

坚持守正创新 加快融合发展

T8

重庆日报
CHONGQING DAILY

2022年8月5日 星期五
责编 李媛媛 编辑 邱碧湘
美编 谭珂玥



启航

重庆日报加快推进媒体融合发展

- 2012年**
重庆日报网开始运行
4月，重庆日报官方微博创建
 - 2014年**
7月，重庆日报官方微信创建
 - 2017年**
1月，重庆日报客户端开始筹备，7月内测，12月开始运行
 - 2018年**
10月，重庆日报抖音号开通，至2020年4月粉丝突破100万
 - 2019年**
6月18日，两江观察微信公众号创建
 - 2020年**
4月，重庆日报融媒体首个亿级产品诞生，《战疫前线医护人员吐心声：疫情结束后，我最想……》总阅读量达5亿多
 - 2021年**
重庆日报融媒体生产出两个亿级产品：《像我们一样年轻》《重庆这百年》
- 近年来，重庆日报坚持党管媒体，坚持深度融合，坚持移动优先，坚持开门办报，加快打造具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体；以重庆日报报纸、重庆日报客户端“融为一体、合而为一”为目标导向，构建起集“报、网、端、微、屏”等平台于一体的全媒体传播矩阵。全平台用户达到2500万，舆论引导能力进一步增强

习近平总书记强调，媒体融合是一篇大文章。如何把这篇大文章写好，写得精彩，有吸引力、感染力？重庆日报这些年进行了很多探索。

重庆日报办报的70年，也是坚守与探索的70年，经历了告别铅与火、跨入光与电、融合数与网的全过程。

从70年前的几十万报纸读者，到如今2500多万用户，从单一的纸媒平台到拥有报、网、端、微、屏等近30个平台的全媒体生态，重庆日报同这个时代一样，发生了翻天覆地的变化。

在这个过程中，重报人经历了怎样的努力和思考，坚守与蜕变，有怎样的故事和感悟？

每一个脚印都清晰

全媒为本。构建全媒体传播体系，是全媒体时代推进媒体深度融合的重要目标。

党媒姓党。作为党报新媒体，肩负的主要目标任务始终是宣传好党的主张，呈现好党报内容。我们因此提出了“随时随地读党报”口号，就是要让读者特别是年轻读者读好党报。

思路明确了，每一个脚印就更加清晰。

2012年，重庆日报开设官方网站，随后开通微博、微信，2017年创办重庆日报客户端，目前开设各类频道近30个，涉及时政、理论、经济、社会、文化、民生等方面。

随着媒体融合的推进，重庆日报又先后创办了“两江观察”公号，专注“为决策者提供参考”。创办“视觉重庆”，打造西部最大的新闻图片库。创办区县融媒体联盟，搭建起与区县沟通融合的桥梁。创办乡村振兴融媒体中心，致力于服务乡村振兴。

为了不断拓展舆论阵地，近年来，重庆日报陆续注册了央视视频号、头条号、抖音号、视频号、微视号、快手号，同时入驻百度百家号、知乎、B站等年轻人喜爱的网络平台。

目前，重庆日报已经形成拥有报、网、端、微、屏等近30个平台的“一体化”全媒生态体系。全平台用户达到2500万以上，其中微博粉丝就达到612万。日均发稿量上千条，原创稿件上百条，从单纯的机构媒体变成了互动性很强的市场化平台党媒。

每一个节拍都准确

导向为魂。坚持正确的政治方向、舆论导向和价值取向，是新闻舆论工作的灵魂。

重报新媒体坚持和报纸一个标准，不搞变通，不降低质量，不片面吸粉引流，始终围绕中心、服务大局，做好主题报道，在确保导向正确的前提下用好用全媒体传播手段。

2018年全国两会期间，重庆日报首次尝试“10秒看两会”“10秒读报告”等碎片化传播方式，因形式新颖、传播效果好广受关注与好评。

2020年3月，重庆日报开始推出“战疫前线医护人员吐心声：疫情结束后，我最想……”系列人物访谈，相继推出160条短视频，综合传播突破5亿+，其中一条视频留言数达42.4万条，让无数网友感动落泪。

2019年4月15日至17日，习近平总书记亲临重庆视察，主持召开解决“两不愁三保障”突出问题座谈会并发表重要讲话。总书记说：“脱贫攻坚是我心里最牵挂的一件大事。”

3年过去了，这件让总书记“最牵挂的大事”重庆干得如何？今年4月15日，重庆日报重磅策划推出了《为了这“最牵挂的一件大事”——看重庆从中益出发迈向乡村振兴》短视频，以“春天之约”“从中益出发”“接力之跑”三个篇章，展现三年来重庆跑好“接力赛”的故事，受到广泛好评，全媒体传播突破1000万+。

今年，市第六次党代会开幕当天，重庆日报隆重推出《景象万千！155秒看重庆奋力前行步伐》短视频，展现重庆高质量发展、高品质生活之路，为大会营造良好氛围。

事实证明，坚持正确的政治方向、舆论导向，不打擦边球，不搞流量贩卖，只要踩准了节奏，把握好新闻规律，一样可以生产出优秀的新闻作品。

每一个产品都走心

内容为王。越是海量信息泛滥，越需要优质的内容，好内容永远是舆论场上的“硬通货”。

当然，好的内容，也要有好的表达形式，才可能收到好的传播效果。

为庆祝建党100周年，2021年7月，重庆日报与人民日报联合制作推出《重庆这百年》微视频。面对浩如烟海的史料，如何选择，如何取舍？重报人用了将近一个月时间才最后定稿。那些尘封已久的历史，那些惊心动魄的瞬间，穿越百年，扑面而来。微视频一经播出就被各级媒体和网友广泛转载、转发，成为点击量过亿的现象级爆款产品。

在建党百年之际，重庆日报还推出了50期系列策划《跨越时空对话·传承百年初心——像我们一样年轻》，50名当代青年跨越时空，对话50位同龄先辈，在青春的碰撞中，坚定信仰，汲取力量。

这组报道在重庆日报客户端首发后，受到广泛关注 and 好评，人民日报客户端、新华社客户端、央视视频等央媒和多家省级媒体纷纷转载，传播量达到1.5亿+。

这样的创意产品还有很多，比如“重庆医生写给武汉的一封信”，就是重庆日报记者最早发现，新媒体及时策划推出并产生较大影响的报道。

每一项技术都赋能

技术为擎。媒体融合是一次以技术创新为引领的变革，充分用好最前沿的技术成果，才能给媒体融合插上翅膀。

媒体融合需要技术驱动，近年来，重庆日报与新华社、科大讯飞、腾讯等平台保持紧密联系，引进先进技术功能，力争每项技术都能赋能新媒体。

重庆日报逐渐建起了技术合作的“朋友圈”，例如新华社MAGIC智能生产平台、凡闻大数据智能平台、腾讯战略合作模式、科大讯飞产品合作模式、移动5G技术合作模式等。生产了一批具有科技感的新媒体产品，如“全国两会5G新闻”“全国两会实时热词直播”“AI主播小晴带你冬奥”“重庆日报与您同行数字藏品”等。

新闻+技术的整合运用，让新闻产品更生动更广泛地触达重庆日报用户。

每一个品牌都“时尚”

品牌为先。品牌就是生产力，品牌就是吸引力。

近年来，重庆日报推出了系列新媒体栏目，弘扬主旋律，传递正能量，这些栏目已经成为或正在成为品牌栏目。

《两江观察》公号专注深度政经报道，2019年6月18日创办，3年来，共刊发原创稿件500余篇，多篇稿件阅读量达到100万+，是各方面决策者的“抢手货”。

《理响青年》定位为“让党的创新理论响彻青年”，是以00后为主要受众群体，以宣传新时代党的创新理论为主要内容的视频节目，以“青年讲给青年听”的方式，以小切口讲述大主题，用青年的话阐释大道理。

《重庆探秘》是一档大型直播节目，作为地域文化研究常设品牌栏目，秉承“你不知道的，我们带你发现，你知道的，我们带给你新的发现”，以探秘自然风光、人文景观为主，截至目前已经播出70余期，每期平均在线点击量达到50万+。读者评价其“进一步擦亮了城市文旅的品牌”。

《新闻会客厅》的“客人”大多为区县“一把手”及市部委办局主要负责人，重点探讨经济社会的热点、民生发展的大事。

《区县一把手这周在干啥》则公开“晒”区县一把手的“每周政事”，让权力在阳光下看得见、摸得着、可感知、能监督。

《一眼漫漫》是新媒体推出的全新动画栏目，运用年轻化、接地气、有网感的特性吸引广大读者，让新闻更大众化、生动化传播，多期节目传播破10万+，受到读者一致好评。

此外，《你真了不起》致力于“讲重庆故事，为凡人立传”。《老白侃车》是一档汽车类节目，短小精致，专业水平越来越高。这些栏目正在释放出越来越大的影响力。

每一个活动都出彩

融合为要。日报新媒体除了自身的融合，还十分重视与区县、高校、同行、平台企业的融合，并以活动和产品为纽带，相得益彰，共同出彩。

与区县融合。重庆日报客户端为38个区县及经开区、高新区开设了区县频道，确保重要新闻和信息的及时联动，相互推送。重庆日报还在多个区县建立了理论调研基地。

与高校融合。我们与重庆大学、西南大学、西南政法大学、四川美术学院、重庆师范大学等多所高校建立了紧密联系。我们与重庆师范大学签订了研究生联合培养协议，与四川美术学院推出“川美讲堂”，把名师课堂搬到了网上。

与党媒融合。我们与人民日报、新华社、央视、四川日报、湖北日报、湖南日报、贵州日报、云南日报、解放日报等建立了稳定的合作关系，生产了一批有影响力的产品，比如川渝年画大赛、川渝人均rapper!《双圈达拉蹦吧》神曲等。

与企业融合。我们积极探索与头部互联网平台的深度合作模式，如“蓝马甲进社区”100场落地活动，极大地提升了重庆日报的品牌影响力。

此外，重庆日报全媒体矩阵每年都要举办大量活动，如“乡村振兴大讲堂”“百万市民拍重庆”“公益盛典”“十大乡村振兴年度人物评选”“中国农民丰收节”等。我们力求每一次合作、每一个活动都出新出彩。

每一项改革都见效

改革为重。媒体融合已经进入深水区，必须向改革要办法、要效益、要出路。

2021年初，日报新媒体主动改革，设立四大虚拟创意工作室，以“海豹”“海狮”“海螺”“海鳗”四大工作室为抓手，改革内部机制，调整内部架构，激发内部活力。

“海豹”工作室主要制作创意海报，“海狮”工作室重点生产短视频，“海螺”工作室专注网络直播，“海鳗”工作室则以创意漫画策划制作为主，各个工作室既有侧重又相互协作。在新的机制下，队伍的积极性和创造性得到充分发挥，团队变得更有活力。

近两年来，四个工作室每年生产海报1500张以上，短视频5000条左右，网络直播150场以上，推出动漫新媒体作品130件以上，爆款新媒体产品不断增多，工作效率大大提高。

星光不负赶路人，扬帆起航再出发。70岁的重庆日报不是历经风霜的长者，而是风华正茂的青年，必将以更大热情拥抱新时代，正青春，再启航！

(记者 王方杰)



<p>产品举隅</p> <p>《战疫前线医护人员吐心声》系列视频</p>	<p>重庆这百年视频</p> <p>《重庆这百年》视频</p>	<p>像我们一样年轻系列视频</p> <p>《像我们一样年轻》系列视频</p>	<p>MV《双圈达拉蹦吧》</p> <p>MV《双圈达拉蹦吧》</p>	<p>《川美讲堂》直播</p> <p>《川美讲堂》直播</p>	<p>“别”字系列海报</p> <p>“别”字系列海报</p>	<p>《扬帆远航》系列视频</p> <p>《扬帆远航》系列视频</p>	<p>短视频《景象万千》</p> <p>短视频《景象万千》</p>
<p>品牌栏目</p> <p>《两江观察》</p>	<p>《理响青年》</p> <p>《理响青年》</p>	<p>《重庆探秘》</p> <p>《重庆探秘》</p>	<p>《新闻会客厅》</p> <p>《新闻会客厅》</p>	<p>《一眼漫漫》</p> <p>《一眼漫漫》</p>	<p>《区县一把手这周在忙啥》</p> <p>《区县一把手这周在忙啥》</p>	<p>《你真了不起》</p> <p>《你真了不起》</p>	<p>《老白侃车》</p> <p>《老白侃车》</p>