阶  
（大众报业集团）

### 二等奖（3名）

《成人礼发言稿》董振霞（淄博晚报民生  
新闻部）

《壮哉！我中国青年》李欣（高密市人大  
常委会办公室）

《宫保运转运记》李守亭（寿光日报）

### 三等奖（10名）

《赠与的快乐》鲍红星（周村供电中心宣  
传办）

《见字如面——东平湖管理局东平管理局职  
工给防疫前线护士妻子的信笺》程珊珊（山东  
黄河河务局东平湖管理局东平管理局）

《口罩的故事》程维平

《杲海霞：患者出院的那一刻是最幸福  
的！》刘芳（济南日报健康新闻部）

《中药香飘侍老娘》聂艳（东营市人民医  
院）

《最美的风景》王加月

《万物皆有裂隙，那是光透进来的地方》  
杨万霞（潍坊日报社）

《我所经历的71年》于道明（青岛市珠海  
路街道海口路社区）

《行胜于言》于振邦（青岛黄海学院）

《2020，那些善意的传承》浅一

# 派驻第一书记们的“辣味”风

邱明 公绪成

种了几十年大蒜，第一次把蒜薹卖到10块钱一斤。初春的临沂兰陵县长城镇城南村，村党支部书记赵振笑得像盛开的油菜花。还有比蒜薹卖个高价更美的事儿：省派第一书记创办的鸿雁创业园内，新引进的箱包厂已经投产，一下子给村里提供了二三十个工作岗位，赋闲在家的妇女们在车间拉着呱就能挣钱。

2019年4月28日，来自大众报业集团的高峰、赵彦成、韩相笃、常海军，分别帮包长城镇城南村、李宅村、西王庄等3个省定贫困村。

## 急民所急，说干就干

地处蔬菜之乡兰陵的长城镇，以大蒜、辣椒等“辣味”出名。来到这辣味之乡，第一书记们也染上了火辣辣的行事风格。高峰进到城南村第一天，村党支部书记赵振向他求援：急需路灯。

即将到来的5月是收获蒜头的季节，农业看天吃饭，讲究快收快储，特别是蒜头收获季一天一个价，农户们如同打仗般忙乱。即使黑天半夜，农户们也得把成千上万个晾晒过的蒜头堆在路边分级挑选。没有路灯的日子，他们只能用手电或干脆借着月光摸黑干，村民们希望有盏路灯带来光亮。

“刚到村不了解情况就上项目干工程，是个忌讳。”高峰说，当时第一书记的配套资金还没

到位，听到村里需要路灯后，他心里直打鼓，怕头脑一热好心办了错事。但眼看大蒜即将成熟，施工还要耗费工期，一耽误的话村民们当季还得摸黑弄蒜头。

“村民们的需求就是第一书记努力的方向，该扛的时候不能犹豫。”高峰心一横，干！资金没到位，他向中标方担保；怕工期延误，他和村两委成员逐根路灯催进度保质量。赶在大蒜收获季，路灯及时亮起，让村民不用抹黑拣蒜头。

## 疏堵提气，致富有路

就像路灯给城南村添了光亮，赵彦成和韩相笃、常海军分别进驻李宅村、西王庄之后，问需于民，先后帮助村里解决了排水、道路、自来水等困扰村民多年的难题。

兰陵县地势西北高东南低，沂河以及从微山湖引出的韩庄运河，在长城镇南部形成夹角一路流向紧邻的江苏邳州，李宅村和西王庄正处于两河夹角内，一到雨季，西北山区降水沿着沟沟渠渠奔涌而来，两个村就成了水窝子。

“村里的路没法走，一脚一个坑，雨停好几天也不干。”村民们说，路不好走倒是可以忍，难的是地里的庄稼忍不了。赵彦成、韩相笃、常海军修水渠、建沉淀池和下水道，把“治水”作为头等大事。



李宅村在2019年8月份雨季到来前，还把全村2300米易堵的农田沟渠用挖掘机清理一遍，即使随后面临台风“利奇马”带来的强降水考验，整个村子也没有因为水情导致农作物受损。

“看得见的困难只要资金到位就能解决，难的是让村民找出路的意识整体提高。”高峰介绍，在完成修路、引自来水、加路灯、疏通排水、村居环境整治等基础民生工程的同时，他和赵彦成、韩相笃、常海军更多的是想法设法让村民们的眼界宽起来。比如建起农家书屋、文化活动广场，丰富群众业余生活；开设蒲公英超市，“以表现换积分，以积分换实物”的正向奖励机制，培树村民崇德向善的文明风尚；办起猕猴桃文化节，把市场引到村头等等，弘扬文明乡风，提高乡村社会文明程度。

开阔了眼界之后，还要帮村民找到一个致富的稳路子。大众报业集团的第一书记们，先后帮村里引进早熟蒜薹、新品种的辣椒和猕猴桃等农产品，提高种植收入，还谋划建起了鸿雁创业园，吸引十七佐餐、美星旺旺箱包厂等企业进驻，办起“拉呱车间”来料加工点，既为当地盛产的大蒜、辣椒等农产品找到就地深加工出路，又能给当地富余劳动力提供工作岗位。

帮包李宅村的韩相笃，2018年2月8日，曾作为省派驻村工作队员到兰陵县车辆村驻村帮扶。看到村里一条沟渠在汛期容易导致两侧160多亩耕地受涝，是村民的“伤心沟”，他多次向上争取政策。在兰陵县水利局的支持下，根据流域面积，打算修一条宽13米深2.5米的标准渠道以满足行洪要求。就在项目进展期间，韩相笃被抽到到



李宅村帮扶，车辆村的村民以为这个沟渠的整修项目又要泡汤。

疏通“伤心沟”是一面镜子，考验着一名共产党员的初心，走到哪里也应该善始善终。韩相笃没有放下车辆村的那条“伤心沟”，在李宅村工作之余，继续给予关注和协调。相关项目终于在他离开车辆村半年后顺利开工。河道整治工程竣工后，村民冒着大雨赶到50多公里外的长城镇，给韩相笃送了一面锦旗，上面写着“相知全村百姓，笃行脱贫攻坚”。

## 在辣味之乡体会甜意

“修修补补，哪里不好让哪里好起来。”城南村村民曹东秀这样总结了第一书记高峰的工作；李宅村乡村书屋建起时，赵彦成顺手送给村里两名小读者一人一支签字笔，隔天，两个孩子“回赠”了他两本软面抄的日记本，那是她俩在学校获得的小奖品，日记扉页上两人还用稚嫩的字体给赵彦成写下感谢；西王庄村党支部书记王俊学是一名党龄大过常海军年龄的退伍军人，他评价同样有过从军经历的常海军：“一看在部队就是好兵，现在又是好书记”。

这样的认可，让高峰、赵彦成、韩相笃、常海军在辣味之乡体会到了甜意。

# 2020年报业媒体融合发展状况、问题及趋势

黄楚新 曹曦予

2020年6月30日，中央全面深化改革委员会第十四次会议审议通过了《关于加快推进媒体深度融合发展的指导意见》（以下简称《意见》）。11月3日，《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》发布，明确提出“推进媒体深度融合，实施全媒体传播工程，做强新型主流媒体，建强用好县级融媒体中心”。

报业融合是当前媒体融合的重点关切之一，媒体融合的整体发展态势与报业融合密切相关。2020年是报业媒体融合的重要节点，在媒体深度融合发展大势和全媒体传播体系之下，各报业单位把握转型机遇，积极发展新媒体，涉足客户端、短视频、音频、直播等各个新媒体领域，在原有融合基础上，着力挖掘内容价值，发挥专业优势，开拓经营模式，“广电+报业”成为重要融合趋势。2020年，报业媒体融合成绩与问题并存，发展与瓶颈同在，这些都值得关注。

## 2020年我国报业媒体融合发展现状

2020年11月3日，国家新闻出版署发布《2019年新闻出版业基本情况》和《2019年新闻出版产业分析报告（摘要）》，报告提出，2019年报纸出版利润总额38.2亿元，增长15.8%。2020年，随着顶层设计不断完善，相关

政策陆续出台，报业积极探索发展之路，推动媒体融合呈现新的发展态势。

（一）体制机制不断优化，战略布局紧跟时代

《意见》提出，要深化主流媒体体制机制改革，建立适应全媒体生产传播的一体化组织架构，构建新型采编流程，形成集约高效的内容生产体系和传播链条。深度融合发展的需要和激烈的市场竞争迫切要求报业进一步深化改革，革除体制机制弊端，把市场化作为体制机制改革的重要方向，通过资源整合、部门打通等方式，尝试更为精简、扁平的组织架构，尤其是探索“工作室”模式，以任务和项目为导向，灵活组织人员与调配资源。比如，南京报业传媒集团撤销南京日报、金陵晚报（紫金山新闻客户端）两大运营主体原有组织架构，组建集新闻中心、发展中心、支持中心为一体的新型融媒体体系；新华报业传媒集团将新华日报、交汇点客户端、中江网及相关微媒体整合，实行“四端融合、一体运作”的融合运行机制；南方报业传媒集团整合南方日报、南方新闻网、南方+客户端，实现报网端互联互通。在地市级层面，金华日报精简内设机构，设立3个融媒体采编中心，实现整体全媒体、一体化发展。在队伍建设上，报业推进人员向全媒体人才转型，并积极对外引进高素质人才，比如苏州日报引入视频制作、融媒记者、

3D建模师等各类紧缺人才60余人。

## （二）报业新媒体发展迅速，探索多元路径

CTR媒介智讯监测数据显示，从2016至2019年，广告主的数字化媒介预算占比不断提高，从43%增加到53%。坚持移动优先策略，发力新媒体领域，不仅是为了适应市场、迎合用户，更是出于自身生存与发展的现实需要。在短视频领域，竞争尤其激烈。短视频成为报业“移动优先”转型策略的首选领域，低成本、高流量的特征促使越来越多媒体发力短视频赛道，中央级媒体发挥品牌优势，地方媒体立足本土，诞生了多个千万量级短视频账号，“爆款”作品频出，观看量、粉丝量、点赞量呈持续增长趋势。比如，东莞日报在抖音平台集中发力，以短视频带动全媒体平台发展，其中抗击疫情短视频《东莞新冠肺炎危重症患者救治过程》获点赞超过195.6万。通过入驻平台凸显内容优势。报业新媒体凭借自身内容资源，充分发挥专业优势，在以图文为主要表现形式的新媒体平台表现优异，尤其是微信公众号，不仅有较好的互动数据，还积极开设矩阵号，不断开拓垂直领域，拓宽受众覆盖面。同时，报业在今日头条等商业平台发文量、粉丝量增长迅速，除了央媒，地市级媒体和行业媒体也积累了固定的受众群体，但也存在部分账号粉丝体量较大，互动数据欠佳的情况。

自建平台逐渐形成规模。人民网发布的《2019报纸融合传播指数报告》数据显示，报纸自建客户端和微博账号覆盖用户广，自建安卓客户端下载量均值超过625万，平均每个报纸微博账号拥有粉丝数超过454万，较2018年有明显

增长，2019年，下载量在百万级以上的报纸客户端占比超过25%。报业积极搭建平台，在已有基础上进行多次升级，比如大众报业集团齐鲁晚报发布党建齐鲁智慧云3.0，北京日报上线北京日报客户端“北京号”2.0版。在网络音频领域亟待开发资源。“耳朵经济”快速发展，播客这一媒介形式越来越受网民喜爱，成为当前报业转型的发展路径之一。越来越多报刊入驻以喜马拉雅为代表的网络音频平台，将优质内容以有声方式进行二次创作和传播，进一步挖掘优质内容价值。其中，外语类和本地消息、快讯等传播效果较好。但是，报刊媒体在音频平台总体用户量较少，且在专业优势上不及广播电台，“出圈”作品较少，内容影响力有限。

## （三）技术引领，推进内容供给侧改革

2020年，5G商用、人工智能技术迅速发展，先进技术作为媒体融合发展的重要支撑，引领并驱动媒体融合发展，已然形成潮流和趋势。在此形势下，报业乘势而上，抓住技术发展机遇，运用技术助力自身融合转型发展。比如，厦门日报打造“潮前智媒”APP，广泛运用人工智能技术，在算法推荐、热词抓取等技术之外，还推出了AI智能资讯机器人“小潮”，用户可通过与机器人互动的方式获取资讯。除了向外借力，一些报刊媒体充分认识到掌握核心技术、争夺自主权的重要性，将目标瞄准自主研发，结合自身发展实际和经营情况，自主研发相关技术平台，把核心技术牢牢掌握在自己手中。比如，金华日报报业传媒集团自主研发“浙中云”智能媒体平台。

另一方面，报业在内容建设上不断创新，

以技术进步推进内容供给侧改革。处于互联网市场中，报业成为主要的信息内容生产者，借助短视频、直播等新型媒介形式，传递主流价值，满足市场需求。在重大主题报道方面，全国两会期间，南方报业传媒集团旗下“南方+”客户端推出《两会带货王》系列直播，助力脱贫攻坚，观看量超过400万人次。疫情防控期间，四川日报推出“网友为什么给他们点赞”系列全媒体报道产品，亿级传播量作品达12条。在国际传播方面，海南日报推出多语种融媒产品，包括外语网络视频节目《外国人在海南》《海南外传》《“I Want To Visit Hainan——全球外国友人对海南自贸港的真情告白”》等。

#### （四）主动跨界，实现多元经营

对于全媒体行业而言，广告已成为营收难点，在与新闻聚合平台以及其他互联网平台针对广告的竞争，报业处于弱势，因此必须着力探索其他经营模式，多方盘活资源。比如，湖北日报传媒集团以文化产业为中轴发展混合产业，包括设立股份制出版单位楚天书局、“楚天都市”系列地产楼盘、参股金融机构并设立基金项目等。新华日报打造“新华红”短视频分发平台，对外提供全套策创服务。厦门日报通过品牌运营、节庆活动、会展等产业链延伸，实现经营收入平稳提升。同时，报业作为媒体的服务功能也在不断凸显。“新闻+政务服务商务”成为主要功能组合方式，在基本的信息服务之外，报业通过融媒体平台提供政务、民生服务，包括医疗、教育、就业、交通等各方面，服务功能成为报业吸引受众、留住用户的重要途径。比如，在抗击疫

情、居家隔离期间，长江日报报业集团提供“社区团购蔬菜”服务，上线“长江严选”电商平台，打通市民餐桌与农副产品基地之间的通道。

### 当前报业媒体融合面临的问题与挑战

报业凛冬将至、纸媒消亡的说法已有多多年，报刊关停、广告收益大幅下滑、营收困难、人才流失等，仍然是当前报业面临的严峻问题，制约了其生存与发展，也阻碍了报业影响力、引导力发挥。

#### （一）内部发展水平分化

整体来看，各地区、各层级、各报社间发展不平衡，中央级报社发展快、成果多，省级报社地域分化严重，而地市级报社普遍面临发展难题，因而当前报业媒体融合出现“先进典型发展如火如荼，其他单位经营举步维艰”的情况。一些转型起步较晚的报社，在移动化浪潮下逐渐被市场边缘化，内部人才和外部受众流失严重，其中，部分具有固定受众群体的地方报社，由于受众群体规模小，且较为垂直，向新媒体转型后脱离了原有受众（尤其是一些年龄偏大、数字化程度不高的受众），也较难建立起新的用户群体，陷入发展困境。

#### （二）与平台博弈缺乏自主权

目前，有能力自建平台并掌握核心技术的报社屈指可数，基本集中在中央、省级层面，绝大部分报社采用入驻互联网平台的方式实现新媒体转型，内容生产受到平台管制和流量分发规律的掣肘，自主权小，发展受限，对于渠道缺乏掌控能力，影响力有限。入驻平台，就意味着媒体不得不适应平台设置的规则，尤其是其中的商业

逻辑，面对“热门”“热搜”“流量”等机制，在议程设置上，媒体往往缺乏话语权，在为了自身发展而追逐阅读量、点赞量等互动数据的过程中，受到平台和背后资本的制约，不利于报业实现经济效益和社会效益的统一。

### （三）市场化、互联网思维有所欠缺

除了中央级报社在融合发展中取得较好成绩外，省级和地市级报社在与其他主流媒体、商业媒体、自媒体的竞争中优势并不明显，关键点在于其市场化、互联网思维仍然有所欠缺。在媒体融合迈入深度融合阶段的今天，有些省级报社的主要负责人和从业人员甚至还缺乏互联网思维，对方兴未艾的短视频、直播、聚合平台等新媒体形式犹豫不前，固守传统媒体的“老一套”，其经营策略在于依靠财政支撑，呈现“待转未转”的发展态势，早已落后于当前媒体融合发展实践。另外，报业在新媒体营销上还没有给予足够重视，打造品牌的力度不足，较少形成忠实“粉丝”群体，“爆款”和“出圈”作品凤毛麟角。

## 报业媒体融合发展展望

迈入“十四五”新阶段，在“推进媒体深度融合，实施全媒体传播工程”的明确指示下，报业媒体融合发展有了新的要求，也必将呈现新的态势，在体制机制、内容、技术、管理等各方面创新升级之下，不断建构起具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体。随着互联网市场竞争日趋激烈，报业要找到一条适合自己的生存发展之路，就必须进一步深化改革，主动革除自身积

弊，及时调整运作机制和战略布局，了解和适应市场规律，找准自身定位，设立科学合理的薪酬激励机制，着力培养和引进全媒体人才，打造本领过硬的复合型人才队伍。

近年来，新技术走向落地，应用程度不断加深，将会成为报业媒体融合的关注重点。新技术的应用能够对传播格局和行业生态产生根本性变革，对于融合进程中的报业而言，技术不仅能够带来内容采集、生产、分发、营销、反馈等流程的提质增效，还能够为内部管理升级提供动力，报业从业人员尤其是负责人应当增进对技术的了解程度和使用能力，助推优质内容生产，提升创新创作和打造“爆款”的能力。经营状况较好的报社，应当着力利用技术解决生产经营全流程中的痛点问题，掌握关键核心技术。

在未来一段时间，多元经营还将成为报业发展的重要路径，在广告收益普遍下滑、竞争力不敌商业平台的大背景下，报业更应该迈开步伐，通过提供多元服务，涉足多元产业，发展多元业务，实现营收提升。同时，在市场竞争中，还应当积极适应互联网营销模式，在品牌塑造、数字营销上多下功夫，打造特色品牌，优化营销策略，推动报业在互联网空间中影响力、竞争力的提升。

（黄楚新：中国社会科学院新闻与传播研究所数字媒体研究室主任、研究员、博导；曹曦予：中国社会科学院大学新闻传播学院硕士研究生）

# 相视而笑，莫逆于心



抗击疫情 人人有责

2020年“一品景芝杯”山东报业公益广告大赛一等奖作品：《相视而笑 莫逆于心》

鲁中晨报 张正



2020年“一品景芝杯”山东报业公益广告大赛二等奖作品：《认清本质 提高防范》

蒋亚清





2020年“一品景芝杯”山东报业公益广告大赛三等奖作品：《分餐》

齐鲁晚报 孙棠 薛媛



2020年“一品景芝杯”山东报业公益广告大赛三等奖作品：《隔离，让疫情不再蔓延》

淄博日报 冯倩

# 山东报业

Shandong Newspaper Industry

2021年第二期 总第173期

主办 山东省报业协会

NO.  
173

打造大众特色“蹲点”品牌/赵念民

出圈破阵推进融合聚变/青岛日报报业集团

以转型融合构筑“四全”媒体集团/烟台日报传媒集团

山东省部分市党报负责同志谈党建引领融合发展

百年中共党史里的山东早期党报党刊/于岸青

