

总策划:刘海陵 林海利  
出品人:孙璇  
内容统筹:孙朝方 郑华如  
品牌统筹:周敏 谢文鑫  
执行:刘云 王云涛 区健妍 彭信群 张健

# 多元文化促发展 融合传播“政”当时

文/羊城晚报记者 刘云 实习记者 康梓薇 刘畅 吴映霖 陈安安

炎炎酷暑夏日长,奋进勤勉正当时。2019年上半年,广东各地以文化搭台,探索区域合作与协调发展的崭新路径。同时,各地深入挖掘本土特色,借助5G、VR、AR等技术赋能,掀起一波波政务传播“创新浪潮”。

那么,各地在政务传播和运营中有何创新玩法?哪些政务微信实力在稳步提升?职能部门如何兼顾“科普”与“互动”?我们为您派发Y指数半年“成绩单”——

## 政务传播力

### 人文湾区建设“三花”齐放 数字平台赋能“乡村传播”

2019年上半年,广东21个地级市在各个领域不断尝试,积极创新,成果可圈可点,令人惊喜。纵观“Y指数”半年榜单,广州、佛山、深圳依旧发挥稳定,牢牢占据榜单前三席位,东莞、清远、梅州等地市也纷纷突出特色,用优异成绩为上半年工作画上圆满句号。

今年2月,中共中央、国务院印发了《粤港澳大湾区发展规划纲要》(以下简称《纲要》),作为粤港澳大湾区当前和今后一个时期合作发展的纲领性文件。各地市围绕《纲要》,纷纷拿出“看家本领”,在经济、科技、文化等多方面开放沟通平台、积极合作,共同为粤港澳大湾区建设贡献力量。

4月,以“广州·老城市新活力”为主题的2019中国广州国际投资年会,吸引了全球企业的目光,广州就是在这种“新老融合”间散发出其独特的城市魅力。

6月初夏,以“共建人文湾区”为目标的首届粤港澳大湾区文化艺术节在广州拉开帷幕,首届艺术节汇集了香港、澳门及珠三角9市独具特色的文化资源,组成11大专项活动板块,共100多项活动。这一文化领域的“强强联合”不仅让湾区居民畅享文化饕餮盛宴,更为人文湾区建设打下了坚实基础。

今年上半年,清远再次精准发力,以“数字乡村·V村在线”助力乡村振兴战略实施。在“数字乡村·V村在线”平台上,虚拟乡村新闻官“清清”引领观众看

乡村美景、品乡村历史。此外,平台还设置线上交易大厅为体验者提供自助消费服务。“数字乡村·V村在线”将丰富的乡村资源整合于数字平台,持续为“乡村新闻官”赋能。同样瞄准乡村振兴战略的梅州在6月举办“乡村振兴论坛·大埔峰会”,召集30余位专家学者深入挖掘大埔乡村振兴发展的“宝藏”。

随着大湾区建设的不断推进,区域融合协同发展成为各地市关注的另一重要课题。中山市通过举办“孙中山文化粤港澳行”大型人文采访活动,将“孙中山文化”作为一条湾区共享的精神纽带,汇聚起湾区城市不断交流、融合发展的文化力量。

近年来,韶关一直致力于利用“千年驿道”打造乡村“古”游品牌。3月,韶关通过组织举办第二届“韶关创客行”西江古道徒步挑战赛,打造出韶关市非物质文化遗产的“契肤生日”旅游文化节,实现地域文化的传播与软实力的展示,“文旅融合”势不可挡。

6月,深圳龙岗区迎来了来自粤港澳的专家、企业代表及学生代表,共同参与“主动融入·协同发展”粤港澳代表看龙岗暨羊城晚报传媒智库深调研活动。采风调研团深入龙岗智慧中心、软件小镇、大芬油画村等企业、机构,体验深圳龙岗在融入湾区建设过程中取得的突出成果,并为深圳促进区域协调发展出谋划策。

风情,骑楼林立的广州老街永庆坊,如何像“益生菌”般焕发新生,在传播城市风土民情方面吸睛不少。

上半年收尾阶段,越秀区在形象推广方面再出新意。6月,2019越秀区“羊城工匠杯”劳动竞赛暨第五届职业技能(粤菜师)竞赛在北京路上拉开帷幕。南沙区则不断为社会安定注入“强心剂”,同时在推进区域合作方面持续发力、推陈出新。

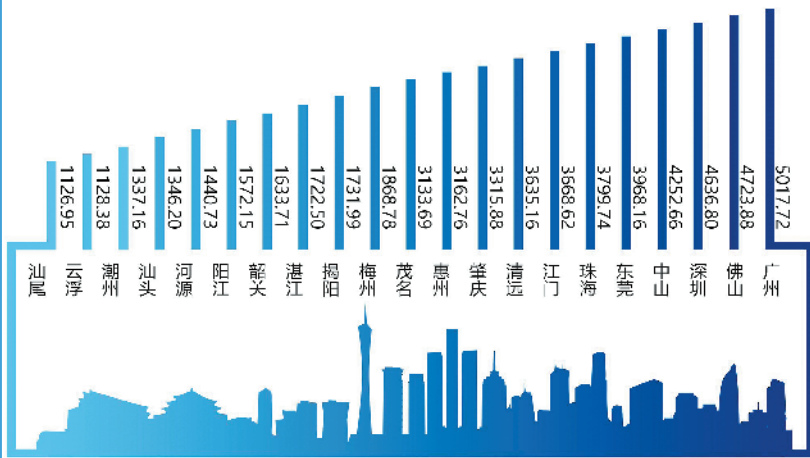
2019年上半年,南沙区举办“粤港澳青少年千人公益潮跑暨禁毒反邪预防宣传教育”主题活动,将快闪、趣味游戏等新潮方式与禁毒宣传巧妙融合,在引导市民积极参与禁毒反邪工作方面“紧跟潮流”。此外,南沙警察先锋行动队宣传队在6月隆重亮相,宣传片将南沙警察的日常工作中浓缩于短短两分钟的视频中,“专业、高效、为民、集约”的南沙警察先锋行动队形象跃然而出,市民纷纷为其点赞。

放中小客车增量指标,积极落实国家和省相关政策的同时,对市民关注的热点问题给出官方解读。

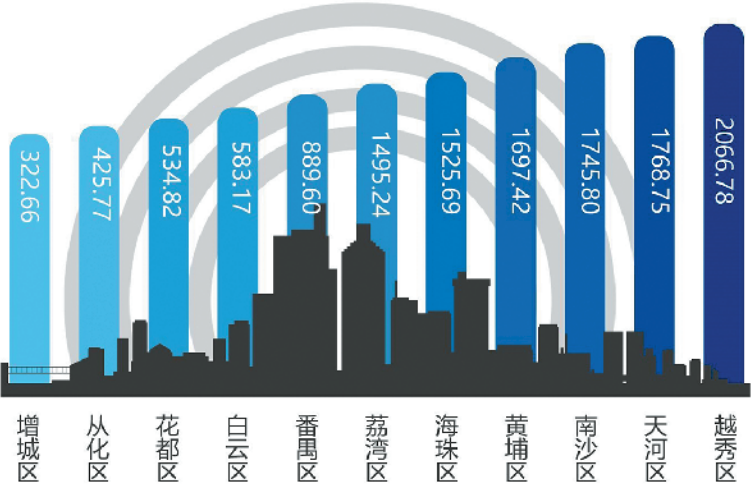
今年4月正值第28个全国税收宣传月,广州市税务局围绕“落实减税降费 促进经济高质量发展”这一主题,开展了丰富多彩的税收政策普及活动,让更大规模的减税降费新政策落到实处。除了极富专业性的税企座谈会、全面覆盖的减税降费“六进”活动外,广州税务部门巧妙利用“碎片时间”,通过地铁三号线开通“减税降费”主题公益宣传专列,普及减税降费政策,达到每日20万乘客的覆盖率,传播效果喜人。

进入6月,为深入推进落实《广州市来穗人员融合行动计划(2016-2020年)》,让更多的来穗人员享受到融合服务,广州市来穗局“来穗人员融合大学堂”培训项目正式启动,来穗人员在“个人融入企业、子女融入学校、家庭融入社区、群体融入社会”的过程中体会到更多温暖和支持。同时,来穗局结合第三届“我和广州有个故事”来穗人员朗读大赛,让来穗人员讲述自身在广州成长、奋斗、共融的励志故事,向全社会展示广州开放包容的城市品格,促进来穗人员积极融入广州,为老城市焕发新活力助力。

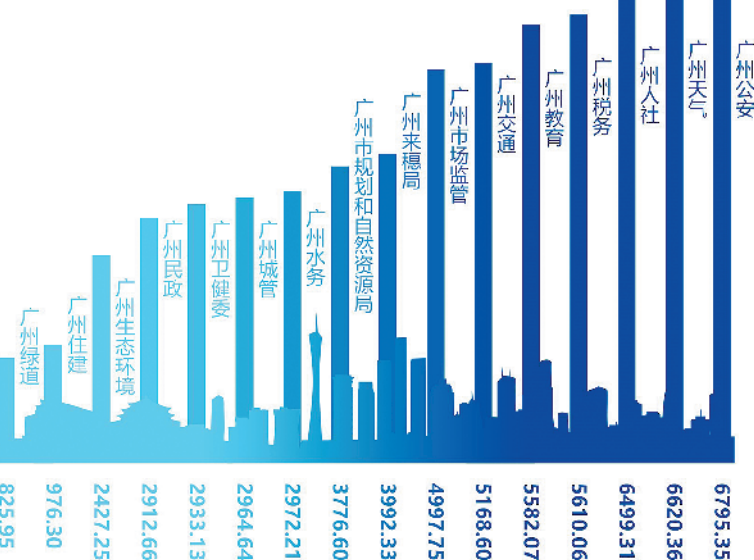
2019年上半年广东省21个地级以上政务传播力“Y指数”排行榜



2019年上半年广州市下辖11行政区政务传播力“Y指数”排行榜



2019年上半年广州职能部门(部分)政务微信影响力“Y指数”排行榜



2019年上半年广州市下辖11行政区政务微信影响力Y指数排行榜



2019年上半年广东省21个地级以上政务微信影响力Y指数排行榜



## 政务微信影响力

### “河源发布”抗洪救灾点赞最美“逆行者” “珠海发布”记录警父爱戳泪点

21地政务微信影响力前三甲名单揭晓,“中山发布”“佛山发布”“江门发布”妥妥地雄踞三甲位置,实力强劲,而“河源发布”通过发布多篇暖心推文,情系暴雨中的最美“逆行者”,收获好评无数。

在互动性方面,上半年“中山发布”优势明显,拔得头筹。针对网友反映的违停、私占车位等不文明现象,“中山发布”小布哥前往现场实时跟进,以图片形式对交警执法过程进行“直播报道”,并鼓励市民加入到城市创意工作中,为中山市创意工作深入基层汇聚强大动力。5月中旬,中山市多次接受暴雨“洗礼”,“中山发布”在一天内不同时段多次发布推文,从《明天,暴雨!后天,暴雨!中山这场“疯狂倒水”将持续到……》的暴雨预警,到《东部、南部片区暴雨红色预警生效!全市中小学、托幼机构停课!早安,中山》的停课通知,为市民安全出行保驾护航,暖心举动赢得市民点赞连连。

同样饱受暴雨侵袭的还有河源。6月以来,河源因持续性降水,遭遇有史以来最严重的两次洪涝灾害,“河源发布”将镜头对准参与抗洪抢险救灾的子弟兵,用一张张动人图片致敬洪水中的河源“逆行者”。6月13日,“河

源发布”推送文章《你们救人的样子,真帅!你们睡觉的样子,真让人心疼!》,记录了特警、消防等救援队员经过连夜救援,互相倚靠睡在路边的画面,市民自发留言“娃儿,歇一路吧!喘口气”“小哥,喝口水吧!我等你”“我的孩子,你辛苦了!”字里行间饱含心疼与感激,河源地区受灾群众也因他们的“逆行”被成功转移安置。

与子弟兵全力抗洪救灾的“大爱”不同,父爱总是深沉内敛、润物无声。今年上半年,“珠海发布”借父亲节的机会讲述了一名警察父亲与女儿之间的浓浓父女情。父亲节当日,推文《泪目!憋了10多年,这位珠海父亲给女儿写了一封“情书”!》让网友们读懂了父爱的厚重与温柔,也读懂了这位父亲作为人民警察的坚守与执着,“情书”中那句“你对我爱恨交织,我对你惭愧内疚,但最终,我们握手言和”直戳泪点,父爱满满。

在文化传播力方面,《我的家乡叫揭阳》MV首发,为揭阳赚足关注。这支以揭阳民俗文化为主题,结合了说唱等新颖形式的MV不仅展现了揭阳浓郁的地方文化特色,更将揭阳厚重的历史底蕴和民俗魅力融入于一张“视觉名片”之中,在收获良好传播效果的同时,为扩大城市影响力助力。

### 海珠鸟类“岛主”传浓浓谢意 从化“荔枝+”勾起夏日味蕾

2019年上半年,“广州黄埔发布”表现优异,一举夺下冠军之位。“广州从化发布”以微弱差距屈居亚军,而“广州南沙发布”紧随其后,占据前三甲最后一个席位。

回顾上半年榜单,“广州黄埔发布”在互动性、活跃度、传播力等层面皆表现不俗,成为了11个行政区政务微信中的“领头羊”。借助“一‘埔’就通”的东风,“广州黄埔发布”利用自有平台在政务便民板块“乘风破浪”回应关切,破解难题,当仁不让成为政务微信影响力的“C位”选手。

万象更新之时,“广州海珠发布”也蓄势待发,图片、短视频、文字齐上阵,其发布的《未读信息!一位匿名“岛主”给广州市民的一封信》,从鸟类的视角展示了海珠湖上各个岛屿和谐优质的生态环境,更将它们比作“岛主”,感谢市民对海珠湿地修复与保护工程的支持,亲和力满分;而《想偷排?没门!海珠深夜一网打尽!》一文也以图文并茂的方式再现城市管理执法全过程,表达海珠区铁腕整治偷排的决心。

2019年,“广州越秀发布”倾力打

造品牌栏目《壹号见》,专注于挖掘正能量、有温度的越秀故事,一起寻访广州越秀精彩人物故事,感受“领·秀”们独特的风采和温度。从技艺传承人到商界领袖,全方位展示越秀区独有的人文气息,打造了又一张鲜活的越秀名片。

“广州番禺发布”上半年依旧延续贴近民生的优良“画风”。自年初以来,“广州番禺发布”持续在开辟民生服务的广阔天地上有大作为。3月17日,“广州番禺发布”发布推文《这条地铁要“开挂”?番禺街坊注意,最新消息来了!》,以阅读量过万的好成绩展现了致力于民生服务的诚意和实力。

此外,上半年“广州从化发布”在发文章和影响力方面均有稳步提升。3月,“广州从化发布”以平均每日5-6篇推文的惊人发文章量,大展其“勤奋”特质。6月,“广州从化发布”在打造从化荔枝品牌方面精准发力,深入报道从化“荔枝+港澳”推介会盛况,并盘点了上半年从化“荔枝+”定制活动取得的丰硕成果,让从化荔枝在盛夏“火”遍全国,吸引粉丝无数。

### 穗职能部门政务传播打“创新牌” “广州城管”引领垃圾分类新时尚

2019年上半年,广州市各职能部门政务微信纷纷打出“创新牌”,以丰富多彩的形式服务市民,传播生活正能量。其中,“广州公安”作为“常胜将军”,稳居榜首。“广州天气”“广州人社”毫不示弱,分别领跑亚军和季军奖杯。

今年“五一”劳动节前,“广州公安”发布文章《警察蜀黍和外卖小哥不得不说的有些事~》,创造性地运用情景短视频的方法,通过“五星好评”将相关从业人员防骗防盗知识进行细化,保护他们的切身利益,为他们的辛勤劳动“点赞”。针对开展扫黑除恶专项斗争的部署,“广州公安”发布微信文章《岂有此理!借16万两年竟然还95万!这个涉黑团伙被端掉!》推文,以一起特大“套路贷”涉黑团伙被查获为例,图文并茂地为市民剖析

黑恶势力违法犯罪的主要特征,表达广州公安对黑恶势力“零容忍”的强硬态度,不仅收获10万+阅读量,更在评论区引发市民热烈讨论,争先恐后为羊城警队“应援”。

5月,广州被接连多场“龙舟水”打成了“海滨”城市,连端午节刷屏的“广州蓝”也未能阻止暴雨的脚步。“广州天气”及时预报《这场暴雨,下4天!降7℃!》,全篇利用诙谐幽默的表情包传达暴雨预警,并为上班族雨天出行准备了贴心提示,诚意满满又暖心可爱。

上半年,垃圾分类成为城中热议话题。“广州城管”巧借网络热点,在5-6月连发9篇以垃圾分类为主题的推文,对垃圾分类知识做出最“接地气”的讲解,帮助市民紧跟垃圾分类“新时尚”。