

中国新媒体
年鉴
2018

中国记协新媒体专业委员会 编

时代文艺出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国新媒体年鉴. 2018 / 中国记协新媒体专业委员会编. —长春: 时代文艺出版社, 2019.11

ISBN 978-7-5387-6148-1

I. ①中… II. ①中… III. ①传播媒介—发展—中国—2018—年鉴 IV. ①G219.2-54

中国版本图书馆CIP数据核字 (2019) 第179497号

出品人 陈琛
产品总监 邓淑杰
责任编辑 杨迪
装帧设计 孙利
排版制作 李楠

本书著作权、版式和装帧设计受国际版权公约和中华人民共和国著作权法保护
本书著作权归中国记协新媒体专业委员会所有
本书所有文字、图片和示意图等专有使用权为时代文艺出版社所有
未事先获得时代文艺出版社许可
本书的任何部分不得以图表、电子、影印、缩拍、录音和其他任何手段
进行复制和转载, 违者必究

中国新媒体年鉴 2018

中国记协新媒体专业委员会 编

出版发行 / 时代文艺出版社

地址 / 长春市福祉大路5788号 龙腾国际大厦A座15层 邮编 / 130118

总编办 / 0431-81629751 发行部 / 0431-81629755 北京开发部 / 010-63108163

官方微博 / weibo.com / tlapress 天猫旗舰店 / sdwycbsgf.tmall.com

印刷 / 三河市万龙印装有限公司

开本 / 880mm×1230mm 1 / 16 字数 / 1091千字 印张 / 61.5

版次 / 2019年11月第1版 印次 / 2019年11月第1次印刷 定价 / 299.00元

图书如有印装错误 请寄回印厂调换

中国新媒体年鉴 2018

编 委 会

主 任：胡孝汉

副主任：吴 兢 潘 岗 隋 岩 冯海青

编 委：张 强 温 革 董年初 程志良 丁 伟 陈凯星
曾祥敏 周锡生 汪文斌 宋建武 张 燕

主 编：隋 岩 方毅华

副主编：刘 宏 王晨燕

编 辑：殷陆君 王同英 沈毅兵 陶 韬 刘占芹 王大璐
刘 瑞 曹 燕 桂清萍 张 君 简文敏 衣 炜
乔立远 李 尚 杨 丹 冯振宇 方毅华 王晨燕
唐忠敏 顾博涵 魏 明 卢嘉琦 方楚楚 赵 鑫
杨 帆 韩国颖 王雷亭 王康蓓 董志奎 石 璐
黄 笑 方格格 刘钊颖 陈 逍 张 钰 甄 珍
李 丹 成 悦 王 倩 徐睿翔 周嘉瑜 郭霁莹
谈 和 耿 涵 阿苏越 孙文豪 李晨阳 姜 楠
鲁 瑶 张 舒 吕培铭 范 明 陈一愚 董文畅
李京艳 李 燕 张丽萍 罗 环 李 鲤 刘 路

序 言

为媒体深度融合鼓劲加油

中国记协^①新媒体专业委员会

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央制定实施了关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的重大战略。习近平总书记亲自谋划、亲自部署、亲自推动媒体融合发展，在全国宣传思想工作会议、党的新闻舆论工作座谈会、全国网络安全和信息化工作会议等重要会议上予以深刻阐述、作出周密部署。中国记协作为党和政府联系新闻界的桥梁纽带，认真贯彻习近平总书记关于新闻舆论工作特别是媒体融合发展的重要论述，紧扣新闻主业，突出内容建设，为建设新型主流媒体、助推媒体深度融合鼓劲加油。

新要求带来新任务，新职能催生新抓手。建立中国记协新媒体专业委员会，是党中央交给中国记协的一项重要政治任务，是中国记协深化改革的一个重大改革项目。对此，中央在相关文件、意见中作出具体安排，中央领导同志在讲话、

^① 中国记协全称为中华全国新闻工作者协会。

批示中提出明确要求，中国记协认真贯彻实施。在定位上，新媒体专业委员会是新媒体新闻信息传播的行业性专业委员会，以促进和推动新媒体新闻信息传播事业的健康发展为宗旨。在职责上，新媒体专业委员会要发挥引领服务作用，强化政治引领，推动行业自律，加强联络服务，打造工作平台，成为团结引领新媒体及其从业人员的重要抓手。在组织上，新媒体专业委员会以新媒体业务带头人、新媒体研究专家学者为骨干，涵盖新闻宣传管理部门、新闻媒体、记协组织等方面人才，具有广泛的代表性。

2018年7月27日，中国记协新媒体专业委员会成立，开始把新媒体新闻信息工作者纳入服务范围。在马克思主义新闻观专题培训中，增加新媒体从业人员名额；在“好记者讲好故事”演讲比赛中，强调推荐新媒体选手；在中国新闻奖、长江韬奋奖“两奖”颁奖报告会上，请新媒体获奖代表发言；在“记者大讲堂”“新闻茶座”中，请更多新媒体记者参加；在“走转改”活动中，鼓励新媒体和传统媒体同台竞技。同时，逐步探索引领服务的新载体、新渠道，第一次评选中国新闻奖媒体融合奖项，第一次举办新媒体采编骨干专题培训班，第一次组织新媒体集中采访活动，第一次举办中国新媒体大会，等等，初步建立工作体系，形成联系网络，打造工作抓手。

新传播适应新形势，新平台促成新格局。在推进媒体融合发展的进程中，各媒体以融媒体采编平台建设为抓手，基本形成内容丰富、载体多样、渠道多元、覆盖广泛、影响扩大的移动传播矩阵。比如，人民日报社打造体现主流价值的内容生态、全国移动新媒体聚合平台“人民号”吸纳入驻媒体机构7000余家。新华社服务全国媒体的“现场云”新闻在线生产系统，为入住媒体免费提供基于移动端的全媒体采编发功能，吸引了超3000家媒体和党政机关入驻。中央广播电视总台主打移动直播和新闻视频分发的央视新闻移动网，同时上线4K超高清频道，打造5G创新平台并投入试运行。光明日报社成立融媒体中心，启动全媒体指挥平台，着力打造“掌上的知识分子精神家园”。经济日报社加大移动传播新平台、新阵地建设，逐步构建了以经济日报新闻客户端为主体、社交媒体为两翼、第三方平台为补充的移动传播新媒体格局。中国日报社践行“深度融合、移动先行”

理念，把一份发行70万份的英文报纸转型升级为一个覆盖2亿多海内外用户的全媒体传播平台。解放日报社坚持一体化发展和整体融合转型，将采编力量整体迁入上观新闻客户端，蹚出了一条深度融合、整体转型的路子。天津市以融合发展为契机，推动整合所属党报、电台、电视台，建成“津云”中央厨房，实现了广播、电视、报纸、网站、移动端等全媒体的融合。湖南广播电视台构建“一云多屏”全终端体系，将芒果TV打造成位居视频行业前列的自主平台，突破商业网络视频平台垄断。南方报业传媒集团的“南方号”、湖北广播电视台的“长江云”等也在打造区域性传播平台中作出了成功探索。这些经验和做法，给我们推进媒体融合提供了很多有益启示。

为了更好地发挥新闻评奖对媒体融合的引领示范作用，2018年，中国新闻奖首次设立媒体融合奖项。首届获奖作品中，许多是“爆款”产品、“刷屏”之作。其中，新华社研发推出“点赞十九大，中国强起来”系列融媒互动报道产品，参与人次累计超过5.121亿，总页面浏览量达到31.74亿，总点赞数为1.241亿。同时，还有在突发事件中的应急报道（如，广西日报：《柳州融水突围记》），有在艰险环境中的移动直播（如，新华社：《生死线上的青春绽放》），有对行业乱象的舆论监督（如，上海广播电视台：《网红店假排队现象调查》），有对平凡岗位的深度挖掘（如，中国青年报：《捅山工，这是一个你闻所未闻的职业》），集中体现了媒体融合发展的进展成效。

新年鉴见证新成效，新融合展示新目标。中国记协新媒体专业委员会组织编写《中国新媒体年鉴 2018》，目的是切实履行团结引领职责，紧扣新闻主业、突出内容建设，编撰一套客观记录新媒体行业基本情况和发展变化的大型资料性年刊，集纳推动媒体深度融合和新媒体发展的政策法规，汇聚国内专家学者的最新研究成果，展示新媒体委员单位的典型经验、创新案例等，概述标志性事件、突破性进展。

在中宣部新闻局的指导和支持下，在吸收新闻行业相关年鉴经验的基础上，新媒体专委会秘书处从今年年初开始，先后3次向140多家委员单位和新媒体研究机构发出约稿通知，征集了300多万字的年鉴素材，经过中国传媒大学项目组精心

编撰，推出了这本《中国新媒体年鉴 2018》，采用数据化、视觉化表现方式，力争做到内容全面、类型多元、内涵丰富、实用性强。

编撰《中国新媒体年鉴 2018》的过程，也是我们不断深化对习近平总书记关于新闻舆论工作特别是媒体融合重要论述学习理解的过程。坚持内容为王、加强内容建设，保持内容定力、专注内容质量，改革创新内容生产传播机制，才能生产传播更多更优的新媒体产品，让党的声音传得更开、更广、更深入。实践证明，尽管现有的媒体格局、舆论生态、传播技术等都在发生深刻变化，内容为王的基本特征没有变。内容为王，既符合新闻传播的规律，也彰显融合发展的优势，只有坚持内容为王，媒体融合才有坚实的基础，才有发展的源泉，才有可持续的未来。如果读者诸君在阅读《中国新媒体年鉴 2018》的过程中，能够获得这样的感受，那就说明读者和编者能够息息相通、心心相印，领悟到了《中国新媒体年鉴 2018》的宗旨和目的。

感谢大家对中国记协及新媒体专业委员会的关注和支持。

祝媒体融合事业大兴旺、队伍大发展、成效大提升！

目 录

高端论坛研讨 / 001

第五届世界互联网大会在乌镇举行 / 003

媒体深度融合现场推进会在上海召开 / 008

县级融媒体中心建设现场推进会在长兴召开 / 010

2018中国网络媒体论坛在宁波举办 / 013

2018媒体融合发展论坛在深圳举行 / 019

2018新媒体发展年会在济南举行 / 022

2018新概念融媒体作品大赛在上海举办 / 024

第十三届传媒年会在成都举办 / 027

第六届中国网络视听大会在成都举行 / 029

2018中国新媒体大会在京举办 / 031

第六届新兴媒体产业融合发展大会在成都举行 / 035

中国记协新媒体专业委员会大事记 / 037

中国记协新媒体专业委员会成立大会记事 / 047

中国记协新媒体专业委员会成立并启动运行 / 049

在中国记协新媒体专业委员会成立大会上的讲话 / 051
中国记协新媒体专业委员会成立大会主持词 / 055
中国记协新媒体专业委员会筹建工作情况通报 / 057
落实中央要求 提升服务水平 团结服务新媒体在新时代展现新气象新作为 / 062
推进深度融合 主动求新求变 促进新媒体行业健康有序发展 / 071
顺应新时代 着眼新媒体 聚焦新使命 奋发新作为 / 073
融服务于引领之中 确保媒体融合发展方向不偏引导有力队伍更强 / 075
中国记协新媒体专业委员会规则 / 077

2018中国新媒体大会记事 / 081

2018中国新媒体大会在北京召开 / 083
把中国新媒体大会办成业界品牌 / 086
努力当好主流价值观的传播者 新业态新服务的开拓者 / 089
增强“四力”守正创新 多出群众喜爱的融合精品 / 091
面向时代面向未来的创新性举措 / 094
守正创新，让新型主流媒体强起来 / 096
担负起新时代主流媒体的职责使命 / 102
守正创新出精品 做新媒体舆论场的价值引领者 / 107
融媒体的下半场——主流媒体主导内容生态 / 112
以深化改革推进深度融合——解放日报深度融合、整体转型的探索与实践 / 117

中国新闻奖首次评选媒体融合奖项 / 123

第二十八届中国新闻奖媒体融合奖获奖作品 / 125
第二十八届中国新闻奖媒体融合奖项专家评点 / 179
第二十八届中国新闻奖媒体融合奖项精品回顾 / 198
中国新闻奖媒体融合奖项评选办法（试行） / 233

第二十八届中国新闻奖媒体融合奖项初评评选细则 / 239

中国记协新媒体专业委员会委员单位工作综述 / 243

人民日报社 / 245

新华社 / 252

中央电视台 / 257

《求是》杂志社 / 265

光明日报社 / 272

经济日报社 / 278

中国日报社 / 285

科技日报社 / 292

人民政协报社 / 299

工人日报社 / 303

中国青年报社 / 309

中国妇女报社 / 316

农民日报社 / 320

法制日报社 / 326

人民网 / 332

新华网 / 338

央视网 / 343

中国网 / 348

国际在线 / 355

中国经济网 / 359

中国青年网 / 365

中国西藏网 / 370

央广网 / 374

中国军网 / 379

中国新闻网 / 384

- 中青在线 / 389
- 人民日报媒体技术股份有限公司 / 393
- 新华社新闻信息中心 / 399
- 新华社技术局 / 402
- 中央电视台新闻中心新媒体新闻部 / 407
- 中国搜索信息科技股份有限公司 / 413
- 中国新闻出版传媒集团 / 416
- 《国际新闻界》杂志社 / 420
- 《新闻大学》杂志社 / 424
- 《新闻与写作》杂志社 / 426
- 《网络传播》杂志社 / 429
- 北京日报报业集团 / 432
- 北京新媒体集团 / 437
- 北京青年报 / 440
- 千龙网 / 445
- 津云新媒体集团 / 450
- 长城新媒体集团 / 455
- 山西日报社 / 461
- 山西广播电视台 / 465
- 内蒙古日报社 / 471
- 辽宁日报社 / 477
- 吉林日报社 / 483
- 吉林省新媒体协会 / 489
- 黑龙江广播电视台 / 492
- 上海报业集团 / 498
- 解放日报社 / 502
- 上海广播电视台 / 509
- 东方网 / 514
- 新华报业传媒集团 / 519
- 江苏省广播电视总台 / 526
- 浙江日报报业集团 / 529

浙江广播电视集团 /	536
中国江西网 /	541
江西网络广播电视台 /	545
安徽日报报业集团 /	549
安徽新媒体集团有限公司 /	554
福建日报社 /	559
福建省广播影视集团 /	563
大众网 /	567
山东广播电视台 /	575
大河网 /	579
郑州报业集团 /	582
湖北长江云新媒体集团 /	585
湖南红网新媒体集团 /	588
南方新闻网 /	594
广西日报社 /	596
广西广播电视台 /	603
海南日报报业集团 /	607
海南广播电视总台 /	611
重庆华龙网 /	614
重庆广电数字传媒股份有限公司 /	618
重庆都市传媒 /	622
四川日报社 /	629
封面新闻 /	634
四川新闻网传媒集团 /	640
“四川发布” /	644
成都市广播电视台 /	650
多彩贵州网 /	655
云南日报报业集团 /	665
西藏日报社 /	669
西藏广播电视台 /	673
陕西西部网 /	678

甘肃省新媒体集团 / 684
甘肃省广播电视总台 / 687
新疆都市消费晨报社 / 692
兵团日报社 / 698
兵团广播电视台 / 703

区域进展 / 707

北京市推进媒体融合发展工作综述 / 709
天津市推进媒体融合发展工作综述 / 712
河北省推进媒体融合发展工作综述 / 717
山西省推进媒体融合发展工作综述 / 721
内蒙古自治区推进媒体融合发展工作综述 / 725
辽宁省推进媒体融合发展工作综述 / 729
黑龙江省推进媒体融合发展工作综述 / 730
上海市推进媒体融合发展工作综述 / 735
浙江省推进媒体融合发展工作综述 / 739
安徽省推进媒体融合发展工作综述 / 742
福建省推进媒体融合发展工作综述 / 746
江西省推进媒体融合发展工作综述 / 750
山东省推进媒体融合发展工作综述 / 757
河南省推进媒体融合发展工作综述 / 761
湖北省推进媒体融合发展工作综述 / 767
湖南省推进媒体融合发展工作综述 / 772
广东省推进媒体融合发展工作综述 / 776
广西壮族自治区推进媒体融合发展工作综述 / 782
重庆市推进媒体融合发展工作综述 / 786
贵州省推进媒体融合发展工作综述 / 790
云南省推进媒体融合发展工作综述 / 793

西藏自治区推进媒体融合发展工作综述 / 799

甘肃省推进媒体融合发展工作综述 / 804

宁夏回族自治区推进媒体融合发展工作综述 / 807

新疆维吾尔自治区推进媒体融合发展工作综述 / 813

新疆生产建设兵团推进媒体融合发展工作综述 / 817

人才建设 / 821

清华大学新闻与传播学院新媒体人才培养工作概况 / 823

中国传媒大学新媒体人才培养工作概况 / 828

复旦大学新闻学院新媒体人才培养工作概况 / 838

武汉大学新媒体人才培养工作概况 / 843

四川大学新闻学院新媒体人才培养工作概况 / 846

暨南大学新闻与传播学院新媒体人才培养概况 / 848

南京大学新闻传播学院新媒体人才培养工作概况 / 853

黑龙江大学新闻传播学院新媒体人才培养概况 / 856

兰州大学新闻与传播学院新媒体人才培养概况 / 860

制度文件 / 863

微博客信息服务管理规定 / 865

国务院办公厅关于加强政府网站域名管理的通知 / 868

公安机关互联网安全监督检查规定 / 872

发展综述 / 879

2018年中国新媒体行业发展综述 / 881

专家综述 / 894

主题一：融媒体发展 / 913

主题二：新媒体内容生产 / 915

年度盘点 / 917

书籍简目 / 939

附录 / 951

中华全国新闻工作者协会简介 / 953

地方记协简介 / 955

新媒体有关法律法规文件目录（截至2018年12月31日） / 967

高端论坛研讨

第五届世界互联网大会在乌镇举行

习近平向第五届世界互联网大会致贺信

第五届世界互联网大会11月7日在浙江乌镇开幕。国家主席习近平致贺信。

习近平指出，当今世界，正在经历一场更大范围、更深层次的科技革命和产业变革。互联网、大数据、人工智能等现代信息技术不断取得突破，数字经济蓬勃发展，各国利益更加紧密相连。为世界经济发展增添新动能，迫切需要我们加快数字经济发展，推动全球互联网治理体系向着更加公正合理的方向迈进。

习近平强调，世界各国虽然国情不同、互联网发展阶段不同、面临的现实挑战不同，但推动数字经济发展的愿望相同、应对网络安全挑战的利益相同、加强网络空间治理的需求相同。各国应该深化务实合作，以共进为动力、以共赢为目标，走出一条互信共治之路，让网络空间命运共同体更具生机活力。

习近平指出，本届世界互联网大会以“创造互信共治的数字世界——携手共建网络空间命运共同体”为主题。希望大家集思广益、增进共识，共同推动全球数字化发展，构建可持续的数字世界，让互联网发展成果更好造福世界各国人民。

黄坤明宣读习近平主席贺信并发表主旨演讲

11月7日，第五届世界互联网大会在浙江省乌镇开幕。中共中央政治局委员、中宣部部长黄坤明出席开幕式，宣读习近平主席贺信并发表主旨演讲。

黄坤明指出，习近平主席贺信提出的思想和主张，充分体现了对互联网发展趋势的深刻洞察，对信息时代人类共同福祉的高度关切，对中国与世界各国携手建设数字世界的真诚愿望，为全球互联网发展治理贡献了中国智慧。

黄坤明指出，当今世界，信息技术创新日新月异，数字经济发展活力迸发，极大改变了人们的生产生活方式，引领人类开创了数字世界。面向未来，应当以共进为动力、以共赢为目标，坚持彼此尊重、增信释疑，切实维护各国在网络空间平等的发展权、参与权、治理权；坚持鼓励创新、激励创造，优化发展环境，打造创新高地；坚持取长补短、优势互补，加快推进市场融合、产业融合、技术融合；坚持共担责任、共享成果，携手应对风险挑战，深化网络空间安全合作、发展合作、治理合作，让网络空间命运共同体更具生机活力，更好造福世界各国人民。

黄坤明还会见了出席大会的重要嘉宾，参观了“互联网之光”博览会。本届大会以“创造互信共治的数字世界——携手共建网络空间命运共同体”为主题，来自76个国家和地区的约1500名嘉宾参会。

第五届世界互联网大会成果丰硕

第五届世界互联网大会11月7日—9日在乌镇举行。本届大会将主题设定为“创造互信共治的数字世界——携手共建网络空间命运共同体”，旨在进一步推动世界各国树立互相信任、共同治理的互联网发展观，倡导在数字领域的交流互鉴、合作共享，共同推进全球网络空间的和平与发展。

据介绍，大会分论坛设置了“创新发展”“普遍安全”“开放包容”“美好生活”“共同繁荣”5大板块，共19个分论坛，与会嘉宾将就共同创建和平、安全、开放、合作的网络空间，建立多边、民主、透明的全球互联网治理体系贡献智慧、凝聚共识。

同时，围绕大会主题，“互联网之光”博览会将以“国际、创新、未来、领先、融合”为定位，着力聚焦世界互联网最新发展趋势。此外，世界互联网大会蓝皮书《世界互联网发展报告2018》和《中国互联网发展报告2018》还将继续发布，集中展现国内外互联网领域最新学术研究成果。

记者从世界互联网大会组委会获悉，本届大会在思想交流、理论创新、技术展示、经贸合作等方面取得了一系列丰硕成果。来自76个国家和地区的政府代表、国际

组织代表、中外互联网企业领军人物、知名专家学者等约1500名嘉宾齐聚乌镇，围绕“创造互信共治的数字世界——携手共建网络空间命运共同体”主题，纵论网络空间发展大势大计，为推进全球互联网发展治理进程注入新动力、作出新贡献。

据悉，本届大会由联合国经济和社会事务部、国际电信联盟、世界知识产权组织、世界经济论坛、全球移动通信系统协会组织协办，更加广泛地邀请全球互联网领域的代表人物，更加广泛地荟萃国际互联网领域的崭新元素。

值得一提的是，乌镇智慧化应用的不断提升使得大会服务设施更加完善。大会期间，5G体验车、刷脸入场、刷脸支付、视觉AI等40项智慧化项目在乌镇落地运行，乌镇成为展现数字经济最新科技成果的“全方位体验场”。

创造互信共治的数字世界

2018年11月9日，为期3天的第五届世界互联网大会在浙江乌镇落下帷幕。

本届大会以“创造互信共治的数字世界——携手共建网络空间命运共同体”为主题，来自76个国家和地区的约1500名嘉宾，畅所欲言、集思广益，为全球互联网发展贡献了智慧。

“各国应该深化务实合作，以共进为动力、以共赢为目标，走出一条互信共治之路，让网络空间命运共同体更具生机活力。”国家主席习近平在致大会贺信中提出的主张，赢得了会内外中外人士的共鸣。

“互信共治”主题贯穿五届大会

回顾五年来世界互联网大会的主题，从“互联互通 共享共治”“共同构建网络空间命运共同体”，到“创新驱动 造福人类”“发展数字经济 促进开放共享”，再到“创造互信共治的数字世界”，“互信共治”的理念贯穿始终，全球互联网发展的中国智慧，清晰可见。

与会者表示，“走出一条互信共治之路”的思想，体现了习近平主席对互联网发展趋势的洞察，对信息时代人类共同福祉的关切，对中国与世界各国携手建设数字世界的愿望，为全球互联网发展贡献了中国智慧。

中国网络空间战略研究所所长秦安认为，要实现“互信共治”的目标，需要国际社会共同制定网络空间规则，承担网络传播社会责任，提升网络安全保护能力，打击网络恐怖主义。

3天里，涉及互联网与人类文明、公共服务、数字丝绸之路、媒体传播、港澳台、中美关系、数字鸿沟等多个主题的论坛相继展开，嘉宾发言精彩纷呈——

“在海拔五千米的珠峰脚下的帐篷茶馆里，因为通了电，有了手机信号，已经用上了移动支付。”“如果网络空间没有信任，人类的现实空间也不会有信任。”“社交媒体现在已经成为人们最重要的新闻来源，也成为很多假新闻的载体。”……

本届大会上发布的两本互联网发展报告蓝皮书显示，至2018年1月，全球互联网用户达40.21亿人；至2018年6月，中国互联网用户达8.02亿人。

“我们相信无比宽广的互联网必将推动世界各国以文明交流超越文明隔阂，以文明共存超越文明优越，从而，实现不同文明各美其美，美人之美，美美与共，天下大同。”浙江省委常委、常务副省长冯飞说。

数字经济已成全球最富朝气的经济现象

“刷脸”入住的民宿、招手即停的无人驾驶车、在家就能看名医的智慧医疗、不用带钱包走遍全镇的移动支付……如今的乌镇，既是白墙黛瓦、青石板巷、桨声欸乃的千年水乡，又处处闪耀着互联网和数字经济的因子。

新时代的数字经济、工业互联网的创新与突破、人工智能融合发展新机遇……3天的大会上，数字经济成为多场论坛的主角——

“中国是数字经济产业的领导者，在经济、工业等方面的国际地位日益提升。”“数字经济已经像空气和水，如影随形、无处不在。”“面对数字化，应该是拥抱的姿态，而不是视为洪水猛兽的戒惧。”……

与会者思想激荡，在讨论中逐渐凝聚共识：数字经济已壮大为全球最富朝气的经济现象，也成为撬动中国经济高质量发展的新杠杆。

近年来，乌镇所在的浙江省，敏锐捕捉先机，把数字经济作为“一号工程”，数字经济已经成为浙江发展的新引擎。

如今，5G网络时代已经揭开面纱，数字经济将迎来更加如火如荼的发展。

中国电信董事长杨杰在大会上说，当前，数字经济蓬勃发展，成为推动世界经济增长的重要引擎。互联网和数字经济的发展，已经越来越多地体现在经济、社会和日常生活的方方面面，呈现出旺盛的生机和活力。

本届大会还积极搭建务实合作平台，促成中外政府、社会组织、企业等形成了一系列富有影响力的合作成果。

网络信息技术正酝酿革命性升级

微信小程序商业模式创新、华为昇腾310芯片、360安全大脑、百度Apollo自动驾

驶开放平台、亚马逊全托管平台、特斯拉智能售后服务……本届大会上，主办方从全球20多个国家的400多项互联网科技成果中挑选出15项发布，涉及人工智能、5G网络、大数据等方面，从技术支撑到场景应用，从万物互联到安全防护，再次惊艳了世界。

人脸识别、无人超市、智慧餐厅、无人驾驶舱、人工智能主播、人工智能医生……“互联网之光”博览会上，来自25个国家和地区的430余家机构展示了引领未来的互联网创新技术成果，从衣食住行各领域展示着未来生活的无限可能。

“网络信息技术酝酿着一次革命性升级。”本届大会上发布的《世界互联网发展报告2018》指出，网络信息技术发展至今，部分细分领域已经接近其理论或物理极限，正在与崛起的人工智能、量子计算等技术加速融合，带动网络信息技术产业链的革新。

大会期间，与会者围绕工业互联网、物联网、人工智能、数字鸿沟、5G网络等主题展开讨论——

“未来，数据的重要性就像土地对于农业时代，能源对于工业时代。”“人工智能还很遥远，它不是互联网的分支，人工智能时代和互联网时代是两个时代。”“如果未来量子计算的位数能延展到数百位，将是划时代的突破。”……

“互联网改变了未来的生活，科技创新改变互联网的本身。”中国工程院院士、中国互联网协会理事长邬贺铨说，感受互联网的脉搏、领略互联网的魅力、探索人类文明的未来，将是世界互联网大会不变的主题之一。

（综合新华社11月9日消息《互信共治 此景可待——写在第五届世界互联网大会闭幕之际》）

媒体深度融合现场推进会在上海召开

9月19日，中宣部在上海召开媒体深度融合现场推进会，中央有关部门、各地党委宣传部，中央和地方主要媒体负责人以及部分高校新闻院系专家学者等170余人到会，认真学习领会和贯彻落实习近平总书记在全国宣传思想工作会议上的重要讲话精神，参观解放日报采编平台并与一线编辑记者交流互动，研究、借鉴解放日报·上观新闻整体转型的探索实践，分享各地各媒体的经验做法，旨在推动媒体深度融合，真正实现“融为一体、合而为一”。中国记协新媒体专业委员会代表参加会议。

推进会上，研讨交流的重点内容主要有以下三个方面：

一 | 加快“主力军”进军“主阵地”

近年来，党中央应势之变，提出持续深化媒体融合发展，着手抓好人才队伍建设，全力打造形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体。上海报业集团、解放日报以及中央、地方多家媒体顺势开展探索与实践，成为本次中宣部媒体深度融合现场推进会的探讨案例。上海报业集团党委书记、社长裘新说，深度融合、整体转型，不是另起炉灶、另搞一套，而是“一支队伍打天下”。解放日报社党委书记、社长李芸介绍说，在推进媒体融合改革过程中，报社将所有采访力量全部迁入上观（即“上观新闻”），大胆探索“一支队伍、两个平台”模式，即，一支队伍服务报纸和客户端两个平台。同时，建立“新闻优先上网制度”，坚持网络优先，不断提升在主流舆论阵地上的传播力和影响力。由此，以融合发展为突破口的改革，使互联网这个导致纸媒“断崖式”下跌的“最大变量”，开始成为报业脱胎换骨的“最大增量”。

二 | 培养用好全媒人才

人民日报社副总编卢新宁认为，主流媒体在铺开“深度融合、整体转型”工作中，“人”的整合最为关键，加快融合步伐，要走出“报纸正规军”与“网络预备役”的误区，将专业人才向主阵地汇集。卢新宁还介绍说，人民日报社也在加大探索，聚焦管理体制、组织架构、用人机制和激励手段等环节，以期促成“你就是我、我就是你”的深度融合格局。新华社副社长刘思扬在推进会上介绍说，为构建一支善用现代传播手段的全媒人才队伍，2017年已组织1000多人参加全媒编辑和全媒记者培训，2018年的培训力量将进一步加大，并同时完善绩效考核方案，以充分调动全社人员的创造性。中国青年报社党委书记、总编辑张坤认为，深度融合不能忘记初心和使命，媒体人需要努力在“守正”中“创新”，将意识形态责任制贯彻落实执行得更严更实。

三 | 多出群众喜爱的融合精品

微信、微博、短视频等新技术、新平台不断涌现，标志着“新阵地”的不断出现，主力军占据主阵地，归根到底要靠精品内容说话。让与会者充满信心的是，网络中点击量过亿的现象级产品大多出自主流媒体。中央广播电视总台央视副台长孙玉胜认为，在多样化的媒体生态圈中，要生存发展壮大，要有自己的特色，也就是要有自己的“生存方式”。与会者表示，提升“内容魅力”、打造“爆款”，需要改变惯性思维和路径依赖，融合精品需要插上先进技术的翅膀，以适应媒体智能化和媒介新格局。

县级融媒体中心建设现场推进会在长兴召开

9月20日—21日，中宣部在浙江省湖州市长兴县召开县级融媒体中心建设现场推进会，深入贯彻落实习近平总书记在全国宣传思想工作会议上的重要讲话精神，总结交流各地经验做法，对在全国范围推进县级融媒体中心建设作出部署安排，要求2020年底基本实现在全国的全覆盖，2018年先行启动600个县级融媒体中心建设。中宣部副部长、国务院新闻办公室主任徐麟出席会议并讲话。中央宣传部、中央网信办、国家广电总局、中国记协和浙江省有关负责同志出席会议，各省区市及新疆生产建设兵团党委宣传部、部分县市区党委宣传部负责同志参加会议，吉林、江西、湖北、四川以及北京市海淀区、河北省武强县、河南省项城市、湖南省浏阳市、甘肃省玉门市党委宣传部作了交流发言。中国记协新媒体专业委员会代表参加会议。

会议指出，加强县级融媒体中心建设，是加强和改进基层宣传思想工作、推动县级媒体转型升级的战略工程。各地各有关部门要聚焦更好引导群众、服务群众，着力打造基层宣传思想工作和精神文明建设的重要平台，打造为民排忧解难、做群众思想政治工作的重要平台，把基层百姓所需所盼与党委政府积极作为对接起来，把服务延伸到基层、问题解决在基层，切实推动基层宣传思想工作强起来。

会议强调，要把准功能定位，坚持分类指导，因地制宜开展工作，努力把县级融媒体中心建成主流舆论阵地、综合服务平台和社区信息枢纽。要做好整合媒体机构、建好采编中心、统一技术平台、加强队伍建设工作。要加强组织领导，健全工作机制，提供政策支持，确保县级融媒体中心建设扎实有序推进。

2011年4月，浙江省长兴县委县政府率全国之先，整合报纸、广播、电视、网络等县级媒介资源，成立长兴传媒集团，用7年时间践行媒体融合，诠释县级“新媒体”，形成了独特的“长兴模式”：

整合机构，创新运作模式。长兴传媒集团自成立以来，一直致力于改革创新、转型发展，成立了包括采访部、广播部、电视部、报刊部、新媒体部、外联部、活动部、制作部、技术部等多部门在内的融媒中心；培养了一支能采会说、能写会编、能拍会摄的全媒体记者队伍，他们冲锋在新闻一线，采集各类信息，供各平台使用；形成了信息互通、资源共享的集约化融媒体运作模式。

聚合渠道，重塑采编流程。为适应媒体融合发展要求，重塑采编生产流程，使传统媒体和新媒体互为流量导入口，实现传统媒体与新媒体的渠道整合、内容共享。新闻事件尤其是突发新闻发生后，采访部派出全媒体记者赶往现场，途中第一时间连线广播、发送“即时报”，在网站上推送；抵达事发现场后第一时间传送图片文字，再发“即时报”，再次连线广播，口播最新情况；采访完成后提供影像、图片、文稿至各刊播平台，供广播、电视、报刊、新媒体选用，一次采写、多次编辑、多平台使用，实现了不同媒介对同一信息进行不同形式的差异化报道。

融合媒介，打造五位一体平台系统。推进全媒体运作，核心是推动各媒体平台充分融合，为此，长兴传媒集团与传媒技术公司合作开发了融合广播、电视、报纸、网络、移动端五位一体的“融媒眼”指挥平台系统。在“融媒眼”上，从记者出发，到现场采集，到发送稿件，再到各平台采用状态以及刊播后的收视阅读点击情况，一览无余。系统分为电脑端和手机端，即使不在办公室，依然可以实现云端办公，使得信息充分互通、内容充分共享，大大提高了生产效率。

统合营销，创新经营方式。近年来，传统媒体广告经营严重下滑。长兴传媒迅速转变思路，创新经营方式，将营销与产品生产相融合，变以往卖“硬广”为卖产品、卖服务。融媒中心的活动部是承办各种营销活动的部门。相比社会上的广告公司，长兴传媒优势明显：除了专业属性外，服务更是到位，推行一条龙“全包”。乡镇企业的节庆活动，商家开展的商业庆典等，都愿交给长兴传媒来做。纪录片拍摄服务也是长兴传媒的重要创收渠道，近年来吸引了长沙、湖州、安吉等地的单位前来寻求合作。随着经营和产品融合的不断深入，长兴传媒的创收值也在逐步增长。2015年营收1.9亿元，2016年营收2.08亿元，2017年营收2.16亿元，今年目标营收2.28亿元。

近年来，长兴传媒集团新媒体发展紧跟“潮流”，各类产品异彩纷呈。此外，集团还在今日头条、蓝莓、大鱼、抖音以及新华视频等新媒体平台上注册账号，多渠道宣传长兴。同时，代理运营26个乡镇部门的托管号，打造政务微信矩阵。2017年4月起，长兴传媒集团投入百万元资金，启动“万物生长”学习提升计划第一季，制定了

“七个学”，鼓励员工不断学习成长。集团成立至今，已荣获省以上奖项70余个，其中省级新闻一等奖20多个，获奖总量和质量位列全省县级媒体前茅。

2018中国网络媒体论坛在宁波举办

9月6日，2018中国网络媒体论坛在宁波举行。论坛由中共中央网络安全和信息化委员会办公室指导，中华全国新闻工作者协会、中国网络社会组织联合会、中共宁波市委、宁波市人民政府、中共浙江省委网络安全和信息化领导小组办公室主办，央视网、中共宁波市委宣传部（市委网络安全和信息化领导小组办公室）承办，宁波日报报业集团（甬派传媒）和新浪网协办。论坛开幕式上发布了“中国新闻网站传播力榜”，闭幕式上发布了《2018中国网络媒体论坛共识》。

本届论坛分为致辞、主旨演讲、分论坛三个环节。

一 | 有关部门负责人致辞

中央网络安全和信息化委员会办公室副主任高翔，全国人大社会建设委员会副主任委员、中国网络社会组织联合会会长任贤良，中国记协党组书记、常务副主席胡孝汉，浙江省委副书记、宁波市委书记郑栅洁出席并致辞。

高翔同志在致辞中提出，这次论坛的召开，是对习近平总书记重要讲话精神的再一次深入学习。新一轮科技革命带来传播格局深刻变革，主流媒体一是必须坚持正确舆论导向，加强互联网内容建设，越是思想文化相互激荡、价值观念多元多样，越要举旗定向，要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想统领互联网内容建设，坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向，让党的创新理论“飞入寻常百姓家”；二是必须坚持创新正面宣传，提升网络媒体传播力、引导力、影响力、公信力，要不断加强传播能力建设，巩固并拓展内容优势与传播优势，要持续推进移动媒体优先发展战

略，打造载体多样、渠道丰富、覆盖广泛的移动传播矩阵，要坚持技术引领进步，让网络内容生产搭上技术创新的快车；三是必须坚持融合发展，强化网络阵地建设，意识形态斗争中，要守住互联网这块主阵地，打赢这场舆论战，就必须把更多政策、人才、资源投向互联网，加快主力军向舆论斗争主战场转移的步伐。

任贤良在致辞中提出，自本届论坛起，中国网络媒体论坛由中央网信办作为指导单位，中国网络社会组织联合会主办，形式、内容等各方面都进行了优化和创新，更加旗帜鲜明地强调了党对网上新闻舆论工作的领导，强化了论坛在推进网上正能量传播方面的特殊作用，使老品牌焕发出新时代的新活力。一是用心打造好中国网络媒体论坛这一品牌活动，为政府、业界、学界提供专业交流合作平台。二是加大对网络社会组织参与正能量传播的统筹协调力度，建立健全网络社会组织在宣传引导等方面的协调联动工作体系。三是借助成立专业委员会、举行交流研讨等多种形式，积极搭建网络媒体间沟通、交流、合作的新平台。四是开展专业培训、信息咨询、人才培养、国际和港澳台交流等工作，努力为网络媒体及其从业者提供更多更好的服务。

郑栅洁同志在致辞中表示，积极抢抓新一代信息技术革命的机遇，坚持一手抓数字经济发展，一手抓媒体深度融合发展，形成了经济转型、媒体变革的良好局面。本届论坛是浙江全面学习推动媒体深度融合发展新理念、新思路的重要机会，将充分吸收金点子、好方子，不断创新机制和模式，进一步壮大主流思想舆论。真诚欢迎各类媒体来宁波采访采风，发现宁波发展之好，感受宁波文明之美，体验宁波社会之和，助推宁波成为一座有较高知名度和美誉度的“网红城市”。

胡孝汉同志在致辞中提出，中国记协致力于联系服务网络媒体，一是坚持政治引领，把中央和省级网络媒体纳入“三项学习教育”重点群体，把习近平新闻舆论工作论述作为马克思主义新闻观培训的主要课程，用最新理论成果武装头脑、指导工作；二是推动实践探索，修改《中国记协章程》与《中国新闻奖、长江韬奋奖评选办法》，评选网络媒体优秀人才优秀作品，推动信息内容、技术应用、平台终端、人才队伍共享融通。三是做好联系服务，办好中国记协“好记者讲好故事”、“记者大讲堂”和“一网双微”等网上网下联系服务平台，宣传推荐网络媒体工作者增强脚力、眼力、脑力、笔力的好典型、好经验，促进网络媒体工作者掌握新知识、开拓新视野。中国记协新一届理事会和党组履职以来，把联系服务网络媒体作为重点之一。中国记协第九届理事会增加了33名网络媒体代表，中国记协新一届理事会中，网络媒体代表比例从上一届1.42%提高到10.36%。今年中国新闻奖第一次设立“媒体融合”奖项，在保持网络新闻奖项30个左右名额基础上，又增加媒体融合奖项50个名额，评出

了一批重量级、现象级、代表性、标志性的网络新闻和媒体融合作品。

二 | 中央新闻单位负责人和有关专家发表主旨演讲

人民日报社副总编辑卢新宁、新华社副社长刘思扬、中央广播电视总台中央电视台副台长孙玉胜、中国工程院院士吴建平、新浪董事长曹国伟等在本届论坛上发表主旨演讲。

卢新宁认为，互联网的出现带来了传播主体空前多元、发布门槛空前降低、信息数量空前增加，迈入智能互联时代，必须在海量信息与海量用户之间建立精准、高效、个性的连接关系，需要让传播变得更加聪明，让信息更好找到需要它的用户。主流媒体必须处理好三对关系：第一是“技术驱动”与“价值引领”的关系，主流媒体要用主流价值驾驭技术发展，要研究开发“党媒算法”或“主流媒体算法”，实现舆论导向与分发效率的总体平衡，实现价值引领与技术驱动的有机统一。第二是“内容定力”与“内容魅力”的关系，主流媒体既要有内容定力，不能被流量和点击量压垮心智；也要有内容魅力，要用生动活泼、通俗易懂的方式在网络空间做好正面宣传，将有意义的主题做得有意思。第三是“平台创新”与“生态优化”的关系。需要构建主流价值引领的新媒体内容生态，将网上和网下的力量凝聚到一起，向建立自主可控的平台发力。期待平台化的探索将凝聚“众人之智”与“众人之力”，增加网上优质内容供给，同时期待平台化的探索，将用社会责任规范“内容创新”与“内容创业”。

刘思扬认为，当前传统媒体与新兴媒体融合发展正在向纵深推进，媒体智能化应突出抓好四个重点：内容产品、平台终端、体制机制和人才队伍，媒体智能化应着力提升硬实力、软实力和巧实力。硬实力的核心是计算能力，要构建一个智能化技术平台，支撑智能应用的大规模矩阵计算，支撑对海量数据的采集、存储、加工和处理；软实力的核心是数据和算法，要构建新型智能数据库，还要将主流价值取向导入机器算法，建立精品内容池，逐步形成以主流价值取向为主、价值与兴趣并重的新型主流算法；巧实力的核心是人机协作，要以智能技术重塑采编流程，贯通新闻生产链条。媒体智能化也必须防止掉入三个误区：内容边缘化、缺乏系统性、技术至上论，必须把握好内容产品、技术、体制机制、人才队伍等四个重点发展方向。

孙玉胜认为，交互是移动新媒体最重要的特征，是媒体的未来。我们要拥抱新技

术，但也要防止技术的陷阱，更不能被其所绑架。作为工具的计算可用，但对于内容编排，建议慎用，尤其在所谓“后真相”时代，它进一步鼓励标题党，用情绪，甚至用主观愿望代替事实，使媒体失去公信力。同时还会产生“蚕”效应，作茧自缚，使人变为孤岛，视野变窄，甚至产生错觉和误判。媒体的社会责任不可忽视，除了解决“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的认识论问题，也要解决如何全面贴近受众的方法论问题。

吴建平表示，互联网是网络空间最重要的基础设施，互联网体系结构是互联网的关键核心技术，掌握核心技术是解决网络空间发展和安全问题的命门。IPv6下一代互联网为解决互联网体系结构的各种技术挑战提供了新的平台，大规模发展IPv6下一代互联网为媒体发展和连接万物带来历史的发展机遇。

曹国伟表示，社交媒体根本上改变了人们的信息交互方式，极大地提高了信息透明度，但与此同时也带来了一些所谓“后真相”时代的“舆论乱象”。网络新媒体平台有义务行动起来，一是建立完善的新闻甄别和辟谣机制，二是进一步发挥好运营和监管人员作用，三是不断放大主流媒体的声音、强化社区公约的机制，四是通过规范网民在互联网平台的言行，维护好互联网新媒体平台良好的舆论环境。

三 | 三个分论坛探讨网络媒体发展趋势与对策

本次论坛分设“智能互联时代的传播新语态”“5G时代的传播新格局”“传媒+：跨界融合推动产业升级”等三个分论坛，深入探讨智能互联时代网络媒体面临的机遇与挑战，分析网络媒体发展动向与趋势，搭建政府、业界、学界相互沟通交流的平台，促进中国网络媒体健康有序发展。

“智能互联时代的传播新语态”分论坛着力于内容领域，探讨了传统媒体在互联网时代的传播新语态。在传媒领域“语态”将在视觉元素、声音内容、表述方式等方面进一步扩展，优质内容价值回归，信息由可读发展为可视化，人工智能由概念进入实操阶段，算法推荐成为一种方法论，改变了信息传播的逻辑和规则。网络媒体要主动适应互联网时代传播理念，着力打造契合新媒体用户接受习惯的传播方式，改变“我说你听”的传统理念。

“5G时代的传播新格局”分论坛主要从技术的角度，充分探讨了5G时代网络媒体的机遇和挑战。大家从峰值速率、用户感知体验、时延、移动速度、流量密度、连

接数的密度等方面来解释5G技术相对于4G技术的优势。在5G时代，AI和媒体的结合必将更加深入，移动网络将赋能全行业，成为新的基础生产力。

“传媒+：跨界融合推动产业升级”分论坛是产业论坛。目前，“传媒+产业”模式的机遇悄然兴起，大家从多角度探讨媒体产业的新实践、新模式、新挑战，促进媒体和产业优势发展融合。要利用互联网特点和优势，推进理念、内容、手段、机制体制等全方位的创新，做大做强、做优做实，有效将互联网变量转化为事业发展的最大增量。

分论坛主要涉及内容、技术、产业三个维度，其主题分别是“智能互联时代的传播新语态”“5G时代的传播新格局”和“传媒+：跨界融合推动产业升级”。其中，“智能互联时代的传播新语态”主题论坛从内容出发，就网络媒体如何加强网上内容建设、积极应对传媒变革，以及如何在新常态、新要求下做大做强，展开深入研讨。以“5G时代的传播新格局”为主题的分论坛参与嘉宾，就5G在信息通量上的极大提升对于传播活动、媒体形态带来的影响，以及5G时代网络媒体的机遇和挑战，提出了许多引人深思的见解。以“传媒+：跨界融合 推动产业升级”为主题的分论坛从产业维度入手，多角度探讨媒体产业升级所激发的新实践、新模式和新挑战，以期促进媒体和产业的优势互补融合。

网络媒体论坛不仅举行了一系列精彩、激昂的主题演讲活动，还在论坛开幕式上，以专家解读和视频短片的形式，发布了“中国新闻网站综合传播力榜”，榜单分别为“稿源单位移动端综合传播力2018年上半年榜”、“中央主要新闻网站综合传播力2018年上半年榜”、“省级新闻网站综合传播力2018年上半年榜”和“全国行业新闻网站综合传播力2018年上半年榜”。“中国新闻网站综合传播力榜”以习近平总书记强调的新闻舆论“传播力、引导力、影响力、公信力”为核心指标，旨在引导网络媒体做好新形势下的宣传思想工作，自觉地承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务。

论坛闭幕式上，与会嘉宾就改进新形势下的网上新闻舆论工作、促进网络媒体健康有序发展，形成了《2018中国网络媒体论坛共识》，并由中央网信办网络社会工作局副局长、中国网络社会组织联合会秘书长赵晖宣读。

首届中国网络媒体论坛是中国记协在2000年“全国新闻媒体网络传播研讨会”上提出建议、全国数十家新闻媒体网站共同发起设立的。2001年6月，中国记协与新华网联合人民网、中国网、央视国际等单位在青岛共同举办首届中国网络媒体论坛。论坛以推进中国网络媒体建设和发展为宗旨，组织开展业务交流、学术研讨活动等。

论坛每年举办一次，由中国记协和中央、地方各个重点新闻网站共同主办，各新闻网站轮流承办。中国记协作为论坛主办方之一，本年度第18次成功主办中国网络媒体论坛。

2018媒体融合发展论坛在深圳举行

9月9日—10日，2018媒体融合发展论坛在深圳举行。论坛由人民日报社联合中共深圳市委、深圳市人民政府、招商局集团共同主办，人民日报媒体技术股份有限公司、人民日报文化传媒有限公司、中共深圳市委宣传部、腾讯公司承办，深圳报业集团、招商局蛇口工业区控股股份有限公司协办。中国记协及新媒体专业委员会应邀参加论坛。

论坛主题为“构建全媒体传播格局”，旨在打造集媒体融合战略研讨、经验交流、技术展示于一体的权威平台。中央部委和各地宣传、网信部门领导，中央及地方主要媒体代表，国内相关领域专家学者，互联网企业人士等近700名嘉宾参会，通过开幕式致辞、主旨演讲、主论坛和分论坛等模块，共同回顾改革开放成果、解读中央最新政策精神，并就媒体融合发展最新成果和现状进行深入交流和探讨。

人民日报社总编辑庹震在开幕式致辞中表示，党的十八大以来，习近平总书记多次就推动媒体融合发展发表重要讲话，作出深刻阐述，提出明确要求，为我们在新形势下推进媒体融合发展指明了前进方向，提供了根本遵循。人民日报将坚持以正确舆论导向引领融合发展，自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务。坚持以内容优势赢得发展优势。坚持以开拓创新推动深度融合。

国务院新闻办公室副主任郭卫民在致辞时表示，习近平总书记多次对媒体融合作出深刻论述，提出明确要求。媒体融合进入向纵深推进的关键阶段，必须坚定信心，把握机遇，锐意改革创新，勇于担当作为，提升传播技术，强化内容生产，加快实现深度融合，全力打造具有强大引领力、传播力的新型主流媒体。

中央网络安全和信息化委员会办公室副主任高翔说，要坚持导向为先，发挥舆论“压舱石”“定盘星”作用；要坚持受众为本，让互联网成为贴近群众、了解群众、

宣传群众的重要渠道；要坚持内容为王，赢得话语优势和发展优势；要坚持创新为要，构建完善的现代传播体系；要坚持人才为基，实现人才队伍的共享融通。

广东省委常委、宣传部部长傅华表示，今年以来，广东坚持顺势而为、乘势而上，有的放矢推进重大融合项目建设；坚持靠船下篙、精准发力，依托传统媒体的实力、优势和资源，加强新闻产品创意赋能，推出一大批融媒体精品；坚持此长彼长、两翼齐飞，推动新媒体与传统媒体影响力融合交汇，做到更深入、更广泛、更有效地为党发声。

深圳市委副书记、市长陈如桂说，近年来，深圳着力构建全媒体传播格局，大力推动媒体管理创新、内容创新、渠道创新，打造了“读特”“读创”“壹深圳”等融媒体平台，进一步提升了主流媒体的传播力、引导力、影响力、公信力。

中华全国新闻工作者协会党组成员、书记处书记季星星在致辞中表示，中国记协坚持政治引领，推动实践探索，做好联系服务，为推动媒体融合发展助力加油。一是中国记协新媒体专业委员会启动运行，引领有了新抓手。二是中国新闻奖媒体融合奖项评选顺利，示范有了新标杆。三是做好党和政府联系新闻界的桥梁和纽带，服务有了新平台。下一步，要继续强化政治引领，推动行业自律，加强联络服务，打造工作平台。一方面，延伸服务手臂，在广度上做文章。建立健全联系各级各类新媒体的长效机制。另一方面，拓展服务范围，在深度上下功夫，拓展新媒体领域影响力。

人民日报社副总编辑卢新宁，人民日报社编委、海外版总编辑牛一兵，新华社副秘书长兼办公厅主任宫喜祥，中央广播电视总台央广副总编辑刘晓龙，解放军报社副社长林乘东，光明日报社副总编辑沈卫星，经济日报社副总编辑张曙红，中国日报社副总编辑高岸明，科技部党组成员、科技日报社社长李平，中国互联网发展基金会理事长马利，招商局集团有限公司董事长李建红，腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾等出席论坛。

论坛内容丰富，主要表现在三个方面：

一、战略、报告和荣誉等发布与颁发。在9月9日的“舆情与大数据分论坛——数据驱动‘后舆情时代’”中，发布了“人民云”大数据开放共享平台、《趋势与标准：人民网舆情数据中心十年研究报告》，人民数据管理（中卫市）有限公司揭牌，并颁发“人民在线”十年优秀合作伙伴荣誉。

二、进行多项签约仪式。9月10日上午，人民视频三大平台上线暨政务机构签约入驻仪式，全国党媒平台与搜狗公司、哔哩哔哩战略合作签约仪式，人民日报媒体技术股份有限公司与深圳报业集团战略合作签约仪式，人民网股份有限公司与深圳广播

电影电视集团战略合作签约仪式陆续进行。

三、针对多议题、多论坛进行主旨发言、主题演讲与高端对话。全部主、分论坛均有多名主要媒体代表，知名企业董事长、CEO，以及一流专家学者参与交流。其中有从融合发展角度结合所在组织机构发展情况进行的主旨演讲；有题为“主流媒体深度融合的目标与路径”“党媒全媒体传播格局的最大变量和最大增量”的主题演讲；有从内容、业务、技术三方面出发，针对“如何增强内容定力，拓展渠道平台？”“如何拓宽业务范围，延展服务价值？”“如何用好技术引擎，弘扬主流价值观？”等议题展开的主旨发言与高端对话；也有从大数据的融合与发展、正能量内容的生产与推广、融媒体中心建设、人工智能传媒应用实践、互联网媒体安全管理与防范、新媒体运营分析与探讨等具象角度切入探讨的论坛对话。

论坛主要从内容、渠道、平台、经营和管理等五大维度出发，经由嘉宾、代表的“头脑风暴”、高屋建瓴的见解，深入探讨媒体融合的成果、现状与发展态势，为媒体融合新时代的发展提供更加清晰的指向。

2018新媒体发展年会在济南举行

10月10日—11日，2018新媒体发展年会在济南举行。年会由中国记协新媒体专业委员会等指导，中国新闻出版研究院传媒杂志社、山东文化产业博览交易会执委会、中共济南市委宣传部联合主办，济南日报报业集团、济南广播电视台和贝壳视频共同承办。

年会主题为“新时代 新媒体 新发展”，旨在搭建政府管理部门、行业协会、传统媒体、新媒体、媒体研究机构的交流服务平台，引导新媒体舆论，传播正能量。中国记协党组成员、书记处书记王冬梅出席年会开幕式并致辞。来自中央网信办、工业和信息化部、中国记协、国家广播电视总局等主管部门的领导，中国新闻文化促进会、中国互联网协会等行业协会的负责人，人民日报、新华社、光明日报等中央及地方主流媒体机构代表，中国人民大学、中国传媒大学、中国社科院、中国新闻出版研究院等新媒体教育专家、学者，以及爱奇艺、快手、美图公司、自媒体等新媒体大咖近500人参会。各位行业翘楚以主题报告、主题演讲、圆桌论坛、分论坛等形式，围绕媒体融合、新媒体发展等热点话题展开面对面的交流互动，分享智慧。

年会主要有以下三方面特色：

一 | 联系广泛

首届新媒体发展年会参会代表十分广泛，主流媒体和商业媒体代表、传统媒体和新媒体负责人，以及知名自媒体人，齐聚泉城、济济一堂，是真正意义上的综合性、跨行业新媒体盛会。10月10日上午，新媒体发展年会举行了新媒体联盟成立揭牌仪式

和新媒体发展年会落户济南揭牌仪式。由全国新媒体单位（部门）、商业新媒体平台与机构、新媒体研究机构和新媒体人组成的新媒体联盟，将通过开展系列新媒体活动、对接全国乃至全球性的新媒体产业合作项目，吸引全国性的新媒体资源向济南聚集，搭建高层次新媒体交流平台。

二 | 内容丰富

年会共举办5场论坛，其一，是10日下午的两场圆桌论坛，来自光明日报、南方报业、澎湃新闻等媒体代表与来自中国传媒大学的专家学者，围绕“资源共享与融合发展的路径”和“新媒体个性化发展与社会责任”两大主题展开互动交流。其二，是11日上午举行的3场分论坛，分别是新闻客户端论坛、网生内容构建论坛和短视频发展论坛。3场论坛同时开讲，与会嘉宾分别围绕“当前主流媒体客户端发展面临的挑战及对策”“网生内容构建质与量在风口上的撞击”以及“短视频反转‘视’界”话题展开新媒体发展经验介绍和趋势探讨。

三 | 特色鲜明

新媒体发展年会力图实现“四个一”合作目标，即：一个平台——搭建政府、新媒体单位（自媒体人）、新媒体研究机构及技术创新机构间的最佳交流平台；一个愿景——把济南打造成新媒体发展年会的永久会场和国内新媒体研究、培训的新高地；一个阵地——成立新媒体产业联盟，引导新媒体舆论，传播正能量；一个品牌——把新媒体发展年会打造成山东文博会最具特色和吸引力的主题峰会和特色品牌。此外，济南日报报业集团以“济南市新闻宣传融媒体公共服务平台”为切入点，努力打造全省乃至全国媒体融合新标杆，将济南日报报业集团优质新闻内容和优势技术作为支撑，各区县齐心协力一心向“融”作为基础，把全市媒体融合发展推进到一个新高度。依托济南日报报业集团强大的新闻采编能力和内容聚合优势，爱济南新闻客户端成功跻身全国党媒新闻客户端第一方阵。

2018新概念融媒体作品大赛在上海举办

2018年11月至年底，由中华全国新闻工作者协会新媒体专业委员会指导，解放日报·上观新闻主办新概念融媒体作品大赛。本次大赛的主题是“伟大时代·城市记忆”，分为三个竞赛组别，分别是：数据新闻组、H5新闻作品组和短视频产品组，独立分类评选，向全国高校、传统媒体从业人员、新媒体从业人员、设计师、编程人员等对融媒体产品有兴趣的人群，通过新媒体表现手法，记录改革开放40年来各地发生天翻地覆的变化，通过自己的视角和感受，来记录下这个时代的记忆。中国人民大学新闻学院、复旦大学新闻学院、中国传媒大学新闻学院、南京大学新闻传播学院、中山大学传播与设计学院以及木疙瘩、西瓜视频、我爱竞赛网等提供学术、技术等支持。

大赛评判主要分为四项：一是新闻，主要评价独创性、融合性、公共性、感染力、与规定主题相关性等；二是数据，主要评价准确性、稀缺性、分析深度、解释力等；三是设计，主要评价信息表达力、美观性、原创度、交互性等；四是技术，主要评价技术难度、兼容适配性等。来自北京、深圳、四川、福建、湖南等省市的媒体从业者和高校师生共提交了1299件融媒体作品参加了比赛。来自新华网、浙江日报、澎湃新闻、厦门日报、北京大学、复旦大学等机构的18件作品脱颖而出，分别获得三个组别的一、二、三等奖。随后，解放日报在上海举办了大赛颁奖仪式。

在颁奖仪式上，复旦大学新闻学院院长米博华在致辞中表示：提出新概念、新媒体、新实践，正逢其时。复旦新闻学院信息与媒体中心和兄弟院校一起举办这场活动，对于教学科研活动和业界有机的对接，学习与实践同步发展，与时代共同前进，具有非常重要的意义。大数据、短视频、无人机、人工智能都是目前最为前沿的学科，复旦大学新闻学院明年也将着力发展这四个学科，欢迎有志之士为复旦新闻学院

的发展、为融媒体发展作出应有的贡献。

中国记协书记处书记、新媒体专业委员会副主任委员潘岗向大家提出了四点希望：第一要牢记新闻舆论工作职责使命；第二要坚持精品主导，扩大内容优势；第三要坚持团结引领，加强队伍建设；第四要整合资源，推动媒体融合。

上海市委网信办副主任杨俊表示，媒体融合不仅仅是技术的融合，也是媒体生产流程的融合、媒体和用户的融合、媒体与社会系统的融合。媒体的转型不仅仅是媒体平台的转型，也是媒体人思维的提升、创造力的激发和工作方式的彻底转变。她表示，相信产、学、研三方一定能合作，一定能够激发从理论到实践的媒体改革转型的火花。

解放日报社党委书记、社长李芸介绍了解放日报·上观新闻的融合转型之路，以及举办这次比赛的初衷，提出新闻媒体作为时代的记录者，在历史演进中忠实记录了伟大时代的沧桑巨变。大赛以“伟大时代·城市记忆”为主题，就是要通过创意和作品，通过一个一个片断、一段段记忆，向伟大时代致敬。

获奖作品主题角度多样，多媒体手段丰富，界面风格不一，互动性、沉浸感、科技感十足。厦门日报的H5作品《恋恋厦门》用略带沧桑的方言，将一位离乡多年的华侨的故事娓娓道来，折射厦门改革开放以来翻天覆地的变化。赤子之情、拳拳之心跃然纸上。澎湃新闻的数据新闻游戏《答题 | 这一份献给改革开放40年的考卷，敢不敢来战》集意义、美感、互动于一体，改革开放40年来重要数据的指标变化变得有趣好玩，让人耳目一新。

短视频组一等奖获奖作品则对比了40后、60后和80后三代人对房子和家的不同记忆，镜头真实感人，故事生动形象，细节鲜活生动，从家的变迁反映出国的变化。

一等奖获奖作品团队厦门日报社新媒体中心主任赵琳在接受记者采访时说：“一镜到底手绘长卷H5《恋恋厦门》是厦门日报社新媒体中心为庆祝改革开放40年策划制作的，能获得一等奖非常惊喜和意外。”她说：“现场看到很多同行的优秀作品，无论是题材、表现手法还是技术运用都值得我们学习借鉴。”

在评委点评一等奖作品环节，新华网融媒体未来研究院副院长鞠靖说：“内容的载体在发生变化，但好内容的评价标准是不变的。像调查报告、深度报道、特稿会强调细节，好的融媒体产品仍然要关注细节。”他提到，技术是冰冷的，但怎样使用技术、组织技术，在技术的平台上组织素材，这里面是情怀，是新闻人一直以来坚持的。

在颁奖仪式上，来自解放日报社、复旦大学信息与传播研究中心、《新闻记者》

杂志的产、学、研三方就关于“开展媒体深度融合实践与研究”的合作进行签约，共同推进媒体融合在内容生产层面的深化，为媒体转型打造有效模式。

1月12日上午，中国记协新媒体专业委员会代表参加了解放日报社融媒体圆桌会议，和业界专家共同探讨“新媒介、新生产、新格局”。

第十三届传媒年会在成都举办

11月16日—17日，第十三届传媒年会在四川成都安仁古镇举办。年会由中国新闻出版研究院传媒杂志社、四川日报报业集团共同主办，封面传媒承办，四川党建期刊集团、凡闻科技、四川文化传播公司协办。中国记协党组成员、书记处书记张百新出席年会开幕式并致辞。

年会主题为“努力实现由融媒体向智媒体的飞跃”，来自全国人大教科文卫委员会、中国新闻文化促进会等领导机构，主流媒体、新媒体机构，高校、媒体研究机构的400多位嘉宾，带着他们的研究成果和对未来的思考，以主旨演讲、主题报告、论坛、发布会等形式，从智能、智慧到智库三个方面，分别对媒体进行了全面的阐释和展望。

年会围绕“如何实现由融媒体向智媒体的飞跃”，从多角度、多维度直面媒体转型，并针对性地开展了聚焦于“迈向智媒体”的主题论坛、以“历史的回声——媒体报道改革开放40年”为主题的圆桌论坛和展望“新时代 新融合”的融合论坛。其中，主题论坛聚焦于智媒体，来自全国主流媒体、新媒体的负责人、知名专家学者围绕“从传统媒体到智能媒体的技术路线和价值准则”“从融合产品到融合体系的目标路径”以及“媒体智库和智库媒体”等问题进行深入探讨和交流互动。年会的圆桌论坛则聚焦于媒体报道改革开放40年，论坛期间，中国新闻出版研究院科研课题《报道改革开放新闻作品研究》主要成果正式发布，并公布了“报道改革开放40年40文”推选结果，兼顾改革各个阶段、体现不同时期特征的《实践是检验真理的唯一标准》

《东方风来满眼春》《深入宝库采明珠——记抗疟新药“青蒿素”的研制历程》等40篇经典文章入选。年会的融合论坛则是对新时代、新融合的展望，与会嘉宾从电视媒体、杂志、出版传媒等多个维度，纵观融合历史，共探进入融合转型深水区的各类型

媒体是如何实现精准发力的。

年会上，新华文轩出版传媒股份有限公司与四川日报报业集团正式签署战略合作关系，封面传媒、百度和中国人民大学新闻学院宣布共同成立“区块链媒体实验室”，此外，倍受关注的“年度十大创新媒体机构”也在年会上揭晓。

第六届中国网络视听大会在成都举行

11月28日—12月1日，第六届中国网络视听大会在成都举行。大会由国家广播电视总局、国家互联网信息办公室、四川省人民政府联合指导，中国网络视听节目服务协会、成都市人民政府主办，成都市文广新局、成都市网信办、成都市广播电视台、成都高新区管委会和未来电视有限公司共同承办。大会主题是“凝心聚力 创造美好新视界”，来自中宣部、国家广播电视总局等领导机关、政府主管部门和网络视听界的2000余家机构、6000余位行业领袖及嘉宾参会。11月29日上午，大会开幕式暨主题论坛举行，中宣部副部长、国家广播电视总局党组书记、局长聂辰席出席开幕式，并发表题为《坚定方向 凝聚力量 展现新时代网络视听新气象新作为》的主旨演讲。在大会主论坛上，中央广播电视总台国广副台长胡邦胜、腾讯集团首席运营官任宇昕、湖南广播电视台台长吕焕斌和咪咕文化科技有限公司总经理刘昕，围绕大会主题发表相关演讲。中国记协及新媒体专业委员会应邀参加。大会围绕媒体融合发展、视听数据发布、AI赋能、年轻态综艺、精品内容创作等多个维度，举办了9场主题活动和34场特约活动。300余位行业领军人物发表演讲并参与讨论。

大会主要有以下特色内容：

一、大会是一年一度的中国网络视音频领域最重要的年度盛会，是中国网络视听全行业学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，落实践行中央关于建设网络强国、发展网络文艺战略部署的重要会议。

二、大会论坛内容丰富、紧跟前沿。其中有聚焦网络精品创作与生产、聚焦“探索新时代视听节目的创造性转化模式与创新性发展路径”问题的16场主题活动，包括主论坛、精品内容创作峰会、网络电影论坛、视听+体育论坛、影视内容“走出去”论坛、网络综艺论坛等，从多维度、多层面深入探讨这一问题。有探讨媒体融合发

展、打造新型主流媒体路径的媒体创新、智慧融媒、主流声音传播等4场论坛。有关5G时代背景下，人工智能、大数据、虚拟现实等新技术在网络视听领域中应用的6场技术类相关论坛、发布会及展示活动。全部论坛均有多名业界大咖、领军人物以及一流专家学者参与讨论和交流。

三、会议期间发布内容多元，引导创作趋势。开幕式当晚，由咪咕文化科技有限公司冠名赞助举行的“2018网络视听年度盛典”，发布了年度优秀作品榜单，并首次揭晓由国内最高规格评审团特别推荐的“年度特别推荐网络剧”“年度特别推荐网络电影”“年度特别推荐男演员”“年度特别推荐女演员”等年度特别作品及奖项，为网络视听精品创作树立标杆、加强创作导向引导。大会期间还发布了2018网络视听“年度人物”“年度节目”“年度案例”“年度数据”以及《2018中国网络视听发展研究报告》。

四、大会期间配套活动多样。2018中国（成都）网络视听新技术与节目展交会全面展示了网络视听领域的优秀创新成果，汇聚媒体融合、信息与网络技术、影音内容、新兴终端设备等新产品，并重点聚焦网络视听内容创作和5G、4K、人工智能等新技术应用。此外，大会举办的“2018原创Plus”网络影视与节目提案大会暨创投大会相较于过去一年全面升级，带来超过3亿的扶持基金，为广电播出机构、网络视频平台以及影视节目制作公司提供展示、交流和交易的平台。

五、全面展示成都元素。本届大会中的成都元素有很多，比如：“中国网络视听大会投资峰会暨成都高新区专场推介会”“成都平原经济区战略合作暨成都广播电视台品牌战略发布会”“云上新视听盛典——首届成都高校十大最具潜力IP发布暨第五届金沙短片扶持计划优秀作品揭晓”“《选择这里 成就更好的自己》‘蓉漂’人才系列微电影首映式”和“聚变——2018天府TV兴光华融合转型重点项目发布会”等，在全面展现成都元素，展示成都在网络视听领域取得的丰硕成果及欣欣向荣的态势的同时，也将借助网络视听大会平台为成都市加快建设全面体现新发展理念的城市、建设西部文创中心营造浓厚氛围，未来推动更多的成果落地，实现成都与大会的共同进步。

值得一提的是，本届大会特别关注粤港澳大湾区国家战略话题，举办“首届粤港澳大湾区网络视听新媒体产业发展峰会”“粤港澳大湾区网络视听行业发展成果展示区”“粤港澳大湾区网络视听产业商洽会”三项粤港澳大湾区主题活动，通过抓住建设粤港澳大湾区重大机遇，积极探索粤港澳大湾区网络视听新媒体产业协同发展路径，构建产业创新发展合作平台，推动和深化粤港澳大湾区的协同合作，推动香港、澳门地区融入国家发展大局，助力内地网络视听新媒体产业“走出去”。

2018中国新媒体大会在京举办

12月24日，中国记协在北京万寿宾馆举办2018中国新媒体大会，主题为：增强“四力”，守正创新，多出群众喜爱的融合精品。大会由中国记协新媒体专业委员会和人民日报社、新华社、中央广播电视总台等新媒体部门共同承办，宣传管理部门有关领导、中央新闻单位分管领导、中国记协主席和书记处书记、中国记协新媒体专业委员会委员、中国新闻奖首届媒体融合奖项评委代表、获奖团队代表等参加大会。

一 | 中宣部、中央网信办、国家广电总局、 中国记协负责同志出席会议并致辞

中宣部部务委员、国新办副主任郭卫民表示，中国记协举办中国新媒体大会，以改革创新精神拓展工作领域，团结引领广大新闻工作者不断增强“四力”，对加快推进媒体融合，进一步做好新闻宣传工作，具有重要意义和促进作用。要坚持思想领先，坚持精品主导，坚持用户导向，坚持技术引领，坚持以人为本，加快推进媒体深度融合，促进新媒体行业健康发展，把中国新媒体大会办成共话行业前景、促进行业交流、推动行业发展的品牌活动。

国家广播电视总局副局长高建民同志在致辞中提出，新媒体工作者要始终旗帜鲜明讲政治，把党的领导体现到新媒体各领域、各环节；要发挥特色优势，使新媒体成为党开展宣传思想工作的重要增量；要着力提升新媒体内容的思想内涵和审美价值，更好地传播主流价值观；要守正创新，努力做新业态新服务开拓者，始终走在时代前沿、引领风气之先。

中国记协党组书记、中国记协新媒体专业委员会主任胡孝汉同志在致辞中提出，中国记协举办中国新媒体大会，突出政治引领、内容建设和队伍建设，致力于搭建新媒体新闻信息传播工作者交流平台，树立媒体融合内容建设标杆。中国记协及其新媒体专委会将抓好培训教育，加强政治引领；做好奖项评选，立好范本标杆；建好评价体系，推进行业自律；开展品牌活动，践行“四力”要求，更好地服务新媒体事业发展和队伍建设。

中央网信办网络新闻信息传播局副局长符雷提出，信息技术的迅猛发展迫切需要加快提高网络内容从业人员的整体素质，迫切需要加大工作创新力度，用新思路、新政策、新手段解决新领域的问题，用更好更多的新媒体产品丰富网络空间。

二 | 人民日报社、新华社、中央广播电视总台 一 | 分管新媒体工作负责同志主题演讲

人民日报副总编辑卢新宁提出：中国记协成立新媒体专业委员会，举办中国新媒体大会，积极推动主流媒体从“相加”到“相融”的转变，让新型主流媒体真正强起来。要坚持互联网化这个主攻方向，坚持把握互联网规律、树立互联网思维，对标互联网行业，重构媒体自身。要重视媒体的智能化、平台化趋势，把吸引更多用户作为新型主流媒体强起来的标志。要有效使用“内容优势”，既要有“内容定力”，更需要“内容魅力”，要把“有意义”的做得“有意思”，再把“有意思”的做得“有分量”，用“有谱”“有料”“有范儿”的内容吸引年轻人。

新华社副社长刘思扬提出，新媒体守正创新，要在基础性工作上下功夫，聚焦新闻报道主业，回答好高举什么、反对什么的问题；要在关键要害处下功夫，解决好思想观念问题、体制机制问题、产品生产问题和技术引领问题；要在工作水平上下功夫，加强人才队伍建设，解决好增强“脚力、眼力、脑力、笔力”的问题。

中央广播电视总台央视副台长袁正明提出，本届中国新媒体大会的主题具体务实，总结出了新媒体精品创作的“方法论”：“守正创新”是融合发展的根本方向和路径指引，“增强‘四力’”是融合发展的根本保障，“多出精品”是融合发展的主要着力点和落脚点，而“群众喜爱”则是衡量精品的重要标准。中央广电总台以时政微视频为重点，探索新形态新表达；以大屏联动小屏，探索新媒体互动新体验；以用户为中心，探索新角度新观感；以新技术引领，探索新场景新应用，切实提升内容生

产力、技术驱动力、平台竞争力和生态链接力。

三 | 光明日报社、解放日报社和中国新闻奖 媒体融合奖项评委代表专题发言

光明日报社副总编辑陆先高在发言中提出，做强时政评论是主流媒体主导新媒体内容生态的重要手段。需要把握历史大势，凝聚最大共识；需要嵌入事态发展全过程，形成全方位解读与连贯性的舆论引导；需要坚持专业话语，将公共讨论引入社会治理，引导社会共识与中央决策同频共振。

解放日报社副总编辑马笑虹在发言中提出，解放日报推进传统媒体和新媒体深度融合，一是改架构，探索“一支队伍、两个平台”。二是改流程，实现“网络优先”。三是改机制，突出“采编为宝”，推动资源向采编人员集中，分配向优秀人才倾斜。四是强技术，加大技术投入，加快新技术应用，加强技术队伍建设。

中国记协新媒体专业委员会副主任委员、中国新闻奖评选委员会媒体融合奖项召集人曾祥敏在发言中提出，首届媒体融合奖项获奖作品关注重大主题、重大事件、重大活动，同时也关注民生重点、社会热点、基层难点问题，体现了主流媒体的舆论主导、价值引领作用。获奖作品体现了新媒体内容生产体制机制、平台渠道等方面的创新发展，体现出融合、可视、垂直、沉浸、社交、场景等业态特征，在坚守新媒体核心价值观的基础上，实现了对传统叙事、表达、传播等手法的创新突破和要素重组，许多作品成为“刷屏”之作、“爆款”产品，集中展示了媒体融合发展的最新成果。

四 | 举办媒体融合精品创作系列访谈活动

中国新闻奖首届媒体融合奖项分为短视频新闻和移动直播、新媒体创意互动和融合创新、新媒体品牌栏目和新媒体报道界面三个访谈小组，获奖团队代表分享创作经验，评委代表现场点评指导，人民日报社、新华社和中央广播电视总台新媒体部门通过客户端、网站、微信、微博等多种方式图文直播，鼓励社会公众参与网上互动。人民日报海外版侠客岛“岛叔”张远晴、国际广播电台“国际锐评”主编盛玉红、澎湃新闻新闻插图主编李媛、人民日报新媒体中心统筹策划室副主编余荣华、中国搜索党委书记

记李俊、新华社总编室融合发展中心副主任郝方甲、中央电台新闻中心主持人王艺、央视网微视频工作室总监唐晓艳、上海广播电视台融媒体中心记者朱厚真、中央电视台综合频道策划吴双、中国日报新媒体中心视频总监张霄，清华大学教授彭兰、新媒体专业委员会顾问周锡生、汪文斌等，通过现场演示和生动讲述，和现场嘉宾和网上观众互动交流。据统计，仅新华社客户端、人民日报客户端、央视网三家参与直播的网友，就分别达到55万、18万和12万人次，600多家各级新媒体转发相关报道，形成了一轮新媒体内容建设学习热潮。

第六届新兴媒体产业融合发展大会在成都举行

12月27日，由新华社和成都市人民政府共同主办的第六届中国新兴媒体产业融合发展大会在成都举行，大会聚焦“人工智能与媒体变革”，搭建交流平台，推动媒体深度交流融合。中国记协新媒体专业委员会应邀参加。

新华社副社长、党组成员刘思扬在致辞中表示：“我们处在信息技术变革大潮之中，新兴媒体发展站在新的起点，媒体变革进程中的诸多难点、痛点和堵点，迫切需要业界学界共同破解。只有以深化媒体融合发展为方向，把握传统媒体向智媒体嬗变的趋势，抢抓信息技术革命带来的机遇，才能走出一条适应时代需要的融合发展之路。”

中国记协党组成员、书记处书记、新媒体专业委员会副主任委员潘岗在致辞中指出，中国记协新媒体专业委员会积极探索工作载体手段，将服务管理更好向新媒体领域延伸，通过组织业务培训、举办论坛研讨等举措，引导新媒体行业健康发展，促进新媒体从业人员素质提升，建设新时代的“记者之家”。并提出四点希望：一是坚持思想领先，牢记职责使命。继续加强新媒体从业人员马克思主义新闻观培训教育，拓展渠道、创新方法，使这项工作常态化、规范化、科学化。二是坚持精品主导，扩大内容优势。引导鼓励新媒体积极发挥内容引领优势，通过融合发展，让新闻报道新起来、快起来、优起来、活起来，以内容创新赢得受众，以内容优势赢得发展优势。三是坚持团结引领，加强队伍建设。发挥评选标准激励机制引导作用，加大对优秀新媒体作品、优秀新媒体从业人员宣传力度，促进多出精品、多出人才。四是坚持技术引领，促进合作发展。中国记协新媒体专业委员会将根据委员单位的需要，做好牵线搭桥的工作，推动跨平台技术合作，鼓励各级各类新媒体强化正面宣传的技术应用，提高新媒体传播力、引导力、影响力、公信力。

大会同时发布了《中国新兴媒体融合发展报告（2017—2018）》和《中国移动应用发展报告（2018）》。

与会嘉宾认为，数据化、移动化、智能化、交互化，是大势所趋，更是现实要求。万物互联的智能时代正在到来，媒体变革和传媒生态将迎来更加广阔的发展空间。

“MAGIC 一下，做短视频更AI。”当天的大会上，现场观众见证了与会嘉宾用声纹解锁媒体大脑·MAGIC短视频智能生产平台。阿里巴巴集团党委书记、秘书长邵晓锋说：“改变世界的不是技术，是技术背后的梦想。”

这一平台是继去年新华社发布的全球第一个智能化媒体生产平台“媒体大脑”的“升级版”，其利用人工智能技术，帮助用户更高效地完成短视频内容创作。该平台由数据工坊、媒资平台、生产引擎、主题集市四大智能设施构成，集中应用了自然语言理解、视觉语义理解、音频语义理解等人工智能技术，是媒体人工智能技术第一次大规模产品化和商业化的应用。

当天，腾讯、支付宝、浪潮、今日头条、360、58同城、拼多多、每日优鲜、携程、趣头条、得到、中关村大数据联盟、北京腾云天下科技、数起科技、博易大数据、数梦科技、码牛科技、成传数字科技等18家大数据公司与新华社新媒体中心共同发布“大数据协作平台”，这是新华社在大数据与媒体应用方面作出的创新探索。未来，新华社将联合互联网企业，将其打造成集纳数据分析计算模型、选题辅助、数据可视化、数据新闻智能分发等功能的智能大数据协作平台。

（编辑 李尚 杨帆）

中国记协新媒体专业委员会 大事记（截至2018年12月31日）

2015年

8月，中国记协启动新媒体专业委员会筹备工作，拟建立联系服务新兴媒体工作机构和运行机制。

2016年

1月13日、21日，中国记协先后组织召开两次专家咨询会，邀请中央重点新闻网站、新闻院校等专家学者，就新媒体专业委员会组织架构、工作任务、活动方式、工作对象等进行专题研究。

4月—5月，中国记协先后到北京、上海、广东、浙江、湖南等地调研，对试点省市主要新闻单位及其所属新媒体、有影响的商业网站、筹建新媒体专业委员会条件等进行摸底，形成《中国记协网络新媒体专业委员会试点工作调研报告》。

6月，中国记协起草《关于试点建立省一级网络新媒体专业委员会实施方案》《中国记协网络新媒体专业委员会规程（草案）》《中国记协网络新媒体专业委员会试点工作调研报告》。

2017年

4月27日，中共中央办公厅印发《中国记协深化改革方案》明确要求，中国记协要探索团结服务新媒体的组织形式，将新媒体及其从业人员纳入联系服务范围。筹建新媒体专业委员会成为中国记协落实改革方案的一项新增职责。

4月28日，中国记协启动在北京、浙江试点建立省一级新媒体专业委员会工作。

5月7日—9日，中国记协赴浙江开展新媒体专业委员会试点工作专题调研，了解浙江省新媒体专业委员会试点工作筹备情况，听取相关意见和建议。

7月18日，中国记协赴北京市记协开展新媒体专业委员会试点工作专题调研，了解北京市新媒体专业委员会试点工作筹备情况，听取相关意见和建议。

8月2日，中国记协赴北京新媒体集团开展新媒体专业委员会专题调研，听取新媒体专业委员会筹备工作相关意见建议。

9月1日，浙江省新媒体专业委员会正式成立。会上推选了专业委员会主任委员、副主任委员和委员，通过《浙江省新媒体专业委员会规程》、《浙江省新媒体自律公约》和《浙江新闻奖新媒体作品评选办法》。这是国内首个省级新媒体专业委员会。

9月中旬，中国记协先后组织新媒体专题座谈会、第二次“理事见面日”活动、新媒体专家座谈会、新媒体编辑座谈会等四场座谈交流活动，邀请中国记协新媒体领域常务理事、新媒体单位主要负责人、新媒体领域专家学者、新媒体一线编辑面对面交流，专题听取筹建中国记协新媒体专业委员会等工作的意见建议。

10月—11月，中国记协起草《中国记协新媒体专业委员会工作方案》及其附件《中国记协新媒体专业委员会规程》《中国记协新媒体专业委员会人员组成方案》等文件，再次向中国记协副主席、新媒体常务理事、新媒体行业负责人等征求意见建议。

11月8日，中共中央政治局委员、中宣部部长黄坤明出席庆祝中国记协成立80周年大会暨第二十七届中国新闻奖颁奖报告会，发表题为《牢记使命 勇于担当 谱写新时代党的新闻事业新篇章》的重要讲话，强调：要以时不我待的紧迫感加快推进传播手段建设和创新，推进传统媒体和新兴媒体深度融合，全力打好媒体融合攻坚战，加快推动从“相加”向“相融”迈进，着力打造一批形态多样、手段先进、竞争力强的新型主流媒体和新型媒体集团，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。要用好用活新媒体，转变思维惯性，改进工作惯性，牢固树立互联网思维，更好适应分众化、差异化、移动化的传播趋势，把策划线上话题与开展线下活动结合起来，把主动推送与互动传播结合起来，着力在精准、特色、有效上下功夫，切实提高网络传播的参与度和吸引力。内容建设永远是根本，好的内容可以自带流量。要加强网络内容建设，用灵思创意和工匠精神，倾心竭力打造融媒体精品，使内容优势和传播优势相互促进、相得益彰。要加强对新媒体工作者的联络服务，维护新闻工作者合法权益，不断提升服务能力，使中国记协成为名副其实的“记者之家”。

12月20日—22日，中国记协对浙江省新媒体专业委员会试点工作实地督导检查，形成《浙江省新媒体专业委员会试点工作督导情况报告》。

2018年

3月23日—26日，中国记协在浙江省杭州市召开了新媒体专业委员会试点工作交流会，来自北京、上海、辽宁、浙江、广东、四川等12个省市新媒体领域专家学者和地方记协有关负责同志对新媒体专业委员会试点及筹建工作建言献策。

5月—6月，拟定《中国记协新媒体专业委员会成立大会方案》《中国记协新媒体专业委员会人员组成方案》《中国记协新媒体专业委员会工作方案》《中国记协新媒体专业委员会规程》（讨论稿）等，报请中宣部指导审批。

5月30日，中共中央政治局委员、中宣部部长黄坤明同志对《中国记协新媒体专业委员会成立大会方案》作出批示，指出：中国记协成立新媒体专业委员会，是建设新时代“记者之家”的改革举措，是团结引领新媒体及其从业人员的重要抓手。

6月—7月，中国记协组织开展新媒体专业委员会委员推荐及审批，启动新媒体专业委员会成立大会筹备工作。

7月27日，中国记协新媒体专业委员会成立大会在京举行。中宣部副部长蒋建国出席成立大会并讲话。中国记协主席张研农主持会议。中国记协党组书记、常务副主席胡孝汉当选新媒体专业委员会第一届主任委员。150多名来自新闻宣传管理部门、新闻单位、新闻行业组织、新闻院校、新闻研究机构等代表当选第一届委员。大会通过了副主任委员、顾问、秘书长人选，通过了《中国记协新媒体专业委员会规则》。

9月6日，2018中国网络媒体论坛在浙江宁波举行，本年度以“智能互联时代的媒体变革与发展”为主题。这是中国记协作为论坛主办方之一，第18次成功主办该论坛，中央网络安全和信息化委员会办公室副主任高翔，中国网络社会组织联合会会长任贤良，中国记协党组书记、新媒体专业委员会主任委员胡孝汉，浙江省委常委、宁波市委书记郑栅洁出席会议并致辞，近700名各界代表参加论坛。本届论坛开幕式发布了“中国新闻网站传播力榜”，闭幕式发布了《2018中国网络媒体论坛共识》。

9月9日—10日，2018媒体融合发展论坛在深圳举行。论坛由人民日报社联合中共深圳市委、深圳市人民政府、招商局集团共同主办。中国记协及新媒体专业委员会参加论坛。中国记协党组成员、书记处书记季星星出席开幕式并致辞。

9月19日，中宣部在上海召开媒体深度融合现场推进会，中宣部副部长、国务院新闻办公室主任徐麟出席会议并讲话。中央有关部门、各地党委宣传部，中央和地方主要媒体负责人以及部分高校新闻院系专家学者等170余人到会，认真学习领会和贯

彻落实习近平总书记在全国宣传思想工作会议上的重要讲话精神，参观解放日报采编平台并与一线编辑记者交流互动，研究、借鉴解放日报·上观新闻整体转型的探索实践，分享各地各媒体的经验做法，旨在推动媒体深度融合，真正实现“融为一体、合而为一”。中国记协党组书记胡孝汉及中国记协新媒体专业委员会代表参加会议。

9月20日—21日，中宣部在湖州市长兴县召开县级融媒体中心建设现场推进会，深入贯彻落实习近平总书记在全国宣传思想工作会议上的重要讲话精神，总结交流各地经验做法，对在全国范围推进县级融媒体中心建设作出部署安排。中宣部副部长、国务院新闻办公室主任徐麟出席会议并讲话。中央宣传部、中央网信办、国家广电总局、中国记协和浙江省有关负责同志出席会议，各省区市及新疆生产建设兵团党委宣传部、部分县市区党委宣传部负责同志参加会议，吉林、江西、湖北、四川以及北京市海淀区、河北省武强县、河南省项城市、湖南省浏阳市、甘肃省玉门市党委宣传部作了交流发言。中国记协党组书记胡孝汉及中国记协新媒体专业委员会代表参加会议。

9月27日，中国记协党组书记、新媒体专业委员会主任胡孝汉在北京万寿庄宾馆主持新媒体扶贫宣传策划研讨会，中国记协扶贫办、专委会秘书处和新闻宣传干部培训班学员代表、陇南基层宣传干部等参加座谈，明确了新媒体陇南行集中采访活动基本方案。

9月28日，中国记协新媒体专业委员会印发《中国记协新媒体专业委员会规则》和《中国记协新媒体专业委员会主任办公会议事规则和工作制度（试行）》。经中国记协机关党委批准，新媒体专业委员会秘书处党支部成立。

10月10日，2018新媒体发展年会在济南举行。年会由中国记协新媒体专业委员会等指导，中国新闻出版研究院传媒杂志社、山东文化产业博览交易会执委会、中共济南市委宣传部联合主办，济南日报报业集团、济南广播电视台和贝壳视频共同承办。年会主题为“新时代 新媒体 新发展”，旨在搭建政府管理部门、行业协会、传统媒体、新媒体、媒体研究机构的交流服务平台，引导新媒体舆论，传播正能量。中国记协党组成员、书记处书记王冬梅出席年会开幕式并致辞。

10月22日—28日，中国记协党组成员、书记处书记王冬梅带队，组织新媒体开展“强‘四力’助攻坚”扶贫攻坚集中采访。人民日报官方微博、人民网“国务院扶贫办两微一端”、新华社“现场云”、新华网无人机团队、中央电视台短视频、光明网“钢铁侠”多信道直播团队、经济日报新媒体“抖音”“快手”运营账号、中国青年报微信公众号、今日头条等新媒体优势项目团队深入甘肃陇南地区特别是文县等地开

展调研采访。播发各类报道1900多篇（幅、段），累计阅读量1.7亿。

2018年11月，中国新闻奖首届媒体融合奖项评选揭晓。经中央有关部门批准，自2018年起，中国新闻奖增设媒体融合奖项50个名额，分为短视频新闻、移动直播、新媒体创意互动、新媒体品牌栏目、新媒体报道界面、融合创新6类组织评选，推出一批重量级、现象级、代表性、标志性的新媒体作品。《柳州融水突围记》《公仆之路》《“天舟一号”发射任务VR全景直播》《“军装照”H5》《点赞十九大，中国强起来》《侠客岛》《国际锐评》《天渠：遵义老村支书黄大发36年引水修渠记》《领航》《“央广主播的朋友圈”系列H5报道》等获第二十八届中国新闻奖一等奖。

11月7日，第五届世界互联网大会在浙江乌镇开幕。国家主席习近平向大会致贺信。世界互联网大会是由中国国家互联网信息办公室和浙江省人民政府联合主办。中共中央政治局委员、中宣部部长黄坤明出席开幕式，宣读习近平主席贺信并发表主旨演讲。第五届世界互联网大会以“创造互信共治的数字世界——携手共建网络空间命运共同体”为主题，来自76个国家和地区的国际政要、业界领袖、中外互联网企业高管、知名专家学者等约1500名嘉宾参会。中央宣传部副部长、中央网络安全和信息化委员会办公室主任、国家互联网信息办公室主任庄荣文，浙江省省长袁家军，工业和信息化部副部长陈肇雄，浙江省委常委、宣传部部长朱国贤等300余人出席开幕式。中国记协书记处书记王冬梅及新媒体专业委员会代表参加大会。

11月8日，中共中央政治局委员、中宣部部长黄坤明同志在第二十八届中国新闻奖、第十五届长江韬奋奖颁奖报告会上发表题为《增强脚力、眼力、脑力、笔力 守正创新做好新形势下新闻舆论工作》的重要讲话，强调：中国记协要按照“两个所有”要求，认真做好新媒体专业委员会工作，积极探索工作载体手段，将服务管理更好向新媒体领域延伸，通过组织业务培训、举办论坛研讨、发布年度报告、建立传播力影响力评价体系等举措，促进新媒体从业人员素质提升。中国新闻奖媒体融合奖项一等奖首批获奖代表登台领奖。《柳州融水突围记》作者、广西日报记者谌贻照作为新媒体代表，在中国记者节“两奖”颁奖报告会上作了题为《在基层一线践行“四力”铸精品》的交流发言。

11月13日，中国记协“庆祝改革开放40周年 全国新闻界践行‘四力’江苏行”系列采访活动在无锡启动。新媒体专业委员会组织18家新媒体编辑记者参加采访，播发了一批实效性强、影响广泛的新媒体报道。

11月16日—17日，第十三届传媒年会在四川成都安仁古镇举办。年会主题为“努力实现由融媒体向智媒体的飞跃”，由中国新闻出版研究院传媒杂志社、四川日报报

业集团共同主办。中国记协党组成员、书记处书记张百新出席年会开幕式并致辞。

11月28日—12月1日，第六届中国网络视听大会在成都举行。大会由国家广播电视总局、国家互联网信息办公室、四川省人民政府联合指导，中国网络视听节目服务协会、成都市人民政府主办。大会主题是“凝心聚力 创造美好新视界”，来自中宣部、国家广播电视总局等领导机关、政府主管部门和网络视听界的2000余家机构、6000余位行业领袖及嘉宾参会。中国记协及新媒体专业委员会应邀参加大会。

12月23日，中国记协在北京组织召开“新媒体陇南行”报道交流研讨会。中国记协党组书记、新媒体专业委员会主任委员胡孝汉作了题为《新媒体编辑记者要到一线增强“四力”》的讲话。中央和国家机关工委办公厅副主任张慧莹，中国记协党组成员、书记处书记季星星，甘肃省陇南市委常委、宣传部长李兴华出席会议并点评发言。中国记协党组成员、书记处书记王冬梅主持会议。人民日报、新华社、中央广播电视总台参加陇南行的新媒体记者分别谈采访收获、经验和体会。会后，新媒体专业委员会秘书处和传媒杂志社汇编出版《新媒体陇南行》专辑。

12月24日，中国记协在京举办2018中国新媒体大会，主题为：增强“四力”，守正创新，多出群众喜爱的融合精品。大会由中国记协新媒体专业委员会和人民日报社、新华社、中央广播电视总台等新媒体部门共同承办，新闻宣传管理部门有关领导、中央新闻单位分管领导、中国记协主席和书记处书记、中国记协新媒体专业委员会委员、中国新闻奖首届媒体融合奖项评委代表、获奖团队代表等参加大会。中宣部、中央网信办、国家广播电视总局、中国记协负责同志出席会议并致辞。中国新闻奖媒体融合奖项一、二等奖获奖者代表交流了经验。

12月20日—25日，中国记协新媒体专业委员会、新闻培训中心在京举办首期新媒体编辑记者培训班。第二十八届中国新闻奖媒体融合奖项获奖代表，中国记协新媒体专业委员会委员单位、地市报等新闻单位的新媒体编辑记者以及中国记协定点扶贫单位、陇南市新闻单位编辑记者代表等150余人参加培训。

12月27日，由新华社和成都市人民政府共同主办的第六届中国新兴媒体产业融合发展大会在成都举行，大会主题是“人工智能与媒体变革”。大会同时发布了《中国新兴媒体融合发展报告（2017—2018）》和《中国移动应用发展报告（2018）》。中国记协党组成员、书记处书记、新媒体专业委员会副主任委员潘岗出席开幕式并致辞。

12月31日，由中华全国新闻工作者协会新媒体专业委员会指导，解放日报·上观新闻主办的新概念融媒体作品大赛结束。本次大赛的主题是“伟大时代·城市记

忆”，分为数据新闻组、H5新闻作品组和短视频产品组分类评选，向全国高校、传统媒体从业人员、新媒体从业人员、设计师、编程人员等对融媒体产品有兴趣的人群，通过个人视角和新媒体表现手法记录改革开放40年来的时代变迁。中国人民大学新闻学院、复旦大学新闻学院、中国传媒大学新闻学院、南京大学新闻传播学院、中山大学传播与设计学院等提供学术、技术等支持。中国记协党组成员、书记处书记、新媒体专业委员会副主任委员潘岗参加颁奖仪式。

中国记协新媒体专业委员会 成立大会记事

中国记协新媒体专业委员会成立并启动运行

7月27日，中国记协新媒体专业委员会成立大会在北京万寿庄宾馆举行。中宣部副部长蒋建国出席成立大会并讲话。他指出，中国记协成立新媒体专业委员会，是贯彻落实习近平新闻舆论工作论述的重要举措，是适应传播环境深刻变化的迫切需要，是深化中国记协改革的实际行动，有利于落实党对新媒体的领导，有利于提高新媒体专业能力，有利于更好地为新媒体从业人员服务。中国记协新媒体专业委员会要充分发挥引领服务作用，强化政治引领，推动行业自律，加强联络服务，打造工作平台。要加强组织领导，强化责任担当，加强统筹协调，主动担当作为，扎实推进各项工作。中国记协新媒体专业委员会委员、地方记协代表等190多人参加会议。中国记协主席张研农主持会议，中国记协常务副主席、党组书记胡孝汉通报新媒体专业委员会筹备工作情况。

按照中宣部审定的《中国记协新媒体专业委员会规则》，新媒体委员会由新闻宣传管理部门、新闻行业组织、记协组织、主要新闻单位、重点新闻网站、新闻报刊、新闻院校、新闻研究机构等代表组成。经会员单位和有关部门严格推荐，报请中宣部审核批准，共推举产生第一届委员155名。在随后举行的中国记协新媒体专业委员会第一次全体委员会议上，通过了《中国记协新媒体专业委员会规则》。大会选举胡孝汉同志担任主任委员，中国记协书记处书记潘岗、中宣部新闻局副局长张强等8位同志担任副主任委员。会上明确新媒体委员会主要职责：一是贯彻中央和中宣部领导同志指示精神，坚持改革方向，以新思路团结引领新媒体；坚持问题导向，以新举措落实党管新媒体；坚持目标导向，以新机制联系服务新媒体，狠抓工作落实。二是明确工作职责，勇于担当重任。新媒体专业委员会是中国记协所属专门工作机构，是服务于新媒体新闻信息传播的专业性组织，工作职责主要是充分发挥政治引领、培

训交流、自律维权、服务联络的作用，推动新媒体新闻信息传播事业健康发展。三是积极改革创新，提升服务水平，要求全体委员处理好本职和兼职、单挑和合作、办事与献策、务实与创新四个关系，为新媒体专业委员会开好头、起好步。胡孝汉同志表示，作为新媒体专业委员会主任委员，一定牢记使命，恪尽职守，勇于创新，不负重托，和全体委员一道，团结服务新媒体新闻信息传播工作者，在新时代展现新气象新作为。

经大会讨论，新媒体专业委员会确定了当前和今后一个时期十项重点工作：一是开展学习贯彻习近平新闻舆论工作论述系列专题培训，二是做好中国新闻奖媒体融合奖项评选，三是开展新媒体新闻信息传播工作状况调研，四是实施新媒体社会责任报告制度，五是打造新媒体传播力影响力评价和发布体系，六是实现中国记协网络宣传服务改版升级，七是推动“记协品牌”拓展新媒体领域影响力，八是筹办中国新媒体大会、论坛等重点活动，九是筹备出版《中国新媒体研究报告》，十是筹备出版《中国新媒体年鉴》。

会议决定，新媒体专业委员会探索实行主任委员总负责、各副主任委员分别牵头重点项目的工作机制，由副主任委员、项目顾问、委员承办人和专职联络员组成项目小组，负责项目实施和管理。目前十个专项工作组已初步完成组建，陆续开展工作。

7月27日下午至30日，大多数与会代表继续参加中国记协组织的“学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想培训研讨班”。

在中国记协新媒体专业委员会成立大会上的讲话

中宣部副部长 蒋建国
(2018年7月27日)

根据中央批准的《中国记协深化改革方案》，中国记协新媒体专业委员会今天正式成立并运行！这既是中国记协深化改革中的一件大事，又是新媒体事业发展中的一件大事，也是新闻队伍建设中的一件大事。我代表中宣部对中国记协新媒体专业委员会成立表示热烈祝贺！

下面，我就做好中国记协新媒体专业委员会工作提几点建议：

一 | 深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想

党的十九大把习近平新时代中国特色社会主义思想写入党章，十三届全国人大一次会议又把这一重要思想写入宪法，使之成为党和国家必须长期坚持的指导思想。坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑，是党的十九大提出的重大战略任务，也是宣传思想文化战线必须肩负的重要政治责任。

习近平关于新闻舆论工作重要论述是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分。党的十八大以来，习近平总书记立足时代发展潮流，把握媒体变革趋势，就加强和改进党的新闻舆论工作提出一系列富有创见的新观点新论断新要求，科学回答党的新闻舆论工作长远发展一系列根本性、方向性、战略性、全局性重大问题，深刻论述党的新闻舆论工作历史方位、职责使命、目标任务、方针原则等重大课题，把

我们党对新闻舆论工作的规律性认识提升到一个新的高度，形成了体系完整、科学系统的重要思想。为帮助大家学习习近平关于新闻舆论工作重要论述，中宣部组织编写了学习讲义（2018年版），作为向广大新闻工作者、高校新闻传播院系师生推荐的案头必备书。

推动媒体融合发展是习近平关于新闻舆论工作重要论述的重点内容之一。习近平总书记强调，媒体融合是一场自我革命。媒体融合不是简单的一加一，而是要发挥传统媒体和新兴媒体各自优势，实现优化整合、深度融合，打造精锐传播力量，推动信息内容、技术应用、平台终端、人才队伍、管理服务共享融通，向移动端倾斜，打造一批具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。2014年8月，党中央发布《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，作出重大战略部署。

中国记协新媒体专业委员会成立后，要把贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想作为头等大事来抓，引导广大新闻舆论工作者特别是新媒体从业人员，按照学懂弄通做实的要求，认真学习原文原著，切实用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践、推动工作；认真学习习近平关于新闻舆论工作重要论述，全面把握科学内涵、思想精髓、核心要义，铸就做好党的新闻舆论工作的“魂”；认真学习中央关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的战略部署，自觉推动传统媒体和新兴媒体融合发展，推动新时代新闻舆论工作不断开创新局面。

在学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想方面，不少新媒体充分发挥媒体融合发展优势，推出许多喜闻乐见的媒体融合产品，取得了很好的效果。新华网的“学习进行时”专栏、人民日报客户端的专题“习近平总书记的‘家国情怀’”、央视新闻客户端的国际传播作品“工作15小时出席19场活动 习近平总书记的一天”等新媒体产品都获得了第二十七届中国新闻奖。在今年新增的中国新闻奖媒体融合报道奖项候选作品中，就有《公仆之路》《领航》这样的优秀新媒体产品入选。中国记协新媒体专业委员会成立后，要引导新媒体在已有工作基础上，着力在求准求新上深化，注重运用“两微一端”和移动多媒体等新技术新手段，运用生动活泼的形式，增强宣传阐释的效果，推动学习宣传贯彻工作不断往深里走、往实里走、往心里走。

二 | 充分发挥中国记协新媒体专业委员会的引领服务作用

新媒体专业委员会成立后，中国记协的工作范围从传统媒体拓展到新兴媒体，在新时代新形势下有了新的职责和使命，就要有新的思路和新方法，要充分发挥职能作用，把更多新媒体从业人员纳入引领服务范围。

1. 强化政治引领。中国记协新媒体专业委员会必须把政治引领作为首要政治任务，发挥好示范引领作用。要分级分类分批次举办培训班，引导新媒体从业人员深入学习贯彻习近平关于新闻舆论工作重要论述，牢固树立马克思主义新闻观，深刻把握党的新闻舆论工作政策方针。要发挥好评选表彰激励引导作用，认真开展中国新闻奖媒体融合奖项的评选表彰活动，加大对优秀新媒体作品、优秀新媒体从业人员宣介力度，促进多出精品、多出人才。要把新媒体从业人员纳入“走转改”“好记者讲好故事”“记者大讲堂”等品牌活动，引导新媒体从业人员把政治要求体现到全媒体采编各环节，在媒体融合发展实践中更好发挥作用。

2. 推动行业自律。中国记协新媒体专业委员会要按照“两个所有”“四向四做”要求，团结引领新媒体及其从业人员，推动行业自律和规范管理。要推进新媒体社会责任报告制度试点工作，推动新媒体切实履行信息管理主体责任；针对新媒体领域乱象组织专题评议，通过行业评议、评论言论等方式开展批评、激浊扬清；配合有关部门加强对新媒体从业人员违反新闻职业道德行为的核查处，通过公开发声、媒体曝光等方式予以谴责，引导新媒体从业人员强化社会责任，规范从业行为，恪守职业道德，遵守法律法规，为媒体融合发展营造健康有序、更加清朗的环境。

3. 加强联络服务。中国记协新媒体专业委员会要加强对新媒体从业人员的线上互动、线下沟通，切实维护好他们的合法权益；组织新媒体从业人员开展内容制作、传播技术、运营管理、市场推广等新媒体业务培训，到国内外先进的互联网研发机构、互联网企业、新闻机构调研学习，引导新媒体从业人员掌握媒体融合最新形势，熟悉媒体融合最新政策，了解媒体融合最新经验，全面提高业务素质；面向新媒体从业人员开展联谊活动，搭建传统媒体从业人员和新媒体从业人员、新媒体从业人员之间的交流平台，促进相互学习、共同提高；针对新媒体发展情况开展调查研究，形成高质量的调研报告，为中央决策提供参考，为新媒体行业发展提供指导。

4. 打造工作平台。中国记协新媒体专业委员会是新媒体行业的专业组织，工作职能、工作对象、工作范围有了很大变化，要着力打造符合新媒体发展规律和需求的全新工作平台。要举办强化媒体属性、突出创作者的新媒体高峰论坛，展示新媒体行

业创新成果，促进新媒体行业交流；打造新媒体传播力、影响力评价体系，对媒体融合和新媒体发展状况进行科学合理的评价；发布既有前沿理论概括，又有创新实践展示，还有典型案例分析的新媒体年度发展报告，为新媒体发展提供政治站位高、引领作用强的行业指导意见，促进和推动新媒体健康发展。

三 | 加强对中国记协新媒体专业委员会的组织领导 and 责任落实

中国记协新媒体专业委员会的成立，标志着我们引领、联系和服务新媒体及其从业人员的工作进入一个新阶段。我们要抓住机遇、乘势而上，主动担当作为，扎实推进各项工作。

1. 加强组织领导。中国记协新媒体专业委员会要加强组织领导，配强工作力量，理顺工作机制，狠抓贯彻落实，确保各项工作任务落到实处。中宣部将加强对中国记协新媒体专业委员会的政治领导、工作指导和支持保障，保障委员会顺畅运行。各级党委宣传部门也要加强领导和指导，加大政策支持和保障力度。

2. 强化责任担当。中国记协新媒体专业委员会的委员都是新媒体领域的专家、行家，要切实承担好主体责任，把委员会的事当成分内事、自己事、必须管的事，充分发挥自身专业优势，勇于担当、积极作为，多为新媒体专业委员会的工作建言献策，多为新媒体事业发展尽心尽力，用钉钉子的精神把委员会的各项工作一抓到底。

3. 加强统筹协调。中国记协新媒体专业委员会由新闻宣传管理部门、记协组织、中央和地方主要新闻单位、重点新闻网站、新闻期刊、新闻院校、新闻研究机构等代表组成，具有广泛代表性。各成员单位要充分发挥职能作用和各自优势，统筹协作、分工负责、密切配合，形成齐抓共管的良好局面。各新闻单位和新媒体主管部门要树立全国一盘棋的思想，积极支持、主动配合中国记协新媒体专业委员会开展工作。各级各类记协组织也要结合自身实际，探索在本地区、本领域成立新媒体专业委员会，和中国记协新媒体专业委员会联动互动、形成合力。

同志们，蓝图已经绘就，关键在于落实。让我们紧密团结在以习近平同志为核心的党中央周围，团结引领新媒体及其从业人员不忘初心、牢记使命，锐意进取、埋头苦干，在新时代展现新气象新作为，唱响主旋律、传播正能量，不断开创新闻舆论工作新局面，为实现党的十九大确定的目标任务作出新的更大贡献。

中国记协新媒体专业委员会成立大会主持词

中国记协主席 张研农

经中宣部批准，今天，我们在这里举行中国记协新媒体专业委员会成立大会。

在全党全国深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想、新闻界学习贯彻习近平新闻思想之际，中国记协成立新媒体专业委员会，有着十分重要的意义。通过探索建立新媒体专业委员会这样一个工作机构，中国记协正在延伸联系手臂，拓展服务链条。广大新媒体工作者也有了自己的“记者之家”，对新闻界来说是一件好事。

5月30日，在中国记协报送的《中国记协新媒体专业委员会成立大会方案》请示件上，中共中央政治局委员、中宣部部长黄坤明作出重要批示，对新媒体专委会指明了职能定位，提出了工作要求。

出席今天大会的领导同志有：中央宣传部副部长蒋建国；国务院新闻办公室副主任郭卫民；我是中国记协主席张研农。出席会议的中国记协领导有：中国记协常务副主席、党组书记胡孝汉；中国记协副主席田进、周树春、张小国、孙继炼、张育新；中国记协常务理事王树成、陶骅、张政；中国搜索信息科技股份有限公司原总裁周锡生。让我们以热烈的掌声欢迎他们！

中国记协成立新媒体专业委员会这项工作，中宣部从一开始就十分重视，给予很多具体的指导和支持。今天，中宣部蒋建国同志在百忙之中亲临成立大会，一会儿还要作重要讲话，提出工作要求。

参加今天大会的还有中国记协新媒体专业委员会委员、中国记协常务理事、地方记协代表等。同时，还特别邀请曾经参与委员会筹建工作的同志，共同见证这个有意义的时刻！

我代表中国记协，向各位委员、各位理事的到来表达热烈欢迎！对大家给予中国记协工作的大力支持表示衷心感谢！

今天上午的会议分两个部分，其中，上半场有三项议程：

一是由中国记协党组书记、常务副主席胡孝汉同志介绍中国记协新媒体专业委员会筹备工作情况。

二是请三位中国记协新媒体专业委员会委员代表发言，围绕中国记协新媒体专业委员会如何有效开展工作提出意见建议。

三是请蒋建国同志作重要讲话。

下面，进行第一项议程，请中国记协党组书记、常务副主席胡孝汉同志介绍中国记协新媒体专业委员会筹备工作情况。

下面，进行第二项议程，请委员代表发言，首先请人民日报社新媒体中心主任丁伟同志发言。

下面请新华社新媒体中心主任、党委书记陈凯星同志发言。

下面请地方新媒体代表、浙江日报报业集团总编辑、浙江省新媒体专业委员会主任委员张燕同志发言。

刚才三位委员代表，对新媒体专业委员会寄予厚望、提出工作建议。下一步，我们将继续在中宣部的指导下，扎实开展各项工作。

下面，我们就请蒋建国同志讲话。大家欢迎！

刚才，蒋建国同志代表中宣部作了讲话，讲话站位高远、内涵丰富、要求明确，对中国记协新媒体专业委员会下一步开展工作具有指导作用。我们将按照有关要求抓好落实，把新媒体专业委员会的工作做实做细，在广大新媒体工作者中，画出最大同心圆，凝聚奋进正能量，在新时代，充分展示中国记协服务新闻界的新气象和新作为。

同志们，以习近平同志为核心的党中央对新闻舆论工作高度重视，对新闻工作者厚爱有加。这让我们充满攻坚克难的勇气、干事创业的豪情、继往开来的信心。新闻舆论工作天地广阔，新闻工作者任重道远。我们将全面贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想与习近平新闻思想，团结全国广大新闻工作者，扎实工作、奋发进取，为繁荣和发展中国特色社会主义新闻事业而奋斗。

中国记协新媒体专业委员会筹建工作情况通报

中国记协党组书记、常务副主席 胡孝汉

根据会议安排，我向大家汇报一下中国记协新媒体专业委员会筹建工作的有关情况。

中国记协成立新媒体专业委员会，是中央批准的《中国记协深化改革方案》的明确要求，是落实中央巡视反馈意见的重要任务，是顺应媒体发展趋势、进一步增强政治性先进性群众性的创新举措。在中宣部领导的指导下，中国记协把成立新媒体专业委员会作为改革重点和主攻任务，全力以赴，精心谋划，努力创新，扎实推进。

一 | 深刻领会中央精神，为新媒体专业委员会筹建工作找准方向

2016年11月7日，习近平总书记会见中国记协第九届理事会与会代表并发表重要讲话，对中国记协深化改革指明“增强三性”的大方向，对记协组织发展建设明确“记者之家”的总目标。2017年11月8日，习近平总书记致信祝贺中国记协成立80周年，再次强调中国记协要保持和增强政治性、先进性、群众性，更好把广大新闻工作者凝聚起来，真正建设成为“记者之家”。中国记协牢记总书记的嘱托，把筹建新媒体专业委员会作为团结引领新媒体及其从业人员的工作抓手，延伸联系手臂，拓展服务链条。

2016年12月，中央批准《中国记协深化改革方案》，提出要探索团结服务新兴媒

体的组织形式，将新兴媒体从业人员纳入中国记协联系服务范围。中国记协把筹建新媒体专业委员会作为落实中央关于深化改革要求的切入点，积极探索服务引导新媒体及其从业人员的有效方式。

2017年2月，中央巡视组反馈巡视情况时，对中国记协引导服务网络等新兴媒体提出明确要求。11月，中央深改办督察深化改革落实情况时，也要求中国记协在联系新兴媒体的理念和方式上要有所突破。中国记协高度重视中央巡视组和中央深改办的要求，加快推进新媒体专业委员会筹建工作，尽力补上工作短板。

2017年11月8日，黄坤明同志在庆祝中国记协成立80周年大会上发表重要讲话，强调中国记协要加强对新媒体工作者的联络服务。今年2月，黄坤明同志在中央文化体制改革和发展工作领导小组第二次会议上指出，要加快推进中国记协改革，确保今年基本完成任务。前不久，黄坤明同志作出批示，希望中国记协新媒体专业委员会团结引领新媒体及其从业人员唱响主旋律，传播正能量，在新时代展现新气象新作为。按照黄坤明同志的指示要求，中国记协把团结新媒体及其从业人员围绕中心、服务大局作为新媒体专业委员会的首要职责，在拓展新阵地、壮大新队伍中，努力彰显新时代的桥梁纽带作用。

一 | 广泛开展调查研究，为新媒体 一 | 专业委员会筹建工作夯实基础

2016年初以来，中国记协围绕媒体融合发展现状和从业人员职业需求、宣传管理部门政策指导和记协组织服务情况积极开展调研。先后召开面向新媒体常务理事、业务骨干、一线记者编辑、专家学者等不同群体的7场专题座谈会；由党组书记或书记处书记带队先后赴北京、上海、浙江、安徽、湖北、湖南、广东、四川、陕西、宁夏等10省区市开展调研，实地走访中央主要新闻单位、省级和地市级新闻单位30多家，与新闻一线的业务骨干和编辑记者、各地宣传管理部门和记协的负责同志面对面座谈交流，广泛听取对新媒体专业委员会筹建工作的意见建议。

调研过程中，很多同志对中国记协成立新媒体专业委员会寄予厚望，期待专业委员会在搭建有效交流平台、服务媒体融合发展方面发挥积极作用。这些期盼和呼声，为做好新媒体专业委员会筹建工作注入了原动力。

调研过程中，大家也纷纷为新媒体专业委员会建言献策，贡献了不少好点子。如

加强对新媒体从业人员的教育培训，突出政治性、针对性和创新性；加强对新媒体从业人员的人文关怀，增强获得感、荣誉感和责任感；打造新媒体交流品牌活动，推动创先争优和典型示范；提高专业委员会中一线人员和技术人员比例，增添机构活力等等。这些意见和建议，为做好新媒体专业委员会筹建工作提供了新思路。

三 | 扎实推进浙江试点，为新媒体 专业委员会筹建工作提供借鉴

2017年4月，中宣部、中国记协印发《关于试点建立省一级新媒体专业委员会的通知》，对相关工作进行部署。5月和7月，中国记协党组书记、书记处书记带队分赴浙江、北京开展调研，对试点工作的具体实施予以指导。9月，浙江省新媒体专业委员会率先成立。12月，中国记协书记处书记带队赴浙江对试点工作进行督导。浙江省委宣传部、省记协高度重视试点工作，发扬“干在实处、走在前列、勇立潮头”的浙江精神，试出了新思路，试出了新业绩，试出了新经验。

浙江省委常委、宣传部长葛慧君以及宣传部的多位领导十分关心试点工作，多次提出指导意见，主持召开专题会议，研究试点工作实施方案。浙江记协李丹主席和多位副主席、秘书长多次带队进行调研，摸清需求，听取建议。从2017年4月启动试点，到9月1日成立浙江省新媒体专业委员会，仅用了5个月，充分展现了新时代的浙江速度。在充分调研、广泛听取意见的基础上，省记协起草形成了《浙江省新媒体专业委员会规程》、《浙江省新媒体自律公约》和《浙江新媒体新闻奖评选办法》等文件草案，使相关工作快速步入正轨。浙江省新媒体专业委员会成立后，开展了一系列富有成效的活动。先后与省网信办、复旦大学等合作举办7期专题培训，组织1000多名新媒体从业人员学习政策法规和业务技能；开展“深化走转改·喜迎十九大”等采访活动，组织百余名新媒体记者深入一线，讲述浙江发展故事；特聘24名新媒体阅评员，对新媒体及其从业人员行为进行监督；新增80个新媒体新闻奖数额，提高浙江新闻奖新媒体作品获奖比重。

今年3月，中国记协在浙江召开试点工作交流会，来自11个省市记协、部分中央主要新闻单位、重点新闻网站的新媒体部门负责人同志，以及新媒体领域专家学者，围绕新时代记协组织如何做好服务引导等话题，深入交流研讨，对浙江试点工作的示范带动作用给予高度评价。

四 | 努力强化服务引导，为新媒体专业委员会筹建工作积累经验

这两年，中国记协牢记习近平总书记关于建设“记者之家”的殷切嘱托，适应新时代，直面新课题，以筹建新媒体专业委员会为契机，改进引导方式，拓展服务范围，努力展现新气象新作为。

2016年11月，在换届工作中，中国记协提高了理事会中新媒体代表比例，由过去的1.42%提高到10.36%；在新修订的《中国记协章程》中，增加了联系引导新媒体的职能内容，为筹建新媒体专业委员会提供了组织保障和工作依据。

2017年6月和7月，中国记协先后举办学习习近平总书记“11·7”重要讲话精神专题培训班和2期马克思主义新闻观培训班，专门安排中央主要新闻单位、重点新闻网站的新媒体部门负责同志和业务骨干参加培训，加强政治引领。

为适应媒体融合发展新变化，中国记协修改中国新闻奖评选办法，在奖项设立、参评渠道、作品审核、评委构成等方面进行改革，将优秀媒体融合作品纳入评选范围，去年就有新华社的《新华全媒头条》、人民日报客户端的《中国一点都不能少》等20余件作品获得中国新闻奖，占获奖作品总数的8%，注重发挥优秀作品的示范作用。

同时，中国记协把工作视线拓展到海外，先后组织中国新闻代表团访问美国、奥地利、德国等国以及台湾、香港地区，围绕媒体融合发展新趋势新对策进行交流和调研；邀请美国南加州大学数字未来中心主任杰弗里·科尔等专家学者来华交流，为国内媒体学习先进理念和经验提供帮助。

今年以来，中国记协加大了工作推进力度。1月底，与人民日报媒体技术公司合办媒体融合专题培训班，解读媒体融合发展政策，分享媒体融合获奖作品创作经验。2月初，经中宣部、国评办批准，在中国新闻奖中增设了媒体融合奖项，数额为50个，用来评选表彰新媒体和媒体融合精品佳作。3月底，与湖北省委宣传部、中国传媒大学联合举办“长江云”平台建设研讨会，探讨“新闻+政务+服务”的融合模式，推介典型经验。5月中，再次与人民日报媒体技术公司合办新媒体运营专题培训班，将培训服务延伸到新媒体经营管理领域。5月初，在广泛征求意见的基础上，公布《中国新闻奖媒体融合奖项评选办法》，启动今年的评选工作。7月上旬，首次组织媒体融合奖项初评会，100件入围作品目前正在中国记协网、新华网进行公示。

五 | 精心筹备成立大会，为新媒体专业委员会开好首局

今年以来，中国记协加快推进新媒体专业委员会筹建工作。我们起草了《中国记协新媒体专业委员会规则（草案）》《中国记协新媒体专业委员会人员组成方案》以及《中国记协新媒体专业委员会工作方案》等工作文件，并多次向中国记协新媒体领域常务理事，人民日报、新华社等新闻单位新媒体部门负责人，清华大学、北京大学、中国人民大学等高校的新媒体专家征求意见建议，并报中宣部批准。

按照《中国记协新媒体专业委员会人员组成方案》，中国记协邀请新闻宣传管理部门、中央主要新闻单位、重点新闻网站、新闻行业组织、各地记协、新闻报刊、新闻院校、新闻研究机构等单位推荐委员。经中国记协党组认真研究，共推荐委员150余名，同时提出了主任委员、副主任委员、顾问和秘书长拟任人选，并报经中宣部批准。在下面的议程中，大会将选举主任委员、副主任委员和秘书长，宣布顾问名单，讨论通过《中国记协新媒体专业委员会规则（草案）》。

同志们，经过两年多的探索和努力，中国记协新媒体专业委员会今天迎来了成立的重要日子。在此，我代表中国记协，对中央有关领导同志、中宣部领导给予的关心指导致以崇高敬意！对浙江省委宣传部、省记协率先开展试点表示衷心感谢！向关心筹建工作、积极建言献策的新闻同行道一声感谢！

我们将把今天作为新的起点，认真履行中国记协新媒体专业委员会团结引领、联系服务的职能，展现新气象，实施新作为，为建设新时代“记者之家”奋力前进。

谢谢大家！

落实中央要求 提升服务水平 团结服务新媒体在新时代展现新气象新作为

中国记协党组书记、新媒体专业委员会主任委员 胡孝汉

按照中央书记处审议通过、中央办公厅印发的《中国记协深化改革方案》，中国记协将以增强政治性、先进性、群众性为目标，建立联系新兴媒体工作机构和运行机制，扩大服务有效覆盖面。中国记协随即修改《中华全国新闻工作者协会章程》，新增联系引领新兴媒体职能内容。近一年半来，中国记协积极筹建联系服务新媒体的工作机构，探索团结服务新媒体的组织形式，将新媒体及其新闻信息传播从业人员纳入中国记协联系服务范围。

在中央领导同志的亲切关怀下，在中宣部的正确指导下，在中央新闻单位、各地记协和新媒体的支持配合下，中国记协新媒体专业委员会今天正式成立。这是落实中央关于深化改革要求的重要举措，是团结服务新媒体的重要机制，是团结引领新媒体新闻信息传播从业人员的重要抓手，标志着中国记协朝着建设新时代“记者之家”的目标迈出了新步伐。在此，我代表中国记协，向关心支持新媒体专业委员会的各位领导，以及所有作出贡献的同志，表示衷心感谢！

经会员单位和有关部门严格推荐，报请中宣部审核批准，中国记协新媒体专业委员会第一届推举产生了155名委员。我和大家一样，有幸成为新媒体专业委员会第一届委员，参与推动和见证这个在中国记协历史上、在中国新闻历史上有意义的时刻，一方面倍感荣幸、备受鼓舞，另一方面更感到责任重大、任重道远。感谢组织上和委员们的信任，推选我担任新媒体专业委员会的主任委员。说实话，面对这副重担，我愧感能力不够、经验不足、办法不多。今后，我会多向上级领导请示，多向委员专家

请教，多请新媒体同行帮助。在此，我向大家承诺：一定牢记使命，恪尽职守，勇于创新，不负重托，和全体委员一道，团结服务新媒体新闻信息传播工作者，在新时代展现新气象新作为。

下面，就贯彻落实中央领导同志指示精神和中国记协深化改革方案，推进新媒体专业委员会工作，我谈三点意见。

一 | 贯彻指示精神，狠抓工作落实

党的十八大以来，党中央高度重视传统媒体和新兴媒体融合发展。习近平总书记多次在不同场合与新媒体亲密接触，强调要利用新技术、新应用，创新媒体传播方式。2016年2月19日，在新华社，习近平总书记亲手点击手机屏幕，通过新华社客户端为全国新闻工作者点赞；在人民日报社，习近平总书记听取微博微信客户端工作介绍，并通过新媒体平台发送语音祝福信息。习总书记指出，要研究把握现代新闻传播规律和新兴媒体发展规律，主动借助新媒体传播优势，推动传统媒体和新兴媒体融合发展。习总书记要求，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。习总书记强调，要把党管媒体的原则贯彻到新媒体领域，一手抓融合、一手抓管理，确保融合发展沿着正确方向推进，加快构建网络舆论引导新格局。习总书记一系列深刻精辟的论断，体现了对新闻舆论工作新环境、新任务、新规律的深刻洞察，提出了以深度融合打造新型主流媒体，以新媒体传播优势打通信息交流新渠道，以内容建设赢得发展新优势，以新技术引领媒体融合新发展的时代课题，为我们团结服务新媒体新闻信息传播工作者做好党的新闻舆论工作提供了行动指南。

中央政治局常委王沪宁同志和中央政治局委员、中宣部部长黄坤明同志多次提出明确要求。去年11月，坤明同志在庆祝中国记协成立80周年大会上强调，要进一步加强对新媒体工作者的联络服务。今年2月，坤明同志在中央文化体制改革和发展工作领导小组会议上要求，中国记协要按照中央批准方案加快改革步伐，尽快建立联系新兴媒体工作机构和运行机制，确保今年基本完成任务。5月30日，坤明同志再次作出200多字的重要批示，充分肯定中国记协成立新媒体专业委员会的重要意义，进一步指明了团结引领新媒体及其从业人员建设新时代“记者之家”的工作目标，进一步强

调了把党管媒体原则贯彻到所有新媒体传播渠道、所有新媒体信息传播工作者“两个所有”的前进方向，进一步明确了按照“四向四做”要求加强新媒体行业队伍建设的指导方针，进一步提出了发挥新媒体传播优势，唱响主旋律、传播正能量，在新时代展现新气象新作为、作出新贡献的重大使命。

贯彻落实中央指示精神，是我们当前和今后一个时期的重要任务。中国记协新媒体专业委员会将在三个方面下功夫：

一是坚持改革方向，以新思路团结引领新媒体。据专业机构最新统计，我国新媒体运营行业从业人员超过300万，其中，中央和省级主流媒体所办新媒体新闻信息传播工作者，是我们的服务对象。我们要团结引领新媒体新闻信息传播工作者增强“四个意识”，坚定“四个自信”，坚持正确政治方向，做政治坚定的新闻工作者；坚持正确舆论导向，做引领时代的新闻工作者；坚持正确新闻志向，做业务精湛的新闻工作者；坚持正确工作取向，做作风优良的新闻工作者。一方面，通过集中辅导与自主学习相结合、政策教育与业务培训相结合、网下活动与网上分享相结合等方式，着力加强马克思主义新闻观教育，重点学习贯彻习近平关于新闻舆论工作重要论述。另一方面，发挥新闻评奖的导向作用，引导各类新媒体大力加强内容建设，做强网上正面宣传，自觉担负起职责使命。

二是坚持问题导向，以新举措落实党管新媒体。我们要明确新媒体行业自律的原则，坚持正确导向，新媒体没有例外。我们将继续推动落实新媒体行业自律责任，一方面，推动新媒体领域扩大报告制度覆盖面，督促履行正确引导、提供服务、安全刊播、遵守职业规范、保障从业人员权益等社会责任情况，自觉查找履责存在的不足，明确努力方向。另一方面，开展对违反行业自律新闻的专题评议，组织力量对错误思想观点进行批驳，有力引导舆论，帮助新媒体新闻信息传播工作者划清是非界限，澄清模糊认识。推动新媒体新闻信息传播工作者规范从业行为，自觉抵制和反对有偿新闻、虚假报道、低俗之风、不良广告以及新闻敲诈，营造健康有序的新媒体从业环境。

三是坚持目标导向，以新机制联系服务新媒体。中国记协正在努力建设“记者之家”。成立新媒体专业委员会，就是要建设新媒体新闻信息传播工作者之家。我们要发扬“家”的传统，营造“家”的氛围，传递“家”的温暖，推动创新媒体服务机制。一方面，要延伸服务手臂，在广度上做文章。建立健全联系各级各类新媒体的长效机制，与新媒体新闻信息传播工作者广交朋友、深交朋友，组织活动请大家一起参与，部署任务请大家一起落实，调动和发挥大家的积极性、主动性、创造性。另一方

面，要拓展服务范围，在深度上下功夫。加强新媒体新闻信息传播工作者权益保护和项目援助，及时帮助解决行业发展中遇到的困难和问题，多做雪中送炭的事情，多做贴心暖心的事情，多提供精准对路的服务，把“记者之家”的温暖送到新媒体新闻信息传播工作者身边。

二 | 明确工作职责，勇于担当重任

新媒体专业委员会是中国记协所属专门工作机构，是服务于新媒体信息传播的专业性组织。刚刚通过的《中国记协新媒体专业委员会规则》明确，本会宗旨是：充分发挥政治引领、培训交流、自律维权、服务联络的职能作用，团结引领新媒体及其新闻信息传播工作者，深入贯彻落实中央关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的战略部署，切实履行新时代新闻舆论工作的职责使命，遵守法律法规，恪守职业道德，推动新媒体新闻信息传播事业健康发展。工作职责主要有十条，重点是组织引导新媒体新闻信息传播工作者深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，建立教育培训长效机制，组织新媒体新闻信息传播工作者深入基层一线调研采访，积极推进新媒体自律，强化维权工作，推动新媒体创先争优工作，开展调查研究，总结推广典型经验做法，组织开展队伍交流，面向新媒体开展联谊活动等。

本会全体委员会议主要职责是制定和修改章程，选举或者调整主任委员、副主任委员，任命秘书长、副秘书长，聘请顾问，审议委员会工作报告，讨论决定重大事项。全体委员会议之外，可不定期召开主任办公会议，职责是筹备全体委员会议，执行全体委员会议决议，制定内部管理制度，承担委员会日常工作。

当前和今后一个时期，要抓紧开展以下几项工作。

一是开展学习贯彻习近平新闻舆论工作重要论述专题培训。习近平新闻舆论工作重要论述是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分，丰富和发展了马克思主义新闻理论，是做好新时代党的新闻舆论工作的科学指南，为新时代新闻舆论工作指明了前进方向、提供了根本遵循。中宣部牵头组织一批有丰富实践经验的新闻工作者和有关方面专家学者，编写了《习近平新闻思想讲义（（2018年版）》》，系统梳理和阐述了习近平总书记关于党的新闻舆论工作的重要思想，是加强习近平新闻舆论工作重要论述学习的重要辅导读本。新媒体专业委员会创建伊始，就要把学习贯彻习近平新闻舆论工作重要论述作为最重要的工作，在马克思主义新闻观培训中把习近平

新闻舆论工作重要论述作为学习重点，推动新媒体新闻信息传播工作者加强学习，科学理解习近平新闻舆论工作重要论述创新发展的时代背景和针对性问题，准确把握习近平新闻舆论工作重要论述的基本理论和重要观点，找准开展新闻舆论工作的职责使命、原则方法和任务要求，实现用马克思主义新闻观的最新理论成果武装头脑、指导实践、推动工作的目标。作为新媒体专业委员会委员，要重点学习习近平总书记关于网上新闻舆论、新媒体和媒体融合等方面的重要论述，用以指导我们用好新媒体、管好新媒体、服务好新媒体。各位委员不仅要自己学，还要带动身边的同志一起学；既要运用传统方式，结合工作实际学，又要发挥新媒体传播优势，增强学习阐释效果。

二是做好中国新闻奖媒体融合奖项评选工作。中国记协新一届理事会和党组履职以来，把增设中国新闻奖媒体融合奖项，作为响应新闻界呼吁、改进中国新闻奖评选工作、深化中国记协改革的重要措施来抓。去年，一批现象级新媒体传播作品入选第二十七届中国新闻奖，比如：荣获特别奖的媒体融合新闻专栏《新华全媒体头条》，荣获网络专题奖的《中国一点都不能少》《你好，马克思》《一份延续了68年的忠诚》等等，起到了引导示范作用。我们抓住机遇、不懈努力，获得中宣部、国评办的大力支持，批复同意增设媒体融合奖项并增加50个评奖名额。设立媒体融合奖项是全国新闻界推进融合的重要成果，是中国记协深化改革的重点项目，是新媒体专业委员会加强服务引领的重大举措，对于促进新媒体发展具有重大意义。我们在广泛征求管理部门、新闻单位和业界专家等意见的基础上，形成了《中国新闻奖媒体融合奖项评选办法》，根据新媒体和媒体融合发展的新要求、新特点，分为短视频新闻、移动直播、新媒体创意互动、新媒体品牌栏目、新媒体报道界面、融合创新6大类组织评选。前不久经过初评，推荐100件作品进入定评。其中，既突出党的十九大胜利召开、解放军建军90周年、香港回归20周年等主题宣传，又突出追寻红色足迹、记录公仆之路、树立领袖形象等专题报道，注重把“四个意识”融入丰富多彩的新媒体报道之中，给受众留下感悟互动的空间。特别是推荐了一批重量级、现象级、代表性、标志性的新媒体作品，一批彰显新媒体时代记者职业精神和职业素养的全媒体现场报道，一批代表媒体融合新进展新水平的创新创业成果。下一步，我们将根据评委建议，加快建设科学考核指标体系，尝试长短结合的新媒体评选方式，继续拓展优秀作品报送渠道，完善促进媒体融合的奖项设置，加强对现场新闻、互动传播等内容创新的引导，努力实现“把好方向导向、选好优秀作品、立好范本标杆、守好评奖纪律、总结好评选经验”的“五好”目标。同时，将把新媒体新闻信息传播工作者纳入长江韬奋奖评奖范畴。我们将组织颁奖报告会、作品研讨会，开展先进事迹巡讲宣讲，推

动新媒体工作者自我教育、自我激励、自我提高；加强业务培训和交流研讨，总结推广新媒体在内容创新、制作创新、传播创新、机制创新等方面的先进经验，充分发挥优秀作品和先进典型激励引导作用。

三是开展新媒体新闻信息传播工作状况调研。新媒体专业委员会将把调查研究作为谋事之基、服务之道，首先，请各位委员结合各自实际开展调研，从新媒体委员会搭建交流合作平台、新媒体新闻信息传播人员培训激励和权益保障、地方记协新媒体专业委员会建设等方面提出意见建议。我们将认真梳理总结，形成大调研的第一批成果，切实可行的马上推动落实，条件尚不具备的作为参考材料，向上级领导汇报，与相关部门沟通，创造条件逐步落实。其次，采取专业委员会牵头调研与各位委员自主调研相结合的方式，针对新媒体新闻信息传播工作者最困惑、最关注、最期盼的问题，开通意见箱、发放调查表、查看最前沿、走访后备军（高校新闻学院），提高调查研究的针对性，察实情，出实招，求实效。第三，常常“上网看看”“在线聊聊”“网上蹲点”，学会在互联网上发现舆情动向，利用跟帖、论坛、QQ群、微信、微博等网络社交通信工具，及时广泛收集网络舆情，走好网络群众路线。

四是继续扩大新媒体社会责任报告制度试点。2014年以来，中宣部、中国记协等在新闻战线建立媒体社会责任报告制度。人民网、新华网、中国新闻网等一批新媒体陆续加入试点工作，定期发布社会责任报告，自觉接受社会监督，取得了较好的效果。新媒体专业委员会建立后，我们将继续扩大新媒体社会责任报告试点，同时，采取委员点评、定向互评等方式，加强对社会责任报告的政治和业务把关，并提交新闻出版、广电、网信、工商等行政管理部门核实相关内容，由中国记协统一发布。我们将采取召开新媒体座谈会、专家和群众代表评议会、专题研讨会等形式，充分发挥报告作用，通过各种渠道宣传推广新媒体履行社会责任的好经验、好做法。对履行社会责任中存在的问题，剖析成因危害，探讨治理举措，发出行业倡议，推动早日解决。

五是打造新媒体传播力、影响力评价和发布体系。当前，新媒体内容生产领域各种峰会、榜单、评奖越来越多。新媒体专业委员会将积极推动建设导向正确、客观权威、传播效果与社会效果相统一的新媒体影响力评价体系，组织编制“中国新媒体年度发展报告”，建立健全大数据辅助新闻舆论引导机制，发布新媒体影响力榜单，帮助新媒体更好地把握时度效，让舆论引导更精准高效，赢得新媒体评价话语权。

六是实现中国记协网络宣传服务改版升级。中国记协网是中国记协主管主办、服务全国新闻界的网站，是传达新闻战线“三项学习教育”活动部署、交流展示教育成果的平台，是面向社会提供与新闻界相关服务信息的窗口。网站运行十年来，发挥了

积极作用。为进一步服务好新媒体工作，中国记协网将按照“完善功能、提升服务”的总体思路改版升级，建设“以用户为导向”的网站，开发建设“在线培训”“网上举报”等平台。上线中国记协网英文版，讲述中国新闻界故事，传播中国新闻奖声音，展示中国新闻界良好形象。加强中国记协微信公众号和微博平台内容建设，更好地满足受众需求。同时，加强对网上各类假冒中国记协名义获取利益的非法活动举报查处力度，以正视听，维护形象。

七是推动“记协品牌”拓展新媒体领域影响力。中国记协举办的“记者大讲堂”“好记者讲好故事”等活动，已经成为广受新闻界关注的知名品牌。我们要更好适应分众化、差异化、移动化的传播趋势，把策划线上话题与开展线下活动结合起来，把主动推送与互动传播结合起来，着力在精准、特色、有效上下功夫，切实提高网络传播的参与度和吸引力。“记者大讲堂”将围绕中央重大决策部署，组织邀请中央和国家部委有关负责同志、研究机构专家学者，为新媒体新闻信息传播工作者进行讲座辅导。同时，邀请新媒体先进代表参与“好记者讲好故事”活动，采取现身说法的方式，讲好故事，分享经验，提高唱响主旋律、传播正能量的能力和水平。

八是积极筹办中国新媒体大会等重点活动。我们将联合相关部门、机构、单位，举办中国新媒体大会，充分利用媒体融合奖项评选和相关资源，凸显内容创作者的重要作用，打造以内容创新为根本、以创造者为核心、强调媒体属性的年度新媒体大会，打造高端影响力。在环节设置上，计划以媒体融合奖项颁奖报告会为开篇，以主论坛和系列分论坛为框架，结合成果展览和业务培训，促进交流共享，形成联动效应，做到会前、会中和会后都有重点和亮点，发挥持续影响力。

三 | 积极改革创新 提升服务水平

按照《中国记协新媒体专业委员会规则》，新媒体专业委员会委员，由新闻宣传管理部门、新闻行业组织、记协组织、主要新闻单位、重点新闻网站、新闻报刊、新闻院校、新闻研究机构等代表组成。《规则》还明确了委员职责：作为委员，有责任参加本会会议和活动，执行本会决议，承担本会委托的各项工作任务，有权利向本会反映情况，提出意见建议，享有大会表决权。在上半场的会议上，蒋建国副部长就发挥委员作用提出了希望和要求，强调大家要切实担当好主体责任，把委员会的事当成分内事、自己事、必须管的事，充分发挥自身专业优势，勇于担当、积极作为，多

为新媒体专业委员会的工作建言献策，多为新媒体事业发展尽心尽力，用钉钉子的精神把委员会的各项工作一抓到底。下面，就如何履行委员职责谈几点想法，和大家共勉。

一是关于本职和兼职。新媒体专业委员会各位委员，都是本部门、本单位的带头人、顶梁柱，做好本职工作理所当然、责无旁贷；当委员是兼职，没有待遇，不取报酬，但这个委员作为新媒体的精英、代表，做这份兼职工作也是分内事、自己事、必须管的事。会后，请各位委员、各地记协参会人员及时向上级负责同志报告，汇报中央领导指示精神和中宣部领导具体要求，通报新媒体专业委员会规则中的委员职责义务，讲清楚委员是代表本单位承担中央交付的责任，必须积极参加本会会议和活动，执行本会决议和规定，承担本会委托的各项工作任务，请各位委员多支持，争取本职兼职两不误、双促进。

二是关于单挑和合作。各位委员是新媒体的决策者、指挥者，具有独当一面、单兵作战的素质和经验，在本职岗位上干得风生水起、亮点频现。而150多位委员来自不同部门、不同地区，具有不同个性、不同思路，在新组建运行的专业委员会中，确实有一个统筹协调、形成合力的问题。希望大家同心同德、群策群力、互帮互学，心往一处想，劲往一处使，有经验一同分享，有困难一同解决，众人拾柴火焰高，众志成城事业旺。

三是关于办事与献策。新媒体专业委员会已经成立，很多工作需要探索，很多难题需要破解，从中央领导，到业内同行，再到社会各界，都期待着我们有所作为。希望各位委员一方面当干将、当实干家，把事关新媒体发展的重大事项办好。前面讲的八件事都是大事，也都是难事，有待于各家新媒体、各位委员去完成、去破解，为新媒体发展提供成功案例、提供典型经验、提供丰硕成果；另一方面，当智囊、当智多星，深入调查研究，总结经验教训，积极建言献策，为攻坚克难提供思路、提供方案、提供办法。我们将建立和完善委员履职情况记录和报告制度，及时总结推广大家的好经验、好做法。

四是关于务实与创新。做好新媒体专业委员会工作，既要增强执行力，也要增强创新力。我们联系服务的对象，主要是中央和省级主要新闻单位所办的新媒体，移植了原有的制度和机制，确保了正常有序运行。而新媒体是新事物，委员会是新机构，具有与生俱来的创新动力。创新是新媒体开创新局面、实现新发展的必由之路，也是委员会、委员们必备之能。我们既要务实求稳，发扬“钉钉子”的作风，一锤接着一锤敲，一件事接着一件事办，确保既定的事项事事有着落、布置的任务件件有成效；

又要创新求变，做到因势而谋、应势而动、顺势而为，涉猎新领域，研究新问题，探索新经验，帮助新媒体实现理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制等方面创新。

各位委员、各位理事、各位代表：

中央把服务引领新媒体这么重要的新职能交给了中国记协，而中国记协面临着人手少、经费少的难题。新媒体专业委员会今天刚开张，连“总共才有十几个人、七八条枪”都谈不上。机构只是临时机构，人员多是借调人员。所以，恳请各有关部门指导，有赖各家新媒体“抬庄”，急盼各位委员帮忙。筚路蓝缕，以启山林。只有方方面面支持帮忙，只有我们自身拼搏奋进，才能服务好新媒体及其新闻信息传播工作者。

各位委员、各位理事、各位代表：

从这次大会的情况来看，大家高度重视，积极参与，责任感很强，热情很高，圆满完成了大会预定的各项目标任务，为新媒体专业委员会开好头、起好步奠定了良好基础。我们相信，在中央领导的关心指导下，在全体委员的共同努力下，在新闻界的支持配合下，新媒体专业委员会一定能够行稳致远，努力担负起团结引领新媒体的重大使命，创出无愧于时代要求的业绩，作出无愧于委员职责的贡献，在中国记协历史上、在中国新媒体发展历史上，写下精彩篇章。

拜托大家！

感谢大家！

推进深度融合 主动求新求变 促进新媒体行业健康有序发展

人民日报社新媒体中心主任、
中国记协新媒体专业委员会副主任委员 丁伟

今天是个有纪念意义的日子。很高兴和大家一起见证中国记协新媒体专业委员会成立。这是落实中央要求、推进媒体深度融合发展的重要举措，也是中国记协求新求变的主动选择。

当前，随着大数据、云计算、人工智能等互联网技术的迅猛发展，媒体格局和舆论生态正在发生深刻变化，新闻工作也呈现出新的时代特点。今天，我们不仅有大量的报刊、广播电视播出机构，也有大量移动新媒体平台，新闻工作的内涵、外延都在发生变化。在这样的新形势下，中国记协成立新媒体专业委员会，建立形成联系引领、团结服务新媒体的组织形式和工作机制，非常及时，很有必要。

这几年，我一直在人民日报社从事新媒体方面的工作。借此机会，我想结合实际工作，就进一步推动新媒体行业发展谈几点认识：

第一、做好教育培训，提高新媒体从业者政治意识和业务素质。

不同于传统媒体，在新媒体这块新的舆论阵地上，很多年轻人在担当着生力军。总体来看，他们朝气蓬勃、思想活跃，同时也存在着普遍年轻、从业时间较短、把关能力有待提高等问题。对此，我们有必要下大力气引导新媒体从业者提高政治意识和业务素质。一是加强政治学习，深入开展马克思主义新闻观教育培训，提高其思想水平、理论素养。二是提高从业水平，加强内容制作、传播技术、运营管理等新媒体业

务培训。三是提供锻炼机会，组织新媒体从业者深入基层一线调研采访，锤炼脚力、眼力、脑力、笔力，增进对人民的感情。

第二、规范好职业行为，促进新媒体行业健康有序发展。

当前，互联网信息传播空前活跃，新媒体行业蓬勃发展，但繁荣与乱象并存、理性与浮躁同在。网上虚假谣言、不良信息较多，版权意识、社会责任意识薄弱，排行榜过多、评价标准较乱等问题，都对新媒体行业的健康有序发展提出新的课题和挑战。针对发展实际，我们有必要积极推进新媒体自律，开展对违反行业自律行为的专题评议，强化社会责任，规范从业行为；我们有必要进一步扩大媒体社会责任报告制度的实施范围，推动新闻单位举办的新媒体定期报告履行社会责任情况；我们有必要探索制定新媒体行业标准，发布具有广泛覆盖力、权威影响力的新媒体指数、年度发展报告等。

第三、用好新闻评奖，引导激励新媒体产出更多精品力作。

我们欣喜地看到，新媒体作品在中国新闻奖中的比重越来越高。今年，中国新闻奖又增设媒体融合奖项，鼓舞了新媒体从业者。同时，我们也看到，新媒体优质产品的生产还存在一些尚待解决的问题。比如，融媒体“爆款”产品太少，持续生产优质内容的能力不足；只把内容搬到手机上的“搬运现象”仍比较普遍；还有产品同质化现象等。要解决好这些问题既需要各媒体深入推进融合，也需要新闻评奖进一步发挥示范作用。在评奖中继续顺应移动化趋势，加大向移动端倾斜力度；增强创意和技术在评奖中的权重，鼓励新媒体产品多样化。与此同时，在平时工作中，还可以组织新媒体优秀作品及优秀论文的评选，加大对优秀新媒体作品、优秀新媒体工作者宣介力度，推动新媒体创新创优工作。

第四、发挥好行业组织优势，更好团结服务新媒体从业者。

现在，新媒体的快速发展，吸引了大量从业人员，也深刻改变着新闻工作者的从业环境。对很多新媒体从业者而言，工作节奏快、压力大，且长期处于连续运转的轮班状态，可能是一种普遍感受。同时，一些针对新媒体从业者的激励机制还没有跟上。这些都容易导致新媒体从业人员职业荣誉感不强，影响事业心、归属感。对此，我们应该有针对性地提供更多实用管用的服务。组织开展行业文体交流活动，积极开展与国内外同行的交流合作，通过联谊、服务活动凝聚人心。开展研讨、论坛、年会等活动，沟通交流媒体融合与新媒体发展经验。强化维权工作，保障新媒体从业者合法权益，加大对新媒体从业者援助力度。

我们深知，适应媒体融合发展趋势，拓展服务链条，还有很多工作要做。我们愿与大家一起努力。

顺应新时代 着眼新媒体 聚焦新使命 奋发新作为

新华社新媒体中心主任、
中国记协新媒体专业委员会副主任委员 陈凯星

非常高兴见证中国记协新媒体专业委员会的成立，我作为一名新媒体人，首先对大会顺利召开表示热烈祝贺，预祝大会取得圆满成功！

中国记协新媒体专业委员会的成立令人振奋，也使我们充满期待，作为新媒体领域的代表，我将支持新媒体专业委员会工作，在新媒体专业委员会的指导下，为进一步搭建服务媒体融合发展的合作交流平台尽一分力量，共同探索符合新媒体发展规律的生产方式变革和体制机制创新。当前，新兴媒体发展方兴未艾，媒体融合发展不断深化，需要我们顺应新时代、着眼新媒体、聚焦新使命、奋发新作为。

近年来，新华社新媒体中心顺应移动互联网发展趋势，牢牢坚持创新为要，为推进媒体融合发展进行了一系列探索：一是坚持内容创新为本，不断推出现象级新媒体产品。前不久，习总书记发表重要讲话纪念马克思诞辰200周年，我们创作推出《真理的光芒》微政论片，达成刷屏之效。二是创建并持续升级新媒体通稿专线，从服务报纸、电视，到服务网站、客户端，实现通讯社核心职能向新媒体领域全覆盖。新媒体专线推出微视频、动新闻等多种形态的融合报道产品，以互联网形态分发，可直达新媒体用户后台和前端。三是持续强化终端建设，打造自主掌控的主流舆论阵地。新华社客户端是一款首创的门户客户端，总下载量2.8亿，重大时政新闻首发率达80%以上；新华社微信公众号创新内容表达，成为主流媒体第一公众号。四是深化推动业态创新，以“现场新闻”全息直播业态创新和“现场云”服务平台带动全国媒体转型，

记者拿起一部手机就能发起一场全息直播，“现场云”免费向各级新闻媒体开放，用户只需开通一个账号，便可一步跨入全息直播时代，已有2700多家新闻媒体和党政机构入驻。

习近平总书记在“2·19”重要讲话中指出，“要推动融合发展，主动借助新媒体传播优势”。总书记还指出，“读者在哪里，受众在哪里，宣传报道的触角就要伸向哪里，宣传思想工作的着力点和落脚点就要放在哪里”。中国记协成立新媒体专业委员会，是贯彻落实习近平总书记讲话精神的重要举措，有助于将党管媒体原则进一步贯彻到新媒体领域，既是落实中央精神的需要、推进融合发展的需要，也是促进沟通交流的需要、加强人才培养的需要，体现了中国记协对新媒体事业的关心和支持。由衷期待和新媒体业界同人们一起，在新媒体专业委员会的指导下，共同为推动媒体深度融合发展作出新的更大贡献！

融服务于引领之中 确保媒体融合发展方向不偏引导有力队伍更强

浙江省新媒体专业委员会主任、
中国记协新媒体专业委员会顾问 张 燕

非常荣幸受邀参加今天的成立仪式。首先，我代表浙江省记协新媒体专委会，对中国记协新媒体专委会的成立表示祝贺。

这是新闻界的一件大事。中央批准成立中国记协新媒体专业委员会，充分表明中央对我国新闻事业发展特别是新媒体发展的高度重视、对新媒体从业人员的关怀关注。作为强化行业引导和服务的顶层设计，这既是中国记协作为群团组织的一次重大改革，更是贯彻落实习近平总书记新闻思想的重要举措。专委会的成立，必将更好地融服务于引领之中，推动新闻界把握互联网发展趋势，在推进媒体深度融合的进程中，确保方向不偏、引导有力、队伍更强。

这也是新闻人的一件喜事。近几年来随着新媒体的快速发展，传统媒体与新兴媒体正在深度融合，新闻采编人员也正在向全媒化转型。在党的十九大报道、习近平新时代中国特色社会主义思想的宣传、庆祝改革开放40周年宣传、全国两会、G20杭州峰会、世界互联网大会等一系列重大宣传报道中，产生了一批具有强大传播力、引导力、影响力的融媒体产品，很好地引领了网上舆论，唱响了主旋律，传播了正能量。在推进新媒体发展过程中，无论是传媒本身还是从业人员，都十分期待得到中国记协更多的指导和鼓励。今天成立的新媒体专委会，正是提供了这样的组织保障。我们期待，新成立的专委会能成为新媒体从业人员的娘家，能够为行业的发展、新闻人的进步发挥更直接的作用。

经中宣部批准，作为先行探索，我们浙江省记协被列为首批省级层面改革的试点。在中国记协的有力指导下，浙江省记协去年9月试点成立了浙江省新媒体专委会。一年多来，我们已组织开展了一系列工作，比如，组织从业人员开展多期专题培训；策划组织“深化走转改 喜迎十九大——‘八八战略’新征程”等新媒体主题采风活动；举办全省重大主题报道融媒体创新作品大赛，编印优秀案例集；制定浙江省新媒体新闻奖评选办法，并组织评选出73件作品；举办“智融·2018钱江新媒体发展论坛”……我们的试点工作得到了中国记协具体指导，中国记协党组、书记处领导副书记亲自来浙江指导，并组织召开试点工作交流会。我们的试点工作也得到浙江省委宣传部、省委网信办等的支持，得到了全省新媒体人的积极响应。大家普遍认为，开展试点工作很有必要，进一步加强了对新媒体的引导、激励和管理，有利于增强新媒体从业人员的职业成就感、获得感和归宿感，有利于促进他们政治上、业务上、作风上的全面进步。

因此，我们希望中国记协新媒体专委会成立后，能够从全国层面进行系统谋划，按照习近平总书记关于新闻舆论工作“48字”职责使命要求，按照总书记对新闻工作者提出的“四向四做”要求，加强政治引领、创新延伸服务，经常组织开展重大主题采风、各类专题培训、国内外研讨交流等活动，制定完善新媒体作品评奖等创优激励机制，更好地引领广大新媒体从业人员成为党和人民信赖放心的新闻工作者，为实现“两个一百年”奋斗目标提供更有力的舆论支持。

中国记协新媒体专业委员会规则

第一章 总则

第一条 本会名称是中国记协新媒体专业委员会。

第二条 本会是中国记协所属专门工作机构，是服务于新媒体新闻信息传播的专业性组织，成员来自新闻网站、客户端、微博、微信等新媒体新闻信息传播的单位、机构。

第三条 本会宗旨：坚持以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，充分发挥专业委员会政治引领、培训交流、自律维权、服务联络的职能作用，团结引导新媒体及其从业人员深入贯彻落实中央关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的战略部署，坚持围绕中心、服务大局，牢固树立马克思主义新闻观，积极弘扬社会主义核心价值观，切实履行新时代新闻舆论工作的职责使命，遵守法律法规，恪守职业道德，推动新媒体新闻信息传播事业健康发展。

第四条 本会日常办事机构设在中国记协（北京市东城区珠市口东大街7号），信息发布主平台为中国记协网、中国记协微博、微信公众号。

第二章 职责

第五条 组织引导新媒体新闻信息传播工作者深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，增强“四个意识”，牢记新时代党的新闻舆论工

作的职责和使命，加强政治学习，提高思想水平、理论素养。

第六条 建立教育培训长效机制，深入开展马克思主义新闻观教育培训，加强新媒体新闻信息内容制作、传播技术、运营管理、市场推广等新媒体业务培训，促进提高新媒体新闻信息传播工作者从业水平。

第七条 组织新媒体新闻信息传播工作者深入基层一线调研采访，持续深入开展“走转改”活动，锤炼脚力、眼力、脑力、笔力，增强对人民群众的感情，树立以人民为中心的工作导向。

第八条 积极推进新媒体自律，开展对违反行业自律行为的专题评议，强化社会责任，规范从业行为，营造健康有序的新媒体新闻信息传播秩序。

第九条 强化维权工作，保障新媒体新闻信息传播工作者合法权益，实施对新媒体新闻信息传播工作者援助。

第十条 组织新媒体新闻信息传播优秀作品及研究成果的评选，推动新媒体创新创优工作。加大对优秀新媒体作品、优秀新媒体新闻信息传播工作者宣介力度。

第十一条 针对新媒体发展实际，开展调查研究，发布新媒体行业权威指数、年度发展报告等，向政府和有关部门提供决策参考，探索建立新型智库。

第十二条 开展新媒体新闻信息传播研讨、论坛、年会、沙龙等活动，沟通交流媒体融合和新媒体发展经验，总结推广典型经验做法。

第十三条 推进对外交往，组织开展对外交流活动，增进友谊，交流经验，扩大共识，增进互信，发挥新媒体在增强国家软实力、加强国际传播能力建设、讲好中国故事方面的作用。

第十四条 开展联谊活动，举办文化、体育等活动，丰富新媒体新闻信息传播工作者的文化生活。

第三章 组织

第十五条 本会由新闻宣传管理部门、新闻行业组织、记协、主要新闻单位、重点新闻网站、新闻报刊、新闻院校、新闻研究机构等代表担任委员。委员由各有关单位推荐产生，任期3年。可根据实际工作需要调整。

（一）委员条件：

1. 坚持党的新闻舆论工作方针政策，遵纪守法，作风正派；
2. 有较丰富的新媒体专业工作经验、较高理论和专业水平；

3. 拥护新媒体专业委员会规则。

（二）委员的权利和义务：

1. 参加本会各项活动并提出意见建议；
2. 参加本会各类会议并享有表决权；
3. 执行本会决议；
4. 承担本会委托的各项工作任务；
5. 向本会反映有关情况，提供有关资料。

第十六条 本会推举主任委员一名、副主任委员和委员若干名，设顾问若干名，秘书长一名、副秘书长若干名。

第十七条 本会根据实际工作需要，下设若干工作机构。

第十八条 委员离开推荐单位时，由原单位推荐接替人选，经主任办公会议表决确认。

委员如有严重违反本规则的行为，经主任办公会议表决通过，取消其委员资格。

第四章 工作机制

第十九条 本会全体委员会议一般每年召开1—2次。

全体委员会议的职责是：

- （一）制定和修改规则；
- （二）选举主任委员、副主任委员和秘书长，决定聘请顾问；
- （三）审议委员会工作报告；
- （四）讨论决定重大事项。

全体委员会议须有三分之二以上委员出席方能召开，其决议须经到会委员半数以上表决通过方能生效。

第二十条 全体委员会议之外，可不定期召开主任办公会议。主任办公会议的参加人员为主任委员、副主任委员、秘书长、副秘书长。主任办公会议由主任委员或其委托的副主任委员主持。会议可根据主任委员提议，邀请专业人士、有关单位代表及其他相关人员参加。

主任办公会议的职责是：

- （一）筹备全体委员会议；
- （二）执行全体委员会议决议；

(三) 任命副秘书长及内部机构负责人等事项；

(四) 制定内部管理制度；

(五) 承担委员会日常工作。

主任办公会议须有三分之二以上应出席人员出席方能召开；主任办公会决议须经出席人员半数以上表决通过方为有效。

第五章 经费

第二十一条 工作经费来源：新媒体专业委员会专项经费；三项学习教育活动经费。

第六章 附则

第二十二条 本规则须提交全体委员会议审议通过，报中国记协核准同意生效。

第二十三条 本规则由中国记协负责解释。

(本规则2018年7月21日经中国记协新媒体专业委员会第一次全体会议通过并施行)。

(编辑 乔立远 李尚)

2018中国新媒体大会记事

2018中国新媒体大会在北京召开

2018中国新媒体大会开幕 聚焦增强“四力”创作融合精品

2018中国新媒体大会12月24日在京召开，100多家新闻单位的新媒体负责人以及新闻院校、新闻研究机构专家学者汇聚一堂，以“增强‘四力’、守正创新、多出群众喜爱的融合精品”为主题，交流媒体融合经验，分享优秀作品创作体会，为开拓新媒体事业献计献策。

按照中央批准的《中国记协深化改革方案》和中宣部要求，中国记协于2018年7月成立新媒体专业委员会，这是建设新时代“记者之家”的改革举措，是团结引领新媒体及其从业人员的重要抓手。举办中国新媒体大会，是中国记协贯彻中央精神、适应业界需求、加强新媒体服务工作的重要举措。

大会设置主题演讲、媒体融合精品创作系列访谈等交流活动。围绕2018年中国新闻奖首次设立的媒体融合奖项，获奖团队和评委代表通过图文直播方式，与场内外观众分享“刷屏”之作、“爆款”产品的创作经验和创新价值。

大会由中华全国新闻工作者协会主办，中国记协新媒体专业委员会和人民日报社、新华社、中央广播电视总台新媒体部门共同承办。

中宣部部务委员、国新办副主任郭卫民表示，中国记协举办中国新媒体大会，以改革创新精神拓展工作领域，团结引领广大新闻工作者不断增强“四力”，加快推进媒体融合，进一步做好新闻宣传工作，具有重要意义和促进作用。

中宣部、中央网信办、国家广电总局、中国记协负责同志出席会议并致辞。人民

日报社、新华社、中央广播电视总台分管新媒体工作的负责同志到会作了主题演讲。中国记协新媒体专业委员会负责人、中国新闻奖媒体融合奖项评委代表对获奖作品作了评析和介绍。

今后，中国新媒体大会将一年举办一次，力争成为融合精品“博览会”和新媒体同行的“研讨会”。

（新华社记者 余俊杰、王爱华）

（《人民日报》2018年12月25日）

把中国新媒体大会办成业界品牌

中宣部部务委员、国务院新闻办公室副主任 郭卫民

中国记协举办2018年中国新媒体大会，认真贯彻落实习近平总书记“8·21”重要讲话精神和对记协工作的指示要求，以改革创新精神扩展工作领域，团结引领广大新闻工作者加快进军互联网主战场，对新媒体行业进一步做好新闻宣传工作，具有重要意义和促进作用。

当前，信息传播技术迅猛发展，带来媒体格局和传播环境的深刻变革。新技术、新应用、新业态不断涌现，传播方式和渠道载体日新月异，促使我国传媒形态丰富多样，除了报刊、通讯社、电台电视台等传统媒体，还有新闻网站、客户端等大量新媒体和商业网络传播平台，短视频、微博、微信、客户端日益成为信息传播的主渠道、主平台。习近平总书记深刻把握时代发展变化大势和社会信息化趋势，作出推进媒体深度融合、推动主力军进军主战场的重大战略部署，强调媒体融合是一场自我革命，要实现优化整合，深度融合、打造精锐传播力量，让分散在网下的力量尽快进军网上、深入网上，打造一批具有强大影响力、竞争力的主流媒体。总书记的重要论述，为我们办好新媒体、占领主阵地指明了前进方向，提供了根本遵循。沪宁同志、坤明同志，专门就推动媒体深度融合、加快主力军向主阵地转移步伐、加强对新媒体及其从业人员的团结引领，作出指示批示和具体部署。

党的十八大以来，主流媒体认真贯彻落实总书记指示精神和中央决策部署，积极投身融合发展实践，加快融合转型步伐，拓展融合传播渠道，初步形成了以中央媒体为龙头、省级媒体为骨干的融合传播格局，打造了一批有特色、有影响力的新媒体平台，推出了大量现象级新媒体产品，极大增强了主流舆论的传播力、引导力、影响

力、公信力。随着新媒体行业快速发展，中国记协充分发挥桥梁纽带作用，将服务手臂和服务范围拓展到新媒体领域，为大家提供相互学习、研讨交流的平台，这一做法很有意义。

下面我就加快媒体深度融合、促进新媒体行业健康发展谈几点希望。

一是坚持思想领先。要深入学习贯彻习近平总书记关于党的新闻舆论工作的重要讲话精神，用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践、推动工作。要坚持政治家办报、办台、办网、办新媒体，把政治意识、导向要求和宣传纪律落实到各级各类传播平台，贯穿到新闻信息采编发布和转载推送全过程。要全面落实“两个所有”，坚持网上网下“一个标准、一把尺子”，建设良好网络生态，营造清朗网络空间。要广泛开展新闻职业道德建设，推动新媒体切实履行信息管理主体责任，引导从业人员遵守法律法规，恪守职业道德，强化社会责任，规范从业行为，不断提高新媒体从业人员的政治素质和业务本领。

二是坚持精品主导。从传统媒体到新媒体，无论传播形式怎么创新、媒体形态如何变化，内容为王、内容制胜是不会变的。推进媒体深度融合，大力发展新兴媒体，就是要坚持实践导向、效果导向，用新办法、新理念做新闻搞传播，以内容创新赢得受众，以内容优势赢得发展优势。要积极发挥内容引领优势，通过融合发展，加快内容生产的供给侧改革，让新闻报道新起来、快起来、优起来、活起来、动起来。希望广大新闻媒体工作者担当职责使命、顺应群众需求，遵循新闻传播规律和新媒体发展规律，不断推出更多符合主流媒体品格气质的融合精品。

三是坚持用户导向。今天，新闻舆论工作所面临的环境已大不一样，人们对新闻信息的需求越来越个性化，分众传播和互动传播已经成为主流趋势。要学习借鉴社交媒体的互动传播方式，加强与用户间的互动交流，吸引用户在互动中参与、在参与中传播，不断增强用户黏性。要精确定位，针对不同群体、不同受众的不同需求，提供更个性化、精细化服务。要充分运用专业评估、抽样调查等多种手段，建立导向正确、标准客观、评估专业的综合评价体系，牢牢掌握推动媒体深度融合、影响行业格局和发展方向的“指挥棒”。

四是坚持技术引领。当前，技术已经由媒体融合的支撑要素变为引领要素，云计算、大数据、物联网、区块链、人工智能等快速发展，推动新闻传播格局发生深刻改变。要密切关注前沿技术，始终保持技术敏感，不断提高运用和管理水平，要顺应移动化、社交化、视频化趋势，把新技术、新运用融入新闻信息生成传播全过程，使其更好地为新闻宣传服务。要加快建设技术团队，把内容优势和技术优势结合起来，摆

脱技术上“受制于人”的困境。

五是坚持以人为本。新闻媒体的核心资源是人才，融合发展的关键因素也在人，要对从业人员进行摸底，详细掌握人才队伍的年龄梯队、知识结构、技能水平，有针对性组织开展专题培训、观摩交流、业务研讨、实战演练，引导他们向全媒记者、全媒编辑、全媒管理人才转型。要发挥评选表彰激励机制引导作用，加大对优秀新媒体作品、优秀新媒体从业人员宣介力度，促进多出精品、多出人才。积极举办论坛、巡讲、展览、讲座等丰富多彩的活动，吸引更多新媒体从业人员参与，让新闻工作者更多地受到关爱和尊重。

同志们，推进媒体深度融合，打造新型主流媒体，是党中央交给我们的重大任务，也是时代赋予我们的重大责任。希望我们参会的同志们能够充分地交流，能够共享经验、共谋发展，也希望在新闻界的广泛支持和委员单位的共同努力下，把中国新媒体大会办成共话行业前景、促进行业交流、推动行业发展的品牌活动。

努力当好主流价值观的传播者 新业态新服务的开拓者

国家广播电视总局副局长 高建民

首届中国新媒体大会正好是在我们庆祝改革开放40周年大会刚刚结束之际召开的，举办这样一次活动，共同回望我国新媒体发展的历程，展望未来，十分重要。

习近平总书记指出，当今世界，谁掌握了互联网，谁就把握住了时代的主导权；谁轻视互联网，谁就会被时代所抛弃。党的十八大以来，我国新媒体用户快速增长，产业规模不断扩大。据统计，中国网络视频用户规模已达6.09亿，手机网络视频用户规模达5.78亿；网络短视频呈爆发性增长，用户数量快速攀升，占网民总数的74%。如此庞大的用户规模和影响力，使得互联网日益成为意识形态斗争的主战场、最前沿，成为传播党的声音的重要阵地。特别是在重大主题宣传中，新媒体与传统主流媒体相辅相成、同频共振，作用日益凸显。同时，新媒体也已经成为传播主流价值观的重要渠道，成为社会主义文艺的重要力量。广大新媒体工作人员以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，以正确舆论凝心聚力，以先进文化塑造灵魂，创作出一大批具有传播力、引导力、影响力、公信力的优秀新闻作品和文艺作品，得到了人民群众的称赞。

近年来，广电总局按照中央精神，积极推动新媒体建设发展，鼓励原创精品节目制作传播，每年组织开展“网络视听节目精品创作传播工程”、“中国梦”主题征集推选和展播等工作，引导推动业界创作传播有温度、有高度、有态度的现实题材作品；推动广播电视与新媒体融合发展，提出打造广电智慧媒体、培育广电智慧生态的工作部署，促进荧屏声频与网络视听应用、广播电视终端与移动通讯终端互动融通，

实现内容创新、渠道拓展、平台运营、流程再造、组织重构、安全保障等各个环节的协同演进和一体化发展，从简单相“加”迈向深度相“融”。

我们广大新媒体工作者要强化政治责任，始终旗帜鲜明讲政治。筑牢“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，把党的领导体现到新媒体各领域、各环节。要发挥特色优势，构建网上网下同心圆，使新媒体成为党开展宣传思想工作的重要增量。要着力提升新媒体内容的思想内涵和审美价值，传播主流价值观。要守正创新，努力做新业态新服务开拓者，在坚定方向、坚守正道的前提下，更加注重创新性发展，深度挖掘受众需求，强化专业运作模式，丰富内容服务样式，积极拥抱大数据、超级计算、人工智能等最新技术，寻找业务创新与技术创新的结合点，更好满足人民群众多样化的新期待，始终走在时代前沿、引领风气之先。

新时代的新媒体发展，肩负着新使命，更应当有新气象新作为。让我们更加紧密团结在以习近平同志为核心的党中央周围，不忘初心，牢记使命，凝心聚力、锐意进取，奋力开创新媒体繁荣发展的新局面，为实现中华民族伟大复兴的中国梦作出更大贡献！

增强“四力” 守正创新 多出群众喜爱的融合精品

中国记协党组书记、新媒体专业委员会主任 胡孝汉

今天，新闻战线各方代表济济一堂，共同举办2018中国新媒体大会。举办这次大会得到中宣部领导同志的关心指导，得到专委会成员单位的大力支持。我代表中国记协，代表新媒体专业委员会，对大家百忙之中赶来参会表示诚挚的欢迎！对大家为开拓新媒体事业作出贡献表示由衷的敬意！

建立新媒体专业委员会，是党中央交给中国记协的一项重要政治任务、一个重大改革项目。对此，中央在相关文件、意见中作出了部署，中央领导同志在讲话、批示中作出了指示。中国记协新媒体专业委员会自2018年7月成立并运行以来，就逐步开展从业人员培训、媒体融合奖项评选、组织主题采访活动等，并把筹备大会提上议事日程。

举办中国新媒体大会，是中国记协贯彻中央精神、适应业界需求，加强新媒体服务工作的重要举措。本届大会主题为：增强“四力”，守正创新，多出群众喜爱的融合精品。这表明：专委会和大会就是要突出政治引领，突出内容建设，突出队伍建设，致力于搭建新媒体新闻信息传播工作者交流平台，树立媒体融合内容建设标杆。

中国记协及其新媒体专委会将落实中央领导指示要求和中宣部部署，服务新媒体建设，努力做好几项重点工作：

一是抓好培训教育，加强政治引领。开展马克思主义新闻观培训教育，是中国记协的一项重点工作。从2018年开始，我们牵头举办的各类培训中，比如全国经济媒体培训班、行业类媒体负责人培训班、新闻摄影记者培训班、晚报负责人培训班等，都

把媒体融合作为重要课程，都把新媒体从业人员纳入培训范围。近期我们正在组织新媒体采编骨干培训班，今天参加大会的就有培训班学员。今后，我们将继续加强新媒体从业人员培训教育，拓展渠道、创新方法，使这项工作常态化、规范化、科学化，引导新媒体工作者坚定“四个自信”，树立“四个意识”，提高政治素质，提升业务本领，锐意创新创造，锤炼优良作风，自觉把增强“四力”、“四向四做”的要求贯穿到工作的各个环节。

二是做好奖项评选，立好范本标杆。中国记协重视树立评奖导向，引领新媒体发展。从2006年开始，中国新闻奖设立网络新闻奖项。10多年来，评选出了一大批优秀网络作品。经中央有关部门批准，2018年中国新闻奖增设媒体融合奖项，评选名额达50个，增幅达到16.7%。同时，强化示范引领，在评选标准中增加“践行四向四做”“增强脚力、眼力、脑力、笔力”等要求。本届中国新闻奖媒体融合奖项获奖作品中，既突出党的十九大胜利召开、建军90周年、香港回归20周年等主题宣传，又突出追寻红色足迹、记录公仆之路、展示领袖形象等专题报道，题材丰富，形式多样，许多都是“刷屏”之作、“爆款”产品，集中体现了媒体融合发展的进展成效。在稍后的主题演讲中，新媒体委员会副主任委员、中国新闻奖媒体融合奖项评选小组召集人曾祥敏同志，将全面介绍中国新闻奖第一届媒体融合奖项评选情况。今天下午，媒体融合奖项一等奖采编团队代表还将和大家共同分享创作经验，评委代表还将现场点评总结，也欢迎大家一起互动交流。希望通过赏析、点评、分享，让大家更多了解新闻背后的好故事，共同创作更多正能量充沛、传播效果良好的优秀作品。

三是建好评价体系，推进行业自律。中国记协新媒体专业委员会依靠委员、顾问的主动作为，积极探索完善扁平化、垂直化、项目化的服务协调机制，逐步融入中国记协各项事业。中国记协新闻道德委员会把媒体社会责任报告制度推广到新媒体领域，对加强新媒体诚信建设起到积极作用。专委会启动新媒体传播实效评价体系建设，将依托主流媒体自主平台数据资源，运用人工智能、区块链等技术手段，逐步建立导向正确、标准客观、评估专业、体现公益性、体现融合发展科学化水平的综合评价体系，把主管部门指导和受众感受、同行评议统一起来，把符合“四力”标准的新媒体新秀选出来，当好引领新媒体内容建设的“指挥棒”。

四是开展品牌活动，践行“四力”要求。中国记协新媒体专业委员会成立以来，以践行“四力”为主线，组织新媒体参与中国记协品牌活动。比如，在2018年中国记者节特别节目“好记者讲好故事”中，山东广播电视台融媒体中心记者崔真真通过“三双鞋子”的故事，讲述了自己作为新媒体记者增强“四力”的转型历程，受到新

媒体同行关注。在中国新闻奖、长江韬奋奖颁奖报告会上，广西日报记者谌贻照作为媒体融合奖项获奖者代表，介绍了自己用好新媒体、在突发事件中做好应急报道的经历，受到中央领导肯定。比如，中国记协组织新媒体参加庆祝改革开放40周年系列主题采访，走进广州、珠海、深圳等开放前沿，寻访山东临沂等革命老区，深入江苏、河南等发展热土，用脚力丈量改革足迹，用眼力发现闪光事例，用脑力感受时代脉搏，用笔力展现发展成就。前不久，中国记协组织的新媒体“强四力 助攻坚”甘肃陇南扶贫集中采访，运用网站、客户端、微博、微信、微视频等各种渠道，采取现场直播、无人机拍摄、交互式游戏等多种方法，一路走一路发，发稿量、点击量、转载评论都颇可观。

中国新媒体大会是新型主流媒体研讨内容建设的平台，以研讨媒体融合奖项优秀作品为特色，突出内容建设和队伍建设。由于我们是首次主办，加上筹备时间和条件所限，还存在许多不足之处，有待今后改进和提高。希望大家共同努力，把一年一度的中国新媒体大会办成专委会委员碰头会、媒体融合工作推进会，办成融合精品“博览会”、新媒体同行的“研讨会”。

最后，祝媒体融合之路越走越宽！祝媒体融合精品越来越多！祝中国新媒体大会越办越好！

面向时代面向未来的创新性举措

中央网信办网络新闻信息传播局副局长 符雷

今天我们聚集在这里，亲历、见证、参与2018年中国新媒体大会，借此机会和大家分享三点感受。

第一点感受，中国记协着眼于团结引领新媒体及其从业人员，积极践行习近平总书记的“四力”要求，坚持守正创新，生产更好更多的融媒体产品，并专门成立新媒体专业委员会推动这项工作，这是中国记协面向时代、面向未来的创新性举措，具有十分重要的意义。总书记指出：网信事业代表新的生产力和新的发展方向。从国际视野来看，互联网诞生仅50年，进入中国20多年，已经在促进新的生产力发展、构建新兴生产关系上发挥越来越重要的作用，客观上挑战传统的政治治理体系、经济发展体系、社会管理体系以及舆论传播体系。从国内传播格局来看，互联网已成为我国正面宣传和舆论引导的主阵地，不断加大人力、物力、财力的政策支持力度，这是历史大趋势。积极适应这种大趋势，不断夯实新媒体平台建设，引领新媒体及其从业人员切实践行“四力”要求，生产更好更多优质内容产品是时代赋予的使命。

第二点感受，我们应充分认识到信息技术迅猛发展给互联网内容建设提出的新要求，迫切需要加快提高网络内容从业人员的整体素质，积极锻造更多高传播力和高影响力的新媒体平台，用更好更多的新媒体产品丰富网络空间。习近平总书记明确提出建设网络强国的“五个要强”，“内容要强”是其中的核心构成，当前互联网已经成为老百姓的主要生活方式和精神生活的重要来源，网络新闻、网络视频、网络音乐、网络文学等用户规模已分别超过了6.5亿、5.7亿、5.5亿、3.7亿，但网络优质内容的供给却不平衡不充分，内容的粗浅化、同质化现象严重，不少无价值、无营养甚至

低俗、庸俗的内容充斥其中，迫切需要引领新媒体及其从业人员秉持服务国家、服务社会、服务人民的价值理性和精神追求，提高内容产品质量，加强网上正面宣传，扩大网上正能量的辐射范围。从这个意义上讲，引领新媒体及其从业人员切实践行“四力”要求，生产更好更多的优质内容产品是优化网络内容供给的迫切要求。

第三点感受，认真贯彻落实习近平总书记提出的“四力”要求，切实抓好网络新闻信息从业人员队伍的建设，大力传播时代强音，迫切需要加大工作创新力度。总书记讲“新领域要有新政策，新事物要有新手段”，近两年来，中央网信办以项目为依托，推动深入基层，既突出主题宣传，又着力锻炼队伍，每年网络新闻采编人员不少于5000人次深入基层深入一线；以精品为导向，提升政治素质，网络精品生产既激发队伍创造热情，也提高队伍政治素质，积极探索生产坚持正确政治方向、舆论导向和价值取向有机结合的网络产品；以培训为牵引，增强专业素养，组织全国网信系统加大对网络新闻采编人员教育培训工作，每年培训不少于6000人；以管理促规范，推进完善机制，积极探索互联网新闻信息服务从业人员管理途径。在这一进程中，也特别期待相关部门和媒体平台在发挥各自优势、加强队伍建设、完善体制机制等方面更加深入地协同发力，为提高网络新闻信息从业人员队伍的整体素质、营造积极健康向上的网络空间发挥更具建设性的作用！

守正创新，让新型主流媒体强起来

人民日报社副总编辑 卢新宁

很高兴受邀参加首届中国新媒体大会，如此鲜明地将新媒体列为主题，再次表明了主流媒体改革创新壮志雄心。

这次会议的主题也是新媒体，自2014年中央提出推进传统媒体与新兴媒体融合发展以来，主流媒体获得最大发展的版块也是新媒体。以人民日报为例，我们的新闻客户端是2014年6月12日上线的，现在的下载量已经超过2.5亿。央视、新华社等兄弟媒体新媒体发力也是在这几年。可以说正是在融合发展国家战略的推动下，我们用旋风般的集体崛起，重构了新媒体舆论版图，改变着中国的新媒体生态。四年甚至更长的时间里，我们用共同的努力证明了我们这些做传统媒体的人、这些有传统基因的人，也可以在新媒体的战场上开疆拓土、英勇厮杀。

但我今天还是想让交流的主题聚焦在融合发展上。因为这是主流媒体面临的最大难题，也是党中央交给我们的时代课题。2018年8月的全国宣传思想工作会议上，习近平总书记再次提到融合发展，并要求推动宣传思想工作不断强起来。如何让传统媒体和新兴媒体不再是“左手一只鸡右手一只鸭”？如何让我们作出新意、作出光彩的新媒体更好赋能我们的舆论引导能力？如何在全媒体舆论场多出精品提升主流媒体影响力？立足新方位，主流媒体也需要跨过“相加”到“相融”，变“惊险的跳跃”成为“光荣的跳跃”，让新型主流媒体真正强起来。

如今看来，这关系未来的关键一跃还有不少挑战，至少有四个课题等待我们一起破解。

第一，媒体融合向纵深推进，下一步主攻方向是什么

推进融合的最大背景是什么？这一点大家有共识，就是移动互联网日益成为信息传播的主渠道，成为新闻热点生成、舆论发酵的主要策源地。当下互联网就像水和电一样，是基础设施，各行各业都离不开。既然如此，融合必然要围绕着互联网来进行，而不是围绕着其他什么来进行。

有人会说，这个还需要说吗，这是最基本的道理。但从当前融合实际来看，这个道理还真需要认真、仔细、彻底地说一说，因为我们需要真材实料的互联网化，而不是敷衍的、表面的、“看起来很美”的互联网化。前几天，我的同事去一家媒体调研，听到一位新媒体部门负责人感叹，采编部门搞考核，有一些记者编辑在部门里排名靠后，部门主任说再这么下去，你只能去新媒体了。传统业务和新媒体业务割裂，传统业务干不好去干新媒体，这是我们要的融合吗？这样的互联网化有出路吗？恐怕没有。

几年来，我们不敢说对该怎么做弄清楚了，至少对怎么做不行有个认识。融合是化学、生物学的重构与演进，不是简单的物理搬家，带着原先的锅碗瓢盆换个地方另开张；融合是在互联网上找差异化发展空间，不是“村村点火、户户冒烟”的重复建设、盲目跟风；融合是全面的，而不只是单兵突进，即使是传统业务的部分，也不应当与互联网隔绝；融合是全民的，而不是少数人转场分灶，多数人“涛声依旧”。记得前不久，主管部门一位领导说，看一家媒体是否真正融合了，只要看看是不是还有领导在分管新媒体，如果有就说明还没有融合。这话耐人寻味、入木三分。正因为如此，强调互联网化这个方向还是很有必要的。

坚持互联网化这个主攻方向，就应当坚持把握互联网规律、树立互联网思维、对标互联网行业，真正重构媒体自身。2018年9月中宣部在解放日报办深度融合现场会，我很受触动，上观和解放日报探索的核心就是坚定走互联网化道路，彻底面向互联网转身。这几年，人民日报以项目为依托，以中央厨房为抓手，推进面向互联网的渠道、生产、数据三个维度的变革，进而努力实现面向未来、适应互联网发展趋势的架构重构。我们提出：走出“报纸正规军”与“网络预备役”的误区，将专业人才向主阵地汇集；摒除“报纸主业”和“网络副业”的偏见，将优质内容向主阵地汇集。编委会不久前刚刚决定，打造一个全新的项目孵化、创新驱动、产业赋能新平台，相信也将对进一步以互联网化为方向、推动深度融合发挥重要作用。

第二，移动互联网进入下半场，怎样继续聚拢用户、留住用户

能否吸引更多用户，是检验新型主流媒体是否强起来的标志。数据显示，中国

移动互联网活跃终端量已经突破11亿。毋庸置疑，移动互联网已经成了新闻传播的主场，而且这个主场可能已经进入了“下半场”。伴随着智能手机普及，2013年到2015年随着换机潮带来狂飙突进的用户增长，已经一去不复返，移动互联网用户进入了高位稳态区间。

有媒体同行感叹：“紧赶慢赶作出了夏装，穿了没两天，还没进场，天就凉了。”这个说法有一定道理，进入“下半场”，移动互联网用户拉新、促活难度提高，获客成本大大增加，这让移动互联网参与门槛提高了；但这个说法也不完全对，进入“下半场”，内容本身作为入口的价值空前提升，各类互联网平台都在希望通过更多、更好、更精准的内容提升用户活跃度、延长使用时长，无论是传统内容平台，还是过去做搜索、做浏览器、做电商、做工具的应用，都在做信息瀑布流，争夺用户资源，实现流量变现，这对媒体来说是一个新机遇。

当然，内容价值回升并不会天然带来利好，关键看我们自己够不够努力。当前技术进步方兴未艾，大数据、云计算、人工智能、区块链等快速发展，5G商用在即，这都是我们应当研究的课题，特别是能否顺应智能化、平台化、可视化三个趋势，将是决定我们能不能聚拢用户、留住用户的关键。

首先，媒体的智能化。智能化其实体现在很多方面，当前我们最关心的是信息智能分发，也就是“算法”。如果说“前智能时代”是人找信息，那么“智能时代”就是信息找人。这是信息分发方式的巨大变革，它的本质是向互联网用户的主体性、自主性致敬，是体现互联网精髓的路径选择。当然，算法本身如果不加以控制，也会带来问题，有些问题还很严重。以主流价值来驾驭算法，不是对算法的否定，而是对算法的深入。目前，人民日报新媒体正在进行主流媒体算法的研究，已经进入开发的实质性阶段。我们相信，内容算法将成为智能媒体的基础能力。

其次，媒体的平台化和平台的媒体化是必须重视的趋势。这方面大家体会也很深，不是说大家都要自己去建平台，这需要根据自身实际选择，但平台本身所具有的价值肯定是无可替代的。目前，人民日报重点建设的人民号平台、全国党媒信息公共平台等，也是基于自身职能定位的考虑。

还有就是可视化，如果再聚焦一些就是短视频。有人说是移动加视频，带来了意想不到的化学反应，绝不仅仅是把电视搬到手机上。最近广州落幕的中国国际纪录片节，浙江卫视导演许继峰分享了他拍摄《孤山路31号》的故事。这部纪录片视角和拍摄手法独特，项目开始第一天，他就开通了一个“西泠不冷”公众号，首先以片段的分享，和粉丝互动并接受大家的批评建议，进而也在电视大屏上获得超高收视率，小

屏与大屏获得流量闭环。另一位导演张景寻访199个手艺人拍摄了《寻找手艺》，被传统电视台因声音不行、画面不行、不够专业而拒绝，却在“B站”意外走红。还有人民日报新媒体推出的31个《中国一分钟·地方篇》系列微视频，以“一分钟”为刻度，用小切口撬动大主题，持续占据微博热搜榜首。现在有种说法，短视频本身已经成了主流媒体，这个说法很深刻。在这方面新型主流媒体该如何布局，值得我们认真思考。据我所知三大台气魄宏大有大手笔，人民日报也在加大力气发展人民网的人民视频项目，人民日报新媒体也将推出全新的PUGC短视频聚合平台。

第三，互联网“原住民”全面入场，如何用好内容黏住“新生代”的心

内容创新是主流媒体推进深度融合的根本，也是我们的本分，总书记强调要“用内容优势赢得融合发展优势”。几年融合实践，我们在互联网传播的大海中学游泳，体会到了水深水浅，也感受到了水温几何。我的一个突出感受是，只有正确定义“内容优势”，才能有效使用“内容优势”。

何为“内容优势”？这四个主流媒体经常说的字到底意味着什么？我感觉有两层意思：首先，面向互联网大潮，我们要坚定自信，坚守政治和社会责任，生产有思想、有价值的内容，这是刚需，是我们的核心优势。同时，我们也要分外清醒，不要“自作多情”以为把传统媒体上的内容搬迁位移就自然有优势，也不要“自说自话”指望有思想高度和价值高尚就自然有效果，不要“自娱自乐”迷恋声音大些调门高些就自然有影响。保持“内容优势”固然需要“内容定力”，但更需要“内容魅力”，要善于把“有意义”的做得“有意思”，再把“有意思”的做得“有价值”。

如何增加内容魅力？我们感觉第一要旨是研究用户需求。当前特别需要关注用户世代的更替。对于移动互联网来说，技术和人群的迭代，往往引发秩序重建和生态变迁。推动新型主流媒体强起来，必须用好内容黏住新生代的心。有人说，“95后”是互联网的原住民，“00后”是移动互联网的原住民。当我们还在反复强调培育互联网思维的时候，“00后”已经是自带网络基因、拥有个性需求、具备创新思维。当下，他们已经开始走进大学，即将进入职场，这群移动互联网的“原住民”将全面入场，即将成为我们所要面对的主流用户群。面对他们，我们需要考虑的是，党的意识形态如何赢得青年一代？

这几年来，人民日报在赢得年轻人上作了不少努力。比如，改革开放40年主题宣传，怎样才能触达更多年轻人？我们精心打造的“时光博物馆”成了年轻人的“网红打卡地”，一经推出就引爆线上线下。在北京三里屯大家冒着寒风，自愿等待四五个小时排队入场，有观众甚至从澳大利亚飞回北京就为了看一眼时光的记忆；在上海长

宁来福士广场，大家在雨中排起的长队绕了广场好几圈；在深圳万象天地，一家几代的深圳人一起来到时光博物馆，追忆他们离开老家，追寻梦想的起点和初心，感人至深。时光博物馆吸引的主要人群是都市年轻人，能让他们觉得观看、参与主题宣传是一件很酷的事，值得发微博、发朋友圈向朋友炫耀，背后的规律值得深思。

记得去年有个很火的视频，是一位大学老师在网络综艺节目中的8分钟演讲，叫《菜市场里的“两个中国”》，他分析了短缺时代和丰裕时代成长起来的不同中国人的习惯的差异。年轻人对自身体验、品质感的追求，对时代脉动点的把握与感知，其实就是内容创新应当捕捉的“痛点”。他们需要“有谱的内容”，热点的反转和信息混乱，让主流媒体的权威准确成为稀缺品；他们需要“有料的内容”，在垂直领域中，年轻用户对专业的追求十分苛刻，因为用户本身具有相当高的水准，大路货、温吞水会被自然淘汰；他们需要“有用的内容”，真正的“爆款”都是可以使用的內容，能够获取资讯、表达情感、实现互动，就会赢得更多关注，赢得更多转发；他们需要“有范儿”的内容，陌生化表达，对个性的彰显、个体价值的尊重，内容不仅是满足需要，更能证明自己的存在。

时光博物馆的设计就充分考虑了这些需求，它不仅是个线下快闪店，更成了线上的话题中心，我们制作了大量相关的视频、MV、快闪，全网总讨论量超过30亿次。当然，它最终还是实现了有分量，按照中央领导要求，整体迁入国家博物馆加入“伟大的变革”大型成就展。时光博物馆成了人民日报任仲平文章、中央广播电视总台新闻中的场景，我们专门在头版发表《今日谈》评论，剖析时光博物馆火爆背后的民意。通过这种方式，传播在传统媒体与新兴媒体之间，在线上与线下，在官方与民间实现了有效的同频共振。我们的同事告诉我，时光博物馆里最受欢迎的环节，就是打印一份出生当年的人民日报，这个细节意味深长，可能就是我們融合的初心吧。

第四，“闪击战”打出了声势，未来如何打好真正的战役级别的“阵地战”

几年来，融合发展让主流媒体的优质产能“井喷”，网上那些“亿级”的现象级产品，我们的军装照H5，还有央视、新华社的很多产品，大多数来自主流媒体，以至于商业平台都感叹“精英在党内”。通过一次次的“闪击战”“破袭战”，我们打出了声势。但也感到，内容产品层面的成功融合案例，只是媒体融合发展的一个火花。对主流媒体而言，最大的挑战，就是如何推进新闻生产方式和体制机制的深度融合，打好真正的战役级别的“阵地战”，从而使新型主流媒体占据舆论场上的优势和强势。

我们感觉，除了用技术这个“硬件”和机制这个“软件”，为深度融合“赋能”

之外，“人”是最关键的核心因素，也可能成为最大的制约因素。人是全媒体时代最宝贵的财富。事实上，那些最有创意的策划、最有意思的新媒体内容，往往来自于传统媒体的媒体人，我们的H5军官照创意来自于原北京分社和现在政文部的记者；“中国一分钟”的创意是来自于原来海外版的记者。我们的人出去市场价格都很高，关键是如何留住、用好这些人。而总书记要求的“不断增强脚力、眼力、脑力、笔力”，也需要靠体制机制变革激发人才潜力来实现。

这些年，人民日报不断调整自己的机制，报、网、端三块在打通，策、采、编、发的流程在重构，我们用人机制也稍微灵活了一些。人民日报新媒体启动项目制用人，人民网高薪招贤纳士，都是希望向社会传递我们的决心。但下一步，除了我们自己要努力，更需要管理部用改革为我们清除人、财、物管理的重重障碍。只有最大程度激活人的力量，把主力军稳住了，留住主流媒体优秀人才，吸引更多的人才，提升在全媒体舆论场主流价值的输出能力，才会有“诺曼底登陆”的最终辉煌，而不是“敦刻尔克大撤退”的黯淡无光。

今天，主流媒体正站立于时代的风口。我们现在所处的，是一个船到中流浪更急、人到半山路更陡的时候，是一个愈进愈难、愈进愈险而又不进则退、非进不可的时候。尽管困难重重，但我们依然相信，热情拥抱互联网，善于运用互联网，真正做到“合而为一”，我们就一定能够为主流媒体赢得一个崭新的未来。

担负起新时代主流媒体的职责使命

新华社副社长 刘思扬

先给大家介绍两个短视频：第一个，是前不久南昌广播电视台发布的一条现场云报道，用短视频记录了一位参赛选手为了完成和儿子的约定，手握去世儿子照片，坚持跑完马拉松比赛全程的故事。第二个，是2018年9月广西贺州交警支队发布的一条现场云报道。老人颤颤巍巍过马路，骑摩托的男子只身挡住车流为老人守护。

“现场云”，是新华社着力打造的现场新闻移动直播平台，2017年2月19日正式上线。入驻用户用一部手机，就能通过这个平台开展形态丰富的直播，既可以是视频直播流，又可以是文字、组图、短视频，所有报道自动汇集成一个页面，以H5形式在“两微一端”等平台终端上展示。

这两个短视频，都源于“现场云”用户采集的全媒体素材，这些暖人小故事，经过剪辑加工，在新华社“两微一端”和新媒体供稿线路播发，向其他商业网站和新华社海外社交媒体平台分发，产生广泛影响，视频全网浏览量都很快突破千万人次。广西贺州男子守护老人过马路的视频，通过新华社海媒平台传播后，海外网友浏览量1.5亿，点赞量超过4000万，形成世界级影响。

一条平常的地方新闻，在短时间迅速产生世界级影响，这在过去是不可想象的。随着信息传播技术飞速发展，媒体格局、舆论生态发生深刻变化，通过融合发展促进媒体协作，连接受众、联通世界，成为做大做强主流舆论、塑造良好舆论生态的重要方式。

今天，加入“现场云”的媒体和党政机构用户达2992家，注册采编人员3.3万，每天发起直播379场。到今天为止，“现场云”累计发起直播11万场，发布报道80万

条，短视频36万条，突发直播最高访问量超过120万，活动直播最高访问量超过720万。到今天为止，已经有90家媒体的106名采编人员来到新华社“现场云”总部，完成为期1个月的“嵌入式”培训，另有1000多名采编人员接受在线培训。去年“现场云”荣获中国传媒年会“媒体融合特别奖”。

新华社是国家通讯社。过去，我们和用户的关系主要体现在供稿上。新形势下，新华社以媒体融合为契机，通过打造“现场云”平台这样的探索，创新与媒体用户的生产协作方式，整合开放多元分发渠道，免费提供技术平台和培训服务，让更多媒体搭上国家通讯社融合发展的快车，共同做大做强主流舆论。

在2018年召开的全国宣传思想工作会上，习近平总书记提出了“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务。总书记强调，要牢牢把握正确舆论导向，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，唱响主旋律，壮大正能量，做大做强主流思想舆论。

无疑，今天的思想领域呈现多元多样多变的特点。做强主流舆论成为主流媒体使命所系、职责所在。所谓主流舆论，我以为，是占据舆论主导地位、反映时代主流本质、体现社会发展方向，并且产生广泛影响的思想舆论。主流舆论的“主流”，是价值观的主流、议题的主流，也一定是影响力的主流，体现了鲜明性、准确性、生动性的特性。它要求我们坚定政治方向，站稳人民立场，敢于澄清谬误，努力提升新闻报道的“高度”；要求我们加强调查研究，主动设置议题，把握时度效，努力增强引导舆论的“精度”；要求我们活学活用群众语言，创新传播手段、表达方式，努力体现新闻报道的“温度”。

提升“高度”，增强“精度”，体现“温度”，就是守正创新，就是做强主流舆论。为此，我们要在三个方面下功夫。

第一，在基础性工作上下功夫，聚焦新闻报道主业，回答好高举什么、反对什么问题

做大做强主流舆论，要高举新时代中国特色社会主义思想旗帜，突出做好习近平新时代中国特色社会主义思想宣传报道。两年前，新华社成立“第一工作室”，专门负责习近平总书记报道，推出了《领航》《誓言》《大道之行》《那年，我们21》《红色气质》《四个全面》等一大批体现“高度”“精度”“温度”的融媒体产品，在国内外产生强烈反响，其中《誓言》被国家博物馆“复兴之路”收展。我们将进一步完善工作机制，加强习近平总书记报道，既从理论、历史和宏观角度组织好宣传报道，也努力推出更多沾泥带露、形式活泼、文风清新的精品力作，推动习近平新时代中国

特色社会主义思想深入人心、落地生根。为了源源不断推出优质内容产品，2018年1月，我们提出“每日有重点，每周有力作，每月有精品”的融合产品生产目标，并通过一系列制度性措施确保实现。2018年以来，浏览量过千万的融合产品超过100个，其中过亿产品48个，较好地发挥了舆论引导主力军、主阵地、主渠道的作用。

做大做强主流舆论，还要聚焦党和政府明令禁止、人民群众深恶痛绝的问题现象，敢于亮剑。这两年，我们加大舆论监督力度，推出校园“毒跑道”、洞庭湖“私家湖泊”等一批有影响的报道，直接推动相关问题解决。我们将按照中央要求，努力在舆论监督和热点问题报道中引领舆论，做到“坚持真理不含糊，明辨是非敢担当”。

第二，在关键要害处下功夫，推进深度融合、整体转型，回答好“融为一体、合而为一”的问题

一是解决好思想观念问题。传统媒体时代，一场重要活动报道，写几条文字稿，拍几张照片、几段视频，纸媒、电视就够用了；融合发展初期，将文字、照片、视频放在一起播发，就是融合了；而现在，我们不仅要多拍照片、多拍视频，还要根据不同受众需求，制作适配不同终端，尤其是移动终端的动图、全景、短视频、轻应用、表情包等，甚至还要与受众互动，根据互动UGC（用户生产内容）内容进行二次传播，拓展的内容、使用的形式、产生的效果都比过去大了几个量级。

最近，围绕纪念改革开放40周年，我们推出《父亲·我们·时代》《留声40年：那些改变你我的故事》《时代记忆通讯社》《我梦想，我奋斗，我奔向》等一大批创意十足、浏览量过亿的融媒体产品，充分体现新媒体时代个性化生产、可视化呈现、互动化传播的特点。

以《留声40年》为例，专家评析：音乐是时代最好的记录方式之一。《留声40年》从最微观视角出发，以大众最熟悉的“音乐”为切入点，以1978年—2018年40年来不同时代音乐为主线，通过“音乐影像展”、六个时代金曲为主题的沉浸式场景车厢形式，将征集的受众感言融于其中，生动、丰富、立体再现了40年中国音乐的发展历程，给人们生活带来的改变，具有“以声见大”的时代高度，意义非凡。

〔UGC内容〕3年前，我们一家人被困在了也门，外面不时传来战机轰炸的巨响，时有时无的手机讯号让所有人都陷入了恐慌，直到看见海上熟悉的灰白战舰和五星红旗，大家激动地相拥而泣。那一天，在回家的船上，不知道谁起了个头，大家边哭边笑地唱起了这首歌。

——新华社客户端用户“W先生”与《我爱你，中国》的故事

这些UGC内容二次加工后形成的报道，在新华社微信公众号播发后10多分钟阅读量就达到10万+。PGC（专业生产内容）和UGC相互融合的交互方式，产生了神奇的传播效果。

我们要进一步强化互联网思维，牢固树立一体化发展、移动端优先理念，紧跟移动化、场景化、可视化、智能化趋势，加强传播手段和话语方式创新，让新闻宣传更富时代性、更有实效性。

二是解决好体制机制问题。体制机制问题不突破，就不可能实现真正的融合发展。要通过体制机制改革，彻底破除制约融合发展的障碍。比如，融合发展的基础问题是资源整合问题，为了打破部门分割，做到融通共享，我们正在建设集中统一、融会贯通、高效共享、安全可靠的基础数据库，全面整合新闻信息资源，为融合发展和业务创新提供有力保障。通过深入调研，我们已制定适应融合发展要求的体制机制改革方案。明年，我们将通过一系列体制机制改革，使具有通讯社特色的融合发展新模式更加高效，“融为一体、合而为一”实现突破性进展。

三是解决好产品生产问题。融合发展的成效，归根到底要靠内容产品检验。近年来，我们推动内容与创意、技术、渠道等全方位、全链条融合，加大产品供给，取得重要突破。仅常态化运行的融媒体栏目“新华全媒头条”，就实现年均发稿300多组，新华社两微一端平均点击超300万、传统媒体刊播平均超300家，去年成为首个获得中国新闻奖特别奖的融媒体栏目。随着5G时代到来，视频类产品将迎来大发展。我们提前布局，对加强创新视频业务作出规划，明年新华社原创短视频生产能力将大幅度提升。

四是解决好技术引领问题。先进技术是融合发展的重要支撑。随着人工智能技术异军突起，新闻生产传播模式正在重塑。我们推出全球领先的“媒体大脑”“AI合成主播”、媒体创意工场等重大举措，努力引领新闻业态变革，为优质内容打造提供强大技术支撑。2018年夏天，“媒体大脑”2.0版全面应用于世界杯报道，31天生产短视频3.7万条，最快一条生产仅耗时6秒。哈佛大学尼曼新闻实验室等研究机构评论说，“当美国媒体还在缓慢地引进人工智能技术，中国的新华社早已大步向前”。未来，我们将进一步加大技术创新力度，积极构建以智能技术为基础、以人机协作为特征、以大幅提高生产传播效率为重点的智能化编辑部，推动技术建设与内容建设深度融合，让先进技术为主流舆论插上腾飞翅膀，推动党的创新理论“飞入寻常百姓家”。

第三，在工作水平上下功夫，加强队伍建设，解决好增强脚力、眼力、脑力、笔力的问题

增强“四力”是加强队伍建设的关键。为此，我们制定了《关于增强“脚力、眼

力、脑力、笔力”的实施方案》。

一是深入调查研究，不断增强“脚力”。调查研究是新华社的优良传统。近年来，我们深入推进“扎根工程”，大兴调查研究之风，在实践中锤炼思想、陶冶情操、转变作风、改进文风，涌现出大批沾泥土、带露珠、冒热气的作品。我们将持续推动采编人员到基层去、到群众中去、到生活中去，用脚步丈量民情，用真心体察民意，密切同人民群众的联系，做党和人民信赖的新闻工作者。

二是持续观察分析，不断增强“眼力”。要学习掌握历史唯物主义、辩证唯物主义的立场、观点、方法，紧紧围绕党和国家工作大局，把中央精神与基层实践结合起来，把国家发展与群众感受结合起来，把先进典型与生活实际结合起来，见人所未见、言人所未言，充分发挥主心骨、压舱石、定盘星作用。

三是强化政治意识，不断增强“脑力”。要始终践行马克思主义新闻观，准确把握时度效，抓住涉及治国理政的战略问题、广大群众关注的现实问题、国内外发生的热点问题，加强议题设置，以主流引领多元，让我们的议题成为引导社会舆论的话题，把人们的思想和行动更好地凝聚到奋斗目标上来，更好地发挥凝聚力量、鼓舞人心作用。

四是改进报道方式，不断增强“笔力”。从实践看，强化用户思维，增强跨界叙事能力，用心用情打造让群众爱听爱看、入脑入心的融合精品，能起到春风化雨、润物无声的效果。我们将继续加大创新创意力度，不断丰富和创新产品供给，推动内容优势源源不断地转化为传播优势，做大做强主流舆论。

守正创新，增强“四力”，是中央对我们的要求，融合发展、移动优先，是媒体发展大势。我以为，媒体融合不是封闭的，而是跨界、开放、包容的；不是单个媒体一家的独奏，而是各类媒体的集体合唱。让我们携起手来，解放思想、转变观念，加快推动深度融合，不断创新传播手段，努力构建全方位、多层次、多声部的主流舆论传播矩阵，合奏出“大珠小珠落玉盘”的传播效果，完成好党和人民赋予的职责使命。

守正创新出精品 做新媒体舆论场的价值引领者

中央广播电视总台中央电视台副台长 袁正明

中国记协举办首届中国新媒体大会，“增强‘四力’，守正创新，多出群众喜爱的融合精品”的主题很具体也很务实：“守正创新”是融合发展的根本方向和路径指引，“增强‘四力’”是融合发展的根本保障，“多出精品”是融合发展的主要着力点和落脚点，而“群众喜爱”则是衡量精品的重要标准。这四个关键词恰好说出了新媒体精品创作的“方法论”。这次大会为我们提供了一次难得的交流机会。在这里，我和大家一起分享总台组建以来在新媒体建设方面的一些探索和实践。

组建中央广播电视总台是中央打造现代新型主流媒体的重大战略举措，也是推进媒体融合发展的重要顶层设计，总的要求就是：要全力打造自主可控、具有强大影响力的新媒体平台，形成融合发展的全新格局。应该说，这是一个责任重大的新使命，也是一次前所未有的大机遇。

中央广播电视总台组建以来，首先提出了“台网并重、先网后台、移动优先”的发展战略。以守正促创新，以创新强守正，以三台整合为契机，着眼于有机融合、优势互补和激发活力，着重从六个方面重点发力。

一是以领袖的高度就是宣传报道追求的高度为标准，聚力打造总台“头条工程”，努力做到习近平新时代中国特色社会主义思想和总书记重要时政报道“天天见、天天新、天天深”。

二是精心培育评论品牌，推出“央视快评”和“国际锐评”，突出“真、短、快、活、强”的特点，不仅在电视上进行传播，也在网络上迅速成为热点，真正做到

了重要讲话、重大活动、重大事件必发声，成为时政评论的“轻骑兵”。

三是全力推动重大报道的融合传播，博鳌亚洲论坛三台记者主持人首次以“总台呼号”亮相，此后的“上合组织青岛峰会”“上海进博会”“阿根廷G20峰会”等重大报道亮点频出，广播、电视、新媒体同频共振、深度融合，多终端、多产品、多平台多语种全覆盖，真正实现了“1+1+1>3”的整合传播效果。

四是倾力打造文化精品节目集群，贯通大屏小屏，以融媒体文化产品推动新思想传播，激活传统文化基因，弘扬主流价值，体现了文化创新内容的聚合效应。

五是快速布局5G技术，推出4K频道。改变长期跟随的思维惯性，顺应行业风口，抢占新技术制高点，用新技术赋能融合发展。

六是奠定未来产业新格局，建设长三角总部和长三角记者总站，此后还会有一系列大动作。以前所未有的开拓新姿态，打开发展新空间。

这些战略重点的布局为总台新时代高质量发展奠定了坚实的基础，也为“融为一体、合而为一”的全媒体建设提供了有力的保障。

守正创新要有大格局、大动作，要切实提升四种能力，即：内容生产力、技术驱动力、平台竞争力和生态链接力。

守正创新要有着力点、发力处，台领导有一个流传很广的说法：大象也要学会跳街舞，指的就是要我们在新媒体领域，要善于发力、精准发力、持续发力，以此为抓手，增强“四力”，不断学习和提升新媒体表达能力，创新创优出精品。下面，我想围绕大会主题，结合我们的实践探索，简单给大家介绍一下总台新媒体精品创新的一些点点滴滴。

一、以时政微视频为重点，探索新形态新表达

3集微视频《初心》是央视第一次将党和国家最高领导人的人物专题片，将首发平台从传统电视端移至新媒体平台，全网十天内阅读量达到12.36亿，创下时政微视频传播纪录。《初心》创作伊始就充分考虑到了微视频碎片化传播的新媒体属性和移动端用户的收视习惯，每集片长都不超过8分钟，简洁精要，长短适中。3集短视频不加一句画外音解说，全部用习近平总书记本人在资料片中的自述和历史见证者的回忆，生动具象，引人入胜。值得一提的是，《初心》不是一部旧有视频资料的再剪辑再汇编，而是一种全新的运作与创新突破。在节目的采编过程中，通过资料剪辑增加历史的厚重感，通过实地拍摄提高现实的贴近性，两者相辅相成、相得益彰。2018年以

来，总台共推出时政微视频作品60余条，其中《窑洞里的读书人》《家国天下》《鼓岭！鼓岭！》《从深圳到雄安》等微视频作品形成了“现象级”热播。

二、以大屏联动小屏，探索新互动新体验

大型文化节目的创新一直是我们的强项。围绕《习语近人》《国家宝藏》《经典咏流传》《中国诗词大会》等原创爆款节目，充分构建了全方位的融媒体传播矩阵，通过“一键触发”形成热点，打通内容、平台和渠道，用更亲切更具有代入感的新媒体传播手法、互动玩法吸引年轻观众，实现了现象级传播的效果。比如正在播出的《国家宝藏》结合李白《上阳台贴》^①，与腾讯文创《王者荣耀》合作推出游戏角色李白的专属皮肤和文物知识问答互动产品。上线6天，产品总访问量达到2.9亿。2018年播出的大型节目《中国诗词大会》一经亮相就引发了广泛关注，刮起了一股古典诗词的中国风，比赛中一举夺冠的外卖小哥雷海为迅速成为“网红”，俘获了大批网民特别是年轻网民，被誉为“励志楷模”。

三、以用户为中心，探索新角度新观感

重大报道从来都是讲述中国故事最好的机会。比如朱日和沙场大阅兵直播我们搭建了多个特种设备：万象鹰眼、贴地机位、长颈鹿机位等，这些特种机位实时信号让人眼前一亮。整场阅兵的新媒体直播将传统的线性观看变为非线性交互体验，首次尝试“网民做导播，想看哪路看哪路”，直播过程中多种效果、特殊角度、极致体验任你选，真正让网民实现：选你最喜欢的，看你最想看的。去年两会期间，“中国之声”推出的新媒体原创交互式H5“央广主播的朋友圈”系列作品，将一个围绕两会内容生成的虚构朋友圈和真实的央广主播相结合，以大家非常熟悉的朋友圈表现形式，提升了报道内容的亲和力。

四、以新技术手段，探索新场景新应用。

特殊现场永远有着特殊的魅力。在“天舟一号”发射报道中我们应用VR直播的新技术进行了全程全景直播，开创了三个“首次”：首次航天领域VR直播、首次近距离全程直播火箭发射、首次在VR直播中引入专业讲解员，并且创造了100米的史上最近距离，全程直播火箭发射的记录。通过VR技术，观众可以通过屏幕直接感受火箭发射瞬间烈焰扑面而来的震撼冲击效果，还能在火箭吊装、转运等环节获得全方位

的沉浸式体验，仿佛身临其境。前方报道团队一名成员在施工过程中险些出现生命危险，事后很久他在朋友圈写道：“如果有人问我：这个时代，你愿意为创新付出能承受的最大代价是什么？我的回答：可以是生命的代价！”2018年4月，叙利亚首都大马士革遭遇美英法“精准军事打击”。在这个空袭之夜，央视记者徐德智在大马士革驻地展开一场来自战地的移动直播，一个人肩负出镜记者、编辑、导播、摄像、卫星传送工程师、新媒体直播多重任务，实时带来战地的最新消息。

在探索实践中，我们深刻体会到，一个新媒体精品的产生考验的是脑力和笔力，凭借的是眼力和脚力，依靠的是思想的高度、发现的眼光、到达现场的脚步力和表达方式的创新。脚力、眼力、脑力、笔力是相辅相成、有机统一的。

大家熟悉的微视频《公仆之路》可以说就是“四力”在重大题材创作中的综合体现。十九大这么重大的主题，如何开题，找准聚焦点？微视频《公仆之路》把“人民公仆”作为立意切入点，我们曾用“三个一”来概括它的创新性：一脉相承、一以贯之和一镜到底。中国共产党为人民服务的核心精髓一脉相承，总书记的公仆情怀一以贯之，用一镜到底做到了精准表达。微视频通过精选习近平总书记从政经历中最为典型的场景、图像、声音，综合运用一镜到底、三维投射等多种技术手段，在短短几分钟之内让主人公完成了48年的时空漫游，集中凝练地展现出习近平总书记“永远做人民公仆”的政治品格，再现了他从黄土地到中南海，初心不变、始终如一、为人民服务的公仆历程，全网播放量超过2.5亿次，产生了强烈社会反响。可以说，没有思想的高度，就无法做到精准艺术地表达，没有敏锐的眼力，就无法洞察现实的本质，没有深入一线，深入现场的功力，就不会有切身的感悟。

在探索实践中，我们更为深切地认识到，增强“四力”是我们新闻工作者永远不变的追求。

——要用新思想淬炼脑力，才能获得真知灼见。思想是魂魄是底蕴，是站位高视野远的根本保障。

——要用新视野提炼眼力，才能发现真材实料。有敏锐的发现，才有深入的思考，才能立足大时代，发现真问题。

——要用新实践磨炼脚力，才能传达真情实感。有了铁脚板，才会写出大文章。你离现场越近，观众离你越近。

——要用新表达历练笔力，才会被受众喜闻乐见。以主流话语塑造主流表达，最终赢得观众和用户靠的是千钧笔力。

互联网越来越成为传媒竞争的主战场，战场变了，打法也要变，但不变的是：增

强“四力”，守正创新，为观众和用户提供更多更好的内容精品，让互联网这个时代的最大变量，成为主流媒体掌舵新兴舆论场的最大增量。面对新时代新使命，让我们新闻媒体人，共同用行动来回答这个充满魅力的“时代命题”。

融媒体的下半场 ——主流媒体主导内容生态

光明日报社副总编辑 陆先高

站在中国改革开放40周年的历史节点，主流媒体都在思考我们的改革与创新。按照习近平总书记对宣传思想工作提出的要求，要巩固壮大主流思想舆论。要加强传播手段和话语方式创新，让党的创新理论“飞入寻常百姓家”。守正创新，是党中央对我们提出的要求，既需要增强脚力、眼力、脑力、笔力，以专业精神和专业能力提升核心竞争力，又需要以开放的眼界打破思维定式和路径依赖。移动互联网时代的新媒体发展，既要顺应技术变革的大势，主动迎接5G时代的到来，让主力军上主战场，又要不畏浮云遮望眼，守住根本，不忘初心。

这个“根本”就是机构媒体的内容优势和历史积淀。如果说，此前的几年，媒体融合大致完成了平台的搭建、资源的整合、流程的改变、技术的升级，那么今天，可以说已进入了融媒体的下半场，开始比拼核心竞争力。我们更需要专注于内容建设，重新寻求机构媒体主导内容生态的可能性。

我结合光明日报融媒体产品矩阵中评论、视频、直播3种类型产品的内容生产，分享我们的思考和体会。

一、评论立端、立网、立报，引导社会共识与中央决策同频共振

作为中央媒体，很难预测突发事件的发生，也很难保证记者能出现在第一现场并第一时间发出事件消息，最有可能的介入点是有了权威确认的信息源后开始发声。到了这时候，最有力量的形态就是时评、言论了。在这个领域，我们追求的最佳境界

是：让社会共识与中央决策同频共振。

光明日报全媒体、多终端刊发的不同形式的评论产品，贯穿着相同的理念：让社会共识与中央决策同频共振，找准社会治理提升与民众诉求表达的契合点。不使用说教口吻，也不简单消费公众情绪，而是站在党报的高度观察，站在民众的视角说话，既让读者心里认可，也为提升社会治理水平提出建设性意见。

这是我们的时政评论努力的方向。重大事件的时评文章，我们会把握三个原则。

第一个原则，把握历史大势，凝聚最大共识。习近平总书记提出的“形成更高层次改革开放新格局”，就是历史大势，也是最大的社会共识。以近来有关“民营经济”的这波舆情为例，在2018年9月所谓“民营经济离场论”出现之前，我们就刊发了一系列坚持市场导向改革的文章，如《亟需以纠正涉产权的冤假错案来安人心、促增长》《民间投资增速重现下滑再促保护产权》等。在“离场论”出现的次日，光明时评就刊发了《改革开放40年：更要坚定市场导向》一文，与人民日报、经济日报相关评论呼应，构成了巨大舆论引导力，最快速度廓清了噪音杂音，三家主流媒体不约而同联袂发声，在一定程度上为中央民营企业座谈会的召开作了舆论铺垫。这之后，光明评论又相继刊发了《发展民企，以竞争中性原则待之足矣》《以善治托底，为民企纾困》等文章，与中央精神保持一致，为善待民营经济反复呼吁。

这些文章，保持了稳定的价值观，形成了稳定的阅读期待，引领了舆论场上相关议题。我们认为，评论不只是输出新观点，更要反复重申基本原则与常识，保持大方向的清晰，这是凝聚上下共识最有力的抓手，既服务于党的新闻工作大局，也起到安定人心的舆论效果。

第二个原则，嵌入事态发展全过程，形成全方位解读与连贯性的舆论引导。对于一些热点事件，光明时评会持续关注，连续刊发评论，在事件发展的不同阶段以不同角度述评，对舆论的动态走向产生持续牵引作用。

以江苏昆山街头反杀案为例，在事情发生的初始，光明时评就发出由专业刑诉律师撰写的文章《反杀案防卫定性：公众朴素正义观与法律并不矛盾》，解析细节，梳理民意，提炼了网民的疑点所在，为昆山案定性提出具体意见；之后云南楚雄发生类似案件，光明时评又发出《楚雄版“反杀案”，再议正当防卫司法实践》一文，着重比较此案与昆山案细节中的区别所在，形成了舆论场前后语境相连的专业意见，解析个案的普遍性意义；在最高法关于正当防卫认定标准的司法解释出台后，光明评论很快又刊发《司法解释鼓励正当防卫体现司法人文关怀》一文，形成舆论与决策的呼应，从案件分析延展为制度建言。由此，光明时评实现了对突发新闻、同类事件

关联、制度性解决方案的全面关注。评论紧盯舆论走向，实现了从“追着舆论走”到“领着舆论走”的格局转变。

第三个原则，坚持专业话语，将公共讨论引入社会治理。主流媒体也必须具有专业精神，不说外行话，打破空话、套话等套路，才能带来公众对评论话语的认可。评论需要将朴素认知、直观意见用专业语言表述出来，形成在专业领域内有价值、有分量的意见表达。在山东“于欢案”中，光明网评论员发文《试看于欢案以何种方式被写入历史》，文章提出“法律的诞生，就是对自然正义和人类价值的系统化和制度化”，正是这种将民众朴素情感转译和提炼的语句；国务院国资委印发《中央企业合规管理指引（试行）》，文件刚一发布，具有解读能力的舆论资源稀缺，光明时评刊文《合规管理体系建设是企业发展正途》，以中兴事件为标本解析了企业在走向世界过程中合规管理的必要性，成为舆论场上少见的专业声音。这些评论，既提炼了民意，也提供了可供涉事部门、单位参酌的专业意见，贴合了社会舆论的时效性，也提供了治理层面的可行性。

在众声喧哗的舆论场，主流媒体评论的影响力来自公信力，公信力则来自对民意的回应、对社会治理建设性意见的表达，这也是主流媒体评论在突发事件舆论引导方面应当承担的职责。

二、报纸制作融媒体短视频，重在题材选择和议题设置

光明日报这样的报纸媒体做音视频产品，难点不只在设备与技术加工能力，还比如音视频素材来源的合法性、传播途径等，都面临考验。但我们也只能迎难而上，在题材选择、思想立意和内容视角上多下功夫，比如体现治国理政思想等重大题材的短视频作品，力争内容差异化，把焦点放在我们最有优势的领域和最有特色的视角上，寻找着力点。

我们成立了重大题材视频工作室，以选题立项、灵活组团形式打破部门界限，力图以机制创新激活内容生产力，让优质采编力量参与撰写和修改脚本，不断提升立意高度和文字表达，争取优势弥补短板。

2018年全国两会，我们推出“光明的故事”系列微视频作品，引发“刷屏式”传播，短时间达到1.4亿次的浏览量。这几个短视频作品，思想立意和特色视角是关键。比如，《朋友习近平》微视频反映了习近平同志在河北正定工作期间与作家贾大山的深厚友谊，创意源于光明日报曾经刊发的习近平总书记的一篇悼友旧文《忆大山》。另一个微视频《光明的故事》则是讲述了习近平总书记在人民大会堂会议合影时为

“中国核潜艇之父”黄旭华让座背后的故事。从我们自身特色和定位入手，抓住习近平总书记与知识分子间的深厚情谊，以小切口、大主题传达出习近平总书记对知识分子的关爱。

如果说，重大题材微视频，我们强调“同类主题、特色视角”，那么，在一些垂直细分领域，则强调的是“特色领域、众筹方式”。通过和今日头条、抖音等商业平台合作，利用互联网众筹，用户参与内容生产，然后在各平台上推送。作为机构媒体，我们既要利用UGC的生产能力，又要体现PGC的优势。强调机构媒体的议题设置话语权，引导和传播正确的价值观。

比如，2018年5—7月，我们组织了“感动毕业季”微视频征集活动，更多采用了PGC的方式，共收到来自全国百余所高校的作品。与此同时，我们的团队将发现的好线索进行追踪拍摄。比如，我们新媒体团队制作了《最后一节班会课》的微视频，表现浙江大学研究生支教团在大凉山留下的感动，分别制作出8分钟版、3分钟版、15秒抖音版。从传播特点看，体现了4个结合：网络与报纸结合，流量与质量结合，小故事与大主题结合，好内容与大平台结合。

回过头看，PGC的好处在于，征集的作品多为学校或专业机构制作，内容和质量总体水平高，参选视频在各平台总播放量超过2400万次。但PGC仍是传统的征集方式，结果是征集的视频制作大部分很精良，但缺少参与的广度，缺少众筹内容的丰富度。于是，在接下来的“开学季”短视频征集活动中，我们希望采用UGC。此时，团队内部出现了分歧：一种意见是与短视频商业平台合作，开设专题广泛征集；另一种意见是不宜采用此方式，担心用户上传的内容有潜在风险，万一视频内容出现问题，责任谁承担？这样的问题我们每天都能碰到，也在不断探索，如何既用好内容众筹的力量，又在内容筛选上体现编辑选优的主导力。

三、选择直播场景，引导手机直播内容生态

手机直播在这几年发展迅速，尽管其内容格调、受众群体广受非议，但一点儿没有耽误其在互联网视频内容传播领域的迅猛势头。作为中央新媒体，如何利用新兴的互联网产品形态和传播渠道，疏导和引领手机直播的内容生态，既是我们的政治任务，也是业务拓展的必要路径。手机直播几乎没有门槛，所以对直播内容场景的选择，是我们唯一要决定的。凭着直觉，我们选择了最熟悉、最擅长表达的领域。

高校是光明日报最具优势的领域，尤其是高校招生的信息传播，有品牌号召力，我们当年就是拿着一份光明日报填报高考志愿的。连续两年，我们推出了“高校招

办主任大直播”，2018年约120期，几乎覆盖了“985”“211”以及地区性和特色高校，约有1亿人次的观看和浏览量，成为高校直播的现象级产品。高招信息是刚需，利用直播的方式介绍学校的历史、现状、学院设置甚至校园食堂等设施，让考生和家长对自己感兴趣的学校专业环境有直观的印象并形成互动，这样的手机直播参与门槛低、互动效果好，显然大受欢迎。而且，在整个融媒体活动当中，考生、媒体、教育主管部门、网络直播主管部门，甚至各个参与合作的手机直播平台，在中央新媒体的资源整合过程中，形成了各方共赢、乐在其中的良性生态。

我们同时还探索了一系列的手机直播：比如推出“致非遗 敬匠心”系列直播，深入非遗文化发源地，走近非遗技艺传承人，让非遗“活”在大众身边，其中介绍天津杨柳青年画的那场直播，在线观看达到530万人次，成为非遗传播史上的奇迹；推出“博物馆奇妙之旅”直播活动，让博物馆以及镇馆之宝立体展现在用户眼前；还有联络网络红人，走进敬老院，慰问改革开放功勋老人，给了平日差异巨大的群体互相认识、了解、认同的机会，社会评价效果都非常良好。

对手机直播传播场景的追求，甚至倒逼我们进行相关技术创新。比如我们自主研发集成的多信道移动直播云平台，业界俗称“钢铁侠”，单兵作战，就能同时实现对16家手机直播平台的信道提供，在全国两会人民大会堂现场这样的特殊场景，主流媒体通过特殊装备占据大部分市场化直播平台的直播覆盖，主导了主题新闻在手机直播领域的传播路径，引起了业界的高度关注，也荣获了最新一届中国新闻奖融媒体二等奖。

今天，光明日报新媒体具备了一定的对外技术输出能力，包括给一些媒体同行、新成立的融媒体中心提供新媒体解决方案和技术支持。这样的尝试和努力，正是因为我们有这样的理念：机构媒体完全可以相互合作，取长补短，尤其是弥补技术、产品、渠道和平台短板，以更能发挥内容生产优势，引导和主导融媒体时代的内容生态。相信只要我们瞄准互联网技术发展大势，深耕垂直领域，不断激发内容生产力，就能在融媒体的下半场走得更稳、更远，就能在提升传播力、引导力、影响力和公信力上体现我们的作为和担当。

以深化改革推进深度融合 ——解放日报深度融合、整体转型的探索与实践

解放日报社副总编辑 马笑虹

近年来，解放日报牢牢把握提升主流媒体报道力、引导力、影响力、公信力这一根本方向，坚持改革创新不动摇，以深化改革推进深度融合，探索走出了媒体融合从“相加”到“相融”的关键一步。

一、融合之路循序渐进

2013年，根据上海市委和市委宣传部的部署，解放日报制订新媒体发展五年规划和三年行动计划。作为三年行动计划的重点项目，2013年12月10日，定位为“精品阅读新闻类APP”的“上海观察”开始试运行，2014年1月1日正式上线。

2014年10月，解放日报全媒体采编平台上线，从技术上打通报纸和新媒体内容生产流程，实现新闻信息一次采集、多种生成、多元传播。

2015年4月，解放网试行频道负责制，内容制作权交给各采编部门，以此牵引带动纸媒、客户端、网站三大平台一体化发展。报社鼓励各采编部门积极探索发展新媒体，“伴公汀”“微观上海”等一批有影响的微信公众号相继涌现。

根据上海市委决策部署，2015年10月起，解放日报着手制订改革方案。2016年3月1日，解放日报深度融合、整体转型改革正式实施。

二、坚定不移战略转型

（一）明确目标方向。按照上海市委“脱胎换骨、腾飞发展、深度融合、整体转

型”的改革要求，报社提出了“一个目标”“一套机制”“两大产品”的改革思路。

一个目标：“十三五”期间，解放日报社要成为一家以互联网传播为主要渠道、以报纸传播为重要依托的新型媒体机构。

一套机制：建立适应互联网内容生产规律的新的采编架构、流程，配套建立合理有效的薪酬激励机制。

两大产品：《解放日报》着力成为互联网环境下的精品党报，精准传播中央和上海市委声音，权威解读市委市政府中心工作，强化深度、耐读等纸媒特色；“上海观察”瞄准“更快、更宽、更深”目标，着力成为上海市委在互联网权威发布的第一平台、上海市民及城市利益相关者了解上海的第一选择。

（二）扎实推进改革。解放日报社制订改革方案、落实责任，边探索边实践，边总结边深化，各项改革举措扎实推进。

一是改架构，探索“一支队伍，两个平台”。

深度融合、整体转型启动后，《解放日报》和“上海观察”（后改名为“上观新闻”）同时改版。报社将所有采访力量全部迁入上观，一支队伍服务报纸和客户端两个平台。

“部门制”改为“频道制”。《解放日报》除保留要闻编辑部、新闻编辑部、专副刊编辑部3个纸媒编辑部门外，其余部门全部迁移至上观，组建适应互联网传播形态的大频道。频道设总监，加强重点策划和导向把关。采编人员通过全员竞聘上岗。

栏目成为最基本的内容生产单元。频道下设栏目，栏目设主编。栏目既向上观供稿，也向报纸供稿。栏目由记者编辑自主申报、竞标产生。报社定期对栏目考核，考核不合格的予以淘汰，相关人员或加入其他团队，或重新申报新栏目。目前有栏目60多个。

试点栏目主编负责制。2017年6月，报社通过竞标推出“法治”“公共空间”“运动+”“原点”等7个栏目，进行主编负责制改革试点。栏目主编成为栏目建设的第一责任人，全权负责栏目的策划、采编、人员调配、稿酬分配等。报社以影响力和美誉度为导向，制定栏目考评办法，定期对栏目考核。

新设多个新媒体采编部门。上观编辑中心负责上观首页更新、新闻监控、重要新闻摘编和推送；上观视觉中心在新闻摄影和图片编辑之外，融合组建了设计和视频两支团队；上观数据新闻中心借助柔性组合协作机制，前端技术部分外包，形成融媒体产品的规模化生产；上观运营技术中心负责“上观新闻”内容、品牌运营推广和技术开发。

二是改流程，实现“网络优先”。

建立新闻优先上网制度。报社要求，新闻必须第一时间首发上观。现在记者抱着电脑跑新闻现场，第一时间写稿传稿发稿已成常态。

启用融媒体指挥中心。融媒体指挥中心的主要职能：一是负责每日重大新闻、重要舆情的监控、研判及相应采编决策等；二是负责讨论策划重大选题、重要产品，每天策划并组织实施2—3个重点选题，指挥重点产品的传播推广；三是负责分析评价《解放日报》和“上观新闻”内容的质量控制和传播效果。

三是改机制，突出“采编为宝”。

报社推动资源向采编人员集中，分配向优秀人才倾斜。

实施采编专业职务序列改革。开展首席岗位和采编专业职务序列岗位评聘。首席岗位在待遇上采取年薪制，并在进修、考察、培训、职称等方面享有优先，特聘首席还享有报道项目立项权、策划权、专栏权。在首席岗位以外，为采编人员设置4档1—10级岗位序列。

实施稿酬考核制度改革。围绕传播力、影响力两个核心指标，以鼓励多出各类优质作品为导向，体现强化绩效激励。

四是强技术，立足自主开发。

报社加大技术投入，加快新技术应用，加强技术队伍建设。核心应用立足自主开发，一些相对独立的非核心应用开发交由专业公司完成。目前，包括技术总监、安卓工程师等技术人才，均采用自主招聘模式引进。

三、融合转型初显成效

融合转型以来，解放日报·上观新闻初步实现了“融为一体、合而为一”，在主流舆论阵地上的传播力、影响力不断提升。

（一）优质内容不断涌现。在融媒体采编一体化运作机制推动下，报社着力加强内容建设，报纸、客户端和社交媒体同频联动，探索主流内容的互联网传播，以优质原创内容吸引读者。

创新做好主题宣传，出新出彩凸显亮点。党的十九大前夕推出的“习近平在上海”系列特稿、2017年10月底习近平总书记带领中央政治局常委集体瞻仰中共一大会址的版面处理和“初心”特刊，以及“申言”“解放论坛”等品牌言论栏目，受到各方高度关注和肯定。

聚焦上海中心工作，更深更透更加权威。深耕本地新闻，力求做到最好。在改革

开放再出发、打响上海“四大品牌”、优化营商环境、推动长三角更高质量一体化发展等事关上海长远发展的重大新闻上及时发声、权威解读、深度挖掘，较好地发挥了主流媒体的舆论引领作用。

创新内容产品形态，更新、更活、更有传播力。融合转型以来，跨频道、多“兵种”柔性组合的融媒体报道，已经成为重大报道的“标配”。党的十九大、全国两会、上海党代会等重要会议，上观推出丰富的融媒体产品，有的成为网络“爆款”。

打造优质品牌栏目，更有效地提升影响力。上观推出的“李强一周”“申言”等栏目，围绕市委中心工作，以适合互联网传播的表达方式，梳理阐述市委主要领导每周工作重点和精彩言论，传递市委重要声音、决策思路，受到广泛关注，栏目传播力、影响力表现优异。

（二）报网联动两翼齐飞。《解放日报》和“上观新闻”互为依托，一体发展，两翼齐飞。上观实现24小时发稿，及时捕捉热点，迅速传播信息，着力引导舆论，在新闻竞争中抢得先机。上观每天更新稿件近百篇，其中原创稿件占七成左右；产品形态“融媒体”特色凸显，包括短视频、交互式H5、数据新闻等；表达形式更加生动活泼，更易为年轻读者所接受。《解放日报》坚持正确导向，对报纸内容板块、版式版样进行优化升级，进一步突出“党”字，努力传播权威声音；突出“新”字，做深做透新闻；突出“学”字，提升思想性知识性。改革后，读者普遍反映“解放日报更有看头了”。

（三）传播力影响力不断提升。主力军挺进主战场，主流媒体的传播力、影响力不断提升。以近一年来的数据为例，“上观新闻”APP总浏览量、“上观新闻”公众号总浏览量、稿件“10万+”数量和平均浏览量均大幅提升。

（四）上观品牌崭露头角。加强品牌运营，线上线下联动，覆盖多层次人群，“上观新闻”在移动互联网上的品牌效应迅速提升，逐步成为上海的一张“融媒体”城市名片。首届中国国际进口博览会倒计时100天之际，“上观新闻”策划设计了4列“进口博览会地铁专列”。“上观新闻”还登陆东航班机，成为全国首个可在飞机上阅读的新闻APP。

（五）采编队伍活力迸发。栏目制改革，使采编人员的角色意识从被动转为主动；采编专业职务序列改革，使优秀采编人才的晋升通道进一步畅通；首席记者编辑的“球星”作用凸显，好稿数占好稿总量近30%，一批优秀中层干部不当主任当首席；新的考核激励机制，使采编人员参与改革的获得感普遍提升；更多“90后”员工加盟，采编人员平均年龄36岁，队伍更加朝气蓬勃。

四、融合转型三点体会

一是改革方向完全正确。中宣部加快推进媒体融合发展，上海市委高屋建瓴，作出深度融合、整体转型决策，完全体现了习近平总书记“融为一体、合而为一”的要求。市委、市委宣传部顶层设计、资源扶持、全力推进，报社迈出从“相加”到“相融”的关键一步，成为融合转型先行者。

二是主力军转场很必要。党报队伍在政治上可靠、在能力上过硬，值得信任，也能打善拼。通过挺进主战场，采编人员从单一的“纸媒人”变成“全媒人”，主流媒体在互联网主战场的影响力凸显。

三是坚持改革绝不停步。我们将按照习近平总书记提出的新时代宣传思想工作使命任务，守正创新，不断提升新闻舆论工作水平。坚持深化改革不停步，按下改革“快进键”，跑出改革“加速度”，奋力把媒体融合改革向纵深推进。

（编辑 王雷亭）

中国新闻奖首次评选
媒体融合奖项

第二十八届中国新闻奖媒体融合奖获奖作品

融合发展是当今世界媒体发展的新趋势，是传媒领域一场重大而深刻的变革，对新闻媒体的采编流程、传播手段和产品形态等都产生了深刻影响。党的十八大以来，党中央十分重视媒体融合发展，作出一系列重要决策、提出一系列重大举措，推动媒体融合发展取得重大成就。

中国记协对媒体融合发展始终保持高度关注。2016年11月，新一届理事会和党组履职以来，把在中国新闻奖中增设媒体融合奖项，作为响应新闻界呼吁、改进中国新闻奖评选工作、深化中国记协改革的重要举措来抓。2017年下半年，中国记协正式提交在中国新闻奖中增设媒体融合奖项的申请，经有关部门批准，从第28届中国新闻奖开始增设媒体融合奖项共50个奖数。在新闻管理、行业协会、业界、学界等各方充分讨论、征求意见的基础上，中国记协制定了《中国新闻奖媒体融合奖项评选办法》，对评奖宗旨、评选项目及基本要求等作出详细规定。根据媒体融合发展的新趋势、新特点，分为短视频新闻、移动直播、新媒体创意互动、新媒体品牌栏目、新媒体报道界面、融合创新等6个评选项目。经过初评、审核、定评等环节，最终评选出特别奖1个，一等奖10个，二等奖15个，三等奖24个。这些获奖作品集中反映了媒体融合发展的新成果、新进展，有利于充分发挥优秀作品示范引领作用。

特别奖

移动直播

两会进行时

一等奖

短视频新闻

柳州融水突围记 | 广西日报记者“失联”数十小时，在穿越40处塌方后发回灾区最新画面！

公仆之路

移动直播

“天舟一号”发射任务VR全景直播

新媒体创意互动

“军装照” H5

点赞十九大，中国强起来

新媒体创意栏目

侠客岛

国际锐评

新媒体报道界面

长幅互动连环画 | 天渠：遵义老村支书黄大发36年引水修渠记

融合创新

领航

“央广主播的朋友圈” 系列H5报道

二等奖

短视频新闻

网红店假排队调查

老外看中国：英国小哥细数“两会”关键词

国台办主任张志军：“台独”之路走到尽头就是统一

一句话，让山水美如诗

移动直播

浙江一小时·急救|记者跟拍直升机到山区接病人

新媒体创意互动

你收到的是1927年8月1日发来的包裹

H5《铁血铸军魂》

新媒体创意栏目

现场新闻

湖湘英烈

新媒体报道界面

最奇妙的一日游 看砥砺奋进的浙江嘉善

春风春雨度关东

融合创新

军报纪念建军90周年特刊·阅兵专号：沙场点兵

廖俊波系列融媒体产品

“钢铁侠”VR直播：全国政协十二届五次新闻发布会

总书记说四川话 你听过吗？

三等奖

短视频新闻

绝壁舞者——捅山工，这是一个你闻所未闻的职业

拉孜姑娘创业记

28年的相守，终于迎来了这一天

中国3分钟之《回归20载“一国两制”为香港插上双翼》

修复时光

旗

清明时节捏面燕 忆故人寄相思

移动直播

超燃！俯瞰超级工程“川藏第一桥”159米隧道锚世界第一

红色追寻·足迹——上海：国之重器大揭秘

新媒体创意互动

听，长江说！

国家公祭日新媒体互动H5项目

我为港珠澳大桥完成了“深海穿针”

新媒体创意栏目

夜读

《三·联》原创栏目

财经早餐

民生e点通

新媒体报道界面

“下文”客户端互动式报道——以《下文@所有人：尝一尝第一份高铁外卖》为例

永远的“红色文艺轻骑兵”

VR | 3D全景“新时代湖北讲习所”

融合创新

“一带一路”睡前故事系列视频

“中国人权纪实·2017”中外媒体联合采访报道

《奇迹：全球院士点赞中国》多语种微视频、文章、图书等全媒体产品

他在北京聊两会，却“嗨”爆了新疆朋友圈！

南京“抗战家书”征集暨诵读“抗战家书”活动系列报道

两会进行时

作品信息

作品类型：特别奖·移动直播

刊播单位：人民网法人微博

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

作品时长：308分钟

首发日期：2017年3月15日

作品简介

2017年3月15日是2017年两会胜利闭幕的日子，在这一天的直播节目中，既有前方记者的一线报道，又有后方演播室的高端访谈，还有会场花絮及创意微视频。《两会进行时》是2017年人民网视频直播优先、报道方式创新的重要体现，是媒体融合创新的一次实践，两会信息获得方式多样化，直播时长和观看人数达到了新闻网站同类产品的顶峰。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



柳州融水突围记 | 广西日报记者“失联”数十小时， 在穿越40处塌方后发回灾区最新画面！

作品信息

作品类型：一等奖·短视频新闻

刊播单位：广西日报微信

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

作品时长：9分01秒

首发日期：2017年8月14日

作品简介

2017年8月，广西北部迎来局地强降雨过程，柳州融水杆洞乡突发2次山洪，全乡群众被困多日，广西日报记者第一时间赶赴灾区一线，因灾情恶化一度“失联数十小时”，在风雨中用手机记录下了当地乡镇干部组织营救、自救的视频画面，第一时间让外界知晓灾区情况。广西日报紧急成立融媒体专项报道组，通过综合相关事件背景信息，融合图文音视等素材，运用网络语言将短视频编排成为一篇记者突围险境的冒险新闻故事。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



公仆之路

作品信息

作品类型：一等奖·短视频新闻
刊播单位：央视影音
报送单位：中国记协新媒体专业委员会
主创人员：集体
作品时长：5分23秒
首发日期：2017年11月23日

作品简介

2017年11月23日，央视推出时政微视频《公仆之路》，以一镜到底的方式，用5分26秒完成48年的时空漫游，再现党和国家领导人习近平从黄土地到中南海，初心不变、始终如一、为民服务的公仆历程。作品用镜头带人们走进了习近平总书记履历中的历史现场，用梁家河窑洞里的一盏灯火、河北正定的街头问政、八闽大地上的访贫问苦等一个个画面，呈现了习近平总书记的人民哲学与公仆本色。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



“天舟一号”发射任务VR全景直播

作品信息

作品类型：一等奖·移动直播

刊播单位：央视影音、腾讯视频

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：吴晓斌 王晓萌 吴双 孟夏兰 马桦 陈涛

作品时长：30分钟

首发日期：2017年4月20日

作品简介

2017年4月20日，我国首艘货运飞船“天舟一号”在中国文昌航天发射场执行飞行任务，这是我国空间站货物运输系统首次实用性亮相。为了让受众身临其境感受我国首单“太空快递”的运送过程和中国航天事业的发展，CCTV1《中国相册》栏目联手央视网，对此次发射进行近距离VR直播，并开创了三个“首次”：首次航天领域VR直播、首次最近距离全程直播火箭发射、首次在VR直播中引入专业讲解员。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



“军装照” H5

作品信息

作品类型：一等奖·新媒体创意互动

刊播单位：人民日报客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：丁伟 余荣华 倪光辉 赵明琪 喻晓雪

首发日期：2017年7月29日

作品简介

为纪念建军90周年，人民日报客户端借助人脸识别、融合成像等技术，制作互动H5《快看呐！这是我的军装照》（简称“军装照”H5），帮助网友生成自己的虚拟“军装照”，共同表达对人民军队的喜爱之情。截至2017年8月7日，H5的浏览次数（PV）超过10亿，独立访客（UV）累计1.55亿。其中，仅8月1日建军节当天的浏览次数（PV）就达到了3.94亿，独立访客（UV）超过5700万。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



点赞十九大，中国强起来

作品信息

作品类型：一等奖·新媒体创意互动

刊播单位：新华社客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

首发日期：2017年10月12日

作品简介

在新华社党组总体部署和社领导亲自指挥下，新华社多部门分社合力研发推出了“点赞十九大，中国强起来”系列融媒互动报道产品，将优质创意权威内容、先进技术深度融合，集用户体验、互动、分享等多重功能于一体，紧扣十九大议程和关键节点，邀请十九大代表和百余名各行业知名人士为十九大录制祝福音频、引领诵读十九大报告。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



侠 客 岛

作品信息

作品类型：一等奖·新媒体品牌栏目

刊播单位：微信公众号

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

创办日期：2014年2月18日

作品简介

作为人民日报海外版旗下新媒体品牌，“侠客岛”自2014年创办以来，牢固树立“四个意识”，坚持守正持中立场，以时政新闻解读为主业，在微信、微博、门户网站、主要资讯客户端等多个媒体平台落地。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



国际锐评

作品信息

作品类型：一等奖·新媒体品牌栏目

刊播单位：微信平台

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：王姗姗 盛玉红 雷思海 鲁晓冬 魏东旭 许钦铎

创办日期：2015年6月1日

作品简介

中国国际广播电台新闻中心于2015年6月1日上线微信公众号“国际锐评”（原名“环球锐评”，2018年4月10日按照上级主管部门指示更名）。该公众号以“国际视野、中国立场、民众关注”为定位，以国际政治、财经、军事、科技等题材为主要话题，打造时效强、观点锐、语言活、形态丰、互动多的原创国际时事评论，力争成为国家主流媒体在新媒体传播领域的一面旗帜。

长幅互动连环画 | 天渠： 遵义老村支书黄大发36年引水修渠记

作品信息

作品类型：一等奖·新媒体报道界面

刊播单位：澎湃新闻

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：黄杨 王辰 李媛 官雪晖 姜昊珏 季国亮 蔺涛 顾一帆

创办日期：2017年4月23日

作品简介

H5还原了老支书黄大发从20多岁的毛头小伙到60岁的花甲老人，青春耗尽，“拿命去换”终于带领村民修通了万米水渠的故事。作品中细节画面和文字较多，例如：第一次修渠失败、一个字一个字认新华字典学习水利知识、挨家挨户走遍7个村民组、带头在腰间绑上绳子吊上悬崖、“为了水，我愿拿命来换”等。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



领 航

作品信息

作品类型：一等奖·融合创新

刊播单位：新华社客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

作品时长：8分40秒

首发日期：2017年10月17日

作品简介

《领航》是由新华社打造的迎接党的十九大重磅政论微视频。短片以习近平总书记在参观《复兴之路》展览时引述的三句诗为脉络，将高屋建瓴的思想性、权威的新闻照片、精彩的实地拍摄和先进的三维特效融为一体，评述展现了党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央领航“中国号”巨轮破浪前行，将中国特色社会主义理论和实践不断推向新时代的光辉历程。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



“央广主播的朋友圈”系列H5报道

作品信息

作品类型：一等奖·融合创新

刊播单位：“中国之声”微信公众号

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：夏文 王艺 马文佳 江晓晨 徐冰 马烨

首发日期：2017年3月2日

作品简介

“朋友圈”作品共4期，将视频抠像技术和朋友圈展现形式相结合，并集合广播的声音特点、图文视频的可视特点，在虚实融合方面，实现了多样创新突破。将一个围绕两会内容生成的虚构朋友圈和真实的央广主播相结合，打造成为拟真度极高的交互页面，提升了受众感知与亲和力。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



网红店假排队调查

作品信息

作品类型：二等奖·短视频新闻

刊播单位：看看新闻网及手机客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

作品时长：5分50秒

首发日期：2017年6月6日

作品简介

2017年，沪上频频出现网红店大排长龙的场面，倒买倒卖的黄牛开出高价新闻也屡见不鲜，更有网友爆料黄牛和网红店是狼狈为奸。这是供需不平衡还是恶意炒作？网红店背后是否有不可告人的秘密，记者团队精心策划，兵分多路，以顾客、黄牛、网红店主等多重身份进行实地暗访，发现并记录了该领域的乱象，并进一步探究问题的根本。三个月的卧底，最终汇聚成了网红店假排队调查系列。选送作品为该系列第二集。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



老外看中国：英国小哥细数“两会”关键词

作品信息

作品类型：二等奖·短视频新闻

刊播单位：China Daily中国日报

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：柯荣谊 张霄 王儒 刘浩 苑庆攀 Greg Fountain

作品时长：4分20秒

首发日期：2017年3月3日

作品简介

该视频节目通过影视特技抠像技术，将方丹缩小后置于办公桌上，通过方丹与桌上物品互动的新颖形式，回顾过去几十年来全国两会的热词，简洁明快地梳理了中国社会经济发展的脉络，最终引出习总书记在十二届全国人大一次会议上关于“中国梦”和“人民”的论述，深刻阐明了“人民是历史的创造者”这一论点。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



国台办主任张志军：“台独”之路走到尽头就是统一

作品信息

作品类型：二等奖·短视频新闻

刊播单位：中国之声微博、新浪视频

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：林骏 杜传 吴桐 王磊

作品时长：1分05秒

首发日期：2017年3月6日

作品简介

该作品是2016年5月20日台湾民进党当局重新上台以来，大陆相关部门第一次就“台独”势力作出明确且坚定的重磅表态。该表态也为后来对台工作及对台宣传确定基调。2017年两会，3月6日晚，参加完台湾代表团分组审议后，张志军接受媒体采访时表示：希望台湾的各界能和大陆一起，共同筑起一个反对和遏制“台独”的“铜墙铁壁”，但“台独”之路走到尽头就是统一。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



一句话，让山水美如诗

作品信息

作品类型：二等奖·短视频新闻

刊播单位：浙江新闻客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

作品时长：6分35秒

首发日期：2017年8月15日

作品简介

“一句话”指的是时任浙江省委书记习近平于2005年8月15日在湖州安吉余村调研时提出的“绿水青山就是金山银山”。作品片头通过山水画的对焦变化产生裸眼3D的效果。片中的转场部分采用了晕染效果实现水墨与实景的切换，做到“无缝对接”。8个地区的实景部分配合诗歌的形式，使用了竖式字幕，更具文艺感。片尾作了升华：“两山”理念已经成为“美丽中国”建设的方向和指针。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



浙江一小时·急救|记者跟拍直升机到山区接病人

作品信息

作品类型：二等奖·移动直播

刊播单位：浙江新闻客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：周莎莎 胡杨 周旭辉 柳蓬 倪雁强 张小斌 吴耀斌 姚瑶

作品时长：60分钟

首发日期：2017年1月9日

作品简介

“浙江一小时”系列视频直播是在浙报集团领导提出的“能直播的一定直播”理念指导下开设的一档直播栏目，它以记者第一视角体验和感受浙江经济社会高质量发展的现状，用户体验性很强。选送的这一期，关注浙江省空中急救网络，以记者亲历直播的形式见证浙江省打造的“一小时医疗圈”。整场直播非常完整客观地记录了一次空中医疗急救的全过程。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



你收到的是1927年8月1日发来的包裹

作品信息

作品类型：二等奖·新媒体创意互动

刊播单位：中国军网、军报记者微博、腾讯新闻客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：宋明亮 戴斌 张笑 王佳林 杨子姜盼 潘婷 武晓晴

作品时长：3分53秒

首发日期：2017年7月27日

作品简介

为纪念建军90周年，H5产品《你收到的是1927年8月1日发来的包裹》于2017年7月27日上线发布。围绕军报内容进行二次创新，与政工部、网络传播中心联手优化提升产品品质。该H5的文案主要依据是军报上登出的《波澜壮阔90年，难忘的90个第一》。该H5分为文字快闪与答题抽奖两部分，主打文字快闪和试穿军装的创意。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



H5《铁血铸军魂》

作品信息

作品类型：二等奖·新媒体创意互动

刊播单位：央视新闻移动网

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：杨继红 唐怡 郑弘 牡丹 王家乐 梁震 曹艳云 关美璐

首发日期：2017年8月1日

作品简介

央视新闻移动网在中国人民解放军建军90周年之际，精心策划并制作推出拥有最新新媒体展现形式、互动功能的创意H5系列产品《铁血铸军魂》，产品包含《铸魂》《砺剑》《红色记忆》三大板块，与阅兵系列直播《沙场点兵》组成独家创意H5产品集。用户可通过自主切换，实现交互浏览。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



现场新闻

栏目信息

栏目类型：二等奖·新媒体品牌栏目

发布平台：新华社客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：蔡名照 刘思扬 陈凯星 冯瑛冰 齐慧杰 闫帅南 李响 孔唯千

更新周期：每天

创办日期：2016年1月1日

栏目简介

新华社客户端“现场新闻”作为一种崭新的新闻样式，是新华社重大创新产品，成为引领主流媒体推动媒体融合发展的现象级产品。“现场新闻”紧紧依托新华社报道优势和遍布全球的报道网络，遵循新媒体传播规律，大胆创新，精心策划选题，不断优化产品升级。“现场新闻”已经涌现出《37小时，骑摩托穿越粤桂，农民工老苏到家了》《动车时代 体验穿行在大凉山顶的扶贫慢火车》《两会上的“部长通道”》等一大批主题鲜明、形式多样的优秀报道产品。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



湖湘英烈

栏目信息

作品类型：二等奖·新媒体品牌栏目

发布平台：新湖南客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：颜斌 文凤雏 赵雨杉 毛晓红 张权 朱晓华 吴名慧

更新周期：每周

创办日期：2015年8月15日

栏目简介

在共和国的英烈中，有一个特别的群体叫“湖湘英烈”，“舍生取义，杀身成仁”是这个群体最为鲜明的特征。自近代旧民主主义革命以来，无数湖湘英烈为了民族独立、国家新生、人民幸福，敢于牺牲，慷慨赴死。新湖南客户端自2015年8月15日上线之日起，就开辟《湖湘英烈》专栏，作为特色频道“湘人”的骨干栏目，用图文、视频、H5等多媒体手段，讲述震撼人心的先烈故事，弘扬敢为人先的湖湘文化、彰显敢于牺牲的湖湘精神，激发湖南人民的自豪感和使命感。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



最奇妙的一日游 看砥砺奋进的浙江嘉善

作品信息

作品类型：二等奖·新媒体报道界面

刊播单位：浙江新闻客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

首发日期：2017年6月20日

作品简介

嘉善是全国唯一的县域科学发展示范点，也是习近平同志2008年确定的基层联系点。产品用虚拟人物结合实景影像的动态方式，设计了一条最美嘉善行程路线。漫画主人公带着表哥乘小船走亲戚，路过包括西塘古镇在内的五个地标，分别对应创新、协调、绿色、开放、共享的“五大发展理念”，彰显嘉善县不断推动嘉善县域科学发展示范点建设的生动实践。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



春风春雨度关东

作品信息

作品类型：二等奖·新媒体报道界面

刊播单位：辽宁日报新闻客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：徐晓敬 杨东 王众心 张馨瑜 邓婷婷

首发日期：2017年10月19日

作品简介

辽宁振兴发展，习近平总书记一路关怀。在传统图片、文字的基础上，这款H5产品融入了视频、音频、背景音乐等新媒体传播手段，将习近平总书记两次参加辽宁代表团审议、到辽宁考察等重大事件，以时间轴的形式呈现在一个作品中，实现了新闻性、互动性、传播性的融合，成为传统媒体增强传播力、影响力的新载体。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



军报纪念建军90周年特刊·阅兵专号：沙场点兵

作品信息

作品类型：二等奖·融媒创新

刊播单位：解放军报客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：李景璇 乔梦 于美玉 康哲 朱红 任爽

作品时长：7分53秒

首发日期：2017年7月31日

作品简介

“阅兵专号”作为解放军报建军90周年特刊的“点睛之笔”和“定音之作”，突出展示了在习主席带领下，人民军队强军兴军伟大征程中取得的辉煌成就。作品在充分运用军报独家新闻资源基础上进行了深度延拓，将音、视、画相结合，搭配极具感染力的背景音乐，使整个H5战味十足，真正让报纸动了起来、炫了起来。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



廖俊波系列融媒体产品

作品信息

作品类型：二等奖·融合创新

刊播单位：人民日报客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：温红彦 姜洁 赵兵 吴储岐 史一棋 唐天奕 魏哲哲 魏贺

作品时长：平均3分钟左右

首发日期：2017年6月7日9时7分

作品简介

从6月7日至6月22日，人民日报一本政经工作室陆续推出3个系列共10个关于廖俊波先进事迹的创意短视频，分别是“看，他们画出了心中的廖俊波”“廖俊波，见字如面”“廖俊波的人生路”，通过采访廖俊波的生前同事、朋友、亲人，用画简笔画打比方、写信读信、回顾廖俊波人生路等方式，向受众介绍廖俊波生前的感人事迹。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



“钢铁侠”VR直播： 全国政协十二届五次会议新闻发布会

作品信息

作品类型：二等奖·融合创新

刊播单位：光明日报客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：杨谷 高赛 刘炼 逯成业 于超然 王春晓

作品时长：16分钟

首发日期：2017年3月2日15时

作品简介

“钢铁侠”多信道直播云台是光明网打造的全媒体报道单兵设备，该云台集新闻信息采集、发布于一体，现场只需一名记者即可快速实现视频、全景、VR等内容的同步直播与录制，通过设备后台的云控制台、云存储及流媒体服务系统，记者还可以一键同步实现PC端、新闻客户端及H5页面等跨平台视频内容的分发与适配，让多种媒体产品在同一平台快速生产聚合。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



总书记说四川话 你听过吗？

作品信息

作品类型：二等奖·融合创新

刊播单位：四川观察

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：高驰 岳学渊 宋小川 李景良 陈彦希 涂丁丁 段海钦

作品时长：3分24秒

首发日期：2017年10月18日

作品简介

如何在以总书记为题材的众多新媒体产品中作出特色和影响力？十九大召开当天推出的原创视频《总书记说四川话 你听过吗？》，以2017年习总书记参加全国“两会”四川团讨论时说的一句四川话——“祝四川人民的生活越来越安逸”为切入点和创意点，整合大量视频画面，生动鲜活地“说唱式”MTV中见人、见事、见主题，把党的十八大以来四川在芦山灾后重建、脱贫攻坚、农业供给侧结构性改革等诸多方面所取得的成就浓缩在3分24秒的原创歌曲之中。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



绝壁舞者——捅山工，这是一个你闻所未闻的职业

作品信息

作品类型：三等奖·短视频新闻

刊播单位：共青团中央官方微信公众号

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

作品时长：5分40秒

首发日期：2017年5月3日10:00

作品简介

出生于1990年的张磊是郑州铁路局月山工务段的一名捅山工，走进太行山深处，他“行走”在悬崖峭壁间，充满惊险和艰辛，捅山工这样一份默默无闻的职业，在背后守护着无数人的生命安全，令人肃然起敬。在具体拍摄上，本片采用了高清升格降格拍摄，使用无人机航拍等设备全面展现了捅山工的作业环境。用户观看视频如身临其境，震撼人心。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



拉孜姑娘创业记

作品信息

作品类型：三等奖·短视频新闻

刊播单位：中国西藏之声网

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：邢兵帅 唐承扬 普穷 王君 侯晓燕 孙汝文

作品时长：4分29秒

首发日期：2017年7月15日11时26分

作品简介

通过短视频新闻与微纪录的形式讲述了在“双创”时代背景下，西藏自治区日喀则市拉孜县青年次央的创业故事。网站从选题策划、报道形式、后期制作、推广运营等方面进行了热烈讨论并制定了《拉孜姑娘创业记》细致方案。采访拍摄了勇敢自信的创业达人次央，欢乐朴实的藏族乡亲，激情活力的大学生“创客”，淳美的乡村自然人文景观等。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



28年的相守，终于迎来了这一天

作品信息

作品类型：三等奖·短视频新闻

刊播单位：中国邮政报官方微信

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：张巨睿 陈颖月 王勤东 毛志鹏 万多多

作品时长：7分00秒

首发日期：2017年9月28日18:36:00

作品简介

作品一经推出，72小时内，被封面新闻、四川新闻网、川报观察、四川在线、同日见证等网络媒体纷纷转载，总阅读量突破10万次。在社会上，特别是在四川当地引起极大的反响，引起了社会各界对雪线邮路的极大关注。同时绝大多数镜头均作为重要素材被新华社编发的《这位邮政人，惊动了新华社》所摘用。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



中国3分钟之 《回归20载“一国两制”为香港插上双翼》

作品信息

作品类型：三等奖·短视频新闻

刊播单位：中国网

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

作品时长：4分39秒

首发日期：2017年为6月30日10:00

作品简介

《中国3分钟》力求通过刚柔并济的选题，及时表达中国观点，娓娓道来讲述中国故事，在国际舆论场上发出中国声音。《回归20载“一国两制”为香港插上双翼》时效性强、立意深刻、内容翔实，其评论有力地回应了国际关切，引起海外极大关注。该短视频在向海外受众介绍“一国两制”的同时，以事实说明该项中国基本国策为香港发展带来的切实推动，回应了外媒对“香港经济增速放缓”的关注，信息含量丰富，新闻价值大，为“一国两制”在海外提供了有利的舆论支持。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



修复时光

作品信息

作品类型：三等奖·短视频新闻

刊播单位：陕西头条客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：潘南冰 刘轩辰 梁欣 王慧 张珂 沈奕

作品时长：3分43秒

首发日期：2017年12月27日

作品简介

“胸怀大局、无私奉献、弘扬传统，艰苦创业”是“西迁精神”的内核。《修复时光》短视频讲述了92岁高龄的陈绍霖老生在20世纪60年代响应国家“三线建设”号召，从上海“西迁”到西安市子午钟表厂工作，退休后仍坚持20多年为群众修表的故事。记者将积累了近7个小时的素材，凝聚成3分43秒的网络短视频，生动展现了陈绍霖老先生的坚守和奉献。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



旗

作品信息

作品类型：三等奖·短视频新闻

刊播单位：大河（大河客户端）

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

作品时长：8分32秒

首发日期：2017年10月16日

作品简介

微电影《旗》纪实反映了两场“国旗耀中原”大型快闪活动，并讲述了一心为民、为脱贫攻坚不遗余力的驻村第一书记，梦想做指挥家的小女孩，在郑州打拼的女白领，为国争光的武术运动员等4个人物因为两场快闪、一面旗帜、一首《歌唱祖国》而心灵相通的故事。视频中还展现了习近平总书记在庆祝香港回归20周年晚会上与大家一起合唱《歌唱祖国》及河南各地群众迎接十九大的喜悦景象。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



清明时节捏面燕 忆故人寄相思

作品信息

作品类型：三等奖·短视频新闻

刊播单位：央视微博秒拍、央视微博、央视新闻+客户端、掌上吕梁客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：薛琨 郭月秀 杜建勇 张旭峰 张英英 曹莹

作品时长：2分29秒

首发日期：2017年4月3日

作品简介

在山西省吕梁市临县，清明节有捏“燕燕”的民俗，并且很有讲究和特色。清明节前，央视新闻移动网向矩阵号征集清明美食短视频。吕梁广播电视台总编辑与央视新闻移动网清明美食节目组派记者走进当地农村家庭，采访了捏面燕的传承人，详细了解其工艺、制作过程以及传承的意义。短视频由吕梁广播电视台精编后传央视新闻移动网统一包装，在央视新闻+客户端本台矩阵号首发。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



超燃！俯瞰超级工程 “川藏第一桥”159米隧道锚世界第一

作品信息

作品类型：三等奖·移动直播

刊播单位：封面新闻APP

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：李鹏 方堃 余行 崔燃 李智 邓景轩 李俊雅 胡瑶

作品时长：1小时26分47秒

首发日期：2017年5月24日

作品简介

2017年5月，雅康高速的施工正如火如荼。作为重大节点性工程的兴康特大桥，因建设技术难度大被誉为“川藏第一桥”。封面新闻在兴康特大桥建设现场，对川藏第一桥开启首次专题直播，前后方穿插联动，注重直播互动性，让上百万观看直播的网友身临其境直播报道注重精心编导，通过专业细致的讲解，引来全国网友为点赞。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



红色追寻·足迹——上海：国之重器大揭秘

作品信息

作品类型：三等奖·移动直播

刊播单位：新华社客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

作品时长：约60分钟

首发日期：2017年9月23日

作品简介

新华社独家推出“迎接十九大”大型系列网络直播报道《红色追寻·足迹》。直播团队8天内跨越12000余公里，回访了习近平总书记2012年—2017年5年间进行国内考察的8个省市，通过8天8地8场连续直播生动、具象地宣介了总书记治国理政重大理念，并以年轻人喜爱的互联网可视化方式直观呈现了党的十八大以来在诸多领域取得的巨大成就。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



听，长江说！

作品信息

作品类型：三等奖·新媒体创意互动

刊播单位：长江云

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：曹曦晴 马丽 周密 王超 董延超 李昕 金若晗

首发日期：2017年1月21日

作品简介

2017年1月21日，湖北省第十二届人大五次会议通过《湖北省人民代表大会关于大力推进长江经济带生态保护和绿色发展的决定》，这是长江经济带地方人大第一件关于生态保护和绿色发展的决定。该作品以这一重大新闻为切入点，以习近平总书记讲话精神为总基调，运用拟人的手法，以长江为第一人称，将整个作品设计成一款答题游戏，展现了“共抓大保护，不搞大开发”的重大主题。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



国家公祭日新媒体互动H5项目

作品信息

作品类型：三等奖·新媒体创意互动

刊播单位：江苏交通广播网官方微信

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：黄信 潘力 孙锴 张雷 耿佳 罗方 施展

首发日期：2017年12月12日

作品简介

2017年12月13日，是南京大屠杀惨案发生80周年，也是第四个南京大屠杀死难者国家公祭日。江苏交通广播网将H5新媒体互动页面的形式，开展“不忘历史，祈祷和平”在线点亮蜡烛的互动创意上报中广联合会交通宣传委员会，得到了行业组织首肯。江苏交通广播网以朋友圈“在线点亮蜡烛”为形式的H5页面，在分享页面加入地点和参与人数。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



我为港珠澳大桥完成了“深海穿针”

作品信息

作品类型：三等奖·新媒体创意互动

刊播单位：珠海特报APP、珠海特区微信公众号、珠海邻新闻微信公众号、珠海发布微信公众号

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：陈嘉平 金阁 伍洲

首发日期：2017年5月2日

作品简介

2017年5月2日，港珠澳大桥沉管隧道最终接头安装成功。为了记录这一世纪工程的关键战役，珠海特区报新媒体中心，运用H5技术，在最终接头下水前夕重磅推出《我为港珠澳大桥完成了“深海穿针”》小游戏，向世纪工程致敬。该游戏通过互动，模拟了最终接头接等过程，让读者可以直观感受最终接头安装的严苛。弥补了平面及视频无法表现的细节。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



夜 读

作品信息

作品类型：三等奖·新媒体品牌栏目

刊播单位：央视新闻客户端、央视新闻移动网、央视新闻微信公众号、
央视新闻微博

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

首发日期：2013年4月

作品简介

《夜读》系央视新闻新媒体品牌文化栏目，每晚10时许推送一期“走心”人文作品，以弘扬中华优秀传统文化、传递社会主义核心价值观、展现新时代真善美为创作初心，以时下新闻为切入点，以丰富多变的文艺作品揭示主题，主打央视主持人朗读，辅以相宜的配乐优选的配图，创作者竭力打磨确保品质。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



《三·联》原创栏目

作品信息

作品类型：三等奖·新媒体品牌栏目

刊播单位：羊城派移动客户端、金羊网、羊城晚报两微

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：孙璇 孙朝方 郑华如 鲁钊山 夏杨 钟传芳 谢杨柳

首发日期：2013年4月

作品简介

《三·联》原创栏目瞄准移动传播平台，坚持正确舆论导向、价值取向，注重用户意识，恪守“专业化生产、个性化表达”的内容生产准则。至2017年底，该栏目中的原创内容涉及十数个垂直领域，作者群包括羊城晚报专业记者编辑，以及各行业专业人士。该栏目精准定位于体味生活、倡导读书、开拓新知。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



财 经 早 餐

作品信息

作品类型：三等奖·新媒体品牌栏目

刊播单位：经济日报微信公众号

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：陈发宝 乔申颖 王玥 王琳 李盛丹歌 万政 丁鑫

首发日期：2015年5月28日

作品简介

经济日报微信公众号“财经早餐”栏目创办于2015年5月28日，主要汇集24小时内重要新闻特别是财经资讯，是传统主流媒体中创办最早的早新闻资讯集纳栏目。该专栏分为“大事”“政策”“市场”“环球”“生活贴士”“经济课堂”“今日话题”等版块，每天早6点左右推送，涵盖30多条短新闻，包括一期语音早新闻，篇幅不超过2000字，力争抢占用户早间的第一阅读时间，让用户花最短的时间了解最新鲜的新闻资讯。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



民生e点通

作品信息

作品类型：三等奖·新媒体品牌栏目

刊播单位：宁波日报报业集团甬派客户端、中国宁波网

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

首发日期：2013年9月26日

作品简介

为更好地体现新媒体语境下主流媒体的责任担当，回应新时代的受众新期待，宁波日报报业集团充分发挥自身公信力、影响力和传播力，以中国宁波网100余万注册网民、当地116个职能部门和重点民生企业、120余位专家志愿者为依托，采用报、网、端融合的方式，推出了“民生e点通”专栏。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



“下文”客户互动式报道—— 以《下文@所有人：尝一尝第一份高铁外卖》为例

作品信息

作品类型：三等奖·新媒体报道界面

刊播单位：“下文”APP

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

首发日期：2017年7月17日

作品简介

“下文”客户端是国内首款对话新闻客户端，是央广基于广播电台互动性强的优势基因，匹配新媒体用户互动化、人格化、碎片化阅读需求和习惯打造的全新产品，主打“对话新闻+人工智能+新闻社群”三大功能，在新闻客户端市场独树一帜。案例中的《下文@所有人：尝尝第一份高铁外卖》聚焦2017年7月17日推出的高铁外卖服务，切中民生关注点、界面清新科技范、对话新闻有颠覆、定制采访接地气，将新媒体形式创新与优质新闻内容、“走转改”精神融合。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



永远的“红色文艺轻骑兵”

作品信息

作品类型：三等奖·新媒体报道界面

刊播单位：正北方客户端

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

首发日期：2017年12月15日

作品简介

2017年11月21日，习近平总书记给内蒙古苏尼特右旗乌兰牧骑队员们回信，勉励他们继续扎根基层、服务群众，努力创作更多接地气、传得开、留得下的优秀作品。为了更好地宣传总书记对乌兰牧骑队员们的关怀，以及60年来乌兰牧骑的发展和取得的成绩，正北方网推出了系列新媒体产品，其中《永远的“红色文艺轻骑兵”》，可圈可点，亮点突出。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



VR|3D全景“新时代湖北讲习所”

作品信息

作品类型：三等奖·新媒体报道界面

刊播单位：长江云

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

首发日期：2017年12月1日

作品简介

2017年11月8日下午，湖北省委书记蒋超良带领省委常委，专程瞻仰武昌农民讲习所旧址，重温入党誓词，表示要办好“新时代湖北讲习所”。而今，“新时代湖北讲习所”不仅开到了全省各级党校、行政学院、干部培训学校、社会主义学院，还开到了田间地头、工矿车间、居民社区、学校军营等。为响应办好“新时代讲习所”的号召，为帮助党员干部群众学习习近平新时代中国特色社会主义思想，长江云迅速作出反应，组织项目专班，策划制作VR3D全景“新时代湖北讲习所”，打造一款便于随时随地观看、学习、传播的掌上大学校。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



“一带一路”睡前故事系列视频

作品信息

作品类型：三等奖·融合创新

刊播单位：China Daily中国日报网、China Daily中国日报客户端等

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：柯荣谊 于熠镭 何娜 张霄 葛天琳 苑庆攀 Erik Nilsson

首发日期：2017年5月8日

作品简介

2017年“一带一路”国际合作高峰论坛首次举办，如何面向社交媒体海外受众阐释好“一带一路”倡议是中国日报新媒体中心在这次会议报道策划上的重点。经过多次头脑风暴和创意比稿，创作团队最终敲定以中国日报外籍记者艾瑞克为女儿每天讲述一个睡前故事的方式，以口语化的表达和充满创意的形式阐述“一带一路”倡议。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



“中国人权纪实·2017”中外媒体联合采访报道

作品信息

作品类型：三等奖·融合创新

刊播单位：法语、德语、西班牙语、意大利语、世界语、希腊语等国际在线，中华网外文网站，境外社交媒体平台，海外落地电台，合作媒体，微博微信客户端，人权纪实多种脸书专页

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

首发日期：2017年3月30日

作品简介

中国国际广播电台涉人权报道牵头单位西欧拉美地区广播中心组织全台各编播中心百余名多语种记者，深入宁夏、广西、陕西、江苏、青海、河北、贵州、四川、重庆、福建、江西、浙江、湖南、云南等十余个省份，从最接地气的百姓生活和社会风貌入手，提炼当地经济、政治、文化、社会、生态文明建设中的人权因素，讲好中国人权故事，宣介中国人权事业发展取得的成就，树立中国尊重和保障人权的良好国际形象。采访活动自2017年3月起至2017年11月止。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



《奇迹：全球院士点赞中国》多语种微视频、文章、图书等全媒体产品

作品信息

作品类型：三等奖·融合创新

刊播单位：China Matters在Facebook（脸书）和YouTube（优兔）的账号、频道；外文局各语种品牌海外社交媒体账号；中国外文局融媒体中心在腾讯视频、今日头条、哔哩哔哩等平台的频道等

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

首发日期：2017年10月13日

作品简介

中共十九大召开前夕，国际舆论普遍关注中国共产党在推动中国经济发展、从严治党、全球治理贡献等方面的措施与成效，其中既有积极的期待，也有疑虑与担忧。在此时机，中国外文局融媒体中心在国内外各新媒体平台推出《奇迹：全球院士点赞中国》系列微视频，并迅速辐射至报纸、网络、图书等传播介质，是一次基于中共十九大融合报道的跨媒体、跨机构、跨平台、跨语种、跨国界的全媒体专题国际传播实践尝试。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



他在北京聊两会，却“嗨”爆了新疆朋友圈！

作品信息

作品类型：三等奖·融合创新

刊播单位：先锋961

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：孙建忠 崔同灏 夏尔福丁·玉山 田原 邵煊 翟晓雪

首发日期：2017年3月9日

作品简介

全国两会期间，新疆人民广播电台两会直播组在“新疆人民广播电台直播新疆”“新广行风热线”“先锋961”“新疆949交通广播”“阳光895”等微信公众平台上，以微信矩阵的方式重磅推出了两会融媒体产品“主持人在北京聊两会，却‘嗨’爆了新疆朋友圈！”制作团队精心策划，从主题创作、搭景布置、拍摄到后期制作完成仅用了两天时间，以最快的速度为广大网友呈现了一个融媒体作品。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



南京“抗战家书”征集暨诵读 “抗战家书”活动系列报道

作品信息

作品类型：三等奖·融合创新

刊播单位：南京日报微信公众号

报送单位：中国记协新媒体专业委员会

主创人员：集体

首发日期：2017年7月7日

作品简介

2017年，是全民族抗战爆发80周年，也是侵华日军南京大屠杀惨案发生80周年。为铭记这段血与火、痛与泪的民族历史，弘扬抗战精神，在南京市委宣传部指导下，南京日报南报网于2017年7月—12月开展了南京“抗战家书”征集暨诵读“抗战家书”活动，并对活动进行了全媒体融合传播，制作了系列新媒体产品。

手机端展示

使用手机扫描二维码，即可观看本条作品的新媒体展示。



第二十八届中国新闻奖媒体融合奖项专家评点

一 | 导向正确、内容创新、专业引领、规则探索 ——第二十八届中国新闻奖媒体融合奖评析

曾祥敏

各位领导、各位嘉宾、各位代表：

大家下午好，我谨代表中国记协新媒体专业委员会向各位领导、嘉宾、代表汇报第28届中国新闻奖媒体融合奖评选情况。

经中央有关部门批准，第二十八届中国新闻奖增设媒体融合奖项50个名额。在新闻管理、业界、学界、行业协会等各方充分讨论、征求意见的基础上，中国记协制定了《中国新闻奖媒体融合奖项评选办法》，对评奖宗旨、评选项目及基本要求都做了详细规定。根据媒体融合发展的新趋势、新特点，分为短视频新闻、移动直播、新媒体创意互动、新媒体品牌栏目、新媒体报道界面、融合创新6大类组织评选。

在此基础上，初评会按200%比例，共推荐100件作品进入定评。评审前，评委会组织参评人员集体学习《习近平新闻思想讲义》。中国记协党组书记、新媒体专业委员会主任胡孝汉同志做了专题辅导报告，并就初评工作提出五点要求：一是把握好方向导向，强化“四个意识”，坚持改革创新，以习近平新闻思想统领媒体融合奖项评选，贯穿各类项目，覆盖各种平台，校正各项工作。二是选好优秀作品，注意推荐服务中心大局的重量级作品、刷新传播记录的现象级作品、创新内容形式的代表性作品、体现融合水平的标志性作品，用作品说话，让受众评价，防止层层搞平衡，堵

塞优秀作品推荐渠道。三要立好范本标杆，好中选优，优中选精，把坚持正确舆论导向、有较高业务水准、体现“走转改”精神、努力改进文风的作品推荐出来。四是守好评奖纪律，严把评选标准、严格评选程序，绝不辜负中央、中宣部领导的重托和广大新闻舆论工作者的信任。五是总结好评选经验，勇于探索，善于创新，勤于总结，为做好定评和相关评选工作积累经验。

在100件入选作品中，定评评委们本着评出方向、形成导向、引领发展的原则，立好范本标杆，好中选优，优中选精，评出了50个重量级、现象级、代表性、标志性的媒体融合作品。其中特等奖1个、一等奖10个、二等奖15个、三等奖24个。评选出的这批彰显新媒体时代记者职业精神和职业素养的全媒体现场报道、一批代表媒体融合新进展新水平的创新创业成果，充分体现出了我国媒体融合发展的方向、探索的进路。

总体而言，此次媒体融合奖的作品体现出了内容导向正确、创新多元探索、专业引领、规则探索等特点，但同时，也涌现出一些新命题、新思考。

（一）内容导向正确

作为中国新闻奖的一个重要组成部分，媒体融合奖作品同样应当围绕中心、服务大局，密切关注党和国家的重大事件、活动，同时紧密关照社会民生发展。这次评选出的作品展现了主流媒体把新技术、新理念服务于国家、社会发展和人民生活水平的提升。作品主题鲜明、有思想性、有高度，体现了主流媒体的正向价值引导。

1. 与新闻舆论工作重点同频共振

获奖作品充分关注2017年新闻舆论工作重点、亮点，覆盖了党的十九大召开、习近平总书记重要活动、庆祝建军90周年、全国“两会”等重大活动新闻宣传，全面从严治党、全面深化改革、“一带一路”倡议等重大报道任务。题材具有代表性，以融媒体的方式多角度、多形态地呈现出国家和社会发展的新成果、新风貌和新气象。创意互动类一等奖作品《点赞十九大，中国强起来》系列融媒体互动报道产品，紧扣十九大议程和关键节点，邀请十九大代表和百余名各行业知名人士为十九大录制祝福音频，引领诵读十九大报告。短视频新闻类一等奖作品《公仆之路》，讲述习近平总书记从黄土地到中南海，初心不变、始终如一、为民服务的公仆历程。创意互动类一等奖作品《“军装照”H5》聚焦建军90周年，吸引各年龄、区域、行业的用户积极晒出自己的“军装照”，展现了用户对党和国家、人民军队的拥护和爱戴。融合创新类一等奖作品《“央广主播的朋友圈”系列H5报道》围绕全国“两会”议题展开宣传。

短视频新闻类二等奖作品《老外看中国：英国小哥细数“两会”关键词》通过中国日报英国籍记者方丹，回顾过去几十年来全国“两会”的热词，简明扼要地梳理中国社会经济发展的脉络，最终落脚到习总书记在十二届全国人大一次会议上关于“中国梦”和“人民”的论述，阐明“人民是历史创造者”这一论点。

获奖作品同时关注重大科技突破、世纪工程、人物典型等2017年的重要主题和事件。移动直播一等奖作品《“天舟一号”发射任务VR全景直播》首次记录了我国第一艘货运飞船“天舟一号”的发射过程，展现我国空间站货物运输系统的发展。此外，获奖作品《超燃！俯瞰超级工程“川藏第一桥”159米隧道锚世界第一》《我为港珠澳大桥完成了“深海穿针”》等都集中反映了我国近年来的科技成就和发展。新媒体报道界面一等奖作品《天渠：遵义老支书黄大发36年引水修渠记》讲述老支书黄大发带领村民历经36年，修出一条万米水渠。从小伙到花甲老人，黄大发青春耗尽，只为天渠造福村民，脱贫致富。

2. 同社会民生息息相关

在聚焦重大选题的同时，获奖的融媒体产品也关注社会民生重点、热点、难点问题。短视频类一等奖作品《柳州融水突围记 | 广西日报记者“失联”数千小时，在穿越40处塌方后发回灾区最新画面！》报道广西柳州融水杆洞乡突发2次山洪，全乡群众被困多日，成为通信、水、电中断的“孤岛”。记者第一时间赶赴灾区一线，记录了当地乡镇干部和百姓组织营救、自救的事件。短视频类二等奖作品《网红店假排队调查》关注当前社会的热点问题——大排长龙的网红店现象，记者以顾客、黄牛、网红店主等身份进行实地暗访，探究问题的本质。移动直播类二等奖作品《浙江一小时·急救 | 记者跟拍直升机到山区接病人》关注浙江空中急救网络，记者亲身体验一位患者的急救案例，展现了浙江省为民打造的“一小时医疗圈”，体现浙江医疗事业的发展水平。新媒体品牌栏目类二等奖作品《现场新闻》紧跟新闻事件，监测社会、释疑解惑，其代表作品《37小时，骑摩托车穿越粤桂，农民工老苏到家了》《动车时代，体验穿行在大凉山顶的扶贫慢火车》等用新媒体技术和应用呈现当代中国社会变迁。

（二）创新多元探索

此次参选媒体融合奖的作品充分体现出了近年来新媒体的发展趋势，从内容这个窗口具体体现出主流媒体在生产体制、机制、传播渠道、用户等各方面的创新发展。获奖产品利用新技术创新报道理念和方法，体现出了融合、垂直、沉浸、社交、场景等新媒体产品发展的众多特征，具有充分的代表性和引领性。

1. 技术探索与融合

技术赋能成为新媒体发展的利器，新技术产生新内容，新技术促进连接——人与人的连接、人与物的连接。短视频、移动直播、无人机、虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、H5、人工智能、三维特效、数据可视化等最新技术应用大规模地呈现在作品中。获奖作品充分利用新技术，创新表达、增强交互、加强沉浸。《央广主播的朋友圈》和《铁血铸军魂》极大拓展了H5的技术应用可能，前者融合了H5的技术平台、传统视频抠像技术、微信虚拟朋友圈形态，把两会信息以朋友圈的方式呈现出来。后者以H5技术形成一镜到底的互动呈现，把文字、图片、视频、音频包裹在H5之中，可视化信息流顺畅、信息层次丰富，体现出了较强的交互性、沉浸性和体验的友好性。《公仆之路》利用当前流行的三维动画、场景动画等可视化技术，对老照片进行拆图、抠像等处理，把虚拟和现实场景无缝衔接，信息呈现一气呵成，是近年来利用新技术创新时政和主题报道的代表作品。《“天舟一号”发射任务VR全景直播》《“钢铁侠”VR直播：全国政协十二届五次新闻发布会》充分利用虚拟现实技术变革现场直播形态，为用户增强对事件的沉浸式体验。

需要指出的是，技术变革的当下，因为技术的包容性，技术本身在突破边界，形成融合创新，而非单一技术独打天下。这也促进报道者不断突破思维，尝试各种技术融合创新的可能。获奖作品《长篇互动连环画|天渠：遵义老支书黄大发36年引水修渠记》《央广主播的朋友圈》《铁血铸军魂》以及参选作品《无人机航拍：换个姿势看两会》等等，都引领了这一趋势。

2. 创意突破与要素重组

这是一个突破边界、重组要素的时代，从内容角度而言，媒体融合作品表现出对传统叙事、表达、呈现、传播的突破，这一方面基于技术提供的可能，另一方面也在于我们根据用户的体验和观感而对技术的深度挖掘。一切的创意表达建立在技术基础之上，一切的创意表达也都是为信息的呈现和体验的友好性服务，此次的媒体融合奖作品充分体现出了这一特点。

新媒体报道界面一等奖获奖作品《长篇互动连环画|天渠：遵义老支书黄大发36年引水修渠记》，采用H5连续下拉式的方式，以万米水渠为叙事线索，不仅把水渠的修建经历穿插于其中，更体现出村支书黄大发从20多岁毛头小伙到60岁花甲老人的人生奉献。作品界面设计大气磅礴，“天渠”二字具有视觉冲击力，“一道万米水渠，跨36年建成，过三个村子，绕三重大山，穿三处绝壁，越三道险崖”极为精练地概括出天渠建造的曲折与艰难。事件当事人的讲述音频穿插于下拉式连环画之中，表现出

修渠人群体的精神与意志。横划照片集中展现出水渠修造的历史过程，极具现场感，航拍和360°全景充分展现出天渠的艰险，视频则直观呈现出当地村民围绕“天渠”的工作与生活。村支书黄大发的精辟用语以字幕引语的方式，点缀其中。整篇作品叙事完整、整体性强、界面设计精巧，内容与形式很好地结合在一起。

在交互创意上，融媒互动一等奖获奖作品《点赞十九大，中国强起来》运用跨界思维，突破媒介介质，结合线上与线下互动，带来社交感。线上以轻快、移动化的系列音频为主打形态，建构简洁互动界面——名人音频+点赞按钮，设计极简互动方式——点赞+转发，同时发挥明星等正面公众人物的影响力，通过跟着“爱豆”一起点赞十九大、听“爱豆”读十九大报告的形式促进参与和分享。用户还可自主上传祝福音频、诵读十九大报告，信息明确、操作简单的线上轻应用激发用户参与感和社交感，形成十九大主题的社群场景。线下与共享单车OFO合作，扫码用车即播放十九大音频；与中国邮政联合推出个性化电子明信片 and 加盖人民大会堂邮戳的“党的十九大首日封”实体明信片，将互动融入生活，增强用户的贴近感、仪式感、参与感和沉浸感。

在可视化视觉呈现上，人像抠图、一镜到底、虚拟动画与实景结合等要素重组的创意表达，为视听语言丰富、表现力强的短视频锦上添花。短视频新闻类二等奖获奖作品《老外看中国：英国小哥细数“两会”关键词》，采用人像抠图和虚拟动画技术，将英国小哥方丹的形象缩小后置于办公桌上，通过与办公用品、虚拟人手的萌态互动和一镜到底的动画制作，带用户回顾几十年全国“两会”热词，简洁明快地梳理讲述了中国社会经济发展的脉络，为时政新闻的国际化融合传播、讲好中国故事提供了良好的思路和范本。短视频新闻类二等奖获奖作品《一句话，让山水美如诗》整合绘画、书法、诗歌等中华优秀传统文化元素，采用水彩画的晕染手法转场，无缝连接动画与航拍实景，视觉呈现凸显中华美学，用创意表达紧扣美丽中国的核心主题。

（三）专业引领

获奖作品体现了主流媒体践行马克思主义新闻观，在内容主题、价值导向、融合创新、严整规范等各方面引领专业发展之先。此次获奖的媒体融合新闻作品充分体现了主流媒体“放下身段”、转变语态的积极尝试，但这种尝试是建立在媒体专业基础之上。就传播主题而言，突出舆论工作宣传的重点，关注与人民生活密切相关的话题、事件，凸显了媒体对传播主导权和社会话语权的掌控；从传播效果而言，舆论导向正确、责任意识彰显、使命感突出成为媒体融合获奖产品的气质，引领风气之先，

是中国媒体融合产品的领头羊和风向标。

1. 主题鲜明、价值观凸显、专业性强

技术赋能让新闻产品拥有更多想象空间，媒体融合正在重新定义新闻生产，但技术之上，内容始终为王，正所谓融到深处，回归内容，鲜明主题和专业报道是主流媒体精准掌握话语权、发挥舆论引导力的关键。这体现为内容的独家性、价值重要性、角度立意的贴近性、形式的专业性和传播的普适性。

《柳州融水突围记|广西日报记者“失联”数千小时，在穿越40处塌方后发回灾区最新画面！》贴近大众最关心的问题、最迫切需要的信息，生动呈现基层党员干部将人民群众生命安全放在第一位，勇于跑在灾情第一线的独家现场，传递了人民至上的鲜明主题。

随着媒体融合发展中内容生产各环节的破解和重构，新闻的呈现形式愈发多元，主流媒体的专业性体现在内容、呈现形式、用户友好度等多方面。新媒体创意互动类一等奖作品《“军装照”H5》围绕纪念建军90周年这一宏大主题，采用人脸识别、融合成像等技术，通过H5交互页面，帮助网友个性化生成自己的虚拟“军装照”。

《“军装照”H5》将宏大主题与每个人联系在一起，照片生成页面主题明确，操作简单，将用户参与感、分享性发挥出来，在社交平台上形成拥军爱军热潮，成为刷新传播记录的现象级作品。

2. 突出责任意识，强化公信力与引导力

强化使命感，彰显责任意识，坚持原则立场，挖掘原创作品的多元形态，强化优质内容的输出，为社会大众提供更为丰富的精神食粮，这是主流媒体肩负的社会责任。中国新闻奖媒体融合获奖作品责任意识，体现了主流媒体的公信力、引导力。

新媒体品牌栏目一等奖获奖栏目“侠客岛”，内容以2000字左右的时政解读文章为主，坚持大事不隔天、观点正能量、话语接地气，不仅在当天第一时间解读朱日和阅兵、“一带一路”高峰论坛、特朗普访华、萨德入韩等重大国内外时政热点，还能积极正面影响舆论，帮助用户正确认识突发事件和舆论热点。“侠客岛”在纪念香港基本法实施20周年座谈会召开当天，发表《【解局】中央定调香港：任何情况下都不允许以“高度自治”为名对抗中央的权力》一文，深究香港特别行政区的历史和制度，解读新提法，直面“港独”问题，站定原则，态度鲜明，彰显使命感和责任意识，获得了极高的用户认可度。准确定位、优质内容、新颖文风，“侠客岛”不仅在国内树立起媒体公信力和舆论引导力，2017年，其文章被境外媒体转引2815篇，成为主流媒体打造品牌栏目的优秀实践范本。

（四）规则探索

此次媒体融合奖是中国新闻奖第一次设定，在作品类别、内容标准、形式规范做了积极的探索和规制。同时，也积极适应新媒体迅猛发展的现实，为规则的调适和逐渐完善留有余地。

1. 标准引领

此次设定的短视频新闻、移动直播、新媒体创意互动、新媒体品牌栏目、新媒体报道界面、融合创新等6类奖项，基本涵盖了新媒体创新发展的各个方面，为媒体创新内容、形式、手段提供了基本依据，建立起媒体融合作品的初步标准和基本规范。评选出的获奖作品既有代表性，又各具特色，反映了媒体融合发展的新成果、新进展，有利于引导媒体转型发展，以新理念、新平台、新方式传播信息，引导舆论。

2. 规则调适

任何一个新事物都有在实践中逐渐完善的过程，媒体融合奖在评选类别设定、标准、要求等方面也有一个逐步调试、渐进完善的过程。一方面新闻传播传统的标准被打破，界限逐渐模糊，另一方面新媒体技术日新月异，产品形态丰富，许多形式和样态都在发展之中。因此，评选的规则和要求也需要根据新媒体实践作出相应的调整。这也是管理者、业界、学界对新媒体发展认识逐渐深入的过程，当然，在这个过程中，在规则制定上要做到既坚守又不保守，既要把握正确舆论导向、坚守专业能力，也需要解放思想、认识融合发展规律。同时，在规则上不能拘泥于具体类别和形态而失之于过细，也不能过于宽泛而失之于无规，这都需要在发展中把握大融合、大趋势，既能代表媒体发展的最新成果，又能引领创新融合的方向。

（五）参评作品问题探讨

1. 新闻性需加强

总体而言，此次媒体融合奖参选作品在新闻性、现场性方面还差强人意，尤其在短视频新闻和移动直播类中，主题性、成就性、仪式性的展示居多，真正具有新闻性、及时性、现场感的作品占的比例并不大。尤其是突发新闻、现场新闻等新闻主力军未成为参选作品的主要构成，最后的获奖作品也反映出这一问题。一方面反映了我们媒体融合现实发展的一个侧面，在重大主题、重要活动、典型宣传上往往能形成集中规模的创新产品，但在常规新闻报道中还需要提升创新创优的力度。另一方面也反映了报送者对媒体融合奖评选标准和要求的误区，这需要我们积极利用获奖作品引导申报。

2. 内涵需提升

参选作品中体现技术创新的作品多,但把技术、内容、形态有机结合起来,体现融合发展的高水平作品还不够。有的作品只是展现了技术开发的可能性,而在新闻价值挖掘、主题提炼、内容叙事的连贯性、体验的友好性等方面多有缺失,这就使作品的统一性和整体性欠缺。有的作品过于强调单一的技术运用,缺乏融合思维,难以形成综合效应。有的作品和报道方式甚至只是单纯的技术噱头,博人眼球而没有真正在内容和形态上形成创新。由此,作品的主题凝练、人性挖掘、价值引领和故事讲述上缺乏吸引力。

新技术产生新内容,但新技术是为人服务,为内容服务,越是在技术赋能的新媒体时代,越不能落入技术决定论的误区,也不能让技术成为“一招鲜”的手段,而使作品成为炫技苍白的躯壳,难以形成持续的影响力。

3. 摒弃简单效仿

在参选作品中,也存在简单模仿之势,这也间接反映了当前媒体融合发展中作品创新创优的问题。当一种手法、方式和形态成为爆款的时候,跟风之作接踵而至。类似于短视频《红色气质》《公仆之路》图片三维可视化,现场同期声与动画虚拟场景等手法,有作品照猫画虎反类犬。而《央广主播的朋友圈》虚拟朋友圈传递信息的形式,也有作品完全效仿,但在专业性和技术性上差强人意。从中,我们虽然看到主流媒体和爆款产品的示范效应,但也暴露了技术更迭中,媒体的独立创新意识不强,未能独立探索技术开发的可能性和创意的丰富性,盲从跟风,从而违背了创新的本义。

总体而言,中国新闻奖媒体融合奖作品代表了新闻界响应中央号召、积极推进媒体融合发展战略的最新成果,体现了新闻界服务中心大局、推动决策部署的宣传效果,反映了媒体融合发展的新成果、新进展。与当前以中央媒体为龙头、省级媒体为骨干的媒体融合发展格局较为相称,有利于引导媒体创新内容、形式、手段反映群众呼声、引导舆论热点、讲好中国故事,推动广大新闻工作者掌握多媒体传播技术、提高全媒体采编能力。媒体融合奖开局顺利,为以后的评奖奠定了基础。

(作者系中国传媒大学新闻传播学部电视学院教授、博士生导师)

二 | 透视中国新闻奖媒体融合奖项的设立

詹新惠

近日，中国记协发布公告，宣布中国新闻奖自2018年起增设媒体融合奖项，设立6个评选项目，分别为短视频新闻、移动直播、新媒体创意互动、新媒体品牌栏目、新媒体报道界面和融合创新，共50个奖数。如何解读中国记协增设的这个奖项？是对过往成绩的肯定还是对未来的期盼，抑或是对当下现状的激活呢？是启动盘还是指挥棒、风向标呢？

（一）网络新闻奖项设立的演变及背后的解读

2006年第16届中国新闻奖首设网络新闻奖，当年设立的奖项有3个：网络评论奖、网络专题奖和网络新闻专栏，获奖作品13个。人民网的《我们怎样表达爱国热情》、新华网的《网民感动总理 总理感动网民——总理记者招待会网上答问》、河南报业网的《焦点网谈》分获评论、专题和专栏一等奖。

1999年10月，中共中央办公厅转发《中央宣传部、中央对外宣传办公室关于加强国际互联网络新闻宣传工作的意见》，指出要把中央重点新闻网站尽快办成全球性名牌网站。同期，各省市、自治区等单位也逐步建立起地方重点新闻网站。面对越来越多的网络媒体和影响力日渐彰显的新闻网站，中国记协在跟踪调研的基础上，在2006年第16届中国新闻奖的评选中，将具有登载新闻业务资质的新闻网站的网络新闻作品纳入评选范围，彰显出对网络新闻报道的认可和对新闻网站新闻业务的鼓励。

随着网络新闻业务的快速发展和网络影响力日益增强，从2008年第18届中国新闻奖开始，网络新闻奖项增加了网络访谈和新闻网页设计，同时网络新闻作品参加新闻漫画、新闻摄影和国际传播奖项的评选。网络新闻作品的实际参评奖项达到8项。

根据有关资料统计，2008年开始网络获奖作品数量激增，所占年度获奖总数比例总体维持在9个百分点上下，只有2014年稍有回落，2015年之后网络新闻获奖作品又开始提升，2017年获奖作品数占到总体数量的11.4%。特别值得一提的是在2014年第24届中国新闻奖中，中国经济网的网络评论《限制“公款消费”本质是制约权力寻租》首获特别奖，2017年新华社的融媒体专栏《新华全媒头条》也获得了特别奖，后者可以看作是设立媒体融合奖项的一次铺路。

分析近十年的网络新闻获奖作品可以看到，一是十年来网络新闻作品的获奖奖项

没有变化,但相应的网络与新媒体业务却发生了巨变,新形态、多媒体、多样式的互联网新闻作品层出不穷,但依据目前的网络新闻作品奖项很难对号入座、准确参评;二是2014年之前,大多数网络新闻获奖作品刊播终端主要在PC端,2015年之后获奖作品激增主要源于移动端内容产品逐渐增多,比如2016年澎湃新闻获得的新闻摄影三等奖《亲历尼泊尔震后:整座城市都在艰难愈合累累伤痕》,2017年新华网、新华社新闻客户端获得的新闻专题三等奖《一条天路,一个梦想——藏族“愚公”斯那定珠传奇》,浙江日报报业集团全媒体平台(浙江新闻客户端、浙江在线网站)获得的国际传播三等奖《最燃倒计时!G20,精彩浙江与世界美妙对话》,都是来自移动端的产品,从互联网新闻业务长远发展看,需要为移动端单独设计出参评奖项;三是过去的网络新闻作品奖项是基于PC端网络新闻传播特征和规律设立的,进入移动互联网时代,新闻报道的方式和内容生产的流程都发生了变化,而且移动互联网有自己的传播特征和规律,评判的依据和标准需要重新审度和制定。

(二) 媒体融合奖项的三大权重

综观中国记协发布的媒体融合奖6大奖项,凸显出三个权重:

1. 移动权重。在《中国新闻奖媒体融合奖项评选办法》(以下简称《评选办法》)中明确要求,“原创并在其移动端首发”“应用数字技术、移动互联网技术进行融合传播的新闻作品”。在每一个奖项的具体要求里,也都有基于移动端的严格要求。“短视频新闻”要求是在移动端发布的短视频类新闻作品(含纪录片);“移动直播”的名称就已经点明了其移动属性;“新媒体创意互动”虽然没有直接指向移动端,但众所周知,用户交互最好的呈现场景自然是移动端,且目前对“新媒体”的理解都是归类为移动媒体;“新媒体品牌栏目”限定的范围是“在自有平台或第三方平台官方账号”,鉴于已有网络新闻专栏奖,相信此次设立的“新媒体品牌栏目”应该是会授予移动平台上的新闻板块(单元);“新媒体报道界面”确定的是“移动端发布的新闻作品界面”;“融合创新”所涵盖的自然是传统媒体和新兴媒体、PC端和移动端的内容与渠道、生产与消费的全面融合。从6个奖项的具体要求可以看出,“移动”的权重是第一位的,因为用户都已在移动端,移动端内容是他们的第一选择和长期依赖。因此,在媒体融合发展到现当下阶段,mobile first(移动先行)是一种必然选择。

2. 视频权重。在《评选办法》里,直接提到视频的有“短视频新闻”,间接关联的有“移动直播”“新媒体创意互动”“新媒体品牌栏目”“融合创新”。无论是

直接还是间接，都是针对即将到来的5G时代一种前瞻性的布局。5G将提升移动网络运行速度，可以一秒钟完成一部高清电影的下载，具体到新闻内容生产层面，不仅是现在的短视频可以畅快收看，长视频在移动环境下也没有收视障碍。另一方面，5G的到来指日可待，来自三大运营商披露的信息显示，5G基站已经开始搭建，5G手机已经在研制，5G推行的时间表也已经进入倒计时。因此，视频在媒体融合奖项的评选中必然占据重要的一席。

3. 创意权重。“新媒体创意互动”奖项直接指向创意，“新媒体报道界面”极其需要创意，“融合创新”也自然是建立在创意基础上。可以看出，“创意”成为此次媒介融合奖项设立的另一个重要权重。在中国记协给出的媒体融合奖项评选十大标准里，多处强调“即时性强、交互性强、共享性强，技术应用效果好，传播效果好”“体现新闻性、互动性、技术性的高度统一”“界面设计主题鲜明、风格独特、布局合理、互动性强”“鼓励内容呈现方式创新和技术应用创新”，其中互动、技术、传播效果是关键词。媒体融合的核心和关键是技术在内容生产和渠道对接上的创新应用，而要想让技术渗透到媒体融合深处，就必然需要更多的创意和创造，需要以用户为依归，设计更多的交互应用。创意虽然不能在语言上有精准的描述，但作品是可以说话的，好的创意自带流量和传播效果。

（三）迎接全新的融合媒体时代

设立某类奖项，是希望通过嘉奖符合评选标准和话语体系的作品，来倡导主流价值观，在社会上营造出相应氛围，达到舆论风向引导的作用。中国记协在《评选办法》中明确提出，设立媒体融合奖项，是“顺应传统媒体和新兴媒体融合发展趋势”，是“贯彻落实中央关于推动媒体融合发展的决策部署，发挥新媒体传播优势，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力”。

2014年8月《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》出台后，媒体融合发展提升到了国家战略高度。近四年来，无论是传统媒体还是新兴媒体，都在积极探索媒体融合的路径，推进媒体在内容、渠道、平台、经营和管理等多个方面的融合发展。通过媒体融合奖项的评选，及时总结媒体融合的经验，发现媒体融合的精彩作品，梳理媒体融合的经典案例，自然能够推动媒体深度融合，促进各类媒体紧随技术发展步伐不断创新，用优秀的融媒体作品占领新媒体渠道，引领新媒体潮流。

相比中国新闻奖已有的29个评选项目，每年大约280个左右的奖项总量，此次媒体融合奖项设立的类别和数量都超乎寻常，不仅是对新媒体从业者的鼓励和肯定，对

媒体融合创新的重视，更是要促进传统媒体与新兴媒体深度融合，让媒体融合常态化、体系化，创作出更多、更好、更有创意的融媒体产品。目前，在一些重要节点及重大新闻事件报道中，或偶有融媒体“爆款”产品涌现，或是少量的优秀H5作品“刷屏”，或偶尔启动中央厨房开展重大新闻报道，缺少持续生产优质融媒体内容的能力，也没有形成完善的、日常化的媒体融合运行机制。相信，通过中国新闻奖这样大规模奖项的设立，能够掀起一场媒体融合创新、创意热潮，迎来全新的媒体融合时代。

（作者系中国传媒大学新闻学院副教授）

三 | 新闻类短视频的内容特征及其应用

宋建武 郭沛沛

当前短视频已成为公众记录生活和自我表达的一种新的内容形式和媒体手段，短视频精短、直观、便捷的视听传播形态，也使其必然成为新闻信息传播的恰当工具。上述特性，使短视频平台正在成为社会信息交互的主要场所。

（一）短视频的界定及内容特征

相较于传统电视机构制作的、通常被结构化为节目的视频内容而言，短视频是一种基于互联网尤其是移动互联网进行信息传播的新的内容呈现方式，“短”是其基本特征，一般认为，短视频的时长不超过5分钟，且构成独立信息单元，以满足用户使用碎片化时间获得资讯及娱乐的需求。本质而言，短视频与文字、图片、语音、传统影像等相同，均属于具备某种特定功能的传播形式，不同的是，短视频能够综合上述媒介形态，是充分利用了多种信息技术的“高阶”媒介。

在内容特征上，我们认为，新闻类短视频具有“新、短、快、实、美”五大特征。

“短”是短视频在时长上的衡量维度。短视频简洁明了的内容，有助于用户使用移动终端时，利用碎片化的时间接受信息；短视频简短精练且相对完整的形式适合用于新闻报道，有利于社会整体传播效率的提升。这既是当下移动传播带来的必然趋

势，也是用户的必然选择。

“新”是指新闻类的短视频应当具有新闻性，是对具有社会意义和公共价值的事件或其他新近发生的社会与自然环境的变化以及各种新发现、新事物所作出的记录和报道。

“快”是讲求时效。新闻类短视频的上传和发布都应该是快节奏的，从事件发生到相关短视频在公共平台上出现，要尽可能在最短时间内送达用户。

“实”是对短视频拍摄场景的要求，新闻类短视频作为真实场景的视频记录手段，应当在现场实景连续拍摄记录，用最真实的画面为用户营造“在场”感，而不是事后摆拍或者刻意的炫技。

“美”是审美要求，是指短视频的内容要符合社会主义核心价值观，表达人民群众对美好生活的向往，满足公众的审美需求。党的十九大报告中，习近平总书记强调，要“使人民获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续”^①，新闻类短视频应该体现的，就是这样的审美价值。

2018年，中国新闻奖首次设立媒体融合奖项，“短视频新闻”成为新增的6个评选项目之一。荣获“短视频新闻”一等奖的作品《柳州融水突围记 | 广西日报记者“失联”数十小时，在穿越40处塌方后发回灾区最新画面！》就较好地体现了上述特性。2017年7月广西柳州水灾发生后，广西日报柳州记者站站长湛贻照（“照哥”）在通讯、交通、电力、供水均中断的情况下，用短视频记录下了融水苗族自治县杆洞乡受灾情况，并历经数十小时，突破40余处塌方，突围出来，将已与外界失联超过24小时的杆洞乡情况进行了报道。

这些视频没有精美的画面，没有炫目的制作技巧，没有字正腔圆的播音语言，甚至由于自然条件和环境限制，画面都不能保证基本的平稳，出现一定的抖动和模糊，但却不妨碍它们是最真实的记录、最生动的表达，蕴含了最直击人心的力量。这使得该作品脱颖而出，在全体评委投票中高居榜首。

（二）短视频在新型主流媒体平台构建中的应用

短视频作为公众表达和社会交往的新工具吸引了相当数量的用户参与，已迅速发展为一个新的互联网风口，正在成为一种新的主要传播手段和互联网舆论引导的新阵

^① 习近平在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告。 <http://cpc.people.com.cn/n1/2017/1028/c64094-29613660.html>

地,一些短视频平台也已经借此时机成为公共信息传播新的重要渠道。对于主流媒体来说,在利用这一新手段生产优质的新闻产品的同时,更应该思考的是,主流媒体在媒体深度融合进程中,能否借助短视频这一新技术新应用,构建自主可控平台。

媒体融合的本质是主流媒体的互联网化^①,其关键在于自主可控平台的建设。目前主流媒体已充分认识到建设自主可控平台的重要性,纷纷开放部分入口和权限给予其他媒体和用户,尤其近年来注重在视频生产和传播方面搭建自主可控平台。如新华社2017年2月19日推出的智能新闻在线生产系统“现场云”,截至2018年2月12日,该平台入驻机构已达2400多家,覆盖全国省级、地市级媒体,入驻记者、编辑12000多人^②;人民日报社“人民视频”组建“人民拍客”系统,据了解,目前VIP拍客超过400人,年均可生产短视频内容5万余条,为新闻报道贡献了大量视频素材;中央广播电视总台下属的原中央电视台也开通了央视新闻移动网,聚合了一大批省级和副省级城市的专业电视机构所生产的新闻内容。目前,这些主流媒体的视频平台开放入驻的对象仍以PGC、GGC(政府生产内容)为主,UGC尚有较大发展空间。

从互联网短视频平台兴起的过程看,为每一个社会个体成员提供记录和表达的空间,给予以往最没有表达能力的群体记录生活、表达感受的能力,从而吸引到海量用户,是这些平台得以迅速成长的根本原因。

这些平台的成长告诉我们,互联网空间不应该仅仅是专业精英炫技的场所,它所具备的草根性、原发性等特性,这是人民群众力量的体现。这也是主流媒体在构建自主可控平台的过程中,不可忽视的因素。马克思主义新闻观要求我们“群众办报”,习近平同志指出要“通过网络走群众路线”,这些理念,都要求主流媒体充分认识到人民群众的力量,按照互联网规律,遵循互联网思维,进一步开放平台,在PGC、GGC的基础之上,逐步加大开放UGC所占比例,真正做到“群众办报”,让每一个用户都能成为平台的“记者”,让平台具有随时触达“第一现场”的可能。近日,西藏自治区江达县波罗乡境内(江安村)突发山体滑坡,造成金沙江断流并形成堰塞湖,网上有关灾情的珍贵现场视频资料并不是由专业媒体记者拍摄,而正是由就近最先到达现场的白玉县公安局民警提供;2018年中央电视台有关我国首届“中国农民丰收节”的相关报道视频,部分素材来源于快手平台。这些事例说明,只有构建起人民群

① 宋建武.融合平台——媒体融合发展的基石.[EB/OL].http://www.sohu.com/a/165827917_157267

② 新华网.新华社“现场云”面向智能化在线生产传播全面升级.[EB/OL].<http://media.people.com.cn/n1/2018/0220/c40606-29826443.html>

众普遍参与的自主可控平台，才能够第一时间向公众提供现场感十足的新鲜资讯，得到人民群众的喜爱和用户的拥簇。

（作者宋建武系中国人民大学教授、博士生导师

郭沛沛系中国人民大学新闻学院博士后）

四 | 中国新闻奖首设的“媒体融合奖项”获奖作品评析

田晓凤 张伟 雷跃捷

（一）重大直播报道技术化

新闻融媒体作品的一大特色是数字技术在新闻报道中的创新与应用。在《中国新闻奖媒体融合奖项评选办法》中明确规定了参评作品的范围为“于上一年度应用数字技术、移动互联网技术进行融合传播的新闻作品”。2018年中国新闻奖的媒体融合奖特别奖——《两会进行时》是人民网法人微博发布的融媒直播作品。2017年两会期间，平台累计直播时长超过120小时，累计观看达1.38亿余人次，其时间之长、规模之大、成果之突出，开创了传统媒体新闻网站长时段直播历史的先河。直播的节目内容丰富，有部长通道、人大闭幕式、总理答记者问等环节的同步直播，还有人民日报记者在两会现场进行的独家点评。前方报道与演播室访谈相互穿插，并配有会场花絮和创意微视频，形式可谓丰富多样。

而这场直播面临的最大挑战就是技术问题，如何在全天候直播的过程中保障信号稳定传输、如何打造可靠的网络环境，人民网在技术层面进行了充分准备。基于2016年研发的移动直播平台这一技术储备，节目团队在极短时间里，搭建了一站式移动直播解决方案，包括内容采集、实时转码、分发加速、网络优化等核心功能。在输出端口方面，除PC端、手机客户端外，网络电视部为《两会进行时》制作了微信小程序，通过小程序的“两会”和“推荐”两个板块，实现微信实时观看及分享。

两会中的VR直播是2018年获奖作品的又一大亮点。二等奖作品《“钢铁侠”VR直播：全国政协十二届五次会议新闻发布会》是2017年3月光明网“钢铁侠”多信道直播云台首次开展的全国两会报道，这套直播设备一亮相，就引起了广泛关注。“钢铁侠”多信道直播云台是光明网打造的全媒体报道单兵设备，记者通过穿戴式云台，

单人操作该系统集成的平板电脑、VR全景相机、高清摄像头、录音设备等，通过云控制台、云存储及流媒体服务系统，同时为15家平台提供高达3K画幅、4M码流的视频和VR信号，记者还可以一键同步实现PC端、新闻客户端及H5页面等跨平台视频内容的分发与适配，观众无须安装任何软件，就可以通过手机裸眼观看高清VR直播。

在获奖作品中，还有诸如抠像技术、人脸识别、3D空间设计等都得到淋漓尽致的体现，极大地丰富了新闻作品的表现手法。中央出台的《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》中指出“推动媒体融合发展，要将技术建设和内容建设摆在同等重要的位置”，要“以新技术引领媒体融合发展、驱动媒体转型升级”。新传播环境下，新闻生产必须适应新媒体传播特点，依托先进技术，优化呈现和传播方式。通过综合运用多媒体表现形式，实现新闻作品从可读到可视、从静态到动态、从一维到多维的升级，满足多终端传播和多种体验需求。

（二）突发危机事件报道现场化

利用手机开展直播报道，打破了以往广播电视直播装备重、声势大、受各种因素影响、难以深入到突发事件现场的局限。记者手持手机，可以方便地深入到突发事件现场，开展直播报道。受众同步跟随记者的视角和解说，观察突发事件，体验突发事件报道。获融媒短视频一等奖作品：《柳州融水突围记 | 广西日报记者“失联”数十小时，在穿越40处塌方后发回灾区最新画面！》，报道的是2017年8月，广西柳州融水杆洞乡突发2次山洪，通信、水、电全部中断，成为“孤岛”。广西日报社紧急成立融媒体专项报道组，记者第一时间赶赴灾区一线，用手机记录和直播了当地乡镇干部组织营救、自救的珍贵视频画面，并结合背景信息，运用网络语言将拍摄的短视频精心编排成为一篇记者突围险境的冒险新闻故事。

这组短视频新闻全面、迅速、准确地采集与传播了新闻现场的关键信息，回应了社会关注，新闻价值巨大，成为很多媒体的暴雨灾情权威信源，获大量转载；在微博、微信、客户端等多条渠道发布，新闻素材得以充分有效利用，呈现形式融合了图文、视频、直播等多种媒体报道形式，现场感强，引发了读者强烈的共鸣。在回应社会关注焦点、及时辟谣的同时，生动呈现基层党员干部在暴雨洪水灾情面前，把人民群众生命放在第一位，勇于跑在灾情第一线，有组织、有纪律、有担当、有作为的优秀品质。

如此重大的题材，广西日报反应迅速，充分利用了融媒体报道时效性强、新闻信息容量大的特点，采用新闻事件现场目击加直播的直击报道方式，由于报道及时，真

实、现场感强，有效制止了流言及谣言的传播，起到了正确引导舆论的作用，提高了传播的影响力。

（三）呈现方式多样化

融媒体新闻报道的最大优势，就是它涵盖了所有媒体的报道形式，呈现方式丰富多彩，无论文字、图片、音视频还是VR、H5，融媒体作品中都可以灵活运用。在融媒体获奖作品中，可以看到，除了文字稿件、图片、音视频之外，还有很多是“产品”“朋友圈直播”“互动问答”“报告”“思维导图”等新鲜的形式。多种呈现方式，也更加吸引受众注意，提供给他们更多的选择空间。

澎湃新闻制作的《长幅互动连环画 | 天渠：遵义老村支书黄大发36年引水修渠记》获得融媒体界面类一等奖，该作品不落俗套，创新了主旋律报道和典型人物报道的表达方式，取得了很好的传播效果。作品是一幅长达17页的H5作品，以水为主线，用下拉式长幅连环画、渐进式动画、360度全景照片、图集、音频、视频、交互式体验等多种报道形式，全景展现了黄大发带领老一代修渠脱贫、带动新一代致富的历史长卷。背景音乐浑厚雄壮，凸显了黄大发的人物形象；民谣、山洪、炸药的音频增加了报道的接近性，让受众有身临其境的感觉；为了提高新闻的真实性，采用村民的同期声，也借由村民之口，评价黄大发为修渠不懈努力、无私奉献的大半辈子，同时配以文字解说，方便受众明白理解。整个H5制作与画风选用了朴实且带有平面装饰意味的黑白风格创作，角色处理采用写实的手法，同时穿插人物照片，生动传神，画面背景与人物主体关系黑白布局得体，以金色作为点缀，稳重大气又不失活跃的细节，提高了事件还原的真实度。在这个新媒体与手机阅读时代，带来了读者更全面立体、更轻松却更震撼的阅读体验。

另外一部一等奖作品《“央广主播的朋友圈”系列H5报道》是央广新闻节目中心新媒体部成员内部创新生产的原创作品。该作品是业内首次使用虚拟朋友圈与主播实拍视频抠像结合的方式，来构建一个适合在受众朋友圈传播的两会报道产品。用户点击链接进入后，好像进入了真正的微信朋友圈，在一个全屏模拟朋友圈的画面中，央广主播王小艺就站在屏幕右下角，通过滑动、点击等肢体动作，口播解读朋友圈里的内容，少了宣传解读式的报道，朋友圈的内容更像是同事朋友之间的交流对话，容纳了图文和音视频等各种内容，生动、有趣又具备良好的内容价值，具有鲜明的新媒体产品特点。虽然不是用户亲自点击，但是王小艺点击朋友圈图片的放大效果、点击朋友圈视频的播放效果，与受众自己的点击感受完全相同，没有丝毫违和感，这一场

景象是普通人们的日常生活常态，极易使受众产生沉浸式的体验，必然能吸引受众注意，产生良好的传播效果。

（四）受众参与互动化

观察融媒体类获奖作品可以发现，与其他类型的获奖作品相比，这类作品与受众的互动性更强，受众的参与度更高，这与融媒体作品本身具有的技术手段、呈现方式等方面的优势密不可分。无论是《柳州融水突围记 | 广西日报记者“失联”数十小时，在穿越40处塌方后发回灾区最新画面！》《长幅互动连环画 | 天渠：遵义老村支书黄大发36年引水修渠记》《“央广主播的朋友圈”系列H5报道》，还是其他诸如《你收到的是1927年8月1日发来的包裹》《最奇妙的一日游 看砥砺奋进的浙江嘉善》等，融媒体获奖作品大部分都呈现出竖屏化的观看特征，只要动动手指，轻轻一划，就可以轻松参与。这与人们选择观看新闻的接收渠道有关，移动互联网时代的崛起，使手机成为人们获取信息的首要工具，竖屏化的呈现更加方便了受众的观看习惯，提高了受众的观看体验。《中国新闻奖媒体融合奖项评选办法》中规定了“原创并在其移动端首发”，契合了新闻产品移动化的趋势。

除此之外，2018年中国新闻奖融媒体获奖作品中，H5作品占了很大比重。在一等奖作品中，除了《长幅互动连环画 | 天渠：遵义老村支书黄大发36年引水修渠记》《“央广主播的朋友圈”系列H5报道》，还有人民日报客户端推出的引爆朋友圈的《“军装照”H5》。为纪念建军90周年，人民日报客户端借助人脸识别、融合成像等技术，制作了互动H5产品《快看呐！这是我的军装照》（简称“军装照”H5），只要扫描二维码，选择年代和性别，再上传正面照，就可以生成自己的虚拟“军装照”。流程方便简单，互动性强，实现了“沉浸式传播”。“军装照”H5发布后，立即形成了“裂变式”的传播，不同年龄、区域、行业的网友都踊跃生成、分享自己的“军装照”，在网络上形成刷屏效应。“军装照”H5成为把爱国主义植入融媒体产品的现象级力作，也成为融合报道的经典成功案例。

同样为纪念建军90周年制作的还有由中国军网、军报记者微博、腾讯新闻客户端等联合开发的H5作品《你收到的是1927年8月1日发来的包裹》。该作品依据军报刊登的文章《波澜壮阔90年，难忘的90个第一》进行的二次创新。主体设计成文字快闪与答题抽奖两部分，在文字快闪部分，首先出现在眼前的是一份包裹，显示的是从1927年穿越而来，点击签收后出现了一枚八一军章和一把火炬，作品由此展开，以快闪的形式展示了从1927年南昌起义开始的中国人民解放军90年的光辉历程。观看完毕后受

众可以传递火炬，进行转发并参与互动答题。这成为纪念建军90周年众多产品中效果突出的优秀作品。该H5作品上线后，全网总计参与人数达到688万，通过头条问答、微头条等渠道参与传递活动的人数总计约有5400万。

《中国新闻奖媒体融合奖项评选办法》中，在中国新闻奖中设立媒体融合奖项是顺应传统媒体和新兴媒体融合发展趋势，巩固宣传思想文化阵地、壮大主流思想舆论的重要举措，有利于贯彻落实中央关于推动媒体融合发展的决策部署，发挥新媒体传播优势，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。通过这些获奖作品，我们也确实看到融媒体的强大生命力。习近平总书记曾强调，要研究把握现代新闻传播规律和新兴媒体发展规律，运用互联网思维，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，构建立体多样、融合发展的现代传播体系。而作为中国新闻行业的风向标，中国新闻奖此次进行如此重大的奖项新设，更是代表了行业内对媒介融合发展的高度关注，相信有了融媒体作品入驻中国新闻奖，媒体融合结出的果实，将会以更加新鲜娇艳的颜色，展示在大众的面前。

（作者田晓风、张伟系中国传媒大学新闻学院2016级硕士研究生
雷跃捷系中国传媒大学传播研究院舆论研究所所长、教授、博士生导师）

第二十八届中国新闻奖媒体融合奖项精品回顾

一 | 《点赞十九大，中国强起来》：用新纪录致敬新时代 ——新华社“30亿级”互动产品是如何炼成的

新华社高级编辑、中国搜索党委书记 李俊

“用爱豆（偶像）连接网友，用OFO（共享单车）连接民众，用嘻哈连接二次元，互联网思维无非连接二字。”2017年10月26日，伴随着最后一条微信朋友圈发出，新华社“点赞十九大，中国强起来”系列互动活动的参与人数定格——接力人次5.12亿人次，点赞人次1.2亿，页面浏览量30亿，一项新的互联网纪录诞生了！

迎接新时代，创造新纪录。空前的数据记录了广度和深度空前的连接力，彰显了党的十九大在人民心中的巨大感召力，也展示了新华社在媒体融合和系统化创新中积累的强劲创新力和传播力。

新“三可”打开新思路

“要把可互动、可分享、可体验的窗户纸捅破”，党的十九大新媒体报道如何创新？新华社总编辑何平在一次策划会上对产品研究院提出要求：“互联网传播特别是社交媒体传播，不仅要‘可读、可听、可看’，还要‘可互动、可分享、可体验’。前‘三可’是基本要素，后‘三可’是鲜明特点，这次一定要脑洞大开，有所突破。”新华社副社长刘思扬也勉励我们，要按照现象级标准，打造新“三可”的标志性产品。

2017年8月28日，新华社总编室召开年度创新培训会，经过头脑风暴，明确以音频为突破口，抓住十九大关键节点推出轻应用；9月25日，举行十九大新媒体报道汇报会，明确通过共享单车的使用场景推广音频报道；9月27日，产品设计汇报会，明确增加新华网与中国邮政合作设计的网上党代会首日封，丰富报道内容……

遍布街头巷尾的黄色单车、绿色邮筒和悦耳动听的音频、音乐，共同构成一张连接网上网下、打通虚拟现实的崭新传播网络，为十九大的新媒体报道打开了新思路、创造了新空间。

新思路创造新纪录

博观而约取，厚积而薄发，创新的爆发力从来不是一蹴而就的。

2017年，新华社党组提出从单个产品创新向系统化创新转变，实现从理念、选题、采集、编辑、制作、传播、用户服务的全链条创新，一大批新媒体工作室、项目组脱颖而出。“点赞十九大”策划方案提出后，来自新华网、新媒体中心、音视频部、体育部、产品研究院和各分社的工作室、项目组群策群力，迅速启动。

9月30日下午，第一位嘉宾丁俊晖的“点赞”录音录制完毕；9月30日傍晚，第一条邀请网友参与点赞活动的微信《来，和你的爱豆（偶像）一起为十九大打call》播发，迅速10万+。

10月11日，第一批声音在共享单车上线，伴随着扫码开锁的嘀嗒声，“我们的征途是星辰大海，为十九大点赞，向着美好生活出发……”等悦耳音频自动播放；

10月13日，“点赞十九大，中国强起来”轻应用上线，在骑行时收听祝福十九大音频，在手机上为十九大点赞，在网站上获取十九大个性化首日封、明信片成为海内外网友关注十九大、祝福十九大的新方式。

10月18日十九大开幕当天，伴随着设计精美的“十九大首日封”轻应用上线，海量的数据再次爆发，刷爆了朋友圈，点爆了服务器，烤热了扫码后台，短短7个小时，仅点赞数就超过了6000万次，服务器紧急扩容才抵挡住用户潮水般的热情，成为十九大第一个“爆款”互联网产品。

10月25日，当新一届政治局常委与中外记者见面的高光时刻开始，我们确切知道，一个新的互联网纪录就要诞生了——“点赞十九大，中国强起来”系列互动活动以5.12亿人次创造互动报道产品参与人次纪录，以30亿页面浏览量创造单一活动浏览量纪录，以2亿人次扫码创造扫码关注党代会纪录，以1.2亿点赞量创造党代会点赞量纪录，将H5轻应用的传播极值刷新为30亿级。

活动也创造了多项第一次：第一次邀请党代表、公众人物和网友在线诵读党代会报告；第一次以“进入新时代”为主题组织网友互动活动；第一次用互联网技术推出党代会纪念首日封；第一次将重大报道与线下扫码活动有机结合产生重大影响；第一次大规模以音频为主打形态开展重大报道。

新纪录带来新启示

“点赞十九大”报道为“可互动、可体验、可分享”的传播规律提供了海量数据的试金石，也带来了引人深思的新启示。

第一，“可互动”的关键不仅是互动什么，更要重视如何互动。社交媒体的互动规律，不是深度、多维、多元的“座谈式互动”，而是简洁、简练、简单的“广场式互动”。新华社采取的“强议程、低门槛、广覆盖”的传播策略，为社交媒体“可互动”传播规律探索了有效路径。

新华社领导在产品之初就提出，“一流的内容+一流的技术+一流的渠道共同定义一流的产品”。“点赞十九大”不仅用足了新华社微信、客户端、新华网等自有渠道，还在微信、微博、B站、A站等二次元平台以及蜻蜓等音频平台上持续发力，更首次使用共享单车作为互动平台，伴随着扫码开锁的嘀嗒声，悦耳音频自动播放。以图片、音频甚至游戏互动代替传统文字互动，突出“浅互动”“微互动”成为产品互动性强劲的重要因素。

第二，“可分享”的要义是构成传播闭环，充分发挥社交媒体的传播红利，让阅读者成为二次传播者，让新闻自动找到下一位读者。“点赞十九大”充分挖掘微博、微信等社交媒体的传播特点和各具特色的传播优势，先后邀请各界代表108位，录制音频200多段。广泛的代表性形成大小、交叉互联的传播圈，迅速形成正能量的“排浪式传播”。

与此同时，在产品的时间轴上，采取了不断迭代开发的策略。伴随大会开幕，推出“点赞十九大·党代表篇”特刊，邀请19位党代表点赞十九大；伴随习近平同志在十九大报告中提出“进入新时代”的重大论断，“进入新时代，点赞好声音”互动专题同步推出；与中国邮政合作，发起“点赞赢取十九大首日封”活动，设计精美的首日封和明信片，通过手写签名、摇一摇等“浅交互、低门槛、个性化、高传播”的互动方式迎来传播峰值；会期过半，启动“我是报告诵读者”活动，邀请房方、蒙曼等十九大代表和嘉宾朗诵报告暖人“金句”，吸引大量网友参与互动，形成UGC（用户贡献内容）反哺报道产品的闭合链条……

传播不再是一站式的旅行，不断变化的主题和设计的不断更新，吸引网友体验新鲜感的同时，持续调动分享热情。十九大前后，产品共完成四次迭代，十几次调整优化。传播分析文章指出，新华社“点赞十九大”系列产品富于节奏感地发布产品，始终注意优质议题设置，始终注意网上网下结合，使整个产品高潮迭起，形成滚雪球效应，数字连创新高。

第三，“可体验”的核心不仅要让受众“身临其境”，还要让观众“参与其中”。让先进技术为体验服务，让场景设计以人为本，把复杂的变得简单，把笨重的变得轻巧，把遥远的变得亲近，把严肃的变得亲切。这是让重大报道“可体验”的基本规律。

新华社“点赞十九大”互动产品首次与共享单车合作推出音频互动体验，首次与中国邮政合作推出邮政互动方式，开创了主流媒体打通互联网与现实生活场景开展重大主题传播的先河，是“万物互联”时代OMO（online-merge-offline线上与线下融合）改变新闻传播的探路之作。一辆辆智能单车成为一台台十九大播放器，一张张首日封成为一个个十九大留声机……这是万物互联时代唱响主旋律的新方式。

北大新闻与传播学院院长陆绍阳评价，“点赞十九大”互动与传播界不太重视的流量入口OFO合作，扫码播放十九大语音，产生了奇妙的化学反应，创造了互动报道的新标杆，提供了媒体融合成功的标志性成果。

中国人民大学教授宋建武说，新华社“点赞十九大”系列互动产品是跨界融合的标志性产品。在新媒体时代，在媒体融合格局中，连接力强大的媒体才是强势媒体，才是新主流媒体。

二 | 《领航》：用短视频彰显信仰之美崇高之美

新华社总编室 郝方甲

在党的十九大召开前夕，新华社全媒报道平台第一工作室精心打造了政论微视频《领航》。这部微视频用8分40秒，展现了党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央领航“中国号”巨轮破浪前行，将中国特色社会主义理论和实践不断推向新时代的光辉历程。

微视频推出后，舆论反响强烈。浏览量在24小时内突破2亿次，迅速成为互联网

爆款产品。有一位名叫“大海”的网民说：“政治性微视频如此制作，从未见过，大气磅礴，令人沸腾。让我更加坚信只要中国人携手并肩，万众一心，就没有过不去的坎，就一定能抵达目的地。”刚刚，这部作品获得了本届中国新闻奖融媒体类一等奖，之前还获得了新华社创新大奖的一等奖。

在我看来，这些沉甸甸的奖励，并不是对《领航》一部作品的肯定，而是对新华社一段时间以来创新方向的肯定。

十八届六中全会明确了习近平总书记在党中央和全党的核心地位。同时，世界媒体格局、舆论生态、传播形态深刻变革，媒体融合向纵深推进。如何适应传播格局新变化，推出与核心地位相适应的总书记报道精品，是时代赋予新华社的重要课题。

2016年年底习近平总书记在文艺座谈会上指出，要“通过更多有筋骨、有道德、有温度的文艺作品，书写和记录人民的伟大实践、时代的进步要求，彰显信仰之美、崇高之美”。也就是在2016年底，新华社成立了专门负责总书记报道创新的第一工作室，接连推出了《心中的牵挂》《小账本连着大情怀》《大道之行》等融媒体新闻产品。经过一段时间的内容创新探索和机制创新磨合，由新华社总编辑何平直接点题，我们在十九大召开前几个月，开始酝酿创作《领航》。

政论类报道一向是难啃的硬骨头，创新难，特别是短比长难。想要用短短几分钟集中反映五年来中国共产党带领全国人民取得的改革开放和社会主义现代化建设的历史性成就，细思极难。

骨头越硬，越不能硬碰硬。今天我想与大家分享我们是如何通过“加减乘除”四步，提炼出“三句诗，一幅画，一个形象”，最终完成了这一部《领航》。

首先是加法。作为一部政论片，最重要的是思想性。它既要有基于事实的观察思考，也要有对中国发展方略的审视。从十八大到十九大，这五年间作出了哪些努力？取得了怎样的成就？历史方位如何？中国正走向何方？……我们与新华社中央新闻资深记者联席策划，首先把这些问题吃透。

然后做减法，大胆打破政论片固有的思维模式，把本需要用大篇幅才能说清楚的内容，用高度凝练的文字和画面表达出来。一定程度上来说，减法比加法还重要。

《领航》全片没有画外音解说，我们用总书记参观复兴之路展览时引用的三句古诗和十八大时新一届中央领导集体亮相地点——人民大会堂东大厅里的巨幅国画《幽燕金秋图》串场。画中的长城寓意“雄关漫道真如铁”，意味着中华民族百余年苦难征程；高山瀑布及雨雾展现“人间正道是沧桑”；以大海扬帆贴合“长风破浪会有时”。通过对三句诗和一幅画的分解，展现了习近平总书记对中华民族的昨天、今

天、明天的思考与指引。

再说除法。八九分钟的时长，作为一部政论片已是高度凝练，但对短视频来说要算“长片”了。如何进一步突出主题、强调中心思想，往往要借助一个或者多个具有象征意义的载体，我们将其称为“除法”。《领航》顾名思义，我们将航船作为贯穿始终的主线，从开头的嘉兴南湖红船，到结尾的“中国号”巨轮，领航的意味及领航者的形象由此确立。

最后，乘法则是指将新闻照片、实地拍摄和三维特效融为一体，让所有创意可视化的新手段为主题和内容服务。

时间所限，更多的创作故事我不再逐一展开。借用《领航》结尾的一句话：每一代人有每一代人的长征路。方向决定道路，融合发展，我们任重而道远，下一程也许更难走，但不断创新、突破自我是唯一的选择。

三 | 《公仆之路》：时政微视频的创新“四字诀”

中央广播电视总台中央电视台 唐晓艳

中国新闻奖作为中国新闻行业的风向标，首设媒体融合奖项。正是乘此东风，《公仆之路》从众多优秀作品中脱颖而出，荣获第28届中国新闻奖媒体融合短视频类一等奖。

刚才大家看到的视频短片就是《公仆之路》的浓缩版，全片原长5分26秒，于2017年11月23日播发，一周内全网播放量达到2.5亿，在微信公众号、朋友圈累计发布、分享超过43万条次，可以说是十九大之后第一部爆款时政微视频，引发了各界的广泛关注与讨论。

自2016年以来，短视频被推到新媒体的风口浪尖，成为不少传统媒体融合发展的前沿阵地，时政微视频是其中最受关注的一支，近些年来涌现出不少佳作，比如新华社的《红色气质》《大道之行》，我们中央广播电视总台央视新闻中心的《初心》等等，即便是我们央视网自己，在这两年发力时政微视频领域，也取得了不小成绩，截至2018年6月，央视网微视频工作室共制作推出时政微视频35期，全网播放量23亿次，平均每支6500万次。其中，《公仆之路》2.5亿次，《家国天下》1.73亿次，《贺新春：长长的记忆》1.69亿次，《崇尚劳动的习近平》1.5亿次，《新时代 致敬英

雄》1.3亿次，《习近平为你描绘“新时代”》1.2亿次……

创作过程中，我们总结了时政微视频的创新“四字诀”：定魂要“准”，题眼要“凝”，信息要“密”，形态要“新”。在《公仆之路》上，这些标准进一步具化为四个“一”：“一以贯之”的主题表达，将“公仆”作为核心命题；“一脉相承”的深刻内涵，宣示以“人民”为中心的执政理念；“始终如一”的公仆底色，“永做人民公仆”的初心不变；“一镜到底”的创新形态，借助极致表现形成沉浸体验。

下面我就以《公仆之路》为例，对此进行详细的阐释：

第一，定魂要“准”。这支片子推出的时间节点，正是十九大胜利召开之后将近一个月的时间。十九大这么宏大的主题，什么是最核心的表述？我们最后选取了两个词，“新时代”和“人民公仆”。中国特色社会主义进入了新时代，这是十九大带来的崭新境界；但中国共产党人有一个核心不变的东西，就是“人民公仆”的使命与初心。

基于这两点，我们创作了两支时政微视频《习近平为你描绘“新时代”》和《公仆之路》，分别于十九大召开期间和闭幕之后播发，上线时间正好相隔一个月，时长都是5分26秒，切入角度各有侧重，表现形态瑜亮互见。

一支成功的微视频，一定是把主题当作灵魂，聚而不散、凝而不偏。从这个意义上说，《公仆之路》是典范之作。

什么是公仆？在总书记的表述里，公仆是“做一些为老百姓办好事的工作”；公仆是“清清白白做人，干干净净做事，坦坦荡荡为官”；公仆是“当县委书记一定要跑遍所有的村，当地市委书记一定要跑遍所有的乡镇，当省委书记一定要跑遍所有的县市区”；公仆是“永远把人民对美好生活的向往作为奋斗目标”……十九大报告中，总书记203次提到“人民”；《公仆之路》中，总书记以自己的所思、所想、所言、所行，为这个词做了最佳注解，为全体党员和公仆群体做了最佳表率。

第二，题眼要“凝”。《公仆之路》在5分26秒内完成48年的时空漫游，再现党和国家领导人习近平从黄土地到南海，初心不变、始终如一、为民服务的公仆历程。虽然讲述的是总书记从1969年初插队梁家河到2017年再次当选中共中央总书记不同阶段的经历，但整个片子浑然一体，丝毫没有割裂之感，这正是得益于创作者对于主题的牢牢把握与凝练呈现。

《公仆之路》紧紧围绕“为人民服务，永做人民公仆”的初心使命，精心选取总书记自己的话娓娓道来。在梁家河，网友能听到他讲述自己的信念初心和所知所获；在正定，能听到他“郡县治、天下安，清白做人、干净做事、坦荡为官”的谆谆教

海；在福建这片当时开发开放的前沿热土，他说“爱拼才会赢”；在浙江，他超前提出“既要金山银山，又要绿水青山”的生态观；在上海，他督促其要勇做“全国改革开放排头兵、创新发展先行者”；到了中央、当选为中共中央总书记，更是始终强调要“永远把人民对美好生活的向往作为奋斗目标”，告诫全体共产党人“不忘初心、牢记使命，不忘初心、方得始终”。

总书记的原音朴实无华，在平实叙述中让人自然代入情境，结合历史性的画面，使报道更加真实可感。这样重剑无锋的表达，引来网友的刷屏传播也就在情理之中了。

第三，信息要“密”。短视频并不意味着信息量就要相应减少，反而对信息密度提出了更高要求，我们内部推崇一个公式：画面信息/时长=信息密度，信息密度越高，欣赏价值就越高。

《公仆之路》创作时长将近半年，我们查阅了几乎所有有关总书记的视音频、图片、文字资料，从中搜集整理出每个阶段最能代表他的理念的同期声，整合成和谐统一的一个主题。这是一个由厚到薄又由薄到厚的过程，总书记48年的公仆历程要在5分多钟的时间内塑造完成，这就需要画面语言和同期声极为聚焦凝练，每一句话都要有其信息价值所在，每一帧画面都能让人引发内涵意义联想。片子的信息密度大了，厚度也就油然而生。

第四，形态要“新”。《公仆之路》运用了一镜到底和三维投射技术。一镜到底对创作者来说是一种束缚，但《公仆之路》恰恰是用这种人为的束缚去传神表达一个48年如一的思想境界。习近平1969年来到陕北插队，从一个少年逐渐成长为大国领袖，周围的环境发生了天翻地覆的变化，这么扎实的经历如何用短视频来表现？我们原来是想做18集微纪录类短视频的，但最后却成功压缩进一集短视频中，一镜到底既是破题利器，又是始终坚定不移的最佳选择：一方面，通过连贯的画面和叙事，让受众产生时空穿越的感觉，增添了观赏性和可看性；另一方面，通过巧妙的场景转换，清晰地呈现总书记的人生轨迹，传递了其始终如一为老百姓办好事的价值追求。

纵观整部短片，从那张开向陕北高原、载着知青列车的场景开始，到正定、福建、浙江、上海、中央，一幅幅总书记与人民在一起、为人民服务的照片依次扑面而来，带着岁月的厚重，也带着暖心的温度，致敬创造历史的人民，也致敬为人民服务的总书记。

这部短片不仅是一个人的史诗，更是我们的国家和人民几十年来砥砺奋进的真实

写照，总书记的奋斗足迹，也折射着千千万万普通中国人的奋斗历程。我想，这也正是第28届中国新闻奖评委们将媒体融合短视频类一等奖授予《公仆之路》的原因。

四 | 《侠客岛》：把新闻做在读者的心坎上

人民日报海外版 张远晴（独孤九段）

信息时代最大的一个特点就是快。节奏太快，一天一个热点，甚至多个热点叠加，很多东西根本来不及消化；变化太快，在看似事实清楚的新闻面前擅自下一个判断，很可能面临迅速反转的尴尬。我们每天接触的文字量、信息量可能比传统阅读时代要高得多，但能沉淀下来的未必比传统阅读时代要高得多，这包括有用的信息、有价值的判断，以及真正能给人启迪的思想。

有个寓言故事，叫小猴子掰玉米，大家都很熟悉，意思是喜好变迁太快，到头来啥都没捞到。套用在信息时代，浅阅读流行，让我们都成了“追风者”，但很有可能变成徒劳无功的“捕风人”。

所以，新闻能不能让自己不再变成易碎品？尤其在浅阅读流行的时代，我们的新闻工作者能否透过新闻的报道和解读，带给读者更深层次的思考？不光告诉大家发生了什么，还能告诉大家为什么发生，怎么看待，怎么应对，由此来达到“解疑释惑，凝心聚力”的效果，这应该是新闻作为国家社会“公器”的一个重要使命。

带着这样的思考，我们创办了侠客岛。

侠客岛创办近5年来，我们有个口号，叫“但凭侠者仁心，拆解时政迷局”。侠之大者，为国为民，我们的文字始终植根于时代，服务于时代，这边是“仁心”所系。所以我们没有“躲进小楼成一统”，摆弄花花草草、养生茶道，而是选择了时政这块硬骨头来啃。意识形态最敏感的前沿，舆论斗争最激烈的前线，但这块阵地非党媒莫属，社会对党媒的期待莫过于你能否在这些领域有态度、有声音，甚至有脾气。

这是侠客岛一直坚持下来的特色，做硬时政，做社会热点的解读。我们不是新闻评论，是新闻解读。不光给你一个观点，还帮你把新闻切开来，讲述来龙去脉，丰富背景知识，把观点蕴含其中。我们认为，新闻不应该成为易碎品，新闻是眼前的历史，是中国发展历程中的鲜活样本，所以，我们希望通过新闻事件的解读，来折射中国的发展变迁，表达我们对时代的思考。这样，每一个新闻都能因此具备时代的背

景，拥有思想的厚度。

在表达上，我们也做了很多尝试，有俏皮、活泼，也有犀利、沉重，但一个基本点就是，大白话、说人话、讲真话，让普通老百姓都能听得懂、听得进，而且还爱听，让每一个新闻都有切身的关怀，拥有情感的温度。

所以这几年间，我们结交了好几百万的忠实粉丝，我们叫作“岛友”，他们叫我们“岛叔”“岛妹”。这些岛友来自五湖四海，遍布世界各地。我们不是因为要了解资讯而聚集在一起，而是因为有共同的世界观、价值观而集结在侠客岛上。侠客岛在他们眼中，不是一个新闻机构，而是一个活泼泼的人格存在。侠客岛微博有个岛友这样形容我们：“他就像你在火车上时常能遇见的海侃中外局势的迷之大叔，亲切，有料。”我觉得非常形象地概括了侠客岛的受众形象。

除了文章，我们也在陆续举办侠客岛的线下沙龙，每一次沙龙到场只有三四十人，但报名都能破千。2016年，我们第一次办线下见面会，带10多个岛友一起走进中联部，有个福建厦门工作的岛友自费两千多机票跑到北京参加活动，更让人感动的是，他还特地回了趟漳州老家，给我们带了箱青芒过来。这让我们万分感动。我们有10个岛友的微信群，学生、公务员、企业人员、媒体工作者、海外留学生等等，每天都特别活跃，他们除了讨论文章、调戏岛叔岛妹，还自己组织线下聚会交朋友。“岛友”二字已经成为一个非常有识别度的标志，我们接下来还打算给这两个字赋能。拥有“岛友”的身份在侠客岛上能做什么？在现实生活中能做什么？想象的空间非常大。

“物以类聚，人以群分”，新媒体的特点就是要做垂直，侠客岛以“新闻+思想”的特色聚集了一批忠实岛友，这些人有知识、有思考、有阅历，是如今中国社会的中产阶层，他们在舆论场上的声调很高，能获得他们的信任不容易。

如何获得读者的信任？就把新闻做在读者的头脑里，做在他们的心坎上。

五 | 《国际锐评》：打造国际舆论场的中国言论品牌

中央广播电视总台国际广播电台 盛玉红

在2018年首次增设的中国新闻奖“媒体融合奖项”中，“国际锐评”获得融媒栏目一等奖。这个结果，让我们感到既惊喜又振奋，这既是对总台媒体融合传播成效的

肯定，更是对团队成员的一种鞭策，激励着我们更好地前行。

国际锐评是中央广播电视总台的新媒体国际时事评论品牌。创办三年多来，我们坚持“中国立场，国际表达”，以习近平新时代中国特色社会主义思想，特别是外交思想、全球治理观等为指导，对国际政治、财经、军事、科技等社交热点进行分析解读，客观理性、“快准精深”地讲好中国故事、表达中国立场，在国内外舆论场上的影响力不断上升。下面以参评本届中国新闻奖选送的两篇代表作为例，简单地作下介绍。

第一篇代表作是2017年3月21日发表的《为中美未来50年相处定调？特朗普这一提法用意很深！》一文，它的背景是2017年1月美国总统特朗普上台执政后，在台湾问题上挑战中国底线，引发外界对中美关系的担忧。同年3月，美国新任国务卿蒂勒森对华首访时说特朗普总统期待与习主席尽早会晤，“为中美关系未来50年的发展确定方向”。蒂勒森这番表态传递出什么信息？“国际锐评”这篇评论指出，这既反映出特朗普有意再现45年前尼克松破冰之旅的历史作用，也有基于现实的判断与考量，为未来中美的力量转换做准备；中美只要能够坐下来面对面地谈，而且还能谈出“约法三章”，就能走出一条不同于历史上大国对抗的新路。这篇评论通过国际台多端发布后，推荐量近200万，并被海内外网站广泛转载。有网友说：“只有中美达成合作共赢的战略布局，才能赢得全世界人民共同赞赏，才是世界人民真正的福音。”

一年多后的今天，蒂勒森已被特朗普解职，白宫里充斥着鹰派人物，中美经贸摩擦升级，美国对华角色定位从合作中竞争转向竞争中合作，谈谈打打或许是未来双边关系的常态。现在回过头来看这篇评论，会有另一番思考和体会。

第二篇评论是2017年8月4日推出的《印军非法越界事件如何解决？中方释放三大信息！》一文，它的背景是6月18日洞朗地区发生印军人员和机械非法越界并滞留事件，引发中印关系紧张，成为2017年周边外交的一个焦点。经过一个半月的交涉后，我外交部8月初发布相关立场文件，向外界澄清事实真相。锐评对此进行了精练准确的解读，既剖析了印方的错误所在，同时体现中国的大局观。文章发布后被广泛转载。有网友说：“造成中印边境对峙的问题完全在于印度的挑衅，解放军有亮剑精神。”这为洞朗事件的解决营造了于我有利的舆论环境。

从这两篇评论可以看出，“国际锐评”的主要特色就是“快准精深”。正因为此，在美国去年8月启动对华301调查时，锐评团队就敏锐地预估到，这可能是美国正式对华发难的前哨战。由于做了充分准备，在2018年4月中美经贸摩擦爆发后，锐评立言发声，用倚马可待的撰写多篇有国际影响力的评论，迄今已发出200多篇，成为

中美经贸摩擦舆论战中的“轻骑兵”、西方关注中国立场的“观察哨”。类似《中兴与美国终于签协议了！来之不易，值得各方深思和珍惜》《“贸易恐怖主义”救不了美国》《迎击贸易战，中国仍会“以不变应万变”》《特朗普的讹诈正在贬值》《中美贸易、真相只有一个》等文章，被FOX、BBC、CNN、纽约时报等西方主流媒体转引评述。美国网友Perry在锐评文章《“中国不是美国的敌人”》下面留言说：“中国不是美国的敌人，特朗普才是。”美国网友Morris针对《美国若任性退约，将毁世界和平基石》一文评价说：“我不认为这么做会使美国更伟大，也不认为历届美国总统都很笨，只有他这么一个聪明人。”

应该说，经过三年多的努力与运营，国际锐评在国内外已树立起一定的品牌，关键在于议题设置上突出针对性、立言立论方面突出思想性、分析论证方面突出专业性、语言表达上突出国际化、传播效果方面突出精准性、用户运营上注重大数据。同时，在工作中也有几点思考想与大家分享交流：

（一）与传统评论相比，尺度要不要放宽？

当前新媒体传播领域，存在为博眼球、追点击率而语不惊人死不休的现象，甚至突破禁区与红线，造成恶劣影响。作为传统媒体，在运用新媒体进行形式活泼的评论的同时，尤其要保持政治站位，把握新媒体领域的传播主动权与主导权。谨记接地气不等于没底线，要坚持把关人制度，防止与我不利的言论在网上爆炸式传播。

（二）与传统评论相比，逻辑要不要严密？

有人认为，新媒体评论不必要追求严格的逻辑和论证的严谨，只需要把观点讲出即可。事实上，在新媒体平台，对评论的要求更高，既要在表达上让网民喜闻乐见，在分析论证上又能站得住脚，激发网民认同和转发。

（三）与传统评论相比，文字要不要讲究？

有人认为，新媒体传播以碎片化为主，把意思讲清楚即可，不必在意语言的考究。其实，语言文字恰是传统媒体的长项，应该在新媒体平台发挥优势。很难想象，一篇错别字连天的评论如何让人信服其观点。

应该看到，当前国际传播领域西强我弱的格局仍未得到根本扭转。习近平总书记就推进国际传播能力建设多次发表讲话，要求加强话语体系建设，讲好中国故事，让全世界都能听到听懂中国声音。以此为目标，“国际锐评”未来将继续加强对国内外重大事件、重大问题的分析研究，努力创新、勇于表达、融通中外，增强国际传播中文字、图片、漫画、视频、动漫融合传播的影响力、传播力和引导力，不负我们的韶华，不负这个伟大的时代！

六 | 互动连环画《天渠》：用心讲述信念的故事

澎湃新闻 李媛

2017年4月23日，澎湃新闻刊发了H5产品《长幅互动连环画 | 天渠：遵义老村支书黄大发36年引水修渠记》，17页的H5还原了老支书黄大发从20多岁的毛头小伙到60岁的花甲老人，青春耗尽，“拿命去换”终于带领村民修通了万米水渠脱贫致富的故事。

启动

接到这个任务之后，澎湃新闻成立了一个报道项目组，由一名副总编牵头，政治新闻部、视频新闻部、视觉设计部、交互体验部等派出精兵强将迅速启动报道，前方派了三名记者，后方则全力开展相关资料的梳理和分析，采访期间通过微信群远程开了多次报道协调会，以确定用哪些采访内容和用什么样的话语方式来开展报道。

由于制作时间紧张，前方的采访、拍摄与后方的绘制同时进行，除了一线的记者提供的影像素材外，我搜集了很多黄大发的照片，每天看，不停地看，熟记于脑中，这样有助于进行人物多角度的描绘，包括情绪与肢体语言的表现，所以才能给人物除皱磨皮，重现青年的样貌。（老年现实照片与青年画像的比较，也不知道黄老看到会如何评价）

创作

在设计制作H5的过程中，我们有三点考虑：

1. H5适合手机传播，但是在设计上如何体现出这个故事的特点和思想内涵？我们最终选择了，设计成竖向滑动的观看方式，以故事的核心“渠水”为主线，给读者一种如“水”一般自上而下流淌式的阅读体验，从开始的渠水出现到裂纹、树枝再到马路等，都是向下晕染、无缝衔接的。

2. 除了文字、图片和视频以外，选用什么样的话语方式来作为故事主要载体？最终我们选择以交互式插画的方式贯穿始终，一方面是为了弥补现实影像资料不足的缺陷，另一方面，是为了读者能更轻松更直观地了解黄大发的故事，以一种更平易近人的手段去传播到达受众，激发他们的阅读兴趣，而不是灌输教导。

3. 如何确定H5的页面数量和每一个部分、每一页的故事细节。根据前方记者的

采访素材和以往报道，我们还征求了对黄大发比较熟悉的采访对象的意见，最终将H5划分为7个主题章节的故事来讲述，每个章节大约2页，讲述一个主题。（备用：包括穷则思变、第一道沟、冷嘲热讽、拿命去换、开山劈石、不忘初心、万众一心）

在这个H5的创作过程中，最难的还是人物过去的样貌以及开渠过程的表现，因为过去的素材非常稀缺，于是只能参照现今仅有的素材来融合替换，尽可能营造原有的场景感觉，因此我们采用了黑白装饰画的风格，配以金色点缀，这样可以更充分地提炼并与画面元素重组，又不会觉得生硬，在艺术合理的基础上兼顾故事表达的合理流畅性。同时，在背景音乐之外，我们适时加入了黄大发清唱的当地歌谣，开渠炸石的爆炸声、鸟鸣等，让观感更加立体。从第一次修渠失败、一个字一个字认《新华字典》学习水利知识、挨家挨户走遍7个村民组、带头在腰间绑上绳子吊上悬崖、“为了水，我愿拿命来换”、在卡车下过夜等细节无不令人感动，而最后4名“80后”和“90后”的口述，更是体现了天渠精神的传承。

反响

4月22日—23日，澎湃新闻先是连续两天从一早就推出开机屏海报，以宏大的“天渠”二字为题，背景用动画的形式展现村民带着劳动工具行走于悬崖之上水渠的画面，渠旁就是千米绝壁，场景震撼，山水鸟鸣之声空灵而有“大片”气质，为即将推出的典型报道烘托气氛。

4月23日下午，这一H5产品刊发，沿用大气磅礴的海报封面，以水为主线，用下拉式长幅连环画、渐进式动画、360度全景照片、图集、音频、视频、交互式体验等多种报道形式，全景地展现了黄大发带领老一代修渠脱贫、带动新一代致富的故事。

大约24小时左右，仅在澎湃新闻平台，黄大发系列报道总点击阅读数已经突破300万，网友纷纷向其致敬称“除了感动还是感动”，赞其为“人民的村支书”“真正的共产党人”“新时代的愚公移山”“真实、平凡而伟大”“千千万万个黄支书在基层的坚守汇成了中国共产党人的光辉形象！这才是我们必须传承的精神支柱！”

体会

正如记者在采访手记所写：说起来就是这么简单。每当别人觉得不可思议，问黄大发为什么在漫长的岁月中能够把修渠、通电、改建村里小学的事一件件坚持下来，他还是重复那几句“改变这里的面貌”“得民心的事我就去做”，似乎坚持对他来说是理所应当、自然而然的。至于其后的困难，他只想着如何克服，不会想着如何放

弃。

还有记者说：在草王坝村采访时，我喝着村民家的热水，不觉得这水与家里的自来水有什么区别。而当我在擦耳岩极窄的水渠边缘行走时，眼睛完全不敢看外面的悬崖峭壁，就怕一不小心掉下崖壁，真正地体会到当时在绝壁凿渠的艰难，方知村里的水有多来之不易，也真正被黄大发及其村民为改变贫穷面貌而表现出的坚定信念和不屈不挠的精神所折服。

值得一提的是，天渠的英文报道被世界经济论坛官网转载，并被法国国家电视台购买落地播放。可见，主旋律报道只要用心用力用专业去做，挖掘出好的符合新闻规律和人性的中国故事，对于改变西方主流媒体对华报道的方向也有着引导作用。

结尾

平正仡佬族乡扶贫办的熊主任说“如果第二次修渠失败了，他还会第三次修渠、第四次修渠，他就是这样”。从有人质疑、嘲讽到今天的众人拥护、爱戴，黄大发这一路走得并不平顺，但是“他认准的事情无论如何都要坚持做好，这个精神是现在很多人没有的”，这也寄托着他作为一个村支书、一名共产党员的信念。

对团结村、贵州省乃至全国来说，需要的不是一个黄大发，而是无数个黄大发。

七 | 《“军装照”H5》：善用网络手段，助力主题宣传

人民日报新媒体中心 余荣华

今天，我们仍然会对“军装照”H5的这根传播曲线感到震惊和兴奋。

运用人脸识别、融合成像等技术的“军装照”H5，2017年7月29日推出后，在亿万中国网友的手机上成功“刷屏”。截至8月7日上午，浏览次数（PV）累计突破10亿，独立访客（UV）累计1.55亿。广大网友纷纷通过这个新媒体产品，生成、展示自己的虚拟“军装照”，表达自己对人民解放军的向往、崇敬和热爱。

“军装照”H5的成功，让我们感受到，尽管互联网的发展，使媒体与受众的传播关系发生深刻变化，给主流媒体带来了挑战，但随着媒体融合战略的推进，主流媒体的传播渠道、手段、内容也大为拓展。只要善于利用网络技术的创新手段，就能够助

力主题宣传在互联网上实现传统传播形态难以想象的效果。具体来说，我们有三点收获。

收获之一：要在主题宣传和创新形式的结合点上寻找好创意

人民日报社新媒体中心负责运营人民日报的“两微两端”。每个重大的新闻节点前，我们都会不断开展头脑风暴，围绕主题设计不同新媒体产品，反复讨论，挑选其中最合适的来执行。

作为主流媒体，很多时候，主题宣传的目标、内容是基本确定的。但在实现形式上，新媒体无疑有很大的创新空间。我们的创意，就要从主题宣传和创新形式的结合点上去挖掘。

2017年6月—7月初，中心在两周内讨论建军节报道创意，“军装照”H5创意脱颖而出。我们考虑，人民解放军建军90年，从名称到军装都有很长的历史。传统媒体如果展示，可能就是把一张张的照片和介绍摆出来，但是这种方式传播力不强。设计制作一个H5网页，让大家上传图片，生成各自的虚拟“军装照”，可以在互动中展现情感、传播知识。很多人都有军旅梦，但大多数人都没有机会当兵，没有机会穿上军装，借助这个机会让大家体验穿军装的感觉，我们预感到应该会受网友欢迎。

对我们来说，任何一个新闻产品创意，都要从导向是否正确、传播是否广泛、技术是否可行等方面分析判断。让普通人穿军装是否会有娱乐化倾向？我们仔细分析后认为，恶搞军装肯定不行，但也有“既有高度也接地气”的做法。内容保证准确，页面设计庄重大方，让用户“穿上军装”英姿飒爽，不但不是“娱乐化”，反而是给大家抒发对解放军的崇敬、热爱之情。事实证明，H5推出后，实现了这个效果。不同地域、不同行业的网友都在制作自己的军装照，并配上对解放军的各种褒奖话语广泛转发，网友评论最多的话就是“穿上军装，致敬人民解放军”“解放军的军装，是最美的服装”。

收获之二：要在精准内容和先进技术的结合点上打造好产品

有网友分析说，“军装照”H5的火爆原因，在于虚拟“军装照”的效果特别好，既能对网友的形象进行美化，又保留了网友的面容特征，让用户有很强的代入感。

从专业角度来看，“军装照”H5作为一个成功的新媒体产品，无论是页面内容的准确度、换脸技术的效果，还是超高流量下的平稳运行，都是巨大考验，包含着创作团队的艰辛努力。

首先是内容。作为主流媒体推出的新媒体产品，我们必须保证H5中所使用的“军装照”原始素材的准确。报社军事记者联系研究解放军军服演变等的专家，为我们提供指导，帮助审核素材，细微如领子的形状、袖标的位置都不能有差错。

其次是技术。要让计算机批量化、快速化生成的照片既美观真实自然又保留用户的面貌，在过去是不可想象的。但近年来“换脸换装”的技术日益成熟，重要的是借助主流媒体的影响力，寻找到最合适的合作伙伴作为技术支撑，我们最终选择了腾讯旗下的天天P图团队。

此外，“军装照”H5的运行也离不开充足的资源保障。用户上传一张图片，不到5秒钟就能轻松合成一张“军装照”，背后是巨大的服务器资源在支撑。后端的图片处理服务器在最高峰动态部署了4000台腾讯云服务器。

作为媒体机构，由于机制和人才等原因，很难拥有最新的原创性新媒体技术和最强大的保障资源，但只要抓住核心，发挥优势，完全可以撬动、整合体制内外资源为我所用。“军装照”H5的实现正是如此。“不求所有，但求所用”将是新媒体时代新闻生产的常见模式。

收获之三：在传播目标和用户意识的结合点上实现好效果

从某个角度看，互联网传播与传统媒体传播的最大变化，应该是受众（读者、听众、观众）变成了用户。所以，互联网传播，首要树立的就是用户意识。不管作为传播主体，有何传播目标，都必须考虑能给作为传播对象的用户提供什么。

“军装照”H5的“刷屏”，最重要的还是契合了庆祝中国人民解放军建军90周年的“大势”，满足广大网友的情感诉求，在那样一个时刻，帮助大家表达了对解放军的崇敬之情。正因为此，“军装照”才能够突破性别、年龄、地域、行业等社群壁垒，在全国范围内的不同网络社交圈内不断扩散。有很多人在分享时也提到，当解放军很光荣。正如有专家评价为实现了“看不见的宣传”。

这种对“大势”和公众情感的准确把握，正是用户意识的体现，也是主流媒体推进媒体融合、参与新媒体竞争时的优势所在。

用户意识的第二个关键是，重视参与感和互动性，让用户成为主动的传播者。

在新媒体时代，读者成为用户，可以和新闻产品进行即时互动，参与到产品的生产、传播过程中来。真正成功的传播会在受众间不断扩散，实现“裂变式传播”。

“军装照”H5在设计上从一开始就激励用户成为主动传播者。从后台数据看，截至8月12日，网友将“军装照”H5的链接分享给好友或微信群的次数超过4800万次、分享

到朋友圈的次数超过1100万次，分享带二维码的个人“军装照”的次数更多。

综合来看，“军装照”H5的空前“刷屏”，正是上述诸多因素共同作用的结果。

这些年来，人民日报新媒体还曾经推出《习近平总书记给大家送元宵节祝福》《两会邀你加入群聊》等H5产品，都取得不错的传播效果。

我们相信，主流媒体的主题宣传，如果能够在保持导向正确、内容准确等传统优势基础上，遵循互联网传播规律，牢固树立用户意识，善于利用创新手段、先进技术、外部资源，就能在速度、广度、深度上不断实现突破。

八 | 《央广主播朋友圈》：小创新带来了大惊喜

中央广播电视总台中央人民广播电台 王艺

“朋友圈”这一系列作品，分别于2017年和2018年两会期间推出，可以说这个系列就是为两会而生的新媒体作品。在这两年间，确实有很多朋友在询问我们是用什么技术制作这个朋友圈H5的，也有企业来问能不能给帮忙制作这种形式的宣传产品的，其实这个作品所使用的制作技术，限于我们的人力物力，是最简单的，这个稍后再做介绍。今天我首先想聊一聊，我们创作团队，为什么会想到用“主播+朋友圈”这种形式，来做好两会新媒体的宣传。

（一）打造主流媒体“生动、拟人、贴近真实的形象”

每年两会，都是各家媒体既兴奋又头大的时光。兴奋自不用说，感觉苦恼，多半是来自新媒体方面的宣传压力。以我们的广播来举例，每年两会有经典的栏目，有事先设定好预案，有很多可以遵循的经验。可是在新媒体这方面，不少人觉得：似乎网友们只喜欢新鲜玩意，偏向娱乐化，对主旋律的内容根本不闻不问。这有一定的道理，可有句话叫“旁观者清，当局者迷”，如果跳出媒体人的圈子，看看普通网友在网络世界中的“日常生活”你会发现，国家大事、民生问题，网友都很关注，但在互联网社交平台上，大家更喜欢跟“人”而非“一个品牌”去交流（或许这也是为何自媒体会比较火爆的原因之一）。因此，我们2017年春节前，就有了这样的想法——不要再疯狂露出品牌，不要总是说“中国之声”怎么样，我们这次就让网友的注意力从品牌转移到一个人的形象上来。2017年，视频直播及短视频的流行趋势已经非常明显

了，这里面除了4G网络发展之外，视频带给大家的沉浸感、画面的生动感，是很多其他形式无法比拟的。基于这两个原因，就有了“这一次要让主播上镜聊两会”的初步想法。

那么为什么要让主播跟朋友圈做虚实结合呢？其实，这种人物在软件界面前的抠像视频并不少见。早在2014年，华尔街日报曾经在YouTube上传了一段视频，讲的是当年微软终止对Windows XP提供安全更新的事件。我想大家可以看一下这个视频——画面中记者站在了Windows XP的桌面界面中，背景就是经典的蓝天白云和青草地。当年关于微软XP操作系统停止更新的新闻很火爆，我们团队的新媒体编辑曾在微博上班的时候，看到了有人转载这个视频，所以这次首先就想到了可以做这样的结合。

另一个问题是，我们为何选择了主播刷自己朋友圈给网友看两会内容的这个形式。在真实生活中，什么情况才会出现“我”拿着手机给“你”看“我自己的朋友圈”？现在好多人发东西都要开始分组了，这一定是最为信任的、最亲密的朋友（否则这里面有什么不愿让外人看的就尴尬了）。因此我们本意就是用这种大家最习惯的、最亲密的、最自然的社交方式来展现两会的内容。

以上的三点思考，为“主播朋友圈”系列“定了形”，也是作品完成之后，我们小团队坐在一起总结经验时，提出的打造主流媒体“生动、拟人、贴近真实的形象”。此前，我们只是在微信微博文章中以小编自居，但这一次，我们尝试真的把“中国之声”的形象变为一个具体的人，她被设定为网友最亲密的好友，由于她是央广的主播，所以在两会期间，她想跟你分享关于两会的新鲜事。我们认为，在新媒体平台上用这种方式向网友传播两会内容，是相对容易的方式。

（二）打造惊喜，引发传播

基本框架形式确定，让作品鲜活生动的“骨肉”需要继续添加。如何让网友接受主播“王小艺”这个好友呢？最直接的办法是打造惊喜，引起用户主动转发传播欲。有一个最根本的惊喜来自于主播朋友圈作品本身，就是虚实画面结合的设计。在影视动画中，虚实结合主要是指虚拟场景、人物与实拍影像之间交互的数字艺术，可以给观众带来视觉上的享受。首次点击查看页面的网友，会产生朋友圈被人控制的错觉，或者对“闯入”微信朋友圈界面的主播产生兴趣。能够达到惊喜的前提是虚拟的朋友圈画面要足够真实，因此我们虚拟的朋友圈界面元素，无论位置、大小、颜色、字体、形状等均与微信程序界面一一对应，在制作上也花费了不少时间在这里。

另外我们认为虚实画面的交互，也是增加惊喜的有效方式。所以在2017年朋友圈

四期作品中，我们每一期至少设定了一个惊喜点。

《朋友圈》四期作品创新点汇总

期 数	设计的创新点
1	朋友圈与主播相结合，主播从照片中“走”出来。
2	主播在朋友圈里“顶红包”，加强主播与朋友圈内容的互动性。
3	主播申请加网友为“好友”，若点拒绝出彩蛋，点同意能看到三方视频通话。
4	视频 H5 缺少交互，在视频结束后让网友可以自由浏览朋友圈内容。

作为“80”“90”一代人童年的回忆，游戏《超级马里奥兄弟》中顶箱子出金币的场面深入人心。因此第二期《朋友圈》中设计了一个游戏场景：朋友圈里一位神秘人物分享了游戏《超级马里奥兄弟》中的宝物箱子，主播看到后，击打箱子，画面里飞出无数红包，主播顺手捡起其中一个红包拆开。

再以第四期为例，在视频结尾处，主播会告诉用户这个朋友圈可以随意滑动观看，然后主播“走出”屏幕，留给用户一个可自由操作的朋友圈页面。从技术角度来说，是短视频与虚拟的朋友圈长页面结合，从设计角度来看，则是将虚拟朋友圈的控制权由实拍的主播交给真实用户的一个过程，产生惊喜，是两层虚实交互相关联的典型体现。

2018年朋友圈作品《王小艺跑两会，一切听你的》，我们引入手势识别技术。进入页面后首先是主播的朋友圈界面，当用户点击时，会发觉刚才的画面是摄像机对主播手机屏幕的特写。主播在接下来的视频中要求网友通过给她拍带有不同手势的照片，来“指挥”她做事情，此时主播再次将自己的手机靠近镜头，出现与用户的微信对话。此后，用户要发带有手势的自拍照片，并由系统判断用户手势之后，选择播放不同场景的视频，回应用户选择。上述一系列动作中，用户与主播发生多次虚实交互，并且为了尽可能体现真实感，采用照片手势识别方法，而不是简单提供选项，提升了用户交互体验。

内容方面，如果看过朋友圈第一期的老师肯定会知道，第一期朋友圈完全就是“中国之声”两会广播节目的预热宣传。我们是通过“朋友圈式语言”来打造最接地气的两会“官宣”作品。策划撰写文字内容时，我们避免直接暴露出节目名称，而是通过大家晒娃、晒吃的、晒生活的方式，加上主持人的轻松解读，流畅过渡到节目的介绍与宣传，最终展现的是大家对两会民生话题的期待。生动有趣，而不是强硬塞内容。那么后续几期内容，其核心都来自两会报道及相关素材。包括第三期我们特意模

拟了微信视频通话的过程，带大家看大会堂央广直播间。仅仅把素材“朋友圈化”，其实是不够的。为了营造刷朋友圈的氛围，我们还设计插入了很多“小兴趣点”。在作品中，有一些朋友圈里的内容是主播并未详细提及的，这些插空的内容，一部分反映了媒体人在两会期间的生活状态，另一部分则为两会节目服务，可能是某个编辑求助大家，帮忙找采访嘉宾等等，多种多样，为这个虚构的朋友圈增添活力，增强这个虚构朋友圈的拟真程度。这里有个真实的小故事，就是第一期朋友圈里，我们虚构了台内某个编辑的朋友圈发文，说两会期间很饿，所以晒出一些美食图片。当时真有不少这位编辑的好友质问他，是不是给他们屏蔽或者加分组了，因为他们在自己手机朋友圈里看不到他发的这个消息。这些插空内容看起来不起眼，实际上就像是炒菜加的调味品一样，虽然不多，但却能让作品更符合受众的口味。

（三）技术从简，创意先行

最后，我们简单说下制作技术这方面。选择视频与H5结合、主播和朋友圈结合这种方式也是“中国之声”的人员现状所决定。朋友圈制作团队人非常少（可以说仅有三个半人），没有人是相关设计专业出身，而且所有人都有其他两会任务在身，加之两会内容是有时效性的，必须也只能选择最简单的制作技术。一个画面精良的H5，肯定有一定的制作难度，且需要根据不同平台不同配置的手机做兼容，需要投入很多精力物力。但是在H5页面中插入视频，这还是比较简单的。如果一个视频中包含很多实拍画面、特效动画，拍摄和制作的难度会比较大，而使用微信界面利用图形的简单位移和目前非常成熟的人物抠像技术，显然制作难度会降低很多。只有技术从简，我们才有把握作出成品，并在两会期间不断续集。

九 | 《网红店假排队调查》：用新媒体澄清谬误明辨是非

上海广播电视台 朱厚真

去年的6月5号、6号、7号，我和我的团队连续3天推出平均时长为6分钟的调查报告《网红店假排队调查》。三集短片采访到了多位黄牛，领头的上海大妈和参与假排队的群众演员，并从上海几家著名的网红店喜茶、鲍师傅入手逐步铺开，揭露出了雇佣黄牛炒作，已经渗透到房地产、服装、餐饮等行业的事实。从去年2、3月份

的时候开始，沪上一直频频出现“网红店”大排长队的场面，类似于“你们不吃会死吗”“到底是供需的不平衡还是恶意的炒作”，这样的质疑非常多。这是我买的第一杯喜茶，从黄牛手上购得，原价大概19元，实际价格80元。我们这则扎实的调查系列报道恰好在准确的时机下成了刺破这个谜团的利刃。

6月5号，我们的第一篇报道发出，当天可以说就炸了，黄牛直指喜茶、鲍师傅假排队，报道直接冲上了微博热搜榜的第五名。从百度指数可以看到，“喜茶”“鲍师傅”这两个词在6月6号形成了一个巨大的波峰。接下来两天，第二集是用暗访的拍摄手法，把商家炒作的这门生意全盘讲清楚，把假排队的整个流程放到了阳光下。第三集，记者深度参与了黄牛的工作生活，展现了黄牛行当的现实利益与生存压力。

三集报道推出之后，人民日报、新华社、央视、今日头条、财经等媒体都对此进行了转载。其中第一集，仅看看新闻官方微博点击量就已达1155万，三集调查全网累计点击量接近一亿，引起一波社会热议。在给公众还原了真相的同时，也推动了消费者理清自己盲目跟风的思绪，为协助肃清市场起到了作用。

（一）深入挖掘、不止于表面

黄牛的市场，从我的长辈这一代小时候起就有所耳闻，如今更是渗入到各行各业。倒买倒卖、角色扮演、占有市场，处处都有他们。从现场蹲点喜、茶鲍师傅开始，我们的疑问越来越多。这些黄牛和上海的退休阿姨群体、来沪打工的年轻群体到底是如何组织的？操作网红店的时候他们的策略到底是什么？除了咖啡馆、奶茶店、话剧、演唱会，还有什么行业需要黄牛的存在？

我们开始了寻找。为了能够从多个方面得到最一手的消息，为了向公众还原真相，我们无法仅止于作为一个普通消费者来观察这个行当。于是我们将自己扮演成“想要做网红的奶茶店老板”去联系黄牛。为了得到黄牛的信任，预设自己的店铺产品、位置信息、开业时间，以一个小白的身份请求黄牛说出行业的秘诀。之后又以想看看实际效果为名，加入了黄牛的队伍，粽子店、鞋店、房产公司，一个个案例亲身经历，像是在玩一幅拼图，每当契合了一片，就觉得欢欣鼓舞。

在拍摄这些场景的时候，我们也动了十足的脑筋。在粽子店，我们记者兵分两路，一路作为小黄牛，在队伍里偷拍真实情况，一路冒充美食栏目的记者公开采访粽子店老板娘和食客。两路的素材，两个截然不同的视角，黄牛到底在市场上起到了什么作用，带给了消费者怎样的视觉感受，一切就水到渠成了。

这些丰富的场景，尽管在具体的拍摄方面确实是一天就能完成一个，但是获得这

些拍摄机会却是非常漫长艰难的。参加了各种假排队的体验，黄牛也会时不时对我的奶茶店到底何时开业产生怀疑，我们甚至制作了几套正式公司才有的流转文本。

从外围观察，到博得信任，了解黄牛从业者的生活状态、分成模式，我们花费了将近三个月。好的报道里有了越来越多的采访对象和事实案例，就能够体现出时间的味道。报道也会体现出一个时代的特征，有被保留下来的价值。

一个选题从策划到结束，到底要花费多久，可能最初很难说得清楚，能不能耐心地等待下去考验着记者的毅力也考验着媒体的实力。拍摄这则调查之时正值上海广播电视台融媒体中心改革，我从原来的工作岗位来到了现在的深度报道组，主要进行新媒体的报道工作。在这个岗位上，不似以往，没有明确、强行的工作条数要求。对于值得报道的选题，融媒体中心给予了记者足够的时间和团队上的支持，让我们能够深入各类人群，看到各种现象，从更广的角度和更多的维度，去解构一个有价值的选题。

（二）新媒体不代表快速加工

以上对于黄牛假排队、商家雇人炒作的介绍，我们可能并不是独家，很多文字报道都曾经揭露过这一行的潜规则。但是真正实际亲眼见到、亲身经历的消费者并不多。

为了证实到底有没有黄牛在鲍师傅门口肆意插队、分装、加价售卖，记者在人民广场鲍师傅糕点店附近三机位连续蹲点拍摄20个小时，针对几个有衣着特点的黄牛进行连续的跟踪抓拍。后期用左右框对比的方式，再结合黄牛自身对这些行为的解释，他在做什么，是不是在反复排队插队扰乱市场，一目了然。

还有，为了深入了解年轻黄牛的生存状态和内心世界，我们连续几天凌晨5点赶到上海郊区他们的住处，记录他们每天上午、下午两场排队的工作，与他们一起领到了一天50块钱的工资。

如今，大家喜欢看大标题，70秒以内的消息类新闻，但这不代表传统媒体的基本功就要荒废。现在记者们常常拿出习总书记提出的“四力”来要求自己，拿到最一手证据、最真实的现场画面去印证所知的观点，不管是新媒体新闻还是常规的电视新闻专题，这都是调查类新闻不变的法则。

（三）新媒体的语态和剪辑方式、传播方式

现在有一句话，叫传统媒体跟着网站跑，网站跟着公众号跑。这样传统媒体往往会陷入一种疲于奔命的模式，即一天到晚把常规的新闻改一改，加一些黄字，加一些

音乐变成新媒体进行分发，但这样简单改一改的传播效力往往是大打折扣的。

上海广播电视台融媒体中心成立以后，深度报道组逐渐达成共识，选题和报道处理方式首先考虑新媒体，什么样的开头，是否使用解说，结构编排和长度都以新媒体优先。

这一次的网红店假排队调查也是如此，我们的首发选择了看看新闻网和微博，视频添加了大量悬疑色彩的音乐，增加可看性。为了减少解说的数量，又为第二集添加了十多个说明性的花字，帮助观众理解画面信息。在标题的选取上，我们也与网络编辑老师一起商量，争取迎合网络观众的口味，吸引点击量和转载。在融媒体时代，我们觉得传统媒体追求点击率不是见不得人的事情。

在网络分发之后，我们的新媒体又继续反哺电视栏目。《网红店假排队调查》被二次加工成不同的长度、不同的语态，相继在《东方新闻》《七分之一》等栏目播出，也获得了很好的收视效果。

在上海广播电视台融媒体中心的深度报道组里，几乎都是“90后”的记者编导。我们认为，作为“90后”的记者，我们要敢于尝试更多的表达方式、剪辑方式，让传播年轻化。

（四）遗憾

我们花费了大量的精力跟踪喜茶、鲍师傅等网红店，并且从多个黄牛那里得知了一些商家雇人假排队炒作的信息，甚至抓住了不少网红店雇人假排队的直接证据。报道在全网形成了非常大的舆论场，但是非常遗憾，从舆论关注到推动改变，并没有那么简单。

尽管商家有恶性竞争、虚假宣传的嫌疑，但是在实际的操作领域，证据的完全落实、具体的执法推进都碰到了很多的困难。报道刊发之后，记者也在持续关注各行各业，“黄牛”现象是否因为舆论的抵制而有所改观。然而现实是，酒香也怕巷子深，雇人充场假排队是一条贼船，眼看着大家都上，不想上也得上。甜头肉眼可见，惩罚难以取证、无从落实，上贼船的人，竟越来越多。

随着时间的推移，商家究竟是不是在饮鸩止渴，能否最终被消费者发现和唾弃，其实不得而知。作为媒体，虽然我们揭露了一些事实，但是要从根本上改变这样的现象，需要的还是监管部门、商家与消费者们的共同努力。

十 | 《英国小哥细说两会》：对外传播新途径新方式新语态

中国日报新媒体中心 柯荣谊 张霄

（一）谁是英国小哥

2016年3月，中国日报推出以手机自拍形式呈现的首部《好运中国：英国小哥侃两会》，迅速引爆了网络空间并在全国各地电视台引发大量报道。

随后我们在2016年全年，推出了更多以“英国小哥”为主角的视频节目，内容从英国下午茶到中国茶文化、中国铁路三个不同的发展阶段，在杭州G20期间，我们推出了一个将中国桥与G20杭州峰会LOGO（标志）结合在一起的视频。

2017年全国“两会”期间，中国日报再次推出特别节目《英国小哥细数“两会”关键词》，英国小哥方丹通过变幻无穷的视频形式再侃“两会”。

该视频节目通过影视特技抠像技术，将方丹缩小后置于办公桌上，通过方丹与桌上物品互动的形式，回顾过去几十年来全国两会的热词，简洁明快地梳理了中国社会经济发展的脉络，最终引出习总书记在十二届全国人大一次会议上关于“中国梦”和“人民”的论述，深刻阐明了“人民是历史的创造者”这一论点。

该视频节目在2017年全国“两会”前数月就进入策划阶段，从脚本撰写、创意呈现、技术支撑等方面制定了工作方案，并进行了多轮拍摄测试。视频最大的独创性在于利用日常办公用品、办公环境来表达相对晦涩的政治概念与政治论述，从而营造了一个特殊的话语空间，且能维持一定的情节点密度。同时，在技术层面，抠像制作水准也与专业特效机构相差无几。

（二）短视频形式新颖，话题性强，引起西方主流媒体关注

这件新媒体视频是中国日报第二次推出的“《好运中国》栏目‘两会’特别策划”作品。在2016年全国“两会”前夕，中国日报曾推出《好运中国》之《英国小哥自拍侃两会》，英国小哥方丹在视频中通过“一镜到底”的自拍方式解读与“两会”相关的大政方针，为主旋律宣传报道开创了新的叙事手法，成为多家媒体借鉴的范本。

本次报道是在原有基础上的又一次突破，在保留原有的“外国人讲述中国故事”的叙事手法之上，运用虚拟抠像等前沿制作技术，实现了艺术与技术、教育性与可看性的高度融合，取得了更好的外宣传播效果，英国广播公司（BBC）报道了中国日报的此项创举。该片是贯彻落实习近平总书记提出的“融通中外的新概念、新范畴、新

表述”“用海外读者乐于接受的方式、易于理解的语言，讲述好中国故事”理念的集中体现。

（三）外宣作品获得国内现象级传播效果，深受各大媒体和网友欢迎

《英国小哥细数“两会”关键词》于2017年全国“两会”召开前夕在各大社交媒体平台中国日报账号同步播发，取得了突出效果，据不完全统计，有效传播量超过5600万次，是2017年两会期间单集传播量最高的视频作品。

3月4日晚，中央电视台新闻频道《东方时空》栏目报道英国小哥方丹连续两年关注中国“两会”，并重点介绍方丹拍摄视频对中国“两会”的热词回顾，视频节目在黄金时间全片播发，进一步扩大了视频内容的影响力。视频引发包括人民日报、新华社、央视网、光明网在内的超过百家媒体转载转发，据不完全统计，二次传播全网有效覆盖量超过800万次。

该视频在中外网友中引发了热烈反响及频繁互动。微信网友“哈勒”评论：“英国约克郡小伙找中国几十年发生巨变的原因，他从两会热词中去找，从一个侧面可以看出中国变化的过程与连贯性。实际上中国的变化是找到了一条正确的道路，找到了正确的中国共产党领导。”脸书网友Ranuka C Perera评论：“大爱这个视频！中国看起来发展成就很显著！”脸书网友Jamphel Dorjee评论：“相信接下来的‘两会’将更广泛地听取民意，并使中国继续保持增长势头。”

（四）引发学界探讨热潮，成为学术研究“标本级”作品，获得广泛认可

作品播发后，包括《中国记者》《党报》在内的专业学术期刊以及“对外传播”“知著网”等行业公众号，纷纷发表文章分析中国日报此项融合报道创新举措，《中国记者》4月刊在“两会报道专题”中，四篇文章均将该片作为分析对象，其中一篇高度评价其为“2017年两会融媒体报道中，内容创意最显理论功底的一件作品”。

在2017年第27届人大新闻奖评选中，该作品获得评委会的高度认可，荣获人大新闻奖一等奖。

“好运中国”是中国日报推出的系列微视频节目，通过创意视频的方式，以在华外国人的视角看待中国改革开放后的变化，从宏观层面梳理中国经济、社会、文化等诸多方面的发展趋势，强调通过对发展脉络的梳理展现执政党的发展理念、发展思路、发展成就，并通过中外两个层面的对比展现当今中国发展的制度优越性及对全人类发展带来的巨大贡献。《英国小哥细数“两会”关键词》视频播发后，在海内外引

起广泛关注，效果积极，并形成话题，二次传播效果显著。

该视频播发后，在短视频报道中形成了一股“微缩”热潮，各家媒体纷纷尝试将主持人或出镜记者通过影视特技微缩后置于场景中的手法，起到了带动传统媒体尤其是平面媒体通过短视频创新报道手段的作用。

十一 | 《天舟一号VR直播》：追求最极致的沉浸式体验

中央广播电视总台中央电视台 吴双

2017年4月20日，我国第一艘货运飞船“天舟一号”在中国文昌航天发射场圆满完成发射任务。我们央视综合频道联手央视网，对此次发射任务做了VR全景直播，刚刚大家看到的就是我们VR视频的集锦。各位可以打开手机扫描二维码，进入H5页面，里面有我们的完整VR视频点播，还有一些背景资料、互动环节及同主题的微视频内容。虚拟现实视频可以通过手机端进行全景浸入式体验，当然，如果配合头戴设备（VR眼镜）来观看的话，空间位置关系会显得更清晰，仿佛真的站在100米开外观看火箭发射一样，效果会更加震撼。

这次直播是中国首次航天领域内的VR直播，同时也是我们的一次探索和尝试。在移动互联网时代，传统的新闻业、电视业都受到了巨大的冲击。作为国家电视台的旗舰频道，我们一方面探索未来制作视频新闻的工作方法，视频新闻应该关注哪些内容，又可以与怎样的技术手段相结合，另一方面，我们也在探索，符合新时代融媒体规律的视频新闻，如何与优质的内容相结合，如何与主流价值观和讲好中国故事相结合。

（一）视频新闻不是文字报道的影视版，有着特定的题材、垂直的用户和相匹配的技术手段

随着移动互联网的发展，利用网络传播的视频新闻成了越来越多人主要获取资讯的方式。一方面，移动互联网技术的迅速发展，培养了人们使用手机获取新闻的习惯。而手机上网网速的提升和流量资费的下降，使得在手机端观看视频成为可能。另一方面，随着视频新闻播放平台向流媒体转变，用户拥有了越来越多的主动选择权。

海量的信息和节目，用户自由切换的接收方式，使得传统的新闻再也难以依靠占据报纸的重要版面或者广播电视的重要时段来达到传播效果。新生代喜欢通过多种方式更加直观地获得对客观世界认知的习惯，也要求不同题材的新闻内容根据其受众群体进行垂直细分，匹配以最适合该内容的技术手段，并进行精准投放。

具体到VR技术在视频新闻上的运用。由于VR视频制作成本高昂、制作周期较长，VR技术并不适用于大部分的新闻报道；同时，由于VR视频较强的画面感和视觉冲击力，以及交互性的体验感，目前运用VR技术的视频新闻大量呈现出泛娱乐化的倾向，以及用于报道体育赛事等一过性的现场。而事实上，VR，也即“虚拟现实”最本质的定义性特征是“临场感”，也就是通过某种感觉输入的组合，大脑令身体认为自己处于另一空间。因此，视觉性强、现场感强、可以360度全景展示的题材，就成了最适合运用VR技术的领域。

在我国，航天事业的发展是举国关心的大事，每一次航天发射更是牵动着全国人民的神经。由于航天发射的性质，普通人并没有机会到现场观摩，受众对于火箭发射的现场感到十分神秘，有着天然的向往。对航天发射任务进行VR全景直播，既能让受众体验极强的画面感和视觉效果，近距离直面火箭推进器喷射火焰和气体的冲击力，又能弥补受众不能亲临现场的遗憾，让人们在观看VR视频直播的同时，激发出民族自豪感。

海外比我们较早使用VR全景技术来拍摄航天发射的现场，不过之前都是录制后剪辑，再投放到流媒体平台。美国时间的2017年4月18日，美国宇航局NASA首次对火箭发射进行了全景VR直播，这个比我们的直播早了一天半。可以说，在策划上，我们的VR直播计划和人家是同时进行的。

（二）首次直播的操作标准，追求最极致的沉浸式体验

做VR直播区别于传统新闻报道的重要一点，就是我们更加重视用户的体验。为了追求极致的体验感，这次“天舟一号”发射任务的VR全景直播，开创性地达成了首次最近距离全程直播火箭发射。这次VR直播一共设立了3个机位，用户可以自主选择、切换机位和观看视角。而其中最近一个机位距离火箭发射塔架仅有不到100米的距离，是当时技术条件下，确保发射现场安全前提下能达到的最近距离。上面提到在我们之前一天半，NASA也进行了首次VR直播，但是他的最小观看距离也离发射点有数英里之远。

火箭发射现场需要考虑的因素比较多，首先要确保不对发射任务产生任何影响，

比如设备的电磁信号干扰等，其次是发射一瞬间的冲击力和热量，还有设备的电力支持、视频信号的传输等等。为此，我们VR直播团队提前一个半月就去现场进行了前采和勘测，并与有关单位多个相关部门沟通，制定了技术方案。在直播时，采取了无人值守的三机位来同步收录现场声画，考虑到VR全景视频的体量，现场全部采取有线传输，并提前20天到场施工，在室外铺设了铠装光缆连接现场全景摄像机和远程值守的导播控制系统。为了减少对现场环境的影响，我们对光缆铺设采取了“最小动工，最大保护”的原则，在光缆横跨水泥路面的地段，全部加盖防护罩来进行遮盖，而光缆线路要穿过发射场的铁轨轨道时，我们让缆线穿过轨道下方的排水管道，这样可以做到不开凿，也不裸露。此外，为了确保互联网推送信号服务器的稳定性，我们在直播前进行了多次调试和演练，还与当地多家移动通信运营商进行了洽谈，作出多套备选方案。一切的努力，都是为了给用户带来最极致的航天发射体验。

（三）交互性体验，非专业解说人员平等地交流和人际传播

采用VR全景技术对火箭发射进行直播，受众在观看时，可以选择自己的“主观视角”，不仅在三个机位间随意切换，还可以在VR全景视频中选择自己要观看的角度和具体内容。不同于传统视频新闻叙事中，新闻工作者可以通过镜头的机位、景别和剪辑来直接引导观众，呈现出新闻工作者想让观众看到的内容，VR视频新闻在观看过程中具有极强的随机性和自主性。这一方面给受众带来了新鲜的体验，另一方面，也容易让对专业知识和新闻所报道的环境不甚了解的观众陷入迷茫，不知道在VR全景视频中应该“朝哪看、看什么”。此外，对于航天发射活动的直播，在等待过程中虽然相关工作人员非常紧张忙碌，但对于守候在电脑和移动客户端旁的受众而言，现场最值得观看的，也就是矗立在发射塔架上等待发射的火箭了。而VR全景直播带给观众的是固定地点持续不断的全景画面，并不能像电视直播一样，可以随时切换到第二现场、第三现场或者插入录播画面，为了加强用户在等待时间中的黏性，弥补全景画面对细节展示的不足，我们在VR直播过程中引入了一位交互性的现场解说员，和受众进行交流，并对受众进行贴近性引导。

不同于以往在重大科技类题材报道时出现的专家型解说员，本次“天舟一号”发射任务的VR直播中，邀请了一位“现场工作人员小张”，以更加平等、亲切、接地气的方式，和VR直播的受众们进行交流，进一步增加受众的交互体验和身临其境的感觉。小张的解说中，没有高高在上的宣教，也没有艰涩难懂的术语和枯燥的数据，只是分享他在现场的所见所感，回应受众关注的问题，并以轻松幽默的语态，勾

画出无数一线航天人在前方拼搏、奋斗的身影。有网友表示，小张的解说就像是一位科技工作者，通过VR技术和在线直播，跟自己的家人朋友分享现场工作的趣事。有一位小张的同事，给自己在东北老家的儿子买了一副VR眼镜，小朋友在观看了我们的直播后非常兴奋地告诉爸爸：“听你讲了那么多次火箭发射，这回终于像到了现场一样。戴着VR眼镜，跟着小张叔叔的话走，仿佛我当时和你们一起在文昌的发射场。”

（四）产品化操作思路，分阶段性设计了发射前、中、后期全系列内容

节目针对不同阶段和不同受众，准备了背景知识点播、互动小游戏、微视频矩阵等相关板块，无缝覆盖了直播前后72小时，实现了电视、PC端和移动社交媒体的多屏联动，形成同一主题的全方位多层次传播。在发射任务前，围绕飞船调试、火箭吊装、垂直转运等关键任务节点，《中国相册》拍摄、制作多款微视频节目，以及可供点播的VR全景视频段落，对直播进行提前预热。围绕“中国航天60年”“中国首艘货运飞船”等主题，节目组还精心制作了科普性动画片、H5页面小游戏、背景知识点播等，并策划了“家的航天梦”主题图片故事征集活动，我们这次的海报，一家三口在火箭塔架前的背影照片，就是通过这次活动征集而来的作品。在发射当天，我们策划了VR看火箭发射的进校园活动，集中组织小学生在学校内通过头戴设备对发射活动的现场进行观看体验，邀请大家“足不出户就能到发射场进行一场太空之旅”。在火箭发射成功后，我们现场工作团队第一时间回收了全部器材和视频素材，并立刻推出了三机位混剪的集锦视频，在央视网和节目两微端口投放。许多在发射时忙于其他工作的现场工作人员和媒体同人也在当晚观看了我们的VR集锦视频。其中，背景音乐《夜空中最亮的星》，更是打动了许多人的心，大家纷纷为“天舟一号”这位奔向太空的“快递小哥”送上自己的祝福。产品化的操作，丰富了直播活动内涵，增加了新闻报道的维度和立体性，为“天舟一号”、为中国航天事业、也为我们的节目和VR新闻报道“圈粉”不少。

VR技术运用于新闻报道，还有许多可以发展完善的空间。如前所述，并不是所有的主题都适合这一新兴技术手段，但通过这次尝试，更加坚定了我们媒体融合转型的信心。我们要充分发挥传统媒体的内容优势，将优质的资源与创新的技术手段深化嫁接，运用互联网思维和专业电视人的严谨工作方法，作出更多符合新时代传播发展需求的新作品。

十二 | 《柳州融水突围记》：一台手机的突围

广西日报社柳州记者站 谌贻照

广西日报融媒体报道《柳州融水突围记》荣获第二十八届中国新闻奖新增的媒体融合奖项融媒体短视频项目一等奖。笔者就是“‘失联’数十小时，在穿越40处塌方后”发回现场短视频那位记者。

从纸媒的消息荣获第十六届中国新闻奖二等奖，到融媒体短视频斩获中国新闻奖一等奖，年过半百的笔者，在实战中实现从传统媒体向融媒体突破，深切体会到，融媒体时代，新闻人更需要贯彻习近平总书记全国宣传思想工作会议重要讲话精神，增强在一线采访的“脚力、眼力、脑力、笔力”，只有如此，才能厚积薄发，在关键时刻打硬仗、打胜仗。

（一）融媒体时代，需要传统媒体人保持走基层的矫健脚力

《突围》的整个采访历程，就是对一位传统媒体老记者脚力的一次考验和淬炼。

2017年8月12日清晨，广西融水苗族自治县杆洞乡突发特大洪水。笔者看到了山里苗族群众在微信朋友圈发的视频，立刻从柳州驱车8个多小时，翻山越岭赶到灾区现场，发现灾情比想象的更加严重。当晚19:30，笔者发回当地干部群众抢险自救的图文后，乡里电力和通讯中断，从此与外界失去联系。

8月13日凌晨4时开始，杆洞乡爆发第二次山洪，比前一天更猛烈的洪水再次荡涤杆洞，全乡电力、交通、通信全部中断，杆洞变成与外界失联的孤岛。

大雨滂沱中，所带的专业摄影器材根本无法使用。情急之下，笔者只能用一台有防水功能的手机在抢险一线紧急采访：拍摄了暴雨和山洪袭击杆洞街的惊险场面，记录了乡党委政府再次火速启动抗洪抢险预案组织群众紧急撤离到安全地带的画面，抢拍了乡干部组织人员对被困在河边旅社里的15名游客实施紧急救援的感人场景。

上午11时，笔者跟着乡政府调来的挖掘机，一步步往山外掘进，争取第一时间，把灾情传递给外界。但是，直到晚上20时，一行人才走到距乡政府6公里的一处路口。

14日清晨7:30，笔者在3名当地干部的陪同下，再次往外突围，冒险越过40处大大小小的塌方，躲过多处高山滚石的危险，趟过湍急的山间洪流和泥泞，艰难跋涉两个多小时，在9:45分，终于见到前来接应的国防总领导和市县的救援人员。

没有休息，笔者在极度困顿中，在山另一边的滚贝乡政府赶紧整理突围时沿途所

有拍摄采访的视频和图片，迅速发给正在焦急等待的广西日报新媒体部团队。

在我失联的数十小时里，新媒体团队形成高效运作的融媒体报道机制：在广西云客户端、广西日报法人微博开设《关注广西暴雨洪水灾情——照哥一线直击报道》专题直播。

接到我成功突围发回的视频画面后，新媒体团队迅速对天气、民政、救援等各种素材梳理整合，推送出《柳州融水突围记》，把失联30多个小时的杆洞灾情和现场新闻传递给外界。

走基层的脚力，是党报驻站记者必须练好的基本功，也是传统媒体人的强项。传统媒体记者始终走在路上深入一线调查研究，接地气、知民心，因此也练就了自己走基层的矫健脚力。笔者作为把走基层作为常态的“泥脚记者”，多年来，足迹已经踏遍驻地苗山侗寨的山山水水，每次柳州发生重大灾情和突发事件，都会第一时间赶到现场，及时发回第一手的现场报道。这次能快人一步赶赴灾区现场，其实是出自职业本能的“本色呈现”。

（二）在新媒体前沿绽放传统媒体人知民情的修为

对地方的情况一知半解，用碎片化的认知去“解读”现象，靠浮光掠影的网络采访和没有现场求证的信息去推送某一事件，少数新媒体就是以如此低成本和不严谨的采编作风，将新闻要素缺失的报道变成误导视听的谣言，甚至把“网红”变成“网黑”。

党媒的新媒体，必须保持自己对新闻事实和民情民意的敏锐洞察和清晰判断，这就是“四力”中的“眼力”和“脑力”。

发现新闻本真的眼力，其实都是记者经过无数次现场历练才能淬炼出来的洞察力。这种洞察力不仅基于记者的观察和生活积累，也依靠记者自身的修为和人文积累。这恰恰是绝大多数传统媒体记者的修为。

笔者常年在融水大苗山里采访，熟知山里的地理环境和风土人情，能说侗语，能听懂当地的苗语。2017年8月13日清晨杆洞乡再次暴发山洪时，很多人还在睡梦中，笔者听到村里有人用苗语高喊：“洪水来了！”立刻起床直奔现场采访。

当天晚上第一次突围失败后，笔者在灾区村民家中辗转采访，经过察言观色和座谈发现：受灾群众跟外面失联后，焦虑的心态正在弥漫和扩散。笔者曾在1996年柳州特大洪灾中几天几夜冲在一线做抗洪报道，荣获柳州市抗洪救灾先进个人，深知在灾难降临时，上级党委和政府的关怀和外界的驰援，对稳定民心、提振灾区干部群众抗

灾和重建家园士气极其重要。

基于现场的观察了解和判断，笔者决定次日一早再次突围。终于成功将灾区的重要灾情传递给已在山外正在打通险隘往山里突进的国家防总和市县领导，同时建议尽快派救援突击队员运送食品和药物进入灾区，往山外运送伤员，稳定受灾群众情绪。

在新闻现场把握好采访报道的主题，履行好专业责任和对百姓的担当，作为党的新闻工作者应有清晰的脑力。有了这样的脑力，在突发事件前，才不会走错方向，挖错素材。

在《失联》的报道中，因灾情恶化一度“失联”数十小时的笔者，在题材的把握上始终坚持两个基点：1.不渲染、不误报灾情，做实现场采访和事实数据的求证；2.记录当地乡干部组织营救、自救的珍贵视频画面，回应社会关注焦点和可能出现的谣传，呈现基层党员干部把人民群众生命放在第一位、勇敢跑在灾情第一线，有组织、有纪律、有担当、有作为的优良品格。



◎ 2017年8月12日，本文作者在杆洞灾区采访。（陈伟/摄）

有担当有情怀的报道，总能激发满满的正能量。从报道效果看，《突围》一经发布便引发强烈反响，及时搭建起灾区与外界沟通桥梁，提升救援士气，覆盖微信、客户端和微博等平台数百万网友；成为新华网等央媒及柳州日报等地方媒体对暴雨灾情的权威信息来源，获大量转载；图文音视融媒体融合报道获业界好评。

（三）轻装上阵现场制作乃融媒体决胜之道

《柳州融水突围记》的获奖，我们有三点心得——

1. 新闻类短视频应具备的“新、短、快、实、美”五大特征在该报道中得到了充分的体现。由于自然条件和环境限制，视频中画面甚至都不能保证基本的平稳，但不妨碍它成为我们对新闻现场的真实记录、生动表达。

2. 该报道的视频，仅我一个人、一台手机拍摄和现场制作。用实战证明了融媒体报道的低成本、小制作同样可以实现好效果。

3. 接到突发新闻的线索，前方记者必须争分夺秒赶赴新闻现场，运用全媒体手段，进行图文和视频采访；及时启动前方记者与后方新媒体团队的联动应急采编机制，抢占融媒体的新闻制高点和首发先机。

其实这三点，在情况突变的突发现场，可以归结为一点：轻装上阵现场制作乃融媒体决胜之道。

笔者这次一线采访传回的视频和图片，全部都是用手机拍摄和现场制作的。这也是新闻媒体向外传播失联灾区最全面最有现场感的新闻，充分体现了融媒体时代移动传播最快捷、最及时、成本最低的传播优势。

融媒体时代的记者，笔力应该是全面的。不仅要在文字上善于表达、生动表达，用事实和真感情传播正能量，更需要熟悉运用全媒体手段及时记录传播新闻。

笔者一直以学习的心态提炼自己的笔头表达功夫。在基层采写的消息《融安干部角色转变受欢迎》曾获得第十六届中国新闻奖二等奖。笔者同时也是合格的摄影记者，拍摄的新闻图片大量见报。在从传统媒体向新媒体转变的过程中，笔者一直以小学生的好奇心去学习新媒体表达技能，能熟练使用手机拍摄图片视频并现场编辑制作，娴熟运用H5、微信公众号传播新闻。个人公众号“山水柳州”因唯美的图文推送、轻松活泼的个性表达和正能量放送，拥有总量可观的粉丝，曾获得柳州市宣传部的表彰和奖励。

这次在融水杆洞灾区，笔者无论是在大雨滂沱的洪灾现场，还是在突破穿越塌方突围的途中，全部使用手机拍摄视频和图片，并在朋友的帮助下自己出镜、自己现场播报、现场编辑视频配文，形成在有信号的前提下可供及时传播的移动传播成品。正因为如此，后方新媒体部编辑才能够快速制作融媒体新闻作品，及时向外界传播。

在手机拍摄功能日益强大的今天，轻装上阵现场制作和现场传播，已成融媒体的决胜之道。这次采访中，笔者带去的相机和纸笔因为雨势太大，没有掏出来使用过——其实，用手机全程做图文和视频记录，早已成为笔者作为老媒体人的新习惯。

往外突围时，笔者把车辆和行装全部留在苗族老乡家，只背着一个苗族大婶在我突围前的深夜专门缝补好的轻便小包，带着两台手机（其中一台在翻越大花苕路段的大塌方时掉入泥中死机）和两块专门为此次采访充满电的大容量充电宝历尽艰险出山的。实战证明，这一次在山里面采访和突围，没有这两块充电宝，就没办法记录采访和现场编辑制作采访素材。

中国新闻奖媒体融合奖项评选办法（试行）

一、评奖宗旨

在中国新闻奖中设立媒体融合奖项是顺应传统媒体和新兴媒体融合发展趋势，巩固宣传思想文化阵地、壮大主流思想舆论的重要举措，有利于贯彻落实中央关于推动媒体融合发展的决策部署，发挥新媒体传播优势，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。

二、参评范围

参评范围为经国家正式批准的报社（报业集团）、通讯社、广播电台、电视台和新闻网站，原创并在其移动端首发，于上一年度应用数字技术、移动互联网技术进行融合传播的新闻作品。其中，新闻网站指新闻单位和新闻宣传主管部门主办的具有登载新闻业务资质的网站。

三、评选项目及基本要求

媒体融合奖项设6个评选项目。参评作品的主创人员人数按各项目规定申报，姓名和排序以发布时署名为准（发布时署笔名、网名的，申报时可在笔名、网名后括号内填报本名；发布时未署名的，按“集体”申报）。申报主创人员为“集体”的，需附主创人员名单。

1. 短视频新闻：在移动端发布的短视频类新闻作品（含纪录片）。参评作品按“主创人员”申报，包括策划、采写、编辑、设计、技术等，超过6人按“集体”申报。

2. 移动直播：与新闻性事件的发生和发展同步采集现场信号并发布，集现场报道、背景介绍与事态分析等于一体的新闻作品。对同一新闻事件进行的间断性直播选取其中1个完整直播段参评。跨年直播的作品，首次播出时间在上一年度，作品主体部分在上一年度完成的，计入上一年度。参评作品按“主创人员”申报，包括策划、主持人、编辑、设计、技术等，超过8人按“集体”申报。

3. 新媒体创意互动：以用户交互为主要特征，发布方与用户方形成完整新闻传播链条的新媒体作品。参评作品按“主创人员”申报，包括策划、采写、编辑、设计、技术及推广等，超过8人按“集体”申报。

4. 新媒体品牌栏目：新闻媒体在自有平台或在第三方平台官方账号持续发布且有固定名称的新闻板块（单元）。要求已持续发布一年以上（不含一年），年度内不少于48周，每周不少于3次。参评作品按“主创人员”申报，包括运营团队以及相关策划、采写、编辑、设计、技术及推广等，超过8人按“集体”申报。

5. 新媒体报道界面：在移动端发布的新闻作品界面。参评作品按“主创人员”申报，包括界面策划、编辑、设计人员等，超过8人按“集体”申报。

6. 融合创新：在媒体融合报道方面有重大创新的新闻作品。参评作品按“主创人员”申报，包括策划、主持人、采写、编辑、设计、技术等，超过8人按“集体”申报。

四、评选标准

1. 符合中国新闻奖评选总体标准。

2. 即时性强、交互性强、共享性强，技术应用效果好，传播效果好。

3. 在全部一、二、三等奖获奖作品中，超长作品不得超过2个。其中，短视频新闻作品不超过10分钟；移动直播作品不超过180分钟；音视频类新媒体创意互动作品不超过30分钟。

4. 短视频新闻要求时效性强，新闻价值大，立意深刻；现场感强，音质画面效果好，信息含量丰富；剪辑精心，短小精悍。

5. 移动直播要求策划周密，能够全面迅速准确地采集与传播新闻现场的重要信息，音质画面清晰（对重大突发事件的报道可适当放宽），充分体现新媒体直播特征，体现用户的参与性、同场感。

6. 新媒体创意互动要求主题鲜明，特点突出；交互性强，社会反响好；技术先进，有传播力、感染力；体现新闻性、互动性、技术性的高度统一。

7. 新媒体品牌栏目要求内容选择与栏目定位、发布平台相适应；发布量大、交互性强；编排制作精良，社会影响较大。

8. 新媒体报道界面体现新闻性与艺术性的统一，运用图片、漫画、音视频等手段表达新闻主题、展现新闻内容，版面语言丰富，界面设计主题鲜明、风格独特、布局合理、互动性强、色彩协调，便于阅读。

9. 融合创新要求作品在报道内容、报道形式、传播渠道等方面有所突破或创新，传播效果好，社会影响大，对推动媒体融合发展有积极引领和示范效应。

10. 鼓励内容呈现方式创新和技术应用创新的作品。

五、设奖数额及奖励办法

总设奖数额不超过50个。其中，一等奖不超过10个；二等奖15个左右；三等奖25个左右。

中国记协向一等奖获奖作品的主创人员颁发中国新闻奖奖杯、获奖证书和奖金；向二、三等奖获奖作品的主创人员颁发获奖证书。按“集体”申报的作品，向该作品的刊播单位颁奖。

六、推荐、报送单位和推荐、报送办法

1. 推荐单位。本办法参评范围规定的新闻单位均为推荐单位，均可推荐本单位在上一年度原创并首次发布的符合本办法各项目评选标准的作品参加评选。各新闻单位派出的分社、记者站的作品由派出单位统一推荐参评。合作作品由首发单位推荐。

2. 报送单位。中央主要新闻单位、中央军委政治工作部宣传局、中国行业报协会、各省（区、市）和新疆生产建设兵团记协是本单位、本地区、本系统参评作品的报送单位。

3. 推荐办法、报送办法同第二十八届中国新闻奖。

4. 自荐办法。为防止推荐单位因各种原因出现漏报优秀作品的情况，社会单位、个人可在截稿日期前，按本办法规定标准，向中国记协评奖办公室自荐（他荐）不超过1个参评作品。中国记协评奖办公室另行制订办法，对自荐（他荐）作品参评材料进行审核和初评。

自荐（他荐）参评作品，须获得省部级以上或中央主要新闻单位社（台）级新闻奖二等以上奖，且须有2名新闻专业副高以上职称的人士实名推荐。

七、报送数额

人民日报社、新华社按不超过8件报送，中央军委政治工作部宣传局、解放军报社、光明日报社、经济日报社、中国日报社、中央人民广播电台、中央电视台、中国国际广播电台，各省（区、市）和新疆生产建设兵团（含属地内全国性行业媒体）按不超过5件报送，科技日报社、中国纪检监察报社、工人日报社、中国青年报社、中国妇女报社、农民日报社、中国新闻社、法制日报社按不超过3件报送。中国行业报协会按不超过10件报送。非中国行业报协会会员单位的全国性行业类媒体按不超过1件报送。

如超额报送，中国记协评奖办公室将按该单位申报的《中国新闻奖媒体融合奖项报送作品目录》，撤下排序靠后的作品。

八、报送材料

按照《中国新闻奖、长江韬奋奖评选办法》相关规定报送。

申报材料总体要求和申报办法同第二十八届中国新闻奖。

参评材料填报、制作要求：

（一）《中国新闻奖媒体融合奖项报送作品目录》（附件2）。

由报送单位填报。如同一项目有2件（含）以上参评作品，按投票得票多少为序。

（二）《中国新闻奖媒体融合奖项参评作品推荐表》（附件3）。

仅限参评短视频新闻、移动直播、新媒体创意互动、新媒体报道界面、融合创新作品奖项填写。

1. “发布账号（APP）”栏须填报规范名称。
2. “社会效果”栏填写作品发布后的社会影响，转载、引用、互动、点击率等情况以及应用新技术情况。
3. “推荐理由”栏填写报送单位撰写的评语，并由报送单位主要负责同志签名确认。未明确填报的，不予受理。
4. 参评“移动直播”奖项，须在此表后附1份1000字以内的直播简介。包括直播意义、直播流程和规模、直播点设定和社会影响等内容。
5. 提交参评作品全屏截图打印件。
6. 提交参评作品二维码打印件。

7. 提交音视频类参评作品文字稿。

8. 自荐（他荐）参评作品提交省部级或中央主要新闻单位社（台）级新闻奖二等级以上获奖证书复印件。

9. 参评作品可下载的，使用U盘提供作品原件电子版。文字作品复制为Word文档，音频作品复制为音质效果好的WAV或MP3格式文件，视频作品复制为高清晰的AVI或MP4格式文件。

复制后请务必检查作品内容是否完整；音质、画面是否清晰；播放是否流畅，能够前进和后退。播出时含有的片头、片尾、广告等内容，不得删除。

（三）《中国新闻奖媒体融合奖项参评作品推荐表》（新媒体品牌栏目）（附件4）。

仅限参评新媒体品牌栏目奖项填写。

填报要求同附件3。

（四）《中国新闻奖媒体融合奖项新媒体品牌栏目代表作基本情况》（附件5）。

选取2017年上、下半年代表作各1篇。如代表作为音视频类作品，须附代表作文字稿（代表作不得再参加本届中国新闻奖其他项目评选）。

（五）《中国新闻奖媒体融合奖项新媒体品牌栏目2017年每月第二周作品目录》（附件6）。

填写连续12个月每月第二周（如遇重大节假日或重大事件，顺延一周）任意1天发布的任意1件作品标题。

九、截止日期

（一）纸质材料

组织报送和自荐（他荐）申报文字材料及作品复印件等，请务必于6月4日前以快递方式寄达中国记协。逾期寄达的，不予受理。

快递地址：北京市东城区珠市口东大街7号中国记协新媒体专业委员会（筹备组）

邮 编：100062

收件人：王大璐

电 话：010-61002908

（二）电子材料

申报材料电子版压缩成一个文件包，以“报送单位名称+参评作品名称”命名（如“人民日报社+别眨眼，给你看看一周年的雄安”），邮件主题命名为“报送单位+媒体融合奖项参评作品”（如“人民日报社+媒体融合奖项参评作品”），并于5月28日24时前以邮件形式发至中国记协新媒体专业委员会（筹备组）。逾期发送的，不予受理。

邮箱：5826@vip.163.com

十、初评评委条件和初评委员会的产生

（一）初评委员会负责媒体融合奖项初评。初评评委人数30名以内，由中国记协聘任。

（二）评委聘任条件：坚持新闻的党性原则；组织纪律性强；品行端正，作风务实，办事公道；熟悉新闻业务。

评委实行回避制。各单位申报的评委人选本人或其直系亲属如有作品参评媒体融合奖项的，应当回避。

评委与中国记协评奖办公室签订保密协议，并承担对有关评选信息的保密责任。

（三）评委由三部分人员组成：

1. 中宣部新闻局、国家互联网信息办公室网络新闻信息传播局负责人各1位；人民日报社、新华社、中央广播电视总台新媒体相关工作负责人各1位；中国记协书记处书记和新媒体常务理事（10人左右）。

2. 新闻单位（不含人民日报社、新华社、中央广播电视总台）从事新媒体工作的负责人和一线编辑、记者代表（13人左右）。

3. 新媒体专家学者（5人左右）。

评委候选人由中国记协评奖办公室、新媒体专业委员会确定。

十一、如有未尽事项，由当届评委会主任会议研究决定。

十二、中国记协享有中国新闻奖媒体融合奖项参评作品的使用权。

十三、本办法解释权归中国记协。

第二十八届中国新闻奖媒体融合奖项初评评选细则

第二十八届中国新闻奖媒体融合奖项初评委员会
(2018年7月8日审议通过)

根据《中国新闻奖、长江韬奋奖评选办法》和《中国新闻奖媒体融合奖项评选办法》，结合本届评选会实际，制定本评选细则，经过本届初评委员会通过后施行。

一、评选原则

1. 坚持公平、公正、公开原则。
2. 坚持评选标准。
3. 坚持评选程序，在认真全面审看（听）所有参评材料、充分讨论评议的基础上，以无记名投票方式评选。
4. 在同等条件下，统筹兼顾中央媒体与地方媒体、发达地区与欠发达地区的参评作品，关注体现“走转改”精神、努力改进文风的作品。

二、总体要求

1. 实到评委超过全体评委人数4/5，方可召开评选会。
2. 评选会由评委会主任或主任委托的副主任主持。
3. 评委中途离会不能参加投票的，按实到评委投票，离会评委不能委托其他评委代为投票。
4. 按设定数额投票，可少投，不能多投。如有多投的，多投选票计为废票。每轮投票结束，在规定得票范围内，按得票数从高到低依次取齐规定数额的参评作品。

5. 评委在评选会讨论时,除评选会主持人要求解释清楚的问题外,不得宣传、介绍、点评本推荐(报送)单位推荐(报送)的参评作品。如有违反,主持人要制止并给予批评。

6. 从所在单位(地区)没有参评作品的评委中产生6名监票人,负责监督评委投票和工作人员计票。

三、报送数额

本届中国新闻奖媒体融合奖项共设50个奖。其中一等奖10个,二等奖15个,三等奖25个。初评评委会按设奖数额的200%比例,即100件左右报送定评。

各项目报送作品数量,在小组完成对全部作品的审看、评议和第一轮投票后,由本届评委会主任会议根据各项目参评作品质量等情况统筹研究确定。

为调动更多新闻单位的积极性,推荐参加定评的全部作品中,每个报送单位的作品不超过5件。

四、评选程序

(一) 审议参评作品资格

1. 根据《评选办法》规定,初评办公室要承担对初评参评作品的审核责任,按照“评选范围”“评选标准”“报送要求”等认真审核参评作品,并将符合条件的参评作品提交初评委员会进行评选。

2. 初评委员会听取并审议初评办公室关于参评作品和相关申报材料的审核处理情况等,确认参评作品资格。

(二) 小组推荐程序

评委分3个小组审看(听)、评议、推荐各项目候选建议作品。

第1组负责推荐短视频、新媒体创意互动、新媒体品牌栏目的候选建议作品;

第2组负责推荐移动直播、新媒体报道界面的候选建议作品;

第3组负责推荐融合创新的候选建议作品。

各小组指定2位所在单位没有参评作品的评委担任监票人,负责监督小组评委投票和工作人员计票。

每小组在充分讨论、评议的基础上,以无记名投票方式按规定数额推荐出候选建议作品。

1. 淘汰各项目1/3参评作品。

短视频淘汰21件，移动直播淘汰9件，新媒体创意互动淘汰14件，新媒体品牌栏目淘汰10件，新媒体报道界面淘汰9件，融合创新淘汰32件。

淘汰作品按简单多数筛选，如最后1个名额出现2件并列作品，则2件作品都不淘汰；如最后1个名额出现并列作品超过2件，则对这些并列作品进行最多两轮票决，得赞成票多的作品淘汰。

2. 召开评委会主任会议。

统筹协调各小组作品筛选情况，确定需要统筹协调的原则和要求，确定各项目报送作品和推荐候选作品名额。

3. 推荐候选建议作品。

每个小组根据评委会主任会讨论情况，推荐候选建议作品。

如某项参评作品数额达不到候选建议作品数，可不受该比例限制，按照评选标准评出不超过候选建议作品数额的作品。评不出的，可以空缺。

候选建议作品须达到小组实到评委1/2赞成票。

如达到规定票数的作品多于该项目候选建议作品数，按得票顺序从高向低依次取齐。如最后1个名额出现并列作品（达到规定票数且票数相同，下同），则对这些并列作品再进行票决，得票多者入选。如票决后达到规定票数的作品仍出现并列，则全部入选。

如达到规定票数的作品少于该项目候选建议作品数，则按缺额数加1的数量（“1”是指补齐缺额数后，排在其后的首位落选作品，下同），从该项目落选作品中按得票顺序从高向低依次取齐后（如“缺额数加1”出现并列作品，则全部进入票决，下同），对选取的作品再票决，达到规定票数者入选。如此轮票决后，达到规定票数的作品数仍少于该项目设定的候选建议作品数额，空缺数额不补。

各项目候选建议作品名单按投票轮次和得票数从高到低排序，出现并列的，按照作品质量讨论确定排序。

4. 确定候选作品。

召开评委会主任会议，确定候选作品或处理原则。

（三）评委会全体会议评选程序

1. 全体评委听取各小组报告本小组推荐候选作品情况，并进行充分讨论、评议。

2. 以无记名投票方式按规定数额推荐报送定评的作品。

报送定评的作品须达到全体实到评委1/2赞成票。

如达到规定票数的作品多于该项目报送名额，按得票顺序从高向低依次取齐。如最后1个名额出现并列作品（达到规定票数且票数相同，下同），则对这些并列作品再进行票决，得票多者入选。如票决后达到规定票数的作品仍出现并列，则全部入选。

如达到规定票数的作品少于该项目报送作品数，则按缺额数加1的数量（“1”是指补齐缺额数后，排在其后的首位落选作品，下同），从该项目落选作品中按得票顺序从高向低依次取齐后（如“缺额数加1”出现并列作品，则全部进入票决，下同），对选取的作品再票决，达到规定票数者入选。如此轮票决后，达到规定票数的作品数仍少于该项目设定的候选建议作品数额，空缺数额不补。

3. 各项目报送作品名单按投票轮次和得票数从高到低排序，出现并列的，按照作品质量讨论确定排序。

五、评选后续工作和处罚办法

1. 初评办公室在中国记协网完整公示报送定评的作品名单及相关作品的全部申报材料，接受网上评议，公示时间不少于5个工作日。不参加公示或作品相关材料无法公示的作品，取消报送。

2. 初评办公室对公示期间收到的举报进行认真核查，如作品有抄袭、虚假、失实，申报材料有造假、虚夸、篡改、伪造及未按规定程序推荐等违规问题，经查实，即撤销该作品入选资格，对相关推荐单位予以警告、通报批评等。

六、评选纪律

初评评委及初评办公室工作人员要严格执行《评选办法》和本《评选细则》，对评选会上的讨论、投票情况要注意保密，如发现评委有钱（物）票交易行为，就委托相关主管单位纪检监察部门介入调查。一经查实，即取消其评委资格并通报所在单位，今后不再聘其参与中国记协主办的各项评选活动。对违纪违规的工作人员给予相应处罚。

七、本《评选细则》经第二十八届中国新闻奖媒体融合奖项初评评委会通过后施行。未尽事宜委托评委会主任、副主任讨论决定，重大事项由全体评委讨论决定。

（编辑 韩国颖）