

大众日报全国两会融媒报道全面开花，“七种武器”锻造刷屏爆款产品

引领山东主流人群 聚力形成全国影响

今年全国两会隆重而特殊，大众日报扛起党媒责任与担当，以“4+N”的融媒报道结构塑造主流舆论强势。4，即程序报道、专题报道、蹲点报道、热点报道；N，即系列新媒体产品。大众日报“4+N”融媒报道，统筹会内会外、网上网下，报端做全媒体矩阵发布，努力在融合生产、融合传播上有新的探索、新的突破，突出抓好短视频等新媒体产品，重点打造在山东主流人群和全国产生影响的产品。

大众日报创新表达方式，结合网络传播规律和疫情防控需要，着力推动视频化表达，努力实现产品全面视频化；大众日报编辑记者全员上阵，说、唱、演、评多点开花，重点推出六大系列短视频产品和多种形式融媒产品。其中视频评论、情景剧等形式均为首次推出。大众日报融合报道“重点突出、亮点不断”，“代表委员故事”融合报道等得到中宣部点名表扬，有产品被中央网信办全网推送，有单篇点击量过亿的产品，还有独家梳理、特色表达、创意满满的系列作品，共同形成“刷屏”效应。

有WiFi的地方就有江湖，有手机的地方就有较量。古龙的《七种武器》在武林中赫赫有名，大众日报全国两会报道爆款频出，背后也有“七种武器”。

第一种武器

长生剑——大众“会”谈

评论天团首次“亮剑”一鸣惊人

古龙小说中的第一种武器长生剑是把神奇的剑，剑名来自李白的诗：“仙人抚我顶，结发受长生。”长生剑其貌不扬，根本看不出有什么杀气。然而陈旧剑鞘中的剑，却锋利得可怕。

“两会看点，我们有态度。”全国两会期间，大众日报第一次以视频方式推出评论栏目“大众‘会’谈”。评论员“亮剑”，通过群众语言讲述深刻道理。深厚的评论功底插上新媒体的翅膀，功力就像长生剑，利剑出鞘，所向披靡。

以视频评论的方式讲好山东故事，也是党报评论融合转型的一次有益探索。从5月21日起，大众“会”谈紧密结合两会热点和山东亮点，聚焦山东高质量发展、国企改革、流程再造

、黄河流域生态保护和高质量发展战略、乡村振兴、文化两创、干部队伍建设等内容，设置选题、阐发观点、表达态度，在大众日报客户端连续推出七期短视频作品，说“两会”、谈山东。

5月21日，推出系列视频评论第一篇《15万平方公里的山东，藏着多少“挑山工”？》，以“宽厚里101”故事为切口，点评山东基层党员干部干事创业、担当作为的精气神。5月22日，紧密结合政府工作报告，推出第二篇视频评论《总理刚提到的工业互联网，山东哪座城市的“机会最大”？》以多位全国人大代表视频提及的工业互联网作为切入点，从青岛前不久的一场“顶格头脑风暴”视频会议分析开来，以全球视角审视青岛在世界工业互联网发展格局中的优势和位置。

第二种武器

孔雀翎——“云”报道

云上访谈给你好听又好看

孔雀翎是小说中名震天下的暗器，使用简单，却威力无边。据说孔雀翎发动之时，暗器四射，犹如孔雀开屏。

今年的全国两会很特殊，在疫情防控的特殊背景下，大众日报开启“云”报道。虽然很多采访不能像往常一样面对面进行，但是传播效果并未打折扣，这也成为大众日报本次全国两会报道的一件另类武器。

从5月21日开始，大众日报记者每晚与参会的住鲁全国政协委员通过视频连线形式，远程进行集体采访。畅谈参会感受，回答记者提问，传递住鲁委员议政好声音。

除了云访谈，大众日报客户端还推出“大众FM云上听两会”栏目，以音频为素材，别出心裁制作了H5，不用收音机就能收

听两会“好声音”。从5月21日开始，大众FM持续更新云上两会话题，代表委员就增强新动能、做好“六稳”“六保”、脱贫攻坚、农民增收、居民就业等话题共谋发展。

谈到脱贫攻坚这一话题时，沂水县沂城街道西朱家庄社区党支部书记刘文玲代表说，推进脱贫与乡村振兴有效衔接，变“输血”为“造血”，既扶贫又扶志。谈到就业问题时，山东师范大学新闻与传媒学院教授李掖平委员说，我总是和自己的学生说，仰望星空是必须的，但无论什么时候都要脚踏实地。

“云”报道形式新、效果佳，相关产品如同孔雀开屏被广泛转发，好听又好看，提升了报道的传播力影响力。

第三种武器

碧玉刀——60秒看山东

“鲁菜”荟萃看一秒就忘不了

碧玉刀是小说男主角段玉的传家宝，华丽、珍贵，价值连城。

山东拥有3345公里海岸线，黄河，在这里入海；泰山，在这里崛起……提到山东，难以用一两句话总结，更难以用一两种心情去体会。全国两会期间，大众日报推出“60秒看山东”系列视频，镜头对准的便是齐鲁大地上那些价值连城的“传家宝”。

山东人喜欢吃馒头，前段时间援助湖北医疗队员的馒头吃播一度把山东馒头推上了热搜，但你真的了解山东馒头吗？“60秒看山东”第一期《60秒看山东！山东人就好这一口，扎实！》把镜头对准了山东馒头，山东馒头可不会又是又白又圆的：德州签子馒头是瘦长的“模特”，青岛王哥庄馒头“比人的头都大”，胶东大饽饽堪称艺术品，没有它不能塑制的形象……身边平凡之物的秘密，最能带给大家惊喜。“山东馒头图鉴”迅速“出圈”，与其说是大家对山东馒头的认可，不如说是大家对“像馒头扎实

口感一样扎实”的山东人的认可。

《60秒看山东！山东人的爱，满满当当！》聚焦“舌尖上的鲁菜”；《60秒看山东！听！山东十二时辰》通过山东一天的声音展现了一个乐活、宜居的山东；《60秒看山东！隐藏在四季里的诗意图》带你细细体会身边的美好，网友纷纷感叹“原来自己生活的地方如此的美，幸福感爆棚”。

“60秒看山东”系列视频优化内容做减法，整个视频只围绕一两个具体的点“狙击”读者的感受，就像碧玉刀一样，四两拨千斤。

岱青蓝，齐风鲁韵。不管是山川大河的自然风光还是热情好客的风土人情，这些都是山东的“传家宝”。“60秒看山东”选取最精致的镜头，用最简单的招数，让观众第一眼就爱上山东。短短60秒的视频，看似很难说清楚山东是什么样的，但看完这60秒相信你心里已经有了一个答案。

第四种武器

多情环——敢拼山东人

短视频长图示“双环”给力内容动人

多情环是一对闪闪发光的银环，不论套住了什么，就立刻紧紧地缠住绝不脱手。这次全国两会报道，大众日报推出的新媒体产品“敢拼山东人”系列，就是一个主题下的“双环”展示，一“环”是视频系列，一“环”是长图系列。产品切口小，立意大，内容精彩，设计精致，就像多情环一样，读者看后马上就被吸引住。

“敢拼山东人”系列视频共7期，5月20日《这就是山东！我为敢拼山东人代言》上线，引发“刷屏式”转发，视频提炼出了“拼”这个精神内核，并进一步细化为“敢拼、爱拼、会拼”的三个维度。通过山东中医药大学附属医院副院长、山东省第一批援助湖北医疗队队长贾新华，大众日报援助湖北医疗队随队记者王凯、赵丰的真情朗诵，“敢拼山东人”的形象跃然而出。这个视频单条点击量过亿。

“敢拼山东人”系列视频，还采访挖掘了6位山东人的拼搏故事。泰安市东平县戴庙镇张垓村党支部书记张立智，为了将位于黄

河滩区的289户村民带进新社区，他没白没黑地给村民做工作，最多一户村民家他跑了11趟；三年半建成亚洲首个全自动化无人码头，山东港口青岛港“连钢创新团队”组长张连钢说，“拼搏加创新就是我们这个团队的名词”……

用视频讲述山东故事，这组视频，用读者喜闻乐见的传播方式，进行了一次主流价值观的共识凝聚，是党报党端视觉化传播的一种尝试。

“敢拼山东人”的另一个系列产品是长图，共6期，以知名度高充满正能量的石敢当为载体，创新使用手绘形式，在全国两会期间以山东热词、营商环境、脱贫攻坚、作风建设等方面为代表，介绍山东敢闯敢试敢拼的劲头，得到了广泛传播。“敢拼山东人”视频、长图一起上阵、共同发力，威力指数堪称“多情环”，让不了解山东的读者喜欢上山东，让喜欢山东的读者爱上山东。

第五种武器

离别钩——两会AI播报

AI虚拟主播“花式”播报

离别钩既不像刀，也不像剑，前锋虽然弯曲如钩，却不是钩，可以说是一种“花式”武器。今年的全国两会，大众日报也有一件类似武器——AI主播。“两会AI播报”以幽默诙谐的视频语言，为读者“花式”播报两会“好声音”。

具有81年历史的大众日报从未放慢创新脚步，咱们先来看“90后”记者与AI虚拟主播同屏互动、闪亮登场。自带才艺的年轻记者各显身手，结合两会热点作词并演唱，把两会写进词里，唱到心里，让网友眼前一亮。大众日报客户端将演唱作品与AI播报相结合，运用新技术进行再包装，打造更好看、更有趣、更丰富的两会报道。首期制作发布短视频《两会AI播报！火炊焱！两会弹唱全程高能，这样的记者请给我来一啖！》，融合视频嵌入、场景交互、虚拟人物互动等颇具新意的环节，展现新一代大众报人的风采，使报道形式更多元、更立体，给用户提供更沉浸式的阅读体验。

本次全国两会，大众日报评论员开辟“大众‘会’谈”栏目出镜评论。大众日报

客户端派出AI主播对“大众‘会’谈”进行全网推广，选取精彩评论内容，制作短视频《两会AI播报！年轻！帅气！欢脱！没想到你是这样的大众日报评论员……》进行二次传播，在两会舆论场里起到了极好的传播效果。

创新表达方式，唱响两会报道“新强音”，大家再来跟着AI主播去看山东。大众日报推出AI短视频《两会AI播报！观两会，看山东，这次又双叒是大众报人》，通过AI主播播报山东之美，体现好吃山东、好玩山东、好看山东等主题，为读者“花式”报两会。AI主播形象亲民、形式新颖，尤其吸引年轻人的关注，为两会这一较“端庄”的题材找到了最“活泼”的报道方式，吸引了大批年轻读者；同时，也充分展现了大众日报“后浪”们的实力和才华，年轻人成为大众日报融媒发展的中坚力量。

在部分出版社出版的《离别钩》小说结尾，明确了故事结局。其实，天马行空的古龙并没有在原小说中写出结局。媒体探索创新报道形式的大道，同样也没有终点。

第六种武器

霸王枪——代表委员攻坚故事

用好故事为攻坚者点赞

霸王枪是江湖上独一无二的一杆枪，长一丈三尺七寸三分，重七十三斤七两三钱，枪尖是纯钢，枪杆也是纯钢。古龙在书说：“一个人只要有勇气去冒险，天下就没有不能解决的事。”古龙明面上写霸王枪，其实是赞叹勇气，这在其他几部作品中也有类似的寓意。

头拱地，向前冲，全省人民攻坚在一线，为展示全省党员干部群众攻坚克难的勇气，两会期间，大众日报推出“代表委员攻坚故事”策划，记者编辑克服困难，深入一线，这种精神和代表委员其实是相通的，这种劲头就像“霸王枪”和它勇敢的主人。

跟镜头，让我们去看看山东广袤大地上的奋进者。

作为革命老区临沂的一张亮丽名片，临沂商城的名气可谓如雷贯耳。“在企业发展的过程中，沂蒙精神起到了至关重要的作用。”当问起企业发展的密钥，山东兰田投资控股有限公司党委书记、董事长王士岭代表将这句话提了又提，说了又说。

五征集团董事长姜卫东代表是全国农机

行业的杰出人物之一，五征集团每次面对严峻的时刻，姜卫东都选择了带领企业锐意进取，奋勇向前，在困境中打开广阔天地。“因为我们有着振兴中国‘品质’的责任在肩，使命在肩！”

在济宁泗水，从事乡村医生工作的全国人大代表刘庆民，始终坚持“先看病后收钱”，被当地百姓亲切称为“村民健康守护神”。刘庆民一直默默坚守在大山深处，踏遍深山险峻，历经无数风霜雨雪，这份坚守，这份责任，这份担当的背后是妙手，也是仁心。一腔爱，一片海，王雪梅代表是日照市海洋与渔业研究所的研究员，30多年来，王雪梅一心一意扎根水产育苗行业，在工作岗位上践行着自己的海洋梦。努力把日照打造成全国青少年海洋科普教育基地，让热爱海洋的种子在更多青少年心中萌芽，是王雪梅一直以来的一个愿望。

扎根基层，是对一片土地纯粹的热爱；攻坚克难，是让泰山“挑山工”精神传承不息的责任。这种热爱、责任和勇气，就是让人坚持到底的武器。

第七种武器

箱子——见招拆招

情景剧望岳谈给力，分发提高传播力

因为种种原因，古龙小说中的第七种武器到底是何物一直未有定论，这也让不少古龙迷争论不休。直到2015年，古龙弟子丁情介绍，小说第七部实为《英雄无泪》，第七种武器是一口箱子。这个箱子面对不同的敌人时，可以瞬间组合出破敌的武器。

今年的全国两会报道，大众日报也有一口“箱子”，百宝箱里装着不少其他“宝贝”。

箱子里有“民法典情景剧”。在全民关注中国首部民法典的背景下，大众日报制作推出了系列情景剧《无忌张遇上民法典》。该栏目剧本、导演、演员、拍摄、后期团队皆为大众日报采编人员，栏目采用情景剧的形式，借用公众耳熟能详的人物，解读高大上的民法典，接地气又接地气，获赞无数。为确保剧本法律问题上的严肃性，团队专门请来律师事务所的律师担任法律顾问，参与剧本创作。先后推出《无忌张与若周比武，他受伤了获赔么？》《无忌张借钱3000元竟然不还20万？》《无忌张高铁霸座，该如何处理？》《无忌张半小时接了仨骚扰电话，咋整？》《无忌张吃“霸王餐”，会白吃吗？》等产品，新颖的形式、大胆的创新，系列产品得到广泛传播，截至目前，全网播放量已超过3100万。

箱子里装着“望岳谈”。全国两会期间，大众日报新媒体品牌栏目“望岳谈”提前策划，精准发力，立足全国，贴近山东，推出了一系列新媒体产品。今年是山东“重点工作攻坚年”，山东的攻坚改

革，与全国两会的诸多热点话题相契合。为展现全国两会中的山东好声音，5月20日两会前夕，大众日报客户端率先推出了聚焦山东流程再造主题的系列新媒体产品第一篇《“跑一次”是上限，“不用跑”为常态！》，引发热议。接下来，《引才用才诚意满满，各方人才“名利双收”》《人往高处走，“要素”“资源”往好项目处流》《企业笑脸越来越多，“肌肉”越来越强壮》《像爱惜眼睛一样珍视营商环境好口碑》等新媒体产品有序发布，每天推出山东的一个亮点，每天营造一个山东的看点，每天制造山东的一个热点，以高质量的新媒体产品，持续让全国关注变化中的山东，认识变化中的山东，点赞变化中的山东。

箱子里还有“两艘船”，一艘是“造的船”，一艘是“借的船”。大众日报“造船出海”，全媒体矩阵持续发力，开设专题，进行全方位、多轮次、全覆盖报道，塑造主流舆论强音。通过更有针对性的“借船出海”，在微信、抖音开通“敢拼山东人”话题，被外部平台官方推介，引领舆论热点；人民号、头条号、腾讯号、百家号等平台多点开花，和腾讯相关负责人面对面沟通，60秒看山东系列视频得到重点推荐。

七种武器介绍了，是不是觉得意犹未尽？大家可以扫描二维码，观看相关产品。在古龙的小说中，虽然有七种武器，可读者遗憾的是，反派角色青龙会并没有被消灭。在媒体融媒转型的道路上，困难同样不少，需要继续努力。



相关报道 扫码观看

□记者：单青 吴永功 李丽 徐佳 高翔 李伟 统筹：梁开文