

着眼供给侧 着力需求端

# 以新型平台高质量建设 赢得融合先机

金湖县融媒体中心



名人效应·采访周恩来侄女



社交圈子平台建设

近年来，金湖县融媒体中心坚持换赛道、换思路、换角色，着眼供给侧，着力需求端，积极当好主流舆论引导者、政务服务参与者、舆论导向先行者，在内容建设、综合服务、活动拓展三个赛道同步发力、统筹推进，APP注册用户数、日活率

综合排名全省前列。

一、以高质量政务服务，赢得党委政府的高度重视。

2022年年初，为改善民生、拉动消费，金湖举办“金湖县首届消费季”活动。作

为新闻宣传方，县融媒体中心根据移动端新平台新特点，提出“以电子消费券为主要参与方式、以‘金湖发布’APP为唯一平台，从电子消费券发放、核销到大数据监测一体化”活动方案，得到县政府主要领导的高度肯定。经县政府研究决定，县融媒体中心成为活动主办方之一，制定并参与从前期媒体宣传、电子券的发放，到中期商铺券面核销、抽奖活动到后期活动公证和大数据服务的方案制定和全过程。活动结束后，县商务局联合县融媒体中心通过大数据对整个活动进行了效果评估。据统计，整个消费季全县商业、服务业销售环比增长近60%，同比增长约300%。省商务厅专门要求金湖县报送经验材料在全省推广。通过这一场活动，金湖发布APP新增注册用户5万多人，发放消费券10万张，日均增加日活近3000人次，增收活动经费30万元。

争创国家级文明城市是县委、县政府贯穿全年的中心工作。为保持宣传热度和受众粘性，中心在“金湖发布”APP上开设专门窗口，设置曝光和反馈版块，用以保持宣传热度；设置新闻和必答版块，用来增加受众粘性；通过大数据跟踪目标任务，提高镇街、部门的参与动力。借此，“金湖发布”APP注册、推广得到了县委、县政府的高度重视和大力支持。

“南京都市圈”“长三角”是金湖旅游最重要的目标市场，传统的宣传渠道和手段难以企及。中心在省记协县融专委会和南京市新媒体联盟的支持下，创新开展县融媒体中心手机联动直播工作，邀请“南京都市圈”“长三角”等地区30余家县级融媒体中心，同步直播首届江苏省荷产业高层论坛暨第22届中国·金湖荷花节开幕式，精准投放宣传内容，累计在线观看人数达500多万，全力跑出了“1+1>2”的传播效果，形成“互利互惠、互融互进、互学互帮”的发展模式。

## 二、以高质量民生服务，赢得基层群众的充分认可。

2022年年初，严峻的防疫形势使传统大型企业招聘会无法正常开展。中心抢抓先机，通过“金湖发布”APP，借助“荔

枝云”直播系统，与人社部门设计并实施“‘职等你来’金湖县新春网络直播招聘会”，短短两个多小时，网络直播现场先后涌进7万多人次观众，现场留言数千条，点赞5000多个，当天实现招聘员工1000多人。网络招聘会为县融媒体中心开创政务服务新阵地，中心常态化开设“薪机遇、零距离”直播专题，以实地、实景、实薪、实意为目标，把战场转入到企业一线，把招聘会开到班组车间，既让企业实现了“定制”化的招聘需求，也让求职者了解真实的就业信息。10场直播活动，在线观众超过近60万人次，相关做法被评为金湖县服务重特大项目攻坚“十佳举措”。

针对传统媒体硬广告宣传效应趋淡的现实，疫情期间，中心联系各路商家，定期定时、常态化发放各种“电子折扣券”，商家拉动了消费、消费者得到了实惠，也成为“金湖发布”APP赢得广大消费者、维持高日活率的有效法宝，实现了三方共赢。据不完全统计，2022年，中心发放各种折扣券、消费券近3万张，折扣总值超过150万元。

## 三、以高质量内容服务，赢得社会各界的广泛参与。

优质内容是媒体发展之基。“金湖发布”APP设有“金服务”“湖拍吧”“荷直播”“聚惠街”五大版块，以及“湖城号”“学习竞答”“文明创建”“金彩阅读”等几十个子栏目。这些栏目设置和内容建设，仅仅靠自身力量远远不能解决内容建设的基本需要。为此，中心坚持“造平台、广参与”，调动镇街、部门以及社会多方面人才和力量，通过开设“湖城号”等办法，把移动客户端建设成综合门户、信息枢纽、服务中心。目前，全县8个镇街、60多个机关企事业单位在“金湖发布”APP上开设了自己的新闻版块。同时，中心又联合城管、银行等单位，开发智慧医疗、智慧停车、电子钱包等功能，着力拓展社会服务和政务服务能力。

除调动部门参与APP内容建设的积极性，中心还把目标放在了“社交圈子”建设上。以美术、诗歌、文艺、摄影、棋牌、骑行、广场舞、钓鱼等兴趣（下转第52页）

等活动；与新华书店合作“校长荐好书”“娃娃画邳州”等活动；联合市委宣传部组织开展“云邳州 唱小康”MV大赛投票展播，20万人次参与投票，累计展播量突破150万人次；与市场局、农商行联合开展线上“味道邳州”美食文化节活动。通过线上线下结合的政务及商业互动类活动，年直接收入近800万元。

推出“银杏同城”生活服务平台，集分类信息、同城好店、同城招聘、同城房产等于一体。其中，“同城好店”入驻餐饮商家达300家；“同城房产”在线发布楼盘信息、求租求购、二手房交易等；“同城招聘”累计发布企业招聘岗位1.2万个，提交求职者简历3万份，有效连接企业与就业群众。推出主播工作室电商平台矩阵，通过主播带货、主播探店等电商模式，为本地名特优产品进行线上销售。同时与第三方公司共同打造电商产业园，现有35个带货直播间，先后培训主播200余人，入驻电商企业10余家，邳州炒货、大蒜、银杏、木制品以及家居行业等纷纷入驻，加快构建产业新增长极。

**四、拓展矩阵，传播力度日趋增强。**除自有全媒体平台外，邳州市融媒体中心还不断整合市域内其他媒体平台，扩大覆盖范围，提高传播效果，实现扩平台、增效益。

（上接第32页）为单位，各种爱好者在APP平台上都有自己的“圈子”、选举栏目的版主、组织自己的活动。以“湖拍”版块为例，集中了全县摄影、短视频制作爱好者，他们既是受众又是建设者，紧紧围绕平台开展线上、线下活动，已经和平台形成共生共荣的生态格局。

同时，中心注重发挥自身优势，在重大节日为抓手，以投票、评优、活动为手段植入宣传内容，设计参与环节，激发群众活动热情，让传统的新闻宣传“四季歌”月月有新意。从警察节到教师节，从妇女节到青年节，根据不同需要设计不同宣传方案。比如“湖城春晚节目票选”“年度十大警事评选”“最美的她”短视频大赛

“智慧社区”云平台项目是融媒体中心独家拓展运营的数字化线下媒体平台，在部门单位、社区、商超、医院等公共场所电梯内布设“智慧社区”云平台终端设备，通过5G内容管理平台进行多类型内容发布。同时，紧扣市场服务进行平台变现，每年广告宣传业务收入300余万元。2022年，平台与徐州联名文化传媒有限公司达成合作，承接该公司50块街头及社区彩屏的独家经营权；与徐州新万众文化传媒有限公司达成合作，承接该公司在邳州市域内500块数字电梯屏的独家经营权。截至2022年年底，仅社区彩屏及电梯屏一项，中心拥有设备近900台套（包括自有电梯内投影设备300套），覆盖市域主要商业区、公共服务单位及规模小区，年实现营收超500万元。

与江苏有线合作智慧广电乡村工程服务平台，打造基于邳州“融网合一”媒体共享平台，以“银杏甲天下APP”客户端内容生产为主线，以城乡服务为抓手，通过“移动嫁接”的方式，整合新闻、党报、新媒体等综合性内容全面融合到有线电视大屏，将主流舆论通过电视大屏传到千家万户。目前，智慧广电乡村工程一期项目共有1个市级平台、7个乡镇、7个行政村，被列入2022年度全省智慧广电乡镇（街道）创建计划，实现收入超400万元。

等，短时间内迅速聚焦、集中放大部分工作，形成宣传热点，“创造”了新闻需求。据统计，“金湖发布”APP日更新政务类图、文、新媒体产品超过300篇。

为让APP和新媒体新闻创作有别于传统媒体，中心在“话题性”“带入感”上大做文章，力图让受众参与互动、参与传播。2022年，连续开展了22届的金湖荷花美食节又到了宣传季。如何创造话题，让老新闻有新内容？中心选择以“自豪感”为宣传基调，通过采访周总理的侄女周秉德，盛赞金湖发展的成就。名人效应极大提升本地群众的地域自豪感，一则视频抖音平台播放量超过800万人次，点赞近30万，留言及转发达1.6万人次。