



融媒“合唱” 移动吸睛

《黑龙江日报》新媒体矩阵聚焦2018全国两会

□本报记者 王巍

黑龙江日报客户端： 一端在手 两会尽知

黑龙江日报客户端提前策划、布置两会报道，及时在首页首屏推出“2018全国两会 | 黑龙江日报融媒专题报道”，全面、准确、及时报道会议内容。在两会开幕会、部长通道、代表通道、委员通道开启等重要节点，第一时间推出图文及视频直播。人大开幕会后，及时准确地推出对《政府工作报告》的解读式报道80余篇。值得一提的是，黑龙江日报客户端首次携手人民日报党媒平台、人民网直播十三届全国人大一次会议开幕会。截至3月7日，黑龙江日报客户端已发布两会相关内容稿件两千篇，点击量超过600万人次。

黑龙江日报客户端记者走上北京街头与市民畅谈两会的民生期盼，邀请代表委员做客《黑龙江日报》两会全媒体新闻中心接受专访，前方报道团队与后方编辑团队联动配合，运用H5、Flash、互动游戏、动画、VR、秒拍等数字技术，用文字、视频、声音、图表等多种表现形式，生动全面地呈现大会盛况。



黑龙江新闻网： 权威资讯网上阅

黑龙江新闻网在报道中力求全面细致，两会专题对会议议程、政府工作报告、记者会等进行权威的集纳式报道；对代表委员关心的事进行立体呈现；对百姓关注的热点话题内容进行图文详解；对《政府工作报告》进行要点清晰、亮点呈现式解读；对代表委员履职尽责、参政议政进行全方位呈现。



《新时代的幸福快车》采用逐帧动画，讲述政府工作报告中你我他的生活。一系列幸福快车从人民大会堂驶出，民生红包沿途“弹出”。新颖的形式让读者参与感极强，报告内容一目了然。

互动H5《十三届全国人大一次会议开幕》中，新颖的“打字机”让读者参与其中，快速了解两会动态新闻和会议议程。传统打字设备与现代技术的融合反差看点十足。

两会承载亿万期待，小龙就是每个你我。《全国两会这样影响“小龙”生活》则是以“小龙”为主人公，以新颖的翻页形式展现老百姓最关心的环保、通信、教育、医疗、反腐等话题，以小切口讲述大民生。

H5《两会民生大餐已上桌，请享用》，将政府工作报告中涉及民生内容精准提炼，摆上百姓“饭桌”。并以人物对话的形式讲述出来，让读者轻松获得两会热点，了解自己关注话题。

融媒产品《我与人民大会堂合个影》制作精美、款式新颖，网友上传照片就仿佛置身于人民大会堂，朋友圈轻松分享属于自己的“两会时光”。24小时点击量突破30万人次。

H5《政府工作报告中的“四个十”》梳理了政府工作报告中的重点内容，“十大发展数据”、“十大改革关键词”、“十大民生礼包”、“十大金句”通俗易懂，方便网友记忆。

《跟着AI小龙看两会》采用最新的AI技术，通过主持人与AI机器人小龙的对话将黑龙江日报报业集团两会融媒报道情况和盘托出，令人眼前一亮。

《两会你最关心啥？党报君帮您带到北京》中列举出18个两会热点，网友选择自己关心的两会话题后可一键提交，交互性十足。

《测测你的两会Style》通过一问一答的形式，对网友的两会知识做出风趣幽默的点评，提升了产品的互动性。

《漫画两会民生礼包》形象生动地展现政府工作报告中百姓关心关注的民生话题。产品运用动画技术，采用逐帧动画使手绘漫画得以生动展现。运用20页的动画彩页，通过两端微同步推送，使传播更加迅速和广泛。

2018

全国两会

端媒！

看这里！



本版制图杨廷

双微： 热点话题引关注

黑龙江日报官方微博设置热点话题#2018全国两会#，及时速递《黑龙江代表团抵京 成为首批抵京的京外代表》、《黑龙江日报全国两会北京全媒体新闻中心“开张”》、《出席十三届全国人大一次会议我省代表团召开全体会议》、《我省全国政协委员讨论常委会工作报告和提案工作情况报告》、《我省全国政协委员热议创新驱动助力高质量增长》等内容，发出两会龙江声音。发布的《全国政协十三届一次会议议程》、《十三届全国人大一次会议举行预备会议》、《从两会看民生获得感：新图景，书写美好生活新希望》、《刚刚，总理政府工作报告上又出现了二维码》、《最全！2018政府工作报告一图全看懂》等两会热点内容引发关注，粉丝还亲切地发送“围观”、“中国赞”、“给力”等表情作出回应。连日来，黑龙江日报官方微博两会相关话题阅读量超过3209万人次。

黑龙江日报、龙江高端阅读、黑龙江新闻网微信公众号侧重两会新闻整合。图、文、视相结合，3个微信公号每天5次推送两会相关新闻，利用平台流量及时发出两会声音、龙江声音。百余篇微信公众号文章阅读量达530万人次。

融媒产品： 指尖上精彩无限

两会启幕以来，《黑龙江日报》融媒报道团队充分发挥融合传播优势，利用AI、VR、H5、动画、秒拍、漫画等手段，充分发挥网、端、微多渠道优势，打造出一批“现象级”融媒产品，全方位、立体式呈现2018全国两会盛况。截至3月7日，黑龙江日报融媒团队高密度推出数十款创意融媒产品，新颖的表现形式迅速成为朋友圈的“爆款”，总点击量突破2700万。

