

“深度融合”： 勇当无锡主流媒体改革的先行军

陈锡初,2021年4月开始,兼任江南晚报总编辑。在媒体改革进入深水区、攻坚期的关键阶段,他持续推动江南晚报融入集团大家庭,以“协同作战”的理念,实现集团媒体间的深度融合;持续推动江南晚报向新媒体转型,以“内容为王”的理念,实现传统纸媒与新媒体的深度融合;持续推动江南晚报经营工作开拓创新,以“新闻+政务服务商务”的理念,实现宣传与经营的深度融合,在无锡主流媒体深度融合的改革探索中勇当先行军。

撰文:江南

坚持“协同作战” 推进集团媒体间的深度融合

作为江苏省地级市创办的第一家都市类媒体,江南晚报赢得无锡读者和市场的认可,实力多年来位居全国晚报20强。新媒体时代的到来,为传统报业特别是都市类纸媒的转型发展带来了机遇,也带来了冲击。如何整合资源,创新机制,让集团各媒体间相互融合,形成合力,实现整体发展,这是摆在江南晚报转型发展道路上的一个不可回避的现实课题。

近几年来,无锡日报报业集团进一步将人财物投向互联网主阵地,打造新型传播平台,提升内容生产、信息聚合和技术引领能力,提高传播力、引导力、影响力、公信力,打造融为一体、合而为一的全媒体采编网络和工作流程,建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管

理为保障的全媒体传播体系。

集团打破了原来各媒体之间“各自为战”的局面,调动全集团资源、加大内部跨界合作力度,鼓励实行资源共享。一方面江南晚报的优势资源为集团其他媒体、部门所用,另一方面集团内的可用资源,也向江南晚报敞开大门,对外拓展业务时,全方案统一策划、整体打包,内部再进行分工与合作。

新闻生产上,江南晚报积极参与集团“战役”,投入采编校力量,协同采访、协力直播、协助制作,完成了一些重大活动、重大主题的新闻报道、新媒体制作、多平台发布;经营创收上,江南晚报积极与集团内各部门合作,共享优质资源,群策群力,联合行动,屡创佳绩。

坚持“内容为王” 推进传统纸媒与新媒体的深度融合

“内容为王”是主流媒体的责任担当,在新媒体时代,虽然读者更多地“眼球”转向移动端,但我们依然不能为了流量而放松对传统纸媒内容质量的追求,特别是江南晚报作为一份优质的都市类报纸,拥有近七万的读者群,是锡城百姓茶余饭后喜欢阅读的纸质媒体之一,因其发布的信息贴近市民、贴近生活,受到广大市民的喜爱,江南晚报已成为许多市民生活中不可或缺的一部分,因此办好江南晚报,以及时、真实、丰富的内容来吸引读者、回馈读者,是一种对读者负责任的态度。

为此,近年来,江南晚报紧紧抓住“内容为王”这一核心竞争力,改革内部机制,加强队伍建设,严格内部管理,推动传统媒体与新媒体深度融合,实现新、旧媒体的互动和相互赋能。

2021年以来,在江南晚报上下的共同努力下,一场以“好稿率”“新旧媒体转化率”为主要评

判标准的采编考核改革得到了大力推进。一年多来,江南晚报聚焦重大主题,结合民生热点,以品牌带动、栏目带动、考核带动,新闻生产质量有了新的提升,全媒体原创精品和新品迭出。至2022年12月,江南晚报新闻稿件质量持续提升,其中记者每月好稿率由改革前的50%提升到67%以上。《舍桥迎难潜进 留住太湖佳绝》《吾师有痴爱》《还有这操作?车位被“打包卖”小区一人买下多个车位合法吗》等一批新闻作品在全国、省、市获重要奖项。

在新闻稿件质量提升的同时,新老媒体互相转换,互相融合的步伐也进一步加快,既有质量,也有流量的新媒体爆款产品频出。江南晚报微信公众号在无锡市新媒体排行榜媒体类榜单上长期位居前2位,江南晚报微博稳居前5位。2021年以来,江南晚报有6篇融媒体产品被中央网信办全网推送,12篇融媒体产品获得



陈锡初值班审稿



江南晚报2021年度总结表彰大会



无锡报业全域融媒社区建设启动仪式

了市委主要领导的点赞、转发。2021年以来,江南晚报微信公众号累计产生原创10万+30多条,江南晚报微博累计产生原创10万+40多条;江南晚报原创视频点击量10万+以上30多条。其中,2022年3月,江南晚报发布的融合报道《奔波在疫情防控一线的“转运人”》被中央网信办全国全网推送,央媒纷纷转发,有力传递无锡抗疫声音。2022年11月,此融合报道荣获江苏省报业抗疫融合传播影响力优秀案例。

截至目前,江南晚报全媒体覆盖用户达1200万以上。其中,江南晚报微信公众号用户超60万,民生无锡微信公众号用户超10万,江南晚报微博粉丝575万,江南晚报头条号用户达49万,江南晚报抖音号用户达310万。

坚持“新闻+政务服务商务” 推进宣传与经营的深度融合

宣传和经营的融合,是新媒体时代传统媒体转型的必然要求,实现这个融合,就是要按照中央的要求,在新闻+政务服务商务上下功夫,不断取得主流媒体社会效益和经济效益的双丰收。

顺应时势,江南晚报的采编人员积极转变观念,增加技能包,争当多面手,在各自条线发挥主观能动性和优势,通过主动策划,主动创意,主动服务,以优质的宣传服务为开拓经营业务赋能。去年以来,围绕正式公布的无锡市区历史建筑名录,江南晚报采编人员策划了贯穿全年的新闻专栏“阅读老建筑”,通过文字、图片、短视频多形式、多媒体融合报道,到目前已完成了50集既有丰富文化底蕴,又有精美画面的短视频作品,陆续推出以来获得了市领导点赞、有关部门的认可和网友的支持、网友的广泛好评。2022年初疫情期间,江南晚报采编人员克服困难,与新民晚报、宁波晚报、合肥晚报联合推出“云樱缤纷探春长三角沪苏浙皖媒体联播行动”,在鼋头渚和梅村两地进行了联播,通过多平台为长三角地区观众提供“云赏春”的慢直播服务,持续时长3个半小时,总收看量约80万人次。这些富含创意、创新的宣传与经营融合活动,不仅取得了很好的传播效应,也在经营创收上获得了较好的收益。

在竞争和挑战面前,江南晚报经营团队也改变以往的传统经营方式,善于利用集团全媒体宣传资源,主动出击,主动策划,通过做足全媒体资源的整合营销,为客户提供从宣传到活动的全过程服务、全方案服务,开拓新的市场空间。2022年8月,江南晚报经营团队以中国医师节为契机,联合银行、医院等单位,成功策划了一场别开生面的发布会,一首歌咏中国医师、以无锡医生为物原型的原创歌曲及MV《无声的眷恋》在无锡首发,被国家、省级多个媒体平台转发,获得合作方认可与支持。2022年11月,江南晚报经营团队精心准备,成功中标了某单位的宣传片拍摄项目,在参与投标的过程中,团队整体“作战”能力得到了锻炼和提升。

通过宣传与经营的相互融合,江南晚报近三年来的经营创收实现了每年20%的持续增长。

2023年,江南晚报将面向基层,敞开心扉,拓宽思路,坚持开门办报,加强通讯员队伍建设,同时也把服务下沉到基层,让宣传与经营在最基层发生良性互动,产生化学反应。江南晚报将以无锡报业全域融媒社区建设为抓手,在全市各区下辖的乡镇街道设立融媒通讯站,发展融媒社区,积极服务广大基层读者、用户,开拓晚报发展的新天地。