



在 场

让内容冒热气
兵分五路三地直播

“山东派出北方最大海巡船赴北方开海主场护航”“北方最大渔码头千帆竞发”，几个关键亮点首先勾勒出了行动路线。经与山东海事局、青岛海事局等多部门反复沟通，团队数次开展头脑风暴，大连、威海石岛、青岛三个最典型、最有看点的采访目的地确定下来。

光有常规报道不行。为了让受众“亲临”现场，直播必须安排上。经过多方协调，最终形成了海陆空立体直播的方案，并针对海上直播信号问题数次修改直播方案、设计应急预案。

协同作战，仅有半岛的力量还不够。充分发挥大众新媒体大平台在议题设置、策划指挥、多平台呈现等方面的“领衔”作用，各地方媒体共创内容、借势传播，让更多人看到，才能让效果最大化。于是，济青两地联动、缜密筹划，方案敲定。

无直播不现场。8月31日，半岛都市报派出五路共15名记者，在大连、威海、青岛三地开启“追鲜”现场报道。在此之前，一批冒着热气的预热报道已在客户端专题页面同步发出。按照预先设计好的渔船、海巡船、码头、无人机等立体目击点位，综合海陆空各路信

号，全方位直播开海现场。直播画面在大众新闻客户端、半岛新闻客户端、视频号、抖音号等多端多号同步呈现。

在 线

全媒体抓“活鱼”
全网传播超两千万

9月1日9时许，大连码头，山东海事部门派出的海巡11号启程前往护航海域，“追鲜72小时——千船竞发看开海”第一帧直播画面也从渤海海上传送到直播页面。

9时30分左右，镜头切换到威海石岛渔港——北方最大的渔港内千帆待发，主播与渔民唠家常，聊起当地特产。

10时，青岛。一路记者探访当地久负盛名的积米崖渔港，无人机高空拍摄的壮观画面呈现在直播中。

10时15分，另一路记者在胡家山码头跟随一渔民叔侄，直播他们整装待发的场景，熟络地与对方聊起捕鱼黑科技、出海费用、装备变迁等话题。

10时30分，第三路记者随青岛海事船从董家口出发，一路奔赴积米崖海域外，等待渔船出港。

五路现场画面在直播中有序切换，主播们各显神通，所聊话题也精彩纷呈。11时许，青岛后方获悉，由于天气

原因，暂定所有渔船不得出海。统筹团队和直播临时协调落实，决定把开海大场面直播交到威海石岛播报组。

12时左右，临危受命的石岛播报组调整好机位，随后无人机升空，鞭炮齐鸣，千船竞发的盛况如约而至。

无爆款不生产。当天的直播，在大众新闻客户端观看量达到10万+；半岛新闻客户端、风口财经客户端、半岛官微视频号抖音号等全网推送，仅半岛抖音账号直播观看量就超200万；微博话题阅读量超千万，北京电视台、河南电视台等近50家媒体联动传播，全网传播量超2000万。

前后方多路协同、济青跨地域联动，超过30人参与其中，考验的是整体高效统筹、导播控场水平、主播临场发挥，还有看不见的策划、准备和相机而动的能力，是一次“实弹练兵”。

在 目

寻找受众关注点
“一鱼多吃”打开流量

直播只是本次开海报道的一小部分。把“开海”这个题材当作一个共创平台，让各部门参与到“追鲜72小时”的创作中来，真正“一鱼多吃”，是策划之初就设定的基调。

在专栏集纳的内容中，有以出海捕

捞、靠岸交易、运输流通等现场报道和直播为主要内容的“直击”板块，有侧重市场探访、价格调查及消费者端的“寻味”内容，有重点呈现海上人物故事、知识科普内容的“探海”栏目，有关注海上交通安全等涉相关部门的“护航”报道。

当日直播刚结束，精彩画面就被制作成“千帆竞发”“幸福起锚”“硬核护航”三条高质量的混剪集锦视频，迅速成为爆款。

随渔民叔侄搭档的两名记者，一路跟随出海，实时记录夜晚捕捞的全过程以及渔民劳作的辛苦。当晚10时发回多条视频和图片，后方编辑紧急加工，在各平台账号和报纸版面上第一时间呈现出“开海第一鲜”。次日回港后，记者又接连发布回港Vlog和图文报道，并制作出“追鲜72小时”全程直击纪录片。

无传播不新闻。后方编辑记者，也脑洞大开，开海原创RAP、青岛码头抢鲜图鉴，跟着博士辨海鲜手绘及视频……一条条鲜活的视频、稿件、照片、长图、动图、海报、九宫格、动画，通过客户端、微信公众号、视频号、抖音、朋友圈等传播矩阵联合推送，集纳进大众新闻客户端的屏开、首屏、专题页面，多条视频登上热搜。这场开海“盛筵”，不虚此行、不辱使命。

大众新闻·大众日报微博：见证蓬勃向上的山东力量

□大众新闻记者 朱若瑾 李秋悦 赵曼

“注意！这条大众日报微博是陈梦发出的！”不久前，四位山东奥运冠军做客大众报业集团，化身大众新闻推荐官与网友积极互动。奥运冠军陈梦以“陈梦-微博小编”身份向大众日报微博网友问好，瞬间引爆刷屏，#奥运冠军变身大众新闻推荐官#、#奥运冠军陈梦解锁新身份#等相关话题阅读量迅速突破千万。

巴黎奥运会上，山东奥运健儿为国出征，奋勇拼搏，透过赛场上一个个坚忍不拔、追求卓越的形象，让世界看到了昂扬奋进的新时代山东。大众日报微博则紧贴时代脉搏，积极设置热议话题，生动讲述山东故事，借助452个微博热搜话题，在热搜不断中见证着蓬勃向上的山东力量。



本地深耕，强“共情”

今年以来，大众新媒体大平台精心策划了一系列行进式报道，成功挖掘并呈现了诸多山东“宝藏”。众多关于区域飞跃发展的高光时刻，放大了网民对家乡发展变化的动人情愫，随之被激发的自豪感与归属感，也成为微博话题中引领大流量的重要题材。

5月29日下午，谷神星一号海射型遥二运载火箭在日照海域成功发射，话题#一箭四星首次在日照附近海域发射#登上全国热搜榜，收获了760.8万的阅读量，吸引多家媒体转发关注，网友纷纷感叹“厉害了我大日照”。还有#烟台将真正迈入高铁时代#、#大运河济南绿色穿巴齐济宁首航#、#山东高铁动车将通达全国27个省会城市#等上榜话题，无一不见证着山东的蓬勃发展。

从尼山出发打开世界的门，齐鲁大地的独特魅力探索也由此开始。尼山论坛相关话题#站在夫子肩上升听世界声音#收获了1310.5万阅读量，引发了上万互动讨论，登上微博全国预热搜，#我上尼山约你来见#也登上同城热搜榜。第五届跨国公司领导人青岛峰会，以#山东的魅力要亲眼来看#、#被霸总眼中的山东惊艳到了#等接地气的話題，赢得网友关注，总计阅读量632.5万。

此外，不断探索重大主题话题设置，在年轻视角更新与差异化传播中，致力于实现“硬”新闻的“软”着陆。针对山东省委第十二届七次全会，多个话题登上山东16市热搜榜，#在改革队列前列把山东logo举起来#之类颇具网感的话题，更是打通与90后、00后的界限。另有中美青年交流营等一系列国际交流活动的举行，使#全球Z世代将再次相聚山东#，以鲜活的视角#让全世界都了解山东故事#，引得外国友人纷纷点赞！

凡人善举，强“共鸣”

与常规报道相比，助人为乐、见义勇为、诚实守信、孝老爱亲等凡人善举，自带正能量与大流量属性。大众日报微博通过记录和传播齐鲁大地上的暖心故事、微光大义，将一份份温暖和感动，汇聚成向上的精神力量，赢得了舆论的广泛共鸣。

8月10日，山东大哥梁留伟勇救3名落水儿童不幸溺亡，话题#山东大哥勇救三名落水儿童不幸溺亡#吸引众多网友关注，阅读量642万，登上全国预热搜。“开屏见好”栏目聚焦平凡人的动人瞬间，透过屏幕传递温暖力量，多个话题登上山东16市热搜榜，收获了1500万的阅读量。

话题#26岁民警徒手夺刀说我必须冲上去#、#生命的最后一刻他将孩子高高举起#、#这趟毕业旅行他选择带妈妈一起#，凡人微光成为火炬，触及心底的

柔软，引发网友参与讨论。正是这一个个见义勇为、孝老爱亲的善行义举，托起山东的文明新高度。

“好客”是真情，“好品”凭厚道。大众日报微博继续加强“好客山东 好品山东”的推介，根据用户思维、流量思维倒推议题设置，让正能量成为大流量。

#烟台刀把蛏子炆锅面汤比面更香#、#总要和好朋友去趟山东吧#用山东特色美食美景表达好客山东的热情；#带你了解不一样的硬核山东#彰显“山东制造”的全新智慧和硬核实力；#打造鲁版新质生产力山东这样干#、#山东人从小吃到大的C位好品#等话题，则与齐鲁大地的好品美物一起，以4642万的阅读量，让网友更加全面地感受好品山东的无限魅力。

跨界融合，强“共振”

高考前夕，大众新媒体大平台跨界邀请山东9所知名高校，共同推出“山东高校天团喊话等你”系列策划活动，为即将参加高考的学子送上最真挚的祝福，并在微博平台共同推送。

视频一经发布，微博评论区反响热烈，学校官微现身助阵，大批高校学子留言互动，自发为考生摇旗呐喊。视频观看量超100万次，单条微博阅读量超25万，话题#山东高校天团喊话等你#阅读量达1250万。高考结束后，千万级话题#山大建议排名前15000名山东考生可冲#、#山东2024高考一分一段表#相继冲上全国热搜榜。借助年轻化的产品与内容，大众日报微博进一步推广了山东高校的品牌影响力。

对大众新媒体大平台而言，发起“山东高校天团喊话等你”新媒体互动报道，既是创新高考报道形式的体现，也能发挥大众日报的权威性、公信力优势，让话题更有公共性、参与性，彰显大众日报微博在促进年轻人成长上的价值引导作用。

山东不仅是高考大省，也是2023年举办音乐节第二多的省份。本土IP“新青年音乐节”不断拔节生长，迅速成为国内知名音乐节品牌。

利用微博平台用户体量大、互动性强的特点，“六一儿童节”期间，大众日报微博携手新青年音乐节，积极开设话题#来山东过一个最摇滚的儿童节#，以转发、留言互动的形式，鼓励网友晒出童年照并分享童年回忆，引发网友的广泛参与，6天时间，就收获43.1万点赞量。

从德州到潍坊、再到石家庄，随着各乐队热烈开唱，音乐节相关内容持续升温，热搜频现。总话题#新青年音乐节#累计7800多万的阅读量；话题#来山东过一个最摇滚的儿童节#总阅读量共计300万；话题#2024潍坊新青年音乐节#在音乐节首日开唱后，迅速登上潍坊同城热搜，并上升至第1名且持续霸榜，累计阅读量超1170万；还有多条音乐节现场话题在“嗨唱”中登上同城热搜。“一张音乐节门票带动一座城”，不仅是说说而已。



为深入学习贯彻党的二十大精神，大众新媒体大平台启动“大众党建案例库”征集展示活动（投稿邮箱dzrb1939@qq.com），面向全省各级党组织征集优秀党建案例。以下为本期推荐案例。

潍坊市：党建引领探索产业致富新路径

潍坊市潍坊市谭坊镇党委立足解决种植模式老化、产业园辐射带动不强、农业转型和群众致富增收步伐受阻等问题，围绕“共建一个联合党委、完善一条产业链、开发三种产业发展模式、聚焦两个发展载体”的“1132”工作思路，以党建红色引擎驱动全镇产业向大做强发展。通过该工作法，在联合党委统筹下，辖区党员深度参与农业产业链，靠链实现产业园和农户对接，成为带动产业升级、促进农民共同富裕的有效途径，切实以党建活水浇灌产业发展。

济宁市汶上县：村企联建促乡村共富

济宁市汶上县苑庄镇始终将“村企联建”作为抓党建促乡村振兴的重要抓手，以企兴村、以村促企，推动企业优势和乡村资源深度融合。成立乡村振兴共富联盟，开展交流活动8场次，促成联建对子3对。按照“党支部+企业+基地+农户”产业模式打造“共富基地”“共富大棚”40余处，每年带动村集体增收190余万元，100余人实现家门口就业。建立村企资源、需求、项目三张清单，盘活闲置土地40余亩，落地项目12个。建立“互联、互培、互动”人才共育机制，举办“共富课堂”50余期，组织人才培养300余人次，培育了一支懂技术、善经营、会管理、能带富的乡村人才队伍，助推村企稳步发展。

青岛胶州市：严真细实提升党员教育工作

青岛胶州市把党员教育抓在经常、做在平常、融入日常，以“严真细实”作风推动党员教育工作提质增效。推动镇街党校内涵式发展，实现党员培训主阵地、主渠道全覆盖，胶东街道党校获评“山东省重点镇街党校”。实施“凝心铸魂”工程，邀请王传喜、高淑贞等知名师资力量进行授课，举办党员轮训班280余期，培训党员6万余人次。用好“山东党员网络学院”，落实学时制度，创新开展党员教育“大巴车”活动，持续提升党员教育培训针对性。遴选市镇两级师资320余名，打造特色课程70余堂，配套现场教学点24个，2名党员教育师资获评“胶州市优秀党务工作者”。

德州市：抓实机关党建推动融合发展

德州市委市直机关工委抓实有形、有感、有效“三有”党建，扎实推进机关党建高质量发展。培树“有形”党建，让党建可触可及，打造10个集课堂培训、沉浸体验、阅读学习“三位一体”的党员教育基地，因地制宜建设机关文化展厅、党性教育走廊、党员活动室共122个。强化“有感”党建，让党建入脑入心，连续两年举办“我们的支部”情景党课，增强党员的归属感，每季度举办1期“德州机关大讲堂”，各部门单位每月举办“机关讲堂”等。打造“有效”党建，让党建落地生根，将100个市直部门和12个县市区划分为5个片区，打破部门行业壁垒，定期开展观摩交流、互学互鉴，提升党建业务融合发展质效。

（记者 李扬 整理报道）



注册用户突破2500个
大众号用户拓展再上新台阶

□大众新闻记者 董昊骞 报道
本报济南讯 金秋时节，又到一年丰收季，大众号的正能量与大流量也在这个秋天“撞个满怀”。近日，大众号注册用户数量突破2500个！经过7个多月的持续攻坚，大众号与号主双向奔赴，不断碰撞出智慧的火花，以独特的方式共同讲述着山东故事和关于全国高校学子青春梦想，可谓百花齐放，千流汇海。

平台焕发勃勃生机。近日，随着大众号银龄矩阵的集体注册，大众号注册用户数量突破2500个，标志着大众号重点系统矩阵拓展再上新台阶。作为大众新媒体大平台的战略主阵地之一，大众号突出互动性、社交性、聚合性，重视矩阵力量，深化垂直领域矩阵覆盖。目前，大众号已覆盖政务号、市县号、教育号、政法号、党建号、青春号、银龄号、交通号、健康号、影像号、美术号、企业号、媒体号、达人号、V-IP共15个垂直矩阵。自大众号上线以来，用户累计上传作品超10万件，15个垂直矩阵2539名内容创作者与平台共建共用共享共赢，实现了开放生产优质内容聚合。

“大众”更懂大众。大众号高度重视号主感受，持续放大声量。推出“U计划”，先后让18位号主走进大平台演播室，在双向奔赴中实现共建共用共享共赢；近期，大众号根据用户活跃度选取9名大众号号主，联合策划制作“月是故乡明”创意联名海报；7月17日，首期大众号智媒训练营在青州开营，共话全媒生产传播思维创新与技能提升策略。山东省直政务号智媒训练营、第二期大众号智媒训练营也将分别于本月和11月开营，目前已在紧张筹备中。

此外，大众号注重聚合优质内容，创新推出的“同题作文”，邀请号主们在节点时相遇，在平台中共创；8月底，大众号推出的金牌小编（2024第二季度），率先选取了传播力指数、用户活跃度均居前列的市县矩阵、政法矩阵共45名金牌小编，提高头部用户获得感，增强了用户黏性……大众号号主生产的优质产品源源不断地为大平台内容生产全面赋能，形成了大众号与各频道互融共生的全生态传播格局。

如今，大众号已集结全省16市、136个县（区、市）、98个省直部门单位、102所高校等教育机构、623个省市县三级政法机关。其中，面向全国高校学子的青春号已覆盖广东、江苏、浙江、河南、安徽、福建、江西、湖南、湖北、天津、重庆、陕西、河北、四川以及山东等15个省份。

征途在星辰大海，潮涌于壮阔山河。大众号成立7个多月以来，深耕矩阵建设，调动和整合多种资源，形成了开放生产大合力，唱响了正能量与大流量的主流强音。