



“礼赞新时代 扬帆向未来”新闻行动成立党员先锋队

精心策划 创新表达 多元传播

# 打造重大主题宣传融媒精品

靖江市融媒体中心

2022年5月，靖江市融媒体中心启动“礼赞新时代 扬帆向未来”大型融媒体新闻行动，分阶段策划12个专题报道，打通各终端首页首屏首条，在报纸、电视、广播等传统媒体和“两微一端一网”等新媒体突出位置，持续推出形态多元的融媒精品。据统计，12个专题共播发图文、视频、VR、H5等不同形式报道近900篇，其中短视频作品80个，报纸版面62个，300余篇稿件被人民日报、央视、“学习强国”、新华日报等省级以上平台采用，14篇稿件获全网推送。

一、精心策划赋能内容生产。躬逢其盛，多角度、全方位展示十年来靖江的发展变革，是新闻行动策划的聚焦重点。围绕“礼赞新时代 扬帆向未来”大型融媒新闻行动，中心成立党员先锋队，精心策划“喜迎二十大·谱写新篇章”专题报道、“喜迎二十大·我们都是追梦人”专题访谈、“喜迎二十大·咱这十年”系列

报道、“喜迎二十大·打卡新地标”街拍活动等12项贯穿全年的主题采访活动，明确时间节点、宣传节奏，统筹推进，充分发挥媒体矩阵和融合传播优势，营造主旋律高昂、正能量强大的舆论氛围。从关注内容看，既有党的建设、综合实力、社会保障、文化建设、社会治理、生态文明建设等宏观层面的整体回顾，也有个体人物、小家故事；从宣传形式来看，综合运用消息、通讯、专访、特写、直播等报道形式，统筹文字、图片、视频、音频、H5等呈现方式。

在执行方面，新闻行动与市级层面重点活动统筹协调、同步推进，形成环环相扣、层层递进的宣传效果。以“非凡十年”专栏为例，专栏与市级层面举办的七场“高扬东线第一帆 拼搏奋进争上游”主题新闻发布同步推进，以整版、通版形式，全面回顾靖江在经济发展、城乡建设、人民生活、社会治理等方面取得的成就。报道

于党的二十大召开前夕集中刊发，形成强大舆论宣传声势，让读者在精炼的文字、丰富的图片中，直观感受十年来的非凡成就。由此衍生“‘数’说这十年”系列报道，撷取核心关键数据，通过对比变化，通过横版长图、整版海报，如画卷般展示靖江践行新思想的创新作为、重点举措、显著成就，让读者真切感受时代进步、社会发展。

二、精选对象讲好时代变迁。采访中注重精选报道对象，聚焦先进典型和平凡个人，用“小切口”反映“大时代”。从全市文明村、特色田园乡村、康居村庄、水美乡村、特色种养乡村名单中，精选20个代表乡村，记者走村入户开展蹲点采访，推出“喜迎二十大·大美乡村行”系列报道，详尽展现了新时代农业强、农村美、农民富的生动景象。

“喜迎二十大·青春献给党”主题宣传挖掘靖江各行各业青年人才挥洒汗水、不负青春的精彩故事。奔走在项目攻坚一线的戴杰，和团队不辞辛苦创下28个工作日拿下甬金项目审批的“靖江速度”；“江苏好青年”陈峥躬耕乡村振兴一线，见证并推动着农村经济、文化事业的发展；“90后”新生代企业家陶兴领航亚星锚链，不断突破海洋工程系泊链领域技术瓶颈……

一个个人物故事展现青年一代善谋力行、实干争先的青春担当，也激励更多年轻人在全面建设社会主义现代化国家的火热实践中发光发热。

“喜迎二十大·我们都是追梦人”专题访谈邀请全国模范法官陈燕萍、全国特级优秀人民警察焦桂红、全国劳动模范杨恒俊、全国“最美医生”胡方斌等来自生产和工作一线的党代表、道德模范、劳动模范、中国好人等，采用对话访谈形式，讲述各自领域的“追梦”故事。专题报道中的乡村变迁、小家故事，展现了波澜壮阔的时代大潮下，城乡各行各业靖江人民接力筑梦，奔向幸福生活的美好图景。

三、精彩故事交由百姓“掌镜”。新闻行动打破以往“记者采访——镜头陈述——文章转述”传统方式，将镜头交给群众，提高新闻生产与采访对象、与读者受众的互动性，让新闻产品更生动、更接地气、更有说服力。

“喜迎二十大·我这十年”系列报道聚焦市民，推出人物专访、微纪录片，通过百姓视角反映时代变迁和人民群众的获得感、幸福感、安全感。从依靠系列帮扶措施“摘帽”致富的贫困户，到受益保障房政策得圆安居梦的困难群众；从致富路修到厂门口的村企老板，到创业路越走越



融媒记者蹲点重点企业调研采访

宽的青年创客；从“洗脚上岸”的退捕渔民，到幸福美满的二孩家庭……系列报道以第一人称叙述温暖小家故事，展现老百姓可触可感的身边变化。

“喜迎二十大·新农村我代言”活动，邀请20位村支书以第一视角拍摄Vlog，出镜展示乡村变化、发展特色。Vlog经“今靖江”视频号、“智慧靖江”App推出后，村支书瞬间成为当地“网红”。网友们表示：“这样的‘代言’新颖有创意，既展示了当代村干部的活力，也成为乡村推介的新名片。”

“喜迎二十大·点赞新变化”走进具有靖江特色、发展亮点的自然人文景观、村镇社区、项目设施、场所场馆等，邀请场馆解说员和景区、村（社区）工作人员等，化身“出镜记者”，录制靖江“新地标”推介视频，并制作H5互动产品，5万多网民线上“打卡”为家乡代言，成为朋友圈爆款产品。

“喜迎二十大·晒我小幸福”征集活动则将版面、画面交给市民读者，面向全社会征集随笔、摄影图片、短视频，既增强新闻报道与读者的互动联系，又通过普通市民的动情回溯，直观反映身边变化、幸福生活，让读者产生共鸣。

**四、精品呈现丰富多元传播。**新闻行动中的每件产品均采用不少于三种传播方式呈现，大大方便受众的信息接受，也有效增加融媒产品传播面。

“喜迎二十大·全景看靖江”专题采用“海报+短视频+VR展示”的呈现方式，专题设置了VR网页。美编精心设计主题

海报，读者识别海报上的二维码即可进入VR界面，以空中俯瞰视角欣赏全景。此外，还精心集纳了多角度素材，融合航拍剪辑成短视频进行多元传播。“喜迎二十大·家门口的省运会”在紧密跟踪省运会靖江分赛场各项赛事，推出系列消息、通讯、短视频、现场直播等报道的同时，还邀请靖江道德模范、身边好人，推出专题《微笑泰州》《家门口的省运会》等MV，展示“活力省运·幸福靖江”崭新形象。在“新农村我代言”Vlog拍摄过程中，针对部分乡村特色农产品滞销的情况，新闻行动拓展展示形态，开展“网聚幸福‘靖’心有爱”公益助农直播，通过直播互动，帮助各村特色农产品打开销路。从蹲点采访到Vlog代言，再到助农直播，融合传播的形态不断丰富，取得较好的社会效益和经济效益。

各形态融媒产品精品迭出，涌现出多个“爆款”产品、“热搜”新闻。在传统媒体端，围绕“长江大保护”“乡村振兴”所作的主题策划报道，分别登上《人民日报》《新华日报》头版头条，粮食产业、高新技术产业发展等分别被央视《新闻直播间》、省台《江苏新时空》采用。新媒体产品中，《90后“大白”缪燕霞，好样的！》《四名保安勇救落水女子》短视频被央视新闻App、我苏网等平台采用，并被各大主流媒体关注、转载，相关词条冲上百度、微博热搜。以《喜迎二十大·新地标我打卡——20个网红地看靖江变化H5》为代表的5件作品在泰州新闻行动优秀作品评选中获奖。

