

牢记殷殷嘱托
在推进中国式现代化建设中走在前列 百千万工程·乡村振兴

“6·30”助力乡村振兴活动总动员 湛江万众一心推进“百千万工程”

6月5日,湛江市2024年“6·30”助力乡村振兴活动动员电视电话会议召开,认真落实省“6·30”助力乡村振兴活动动员电视电话会议精神,动员全市上下围绕“巩固脱贫成果,助力乡村振兴”主题积极开展“6·30”活动,发动广大爱心企业、爱心人士和全社会力量积极参与全面推进乡村振兴事业,形成万众一心推进“百县千镇万村高质量发展工程”的强大合力。

湛江市府党组成员、广州对口帮扶协作湛江指挥部总指挥顾伟星主持会议,并作动员讲话。湛江市委农办主任,市农业农村局党组书记、局长,市乡村振兴局局长莫植贵解读《湛江市2024年“6·30”助力乡村振兴活动工作方案》。中央、省驻湛部分单位、湛江市委农村工作领导小组部分成员单位和各县(市、区)相关负责人参会。

■新快报记者 朱清海 通讯员 李亚春 陈碧泉



■湛江市2024年“6·30”助力乡村振兴活动动员电视电话会议现场。



聚焦重点工作,让农民感受到实惠

去年,湛江市各地各部门广泛动员社会力量,全市“6·30”活动认捐到账金额达到1.17亿元,同比增加2600万元。开展好“6·30”助力乡村振兴活动,是巩固拓展脱贫攻坚成果的必然要求,是全面推进“百千万工程”的重要举措,是实现共同富裕的现实需要。

“持续擦亮‘6·30’活动这块‘金字招牌’。”顾伟星在动员讲话中指出,今年,全市各地各部门要继续鼓足干劲,千方百计动员广大爱心企业、爱心人士和全社会力量积极参与“6·30”活动,营造“人人可为、人人愿为、人人能为”的社会新风尚。

会议强调,要聚焦构建现代乡村产业体系、建设宜居宜业和美乡村、促进富民增收、建设绿美湛江等重点工作,增强

活动的针对性、实效性,让农民群众真正感受到社会帮扶带来的实惠。以深入实施“千企帮千镇、万企兴万村”“百校联百县助力百千万工程”行动为牵引,鼓励引导更多资本、技术、人才等要素流向乡村,加快发展壮大特色乡村产业,大力推动一二三产融合发展和产业全链条升级。

同时,各地各部门要动员社会各界深度参与“百千万工程”典型镇、村建设等乡村建设行动,争取更多资金、资源投入,不断提高乡村基础设施完备度、公共服务便利度和人居环境舒适度。要引导社会资本积极参与发展壮大新型农村集体经济,盘活乡村丰富资源资产,完善联农带农机制,把产业增值收益更多留在乡村,留给农民群众。

另外,要创新帮扶、助力模式,逐步

改变以捐钱捐物为主要形式的“输血型”帮扶模式,努力探索支持企业发展乡村产业、繁荣镇村经济等方式,加快形成“造血型”长效帮扶模式。

八项主题活动,聚力推进乡村振兴

会上,莫植贵现场解读《湛江市2024年“6·30”助力乡村振兴活动工作方案》(以下简称《方案》)时指出,要提高思想认识,明确目标任务、加强统筹协调,确保“6·30”活动真正落地落实、惠民利民。

根据《方案》,今年“6·30”活动,主要包括举办活动仪式、开展形式多样的爱心捐赠活动、开展紫荆杯评选、推进“千企帮千镇 万企兴万村”行动、推进“6·30”助力绿美湛江生态建设、助力文化赋能乡村振兴、“6·30消费帮扶云上行”系

列活动、助力实施“百校联百县助力‘百千万工程’”行动等八项主题活动,发动广大企业、社会资本积极参与乡村发展、乡村建设、乡村治理等,动员全社会力量共同推进乡村全面振兴。

莫植贵表示,开展好“6·30”助力乡村振兴活动,要强化典型事迹宣传,增强捐赠者自豪感,激发捐赠积极性;要强化爱心企业动员,引导企业、商会积极主动参与乡村振兴;要强化社会资本参与,以重点项目、重大任务为抓手,科学引导社会资本下乡,合作开发资源、发展产业;要强化乡贤力量反哺,开展“我的家乡我来建、我为家乡献爱心”等活动,吸引、支持、服务乡贤返乡和回乡投资兴业,支持家乡建设;强化帮扶单位支持,争取更多资金、资源投入,加力提速全面推进乡村振兴。

筑牢护城河 探索商业多元化 斗鱼一季度营收10.4亿元 收入结构持续完善

6月5日,斗鱼发布了2024年第一季度未经审计的财务报告。财报数据显示,2024年Q1,斗鱼移动端平均MAU为4530万,总付费用户数为340万;总营收10.4亿元人民币,其中广告及其他业务收入为2.39亿元,收入贡献占比上升至23%。

斗鱼临时管委会表示:“2024年一季度,我们继续加强公司的多元化商业能力,并通过优化公司架构和调整运营策略以强化精细运营管理。我们更加专注于平台核心用户的需求和体验,在提供一贯高品质内容的同时,充分利用平台的主播资源和平台内容生态,积极探索与更多游戏厂商的合作机会,为用户提供更丰富的游戏相关服务。”

■新快报记者 郑志辉

持续筑牢内容生态护城河

2024年一季度,虽然受到宏观经济和行业发展的挑战,斗鱼公司依然坚持执行“以游戏为核心的多元化内容生态平台”的长期发展策略,整合利用平台深厚的主播资源、丰富的内容生态、敏捷的运营机制以及和游戏厂商的紧密合作等优势,致力于实现平台的长期增长和可持续发展。

本季度斗鱼转播了近30场官方大型赛事活动,包括英雄联盟LPL春季赛、王者荣耀KPL春季赛等。在自制内容方面,斗鱼自制超40场电竞赛事,包括斗鱼荣耀杯S7、《宝可梦大集结》先锋赛斗鱼线上平台赛等。

同时,斗鱼本季度更加注重基于资源共享的内容合作。例如,举办了仅在淘宝和斗鱼独播的无畏契约对抗赛;举办了多场跨平台的合作赛事,涵盖英雄联盟、王者荣耀、和平精英等多个游戏分区。

在主播运营方面,推出官方赛事二路解说、主播冠名粉丝对抗赛等定制化内容并提供相应站内站外曝光,形成良好的直播生态循环。

敏捷运营不断增强用户黏性

斗鱼通过高质量的内容供应、有效的运营策略以及主播生态的培养,维持了较高的用户黏性,这对于其在竞争激烈的游戏直播市场中保持领先地位至关重要。

在一季度中,为满足用户日益多元化的观赛需要,斗鱼在产品功能方面也

进行了升级,内容推荐二级栏目中新增了“赛事”分类,更直接、优质的赛事专题,能够为重度游戏用户提供观赛便利,提升观赛体验感。

Q1付费会员体系也结合用户需求进行了改版,特效与视觉进行了双重优化,并与头部主播合作推出钻粉福利,定制化钻粉特效,进一步巩固用户与主播之间的情感连接。平台还围绕付费会员推出元宵、春节、女生节等节庆福利与钻粉时空秘境、钻粉璀璨之夜等礼物福利,持续提升用户的满足感以及独特感。

与此同时,斗鱼在第一季度充分利用平台的主播资源和内容生态,开展了多项覆盖全站的运营活动,进一步调动用户互动意愿,稳固直播打赏收入。

例如,鱼乐盛典“暗域迷潮”契约卡牌养成对战、斗鱼粉丝节“蓬莱仙踪”修炼等运营活动覆盖全站80%直播间,日均活跃参与用户数分别达到30万人和20万人。活动不仅有效激活了用户互动,单活动有效参与用户覆盖八成日活跃付费用户,更形成口碑效应,拉动用户破冰回流,低资源消耗带动中长尾主播收入提升超过150%。

商业多元化转型反馈良好

本季度,斗鱼虽然面临来自宏观环境和直播业务调整的压力,但商业化转型已有显著进展,通过深化游戏产业的服务与合作,从游戏道具售卖、游戏广告和分发服务等方向着手,成功促进平台



收入多元化和健康增长。

比如穿越火线分区CFS夺冠福利季期间,游戏内推出斗鱼平台及主播限定皮肤,斗鱼直播间进行相关游戏道具推广,有效促进了游戏生态的活跃。数据显示,斗鱼游戏推广转化率高于市场平

均水平,这增加了主播除薪酬和直播打赏之外的收入来源,公司的收入结构也得到进一步优化。

财报显示,一季度,斗鱼广告和其他业务收入为2.39亿元,收入贡献占比为23%,较2023年同期的7.7%有显著提升。