

“深融”发展：从一张纸 到一个平台

“珠海文脉”：将珠海人文史脉向海内外传播



《珠海文脉》版面图

作为一份文化大报、民生大报，羊城晚报六十余载一直深耕岭南，以深厚的人文关怀、浓郁的岭南文化韵味独树一帜，是一张“响当当的岭南文化名片”。2022年，羊城晚报联手珠海市委宣传部打造“珠海文脉”品牌，聚焦珠海大地的人文史脉、文化建设、文化传承、文艺创作等方面，服务珠海的经济社会建设。在2022年度珠海新闻奖评奖中，《珠海文脉》获得一等奖。

“沧海桑田”见证珠海先民创造辉煌文明”等一系列有影响力的作品。《珠海文脉》还创新性地与第二届珠海艺术节、首届华语纪录电影大会等相结合，推出一系列关于文化艺术发展的观察稿件。《珠海文脉》同时实现了“花地”品牌在珠海的落地，一批中国作家协会会员、广东省作家协会会员在《珠海文脉》上发表作品。通过羊城晚报全媒体立体传播平台，《珠海文脉》实现了跨越地域的全天候广泛传播，并多次被《星岛日报》等海外媒体全文转载，不断扩大《珠海文脉》影响力。

“医媒关系研究基地”：全省医媒跨界合作新尝试



合作建立医媒公共关系研究基地

今年2月，“羊城晚报—珠海市妇幼保健院医媒公共关系研究基地”挂牌，这是全省第一个由主流媒体与医疗机构共建的医媒公共关系研究基地。该基地通过医媒“跨界”融合的创新尝试，实现医媒“强强联合”，为助推珠海卫生健康高质量发展贡献力量。

取健康知识提供更有有效的途径。该基地还开展全媒体能力提升班，结合医院业务需求，科学制定课程，精心挑选授课老师。此外，还围绕医媒公共关系相关课题进行研究，将整合羊城晚报的资源，为医院在重大主题报道、医疗知识科普、医院品牌提升等领域提供支持，不断提升群众就医满意度，不断提升医院的社会满意度。

“香洲好野”：讲好企业高质量发展背后故事

企业是经济的基本细胞，是市场的主体，企业兴则产业兴。当前，珠海香洲区正加快构建现代化产业体系，扛起高质量发展的珠海主城区担当。羊城晚报联合香洲区委宣传部推出了“香洲好野”系列报道，深入企业一线，讲好高质量发展的香洲故事。

引领了LED恒压智能电源这一细分领域的变革；在珠海金智维信息科技有限公司，他们为客户量身打造RPA数字员工，利用智能化、信息化手段优化相关业务流程，提升数字化水平和服务效能；珠海国能新材料股份有限公司则在高频材料工艺技术方面取得了突破性进展，产品无论性能还是可靠性都能实现原位替代，已经成为我国电子领域高频微波基板全面国产替代的主力军……



开设“香洲好野”栏目

文/图 钱瑜 郑达 李旭 杨雪薇 何叶舟

近年来，羊城晚报在媒体融合向纵深发展的探索实践之路上稳步迈进。羊城晚报珠中江版开设以来，在发挥党报优势，深入做好重大主题报道，服务珠海、中山、江门三地经济社会发展的同时，依托羊城晚报报业集团（羊城晚报社）的平台与资源，树立精品意识，创新全媒体传播方式，加速媒体融合发展，创新推出了一系列有影响力的融媒体产品。

发挥文化优势，我们推出《珠海文脉》，将珠海的人文史脉向海内外广泛传播；深耕卫生领域，我们建立全省首个医媒公共关系研究基地；服务企业，我们打造“香洲好野”系列品牌；推广非遗，我们拍摄多语种视频；参与城市推广，我们承办“三角岛”全球征名活动。此外，我们还为举办人防宣传周、提供媒介人才培训、开展各类直播……不断贡献媒体智慧。

“多语种视频”：以创新角度展现非遗魅力



珠海斗门非遗主题视频在海内外传播

珠海斗门拥有丰富的文化资源，如何让这些传统文化以全新形式走入大众？羊城晚报携手珠海市斗门区文化广电旅游体育局，以全新的短视频模式，采用多语种，在羊城派、“云上岭南”等新媒体平台推出了“非遗魅力”系列短视频，视频点击量超过200万。

在内容选择上，羊城晚报选取了斗门最知名的5大非遗项目，体现了当地传统文化的代表性；在形式上，在传统纸媒宣传之余，用3-5分钟的短视频进行融合传播，同时考虑区别一般的宣传片，创新角度，从细腻出发，触动人心。

“创意明信片”：在会议新闻报道中谋新求变

每年春节前后，都是各省、市、区召开两会的时间，公布去年的发展成绩以及当年的发展目标。从新闻宣传的角度而言，从上而下的会议众多，很难推陈出新，即使亮眼的数据也有可能淹没在“长篇文章”之中。羊城晚报在2022年于金湾区“两会”着手，创新推出“在金湾”主题有声明明信片，赢得好评。

分为“拼”“干”“创”“行”“居”“学”“康”“游”“治”9个章节，设计精美、主题突出，生动展示金湾区过去一年取得的成绩，充分介绍金湾区今后一年的发展目标。明信片上是金湾各个领域的美图，从视觉上夺目；内容精炼至各个领域，保有重点；最特别是可以点击明信片，收听详细的“两会之声”，是一次全新的融媒体尝试。



推出“在金湾”主题有声明明信片

“珠海时评”：打造有人情味的新闻评论“全景图”

《多部作品获表彰，“珠海力量”展现“珠海之美”》《持续火爆的“白蕉海鲈”，还让大众尝到哪些“鲜”》《公共场所以全面禁烟，不妨听听成十年前的一番话》……2023年，羊城晚报与珠海城市发展深融，推出《珠海时评》新闻评论专栏，紧盯珠海时事动态、围绕珠海市民生活，做有故事、有思辨、有观点、有看点的特色新闻板块。

《珠海时评》兼具思想性、新闻性、可读性同时注重与读者“同频共振”，从受众“痛点”和“痒点”出发，议题设置追求媒体与受众的“最大重合度”，紧紧抓住读者所急、所想、所盼、所愿，回应社会关切，充分发挥主流媒体的舆论主阵地和桥梁作用。自推出以来，《珠海时评》着力语态创新、形式创新与品牌创新，坚持情感内核，着力挖掘珠海社会话题背后的人文价值，以温暖平实的话语直抵人心。

“采风调研”：为当地高质量发展建言献策

近年来，羊城晚报不断加强社会服务。结合珠海经济社会发展，羊城晚报深入组织开展各类采风调研活动，通过社会各界的独特视角，为当地高质量发展建言献策。

羊城晚报在珠海开展了“全国旅游媒体年会”，邀请来自全国各地的媒体记者、编辑到珠海采风，围绕相关论坛主题，以媒体人的独特视角畅谈城市休闲旅游，探讨旅游城市如何借旅游媒体推广自身品牌，为珠海旅游事业发展献计献策。

联合广州市手机摄影艺术协会在珠海举办“秘境万山”手机摄影大赛，通过专题摄影比赛，引领更多的摄影爱好者捕捉到不同视角的万山之美，呼吁大家携起手来将万山打造成摄影胜地。

由羊城晚报承办的全国主流媒体社长总编主题采访活动先后走进横琴、金湾。在横琴，



开展市民观察团活动

来自全国的约50家主流媒体感受合作区这片土地迸发的热情。在金湾，众多媒体代表将目光聚焦当地生物医药企业，深度解读当地相关企业的成长密码。

羊城晚报近期还以珠海妇幼保健院为试点，组织开展市民观察团走访活动，让市民群众积极参与，为卫生健康工作献计献策、贡献智慧。

“视频直播”：打开政企宣传“新姿势”

近年来，以抖音、快手为代表的短视频平台快速崛起。截至5月22日，羊城晚报抖音号粉丝达到865万，羊城晚报·羊城派抖音号粉丝更高达1335万，位居广东媒体类抖音号前列。羊城晚报在推进媒体融合发展过程中，高度重视视频直

播这一领域的拓展，先后推出“羊城晚报带你逛吃万山”“羊城晚报带你逛吃万山”等一系列作品，打开政企宣传的“新姿势”，让珠海丰富的资源进一步得以推广，城市品牌进一步得以展现。羊城晚报在推进媒体融合发展过程中，高度重视视频直



播这一领域的拓展，先后推出“羊城晚报带你逛吃万山”系列直播活动中，羊城晚报的旅游达人通过吃播、游播的方式，陆续登上桂山岛、东澳岛、外伶仃岛及大万山岛，为观众揭开万山群岛的神秘面纱，同时，丰厚的奖品也让观众们直呼过瘾；在“羊城晚报带你逛吃万山”系列直播活动中，由环游全国的羊城晚报旅游达人以独特的品味和视野，走遍斗门五镇一街，每场活动之后，都有来自省内各地以及港澳地区的“吃货”来到珠海，跟着主播的“足迹”，寻觅“舌尖上的斗门”。

政务宣传也通过直播“玩”出新花样。今年“世界水日”“中国水周”，羊城晚报联合珠海市水务局、珠海市水质资源中心推出“走进前山水质净化厂共同探索生活水循环”直播，带领小学生走进城市水质净化厂，了解生活中的水循环，增强了观众珍惜水资源、保护水源地的意识。

通过直播，以多维度的方式让大美珠海插上“数字翅膀”走进“寻常百姓”，打开宣传“新姿势”。

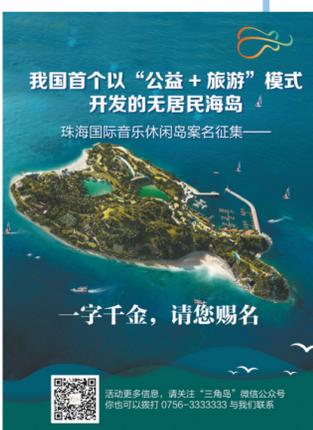
走进海岛开展“吃播”活动

“推广服务”：发挥主流媒体的优势与价值

三角岛是全国首个以“公益+旅游”模式开发的无居民海岛，也是全国首批以市场化方式转让无居民海岛使用权的示范项目。经过数年修复建设，三角岛生态修复工程初见成效。该岛力争通过自有文化IP孵化，形成具有湾区影响力的音乐文化品牌。羊城晚报携手珠海九洲，承办“三角岛”全球征名活动，主办方收到来自全球各地共计31983份创意方案，受到了社会各界的广泛关注。在网络投票环节，网络访问量超过140万，总票数超过61.9万。

像这样的媒介服务，羊城晚报在珠海有很多成功的案例。近年来，羊城晚报还深化与珠海人防办的合作，联合举办“珠海人防宣传周”，招募人防志愿者，推出H5创意互动作品“我是英雄——防空疏散线上模拟演练”，在线下开展防空疏散演练的同时，首次将防空疏散演练“搬”到了网上。该作品属于答题测试、长图类型的H5创意互动，以2.5D场景设计

为主要特色。互动情境的设计与防空疏散演练相同，包括演练前准备、预先警报响起、有序疏散、进入人防工程掩蔽、警报解除等环节。



承办三角岛全球征名活动