

县级融媒体中心客户端如何破局做优？

——淳安“视界千岛湖”APP建设的探索与实践

余清梅

摘要：近年来，随着县级融媒体中心改革的深入推进，省市新闻客户端也快速下沉县级，加之新媒体无限制推送的优势，使资讯市场日渐趋于饱和。如此形势之下，作为县级融媒体中心的新媒体平台手机客户端，在建设中，面临较大的竞争压力。本文结合淳安“视界千岛湖”APP上线三年来的实践，分析存在的问题，对县级融媒体手机客户端如何“破局”做优提出建议。

关键词：县级融媒体 客户端 新媒体

一、“视界千岛湖”客户端基本情况及存在问题

“视界千岛湖”APP作为淳安县融媒体中心集县域信息发布、综合服务功能为一体的新闻客户端，在融合原有广播、电视、报纸、网站功能的基础上，以新媒体的手段全天候推送新闻。从新闻宣传出发，设置了头条、阅报、看电视、听广播、领导报道、淳安发布、综合新闻、外媒眼、专题、微广播、朗读者、文化等；在服务功能上，设置了新闻、视频、文明实践、服务、千岛湖号等内容。其中，开设的15大版块，集新闻、政务公开、民生服务、社会信息等内容于一体；23个乡镇、7个部门和千岛湖镇11个社区相继入驻“千岛湖号”，初步尝试“政务+服务”模式。受众群体以杭州（淳安）为主，具有较强的本地化特性。据统计，栏目浏览量前5依次为头条、看电视、阅报、综合新闻和淳安发布，其中头条栏目最受关注。

随着新媒体的不断发展，视界千岛湖影响力、传播力不断提升，但在新媒体平台依然处于相对弱势地位，媒体融合之路也走得较为坎坷。

（一）安装下载覆盖面小。淳安县是浙江省26个山区县之一，也是杭州地区唯一的山区县。在2020年第七次全国人口普查中，常住人口仅为32.9万，位列杭州各区县（市）末位。目前视界千岛湖下载用户14万余，而注册用户仅1万余人，总量偏小，加之农村老年人口居多，持续推广难度较大。

（二）内容形式创新不足。理念上的滞后导致内容和形式方面缺乏创新，新媒体的表达仍然延续着传统媒体内容复制的习惯。直接带来的两个问题：一是版块设置相似、新闻内容高度同质化。就目前而言，依然按照时政要闻、综合新闻等分类，与传统媒体的分类并没有太大的区别。二是同类产品同质化程度较高。新闻内容大都来源于广播、电视、报刊等平台的再加工，内容重复较高，尤其是部分新闻标题，很多还停留在传统的表述上，难以引起受众的关注。

（三）政务服务功能受限。一方面，随着杭州城市大脑、浙江政务等客户端的应用和推广，相关政府职能部门均逐步接入省市级平台，而对协同、入驻县级融媒体中心客户端热情不高。另一方面，县级融媒体中心受人员、技术、资金等限制，技术支撑仍然依托第三方公司，难以持续投入、自主开发各类便民服务功能。此外，融媒体改革以来，大量的业务骨干频繁调离，加之公益类事业单位体制机制的限制，开展“政务+服务”建设及平台推广，限制较大。

（四）受众使用黏性不强。目前，微信公众号作为重要的信息分享方式之一，一方面扩大了新闻的传播，另一方面在很大程度上影响了受众使用客户端的频率。而在客户端，大部分受

众仍以浏览阅读新闻为主，信息分享更多的还是以微信朋友圈转发为主，直接从客户端点击进入的较少，评论点赞数量不高，受众黏性不强，但融媒体中心却需花费大量的人力精力审核把关、开展互动交流。

总体而言，县级新媒体因相对规模小、实力弱，技术和人才缺乏，与省市媒体相比，存在较大“代差”。但自建设运营以来，“视界千岛湖”通过深度融合，努力打造有质效的新媒体阵地，在实现新闻宣传向公共服务领域拓展、面向镇村提供精准化信息资讯、打造综合服务平台等方面做了一定的尝试。

二、“视界千岛湖”客户端探索与实践

（一）移动优先，以“快”破题

淳安县融媒体中心“视界千岛湖”作为加强巩固党的基层舆论阵地的有力抓手，县融媒体中心把全媒体融合报道摆在重要位置，集中优势资源打造手机客户端平台，从“快”字破题，在时政快讯上做文章，尤其是县委县政府主要领导的新新闻报道，融媒体中心党委多次专题研究制定时政新闻采编制度，理顺新媒体时代时政快讯采编发流程。快编快发，随编随发，充分发挥APP随时随地随身发布的特点。目前，“视界千岛湖”时政快讯采编发，已形成固定的阅读群体，基本做到时政报道的时度效，传播力明显提升。坚持以导向为魂，进一步理顺时政快讯采编发流程，提高新闻编辑制作水平；做好日常要闻、综合新闻发布，弘扬主旋律，传播正能量第一时间发布权威声音、全面报道最新资讯，传播党和政府声音。经过近3年的摸索发展，“视界千岛湖”逐渐成为淳安最具影响力、传播力、引导力的县域新媒体平台。

（二）内容为王，依“准”谋融

近几年来，客户端精心策划，重点聚焦了建党百年、党史学习教育、疫情防控、全国文明城市创建、特别生态功能区推进、共同富裕、垃圾分类等重大主题报道，集中开展全方位、立体式、高质量的传播。先后策划开设了《奋斗百年路 启航新征程》《创全国文明城市 建美丽和谐淳安》《携手国卫复评 共建美丽家园》《赞文明曝陋习》《百名村书

记话共富主题峰会》《劳模风采》《疫情防控》《“烟花”来袭 淳安严阵以待》等专题专栏，坚持淳安精品原创，增强精品意识，将报纸、电视、电台、新媒体资源充分整合，生产出更多适合移动端传播，有思想、有温度、有品质的好作品。同时，立足本地、深挖特色、为民服务，推出淳安定制化服务功能，实实在在为淳安百姓服务，落实群众诉求开展网络问政。对市民提出的政策、民生相关的问题，通过视界千岛湖融媒体产品作出权威、正面的回应，解答公众疑问。尤其是突发应急事件引发谣言，及时发布辟谣信息，用“政府的声音”回应社会关切，澄清谣言，正面引导舆论，提高政府公信力。

（三）视频直播，盘“活”吸粉

当前，已从读图时代进入了视频时代。“视界千岛湖”充分利用现有的媒体平台、文化策划、录播新技术等资源，摸索开展淳安本地化短视频传播新模式，开拓视频业务并向短视频发力。从当前的活动现场直播方式向移动互动主播直播模式拓展推广，增加交流互动、提高用户黏性、扩大宣传覆盖面，充分发挥新媒体和网媒联盟联动优势，精心策划主动出击，移动直播持续发力，直播量和质得到较大提升。2019年“视界千岛湖”移动视频直播49场，用户观看数达100万次；2020年，完成活动直播105场，其中向央视频、中国蓝新闻、杭州之家等上级媒体推送的直播22场，同步蓝媒联盟等媒体直播13场，“视界千岛湖”直播点击量238.4万人次，各级媒体直播总点击量近2亿人次。尝试并推出2场慢直播：大下姜的“甜蜜事业”24小时慢直播，分享甜蜜事业带来的丰收与幸福；走进寒潮模式下的天坪村，足不出户感受雪中天坪慢直播，直播影响力进一步扩大。

2021年，“视界千岛湖”先后顺利完成“百名村书记话共富”主题峰会、《沿着高速看中国》带你看千岛湖、“百业百匠”百场技能竞赛“大擂台”暨导游技能电视大赛总决赛等等。2021第二届中国千岛湖农业博览会暨千岛农产品丰收节擂台赛淳安县第六届村歌大赛、“建行杯”浙江省首届巾帼村播大赛、

特色农产品推介活动等62场互动直播，影响力持续扩大。

（四）外宣借力，向“美”而生

在新冠疫情防控、复工复产等各类宣传战役中，“视界千岛湖”主动对接央视频、中国蓝新闻客户端、杭州之家、新浪微博等各级媒体平台，同步完成千岛湖有序“动起来”、千岛湖新春第一网、茶园里的发布会、“天使归来 爱满人间”空中婚礼等22场新冠疫情防控、复工复产系列活动的现场直播，提振人们战胜疫情的信心，产生了良好的社会反响。

2020年2月23日，“视界千岛湖”与央视新闻客户端、诗画浙江文旅资讯、千岛湖旅游新浪微博等直播平台同步直播千岛湖景区有序开放和百名安全官上岗。直播记者通过亲身体验、现场采访，向全国人民展示了千岛湖的春日美景，介绍了千岛湖景区如何把防疫工作做到极致的有力举措，累计观看人次突破1亿，吸引国内外各主流媒体、网络平台争相报道。2021年，与浙江广电集团融媒体新闻中心合作，在中国蓝新闻客户端、视界千岛湖、新浪微博等平台推出《水下约会胖头鱼》5天连续直播，“视界千岛湖”点击量16.8万人次，中

国蓝新闻客户端点击量89.1万人次，让千岛湖胖头鱼频上热搜；人民网、人民日报、环球网、中国日报、央视新闻等各大平台纷纷转发，仅算话题阅读量就达到8600万次。此外，“视界千岛湖”直播千岛湖旅游产业论坛点击量11万人次，《我和我的家乡》电影首映活动点击量10万人次，新安江水库再次泄洪点击量10.2万人次，借助外宣，上下融合，传播正能量，弘扬主旋律。

百舸争流，不进则退。探索和实践县级手机新闻客户端，对于县级融媒体中心来说，是一个全新的课题。手机新闻客户端已不再局限于单一的宣传功能，“引导群众、服务群众”的定位，赋予了它更多的服务群众的角色内涵。未来，淳安县融媒体中心在融合广播电视报纸既有内容的同时，将进一步探寻新媒体平台的发展路径，通过增强自身的竞争力，不断克服平台与受众的疏离感，探索更有黏性的传播效果，努力把被动获取信息的受众转化为可驻留交流的忠粉，在融媒体客户端建设方面再探新路子，再上新台阶，把传播、宣传、服务的触角更好地延伸到千家万户。

（作者单位：淳安县广播电视台）