

内部资料

注意保存

# 全市县级融媒体中心建设座谈会

## 发 言 材 料

2020 年 6 月



# 目 录

1、孟津县发言材料 .....	1
2、偃师市发言材料 .....	6
3、新安县发言材料 .....	12
4、伊川县发言材料 .....	18
5、宜阳县发言材料 .....	28
6、汝阳县发言材料 .....	32
7、洛宁县发言材料 .....	36
8、栾川县发言材料 .....	40
9、嵩县发言材料 .....	44
10、吉利区发言材料 .....	48
11、伊滨区发言材料 .....	52
12、洛阳日报报业集团发言材料 .....	55
13、洛阳广播电视台发言材料 .....	59



# 孟津县发言材料

孟津县融媒体中心自 2019 年 8 月挂牌成立以来，创新体制机制，全媒立体传播，强化功能发挥，尝试市场化运营，引导群众、服务群众，努力走出具有孟津特色的融媒发展之路。

## 一、融合发展，融出生机

一是强化技术支撑。投入 650 万元财政专项资金用于融媒体中心建设。目前，已接入省平台实现全省一张网，自主开发的“掌上孟津”客户端已投用，电视信号实现高清数字化播出。二是创新体制机制。中心设置新闻和运营两大中心，全员聘任、绩效考核、薪酬激励。新闻中心通过阅评制度按稿件质量分级评定奖励，与 10% 绩效考核工资“单挂钩”；运营中心通过基础工资与基本工作量、奖励工资与运营收益 15%“ 双挂钩 ”。三是拓展运营渠道。探索事业体制、企业管理，成立“孟津广播电影电视传媒有限公司”，承接县域宣传推介活动、启动直播带货营销新模式，激发自我造血功能。四是打造品牌立体传播。开通“孟津融媒”今日头条、微信、抖音、快手账号，推出系列有品质、接地气的图文、视频，多渠道、快节奏、立体式传播。目前“孟津融媒”抖音号粉丝量突破 21 万，“孟津融媒”“孟津发布”微信公众号粉丝量 10.7 万。

## 二、增加黏性，发挥功能

孟津县站位社会治理高度，融合做强传统媒体、做大新媒体，

不断增加用户数量、用户黏性，强化发挥三大功能。

一是强化主流舆论功能。做强做优传统媒体，打造主流舆论阵地，重点通过省市县三级 APP 和“学习强国”、“新华社客户端”，推出回应热点关注的“新闻观察”、推介诗和远方的“走遍孟津”、服务基层一线的“直通政务”三大品牌栏目，用身边人身边事和群众视角进行深度报道，多讲故事少说教，让党的创新理论、方针政策飞入寻常百姓家。仅疫情期间在各级媒体刊发新闻 197 篇，新华社客户端刊发 46 篇，“学习强国”刊发 76 篇。通过排兵布阵立体发声，全县经济发展、社会民生、历史文化等得以有效传播，孟津县融媒体中心的影响力、公信力全面提升。二是强化综合服务功能。做大做强新媒体，打造“新闻+政务+服务”，快速“吸粉”增加受众量、增加日活量、增加用户“黏”性。疫情期间“孟津融媒”各账号平台围绕中心工作和群众关切主动设置话题，第一时间发布权威信息，宣传防控知识，丰富文化活动，稳定社会大局。组织“全城消杀”现场直播、“宅在家中一样精彩”文艺直播、超市生活物资供应采访直播，不同侧重点的直播让群众宅在家也愿意看、能参与、能互动，很大程度上把受众“绑”在融媒平台不愿离开，用户数量迅速增长，4 月 5 日“欢迎孟津援鄂医疗队凯旋”直播实时在线观看人数达 19.2 万，互动、点赞超 40 万人次。三是强化信息枢纽功能。积极参与“智慧孟津”建设，建成县人民医院、县中医院“智慧行业”项目，朝阳镇卫坡村、麻屯镇卢村、后楼村“智慧村庄”项目。“掌上孟津”客户端设置“微信息”专区，“孟津融媒”公众

号设置生活圈“今日信息”子栏目，主推本地生活和便民信息，发布 9500 余条，累计浏览 445 万人次，两个媒体同步推送，实现发布平台多元化、信息投送分众化、营销效益最大化、服务经营两促进。

### 三、激活动力，全面运营

积极适应新形势下互联网媒体格局，全面拥抱互联网，打造新天地。一是绩效+薪酬，激活动力。新闻中心工资与绩效单挂钩、运营中心工资与奖金双挂钩，最大程度调动工作积极性、体现同工同酬、优劳优酬。两大中心人员根据发展需要、个人能力和意愿可竞争性流动。通过机制调动，目前各类宣传片制作周期由原来的 1 个月缩短至 7 天，运营中心人员工资由之前的 3000 元提高至 6000 元，前期拖欠 7 个月的工资和医保金补发补缴到位。二是直播+网红，破冰市场。全力打造“直播经济”、“抖音经济”、“短视频经济”，助力脱贫攻坚、乡村振兴。“孟津融媒”微信、抖音、快手平台 28 场直播收入近百万元；推出“姐妹花”“兄弟档”网红主持人直播带货，与孟津电商平台和益农信息社利益分成，推销山药、孟津梨等农产品 3 万余斤，5 月底开始实现多平台同步直播常态化，在收获社会效益、经济效益的同时，积累运营经验、培养专业人才、加强队伍建设。三是服务+运营，自我造血。自主开发的“掌上孟津”客户端设置 9 个栏目、8 个专区。以优质服务为前提，“小店”“商圈”“微经济”“微信息”等专区主要对本地特色、特产等进行自主运营。目前已有 100 家特色店铺入驻“小店”，30 家房产、

商超等较大规模商户入驻“商圈”，通过固定服务费和约定分成等方式互利双赢。下步运营专区还将开启电商模式，自主实现线上下单、交易、支付、经营业务。

#### 四、存在问题

一是上级在支持融媒体中心建设的政策上还不够明晰；二是创业起步阶段受限于市场环境和经营水平，抗压能力不强，自我生存还比较困难；三是省级平台仅提供基本框架服务，模块单一，基层个性化需求还需额外定制和较大投入；四是专业技术人才老化、流失，队伍活力不足，新培养周期较长，吸引人才、留住人才、打造过硬队伍方面还需加强。

#### 五、下步打算

一是做强主流舆论。围绕传承红色基因、弘扬黄河文化、决胜全面小康、“三治”并进服务进村、公民思想道德建设、文明创建、文旅融合等中心工作，策划开展“黄河情·孟津颂”诗词大会、新时代理论宣讲大赛、“最美孟津人”楷模发布厅、“班超故事”演艺等系列活动，实现互动传播高质量，做强主流舆论。二是做大融媒品牌。策划实施推广四季孟津、万里黄河孟津蓝、解码孟津系列创意微视频推广项目，社会公德、职业道德、家庭美德先进典型系列楼宇公益广告项目，孟津故事、黄河文化、红色基因微电影展示项目，强化直通政务、新闻观察、走遍孟津三大栏目，做大孟津融媒品牌。三是提升运营成效。“掌上孟津”客户端目标用户数量 10 万<sup>+</sup>，进一步扩大抖音号粉丝量，增加受众量、提高日

活量。深度参与“智慧城市”“智慧管理”“智慧行业”“智慧村庄”建设。用好微信、抖音、快手等直播平台提升运营成效，真正把融媒体中心建成主流舆论阵地、综合服务平台、社区信息枢纽。

# **偃师市发言材料**

偃师市融媒体中心 2019 年 9 月挂牌成立以来，深入贯彻落实中央关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的战略部署，按照“融为一体，合而为一”的原则，积极探索推进媒体融合，已完成原广播电台和原新闻中心机构、人员、业务整合。具体情况如下。

## **一、偃师市融媒体中心建设现状**

### **(一) 人员机构情况**

2019 年 9 月，根据《中共偃师市委机构编制委员会关于组建偃师市融媒体中心的通知》( 偃编〔2019〕47 号 ) 精神，整合偃师市广播电视台和偃师市新闻中心职能，组建成立偃师市融媒体中心。偃师市融媒体中心为偃师市委直属正科级事业单位，核定事业编制 45 名，经费形式为财政全供。偃师市新闻中心、偃师市广播电视台同时撤销。偃师市融媒体中心现有职工 148 人，其中财政全供人员 74 人，差供人员 38 人，经费自理人员 26 人，劳务派遣 10 人。

### **(二) 媒体融合推进情况。**

按照融媒体中心运行要求，我们积极推进媒体实质性融合，目前，初步形成以新闻采编中心和市场运营中心为基础业务部门的运营架构。已集中整合报、网、台、微、端等平台采编力量，建成新媒体平台“偃师融媒”、“中国偃师”微信公众号和“智慧偃师”

手机 APP 平台。各种新媒体平台与广播电视频道频率、纸媒内资号《西毫新讯》等传统媒体相互补充、取长补短，采编发联动、无缝衔接的工作机制和“一次采集、多种生成、全媒传播”的运营格局已基本构建。其中，由偃师市融媒体中心建成运营的微信公众号“偃师融媒”，关注用户数 6.5 万，单条推送点击量最高达到 10 万+，已成为偃师党、政、商、民各界关注度最高的新媒体平台，是偃师市融媒体中心围绕中心、服务大局、引导群众做好舆论宣传工作的又一重要媒体平台。

### （三）采编队伍素质不断提升。

机构人员业务合并后，如何实现传统媒体与新兴媒体深度融合，如何尽快转型走出困境？融媒体中心坚持做到“两手抓”，一手抓新闻质量提升，一手抓经营渠道拓宽。要求采编人员要练就过硬本领，采、编、播、制样样精通，打造全能型融媒记者。

今年疫情防控期间，全体采编播人员发扬“敢打硬仗、能打胜仗”的团队精神，全媒体同时发声，彰显了主流媒体强信心、聚民心、暖人心、筑同心的使命担当，特别是在 4 月 5 日“偃师人民最高礼遇迎接援鄂医疗队回家”报道活动中，融媒体中心组织全媒体联动全程直播，市民在线点击量超过 25 万人次；洛阳副中心城市建设推进会后，融媒体中心及时跟进发声，及时推出市委书记、市长报纸、电视专访，及时在所属媒体开设《建设洛阳副中心 偃师组团更出彩》、“乡镇党委书记、局长访谈”等系列专栏及“偃评”系列评论文章。同时在对外宣传上发挥报、网、台融合优势，持

续发力，先后在《洛阳日报》、《河南日报》、洛阳电视台、河南电视台、学习强国平台等发表《偃师众志成城战疫情》、《建设副中心 偃师更出彩》等新闻 500 余条（篇），为讲好偃师故事、树立偃师形象做出了积极贡献。同时，通过这些活动，凝聚了人心，鼓舞了士气，锻炼了队伍，提升了业务水平。

#### （四）平台建设进展情况。

2019年7月，按照上级要求，偃师市融媒体中心经过设计规划、审批招标等相关程序，由洛阳市广播电视台具体承建，合同金额为160万，分两块进行。一是技术平台建设，截止2019年10月，完成投资60.2万元；二是基础设施建设，前期完成投资60万元。目前指挥大厅、采编中心等场地已装修完毕、部分设备已进驻，由于资金尚未支付到位，导致必要设备供应不足，信息服务缺乏，平台建设不完善。

按照中宣部县级融媒体中心“一地一端”与省级平台对接的要求，依据省广播电视台县级融媒体中心建设独家授权，偃师市融媒体中心后期建设将由河南大象融媒体技术有限公司作为单一来源采购项目承建，项目总投资180万元，省级财政支持100万元，不足部分由市财政配套解决。目前平台建设进入招投标程序。

## 二、目前存在的问题

（一）媒体运营压力不断加大。近年来，随着新媒体的冲击和传统媒体内部机制、体制的弱化，具有公益性、社会性双重属性的广电、报纸普遍面临生存危机，广告养宣传的时代已经过去。

经营效益已经远远难以负担连年增长的工资及社保费用，导致干部职工思想不稳定，引发上访等问题。一是职工养老金等社保费用缺口较大。二是单位正常运转资金缺口大。目前，融媒体中心还有自收自支人员 74 人，每年工资、社保、水电、设备维护、机关运转等各项经费需 800 万元左右，资金缺口比较大。目前还拖欠职工工资 5 个月。

**(二) 体制机制问题。**按照上级要求，成立县级融媒体中心，但机构设置、人员编制、平台运营、流程等方面没有一个相对统一的模式和标准。各地都是在摸索中前行，由于广电台历史遗留问题多，保工资、保稳定、抓任务的压力大，在一定程度上造成新闻采编主业受到影响。近年来，我们也尝试过机制改革，但是碍于政策、市场、人员状况的制约，并没有从根本上改变和促动媒体行业的活力和新生。特别在近两年，由于市场形势加剧下滑，整个行业人心不稳，再加上奖励机制、考评机制、淘汰机制等配套措施的不健全，或因政策原因不能落地，导致干与不干一个样，干多干少一个样的从众心态日渐浓烈。体制机制原因导致今天的融媒体中心内部缺乏活力，对外没有竞争力。

**(三) 网台分离遗留问题。**2012 年按照文化体制改革要求网台分离（原广电台与豫广网络公司）时，原广电台自愿选择到豫广网络公司工作 138 人。按照协议规定“豫广网络公司接收的行政事业编制人员，保留其行政事业编制和身份，由原单位继续保管其人事档案”，工资正常晋级晋档，退休时按行政事业单位人员审

批。由于当时各项手续不规范、不完善，造成很多遗留问题，如社保、编制、人事、公积金等都在一个库里，导致人员不能正常退休、职工住院不能报销等许多问题，职工队伍不稳定。

**(四)专业技术人才匮乏。**不同于其他行政事业单位，媒体工作专业技术性较强，需要不断的引进人才，培养人才，并且要一代一代的传下去。受制于现行事业单位人才引进现状，目前偃师融媒体中心专业人才极为匮乏。偃师融媒体中心在职职工年龄普遍偏大，一线采编播人员大部分为劳务派遣、公益性岗位等性质，不是正式在编人员，随时可能被上级一纸文件清退，一旦清退，新闻宣传工作将受到严重影响。在刚刚进行完毕的全市人事代理人员清退工作中，我中心已经有21名一线采编播人员被清退，目前一线新闻记者仅有10人，专业播音员只有3人，仅有的一名男主播由于实习生身份的限制，也随时有被清退的可能。面对日益繁重的宣传任务，解决人才问题刻不容缓。

**(五)技术设备落后。**新媒体行业是一项高投入、重装备的社会事业。随着形势的发展，各种机器设备需要根据采编指标的变动轮替更新，需要一定投入，但是目前财政难以保障，矛盾突出。

### 三、下步工作打算

**(一)尽快对接省级技术平台。**要抓住省级财政大力支持的机遇，实现技术设备提升进级，尽快完善相关手续，加快施工进展，争取年内实现与省级平台互联互通，正常运营。按照《县级

融媒体中心省级技术平台规范要求》，尽快实现集新闻指挥调度、新闻通联、选题策划、内容直播、党建服务、公共服务、融合发布、网络安全、监管监控等功能服务于一体的大数据技术平台。

**（二）理顺体制机制。**结合实际发展需求，依法依规探索多元发展道路，提升自身造血功能。争取上级给予更多用人自主权和正向绩效激励政策。持续深化机构、人事、财政等配套改革，统筹推进传播体系一体化和组织机构一体化，加快建立以互联网传播和新媒体生产为主攻方向的一体化运行机制，破除束缚发展的体制机制障碍。

**（三）开拓经济增长点。**争取上级资金支持，申请通过财政拨款、项目补助、引导资金、以奖代补、政府购买等多种形式，支持融媒体中心基本运行和开展宣传报道、公共服务、运营维护等工作。积极开拓市场，在经营创收方面寻找新的增长点，尽最大努力打好经济翻身仗。

# 新安县发言材料

2018年6月，新安县被河南省确定为县级融媒体中心建设39个试点县之一。同年12月，新安县融媒体中心挂牌成立，由新安县广播电视台和县新闻中心合并组建而成，为县委直属公益一类事业单位，归口县委宣传部管理。

## 一、基本情况

中心现有职工225名，其中财政全供事业编制24名，差额补贴事业编制86名，企业103人，劳务派遣12人。中心领导班子现有主任1名、副主任3名。

中心下设“三办八部二中心”。“三办”是融媒体中心办公室、党建办、总编室（指挥中心）；“八部”是财务部、技术装备部、外宣部、采访部、栏目部、编辑部、新媒体部、播出部；“二中心”是演播中心、影视中心共13个部门。

中心下属三家公司，分别是：虹桥公司、传媒公司、融媒公司。

中心主要承担广播电视节目制作、内资编辑出版、官方新闻门户网站、微信、客户端的建设和运营任务。拥有新闻综合、文旅科教、经济生活三个电视频道、新安人民广播电台100.7调频广播，内资《今日新安》、新安县发布、新安融媒微信公众号、云上新安手机APP、新安网等多个类别、形态多样、手段先进的现代

化全媒体矩阵。

## 二、建设情况

以县广播电视台为主体，整合县新闻中心，成立县融媒体中心。2019年4月，县新闻中心搬至县广播电视台，实现合署办公，以人员融合、机构融合、职能融合倒逼媒体融合。2019年6月15日，县融媒体中心和河南大象融媒技术有限公司签订承建协议。16日技术工人开始进场建设融媒体中心指挥中心业务技术平台支撑模块、大屏展示模块，于当月26日核心服务器、电路改造、网络架设全部安装完毕，进入调试阶段。与此同时，新闻录播室、虚拟录播室、办公设备及基础设施改造建设升级也于8月底全部完成。高清电视播出系统于10月建成并投入试运行，11月18日三个电视频道完成高标清转换，实现全天候高清播出，并与省平台实现了对接。新安人民广播电台100.7调频广播升级改造模块、大演播厅、综艺演播厅升级改造已列入日程。县融媒体中心建设得到县委、县政府大力支持，共投入资金1000余万元。

## 三、经验做法

坚持“新闻立台 内容为王 融合共享 创新发展”的工作思路，内提质量，外要效益，以内容建设、技术平台、经济效益为目标，着力推进“一中心二平台三效益”建设。

**(一) 抓好“一中心”。**以技术平台为支撑、总编委为框架，建好用好指挥中心。一是将总编委与指挥中心的业务职能完全合并，实现一个机构两块牌子，在强化宣传管理的基础上，增设调

度指挥、业务统筹、综合服务三大功能性版块，集中策、采、编、发、管等生产流程，结合县委、县政府的中心工作，做到“四个统一”，统一报道部署，统一策划主题、统一组织采访、统一编发稿件，形成采访部、编辑部、新媒体部、外宣部等多部门联动，实现了“一次采集、分部编辑、多元发布”，一个声音多个平台发布的统一格局，不断提升了主流媒体舆论宣传的传播力、引导力、影响力和公信力。

二是始终坚持党管宣传、党管媒体、党管意识形态工作不动摇，牢牢掌握工作领导权、话语权和主动权，围绕中心工作，打好宣传主动仗，开创新时代媒体整合宣传新气象。2020年1至3月，中心上稿中央级1条、省级26条、市级56条、学习强国平台92条。《新安新闻》共播发68期，编发稿件484条，开设专栏《让党旗高高飘扬》，大力宣传党员的先锋模范带头作用。其中“因为责任 所以坚守”、“敢于请缨战役的新安勇士 - 张宾”、“抗击疫情 红色先锋在行动”等节目在第一时间宣传报道，引起了观众的广泛关注。新安宣传片《我在新安等你》，旅游推介片《县委书记当导游》《我为新安特产代言》在电视、新媒体上播出后好评如潮。《今日新安》报纸出版发行10期，开设专栏《2020 万众一心加油干》《抗击疫情我们始终在一起》等，共编发稿件297条。云上新安手机APP，新安发布、新安融媒微信公众号等共上稿1510余条。其中，《白衣执甲 勇士归来》、《暖花已开 勇士笑归来》获得很高的关注度和点击量；云上新安推出《党旗飘飘》《抗疫有我》

《洛康码》等专栏，为鼓舞抗疫志气、凝聚社会力量发挥了积极作用。

“一中心”是融媒体中心业务宣传管理的核心，又是龙头，在此次疫情防控工作中，统筹推进，调度有方，以新媒体的“快引”带动了传统媒体的“大全”，优势互补，形成了全覆盖无死角集中宣传的立体效应，有力有序有效的发声，不但树立主流媒体权威形象，提升了凝聚力，更为今后的突发事件宣传报道树立了标杆和榜样。

**(二)建好“二平台”。**围绕“高清”品质这一主线，采取以平台建设为重点，不断推进传统媒体平台与新媒体平台在内容、渠道、管理等方面深度整合。高品质节目内容需要高质量的技术平台来实现，在这次融媒体中心建设中，新媒体平台以高品质、高互动性受到欢迎，传统媒体平台如何做到和新媒体平台无缝衔接，我们从“采”“网”“转”入手，投资 40 余万元，更换了高清摄像机、黑卡七照相机等高端采访设备；以现在的千兆网络为基础，更换网络终端交换机，增加带宽，提高数据吞吐量；加大共享存储空间，缩短素材转码时间；在此基础上，又投资 60 万元，购买三套高清播出系统，彻底打通了两个平台高清素材无法共享共调共用的瓶颈。

**(三)做好“三效益”。**强力推行“事”“企”分开，发挥资源优势，提高自身“造血”能力，实现经济效益反哺新闻主业。中心成立后，三家公司人才充盈，充分利用各自定位，主动作为，2019 年完成

总收入近 1000 万元。主要做法：一是向政务（服务）要效益。与县直、乡镇各单位联办专栏，《咱们一起奔小康》《平安 365》《商务纵横》《新安人大》《家在新安》《新安工会》等专栏的开辟，不但全面展示了合作单位的工作成效，又增加了单位的经济效益。二是向企业要效益。以专业的设计人才、高端的采编设备，广泛的深入对接，积极了解他们的宣传推介需求，从企业的一支笔、一张纸、一面墙、一部片做起，让企业的文化元素新颖独到地嵌展于每个角落、每个层面，让企业足不出户，享受一条龙服务，满足企业高质量文化宣传需求。同时，承接企业专题片、汇报片、宣传片、形象片等也是增收的主要渠道之一。三是向社会要效益。充分利用我们媒体人才资源优势，联办或加盟专业培训机构，新安广电传媒艺术培训中心、阿斯顿英语新安培训中心作为 2020 年增资项目已筹建完毕，正在按计划推进。其次是主动贴近市场，承接文化、演艺、庆祝、庆典、晚会等各类活动，新安县春节联欢晚会、五一劳动者颁奖晚会、时代先锋颁奖晚会、2020 新年音乐会、最美新安人评选、新安新车展、新安建材展等等引起社会各界的广泛关注，实现社会效益和经济效益双赢。

### 三、下步工作打算

（一）强化延伸功能，探索“媒体+”运行模式。丰富融媒体中心功能，利用平台优势开展电子政务，加强政务服务功能；依据群众需求拓展便民服务，整合便民服务资源，加强电子商务、在线医疗、社会生活等领域的垂直服务，搭建党委政府和人民群众

之间沟通的桥梁，让县级融媒体中心真正“用”起来。

**(二)选用育留全过程发力，加强队伍建设。**拓宽引才渠道，积极探索人才双向交流，让县级新媒体平台运营管理人员到市级或省级平台锻炼学习，上级优秀新媒体人才下沉至县级平台开展“传帮带”。同时强化新媒体人才培训，通过座谈、培训等多元方式“补钙加油”，提升采编人员业务观念和思想水平，引导其向全媒记者、全媒编辑、全媒管理人才转型，为融媒体中心建设提供技术支持和人才保障。

**(三)借力借势，扩大与市级及以上媒体的合作。**不断拓展深化与中央、省、市融媒体中心人员往来、技术交流、资源共享，促进内在提升，通过新技术、新应用加快媒体的传播，占领信息传播的制高点，为推动新安高质量发展提供强有力的舆论支持。

# 伊川县发言材料

自 2018 年底正式挂牌运行以来，在省委、市委宣传部的大力支持和县委宣传部的正确领导下，伊川县融媒体中心紧紧抓住省级融媒体建设试点县的机遇，与省广播电视台合作，坚持导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要，努力打造融媒体产品，强力实施融合传播，宣传质量和水平明显提高，融媒效益凸显。

## 一、伊川县融媒体中心运行情况

### （一）加快融媒体中心建设，推进媒体融合发展

1、全市先行，县融媒体中心正式运行。按照省委、市委宣传部要求，我县与省广播电视台合作，并依托省广电台融媒体中心的技术支撑和人力资源，将县委新闻中心、县全媒体中心 和县广播电视台进行融合，建设我县“新闻+政务+服务”新型模式的融媒体中心，于 2018 年 12 月 29 日正式挂牌运行。安阳市委宣传部、宜阳县、孟津县、汝阳县等三十余个县市区的宣传部门陆续到我县学习交流融媒体建设经验。《河南日报》《中国经济周刊》对伊川县建设豫西地区融媒排头兵的成功实践及时进行报道，省委政研室、市委办对我县融媒体中心建设工作经验进行了专期刊载。

2、多措并举，努力提升全媒体采编技能。推行“首席记者”“名记者工作室”，围绕业务骨干组建采编团队，形成“老带新”“师傅带徒弟”的人才培养体系。建立乡村宣传员队伍，采编人员联系 15

个乡镇(街道)和县直 120 多个单位与部门, 369 个行政村(社区)。融媒体的新闻记者既当采编人又是政策宣传员, 确保首发首播, 抢占舆论制高点。借力培育人才, 与洛阳师范学院合作: 建立实习实训基地, 互学共鉴, 推动融媒体人才尽快成长。与洛报融媒开展战略合作, 实现信息互通共享。招录专业人才, 定向招录编辑、采播专业毕业生, 计划 5 年内本专科毕业生的比重提高到 50% 以上。借智管理运营, 积极联系国内知名融媒体运营团队, 组建智囊团, 为我县融媒体建设提供智力支撑和嫁接前沿模式。注重薪酬激励, 出台《伊川县融媒体中心薪酬分配制度改革实施方案(试行)》, 以成立播音主持组为试点, 实行分级考核制和积分考核制, 人尽其才, 各展所长, 实现“同岗同责、同工同酬、优劳优酬”。设立“伊川县媒体融合传播奖”, 每半年评选一次, 鼓励采编人员主动创新, 积极探索, 调动全体采编队伍的积极性和创造性, 激活现有人才的“一池春水”。

3、强化管理, 媒体融合聚合效应初步显现。坚持融合、发展、管理并进, 建立了科学有效的媒体管理体制, 强化主流媒体意识, 切实担负起意识形态工作的主体责任。依托省大象融媒的技术支撑, 加快建立以互联网传播和新媒体生产为主攻方向的一体化运行机制, 实现转型升级。打造以县电台、电视台、《伊川》报、伊川手机报、伊川政府网、“云上伊川”APP、伊川民声网、新华社现场云、微信、微博、头条号、抖音号等为支撑的全媒体矩阵, 做到“一次采集、多种生成、全媒传播、多个平台扩散”。形成即

时采编、即时发稿的传播机制，做到时效优先，抢占有户，盘活传统传播资源，深耕移动新媒体。坚持守土有责、守土负责、守土尽责，严格实行广播、电视、报纸、微信、微博、移动客户端播发“三审三校”制，抱紧拳头，形成合力，守好阵地，不断提高新闻舆论的传播力、引导力、影响力、公信力。

## （二）把握正确舆论导向，提升融合宣传成效

1、紧扣中心，主题宣传有声有色。县融媒体中心始终坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主的方针，坚持“三贴近”原则，坚持把做好习近平新时代中国特色社会主义思想的宣传阐释作为头等大事，做到“天天见、天天新、天天深”。深入宣传党的十九大关于决胜全面建成小康社会的重大部署，深入宣传全县上下全面贯彻落实党的十九大和十九届四中全会精神，精心组织“新时代、新气象、新作为”主题采访活动，大力宣传我县全面深化改革、供给侧结构性改革、脱贫攻坚、生态文明建设等新举措及成效。在融媒体各平台开设《不忘初心 牢记使命》《十九届四中全会精神解读》《壮丽 70 年奋斗新时代》《乡村振兴正当时》《文明创建在行动》《文明城市创建访谈》《“厕所革命”在伊川》《2019 最美伊川人》等专题专栏，对不同时期的重点工作进行了有力报道，营造了良好的舆论氛围。特别是在今年新冠肺炎疫情防控期间，我们充分利用媒体平台优势，深入解读疫情防控知识，对县委、县政府重大决策部署、重要政策信息、积极应对措施等进行全方位、多角度宣传，为全县打好疫情防控阻击战提供了强大的舆论支撑。2019

年以来在伊川电视台、伊川电台、伊川新闻微信公众号、云上伊川 APP 等平台播出和推送《伊川新闻》230 余期，发稿 2200 多条；制作专题片 20 余个，播出公益广告 3 万余条，为全县经济社会发展营造了良好的舆论环境。

**2、突出特色，对外宣传提质增量。**紧紧围绕县委、县政府中心工作，不断加大新闻外宣力度，传递好声音，弘扬正能量。《伊川：科技创新引领产业进入新境界》《伊川：多管齐下助脱贫》《伊川：高质量高标准推动主题教育全面开展》等一大批围绕我县脱贫攻坚、重大项目建设、主题教育、经济发展惠及民生等方面的重点稿件，分别在中央电视台、河南电视台、《河南日报》、《洛阳日报》、大河网等报刊、网站重要位置发表。2019 年以来积极在市级以上纸质媒体发稿 1600 余篇，广电类媒体发稿 800 余篇；同时向学习强国推送优秀文章 140 余篇，为服务县委、县政府中心工作起到了良好的宣传作用。成功举办“壮丽 70 年 奋进新时代”系列主题新闻发布会伊川专场，以“洛阳出重彩伊川有担当”为主题，从工业强县、生态建设、民生福祉等方面集中展示了新中国成立 70 年来，伊川大地发生的巨大变化，有力地宣传了伊川良好对外形象。在接待外媒体记者方面，共接待中央、省、市新闻媒体记者 200 余人次，协调各类媒体监督曝光事件 130 多起，基本做到了发现一起，化解一起。

**3、立足本土，宣传方式不断创新。**创新思维是媒体融合发展的根本。坚持创新为要，强化用户思维，一改过去“坐等新闻”“任

务新闻”的新闻传播方式，现在通过内容创新，紧抓社会热点，吸引用户回归。一是平台栏目创新。除了《厚重伊川》《探秘伊川》《伊川老味道》《百姓问政》等原来固定的栏目以外，新增《乡村振兴》《文明创建》《致敬老兵》《医疗保障》《学习榜样》《诗词伊川》《读书吧》《乡村大舞台》等栏目和系列节目，内容更加丰富。例如今年开展的“最美伊川人”评选，网上投票 15W+，点击量达到 43W+，形成了现象级的爆款产品；高考前夕，运用新华社“现场云”全程直播了即将参加高考的学子壮行大会，点击量在短短半天时间就达到了 11W+。二是传播方式创新。融媒体中心扩大新闻来源，在传统的基础上，扩展了基层通讯员上报，各个平台的舆论热点搜集等；建立媒体矩阵，通过伊川政府网、“云上伊川”APP、伊川民声网、新华社现场云、微信公众号、头条号、抖音号等 12 个平台进行扩散，创新传播渠道，形成手机屏、电视屏、公共场所竖屏、室外大屏四屏联动，宣传成效显著；外宣力度也不断加大，在国家、省、市主流媒体发播新闻稿比上年同期增长 27%。5 月份，我县的脱贫攻坚、乡村振兴和双拥工作信息等分别被央媒采用，中央二套、中央七套、中央广播电台分别到我县进行了专题的采访报道，有力的传播了新时代新作为的伊川好声音。

**4、移动优先，新媒体推送及时有力。**依托大象融媒的技术支撑加快建立以互联网传播和新媒体生产为主攻方向的一体化运行机制，实现转型升级。一是开通“伊直播”。成立 VR 工作室，入驻新华社“现场云”，拓宽宣传渠道。二是“云上伊川”APP 上线。

着力打造“新闻+政务+服务”模式，构建以“云上伊川”APP为引领，以政府网站、微博、微信公众号等为支撑的移动传播平台，形成即时采编、即时发稿的传播机制，做到时效优先，抢占用户。云上伊川APP的顺利上线运行是我县探索媒体融合发展的有力举措，也是由大屏转向小屏，由传统媒体向移动新媒体发展的新跨越，为抢占基层网络舆论宣传阵地奠定了基础。15个乡镇、369个行政村(社区)、55个政府部门、12个公共服务行业均已入驻“云上伊川”，各类信息互联互通，线上线下联动服务，既加强了对基层信息发布的意识形态管控工作，又发挥了移动优先的重要作用，真正实现“新闻信息传递到基层、创新理论宣讲到基层、部门服务深入到基层、群众诉求倾听在基层、矛盾问题解决在基层”。例如：与新时代文明实践中心建设相结合，建立新时代文明实践乡村振兴大讲堂：拓展电商平台建设，宣传农作物收成，拉近农民与消费者的距离，使融媒体成为乡村振兴的“助推器”等。“云上伊川”APP截至目前下载量12万+，有注册用户数60000+，日活量800左右，总发稿量7200余条，个人专享认证用户达到3000余人，开设板块17个，开办专栏61个，已跨入全省活跃APP行列，基本实现了“云上伊川在手，民生万事不愁”。三是开通官方抖音号。为适应5G、VR和短视频等新趋势，“伊川融媒体中心”抖音号自11月11日开通，现已发布视频230余篇，阅读量37W，点赞量为10.2W，粉丝达1.3W，形成了网络宣传的爆款产品，也体现了主流媒体在网络空间弘扬主旋律、传播正能量的使命担当。

### （三）以党建工作为引领，意识形态全面加强

**1、强化组织，切实加强党的建设。**今年以来，县融媒体中心切实加强机关党的建设工作，以党建工作项目化管理为抓手，以党员扶贫帮困为引领，深入学习宣传贯彻党的十九大精神和习近平新时代中国特色社会主义思想，扎实开展“不忘初心、牢记使命”主题教育活动，不断推进“两学一做”学习教育常态化制度化，认真落实党建工作责任和意识形态工作责任制，严肃党内组织生活，强化党员教育管理，全面加强党的政治、思想、组织、作风、纪律建设，机关党的建设工作迈上新台阶。

**2、举办活动，展现能力实现双赢。**依托广播技术手段及人才资源优势，策划导演多场大型文化节目和直播活动。先后对全县经济工作会议、人大政协两会，脱贫攻坚工作大会，全县教师节表彰大会等大型会议，以及庆祝新中国成立 70 周年合唱比赛、文化进万家、传统文化进基层，伊水欢歌广场文化活动、乡村大舞台、快乐星期天、援鄂英雄荣誉归来等大型活动进行策划及现场 VR 直播；举办了“晒伊川文旅”“伊河沼香田园综合体旅游”等重大旅游系列推介和体验活动。县融媒体中心还对多场“我和祖国共成长”“我们的节日 - 端午”等爱国主义读书演讲比赛进行直播和立体报道，丰富多彩的活动贯穿全年，充分展现了融媒体中心的能力和实力，收到社会各界的一致好评。

**3、聚焦主业，营造节日浓厚氛围。**紧紧围绕庆祝新中国成立 70 周年宣传主题，创新方式、方法，变换制作模式，推出《我和

我的祖国》系列 MV 和《歌唱祖国》《书香伊川 华美绽放》《诗词伊川》等多部 MV，积极反映伊川人民对祖国的热爱和庆祝祖国 70 华诞的喜悦。同时，八一前夕，遍寻伊川老红军、老战士，拍摄制作《致敬老兵》系列专题节目，聆听他们讲述战斗故事，抒发爱国热情，号召广大同志不忘初心、牢记使命，继续为中华民族伟大复兴的中国梦不懈奋斗，为庆祝新中国成立 70 周年营造了浓厚的氛围。

**4、强化监督，促进干部作风转变。**进一步加大媒体舆论监督，继续在县电视台开设电视问政类专栏《百姓问政》。今年以来，以群众关心的热点、难点问题为切入点，分别对县科工局、县市场监督管理局、县人力资源和社会保障局、县住房和城乡建设局等 10 家单位进行了现场问政，又通过后期跟踪报道落实，真正做到了问政于民、问计于民、问需于民。《百姓问政》栏目开辟了政务监督和民意表达的新渠道，让百姓直接参与执政过程、评议执政效率、监督执政结果，进一步提升了政府执政效能，推动了行业作风的根本好转。

## **二、存在的主要问题及原因分析**

**一是媒体融合度依然不高。**从简单相“加”走向初步相“融”，但新闻采编中的传统思维模式依然存在，虽然在传播手段上是新媒体思维，新闻产品链条各个工序流程很容易脱节，往往传统采集之后很难生成有热度有温度的融合产品。

**二是采编播人员力量依然不足、素质依然不强。**主要集中在

专业技术人才缺乏，又因县级工资待遇低又留不住高素质人才。一线记者写稿拍摄水平普遍不高，采编播人员的新媒体传播思维仍欠缺。

三是自我造血功能依然偏弱。融媒体中心需要政府财政保障，更需要自身转变经营模式、提高经营收入。目前还处于传统媒体收入困窘、新媒体广告市场遇冷的尴尬境地，虽然探索了降低价格、合作经营等办法，但收效甚微。

### 三、下步工作打算

(一) 深化媒体改革，推进媒体深度融合。攻坚克难，锐意创新，着力在人员、机构及工资体系真正融合上下功夫，真正实现从融合到融活，从“物理反应”到“化学反应”的转变。进一步健全完善绩效考核、采编管理等体制机制，真正实现统一身份、统一指挥、统一考核，充分调动全体采编播人员的工作积极性和创新性。继续推进内部平台建设，实现机构、内容、平台、渠道、数据、人才、机制、管理等方面深度融合，发挥新媒体传播优势，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。在财政保障的前提下，尝试施行事业单位企业化管理提高绩效工资比重，打破原有“吃大锅饭”的方式，计划稳步推进，确保在融合过程中保持队伍不散，人员不减，聚焦聚力联动发展。

(二) 围绕中心工作，营造大宣传格局。围绕县委县政府中心工作，利用好各个媒体平台，围绕“一次采集、多种生成、多元传播、多个平台扩散”的媒体融合发展目标，改进报道方式表现手

法，制作更多具有原创性的融媒体产品，充分发挥媒体集群效应，形成强劲舆论氛围，传播好声音，弘扬正能量，集中力量讲好伊川故事，为推动伊川经济社会高质量发展提供有力的舆论保障。

**（三）发挥资源优势，提升自身“造血”功能。在坚持采编经营两分开的基础上，改革经营人员薪酬制度，积极探索多种“媒体+”业态，通过延长产业链条，增加经营性收入，切实运营好融媒体传播有限公司，为多余的采编人员分流到经营岗位创造条件。具体来说，就是要加强与县直部门、乡镇合作，并做好信息服务工作；深化与企业、团体合作，拓展业务市场；强化为民服务功能，联合各类协会、演出团体组织开展重大商务活动。积极开展各类群众性文艺、体育、科普、公益活动，开展各类商务、会展、节庆等活动，打通线上线下、提升造血机能，实现社会效益和经济效益的双赢。**

# 宜阳县发言材料

宜阳县融媒体中心于 2018 年 8 月启动建设，在近两年的工作实践中，我们坚持高起点谋划，接地气建设，全方位利用，力求媒体融合成效最大化，打通了基层宣传工作到达群众的“最后一公里”。

## 一、提升认识，高位谋划组建机构和队伍

宜阳县委对融媒体中心建设工作高度重视，中心组专题学习习近平总书记关于县级融媒体中心建设的重要讲话精神，召开县委常委会议研究，决定深化机构、人事、财政、薪酬等方面改革，推进宜阳县融媒体中心建设。明确融媒体中心的主要职责是：宣传党中央决策部署，宣传党的创新理论，宣传社会主义核心价值观；把握正确舆论导向，宣传县委、县政府工作部署，传播本地政经资讯，推出更多源于宜阳、立足宜阳、服务宜阳的新闻产品；不断拓展完善功能，面向全县干部群众提供政务服务、生活服务等综合服务，服务经济社会高质量发展，服务群众生产生活。明确县融媒体中心为县委直属正科级财政全供事业单位，归口县委宣传部管理，人员编制 63 名，设主任一名（正科级）、总编辑一名（正科级）、副主任二名（副科级），在机构设置上属于“高配置”。融媒体中心压缩机关科室和冗员，扁平化设置机构，内设党政办、总编室、指挥中心、新闻采访部、编辑制作部、技术保障

部、社会活动部等八个部室。对原有人员进行整合，力量大力向一线倾斜。将广播、电视等平台的采编力量向互联网主战场汇聚，打通平台界限，推动全员转型，打造能写作、能拍摄、能出镜解说、能编辑剪辑的“四能”人才。2018年、2019年连续两年，融媒体中心（广播电视台）抓住县里从县直单位自筹事业人员中选招人员到乡镇工作等机会，分流到其他单位20多人，减负瘦身，为人才迭代创造了条件。慎重研究，根据实际需要制定长期和近期人才招聘计划，拟以多种方式灵活补充综合素质高、专业能力强的工作人员，目前已在实施之中。

## 二、博采众长，结合实际建设场所和平台

“他山之石，可以攻玉”。从2018年起，我们先后到河南日报、豫广网络公司、新农村频道、项城、汝州，以及市内的伊川、新安、栾川、汝阳等地实地参观学习融媒体建设，博采众长、结合实际拿出本地建设方案。宜阳县融媒体中心建设按照《县级融媒体中心建设规范》要求，本着“因地制宜、节俭节约、科学实用”的原则，依托县广播电视台原有的办公场所进行提升改造，科学规划精心设计，着重打造融媒体指挥中心，并对原有的新闻演播厅及相关部室进行升级完善。建成后的融媒体中心布局合理，实用性很强。“小投入”实现了“大效果”。按照统一技术平台、“一县一端”的要求，宜阳县融媒体中心平台依托河南省县级融媒体中心技术支撑平台和洛阳广播电视台融媒体中心技术支撑平台进行建设，目前已全部建成，与省、市平台完成对接，投入实际运行，

实现全省联网共享新闻资源、本地信号上传 IPTV、“云上宜阳”APP 上线、舆情关注、活动直播等功能。

### 三、守正创新，全面利用力求实效最大化

坚持办好传统媒体。改善了广电发射台办公条件，更新一大批采编播设备，规范化建设高清播出机房，于 2019 年 4 月成功开通宜阳电视台一、二频道高清数字电视信号，在洛阳市各县（市）台率先实现高清播出。每年县广播电台、电视台各播出《宜阳新闻》240 余组，播发新闻 2000 余条，《天平之声》《宜阳司法行政在线》《健康话题》《音乐加油站》《一起读书》等专题栏目每年制作播出节目 130 余期。推广“新闻+”模式，为乡镇、县直各单位、企业提供新闻报道以外的全方位服务。围绕城市建设、脱贫攻坚、乡村振兴、全域旅游、环境污染防治等中心工作，两年来制作 50 余部高质量专题展示汇报片。电视台连续三年承办县春节联欢晚会、少儿春节联欢晚会，承办宜阳县道德模范颁奖典礼、党建知识竞赛、文旅推介等大型活动，主流媒体的影响力有增无减。

高度重视新兴媒体。适应形势，移动优先。“云上宜阳”APP 今年正式上线，设置有“富美宜阳”“基层党建”“脱贫攻坚”“乡村振兴”“文化旅游”“宜阳新闻”等 12 个板块。用户可以自由阅读海量内容，实时掌握国际、国内及宜阳县的重要新闻资讯，收藏、分享精彩内容；可以在线收看央视直播节目，收听收看本市、本县广播电视节目，使宜阳人随时随地能够“掌握”宜阳台。通过“云上宜阳”“订阅号”，各乡镇、单位、企业不仅可以实时发布工作信息，

还能及时接收社会各界和群众的意见建议。便民板块集合了生活服务、线上缴费、查阅信息、交通出行等服务项目，正逐步实现“一部手机在手，全县办事无忧”。去年以来“宜阳融媒”微信公众号推出的《我和我的祖国》等 10 余部作品，点击量超过 50 万次。《晒文旅家底 游河洛大地·宜阳篇》在“宜阳融媒”微信公众号推出后，创下单日点击量 10 万+的“惊人记录”。

切实做到真融真用。建、管、用并重求实效。今年以来，县融媒体中心统筹下属广播、电视、微信公众号、手机报、“云上宜阳”APP 等各类媒体开展全面宣传，真正实现“一次采集，多种生成，全媒传播”，构建“小屏快发、大屏选发、全媒体齐发”的传播格局，工作效率和宣传效果显著提升。疫情防控期间，制作《健康小课堂》《疫情防控警示钟》《众志成城 防控疫情》等系列节目，在广播、电视、微信、微博、手机报全方位、高密度推出，效果极佳，多次受到县委县政府肯定表扬；今年县“两会”召开期间，“云上宜阳”APP 在代表、委员和全县党员干部群众中推广使用，使新闻宣传时效性显著提升，“一部手机在握，直通两会现场”，“云上宜阳”成为媒体矩阵中的“先锋”和“新星”。融合的传播格局使宣传报道既有时效、又有深度，优势互补，深受好评。

下一步，我们将进一步完善硬件设施和工作环境，招录引进专业人才，全力强化保障力度，与中央、省、市等各级媒体合作，打造“宜阳融媒”过硬品牌，使其真正成为“主流舆论阵地、综合服务平台、社区信息枢纽”，更好引导群众、服务群众。

# 汝阳县发言材料

汝阳县地处北汝河上游，距洛阳市区 68 公里，总面积 1332 平方公里，总人口 52 万。汝阳历史文化悠久，生态环境优美，有“中国杜康文化之乡”、“中国恐龙之乡”、“醉美汝阳”之美誉，称之为“酒祖圣地、山水汝阳”。

去年以来，汝阳县按照《河南省加强县级融媒体中心建设实施方案》，立足县域主流舆论阵地建设，积极推进县级融媒体中心建设和创新发展，围绕整合媒体平台资源，实施移动优先战略，增强品牌内容的核心竞争力，构建全方位媒体服务新格局，在服务转型中切实推进汝阳融媒体中心建设发展。

## 一、融媒体中心建设快速推进

汝阳县委、县政府高度重视融媒体中心建设工作，把融媒体中心建设当成整合媒体资源，推动宣传工作不断强起来的首要任务来抓，当成政治任务来落实。成立了以县委书记为组长，县长为副组长的县级融媒体中心建设领导小组。县委书记潘峰多次主持召开县委常委会，研究、指导县融媒体中心建设工作，并两次调研融媒体建设工作；县长赵振峰在财政极度困难的情况下，协调县财政批付专款近 345 万用于县融媒体中心建设；从 2019 年 3 月 21 日开始，我们加班加点，仅用 1 个多月时间，和市广播电视台合作就完成了县融媒体中心平台建设任务。4 月 23 日，省委常委、

市委书记李亚视频连线查看汝阳县融媒体中心情况，要求我们要在“融合、应用、管住”上下功夫，为我们的融媒体中心工作提供了遵循和指导。5月14日，汝阳县融媒体中心正式挂牌成立。6月14日，洛阳市“两中心一平台”建设现场会在我县融媒体中心进行现场观摩。目前我们已经实现和省平台的有效对接，“大象融媒”帮助汝阳融媒体中心建起了私有云服务器，打造了“汝阳融媒”客户端，汝阳新闻和视频节目已经实现适时上传省平台。

## **二、融合机构和人员，形成发展合力**

我县整合新闻中心和广播电视台的两个新闻机构，组建县融媒体中心，实行一套班子，统一管理，统一运营。明确公益一类事业单位性质，核定财政全供事业编制60人，科级领导2正2副，强化主流舆论阵地的地位，通过整合，我县实现了新闻资源的真正融合。通过融合，巩固了新闻阵地，强化了舆论引领，扩大了县级媒体的影响力。一年来，我们在《学习强国》平台及上级媒体发表大量的优秀稿件，是“学习强国”河南学习平台首批挂牌命名10家县级通讯站之一。《今日汝阳》微信公众号连续三年在全省县级政务微信影响力排行中位列前20强。

## **三、整合平台资源，实施移动优先战略**

融媒体中心在做好广播、电视、报纸传统媒体基础上，重点打造了“今日汝阳”微信公众号，新注册了“汝阳县融媒体中心”官方微博、“汝阳融媒”抖音号，与新华社合作注册了现场直播云，与河南电视台大象融媒合作开发了“汝阳融媒”客户端，形成了媒体

矩阵，将新闻发布、政务服务、便民服务融合进来，真正实现“媒体+政务”“媒体+服务”的功能。汝阳县的重大新闻实现了实时发布。特别是客户端、微博、抖音号突破了时间、空间、次数的限制，真正体现了“移动优先”发展战略。每天的汝阳新闻联播节目在电视没有播发之前，首先上传汝阳融媒客户端。我县组织召开“时代先锋”事迹报告会、廉洁标兵表彰会县融媒体中心进行了网络直播，产生了巨大的社会效应。2019年以来围绕县重大会议、重大活动进行的电视或手机直播超过了30场次，有效传递了县委、政府的声音，彰显了我们融媒体发展的影响和力量。新冠肺炎疫情发生后，广大记者编辑同志在大年初二毅然放弃了年假休息，充分利用各种媒体平台传播党和政府防控疫情的重大决策部署，奔赴采编一线，及时采访我县各级党组织和广大人民群众众志成城打赢疫情防控战的感人事迹，及时有效回应了群众关切。同时抓住新闻传播关键节点，我们找新闻爆点，做新闻爆品，接连创造了两个10万+。观看全县人民迎接凯旋的援鄂医疗队现场云人数达11万人次之多。

#### 四、引导群众，服务群众，形成全方位媒体服务新格局

县融媒体中心的成立，在人员和技术上实现了有效整合，形成强大宣传力量，扩大了县级媒体的影响力。在做好新闻宣传工作的同时，我们也致力于对县域内企事业单位和商户开展宣传服务，转变发展理念，推进转型发展，实现宣传和经营的双向发展。2019年六一儿童节，县融媒体中心刚刚成立，为了宣传，和“饿了

么”外卖汝阳运营中心联合开展“2019 我们快乐成长”庆祝六一儿童节文艺晚会，县融媒中心运用多媒体技术，媒体联动，现场直播，取得圆满成功。利用消夏文化广场我们组织了融媒体中心专场演出，充分展示我们的设备实力和传播实力，进行有效宣传。目前，汝阳县融媒体中心已与县教师进修学校、汝阳建行、中联水泥、农商行、公安局、县法院达成战略合作协议。

汝阳县融媒体中心工作刚刚起步，还存在发展理念落后，专业人才缺乏，经费严重不足，体制机制不够灵活等诸多问题，需要我们用时间去解决，我们要用实际行动践行“正能量是总要求，管得住是硬道理，用得好是真本事”，切实推动宣传工作不断强起来，让党的声音传的更开，传的更广，传的更深入。

## 五、下步建议

县级媒体融合发展虽然有一定的进展和变化，但目前总体上仍然处于探索阶段。没有现成的模式可以借鉴，同时普遍存在缺人才、缺资金、缺技术等困难，建议加强对基层融媒体技术和人才的培训和指导，进一步开阔视野，打开工作的思路。

# 洛宁县发言材料

## 一、融媒体中心基本情况

洛宁县融媒体中心成立于 2019 年 9 月 12 日，由原县委新闻中心、县广播电视台、县电视台、县人民广播电台等机构合并组建，为县委直属正科级事业单位，截止 2020 年 2 月，陆续配齐县融媒体中心领导班子，进一步加强干部队伍力量，设主任、总编辑、副主任、副总编辑各一名，现有人员 77 名，其中财政全供人员 36 名，自收自支人员 41 名。中心概算总投资 450 万元，建筑面积约 1300 平方米，包括指挥中心、实景演播室、虚拟演播室、广播播音室等。中心下设新闻综合频道、新媒体中心、党建频道、保障中心等业务部门。

## 二、融媒体中心整体运行情况

县融媒体中心成立以来，按照习近平总书记提出的：“扎实抓好县级融媒体中心建设，更好引导群众、服务群众”的总体要求，充分发挥基层公共信息枢纽作用，建设“媒体+政务+服务”的重要平台，真正实现“一次性采集、多渠道发布、快速度传播、广覆盖受众”的传播格局，打造全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体。一是突出新闻功能，坚定正确导向。县融媒体中心成立以来，牢牢把握正确的政治方向和舆论导向，坚持党的领导，创新传播方法，注重内容生产，不断提高新闻舆论的传播力、引导力、影

响力和公信力，高质量宣传报道洛宁经济社会发展成果。在疫情防控期间，利用抖音等新媒体发布抗疫有关短视频，浏览量达到300多万次，进一步增强了广大群众相信并配合好政府、战胜疫情的信心；为宣传洛宁特色产品金珠沙梨，开设直播专题春风十里梨花香、洛宁邀您“云赏花”，通过6个年代故事，带领广大网友在线欣赏梨花美景，在线认购金珠沙梨果树，实现“云赏花、云帮扶、云认养”，取得了良好的社会反响和经济效益；立足洛宁县情实际，大力宣传洛宁发展沟域经济、打造上戈苹果绿色品牌，最终实现群众致富增收的典型做法，被央视新闻频道播出。二是突出党建特色，强化政治引领。抽调业务骨干组建了党建频道，利用媒体资源为基层党组织提供信息发布、舆论宣传、党建管理等党建服务功能。先后拍摄了永不褪色的红心、党旗飘扬小康路、“老白抗疫记”、洛宁老支书的“新战斗”、“武汉，我是洛宁”、“聚焦洛宁的每一束光”、“战疫党旗分外红”、“明天，洛宁将以一座城的温暖迎接援鄂英雄回家”等宣传视频。同时录制播出“援鄂六勇士、出彩洛宁人”系列报道6期，“巾帼不让须眉、柔肩勇担重任”系列报道3期。三是突出服务功能，持续增强用户粘性。通过推出“云上洛宁”APP，设置“最爱洛宁”微信公众号、官方抖音号等，为群众提供医疗、养老、社区等社会生活和文体、旅游等多元化服务，利用新媒体传播优势，发布权威信息，引导社会舆论。目前“云上洛宁”APP已上线18个乡镇（镇）和70余个县直单位，其中“网络问政”板块搭建了党委政府与群众互动交流的平台，及时回应关

切，解决群众诉求。

### 三、存在问题及下一步工作打算

存在问题：一是体制机制不活。目前，融媒体中心刚刚成立，管理机制、用人机制、分配机制、激励约束机制不健全不完善，内部活力不足，运营短板十分突出，一次采集、多渠道发布的机制还没有真正应用起来。二是专业人才紧缺。目前融媒体中心资金来源主要依靠政府输血扶持，自身造血能力薄弱，导致待遇低、吸引力有限，人才严重匮乏，新人进不来、老人出不去、人才留不住，人才紧缺已成为制约我县级融媒体发展的重要因素。三是用户粘性不够。由于受资金、技术、人才方面的限制，导致节目内容形式落后，创新力不足，在政务和服务功能上便民化设计还不完善，特别是在新闻宣传向信息资讯拓展，为基层群众提供多元化、精细化的服务内容方面存在薄弱环节，服务群众的功能有待进一步加强。

下一步工作：一是提升认识，坚守舆论阵地。坚持党管宣传、党管意识形态、党管媒体不动摇，确保县融媒体中心建设始终沿着正确方向推进，加强传播手段建设，积极拓展各种互动式、服务式、体验式新闻信息服务，实现全方位覆盖，全天候延伸、多领域拓展，推动党的声音直接进入各类用户终端，努力占领新的舆论场，更好引导群众、服务群众。二是加快融合，深入推动改革。抓紧借鉴先进经验，加快推进“机构、平台、渠道、人员、经营、管理”等诸多要素的深度融合，实现广播、电视、客户端等媒

体资源一体化运作，构建“一次采集、多重生成、多元发布”的全媒体矩阵传播格局；坚决推进采编经营“两分开”，进一步增强融媒体中心的公信力；筹备成立县文化传媒公司，对新媒体业务实行市场化经营，充分释放新闻生产力，推进县融媒体中心转型升级提质增效。三是深耕内容，提升社会影响。通过“最爱洛宁”微信公众号、“云上洛宁”APP 和抖音短视频等可视化手段，制作更多原创性、新颖性作品，加强与网络运营商的合作，提升用户体验，打造具有本土特色的传媒品牌。四是贴紧群众，提高服务能力。及时发布信息，引导社会舆论，推送政府部门政策法规，提供医疗、养老、文体、旅游等群众关注的民生热点资讯服务，打造集宣传、政务、服务等于一体的综合服务平台。制定网民诉求回应工作机制，倾听民声、民意，让群众对融媒体中心平台用起来、用得好、离不开。五是强化培训，招引专业人才。采取“走出去”“引进来”的方式，加大对县融媒体中心从业人员的培训力度，提升业务素质和工作能力。采取服务外包、开展合作等灵活方式解决暂时人才紧缺问题，同时积极制定激励政策措施，引进一批媒体融合发展方面专业人才，为县融媒体中心注入新生力量，推动融媒体中心建设可持续快速发展。

# 栾川县发言材料

## 一、平台建设进展、与省平台连接及使用情况

栾川技术平台采用私有云模式部署，已完成云计算平台、分布式存储、可视化呈现、生产制作站点建设等工作，专线已到位，已对接到省级技术平台。

## 二、机构和人员情况

目前已整合县广播电视台和新闻中心，归并各新闻媒体，组建县融媒体中心，机构规格相当于正科级，为栾川县委直属事业单位。2020年2月，县委常委会研究通过了栾川县融媒体中心的领导职数和编制。栾川县融媒体中心编制核定44名，核定科级领导职数4名，其中主任1名，副主任3名（1名兼任总编辑）。

栾川县融媒体中心目前有在职人员共102名。其中，财政全供人员33名，自收自支人员33名，政府劳务派遣人员1名，合同工35名。

## 三、主要工作成效

（一）优化内部设置。按照中央、省、市关于加强县级融媒体建设的相关指示精神，和管理扁平化、功能集成化、产品全媒化的融媒发展思路，对栾川县融媒体中心的内部设置进行了优化，科学设置了办公室、总编室、新闻采访部、编辑制作部、技术保障部、财务后勤部等部门，建立全媒体内容管理系统，打造“一次

采集、多种生成、全媒传播”的再造编发流程。目前“三定”方案正在审核中。

**(二) 全力打造手机客户端。**成立专班打造手机客户端“云上栾川”，设置头条、新闻、直播、随拍、图说、党建、订阅号、融媒体矩阵、便民、问政、网民互动等板块。其中，由中国栾川网、栾川电视台、栾川融媒公众号、多彩栾川微博号、栾川手机报、栾川融媒快手号以及县直各单位、各乡镇、各企业的信息发布平台组成融媒体矩阵格局已经形成，有针对性地开展分类传播，实现分类覆盖；问政板块搭起广大群众和职能部门间的快速通道，实现“社情民意及时了解、民生问题及时解决、处理结果及时反馈”的效果；便民服务包括个人办事、生活服务、政务服务、医疗教育等服务内容，极大方便了广大群众的生产生活；互动版块中，用户可以随时随地发布图文、视频等信息，加强与用户间的互动交流，让群众成为内容的生产者，充分调动群众参与互动传播的积极性，实现从单项式传播向互动式、服务式、体验式传播的转变。

**(三) 推动人才队伍建设。**一是以政治引领为核心，旗帜鲜明地把讲政治作为融媒体人才队伍建设的首要任务和根本要求，坚持正确政治方向，坚持正确舆论导向；二是加强制度完善，以制度创新为动力，不断完善和创新激励机制，通过双向选择、竞争上岗、定岗定酬、合理侧重业绩考核等措施，充分发挥员工的积极性和创造性；三是以能力培养为重点，加强学习交流，有针

针对性地开展多层次、多类型的岗位培训，选派人员到洛阳电视台、大象融媒等地进行跟班学习，促进传统媒体从业人员技能转型升级。

#### 四、存在问题和建议

在融媒体中心建设过程中，我们遇到了以下问题：

**一是缺乏融媒人才。**人员老化问题严重，除播音员外，近年来未引进年轻人才和专业人才，财政供给和自收自支人员年龄普遍偏大。现有人员中，本科学历和专业对口人员极少，不能满足融媒体发展需要。

**二是多元化经营能力不强。**增收渠道需进一步拓宽，开展群众性文化、体育、科普以及各类商务、会展、节庆等活动的策划、组织、经营等经验不足，与县直部门、学校企业等单位合作开展网上党建、干部培训、党务公开等存在短板，电商平台建设处于探索阶段。

**三是体制机制不易突破。**市场化人事制度建立、薪酬分配制度改革没有明确意见，人员身份限制较难打破，体制机制改革推进困难。

针对上述问题，提出如下建议：

**一是建立学习交流常态化机制，**定期组织各县级融媒体中心负责人和业务骨干进行专题培训和业务交流，互通有无、取长补短，加快融媒体建设步伐；**二是结合工作实际，**出台相关配套政策，解决融媒体建设中存在的人事制度、资源整合、技术支持、

信息共享等难题。

## 五、下步工作打算

一是以手机客户端为突破口，做大用户增量；二是与平台合作推介旅游资源，探索增收渠道；三是争取资金资源，扩大媒体覆盖面；四是进行人事改革，推进深度融合。

# 嵩县发言材料

嵩县融媒体中心于 2019 年 9 月 1 日挂牌成立，现有在职职工 91 名，班子成员 3 人。按照“党媒姓党、守正创新、融合发展”思路，务实、稳步推进各项建设，传播力和影响力得到显著提升。

## 一、基本情况

县委县政府和县主要领导高度重视融媒体中心建设，在财力较为薄弱的情况下，多方筹措资金 330 余万元，新建 350 m<sup>2</sup>，可容纳 30 人同时办公的融媒体指挥调度中心，购置一批 4K 高清摄像、编辑制作设备，组建中央厨房，进行流程再造，真正实现了新闻传播的“一体策划、一次采集、多种生成、多元传播”。以“云上嵩县”手机 App 为核心，整合嵩县电视台、广播电台、应急广播系统、嵩县网、今日嵩县微信公众号、嵩县融媒抖音、微博、今日头条号等 8 个平台资源，打造“1+8”融媒体传播矩阵。抓住事业单位改革契机，招聘急需人才，夯实发展根基，积极与承建单位洛阳电视台和省大象融媒对接，力争尽快并入全省网络。

## 二、主要工作及成效

**(一) 掌握主动权话语权。** 融媒体中心解决了以往传统媒体播发时间和受众的限制，实现了随时随地发布权威信息、新闻报道、通知公告等内容，通过分众传播，广为覆盖，有效引导社会舆论，牢牢掌握了新闻宣传的主动权话语权。例如在新冠肺炎疫

情防控中，我们无缝对接县疫情防控指挥部，通过手机 APP、广播、电视、微信、电子大屏等平台，第一时间发布权威信息，全面加强新闻报道和防控知识宣传，共播发各类信息 10986 条，受益群众 50.5 万人/次。创新性开展监控看、喇叭喊、“点对点”精准宣传，与县公安局监控中心建立对接机制，利用县应急广播平台，针对个别群众的扎堆现象，精准广播劝离，效果良好。2月9日上午，嵩县援鄂医疗队出发，我们在云上嵩县 APP 同步直播，浏览量迅速破万，两个小时内达到 47000 多人次，凝聚了抗击疫情的强大正能量。

**（二）传递正能量好声音。**按照镜头向下、贴近生活的原则，紧扣创意第一，内容为王的要求，把镜头、笔端更多的对准基层和群众，先后摄制了《我和我的祖国》系列快闪 15 部，《小康路上领头人》系列微电影 10 部，组织举办了《爱国情·奋斗者》国庆文艺演出、《三合村晚》等大型主题文艺活动。抗疫宣传中，拍摄了《战胜疫情 拥抱春天》《致敬！白衣天使》《背影》等 7 部宣传片。拍摄的新闻特写《90 后的青春在“疫”线闪耀》由新华社播发后浏览量突破百万，《嵩县援鄂战疫英雄凯旋归来》系列新闻在全省县级融媒体中心当日浏览量排名中，占据第一、第三和第四名。闫庄大葱驰援武汉的新闻经中央电视台两次播发，让嵩县人的大爱传遍全国。央视报道嵩县籍援鄂 90 后护士朱海秀事迹后，我县融媒体中心迅速跟进，先后摄制了《待到樱花烂漫时》、《朱海秀，回家了》等新闻作品，被新华社、河南电视台、河南

日报客户端、洛阳电视台等媒体采用，在全国持续形成影响力。2020年元月份以来，嵩县先后8次被中央台电视台报道，4次被新华社报道，河南电视台发稿29条，洛阳电视台发稿33条，持续传递嵩县正能量好声音。

**（三）增强传播力影响力。**一是实行差异化发展战略。我们把“云上嵩县”APP核心定位为民生服务，主要是推出事关群众的各类重要决策、政策、公告，发布务工、旅游、商超等信息，以及提供文化娱乐、吃穿住行等便民服务内容，兼顾政务宣传。把“今日嵩县”微信公众号作为政务信息主发布平台，兼顾民生服务等其他方面，向不同平台用户提供不同类型服务，着力增强用户忠诚度。二是开展网络问政。邀请乡镇、县直部门入驻“云上嵩县”APP，与网民进行沟通交流，逐步将分散在商业网站、自媒体上的网民尽可能吸引到融媒体中来，架起政府与群众沟通的桥梁。三是举办主题宣传活动，持续保持融媒体热度，增强对受众吸引力。今年4月份以来，县融媒体中心精心策划组织了“寻找·战疫中最美逆行者”投票活动，在云上嵩县上线以来，吸粉13万+，大大提升了平台吸引力。

### **三、存在问题**

一是人员素质亟待提高。现有91名职工中，多数原来从事有线电视网络维护，真正从事宣传工作只有三分之一，整体在观念、思路、技术等方面与融媒体发展还不相适应。

二是“云上嵩县”吸引力还不足。目前注册用户已过6.5万，单

条新闻浏览量较低，10万+新闻少，用户活跃度不高。

三是创收压力大。电视台、广播电台等传统媒体收入锐减，新媒体创收能力还未完全形成，创收模式急需突破。

#### 四、下一步工作打算

一是全面推行新闻宣传供给侧结构改革。细分受众需求，定位不同平台，强化抖音、快手等新媒体制作团队；提升新闻产品质量，壮大主流思想舆论；举办大型活动，网上直播吸粉。

二是全力推进思想、岗位、能力三个融合。加强人员培训，完成从传统广电台到新型融媒体的思想嬗变，实行扁平化管理，按项目制优化组合人员，打造一专多能全媒型人才。

三是全力打好创收“组合拳”。组建广告大礼包，打捆整合全媒广告业务；开展新闻宣传“托管”，一揽子负责委托单位合作需求；承接大型宣传活动，带动广告、策划、视频录播等收入；利用全媒体矩阵覆盖全县，以及“云上嵩县”全省一张网的优势资源，开发电子商务客户；拍摄专题片、微电影，与单位合办栏目等进行创收。

四是全面用好融媒体改革杠杆。抓住机遇，大胆尝试，着力优化融媒体体制机制，不断充实发展急需人才，尝试推进薪酬制度改革，激活融媒体中心一池春水。

# **吉利区发言材料**

吉利区高度重视融媒体中心建设工作，区委常委会专题听取研究该项工作，明确由区委宣传部牵头组织实施，提出以区广播电视台、区委新闻中心等为主体，加快推进电视、报纸、手机报、微博微信、网站等全区所有媒体平台进行深度融合，从而组建“吉利区融媒体中心”。现将吉利区融媒体建设工作情况汇报如下：

## **一、平台建设进展、与省平台连接及使用情况**

在市、区的大力支持下，2019年9月11日，吉利区融媒体中心正式挂牌。目前，初步建成的区融媒体中心指挥大厅总面积79.05平方米，虚拟演播室23.3平方米，指挥大厅和演播室部分设备已经安装到位。

虽然吉利区委宣传部与洛阳文化广电旅游发展有限公司签订了采购合同，但是根据合同和设备清单，吉利区融媒体中心平台建设共需的5大类66件各类设备，截至目前只安装到位了37件、到位率56.1%。区平台已对接了洛阳广电融媒中心，但只能简单打开并无法正常使用，没有与省平台实行连接。

## **二、人员队伍建设情况**

今年4月初，吉利区明确配齐了区融媒体中心领导班子成员，初步把现有的电视、报纸两大媒体进行了融合。目前，吉利区融媒体中心有主任1名，副主任3名；内设办公室、《吉利新讯》编

辑部、新闻部、总编室、技术部、财务室、广告部等7个股室，共有在职人员31人。

吉利区融媒体中心现有人员中，只有2人到市电视台融媒体中心初步接受了平台管理基本常识培训，但只能口头讲讲理论概念、不会实际操作应用。

### **三、融媒体中心运营情况**

由于合同清单中还有部分设备且为关键部件，没有完全安装调试到位；同时，市里没有提供有针对性的技术支持、服务和培训，区融媒体中心也缺乏专业操作人员，致使现有设备无法正常启动和使用，目前平台仍在搁置状态。

### **四、融媒体中心建设中存在的问题和工作建议**

#### **(一) 存在问题**

- 1.设备没有完全到位；
- 2.现有人员缺乏系统、专业的培训，无法操作使用平台。

#### **(二) 工作建议**

- 1.加强指导培训。请市里加强对基层人员的专业培训指导服务，确保基层人员能熟练操作使用平台；
- 2.实地学习先进。请市里牵头适时组织全市现场观摩交流会，适时到市外先进地区学习融媒体建设先进经验。

### **五、融媒体中心建设下步打算和工作思路**

县级融媒体建设是我们党密切联系群众，牢牢把握基层群众意识形态建设的重要举措。县级融媒具有重要的战略意义，既是

打通媒体融合的“最后一公里”，又是坚守主流舆论阵地的“最后一公里”。

下一步，我们将在市委宣传部和洛阳市广电融媒中心的正确领导下，准确把握媒体融合发展的根本目的和基本要求，从以下几个方面着手：

一是思想先行，正确认识和深刻领会融媒体建设的意义作用。积极教育引导区融媒体中心全体员工深入、系统学习理解熟悉“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”新型媒体的先进理念，加强对员工的思想和业务培训，科学认识网络传播规律，把握媒体融合规律，。

二是争取市区各方面支持，早日启动使用平台。积极与市里沟通对接，争取平台设备早日安装调试到位，同时技术指导支持到位；积极谋求区委区政府从政策、资金、人才等方面加大对媒体融合发展的扶持力度；积极完成专业人员的培训任务，塑造一批业务精湛、锐意进取的融媒体专业人才，建好用好网络平台，加强新兴媒体管理；积极做好与省、市融媒体平台的连接。

三是办好提升现有媒体，利用平台扩大受众量和影响力。认真办好《吉利新闻》、《吉利新讯》等自办媒体，办出特色，办出水平，努力把区级媒体建设成拥有传播力、服务力、公信力、影响力的区域性、生态型互联网媒体机构，从而实现建设高质量融媒体中心平台的工作目标。

四是树立用户思维，满足受众需要。服务性与功能性在县级

融媒体建设过程中尤为重要。第一，开放并且宣传受众可以参与讨论反馈的官方渠道，并安排专门的人进行管理，对群众提出的问题进行及时反馈和解决，提高政府服务质量；第二，组织融媒体工作者真正走到社区车间、田间地头，走到市民农民主人家里，切实反应基层人民群众的声音；第三，缩小知沟差距，多途径提升基层受众媒介素养，如经常邀请优秀人才下乡进行媒介技能培训、知识交流、建设乡村图书馆、乡村文化广场等，切实提高农民群众参与区融媒体中心建设的能力。

吉利区将以此次全市推进座谈会为契机，自我加压、负重奋进、开拓创新，结合自身实际，走出一条体现时代要求、符合发展规律、具有区域特色、高效服务民生的吉利媒体融合发展之路。

# 伊滨区发言材料

伊滨区融媒体中心成立于 2019 年 9 月 20 日，是洛阳城市区唯一的一家融媒体中心。成立以来，依托“一报”“两微”“一台”的媒体矩阵，积极探索媒体融合新模式，整合媒体资源，形成一条龙服务，大力宣传伊滨新城建设的新成就、新进展，不断提升党的舆论的影响力、公信力，凝聚起发展正能量。

## 一、建设情况

伊滨区作为一个新建的区，融媒体的建设既无基础，也缺乏经验，伊滨区管委会把融媒体中心建设作为落实党的意识形态责任制的重要内容，高度重视，积极行动，为区融媒体中心建设提供了强有力的组织保障。

### （一）硬件建设情况

伊滨区融媒体中心位于科技大厦 2 楼，338 平米，投资 340 万，配置融媒体中心指挥大厅、虚拟演播厅、播出机房、采编办公室。

### （二）平台运行情况

“一报”“二微”“一台”即内刊《伊滨新讯》、微信公众号“今日伊滨”“洛阳伊滨发布”、电视频道“洛阳经开新闻”。

《伊滨新讯》随《洛阳日报》在伊滨域内免费发放，每个月 2 期，每期 5000 份。除随《洛阳日报》发行外，重点赠阅给 5 镇

的基层党员干部。

微信公众号“今日伊滨”主要用来发布即时新闻，周一到周五新闻资讯每日更新，周六设置“万安山”文艺副刊。微信公众号《洛阳伊滨发布》主要用来刊发中央、省、市、区的重要精神，周一到周五不定期发布。

依托豫广网络开通“经开新闻电视频道”，首播周二、周四 20:00；重播周二、周四 22:00，周三、周五 7:00、12:00；

目前已发展有线用户 17000 余户。针对群众更喜欢使用手机观看的习惯，我们的电视节目在“今日伊滨”和“洛阳伊滨发布”两个微信公众号同步播出。

### （三）采编中心运行情况

伊滨区融媒体中心以《伊滨新讯》原有的 3 名编辑为班底，同时根据电视媒体的特点，重新招聘了 2 名播音、1 名主持和 1 名编辑。全体采编播人员在干中学，学中干，努力朝全能型方向发展，目前基本实现了摄像、撰稿、编辑三种技能在一个人身上的融合。

## 二、主要做法

（一）坚持机构融合先行。目前宣传统战办和文化旅游局已经合并，原宣传统战办《伊滨新讯》的编辑人员与新招聘的融媒体人员统一整合为伊滨区融媒体中心，在科技大厦二楼办公。

（二）坚持打响公众号知名度。2019 年 9 月 20 日成立融媒体中心，同时开通“今日伊滨”公众号，目前粉丝已经达到 18000 余

人，“洛阳伊滨发布”粉丝达到 13000 余人。今年月，共编印《伊滨新讯》8 期，《今日伊滨》《洛阳伊滨发布》编发微信 500 余条，《经开新闻》32 期 228 条。

**(三) 坚持培养新型复合型人才。**为加速人员融合，积极营造学习氛围，我们与洛阳电视台积极沟通，让伊滨融媒人员到市台跟班学习，鼓励大家积极学习新技术，做到一专多能，从自身的实际情况出发，提升媒体传播力、引导力、影响力、公信力。

### 三、下步打算

一是在内容上下功夫。立足伊滨本土文化特色，发挥区域优势，结合本地资源，充分挖掘出受众与地方特色之间的共鸣点，加强人文关怀，推出受众喜欢的本土化内容和接地气的特色内容。

二是在新技术上下功夫。必须打破旧有的思维模式，主动适应新媒体的要求，充分利用新技术、新媒介给传播领域带来的革命性变革，科学认识网络传播规律，提高用网水平，做大做强网上正面宣传，培育积极健康的网络文化，使互联网这个最大变量变成事业发展的最大增量。

三是在队伍建设上下功夫。加强对采编播人员的教育和培训，实现由单一型向全媒体型、专家型转变，具备采、编、播、设计、整合以及新媒体传播的技巧和能力，为县级媒体融合发展提供有力的人才支撑和智力支持。

# 洛阳日报报业集团发言材料

## 一、集团基本情况

《洛阳日报》创刊于 1948 年 4 月 9 日，是河南省创办最早的地方党委机关报。1981 年 1 月 1 日复刊。2009 年，按照洛阳市文化体制改革要求，把《洛阳广播电视台报》（现更名为《河洛生活导报》）整体划转给洛阳日报社。2009 年 12 月，经省政府和市政府批准，组建洛阳日报报业集团，并按要求逐步建立企业法人治理结构和现代企业经营管理机制。

目前，洛报集团已经形成了纸媒（《洛阳日报》《洛阳晚报》《洛阳商报》《河洛生活导报》）、网媒（洛阳网、河图网、洛阳手机报、洛报微矩阵、“掌上洛阳”客户端）和屏媒（楼宇电视、户外 LED 联播网、户外广告牌等）三大媒体方阵，纸质媒体、网络媒体和移动媒体“三位一体”的全媒体新格局，“报、网、端、微、屏”等多种载体平台综合覆盖受众超过 1000 万。其中，拥有各类互联网信息平台 63 个，自主平台包括网站 3 个、手机客户端 1 个，第三方新媒体平台包括手机报、微信号、头条号、微博号、抖音号等 59 个，单篇全网阅读量最高 2.7 亿。

## 二、融媒体中心建设情况

近年来，洛阳日报报业集团加快媒体融合发展步伐，鼓励和引导《洛阳日报》、《洛阳晚报》以及洛阳网、河图网等旗下媒体，

积极开通官方微博、微信公众账号、今日头条号、抖音短视频等新媒体平台和渠道，同时，要求广大采编人员改变过去以文图为主的传统媒体报道形式，向全员视频化转型，熟练掌握和运用视频直播、文图直播、视频海报、H5、720°全景图等新媒体技术。

2018年12月，集团明确了“一龙头、一流程、三支撑、多平台”的媒体融合总体架构，以“中央厨房”建设为龙头工程，以采编发流程再造为关键环节，以新媒体技术进步和全媒体采编人才培养为重要支撑，组建成立了洛报融媒体中心。

2019年4月，媒体融合的龙头工程--洛报“中央厨房”的建成投用，从硬件、软件上实现了热点采集、舆情监控、传播效果分析、数据深度挖掘等新的媒体融合功能模块。

为推动旗下媒体真正从形式上的相“加”变为实质性相“融”，集团对采编体制机制、新闻生产流程进行重构，整合了原有各媒体采访力量，统一身份、统一指挥、统一考核评价。建立线索统筹和采前会制度、联合编前会制度，真正打通了“报、网、端、微、屏”等各种平台，在人员配备、采编指挥调度、重大选题策划、稿件发布等方面实现了深度融合。

融媒体中心设立指挥部，由社长任指挥长、总编辑任常务副指挥长、分管采编业务的社领导任副指挥长；融媒体中心设常务执行副总编辑1人、执行副总编辑3人；中心下设时政采访部、社区民生部、深度报道部、评论部、摄影部、创意传播部等6个部门，采编人员60人。

日常采编业务由融媒体指挥部通过“中央厨房”平台统一指挥调度、统一协调采编、统一流程管理、统一技术保障，将记者采集的文图、视频等信息素材分发给各系统，各系统制作出相应的新闻产品后第一时间分层次发布，形成“一次采集、多元生产、多渠道传播”的融媒体产品生产格局，媒体的传播力、引导力、影响力、公信力进一步得到提升。

### 三、融合传播初步成效

2019年4月，在第37届牡丹文化节宣传报道中，洛阳日报报业集团媒体融合报道成效初显。围绕市委书记李亚提出的彰显“书香花香辉映，诗和远方同行”城市品位总体要求，洛报集团融媒体中心将早、中、晚期牡丹盛开的视频与歌颂牡丹的诗歌相结合，制作出效果独特的视频海报。海报每两天发布一期，共发布10期，利用微信朋友圈传播，取得明显效果，阅读量总计突破300万人次。

2019年9月，洛阳日报报业集团视频直播车亮相在洛阳举行的首届中原文化旅游产业博览会。该直播车搭载的是中央及国内各大媒体目前普遍使用的先进设备，配备了应用云计算、大数据等技术搭建制播软件的技术平台。与传统直播相比，可以实现对现场视频的移动采集、快速制作和双向回传等功能，更加灵活、高效，对深化媒体融合发展起到积极推动作用。

2020年春节假期，新冠肺炎疫情肆虐，洛阳日报报业集团抓住广大市民读者闲赋在家的时段，全天候加大融媒体报道力度，

先后制作微信海报、H5、测试题、防控指南、视频直播等多种融媒体产品，在移动端形成宣传合力，第一时间通过旗下各媒体的官方微博、官方微信、今日头条号、抖音、快手等新媒体平台发布疫情信息、辟谣信息，把党和政府的声音在最短的时间内传播出去，平复群众焦虑，为全市人民树立起众志成城抗击疫情的坚强信心。其中，由融媒体中心制作的《洛阳确诊病例关系图》，开创融媒报道新模式，使广大读者对确诊病历的关系一目了然，该作品上线当天阅读量便突破 50 万，3 天达到 120 万。由融媒体中心采集、洛阳网抖音号短视频的《女护士剪去及腰长发，穿着尿不湿进病房》，短短一天播放量超 2.7 亿人次、点赞量 1358.6 万、数十万人评论转发，连续两次排名抖音“今日最热视频”全国第一。这是洛阳融媒体传播史上具有现象级、里程碑意义的新闻报道成果，在全国新闻单位中也较为罕见。

# 洛阳广播电视台发言材料

根据会议安排，现将洛阳广播电视台在媒体融合发展方面探索推进的相关工作情况进行汇报。

## 一、建设发展情况

洛阳广播电视台成立于 2009 年 11 月，现拥有 3 个广播频率、4 个电视频道、1 个新闻网站、1 个手机客户端等主要宣传平台。近两年来，我台先后投入近千万元，建成了 350 平米集线索汇聚和舆情监控、资源地图和指挥调度、公共资源库为一体的融媒体指挥调度中心，推进策采编播发流程再造，提升了对市委、市政府中心工作的宣传效果，实现资源共享、融合发展。今年 3 月，我台新组建了融媒体新闻中心，内设综合策划、采访、编辑、外联、新媒体管理 5 个部门，整合采编力量创作生产融媒产品。4 月份起在融媒体新闻中心试点新的工资绩效制度，多劳多得、奖优罚劣的标杆树立起来，调动了一线编辑记者的积极性。在推进媒体融合进程中，我们主要采取了“4+1”发展模式，增强了洛阳广电台的发展后劲。其中：

“4”是指：一是台网融合。洛阳广电台与河南有线洛阳分公司签订战略发展协议、寻求台网融合发展，在全省率先建成了台网融合平台——牡丹融媒，完成了洛阳电视频道在本地开机优先播出、广电节目有线网络直播、双方客户资源共同开发，搭建了“看

洛阳”、“看城事”和“牡丹云直播”等专属频道，并植入了平安洛阳、智慧城市功能。二是市县融合。我台积极参与了 9 县（市）和吉利、伊滨 2 区共 11 家县级融媒体中心建设，实现了市县平台与技术贯通。今年我台拟推进城市区融媒全覆盖，目前正在实施涧西区融媒体中心建设。市县融合形成了“市县媒体联动发力”的新闻传播新格局，打造成一张媒体融合大网，降低县级融媒体对技术研发的投入，实现传播平台、内容、技术共享，为市县共同做好对内对外宣传提供强有力的支持。三是内外融合。我们借助外部传播渠道和平台，着力扩大内容传播效果。积极挖掘广电网站、手机客户端和官方微信潜力，同时与新浪、腾讯、爱奇艺、微视等平台合作，对重要活动和主题宣传进行联动发布。依托栏目和主持人资源开通了 50 个官方抖音号、企鹅号、微视号等，连同全台 35 个官方微博公众号组成新媒体矩阵，集中推介本台重点项目和洛阳热点信息。其中，名牌栏目《三点开整》注册的抖音号，粉丝量已突破 50 万，最高播放量超 1300 万。四是智慧融合。按照习近平总书记在中央政治局第十二次集体学习时提出“探索将人工智能运用，全面提高舆论引导能力”的要求，我台 2019 年与阿里巴巴洽谈“天猫精灵人工智能语音合作项目”并签订战略合作协议，成为天猫在全国首个地市级广电合作项目，实现了洛阳地方资讯全搜罗。目前，天猫精灵 AI（人工智能）主播入驻新闻、交通、经济 3 套广播节目，增加可传统节目的覆盖领域。“智慧融合”让洛阳广电台能够运用阿里头条首位、栏目专题等资源，在未

来物联网延伸中抢占先机。

“1”是主题宣传、重大活动实施项目制运作。我们在全省地市台创新采用项目制片人机制，整合全台优势资源、激发个人干事动能，积极策划推出了第38届牡丹文化节“云赏牡丹花开满屏”24小时大型线上直播活动、“抗击疫情—洛阳在行动”洛阳广电全媒体直播节目、“古都夜8点”广电全媒体直播节目等大型活动；拍摄制作了《解码洛阳》《脱贫攻坚进行时》《认真读书》《三新讲习所》《印象洛阳》《河洛家风》《陪你到老》《一封家书》《河洛宝藏》等大型系列节目10余个。特别是，第38届牡丹文化节24小时全媒体直播活动，我台从策划实施到开屏不足10天，投入200多人，总体方案五易其稿，执行方案更改十余版，在直播时长、播出点位、观看总量、宣传覆盖等方面均有不俗表现。

近期，洛阳广电传媒集团将挂牌成立，这是今年洛阳新闻传媒领域的一项重大工作，我们也将借助大好形势，采取更加灵活多样的人才、薪酬、内部管理机制，做更好的融媒宣传报道，扩大主流媒体的影响力，让党的声音传得更广、传得更深入。

## 二、对县区融媒体的支持与交流

一是提供业务培训。市广播电视台派出技术人员定期到各县区去培训，根据县区的实际需求，着重讲解文稿系统使用、平台直播、电商带货等内容。各县级融媒体中心可不定期派人到市台参加专项培训。对于临时性或紧急问题，市县两级融媒体中心可通过平台对接实现实在线培训指导。

**二是实施新闻联动。**洛阳广电融媒发挥内宣、外宣、策划方面的优势，与县级融媒体中心分工协作打造亮点新闻，实现基础新闻素材共享和新闻队伍联动，市台通过再加工后积极向央视、河南卫视、新华视频等推荐播出，扩大传播力。

**三是区域专项传播。**近期，洛阳广播电视台中网和“无线洛阳”客户端进行了升级改造，可向各县区开放平台账号，拓展县区通讯员队伍。同时，在“无线洛阳”客户端中实现用户跨县区移动时系统直接切换至新区域新闻版块的功能，方便阅读使用。

**四是项目参与带动。**通过洛阳广电的项目制打造有影响力的传媒产品，对涉及县区的领域和内容可联合制作或委托县区制作，并拿出洛阳广播电视台的栏目时段、播出平台等进行推介展示，提升县级融媒体中心的策划制作以及媒体互动能力。