

大众日报全方位、立体化报道“好客山东 好品山东”，塑造主流舆论强势

全媒聚焦，山东名片“破壁出圈”

创意呈现、轻量传播，多线锻造刷屏爆款 议题设置、联动内外，传播声量持续扩大

作为山东公共区域品牌，“好客山东 好品山东”自推出以来一直备受好评，在全国迅速叫响。“好客山东”叠加“好品山东”，好地与好物共振，文旅与经济共振，如何讲好山东好故事、传播山东好形象，让这张闪闪发光的山东名片直抵人心、更具感召力，是党媒云端的重要职责。大众日报尊重传播规律，运用多种技术手段和产品形式，在一系列重大节点策划生产了大批“好客山东 好品山东”融媒体产品，爆款作品频频出圈，山东名片被持续擦亮。

创意可视化呈现，打造全新阅读体验

突出趣味、创意和交互，增强新闻可读性，让“硬新闻”实现“软着陆”。在2023年山东省两会、全国两会期间，大众日报通过手绘、海报、长图、微刊等可视化形式，创意呈现“好客山东 好品山东”。

山东省两会期间，重点推出《一组创意海报，解锁藏在山海间的山东密码》《幸福感UP！一组九宫格海报，带你读懂活力山东》等创意海报，实景画面与新闻相结合，打造立体感、场景感的全新视觉体验。胶州湾跨海大桥、青岛栈桥、黄河、爱伦湾海洋牧场等场景成为设计的主要元素，现场图片与新闻数字相结合，借助场景图形的原有画面，生产一系列特色强、易传播的创意海报，实现“新闻+创意”的有机结合。注重产品故事性、传播延续性。其中，《一组创意海报，解锁藏在山海间的山东密码》翻译成双语，在大众日报海外账号推送，获驻外大使点赞。

突出创意呈现，放大“第一眼”效应。大众日报积极探索新形式，在静态海报的原有基础上继续深耕，推出海报系列产品。全国两会期间推出海报《好品山东里到底有多少全国第一》等系列产品，打破传统海报呈现思维，利用动画让武陵辣椒、平邑金银花、文登西洋参等山东好品动起来，最终以创意动画海报的形式进行呈现，使其表现更有张力、更直观、更有趣味性。

技术加持，打造全新阅读体验。《全球粉丝团向你安利好品山东》新闻专题微刊，以“长图示+杂志排版+交互”的形式，简约化排版，系统性呈现，逻辑明确，打造全新新闻报道形式。该产品集合来自德国、日本、巴西、美国等8个国家的10位企业家、员工，出境推介“好品山东”。产品同步在全网推介，开设微博话题#好品山东在全球#并登上微博同城热搜，微博平台阅读量超1300万。

轻量化短视频“刷屏”，带读者沉浸式打卡山东

移动互联网时代是“读屏”时代，移动端已成为人们获取信息的主要渠道，而可视化则成为人机交互的第一窗口，谁的可视化作品最能打动人心，谁就能赢得传播主动权。尤其是轻量化短视频，凭借其潜移默化、入脑入心的传播效果，成为重大主题报道的特色武器。

为持续扩大“好客山东 好品山东”的宣传声量，形成不间断的常态化报道模式，大众日报以轻量化短视频产品为抓手，让“好客山东 好品山东”短视频在社交媒体平台被网友“日日刷”“常常见”，从而保持该主题报道的热度与话题度。《AI+好品山东！ChatGPT夸TA像闪电》、两会特别策划《从这些“全球第一”看奋进山东》《好品山东，真香！》《开箱好品山东》，以及《主播说山东》系列短视频，都以常态化报道聚焦主题，产生话题，引导舆论形成持续关注。

在2023年山东省旅游发展大会期间，轻量化短视频产品保持“刷屏”状态，在各大社交媒体平台形成浩大声势。《山东文旅局长来上分》系列，预热视频《从古典到今！山东有10座“国家历史文化名城”》《一条街带一座城！山东这些“国字号”街区亮了》，与湖北媒体极目新闻联动的《真的来了！“超然楼”带“黄鹤楼”看海景》以及《体验数字文旅》系列短视频，都从不同角度展示了“好客山东 好品山东”的历史内涵、文旅资源和产品品质。其间，大众日报微博主持的相关话题#好品山东的好藏不住了#、#超然楼喊话黄鹤楼#、#山东10座历史文化名城美了上千年#、#来山东这些国字号街区感受烟火气#多次登上热搜，阅读量超234万。

大量冒着热气、充满生机的轻量化短视频在社交平台广泛传播，引导着广大读者感受好客山东，体验山东好品，感受山东发展的成就，进而了解山东、关注山东。在短视频时代，这种潜移默化的传播效果是其他产品形式无法替代的。

以联动强互动，持续扩大宣传声量

“超然楼喊话黄鹤楼，你来我家做客吧”“八大关喊话维多利亚港，共赴山海之约”“金沙滩喊话蜈支洲岛，快来感受黄蓝撞色之美”……2023年山东省旅游发展大会期间，一场别样的景区互动火了。超然楼、八大关、泰山等山东网红打卡地对其他省份景区“隔空喊话”，邀请各地网友来



山东感受好客的热情，体验好品的魅力。

为扩大旅发大会的宣传声量，大众日报客户端特别策划文旅联动，大会吉祥物“海贝”化身推荐官，选取10处山东标志性景点，与其他省份特色景点组成10对高颜值CP，设计制作创意海报。鲜明色彩对比碰撞，青山绿水拼接组合，好客山东联动九省，共赴一场“春天之约”。

相关产品在大众日报全媒体平台发布后，湖北日报、浙江日报、香港商报等联动省份的新媒体平台共同推送，百度、今日头条、新浪等商业平台广泛转载，并在重点位置呈现。微博开设话题#超然楼喊话黄鹤楼#，迅速登上同城热搜，网友好评如潮，纷纷留言“太美了！想去山东看看”。

大众日报创新宣传手段，除了媒体之间的互动，还强化媒体与读者、粉丝之间的互动。全国两会期间，大众日报客户端发起“寄语全国两会，纵览齐鲁山海”互动征集活动，“好客山东 好品山东”元素成为关键词，不仅嵌入了泰山、尼山圣境等具有代表性的山东意象，还巧妙结合了烟台苹果、莱阳梨等山东好品，彰显出底蕴深厚又颇具活力的山东新形象。

全过程议题设置，让正能量插上思想的翅膀

“好客山东 好品山东”是山东靓丽的新名片，你也许注意到，它正以“闪耀”的形象，出现在我省各项重大主题活动现场。围绕省委省政府中心工作，大众日报关于“好客山东 好品山东”的全媒体宣传策划贯穿全年。

在全国两会、山东省质量大会、2023年山东省旅游发展大会、“四廊一线”行走进式主题采访活动期间，大众日报将“好客山东 好品山东”全媒体核心产品嵌入主题报道议题，实现“全过程”设置、全景式呈现。

家短视频产品。活泼呈现《旅发大会遇上山东好品》系列报道以及《记者夹带私货推介家乡美食，快来种草吧》《美女们请查收这份“花颜月貌”大礼包》等作品，持续更新#好品山东旅游购物大礼包#话题热点。

品牌栏目观点。每个重要报道节点，大众日报网络评论专栏《望岳谈》都能及时跟进热点，为“好客山东 好品山东”大流量话题提供舆论思想支撑。《让孔夫子的话，越来越国际化》《四廊一线，山东文化两创大手笔》《山东的这两个“好”，足以让你流连忘返》《以质取胜，山东摸高》《从网红到网红，起点是什么》等系列网络评论紧扣主题，突出重点，结合山东实际，连接会议和活动内外，深刻阐释思想伟力，让正能量插上思想的翅膀，让好声音传得更远。

紧随热点挖掘看点，微博热榜助力全媒传播

正能量要有大流量。大众日报微博围绕“好客山东 好品山东”主题，结合重大报道、主题报道，在重要节点持续策划、设置议题，多个微博话题登上热搜榜，赢得大流量。

2022年中秋节，“好客山东 好品山东”宣传推介活动亮相央视，大众日报微博推出话题#山东有了新slogan#，全面展现山东好品的高科技、高品质、高颜值，斩获1.3亿阅读量。随后推出#好客山东好品山东甩海报#话题，带动网友参与活动和讨论，话题总阅读量超2100万，登顶同城热搜。

今年山东省两会期间，“好客山东 好品山东”相关内容多次刷屏微博热搜。话题#好品山东在全球#邀请国外中方项目工作人员等，出境推介“好品山东”，话题阅读量5347万、讨论量2万，登上山东16市同城热搜榜；根据网友在山东旅游经历的视频，设置话题#山东人不允许任何一句话掉地上#，直观展现山东人的热情好客，话题总阅读量1357万；还有#山东的夜晚永远不止于烧烤#、#夜生活V这样看山东#、#山东好客是因为他们乐意#等话题阅读量均超过千万。

走胶济铁路文化体验线，山东省旅游发展大会等采访活动期间，#好品山东的好藏不住了#等35个话题登上热搜榜，多角度、多层次展现好客山东、好品山东之美——#全国四成高铁列车是山东造#、#齐鲁卫星有多牛#等话题，揭示山东硬核工业实力；#来山东打卡中国海岸线第一高#、#论山东与春天的适配度#等话题，展示山东好景好风光；#山东烧烤有三大门派#、#外国网友打卡好客山东#等话题，让人们们对山东美食心生向往……

除了重大节点造势，在平时，大众日报微博紧随热点，挖掘新闻看点，主动推介好客山东、好品山东。淄博烧烤火了，话题#来山东这些国字号街区感受烟火气#吸引7500多名网友参与投票；#交警变身临时奶爸边哄娃边执勤#、#女孩帮路边过生日的奶奶拍照获赠饼干#等暖新闻话题，迅速登上同城热搜，收获众多网友点赞。

“好客山东 好品山东”海内外同频共振全球圈粉

“好客山东”享誉全球，“好品山东”品牌产品扬帆出海，海外市场的影响力逐渐扩大，“好客山东 好品山东”的“全球粉丝团”日益壮大。为多角度、立体化向世界展现山东好品的魅力，大众日报站全球，发动用户生产，在全网发出“好品山东在全球”展示活动征集令，从山东海外华人和海外用户的视角安利“好客山东 好品山东”。《秘鲁挖隧道用上中国动力芯》《肯尼亚建大桥请来中国“大力士”》《印度铁路装上中国“减振器”》《山东激光明星闪耀法国展会》等短视频，全方位向世界展现“好客山东 好品山东”系列品牌和产品。

视频在大众日报客户端及大众日报官方海外账号@LoveShandong推出后，迅速引发大批海外粉丝围观，驻外大使、驻外领事点赞，数十家媒体聚集转发，触达海外十余万受众群。对山东好品，外国友人纷纷点赞评论，称赞中国制造，山东制造让人惊叹。“好品山东在全球”系列报道圈粉海外。凭借该系列产品在全网掀起的热度，大众日报顺势推出总结性合集《驻外使节点点赞转发！“好品山东”在全球圈粉》《微刊！全球粉丝团向你安利好品山东》《2023全国两会特别策划！好品山东在全球》，再次引发新一轮高潮传播。（□记者 刘英 唐晓宇 高翔 张召兴 鞠杰 尹燕燕 孟焕然 报道）

大众日报客户端

热点聚焦

微光视频·温暖山东案例展示

大众日报温暖山东正能量联动平台

聚焦暖新闻，传播正能量。大众日报联合腾讯新闻共同策划推出“温暖山东正能量联动平台”，面向全省各行业征集展示温暖山东的暖心善举，弘扬山东正能量。每周大众日报会遴选部分暖心事件进行展示，以下为本期上榜案例。

92岁母亲大寿 九兄妹齐聚拍摄全家福

3月20日在山东临沂，92岁老人过生日，九个儿女齐聚一堂为母亲祝寿，网友也纷纷送上祝福，称“加上妈妈，刚好十全十美”。



婚礼礼变演唱会场 40多位兄弟唱哭新郎

3月23日，山东临沂，一对新人结婚现场，新郎的四十多个好兄弟一起上台，组团献唱祝福新人，挤在舞台上都站不下了，把新郎感动得要哭。网友热议：好姻缘才有好排面！



深夜遇到代驾小哥 男子免费捎其回城

3月26日，山东烟台，男子深夜在乡下开车遇代驾小哥返程，停车将其捎带回城，拒绝代驾小哥的车费。网友热议：暖心之举传递善意正能量！



民警发现走失儿童 6分钟帮娃找到家长

3月26日晚，山东泰安，交警在天外村巡逻时，遇到一名与家长走失的孩子，6分钟帮娃找到家长。网友热议：在泰山，丢不了！



(记者 李亚平 刘斐 张召兴 整理报道)

山东党建云平台2023案例库

大众日报山东党建云平台

今年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，大众日报·山东党建云平台启动“齐鲁红星”山东党建品牌榜大型融媒体报道活动，面向全省征集展示党建引领高质量发展先进经验（通联邮箱dzrb1939@qq.com），建设山东党建云平台2023案例库，并遴选部分优秀案例，发布党建品牌榜单。以下为本期推荐案例。

威海临港区——

创新模式 助力农村集体经济持续增收

威海临港区创新推行“区党工委+国有企业+社会企业+村集体”的利益联结模式，引入区属国资公司，统筹运作涉农财政资金，发展高保障高收益产业项目，促进扶持村集体经济长期稳定增收。

济宁泗水县——

创新“四三二”工作机制 党建引领社会治理新模式

济宁泗水县杨柳镇坚持以党建引领为核心，凝聚融合各方力量，针对性开展系列活动，聚合各类组织，利用“四模共治、三级联动、两大重心”的“四三二”工作机制，开创党委领导、要素融合、公众参与、社会支撑的基层治理新格局，为全域全面高质量发展创造和谐稳定的社会环境。

潍坊高密市——

打造“三站一家”为快递外卖小哥创造幸福生活

为更好推动快递外卖等新业态融入城市基层治理，潍坊高密市统筹建设“三站一家”服务载体，通过打造鸟都轻骑驿站、户外劳动者驿站、小哥加油站，开发“掌上家园”微信小程序等，为小哥提供工作生活便利服务，畅通小哥融入社区治理新渠道，不断提升党在新兴领域的引领力、感召力和凝聚力。

德州临邑县——

搭建“共富平台” 党建联建助力乡村振兴

德州临邑县德平镇坚持党建引领，积极探索共富发展模式，将“三类地”开发利用作为农村集体经济发展的重要抓手，搭建“共富平台”，把镇、村、企、群全部纳入其中，从社会化服务、为民股份、共富工坊、村企联建四个方面入手，构建“党委统筹、典型引路、社会参与、市场运作”的工作格局。

枣庄薛城开发区——

念好“四字诀” 开启非公党建新局面

枣庄市薛城开发区医疗智谷大健康产业园党支部积极发挥掌舵领航作用，念好非公党建学、帮、融、创“四字诀”，引领企业向高攀登、向远前行、向强发展，为企业发展注入强劲动能。（记者 吴永功 整理报道）