

# 坚持双轮驱动 构建城市外宣融媒矩阵

郑士炎

**摘要：**在新形势下讲好城市故事、传播好城市声音，对于城市广电来说，既需要依托海内外宣传平台的力量借船出海，又需要有效进行议程设置造船出海。宁波广电集团牢固树立“城市以外都是外”的外宣优先理念，坚持“借船出海”与“造船出海”双轮驱动、同频共振，构建起了以广播、电视、新媒体为主体，城市形象推广、融媒传播行动等传播渠道相融相生的城市外宣融媒矩阵，为提升宁波加快建设现代化滨海大都市形象的美誉度和知名度尽显责任担当，发挥了外宣主力军和主窗口作用。

**关键词：**城市外宣 融媒矩阵 借船出海 造船出海

讲好城市故事，传播好城市声音，是城市广电媒体加强外宣能力建设的重要任务。宁波广电集团作为宁波城市主流媒体，对标当好浙江建设“重要窗口”模范生的要求，牢固树立外宣优先理念，坚持“借船出海”与“造船出海”双轮驱动，着力打造全媒体外宣新生态，构建起以广播、电视和新媒体为主体，城市形象推广、融媒传播行动等传播渠道相融相生的城市外宣融媒矩阵，为展示城市魅力、提升城市形象发挥了生力军和主窗口作用。

## 一、加强对接沟通，巩固外宣主渠道

对外宣传工作是广电新闻宣传工作的重要内容。面对新的形势和任务，如何统筹好国内国际两个大局，进一步解放思想、创新观念，巩固和拓展外宣的有效途径，是城市广电做好新时代外宣工作的关键所在。宁波广电集团坚持“城市以外都是外”的外宣理念，积极对标中央和省级主流媒体，建立对接沟通、选题策

划、通联服务、协作联动、考核激励等闭环运作机制。如充实精干力量，强化外宣工作专班和外宣专职岗位，做好选题报送、通联服务等日常工作；强化配套考核，引导鼓励广播电视和新媒体记者积极主动报题、采制外宣报道，确保导向明晰、保障有力；加强与中央、省级主流媒体通联编辑及驻宁波记者站沟通，确保信息畅通、发稿渠道畅通。

在外宣工作推进中，坚持围绕中心、服务大局，确保宁波市委市政府中心工作推进到哪里、外宣工作重点就跟进到哪里。今年以来宁波广电集团重点围绕迎接党的二十大、现代化滨海大都市、共同富裕先行示范、疫情防控等选题，策划挖掘一批典型案例、典型经验，持续扩大宁波影响力。今年前4个月，电视外宣已在央视《新闻联播》播出17条，其中4月份单月播出了7条有关宁波的报道，包括头条综合稿“奋进新征程 建功新时代·伟大变革 基础教育为民族复兴筑牢稳固根基”中采访宁波市鄞州区的学生和家长等内容，点赞宁波市基础教育德智体美劳“五育”并举的做法。今年5月上旬，宁波广电集团联合中央广播电视总台采制了反映国家电网慈溪市供电公司社区客户钱海军23年如一日为当地残疾人、孤寡老人等无偿提供电力维修、改造等服务的人物典型，分别在央视《新闻联播》、央广《新闻和报纸摘要》等集中播出，产生了传播集聚效应。由于高度重视对接沟通、巩固上送主渠道，宁波广电集团外宣在央媒、省媒的发稿总分和总条数一直稳定保持在全国、全省城市台第一方阵地位。在今年4月下旬召开的浙江广电集团全省新闻协作会议上，宁波广电集团分

别获得了“2021年度电视新闻协作一等奖”“电视新闻上送十强”“美丽浙江‘融合传播’协作先进集体”等荣誉，广播外宣在2021年中国之声发稿总分再次获全国城市台“十强”称号。

## 二、重视融合传播，扩大网上影响力

依托互联网的迅猛发展，信息传播方式发生深刻变化，从根本上改变了原有的新闻传播格局。网络平台的二次传播，已成为扩大外宣影响力的重要力量。宁波广电集团重视引领网民利用碎片化的时间，通过宁聚APP、微信、微博等新媒体平台自觉加入到外宣二次传播队伍中。对于在央视播出的反映宁波成就性、经验性方面等正能量报道，宁波广电集团旗下的宁聚APP及时进行加工和推送。今年以来已先后推送了宁波科学精准应对疫情、多措并举稳定外贸、出台政策扶持灵活就业等方面在央视播出的100余条相关报道，让受众成为城市外宣新闻舆论的重要参与者和传播者，网络平台二次传播与电视外宣形成了同频共振、相得益彰的效应。与此同时，依托浙江省政府新闻办官方账号、“美丽浙江”视频号，宁聚APP围绕“大主题、小切口”题材，精心采制宁波城市外宣内容，提供了大量优质视频。如播放量达775.8万的“外卖女骑手载着女孩追击嫌犯太飒了”等多个短视频成为广大网民关注的热点；依托“学习强国”宁波学习平台，向全国和省级平台积极推荐上报优质特色稿件，使之不仅成为宁波全市党员干部学习成效的展示平台，而且成为宁波城市人文风貌的外宣推广平台。依托自身新媒体矩阵，宁聚扩大外宣传播效能，宁聚的抖音号、视频号、快手号等融媒平台今年以来已获得总流量超1.5亿，其中流量百万以上短视频30余条。宁聚还发挥自身视频直播优势，完成了“看见此刻·宁波三江口”“云赏宁波四明山美景”等直播活动，其中单场直播最高观看人（次）突破230万。基于新媒体产品很强的轻便型、互动性、趣味性，常常促成几何级的外宣传播效果，进一步扩大宁波城市形象在新媒体平台的影响力。

## 三、主动责任担当，展示城市新形象

城市的定位竞争实际上是城市个性特色之

间的品牌竞争。城市开展特色传播，既是对城市定位的塑造，也是对城市形象的雕刻。宁波城市形象推广工程自2018年9月由宁波广电集团启动执行以来，一直瞄准央视、央广、浙江卫视、凤凰卫视等主流媒体的头部新闻类栏目进行多版本组合投放，同时辅以高铁列车、抖音等新兴媒体，多维度、多角度生动讲好宁波故事。根据宁波市委、市政府要求，2022年初，宁波广电集团开始执行第四轮城市形象推广工程。新版15秒电视推广片突出了“书藏古今 港通天下 滨海宁波 扬帆世界——阿拉宁波欢迎您”这一城市形象传播新主题，于3月初开始在央视《新闻联播》等多个重点栏目亮相，反响良好。全国两会召开期间也在北京首都国际机场、杭州萧山国际机场、铁路北京南站等滚动播出，并通过今日头条、抖音APP等定向北京重点地区、重点人群进行精准推广。据国内有关研究报告显示，通过前三轮的宁波城市形象推广，宁波政府的引导力、信任感、创新力、人才吸引力、组织和政务能力得到90%以上受访者的肯定，宁波城市知名度提升了30%以上。宁波广电集团为更好地服务市委、市政府中心工作，提升宁波加快建设现代化滨海大都市形象的美誉度和知名度尽显责任担当。

## 四、策划融媒行动，实现传播国际化

宁波广电集团高度重视展示城市形象的外宣活动策划和组织。近年来先后精心策划和组织开展了“直击诺贝尔奖·屠呦呦”“宁波影响力·21世纪新海上丝绸之路万里行”“知行合一·重走阳明路”等有影响力的大型全媒体新闻行动。今年2月下旬，宁波市第十四次党代会绘就了加快建设现代化滨海大都市的宏伟蓝图。在宁波市委宣传部的精心指导和策划下，宁波广电集团谋划执行了《滨海宁波 扬帆世界》2022大型融媒传播行动，并于今年3月2日正式启动。这是一次新时代宁波城市发展定位的全球媒体解读、新发展理念宁波城市实践的全球媒体观察，也是一次新征程中宁波城市实力的全球自信表达。整个融媒传播行动将持续到年底，以海洋为纽带，链接15座世界著名滨海城市及历史文化名城，计划开展全球城市互访、海上高端访谈、巡游最美海岸线、全球

创意互动点亮一盏宁波灯等活动。到今年4月底，已完成了对大阪、汉堡、迪拜、纽约、釜山、新加坡、佛罗伦萨、瓦尔纳等8个国际著名滨海城市的38位海内外人士的采访，播发专访稿15篇、短视频22个。通过全景式采访、融媒体呈现、国际化传播，实现了千家媒体发布、数亿级人群触达的传播效果。海内外重要嘉宾在接受采访时都对推动城市之间的沟通合作表示出极大的热情，分别从城市间区位、资源、优势等方面进行解读，并表示愿意通过自己的

努力促进宁波与海外城市间的深入交流合作。

在新形势下讲好城市故事、传播好城市声音，对于城市广电来说，既需要加强外宣布局，巩固和拓展传播渠道，依托海内外宣传平台的力量借船出海，又需要以传播者的身份引领外宣方向，遵循宣传规律，重视二次加工和传播，有效进行议程设置造船出海。借船出海是传播策略，造船出海则是做好外宣的立身之本，坚持双轮驱动才会形成合力。

（作者单位：宁波广播电视集团）

