

## 孔子文化节报道质量流量两手抓 向主题报道要传播量和影响力

10月7日，“对话孔子 互鉴文明”2024中国国际孔子文化节在曲阜落下帷幕。作为省内重大主题报道，文旅新闻事业中心和鲁南融媒中心提前精心策划，“以新求变、以质赋能”，通过多元化的内容形式，让公众感受到文化节的丰富内涵与时代价值，用质量和流量做强孔子文化节的影响力。

### 紧扣活动主题，提前着手策划

相较于以往，今年的孔子文化节时间跨度较长，文旅特色更为鲜明。我们提前着手，对本届孔子文化节前期发布会内容进行分析提炼，做了详细的策划方案，并做出了大致的时间排期，确保方案落地。

策划的《孔子文化节·走笔》深度观察栏目，从文化节的多样化、国际性、时代性、文化性、年轻化等特点出发，推出一系列深度可读文章；《孔子文化节·视点》系列小视频栏目，围绕孔子文化的“衣、器、食、礼、乐”等方面，紧密契合孔子文化节日程安排逐步推出；《传承者》系列短视频，邀请孔子文化传承人，讲述和孔子文化节的故事……

作为预热报道，《假如孔庙的建筑会说话》首开济宁AI微纪录片视频细分领域，5集AI微纪录片融合实景拍摄，AI数字文化技术应用，受到相关部门和网友的认可，取得良好传播效果。



### 前后分工协作，鲜活新闻上热搜

活动过程中，前后方协同合作，进行精细分工。前方记者参加日程活动，敏锐捕捉现场新闻点；后方记者对直播画面进行录屏，将视频进行剪辑后速度发布，并将录屏分享给抖音、微博、视频号等平台，实现了素材的最大化利用。

通过高效协作，“祭孔大典开城仪式”“美国女孩一口地道汉语谈孔子”“祭孔大典上敬献花篮上写的是啥”等多条小切口的鲜活内容登上热搜。

前期制定的宣传计划一一落地，稿件成为热搜热榜上的常客。《孔子文化节·走

笔》当孔子“遇上”Z世代》单篇稿件更是登上全国热搜，话题#Z世代眼中的孔子是什么样》阅读量1208万，被人民日报、光明网、中青在线等央媒转发推荐。

主题短视频《传承者》讲述孔子文化节重要节点背后故事，网红名人与孔子文化节的故事，由济宁市委宣传部全市宣推。此外，鲁南融媒中心还推出《传承者》2024中国国际孔子文化节会刊，会刊以本届孔子文化节亮点、创新为主线，以文化节重点活动筹备为切入点，阐发本届孔子文化节的守正与创新。开幕式当天，12个版会刊除随主报发行外，600份报纸由济宁市委宣传部协调派送至与会嘉宾的房間。

### 丰富文旅元素，扩大受众范围

今年孔子文化节有两大显著特点，即突出了“文旅元素”和“全民性”。

本次活动报道，前方记者除了报道日程活动外，还对山东140余件非遗手造亮相孔子文化节、体验蓼河夜游、孔子纪念袋文创等进行了视频、图文报道，形式多样，内容活泼生动，加深了读者对于本次孔子文化节主题和议程的理解。

从9月15日起至10月8日，整组孔子文化节报道，从新杏坛嘉宾的精彩发言，到学者对儒家思想的深刻解读，再到普通民众参与文化节的热情场景，图文、直播、视频报道串联起了一个个鲜活画面，让读者和用户仿佛置身于现场，共同见证了这场文化盛世。据不完全统计，截至9月30日，孔子文化节齐鲁壹点专题阅读量超541万，全网累计阅读量达6.10亿，充分显示出孔子文化节强大的社会影响力。报道结束后，齐鲁晚报·齐鲁壹点收到来自山东省文化和旅游厅、济宁市委宣传部的感谢信。

通过对本届孔子文化节的重大主题宣传报道，我们也认真复盘、总结提升，继续秉持流量质量两手抓的理念，不断创新宣传形式，探索文化传播的新路径，为推动山东优秀传统文化的繁荣与发展贡献更多力量。

(文旅新闻事业中心 鲁南融媒中心)

## 九省同屏赏月 我们尝试了又一个“第一次”

“海上生明月，天涯共此时”，今年中秋节，这一诗句以具象的形式展现在我们眼前。就在这一天，由大众新闻、齐鲁晚报·齐鲁壹点联合沿黄九省发起的联动直播“天涯共此时——沿黄九省(区)联动直播 共赏一轮团圆月”正式播出，从黄河源头到入海口，跨越九省区，流经5000公里，我们又尝试了一个“第一次”。

### 抓住闪现的念头

准备这样一场直播需要多久?我们的答案是11天。9月6日，在思考中秋策划的时候，一个念头产生了——能不能联系沿黄河九省(区)媒体，从山东开始看月亮升起，看中秋习俗，一直看到黄河源头?

当时距离中秋节只剩11天了，时间很紧张，但中秋节是重要的传统节日，9月18日又是黄河流域生态保护和高质量发展首次上升为重大国家战略五周年，两个重要节点和重要元素的叠加，让我们感到这个策划不容错过。

因此，这个闪现的念头被紧紧抓住，并且一步步变成了现实。

这是我们第一次联动这么多省份的直播，想过有困难，但没想到这么难。由于需要各媒体出主播、出摄像、出脚本，还要在中秋节这样阖家团圆的节点参与，着实需要好好协调。王光营主编调动了自己强大的朋友圈，逐一联络。这家媒体不行就换一家，这种形式

不行就换形式。经过反复的协调、沟通，最终顶端新闻、三秦都市报、山西广播电视台——“人说山西好风光”栏目、呼和浩特市融媒体中心、银川市新闻传媒中心、兰州日报社观澜新闻、红星新闻、青海交通音乐广播(FM97.2)等八家主流媒体参与到了直播当中。

济南新闻视频事业中心、泰安融媒中心、视频中心、果然视频中心的伙伴们也给了大力支持，共同把这个“第一次”干成了。

### 特别的节日

中秋节当天晚上7点，在阖家团圆的时刻，我们的直播也从百花洲畔正式开始，在近2个小时的直播里，黄河九省(区)的媒体记者带着用户夜游美景，品尝美食，感受非遗，携手展示各省(区)的中秋之美、当地之奇、人文之博，用主流媒体的视角温情呈现沿黄地区的中秋特色、文化习俗，展示黄河战略实施以来沿黄各省(区)的发展成就。直播最后在泰安收尾，表达了我们“国泰民安”的美好祝愿，我们还将“省歌”《相亲相爱》作为片尾音乐，将山东元素更多地“植入”其中。

在战略合作事业中心、双微编辑事业部、新媒体产品孵化中心伙伴的支持下，本次直播在人民日报客户端、央视频客户端、大众新闻客户端、微信视频号、抖音、微博、头条等平台同步播出，九省(区)的官方平台和官方平台账号也做了重点推荐，观看量达214.9万。



### 多多的收获

这场直播获得了大平台9月份的活动、传播力特别奖。但对我们来说，奖项只是收获的一小部分。

媒体朋友是这次直播的一大收获。通过直播前期的反复沟通，这些原本沉寂在朋友圈中的名字开始变得熟悉起来，业务上的交流，进一步拉近了双方的距离，也为今后的合作奠定了良好的基础。同时，通过对方的直播，我们看到了他们在出镜、脚本等方面的长处，值得我们好好学习。

更重要的，这次直播是一次新的尝试，

也是对直播团队的再一次磨合与锻炼。济南和泰安两地的伙伴假期里一次次去直播点位踩点，精心准备脚本，设计路线，只为有更好的呈现，给我们很多感动。壹点内容中心的多位年轻编辑对联动直播的模式也越来越熟悉，主持词写作、现场调度、片头片尾制作愈发得心应手，与视频中心、导播团队的配合也更加默契。

从今以后，面对大型直播，我们有了更多底气。因为我们可以自信地说九省(区)的联动直播，24小时的联动直播咱都干过了!

(齐鲁壹点内容中心 刘雅菲)

### 精心筹备 漫长追寻

## 新中国同龄人口述变迁与发展

2024年是中华人民共和国成立75周年，为展现新中国成立75年来的发展历程，果然视频新闻中心特别推出“新中国同龄人口述史”系列报道。对话共和国同龄人，聆听他们的经历，感受他们的喜怒哀乐，触摸历史的脉搏。

开拍之前，果然视频新闻中心提前布局，深入调研，广泛搜集资料，反复讨论与论证。选题策划上，部门历经多次头脑风暴和推演；筛选人物上，追求人与国家大事的契合；创意亮点上，创新拍摄方法和镜头表达，以AI技术赋能新闻报道。最终从政策、援边、教育、体育、艺术等领域中，最终敲定了8位共和国同龄人，以他们的人生展现祖国的变化。

拍摄历时3个多月，团队秉持真实记录的原则，深入讲述者的生活、工作场景，用镜头捕捉他们最真实、最自然的情感流露。无论是回忆往昔的深情与感慨，还是对当下生活的满足与自

豪……这些共情画面既让用户感受到了讲述者的情感世界，也让用户在情感上产生了强烈的共鸣。

后期制作阶段，团队对拍摄素材进行了精心挑选，对每一帧画面做细致的打磨，并通过巧妙的剪辑将故事串联成完整的叙事链条。让用户能够清晰地感受到新中国成立以来各个历史时期的变迁与发展。

在本组纪录片中，果然视频用采访+AI的方式呈现重大主题报道，也是一次新的尝试。团队克服了技术上的挑战，确保AI生成的图像和声音与原始素材的无缝衔接，成功避免了AI软件的算法偏见等问题。除了在画面中添加AI元素，在智能配音、字幕生成等方面，也运用了AI智能技术，通过不断地磨合、尝试，总结出一套适合新闻纪录片的制作方法，为后续提高新闻纪录片的生产效率打下坚实的基础。

经过无数次的修改与完善，最终，一部承载着团队心血的8集纪录片于9月30日刊发，并同步发布了文字和海报内容。

“新中国同龄人口述史”系列报道一经推出，即被今日头条、网易、百度等多个平台转载，并在微博上形成了讨论话题。九宫格海报也在朋友圈广泛传播。

复盘整个报道过程，对团队不仅是一次专业实践，更是一场深刻的教育。通过这组纪录片的采编制作，部门提升了专业技能和素养，增强团队协作能力和责任感。未来，果然视频新闻中心将继续坚持正确的政治方向和舆论导向，创新报道理念，丰富报道形式，加强团队协作和人才培养，强化内容质量和深度，拓展传播渠道和平台，努力推动重大主题报道不断迈上新的台阶。

(果然视频新闻中心 李岩松)

