中国新闻奖参评作品推荐表

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 作品  标题 | 以互联网思维推动党媒  主力军挺进主战场 | | | | | | | 参评  项目 | 新闻业务研究（期刊） | | |
| 字数  时长 | 5581字 | | | | | | | 体裁 |  | | |
| 语种 |  | | |
| 作者  （主创人员） | 陈辉宗 | | | | | | | 编辑 | 王 月 | | |
| 原创  单位 | 福建日报社 | | | | | 发布端/账号/  媒体名称 | | | 《新闻战线》 | | |
| 刊播版面  (名称和版次) | | 2024年6月（下） | | | | 刊播  日期 | | 2024年6月25日 | | | |
| 新媒体作品  网址 | |  | | | | | | | 是否为  “三好作品” | |  |
| ︵  采作  编品  过简  程介  ︶ | 中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》指出，要推动主力军全面挺进主战场，让分散在网下的力量尽快进军网上、深入网上，占领新兴传播阵地。本文指出：互联网已成为舆论斗争的主战场，党媒要用互联网思维领航互联网主战场。文章紧扣“互联网思维”这一关键词，瞄准挺进主战场这一目标，提炼总结四条经验：一、强化用户思维，着力促进供需匹配，解决“入场”更要“入心”的问题；二、强化融合思维，加强跨领域地域融合，解决“出圈”还要“扩圈”的问题；三、强化迭代思维，主动拥抱信息革命，解决“纸媒”迈向“智媒”的问题。四、强化革新思维，以改革激发内生动力，解决“主力”缺乏“战力”的问题。 | | | | | | | | | | |
| 社会  效果 | 文章在《新闻战线》杂志刊出后，新闻战线微信公众号第一时间推文，学习强国和新福建APP等平台迅速转发，引发业内强烈关注。仅新闻战线微信公众号上，阅读量迅速突破10万＋，最终超过30万人次。 | | | | | | | | | | |
| 传  播  数  据 | 新媒体传播  平台网址 | | 1 | <https://mp.weixin.qq.com/s/-vTTxcR1TbW9DgPukfUT-Q> | | | | | | | |
| 2 | <https://www.xuexi.cn/local/normalTemplate.html?itemId=11946050540347651573> | | | | | | | |
| 3 | <https://share.fjdaily.com/displayTemplate/news/newsDetail/6802/2632289.html?isShare=true&advColumnId=0> | | | | | | | |
| 阅读量（浏览量、点击量） | | 35万+ | | 转载量 | | 4000 | | | 互动量 | 2300 |
| ︵  初推  评荐  评理  语由  ︶ | 文章紧扣媒体融合重点热点问题展开讨论，站位高远，逻辑严密，论证充分，语言精美，既有理论之深，又有实践之新，为融媒体时代推动党报主力军挺进主战场提供了有益借鉴，具有很强的现实性、启发性。  签名：  2025年 5 月 9 日 | | | | | | | | | | |