



# 融合传播六大策略——强策划

盐阜大众报发时代先声、立改革潮头，加强高水平的选题策划和议题设置，依托“策、采、编、发、营、馈、存”七大采编流程，打通内容生产、流程衔接与多元传播的“任督二脉”，实现“一次采集、复合生成、全媒共享、多端发布”，争当优质内容的生产者、洞察时代的瞭望者、主流舆论的引领者。



每逢重要任务、重大活动、重要节点等，盐阜大众报通过高效的“众媒云策划流程”，进行有创意的策划，做出有价值的新闻，发出有见解的声音，不断扩大舆论影响力。右图为“开往春天的长三角快车”融媒体宣传责任表，对盐城（上海）长三角高质量发展合作恳谈会的会前、会中、会后宣传周密策划和部署，做到报道角度丰富多元、报道形式融合多样、报道效果出彩。

# 盐城（上海）长三角高质量发展合作恳谈会

## “开往春天的长三角快车”融媒体宣传责任表

序号	报道任务	责任部门	报道要求	发稿时间	发布平台
1	盐城在全国两会期间接待上海、深圳代表长三角重要创新成果汇报	严经融媒中心	1篇消息+1篇通稿	3月22日	《盐阜大众报》、报刊新媒体、3版刊发采访实录、1版同题采访，我言客语、“盐城观察”微信公众号、盐城晚报同步发布；向学习强国、新华社客户端、人民日报客户端推送。
2	2023盐城（上海）跨国公司总部交流会	市委统一战线工作部	1篇活动报道：1篇深度报道（盐城与跨国公司合作情况，招商引资重点项目等）。系列报道第三篇	3月24日	深度报道刊例在各条栏刊发，配图片；发言嘉宾、登瀛观察”微信公众号同步发布；向学习强国、人民日报客户端推送。
3	羊浦达书记拜见访活动	市委统一战线工作部	1篇活动报道	3月25日	《盐阜大众报》、学习强国
4	蒋�新副市长拜见访活动	市委统一战线工作部	1篇活动报道	3月25日	《盐阜大众报》、学习强国
5	康鹤副书记拜见访活动	市委统一战线工作部	1篇活动报道	3月25日	《盐阜大众报》、学习强国
6	整个拜见访活动的深度报道	市委统一战线工作部	深度内部新闻营环境打造。系列报道第四篇	3月下旬	深度报道刊例在各条栏刊发，配图片；发言嘉宾、登瀛观察”微信公众号同步发布；向学习强国、人民日报客户端推送。
7	盐城（上海）长三角高质量发展合作恳谈会	市委统一战线工作部 重点难点问题协调组 视宣部	市委统一战线工作部组，重点难点问题协调组、新闻宣传组、客座观察员、系列报道第二篇章	3月24日发稿	活动报道刊例在各条栏刊发；向学习强国、新华社客户端、人民日报客户端推送。
8	新闻通稿和图片	市委统一战线工作部	整个活动的新闻通稿及照片（包含与会嘉宾采访采访）	3月24日	向市外媒体机构
9	综述	市委统一战线工作部	麻新伟“开往春天的长三角快车”系列深度之“X”	3月26日	《盐阜大众报》、报刊新媒体、深度观察”、“盐城观察”微信公众号、盐城晚报同步发布；向学习强国、新华社客户端、人民日报客户端推送。
10	画刊	视宣部	整体活动扫描	3月26日	《盐阜大众报》、报刊新媒体、深度观察”、“盐城观察”微信公众号、盐城晚报同步发布。
11	客户服务组	严经融媒中心 数字融媒中心	集式会议纪要	3月25日	我言客语
12	2—4张海报	数字融媒中心	包括座谈会海报（附贵宾客户海报相关二维码）等	3月25日起	我言客语 “登瀛观察”微信公众号
13	H5作品	数字融媒中心	整体活动展示	3月27日	我言客语 “盐城观察”微信公众号
14	九宫格	数字融媒中心	横向海报、活动扫描、深度海报、中屏海报专题二维码	所有海报推出后	我言客语 “登瀛观察”微信公众号
15	外宣高地	数字融媒中心	集锦海报在市外媒体推送	3月28日	我言客语 “盐城观察”微信公众号

备注：以上是指“盐城发布”选择性即时刊发；会后将对深度报道增加标题：“开往春天的长三角快车”系深度之“X”



“学报告 走基层 看行动”大型采访策划



2022年11月起，盐阜大众报开展“学报告走基层 看行动”大型主题采访行动，将党的二十大报告提出的重要论述，在盐阜大地找到鲜活注脚，以“报告原文+盐城行动+现场新闻+专家点评”形式呈现，阅读量创多个“百万+”。

“众媒云”圆桌会·2023盐城两会特别报道策划



2023盐城两会期间，策划推出“众媒云”圆桌会·2023盐城两会特别报道，将公众的高关注度和两会的高话题度相结合，以“零距离”贴近政府或百姓与两会。



民之所望，政之所向。盐阜大众报聚焦住房保障这一民生工作的重中之重，时刻关注政策动态。2023年4月3日，刊发报道我市全力推进保障性安居工程建设，持续改善群众居住条件。据公积金部门透露，从今年起公积金可用于购买商品