

微信“10万+”阅读应具备的因素

□ 郝天韵

新一期的清博指数平台监测发现,全国微信号原创热文TOP200中,共计收获1809.1万+阅读总量,31.8万+点赞总量,其中“10万+”文章数达到100篇。在各类公号文章、音视频满天的当下,什么样的文章能让读者一下读到底?哪些内容更容易受到关注并转发呢?

蹭“热”度要“快”

从传播角度来讲,“微信朋友圈的传播基本可以概括为情绪传播,能触动用户情感的。”在中国传媒大学教授曹晚红看来,新闻价值的5个要素,其实还是适用于微信公众号传播的,比如及时性、重要性、接近性、显著性、趣味性等,每个要素作用不同。

微信中人们关注的热点一是跟自己工作生活相关的文章,二是那些搞笑娱乐类的公众号。其原因一方面因为工作需要,另一方面可能是生活压力较大。

清博大数据内容总监、知名评论员廖保平通过榜单、热文、舆情等反馈分析,认为微信公众号内容推送的核心关键词是“热”与“快”。3月10日,《环球时报》的公众号发布《快讯:朴槿惠被弹劾》,全文仅81个字,为当天最早发布朴槿惠被弹劾消息的媒体公众号。不到两个小时,阅读量便突破“10万+”。这也就是“快”。想要脱颖而出,首先一条是要趁热、借势、跟话题、跟舆论。

内容越“深”转载越多

现在大量的信息最明显的特征是泡沫化、泛滥化,观察、分析微信榜单时有多种指标,那些有深度的公众号阅读量不一定高,但转载量很高。

在赵振宇看来,新闻评论、新闻报道有时候是需要“养”起来的。“等一等,不能太急”,他向记者谈道,“还是要按照新闻规律来进行报道、分析、评论。新闻最重要的不是快,而是真实、准确,需要生动的细节和翔实的数据,时度效是一个整体。”赵振宇说。

“这个时代标准下推出来的好内容,特征是明白晓畅、轻松愉悦、强个性化、能唤起共鸣。”“刺猬公社”创始人叶铁桥说。

正如腾讯马化腾所言:“内容没有发展起来的时候,大家都是以抢夺流量为主。未来,内容价值会越来越重要。”

“动”起来才能吸睛涨粉

2016年,由公众号“新世相”发起的“中秋不回家”“逃离北上广”,到同年年底发起的北上广地铁“丢书大作战”,“新世相”狂甩出几个话题性突出的线下活动吸引了大量粉丝的关注。

“今天开始,我们可以试着多做一些事,让拥挤的地铁和乏味的城市变得不一样。”——从“新世相”的推文中可以看到,这个以做内容见长的公众号并不满足于仅仅依靠文字的力量带来一些安慰,而是希望可以“动”起来,让这个力量变得真实可信。

跨出平台,跨出内容,从内容的价值观植入到通过事件营销提高社群的凝聚力,并通过与品牌合作的营销活动,实现真正的变现。“十点读书”公众号总编晓弘也告诉记者,除了内容,“十点读书”还推出了“十点好物”“十点课堂”等线下营销活动。“未来,还会开办线下的实体店,连接线上和线下的读者,为读者提供一个可以在现实中接触的空间。”

(摘自中国新闻出版广电报2017年4月11日5版)

编者按 | 作为全国首批数字转型示范单位,重庆日报报业集团近年来率先在全国党报集团建成两级“中央厨房”,从过去以报刊为主的传播方式,转型为以报刊和新媒体并重的全媒体传播体系和管理模式,媒体融合走在了全国党报的前列。置身于西部经济欠发达地区,重报集团的媒体深度融合与持续创新,深向哪里,又新在何处?

一路雄起 不忘初心

——重庆日报报业集团推进媒体深度融合探访录

□ 中国新闻出版广电报 李忠



2017年全国两会期间,重庆日报报业集团正式启用“中央厨房”报道机制。

新提升: 倒啃甘蔗 渐入佳境

重报集团早在2014年就联手国内一流技术研发团队,在全国率先建起了集团所属日、晚、晨、商四大主要报系媒体技术支撑平台,打通了各纸媒、PC端、移动端媒体集群的信息渠道,重构了互联网条件下采、编、发、播一体化流程,改变了原来以版面为主导的单一采编管理方式。项目获得了国内新闻技术领域最高荣誉——“王选新闻科学技术奖”一等奖。

2017年,重报集团在全国两会上,正式启动了“中央厨房”报道机制,为读者和用户提供全媒体化的“新闻大餐”,在“2017年全国两会省级党报官号社交传播力”榜单上,重报集团位居前三名。

重报集团明确2017年度的攻坚方向,聚焦于推动采编、技术、流程、考核4个方面的“深度融合”——

以《重庆日报》“中央厨房”为核心,建立内容生产一体化组织体系,将集团相关新媒体集群采编团队与《重庆日报》采编部门整合,以“大采访中心”“大编辑部”加垂直采编部门模式,打造一支具备全媒体采、编、播技能的合成军。

由集团技术设备中心牵头,整合《重庆日报》、华龙网的技术力量,完善《重庆日报》全媒体指挥中心软硬件设施,以技术手段完全实现内容资源的“统一采集、分类编辑、统筹发布”。

《重庆日报》、华龙网等媒体时政类采编人员统一调配、统筹使用,“坐在一起,干在一起”,同时设立《重庆日报》“中央厨房”总编辑调度中心,统筹报道策划、整合新闻资源、调度采访力量、协调技术支持。

建立统一的考核标准和绩效考核体系,人员身份不变、基本待遇不变,绩效工资由统一平台各板块进行考核评定后,由各单位按标准发放。稿酬向独家、原创、首发新闻倾斜,与转载率、落地率挂钩,奖优罚劣,奖勤罚懒,激发活力。

重报集团的“中央厨房提升工程”,如同倒啃甘蔗,渐入佳境:从基础的软硬件持续投入,到制度与流程再造,到内容优势的全面整合,再到

团队活力的充分激发,从“物理捆绑”,到逐步实现“化学反应”,媒体融合渐次深入,步步为营。

新跨越: 沉舟侧畔 千帆竞发

从以纸媒为传播主体,到发展网络集群,再到移动传播战略的全面实施,重报集团在传播手段上的创新与建设,也在不断实现加速与跨越。

以华龙网为重点,持续做大做强网络媒体集群。2016年至今,华龙网投入近1000万元建设了“高清全媒体互动演播室”并投入使用,全面实现了多信源采集、多媒体互动、多空间共享、多平台传输分发、多样化节目录制等诸多功能;截至今年4月,华龙网日均影响受众超过2000万人次,今日头条华龙网头条号、Zaker(扎克重庆)等第三方平台发展迅速,今日头条平均每天都有单篇阅读量过5万的华龙网原创稿件。

在网络集群的基础上,重报集团渐次建构起了庞大的移动新媒体矩阵。重庆手机报用户数量现已超过1000万;华龙网打造的“重庆”客户端下载量已近400万;“上游新闻”下载量超过160万,日均活跃用户达30万,位居全国省级新闻客户端第六位,成为西部地区“领头羊”。

截至目前,重报集团新媒体板块覆盖用户8480万,是集团纸媒板块用户的38倍;新媒体年发稿量150万条,是传统媒体的6.5倍。

新增长: 九层之台 起于垒土

如何在推动媒体深度融合的同时,建立起依托于全媒体运营平台的市场造血机制,带来增量营收,支撑起现代化新型媒体集团的可持续发展?重报集团对症下药,打出了一套“组合拳”——

推进都市报“一报一策”的分类改革:引进文投集团6000万元投资,支持“上游新闻”客户端发展;支持《重庆商报》与《重庆晨报》合作打造“上游财经”移动端财经传播平台;支持《重庆晚报》开发“慢新闻”客户端。集团在帮助都市报提升全媒体传播能力的基础上,整合营销、活动

营销、节会营销等营销策略和全媒体营销手段全面开花。2016年,集团纸媒广告收入5亿元,活动营销收入则突破1亿元,2017年预计突破2亿元。

推动传统印刷、发行业市场化改革:建设党报现代数字印刷出版物流基地,新增40多个品种的外报印刷业务;发起成立了“全国报业地方特产互联互通战略合作联盟”,拓展电商物流配送业务,日均配送2万单。

推动会展、体育、文化交流、户外广告、文创产业园、大数据产业等报业相关多元产业发展:举办2016年重庆文博会,实现交易额6.3亿元;成立重庆乐视体育公司,打造重庆乃至西部地区营收体量最大、赛事资源最丰富、互联网手段最完备的“互联网+体育”市场运营平台;华龙网依托征信、网络取证等大数据产业平台,实现新媒体业务的增量收益。

加快推进“互联网+金融”的资本经营战略:一季度,华龙网完成了上市申报前的所有准备工作;2016年年底,重报集团10亿元超短融资券获中国银行间市场交易商协会批准,成为西部地区首家、全国7家之一率先获得在全国债券市场公开发行、无担保信用债券的新闻传媒企业。

2016年,集团营业收入15.5亿元,其中,新媒体营业收入5.4亿元,较2015年翻了一番,占比达35%;利润5000多万元,其中,新媒体业务利润较2015年也翻了一番多,占比约60%。

新征程: 雄关漫道 从头迈步

重报集团已发展成为15报4刊13网5个客户端、1个手机报、82个官方微信、25个官方微博以及《重庆日报》电子阅报屏、户外LED屏共计147个媒体终端的全媒体综合性现代传媒集团,基本形成了党报、都市报、新媒体、专业媒体等四大类融媒体矩阵和多元产业集群的“4+1”发展格局。

重报集团努力提升新闻内容质量,赢得新媒体条件下的传播优势。2012年至今,重报集团先后有17件作品获得中国新闻奖,1人获得长江韬奋奖,2人获全国“四个一批”人才,3人获全国新闻出版行业领军人才。仅2016年,就有3件作品获得第二十六届中国新闻奖,其中华龙网的《穿越直播 重返70年前英雄之城》获得网络作品一等奖。

重报集团加强对媒体融合型人才队伍的培养与建设,建立了青年骨干人才库。2016年以来,对集团主要媒体800多名骨干人员进行了全媒体、全覆盖技能培训;采取内部培养与外部引进相结合的方式,建设一支既懂新闻传播规律又懂新媒体发展规律,既懂传媒政策又懂市场运作的复合型媒体融合人才团队。

“雄关漫道真如铁,而今迈步从头越”。从相“加”向相“融”,重报集团在新征程上,永葆初心,一路雄起。

(摘自中国新闻出版广电报2017年5月9日1版)