

# 中国记者

全国新闻核心期刊 双效新闻期刊 新华通讯社主管主办

引领业界 引导学界

# CHINESE JOURNALIST

2022

/12期

## 新闻战线学习贯彻党的二十大精神

**傅华**

深入学习宣传贯彻党的二十大精神 担当职责使命 唱响时代强音

**郑庆东**

牢记根与魂 担起两重任

**陈陆军**

奋力谱写“中国新闻战线的奇兵”新篇章

**刘家伟**

加快建设新型主流媒体 巩固壮大主流舆论阵地

**何兰生**

守正创新 不断提升新时代“三农”舆论引导力

---

**唐绪军**

第32届中国新闻奖参评作品审核意见案例摘编

**何玲玲 商意盈 顾小立**

从“浙江宣传”出圈看主流媒体如何引导向、聚流量

**秦亚洲 刘一楠**

挺进网络讨论场，媒体与平台如何同力运筹？





## 焦点

## 新闻战线学习贯彻党的二十大精神

## [高端论坛]

- 4 深入学习宣传贯彻党的二十大精神  
担当职责使命 唱响时代强音 傅华
- 8 牢记根与魂 担起两重任  
——关于落实意识形态责任、做好新闻舆论工作的思考与实践 郑庆东
- 12 奋力谱写“中国新闻战线的奇兵”新篇章 陈陆军
- 15 加快建设新型主流媒体 巩固壮大主流舆论阵地 刘家伟
- 19 守正创新 不断提升新时代“三农”舆论引导力  
——对强化“三农”评论工作的思考 何兰生
- 24 在巩固壮大新时代主流思想舆论中更加奋发有为 双传学
- 28 找准“催化剂” 激发大流量  
——地方媒体如何在党的二十大报道中求新出圈 张亮 阮蓓茜 陈新梁
- 31 创新中国故事的海南表达 吴斌
- 35 在中国式现代化的新媒体场景中奋力展现新作为 赵兵
- 38 立足行业特色 展示非凡成就  
——以《中国新闻出版广电报》为例  
看行业报如何做好党的二十大精神宣传报道 丁以绣

## [爆款解码]

- 41 不断领悟思想伟力 对外讲好领袖故事  
——《新征程领路人习近平》采写背后 王进业 孟娜 许林贵
- 44 岁月无声 光影有痕  
——《镜头里的十年》全网置顶传播的背后 宋为伟
- 47 重大主题报道媒体联动的运作策略  
——以“8省区网媒大联动·我在边疆望北京”互动活动为例 谢炜 张海燕

## [观察思考]

- 50 融媒表达创新中的技术运用  
——党的二十大精神融媒报道梳理与观察 汤代禄





编委会主任委员

傅 华

编 委 会 委 员

吕岩松 周宗敏 朱海黎 袁炳忠 赵 承  
景如月 孙承斌 刘 刚 倪四义 汪金福  
班 玮 邹声文 李忠发 崔 峰 朱智宾  
张维燕

总 编 辑 刘 刚

执行总编辑 张维燕

值 班 编 辑 庞晓华

编 辑 陈国权 梁益畅 吕 星

视 觉 设 计 翟铮璇

编辑出版 中国记者杂志社

编辑部地址 北京市石景山区京原路8号

邮政编码 100040

编辑部电话 63077422 63073233

63073780 63073054 63074190

编辑部传真 63077543 63077430

广告部电话 63071741 63071246

发行部地址 北京市宣武门外大街甲一号A座

9层新华社新闻信息中心报刊部

邮政编码 100052

发行部电话 63073532 63074337

质量监督热线 63074337

照 排 北京盛通印刷股份有限公司 孟华

编辑部电子信箱 zgjz@vip.sina.com

中国记者网址 www.chinesejournalist.cn

新华网网址 www.xinhuanet.com

国内发行 全国各地邮局

国外发行 中国国际图书贸易总公司

邮发代号 国内82-23 国外M881

开户行 中国工商银行北京黄楼支行

户 名 中国记者杂志社

账 号 0200042009024903326

广告经营许可证 京西工商广字第0371号

商标注册证号 第1182464号

刊号 ISSN 1003-1146  
CN11-1275/G2

专稿 |

53 第32届中国新闻奖参评作品审核意见案例摘编 唐绪军

媒体观察 |

57 从“浙江宣传”出圈看主流媒体如何引导向、聚流量

本刊特约记者 何玲玲 商意盈 顾小立

61 转文风 巧叙事 强互动

——政务新媒体“浙江宣传”的出圈密码 罗朋 李小龙

65 挺进网络讨论场，媒体与平台如何同力运筹？

——以知乎“时事媒体观察团”栏目为例

秦亚洲 刘一楠

业界传真 |

68 智库外宣权威解读 国际人士反响热烈

——“红厅论坛：读懂中国共产党二十大”主题研讨会综述

新华社研究院

71 党的十八大以来党媒的融合·创新·引领

——“人民共和国党报论坛”第十九届（2022）年会综述

中国传媒大学党报党刊研究中心课题组

专题 |

第九届好记者讲好故事

74 左潇 睦黎曦 王宁 王琢舒 徐远震 杨亚红  
杨成龙 董娉 郝晋辉 伊帕尔·阿卜力米提

往届好记者的新故事

75 做“眼里有光、心中有爱、笔下有情”的好记者 谭里和  
78 五年前的战地“好记者”再讲“一带一路”好故事 郁玮  
81 努力践行三个“人”，为增强国际传播效能贡献力量 焦翔  
83 炼出真本事 讲出好故事 胡俭  
85 用时间打磨好故事 高爽



## 案例与方法

- 87 大型展会报道的三重思维  
——以2022年中国国际服务贸易交易会报道为例  
王明浩 孔祥鑫
- 91 都市类媒体做好重大主题报道的“守、变、合”  
戎明昌 刘岸然 林洁
- 95 挖掘地方优势 做好总书记报道  
王永前 孙奕 张亮
- 98 彰显舆论监督的正面价值  
——第32届中国新闻奖舆论监督报道获奖作品评析  
孙越
- 101 主流媒体融合报道的创新样本  
——第32届中国新闻奖融合报道获奖作品解析  
王秋萍 毛洲英
- 103 看得见的陶瓷文化  
——以《瓷器上的百年芳华》为例谈对外传播策略  
郑伟
- 105 智媒时代经济类数据新闻创新路径  
郭慕清

## 融媒体

- 107 数字中国战略下全媒体大数据平台的构建  
李鹏飞 刘先根 彭培成
- 111 做好“报道+” 释放副刊生产力  
——以融媒体产品《皖美三部曲》为例  
陈曦
- 114 探索“三融”之路 开创发展新局  
——惠州日报社的融媒体发展实践  
臧守祥 于泽

## 新时代记者走基层手记

- 116 10年时光，见证260多名教师的坚守  
陆波岸
- 119 用文化报道反映“戍边”真情  
杨皓

## 书评

- 122 把准新时代新闻舆论工作的“定盘星”  
——读《学习习近平关于新闻舆论的重要论述》  
武楠 李彬

## 追忆

- 125 徐博：生如闪电之耀亮  
王亚宏



本刊制图



合作网络媒体



# 都市类媒体做好重大主题报道的 “守、变、合”

□ 戎明昌 刘岸然 林洁

做好重大主题报道，做大做强主流思想舆论，让习近平新时代中国特色社会主义思想春风化雨、飞入寻常百姓家，是主流媒体当下面临的紧迫课题。迈向新的历史征程，都市类主流媒体要把握大势，守正创新做好主题报道，汇聚起奋进新征程、建功新时代的磅礴力量。作为重大主题报道的有生力量，南方都市报提高站位、找准定位、守牢岗位，立足新闻传播规律和媒体融合发展逻辑，积极探索“三守、三变、三合”路径，创新叙事、丰富表达、多元呈现，在重大主题报道大合唱中嘹亮唱响南都声部，让主流思想舆论传得更开、传得更广、传得更深入。剖析南方都市报的创新路径，“守”是基础，守正道不偏航，方可行稳致远；“变”是手段，变则通、通则达，方可有效触达；“合”则是目的本身，创新重大主题报道需纳入媒体融合框架下，最终要实现舆论场融合，实现报道传播效能的最大化和最优化。

## 一、守：守护初心、守牢阵地、守好本领

做好重大主题报道，坚持正确的政治方向、舆论导向、价值取向是关键所在，走好全媒体时代群众路线是制胜

法宝，要自觉履行好“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务，努力将主流价值转化为真实生动、鲜活可感的新闻故事，推动主题报道传播力持续增强、影响力不断提升。

### （一）党媒基因与时代使命共生

新时代党的舆论工作者要始终坚守党媒初心，传承党媒基因，勇担时代使命。南方都市报始终坚守党全面领导下的都市类主流媒体的角色定位，凡事从政治角度考虑问题，提高把握方向、把握大势、把握全局的能力。近年来，我们用心用情用力做好重大主题报道，在建党百年、党史学习教育、全国两会、改革开放40周年、乡村振兴、粤港澳大湾区等重大议题中，从不缺位，制作推出了大量精品佳作，助推正能量更充盈、主旋律更高昂。在刚刚闭幕不久的党的二十大的宣传报道中，我们聚焦主题、聚力造势，突出特色、创新表达，推出全媒体报道产品超600多篇（条），总阅读量超过1亿。其中，《沿着总书记的足迹》手绘长卷，将港珠澳大桥、深圳前海石、英德市连樟村等总书记考察广东的重要标志性地点与总书记当时的重要讲话熔于一体，以大量生动案例展现广东发展新成就，一卷尽览，跃然纸上。《领学——总书记点

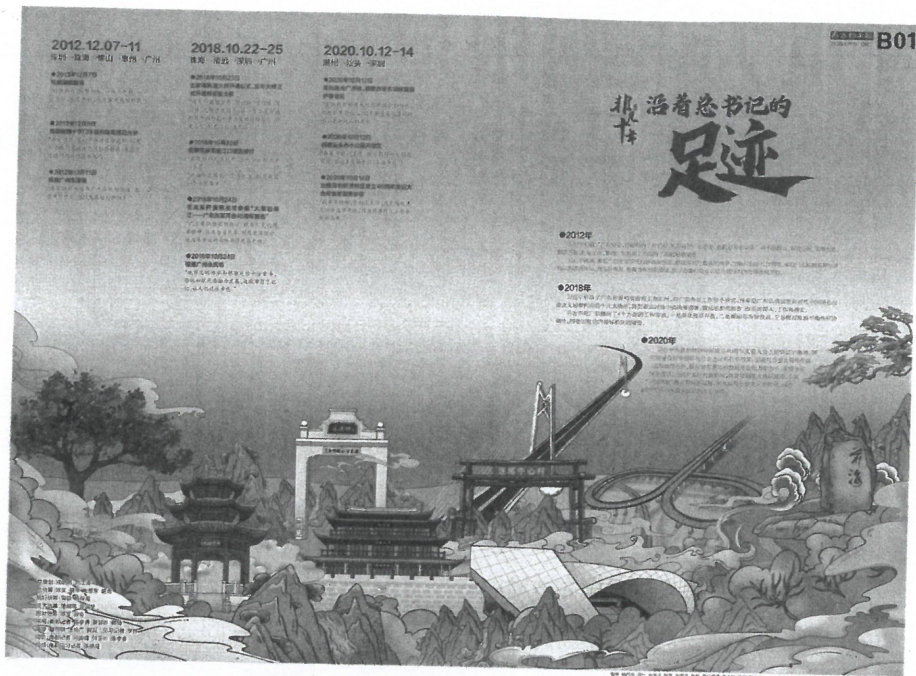
赞的榜样力量》条漫系列，以总书记曾点赞过的20位英雄榜样人物为典型，以剧场故事的形式，以现场感十足的画面，以沉浸式的阅读体验，赢得各年龄层次读者点赞，在同类型题材的媒体表达中独树一帜。《时光溢彩数中国》数据交互H5，在20个主题互动体验中感受我国十年发展伟大成就，形式上运用波普手绘的视频设计，打造动态的流光溢彩效果，标题“数中国”一语双关，既代表数据的特点，也寓意我国独一无二的地位。

### （二）舆论引导与群众需求共谋

准确、权威的信息不及时传播，虚假、歪曲的信息就会搞乱人心；积极、正确的思想舆论不发展壮大，消极、错误的言论观点就会肆虐泛滥。做好重大主题报道，是建好建强党的新闻宣传思想工作主阵地的最重要一环，主流媒体要从需求侧出发，精准把握群众需求，及时提供更多真实客观、观点鲜明的信息内容，牢牢掌握住舆论场的话语权、主动权和主导权。

在2021年5月底广州疫情防控最吃劲儿的紧要关头，南方都市报挺膺负责，在广东省委宣传部支持下，开通“广州抗疫热线”，搭建政民沟通“连心桥”，通过“前台接听→中台扭转→





□ 手绘长卷《沿着总书记的足迹》：广东视角、全国视野，讲述总书记对广东的重要指示精神在南粤大地开花结果

后台督办→中台查询”的闭环运行机制，及时收集求助线索，助力党委政府及时解决广大群众急难愁盼问题，起到了强信心、暖人心、聚民心的重要作用，营造了良好舆论氛围，有力维护了社会稳定。南方都市报主动作为，联合主流媒体打造宣传矩阵，构建联动宣传格局，形成强大的舆论引导合力，积极抢占话语权。今年，我们联动海南、福建、浙江、湖南、宁夏、四川等省份主流媒体启动“遇见中国之美”大型主题宣传活动，通过联合生产、联动传播，全方位展现新时代中国产业兴、生态美、生活好，现已生产出近50个有大片质感的视频，被国内多家主流媒体转载，总播放量过千万，多次登上微博热搜榜，有效激发广大受众对建设“大美中国”的强烈自豪感和自信心。

### （三）传播能力与“长期主义”

### 共筑

全媒体时代要提高新闻舆论引导力，需要有过硬能力、高强本领。全媒体传播处处有较量，舆论话语权处处有争夺，这个较量、争夺，最终都体现在传播力的竞争上，没有传播力何来影响力？因此，主流媒体想要在重大主题报道“大比拼”中崭露头角、占有一席之地，必须通过不断创新内容生产和传播方式、持续增强服务意识和用户理念来提升现代传播的能力和水平。

南方都市报始终将内容生产传播作为安身立命之本，始终秉持“长期主义”不断加强传播能力建设。党的二十大召开前夕，我们推出《中国这十年》成就报道，将党的十八大以来取得的辉煌成就设计成一张张试卷，新颖、直观展示各领域的十年答卷。试题根据中宣部36场系列主题新闻发布会披露的权

威数据设计，分为经济发展、生态文明、法治建设、民生优先、文化自信、制度自信六大科目，题型活泼，大大激发读者“做题家”的兴趣，于潜移默化中，宣传这十年来我国取得的伟大成就，大大增强了传播效果。我们推出《见证非凡·这里是广东》视频系列，以“桥见通途”“路贯八方”“更上层楼”“乡风物语”“活力之湾”五个主题词串联起广东的非凡十年，运用实拍、三维、合成、特效等技术，以普通劳动者和建设者视角展现广东跨度、广东速度、广东高度、广东温度和广东热度，播放量超过7000万，同时面向海外受众制作推送英文版视频，受到境内外广泛关注。

## 二、变：变革内容、变化渠道、变通传播

“明者因时而变，知者随事而制。”随着媒体格局、舆论生态、传播方式的深刻变化，做强做优重大主题报道，亟待深化供给侧结构性改革，通过培育优质内容、构建优越渠道、打造优势传播，切实发挥出主流媒体、主题报道的引导力、影响力、带动力。

### （一）“言”值与“颜”值同构

主流媒体的看家本领，归根到底体现在内容的权威性、准确性、影响力上，体现在内容的连接群众、贴近群众、服务群众上，好的内容永远是根本，是舆论场上的硬通货。只有强化内容品质，满足公众对内容的刚需，重大主题报道才能“叫好又叫座”。

当今中国最能凝聚人心、鼓舞士气的正能量，就是党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央团结带领全



国各族人民走过的非凡历程和取得的辉煌成就。我们紧扣这一主题主线，用脚步丈量祖国大好河山，用心用情用力描绘新时代发展的壮阔图景：通过“直播+数据产品+手绘长卷+人物报道+视频专题”全媒体报道，带领广大用户“坐着高铁看中国”，沉浸式体验中国速度，感悟中国发展成就；通过创意表达成功打造“从三明小吃到三明治”全网热点话题，助力“三明之治”高质量发展样本成功出圈；通过40小时海陆空三维全景拍摄大直播，直升机、喷绘巴士、潜水，上天入海、穿街走巷，生动展现深圳经济特区改革开放40年以来的巨大成就。在巩固主题报道内容厚度、思想深度的基础上，我们打破常规思维，追求唯新、唯实、唯活的丰富话语表达，灵活运用多元传播手段，实现主题报道“言”值和“颜”值双提升，厚植主流价值影响力。

## （二）正能量与大流量同创

流量是衡量主流媒体传播力、影响力的重要指标之一，当前移动互联网已经成为信息传播主渠道，“渠道中断”和“渠道失灵”则成为了主流话语、主流价值传播最大的痛点，没有渠道就意味着无法有效联系群众、无法用正能量赢得大流量、无法用大流量形成引导力。

南方都市报以互联网思维整合内部资源，成立新媒体事业中心，实施全员视频化转型，加快挺进主战场，突出一体化发展，搭建起“2+1+N”协同高效的融合传播体系：“2”指南方都市报客户端和N视频客户端，“1”是南都官方网站奥一网，“N”则为系列分众化、差异化的第三方平台新媒体账

号。从近两年的数据来看，我们的新媒体矩阵年均流量达到百亿级，有效触达千家万户。与此同时，新技术营造出海量的群体舆论场域，意味着亟须细分新媒体赛道，不同渠道需要匹配不同的叙事策略。2022年3月，为迎接党的二十大胜利召开，南方都市报统筹党史学习教育、乡村振兴、科技强国等主题，推出《新时代旋律》大型音乐创作纪录片，以“红色印记+年轻创作人”为呈现方式，梳理100年来在粤港澳大湾区内发生的奋斗故事。正片首发在自主平台N视频客户端，抖音、快手商业平台分发节奏明快、爆点密集的花絮片、预告片等短视频进行引流，微博发布注重话题运营、联动名人，微信则采用创意漫画、交互体验等新颖玩法，以多层次多圈层传播造势，全网流量高达2亿以上。

新形势下，主流媒体应与时俱进，借助移动互联网，充分整合运用优越渠道，提升报道传播力，提高传播抵达率，实现正能量澎湃大流量。惟其如此，方能牢牢占据舆论传播制高点。

## （三）全媒体与多场景同频

从传统媒体到新媒体，从新媒体升维到智媒体的话语框架演变，实则更加强了全媒体传播体系效能的全面化。新技术拓宽了媒介的边界，人机共生，万物皆媒，舆论载体早已深刻变化。在重大主题报道中，主流媒体必须转变思维、观念，积极探索将生产和传播能力向多维度拓展，用足传播空间，延伸传播链，不断提升报道的思想密度、覆盖广度、传播精度。

南方都市报不断推进媒体融合向纵深发展，初步构建起“优质原创、创

意传播、智媒服务”三大核心能力，并将新的服务能力运用于重大主题报道当中，成效显著。2020年，“最美逆行者”系列融媒报道成为全国战疫主题报道现象级爆款产品，我们线上推出人物肖像图片报道、“疫·痕”照相馆H5，线下联合广东21地市开展亮灯致敬行动，广东全省共计推出1000多块LED屏礼赞英雄，还开设防疫宣传主题地铁站、打造“众志成城——致敬抗疫者”专题展。这打破了媒体固有的传播思路，在版面、电脑、手机端之外，找到了线下城市空间的场景传播方式，全面凝聚起社会各界打赢疫情防控攻坚战的大信心和力量。这组报道获评第三十一届中国新闻奖一等奖。2022年春节期间，我们推出“好家风照相馆”线下体验馆、“一封家书传家风”视频征集等报道活动，打造“新春走基层”传播新场景，收获了不俗的口碑。如今，“线上全媒体、线下多场景”的传播方式已经成为南方都市报进行重大主题报道的标配打法，也是实现主题报道出新出彩的关键一招。

## 三、合：统合视野、聚合圈层、融合场域

在重大主题报道中，南方都市报创新思维举措，打通向上、向外舆论场，走进年轻人圈子，推动主流思想舆论向更多维度延伸，全方位扩大主流价值影响力版图。

### （一）国之大者与全局视野相融

通常情况下，地方媒体由于区域限制，很难在全国性重大主题报道上大有作为，鲜少涉足高端时政报道领域。然而，不谋全局者不足谋一域，胸



怀“国之大者”，方能站位高、视野宽、胸襟广，方有大格局、大担当、大作为。

站在新的历史关口上，南方都市报深化思想认识，观大势、谋全局，勇于突破、主动作为，精心策划总书记重要思想和形象宣传报道，高举高打，出新出彩，在新闻报道中切实将“两个确立”转化为“两个维护”的行动自觉。2022年是金砖“中国年”，南方都市报主动设置议题，调动多方资源，适时推出“携手向未来”专题，通过7位国际人士的亲身经历和体会，面向海内外畅谈对习近平主席治国方略和人格魅力的高度评价，在境外舆论场放大我正面声量。“大国担当”“追梦者答卷”“十年信笺情”等阐释总书记“以人民为中心”发展思想、大国外交思想的专题策划，也得到了大量的关注好评。这既是主流媒体的政治担当所在，也是都市类主流媒体提升新闻宣传与舆论引导能力的大练兵。2021年全国两会前夕，基于对香港“由乱及治”趋势的精准研判，南方都市报推出“爱国者治港原则”系列报道，在全国媒体中率先发声，积极抢占话语权，有效影响境内外舆论，多次得到中央驻香港联络办公室全文署名转发，也被30余家境外媒体转载上百次。

## （二）主流价值与年轻圈层相长

青年是国家事业发展的生力军，是国家的未来、民族的希望。年轻人的价值取向和思想观念走向事关大局、事关长远。但是，面向年轻人的主流内容“主流媒体没专做、商业媒体不会做”，主题报道往往给人一种“高冷不可近”刻板印象，探索主流价值年轻化

表达，是一片广阔的蓝海。

南方都市报持续研究年轻人特别是“Z世代”的媒介消费习惯，在基础性、战略性工作上下功夫，在关键处、要害处下功夫，深耕主流价值的年轻化表达，打造了一批产品线，特别是推出了年轻态的新锐短视频平台——N视频客户端。做产品，必须讲究硬核价值“软”表达，即议题设置、话语方式、审美风格、社交传播要契合当下年轻人的嗨点，消解严肃题材的沉重感，让年轻人想看、愿看、爱看。我们围绕“培养担当民族复兴大任的时代新人”主题策划制作的“最潮中国观看我圳少年”系列报道，用多种潮流姿态展现圳少年风采，青春话语，个性表达，塑造出“00后”汽修女生古慧晶、南海守礁女兵林思昭等多名正能量典型人物，被央视广泛转载报道，全网商业平台深度参与，总播放量超过10亿，该系列报道荣获第32届中国新闻奖典型报道三等奖。在建党百年主题以及大湾区文化认同感构建、非遗文化传承等重大题材操作上，我们也选择了主播打卡、微综艺、说唱、游戏等“Z世代”所熟悉的多元形式拉近与年轻人之间的距离。N视频客户端注重“平台化共创”思维，只有形成共创，才能激发更多年轻力量实现主流价值的创造性转化，通过年轻人来引领年轻人，实现主流价值春风化雨扎根于广大年轻人内心，更广泛地凝聚青年、引领青年、服务青年。

## （三）中国视角与国际场域相通

如何向世界讲好中国故事、传播好中国声音，形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权，是摆在主

流媒体面前的重大职责使命。要坚持中国视角，融通中外，善于运用海外读者乐于接受的方式、易于理解的语言，才能更好地向世界介绍新时代的中国，更好地展现真实、立体、全面的中国。

南方都市报以视频为主打产品，巧妙融通“国际范”和“中国味”，在构建对外传播话语体系上下足功夫，生产了众多爆款产品。今年9月，我们推出“我在湾区这些年”短视频专题报道，采用行走写实的纪录片方式，以“洋网红”为第一视角展示外国友人在大湾区幸福工作生活的真实现况，宣传物料将中国风、中国水墨、中国水彩等插画类元素活灵活现地融合贯穿其中，中西合璧、引人入胜。视频播出后社会反响热烈，境内外全平台观看量超过8000万。《外国人遇上中国年》《满载世界的目光 开往湖北的春天》等中英文双语融媒体报道，巧借外嘴发声，向世界展现可信、可爱、可敬的中国形象。与此同时，我们坚持“以我为主”的主流叙事框架，避免被西方带节奏。今年初，西方政客、媒体肆意造谣，持续攻击抹黑北京冬奥会，南方都市报及时推出“世界期待中国·北京冬奥倒计时访谈”专题报道，激浊扬清，着力传播美西方人士对北京办好一届精彩、非凡、卓越奥运盛会的信心与期待，全网关注度突破千万，外交部发言人在记者会上两次援引，在海外社交媒体平台得到广泛关注尤其是得到欧洲奥委会点赞推介，为北京冬奥会的顺利举办做好了舆论铺垫。<sup>①</sup>（作者分别系南方都市报党委书记，副主编，总编室编务助理）

编辑 梁益畅