

守正创新，新华社两会报道“融”有力

“爆款!爆款!”



1.74亿

“新华视点”微博推出融媒体报道《习近平的两会时间》在内蒙古团，习近平又强调了这个问题每个人的重要问题》。报道发布后全网置顶，总浏览量突破1.74亿



1.05亿

两会前夕，新华网推出两会预热创意短视频《一路前行》，深入诠释不同社会群体向前奔跑的目的、方式、意义、姿态和力量。全网总浏览量达1.05亿



1.37亿

新华社音视频部和新华网联合推出短视频《70年，我一直在见证》，带着受众回顾全国两会发展的历史脚步。全网总浏览量突破1.37亿



1.15亿

新华网媒体创意工场通过精选政府工作报告中的关键目标数据，在MR智能演播厅屏幕中还原，推出《全息交互看报告》。全网总浏览量达1.15亿



1.5亿

新华社“媒体大脑”对政府工作报告进行大数据分析，推出解读视频《一杯茶的工夫读完6年政府工作报告，AI看出了啥奥妙》。全网总浏览量达1.5亿



1.3亿

新华社新青年工作室推出融媒体报道《这个快递小哥把自己“寄”到了人民大会堂》，聚焦快递小哥、全国人大代表柴闪闪。全网总浏览量达1.3亿



2.17亿

3月7日，新华社播发融媒体报道《“萌”神代表记——全国人大代表赵会杰和小庙子村的新故事》。全网总浏览量达2.17亿



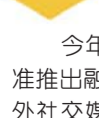
1.02亿

外商投资法草案是今年两会的一个热点话题。“新华视点”微博推出动漫解读视频《3分钟带你看懂外商投资法草案》，全网总浏览量达1.02亿



1亿

今年两会上，最高人民法院新闻局和新华社新媒体中心联合制作了三维动画产品对最高法院工作报告进行解读。全网总浏览量突破1亿



1.71亿

今年两会，新华社针对海外受众精准推出融媒体报道，创新传播方式，在海外社交媒体平台推出《听美国小哥给你说说中国民主制度》短视频等多种融媒体产品，总浏览量达1.71亿

鲜活的视频，精彩的图片，一目了然的图表，总书记的金句……新华社国内融媒体产品《在内蒙古团，习近平又强调了这个问题每个人的重要问题》发布后迅速被全网置顶，总浏览量很快过亿。

全国两会开幕以来，像这样浏览量过亿的现象级“爆款”融媒体产品，新华社已有十多款。“融”起来的报道广受读者欢迎，是新华社贯彻落实习近平总书记要求，把两会报道作为媒体融合练兵场取得的成果。

思想是行动的先导。新华社部署、筹备2019年两会报道突出思想指引，首先要求学深悟透习近平总书记关于推动媒体融合向纵深发展的思想，切实体现守正为本、融合为先、创新为魂、践行“四力”，通过理念、内容、形式、方法、手段等创新，系统运用新技术、新机制、新模式，让融媒体报道有突破性进展。

凡事预则立。由于谋划在先、准备充分，一进入两会时间，新华社就从容“端出”色香味俱全的融媒“大餐”，充分满足新媒体时代受众对新闻信息的需求，引来万千网友“刷屏”。

融有“道”

两会期间，习近平总书记参加团组审议讨论、发表重要讲话最受瞩目。为满足各类媒体移动传播的信息需求，新华社不仅采写播发消息、特写、侧记、反响、评论，还在“习近平的两会时间”“第1视点”“学习进行时”“公开课”“习近平的足迹”等专栏推出一批融媒体报道——《在内蒙古团，习近平又强调了这个问题每个人的重要问题》《第1视点|习近平：实现乡村全面振兴》《与总书记面对面 再接再厉图振兴》《在河南团，总书记讲了一件要事》《九图速览习近平参加河南代表团审议讲话金句》《习近平的两会时间|在福建团，总书记讲话的三个关键词，你get到了吗？》……一个个融媒体报道主题鲜明、角度新颖、生动贴近、亲和力强，广受欢迎，让习总书记的重要讲话精神直抵人心。

“在内蒙古东部辽阔的大地上，有一个小村落……”伴随着轻快悦耳的音乐，新华社新媒体中心“文字+图片+微视频”融媒体报道——《“萌”神代表记——全国人大代表赵会杰和小庙子村的新故事》在手机屏幕上徐徐展开。

这个融媒体报道，生动阐释了习近平总书记在参加内蒙古代表团审议时，就保持加强生态文明建设战略定力、守护好祖国亮丽风景线发表的重要论述、提出的实践要求。文字叙述轻快诙谐又不失深度广度，大量原汁原味的直接引语让人倍感亲切；微视频融合了手绘动画、3D建模和现实拍摄，抓住网民的眼球。

好报道从来不缺受众。《“萌”神代表记》，浏览量突破2亿！

新华社关于习近平总书记“两会时间”等融媒体报道，将人工智能全面运用到新闻采集、生产、分发、接收、反馈等各个环节，打通“报、网、端、微、屏”各种资源，形成矩阵合力，全面增强了传播力、引导力、影响力、公信力。

贯彻习近平总书记重要讲话精神，适应舆论生态、媒体格局、传播方式的深刻变化，新华社主动作为，自觉把两会报道作为增强“融”本领的练兵场，以精心组织习近平总书记重要讲话和重要报道为引领，着力内容创新、技术创新、形式创新、传播创新，通过鲜活、生动、丰富的融合报道，借助移动传播，让两会精神走到百姓中、“融”到网民中，入脑入心。

融有“器”

“工欲善其事，必先利其器。”

AI合成女主播上岗、媒体创意工场开工、媒体大脑“创作”、智能AR眼镜“出镜”、“小思”机器人上场……新华社一款款“现象级”融媒体产品次第推出，背后是技术创新的强大支撑，十八般武艺轮番登场，报道“利器”尽锐出战。

3月3日，两会拉开序幕，新华社全球首位AI合成女主播“新小萌”一上岗就赚足了眼球，不仅观众抢先看，美英俄印等国媒体都争先报道。

形象逼真的“新小萌”为两会报道带来全新收看体验。3月3日，“全国政协十三届二次会议在京开幕”报道由“新小萌”播报，当天浏览量迅速突破百万。

抢占移动传播阵地，为了创新解读和传播《政府工作报告》，各大媒体纷纷使出“看家本领”，拼技术、拼创意。

3月5日晚黄金时间，新华网媒体创意工场给受众献上创意短视频《全息交互看报告》，利用融媒体前沿技术，将政府工作报告内容情景化，总理工作报告的原声、直观字幕、鲜活画面三位一体，短短2分半钟，将百姓生活、城乡风貌、经济发展等场景与报告内容有机结合，可视、可感、好看，满满的科技感，让网民获得沉浸式体验，迅速了解政府工作报告的核心要点，全网总浏览量超过1.15亿。

重磅“黑科技”让人耳目一新，小“黑科技”也亲切吸睛。

这两天，一篇《又见直播“利器”！》新华社记者又添“智慧眼”刷屏朋友圈。

原来，这是新华社新媒体中心推出的“智能AR直播眼镜”引起了“围观”。网友评价说，“智慧眼”既让记者“长了眼”，又让受众“开了眼”：身临其境“走进”人民大会堂，拉近和两会的距离。

继“智慧眼”上线后，新华社“全能耳”——智能录音笔也新鲜出笼，不仅能录音，速记、同声传译、对话翻译也是它的绝活。前方记者的采访文字，还能通过它实时分享给后方编辑。

两会融媒体报道全面开花，是新华社打造智能化编辑部“正在进行时”，是国家通讯社基础技术的升级换代。

3月10日，实现了5G手机全链条直播；3月



融

① 融媒体报道《在内蒙古团，习近平又强调了这个问题每个人的重要问题》视频截图。

② 3月3日，新华社记者两会报道中使用智能录音笔。

③ 新华社“媒体大脑”推出的政府工作报告解读视频。

④ 3月8日，新华社记者在“部长通道”使用智能AR直播眼镜。

⑤ 新华社在两会报道中使用的5G设备。

⑥ 新华社AI合成女主播在播报两会新闻。

⑦ 新华社AI合成女主播在播报两会新闻。

2019年政府工作报告数据解读



十三届全国人大二次会议准备就绪 京外代表团全部抵京

参加此次会议的京外代表团已全部抵京

12日，实现5G+VR实时直播，新华社开启了两会报道5G模式。“零”延时，画面更清晰，带给受众更舒适、更有代入感的体验。“原来记者上传个视频得10分钟，用上5G之后可能用不到1分钟。”新华社通信技术局两会报道技术保障人员谭水说。

融有“为”

媒体融合，变的是手段、技术、媒介，不变的是“内容为王”。

早在两会前夕，新华网就先声夺人，推出两会预热创意短视频《一路前行》。

“有创意、有内涵、有品质！”“制作精良、节奏明快、基调高昂！”受众纷纷点赞，各大央媒和主要商业网站重点采用展示。

《一路前行》胜在内容创新。它以两会为背景，从“我们为什么总是选择向前”这样的哲学命题切入，通过一帧帧充满力量感的画面和精练的解说，层层递进，深入诠释不同社会群体向前奔跑的目的、方式、姿态和力量，生动彰显了新时代一个国家奔跑追梦的动力、活力与凝聚力。

3月3日，新华社音视频部和新华网联合推出的短视频《70年，我一直在见证》，又是一部内容创新、创意十足的融媒体力作，巧妙地将全国两会与中华人民共和国的成长融合起来：新华社记者拍摄新中国成立的庄严时刻、新中国第一部宪法诞生的伟大时刻……一张张老照片，一个个老镜头，雄辩地讲述着中华民族在中国共产党的领导下，从站起来、富起来到强起来的伟大历程，撞击着受众的心灵，说服力就在“眼前”，受众由衷点赞寄语：“新中国走过了平凡但也不平凡的70年，未来也会更加耀眼！加油中国！”

3月4日，新华社新青年工作室作品《这个快递小哥把自己“寄”到了人民大会堂》一经推出，全网总浏览量迅速破亿。

快递小哥柴闪闪作为来自基层的全国人大代

融有“效”

3月3日，新华网两会RAP歌曲《Two sessions: To the world From China(两会：这个三月，聆听中国)》一上线，就受到海外青年群体的欢迎。

歌曲将嘻哈、电子音乐等时下新潮的音乐风格集纳在一首不到五分钟的说唱歌曲之中。形式创新让严肃的时政报道变得更加亲切，用“说唱音乐”报道两会，“点燃”了海外受众关注中国两会的热情，浏览量达到1000万。

如何抓住海外受众的“胃”，让报道更“有味”，新华社一直在努力。

今年两会，新华社请来美国小哥讲故事，在海外社交媒体平台推出短视频《听美国小哥给你说说中国民主制度》。

短视频以美国小哥出境报道的方式，见人见事，举例生动，让受众跟着美国小哥的脚步和视线看到了中国民主的真实与成功，很有说服力。

媒体融合，意味着新闻报道不是单一维度的创新，而是集内容、形式、技术、传播方式等创新于一身的多维综合创新。“美国小哥”短视频选取脸书、推特、优兔等海外社交平台“精准”推送，截至3月10日，脸书平台的浏览量就近千万，互动超过34万。

点开新华网首页两会融媒体专题，一个名叫“小思”的机器人立刻蹦了出来，憨态可掬地“悬浮”在右下方，时刻等待着读者的点击提问。

“两会为什么每年3月开？”“政协为什么提前两天开？”……这些容易被忽视的两会基本常

识，“小思”都能给您简明扼要地娓娓道来，萌萌的声音，颇具感染力。

原来时政报道也可以这样做！有媒体同行“恍然大悟”。

这款“全国两会思客问答”融媒体产品，创新了时政报道形式，主动交互吸引受众注意力，提升了受众对两会报道的新鲜感。截至12日，访问量已达2000万。

3月8日，互动式H5《划重点！五分钟读透人大报告》，动漫短片《3分钟带你看懂外商投资法草案》，12日三维动画解读最高法工作报告，13日微视频《人民的殿堂》，也因创意满满、体验性强、形象生动，都取得“刷屏”之效。

这次两会报道，新华社推进融合报道，不仅收获了产品之“融”的成功，也收获了机制之“融”的合力。各部门既通力合作又各显所长，各种形态终端媒体各展其能，高度相融，让两会报道传播效果最大化和最优化。

新华网在首页最上端推出“奋力奔跑·同心追梦”2019全国两会大型融媒体专题，系统整合新华网各个入口，全面融合展示新华社两会报道，活泼生动直观，受众爱看，截至3月12日浏览量已超2.2亿。

新华社每日电讯在两会期间“扩版”一倍，推出两会特刊，除了把新华社传统重点产品可视化创新包装，图文并茂呈现外，还把新华社丰富的融媒体精品集纳成专版，通过图文混编、二维码链接，形式新颖地呈现给读者，让发行量一百多万份的纸媒也成为融媒体一个重要接口，广受读者好评：“今年两会的两会报道活了起来。”

推进媒体融合，海纳百川，有“融”乃大。参加两会报道的新华社采编人员还在日夜奋战，又一批精彩的融媒体产品，正在路上。

（执笔：本报记者谢锐佳
参与采写：本报记者李洪磊 顾元文豪、王若辰、张典标、陈琰译）