

导向正确 堪称精品 社会效果好

——在二〇二〇年度江苏省好新闻评选会上的讲话

周跃敏



烟花三月是扬州最美的季节。在扬州市委宣传部及扬州日报报业集团的精心安排下，一年一度的江苏省好新闻文字作品评选今天（4月7日）起在这里正式开始。刚才，扬州市委常委、宣传部长张长金向大家简要介绍了扬州政治、经济、社会发展的情况，省记协名誉主席周世康谈了他对好新闻评选的思考和见解，相信大家听了都很受鼓舞，很受启发。

在这之前，全省广电好新闻、江苏省好新闻媒体融合、网络作品、新闻版面、新闻漫画、新闻摄影评选已经结束，并产生了推荐参评中国新闻奖、江苏新闻奖的候选篇目。下面还将进行江苏省好新闻报纸副刊和新闻论文评选。这次江苏省好新闻文字作品评选，包括消息、通讯、言论、系列、专栏、创新策划等6大类，是参评作品最多、奖项设置最多的一次评选，也是评委人数最多、评选时间最长的一次评选，其重要性、关注度不言而喻。

2月1日，省记协已经向省属主要媒体、各设区市记协、相关专业记协下发了《关于做好2020年度江苏省好新闻评选工作的通知》以及相关评选办法、评选细则。这些文件及附件，是我们这次评选的依据和规则，其中绝大部分内容已经成熟固化，相信大家并不陌生，也有少部分内容作了修订完善，主要体现在三个方面：

一是统一了新闻奖评选的名称。过去，年度省好新闻评选，名称五花八门、不尽统一，光是获奖证书上的表述就有“全省报纸优秀作品”“江苏省报纸优秀作品”“江苏省XX（如新闻论文）优秀作品”“江苏省XX（如新闻论文）评选”等。随着媒体融合步伐的加快，“全省报纸优秀作品评选”显然已经不能适应形势发展的需要。因此，从2016年起，一年一度的省好新闻评选统一规范成“XXX年度全省好新闻（XX类）评选”。这次修订，进一步规范成“XXX年度江苏省好新闻（XX类）”，涵



盖了除省广电协会评选的广播、电视好新闻以外的所有类别。获奖证书也重新设计，“江苏省好新闻”几个字由中国书协主席孙晓云题写，格式将基本固定下来。

二是调整了评选办法的体例。原评选办法的内容主要侧重于报纸部分，事实上将评选原则和评选细则合二为一。新修订的《江苏省好新闻评选办法》，将原来七个专项评选办法中的评选标准和要求纳入其中，形成统领文字、网络、媒体融合、国际传播、综合等种类评选的指导性原则，而将文字作品的评选细则部分剥离，连同原来的其他专项评选办法中的细则部分，形成文字作品、新闻版面、报纸副刊、网络作品、媒体融合、新闻摄影、新闻漫画、新闻专栏、新闻论文、国际传播等十个评选细则。这次下发的评选文件，就是由评选通知、评选办法和10个评选细则组成的，也就是1+1+10，这使得修订后的《江苏省好新闻评选办法》，体例更加规范，条理更加清晰，内容更加完整。

三是部分奖项的报奖数额有所调整。文字作品奖项中，现代快报报奖数由原来的6件调整为8件；媒体融合奖项中，新华报业和省广电报奖数由原来的8件调整为10件；南京市记协报奖数由原来的8件调整为10件，其他12个设区市记协推荐报奖数由原来的各5件调整为各7件。评选办法还特别规定，每个设区市记协报送的作品中，县级融媒体中心不少于2件。这是这次修订的一大亮点。加强县级融媒体中心建设，是以习近平同志为核心的党中央着眼于宣传思想工作新形势新要求部署的重大改革任务，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。评选江苏省好新闻适当向县级融媒体中心倾斜，就是为了更好地贯彻落实党中央的战略决策和部署。

除了对评选办法作出修订外，省记协还对相关专业记协比如省县市报研究会提出建议，将相关类别好新闻比如全省县市报好新闻及融媒体好新闻评选时间适当提前，以便与江苏省好新闻评选相衔接，确保真正的好新闻不会因为时序问题而遭埋没。今年，县市报研究会已经这么做了，从县市报好新闻及融媒体好新闻评选中确

实发现了一批优秀作品，被推荐参加这次的江苏省好新闻评选。今后各级各类好新闻评选，在时序上都要力争实现有机衔接、无缝对接，自下而上，由专业到综合，最终目标是中国新闻奖评选。中国新闻奖评选通常安排在8月的最后一周，这意味着，越是下位评选，越要抓紧进行，时间也越来越紧张，这需要我们克服困难，共同努力。

一年一度的江苏省好新闻评选，受到全省新闻工作者的高度关注，评选规则、评选过程、评选结果要经得起历史的检验和业内的拷问，公正公平至关重要。这次评委会的组成，考虑到了方方面面的代表性，大家来自不同的地区、不同的媒体，大部分同志都是老评委，也有少部分同志是第一次参加江苏省好新闻评选。不管是哪一种情况，评选中大家只有一个身份：评委。评选需要遵循的原则也是明确的，这就是：质量优先、兼顾公平。所谓“质量优先”，三句话：导向正确，堪称精品，社会效果好，三者有机统一，缺一不可；所谓“兼顾公平”，就是在坚持质量标准的前提下，加强统筹协调，充分考虑不同媒体的实际和特点，适当关照县级融媒体中心。事实证明，这样的评选原则受到业内的广泛认可和欢迎。

另外，还有几点需要说明一下：

一是评选规则同中国新闻奖评选办法接轨问题。去年这个时候，我在淮安评选2019年度全省好新闻时曾经说过，参照新修订的中国新闻奖评选办法，省记协对全省各类好新闻评选的规则都作了相应的修订调整，同时设定一年过渡期，2020年度将彻底接轨。也就是：文字消息、文字评论向网络媒体、移动媒体放开参评；通讯与深度报道和系列（连续、组合）报道合并为通讯与深度报道；网络访谈合并到网络专题中；新媒体品牌栏目合并到新闻名专栏中；新媒体报道界面合并到网络页面设计中。今年在修订江苏省好新闻评选办法时，我们采纳了部分同志的意见建议，即：归并的条件在省级层面还不成熟，操作起来有一定的难度。有鉴于此，我们再适度延长过渡期，以上项目今年依然分开评选，下面将积极创造条件，尽早同中国新闻奖评选规则接轨。

二是同类题材作品撞车问题。每年省好新闻评选都会碰到一个现实问题：越是重大主题、重要事件、热门话题的报道，越容易扎堆撞车。这有一定的合理性和必然性。因为年度好新闻评选，理所当然地要反映、体现这一年的中心工作和重大主题。比如，2018年改革开放40周年，2019年新中国成立70周年，2020年全面建成小康社会等。但是，年度好新闻评选终究不是专项评选，综合性是它最大的特点。在题材上，既突出重点又追求多样，是我们需要把握的一个原则。所以，同类题材作品要加强比选，好中选优，优中选精，把真正的好稿推选出来。还有一点要提醒，以前曾出现过这样的情况——同一个单位的同一题材作品，甚至同一件作品，分别参加不同种类好新闻评选，并且都获了奖。这相当于一稿多投，是业内最忌讳的，对其他作者和作品来说也不公正。所以，大家在评选中要注意甄别，严格把关。

三是推举参评中国新闻奖和江苏新闻奖候选篇目问题。江苏这几年参评中国新闻奖取得了有目共睹的优异成绩，其中一条宝贵的经验就是，把各级各类好新闻评

选同中国新闻奖评选结合起来贯通起来。这次评选，我们在产生一二三等作品的同时，还要推荐参评中国新闻奖和江苏新闻奖的候选篇目。评选结束后，省记协将组织审核小组对候选作品进行审核，审核不过关的将不予推送，依顺序递补产生候选篇目。推荐参评中国新闻奖的作品，同江苏省好新闻评选的原则不尽相同，主要考量的因素就一个：在全国层面是否有足够的竞争力。推荐参评江苏新闻奖作品时，请评委适当考虑完全有获一等奖实力、仅仅因为获奖指标限制而屈居二等奖的作品，真正体现“质量优先、兼顾公平”的评选原则。

这次江苏省好新闻文字作品评选，分三个组进行，时间为三天半，参评稿件多达604件，除了要评出一二三等奖外，每个组还要各产生8件作品推荐参评中国新闻奖和江苏新闻奖，时间紧、任务重、要求高，希望全体评委心无旁骛，集中精力，认真看稿，充分讨论，严格把关，综合协调，集体票决，圆满完成评选任务。

（作者为江苏省记协主席、2020年度江苏省好新闻评委会主任）



有料有味背后是心有力

——关于江苏省好新闻（文字作品）获奖作品的若干思考

李 扬

作为全省年度好新闻评委，笔者每每面对最终的评奖结果，都会仔细再过一遍：业界的认同度如何？同行服气不服气？获奖作品到底恩正不恩正？只要在基本面上达到百分之八十以上的程度，我就笃信这一次“众中选好、好中择优”的评选是成功的！也正因为如此，点评获奖作品的里里外外才显得有价值有启示。

82家单位报送了604件作品，最终入围408篇。回看这400多篇佳作，还是要追问一个核心焦点：这一年度的江苏好新闻的文字作品到底有没有获奖的“共性”，或者说某某作品的脱颖而出的“个性”是

什么。答案其实寓于辩证法之中——共性与个性、偶然与必然、时与势、内容与形式、意与辞等等多个方面的有机耦合。着眼这次参评的作品以及拿到奖项的优胜作品，笔者的体会是：有料有味才是真的好作品，有心有力才能真正写出好作品。

【思考1】全媒体时代的文字消息靠什么制胜

这次评奖一个最突出的耐人思量的问题是：文字类消息在全媒体传播语境下、在新媒体同台较量的空间里，究竟应该如



何写？论发布的时速，纸媒的消息是“后发”；论受众的接受，纸媒的消息是“后缀”；论认知的规律，纸媒的消息似乎是“后赞”！今天，我们再来评头论足文字类消息，必须拷问“你”究竟靠什么制胜众媒？

参评的不少消息作品，第一轮就被评委们“毙”了。为什么？因为“三个没有”——没有新媒体报得快、没有视频报得生动、没有在新媒体之后提供更多可读的“剩余价值”。相反，获奖的大多数都是用文字的优势表现出了有料有味的消息传递，让人或不得不看，或看了有咀嚼，或看了不得不佩服文字记者的笔力。

比如，《苏陕对口帮扶协作迎来历史性时刻 陕西所有贫困县（区）实现脱贫摘帽》一文，这是一个优于新媒体也早于央媒发布的消息，刊发后成为新闻界报道苏陕合作的重要参考。此消息读来最大的感受在于作者的宽广视野、精炼文字、丰富数据熔于一体，笔触灵动，见人见事见数据亦见精神。再如，《30年！一幅画！南京画家画“南京大屠杀”》，该报道了87岁的南京画家，围绕“南京大屠杀”这一血泪主题，耗费整整30年的时间创作了一木刻系列组画。这纯粹是一个独家的可遇不可求的好消息，言语间充满着爱国主义教育的情感张力。不足千字，却把画作生产的来龙去脉与画家的创作情怀深深交融，消息一出即冲上各新媒体平台的热搜榜。还值得一说的是，这一消息来源于多方探问，是在筹划第七个国家公祭日报道时偶然获悉的，这种新闻敏感与新闻追问的“劲”，恐怕正是许多记者“心向不逮”又“心向往之”的。

大家都心中有数，尤其是心系于“首”。标为“首次”、“首个”、“第一”之类的素材往往是消息作品的“硬骨头”和“硬通货”。仅在一等奖24篇就有三分之一直接在标题中亮出——苏州在京发布全国首个农业农村现代化指标体系以科学指标体系探索“苏州经验”；高淳发布全省首个GEP核算成果；苏州建成全国首个“国家生态园林城市群”；“无锡板块”市值首超GDP；全国第一本农村土地承包经营权不动产权证颁发；全省首例新冠肺炎重症患者出院；达·芬奇故乡首

次引进中国现代艺术作品；国内首个水稻联合耕播田间作业；等等。抓住“首”的新闻题材，再做到首发，获奖的“范”就成功了一半。

其中，再说一下这样一个案例：即《达·芬奇故乡首次引进中国现代艺术作品 吴为山雕塑〈超越时空的对话——达·芬奇与齐白石〉向世界讲述中国故事》，这则消息的内容是厚重的，抓住了异乡（达·芬奇故乡）一次不同寻常的文化活动，并在雕塑落成的当天，及时越洋采访老乡吴为山，将中华优秀传统文化“走出去”的大题材浓缩于一个巧的事件，有点石成金之妙，让家乡人读起来饶有文化自信的意味。正所谓：好消息一定是字字千钧、句句盎然、通篇有料有味。值得透露的是，这又是有心人之作：原本是吴为山一年前回乡时不经意说出的计划，而记者一直记在心里、跟踪于此，半年之后，将有积累有准备的素材“点燃”而成。

回顾消息类作品，笔者不知不觉想到的是——纸质媒体要充分利用社交新媒体平台发声，成为“网络舆论场”的一部分；主流媒体利用自身原有的声誉和雄厚的作者资源，要努力成为新媒体网络平台上的权威发声者；传统媒体是有能力持续生产的新闻机构，具有自媒体不具备的各种优势，关键是要能够用好作者，生产出好作品，不惟追求短时爆款博眼球，重点应在坚持不懈地生产具有引导性、建设性的“正能量”或正能量的新闻产品。不仅如此，最叩心门的一个话题就来了：是否因时而变、因媒而动，有关纸媒的消息应该在写法、结构乃至话语表达上都需要自我革命的迁变？希望学界业界不妨于此作些探索和实践。

【思考2】通讯与深度报道凭什么吸睛时间更长一些

无通讯，不媒体。通讯与深度报道，历来是众媒体的大项与长项。作品主题重大、引导有力，在重要节点响亮发声的通讯作品。总体看，此类项的获奖作品，基本具备这几个共性——有高度有站位，抗疫、复工复产、抗洪救灾、长江大保护、

民生改善、脱贫攻坚……紧扣党和政府的中心工作，年度印记强；有情节有故事，有人物有叙事，细腻生动，可读性强；有逻辑有布局，长而有序，通讯生产不是罗列堆砌、而是“有红绳子串起的珍珠”、“环环相扣的金项链”；有温度有启示，作品聚焦社会热点痛点难点，时而还给人泪点的触动。

具体来看，《精锐集结敢啃“硬骨头” 倾心聚力奋勇“挑大梁” 决战武汉！“江苏力量”筑“钢铁长城”》这篇雄文，全景式、多维度展现抗疫“武汉保卫战”中的江苏作为、江苏担当。该报道是新华日报特派湖北一线记者的集体撰写，采访扎实无须多说，时间节点精准，不少分镜头，让人感到场景如在眼前，情境效果不逊于视频。这说明，深度报道之深，必须首先植根于采写的素材之丰。《面对史所罕见的“超强降雨”“超大洪水”，我省成功“考”出无重大险情、无人员伤亡、无重大损失的优异成绩——有大洪无大险，“金钥匙”在哪里》这篇重磅通讯，是从老百姓的感受切入的追问型作品。去年夏天江苏遭遇历史罕见的大洪水，长江南京段水位超历史极值，但是百姓群众生活并没有深受影响，岁月静好、人心安定的背后是什么？这篇通讯刊发在防汛应急响应降级的次日，既传递出防汛抗洪取得阶段性胜利，更透出我省多年来在抗洪硬措施、软举措上的系统科学。文章写得丝丝入扣，有宏观思考，也有还原。作者经过深入采访提炼出的三把“金钥匙”，让人形象记忆、入脑入心，易能产生共鸣。

同样是抗疫主题，《黄石这些宝宝刚出生就被隔离 江苏两位女护士当起“临时妈妈”》《从怀疑到相信，距离有多远？》这两篇完全不是“高开高打”而是以小切口反映抗疫一线的动人故事，是以故事化呈现方式传递举国同心战胜疫情的信心与力量，讲述的医护人员的敬业与奉献，不是“空手道”而是“心灵赞歌”，把重、巧、新、活的一体化阅读效果浸然纸上、洒在读者的心上。

笔者参评多天、阅评多篇，有一个心得体会——通讯与深度报道归为一类，实质强调用分析性报道、解释性报道、调查

性报道、新闻特写、新闻综述等表现手法对新闻人物、事件等进行深入和详细报道的新闻作品。这说明，无论哪种书写意义上的通讯作品，都是大块头、有份量的文字，仍然是讲究“深”“细”的绣花功夫与遒劲笔力。相形之下，这次通讯类评奖也有一些遗憾：比如舆论监督的品种偏少，人物典型炒冷饭的多、老故事老调子的多，段落文字之间缺少有机联系和逻辑序列的不少，等等。可见，没有构思之心、没有布局之精，就没有“工切稳”、“信达雅”的辞文呈现，也就没有可能拽住眼球、赚足“视长”的可能。

无论是置身全球化语境，还是放眼全媒体传播生态，深度报道始终是新闻媒介比拼的“金牌项目”；从中国新闻奖多年来的结果，到老牌的普照利策新闻奖情况，深度报道水平一直是绳衡新闻媒体人业务的“金标准”；从当年的厚报时代跃迁至眼前的全媒体时代，深度报道的理念与追求从来没有退场——深度报道，成为新闻内容供给的标配，也成为呈示新闻核心竞争力的利器。通过获奖作品可以看出，这些作品涉及的题材很广，既上接“天线”，又下接“地气”，充分体现了问题意识、问题导向。题材的广泛性表明了时代的复杂性，也表明主流媒体敏锐的洞察力和强烈的社会担当意识。这本身就是不断增强“脚力、眼力、脑力、笔力”的结果，“笔力”深厚的背后是作者们“脚力”的勤快深入、“眼力”的独特精准和“脑力”的智慧敏锐。就通讯与深度报道而言，“四力”运用是一个综合体。笔者以为，“脚力”关乎抓取的速度与角度，“眼力”关乎敏锐的判断与辨别力，“脑力”关乎思辨与逻辑，“笔力”关乎表达的技巧与分寸，如果四维构成相得益彰，则优秀的品质已铸造出八九不离十，离冲奖得奖不会太远了！

【思考3】“头部产品”的评论如何“言之有理”

每年文字评论类获奖作品大多是从50多篇中挑出30多篇，其获奖率是比较高的。这并不意味着“好得奖”，而是难度其实更大，因为精中选、少中择，这就好

比“整齐的身子当中再挑选体质更好的”。过去的一年，新闻评论生产的“大年”，大事多、要事多，特别是伟大抗疫之年、决胜脱贫攻坚之年，热点多，思想活跃，评论必须在舆论场中起到定盘星、压舱石的作用。获奖的作品，充分展示了江苏新闻评论的力量、江苏新闻评论员们的战斗力。整体上看，本届获奖作品更有理论的厚度、现实的热度和观点的锐度。这些作品既有对时代的深刻洞察和深邃思考，又有对社会问题的精准把握；既有强烈的使命担当，又有显著的话语表达的创新突破。

获一等奖的7篇，有一个鲜明特点是：坚持问题导向，奔着问题而论，“来料”关切生活热点痛点，“加工”得稳准到位。比如，《“数字化”路上，一个也不能少》关注智能化运用上那些被拉开差距、被甩下或者“数据”没有覆盖到的人群。他们的诸多不便，不能简单对待，这是一个民生改善进程中新警觉。评论正是发出了这样的警世之言：“弥合数字鸿沟，任重道远”，“让发展成果更多更公平惠及全体人民，是中国改革发展的温度”。这样一篇符合人民至上的理念的评论其高度与深度、尤其是时代的先觉度就豁然而漫于纸上了！再如《警惕“精致的形式主义”》，论题开门见山，抛出的是一个困扰我们身边的话题，有看头、有思考：形式主义已经成为人人喊打的过街老鼠，那种“开会摆鲜花、迎宾铺红毯”、一眼就能看出来的形式主义少了，打着“精细管理”“绣花功夫”的幌子、跟手机拍照一样用“美颜”功能修饰过的形式主义却多了。针对如此化妆过的形式主义，不能不保持应有的警惕！评论向“精致”开火，其实就是向形式主义开刀，言辞圆润，却锋芒毕显，句句读来让人有思考有棒喝。诚如文中所言：显性的形式主义人们一眼就能看穿，隐性的形式主义却常常迷惑人们的眼睛。形式主义越“美颜”、越“精致”，就越难以识别，浪费的人力物力往往越多，危害性也越大。这样的道理直接撞击人心，让人引发击节共鸣！

还有一篇地方晚报的评论《统计“有”“无”话沧桑》，同样是一种理趣盎然。评论起笔处，是一则“过去统计‘有’、

现在统计‘无’”的旧闻。而后，再说一则“过去统计‘无’、现在统计‘有’”的新闻。进而，抓住有无对比来说事：从第七次全国人口普查新增的“住房所在建筑有无电梯”和“拥有全部家用汽车的总价”两个指标，观照出百姓生活方式的变化……重读旧闻有新闻，感悟新闻感慨多。评论就是要提高社会能见度，这篇看似信手写成的“随笔”，其实是有心之人的发论。同时，值得称道的是，该评逻辑性强，论理一层一层推演，结构的整饬也是一大优点。比如，统计的“有”和“无”，蕴含着“变”的哲理；认识“变”的哲理，需要经常“回头看”；统计的“有”和“无”，为新时代高质量发展提供着科学依据……论述得丰满又筋道。可以讲，近年来市级媒体评论中很少见到这样的好评。

总体而言，此次参评论作品比往年有一个大的进步，就是逻辑性理性表达与话语创新表达在同步新进。被我们评委淘汰的作品中，有的写得不像评论，充其量是夹叙夹议的“文”，有的像“论”却是一团没有层次、没有逻辑的堆垛。言之有理，关键在有理、有层层深入的理，论述不偏不倚，逻辑有力，结论水到渠成，清晰可认同。与此同时，生猛、鲜活的语言呈现，是值得努力的另一面。借用高尔基讲的“文学的第一要素是语言”，言论的第一要素很多时候也是语言，因为，好的修辞才能传递出好的思想，优美而雅正、温柔而敦厚的文字最能打动人心。无论时代如何进步、话风如何新变，人们最想读、最耐读的都是思想之美与语词之美“美美与共”的言论力作。

最后，笔者想提醒的是，一年一度的好新闻，不能缺少年度的“打卡”，不能在有关大事件、大主题、大政策上失语与盲视。惟有舆论干预的力度才有作品的价值性和传播度。有充足的料，有满满的味，有拳拳的心，有杠杠的力，这样的文字聚焦及其表达，当然能在全媒体时代、媒体同行中胜出一筹，得奖无虞了。

【本文为2019年度江苏省社科基金重点项目“新时代主流媒体创新传播研究”（19XWA001）实证性研究成果】

（作者为新华日报社副总编辑）

这里,有你奔跑的身影

——写在 2020 年度江苏省优秀广播电视新闻奖评选之际

纪斌斌

2020 年,一个非凡的年份。抗击新冠肺炎疫情,复工复产,脱贫攻坚,全面奔小康,共抓长江大保护、不搞大开发等等,这些重大题材,在 2020 年度江苏省优秀广播电视节目奖获奖作品中都有突出反映和不俗表现。脚下有多少泥土,笔下就有多少力量,眼前就有多少精彩!在这里,我看到了你采访时一路奔跑的身影!

一、记录最美逆行 讴歌忠诚担当

突如其来的新冠肺炎疫情,让我国经济社会发展及社区生活按下暂停键,广电人却按下了工作的快进键,风风火火,迎难而上,从不同方面、以各个视角,讲述抗疫故事,传递抗疫精神。是记录者,也是亲历者。从这个意义上讲,记者和白衣天使同样神圣!

南京广播电视台电视系列报道《在武汉》(一等奖),是南京台特派记者在武汉驻守 37 天,采访数百人,积累一万多分钟视频素材,制作而成的 10 集报道。记录了疫情最严重的时候,援鄂医护人员的逆行故事。透过摄像机镜头,在同济医院直击江苏医生采用气管插管拯救病人的紧张场景,在江夏区第一人民医院见证一家三口同时出院的喜悦……小切口微记录,鲜活的素材直观展示了江苏、南京医护在武汉前线拯救生命的场景,充分展现了战疫主战场的惊心动魄。

一等奖作品中有两件是报道江苏抗疫危重症专家代表、中央指导组专家邱海波事迹的:一是省总台电视长消息《邱海波:重症病人在哪 我就应该在哪》,记录了邱海波日夜奋战、迎难而上的工作作风。邱海波一天内要跑三、四家医院,巡诊危重症病例,给出有针对性的诊疗建议。俯卧位通气是邱海波和同事们总结出来的对重症患者明显有效的一种呼吸治疗,目前已经写入新冠肺炎诊疗方案中,为全国抗疫大局做出了重大贡献。二是南京台广播访谈《“我是挺身而出的凡

人”——专访抗疫名将邱海波》,这是一段贯穿全年的追踪采访,分为三部分,在武汉抗疫舍生忘死的日日夜夜;“一丝不苟、尊重科学”团队精神的坚守和传承;对生命至上的思考和对学科发展的谋略。主访邱海波,穿插对其团队及家人的访谈。全篇没有豪言壮语,却始终激荡着主人公大医精诚的人生追求和义不容辞的英雄主义光芒。

省总台广播长消息《越是危险越向前——奋战在武汉医疗垃圾堆中的江苏环保志愿者》(一等奖),说的是武汉抗疫初期,医疗垃圾处置能力“全线告急”。江苏南京 4 名环保志愿者义无反顾,千里驰援,在疫情“风暴中心”武汉金银潭医院清理医疗垃圾,凭借过硬的专业本领,为多家医疗机构提供了安全的环境保障。体验式的采访,实录了环保志愿者的工作全过程,大量的自然音响和被采访者朴素话语浑然一体,令听众声临其境。

省总台广播短消息《江苏 631 名新冠肺炎确诊患者全部治愈出院实现零死亡》(一等奖),是全省广播媒体中最早发布本土病例清零的权威报道。在省卫健委 8 点 10 分的通报后,记者半小时内完成了最后一例出院病例的采访,“清零”的消息在疫情防控的关键节点不仅“晒”出了江苏的战“疫”成绩单,更输出了江苏的抗“疫”经验,给人们共克时艰、战胜疫情以极大的信心和鼓舞。报道最后对疫情防控常态化不能松懈做出了及时提醒,体现了媒体担当。

扬州台广播长消息《中石化建设全国最大医用口罩核心材料生产基地,仪征化纤首条熔喷布生产线正式投料生产》(一等奖),新冠疫情之下,口罩一度成为最紧缺的物资。作品直击仪征化纤首条熔喷布生产线正式投料生产,再现仪征化纤把常规一年工期压缩到 35 天、跑出“中国制造”抗疫加速度的过程。“让人们买得到口罩,让人们买得起口罩”,犹如一颗定心丸,让百姓对疫情防控更加有信心。

无锡台电视短消息《两手抓 两手硬（肩）助力企业复工 江苏首架直飞复工包机抵锡》（一等奖），针对企业员工返程难问题，无锡企业在相关部门的支持和帮助下，率先包机接回员工。记者第一时间赶往现场，该消息被称为“速度最快，时效最强”的报道。无锡的复工举措在全省企业中起到了很好的带头示范作用，后期各地陆续掀起了包机复工的热潮。

常熟台电视长消息《衣白褂，破楼兰，赤子今日平安还》，虽然没有拿到高奖，片中的画面却深深地留在了心里。六十七天前，常熟市二院护师李勤的丈夫张育峰在送别妻子出征武汉时，高高举起“衣白褂，破楼兰，赤子切记平安还”的牌子，给无数人留下了深刻印象。如今医疗队平安回到常熟，不善言辞的丈夫，再一次用写诗的方式表达了自己的心意，“家国齐安危，千载不相违。举语寄千里，守得一日归。”以一对夫妻的重逢，展现一个群体的形象，人们不禁为之叫好！

二、报道脱贫攻坚 奏响时代强音

2020年全面建成小康社会，是党对人民、对历史作出的庄严承诺。对江苏来说，不仅要率先建成，而且要高水平建成。全面奔小康，就是中国的样子，是中华民族数千年来的愿望！全体人民共同迈向全面小康，这是一个历史性的跨越，记录这个跨越的过程，是一件多么崇高、荣耀的事！

省总台广播系列报道《走向我们的小康生活——秋到农家》（特别奖），“小康不小康，关键看老乡”，从“村里的故事”说起，以记者“出现场”的方式开篇，把听众带入到故事的发生地去。一村一地的变迁，呈现出小康生活的幸福图景。连续18篇录音报道、新媒体推送，展现了江苏大美乡村的小康路径。优美的叙述饱含深情，脱贫攻坚的故事既鼓舞人心又极具启发性和引导性。

省总台电视专题《第一书记种瓜记》（一等奖），面对脱贫攻坚的宏大命题，通过极具新意的表达方式、幽默真挚的独特视角进行记录和讲述，鲜活地呈现出脱贫攻坚中党员干部的干劲拼劲，农民群众奋发思变的精神面貌跃然纸上。如记者采访了5位村民，他们用最质朴的语言说出对第一书记丁先锋从质疑到认可的态度转变，从“种瓜的钱你带走吗”、“讲话能行，干活能行吗”到“跟着丁书记奔向小

康没问题”，尤其一位村民信心满满地说：“丁书记在村上三五年，肯定就好了”，记者插嘴“他只在这里待两年”，村民听到后“晴天霹雳”般睁大眼睛，表情愕然又转向惋惜和不舍……种种细节让人在会心一笑之余，留下更多思考。

苏州台电视专题《雪域天堂——通往富裕的林周苏州路》（一等奖），以西藏林周一县之“微”，反映时代发展之“大”。26年中，从输血式援藏，到造血式援藏，再到藏族同胞激发出脱贫攻坚的强大内生动力。西藏历史性地消灭贫困，实现由贫穷落后向文明进步的伟大跨越，是多么的来之不易！记者多次深入高原腹地，持续20多年的跟踪记录，真实捕捉到援藏人员的工作及林周百姓的生活状态。从难产婴儿的生命缘，到苏州小学的求学路，再到两个洛桑、两个卓玛命运的改变，生活气息扑面而来。个体命运交织在大时代背景下，让人感慨、感动！

同样，无锡台广播系列报道《同心共追梦，携手奔小康》（一等奖），常州台电视系列报道《“苏陕协作脱贫路 常州安康两地情”》（二等奖），分别讲述了在全国东西部对口帮扶，精准扶贫中，两地干群拼搏奋斗，同心同德奔小康的生动实践，展示人民群众切身可及的获得感和幸福感，以小见大，展示了中国脱贫攻坚战的重要意义。

省总台电视系列报道《小康路上 无问西东》（特别奖），更是以13个生动有趣的故事和点例，呈现出一幅幅自强不息、共奔小康的时代画卷，彰显出“脱贫攻坚全国一盘棋、全面小康决胜在合力”的坚定信念。

常州台电视访谈《格桑花开》（一等奖），在海拔3650米的高原拉萨进行访谈。近二十天的跟踪拍摄采访，以常州西藏民族中学2020年148位初三毕业生返藏中考作为主线，充分展现了常州西藏民族中学教育援藏、智力援藏的35年历程，常、藏一家人的情感交融真实感人，访谈和纪实拍摄巧妙穿插融合，多条线索同时铺陈展开，具有较强的可看性和时代意义。

省总台广播专题《石榴红了》（一等奖），从一位彝族少年的“梦想”入手，展现梦想的“开花结果”。以云南宁蒗家家户户种植的石榴树穿针引线，从石榴的生长、开花到结果，寓意“海安舅舅”用32年的接力支教谱写了教育扶贫和民族团结赞歌的动人故

事。透过“声音”，我们听到了宁蒗当地孩子的梦想是如何“开花结果”的，见证到“八千里路云和月”承载着责任与担当，三十二载寒与暑见证了光荣与梦想。”

三、讲述凡人故事 传递家国情怀

获奖作品中，不乏优秀人物报道，说的是身边人、讲的是身边事，平平常常最是真，让人听得见生活，听得见美好，听得见心跳，深深地打动人。

常州台广播访谈《她是：李铁蛋、李大侠、李劳模、李代表》（二等奖），李承霞，一个纺织厂的缝纫工，生产上是先进，生活中富有正义感，2020年获得全国劳模称号，也是全国人大代表。20分钟的专访，不算长，却生动地展示了人物的风采，从外表活泼到内心强大，从昨天奋斗到今天成功，从本人叙述到工友倾吐，全面全景。20分钟的专访，也不算短，但听来活色生香，亦笑亦泪，令人流连。恰当的时机，集中展现“劳模”和“代表”的风采，言来语去，妙趣横生，“把有意义的新闻做得有意思”。

武进台电视短消息《92岁的“中国好人”储振民圆梦入党》（二等奖），92岁的退休教师储振民被坂上初级中学党支部吸收为中共预备党员，成为武进区年龄最大的“年轻党员”。储振民把帮助别人当作人生最大的幸福，2016年教师节前夕，他把毕生积蓄60万元捐给了母校坂上初级中学，成立“文明奖励基金”，用于资助贫困学生，至今全家三代人已经捐资助学100万元。在他的心里，成为一名共产党员是一份无上的光荣。耄耋之年，初心不变，信念不动摇，信仰永不褪色。

连云港台电视专题《“奔跑哥”侍东亮》，说的是一名普通护学警侍东亮，被12个毕业班的师生们邀请坐在“C位”拍毕业照，成了全国网红。侍东亮所做的事情并非惊天动地，却被如此多学生、家长和老师惦记，原因就在于他六年来把护学岗工作做到了极致，用一次次“护小鸡”式的标志性动作，呵护着孩子们的安全。新华社、人民日报微信号相继用头条进行了推文报道，称这个最美的姿势，撩倒了1亿人。侍东亮在平凡的岗位上，用他的行动和大爱诠释了人生C位。作品虽未获得高奖，侍东亮的名字和“护小鸡”的动作已深记在心。

淮安台电视专题《逆行英雄——记火神山医院建设志愿者刘立生》，说的是新冠疫情爆发后，武汉火神山医院以世界瞩目的“中国速度”建设成功，其中也凝结了一名淮安人的汗水，他就是淮阴区南陈集镇小桥村村民、常年在外打工的水电工刘立生。他主动写下“请战书”，驱车自驾7小时前往武汉，全程参与武汉火神山医院的建设。5天时间，只休息了不到20个小时。作品未得高奖，刘立生这名普通打工者的爱国情怀和奉献精神，却深深感染了每一个人。

南京台广播长消息《骑行千里 只为见你》（二等奖），说的是一场温暖的重逢。半年前，武汉爱骑行的新冠肺炎患者黄根本，向在此支援的南京医护许下承诺：“如果我好了，我要骑车到南京来看你！”半年后，74岁的他骑着单车从武汉到南京，6天骑行千里。医患重逢，相见一刻的欢呼情景，让人喜极而泣。骑行老汉康复后，用行动告诉大家：新冠病毒并不可怕！传递令人振奋的正能量。经线上、线下融媒报道矩阵传播，向全国人民展现了驰援之美、健康之美、感恩之美、守信之美，感人至深。

苏州台电视专题《绝处逢生》（二等奖），说的是新冠肺炎疫情中一群旅游从业者在危机中抱团取暖，“绝处逢生”的故事。导游周莉萍谋求转型，通过手机直播，9个多月，帮助30多个旅游目的地销售超过10万斤特色农产品；农家乐小老板周国栋通过做“社区团长”，不仅解决了身边一些农村老人的日常“菜篮子”，还教会他们用智能手机、网购；“同程”创始人吴志祥不仅成为了“网红”校长，做了上百场网络分享会，作为一名“旅游老兵”的他实质性帮助不少旅游人实现转型。危机中，几十个互联网创业项目奇迹般孵化成功，其中还产生了一家“独角兽”企业，而它们，都将成为新经济发展领域的星星之火。作品聚焦的是一群旅游人的突围，但又不仅仅局限于这几个人物。更是展现了每一个普通人面对疫情，面对困境时的乐观、坚韧与信心。

省总台电视访谈《金剪刀剪出摇钱树》（二等奖）、镇江台电视系列报道《追忆糜林》（二等奖），分别讲述了镇江市农业科学院果树研究专家糜林，33年心系农民、脚踩土地、一心为农的故事。“田间瓜果飘香，世上再无糜林”！睹物思人，糜林为果农剪枝的金

剪子声音永远响在人们的心头!

南京台电视节目访谈《赵淳生:把论文写在祖国的大地上》(一等奖),“嫦娥五号”返回器携带月球样品安全着陆,南京的赵淳生院士研制的超声电机助力探测器在月球表面精准挖土。年逾八旬的赵淳生虽两度患癌,却依然在科研和创业的道路上步履不停。上世纪90年代他放弃国外的优厚待遇毅然回国,成为我国超声电机领域的奠基者之一,将这项技术应用在嫦娥三号、嫦娥四号、嫦娥五号。作品用边走边聊的访谈形式,多场景拍摄赵院士的工作和生活状态,展现老一辈知识分子对科研孜孜以求的精神和大无畏的爱国情怀。

四、回应社会关切,壮大主流声音

新闻评论针对新闻事件、社会热点发表观点和言论。以鲜明的说理打动人,靠独到的见解吸引人。传播意见讲究政策性、针对性和准确性,以壮大主流声音,达到引领舆论的目的。

泰州台广播评论《疫情带火“直播带货”本土电商不能盲目跟风》(一等奖),写在“直播带货”网络盛行的风口期,通过对“直播带货”火爆的冷思考,以独辟蹊径的视角、鲜活的事例、真实可靠的数据、丰富的采访实录以及结合本地电商的行业分析、深入探讨,透过现象看长远,亮出了“本土电商高质量发展不能仅仅依赖直播带货,需要提升核心竞争力”这一论点并提出合理性建议,对面广量大的本地电商高质量发展具有借鉴意义。

省总台广播连续报道《“救命药”为何进得了医保却进不了医院?》(二等奖),针对多位乳腺癌患者的反映,给予回应。南京多家医院停供了乳腺癌靶向药物“帕捷特”,患者只能前往药店购买且不能进行医保报销。记者采访多家医院药房、全省多市医保部门,请权威专家深度剖析现象背后的原因并将情况反映至相关部门,省医保局对“症”下药,约谈相关医院,开展专项督查。结果消失的“救命药”回来了,“帕捷特”纳入了特药范围,患者在定点药店买药也可实现医保报销。作品从建设性角度出发,理性采访,深入观察、思考并提出解决方案,推动了惠民政策落到实处。

无锡台广播评论《智能时代,如何让老年人跨越“数字鸿沟”?》(二等奖),国庆假期,

有网友在无锡火车站出车通道发现一块无健康码通道的温馨提示牌,拍照后发到微博,简单的图文引发全网点赞。作品分析了这个温情举措引发社会高度关注背后的社会原因,并关注了移动互联网时代老年人所遭遇的普遍困境,有事实的陈述,有事件中各方的表态,有领域内专家的精彩分析和点评,指出帮助老年人跨越“数字鸿沟”,体现了政府的治理能力和社会的文明程度,并从政策制定和能力提升两个层面,探讨了解决问题的路径。

扬州台广播评论《见义勇为好少年,何以触动人心?》(一等奖),寒冷冬夜,15岁少年以年少身躯保护被醉汉侵害的陌生母女。作品打通网络舆论场和现实生活,通过追问好少年内心世界,深挖家庭、学校教育土壤,集纳分析好少年事件网络观点,层层递进探寻好少年触动人心的原因。又在舆论热潮之下,另辟蹊径,沟通网友观点、呼应社会现实,既肯定了好少年的正义之举,同时也追问了他“见义勇”的内心世界,回应舆论关切,进行观点引领。核心观点被当地教育部门引用,起到了很好的舆论引导和未成年人教育作用。

徐州台电视评论《别给“内循环”装上限高栏》(一等奖),长期以来,城乡道路上五花八门的限高栏成为司机们心头拨不开的阴影。记者与本地货运司机、物流企业等充分沟通,采访专家和相关人员近20人。最终选定徐州市范围内3处设置不合理的限高栏,逐一展开讨论。解决新问题需要新手段、新思路,社会治理的过程就是为发展驱赶“拦路虎”,而不是给“内循环”装上限高栏。采访过程本身推动了各处违规限高栏的拆除或整治,先后为市民解决了外地车进徐难、救护车进村难、企业主经营难等实际问题,呼吁明确各级道路的通行标准和管理规范,让司机、企业、老百姓心中有数,脚下有路。

常州台电视评论《以创新引领制造业转型升级》(一等奖),以常州企业屡获中国工业大奖、获奖总数列全国地级市第一为切入口,阐释创新在引领制造业转型升级中的重大意义。既有历史纵深感,也有现实针对性,既有理性思考、又有感性表达,激发了创新创业的热情。作品在第六届中国工业大奖颁奖之际及时推出,在传统舆论场和新兴舆论场同时引发强烈反响。

(作者为江苏省广电协会秘书长)

与时代同步共振中 深化互联网思维

——2020 年度江苏省好新闻（网络作品）评析

张晓锋 杨馨艺

为检验全省网络新闻传播成果，践行和落实“四力”“三贴近”精神，提升网上舆论引导水平，推动全省网络新闻传播事业不断发展。今年4月，2020年度江苏省网络好新闻评选工作如期开展。在参评的百余件作品中，涌现大量锐意创新、优秀出彩的网络新闻精品，拟推荐参评中国新闻奖网络新闻作品7件，其中国际传播（新闻专题）2件。以多种技术形式呈现，兼具选题的时新性和内容的时效性，体现网络作品独特的交互性和信息丰富的特色。从本次参评的作品中看，新闻专题报道、文字评论、消息等三类数量较多，集中在重大题材、创新技术及网络新闻的独特性展现出较为明显的特征。

一、立意支点：重大题材的同频共振

新闻选题立足于时新，聚焦于基层，共鸣于真情。优秀新闻作品更要纵览全局、审时度势，把握好舆论方向。参与年度评选的佳作，也必然不能缺少在这一年中聚焦的重要事件和重大主题的书写与阐释。在建党百年的伟大节点和抗击疫情的重要时刻，一些具有重大意义的历史回响和年度事件都在今年网络好新闻参评作品中有所体现。这些题材或是反映党的百年征程、体现抗击新冠疫情的叙述记录，以及回应中央脱贫攻坚战略精神的民生报告、江苏省高铁网络贯通的建设推进等。如参评的文字消息类中国江苏网的作品《助力抗疫：南通民企赴塞尔维亚生产4400万只口罩》、新闻专题类张家港市融媒体中心作品《战

“疫”一线党旗红》等，以小切口展示大方向，以平常人见不凡事，同时紧扣“百年”“抗疫”之重点，使其更具有真切的“地气”。

地方媒体如何从选题入手，既契合重大事件和战略又反映地区特色是值得思考的难题。在网络好新闻参评作品中，南京龙虎网的《“战疫情、抓改革、保目标、促发展”国资国企系列访谈》则是以直播形式采访国企高层，关注疫情防控下的国企探索改革深水区，看见国企在防疫和改革中的决心和担当。江苏广电总台的消息《江苏高速服务区冲上热搜！网友：看傻眼了…》是以镇江、常州、苏州等地的高速服务区为切入口，这些服务区不仅具有完备的基础设施，还体现地方特色文化元素，展示江苏省高速建设的成就。

在新闻题材的选择上，基层和民生一直是最能蕴藏真实生动的来源。始终坚持人民的路线，紧扣时代主题，要求网络新闻作品要走好互联网时代的群众路线，在这次的参评作品中可见多层次、多角度、多形式描绘“脱贫攻坚”“小康建设”的方向。例如，苏州市广播电视总台的《2020网路公益微行为——小康路上，爱心云屋》，持续纪录行进全面小康的冲刺道路，依托互联网赋能，以远程课堂、直播义卖等形式，构建由爱心互联互通的慈善空间“小屋”。跟随微行为推进的还有每月分享“云屋”动态的报道，如9月助力开学季的面向西藏、新疆等苏州对口地区的帮扶书籍、在5G网络下开展的远程授课，分享暖心正能量。这些报道聚集重大主题，选择多元切口，

使内容与形式和谐相生,具有较强的传播力、影响力和引导力。

二、技术杠杆:沉浸体验的多重书写

网络新闻依托互联网作为传播媒介,在改变传统纸质形态作为载体的同时,也扩充了信息的呈现形式。网络新闻的发展降低了受众获取新闻讯息的门槛和时空上的限制,同时面临着在众多且迅即的消息中保持独特性和真实性的考验。

2020年度参评的网络新闻,不乏结合多种新技术新形式叙述故事的精品,使技术发挥出相辅相成、画龙点睛的妙用。在新华报业网上刊播的新闻专题作品《老外战“疫”记》,以年初突如其来的新冠疫情为背景,使用独特的视角和国外受众的习惯、偏好,拍摄记录来自多个国家和地区的“老外”助力江苏抗疫的故事。记者运用图、文、音视频等全媒体技术,发挥短视频形象、快速的传播优势,视频内容丰富。后经由英国媒体人贺福在接受BBC专访时向海外介绍南京抗疫经验,因此在海外媒体的推广中提高了知名度和传播效果。

在本次的参评作品中依旧有美观和技术兼具的网页H5作品,回应社交互动性的受众需求。中国江苏网推送的页(界)面设计H5作品《一河千年韵古今——百米长卷看大运河融媒体专题》,是响应总书记在江苏扬州考察时“保护好大运河”的号召,国内首个融合呈现“大运河”与“艺术画卷”元素的网络新闻产品。由网页技术代码实现《中国大运河史诗图卷》的动态和交互展示,读者可以通过点击互动,了解运河地标和国家级非遗项目,在动态的季节和场景变换中体验历史变迁。数字技术的深度运用,构建起“文化”与“科技”、“新闻”与“艺术”的连接桥梁,兼具互动社交的功能,引起社交媒体刷屏式分享、留言活动,提升受众的沉浸感。

网络新闻作品借助先进技术拓展受众职能,不仅是受众接收后的反馈,还有在即时传播中建立实时互动的反馈场景。在H5的形式中融入文化与艺术的深层内涵,加深受众事实认同和情感共鸣。中国江苏网的新闻专题类作品《众·小康——“咱们都是小康发言人”大型融媒体行动专题》,

不仅回应了全面小康的选题,更是在新闻采编阶段征集用户生成内容模式(UGC),收集展示“老百姓的小康”。分作“众说”、“行摄”、“乐享”、“童绘”四个部分,以Vlog视频为引入、用户生成内容为互动形式,激发受众的参与热情和积极性,最终收集到3万份图、文、音视频内容,点击量超过3亿次。这种新型的内容和表现形式依托技术手段和受众参与,达到用户生产内容、参与社交互动沉浸式体验和传播效果,让人眼前一亮。

三、内容发力:重塑现场与深度讲述

网络传播不仅可以在时间上具有即时抵达的效果,更要求通过内容的选择上还原新闻报道的真实、时效与现场性。如,江苏广电总台的新闻访谈节目《黄金时间——政策落实:畅通“最后一公里”》,反映自2020年疫情爆发伊始到3月9日这一时期,江苏省新冠肺炎确诊病例连续20天零增长,所有地区均为低风险地区的抗疫成果。这档节目由省委布置,省总台牵头创办,以“云录制”“云传播”的方式,折叠传播距离,重塑新闻现场。邀请省发改委、省财政厅、省政务办等10个厅局及南京、苏州、无锡三个市的相关部门负责人,连线解读“苏政50条”的落实细节,用通俗形象的电视语言回应群众和企业诉求,指导全面复工复产,畅通政策落实的“最后一公里”。节目从电视播放到互联网直播形式呈现,是形成移动主战场的典型实践。

在互联网新闻的内容生产中,既要涉猎广度,更要钻研深度。和传统新闻相比,为了寻求更有效率的传递,网络新闻往往囿于事实的阐释,不敢踏足于深度内容的探索。本次参评的优秀作品为我们展示了互联网传播中深度报道和评论的打开方式。如荔枝网刊载的时评《弘扬“蒙古马精神”,奋力“闯出新天地”》,发掘出总书记在2020年全国两会期间,在参加内蒙古代表团审议时再次提到“蒙古马精神”的含义,并邀请央视著名评论员进行深度阐发。重点论述吃苦耐劳、勇往直前的精神实质,以及这一精神对夺取疫情防控和实现经济社会发展目标双胜利,对决战脱贫攻坚、决胜全面小康,对实现“两个

一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴中国梦等诸多重大主题的重要意义。系统而全面地回答了“蒙古马精神”从何而来，何谓“蒙古马精神”，如何用这一伟大精神和创新理论武装头脑、指导实践、推动工作等一系列关键问题。评论紧贴精神指示，立意高远，层层推进，不但深刻解读“蒙古马精神”，更推出了实践路径的“号角”，打通历史与现实、理论与实践，将“蒙古马精神”所蕴含的丰富内涵和宝贵价值，投射到实现“两个一百年”奋斗目标以及实现中华民族伟大复兴中国梦的宏大主题中辨析叙述，探索创新富有哲理性的政论表达，具有思辨性和深刻性；在疫情防控、脱贫攻坚迎来最吃劲时刻的关键节点，情理交融，把回顾与感悟和解读结合，让读者产生强烈共鸣，在全国范围内充分起到凝聚人心、鼓舞士气、催人奋进的良好效果，后续几十家主流新闻网站转载，把握了主流媒体舆论引导的主动权，产生了良好的传播效果和社会影响。

除了对于中央的精神指导保有意识和思考深入观察发掘，面对重大事件的变化也要以宏观的、独特的角度进行“眼力观察”和“脑力思考”。中国江苏网在抗疫战最艰难时刊发的评论《在抗疫“两难”抉择中提升治理能力》思考在疫情防控阻击战关键时期，如何在复产复工的过程中统筹做好疫情防控和经济社会发展，做出正确的选择。评论提出，抗疫中的“两难”抉择，就如同一张试纸，“试”出党员干部的责任担当，也“试”出了治理能力的优劣。认为解答“两难”，提升治理能力，必须明确“人民利益至上”，把人民主体地位落到实处，坚持依法防控，在法治轨道上统筹推进各项防控工作，保障疫情防控工作顺利开展。文章思想立意高远，行文逻辑缜密，经过层层分析最终提出中心论点。既回复社会对于抗击疫情的关切，也响应中央“在抗疫斗争中锤炼政治能力和治理能力”的精神，体现重大精神和议题在网络传播中的深度思考和谈论。

四、互联网表达：形式与思维的嬗变发展

要打开网络新闻生产的制胜窍门，题材

支点的着力、技术杠杆的支撑和内容力量的推动缺一不可。然而，在互联网传播语境中，仍需遵循受众导向的法则，适应具有网络特征的表述方式。跳脱出传统新闻报道的观念，在学习使用新技术的同时，认识到内容为核心，应当专注于内容的钻研细化，再辅以丰富的创意形式。如，现代快报网的专题类作品《“三明实践”主题系列报道》，探究福建三明地方性的实践成果和经验，以“绿都”的立体画册、《三明后生仔》MV、4D版茶香鸟鸣的山水长卷等作品，多角度、全方位、多形式的进行报道。不同于传统文字或图文形式的实践报告，《“三明实践”主题系列报道》以互联网的展现思路，图、音视频、网页设计等技术形式，将三明的实践组合拳成果以独特的方式呈现，不仅把抽象的图文报道生动化、具象化，更使得报道在翔实的内容基础上，以纷呈的创意提升读者的观感和兴趣，扩大报道的影响力。

在“网”言“网”，在网络时代的进行内容生产，“网言网语”的表达显得十分重要。同时，适应受众碎片化、画面偏好性的阅读习惯，新闻叙事传播碎片化的重构势在必行。打破系统顺序文字阅读，调整内容与图片的排版顺序，使用短视频进行信息交流等方式，是网络新闻采编者和传播者需要关注的重点。其中，南京龙虎网推出的《龙虎漫评》，以短、平、快漫画结合简洁明了的文字，以及短视频等表现形式，关注时事、阐述时评，一事一议、形式丰富、针对性强。创新碎片化的传播形式，提升网络传播效果。

纵观2020年度江苏省网络好新闻参赛作品无论媒体形式和内容如何变化，新闻报道都应恪守其时新、真实性本质，立意为本，内容为王，深度为优，再根据媒介本身的形式和特点来改变故事叙述的外在形态和方法。新闻与思想的重要性恒久不变，“网络好新闻”始终以“好新闻”为重点和关键，提升网络新闻作品的核心竞争力，而如何在互联网内容生产的大潮中脱颖而出，仍需在不断学习优秀作品的过程中找寻和总结。

（作者分别系南京师范大学新闻与传播学院执行院长、教授和研究生）

在多维创新中 实践媒体深度融合

——2020年度江苏省好新闻（媒体融合）评析

张晓锋 刘昊

2020年度江苏省好新闻（媒体融合）评选结果日前已经公示，共有53件融合新闻作品从133件参评作品中脱颖而出，其中拟推荐参评中国新闻奖9件，其中国际传播（融合创新）2件、县级融媒体中心作品1件、全媒体传播效果突出作品2件。2020年，是中国新闻奖设立媒体融合奖的第三年，随着各方对内容融合的认识愈发深入，评选出的融合优秀作品在服务国家大局、树立行业标杆、推动创新发展等方面发挥的引领和导向作用愈发突出。纵观2020年度江苏媒体融合优秀作品，大致有以下几个特点：

一、主题重大、立意深远

新闻是时代的纪录者，与时代同脉搏是优秀新闻作品的共有特质，这一点在优秀融合新闻作品中也不例外。纵观此次江苏媒体参评的融合优秀作品，其主题都凸显重大二字，其立意都彰显深远二字。战疫抗疫、脱贫攻坚、抗美援朝、中国高铁，这些2020年度党和国家所经历的重大事件，都一一被这些优秀融合作品所记录。如荣获2020年度江苏省好新闻（媒体融合）一等奖的《跨越80多年的守望相助！南京捐赠抗“疫”物资驰援拉贝后人》便准确抓住抗击疫情这一重大主题，结合国内国际联合抗疫这一背景，在我国疫情防控好转之际，通过动情的叙述，将历史和现实相交融，既对抗疫进行了有力宣传，又唤起了民众记忆，以硬新闻软叙述的形式塑造了良好的中国的大国形象。同样荣获2020年度江苏省好新闻（媒体融合）一等奖的《H5 | 新江苏“牵线”，抗美援朝老英雄

离别68年后——云端“重逢”》便紧紧抓住了2020年“纪念中国人民志愿军抗美援朝出国作战70周年”这一重大节点，通过宏观历史与微观故事的立意结合，讲述了抗美援朝老兵一等功臣杨从芳和胡恒隆历经出生入死、战场离散、相互寻找、68年后再次相逢的感人故事。这一报道也是新闻报道深刻记录时代脉搏的生动体现，极富典型意义和教育意义。再如荣获2020年度江苏省好新闻（媒体融合）一等奖的《驻村第一书记当瓜农，村民：他在这儿干三五年我们村就好了！》则聚焦于我国进行脱贫攻坚、实现全面建成小康社会的重大主题，以驻村书记当瓜农种西瓜帮助村民脱贫这一小切口，切入我国脱贫攻坚这一大主题，构思巧妙，立意深远，生动展现了新闻人的敏感性和时代性，也是扎根人民、融入人民，走好互联网时代的群众路线的典型例证。而荣获2020年度江苏省好新闻（媒体融合）二等奖的《坐着高铁看中国·八天八线八大高铁直播间》则用八天八线的大型融媒体直播让全国人民见证了中国的速度和中国力量。

二、技术借力，多维呈现

媒体技术的创新应用丰富了新闻作品的表现方法和呈现方式，此次江苏媒体参评的融合优秀作品积极借力包括AI、VR、AR、5G在内的前沿技术，以短视频、直播、H5、网页等形式对本年度国内国际的重大主题进行多维呈现，实现了现场感和实时感的统一。如荣获2020年度江苏省好新闻（媒体融合）一等奖的《战疫·苏史记》便是江苏第一部“开放式”的战疫全媒体产品。这件作品沿袭《史记》、《汉书》的



中国史学经典体制，融合采用了包括图片、声音、视频、动画等多媒体形式，最终以新颖的 H5 的形式呈现出传统的史学记载的纪、表、传、志四大板块，可视性和可读性极强。此外，这件作品还是一部开放的实时更新的作品，它将同全体民众一起开放更新江苏抗疫的历史，使之成为全体江苏民众的集体记忆。同样荣获 2020 年度江苏省好新闻（媒体融合）一等奖的《听·见小康 | H5》则在真正意义上体现了“融合”二字。这件作品是新华报业集团充分发挥自身资源，通过报网端微联动制成。记者采集原始素材，报网端微依据自身平台特点结合相应技术进行二次创制，真正做到了既合且融。再如荣获 2020 年度江苏省好新闻（媒体融合）二等奖的《地下 23 米的守护》，这一作品采用 VR 技术，以第一视角记录国网江苏公司电缆专家，中共党员陈德风深入地下 23 米，钻桥攀塔，深入隧道，全力保障南京市的供电安全。这种借助 VR 技术手段所进行的报道创新，打破了传统报道的形式桎梏，实现了新闻报道的可看、耐看。而荣获 2020 年度江苏省好新闻（媒体融合）一等奖的《在中国，看 Frank 打开长三角“盲盒”》同样也是此次技术借力、多维呈现的代表作。这件作品以“盲盒”为创意和主视觉，契合当下年轻人的兴趣点所在；同时，故事主人公设计成六个卡通形象，对应制作实体玩偶，设计开发中英文版本的新闻游戏吸引国内外受众参与；并制作中英文报道、新闻视频、新闻游戏等多介质深度融合的新闻 H5。创新的形式，技术的借力，思维的转变，共同塑造了这件破圈的效果显著的国际传播作品。

三、内容为王，质量至上

全媒体时代，技术的重要性得到了充分的体现，各种前沿技术在融合新闻作品中大显神通。但正如习近平总书记所言，“媒介融合要坚持先进技术为支撑，内容建设为根本”，新闻的内容和质量始终是评判一件新闻作品的根本标准。此次 2020 年度江苏媒体融合参赛作品在技术的支撑下，坚持内容为王，质量至上，打造出了一批兼具形式和内容，可读性和可视性并重的精品融合新闻作品。如荣获 2020 年度江苏

省好新闻（媒体融合）一等奖的《H5 | 一个摄影记者的武汉战疫光影志》便以在武汉进行采访工作长达 71 天的记者顾炜所发的朋友圈图片制成 H5，以最真实的抗疫第一线的镜头记录了武汉战疫的全部进程。该作品以记者顾炜 2020.1.29 随队采访来到武汉在朋友圈记录自己的战疫的心路历程开始，一直记录到 2020.4.8 武汉解封。一张张照片，一段段文字，都是一线记者最真实的感受。正如 H5 里所说，镜头无言，历史有声，个体的朋友圈因为这一张张的光与影，有了足以能留下时代印痕的分量，也成为了以内容的厚度而感人心的优秀作品。而荣获 2020 年度江苏省好新闻（媒体融合）二等奖的《6 小时跟拍，实录武汉重症病房的“我和你”》便是记者深入“红区”，穿着闷热的防护服，从下午一点到傍晚 7 点，用整整 6 个小时的跟拍对武汉新冠肺炎重症病房进行的风险实录。这一短视频以独特的视角和真实的镜头记录了重症病房里江苏医护人员的辛苦付出，疫情下医患关系的深度交融。这一作品没有复杂的形式，用最简单的镜头、最朴实的内容、最真挚的情感传递了抗疫期间的人间大爱。再如荣获 2020 年度江苏省好新闻（媒体融合）二等奖的《背着诗经去流浪》便抓住无锡国学专修学校建校 100 周年这一重大时间节点，通过实地探访拍摄，回顾了无锡国专 100 年来筚路蓝缕，培养人才的办学历程，总结了其立德树人的办学思想。这一短视频引用的资料十分丰富，内容真实可信，同时它在回顾历史的过程中又以史为鉴，对于当下扎根中国当地，发展具有中国特色、世界水平的现代教育具有重要的启示价值，深刻展现了它的当代意义，是不可多得的精品内容。

四、话语转变，软化叙述

习近平总书记曾强调，新闻工作者要“做党的政策主张的传播者，时代风云的纪录者，社会进步的推动者，公平正义的守望者”，因此新闻报道必须牢牢把握时代脉搏，紧抓重大主题。但在当下全媒体环境下，主流媒体如何转变话语，实现重大主题的年轻化表达和软话语叙述以吸引越来越多的年轻化互联网受众已经成为学界和业界广

泛讨论的话题，而此次参评的江苏媒体融合优秀作品就为这一问题做了良好的示例。如荣获2020年度江苏省好新闻（媒体融合）一等奖的《村口连吃“闭门羹”，他却挺满意...江苏省委书记不打招呼检查疫情防控工作》短视频作品便是时政新闻软化叙述的正能量爆款。该作品拍摄于2020年大年初六下午，正值疫情防控最紧张、最关键的时刻，记者现场跟拍江苏省委书记娄勤俭不打招呼，采取“暗访”形式，直奔基层一线检查调研疫情防控工作，却被几位戴着口罩、套着红袖章的老同志拦住“外村的人不让进”，吃了“闭门羹”的情况。短短9秒的融合产品，却将江苏省委书记娄勤俭的务实作风和村口大爷的硬核行为展现的淋漓尽致。该短视频一经发布，就登上了微博热搜榜前三，被人民日报等央媒大量转载，视频全网总浏览量超亿次，话题阅读量2.5亿，是真正意义的主流媒体时政新闻融合创新表达的正能量爆款。

五、国际传播，争取主动

值得一提的是，在此次参评的优秀融合作品中，还有部分国际传播作品值得我们关注。这些优秀作品借鉴国际主流的叙事策略和技巧，契合海外受众的接受方式，引发国际受众强烈反响。同时对涉及我国在国际上的形象和国家核心利益的问题上及时表明立场，以在国际舆论场上争取主动，彰显了新闻媒体的使命担当。如荣获2020年度江苏省好新闻（媒体融合）二等奖的《“全球网友举报美军生物实验室”融媒体系列报道》便是一个典型的例子。该作品以以中国政府的立场为根基，以维护我国家安全和核心利益为目的，发起了揭露美军生物实验室恐怖真相的系列报道。为了让全球更多网友看到，该系列视频制作成包括中文、中英双语、英语、日语、阿拉伯语、德语、俄语、法语、越南语、西班牙语、泰语、斯瓦西里语、普什图语、老挝语、柬埔寨语、菲律宾语等16种语言版本，同时为根据不同国家的网络 and 平台发展现状，除了推出适合移动端播放的1分31秒的短视频之外，还分别制作了4分28秒、6分40秒的长视频，以适合在不同国家的电脑等终端播放。除此之外，该报道还积极运用AI等前沿技术自动适配，

并秉承互联网的开放精神，鼓励全球网友进行举报。半年多以来，经统计，该系列报道全网总阅读量近10亿次，有效地影响了国际舆论，在国际舆论场上争取了主动，成为近年来国际传播领域难得一见的现象级传播。同样荣获2020年度江苏省好新闻（媒体融合）二等奖的《迈克尔的和平“云”课》则是他者视角下的中国故事创新叙事策略的生动体现。该作品在第七个南京大屠杀死难者国家公祭日前夕，对南京金陵中学河西分校的外籍化学老师迈克尔博士特邀南京大屠杀幸存者李秀英之女陆玲，并通过视频连线等方式联系美国友人约翰·马吉的孙子克里斯·马吉、亲历南京大屠杀的日本军人武藤秋一之子田中信幸等，共同为他的南京学生们上的一堂穿越时空、跨越国界的和平“云”课进行了生动的记录。该作品以外国人的他者视角对南京大屠杀进行回顾，用自己的故事和经历对和平进行诠释，在海外取得了较大的阅读量，在国际舆论场上宣传了中国热爱和平，保卫和平的良好国际形象，是国际传播融合创新的精品。

此次参评的江苏媒体融合优秀作品数量多、质量高、导向准，是2020年度江苏主流媒体认真贯彻落实习近平总书记关于新闻舆论工作重要思想和积极提升“四力”的生动体现，是新时代新闻工作者扎根人民、融入人民的精品佳作，是全媒体时代进行融合创新的有力探索范本。与此同时，我们也不得不重视此次参评作品中所暴露出来的诸如主题性、成就性、仪式性的展示居多，一些作品的新闻性、现场感不足；过于倚重单一技术，融合思维、内容深度和作品的整体性仍然不充分；新闻作品数量多，但全网正能量的影响力仍有待提升。不完，瑕不掩瑜，只要江苏新闻工作者胸怀“两个大局”，心怀“国之大者”，在蕴含着前所未有的历史机遇也充满风险挑战的历史进程中，坚定信念，积极探索，努力创新，与时代同脉搏，与民族共呼吸，未来一定会创造出更多更好的融合精品新闻，我们期待着江苏新闻界在媒体融合的道路上创造更美好的明天。

（作者分别系南京师范大学新闻与传播学院执行院长、教授和研究生）



提升县级融媒体中心 内容生产能力和水平

江苏省记协组织召开县级融媒体中心专题座谈会

本刊讯 为进一步提升省内县级融媒体中心内容生产能力和水平，更好地发挥县级融媒体中心引导群众、服务群众的作用，江苏省记协于3月3日下午在靖江召开专题座谈会。

抓好县级融媒体中心建设，是提升基层媒体传播力、引导力、影响力、公信力的必然要求，也是更好服务群众、满足群众美好生活需要的有效途径。近两年来，江苏县级融媒体中心建设稳步推进，全省64家县级融媒体中心（以下简称县融媒体中心）已接受省级验收，其中32家已拿到互联网新闻信息服务许可证、信息网络传播视听节目许可证。目前，这64家县融媒体中心全部正式挂牌运行且诞生了一批在本地43具有较强传播力影响力的移动客户端，如

最江阴、今日张家港、第一昆山、如E融媒、自在溧阳、邳州银杏甲天下等。

座谈会上，来自靖江、吴江、江阴、昆山等地的15家县级融媒体中心负责人各抒己见、畅所欲言，就如何提升业务水平、拓宽传播渠道、创新宣传方式，进一步打造具有传播力、引导力、影响力、公信力的融媒体平台提出了建设性的意见和建议，表示将不断加强自身建设，为打开融媒新格局加速助力，同时各县融媒体中心也就各自在发展过程中遇到的痛点与难点进行了相互交流与探索。

南京师范大学新闻与传播学院执行院长张晓锋应邀出席本次座谈会。在听取了各与会代表的交流发言后，张晓锋表示，江苏省内各县融媒体中心发展导向非常正确、发展路径



形式多样灵活、在遇到瓶颈与困惑时思考有深度，虽然目前不同程度地面临着诸如末端竞争的压力、原创内容的活力、人才原创的专业能力以及制约发展的经营潜力等问题，仍应坚守初心，不断探索县级媒体融合新发展，激发人才活力，创新经营模式，实现事业与产业两翼齐飞。县级融媒的发展方向，就是要成为主流舆论阵地、综合服务平台、社区信息枢纽，能更好地引导群众、服务群众，在推动本土社会治理方面发挥积极作用，因此，在发展过程中，可以通过分类、精准服务，强化用户思维，提高终端用户黏度。张晓锋建议各县融中心应具备“一盘棋”的发展思维，加强跨媒介、跨行业、跨区域合作，主动分享发展经验，探讨突出问题，共同实现更优质的发展。

江苏省记协主席周跃敏在讲话中强调，优质内容是县融中心的立身之本，各

县融中心必须始终保持内容定力，专注内容品质，牢牢把握正确政治方向、舆论导向、价值取向。参与座谈的各县融中心在融合内容生产、移动矩阵建设、技术系统使用、人才培养等方面的探索都卓有成效，且都形成了各自不同的经验与特色。其中，有很多关于内容生产以及自身发展的做法值得借鉴、值得推广、值得扩散。省记协将在会后做好优秀经验的推广与扩散工作，以推动全省县级融媒中心不断提升内容生产能力，创作出更多更具传播力和影响力的、当地老百姓喜闻乐见的内容产品，用高质量内容增加用户黏性、获得市场吸引力，实现县融中心“引导群众、服务群众”的根本目的。

本刊本期特刊登座谈会上 15 家县融中心负责人的发言。

(文/刘海云 摄影/朱其)



县级融媒体中心建设的现实痛点、价值定位与思维强化

张晓锋

自2018年8月21日习近平总书记在^①全国宣传思想工作会议上提出要“扎实抓好县级融媒体中心建设，更好引导群众，服务群众”至今，全国的县级融媒体中心建设已经如火如荼地开展了两年多的时间。而随着各地在2020年底纷纷完成建设验收工作，县级融媒体中心建设这项覆盖全国的系统工程已经“基本实现在全国的全覆盖”的建设目标，江苏地区的64家县级融媒体中心也已经完成验收。

回顾过往两年多的建设历程，县融推进不可谓不迅速，县融作用不可谓不突出，县融成果不可谓不丰硕。但时至2021年，面对着已经建设、挂牌甚至验收完成的县级融媒体中心，无论是业界还是学界都还存在很多不甚明晰的地方。从目前县融的运营情况看，仍然不能满足广大人民群众对于信息和服务的多样需求，还没有全面实现中央赋予县融的使命。2020年11月发布的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》明确提出，“推进媒体深度融合，实施全媒体传播工程，做强新型主流媒体，建强用好县级融媒体中心”。如何“建强用好县级融媒体中心”，关键在于进一步审清现实问题、廓清价值定位、理清发展思路。

一、县级融媒体中心的现实痛点

从验收的角度来看，绝大多数挂牌的县融都初步完成了任务，特别是不少县融的做法可以概括为导向正、举措多、思考深，在服务地方经济和社会发展中发挥了积极作用。但是，我们发现，当下县融还存在以下四个方面的痛点，严重限制了县

融的进一步生存与发展。

（一）末端地位造成竞争压力

从我国广播电视史的角度来看，1983年第十一次全国广播电视工作会议确立了“四级办台”的方针，推动了全国县级广播电视机构的迅速发展，而1994年，我国为了解决在县级台实践中遇到的结构失衡、力量分散、重复建设、效益不高、资源浪费等问题，更好满足媒体与社会经济发展相结合的需要，开始停止审批县级台，随后还对县级媒体进行了数量上的裁撤和财政上的缩减。2003年，全国报刊治理整顿，全国400多家县市报仅保留了51家，且大部分成为上级报业集团的基层单位。一个客观现实是我国的县级媒体长期处于我国新闻传媒矩阵的最底层，竞争力一直不强。2018年，在新的时代背景下，我国将县级媒体置为媒体融合发展战略的新重点，在全国范围内启动县级融媒体中心建设，对县级媒体在财政上给予充分的政策支持，不少县融获得了政策红利，在行政力量支持下获得了转型发展的机遇。从目前县融验收的情况来看，还客观上存在着重大屏轻小屏、重展示轻实用的情况，即不少县融机构为了完成能收任务建立了融媒体指控中心的“大屏”，而对于真正连接受众、连接百姓的“小屏”即缺乏足够的开发和应用，导致一部分县融虽然通过了验收，但实际使用效果仍然大大受限。从历史向度来看，长期处于末端地位致使县级媒体人才流失、资金欠裕、观念固化，历史问题修复尚需时日，未来提升则更需改革。

（二）内容生产缺乏生机活力

在传播信息海量化、传播渠道多元化、

传播受众个性化的当下,县级融媒体中心的内容生产应当因时而变,紧扣让人民“看得到、看得懂、喜欢看”三个重点,但是囿于老旧固化的传统思维,诸多县级融媒体中心缺乏生机活力,存在着三个方面的误区:一是“重大轻小”,因形式主义做表面功夫,着力打造中心内部的展示大屏装点门面,而对网民手中能够产生巨大流量的小屏缺乏足够的关注力度,让人民看不到;二是“重上轻下”,大部分县融是在原有县级报纸或广电基础上组建成立的,原有的行业惯性难破中心化思维,内容来源多是政府的权威文件和官方通知,缺少有直接到老百姓身边采集的接地气的民生新闻,让人民看不懂;三是“重旧轻新”,因缺乏新媒体运营经验不佳导致多终端化的流通过程中只有同质化的图文和长视频,而直接搬运的省市级媒体内容更是让人提不起兴趣,短视频、直播、H5等形式的创新缺乏,让人民不喜欢看。虽然,县融在政策支持、行政要求之下已经在内容创新方面,特别是正能量传播方面进行了有益的探索,但是对于真正实现“全息、全效”传播仍有距离。

(三) 人才缺口限制专业能力

人才队伍及其专业能力是县级融媒体中心建设的重要基础,然而许多县级融媒体中心的建设队伍正面临“新老交困”的窘境:从报社或电视台转岗而来的传统媒体人难以适应新媒体形势下县级融媒体中心的建设需求,而拥有先进的媒体运营能力和媒体经营理念的年轻一代却很难被吸引进入县城工作。人才的巨大缺口始终限制着专业能力的发挥,以致许多县级融媒体中心改革不力不作为,即既做不到对县融顶层设计的深刻理解,也做不到对县融实际建设的全面规划,结果是尽管硬件在财政支持下完成了指标,但实际的效用发挥却一言难尽;还有方法不当不敢为,即陷于迷茫而困于原地,难以找到县融建设的可持续发展路径,无法切实推进建设进程;最后是思维不新不能为,即思维上因循老一套,在人事安排、技术引进、流程变革等多方面缺乏魄力与能力。管理层不知道如何推进,思维守旧,技术不力,缺乏互联网思维的不断升级改造。如何在现

条件下,精简建设队伍中的冗员、扩展人才引进渠道、提升人才福利待遇,进而在“牌子融合”之后实现县级融媒体中心人的融合,仍然存在着难以克服的制度性壁垒。

(四) 经营模式限制发展潜力

总览全国各地的实践情况,县级融媒体中心的经营模式始终为空间与时间两种向心力所牵制:空间向度上,县域市场本身较小,较小的经济体量与经济活跃程度致使市场和资本的驱动力不够明显,不开展或少开展经营性服务已基本成为县级媒体的行动场域,不少县融的本地的粘性不足。时间向度上,我国的县级媒体长期以来一直存在着资金来源单一、品牌产品缺乏、增值服务不足的问题,大比例仰赖财政拨款已基本成为县级媒体的历史习惯。全国有不少县级融媒体中心通过各种机制创新以凝聚传统公信打造媒体品牌、聚合区域资源辐射多重行业,希望破除两种牵制进而释放发展潜力。比如江阴县级融媒体中心,其“最江阴”微信公众号既有新闻服务,更有直播商城,带货商品包括本地特产与国内外知名品牌产品;而其抖音号目前拥有360万的粉丝,而该县的户籍人口是126万,常住人口是160万,这说明其至少扩展了200万非本地粉丝。但目前如江阴一样的县级融媒体仍是凤毛麟角,不少县融官号的抖音粉丝仅仅一两万左右。当然,抖音号并不是县融的全部,但在一个方面说明如何拓展用户、如何切实通过运维提升服务的广度、深度,是当前大多数县融面临的现实问题。

二、县级融媒体中心的价值定位

县级融媒体中心建设并未改变县级媒体在我国媒介体制中的基层区位,这种与行政区域规划相绑定的基层区位也难以被改变。但是,基层区位也正对应着县级媒体与人民生产生活的接近性,其在了解并反映社情民意上具有得天独厚的优势。在此认识基础上,县级融媒体中心还应当具有以下三重价值定位的规定性,即意识形态阵地,智慧服务平台,基层治理枢纽。

(一) 意识形态阵地

习近平总书记曾多次强调,意识形态

是党的一项极端重要的工作，“要抓紧做好顶层设计，打造新型传播平台，建成新型主流媒体，扩大主流价值影响力版图，让党的声音传得更开、传得更广、传得更深入。”而“无论承认与否，‘意识形态’属性始终是新闻媒体的第一属性，马克思主义新闻观与西方资产阶级新闻观的一个重要区别就在于，敢不敢正视媒体的这一意识形态属性。”因此，作为主流舆论阵地的县融，其核心定位应当是意识形态阵地。

县级融媒体中心作为意识形态阵地，既是一种可为，也要有所作为。前者指的是县级融媒体中心在意识形态建设上具有高度的可能性。作为打通媒体融合、连接群众、基层服务的“最后一公里”，县级融媒体中心建设不仅符合全媒体时代的发展要求，有利于满足了广大人民群众的信息需求，更能够深化主流价值的传播影响力，切实担负起引导主流舆论、传播社会价值的功能。因此，在培育强大凝聚力和引领力方面，县级融媒体中心义不容辞。而后者指的是县级融媒体中心在意识形态建设上具有强烈的必要性。我国县城户籍人口已达9亿，占全国总人口的65%，而县域经济体量将近40万亿，占全国经济体量的比重已超40%。数据清晰地说明我国近3000个县级行政单位已经是重要的社会主体力量，在这一层面巩固意识形态阵地，县级融媒体中心的地位不言而喻。

“实现‘两个一百年’奋斗目标，需要全社会方方面面同心干，需要全国各族人民心往一处想、劲往一处使。”因此，作为具有强大凝聚力和引导力的社会主义意识形态阵地，各级县融责无旁贷。

（二）智慧服务平台

信息服务平台是县级融媒体中心的重要定位，在当前的技术背景下，这一信息服务平台应当立足于智能化、智慧化的方向。《县级融媒体中心建设规范》对县级融媒体中心这一术语的定义是“整合县级广播电视、报刊、新媒体等资源，开展媒体服务、党建服务、政务服务、公共服务、增值服务等业务的融合媒体平台。”意在指明县级融媒体中心“应按照‘媒体+’的理念，从单纯的新闻宣传向公共服务领域拓展”。需要说明的是，这五类服务并

非彼此独立，而是相互联系为整体共同对县级融媒体中心四项功能提供支持：一是解闷功能，即为用户提供正能量、高质量、大数量的娱乐内容；二是解惑功能，即以即时高效的新闻发布、政务公开、知识传播对用户关心的各类问题作出回答；三是解气功能，即在把握政治分寸的基础上通过开放建言资政、党内沟通、服务评价等端口以完善舆论监督机制；四是解忧功能，即整合服务以方便群众办事和完善流程以为群众办实事。

习近平总书记在2019年1月中央政治局第十二次集体学习时强调指出，“从全球范围看，媒体智能化进入快速发展阶段。我们要增强紧迫感和使命感，推动关键核心技术自主创新不断实现突破，探索将人工智能运用在新闻采集、生产、分发、接收、反馈中，用主流价值导向驾驭‘算法’，全面提高舆论引导能力。”智能化已经是大势所趋，要想做好服务，县级融媒体中心就必须利用大数据、人工智能、云计算等新兴科学技术，强化平台支撑，实现民众需求、服务供给、管理机制的和谐融通，深化县级融媒体中心作为县域服务平台的智慧定位。

（三）基层治理枢纽

作为我国全媒体传播工程的最基层单元，县融义不容辞地担负起基层社会治理的职责。习近平总书记指出，“媒体融合发展不仅仅是新闻单位的事，要把我们掌握的社会思想文化公共资源、社会治理大数据、政策制定权的制度优势转化为巩固壮大主流思想舆论的综合优势。”根据法制网舆情检测中心的数据，“2020年区县一级舆情数量占比达56.1%，增长近14%，这一数值在2018年为30.4%，2017年为25.8%”，舆情加速向县域下沉的事实说明，在地市级舆情治理稳定推进的治理格局和媒介化社会日益扁平的传播格局之下，县域已成为中国社会治理的重点和难点。而十九届五中全会已经明确，2035年要实现国家治理体系和治理能力现代化，县域治理不能成为国家治理的薄弱环节。

在现实困境与远景规划的共同要求下，县级融媒体中心建设必须将治理作为

核心理念，在顶层设计和基层创新上进行改革和探索，以数据资源为基础、以计算能力为依托、以现实需求为导向、以部门联动为举措，完善统计、预测、决策、干预的治理链条，以基层区位和媒体特色应对旧的治理困局与新的治理挑战，助力基层政府提高治理效能，最终以基层治理枢纽的身份入国家治理大局。跳出媒体看融合，把县级融媒体中心 and 省级融合技术平台打造成新时代治国理政的新平台，即通过构建起“互联网+媒体+智慧政务+政府数据公开+智慧城市运营”的智能媒体新平台，在利用自身的制度优势获取尽可能多的优质资源，致力于成为当地治理能力体系和治理能力现代化的核心抓手。

三、县级融媒体中心的思维强化

县级融媒体中心建设是一项系统性工程，既要全国一盘棋，从顶层把建设目标、建设理念、建设思路统一起来，也要正视地方差异，在制度设计和实践中考虑基层实际。如此上下贯通，才能解决当前全国县级融媒体中心建设的进度差距和质量差距的问题，从而提升建设的平衡性。而在此基础上，各县级融媒体中心还应当共同把持三个发展方向，即增强人本思维、优化平台思维和提升协同思维。

（一）增强人本思维

坚持以人为本，把人民的利益放在首位，这是社会主义的本质要求。而在县级融媒体中心建设中增强人本思维的关键是服务与治理并举，即既满足人作为用户的服务需求，又实现人作为公民的社会期望。其实现路径应包括以下三步：一是以数字智慧提高服务精度，通过大数据弥合功能需求与信息供给之间的鸿沟，解决二者之间精准对接的问题；二是以交互设计升格体验层级，通过对底层目标、功能逻辑、视觉风格的多要素封装，将连接县融服务的路径人性化地呈现于终端界面；三是以暖心机制强化情感联系，通过县级融媒体中心线上联通线下的真心服务为群众排忧解难，进而获得群众对县域治理的认可、理解与支持。

（二）优化平台思维

“县级融媒体建设不应该是办广播电

视台，而是应该办好互联网，通过互联网连接人连接服务，进而构建基于移动互联网的融媒体平台。”而在县级融媒体中心建设中优化平台思维的核心是导向与市场兼顾，即既牢牢把握社会主义正能量的总要求，又充分发挥市场机制的驱动优势。当前，全国的县级融媒体中心均应在以下三点作出努力：一是加强原创内容的提质和增产，以此建构媒体的核心竞争力，并形成吸引其他非媒体服务并支撑其发展的效能场；二是实现产业链条的开发和延伸，以此突破传统媒体运营的业务范畴，真正将视角在多元社会服务中拓宽拓深；三是做好终端客户的集聚与互动，以此联通隐匿于小屏之后的真实用户，并通过互动强化思想认同力与行动凝聚力。

（三）提升协同思维

县级融媒体中心建设的协调性强调的是统筹发展，而提升协同思维的重点是传统与创新结合，即既要立足于现状以实干精神认识发挥已有的“旧”动能，也要着眼于长远以仰望星空的智慧开发利用“新”动能。其中心要点则在以下三个方面：一是坚持跨媒介合体，以网络融通媒介壁垒，将广播、电视、报纸的生产力与公信力等核心优势汇入智能手机、智能音箱等新终端；二是倡导跨行业合作，立足于多元服务供给，在与政府机关和事业单位共建平台和端口之外，还将农业、工业、商业、服务业等县域行业力量引入县融共建体系；三是产生跨区域合力，既在纵向上获取省级平台的技术支持，以有力且统一的技术标准建设一体化的县融形态，又在横向上立足县内群众兼顾县内外市场，构建包括周边区县在内的县融联盟，以此在区域内实现资源共享、活动共办、服务共用的联动机制。

显而易见，全国的县级融媒体中心建设已经取得了有目共睹的成绩，各地县融的引导能力、服务意识显著提升，职业面貌和专业意识大为改观，相信通过不断的探索，在媒体深度融合的大背景下，广大县融还将在转型发展的道路上取得新的突破，也将在可持续发展的征程上获得新的收获。

（作者为南京师范大学新闻与传播学院执行院长）



谋融合之势 抢战略先机

——江阴市努力打造全国一流有地域特色的生态级融媒体中心

刘志刚

近两年，江阴媒体融合发展取得重要进展，新闻舆论阵地不断拓展，优质融媒产品不断涌现，主流媒体传播力影响力不断提升。媒体融合发展从零起步、从无到有，从最初的转观念、做产品、建平台，到由表及里、由点到面逐步铺开，逐步进入了全面发力、构建体系的新阶段。对于提升县融中心内容生产能力和水平，我们有几点实践体会。

一是思想破冰制度破壁，用深化改革为内容生产提供基础保障。

顶层设计是县级媒体融合改革这项系统性工程的首要环节，我们努力夯实组织架构基础，在体制机制上寻求突破，同时技术先行硬核支撑，重置融媒生产流程，努力为内容生产提供坚实的基础保障。

2019年4月，《江阴市融媒体中心（传媒集团）组建工作实施意见》出台，江阴传媒集团与市融媒体中心实行“两块牌子、一套班子”管理。2019年10月，中心（集团）部门架构和职能设置即全面完成，党委会、董事会内设编委会、经委会、运委会、技委会，下设23个部门，完成了新闻、经营、人力资源管理改革。

我们在2019年9月启动建设“中央厨房”全媒体生产指挥中心，一期投入3000万元，围绕内容、技术、平台、经营、管理“五个融合”，将大数据、云计算、人工智能融入策、采、编、发全流程，使各类优质资源“握指成拳”。与“荔枝云”紧密合作，打造“一朵云，五个功能区”，

业内领先的新产品、新技术，为内容生产提供稳定、高效、先进的技术支撑。

具体到内容生产层面，我们拟定了《江阴市融媒体中心编委会会议制度》，依托全媒体生产指挥中心，通过每日编前会、每周大编前会以及月度大编前会，统筹指挥内容生产，密切内部沟通，协调协同作战，实现一次采集多种生成多元传播。

二是移动优先融合传播，用创新创造为内容生产提供发展动能。

我们坚定不移地实施移动优先策略，坚持不懈地进行移动首发探索，在移动传播上闯出一条新路。

以战疫宣传为例，面对突如其来的新冠疫情，我们快速反应、火力全开，24小时联动有序展开“四级传播”。第一层级：所有新闻事件发生的第一时刻在最江阴APP上首发，率先抢占信息第一落点；第二层级：10个10万+微信公众号围绕新闻事件主题进行矩阵发声，同向发力、同频共振；第三层级：电视、广播在固定时间段给观众带去鲜活、全面的资讯报道；第四层级：报纸进行深度报道，第二天准时送到读者手中。通过强有力的多平台梯度传播，实现发行量、收听率、收视率逆势上扬。微信公众号近100条原创推文阅读量超过10万+；设计制作了百余张立意高远、创意新颖的朋友圈海报；策划推出近百个短视频、纪录片、广播剧、方言大喇叭、MV，引起全网刷屏转发；邀请专家、医生进行多场全媒体直播，倡导“口

罩文明”，在线观看人数达200万人次。战疫期间，江阴90%市民通过以上平台获取本地权威信息。

2020年，江阴市融媒体中心旗下各平台还进行了全面改版，加强创意策划与创新力度，努力架构丰富多彩的内容产品线。《江阴日报》按照“主流、精彩、全媒体”的总体定位，既保留纸媒特色，设置了“记者调查”“连线基层”等深度报道、主题报道版面，以及“摄影故事”“副刊”“江阴书画”等适合静态呈现的图片新闻、文艺类版面；又注重品牌塑造，推出了涵盖市民生活方方面面的服务周刊和专题版面；更体现融合优势，通过联动、嫁接、导览等方式，整合中心（集团）旗下全媒体平台资源，并引入外部优质音视频素材，跨平台打造一张“可以扫码的报纸”，同时还推出了“掌上读报”服务，同步发布数字报朋友圈海报，进一步提高了内容的到达率。

广播节目，以“早晚在一起”为活动主题，尝试将早高峰《快乐出发》和晚高峰《吃香喝辣》贯通，设置互动环节，进行全媒体直播，策划了“王牌对王牌——早晚定输赢”“早晚在一起，开心过六一”等线上线下活动，并在节目中运用文字、语音和投票等多种新媒体手段增强与听友的互动，使得广播节目更火更活。

电视栏目《帮女郎》与最江阴app、报刊配送队伍“澄闻速递”联合推出了融媒体助农平台“澄农帮”。为帮助因疫情导致雪梨瓜滞销的瓜农，开展“全澄寻找吃瓜群众”行动，进行直播带货，通过“最江阴”APP平台进行销售，统筹利用报刊配送队伍，以最快的速度将新鲜采摘的雪梨瓜当天配送到购买者手中。通过从“报道—销售—配送”的全闭环运作新模式，一周内销售雪梨瓜5000多斤，成为“媒体+政务+服务+N”的成功实践。

新媒体内容产品方面：创新微信内容形式，尤其是对“市委主要领导活动报道”进行了探索，通过精简内容、文字图片化、视频有机结合等方式，增强了相关报道的可读可看性；创新海报表现方式，在二十四节气海报中，首次采用视频海报的形式去做了“芒种”这个节气，获得好评；

创新作品分发平台，除了国内的抖音、微视、B站、爱优腾外，已成功在YouTube上注册“江阴时刻”品牌，让“江阴故事”在海外传播；创新传播手段，推出“江阴时刻”、“江阴映像”、“大江阴”等多个微信视频号，以朋友圈短视频的形式更快速、直观传递资讯。

通过创新创造，传统媒体焕发新机，新媒体实力扛鼎，江阴发布、最江阴WCI等各项传播力指数位居全国县级媒体榜首，以“江阴时刻”为代表的视频号矩阵亦已初现峥嵘。

三是基因转换助力成长，用队伍建设为内容生产提供人才支撑。

我们全员统一建立激励先进、鼓励创新的考核导向，实行以岗定薪、岗变薪变、动态管理的分配机制；我们特设岗位津贴，引进PHP软件工程师，通过加强现有人员能力提升、基因转换，立足实战，让人这个“最大存量”成为“最大增量”，把德才兼备的优秀人才、领军人才选准用好，促进队伍持续发展和人才梯队建设；我们还将人才培养与创新基层服务方式方法紧密结合起来，在19个镇街（园区）设立记者站，选派年轻优秀记者到记者站锻炼，既畅通了信息传播渠道，与基层形成了良性互动，又让人才在践行“四力”中得到飞速成长；我们有务实完善的青年培养计划，定期对采编人员、技术人员、制作人员开展培训，根据全媒平台需要，培养了专业“飞手”团队、轻量“直播”团队等。通过这一系列举措鼓励青年人高飞逐梦，在媒体工作的最前沿务实奋进，为内容生产能力的持续发展提供坚强有力的人才支撑。

可以说，江阴市融媒体中心在媒体融合前期架梁立柱、筑基企稳的改革还是较有成效的，下一步深度融合、提质增效的改革则任重道远。在今后的实践中，我们将进一步优化流程提升舆论传播力，优化服务扩大平台影响力，优化产业积蓄转型支撑力，努力建设具有江阴特色的生态级融媒体中心。

（发言人为江阴市融媒体中心总编辑）

建制度 强策划 铸队伍

——昆山市融媒体中心加快提升内容生产能力和水平

顾彩芳

昆山市融媒体中心是中宣部重点联系推动、江苏省首批试点建设的县级融媒体中心。中心挂牌以来，坚持导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要，扎实推进各项建设，高标准完成省级验收，获全省首批互联网新闻信息服务许可，获全国广播电视媒体融合先导单位10强称号、“全国市县媒体融合先导单位20强”，是全国唯一获此两项荣誉的县级融媒体中心。

一年多来，昆山市融媒体中心通过建制度、铸队伍、拓平台、强策划等多方面聚合推动，各平台融合传播影响力稳步提升，频频奏响奏强“昆山好声音”。

一、抓制度，供发展“动力源”

融媒改革，摸着石头过河，强化顶层设计和制度创新是关键。中心在深化人事薪酬制度改革、创新人才引进激励政策、加大财政扶持力度等顶层设计的支持之下，专门制定了一系列科学、规范、高效、灵活、适合现代媒体运行机制和考核激励机制的采编制度，为全媒矩阵各平台的内容生产和传播保驾护航。

“采编四会”实现采编无缝对接。每日上午9点30分的采前会和下午1点30分的编前会打通了各平台的采编供需通道，每周一的策划（阅评）会围绕重大新闻主题，从多个环节进行研究和部署，并对上一阶段宣传效果进行盘点和评估。“四会”制度确保了策采编发各流程实现良性运转。

“工作专班”确保服务零距离。及时关注中央、省、苏州有关部署要求，全面掌握昆山市委市政府中心工作，为此，中心专门建立了工作专班，挑选采编精骨干派驻市委办、市府办常驻办公，要求派驻记者认真研究分析市委市政府主要领导关注的重点内容，提前了解市委市政府主要领导活动行程并按要求做足做深活动报道和其关注的重点

题材，加强与两办的全方位沟通，带头完成重点题材报道。

轮值制度筑牢安全底线。融合架构调整后，中心立马实施了采编部门主任轮值、编委轮值、业务领导轮值的内容生产轮值制度等。采编部门主任轮值制度，由采编部门主任、副主任轮流担任值班主任，负责日常采编工作，主要任务是通过参加每日采（编）前会，实现中心与各部门、各发布平台之间的信息沟通，完成采访报题、活动派工、任务落实、稿件策划、稿件初审、各平台发布预排等工作。各部门严格执行策采编审发流程，按照“三审三校”制度完成内部生产把关，最后送审市委宣传部分管领导。

“1+N”考核催生创造活力。中心对部门进行统一考核，然后部门切块二次考核。以新闻作品评分、新媒体增量考核等为基础考核，附加作品创优、全媒新闻策划、业务学习、差错扣罚、值班主任履职、外发等多个激励方案，由总编办负责汇总，部门再结合岗位考核的具体内容，对月度考核奖金进行二次分配。

二、铸队伍，引发展“活水来”

“媒体竞争关键是人才竞争，媒体优势核心是人才优势。”强化全媒人才队伍建设，催生融合的化学反应。按照事业单位企业化运作模式，昆山市融媒体中心坚持“内转+外引”相结合，突破条条框框，让全体员工轻装上阵，在改革创新浪潮中实现媒体人的自我提升和重塑。

“量体裁衣”，强化培育激励人才转型。融合一年多来，中心制定“人才培优”方案，通过开设“融媒大讲堂”，落实采编人员每日“三个一”学习、各部门月度学习等制度，坚持“请进来”和“走出去”等方式营造浓郁的学习氛围和业务探讨氛围，帮助全员快速提升水平，特别是根据新媒体发展需要转变理念和表达方式。在新人培养方面，通过

“老带新”“结对子”“压担子”等方法使其尽快成长。

“筑巢引凤”，对外引才做好人才增量。中心建立了面向全国招聘优秀高层次媒体人才的常态机制，将融媒体内容生产人才纳入全市紧缺专业人才引进计划，结合专业岗位需求开展人才招聘，2020年先后有凤凰卫视、重庆日报、青岛广播电视台等省市级媒体优秀专业人才加入。

“伯乐相马”，创新机制盘活人才存量。能者上，平者让，庸者下。昆山市融媒体中心实行中层竞聘上岗制度。通过公开报名、演讲答辩、现场打分和综合考核，公平、公开、公正地将合适的人才输送到中层管理岗位上，为中心可持续发展提供有力的人才保障。与此同时，开辟专业岗位人才晋升通道，设立首席、资深、主管专业晋升评选制度，动态管理，一年一评，月度参与日常工作考核，季度考核“新人结对带教、重点（亮点）工作、创新策划、培训小时”等专业能力发挥指标，考核结果挂钩专业津贴发放。

三、强策划，融发展“聚合力”

全媒体时代，媒体加速变革发展，强有力的策划调度可以将媒体融合发展推向深入。一方面，科学的策划有助于媒体新闻传播的准确定位，开发新闻资源，扩大影响力，提升竞争力，实现传播效果的最大化；另一方面，全媒策划还能淡化融合后“两套人马”和各部门之间的“边界”，聚合生产能力，促进生产和传播要素的有效整合、有序流动，使跨部门跨条线自主组合、策划实施融合报道成为常态。

主题报道的声音更响亮。2020年，昆山市融媒体中心制订实施主题策划60余个，在重大主题、重要节点、重大事件报道上，总编办牵头抓总，提前谋划，创新思维，推出有新意有亮点的全媒体策划案，形成宣传声势。

主流媒体的舆论引导更有力。在去年的疫情防控阻击战中，昆山市融媒体中心通过策划先行，多形式宣传市委市政府支持中小企业共渡难关、精准推动企业有序复工复产的各项支持政策，互动式讲述防控一线“先锋时代新人”的感人事迹，“昆山发布”“第一昆山”微信公众号涌现出30多条“10万+”

阅读量的作品，其中单条阅读量最高近80万；“昆山发布”微信平台单日总阅读量最高超110万。在苏州市县区微信排行榜（政务类）中，昆山发布连续多周居榜单首位。

融合传播矩阵效应更凸显。全媒策划经过策划会集中讨论定稿后由总编办统一调度，更好地实现“内容生产一次采集、多种生成、多元发布、移动优先、全媒传播”。在重要会议（活动）、重大主题的宣传上，在重大突发事件、热点问题的正面回应上，各平台统一发声、互相支持、多媒相融、差异传播，融合宣传的聚合效应更为凸显。

融媒发展，内容为王，是核心竞争力。2020年，借助强有力的内容支撑，昆山市融媒体中心各平台有序发展，尤其是新媒体平台成效显著。“昆山发布”“第一昆山”微信公众号共推送稿件2500余篇，总阅读量超过2760万次，两大微信平台粉丝数量均超43万，“昆山发布”微信公众号获评2020年度苏州市微信排行榜政务类（县区）优秀奖；“第一昆山”微信公众号荣获2020年度苏州市微信排行榜媒体类优秀奖。“第一昆山”APP自2020年8月上线以来，推送稿件超18000篇，取得了较好的传播效果。

与此同时，对外宣传也是精彩纷呈。2020年，昆山市融媒体中心在央视、央广、人民日报、新华社、中新社等国家级平台发稿130余篇次，其中《新闻联播》9篇、《焦点访谈》1篇，省台430篇次，苏州台877篇，学习强国332篇。尤为值得一提的是，2020年7月6日，在“走向我们的小康生活”专栏中，《新闻联播》以《昆山：智慧农业平台助推农民增收》为题，用近4分钟时长，详细报道了昆山通过搭建智慧农业平台，帮助农民增收创收的成功经验。

攻坚克难开新局，乘风破浪正远航。2021年“新春第一会”上，昆山市融媒体中心明确提出，今年是新闻质量提升年行动，实施“四提工程”：通过提高站位、精准选题、深入采访、精细写作、精美剪辑等，实现作品提档；坚持移动优先、“快”字当头，实现发布提速；通过阅读量、收视率、点赞量实现影响提升；通过常态化开展三级业务学习，实施“老带新”“师带徒”和“青蓝工程”，发挥考核导向和杠杆，实现队伍提优。

（发言人为昆山市融媒体中心总编辑）



内容为王，拥抱媒体融合新时代

——太仓市融媒体中心做优内容生产、提升传播能力的实践探索

周斌

一、制度先行，架好新闻生产“四梁八柱”

“新闻永远不死，原创价值无限”。从原太仓日报社、太仓市广播电视总台走来的太仓市融媒体中心，面对传统媒介影响力式微的时代背景，加大继承、创新力度，重构内容生产、新闻传播的格局与流程。

新闻流程的梳理之法。自2019年底挂牌成立以来，太仓市融媒体中心媒体融合发展加快推进，迅速形成了集“太融e”APP，“太仓融媒”微信公众号、视频号、抖音号，太仓新闻网以及太仓日报、太仓电视台、太仓广播电台于一体的全媒体矩阵，合并原两家媒体记者部成立新的新闻采访部，重构策、采、编、发、评流程，建立统一高效的指挥体系。以中央厨房为依托，太仓市融媒体中心实现了“统一策划、一次采集、多种生成、多元传播”。按照移动优先原则，要求记者第一时间为移动端新媒体供稿。为此，中心为记者配备手机、笔记本电脑等移动生产工具，鼓励记者现场成稿，使用手机拍摄照片、短视频，当场在新闻平台交稿。

新闻栏目的增减之道。随着移动端不断发力，不少县媒收缩了传统媒体的新闻空间。《太仓日报》也将日常12版减为8版，但没有缩减本地新闻版面，除了日常要闻、经济、社会民生版面外，仍然为评论、深度报道、影像等新闻栏目保留了版面，这些栏目为报纸体现思想性、深度性，以及展现优秀报纸版面视觉传播力提供了载体。在传统媒体做减法的同时，融媒体栏目则在“做加法”。太仓市融媒体中心成立了“媒观沧海”“暴走街头”“花美来了”等融媒体工作室，分别从新闻观察、街访街拍、记者体验等角度生产新闻作品，最终按照不同端口不同形式进行展现。

新闻人员的管理之术。中心人员主要分事业、企业两种性质，但无论何种身份，绩效考核均采取同一标准，实现按岗定薪、量化考核、多劳多得、优劳优酬。新闻采访也不只由新闻采访部记者承担，新媒体部门也配有少量记者，跨部门记者可以组成临时小组，发挥各种优势，共同制作优质融媒体产品。在太仓市融媒体中心，从事记者岗位具有一定的“门槛”。中心新入职人员首先从事校对、副刊、代维微信编辑等工作，待积累一定经验后可以向记者岗位转岗，这也确保了记者队伍的新闻能力水平。

二、策划引领，强化主流媒体舆论引导能力

太仓市融媒体中心通过新闻策划，定好调子、把好导向、明确路径，保障了重大新闻传播的及时性、影响力，给受众以正确的价值引领。

聚合集体智慧，为内容生产把舵定航。在太仓市融媒体中心，每月月初全体采编人员集体策划会、每周周一重大选题研判会雷打不动，遇重点选题，中心、部门根据选题重要程度，会及时召开不同层级的策划交流会，平时，记者团队也会就具体新闻进行小型策划。可以说，在太仓市融媒体中心，已经形成“无策划、不新闻”的良好氛围。

聚焦重大主题，形成强力主流舆论场。2020年，太仓市融媒体中心紧扣中心大局，发挥策划引领作用，真正做到重点新闻头条处

理、重大题材连续报道、重大宣传出彩出新。当年，从年初的新冠疫情防控到营商环境优化，从政风行风《曝光台》到全国文明城市创建，从重大项目建设到长三角一体化发展，从脱贫攻坚到全面建成小康社会，从“十三五”成就回眸到夺取疫情防控和经济社会发展的双胜利……太仓全年共策划推出20多组有质量、有温度、有影响的主旋律报道，牢牢占领主流舆论阵地，展现了地方融媒单位的责任与担当。

三、践行“四力”，深耕融媒时代力促精品

“好新闻是跑出来的，好记者是苦出来的。”在太仓市融媒体中心新闻记者办公室的墙壁上，这句标语十分醒目。中心鼓励新闻从业人员踏踏实实做好新闻产品，学习握融媒生产新技术，创作出更多精品力作。

奖优罚劣，导向鲜明。太仓市融媒体中心设立了总编辑奖、好新闻即时奖，太仓市记协对新闻作品进行每月阅评，社会力量组成的“啄木鸟”团队对报道进行纠错。今年2月9日，太仓市融媒体中心首个视频号产品总编辑奖评出，意味着现有各端口产品均纳入考评范围。获奖的是“太仓港集装箱四期沪太合作”签约活动的短视频，视频从高空航拍太仓港画面切入，展现港口忙碌的生产景象，随后画面转向签约交流现场。视频主题突出、画面颇具震撼力、感染力。目前，中心正计划推出新闻作品“红黑榜”，优质稿件和问题稿件同时张榜公布，营造相互竞争、力促精品的浓厚氛围。

多沾泥土，写出温度。县级媒体，离基层最近，最应该也最有条件到基层去、到现场去。工作化的报道不录用或者只发简讯，没有同期声的电视新闻列入低次等级考核，都倒逼记者深入现场、深入事实当中。去年的小康主题报道中，太仓市推出了近70篇报道，每一篇都有人有故事，从小切口讲述生活变迁、社会进步。为了更好报道帮扶对口合作城市共同奔小康，太仓市还派出2组记者分赴对口协作城市贵州玉屏、陕西周至，记者刚下火车就直奔采访现场，他们走进企业、走上田埂，采访当地居民，对话援外干部，获取了丰

富翔实的第一手资料。记者还在玉屏、周至拍摄Vlog，制作成融媒产品，助力当地农产品走出深山，为产业扶贫贡献媒体力量。这样的例子比比皆是，报道抗疫倒下的英雄，记者通宵采访；见证记录太仓第一条铁路通车，记者守在车站忘记吃饭；为了拍好污水管网疏通员，记者穿上“潜水服”顶着恶臭深入下水道……在抗疫第一线、在车间田头、在烈日寒风中，到处留下新闻工作者的足迹，他们用笔尖汇聚力量，以镜头抒写担当，生产出一大批“沾泥土”“带露珠”“冒热气”的优秀作品。

潜研技术，加速融合。如果说距离事实更近，是新闻人一直的追求，那么以新技术赋能，则是新闻生产制胜未来的必争之地。目前，借助人民日报媒体技术股份有限公司媒体技术优势，太仓市融媒体中心实现大数据分析抓取热点，为新闻报道提供线索及延伸资料；借助5G、云计算等技术，开展新闻直播行动，2021年太仓“两会”上，完成人大开幕会现场直播报道，15万粉丝在线聆听市长作政府工作报告。此外，无人机航拍、动图、H5等元素一齐上阵、竞相发力，党媒传播优势逐渐在互联网和移动端形成了新的高地。比如去年高铁通车时，太仓媒体推出的H5产品，粉丝滑动手机屏幕，就可以随高铁前进，回顾铁路从立项、建设到通车的始末，被市民们大量转载分享。今年2月底，瑞金医院太仓分院签约，时隔一小时左右，图文并茂、内容详尽的融媒报道就实现推送，太仓各政务微信号纷纷转发。如今小视频、动图等已然成为新媒体作品的标配，点击量10万+的融媒产品频频涌现。

媒体融合，只有起点没有终点。太仓融媒人清楚，“我们依然是我们”，是地方主流媒体，是权威内容生产者；但“我们已不再是我们”，不再是一张报纸、一个调频、一块屏幕，而是拥有多个端口、掌握与日俱进呈现多元报道方式的全新媒体。2021年是太仓融媒的“质量提升年”，我们将进一步理顺新闻生产流程和协同协作关系，加快培养更多全媒记者、全媒编辑，吸引更多内容生产、技术研发中高端人才，用优质内容扛起担当、赢得未来！

（发言人为太仓市融媒体中心副主任）

坚持守正创新 实施“3333”战略

——苏州市吴江区融媒中心攻坚克难融合发展初见成效

王 庆

2021年，是吴江区融媒体中心全面走向深度融合跨越式发展的一年。牛年伊始，吴江区融媒体中心按照中央加快推进媒体深度融合发展的总要求，不待扬鞭自奋蹄，自觉弘扬“三牛”精神，对标学习世界500强恒力集团，开阔眼界，提升格局，坚持守正创新，以构建“智能+智慧+智库”的新型主流智媒体为抓手，以建立全媒体传播体系为重点，实施“3333”战略，打造全国一流县级融媒体。我主要谈五个方面：

一、以融合、突破、共赢“三大理念”为主旨，开启融合发展新征程

吴江区融媒体中心成立以来，按照“融为一体 合而为一”的要求，基本实现融媒发展从简单动起到真正活起来的转变，但融合还在路上，融媒发展从物理相加到血脉相融还未真正实现，因此，“融合、突破、共赢”，将是今后一段时间吴江区融媒体中心建设的三个主题词。

所谓“融合”，就是要强化“融”的生存思维，做到“三个方面”的深度融合：即不断从“相加”到“相融”，最终实现“你就是我、我就是你”，真正做到思想的融合；强化一体化发展思维，逐步形成全媒体报道模式，真正做到工作的融合；打通数据壁垒，实现各类大数据融合共享，真正做到平台的融合。

所谓“突破”，就是要常怀“闯”和“拼”的进取之心，在“三个力”上求突破：即在影响力上求突破，充分发挥“移动优先、多媒相融”的优势，以“今吴江”客户端为主体，真正打造一个让吴江人民离不开的咨询服务平台；在发展力上求突破，围绕主业、紧贴市场、关注民生、开拓领域，增强自我造血的机能，为融媒事业的可持续发展聚集能量；在创新力上求突破，充分利用5G、大数据、云计算、物联网等技术，重塑采编流程，打

响“吴江融媒”的品牌。

所谓“共赢”，就是要朝着“赢”的奋斗目标，实现“三方共赢”：即在肩负推进社会治理现代化之中，做好群众和政府之间沟通互动的纽带，做到中心的发展与社会发展的共赢；依靠创新、创意，创造增收，确保新闻宣传让党委、政府满意，融媒产品让用户满意，策划创意让服务对象满意，做好中心的发展与服务对象的共赢；激励员工抱团作战，以奔跑的姿态追赶发展，让每一位员工享受到发展的红利，做好中心的发展与员工进步的共赢。

二、以移动优先、用户优先、智能优先“三项优先”为引领，构建融合发展的全媒体传播新体系新格局

一是树牢移动优先理念，强化更快传播。坚持移动优先，以“今吴江”客户端为驱动，按照“用户至上”的理念构建新产品，强化重要时政新闻的首发、思想性观点性内容的生产、调查性独家性新闻的挖掘。在做强主业的前提下，将分散在报纸、广播、电视、网络、微信、客户端等平台的采编力量集中起来，将采编指挥调度、重大选题策划、采访力量和稿件资源统一起来，推动形成载体多样、渠道丰富、分众传播、分类覆盖的移动传播模式，构建“一核多端集群”式全媒体矩阵，先人一步抢抓“第一时间”，抢占“第一落点”，牢牢占据信息传播制高点。

二是树牢用户优先理念，优化精准传播。以用户为中心，以服务对象为中心，在生产运营的各个阶段，始终站在用户的角度思考问题，了解用户的特征、用户需求，个性化定制、精准化生产，增强与用户的互动，吸引用户参与，关注用户的痛点，让用户获得存在感、归属感和成就感等良好体验，从而获取用户、留住用户、黏住用户、累积用户，

基于用户不断创造更多价值。

三是树牢智能优先理念,提升传播效能。媒体形态迭代更新周期越来越短,我们将以先进技术引领驱动融合发展,通过视频、直播、航拍、VR、AR、MR等新技术应用,推进智能创新,全力打造以移动互联网为主阵地、以人工智能为主支撑、符合技术演进主趋势的智能媒体、智能党媒。

三、以做精新闻、做强平台、做优服务“三个抓手”为路径,全面提升融合发展的市场竞争力

作为正在通过媒体融合来构建的现代传播体系的基础,肩负着主流舆论阵地、综合服务平台和社区信息枢纽三大功能的县级融媒体中心,需要进一步发挥平台优势、做好权威发布,创新方式手段、提供多元服务,发挥枢纽功能、扩大信息覆盖面,向着推进媒体融合迈向纵深的路径奔跑。

一是以“精”做大主流,全面提升舆论引领力。二是以“一体化”做强平台,建设有生命力的智媒平台。三是以“优”做活服务,厚植可持续发展基因。

四、以新闻赋能、技术赋能、创新赋能“三种动力”为驱动,为融合发展提供源源不断内生能源

一是加强内容建设,真正让新闻出新出彩。以“优”强化供给,用供给侧结构性改革的思路,筑牢内容为王“压舱石”,面向吴江各级党政机关、各区镇、重点企事业单位等,发掘并支持优质的政务新闻和优势产品,让各系统、各行业的故事“出彩、出圈”,共同壮大主流思想舆论。以“新”引领迭代,用新产品服务用户,用新产品增加年轻态,以更年轻的形态传递主流声音。

二是确立技术优先,赋予新内容更多新形态。用好5G、大数据、云计算、物联网、人工智能等信息技术革命成果,提升内容的技术性、新颖性、鲜活性。加强手绘动画、漫画、H5、拼图等多种表达形式运用,让中心工作、政策解读、主题宣传、典型宣传、成就报道与互联网话语形态相结合,提升主流舆论的亲和力、感染力,让党的声音传得更开、传得更广、传得更深入。

三是强化创新管理,实现机制体制的大

突破。重点打破传统媒体与新媒体分立的采编架构,在采编线索确定、采访过程推进、稿件编辑发布的各个环节,均体现融合共生的要求。加强文化创新,面向新时代、新要求,锻造“吴融铁军”精神,为深度融合营造良好文化氛围。创新自我赋能加持,持续推动学习,掌握更多互联网新知识、新技能,补齐知识短板,持续增强脚力、眼力、脑力、笔力,提升融合攻坚的实效。

五、融合发展过程中存在的问题

当下,作为县级媒体的吴江区融媒体中心正在全面加快媒体深度融合发展之中,但是人才、技术、资源、平台因素还在制约着县级媒体的发展,成为打通基层新闻舆论工作“最后一公里”的“肠梗阻”。具体表现在:

一是内容生产能力不强。原来报纸的编辑、记者需要学着编写电视文字稿,原来电视的编辑、记者需要学着编写报纸,同时还需要学习很多新媒体技术,由于时间和能力有限,目前内容创新面临严峻挑战,挖掘做精能力略显不足,“一专多能”的全媒体人才明显匮乏。

二是技术支撑能力不足。当今世界,技术革新一日千里,无论是新媒体,还是互联网都需要技术支撑,由于基础比较薄弱,更新迭代又比较快,现有技术人才匮乏,政策支持力度还不够。

三是资源集聚不够。党中央要求着力打造形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体,但由于缺少具体刚性政策规定,争取不到足够多的资源,比如政府APP还不能集聚到融媒体中心,造成影响力不强。

四是与荔枝云平台共融互通方面存在着不少问题与缺陷,特别是无法满足对报纸端口的一些使用要求,在考核、数据等方面也无法提供一贯服务。

面对着巨大的挑战,吴江区融媒体中心将挺膺负责、担当作为,用吴江融媒人的辛勤汗水和智慧奋力破坚冰,闯出一条具有“吴江特色”的深度融合发展之路,为全省推进县级融媒体深度融合发展提供“吴江样板”,全力讲好吴江故事,发好吴江声音,打造具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体。

(发言人为苏州市吴江区融媒体中心主任)



以人为本 内容为王 移动优先

——常州市武进区融媒体中心全力提升融媒服务功能

陆卫东

武进区融媒体中心是全省第二批县级融媒体中心建设单位，采用技术平台化、业务产业化、服务生态化的高标准建设路线，总投资 3600 万元，总面积 1360 平方米，设有融媒体中心指挥中心、采编办公区、演播室、总控室等多个功能区。中心现有员工近 265 人，另在全区各镇、街道都配有融媒体通讯员。中心严格按照国家广播电视总局发布的《县级融媒体中心建设规范》，系统汇集策划指挥、数据分析、内容生产、综合服务、内容整合和融合发布等功能，无缝对接省级“荔枝云”平台，新闻线索、舆情信息和新闻产品互通共享，真正实现了“一次采集、多种生成、移动优先、全媒传播”。

结合近半年的融合发展实践来看，如何进一步提升县级融媒体中心的内容生产能力和水平，主要从以下几方面做好工作。

一、坚持以人为本 建好人才队伍

媒体之间的竞争实质上是人才的竞争，县级融媒体中心未来发展的关键是人才。媒体的深度融合最终是人的融合。区县级报纸、电视台经过多年的发展，都建有自己的人才队伍，这在媒体融合过程中是一笔很大的财富。但传统媒体的从业人员又有自己相对固有的特性。例如报纸的记者更擅长深度报道和长篇报道，文字功底较好。电视台记者更注重快节奏、短篇幅的消息类报道，尤其注重图像和文字的配合，擅长利用记者现场出镜、同期声等技术手段，丰富报道内涵。而新媒体时效性更强，报道形式更多样化，记者要学会制作 H5、短视频、海报等。媒体融合后，实行一次采集、多元发布，对记者来说，带来了更多的挑战，需要更多的全能型记者、全媒体人才。

面对人才需求，一方面要加强对记者编辑的培训，促进他们全面发展。如武进融媒体中心融合后实行了“一对一结对帮扶学习”机制，即原武进报社与武进电视台负责相同条线的记者在一段时间内进行结对挂钩，报社记者指导电视台记者如何挖掘深度、写好长稿。电视台记者则指导报社记者如何剪辑电视新闻，如何出镜、同期声采访等。在较短时间内促进了他们的成长。

同时，扬长避短，充分发挥记者个人专长，提升新闻采写水平。目前记者队伍中个人特点逐渐显露，比如，有的文字能力较好，有的思绪活跃，在新媒体传播方面有优势，有的善长经济类新闻，有的适合时政类报道。针对记者个人的擅长，再结合平台特点对记者的采编工作进行分工。因此，要创造条件最大限度地放大每个记者的优势，形成带有鲜明风格的特色记者。

另外，开展岗位培训、业务竞赛、月度好新闻评比等多种形式，激发大家的学习热情，最终达到提高全员素质的目的。

二、优化考核机制 打造“中央厨房”

网络时代，人工智能无处不在，给传统媒体人提出了更

高的要求。县级融媒体要探索建立有效的管理机制,形成高效、公正的考评体系,

通过考核的“指挥棒”,引导从业人员主动适应新形势下的新要求,加强沟通协作,充分发挥专长,形成新的活力,做到“1+1>2”。

武进融媒体中心充分用好省“荔枝云”融合新闻生产平台,从记者题材申报、新闻采写发布到编辑选稿用稿,都通过平台完成,大大提高了生产效率。同时成立编委会,每天召开编前会,对当日的题材进行分析与点评,分发到各新闻平台。对具有新闻价值的题材,指导记者做深做透。如去年11月初,有记者申报了“常州地铁和公交全面推行手机扫码,老年人乘车难”的题材,中心值班副主任面对这一选题指出,可以根据这一线索,做一组调查类的系列报道,反映老人们在智能时代的困境。武进电视台民生栏目《生活连线》的记者随即开展调查采访,从老人就医、出行、购物等方面着手,推出了系列报道《等一等智能时代的老年人》,反映老人们使用智能技术的困难。巧的是,就在当月底,国务院办公厅印发了《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》。而采制的连续报道在2020年度的常州市电视好新闻评选中,获得了一等奖。

编前会的召开,还有利于优化发稿流程,可以根据稿件的特性,通过合适的媒体平台发布,取得更好的传播效果。如2月10日,武进区政府出台鼓励外地员就地过春节的补贴政策。这样的新闻如果通过电视发布,受时长限制,无法讲清。而报纸要等到第二天,时效相对较弱。对此,当天的编前会决定通过中心的新媒体平台第一时间详细发布。当天,中心两大新媒体平台“今日武进”和“微武进”微信公众号推出相关信息后,一天的阅读量分别达到了5.8万和4.2万。充分凸显了媒体融合后的宣传力。

三、坚持内容为王+移动优先,提升服务功能

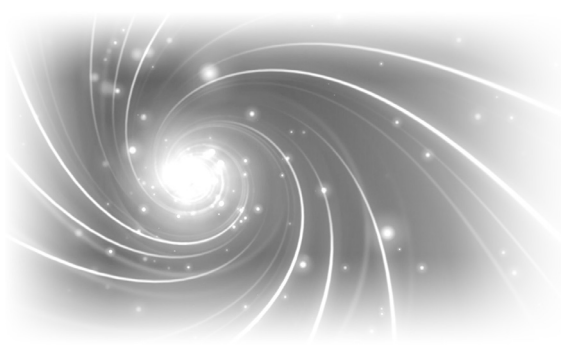
无论传播的手段如何变化,受众的关注点仍然是内容。县级融媒体中心作为最基层的媒体,信息来源受到限制,只有根

植本土,突出地方特色才是出路。“原创、精品、深度、本土的内容”是县级媒体融合的最大优势。融媒体从业人员要不断提升自己的“脚力、眼力、脑力、笔力”,沉心静气做有温度、有热度和有力度的产品。要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,始终把正确的政治方向、舆论导向、价值取向,贯穿到全过程,当好党和人民的“喉舌”。要结合本地的历史、自然、人文景观,加大纪录片、短视频等节目的创作生产。

另外,融媒体建设当中要改变传统媒体的思维习惯,坚持移动优先。虽然我们希望在打造全媒体的全能记者,但我们中心充分梳理、整合了不同传播平台的发稿流程。对一些重点打造的内容派出多位记者,他们既有分工,又有合作。比如春节前我们中心策划了有关“年的味道”系列宣传,通过广播、电视、报纸、短视频等共同展示武进的传统习俗。而对确定的宣传点,都是既安排文字记者、也安排摄像记者,同时安排直播记者。比如2月6日,武进洛阳镇戴溪村“捕年鱼”,我们直播记者除了第一时间在新媒体平台直播外,文字记者先用手机拍摄图片,现场提炼简短的文字及时传回中心,新媒体编辑在岗迅速编发,这样保证了新媒体平台的及时性,以及多形态的体现。而广播电视、报纸等传统媒体的宣传,记者则有时间进行更深入、全面的采访报道,而事实上这样的全平台宣传传播效果明显。

另一方面融媒体中心也要不断拓宽盈利渠道,积极构建“新闻+政务+民生”平台模式。通过不断提高宣传、信息发布等水平,吸引更多单位购买服务。

(发言人为常州市武进区融媒体中心副主任)



以融合传播矩阵打造标杆项目

——常熟市融媒体中心努力从“物理融合”向“化学融合”转变

巴泽民

2020年5月23日，常熟市委整合常熟日报社和常熟市广播电视台的资产、人员，组建常熟市融媒体中心（传媒集团）。中心（集团）成立以后，提出要抓住深化融媒改革的机遇期，全力打造与常熟高质量发展相匹配的区域新型主流融媒体，其核心就是要努力实现融媒体中心从“物理融合”向“化学融合”质的转变，提升融媒内容生产能力和水平。

一是优化整合组织架构，再造策采编发流程

常熟市融媒体中心（传媒集团）宣传口由总编室、新闻编审部（全媒体指挥中心）、新闻采访部、新媒体编辑部、全媒体通联部、新闻专栏部、报纸编辑部、广播节目部、电视节目部组成，编委会制订《市融媒体中心新闻宣传选题策划会议制度（试行）》，策划会议于每周六上午召开，回顾上周重点选题实施情况，给出综合评价；确定下周的重点选题，并对如何进行广度深度挖掘，重大选题实施中需要协调解决的难题进行会商讨论，同时明确牵头负责人；明确外宣重点题材、学习强国平台发布等。通过建立选题策划会议制度，实现广播新闻、电视新闻、报刊头条、微信公众号、App等全媒体新闻矩阵的信息资源共享，及时准确传达上级宣传要求，精准报道市委、市政府各阶段重点工作。

二是打造新型传播矩阵，拓展“媒体+”服务功能

首先是建设城市级客户端。“看常熟”App项目于2018年启动，融媒体中心成立后，看常熟App2.0版正式上线。“看常熟”App是集权威信息发布、政务公共服务、直播互动、网上商城等多种功能于一体的App平台。现有“融发布”“播看听”“云服务”“惠商城”“我的”等五个板块，其中融发布板块包含新闻

中心、直通一线、e政通、新时代文明实践中心等栏目；播看听板块包含网络直播、读报纸、广播电视直播录播内容；云服务板块为市民提供50多项政务和公共服务，互动栏目“12345投诉”“午间风爆料”每天收到大量的市民诉求信息，法律、医疗、交通出行、水电煤气查询等功能已经形成系统；惠商城板块为市民提供网上购物平台。在市委、市政府的支持下，我们整合政府部门各类App，微信公众号、小程序等移动端政务服务和公共服务，努力将“看常熟”App打造成常熟城市服务总入口和常熟本地最强传播平台。

其次是整合微信传播矩阵。原报社和原广电微信公众号合并运营，通过差异定位和统策统发，重点打造媒体资讯类微信号“i常熟”“常熟发布”“常熟视点”，微信公众号矩阵粉丝量超40万，“i常熟”在苏州发布类微信公众号榜单上名列前茅，同时开设“i常熟”官方抖音号，进一步做强“两微一端一抖”舆论主阵地。

三是开展多元传播，打造融媒拳头产品

融媒体中心按照融媒理念，用户意识推进改版创新，以服务与需求导向改革报纸、栏目设置，对《常熟日报》的形式和内容进行调整，使版面更加简约合理，提升了读者的阅读体验；开办《“三增三进”看工业》《“千村美居”基层行》《海棠之声》《常熟UWC+》等一批主旋律融媒专栏；特别是顺应短视频风口，开设“常熟融媒”视频号，成立短视频工作组，推出90多个短视频产品，总点击量超过800万。融媒体中心成立以来，打造了一批爆款融媒产品，其中“融媒已来，相信未来”发布不到24小时收获近20万的播放量，上线至今已获得点击量50万次；“来常熟，赢未来”“常来常熟！”

越来越美!”经新华社客户端转载,当天阅读量均突破100万,打响了融媒中心品牌,有力传播了常熟的城市形象。

常熟融媒体中心成立以后,在融媒直播上开拓新路,第一个大型融媒直播活动就是“通江达海,连接未来”沪苏通铁路通车暨常熟火车站启用仪式,中心编导组、记者、主持人、摄影摄像、技术人员统一着装,正式亮相。此次直播活动历时两个多小时,实现了现场演播区、启用仪式区、站台点位、无人机点位等的直播切换,在线观看人数突破15万。现在,融媒直播已经成为我们的报道新常态。

四是集中资源放大优势,突出重点树立标杆。

常熟融媒多年来形成了一些优势品牌、优势栏目、优势活动,我们提出,纪录片要创国家品牌,树行业口碑,服务常熟高质量发展。创优要出精品力作,要拿大奖,要加强与中央台纪录片频道的合作,深化与澳门主流媒体的交流,扩大常熟纪录片在海内外的影响力。在国家广电总局主办的首届中国广播电视大奖评选中,中心与国内多家单位联合采制的《四十城 四十年》获“电视专题类大奖”;《幸存者》获省广播电视政府奖·纪录片奖,并被中广联合会评为“最受观众青睐节目”;共建“一带一路”主题纪录片《明天会更好》入选“江苏百人纪录片扶持计划”,在10余家卫视频道,以及腾讯、优酷、爱奇艺、央视频等主流视频网站陆续播出。

优秀名牌栏目的创建是提高宣传质量的关键抓手,通过创名牌栏目可以锻炼一支名记者、名编辑、名主持人队伍,名牌栏目本身又是整个节目体系中的龙头、骨干,具有稳定持久的影响力和传播力。如我们的广播《午间风》栏目,举办近30年,近年来,这个老牌广播栏目进行了融媒改造,形成了线上线下融合互动的传播格局,不仅没有在融媒时代落伍,反而不断拓展阵地,从单纯的广播热心节目发展成为如今的融媒问政栏目,成为沟通政府和群众的桥梁。

我们深刻理解中办、国办提出的“新闻+政务服务商务”功能定位,拓展内容渠道,主动畅通主流媒体与实体经济之间的合作桥梁,服务全市人民,繁荣消费市场,成功举办“虞歌畅晚 欢乐虞城夜”嘉年华活动,4

地12场大型夜市活动参与商户90余家,现场参与人数达15万人次;开展12场国庆中秋双节大型直播带货活动,6天直播累计观看人数超53万人次,发放消费券100多种,价值3200万元;今年春节,我们又连续开展直播带货活动,取得了良好效果。我们认为,融媒时代,内容生产是个系统工程,是个相融相加的工程,而不是就内容谈内容。就以“虞歌畅晚 欢乐虞城夜”嘉年华活动为例,这本来是个商务活动,但依托这个以夜市直播为主的商务活动,新闻报道也取得了很好的传播效果,获得了苏州市重大报道特别奖。

常熟市融媒体中心(集团)自挂牌成立以后,在最近的江苏省广播电视政府奖评选中,获得先进广播电视单位称号,还被省县市报(融媒)研究会表彰为2020年度融媒体先进单位,所以我们对媒体深度融合充满信心,但我们也认识到,媒体融合还只是万里长征走了第一步,我们也还有很多短板,既有和同行共性的问题,也有个性的问题。下一步,我们要继续认真贯彻落实中办、国办《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》精神,聚集“新闻+政务服务商务”功能定位,牢牢把握意识形态主阵地,努力提升融媒体中心作用,扎实推进媒体深度融合发展。

一、突出内容生产,聚力融合传播。坚持守正创新,充分发挥党媒优势和平台优势,聚焦新闻宣传主业,把握舆论导向,抢占互联网主战场,做精做强基层主流媒体宣传舆论阵地;加强新媒体产品策划,深耕本地资源,创新打造本土化短视频及各类原创资讯内容。

二、注重技术应用,提升网宣能力。逐步加大技术研发力度和创新力度,深入拓展“媒体+”政务服务商务功能,增强用户粘度,占据本地市场,将看常熟App打造成为本地城市服务总入口、新闻资讯全频道、品牌传播新平台、优质生活一点通。

三、完善体制机制,凝聚改革合力。结合岗位特征,在实践中完善考核方案和考核指标;进一步细化激励办法,盘活人力资源,调动现有人员的积极性和创造力;常态化开展“四力”教育实践活动,发现和培养一批“提笔能写,对话筒能讲,举机能拍”的全媒体记者;完善内部运行机制,为后续融合发展蓄势增能。

(发言人为常熟市融媒体中心副主任)

必须瞄准掌心、别具匠心、深入人心

——盐城市大丰区融媒体中心打造内容优势服务群众

马苏南

大丰区融媒体中心成立以来，坚持移动优先，重抓内容呈现。我们的体会是：县级融媒的内容生产必须瞄准掌心，别具匠心，方能深入人心。而优质的内容生产，也必将激活县级融媒发展的一池春水。下面我就如何提升县级融媒的内容生产能力水平谈一些体会。

一、立足自身优势，占据本地舆论新阵地

县级融媒的最大优势是贴近群众。“引导群众、服务群众”是县级融媒体中心工作的重要着力点。上级媒体需要深入基层抓活鱼，而我们本身就在基层。一定要立足这一优势，练习脚上功夫、眼上功夫、脑上功夫以及手上功夫，做到有速度、有态度、有温度，本地新闻率先发声、权威发声、生动发声。

1、抢抓新闻资源，即时消息率先发声。基层是新闻的源头活水，县级融媒记者活跃在新闻第一线，联通着各级媒体资源与广大人民群众，新闻的触角必须深入而敏锐。在面对突发事件及各类即时新闻时，县级融媒要主动出击，掌握第一手音视频资料，把握新闻扩散的主动权。去年3月，大丰人许鹏在驰援武汉的志愿工作中不幸牺牲。消息传来，我们立刻组织采访，通过采访许鹏的亲人、同学、同事，我们获得了大量信息，包括他生前的一些视频资料。稿件在新媒体平台发布后，被多个上级主流媒体引用或转载，引发了强大的舆论热潮。

2、加速信息触达，重要新闻权威发声。去年以来，疫情是对成立初期的大丰融媒体中心应对突发事件的一次艰难考验，在这场全民战“疫”中，我们依托全媒体传播矩阵打通并整合资源、渠道和流程，创新融合短视频、直播等多元报道内容和形式，及时传递党中央有关疫情防控的政策文件，发布人民群众关切的权威信息和科普知识，推出深度报道和专题专栏进行舆论引导，充分发挥了基层主流媒体定盘星和压舱石的作用，凝聚人民群众的精神力量。谣言也是“疫情”。作为疫情防控的另一个战场，网络空间的辟谣和科普同样重要。对付谣言的最有效武器是真相。每当基层谣言产生之时，我们大丰融媒第一时间核实，及时发布权威信息，迅速辟谣，成为人民群众身边防疫抗疫最及时的谣言粉碎机，充分彰显了县级融媒体中心的使命担当。

3、用活各个平台，群众故事生动发声。媒体融合方兴未艾，县级媒体中心建设要抓住好的历史机遇，探索互联网传播的新优势，主动肩负起县域宣传的重任使命，在“融”字上多下功夫、在“合”字上快求实效，深入百姓生活，创新传播模式，打造新闻精品，把区域文化传播好，把群众故事讲好，把好声音传播得更深远。去年3月23日，大丰融媒启动“逐梦斗龙港，拥抱母亲河”大型融媒体新闻行动，中心全媒体记者全程参与，用一周时间辗转悠悠河道，感受两岸变迁。4月，经过周密策划和精心采访，刊播系列主题报道，并在融媒体多平台同步推出，为受众展示“母亲河”承载的文化弦音，表达绿色发展的重大主题，新闻行动成功入选2020江苏省广播

电视媒体融合优秀案例。

二、依托特色资源, 创塑县级融媒新品牌

县级融媒体中心是新生事物, 没有先例可循。就内容生产来说, 本土化的资源、特色文化、特色产品或地缘特征是县级融媒体中心的最大优势, 不同的基层融媒体中心应将其充分利用到内容生产和服务拓展中, 开发出特色内容和特色服务, 这样既有利于树立品牌, 又能贴近当地民众。

1、选题突出本地性。要以提升用户体验为目标, 立足本地实际, 充分利用优秀文化资源, 把特色文化导入内容生产创作, 推出受众喜欢的本土化内容和接地气的特色内容, 生动地讲好故事, 最大限度扩大提升新闻的传播力和影响力。我们大丰融媒深挖本地特色, 立足做深做透, 荷兰花海和大丰麋鹿等特色资源多次亮相《新闻联播》、《江苏新时空》等主流媒体。可以说, 通过大丰融媒, 这两张大丰名片真正打响了。

2、内容突出特色性。县级融媒面对的受众是基层百姓, 为促进传播的有效性, 需要采用贴近群众的传播方式。我们关注群众频繁接触的平台渠道, 进行有效传播。直面重大题材, 通过本地化视角和独特切入点, 定格区域精彩。去年3月, 大丰区委书记带头去大丰荷兰花海景区消费, 我们在抖音平台第一时间发布短视频, 引起群众强烈反响。领导的亲民形象, 复产复工的鲜明导向通过一个不到一分钟的短视频充分彰显。我们打造新媒体、广播、电视、报纸四大平台实时联动、互为补充的传播新格局, 形成由智慧大丰APP、大丰发布微信号、大丰日报抖音号、大丰融媒头条号、FM95.1等14个平台组成的传播矩阵, 把“加速蝶变”的大丰区融媒体形象呈现得更精彩。

3、呈现突出多样性。在县级融媒的内容生产中, 我们积极引导社会力量参与, 组织各类文字、图片、音频、视频、游戏、动漫、H5、VR等形式创作活动, 着力精品创作, 多生产精准短小、鲜活快捷、吸引力强的内容, 加强短视频、微视频等小微产品, 让宣传的内容表达可闻可见可感可知。实现内容产品从可读到可视、从静态到动态、

从一维到多维的升级融合, 使党的声音传得更开、传得更广、传得更深入。

三、走出创新路径, 建设融合共享新范本

近年来, 公众获取资讯的渠道越来越多, 县级媒体的影响力趋于式微。而县级融媒体中心的建设, 是一次重要的发展机遇。这既是历史赋予我们的政治责任, 也是时代对于我们的重大考验。县级媒体融合不仅是自身平台的融合, 更要用开放进取的眼光谋求协同创新, 满足公众需求, 形成协作式内容聚合和生产关系。

1、全区域协作, 打造新闻生产“轻骑兵”。面对越来越多的自媒体, 我们求合作求共赢。目前, 我们要求所有大丰即时新闻在智慧大丰APP首发, 抢占信息第一落点。在探索完善“媒体+政务服务”工作中, 积极对接区内新闻、政务资源, 搭建信息交流共享平台, 组建部门、镇(街道、区)特约记者、通讯员队伍, 打造出一支适合融媒体发展需求的轻骑兵, 做到各部门、镇(街道、区)政务信息的第一时间发布。全民记者队伍的培养, 极大弥补了融媒体自身记者队伍不足的短板, 更为融媒体中心打造了开放亲民的形象特征。

2、全领域开放, 打造信息共享“中转站”。要打破信息壁垒。我们正积极谋求全区各级党政部门和企事业单位将可开放的互联网数据、信息和网络便民服务内容, 全面向区融媒体中心开放, 打破政务、行业、媒体之间的信息壁垒, 以数据融合资源, 实现向下提供宣传服务, 向上提供民意反馈, 以数据实现信息互通, 构架党政机关、企事业单位与用户之间的沟通桥梁。

3、全渠道开发, 打造服务群众“急先锋”。突出民生服务事项, 不断开发适应群众日常生活需求的服务功能, 把政务服务、公共服务、电子商务、文化服务、娱乐服务等整合在一起, 从品牌的打造到内容生产, 以服务群众、服务企业、服务发展目的, 增强信息传播的针对性和实效性, 更好地让融媒体走近群众、走进民心, 更好地引导群众、服务群众。

(发言人为盐城市大丰区融媒体中心副主任)

以“小活动” 推动媒体融合“大合力”

——高邮市融媒体中心开展“第一现场”新闻竞赛促融媒原创产品生产

唐以军

高邮市融媒体中心作为全省首批建设的县级融媒体中心，成立一年多来，严格按照上级部署要求，强化顶层设计，加强资源整合，推进平台建设，再造采编流程，创新机制体制，在主媒融合、上下融合、内外融合、功能融合上下功夫，在理念再造、流程再造、内容再造、机制再造、队伍再造上求突破。2020年6月，高邮市融媒体中心开展了“第一现场”新闻竞赛活动。活动坚持移动优先策略，加强优质内容生产，强化全媒体属性，突出为民服务宗旨，鼓励全体高邮融媒人第一时间出击、第一现场播报、第一落点传播，创作更多更好的融媒原创产品。活动开展八个多月来，共发送“第一现场”稿件350多篇，平均每天近1.5篇，今日高邮APP点击量1260多万，有力提升了融媒体中心的引导力、影响力、传播力、公信力，受到了社会各界的广泛关注和大力点赞。

第一时间出击，跑出移动加速度。媒体的竞争，就是速度的竞赛。特别是在互联网技术高度发达、自媒体声音无处不在的全媒体时代，信息传播的速度决定着媒体位置的高度。在融媒体中心建设过程中，我们一直把移动优先作为首要战略，将新闻的第一落点逐步从报纸、电视等传统媒体向网络和移动端转移，让信息在第一时间传播、第一速度发布、第一落点生根，真正做到“让主流媒体借助移动传播，牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点”。自“第一现场”竞赛活动开展以来，无论是高邮市委全会、两会、高质量发展大会、中国双黄鸭蛋节等重要会议，还是疫情防控宣

传、文明城市夺牌、高铁开通等重点活动，还是风灾、火灾、水灾等群众关心、社会关注的重大热点，“第一现场”一个不漏、一条不落。今年高邮“两会”期间，市政协和人大全会开幕9分钟后，“第一现场”栏目就运用图文+短视频的形式，发布了会议开幕消息，并不断滚动播报市委市政府主要领导在政协、人大会议上的发言短视频和图文，极大地提高了新闻播报的时效性，产生了传播加速度，让与会领导、政协委员和人大代表在会场可以即时阅读浏览最新会况，他们纷纷称赞融媒体的传播速度和宣传效率。为了进一步提升用户的到达率和阅读率，我们还运用今日高邮手机APP的通知功能，及时提醒用户，确保他们第一时间阅读。

第一速度传播，展现全媒新特点。从新闻传播学的角度来看，每一次媒介平台的革新都是一次科学技术革命带来的结果。短视频、移动直播、H5应用、无人机采集、机器人写稿、AI合成主播等新技术、新平台的运用，不断丰富媒体报道形式、增加报道穿透力。在“第一现场”新闻竞赛活动中，我们针对不同的宣传主题、围绕不同的受众用户，充分运用直播+无人机+短视频+图片+文字+互动等综合手段，不断放大新媒体的新特点、新优势。为适应分众化、差异化的全媒体传播新要求，我们强化短视频的制作和运用，依靠丰富的拍摄方法、更具创意的剪辑方式，将视频内容制作得更为精致和吸引人，让“第一现场”报道的新闻性、现场感强，主题鲜明，视听感受强烈，满足了消费者轻阅读、碎片化、移动化的阅读需

求，让作品活起来、动起来、立起来。连淮扬镇高铁是83万高邮人民高度关注的大事。高邮市融媒体中心在高铁建设期间全程关注，今日高邮app先后推出60多条报道，从工程进展到高铁站初具规模，从试运行到正式开通，从开通到乘坐……去年12月11日，连淮扬镇铁路高邮站、高邮北站正式开站，具有2200多年悠久历史的古城高邮从此迈入高铁新时代。当天上午，在直播开通仪式的同时，“第一现场”及时以“图文+视频”的形式通知推送消息《高邮高铁通啦！通啦！》《记者体验：高铁来了！快捷又贴心！这样赶高铁，爱了！》《刚刚，我市各界代表参加高铁试乘~》等多篇“第一现场”报道，同时推出此前精心整理的《连淮扬镇铁路（高邮段）大事记》H5产品和短视频《乘着高铁游高邮》《高铁时代 邮为精彩》等全媒体产品。当天下午，又在今日高邮手机移动端和抖音双平台直播记者首乘高铁的全过程，整个报道，既有动态的影音，又有静态的图文；既有全程报道，又有深度发掘；既让受众第一时间了解高铁最新消息，又让用户针对议题分享互动，充分体现了全媒、全程、全息、全效的新特点，受到了市委市政府主要领导的表扬。

第一价值追求，践行为民大情怀。群众想要的就是我们所报的。“第一现场”除了做好全市重要会议、重大活动报道外，更注重把报道重心放在社会关注、群众关心的社会热点和生活需求上。去年底，高邮籍上海交通大学学生许磊晶罹患重病，花去医疗费120万元。为帮助这位家境贫寒的优秀学子，“第一现场”从1月6日起连续推出《请帮助高邮这位优秀励志女孩——许磊晶》《刚刚，23686元爱心款已送达许磊晶母亲》《许磊晶退烧了！》等多篇报道，吁请社会各界伸出援手、奉献爱心，引发了社会广泛关注，众多爱心人士纷纷通过不同形式向其捐款达142万元，帮助许磊晶渡过了至暗时刻，成功进行了二次植皮手术，点燃了他们一家的希望之火。去年7月6日中午12点多，“第一现场”以小视频+文字的形式发布了一篇小报道《不要让随意丢弃的垃圾令城市文明形象打折》，立即引起了有关部门的高度重视。当天下午4点，今日高邮APP第一时间发布跟踪报道《“第一现场”后续来了，

垃圾已经清运》。从发现问题到解决问题，“第一现场”实行了全程记录，也为全市上下夺取全国文明城市金字招牌增添了信心和决心。八个月来，“第一现场”发布的稿件题材涉及到群众生产生活、突发事件、民生新闻、美食美景、休闲娱乐、文化教育等方面，真实记录下疫情防控、精准扶贫、文明创建、高铁开通、安全生产等生动场景，让新闻宣传“色、香、味”俱全，更加可视、可感、可亲、可互动、可沉浸、可体验，充满了浓浓的为民情怀。

第一现场锻炼，产生融合新动能。经过八个多月的持续运行，“第一现场”新闻竞赛活动点燃了高邮市融媒体中心全体工作人员的供稿热情，成为了全体人员增强全媒体观念、互联思维的“练兵场”。无论是专职的采编人员，还是后勤服务和技术人员，无论是报纸、电视等传统媒体记者，还是全媒体部的工作人员，都纷纷拿起手中的话筒、镜头和笔，深入生活、深入一线、深入基层，采撷稿件，捕捉新闻，加入到“现场新闻”竞赛中来，切实提高了队伍的融合力。为了畅通“第一现场”供稿渠道，市融媒体中心所有记者和新媒体小编还组建了“融媒饭米粒（family）”微信群，负责今日高邮APP运营的小编基本24小时在线，确保稿件在第一时间编辑送审，值班编委和中心负责人第一时间审核签发。为了保证活动公平有序开展，我们制定出台了“第一现场”新闻竞赛活动机制，按照作品的影响力大小、点击量多少给予一定的奖励和激励。同时，还开设“融媒大讲堂”，邀请知名专家来邮授课，切实提升队伍的眼力、脑力、笔力，让“第一现场”发挥融合第一效应。

如今，“第一现场”已成为高邮融媒的品牌栏目，“寻找救火英雄”系列报道走上央视“新闻联播”，电视新闻“生态虾养殖技术助力农户致富”走进央视“第一时间”，拾荒妈妈厉正香登上人民日报，学习强国省级以上平台用稿102.5篇，有力提升了今日高邮APP的用户黏性度和社会影响力，成为了媒体深度融合的桥梁和纽带，更联接起不同媒体、不同平台，让互联网思维、一体化观念成为高邮融媒人的行动自觉，以“小活动”推动释放了媒体融合发展的“大合力”。

（发言人为高邮市融媒体中心主任）



融出生产力 提升竞争力 扩大影响力

——海安市融媒体中心提质增效求跨越发展

周颖亚

如果说2020年是县级融媒体中心建设元年，是夯实基础、保正常运转的一年；那么2021年就应该是县级融媒体中心建设的升级年，是提质增效、求跨越发展的一年。

如何让稚气未脱的县融中心强筋壮骨，在媒体深度融合发展的大潮中乘风破浪？——“内容生产为根本”。必须坚持内容生产是王道、市场是唯一的检验标准，唯有持续提升内容生产的能力和水平，打造更多的精品、爆款，才能提升县融中心的竞争力，不断扩大其影响力。

一、什么才是好的作品？

融媒时代对好作品的要求也发生了转变，内容生产的转型升级非常关键，那么，衡量好作品的标准是什么呢？我想，一是老百姓喜闻乐见，市场传播广，关注度高的热点作品，爆款产品。二是有深度、有温度，有独到见解，专业化程度高的作品。三是通过发挥舆论监督作用，能引起社会共鸣，具有引导力的作品。四是能够被上级媒体转载转播的作品。

二、如何生产出好的作品？

一要把好“原料关”。

收集线索。新闻线索是内容生产的源头活水，新闻的时效性要求使得对新闻线索的快速收集处置能力成为生产独家新闻优质新闻的决定性因素。我们采取了记者每日报题、全天候动态报题、部门每周报重大选题，和运用荔枝云平台及时抓取热点新闻、新闻线索相结合的全域全平台新闻线索综合收集机制。去年我市春茧收烘工作会议，一位领导随口提到“习近平总书记回信给广西毛南族，祝贺他们整体脱贫，这跟我们鑫缘集团有很大关系”。会场采访的记者立即上报线索，经过总编室研判之后，认为这个线索主题重大，极具新闻价值，便迅速组成采访团深入广西环江采访鑫缘集团产业扶贫的故事，并展开全媒体报道，鑫缘集团负责人成为全国表彰的脱贫攻坚先进典型。

拓展渠道。随着媒体融合向纵深推进，逐步进入万物皆媒的时代，越来越多的媒体开放，与政务、商务、民生等融合，提供资讯、服务、评论、社交等媒体服务，形成丰富多样的媒体+融合发展模式。深度融合使媒体以及新闻产品的内涵和外延都发生了革命性变化，传统意义的受众、用户不仅仅是信息接受者和产品及服务的使用者，也是产品和服务的生产者，成为新闻的协同创造者。可以预见，将来会有更多优质的新闻线索、甚至新闻成品出自这些用户之手。

精准策划。精准策划既是县融中心的比较优势，又是主流媒体担当作为的实力彰显。我们建立健全策划机制，既有每周每天的例行策划会，及时处置新闻线索；又有不定期的专题策划会，着力聚焦重大主题、突发事件、热点现象等作独家报道、深度报道、系列报道；聚焦文化、历史等领域，挖掘地方文化自信的内涵，切实增强内容生产的思想性和厚重度；聚焦舆论监督，加强对不良现象以及有碍公德的社会行为进行揭露与批评，提升舆论引导能力。

二要攻坚“生产关”。

团队化生产。全媒体时代打造全能型记者是大势所趋，但根据县融中心的装备实际和队伍建设的现状，单兵作战能力与全媒时代的要求仍然有很大差距，所以只有以团队化作战来破解这种困境，达到全媒传播的要求。2020年7月2日，沪苏通铁路开通的第二天，我市在

上海虹桥站举行“枢纽海安 物流天下·产业高地 幸福之城”高铁冠名列车首发仪式。我们组织两支采访团队前往报道。一支团队负责新闻采写，一支团队负责体验式乘车并进行现场直播。在后方编辑部的组织协调下，两支团队互相协作，打造了多个新闻产品，取得了良好的传播效果。

供给侧改革。就区域媒介生态而言，传统媒体在规模、人才、硬件、技术等方面具有明显优势，我们要激发媒体工作者的内容创造创新能力，使优质内容持续生产能力成为县融的看家本领和核心竞争力。要注重多元化新闻产品供给，譬如纸媒擅长的深度报道、时事评论，广播电视擅长的短视频、音频，新媒体擅长的vlog、AI、H5、动漫等用户喜闻乐见的新闻产品，着力提高亲和力、表现力、感染力，积极打造可听、可视、可触的资讯产品和服务，高质量满足受众多样性的信息消费需求。当然还要注意差异化思维，发挥主流媒体的采编和信息资源优势，运用差异化的主题表达方式、人物表现手法、视觉呈现手段、内容传播元素、产品包装载体等，形成县融中心的独特性竞争优势。

技术性赋能。在技术日发展日新月异的当下，重大创新和变革层出不穷。同样，新的媒介技术也在不断改变传媒形态及媒体格局。在观念转变、组织机构重构、旧有媒体流程优化的基础上，媒体融合也应该及时跟踪最新的技术前沿和动态，并选择适合自身发展的技术，应当高度关注5G、人工智能、大数据等方面的具体技术，拓展内容生产的空间，比如说应用虚拟现实技术来开拓新的表达方式，提升内容生产质量，增强受众的感官体验和认知体验；利用大数据技术收集各种数据，形成自己的信息数据库和素材库。

三要决胜“机制关”。

运行机制。在这个“内容为王”的时代，内容生产是县融建设的核心环节。内容生产的能力与水平，决定于整个运行机制，贯穿于策采编发的全链条和县融传媒矩阵的多平台。我们按照真融合、扁平化运行原则，运用系统思维，加强顶层设计，推进融媒体新闻生产新模式。遵循互联网传播规律，以互联网为主阵地，以全媒体产品为核心，以全媒体思维重塑组织架构，改革内容生产传播流程，建立健全全媒体工作机制，实现采编和技术

力量共享融通，报（台）、网、端、微协同联动，形成集约高效的内容生产体系和全媒体传播链条。并不断优化全媒体内容管理系统、传播效果监测反馈系统，推进传统采编资源与现代生产要素有效整合和深度融合。

人才机制。优质内容来源于人才，媒体竞争关键是人才竞争，媒体优势核心是人才优势。引进符合融媒体传播要求的新型人才固然重要，但对于县融中心来说，受制于区域环境的影响、体制机制的约束、自有资金的限制，引进高端优秀人才难度很大，所以更多的应该是着眼于内生机制，传统媒体与新兴媒体的融合发展，归根到底是人才队伍的转型升级。要健全人才培养体系，深化增强“脚力、眼力、脑力、笔力”教育实践工作及全媒体采编制作能力的培训，提高政治能力和专业本领。开展全媒体理念和技能培训，畅通人才成长通道，建立新闻专业技术岗位人员与管理岗位人员的双向交流机制，全面打造一支有专业新闻素养、懂新媒体传播运营、具有互联网思维和经营管理实践能力的复合型人才队伍。

政策机制。逐步建立健全产品质量为导向的、适应媒体融合发展的运营管理机制，执行更灵活、导向更明确的人才培养、竞争上岗、绩效考核、薪酬激励政策。着眼于制度改革创新，以项目化推进优质内容生产，多劳多得、优劳多得、奖优罚劣、奖勤罚懒，激发内生活力，健全成就、机会、报酬三位一体的激励机制。建立符合政策精神和行业特点的薪酬分配制度和人才管理制度。常态化开展比武、竞赛等活动，弘扬狼性精神，打造狼性团队，在新闻产品的质量、数量、实绩上比学赶超，使县融中心内容生产的能力和水平不断攀升。

三、几点建议

建议加大自我宣传力度，通过各方呼吁和努力，切实提高记者的职业荣耀、社会地位和经济待遇，吸引更多的优秀青年投身这项事业。同时，加大对记者队伍的关心、关注和关怀。

建议加大对记者的培养、培训力度，多提供针对一线记者的学习交流机会，着力提升记者的业务能力和水平。

建议发挥记协的平台作用，整合各地融媒资源，加强协作，互通有无，共谋发展。

（发言人为海安市融媒体中心主任）

深入社区 深耕本土 深挖资源

——淮安市淮安区融媒体中心走融媒时代的群众路线

朱天羽



近年来，淮安市淮安区按照省、市委宣传部关于建设县级融媒体中心的安排部署，加快推进区融媒体中心建设。自成立以来，完成了媒体资源整合、集中办公、机构设置、策采编发流程再造、机制构建、全媒体矩阵打造、新媒体产品开发和“中央厨房”技术平台建设等工作，融媒体中心的“四梁八柱”已基本搭建成型，融媒聚合效应得以初步彰显。

虽然取得初步成果，但是内容建设方面还存在以下问题。

其一，基层新闻宣传阵地“水土流失”严重：群众的手机被商业类网站和客户端“霸屏”，报纸、广电等传统媒体影响力越来越小，严重影响党的声音在基层传播和抵达的效果。

其二，县一级的互联网人才、技术、理念匮乏，优质原创产品生产与传播能力低下，人才待遇差、存在感弱，“引不进、留不下”。现在一些基层新闻工作者处境尴尬，可谓“三个不满意”：领导不满意，群众不满意，自己也不满意。

其三，舆论环境复杂，县里的新媒体加起来往往都比不上一个自媒体的影响力大。县级媒体是党的新闻事业的重要组成部分，是极其重要的执政资源和基层阵地，但是近几年受到了巨大冲击，主要原因就是失去了用户。

用户都到哪里去了？一是地方的自媒体；二是BAT（中国互联网公司三巨头）、今日头条等“头部新媒体”，这些大型互联网公司近几年采取了流量下沉策略。

针对上述融媒体中心内容生产存在的现存问题，我们从以下三个方面激活其内容生产活力。

一、深入社区，打通服务群众最后一公里

现实已经证明，简单地把内容搬到互联网上，并不能帮助县级媒体找回流失的受众。这就需要重建与本地公众的深度连接，县级融媒要跑到群众当中，深耕社区，参与社区建设，通过形式多样的线下活动为本地公众提供交往对话的机会，在交往对话中生产内容，从而获得公众的信任，而信任才是深度连接最可靠的基础。围绕这一思路，我们开办网络直播节目《大海小棠来帮忙》，走进社区、小区，与居民一起讨论困扰社区生活与发展的问題，列出问题清单，促成居民之间，居民与相关部门之间进行线下平等协商对话。

通过对社区公众生活的深度参与，让公众成为报道议题的设置者，而不再仅仅是报道的对象。这样的工作，首先对社区居民是一种良好公共生活训练，是社区建设的重要内容，而从另一方面说，这也是媒体内容生产的一种形式，这样的报道变成了一种公共论坛，媒体人的角色是论坛的主持人和组织者。因为公众的深度参与，让公众真切感受到自己受到应有的尊重，这是唤起公众对媒体内容兴趣的重要前提，也是地方媒体找回自己受众的重要方法。县级融媒也借此融入社会治理体系，这是党媒天然胜过其他媒体的核心竞争力优势。

二、深耕本土，讲好淮安区故事

县级融媒在我国当代传播体系中处于最基层的一环。它的优势就在于贴近基层、贴近群众，如何充分发挥接地气的优势，发现本土化的、个性化的素材并创作人民喜闻乐见的内容产品是我们进行内容生产的着力点。我们在打造海棠融媒APP时就充分考虑到这一点，淮安是周恩来的家乡，海棠花是周恩来总理生前最喜爱的花。我们以海棠花来命名我们的APP客户端，并设计了海棠LOGO、开机画面

及海棠花色的页面主色调，赋予了APP以政治内涵、地域特色和象征意义。“海棠融媒”以周恩来总理的亲民爱民思想为内核，以引导群众、服务群众为功能定位，一经推出受到区委区政府和广大市民的高度认可。

在此基础上，我们还在媒体生态圈打造上做了延伸。海棠花的五朵花瓣代表了融媒的五大业务板块，分别是海棠新闻、海棠视频、海棠直播、海棠服务、海棠圈。同时，将海棠这两个字做了一个拆分，设计了大海和小棠两个吉祥物。我们在做内容生产时，将大海和小棠这两个形象设计成动漫形象植入到新闻产品中，增强与年轻受众之间的黏性。与此同时，我们还深入挖掘地方资源，加强本土化的表达，方言类节目《呱呱》，以富有地方特色的博里农民画制作的系列海报都受到网民的欢迎。

三、深挖资源，培养县级融媒“网红”

人，是最关键的因素，重新夺回基层舆论宣传阵地，重点在于培养新闻记者了解到、掌握、运用新媒体的能力。现在县融采编人才匮乏，各家都通过培养提笔能写、拿起机器能拍、抓起话筒能讲的全能记者，一个人干三个人的事，这样来弥补人力不足。尽管我们也开展了大量的培训和岗位练兵活动，但我们发现“全能战士”只是一种理想化的状态，对记者是一种素质期许，而不能是一种硬性要求。现在，我们以项目考核为指挥棒，以小团队集体作业来实现内容生产的优势叠加。

除了自己的新闻记者，我们还以“开门办报”的思想为指导，以互联网思维连接社会资源，激活基层宣传的民间智慧。在抗疫期间，我们充分感受到这一支“隐形队伍”规模之庞大，力量之澎湃。各种花式宣传，各类土味喊话，让我们的新媒体产品阅读量节节攀升。受此启发，我们建立了“宣传人才库”，让全区100多名乡土人才成为“网红”，让我们的媒体产品更接地气，扩大了我们的影响力。

（发言人为淮安市淮安区融媒体中心总编辑）

从“相加”“相通”到“相融”

——东台市融媒体中心着力构建高效运行体系

夏静华

东台市融媒体中心于2019年6月挂牌运行，12月底接受省专家组验收。现有职工191人，在编129人，聘用60人，已全部集中办公。一年多来，我们坚持“理念先行，逐项融合”，紧紧围绕“新闻出精品、素质大提升、经营广拓展、服务强保障”四大工程，集众智、凝众心、聚众力，积极推动报纸、电视、广播、新媒体等多媒介从“相加”到“相通”到“相融”，着力构建媒体融合高效运行体系，积极探索县级融媒体发展的东台之路。

一、高点定位，筑牢舆论高地

如何提高内容生产能力和水平，首要的是理念融合。我们以“打造区域性的新型主流媒体”为目标，在实现人员集中办公的基础上，通过周一晨会、工作例会、党员大会等，深入学习中央、省市关于推进融媒体建设的要求，入脑入心入行；通过开展“怎么看、怎么办、怎么干”大讨论，进一步凝聚思想、形成共识；通过到先进地区学习，开阔眼界，取长补短，实现提升。通过逐步建立统一高效的指挥系统，加快媒介之间、组织内部的互通融合，实现内容、技术、渠道的高效共享。在融合发展的过程中，我们倾力打通引导群众、服务群众的“神经末梢”，对内凝聚“东台力量”，对外塑造“东台形象”，具有时代印记的精品力作不断呈现，各媒介策划发布的新闻宣传系列产品得到党委政府的高度肯定和群众的广泛欢迎。

二、因地制宜，重塑采编流程

推行统一网络平台发稿审稿，实现采、编、发、存流程一体化，继而在“荔枝云”统一布局，全媒介覆盖运行，极大地缩短了融合过程，形成了“一体策划、一次采集、

多种生成、多元传播”的新格局。

1、移动优先提升传播速度。加大实时编发的推进力度，配强后台审稿力量，严格执行“三审三校”制度，在对的前提下求快，在快的基础上求深。强化与上级媒体合作，加强与部门、镇村通讯员队伍的联系，构建以专业记者为主、基层通讯员为骨干的新闻报道队伍，形成市镇村三级联动宣传格局。通过今东台、新华社现场云等客户端，每逢大事必直播。经贸洽谈会、东台旅游上海推广月、缘定七夕、新产业发展投资说明会等节点，由我市融媒体中心采制的现场信号，在省内外数十家媒体平台同步推出。一年来，先后与新华社、央视新闻、江苏卫视等开展联动直播上百场次。其中，“缘定七夕”活动在央视新闻、新华社客户端首页直播；铁人三项公开赛在江苏体育频道、东台电视台同步直播现场赛事，新华社现场云报道持续位列全国前十名，现场云从媒体应用向社会治理工具拓展的做法，得到了新华社领导批示表扬并在全国推广。

2、全媒报道延展宣传广度。针对不同受众的阅读收看习惯，一体策划、分众传播、全媒推送，打通报台网端多业务生产系统。在传统新闻作品的基础上，推出短视频、H5等新媒体作品，形成报刊、广播、电视、新媒体（微信、微博、今东台APP）、应急广播、新闻网站、户外大屏等多终端分类传播、相互推介的宣传矩阵。

3、精采细编强化报道深度。强化新闻策划，对市委市政府召开的招商引资、制造业、城建大会、强村富民等重要会议，及时配发深度评论，做好系列解读。聚焦民生民利，先后举办听友见面会、我为你诵读等多场线下活动；推进《政风行风热线》栏目视频直播，从广播向报纸、新媒

体拓展联动；关注重点民生工程竣工、百姓用工求职等，始终把笔触、话筒对准群众。推出东台十二时辰、图说东台好人、红色记忆等一系列广受好评的融合生产节目（栏目）。

三、聚合资源，强化保障支撑

1、提升设备技术。依托省级技术平台，建设高标准融合指挥中心。加大资金投入，对各媒介的硬件设备投入进行升级换代。自去年以来，我市对广电、报纸机房网络存储、采编系统的硬件进行提升，购置一批摄影、摄像、720全景摄像机、无人机等设备。目前，融媒体指挥平台硬件系统建设、广播播控平台、直播平台及网络直播平台建设、高清非编系统建设已完成。在新闻、专题、活动等方面充分运用无线传输、移动直播、无人机采集等技术，并以技术手段优化内容呈现，为融合生产提供技术保障。同时，对高新区新传媒大厦内部进行优化设计，调整功能布局，争取今年6月份搬迁到新大楼。

2、加强队伍建设。通过“请进来，走出去”，建立外部资源培训和内部传帮带机制，鼓励采编人员由“一专多能”向“多能一精”发展。成立戈公振新闻学校，常态化开展融媒体技术平台、非编系统、无人机、摄像技术等系列培训，从政治素养、新闻业务、专业技能等方面，努力锻造一支“提笔能写，扛机能拍，对镜能讲，

敲键能编”的全媒体语境下的新闻工作者队伍。通过外送新华社跟班学习、聘请专业人员讲课、员工内部互学等方式，举办多期业务培训班。不断完善绩效考核等制度，努力提升全员创新能力与内生创新动力，让每一个员工都能有用武之地，展示个人才干的平台。

3、提升造血功能。受疫情影响，媒体经营业务空间压降。在稳定现有经营市场的同时，细分行业市场，搭建媒体工作室，不断探索跨界经营，提升媒体自我造血功能。先后推出“媒体+会展”“媒体+少儿”“媒体+活动”“媒体+服务”等产业经营模式。继成功举办少儿春晚之后，联合省台打造的“黄海森林儿童剧场”，首场演出《黄海森林奇遇记》产生轰动效应，得到了领导的肯定和受众的好评，计划今年继续开展巡演，持续放大东台融媒品牌效应。疫情期间，与教育等部门联手，开设“空中学堂”栏目，与重点商务企业联动，推出国贸网上商城，组织开展“云上表彰”等系列活动，实现经济效益和社会效益双丰收。

接下来我们将对标先进补短板强弱项，加快融媒体中心相融的“化学”过程，实现深度融合，不断提升融媒体中心建设的水平和层次，为东台高质量发展提供坚强的舆论保障和良好氛围。

（发言人为东台市融媒体中心副主任）



向更深更广更高处融

——溧阳市融媒体中心提升内容生产能力和水平的实践

谢建东

作为全省首批、常州首家县级融媒体中心建设试点单位，溧阳市融媒体中心大胆创新，多措并举，打破媒际壁垒、门户限制和县级思维，作出了一系列积极探索，不断推动媒体融合向更深、更广、更高处发展。在年初九召开的溧阳市“新春第一会”上，溧阳市融媒体中心一举获得“推进全市重点工作特别贡献奖”“工作创新奖”和“优秀项目奖”三个大奖，这既是溧阳市委市政府对过去一年融媒体中心工作的肯定，也从一个侧面反映了溧阳市融媒体中心在提升县融内容生产能力和水平上取得的成绩和进步。

一、打破媒际壁垒，向更深处融

打破媒际壁垒，最重要的是深度融合。在县级融媒体中心建设的顶层设计上，溧阳将各类优质资源向县融倾斜。不仅融合了广播电视台和新闻信息中心，还融合了原属市文旅局的锡剧团、原属市工信局的市智慧城市客户端、以及原属市城管局和市城发集团的户外广告资源，创设了一个独具溧阳特色的“大融合”模式。同时坚持真融深融，依托“荔枝云”平台，再造策采编发流程，实行完全“一体化”运作，逐步建立起“一体策划、一次采集、多种生成、多元发布”的全媒体内容生产传播格局。

打破媒际壁垒，最核心的是“移动优先”。溧阳市融媒体中心对原广播电视台、新闻信息中心和工信局旗下微信、微博、客户端，进行合并、升级和重新定位，确立以“自在溧阳”APP客户端为龙头，打造包含“中国溧阳”微信、“溧阳发布”微博、“融溧阳”微视频、“溧阳时空网”等在内的“三微一网一端”新媒体传播矩阵，并代运行镇区、部门20多个微信公众号，形成媒体集群，全面提升了融媒体产品影响力。同时，在直播、短视频和活动中奋力抢占赛道，快速开

创新局，成功获取了传播流量。在去年溧阳市融媒体中心开展的“抖在茶乡新溧阳”音抖大赛活动中，有5件作品流量超百万，总流量超1亿。

打破媒际壁垒，最突出成果是在去年“庆祝溧阳撤县设市30周年”系列宣传活动。围绕该主线，溧阳市融媒体中心各依据不同媒介平台特点，相互协作，各逞所能，充分发挥报纸人员在文字和深度挖掘上的优势，电视人员在现场和可视化、互动化上的优势，新媒体人员在创新、即时和“移动优先”上的优势，极大拓展了内容生产的深度、广度和速度，并完成了一次从早晨9点到晚上9点、连续12小时的媒体融合报道大实战。

2021年1月4日至1月8日，溧阳市第十六届人民代表大会第五次会议和溧阳市政协第十五届委员会第五次会议先后胜利召开。溧阳市融媒体中心再次充分发挥媒体融合优势、创新宣传方式，整合微信公众号、视频号、客户端、抖音等多个平台资源，以图文直播、H5、微视频、一图解读等不同表现形式，快速、全面、深入呈现“两会”进程。

上述种种实践，都是溧阳市融媒体中心从“物理相加”迈向“化学相融”的坚实脚步。

二、打破门户限制，向更广处融

融媒时代，有容乃大。融是方法，而容是理念、气度和胸襟。秉承“开门办台、开门办报、开门办中心”的开放包容理念，过去一年，溧阳市融媒体中心在内容生产上不再局限于新闻产品，而是全面向“媒体+政务+服务”的产业链拓展延伸。成立传媒集团，搭建演艺、培训、经发、平媒、活动等六大发展板块，并充分挖掘锡剧团潜力，将承办会务会展和大型活动作为融媒体中心新形势下拓展内容生产和产业链条的最大板

块。2020年溧阳市融媒体中心共完成“焦尾琴企业家论坛”“庆丰稻田音乐节”“长三角创新之夜音乐会”“我是法治代言人”等60多场活动的主办、承办和实况录制、微信直播。

在纪念溧阳撤县设市30周年活动中,由溧阳市融媒体中心承办的溧阳市级层面活动多达28项:“撤县设市30周年”专题片、“撤县设市三十周年口述史”纪录片、“礼赞三十载——爱上一座城”系列微视频、《激荡三十年》系列报道、“最具影响力的十件大事”评选、“照片中的溧阳故事”征文、“我的家乡最美丽”主题征文、《向上生长的力量——生态创新在溧阳的30年生动实践》和《爱上溧阳的N个理由》两本图书编写出版、主办撤县设市30周年大型文艺晚会《我们走在大路上》。这些活动和或者产品,都是媒体、跨行业、甚至是跨区域的合作,充分彰显了溧阳市融媒体中心打破门户限制,向更广处融的积极尝试和努力。

三、打破县级思维,向更高处融

媒体融合带给溧阳市融媒体中心的,不仅是体制机制的变化,更是观念和工作标准的变化。

溧阳市委提出:“县是一种行政层级,不能成为城市能级的创造禁锢;县是一种地域单元,不应成为发展空间的开拓限制;县是一种管理权限,不该成为工作标准的提升束缚。”作为县级媒体,溧阳市融媒体中心也敢于冲破“县级市思维”,不以县级范畴和县级标准自我限定内容生产能力和水平,而是坚定树立“能为必可成,一切皆可期”的奋斗自觉,瞄准“全省前列,全国一流”目标,向领先的兄弟县市学习,奋力比学赶超。

刚刚过去的2021年春节,溧阳市融媒体中心推出了《“云上”过大年一起向前“犇”》24小时跨年图文直播,作为县融来搞这样的跨年主题直播,在全省乃至全国都是比较少的。春节期间,溧阳外宣报道也多点开花。2月12日大年初一,溧阳融媒体中心与新华社联合制作的短视频《非凡之年》登上新华社《温度》栏目,在全国范围内推送,当天点击量就超百万;2月14日,溧阳“新春全域免费游”登上央视一套《新闻直播间》;2月16日和17日两天,溧阳

焦尾琴夜公园报道先后登上央视一套《新闻联播》和央视二套《第一时间》。

向更高处融的成效还体现在以下几个方面:

2020年7月,溧阳市融媒体中心高标准通过了省级验收,成为全省首批、常州首家获批互联网新闻信息服务许可的县级融媒体中心。省委宣传部副部长、省政府新闻办公室主任杨力群表示,溧阳市融媒体中心融合特色鲜明、成效突出,真正发挥了主流舆论阵地的作用。

2020年内,先后有山东、安徽和我省的10多家县级融媒体中心来溧参观考察。

2020年10月,省委宣传部、省网信办组织全省63家县级融媒体中心负责人参观了溧阳市融媒体中心。

2020年11月,溧阳市融媒体中心应邀参加长三角三省一市“新时代新县融”县级融媒体中心发展态势展望论坛,并作经验交流。

2020年,溧阳市融媒体中心在中央电视台的用稿近60篇。

在省委宣传部组织的全国县级融媒体中心优秀作品月奖赛活动中,溧阳融媒体中心原创的融媒体系列专题《留在溧阳过大年》代表常州入围参赛,2月26日被《学习强国》一天八连发。

在2020年度常州市级广播电视优秀作品评选中,溧阳融媒体中心报送14件作品,获奖12件,其中一等奖2件,二等奖6件,三等奖4件,无论是获奖数量还是等次都创近年来最好水平。

未来,溧阳融媒体中心向高处融的方向还将体现在内容生产的合作模式上。即通过积极整合社会力量,与头部媒体和公司合作,借斧开山,借船出海,突破自身人才、技术、能力的短板和瓶颈。计划在短视频制作、会务承办和展馆设计方面分别与国内、省内三家高水平团体探索成立合资公司或品牌工作室,并为他们提供办公场所、人才公寓和市场资源,努力打造一个县融人才孵化器和文化创意中心。同时与天目湖旅游度假区合资江苏天目湖文化传播有限公司,重点承接天目湖品牌推广、文创产品设计、特色田园乡村建设和景区夜经济打造。

(发言人为溧阳市融媒体中心总编辑)

深耕品质 内容为王

——宜兴市融媒体中心努力讲好新时代宜兴故事

史志强

新闻宣传是融媒体中心的主业主责，做精做优新闻内容是彰显主流媒体“中流砥柱”作用的有效途径。近年来，宜兴市融媒体中心按照“省内标杆、全国一流”的目标定位，注重深耕品质，坚持内容为王，讲好新时代宜兴故事，凝聚起奋战“十四五”、开启新征程的巨大力量。

一、深化体制机制，加速驱动改革创新

近年来，通过深化顶层设计，始终把社会效益放在首位，不断健全完善倡导讲品位讲格调讲责任、抵制低俗庸俗媚俗的工作机制，防止唯点击率。全面落实宜兴市委宣传部提出的“聚力凝心、机制完善、优质产品、人才培养”四大工程，推动传播平台、渠道、手段、体制机制等创新升级。全面解放思想，以互联网思维优化资源配置，以先进技术引领驱动融合发展，构建新型“策采编审校发”全媒体指挥调度体系。统筹绩效考核，全面优化薪酬分配，建立健全成就、机会、报酬三位一体的激励机制，统筹各部门绩效考核和单项性奖励，确保每一分奖励都用到刀刃上。

二、坚持守正创新，彰显党媒责任担当

今年以来，按照“找准选题、讲好故事、做出精品”的目标，提前谋划部署，狠抓重大主题报道，先后策划推出“开局‘十四五’，开启新征程”贯彻落实市委全会精神全媒体特别访谈、“转作风、提效能、促发展——优化营商环境”全媒体专题报道、关注“宜兴两会”融媒体专题

报道等。下阶段，还将不断深化内容生产供给侧结构性改革，深化“头版头条首页首屏首条”建设，深入实施“理论节目提升工程”和“主题宣传全媒体传播工程”。围绕“乡贤人才回归”工程，充分挖掘新闻媒体领域的乡贤资源，高水平办好“天南地北宜兴人”栏目，出版《天南地北宜兴人》（第四卷），并进一步加强与中央、省、无锡主流媒体合作。统筹推进融媒体中心和新时代文明实践中心建设，进一步深化与各镇（园区、街道）、部委办局、村（社区）的结对服务，设置“驻镇（点）”机构，既扎根现实生活，倾听百姓心声，努力写出“沾泥土”“带露珠”“冒热气”的新闻作品，又入驻网络空间，善于以“铁脚板+互联网”的方式，采写出贴近新时代人们所思、所想、所盼的新闻报道。

三、狠抓主题策划，全力营造浓厚氛围

今年是中国共产党成立100周年，也是“十四五”规划、现代化建设的开局之年。对此，中心策划开展“奋斗百年路，启航新征程”全媒体主题宣传活动。包括开设“重温红色记忆，传承革命精神”主题报道、“奋斗百年路，启航新征程”记者走基层蹲点调研采访行动、“初心会客厅 对话追梦人”全媒体系列访谈等，带领广大受众走进历史深处、走到人民中间，走上思想高地、走入奋斗一线，深入宣传中国共产党的百年辉煌历程和伟大业绩，充分展示我市各地丰富的红色历史文化和共产党人前赴后继、开拓创新，建设美丽新宜兴的生动实践，彰显我市经济社会发

展取得的历史成就,记录宜兴高质量发展、人民幸福生活的生动图景。同时,开设《百年荣光,见证辉煌》——建党100周年广播访谈,邀请全市各板块、各部委办局代表走进融媒体中心,结合建党100周年主题,开展广播访谈节目。

四、坚持创新手法 展现丰富表现形式

近年来,中心坚持“大情怀、正能量”方向,围绕全市重要会议活动,精心策划制作一系列短视频、海报产品,多频率、多角度,以最快速度发出,造浓舆论氛围。坚持将百姓喜爱的节目形式与形势政策宣传教育、文化、科技、扶贫、普法、公益等主题深入结合,不断推出思想性、艺术性、观赏性有机统一的好节目。坚持百姓视角、民生情怀,让更多普通奋斗者、各行各业奉献者、时代楷模、最美人物通过我们全媒体平台得到展现,传播正能量。充分利用图文、短视频、音频、海报、长图、手绘、漫画、H5、动漫、航拍等,进行形式多样的宣传报道。

五、坚持移动优先,全面联动指尖资源

近年来,中心全面整合广播、电视、报纸、新媒体资源,坚持网上网下、线上线下宣传一体推进,依托融合传播优势,以“看宜兴”“宜兴发布”“宜兴网”两微一端为“前沿阵地”,以广播、电视、报纸为重要载体,全面打造群众点赞、刷屏热传的移动端“爆款精品”。下阶段,将坚持一体化发展方向和移动优先战略,进一步发挥好生产指挥调度中心“中央厨房”作用,以及全媒体新闻出像室装修后呈现的播出效果,以高清150频道为主抓手,进一步加强高清节目内容的摄制与版权保护。发挥运用好全媒体联动报道效应,做优做强中心各平台,以“看宜兴”“宜兴发布”“宜兴网”两微一端为“前沿阵地”,以广播、电视、报纸为重要载体,持续推动新闻产品创新、话语体系转换和内容结构调整,打造更多群众喜爱、刷屏热传的“精品爆款”,为主流新闻赢得更多关注度、“点击率”。打响移动品牌,发挥“看

宜兴”客户端的龙头带动作用,积极拓展“综合服务平台”“社区信息枢纽”功能,做强做实基层党的宣传思想工作新平台、新载体、新阵地。

六、加强队伍建设,全力培育融媒人才

近年来,中心实施“多元生产”。完善每日采前会、编前会、每周评报、每月策划、每月评优、每季外宣考核等制度,用好融媒体生产指挥调度中心,梳理优化全媒体新闻业务流程,进一步明确新媒体、广播、电视、报纸依次发稿优先级,对重要活动、突发事件做到半小时在移动客户端可见、一小时在微信公众号可看,广播即时连线直播,真正实现“一体策划、一次采集、移动优先、多种生成、多元发布”。建成“高清及融合媒体系统建设项目”,实现了广播、电视、报纸及两微一端全流程汇聚协同生产,实现了与省广播电视总台荔枝云平台的互联互通。实施“四大计划”。一是全媒体“首页首屏头版头条计划”,项目化组建头条新闻报道组。二是“青蓝计划”。进一步健全完善青蓝师徒结对和“1对1导师制”,定向“传、帮、带、管”。三是“青梅(媒)”计划,与新时代文明实践相结合,组织开展“全面小康看陶都”融媒体新闻竞赛活动,在基层一线中锤炼“四力”、培养全媒体采编力量。四是实行融媒体人才培训计划。强化培养激励,通过结对共建、育才引才、月度培训、挂职锻炼等,建设全媒体人才队伍。同时,实施“头雁带头”工程。抓好领导班子、中层干部队伍和业务骨干人才队伍建设,让他们在各自领域发挥好“头雁”效应。加快培养造就一批名记者、名编辑、名主持人、名编导,一批精通互联网制作、传播、运营、技术的融媒体人才,一批有责任有担当、懂经营善管理的复合型人才,打造一支能守正、善创新、会创优的融媒体人才队伍。

宜兴市融媒体中心将只争朝夕、不负韶华,守正创新、融出精彩,不断提升内容生产能力和水平,全力争创省内标杆、全国一流县级融媒体中心。

(发言人为宜兴市融媒体中心副主任)

打造移动新闻精品 提升传播力

——靖江市融媒体中心以内容优势赢得发展优势

施泉国

靖江市融媒体中心挂牌成立以来，同步规划运营机制、再造策采编发工作流程，确保导向正确和播发安全，促进融合生产、传播能力提升；积极探索“媒体+”综合功能，在政务服务、公共服务、产业服务等方面取得了阶段性成效。

我们牢固树立“导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要”的理念，把正确的政治方向、舆论导向、价值取向贯穿媒体融合发展各环节全过程，打造移动新闻精品，抢占移动传播先机，以内容优势赢得发展优势，一大批新闻作品在中央和省级媒体刊播，第二十二届“江苏新闻奖”唯一获奖的县级报作品花落靖江，多个融媒产品全网点击量超千万、点赞超百万。

一、建设融合平台，拓展传播阵地

靖江市融媒体中心加快整合《靖江日报》、靖江人民广播电台、靖江电视台、微博“@今靖江”、网站“靖江网”、微信公众账号“靖江发布”和“今靖江”、客户端“智慧靖江”等平台，形成了报、台、网、微、端、屏“六位一体”的现代传播体系。

中心着力加强主流舆论阵地建设，在继续做大做强报纸、广播、电视等传统媒体的基础上，集中精力在移动端奏响靖江主流舆论声音。目前，“@今靖江”微博用户19万；“靖江发布”微信公众账号用户12万，“今靖江”微信公众账号用户13万；客户端“智慧靖江”下载量30万，注册用户6万，获评“省级媒体优秀案例”和“‘十三五’中国报业媒体融合优秀单位”。依托“荔枝云”技术平台，实现新闻资源共享，各媒体形态互联互通，促进新闻生产传播向融合方式转型，逐步形成以“荔枝云”平台为枢纽的“一体策划、一次采集、多种生成、多元传播”的新闻生产传播新格局。

推进“两个中心”互联互通。我们在“智慧靖江”客户端上线靖江市新时代文明实践线上中心云平台，覆盖1个中心、13个实践所和242个实践站及若干实践基地和实践点，整合多方资源，实现数据互联互通，切实打通宣传群众、教育群众、关心群众、服务群众的“最后一公里”。利用智慧云平台对文明实践岗工作、志愿服务项目进行分析和指导，使新时代文明实践工作不断更新、调整和优化，推动靖江市新时代文明实践中心试点工作走在全省前列。

二、保持内容定力，提升引导能力

优质内容是县级融媒体中心的立身之本。我们始终保持内容定力，专注内容品质，牢牢把握正确政治方向、舆论导向、价值取向。靖江市融媒体中心成立编委会，加强对融合传播产品的舆论导向的把控，定期部署重大主题、重大事件的宣传策划，切实把深入学习宣传阐释习近平新时代中国特色社会主义思想作为重中之重，突出宣传党的政策主张，充分挖掘报道地方生动实践。

靖江市融媒体中心把精心策划、做优做精本地新闻作为提升权威性、贴近性和影响力的重要举措，紧贴市委市政府中心工作和重大部署，策划组织专题报道、系列报道，及时传播县域权威新闻，聚焦基层社情民意，及时反映群众意愿呼声，当好县级基层巩固和壮大主流思想的舆论根据地。

融媒作品《今天，19辆公交车“大变身”开进小区开进村……》从采集到微信发布只有短短几个小时，发布后阅读量迅速达10万，中江网、交汇点客户端和央视《朝闻天下》节目转发或跟进报道，靖江市委、市政府贯彻习近平总书记“把人民生命安

全和身体健康放在第一位，时刻把人民群众的安危冷暖挂在心间”重要指示，推出“公交超市”打通服务群众“最后一公里”的创举受到社会各界一致好评。全球疫情的影响，增加了经济发展的不确定性，部分学者和工商界人士中也出现“悲观论”“崩溃论”，融媒体中心及时推出新闻评论《把不确定性变成确定性》，做好舆论引导，帮助大众准确判断经济形势，引导企业家坚定发展勇气和信心。评论刊发后，得到党政领导干部与企业家的充分肯定，社会反响较好，作品获得第32届中国经济新闻奖三等奖。

三、创优融合产品，提高传播能力

靖江市融媒体中心着力提升融媒体产品生产能力，加强创意策划和生产，在品质上追求专业权威、在传播上注重快捷精简、在服务上注重分众化互动化，力求推出更多有思想、有温度、有品质的融媒体精品力作。2019年，中心精心策划筹备，历时三个月时间，推出了《纪念渡江战役胜利70周年 弘扬“东线第一帆”精神》特别报道，采用特辑、专栏、微信图文、视频、H5小游戏、户外等多种形式，通过融媒体宣传载体立体传播。《70秒带你穿越靖江70年》系列短视频被学习强国、人民网首页刊登转发，新华网客户端、荔枝新闻全系列转发，新浪微博、今日头条、搜狐网等媒体采用，全网综合点击量超800万。

2020年疫情防控期间，中心强化组织领导、信息梳理、题材策划，全员行动、全网联动，全天候运行、全平台推送，快速、准确发布权威信息，正确指导市民防控，强势引导社会舆论，确保了新闻宣传和舆论引导的时度效。通过官方新媒体发布矩阵，累计发布图文、视频信息3500余条。所有新媒体平台累计点击量超过2亿。在央视、《新华日报》、省广电台、“学习强国”等媒体平台发稿83篇。

媒体融合，关键在人才。在加快采编人员整合的同时，我们推动编辑记者转型融合，不断增强脚力、眼力、脑力、笔力，培养造就一大批全媒记者、全媒编辑、全媒运营和管理人才，充分展现新闻舆论新

气象。同时，在中央厨房实现文稿内容共享基础上，我们加快各媒体、各节目、各人员、各环节之间全方位的联通共享，打破内部的“信息孤岛”或“玻璃门”，推动“人力资源得到高效使用，新闻资源利用得到最大化”。目前，靖江市融媒体中心有2位同志被评定为江苏省新闻出版优青。

四、强化融合服务，提升便民功能

在媒体融合改革不断深化发展的背景下，县级融媒体中心不仅要承担起为地方发展营造良好舆论氛围的责任，还要成为服务基层群众、促进地方发展的助力者参与者。

靖江市融媒体中心积极参与智慧城市建设，深化完善“媒体+政务+服务”理念，推进融媒体中心与社会综合治理、电子政务、智慧城市等平台的对接打通，为广大群众提供多渠道的便捷服务，在提质增效中提升影响力。

“智慧靖江”客户端搭建城市服务平台，汇集新闻资讯、政务服务、文化教育、交通出行、医疗金融、电商平台等版块，同时，不断加大投入，对客户端进行改造升级，进一步提升客户端的服务功能和传播效果。

中心对政务宣传这一领域的市场开拓进行了全媒体架构下的战略性布局，精准发力，创意为王，使政务宣传更形象更接地气，实现了多赢传播效果。美食节、荷花节、草莓节、采摘节、丰收节、音乐节……一系列政务创意活动应运而生，这一创新的背后还有不俗的市场份额。靖江生态滨江音乐节人气爆棚，现场直播在线峰值近百万，音乐节得到靖江市委市政府主要领导的肯定，实现营收400多万元，利润80多万元。中心不断提升文化策划和运营能力，连续多年打造的春节联欢晚会、少儿春晚、老年春晚和新年音乐会等文化活动影响力不断增强，已经成为靖江重要的文化活动品牌。

建议省记协牵头，联合省内新闻院校和重要媒体机构，常态化组织业务培训研讨班，分期分批帮助全省县级融媒体中心培训内容创意、生产、传播各流程的专业人才。

（发言人为靖江市融媒体中心党委书记、主任）

字里行间见精神 细微之处当用心

——中国新闻奖参评候选作品差错审核情况简报

陈正仁

今年4月，省记协组织专家对江苏省拟推荐参评2020年度中国新闻奖暨江苏新闻奖的作品进行差错审核。列入审核的共有包括媒体融合、网络和文字三大类计43件作品。其中，媒体融合类作品今年新增县级融媒体中心作品和全媒体传播效果突出两项；网络类作品仍将国际传播一项单列；文字类作品依旧分消息、通讯、系列报道、评论、专栏、重大主题创新策划以及新闻业务论文等7项。从审核的情况看，2020年度各类新闻推荐作品尚未发现有重大的、原则性差错。但是，其中的标点符号使用不当，尤其是一逗到底现象，用词不当、成分缺失、搭配不当、概念有误、省略不当、逻辑不符以及语句杂糅等问题仍很突出。这些大多看似属于“习惯性”表达造成的差错，其实也暴露了作者对待作品的用心、用情尚显不够的问题。这些差错，看似也属于细枝末节的问题。但是，字里行间见精神。没有精当、清爽、晓畅的文字表达，要出感染人、引导人的精品力作，又从何谈起！在此，本人选择其中比较典型的差错例子列举并试解如下，仅供同仁们参考。

标点错误

1.【例】革命老区县25个，深度贫困县（区）10个、全部集中在秦巴山片区

【析】“10个”后面的顿号应改为逗号。

2.【例】东台市民吴彬、曹卫彬相约坐首发车去上海，两人一路有说有笑，“以后晚上下班后，都赶得上去上海吃大餐。”

【析】引号使用不当。“吃大餐”后

面的句号应放在引号外。

3.【例】茶农徐晓勇拖着一棵刚被连根挖出来的老茶树，比划着对记者说，“挖了老茶树，到秋天就栽川茶苗了。”

【析】逗号使用不当。“对记者说”后面的逗号应改为冒号。

4.【例】战疫中，这块金字招牌便发挥了黄金效益

【析】引号缺失。“战疫”是应时的新造词，其中的“疫”字特指新冠肺炎疫情，应加上引号。此外，“发挥”与“黄金效益”也不搭配，应改为“产生”。

5.【例】糜林病逝，江苏农业界痛失优秀果树专家——

果农们永远记得这位“朋友”（标题）因为疫情，更多的人通过电话、微信、QQ、微博、公众号等方式在为这位农民的“朋友”送行

【析】文中主人公的确就是农民们的朋友。不必刻意强调而将此处朋友加上引号；况且，加上引号反而会引起歧义。

6.【例】院长经常说，做好三农工作，一定要把复杂的技术简易化

【析】“三农”特指农业、农村和农民，其引号不能省略。

7.【例】及时引入严格的问责机制，对不作为不担当不尽责坚持零容忍

【析】三个“不”字词组之间应该加上顿号。

8.【例】在唐加乡东布岗村，一些村民正在收麦子，街上铺满金黄的麦秆，打麦机将麦粒高高扬起，妇女们身穿长袍，头戴围巾，弯腰、起身，将打出的麦粒收进长袋，好一幅丰收劳作图。

【析】逗号一“逗”到底，使得此段表述意思粘连在一起，有碍顺畅阅读。“正在收麦子”“金黄的麦秆”“收进长袋”的后面，均应将逗号改成句号。“高高扬起”后面的逗号可改成分号。

9.【例】上海大众动力总成的员工和材料都是定岗定线，疫情期间人员不到位，材料不充足，需要重新排列组合，把原先分布在不同生产线上的人员、材料、工具等整合到一条生产线上，亚威智云通过远程软件系统调配，为其重新“组装”了一条发动机“新”生产线。

【析】滥用逗号，一逗到底，造成多个句子杂糅。“定岗定线”和“一条生产线上”的后面的逗号，均应改成句号。

概念错误

1.【例】……一支创基金、一家创集团、一个创年会，“特训营”仅是其中一部分。

【析】“创基金”“创集团”“创年会”这三个概念不明了，系生造。

2.【例】人们热火朝天地收割粮食

【析】概念使用有误。联系上下文判断，此处的“粮食”应是“青稞”。“收割”与“粮食”也不搭配。

3.【例】但有些单位、有的干部借“无为”而治之名，行“不为”之实，短则误人误己，长则误国误民。

【析】这里所说的“短”“长”是时间概念。根据文中意思，此处表述的应是事态的大小的概念。所以，“短”应改成“小”，“长”应改成“大”。

4.【例】凌晨的钟声即将敲响 凌晨 30 分许，记者一行驱车离开王官集镇

【析】上面两句中的“凌晨”均系“凌晨”之误。

5.【例】客观地讲，疫情严重期间，减少不必要的办公聚集，甚至是一些非关乎国计民生的项目按下“暂停键”，是坚持大局为重、打赢疫情防控阻击战的必要举措。

【析】“非关乎国计民生的项目”几乎不存在。这是个伪概念。由文中表述来判断，它应该是“并非急迫的实施项目”。此段文字还存在句子成分缺失的问题。“甚至是”后面应

加上“将”字，“坚持”后面加上“以”字。

6.【例】当前和今后一个时期，我国发展面临风险挑战前所未有，无论推动做好“六稳”工作，还是落实“六保”任务，都不可能一蹴而就。

【析】“六稳”“六保”是两个并非一般人都能熟知的概念，文中应有交待或解释。否则，读者一头雾水，自然影响其传播效果。

成分缺失

1.【例】盐通高铁是苏北腹地首条时速 350 公里的高铁，一举打通我省沿海高铁通道，实现我国东部沿海地区高铁全线贯通。

【析】缺少主语。“一举”前面应加上“它的建成通车，”。

2.【例】一个多月来，2438 名江苏医务人员日夜奋战，热血冲锋，坚定地同武汉人民站在一起，生死相依。朝着“零感染、打胜仗”目标，不获全胜决不轻言成功。在看不见硝烟的战场，用血肉之躯筑起一道护佑生命的钢铁长城。

【析】三个句号，两处主语缺失。“朝着”和“血肉之躯”的前面均应加上“他们”二字。

3.【例】自 2017 年 12 月以来，该局加大这一工程的推进力度

【析】介词缺失导致定语不完整。“加大”后面应加上“对”字。

4.【例】该线路于 2017 年 10 月 23 日正式获国家批复

【析】定语缺失导致语义不明。“批复”前面应加上“准建”二字。

省略不当

1.【例】正如区域经济学家在沪苏通大桥规划建设之初预言那样：这座大桥的建设，将带来长三角经济版图的重构。

【析】句中的“沪苏通大桥”，全称是“沪苏通长江公铁大桥”。这是个专有名词，不能随意缩略。此外，“预言”前面的“所”字、后面的“的”字也不能省去。

2.【例】“在贵司孙工远程指导下，我

司激光切割机已 24 小时正常工作……”

【析】此处的“司”指的是公司，而非政府机构。“贵公司”“我公司”不能省略成“贵司”“我司”，否则会引起歧义。

3.【例】N95 来了，防护服来了

【析】N95 是一种医用口罩。表述这个名称时应加上引号，或在它的后面加上“口罩”二字。

搭配不当

1.【例】赵老表示，糜林走了大家都很扼腕

【析】搭配不当。“很”不能修饰“扼腕”。“扼腕”可改成“惋惜”。“走了”后面应该加上逗号，否则与“大家”句产生粘连。

2.【例】常州大闸蟹试养汉阴

【析】谓语与宾语不相搭配。“试养汉阴”应为“在汉阴试养”。

3.【例】（高速铁路网）能够显著壮大旅游、商贸、文化教育等与人流聚集和速度有直接关系的现代服务业发展。

【析】句中“壮大”与“发展”不搭配，定语“与人流聚集和速度有直接关系”与“现代服务业发展”也不搭配。“壮大”可改为“加快”；“现代服务业”前的定语显得累赘，可删去。

4.【例】（来自南京的援藏干部）谱写了一曲曲感人奋进的小康协奏曲，留下了一幕幕对口援藏的光辉篇章。

【析】“一曲曲”与“协奏曲”，“一幕幕”与“光辉篇章”均属搭配不当。“一曲曲”可改为“一首首”，“一幕幕”可改为“一页页”。

5.【例】于是，“发展”一词从当年起，就深植南京援藏干部的心底，贯穿 25 年。

【析】“一词”与“深植”“贯穿”均不搭配。“深植”可改为“铭刻”，“贯穿”可改为“牢记”。

用词不当

1.【例】经过庚子年早春严寒的淬炼，武汉樱花更加烂漫。

【析】严寒并无“淬炼”之功。“淬炼”

可改为“考验”。

2.【例】他组建起西藏唯一的省部共建国家重点实验室

【析】西藏是自治区，故“省部共建”用词不妥。

3.【例】我想，坚毅的武汉也一定有他柔情似水的模样。

【析】用词不当。“他”应改为“她”。

4.【例】可恶的新冠肺炎在她的手背上留下了麻子似的印记。

【析】表述不严谨，用词不恰当。“可恶的新冠肺炎”应改为“频繁的输液”；“麻子似的”可改为“密密麻麻的”。

5.【例】国家卫健委主任马晓伟在国新办新闻发布会上说的这句话，令苏州大学附属第一医院重症医学科的主任医师郭强记忆犹新。

【析】“记忆犹新”应是对相隔时间较久的事物的记忆。根据文中所述，“记忆犹新”应改为“印象深刻”。

6.【例】不少人家不再争当贫困户

【析】“争当”一词使用不当，应为“甘当”。

7.【例】昨日的风似乎格外地忧伤

【析】比喻不当。风是无形的，无法产生“忧伤”的意象。

8.【例】什么是美丽？在瘦西湖，你能淋漓尽致看见。

【析】词序颠倒。“淋漓尽致”不能修饰“看见”。“你能淋漓尽致看见”可改为“你能看得淋漓尽致”。

9.【例】他们努力踮起脚尖，就是想与幸福美好肩并肩齐向前，在小康路上奋力奔跑，昼夜不停，驰而不息！

【析】词义多有重叠，表述显得啰嗦。“齐向前”和“昼夜不停”两个词可以删除。

10.【例】从青岛向南，高速列车可以一路沿着海岸线，纵贯江苏，跨过长江，再绕过杭州湾，沿海直下甬台温，穿福建过粤东，一路可达广东深圳，继续向西到湛江。

【析】句中有两个“一路”，用词重复。应去掉一个。

12.【例】“这下子，瘦西湖真真正正成为没有视觉污染的景区了。”

【析】在口语表达中，有时为了强调，

有些形容词可以通过叠加的方式变成新词。比如,“结实”可以说成“结结实实”。但“真正”并不能说成“真真正正”。

逻辑矛盾

1.【例】“家里有粮,心中不慌。我年轻时,挨过饿,现在日子是好了,不会挨饿了,但存粮食这习惯改不了了,再说还可以防寒冻恶劣天气时没法出门买菜。”老人笑着说

【析】“保持存粮习惯”与“预防恶劣天气没法出门买菜”之间并不存在逻辑关系。“买菜”显系“买粮”之误。

2.【例】这一张张普通人的笑脸,就像格桑花一样,次第绽放。

【析】表述不合事理逻辑。格桑花和人的笑脸都会是次第绽放的吗?

3.【例】床头的方桌上放着一个纸盒子,里面盛放着各种纪念章和证书,告诉人们床上这位老人是从解放战争炮火中走过来的百战老兵。

【析】表述不合事理逻辑。记者采访尚未开始,如何知晓这些纪念章和证书都是这位老人的?又如何凭这些纪念章和证书判断出他是“从解放战争炮火中走过来的百战老兵”?

4.【例】一年多来,光是洛桑群培就调解了土地、牲畜、家庭等各类矛盾纠纷共15起,解决率100%,赤康村党委有108名党员,下设4个党支部。就在这些服务乡亲的具体事例中,洛桑群培等一批赤康村党员在全村树立了先锋模范形象

【析】“赤康村党委有108名党员,下设4个党支部”这句话的突兀插入,破坏了此段表述的行文逻辑。它与上下句并无意思关联,应删去。“解决率100%”后面的逗号也应改成句号。

5.【例】国有危险,他们不约而同第一时间踏进“主战场”,冲到“最前线”。

【析】联系前文中有“凌晨接到通知,中午集结完毕”等的交待,此处的“不约而同”的表述就前后自相矛盾了。显然,记者行文也要注意把握自己的“笔下逻辑”。

语句杂糅

1.【例】此刻,受千百年江海文明哺育、对大江大海素有特殊情感的南通人,面对家门口豁然矗立的公铁大桥和过江铁路,欣喜的不只是因为继苏通大桥、崇启大桥之后,沪苏通长江公铁大桥和沪苏通铁路再次冲破“长江之困”接续梦圆,更是对未来唱响“长江之歌”倍感豪迈,蓄积太久的期许、梦想和奋斗激情,随着首发复兴号列车第一声清脆鸣笛奔腾于大江之上。

【析】语句杂糅、用词不当。“倍感豪迈”后面的逗号应改为句号;“豁然矗立”可改为“赫然矗立”。

2.【例】在江苏医疗队队部统一协调指挥下,将不同特点的重症病人及时移交给该领域技术力量优势的队伍,优势互补,融合作战。为的,就是“抢”回生命。

【析】这段文字存在成分缺失、语句杂糅和标点符号使用不当等问题。可修改为:

江苏医疗队队部统一指挥、协调,将病情不同的重症病人及时移交给在该领域具有技术优势的队伍。这样,大家优势互补,融合作战,为的就是“抢”回生命。

以上各类差错实例,主要选自纸媒推荐的作品。在视频类推荐作品中,我们审核时发现,有的视频画面跳转和字幕翻动(游走)均过快,给观者留下的时间不够,导致屏幕上的信息难以完整接收;有的视频作品只能在手机端扫码观看,在PC端则看不完整。在网络类推荐作品中,有的页(界)面设计,其色调调配不够到位,所配文案的字体、颜色不够醒目,有碍轻松赏读。此外,各类参评作品推荐表的填写,仍然存在着“作品简介”过于细碎、啰嗦,抓不住要点;“社会效果”的表述不免空泛甚至牵强;整篇文字有欠打磨,差错、病句较多,等等问题。一张空间有限的推荐表,要善于拎亮点、抓眼球,赢得足够的印象分,事后的“自说自话”同样重要!

(作者为中国新闻奖参评作品差错审核委员会委员)

2020 年度江苏省好新闻(文字作品)获奖目录

一等奖

消息(24 篇)

苏陕对口帮扶协作迎来历史性时刻

陕西所有贫困县(区)实现脱贫摘帽

新华日报 黄伟 耿联

我省昨起统一人身损害赔偿城乡标准

同命不同价从此成历史

新华日报 顾敏(编辑:徐勇 季铨)

苏州在京发布全国首个农业农村现代化指标体系以科学指标体系探索“苏州经验”

新华日报 高坡 李仲勋 陆洁晴

(编辑:陈炳山)

抗疫表现列入职称评定指标

14 名援鄂医护人员直接认定高级职称

新华日报 黄红芳(编辑:涂秋晨)

空教室里,上了特殊的“最后一课”

南财辅导员为弥补毕业生不能“面对面”告别的遗憾,讲台上面对摄像头讲了 45 分钟

扬子晚报 杨甜子(编辑:杨民仆)

30 年!一幅画!南京画家画“南京大屠杀”

扬子晚报 冯秋红

(编辑:李军 吴剑飞 龚大中)

高淳发布全省首个 GEP 核算成果

南京日报 周爱明 杜莹

苏州建成全国首个“国家生态园林城市群”

苏州日报 简平(何建平) 张丫(张伟)

(编辑:宋治国 尤志卉)

古城最大内湖翠园湖“重生”

姑苏晚报 彭化成(编辑:王惠其 朱元吉)

“无锡板块”市值首超 GDP

无锡日报 江菊敏 高美梅(编辑:于井泉)

大年初三到村口,正月十七进家门

9 名大货司机“居车隔离”14 天

徐州日报 骆耀明 李梦虎

(编辑:曹建 黄剑华)

农村承包地近 40 年一律没有不动产权证的历史结束 / 全国第一本农村土地承包经营权不动产权证颁发

常州日报 刘一珉 李树

(编辑:胡国华 王益芳 车玉)

全省首例新冠肺炎重症患者出院 感谢医护人员把他“从死亡边缘拉了回来”

镇江日报 王露

(编辑:刘兰明 周钊)

470 余个家庭农场为乡村振兴注入新活力

丹阳日报 蒋须俊(编辑:汤鹤 许静)

达·芬奇故乡首次引进中国现代艺术作品

吴为山雕塑《超越时空的对话——达·芬奇与齐白石》向世界讲述中国故事

盐阜大众报业集团 周劲 黄云鹰

(编辑:邵建华 韩立东)

输出一支队伍 捧回十亿收入 引来八方学徒

盱眙“龙虾厨师”千军万马“闯天下”

淮安日报 王健全 杜勇清 姜彩兰

(编辑:蒋斌 李亚)

抹去最后一处视觉污染 瘦西湖迎来最美天际线

扬州日报 一叶(李继业) 吴涛

(编辑:李峰 刘贺 雷菡)

国内首个水稻联合耕播田间作业 无人化项目昨通过实产验收

扬州日报 冯刚 刘贺 乔云

(编辑:拾景炎 毛建国 雷菡)

220 个“红手印”再留“第一书记”

连云港报业传媒集团 王文 李慧

(编辑:贺耀堂)

我市 11 年培育 5000 余人,2025 年力争设 10000 个

规上企业家家都有首席质量官

南通日报 沈雪梅 王玮丽

(编辑:周建江 严勇)

变“人找政策”为“政策找人”,主动发现救助对象,精准提供协办服务

我市全面推行民生专员制度

泰州日报 唐春杰(编辑:杨照民 张煜)

20 个部门的 37 项救助政策一站式、一网式办清 近 30 万困难群众纳入同一体系动态管理(引)

宿迁常态化帮扶救助机制 先试先行救急救难(主)

宿迁日报社 傅美丽 王晨 武蕾

(编辑:傅美丽 王晨 张凡)

逆行归来的全国人大代表陈静瑜建议：将武汉封城日设为“国家公共卫生日”

现代快报 鹿伟 张瑜 安莹

(编辑：张星 郑春平)

徐矿包机送 320 多名矿工返疆复工

江苏工人报 陆夏彩君

通讯(23 件)

精锐集结敢啃“硬骨头” 倾心聚力奋勇“挑大梁”

决战武汉!“江苏力量”筑“钢铁长城”

新华日报 王世停 王拓 王子杰

(编辑：黄建伟)

原产地老茶树砍挖大半，千年名茶前景堪忧——

洞庭山碧螺春，不能挖没了“根”

新华日报 丁蔚文(编辑：徐勇)

面对史所罕见的“超强降雨”“超大洪水”，我省成功“考”出无重大险情、无人员伤亡、无重大损失的优异成绩——有大洪无大险，“金钥匙”在哪里

新华日报 吴琮 杭春燕(编辑：顾雷鸣)

破土记

——建湖在全省首推全域土地综合整治

新华日报 林培(编辑：顾雷鸣 杨波)

黄石这些宝宝刚出生就被隔离

江苏两位女护士当起“临时妈妈”

扬子晚报 蔡蕴琦(编辑：龚大中)

霸气围挡几乎截断商家“生命线”

大桥北路这个工程，围挡上居然没有任何工程信息

扬子晚报 陈郁 姜婧仪(编辑：杨民仆)

不眠之夜，南京护你

南京日报 集体

守护母亲河，水清“豚”先知——为了“长江天使”的微笑

南京日报 朱晓露 鲁舒婷(编辑：金莉萍)

星巴克为何选择昆山?

苏州日报 朱新国(编辑：王乐飞)

逐梦深海

无锡日报 江菊敏 高飞 钱英洁(编辑：于井泉)

既要带上他，也要等着你

徐州日报 胡劲松(编辑：罗小辉)

搬迁安置后，如何实现脱贫?

新社区工厂：常州为安康移民开辟财源

常州日报 姜小莉(编辑：胡国华 史水敏)

弃“江鲜之名”扬“绿色美名”

看全国首个“江鲜之乡”如何保护长江

镇江日报 朱婕 孙薇 吴延华

(编辑：张涛 周钊)

800 年黄河故道，3.2 万亩高亢堆地，数百年因缺水而地瘠民贫

4 年扶贫开发，苏北地区省重点扶贫地带始现历史巨变

——流泉飞歌“桃花源”

盐阜大众报报业集团

陈兴亚 黄云鹰 周湛军(编辑：韩立东)

医改“尖兵”巧破人才“坚冰”

——人才强基“淮阴模式”为全国同行贡献路径样本

淮安日报 王健全 杜勇清 支梅

(编辑：李培娟 蒋斌)

看运河三湾如何变成“三好生”

扬州日报 集体

(编辑：拾景炎 毛建国 朱东伟)

从怀疑到相信，距离有多远?

扬州日报 集体(编辑：李峰 刘贺 孙熙)

从“卖货郎”到买全球卖全球

——解码直播经济下港城富民产业转型

连云港报业传媒集团

周莹 王海超 张开虎(编辑：杨青普)

奔腾在大江之上

——写在沪苏通长江公铁大桥暨沪苏通铁路开通之际

南通日报 张俊 汤晓峰(编辑：汪小林)

扎根昭苏九年发展高效农业，受到央视关注——

天山脚下，他将数千亩荒地变良田

泰州日报 朱敏丽(编辑：杨照民)

烙印在家书上的家国情怀

宿迁日报 集体(编辑：任照青 张佩)

风吹麦浪，世界屋脊现奇迹

“青稞王子”31 年种粮记

现代快报 徐岑 是钟寅

(编辑：郑春平 张星 王娟)

抗疫，我们也是小战士

关心下一代周报 邓园 苗苗(编辑：邓园)

评论(7 篇)

“数字化”路上，一个也不能少

新华日报 孙敏

(编辑：李扬 陶宇东 俞小帆)



警惕“精致的形式主义”

新华日报 刘庆传 颜云霞

(编辑:李扬 杨波)

城市“智”理须打通数据孤岛

南京日报 吴云青

统计“有”“无”话沧桑

徐州日报 徐鹏(编辑:陈开泉)

危中抢机把握发展主动权

镇江日报 王鹏程 华翔(编辑:吴斌 张涛)

从总书记与小朋友互动中看到了什么

扬州日报 杨仲平(李继业 毛建国)

(编辑:李继业 周明涛 李峰)

“戴着口罩”抓发展

扬州日报 金沙人(李广春)(编辑:集体)

系列报道(7篇)

“习近平总书记在江苏考察·回访”系列报道(组合报道)

新华日报 集体(编辑:徐勇 俞小帆 孔祥宏)

《新基建·新未来》系列

扬子晚报 沈春宁 黄凤 马燕徐航 李冲 范晓林

(编辑:薛兵 吴剑飞 杜雪艳)

“为爱西行·奔走援藏路全媒体行动

南京日报 李忠武 谢臻 马道军 姜晶晶

耿海华 缪越 曹骄阳(编辑:集体)

苏报入黔·记录苏铜协作决胜脱贫攻坚

苏州日报 高岩 陆晓华 范群 高骥

张帅 卢迎春(编辑:宋治国 芮斌)

“加快推进太湖湾科创带建设”系列报道

无锡日报 朱重阳 刘杨 钱英洁 高飞

(编辑:胡琦 于井泉 卢晶)

探访淮安“隐形冠军”企业“疫”路从容的秘诀

淮安日报 王健全 杜勇清 季明稳 王舒

(编辑:曾宪振 蒋斌)

一边是丰巢要收费,一边是传统信报箱成“鸡肋”,专家建议——修改国标,让智能信报箱成小区标配

现代快报 张瑜 赵丹丹 顾潇

(编辑:梁波 左娜 沈路莎)

重大主题创新策划(2篇)

大战之考 媒体担当

——新华报业抗击新冠肺炎疫情重大战役报道

新华日报 集体

(编辑:双传学 顾雷鸣 黄建伟)

把扬州这个“好地方”建设好发展好

——全面贯彻落实习近平总书记视察扬州重要讲话精神

扬州日报 集体

(编辑:李峰 陈惟金 蒋斯亮)

专栏(2篇)

紫牛头条

扬子晚报 王文坚 陈迪晨 张冰晶 万惠娟

让平凡人上头版

扬州晚报 李继业

周明涛 张志虹 邹亚琴 王子明 桂国

二等奖

消息(56篇)

江苏“24条”破除科技评价“唯论文”

对论文评价实行代表作制度,注重评估成果转化绩效

扬子晚报 于丹丹(编辑:时力强)

一则微信留言 让南京人大跑出为民速度

南京晨报 陈彦 周敏(编辑:吴旭渤)

全国348个戏曲剧种 昆曲源头“大团圆”

昆山日报 宋桂昌(编辑:陈曦)

(肩题)坚决落实长江禁捕退捕工作决策部署

(主题)我市4983名退捕渔民上岸“安家”

靖江日报 王平 张园(编辑:何旭耘)

打破身份界限,实施全员聘用 南京15个高新园区实行去行政化改革

南京日报 毛庆(编辑:戴六华)

栖霞区为遭错告干部公开澄清正名

南京日报 毛庆(编辑:戴六华)

坑洼道路归属无主,“被坑”车辆索赔无门,“入港路”究竟是谁建的

南京日报 胥欣 许震宁(编辑:徐静)

世界首辆数字轨道胶轮电车浦镇造

南京日报 王健(编辑:徐静)

缅甸新加坡工业园区获批

苏州日报 董捷(编辑:黄亮 孟海龙)

从田间地头“捡”回1200吨粮

苏州日报 杨溢 房吉 王家辉(编辑:王乐飞)

39处文保建筑住房试水买保险

姑苏晚报 朱雪芬(编辑:沈红娣)

253名“订单毕业生”助力港城乡乡村振兴

张家港市融媒体中心 浦江 王会信

(编辑:许志平)

锡北镇一块地为挑“头部项目”等了9年

无锡日报 赵晓军 高琼玲(编辑:梁国利)
禁捕一年,江刀密度增了1倍多

无锡日报 朱雪霞(编辑:胡琦 蒋有为)
“江南外贸第一镇”构筑新发展格局

无锡日报 马正红 徐兢辉(编辑:胡琦)
385米!世界第一高输电铁塔在江阴开建

江南晚报 宋超(编辑:葛明 王粤海 张立新)
全球首次商业载人飞船控制系统“皮肤”宜兴造
鼎启科技生产的钨铜复合材料被成功运用于龙飞船

宜兴日报 赵辉 俞婕(编辑:史志强 杜晶)
徐工混改签下210.56亿元大单
3家国企接受徐工集团股权转让,12家战略投资者增资徐工有限

徐州日报 郭依足 王正喜(编辑:李辉)
“红色口述史”传承工程全国首创

徐州日报 徐鹏 赵卫东(编辑:王建)
40项政务服务实现“跨省通办”淮海经济区八市一体化进程再提速

徐州日报 甘晓妹 魏宁(编辑:罗晓辉)
我市持续改善生态环境带来良好变化10余种候鸟不走了

都市晨报 李琳 魏欣(编辑:梁鸣)
徐矿“大集体”企业温情退出
1708名职工全部妥善安置占全省近八成

徐州矿工报 李素梅(编辑:李素梅)
我市开出304张《强制休息通知单》

常州日报 朱雅萍 王江华(编辑:姜宏强)
溧阳助学扶贫:1260名学生毕业后个个带动家庭脱贫

常州日报 李金堂(编辑:史水敏)
常州“加减乘除”推进“厕所革命”

常州晚报 陈珺 徐衡 吕洪涛
(编辑:唐欢 李益钧)
24小时育秧300亩“3D”打印给大田播种插上科技翅膀

镇江日报 周迎 钟志仁(编辑:周钥)
玩抖音 拍视频 卖山货 63岁“独臂老汉”直播当网红

京江晚报 杨曙光 杨志国 朱美娜(编辑:徐贤礼)
国家沿海铁路大通道实现南北贯通
盐通高铁开通运营,与青盐、徐宿淮盐、沪苏通铁路“无缝”连接

盐阜大众报报业集团 陈和洲 夏恒瑾 曾路婵
(编辑:李强 蒋超)

生命面前不分国籍和种族

盐城籍三船员爱琴海营救落水国际难民

盐阜大众报报业集团 张长虎(编辑:颜廷亮)
一场“涉外婚姻”助两家企业解困
建湖税务部门巧牵“红线”稳住产业链上近千个就业岗位

盐阜大众报报业集团 朱步周(编辑:陆应铸)
投诉群众满意了,市12345平台还是“不满意”——办了一张证,解决27个审批事项职能归属

盐阜大众报报业集团 范进 李倩
(编辑:陈云 张祥)

海归博士扎根淮安研发防腐涂层技术打破国外垄断

一年可为全国垃圾焚烧发电企业节省70亿元

淮安日报 王健全 杜勇清 王舒
(编辑:李培娟 蒋斌)

中国石油钻采设备自主品牌首次打入非洲终端市场

金石集团十年卧薪尝胆攻下亿元订单

淮安日报 杜勇清 李明稳 王舒
(编辑:蒋斌 曾宪振)

用法制为千年运河保驾护航

全省首部大运河文化遗产保护条例今起在淮施行

淮安日报 张娇娇 陆彦平
(编辑:蒋斌 曾宪振)

穿上军装保家卫国 脱下“战袍”振兴乡村
淮安区百名退役军人成村居后备干部

淮海商报 郎钟鸣 张玉元(编辑:陶宇蓉)
全球首座高铁悬索桥创七项世界之最

扬州日报 周晗 嵇尚东
(编辑:拾景炎 毛建国 曹燕)

扬州“源头”Ⅱ类水逾九成

扬州日报 周晗(周俊海)
郭瑞娟 王洁(编辑:集体)

六位退捕渔民的“护江答卷”

扬州日报 孟俭(编辑:拾景炎 毛建国 曹燕)
扬大团队破解银杏古树“长寿密码”

扬州日报 乔云(编辑:集体)
120米!“大运河史诗画卷”告竣

扬州晚报 王鑫(编辑:桂国)
连云港“智造”新药占全国六分之一

连云港报业传媒集团 周莹(编辑:贺耀堂)
潜心岸线修复 构筑生态屏障 连云新城1.2万亩水面“退养还湿”

连云港报业传媒集团 李耀华 刘艳双
(编辑:贺耀堂)



中央一号文件5年力推江苏“保险+期货”
模式首单在通落地

猪饲料成本指数有效破解“猪周期”

南通日报 蒋晓东 张水兰（编辑：严勇）
我市在全省率先成立抗击新冠肺炎疫情海外
远程诊疗中心

为10万侨胞提供远程医疗服务

江海晚报 冯启榕 王湘琳 周麒（编辑：陆钊）
南通中学女子排球队樊文艳考进清华大学
南通“体教结合”试验田结硕果

江海晚报 王全立（编辑：陆钊）
硕世生物成功研发新型冠状病毒检测试剂
江苏首个获法定检验机构审批，已向全国供
应五十多万人份

泰州日报 谢荣（编辑：高加平）
特殊困难老年人可申请家居环境适老化改造
涉及市区1000户家庭

泰州晚报 唐春杰（编辑：李静）
随机提问 当面点评 定期评议（肩）
宿迁首次开展安全生产工作述职问询（主）

宿迁日报社 田庆伍（编辑：严斐）
市洋河新区达成全国首例地下水取水权交易

宿迁日报社 王晨 高云龙（编辑：史向宇）
宿迁在全省率先推行工业企业全生命周期审
批赋权集成改革，市级层面下放118项审批事
项，全市审批事项流程优化度全省第一——

“全生命周期”服务让企业办事“足不出区”

宿迁日报社 魏欢庆 柏志勇（编辑：张凡）
医院里，一名女子突然用刀抵住喉咙欲自
杀……95后警花“空手夺白刃”

现代快报 姜振军
武汉居民隔空致谢白衣战士 10岁小男孩带
头喊出“你们辛苦了！”

现代快报 于露
全国首例“开机广告”公益诉讼南京立案

江苏法制报 施琛耀（编辑：施为飞）
全国率先！扬州全面推行餐饮厉行节约地方
标准

江苏经济报社 叶小力 柏玮娜
（编辑：叶小力 王小琴）

疫情管控期间我国东部重霾污染源自哪里？
南京大学新研究揭示多日重霾成因（主标题）

江苏科技报 夏文燕（编辑：孟婧）
我校专家千里结对助力“人民币女孩”精准
脱贫

扬州大学报 吴锡平（编辑：栾海清）

通讯(49篇)

本报记者披露曼谷回宁被隔离经历——
“不回家才是对家人最好的爱”

新华日报 顾星欣（编辑：涂秋晨）
那一夜，7000人冲在风险最前面

新华日报 集体（编辑：顾雷鸣 黄建伟）
以租代征，“公益性公墓”竟藏着高价墓——
17亩耕地变墓地之谜

新华日报 黄勇（编辑：林培）
同样1000万元创稻米品牌，一个增值过亿，
一个却现难卖——

两个一千万，收获大不同

新华日报 顾巍钟（编辑：吴雯）
西红柿免费放行，圣女果为啥要缴费？

记者调查，今年起只有列入全国统一的鲜活农
产品目录才能享受高速“绿色通道”优惠政策

扬子晚报 马志亚（编辑：马嘉）
17年爱心接力 警媒联手破解难题
21岁隐形女孩终于有了南京身份

南京晨报 王业全 吴旭渤（编辑：杨云伟）
带走特产，更要带出人才

乡村干部报 倪敏（编辑：王书明）
“货运老于”的逆行“困途”

昆山日报 李传玉 翟永桢 刘永刚
（编辑：孙亚美）

“靖江，一座温暖的城市”

——我市新冠肺炎治愈者何女士亲述

靖江日报 贾秋敏 张园
（编辑：余中兴 何旭耘）

平凡如你，温暖有光——追记倒在抗疫一线的
南京中医院副院长徐辉

南京日报 刘晓 顾小萍 许琴（编辑：戴六华）
一个“花”光1600万，没留一分给自己

南京日报 王茸（编辑：王茸）
南京制造抗疫一线显身手

南京日报 王健 徐宁（编辑：徐静）
100多米的公交站点 为何如此“遥远”

金陵晚报 于志兵（编辑：徐静）
家长群为何变成压力群？

家教周报 朱婧（编辑：朱婧）
生命，就是一场逆行

——蓝天救援队队员许鹏的追忆画像

苏州日报 刘晓平（编辑：黄亮）
农业农村现代化为何首发“苏州方案”？

苏州日报 张晓亮（编辑：陆晓华）

他们看见了世界，世界也看见了他们
——贵州山里娃和 110 多台相机的故事

姑苏晚报 罗雯（编辑：张波 何建平）
术后 34 个小时，病人开始自由呼吸
这例肺移植救治“无锡样本”，为更多危重
型新冠肺炎转阴患者救治打开希望之门

无锡日报 杨明洁（编辑：于井泉）
特殊路段公交站如何设置更合理

江南晚报 甄则（施剑平）蔡佳
（编辑：周震 吴军）
丰县来了位“网红”第一书记

徐州日报 甘晓妹（编辑：陈开泉）
常州高新区一批外资企业——
援助不缺席 复工不含糊 发展不怀疑

常州日报 蔡炜 周瑾亮（编辑：李昕）
我主动要求退出“特困职工”行列

常州日报 唐秋冰（编辑：史水敏）
茅山老区的教育扶贫足音

镇江日报 王鹏程 周迎（编辑：马坚）
糜林病逝，江苏农业界痛失优秀果树专家——
果农们永远记得这位“朋友”

镇江日报 梁继业（编辑：吴斌 王鹏程）
“制鞋名镇”陵口探索技防智防，化解鞋企火
灾隐患从消防“落后生”到“模范生”的启示

镇江日报 集体（编辑：吴斌 王鹏程）
地方与农场联动，盐城农业更有奔头

盐阜大众报报业集团
集体（编辑：周湛军 章芸芸）
去年 7 月 5 日，位于盐城的中国黄（渤）海
候鸟栖息地（第一期）成功列入《世界遗产
名录》。今年以来，摄影师们不断有惊喜发
现——黄海湿地珍禽飞翔

盐阜大众报报业集团 刘华东
（编辑：李强 王玉洁）
洪泽湖畔，跨越 73 年的“团聚”

淮安日报 杜勇清 吴涔雪（编辑：杨青）
（1）扼住命运咽喉的勇士——记涟水县脊髓
损伤者希望之家创办人、民营企业家吴春宝（上）
（2）照亮生命航程的灯塔——记涟水县脊髓损
伤者希望之家创办人、民营企业家吴春宝（下）

淮安日报 周洋 刘海峰 朱昭卓
（编辑：曾宪振 李培娟 李亚）
为了带烈士“回家” 盱眙县天泉湖镇 14
年寻访 33 座散落民间的无名烈士墓，陆续
迁入烈士陵园

淮海晚报 何剑峰 章勇（编辑：陈华中）

最后一刻 她还在为百姓操心

扬州日报 嵇长青 张旭（编辑：毛建国 孙熙 雷嵩）
江河之恋——扬州教师李立峰一家三口的陕
北支教故事

扬州日报 集体（编辑：集体）
“餐桌标配”为“世界美食之都”加分 扬
州公筷统一标准啦

扬州晚报 杨宝岭（编辑：桂国）
为英雄守陵，此生不改
——记江苏“最美诚信之星”刘华成

连云港报业传媒集团 肖婷婷（编辑：杨青普）
37 年，你的光照亮农家孩子们的世界

连云港报业传媒集团
王雪峰 梁红燕 韩丽娜（编辑：穆海宁）
用爱国企业家理念做实援疆工作
——南通团队在新疆伊宁的三期接力

南通日报 康贻华 徐亚华
“禁渔令”执行情况如何、护渔执法还有哪些
短板、全时空监管格局何时形成
——十年禁渔，南通如何“长治久禁”？

南通日报 施晔 唐佳美（编辑：严勇）
在浙江温岭槽罐车爆炸事故现场救人的南通
小伙找到了。昨天下午，24 岁的黄鑫林接
受本报记者采访时一直强调——
灾难猝然而至，救人是我的本分

江海晚报 周朝晖 赵勇进（编辑：陆抒）
疫情防控、物流运输、用工招工……
有困难，找“驻厂员”

泰州日报 顾海燕 刘昊宇（编辑：高加平 张虎林）
医生儿子驰援武汉，一直瞒着父母
一场视频电话戳穿这家人彼此善意谎言

泰州晚报 顾和平（编辑：李静 冉洪斌）
老骥战收官——脱贫攻坚战中的宿迁老干部
群像

宿迁日报 徐海涛 傅美丽 高凯
（编辑：傅美丽 阮兴军）

“长”守河湖水清澈
——解读河长制湖长制“宿迁样本”

宿迁日报 田庆伍 高云龙（编辑：严斐）
都不想离自家近，南京小区垃圾分类房“难
产”待破局

现代快报 潘荣 赵丹丹
捕鱼达人变身护渔先锋

江苏法制报 施为飞（编辑：施琛耀）
时隔廿二年，抗洪英雄再参战

江苏电力报 李堃 张振华



嫦娥五号探测器成功发射

江苏力量持续助力探月工程

江苏科技报 何佳芮 葛思佳 夏文燕
(编辑: 葛思佳)

江苏民政 56 人养老服务队驰援武汉

江苏老年周报 杨余德 (编辑: 徐炎)
谢秀荣: 为抗疫一线勇士添衣添防义不容辞

江苏工人报 朱波 (编辑: 李南星 张倩)
一所校润养一座城

南通大学校报 徐凌 (编辑: 陈妍)

评论 (12 篇)

宁可备而不用 不能用而无备

新华日报 魏晓敏
把不确定性变成确定性

靖江日报 周俊 (编辑: 何旭耘)
云端下, 服务基层“铁脚板”不能丢

苏州日报 吴湘人 (王伟氏) (编辑: 弓玺)
因善而美的城市更有温度

无锡日报 朱重阳 (编辑: 于井泉)
构建新发展格局 需要新发展速度

常州日报 虞圣强 (编辑: 陆文文)
问计于民, 有问还要有“答”

盐阜大众报业集团 孙凤志 (编辑: 王妮娅)
“含绿量”就是“含金量”

淮安日报 杨尚 (编辑: 王静)
莫拿“不为”当“无为”

连云港报业传媒集团 戴作仁 (编辑: 王进文)
而今迈步从头越

——论深入学习贯彻习近平总书记视察江苏
重要讲话指示精神

南通日报 集体 (编辑: 集体)
要有不服输的血性和担当

泰州日报 王长中 (编辑: 王长中)
用创新助力脱贫攻坚

宿迁日报社 吴劲涛 (编辑: 阮兴军)
在疫情大考中上好【三堂课】

盐城师范学院报 李健明 缪磊 (编辑: 徐苏阳)

系列报道 (16 篇)

《“疫”见未来》系列

扬子晚报 黄建国 石小磊 曹卢杰 于丹丹
薄云峰 徐郁华 季宇轩 (编辑: 王文坚 黄建国)
长江大保护 江苏水利在行动

江南时报 杜立明 张东海 尹丹丹 殷文静
(编辑: 杜立明 殷文静)

决战决胜·乡村行

乡村干部报 集体 (编辑: 王书明)
聚焦“昆台融合发展”系列报道

昆山日报 史赛 李传玉 张田
(编辑: 孙亚美 茅玉东)

抗疫一线·走进南京“小汤山”

南京日报 查金忠
“共抓大保护、不搞大开发”长江禁渔调查
报告

无锡日报 徐兢辉 唐芸芸 (编辑: 顾潜 于井泉)
“平民英雄厉恩伟”系列报道

徐州日报 曲美慧 (编辑: 陈开泉 谢金忠)
驰援武汉医者日记

常州日报 冯赞 周曙俊 张琨 刘森波 孙艳红
史云奇 卫健宣 (编辑: 陈荣春 陆上早 王党生)

战“疫”·践行初心使命的时代交响
镇江日报 王景曙 王鹏程 朱婕 梁和峰

胡冰心 陈志奎 (编辑: 吴斌 周钊 马坚)
“迎接盐通铁路开通, 开启现代化新征程”
系列报道

盐阜大众报业集团 郑岁寒 陈和洲 夏恒瑾
(编辑: 陈云 周湛军 王妮娅)

扬企危中寻机经、经“疫”求“经”系列报道
扬州日报 拾景炎 孙炎 石默然 陈高君 嵇尚东

(编辑: 集体)
“百岁老人的小康生活”系列报道

连云港报业传媒集团 杨济泽 黄威 袁春梅
武娜 侍敏 徐誉宁 陈兵 (编辑: 张芹)

“跨越‘数字鸿沟’关爱银发一族”系列报道
江海晚报 集体

(编辑: 陈黎 高磊 王政 李维)
让致富花开得更艳——乡村微调研系列报道

泰州日报 张建兰 钱建虎 钱宏斌 高加平
顾日升 张熳 谢荣 (编辑: 高加平 张虎林)

小康“宿”记系列 (10 篇)
宿迁日报社 集体 (编辑: 集体)

疫情后行业展望: 挑战与机遇系列报道
江苏经济报 耿文博 曾伟 俞航 刘菁

朱彬彬 (编辑: 王小琴 汤学平 尹颖)

重大主题策划 (5 篇)

“决胜全面小康”新华报业全媒体行动
新华日报 集体 (编辑: 双传学 顾雷鸣)

九九为功
扬子晚报 李军 刘璞 陈太云 陈都

(编辑: 王文坚 薛兵 吴剑飞)

纪念抗美援朝 70 周年特别报道

南京日报 紫金山新闻客户端 集体
“打好污染防治攻坚战”系列一线调查
宿迁日报社 李尚程 徐其崇 汪学飞 孙军贤
(编辑:集体)

武汉战役特别报道

现代快报 梁波 郑春平 张星 朱俊骏
(编辑:赵磊)

专栏(4篇)

江东时评

新华日报 李扬

“交汇点·江苏 24 小时”

交汇点 庾康

江苏文脉

现代快报社 郑春平 孙兰兰 白雁 胡玉梅 郑文静
96466 故事苏州 姑苏晚报 集体

三等奖

消息(81篇)

武体中心方舱医院“休舱”

“江苏队”治愈 436 人获赞

新华日报 王世停 王拓 王子杰
(编辑:黄建伟)

美国商务部前部长卡洛斯·古铁雷斯:
帮世界度过当前危机应铭记运河精神

新华日报 王宏伟 冯圆芳(编辑:陶宇东)
拆除、出售的工人文化宫须恢复
我省出台《指导意见》,强调工人文化宫公益服务性职能

扬子晚报 黄建国 曹卢杰(编辑:宋学伟)
江苏在全国率先推出退役军人专属自主就业
创业平台

扬子晚报 黄凤(编辑:李军 时力强)
85 岁院士来宁创业只因还有一个梦想

南京晨报 端木(端木传涛)(编辑:吴旭渤)
如何更好推进南京垃圾分类立法
首次!人大常委会“会场”开到“现场”

南京晨报 周敏(编辑:丁晓斌)
南京交通明年实现全员 5G 执法

江南时报 孙海燕(编辑:钱海盈)
中国应对疫情给国际投资者带来巨大信心
星巴克投 9 亿元在昆建产业园为美国 500 强
企业今年在华投资首个产业项目

昆山日报 李传玉(编辑:孙亚美)

“双链”平台助力构建链式化产业格局
我区打通产业链上的供应链,130 家企业、
200 多个名优产品有效对接

海门日报 刘海滢 吴永生(编辑:周美琳)
贴着“身份证”揣着合格证
我市驰援黄石农产品驶上“制度轨道”

东台日报 张一峰 袁江(编辑:袁效川)
奋斗 25 天这支“江苏战友送别最后一批患
者武汉体育中心方舱医院正式休舱

南京日报 刘晓
今年首个商品房项目昨天开盘,根据新规——
留出 67 套人才房 人才优先进场挑

南京日报 顾小萍(编辑:李谦)
(肩)我市江豚保护见成效
(主)好消息!长江里多了四五头小江豚

南京日报 孙琳(编辑:李芳)
《辞海》时代新词浓缩南京“十年巨变”

南京日报 王婕好
南京自然湿地保护率跃居全省第一

金陵晚报社 孙琳(编辑:李芳)
可转债上市首日遭减持 谨防大股东套现“割韭菜”
大众证券报 刘扬

工地上考出了硕士研究生

苏州日报 王安琪(编辑:高岩 缪伟民)
昆山获批全国金融改革试验区

苏州日报 朱新国 占长孙(编辑:王乐飞)
洋山港进口货物 太仓港直提

苏州日报 顾志敏(编辑:王乐飞)
员工申评“高级” 民企自主“搞掂”

苏州日报 王英(编辑:黄亮)
苏州国际商事法庭第一案落槌

苏州日报 邹强(编辑:高岩 王芬兰 周侗)
“苏州经验”迅速推广全国

姑苏晚报 徐蕴海(编辑:金追峰)
九旬老人多年“被死亡”

姑苏晚报 大翠(王可)(编辑:沈红娣)
苏州 3671 户渔民退捕太湖

姑苏晚报 高岩 高骥 高明(编辑:陈兆帅)
1 元菜、特价菜来哉

姑苏晚报 胡毓菁 张杰(编辑:沈红娣)
全国首宗“双信地”模式商住地签约

太仓市融媒体中心 周斌 肖朋
(编辑:刘少树)

常熟企业联合研制“定海神针”

常熟市融媒体中心 陈燕
(编辑:潘轶斐 巴泽民)



还湖 3174 亩，为太湖增加生态容量

无锡日报 蒋梦蝶（编辑：卢晶）
网络招聘会“流量”虽高成交偏低

无锡日报 赵晖（编辑：于井泉）
用电排行榜折射无锡产业结构成色

无锡日报 周晓方（编辑：于井泉）
公益保护提示函按下鱼塘填埋暂停键

江南晚报 任蓉蓉（编辑：周震 葛明）
40 年水上过驳作业退出历史舞台

江南晚报 蔡佳（编辑：周震 朱琰）
无锡法官当起了“淘宝主播”，直播“卖”
厂房一战成名

江南晚报 金恬伊（编辑：龚家惠 俞纯）
全国首创！无锡推出知识产权混合险

江南晚报 刘娟（编辑：薛亮 丁晴）
退役档案丢失半个多世纪
江阴 87 岁老兵身份终获确认

江阴日报 顾炯（编辑：刘晓）
江苏森茂在美打赢木地板反倾销诉讼
为我国首家获胜的地板外贸企业

宜兴日报 王凌珏
（编辑：徐达 张云芳）

不动产登记下沉基层
让群众不再“向上跑”苏北地区第一本由基层所办理的农房农宅不动产权证书

徐州日报 刘作霖 原小影（编辑：张琦）
打通农村水治理的最后 100 米
我市推进乡镇污水处理厂满负荷运转

徐州日报 甘晓妹（编辑：张琦）
淮海经济区四省四市共同建立服务云平台不动产登记

“跨省通办”首证在徐颁发
徐州日报 吴云（编辑：罗童恢）
今年省属国企混改“第一单”落地

徐州日报 秦建莉（编辑：罗晓辉）
我市全面清退 P2P 网贷法人机构

常州日报 刘川芬 张琛（编辑：严国荣）
16 年来，法官每月跑银行“执行”

常州日报 庄奕（编辑：芮伟芬）
847 名接受观护帮教者无一人重新犯罪

常州日报 童华岗 周茜 夏丹
（编辑：虞圣强）

“常州三招”被国务院扶贫办广泛推广
常州日报 孙东青（编辑：王党生）
“我们就想让武汉医务人员吃上好吃的大米”

常州晚报 吴燕翎（编辑：唐欢）

一份职工提案，获联合国开发计划署认可

武进日报 鞠燎原 徐维庆 方雪梅
（编辑：陆卓 张丽）

国内首座“邻利型”垃圾发电厂全新亮相

武进日报 沈澎澎 诸丽琴
（编辑：陆卓 张丽）

专利侵权技术鉴定有了服务规范 我市发布全国
首个地方标准，为知识产权保护提供技术支撑

镇江日报 朱婕 黄莉 夏莉
（编辑：王鹏程 马坚）

我市建成国内首个“5G+ 千兆宽带”共享机房
镇江日报 朱婕 王亮

（编辑：张涛 吴斌）
课题研究破解农产品销售难 “消销”结合
拓展“戴庄经验”

镇江日报 陈志奎 王小平
（编辑：刘兰明 吴斌）

百岁老人千古，后人重信守诺凌秀英子孙冒雨
为无名烈士扫墓

京江晚报 李国平 曹海滨（编辑：张蓉）
射阳一农村产权交易创下三个“全国之首”
区块链技术助力农村生产要素高效流动

盐阜大众报报业集团 黄露 孙凤志
（编辑：周湛军 龚坚）

全国首单地理标志被侵权损失险落地盐城
人保财险盐城市分公司为“东台西瓜”提供
160 万元保障

盐阜大众报报业集团 陈远远 曹恒锋
（编辑：王晓烨 曹恒锋）

大学生发微博寻所撞车主、小学生撞车留
23 元道歉——

两张暖心字条见证文明诚信之风

盐阜大众报报业集团 陶秋凤
（编辑：李强 张思远）

盐城黄海湿地大丰野鹿荡

入选世界暗夜保护地名录

盐阜大众报报业集团 陆荣春
（编辑：张栩 蒋鑫）

蒙古国捐来的羊肉送给抗疫勇士，他们却又
送了出去——

有一种温暖，是请你喝热乎乎的“羊肉汤”

淮海晚报 傅亭亭 范利军（编辑：刘娟）
淮安小学生设计出“防眼镜起雾口罩”

无偿捐献专利助抗疫

淮海晚报 何剑峰 陆彦平 林圩
（编辑：黄秋怡）

国内首列自动驾驶有轨电车
在淮试跑成功

淮海晚报 李蓉 千石泉 王金媛
(编辑:严姬华)

扬州大厨为战“疫”总攻送“粮草”

扬州日报 集体(编辑:拾景炎 毛建国 曹燕)
“创二代”走进机关部门当起“实习生”

扬州日报 嵇长青 陈晨 陈高飞
(编辑:集体)

原定5名“功臣”为何缺额3名?

扬州日报 吴生锋 吴忠祥
(编辑:拾景炎 毛建国 曹燕)

“拾荒留学博士”15年扶出3名大学生

扬州晚报 孟俭(编辑:袁益民 桂国)
五年封填“深水井”408眼守护地下水源

连云港报业传媒集团 李慧
(编辑:杨青普)

亿亩盐碱地有了港城“粮芯”

连云港报业传媒集团
戴作仁 王文 王宝祥(编辑:贺耀堂)

“这是我最好的生日礼物!”80岁奶奶捐
出寿宴钱资助10名大学生

连云港报业传媒集团 朱萍 李帅 梁红燕
(编辑:陈婕)

驰援武汉雷神山医院建设,我市一企业十万
火急复工生产——

“再难,也要完成任务”

南通日报 周朝晖(编辑:周陆培)
外国医师在通长期行医怎么办
首张“派司”颁发 我市实现零突破

江海晚报 李波 印思奥(编辑:陆抒)
国家应急审批品种西维来司他钠获批
国内首个可用于改善新冠急性肺损伤药品上市

泰州日报 谢荣(编辑:杨照民)

我市发布《公勺公筷使用规范》地方标准
泰州晚报 李益君(编辑:高裕明 李静)
九旬抗战老兵助学遭婉拒,结局却很暖心 姜堰盲人女孩:留给比我更需要帮助的人

泰州晚报 唐春杰(编辑:高裕明 张翠红)
宿迁先行先试“革”除“如厕难”

宿迁日报社 张云 蔡静静(编辑:朱红川)
让战“疫”无后顾之忧(引)

宿迁为12319名村干部送上关爱保单(主)

宿迁日报社 葛明 王晨 张行(编辑:朱泓宇)
无锡法院全国首用“物联网电子封条”

江苏法制报 陈坚(编辑:施为飞)

小麦诱变育种打造扬辐麦“王国”

江苏农业科技报社 李渊(编辑:李渊)
“临时党小组”带回3092只口罩

江苏电力报 申甲雁
在趣味探究中学法尚法——常熟实小法治课
登上“学习强国”平台

关心下一代周报 张玫莹(编辑:张玫莹)
《CHINA DAILY》刊文推介 我省困境儿童
“四色保护法”

江苏老年周报 黄贤娟(编辑:杨余德)
长征五号B运载火箭首飞成功校友胡旭东担
纲“01”指挥员

东南大学报 唐璐(编辑:丛婕)
“我相信爱能够抚慰心灵”

江苏大学报 吴奕(编辑:程宸)
传承救死扶伤精神徐州医科大学赤脚医生博
物馆建成开馆

徐州医科大学报 汤双平(编辑:陈丽)
我校研发出可重复使用的“膜法口罩”

南京工业大学报 张金凤(编辑:杨芳)

通讯(67篇)

32载接力支教,小凉山遍开“索玛花”
——记江苏“时代楷模”海安市宁蒗支教教
师群体(上)

拓展“支教+”,续写“山海之约”新传奇
——记江苏“时代楷模”海安市宁蒗支教教
师群体(下)

新华日报 集体(编辑:黄建伟)
南通首例“无症状感染者”昨康复出院
“隐匿传染源”是怎样发现和切断的?

扬子晚报 郭小川(编辑:马嘉)
转运肺源,没赶上去郑州的列车
医生无奈在车站大喊“谁能帮我”

扬子晚报 季娜娜(编辑:陈迪晨 林昀)
南京绿水湾一段河岸刚整治好又被挖开

南京晨报 卢斌(编辑:郝建荣)
运用心理科学技术化解“心中结”,架起“连
心桥”,激发“心能量”

合兴村走出社会治理“心路子”

海门日报 陈松(编辑:沈若男)
来了两个好书记 结上一门好亲戚 走上绿色
发展路

同明村两年从“倒数第一”跑到“正数第二”
东台日报 张一峰 顾礼学 邢成龙

(编辑:朱江)



夫子庙步行街跻身“国家队”的背后

南京日报 杨欣 曹丽珍

专为准留学生们开设特殊思政课，要把南京
“和平种子”撒向世界

“行前一课”，打好中国人的底色

南京日报 钱红艳

“十年磨剑”，为了今天

——写在南京生活垃圾强制分类全面实施之际

南京日报 李芳 顾小萍（编辑：李谦 吕强盛）
小西湖，风景旧曾谙

周末报社 王迅（编辑：袁培培）

88岁小脚奶奶开心玩一把5G直播

现代家庭报社 左元（编辑：张皖春）
创业板注册制首秀抢眼

大众证券报 陈慧

八旬老人“花坛问政”

主管部门及时回复

苏州日报 方方（方勇）张丫（张伟）

（编辑：高岩 王芬兰 周倜）

苏州姑娘南北坡“双登”珠峰

姑苏晚报 张黎丽（编辑：陈兆帅）

吴江渔民“消失”一天一夜 竟是带着快艇
去安徽救了120多人

吴江日报 蔡铭越（编辑：杨浪）

共建一个工业园 共筑一条小康路

——吴泗两地携手作答南北区域共同发展的
时代命题

吴江日报 黄明娟（编辑：刘立平）

数字化时代，请拉一把“掉队”的老人

太仓市融媒体中心 周琦 王倩

（编辑：刘少树）

爱的“约定”

张家港市融媒体中心 李敏 王怡心

（编辑：褚新意）

一个“夹缝村”的绿色变迁

无锡日报 唐芸芸（编辑：于井泉）

看“远景”如何跨界造口罩

无锡日报 徐兢辉（编辑：于井泉）

跨市同名村：“一家亲”拥抱“一体化”

无锡日报 邵旭根（编辑：卢晶）

社会资本介入非遗传承，惠山泥人厂股权转让

江南晚报 孙晔（编辑：金钟 葛明）

宋华坤护江记

江阴日报 顾莹 刘晓（编辑：范铮）

蒋小狗替子还债记

宜兴日报 何洁蕾（编辑：贾俊康 张云芳）

“海归”养牛记

徐州日报 胡明慧（编辑：宋继业）

“商量”出来的新房子

徐州日报 李宁 刘作霖（编辑：宋继业）
让3523名脊柱侧弯患者挺直脊梁

常州日报 黄钰 周菁（编辑：王党生）

他们只做了6天的夫妻，她却用了71年来
怀念

常州晚报 吕亦菲（编辑：徐洁 唐欢）

我市试点吸纳外卖小哥参与社区网络管理

常州晚报 汪磊（编辑：陈征）

捐出眼角膜，是这位“美德少年”最后的奉献

常州晚报 吴燕翎 殷丽萍

（编辑：王云华）

嘉泽八旬老人自办家门口的“文明驿站”

武进日报 王宁（编辑：陆卓 张丽）

前两年的短板，今年缘何“三增长”？

镇江日报 朱婕 秦锐文

（编辑：徐肖东 周钊）

借力帮扶闯市场，用好政策造饭碗，这一年
大吕村收获满满

——年终账单上的“脱贫后”之路

镇江日报 梁和峰（编辑：周钊 王鹏程）

丹阳延陵行宫村复垦还田，为何总是臭味熏
天？近百亩取土坑竟成垃圾填埋场

京江晚报 曹海滨（编辑：王爱敏）

如何打好生猪稳产保供战？

——来自生猪养殖大市盐城的一线调查

盐阜大众报业集团 陈兴亚 李志宏

（编辑：邵建华 邓兆冲）

我市连续7年举办返乡创业大赛——

一场大赛，如何激活“归雁经济”？

盐阜大众报业集团 黄露

（编辑：周湛军 章芸芸）

草莓滞销 大户愁上眉梢 雪中送炭 书记帮解
难题

淮安日报 李明稳（编辑：蒋斌 李亚）

因“相思”定“情缘”到付出“真情”

一个英国人的淮安之恋

淮海晚报 周熔熔 左文东（编辑：刘娟）

奏出幸福乐章

——音乐“达人”刘纪黄老人的快乐生活

淮海商报 傅亭亭（编辑：郎钟鸣）

“李佳琦”们，能批量复制吗？

扬州日报 楚楚

（编辑：拾景炎 毛建国 郑岑）

喜看宁镇扬一体化“写意画”变成“工笔画”

扬州日报 邹平（编辑：李峰 刘贺 曹燕）

10多年来，这里村民救了不下50只国宝

扬州晚报 向家富 孟俭 孟德龙

（编辑：袁益民 桂国）

省内多条团队游线路“叫好不叫座”——

应对团队游遇冷 港城旅行社亟待转变思路
求发展

连云港报业传媒集团 徐誉宁

（编辑：王进文）

守护瓷娃娃

连云港报业传媒集团 梁红燕 涂丽丽 穆海宁

（编辑：张芹）

“关爱一线牵”十年续暖流

南通日报 王虹蔚

台湾同胞无偿捐献的骨髓让南通白血病患者
重获新生

一次跨越海峡的生命接力

江海晚报 李波 邵勇林（编辑：陆扬）

我市建成废旧农膜和农药包装废弃物回收处
置体系——

让农田告别“白色污染”

泰州日报 高爱莉 黄康伦（编辑：杨照民）

只要将老妈照顾好，比挣多少钱都开心 姜堰53岁的哥带着瘫痪母亲跑出租

泰州晚报 钱立群（编辑：高裕明 张翠红）

如果救他我死了，70多岁换20多岁，值了！

兴化76岁救人的大爷获天天正能量奖

泰州晚报 胡桂材 华红梅

（编辑：高裕明 张翠红）

宿迁推进强制亲职教育“三全”（全领域推广、
全流程实施、全链条管理）工作模式，为履职
不当的家长开办“补习班”进行家庭教育培
训——有多少“熊家长”需要“回炉”重塑？

宿迁日报 李尚程 徐其崇 杨芹

（编辑：朱泓宇）

为了当年的一口锅、一个多月的留宿、一件
破旧的棉袄、一点萝卜白菜，他开启了一段——60年的寻恩之旅

宿迁晚报 李尚程 裴凌曼（编辑：尚宁宁）

一粥一饭来之不易！记者与农民同劳作，感
受三伏天农耕12小时

现代快报 周明 刘赞 顾闻

在大战大考中交出过硬成果

群众杂志社 包咏菲 张宁 苏群

（编辑：刘忠）

激情苏州：奏响“开放再出发”的时代强音

群众杂志社 曹巧兰 张宁 陈学科

（编辑：包咏菲）

碧血丹心见证“两个人的车间”

江苏经济报社 蔡逸（编辑：汤学平）

区块链技术真实记录农产品安全生产

江苏农业科技报社 李渊 魏薇

（编辑：李渊）

体育中考进行时 倘若没有“指挥棒”孩子
还能锻炼吗？

扬子体育报 杜明晶（编辑：陈德森）

江苏经济稳中向好结构趋优

江苏电力报 集体

确保教育教学“不断线”

江苏教育报刊总社 万娟（编辑：董康）

让“小凉山”索玛花展蕊怒放

关心下一代周报 郭瑞（编辑：邓园）

行走在田间地头的“潘大侠”

江苏工人报 谢丹娜 张昀皓

搬进大山里的研究生工作站

南京农业学报 赵烨烨（编辑：赵烨烨）

永恒的精神 永远的丰碑

南京邮电大学报 闫方（编辑：闫方）

哪怕有一分希望，也要尽百分努力

南京大学报 齐琦（编辑：刘成）

好师多“磨”

南京理工大学报 葛玲玲 张婉宁

（编辑：葛玲玲）

为核反应堆“把脉问诊”的“工人院士”

——记我校校友、中核集团首席技师何少华

南京工程学院报 张文莉（编辑：陈珺涵）

潘映铤：“紫薯第一书记”扶贫记

江苏师范大学报 王艺凡 刘培雯 李卓豫

（编辑：赵悦 王越）

评论（18篇）

把“中国之治”的根基牢牢扎在泥土里

扬子晚报 李军（编辑：龚大中）

坎坷难以避免，迈过即是坦途

南京晨报 仲永（编辑：李君伟）

隔离病毒不隔离爱

南京日报 刘大山

做好三道加法题，让文物活在当下

南京日报 薛巍（编辑：卢咏梅）

一则企业“神话”深藏多少“好活”？

苏州日报 周奉超（编辑：弓玺）



先行村设立“奖学金”是一种远见

姑苏晚报 马也(马玉林)(编辑:卢迎春)
打破垃圾分拣“重经济”惯性

常熟市融媒体中心 金玮(编辑:黄佳)
地摊经济,莫将好经念歪了

江阴日报 夏新炯(编辑:华晔)
每一位劳动者,都是时代的推动者

徐州日报 曲美慧(编辑:谢金忠)
从“两圈交汇”到“左右逢源”

镇江日报 辛平(华翔)(编辑:周钊)
乡村振兴呼唤更多“新农人”

盐阜大众报业报业集团 江汉超
(编辑:陈云 王妮娅)
扶着老人走进“数字时代” 需要每个人温暖的手

淮海晚报 潘晓晔(编辑:陈华中 李传芝)
自律不能成为“稀缺品”

连云港报业传媒集团 王绪波(编辑:杨青普)
在放大格局中展现民营企业自信实力担当

南通日报 周建江(编辑:陈璟)
带的是货 暖的是心

宿迁日报社 傅美丽(编辑:任照青)
化危为机也是一场大考

群众杂志社 群仲平(苏胜利)(编辑:苏胜利)
大力弘扬科学家精神

江苏大学报 陈学庚(编辑:吴先琳)
让我们紧握时代发展机遇

南京信息工程大学报 于杰(编辑:吴琪琼)

系列报道(21篇)

匠心传承 最美非遗——南京非遗保护传承系列

南京晨报 孔芳芳(编辑:吴旭渤 杨云伟)
从张謇故里感知张謇精神系列报道

海门日报 陆新华 刘海滢 陆漩波 施莉莉
(编辑:王雁玲 沈若男 杨阳)
社区战“疫”观察

姑苏晚报 集体(编辑:许建明 王惠其)
扎实推进长三角一体化发展的“太仓作为”

太仓市融媒体中心 集体(编辑:顾怡 刘少树)
美丽常熟 千村美居

常熟市融媒体中心 俞益民 曹伟锋
(编辑:巴泽民 瞿晓路)
徐州融合教育系列报道

徐州日报 甘晓妹 肖慧(编辑:谢金忠)
走向我们的小康生活——“老乡”蝶变故事会

镇江日报 集体(编辑:吴斌 马坚 周钊)

来自驰援武汉医疗队的报道

盐阜大众报业报业集团 孙凤志 姚梦
(编辑:邵建华 杭为民)
“见证全面小康·红色村镇小康之路”融媒体行动

淮安日报 集体(编辑:集体)
疫情带给我们的改变

淮海晚报 黄秋怡 刘晓兰 孙婧 杨丹丹
王夏禹(编辑:陈华中 刘娟 李传芝)
长江“净塑”系列报道

扬州日报 孟俭(编辑:集体)
病房日记系列报道

连云港报业传媒集团 庄婷婷(编辑:集体)
爱心助学款调查系列报道

连云港报业传媒集团 李国瑞
(编辑:徐芳)

海安“舅舅”,最亲的亲人支教小凉山

雪域格桑花,希望的种子茁壮成长

西部支教,为脱贫攻坚注入“南通力量”

南通日报 郭亮 沈樑 朱晖斌 叶国
朱蓓宁 彭军君(编辑:集体)

“脱贫致富 村村有‘路’”系列报道

宿迁日报社 集体(编辑:集体)
“林深也知处”系列报道

宿迁日报社 李尚程 徐其崇 顾园园 杨芹
仲文路 汪学飞 孙军贤(编辑:集体)
问策长江经济带

现代快报 集体(编辑:郑春平 张星)
稻价下行,大户何去何从

江苏农业科技报社 李渊
解锁小康先行者江苏的电力密码

江苏电力报 刘泊静 谢文川 沈伟民 郭晶 黄蕾
以科技创新激活长三角一体化发展

江苏科技报 夏文燕 何佳芮 葛思佳
(编辑:何佳芮)

首启省级视导“把脉”高中教学系列报道

江苏教育报刊总社 陈瑞昌 汤文清
(编辑:董康 王艳芳 邢田恬)

重大主题策划(4篇)

“奋斗者”号

无锡日报 江菊敏 傅存良 钱英洁 贺黎骅 高飞
(编辑:吴晓亮)

“人民的好公仆”罗启培专题报道

徐州日报 王建 曲美慧 沈扬 许晨 许春明
(编辑:谢金忠 李辉 张琦)

策划：“带动大多数、不落极少数”走上小康路
 常州日报 赵鹤茂 周瑾亮 李金堂 唐秋冰
 马浩剑 徐蕾 王可人（编辑：陆上早）
 建设幸福城市，我们这一年
 泰州日报 集体（编辑：张熳 张虎林）

专栏（5篇）

紫金山观察 南京报业传媒集团 戴六华 杨凡

写在大地上的历史

江南晚报 金钟 周洁

2020 我们决胜全面小康——奋斗者说

镇江日报 刘兰明 梁继业 周迎 李鸳

文昌新语

扬州日报 李继业 周明涛 李峰 毛建国 郑岑

彭城新语

徐州报业传媒集团 曹建

2020 年度江苏省好新闻(新闻摄影)获奖目录

一等奖（6件）

疫情下的国家公祭日

南京日报社 崔晓

武汉，一起并肩作战！江苏第三批援湖北医疗队出征

现代快报 施向辉

三轮车里的“小课堂”

宿迁日报社 杨群

“最后”的坚守

新华日报社 万程鹏

姑苏八点半 舒心夜相伴

新华日报社 余萍

“社区公交超市”让居民购物不出小区

靖江日报社 朱其

二等奖（9件）

看看南京长江五桥是怎么建成的

南京日报社 徐琦

江苏苏宁易购队夺冠

新华社江苏分社 李博 许畅

渔网“接上”互联网 探秘“不眠网红镇”

新华社江苏分社 李雨泽

嶂山村 30 名特殊村民享受免费午餐

镇江日报社 文雯

一人一凳一饭

南京日报社 段仁虎

服役 21 年“华夏第一站”昨起拆除

靖江日报社 盛义

武汉·新生

现代快报 顾炜

战“疫”殉职英雄回家

盐阜大众报 王亚洲 李思远

34 年的水上行医路

宿迁日报社 冯良升 冯笑

三等奖（13件）

新疆夫妇在江苏 学种月季谋致富

新华社江苏分社 季春鹏

安徽当涂南圩决堤 与之相连的高淳胜利圩组织群众撤离

南京日报社 徐琦

长江禁渔 渔民上岸“实地”就业

镇江日报社 文雯

苏陕扶贫协作成效显

南通日报社 许丛军

五峰山长江大桥建成运营 连淮扬镇铁路全线开通

镇江日报社 谢道楹

终于认识你

新华日报社 万程鹏

隔空比“心”

宿迁日报社 陈少帅

鲜花拥抱迎考生

都市晨报 刘冰

英文直播销产品

淮安日报社 赵启瑞

乐在棋中

盐阜大众报 周晨阳

最高礼遇 致敬英雄

现代快报 吉星

最后一捕

宿迁日报社 尹修广

穿越太湖 别样“彝年”

无锡日报 薛中卿 陈菁菁

2020 年度江苏省好新闻(副刊作品)获奖目录

一等奖 (8 篇)

散文

遗嘱里的爱情

扬子晚报 申赋渔 (编辑:王睿)

报告文学

村里来了第一书记

乡村干部报 林华维 (编辑:王书明)

红色热土·蓝色梦想

连云港日报 王雪峰 涂丽丽 梁红燕 耿晓晨

(编辑:钱春媛)

聚是一团火——武汉战疫江苏团参战剪影

新华日报 周桐淦 (编辑:薛颖旦 顾星欣)

通讯

杜甫圈粉全世界:对话 BBC《杜甫》主持人
迈克尔·伍德

现代快报 白雁 张焱仟

(编辑:杜逊贵 白雁)

千问千寻大运河系列报道

新华日报 于锋 冯圆芳 傅秋源 王宏伟

陈洁 徐宁 王慧 (编辑:薛颖旦)

评论

不要搞虚无的历史文化背景墙

镇江日报 滕建锋 (编辑:笪伟 花蕾)

“脱虚向实”,何为现实主义之“实”

新华日报 顾星欣

(编辑:薛颖旦 傅秋源)

二等奖 (15 篇)

散文

一闪一闪亮晶晶

常州日报 夏秋雨 (李歆生)

(编辑:谢雪梅)

“我正在送快递……”

扬州晚报 俞继东 (编辑:陈爱东)

近水远山沧浪亭

苏州日报 安琪 (高琪) (编辑:宋治国)

李汝珍和他的哥们儿

连云港日报 张晓敏

(编辑:王成章)

老公,请别让女儿叫我“干妈”

乡村干部报 苏婷 (编辑:聂伟)

通讯

对话北斗三号卫星导航系统总设计师陈忠贵

扬子晚报 杨甜子 (编辑:陈申)

最后一批渔佬儿

江苏法制报 宋世明 汪彦 马强

(编辑:吴东平 刘敏)

南京:中国唯一跨越江南江北的古都

南京日报 卢海鸣 邢虹

(编辑:蒋海燕 储笑抒)

历时半世纪的考古即将收尾 土山汉墓读不尽
的历史大书

徐州日报 张瑾 (编辑:罗小辉)

报告文学

千秋之光

盐阜大众报 徐向林 陈拥军 陈李金

(编辑:章芸芸)

生日——一群扬州逆行者的生日故事

扬州日报 丁云 李蓉君

(编辑:李继业 周明涛 李峰)

34 篇 5 万余字,记录“苏”字号国家队的
方舱战疫——一个后方医生的前方救援日记

新华日报 周浩

(编辑:薛颖旦 冯圆芳)

特写

南京大屠杀史研究六十年

扬子晚报 臧磊 (编辑:臧磊)

评论

当心“不讲武德”正在影响年轻人

苍梧晚报 王雪峰 (编辑:穆海宁)

从仝某事件看明星直播翻车

扬子晚报 冯秋红

(编辑:吴剑飞 张楠)

三等奖 (18 篇)

散文

那年,我成了“路二代”

南京日报 王绍凯 (编辑:蒋海燕 王峰)

空号

泰州晚报 王大锤 (编辑:孙剑 陈大志)

英姿回家

扬子晚报 周桐淦 (编辑:华明玥)

乡村线装书

宜兴日报 陆一新

(编辑:郑钊 谢渴望)

张岱:我凡尔赛,我不快乐

现代快报 白雁 (编辑:左娜)

这是最好的课堂

新华日报 雷文 (编辑:冯圆芳)

通讯

怒放的戴安娜

现代家庭报 左元 (编辑:张晓春)

曲阳,书写春秋

苍梧晚报 王雪峰 于海洋 张晓敏 王旭

(编辑:吕兰芳 詹俊之)

心性成就的香味

宜兴日报 俞臣 (编辑:徐沐明)

文化盛事,张扬城市个性

无锡日报 韩玲 陈菁菁 张月 马晟

(编辑:于海燕)

疫情防控入户排查日记

常熟日报 蔡耀国 (编辑:顾鹰)

我的“跑腿日记”

常州日报 景晓黎 (编辑:谢雪梅)

文学创作的兴化现象

现代快报 王凡 毛晓华 陈曦 尹有文

(编辑:杜逊贵 陈曦)

评论

纵人之过也是过

江苏工人报 汪金友 (编辑:柳再义)

栀子花、茉莉花:语言障眼法的艺术形容

扬州日报 明光 (编辑:胡敏 李蓉君)

看见他们,看见更多年轻人的成长

南京日报 解悦 (编辑:蒋海燕 解悦)

实体书店与网红路线

江苏经济报 韩浩月 (编辑:王小琴)

直播间里起风波,“喊麦”如何再塑造自我

新华日报 吴雨阳 (编辑:顾星欣)

2020 年度江苏省好新闻(新闻版面)获奖目录

一等奖 (8 件)

《新华日报》11月12日 T2-T3 集体编

《新华日报》11月15日 T1-T4 集体编

《现代快报》5月28日 A8版

王娟 王磊 编

《扬子晚报》2月12日要闻 A1版

王萍 时力强 王亚男 编

《南京日报》6月16日 A6版

李谦 王雪梅 李梦昕 编

《无锡日报》11月11日 6-7版

傅存良 梁国利 杨足 编

《扬州日报》3月22日 2-3跨版

集体编

《徐州日报》12月12日 06-07版

集体编

二等奖 (15 件)

《新华日报》4月14日 T7 周贤辉 张迪 编

《无锡日报》9月3日 T1-T4

韩玲 任然 (于海燕) 李湛盼 (李峰) 编

《乡村干部报》3月13日 1版

王书明 聂伟 沈东 编

《江苏工人报》6月15日 4版

艾臻 编

《南京晨报》5月26日 A1版

杨云伟 舒君 编

《苏州日报》12月3日 A04-05版

高岩 芮斌 胡建益 编

《镇江日报》4月13日 T1-4

翟志伟 方舒 李驾 编

《南通日报》11月15日 A1版

严勇 刘玉容 编

《宿迁日报》5月5日 A1 版

严斐 张佩 编

《淮安日报》11月8日 A1 版

蒋斌 李亚 曹婷婷 编

《盐城晚报》11月12日 A01 版

陆辉 张思远 编

《常州晚报》1月23日封面

羊文欣 房东坡 编

《昆山日报》11月24日 T1,T4 集体 编

《靖江日报》12月28日 B4 版

王平 朱其 李元钰 编

《常熟日报》7月1日 01 版

瞿晓路 陈舒婷 编

三等奖 (18 件)

《现代快报》2月22日 A1 版 左娜 编

《扬子晚报》7月24日 A1 版

马嘉 林昀 王亚男 编

《江南时报》12月25日 A05 版

钱海盈 编

《江苏经济报》11月7日 A1 版

侯力明 王小琴 杜朝强 编

《江苏科技报》10月28日 A16 版

鲁严 编

《江苏法制报》3月17日 要闻 1 版

蒋春梅 编

《关心下一代周报》12月25日 A2-A3 版

集体 编

《连云港日报》12月12日 2-3 版

陈炜 刘冰冰 王雪梅 编

《金陵晚报》2月14日 01 版

姚媛媛 王华 王玉纯 编

《姑苏晚报》8月29日 A01 版

王惠其 俞磊 编

《江南晚报》9月23日 A4-5 版 周洁 编

《扬州晚报》12月32日 A1/A16

肖德林 王子明 胡开福 编

《泰州晚报》9月13日封面 刘海吟 编

《宿迁晚报》10月29日 2 版、15 版

集体 编

《淮海晚报》9月5日 A4 版

于腾龙 刘娟 编

《都市晨报》1月9日 8-9 版

厉洪亮 梁鸣 编

《海门日报》11月9日 A1 版

陈松 沈若男 编

《江阴日报》6月15日 A3 版

王晓敏 徐慧 编

2020 年度江苏省好新闻(新闻漫画)获奖目录

一等奖 (3 件)

别让“别人家的孩子”伤害太深

交汇点新闻 罗杰 (编辑: 孟亚生)

牛咔原创系列海报(牛牛抗疫记、零系列海报)

南京广播电视台 集体 (编辑: 集体)

当心“共享充电宝”“扒光”手机

都市晨报 张璐璐 (编辑: 黄剑华)

二等奖 (7 件)

协力破解“码迷宫”

新华日报 罗杰 (编辑: 陈立民)

“小康图志”系列漫画

新华日报 胡波 朱亚文 曹一 (编辑: 胡波)

满屏广告“关不住”

常州日报 曾钰

(编辑: 车玉 居文芳 虞圣强)

手艺活哪家强, 中国南京找十八坊

现代快报 俞晓翔

霸屏的束缚

都市晨报 张璐璐 (编辑: 黄剑华)

连淮扬镇铁路开通运营

扬州晚报 沈江江

(编辑: 桂国 刘昌云 慕相中)

嗨! 你的幸福记忆上线啦

昆山市融媒体中心 李叶 徐沁

(编辑: 集体)

三等奖 (10 件)

满意度调查岂能“被满意”

新华日报 张永文 (编辑: 杨丽)

手绘长卷致敬江苏时代楷模邱海波

交汇点新闻客户端 朱丹清

(编辑: 孔德信 张超 丁叮)

00

苏州日报报业集团 林叶青

(编辑:王璟晋)

我的小康之路

镇江日报社 方舒 (编辑:夏永奕)

致敬最美逆行者

扬州日报 沈江江

(编辑:詹大云)

漫绘盐城古代名人:范仲淹修海堤

盐阜大众报 吴雨欣

(编辑:周湛军 吴雨欣)

仁者无敌之武汉必胜

姑苏晚报 朱铭宇 (编辑:褚馨)

“无处安放”的头盔

京江晚报 郑海仑 (编辑:王小月)

绿水青山就是金山银山

宿迁晚报 毕传国 (编辑:毕传国)

复工复产,注重防范疫情于未然

淮安新闻网 李海娇 金鑫

(编辑:白留伟)

2020 年度江苏省好新闻(网络作品)获奖目录

一等奖(9件)

页(界)面设计

一河千年韵古今——百米长卷看大运河融媒体专题

中国江苏网 集体 (编辑:双传学 陆峰)

新闻访谈

黄金时间—政策落实:畅通“最后一公里”

荔枝网 集体

文字评论

弘扬“蒙古马精神”,奋力“闯”出新天地
荔枝网时评

荔枝网 王石川 戎丽娟 (编辑:集体)

新闻专栏

龙虎漫评

龙虎网 李冀 欧阳辉澜

李百良 张玲 苏芮 曾姝颖

新闻专题

老外战“疫”记

新华报业网 孙庆

吴昌红 李宗长 朱娜 刘浏 陈澄 付岩岩
全面建成小康社会“百城千县万村调研行”
主题采访报道活动

荔枝网 集体

“三明实践”主题报道

现代快报网 集体

少年志·e成长

扬子晚报网 王璟 王雪瑞 李晨 王颖 范林珍

(编辑:王文坚 刘大颖 吴剑飞)

2020 网络公益微行动—小康路上,爱心云屋

苏州市广播电视总台 集体

二等奖(17件)

文字消息

助力抗疫:南通民企赴塞尔维亚生产 4400
万只口罩

中国江苏网 戴军农 曹敏

(编辑:双传学 陆峰)

江苏高速服务区冲上热搜!网友:看傻眼了...

我苏网 集体

新闻访谈

《大江奔腾·城市会客厅》系列

南京报业传媒集团 集体

(编辑:戴六华 钱奕羽)

“战疫情、抓改革、保目标、促发展”国资国企系列访谈

龙虎网 集体 (编辑:黄文婷)

页(界)面设计

打卡小康大街 齐晒幸福生活

现代快报网 集体

《记yi2020》大型沉浸式融媒体专题

新华报业网 集体

(编辑:双传学 顾雷鸣 李扬)



文字评论

以劳动者为本，激发源头活水来

名城苏州网 蒋帷方（编辑：邓本奇）
熔喷布不该如此“疯狂”

扬中市融媒体中心 孙静（杨新）
在抗疫“两难”抉择中提升治理能力

中国江苏网 翟慎良 孔婧（编辑：丁倩）

新闻专栏

外国人在苏州

名城苏州网 集体

文艺课

我苏网 集体

新闻专题

90后，出列！ 新华报业网 集体
（编辑：双传学 顾雷鸣 李扬）

苏州小镇崛起两个世界 500 强

名城苏州网 金磊 蒋帷方 黄健 邓本奇
熊曙光 杨学敏 景静怡（编辑：邓本奇）

朋友圈里的徐州——小康徐州

淮海网 尚健飞 庞聪 王剑 刘楠 刘青
闫丹丹 何佳亮（编辑：王剑）

和平的森林——2020 南京和平论坛

南京广播电视台 集体
众·小康——“咱们都是小康发言人”大型
融媒体行动专题

中国江苏网 集体（编辑：戴军农）
声临“疫”境

扬子晚报网 王文坚 陈迪晨 冯秋红 张琳
（编辑：张冰晶 万惠娟 戎毅晔）

三等奖（26 件）

文字消息

凌晨 1 点，常州街头，这 500 碗羊肉面，暖了暖了！

中国常州网 徐博 朱文华（编辑：朱文华）
一场主角缺席的“时代楷模”发布会——著名重症医学专家邱海波仍在武汉抗疫一线

中国江苏网 唐韵（编辑：翟慎良）
刚刚，南京卖出了第一张电影票！国语 2D
《战狼 2》

现代快报网 郑文静

南京发起创作公益海报倡议世界文学之都共同为武汉加油

南京报业传媒集团 邢虹（编辑：王宁芝）

新闻访谈

杨德盛：在朝鲜战场我与杨根思并肩作战

泰州广播电视台 刘芳 冒乃新 刘颖 王娟 徐凡
抗击疫情下的中医力量

江苏省科学传播中心 兰勤 丁冠花 章烁
范中华 何佳芮（编辑：张丽娟 张译丹）

页（界）面设计

名城苏州网——抗疫特别版

名城苏州网 集体（编辑：邓本奇）
点亮小康生活

苏州新闻网 钱芳 高睿 李锴
（编辑：钱芳 叶蕴岚）

格物致知，时光存档——小康博物馆

扬子晚报网 集体（编辑：杨晓梅 徐超妍 卢婧）

文字评论

谨防政务“上线”服务“离线”

中国徐州网 郭依足（编辑：陈强）
江苏“清零”！感谢你，8000 万江苏人！

现代快报网 桃鹿深（路梦映）（编辑：吴嫣然）
为农民工就业注入“三股活水”

扬州网 李悟清（编辑：朱广盛 陈宜展）
【视评】“无健康码”通道让城市更有温度

扬子晚报网 黄凤 时力强（编辑：周嘉楠）
不妨想一想百姓的“过度联想”

新华报业网 孟亚生（编辑：刘庆传 魏晓敏）
后浪入海惊醒谁

南京报业传媒集团 徐静（编辑：陈曦）

新闻专栏

幸福家园

无锡新传媒网

赵晓军 夏言伟 顾泉敏 张瑛 季晓炜
凤城 e 评

泰州新闻网 姜景旸 罗国萍 王魁 袁婷

新闻专题

直击武汉“清零日”最难转运：ECMO 患者的生死之托

现代快报网 是钟寅 顾闻

飞阅扬子江

南京广播电视台 集体

姑苏实验室来了

苏州新闻网 陆晓华 张晓亮 张叶

(编辑: 邹逸凡 沈煜鸣 汪财)

脱贫攻坚·决战决胜 2020

乡村干部报网 车婧

(编辑: 刘世领 刘琮 姜嘉琪)

南京江心洲长江大桥通车短视频专题

南京报业传媒集团

俞凡 杨婧 邢飞月 孟勃翰 卫韬 钱明

(编辑: 俞凡)

战“疫”一线党旗红

张家港市融媒体中心 曹嵘 陆锦芳 李燕 吴克

解码直播之城连云港

连网 昌慧东 王夫成 朱萍 张笑爽 (编辑: 集体)

两手抓 两战赢 常州全力以“复”

中吴网 李华 孙阳 刘佳骏

(编辑: 马凌云 褚广童)

见证全面小康·红色村镇 小康之路

淮安报业传媒集团

何渊 卢化福 陆春涛 干石泉 钱润宇

(编辑: 曹盈 潘永勇 高尚杰)

2020 年度江苏省好新闻(媒体融合)获奖目录

一等奖 (12 件)

消息

跨越 80 多年的守望相助! 南京捐赠抗“疫”

物资驰援拉贝后人

新华日报 田梅 黄欢 (编辑: 任松筠)

短视频新闻

江苏省委书记进村检查疫情被拦下 大爷的
回答有多硬核?

省广电总台 周明 高彦

驻村第一书记当瓜农 村民: 他在这儿干
三五年 我们村就好了!

省广电总台 许宵鹏

姜超楠 戴玲燕 李扬 董晓 刘堃 吴怡

新媒体创意互动

H5 | 新江苏“牵线”, 抗美援朝老英雄离
别 68 年后——云端“重逢”

中国江苏网 集体

(编辑: 双传学 陆峰 戴军农)

你有一封来信请查收!

南京广电集团 李飒 孙健 刘一洪

沈良芸 王鋈 东方 周涛 张鹏

新媒体品牌栏目

暖人间

省广电总台 集体

融合创新

战疫·苏史记

扬子晚报 王文坚 李军 时力强 王亚男 付逸杰

马嘉 林昀 李学 (编辑: 俞杰 张丹 周嘉楠)

听·见小康 | H5

新华日报 集体 (编辑: 双传学 顾雷鸣 李扬)

在中国, 看 Frank 打开长三角“盲盒”

新华日报 顾新东 沈峥嵘 叶真朱娜 谢诗涵

曹凯琪 杨玺 高鑫 (编辑: 双传学 顾雷鸣)

H5 | 一个摄影记者的武汉战疫光影志

现代快报 顾炜 梁波 郑春平 张星

朱骏俊 李艺婷 李卉子

从这面湖奔向那片海

无锡日报报业集团 张军 马正红 王粤海

史春杨 张小杰 王晶 桑佳欣 孙兰兰

今天, 19 辆公交车“大变身”开进小区开
进村……

靖江市融媒体中心 集体

二等奖 (16 件)

短视频新闻

76 岁老爷爷称护士小可爱 出院前忍不住流
泪: 看到你们感觉很亲切

省广电总台 集体

6 小时跟拍, 实录武汉重症病房的“我和你”

现代快报 孙兰兰 顾炜 顾闻

短视频专题

迈克尔的和平“云”课

新华日报 集体

(编辑: 双传学 顾雷鸣 李扬)

一个人的生产线

苏州市广播电视总台

沈玲 吴妤 吕劲波 杨勇 骆晨 严志平 左政
背着《诗经》去流浪

无锡日报报业集团

马正红 王粤海 史春杨 浦恒瑜 蒋洙玮

移动直播

坐着高铁看中国·八天八线八大高铁直播间

现代快报 集体

新媒体创意互动

2020 师说新语

扬子晚报 张琳 王赞 蔡蕴琦 杨甜子 周碧莹
(编辑: 吴剑飞 付逸杰 杨彦)

白衣侠

新华日报 集体 (编辑: 双传学 顾雷鸣 李扬)
“为国宝代言”小程序

省广电总台 集体

新媒体品牌栏目

北京西路瞭望

新华日报 集体

牛咔直播

南京广电集团 集体

融合创新

丁庄的那棵葡萄树

中国江苏网

张妍妍 韦轶婷 毛震佳 厉欣 李笑林
“全球网友举报美军生物实验室”融媒体系列报道

现代快报 郑春平

朱俊骏 周晓翔 徐岑 仇泽雨 任辉 储锋
江苏援湖北医疗队前线日志

省广电总台 集体

地下 23 米的守护

江苏经济报社 江苏电力报 颜杨林 田小东
鞠非 陈蕊 陈春裕 沈文悦 王津 杜海虹
不能忘却的伟大胜利

南京广电集团 集体

三等奖 (24 件)

短视频新闻

暖! 无锡首创“无码”通道

无锡广播电视台

刘虢 贾雷 徐思远 倪烈 张健

不讲条件、自掏腰包, 常州一女老板连夜将
自家酒店改成隔离点

常州日报社

蔡龙嘉 董淑德 王栋栋 王锐 唐伟 张晋崧
南通企业家的家国情怀

南通报业传媒集团 吴筱东 姜敏 沈赓

管颢生 朱昊晨 (编辑: 管颢生)

今日凌晨五点, 108 岁抗战老兵水青山辞世,
曾与日军肉搏腹部中刀

泰州报业传媒集团 卢仲云 方华 何佳丽
淮安重大暴力袭警案缉凶视频全纪录

淮安日报社 千石泉 何剑峰 沈爱华 陈虎
23 岁牺牲在朝鲜战场! 宿迁李征明手绘家
书看哭网友

宿迁日报社 杨洪连 王姗姗 庄智勇
幼童突发高烧昏迷, 警车秒变“救护车”火
速送医

睢宁县融媒体中心 王煜 赵少青 仝勛

短视频专题

12 集系列微纪录片《疫线》

扬子晚报 殷小平 黄嫒 宋娇 杨恒国 许倩倩
朱信智 张笑疾 (编辑: 李军 赵雨晨 孙楠羽)
第四次领证不再失约! # 抗洪连长兑现承诺
领证结婚

省广电总台 肖帅 魏玉卿

(编辑: 许宵鹏 庄学香)

日本导演口述: 疫情下的中国如此团结 很
多事我既吃惊又不意外

省广电总台 王雪钢 权廉程

微笑的江豚

南京报业传媒集团 俞凡 袁雯 孟勃翰 吴丛熙
在太湖上捕鱼 今天撒出最后一网

苏州日报报业集团 高岩 蒋恺 高骥
金玲丽 高明 瞿亚健 王泽雨

赵亚夫的戴庄一日

镇江日报社 徐红军 刘兰明 王景曙
王鹏程 栾继业 谢道韞 盛林娟
盐通高铁系列短视频

盐城广播电视台 戎昱 卫萍
周行竞 郎朗 郝若冰 高坤 孟明
《立于世上 志在辽阔》青春励志系列微纪录片

扬子晚报紫牛新闻 王文坚 冯可
黄嫒 赵雨晨 朱信智 卢婧 戎毅晔 张思伟
(编辑: 杨晓梅 宋娇 杨恒国)

移动直播

“千里共婵娟 家国同团圆——全球云接力
体味中华情”大型直播

新华日报 任松筠 孙庆 田梅 高伟 韦伟 朱威 刘浏

(编辑: 双传学 顾雷鸣 李扬)

“金沙文明行”——我们益起来找茬

常州市金坛区融媒体中心 孙福全 吴文婷

史子凡 吴俊杰 王冰莹 冯翔 李鹏宇 柏桦

《国家扶贫日: 跟大梅当一回大海的“孩子”》

连云港市广播电视台 段潇 张艳

石晶 李政达 张弛 徐蓓蓓 陈俊成

新媒体创意互动

江小豚带你巡游看新家

省广电总台 集体

石头开花

常州广播电视台 马凌云 褚广童

李华 孙阳 吴蓝 刘佳骏 蒋嘉伦 梁汝清

融合创新

重磅! 长江流域首艘千吨级纯电动货船成功
试航

江苏电力报社有限公司 田小冬 鞠非

杨瑞 奚青兰 宋昱 许阳青 李堃

“教我如何不想她”副刊主题诗文征集、诵
读活动

江阴市融媒体中心 集体

小康百村行·渔家傲

扬州报业传媒集团 李继业 周明涛 张志虹 蒋大伟

胡俭 徐子尧 顾欣(编辑: 陈惟金 蒋斯亮)

都市夜归人

昆山市融媒体中心 集体

2020 年度江苏省好新闻(新闻论文)获奖目录

一等奖(15篇)

坚定不移推动媒体融合向纵深发展

新华日报 双传学

扬子晚报: 牵“紫牛”之鼻, 提升一体化融
合效能

扬子晚报 王文坚

构建“颜值”与“言值”兼融的话语表达

新华日报 李扬

筹办《新华日报》的历史脉络考证

新华日报 赵剑波

短视频领域的纸媒空间

南京报业传媒集团 陈玲

“亮点突破”引领高质量内容建设

——以苏州日报报业集团的实践为例

苏州日报报业集团 张建雄 彭化成

地市级融媒体中心建设的难点与对策

无锡日报报业集团 赵晓军

编织全覆盖战疫融媒报道图景

现代快报 梁波 张星

融合传播: 复杂博弈及未来趋势

江苏广播电视总台 卜宇

推进融合发展 加快转型升级

——江苏广播系统构建全媒体传播体系的探索

江苏广播电视总台 李声

构建信息传播的“云生态”空间

——从江苏广电实践看疫情倒逼下的新闻创
新

江苏广播电视总台 季建南

传统文化现代讲述的新路径

——以人文历史纪录片《城河》为例

南京广播电视集团 顾青

因地制宜探索城市广电媒体深度融合新路径

苏州市广播电视总台 沈玲

催化融合质变 探路转型跨越

——新形势下市级台媒体融合路径实践

淮安市广播电视台 陆志群

借“东风”改革破冰 抢“C”位率先融合

——县级融媒体中心改革发展的“昆山实践”
探析

昆山市融媒体中心 顾彩芳

二等奖(32篇)

建构报业经营转型的逻辑、内核与路径

新华日报 刘大颖

媒体显政功能的实践与思考

——从主流媒体抗“疫”报道说起

新华日报 刘志斌

以游戏化思维创新主流媒体客户端用户运营

新华日报 任志强

提高战疫新闻评论前瞻性的探索与实践

新华日报 孟亚生

疫情期间党报“隔空服务”催生“隔空经济”

新华日报 潘瑞凯

媒体公益：从有意义到有新意

扬子晚报 冯可

新冠肺炎疫情报道中数据新闻的“工具化”衍变

新华日报 冯海青 朱昕磊

论传媒集团人力资本的培养

中国江苏网 丁倩

技术要素：数字时代的内容新维度

——对美国报业新闻转型现状的反思

金陵晚报 江飞

版权保护的一次有益实践

龙虎网 李冀 李百良

驾驭新媒介，在变革疾行中守正创新

——浅析 5G 融媒传播时代短视频新闻演进与趋向的“三度”提升

无锡日报报业集团 吴晓亮 薛中卿

把握已知，迎接未知

扬州报业传媒集团 李继业

融媒时代编辑的创新与突破

徐州报业传媒集团 李晓燕

推动媒体深度融合，做强地市主流媒体

——淮安报业传媒集团媒体融合工作调研报告

淮安报业传媒集团 董蔚

大变局·新生态 2020 年传统报业 10 个研判

盐阜大众报报业集团 周劲

深化结构性改革 构筑全媒体传播体系

——地市级传统媒体提升“四力”的思考

连云港报业传媒集团 戴作仁

做好政策性报道的几点思考

——以现代快报“苏影十条”系列报道为例

现代快报 郑文静

移动互联背景下新闻原创力的重估与重塑

江阴市融媒体中心 李明珠

《从地球出发》：打造硬核科幻普及科学知识

江苏广播电视总台 任桐

《我爱古诗词》：新形势下文化益智节目的生产与创新

江苏广播电视总台 崔峰

新型主流媒体的建构逻辑

江苏广播电视总台 许敏球

加速融合 深度转型

——后疫情时代电视媒体的危与机

江苏广播电视总台 李威

探索电视问政的广义空间

——以江苏卫视政策解读类节目《黄金时间》为例

江苏广播电视总台 赵琳

在疫情报道中重塑广播的价值形象

南京广播电视集团 马晓宁

文博类纪录片“讲好中国故事”创新研究

——以《如果国宝会说话》第三季为例

南京广播电视集团 孙健

地市广电媒体 MCN 运营亟待解决的难点与对策

无锡广播电视集团 邓雁京

新闻传播应答好守正创新三道题

常州广播电视台 许建俊

以深度“融合”推动内容繁荣

扬州广播电视总台 陈韵强 赵亚光

地方广电媒体融合发展的路径思考

——以泰州电视台融媒体产品的有效传播为例

泰州广播电视台 刘芳 吴超

以“人民至上”理念为引领提升传播影响力

徐州广播电视台 李爱彬 石万昀

打造暖媒体 传播正能量 彰显战疫温度

连云港市广播电视台 陈月昱

守正创新 融合发展：宜兴融媒体中心的融合路径

宜兴市融媒体中心 耿蕾

三等奖（40 篇）

以评论“四杆”意识为党报“四力”赋能

——以《新华日报》的评论实践为例

新华日报 袁媛

基于场景思维范式的媒体融合研究

新华日报 张晨

以“四全媒体”重构“四度新闻”

——党报重大主题报道创新路径探析

新华日报 吴昌红

融媒时代对外传播如何讲好江苏故事

新华日报 李宗长

全媒体建设中的管理创新

南京报业传媒集团 陈晓曙

重构基于智能生产力的媒介新场景

——地方媒体融合转型的技术创新策略

南京报业传媒集团 陈虹

调整站姿 扩大音量

——党报公众号“苏州圆桌”的运营实践与思陆

苏州日报报业集团 周奉超

“新冠”疫情报道中的中国形象呈现

——以 China Daily 和 Newsweek 上的报道为例分析

无锡日报报业集团 朱名佳

在突发公共卫生事件中彰显地市党报之责

常州日报社 陈晔

法治新闻规范性与可读性探索与思考

——以《镇江日报·法治周刊》为例

镇江日报社 滕建锋

第一时间 第一信源 第一速度

——以扬州为例看地方媒体如何报道疫情

扬州报业传媒集团 朱广盛

嬗变与融合：“讲好中国故事”的地方实践

扬州报业传媒集团 蒋斯亮

融媒体时代地方党报如何讲好中国故事

——以《扬州日报》为例

扬州报业传媒集团 万祖禹

微信公众号成功运营因素探析

——看用户数突破 100 万的“微泰州”如何圈粉

泰州日报社 熊珠琴

一图致胜，报纸封面的创意与设计

——以《江海晚报》封面版为例

江海晚报 孙耀

融合，地市级媒体如何破解人才难题

——以淮安报业传媒集团为例

淮安报业传媒集团 张林

从盐阜大众报实践看地市党报如何破题短视频

盐阜大众报报业集团 王谷雨

在抗疫报道中彰显地市党媒的责任与使命

——以盐阜大众报全媒体报道为例

盐阜大众报报业集团 邵建华 费如星

做好中国学问，讲好中国故事

——以现代快报“海外中国研究丛书”出版 30 周年系列报道为例

现代快报 陈曦

媒体融合视域下的地方疫情防控和社会修复

——以苏州市吴江区融媒体中心为例的考察

吴江区融媒体中心 沈振亚

融媒体工作室建设的实践与思考

南通市海门区融媒体中心 吴璟

融媒背景下基层媒体经营实践探索

南通市海门区融媒体中心 黄健

融媒体时代如何做好广播剧的选题策划

江苏广播电视总台 朱平凡

从“荔枝超级晚”看主流媒体融合发展的创新路径

江苏广播电视总台 任婧

构建传播新生态：融合大小屏 探索直播 +

江苏广播电视总台 王海波

管住用好全媒体中的新兴力量

——全员媒体中的“非专业记者”探析

江苏广播电视总台 程芸

广播创新“破圈”中打造“爆款”

——以江苏广播第七届“咪豆音乐节”为例

江苏广播电视总台 王海荣

融合场景下资讯品质的忧与思

江苏广播电视总台 陈超

仪式化·柔性化·场景化：全媒体新闻行动的传播策略

江苏广播电视总台 黄娴

十年网剧流行论：缘起、变迁与蠡测

江苏广播电视总台 吴茜

城市台如何立足社区打造服务平台

南京广播电视集团 房方

融合赋能打造帮忙类节目新模式

——以南京广播电视台《不要烦了》节目为例

南京广播电视集团 陆逊

广电 MCN 模式下网红变现的思考

无锡广播电视集团 王钢

城市台综艺节目的场景创新和融合传播

无锡广播电视集团 吴容海

媒体融合背景下城市广电 APP 的提升策略

常州广播电视台 李均

后疫情时代主持人职业发展探索

常州广播电视台 楼益华

城市台“电视 + 新媒体平台”的疫情报道探索

镇江市广播电视台 凌斌逸

创建“四度空间” 创新主题报道

徐州广播电视台 刘建玲

新媒体背景下的少儿节目创新及发展策略

淮安市广播电视台 周晓庆

增强广播语言画面感的方法

常熟市融媒体中心 郝丽萍

全省新闻媒体践行“四力”、深化“走转改” 优秀新闻作品 2020 年度获奖目录

报刊类（共 32 件）

一等奖（6 件）

三十三年，桃李成蹊照亮农民致富路——追记镇江市农业科学院果树研究室原主任糜林（上）
用知识滋养大地 以淡泊守护初心——追记镇江市农业科学院果树研究室原主任糜林（下）

新华日报 沈峥嵘 叶真

“为爱西行·奔走援藏路”全媒体行动

南京报业传媒集团 李忠武 谢臻 马道军

姜晶晶 耿海华 缪越 曹骄阳

苏报入黔·记录苏铜协作决胜脱贫攻坚

苏州日报报业集团

高岩 陆晓华 范群 高骥 张帅 卢迎春

“让致富花开得更艳——乡村微调研”系列报道

泰州报业传媒集团 张建兰 钱建虎

钱宏斌 高加平 顾日升 张煜 谢荣
洪泽湖畔，跨越 73 年的“团聚”

淮安日报社 杜勇清 吴涪雪

吴江产业，新冠疫情下的突围！

吴江区融媒体中心 杨浪 沈卓琪

李梦卓 孙思齐 杨隽 沈利芬

二等奖（12 件）

乡村振兴在南京 第一书记说咱村

扬子晚报 陈郁 张可

杨恒国 朱信智 陈金刚 戴哲涵

“制止餐饮浪费，关注粮食生产”体验式系列报道

现代快报 集体

“国之重器”点亮创新未来

《群众》杂志社 张宁 孙秋香

40 年水上过驳作业退出历史舞台

江南晚报 蔡佳

搬迁安置后，如何实现脱贫？新社区工厂：
常州为安康移民开辟财源

常州日报社 姜小莉

“流调员”，战“疫”一线的福尔摩斯

京江晚报 杨冷

农家小院连续 24 年升国旗

扬州日报 吴生峰 姜涛

从中国企业 500 强中天科技的实践看：

一家优质企业给一方百姓带来了什么

南通日报社 丁建华 高锋

乡村振兴呼唤更多“新农人”

盐阜大众报业集团 江汉超

潜心岸线修复 构筑生态屏障

连云新城 1.2 万亩水面“退养还湿”

连云港报业传媒集团 李耀华 刘艳双 贺耀堂
小康“宿”记系列

宿迁日报社 李尚程 顾园园

徐其崇 杨芹 仲文路 汪学飞

“第一槌”敲出农村土地活力

徐州日报社 吴云 梁晓琳

三等奖（14 件）

育新村：从“百万富翁”到“身家千万”的逆袭之道

江苏经济报社 陈春裕

为“最美逆行者”子女撑起“守护伞”

关心下一代日报社 邓园

“三万步”的秘密

江苏电力报社有限公司 钱成 彭迪

抗疫斗争的六合实践 六合区融媒体中心

朱承超 赵超 陈钱门 刘亚京 金陆平 黄辉

防“疫”一线 暖心故事

常熟市融媒体中心 集体

民富村强话小康

江阴市融媒体中心 张驰 许晨威 潘逸青 顾莹
时隔十年，宜兴升格河长制，在全省率先创立民间河长制“政民”携手五年绘就水清岸绿太湖美

宜兴市融媒体中心 赵辉

嘉泽八旬老人自办家门口的“文明驿站”

武进日报 王宁

怀着感恩心坚守 16 年——“轮椅辅导员”

为留守儿童撑起梦想

海门日报社 吴璟 周姚 朱帅 朱清渊

我省评出国内首批“教授级”乡土人才
盱眙龙虾烹饪师陈昌林喜获高级职称

盱眙县融媒体中心 高玉飞

1.1万只换荏蛋鸡滞销“朋友圈”60小时抢购一空

涟水县融媒体中心 李卫兵

安心厨家具成功逆袭美国市场

洪泽区融媒体中心 龚建军 薛伟

生态农业情景交融 有机农场田趣盎然

“城市”农夫尽享条子泥秋收之乐

东台日报 张一峰 刘煜 丁然

何文凯的兰花梦

灌南县融媒体中心 殷开军 史卫平

广电类（共 32 件）

一等奖（6 件）

走向我们的小康生活——秋到农家

江苏省广播电视总台 集体

第一书记种瓜记

江苏省广播电视总台 许宵鹏 戴玲燕 姜超楠 李扬

漫漫“海归”路 江苏省广播电视总台

戴春梅 明婷 陈渝娜 田果馨 谢豫 盛建

让保护长江有利可图

南京广播电视集团 集体

一访定心

无锡广播电视集团 集体

公交车变身“移动超市”服务群众“零距离

靖江市融媒体中心 吴媛 李彬 叶冬梅 顾楠

二等奖（11 件）

神奇“再生稻”致富“金种子”

江苏省广播电视总台 孙茂强 徐仁飞 陈凌云 刘杨

特别策划《小康路上 无问西东》

江苏省广播电视总台 集体

南通：一条界河两位河长为何管不好？

江苏省广播电视总台 庞亚雷 杨荣

飞阅扬子江

南京广播电视集团 集体

绝处逢生

苏州市广播电视总台 集体

选择

常州广播电视台 卢昊 陆剑秋 纪辰 黄和明

见义勇为好少年何以触动人心

扬州市广播电视总台 徐蕾红 季海波 姜倩雯 胡钢

见证

淮安市广播电视台

裴作鹏 王祖瞳 张敏 范泽源 贾蔚 乔谦 朱琳

一半冰山一半火焰 景区冷热分化如何解？

盐城广播电视总台 戎昱 吴东明 顾娜 郝若冰

记者观察 住进新农房，还需跨过几道门槛

江阴市融媒体中心 张驰 黄侃 周建松

屡遭“差评” 兴化的营商环境怎么了？

兴化市融媒体中心 花艳 顾磊

三等奖（15 件）

温暖多一度·陪你回家：

跨越 3000 公里 + 把爱送上雪域高原

江苏省广播电视总台 范洁萍 顾啸云 李明

幸福小康脸

苏州市广播电视总台 集体

同心共追梦，携手奔小康

无锡广播电视集团

王旭 杨岚 孙敏敏 倪洪 陈蔚 黄杨

从镇江农村“硬核”抗疫说基层治理——

让自治、法治、德治相结合的善治成为常态

镇江市广播电视台 沈卓 蒋含蕾 孙文萍 黄岩

运河原点再出去

扬州市广播电视总台 孙建昶 赵亚光

陈济扬 王刘陈 汤超 张宏远

戮力同心战疫情 大健康产业显担当

泰州广播电视台 梁军 沈忱

千里赴留坝 支教在路上

南通电视台 程程 施昉 邓海建 成红为

23 年消防坚守，46 斤奖章傍身

淮安市广播电视台 孙倩 任柯源 戴璐璐 许玲

一座红色岛，两颗中国星

连云港市广播电视台 徐波 周继明 丁宁 栾婷婷

告别“水上漂” 洪泽湖渔民“洗脚上岸”

宿迁市广播电视总台 张飞 解秀晴 殷浩然 程中

小康青年说

宿迁市广播电视总台

解秀晴 徐刚 高雅 曹思鑫 李宇 任飞林

22 年“一面旗”洪水不退我不退

徐州广播电视台 陈玖飞 苗倩 曹健 许文哲

系列片：《寻找华罗庚精神》

金坛区融媒体中心

左燕 耿纪雯 王晓彤 朱顺 柏华 杨运

扶贫必扶智 治贫先治愚 海安 32 年接力支教

“小凉山”

海安融媒体中心

柳卿 徐耘昊 赵志海 张颖 严苑菁 周存军

“法律拐杖”助力 5623 户低收入户奔小康

泗洪县融媒体中心

许昌亮 朱春红 袁双双 杨丛凤