青报融媒平台矩阵合力传播，全网传播量超5000万，评论互动量超4万次

春节文化“大餐”澎湃“大流量”

“回家”主题微纪录短片、观海主播拜大年、实景+AR漫话民俗系列原创短视频产品，“新春走基层”大型融媒传播产品，“我的团圆年”等有奖话题交互……春节假期里，观海新闻客户端（视频号）、青岛日报微信公众号、青岛日报抖音号、青岛新闻网等青报融媒平台矩阵合力传播，为广大网友奉上一桌丰盛的“春节文化大餐”。据统计，春节期间青报融媒平台累计发布稿件200余篇，全网累计传播量超5000万，评论互动量超4万次，“正能量”澎湃“大流量”。

■“观海主播拜大年”系列视频，创意新潮、网感十足。

精准把握网友关切，温暖直抵人心

一个个踏上归程的身影、一件件装得鼓鼓的行囊，回家的迫切挂在返乡人的脸上……1月18日，青岛日报抖音号以“#回家 #团圆”为传播文案，全网首发推出“回家”主题微纪录短片，春节假期甫一开启，以这两个关键词为话题，瞬间击中无数网友的内心，让这支独具制作和传播匠心的策划产品温暖全网。

网友“金玉满堂”留言：“最美的是家乡，最温暖的是家。”网友“春华秋实”留言：“ 满满的都是爱”。截至目前，该作品在青岛日报抖音号传播量已超30万，点赞评论量5000+。

除“回家”主题短视频外，青报融媒推出“新春走基层”大型报网融合传播策划产品，青岛日报/观海新闻首席记者们以细腻的感悟回顾与展望“青岛之变”；观海新闻推出“走基层快镜” 系列视频产品，以接地气的镜头画面展示城市欣欣向荣之姿；青岛新闻网推出《向光而行·你好2023》视频系列报道，记录岛城各行各业奋斗者的人生感悟和新年祝福……“新春走基层”大型融媒报道，展示出了青岛人奋进新时代的精神风采。

“主播拜年”创意新潮，网感十足

细心的“老粉”发现，观海新闻客户端的“打开方式”更清新靓丽了。从大年初一至初六，观海新闻每天推出一期“观海主播拜大年”系列视频，每期围绕一个主题展开，兔子舞开场、玩转谐音梗儿、猜字谜……观海主播以个性鲜明的出镜风格和量身定制的口播文案，为网友送上新春祝福和交互好礼，让网络中国节更加欢乐喜庆。除“拜大年”系列短视频外，观海新闻还陆续推出“寻兔记”、“过年七天‘史’你乐”等主播探访城市文旅消费打卡地、推介青岛年俗等独家原创短视频，让网友们印象深刻。

除夕当天，青岛新闻网贺岁大片《新春百趣图》在全国各大视频平台同步上线，网红小编集体古装扮相出镜拜年，将传统文化习俗与现代生活相链，展现青岛的非遗文化传承魅力，独具引人入胜的年味、趣味、人情味。

青岛日报社（集团）发力网红主播培育孵化，“内容+”智库团队量身定制拍摄方案，打造网红主播，不断唱响主旋律，持续构建良好的短视频生产传播生态。春节期间，青报融媒主播“小试牛刀”，传播效果显著，各平台均推出多款具有新年氛围的主播定制类视频栏目，全网播放量超3000万次。

AR、动漫、联名送祝福齐“上阵”

说年俗、道祝福，热闹的年味儿，温情之余，还需要加点新奇好玩的“料”。观海新闻创新产品策划形态，AR、动漫、手绘、特效产品齐“上阵”，多元化产品进一步展示党报平台的内容创意生产实力。

视频生产和产品策划团队联动，推出“实景+AR漫话民俗”系列短视频，把与“年”有关的习俗，用实景视频+AR手绘动画讲给网友听；以文化为基底，以喜庆为主调，以萌趣为影像，把“活力海洋之都，精彩宜人之城”“播”给网友看。现实场景和手绘动画融为一体，“漫话民俗”以创意的巧思展现出绵延数千年的传统民俗闪耀出的时代新韵，引发大量网友对民俗文化的共鸣和对新春的美好祝福。青岛日报微信公众号推出《你说青岛的春节缺点年味？开门，咱俩聊聊》《兔年剧透来了，这些青岛人，说的是不是你？》《妈妈，大过年的，你咋还有两副面孔呢？》等多篇手绘、动效原创新媒体产品。

此外，青岛日报还联合成都日报、深圳特区报、南京日报等八家全国副省级城市党报新媒体，“联名”为全国网友送出新年祝福，推出《“欲作”！来自“东南西北”的兔年专属祝福来了》，成为全国网络媒体拜年的一大亮点，令一众网友大呼“倍儿有面儿”。

交互“尝”新常新，实力宠粉不停

实力宠粉行动High不停！互动征集策划、奖品丰富的抽奖活动……多平台、新形式、全方位的交互活动为网友欢度春节再添“一把火”。

观海新闻客户端推出“观海春节送福利，天天抽奖赢好礼”活动，丰厚礼品“一键领取”，只要打开App，就能边刷新闻边抽奖。青岛日报微信平台首次推出红包封面，对粉丝朋友们真情告白，选用“国潮”画风+青岛地标的图案排列，网友纷纷留言“兔年吉祥”，新春氛围感十足。“我的团圆年”图片、短视频征集，吸引一众粉丝“炫”出自己家的春节团圆时刻、新年气象；“我与影都的故事”留言互动搭车春节档大火的《流浪地球2》，宣传影片“青岛元素”的同时，为粉丝送上实实在在的福利。走心的动效策划、手绘创意加上有奖福利等一系列交互活动，仅在微信平台就获得全网212万余人次参与互动。青岛新闻网还推出了“2023春节锦鲤大奖等你来抢”活动，汽油免费加、特色民宿、网红景区等奖品累计吸引超百万网友围观参与。

（陈海芹）

■“新春走基层”观海新闻主播史鉴、王梦萱在泊里大集现场报道。

■扫描二维码，查看青报融媒春节策划产品。

一年10万+文章160篇，单篇最高阅读量108万+

青岛日报稳居北方城市党报公众号传播力第一

本报讯 2022年，青岛日报微信公众号继续保持“粉丝稳增长，影响力持续扩大”良好势头，继续稳居中国北方城市党报微信公众号传播力第一。

据统计，青岛日报微信公众号去年共推送文章4320篇，包括160篇“10万+”爆款产品，两项数据指标皆创历史新高。2022年12月4日推送的《山东省进一步优化调整疫情防控有关政策措施》文章阅读量超过108万。

2022年，青岛日报微信公众号立足青岛、服务青岛，把握城市宣传的节点、支点、重点，“点”“面”结合，通过《青岛品牌日》《兴农记》《耕海记》等传播平台，用更为喜闻乐见的形式，向大众传递青岛品牌内涵、展示产业优势。此外，青岛日报微信公众号增强政民互动，多次发布“倾听与商量”协商平台的互动征集，广泛征集市民在城市建设发展、乡村振兴人才培养、提高社区养老服务水平、家庭教育等领域的意见建议。 （张兆新）

采访更专业，产品差异化，传播立体式

区市新闻打造“爆款”产品

青岛日报报道。 短视频产品。

本报讯 区市是青岛经济社会发展的主战场、主阵地。在青岛日报编辑部精心谋划、区域全媒体中心具体实施下，青岛日报全媒体平台于1月28日（大年初七）春节假期首个工作日重磅推出青岛区（市）委书记访谈。通过深度专业地采访，展示各区（市）为实现经济社会高质量发展所作出的努力和新的思路、打法。截至目前，各类新闻产品及其所产生的二次传播、三次传播的阅读浏览量已达百万级，极大地放大了区市声音。

针对不同媒介受众群体的特点、不同传播平台的传播规律，此次区（市）委书记专访更加注重各类新闻产品的差异化表达。例如短视频产品特别邀请区（市）委书记就“2023年度发展新目标”这一主题进行1分30秒左右的视频演说，新媒体端产品则以访谈中的“金句”做标题，彰显不同区市的特性。制作出的文字产品、视频产品综合利用《青岛日报》、青岛日报视频号、青岛主城微信公众号等高效能传播平台，全面立体地呈现区市在新发展阶段的新面貌，取得了主流媒体生产大流量产品的传播效果。 （王 萌）

第一时间 第一现场 第一视角

同源现场，党报视频号“出圈”

■《C919大飞机抵青》短视频中，记者出镜采访。

本报讯 媒体融合过程中，短视频平台逐渐进入成熟期，新账号的冷启动需要具有更独特的定位。青岛日报视频号用鲜活的内容去承载新闻价值，在媒体融合中抢占风口。

行业记者是延伸至城市各个细微处的神经元，青岛日报视频号有效利用分布在不同区市、行业的一线记者资源，触摸最真实的新闻现场，并且做到同源现场，人有我优。1月15日，全球首架C919国产大飞机抵达青岛胶东机场，日报视频号推送的《C919大飞机抵青》视频，成为同城媒体唯一包含大飞机内舱影像的短视频，被央广网等多家中央媒体转发。同时视频号积极配合主报，形成互动。青岛启动实施城市更新和城市建设三年攻坚行动以来，城市面貌呈现新气象，视频号配合主报刊发的城市变化新旧场景对比，收集项目改造前的资料视频，通过视频新旧场景对比，展示这座城市的新变化，引起岛城市民广泛关注。

（赵健鹏）

市民网友踊跃参加“青岛60秒，精彩看青岛”短视频创作大赛

传播量破2亿次！日报抖音打造“顶流”

本报讯 日前，青岛日报社（集团）观海新闻启动“青岛60秒，精彩看青岛”短视频创作大赛，全网征集记录城市更新和城市建设、探索城市生活、展现城市风采、体现城市形象的竖屏短视频。大赛启动以来，市民、网友积极投稿，青岛街景、海边风光、网红地标、年关大集纷纷入镜，既有诗和远方的浪漫，也有城市烟火气的温暖。“#青岛60秒精彩看青岛”话题在抖音上线以来，播放量已经接近一亿次，全网访问量破2亿次，掀起一波拍青岛、看青岛的热潮。

本次短视频创作大赛是发力打造青岛日报抖音号的重要举措。青岛日报社（集团）专门团队通过加强内容建设，创新打造青报抖音记者品牌，从网友视角小切口新角度关注城市发展，聚焦网络热点，持续输出爆款产品和爆款活动，让正能量澎湃大流量。

截至目前，本次“青岛60秒，精彩看青岛”短视频创作大赛已收到近千件作品，小麦岛花墙、海边木栈道、灯影里的浮山湾、栈桥的海鸥、中山路教堂、青岛地铁等均成为网友的创作素材。作品既有空中俯瞰的大青岛交通，也有身临其境的小商品市场，更多的是日常生活片段。参赛者通过不同视角，用镜头记录下有关青岛的美丽瞬间。

网友“青岛攻略”拍下电车开过街头的镜头，他留言道，“在青岛一定要和喜欢的人来一次有轨电车的浪漫之旅。”网友“青岛旅行攻略”发布多个作品，展示青岛春夏秋冬的不同风光，他说：“已经开始期待2023年的夏天了。”“Timi”的镜头里记录的多是生活片段，坐地铁4号线去海边挖沙、看栈桥日出，在灵山湾观山看海，在青岛胶东国际机场看飞机，流连浮山湾，感受“浪漫青岛夜，微醺青岛风”。

兔年的“年味儿”也成为视频创作的主题之一。网友“鲁汉”自拍逛泊里大集的经历，喜庆的音乐、此起彼伏的叫卖声、应有尽有的货品都展示出青岛“烟火气”。主播来到即墨路小商品市场寻兔，映入眼帘的全是兔子造型的玩偶、灯笼、贴画、“福”字、挂件，寓意兔年“前途似锦”“大展宏图”。

大赛分两个赛季开展，第一赛季已于2023年1月31日截止，第二赛季时间为2023年2月1日至2023年3月31日。观海新闻将邀请资深视频编辑记者、高校教授、自媒体达人等组成专业评审团，评出获奖作品。观海新闻将送出各种奖项累计总价值超5万元的奖品，其中每赛季一等奖1名，奖品为价值5000元左右的海尔电视机。 （单蓓蓓）