



3月27日，由人民政协网主办的“首届人民政协新媒体发展论坛暨地方政协网络新媒体影响力排行榜颁奖礼”在人民政协报社举行。

# 传递政能量 传播政声音

## 首份《全国地方政协网络新媒体影响力报告（2020）》发布

会上发布首份《全国地方政协网络新媒体影响力报告（2020）》(以下简称《报告》)。《报告》以全国各省级、副省级、地市级政协2020年1月1日至12月31日一年间的网络新媒体新闻报道相关数据为基础，构建了包含相关报道转载指数、央媒报道指数、影响力指数、微信传播力指数在内的4个一级指标和13个二级指标体系，计算得出年度地方政协系统网络新媒体影响力综合排名。



省级政协		副省级、地市级政协	
排序	政协名称	排序	政协名称
1	浙江省政协	11	甘肃省政协
2	湖南省政协	12	内蒙古自治区政协
3	山东省政协	13	上海市政协
4	陕西省政协	14	河北省政协
5	河南省政协	15	江西省政协
6	北京市政协	16	四川省政协
7	江苏省政协	17	宁夏回族自治区政协
8	福建省政协	18	广西壮族自治区政协
9	安徽省政协	19	湖北省政协
10	广东省政协	20	辽宁省政协

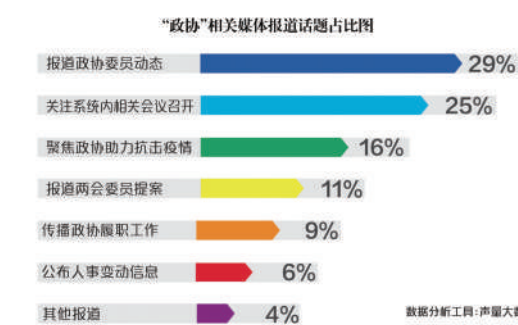
副省级、地市级政协		副省级、地市级政协	
排序	政协名称	排序	政协名称
1	沈阳市政协(副省级)	11	济南市政协(副省级)
2	宁波市政协(副省级)	12	成都市政协(副省级)
3	深圳市政协(副省级)	13	天津市滨海新区政协
4	杭州市政协(副省级)	14	宝鸡市政协(副省级)
5	温州市政协(副省级)	15	海东市政协(副省级)
6	青岛市政协(副省级)	16	福州市政协(副省级)
7	广州市政协(副省级)	17	哈尔滨市政协(副省级)
8	无锡市政协(副省级)	18	西安高新区政协
9	苏州市政协(副省级)	19	拉萨市政协(副省级)
10	大连市政协(副省级)	20	合肥市政协(副省级)

通过梳理分析，《报告》得出以下结论：

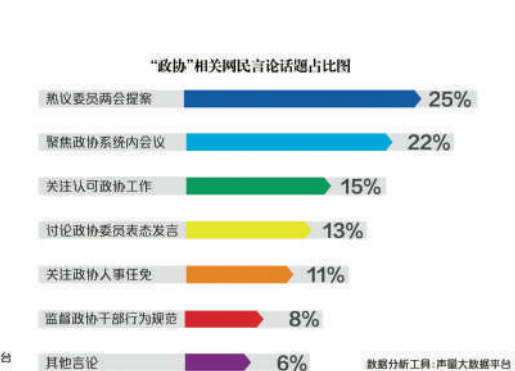
### 政协新闻宣传走向立体化，形成履职品牌效应

《报告》指出，上榜政协官方微信公众号及内容平台账号优势在于：第一，宣传内容质量高，提升了受众阅读体验。如更文频率高、选题切入点新颖、标题突出重点、文章用语规范、表现形式多样化等。第二，宣传视角站位高，紧密围绕重点工作部署。如疫情防控、脱贫攻坚，部分省级政协宣传部门积极响应，及时播报近况，传递相关政策信息，助推舆论引导工作力不断增强。

### 话题汇聚、热词集中，彰显政协工作发力



强。第三，紧密结合政协工作与民生民意，对地方建设各方面贡献智慧，不断提高宣传工作价值，推动政协宣传工作的广泛开展。第四，积极开展矩阵式运营工作，多平台宣传体系成效显著。在政协宣传报道中，部分政协多次“结伴”出现，政协联动开展工作，形成优势互补的政协履职整体合力，有助于塑造优良的地方政协品牌宣传形象。

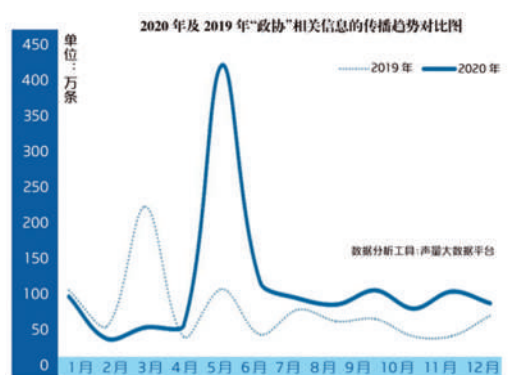


通过对媒体报道分析梳理得出：关于政协委员动态、关注政协系统内相关会议召开、聚焦人民政协助力抗击新冠肺炎疫情、报道两会政协委员提案、传播政协履职工作、公布人事变动信息等话题受关注度较高。通过对网民言论分析梳理得出：热议委员两会提案、聚焦政协系统内会议、关注认可政协工作、讨论政协委员表态发言、关注政协人事任免、监督政协干部行为规范等话题受网民关注度较高。

整体来看，舆论关于“政协”的社会情绪以正面为主，这与政协委员回应舆论关切、提案获舆论支持，以及各级政协积极组织参与抗击疫情、鼓励复工复产、脱贫助农活动等方面密不可分。

### 遵循新闻传播特点，打造社情民意有效传达的“直通车”

《报告》显示，2020年，全网有关“政协”的相关信息约有1543.29万条，其中，网民讨论约743.26万条、媒体报道约800.03万条，信息量走势在全国两会期间达到最高点。



综合涉“政协”的数据和信息内容来看，2020年度政协声量呈现如下特点：

第一，整体网络声量走势正向平稳，正面信息占主导地位，全国两会召开带来周期性高热话题。第二，新闻客户端、微博、微信公众号成为政协信息传播量较多的平台，最热声量场由微博向新闻客户端转移，话题引导主动权会增加。

### “政协”相关信息热词图



从涉“政协”的热词分析来看，发展、建设、企业、委员、推进、会议、经济、疫情、人民、建议、服务、教育、文化等词汇在网络上出现的频率较高，提及频次均超过千万。

第三，政协委员积极履职，成为塑造政协形象的关键。2020年，各级政协委员积极回应民众关切、为国家和地区发展建言献策，不仅成为网民的关注焦点，更成为带动正面情绪的重要因素，是塑造政协形象的重要方面。

第四，经济发达地区声量最高，西部地区受关注度普遍较低。根据声量地域分布情况显示，东部经济发达地区的声量整体高于西部地区。为此，《报告》建议，面对境内外媒体对政协会议、政协委员、政协提案等内容的高度关注，全国两会期间，要重视网络舆情，警惕境内外舆论走向，做好全天候、全平台信息监测，针对传播过程中出现曲解、误读情况快速反应；关注国际主流媒体、部分港台媒体对政协相关新闻的分析、预判，谨防出现过度解读及境外负面信息倒灌。

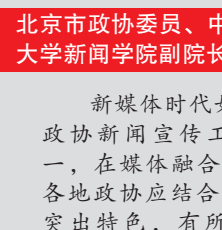
此外，对内完善政协数字化平台搭建，加强自身融媒体建设，打造社情民意有效传达的“直通车”；加强多媒体平台账号矩阵的有机融合，从纵向矩阵化与纵向矩阵化两方面推动政协系统新媒体有机联动；围绕政协重要工作、亮点成果等内容，提高新闻宣传整体规划策略，提升输出价值，明晰账号主体定位；主动迎合新媒体时代潮流，扩大平台账号入驻率，充分发挥“新闻客户端”最热声量场的重要作用；组建新媒体运营团队，注重复合型人才培养；加强与地方媒体合作，促进优质新闻资源共享。

### 嘉宾观点



全国政协常委、全国政协副秘书长，民进中央副主席朱永新

在政协新闻宣传工作中，不自编自演、自拉自唱，要扩大和加强与新闻媒体的深度合作，注重突出履职活动的特点，使宣传工作更加生动活泼、富有影响力。对政协新闻宣传工作来说，突出“新”要成为常态。



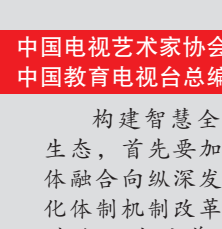
北京市政协委员、中国人民大学新闻学院副院长王润洋

新媒体时代如何创新政协新闻宣传工作？第一，在媒体融合过程中，各地政协应结合自身定位，突出特色，有所为有所不为。第二，在形态上构建新媒体矩阵，加强矩阵之间的联动。第三，在内容产品创新方面要加强单品的打造，用单品牵引品牌。第四，创新形式，用符合政协特色的文体、文风，讲述民主故事。第五，贴近人民群众，政务新媒体要与人民群众形成共振，用大众喜闻乐见的方式讲述履职故事。



广州市政协常委、广东省新的社会阶层人士联合会副会长郭忠伟

政协委员不但要擅于写提案，更要懂媒体宣传，提案的影响力与媒体的“鼓与呼”密不可分。政协委员的调研，要做到线上、线下相结合，充分利用网络社交媒体收集社情民意，倾听人民群众的诉求。政协委员不仅要善于在政协会议上发言，还要善用多平台讲好政协故事，传播政协好声音。



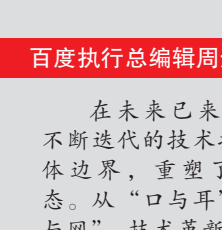
中国电视艺术家协会副主席、中国教育电视台总编辑胡正强

构建智慧全媒体传播生态，首先要加快推动媒体融合向纵深发展，以深化体制机制改革、加大全媒体人才培养力度为抓手，共同向智慧全媒体传播生态的资源云端化、内容垂直化、服务场景化、业态智能化媒体新时代奋进。



腾讯集团副总裁马斌

数字化、现代化是目前多数行业的核心标配，想要助力融媒体升级，推动智慧媒体新业态发展，重要的是以人为本、科技向善，还需把科技与文化结合，利用科技赋能内容生产。



百度执行总编辑周震

在未来已来的时代，不断迭代的技术拓展了媒体边界，重塑了传媒业态。从“口与耳”到“数与网”，技术革新不仅带来媒体的发展、变革，也改造了世界。



新浪微博政务总经理李峥嵘

政务微博的出现标志着政府机构开启了政府公共传播和服务的新时代。从讲好中国故事，讲好政协故事来讲，多媒体平台起到非常重要的作用。多媒体平台上的媒体账号对新闻宣传和舆论有较强的引导力，平台也希望以此助力提升主流媒体的传播力、引导力、影响力、公信力，让传播更有穿透力。

### 实践探索



浙江省政协办公厅副主任任伟盛

提升新媒体融合传播力，赋能政协工作创新发展要热情拥抱互联网，也要保持战略定力，坚持政协新媒体的定位，积极提高新闻敏感度及创新策划意识，推进宣传队伍建设，发挥年轻人的创造精神。



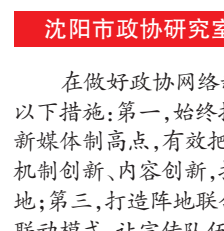
山东省政协研究室副主任盖文兴

在做好政协网络新媒体宣传报道中，山东省政协做了积极探索：第一，把握新闻规律，搭建融媒体采访平台，形成线上线下互动，构建全过程、全链条的报道方式；第二，打好组合拳，以集中采访、民生连线、主题宣传为发力点，塑造政协领域宣传品牌；第三，构建部门联动、上下贯通的大宣传格局，定制年度新闻宣传计划，形成立体化宣传模式。



陕西省政协副秘书长、研究室主任刘德力

如何利用网络新媒体讲好政协故事，陕西省政协的做法是：第一，坚持把党管媒体原则贯穿于办报、办刊、办网的全过程，把党新闻舆论产品全链条政治总关口；第二，强化平台建设，以新媒体平台运营和视频摄制为主要抓手，采取多方面整合，多形式生产，多渠道分发的方式，做好政协新闻；第三，创新报道方式，以加强融媒体报道为主线，主动适应新媒体时代分化、差异化的传播趋势。



沈阳市政协研究室副主任张浩

在做好政协网络新媒体宣传报道工作中，沈阳市政协采取以下措施：第一，始终把有为放在第一位，新形势下要勇于占领新媒体高地，有效把握话语权、主动权；第二，坚持理念创新、机制创新、内容创新，推出优质内容，用主流价值占领宣传阵地；第三，打造阵地联合、平台共建、资源联想、工作联合的多方联动模式，让宣传队伍与委员实现双走进、双了解。



青岛市政协副秘书长陈月敏

青岛市政协积极探索，联合地方媒体共同打造了“倾听和商量”委员履职协商平台，把专家协商、专题协商、网络协商、远程协商融会贯通，实现图文报道和视频报道的双向发力，且在解决民生实际问题取得明显效果。

### 圆桌环节



第一场以“政务新媒体与协商民主”为主题，河北省政协副秘书长马誉辉，江西省政协办公厅副主任邹英香，上海市政协新闻宣传工作领导小组办公室主任、联合时报社总编辑邓的荣，团结报社社长刘华，上海哔哩哔哩科技有



限公司党委副书记、政策研究院院长谷雨，围绕政务新媒体发展过程中出现的人才短缺、物资短缺，如何转变理念用互联网话语体系讲好政协故事，如何加强政务新媒体在商业平台上的传播和采集民意等话题展开深入交流。

第二场以“政务新媒体与舆情监测”为主题，大连市政协副秘书长戚扬，温州市政协办公室副主任叶新明，广西壮族自治区贺州市平桂区政协主席刘耀宁，人民网舆情数据中心副主任、人民数据管理有限公司总经理郑光魁，中国传媒大学新闻学院教授、大数据挖掘与社会计算实验室主任沈浩，围绕如何利用舆情做好政务新媒体宣传报道，如何发挥政务新媒体对舆论的引导力，推进与人民群众交流、搭建反映民意的桥梁等内容展开探讨。

### 论坛影响

活动举办后，共有441篇相关报道被央媒或重点新闻网站刊发。抖音、快手等短视频平台，今日头条、百家号等渠道实时推出活动视频、图文新闻。43家地方政协单位转载报道，部分地方纸

媒也进行相关报道。今后，人民政协网将发挥资源平台和大数据优势，积极推动构建政协系统媒体融合发展新格局，以期为新时期政协事业营造良好的舆论环境。