

宣传信息专报

第 11 期

中共青岛市委宣传部

2023 年 12 月 20 日

〔工作动态〕

青岛日报社在中国记协新闻道德委员会专题评议会上作经验发言

〔经验交流〕

青岛市突出“四个创新”赋能产业发展 以手造打造文化“两创”新模式

城阳区优化产品供给 加快文旅融合 激发文旅消费新活力

胶州市优化宣传力 提升执行力 构建高质量宣传赋能高质量发展新格局

平度市三路径打造“AI 平度@”城市品牌 助推经济社会高质量发展

〔工作动态〕

青岛日报社在中国记协新闻道德委员会 专题评议会上作经验发言

12月7日，中国记协新闻道德委员会在京召开“全媒体时代如何做好舆论监督”专题评议会。人民日报、新华社、中央广播电视总台、农民日报、经济参考报、青岛日报等媒体相关负责人和编辑记者代表参会并交流发言，中国记协新闻道德委员会委员参会评议。中国记协党组书记、副主席刘思扬出席会议并讲话。

会上，青岛日报作为唯一的地方媒体代表作经验发言，围绕青岛日报2022年获得中国新闻奖的监督报道《钢渣厂原址“沉渣又泛起”》，介绍了青岛日报常态化、多形态的舆论监督体系和制度保障，分析了舆论监督报道存在的困难问题，并就全媒体时代如何进一步做好舆论监督报道交流心得体会。

青岛日报于2019年组建舆论监督部，记者们以“邱正”之名，开启常态化舆论监督，有效把控舆论监督的“时、度、效”，持续聚焦营商环境、百姓办事难和城市治理中的难点、堵点问题，推出500多篇针砭时弊、激浊扬清的监督报道。从2020年以来，有4篇报道获得中国新闻奖，其中3篇是舆论监督类作品。为推动舆论监督解决问题，我市建立舆论监督报道整改反馈机制，将部门反馈、整改纳入考核，构建“曝光—反馈—整改”舆论监督

闭环机制，保证监督报道“落地有声”。

评议会上，中国记协新闻道德委员会委员肯定了青岛日报在全媒体时代开展舆论监督取得的成绩。中国科协宣传文化部副部长、中国记协新闻道德委员会委员宋玉荣认为，青岛日报在舆论监督报道上不仅有质也有量，在成熟的常态化舆论监督体系和制度保障下，实现了舆论监督报道数量上的稳步提升。中日友好医院党委书记、中国记协新闻道德委员会委员宋树立认为，青岛日报聚焦小切口，反映民生问题，克服阻力和干扰，推动问题有效解决，有小而准的特点。

刘思扬在总结讲话中提出，青岛日报在舆论监督工作上的经验值得借鉴。《钢渣厂原址“沉渣又泛起”》是通过记者有理有据的采访、媒体工作机制的支持、当地政府的制度保障，推动了环保措施落地见效，充分体现了舆论监督之力、推动工作之效。

〔经验交流〕

青岛市突出“四个创新” 赋能产业发展 以手造打造文化“两创”新模式

青岛市以落实“山东手造”工程为抓手，倾力打造“山东手造 青岛有礼”文化品牌，推动手造产业规模化、品牌化，实现文化“两创”新发展。

突出机制创新，统筹手造融入大局一体谋划。秉持“统筹推进、整体落实”理念，将手造工程纳入艺术城市建设、宣传文化攻坚行动、文化旅游高质量发展大盘子一体谋划、一并落实。制定出台手造工程实施方案，部署八个方面重点任务，建立清单化台账，构建上下联动、部门协同的工作推进机制，形成“主音调引领、多音部联动”工作格局。在胶州路108号新建市级手造展示体验中心，将手造工作融入城市更新和城市建设等重点工作，通过手造产业发展、手造成果展示，赋能历史文化城区更新提升。

突出品牌创新，推动手造驶入特色化赛道。实施手造文化品牌化发展。将“山东手造 青岛有礼”作为推动工作的鲜明标识和基本抓手，在全社会征集标识和宣传口号，开展一系列征集遴选、创意设计活动。打造品牌矩阵，建立麦草画等市级以上非遗名录207个、即墨花边等老字号企业名录22个，评选胶州黑陶等青岛名品录10个、西海岸新区泊里镇张家庄村等手造乡土名村20个。推动手造宣传互动式发展。在“学习强国”刊发专栏报道200余篇，在主流媒体策划推出“手造大咖说”等专访70余期、手造相关话题超过2万条，实现手造工作与主题宣传相互赋能。引导手造品牌走出去发展。借助外事活动加强手造推广，习近平总书记会见刚果金总统时，城阳面塑作为中国特色文化作品进行展示；山东在欧洲开展“孔子家乡 好客山东”文旅推广活动时，元开制香、万里江绿茶被重点推荐，莱西木偶作为非遗项目参展表演。

突出产业创新，构建手造发展平台支撑。筑牢手造产业发展“政策支撑”。印发《青岛市扶持手造产业发展若干措施（试行）》，出台 15 条含金量足、针对性强的政策措施，每年安排专项扶持资金不少于 100 万元，夯实手造产业发展的政策支撑。强化手造产业推进“数字赋能”。全面梳理手造资源，设计推出全市手造产业地图，服务手造企业 176 家。打造手造产业数字化融媒体服务平台，打通上中下游全链条资源，线上服务企业 145 个，上线手造产品 1400 余件，年度最大订单金额超过 100 万，获评国家新闻出版署媒体融合创新案例奖。实施“手造+”平台战略。在全省率先制定手造特色街区建设标准，在即墨古城、鲁邦国际风情街开展改革试点，助力手造发展与商业特色街区建设有机结合。推出 4 条非遗旅游主题线路、6 条手造主题研学线路，促成手工业协会与 6 家 A 级景区签订合作协议，推动手造与旅游融合发展。

突出活动创新，集聚手造发展多元动能。让手造“融”起来。策划举办青岛第二届手造节暨胶东五市手造交流展示活动，110 个手造展位、600 余名手造匠人和技艺大师现场展示手造技艺。配套举办胶东经济圈创艺大赛等 20 余项活动，强化胶东五市手造产业互动交流。让手造“专”起来。举办“文化和自然遗产日”主题活动，推动 8 项非遗项目传承人与高校签订产学研合作协议，促进手造产品开发和成果转化。举办青岛市首期手造行业首席质量官、首席品牌官任职培训活动，夯实手造发展人才基础。举办全国首届编织艺术展，彰显青岛手造编织行业引领力。让手造“热”

起来。策划大型手造活动百余场，手造关注度持续上升。先后举办两届手造创艺大赛，1000多名手造艺人参与，收集手造作品4000余件。发挥基层主动性，在各类购物节、文化节等节会现场和商超、景区等广泛举办手造市集。推动手造活动进社区，举办“非遗在社区”活动100余场，推动手造走入寻常百姓家。

城阳区优化产品供给 加快文旅融合 激发文旅消费新活力

城阳区深入挖掘资源禀赋，在文旅融合、品牌打造、产品供给、提升服务等方面持续发力、抢占先机，不断推动文旅产业高质量发展。

盘活用好资源，努力确保文旅融合有支撑、可持续。将文旅资源的开发使用作为促进文旅消费基础工作，盘活大剧院、机场等存量资源，引进落地开心麻花剧院，形成胶东半岛观剧消费新热点；对闲置机场进行平台化运营，打造航站楼影娱项目，引入《流浪地球2》等影视拍摄剧组20多个，常态化举办机场音乐节，实现热度飙升。挖掘非物质文化遗产，举办青岛市首届非遗文化节，组织开展非遗市集、露天观影、非遗盛宴、人文摄影展等10项特色活动，吸引游客12万；建立“山东手造”城阳项目库，聚力打造“山东手造·青岛有礼·美得城阳”手造品牌。发挥山水资源优势，建设毛公山景区，大力发展红色旅游，带动青峰社区居

民户年均增收 3 万元、集体年增收 300 余万元，并上榜山东省 100 个“我喜爱的乡村振兴齐鲁样板”案例。

营造消费场景，加快培育文旅消费新风尚、新热点。瞄准消费新需求，营造运动场景，整合体育运动公园、球类场地等资源，策划推出体育旅游精品线路；依托全省首座五万座足球场——青岛青春足球场承办体育赛事，全面带动餐饮、商超、住宿、旅游等迅速发展。打造数字场景，与国内头部互联网平台合作，精准推介文旅产品，利用现代数字技术建立区博物馆“云端展厅”，打造“只此敦煌”“极目楚天舒”等数字文化盛宴。以“高铁文化”为内涵打造的城阳城市超级 IP《动车侠·未来高铁城》，在央视等电视媒体及各大主流视频平台播出，登顶全国全天全时段收视第一。优化街区场景，以鲁邦国际风情街获评第二批山东省旅游休闲街区为契机，不断完善文旅休闲配套设施；打造全国首个以《山海经》为主题的特色文旅街区“青岛明月·山海间”不夜城，日均吸引游客 2 万余人，进一步擦亮“潮生活·夜城阳”城市消费品牌。

强化配套服务，全面提升文旅消费体验感、美誉度。围绕让游客“愿意来、留得住、购得欢、玩得好”，用好特色饮食文化，依托杠六九西红柿、胶州湾蛤蜊等特色农产品，发挥日韩企业多、游客多、店面多等优势，打造地标美食品牌，吸引更多游客品尝游玩。拓展多元消费场景，分类打造万象汇、丽达青岛国货等商圈和商业综合体，升级改造网红“夜市”，举办日韩进口商品博览会，为群众提供货真价实、物美价廉的消费品。办好特色精彩

节会，邀请高水平团队策划，举办红岛蛤蜊节、青岛手造节、韩国料理美食节、“花海夜·啤酒潮”等“潮”系列网红节会活动，不断满足群众个性化节日消费需求。

胶州市优化宣传力 提升执行力 构建高质量宣传赋能高质量发展新格局

胶州市充分发挥上合示范区、青岛胶东临空经济示范区两大“国字号”平台开放优势，坚持实干实绩导向，对外树形象、展担当，对内汇共识、聚合力，为打造“一带一路”国际合作新平台贡献宣传力量、展现宣传担当。

统筹全域、纵深推进，巩固发展“大宣传”工作格局。强化“一盘棋”顶层设计。胶州市委主要负责同志顶格部署，以胶州市委名义印发《关于优化宣传力 提升执行力 推进工作落实的意见》，深化对外信息发布、对内公开报告等 8 项工作机制；各部门、各镇街主要负责同志亲自上手，落实抓业务工作和宣传引导工作“一岗双责”机制；全系统、全战线“走出去”与“请进来”相结合，深度参与选题策划、新闻发布等工作，在实践中提升宣传素养与能力。强化“全景图”一体宣介。创新“上合策源、临空支持、胶州托底、全域联动”工作打法，组建宣传推介专班、新闻宣传组，灵活调配资源开展宣推。深化信息互联、资源互通、成果共享，明确上合示范区、乡村振兴、项目建设等 40 余个常

设主题，深化全域宣传。强化“同心圆”协同联动。打通各级各部门、各媒体联络渠道，每年召开宣传思想工作联席会议、选题策划会议70余次。上海合作组织产业链供应链论坛暨2023上合国际投资贸易博览会期间，统筹“部门+镇街”组建团队，全程服务主流媒体50余家、记者200余名，联动上合组织国家海外媒体211家，刊发报道上千篇次，全网关注量超5120万次。

跨界合作、交叉赋能，以“正能量”澎湃“大流量”。树立“媒体人思维”，宣传推介平台更开放。今年以来，举办新闻发布会、媒体见面会98场，邀请主流媒体90余批次、记者900余名来胶宣传报道，在市级以上主流媒体及重要网络媒体发稿3500余篇次。央视中国之声《跟着声音去远方》栏目走进胶州，观看人数达1722.6万。秉承“合伙人理念”，双向交流渠道更畅通。将新闻媒体作为“合伙人”深入交流，作为“智库”征询建议，作为“代言人”深化宣传。2023上合组织国家媒体智库论坛、“感知魅力青岛”主题采访活动等国际性媒体交流活动相继选址上合、落地胶州，来自中国、俄罗斯、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦等上合组织国家的知名智库专家、主流媒体代表、青年代表相约上合、相聚胶州，共谋发展、共商未来。聚焦“知心人定位”，为民服务载体更多元。将融媒平台建设成为集“新闻+政务+服务”于一体的综合性公共服务平台，涵盖生活、教育、就业等11项50余个服务项目。探索融媒体中心新时代文明实践中心融合发展路径，建设新时代文明实践云平台，发布“五为”志愿服务项目

105 个，开展志愿服务活动 3.1 万次，志愿者人数达 18.4 万人。

优化服务、精准供给，充分发挥宣传工作“生产力”。建强主流舆论矩阵。深化“1+3+N”全媒体传播矩阵建设，升级改版“云上胶州”APP，实现“一屏观全域、一网知全局、一掌聚服务”，注册人数达 44 万；做大做强电视、报纸、875 广播等主流舆论平台，搭建“N”个新媒体宣传平台，发布稿件 10 万余篇次，“云上胶州”微信公众号连续进入全国县级媒体微信号月度百强榜。建优综合性媒体中心。设立上合示范区媒体中心，实现媒体接待、新闻宣传、现场直播、实时发布等综合功能，满足人员抵离、交通保障、语言翻译、餐饮服务等多元需求，为媒体提供“一站式”“拎包式”便捷服务。建实多层次网宣阵地。常态化开展“瞰上合”“胶州行”等活动，双向联络优质自媒体、网络大 V 等网宣力量，构建“线上线下、国内国际”立体化网络宣传新格局。今年 5 月，“走读中国”中外网络媒体交流活动在胶州启动，来自 18 个国家的 30 名记者从这里出发，向世界讲述“中国故事”。

平度市三路径打造“Ai 平度@**”城市品牌 助推经济社会高质量发展**

平度市聚力打造“**Ai 平度@**”城市品牌，纵深扩大青烟潍城市群会客厅和青岛辐射带动半岛一体化发展桥头堡影响力。

选优配强，聚力构建“Ai 平度@**”城市品牌工作体系。**平度

市委、市政府成立“**Ai 平度@**”城市品牌建设工作领导小组，由平度市委主要领导同志任组长，平度市委宣传部负责统筹宣传推广过程中的重要事项，围绕“**Ai 平度@**”主题，实施“1+3+N”城市品牌塑造工程，“1”即塑造城市品牌形象标识，“3”即聚焦人、事、物三条主线，全方位、多维度、立体化推进，“N”即符合“**Ai 平度@**”主题，致力平度城市品牌打造的全域性创新系列举措活动，市直各部门、各镇街共同参与，分工负责，形成统一领导、统一调度、统一策划的城市品牌宣传推广工作格局。

多元参与，耦合打造“Ai 平度@**”城市品牌宣传矩阵。**统筹全市媒体宣传资源，打造各矩阵之间互联互通机制。坚持一个声音对外，传统媒体以融媒体中心报纸、电视、广播为主，新媒体平台以“爱平度”APP为核心，“爱平度”系列账号为重点，以平度的“人·事·物”三要素为主要内容，定期精选优质“**Ai 平度@**”系列稿件广泛推送，立体化、场景化宣传平度资源优势、风土人情、特色产业、旅游文化等。组织“**Ai 平度@**网红侃评度”系列活动。面向全国、全网，吸引有影响力的网络名人，加大培养平度本土网红天团队伍力度，常态化开展网络名人平度行、市情考察、沙龙联谊等活动，以“侃评度”为主题，引导网络大V以侃评方式，讲述平度发展变化，为平度发声喝彩。创新开展“**Ai 平度@**谁不说俺家乡好”系列活动。组织开展“你听我说 **Ai 平度@**”演讲比赛、“你听我唱 **Ai 平度@**”群众文艺汇演等系列活动，创作出一批反映“平度精神”“平度故事”的优秀文艺作品等。

挖潜赋能，高效推动“AI 平度@”城市品牌产业链发展。牢固树立以城市品牌带动全域产业发展理念，坚持线上运营和线下实体相结合，围绕全市 10 条重点产业链“建链、强链、延链、稳链”行动，组织“媒”眼看平度新闻采访活动，精准推送新闻线索和素材，定期邀请主流媒体采访报道，让媒体关注平度、代言平度。作为第 37 届中国大泽山葡萄节的重要环节，“双向奔赴 AI 平度@”——媒体平度行活动在平度市大泽山镇“印象大泽”举行。新华社、中央广播电视总台等近 20 家中央及省、市媒体与平度签署倡议书。同时，充分利用抖音、快手、微信、哔哩哔哩等商业平台，推出一批符合新媒体传播需求的爆款作品，通过定向宣传、流量支持、热榜推荐，确保平度优势产业、丰富物产经常上平台、上头条、上热榜。充分发挥平台公司作用，打造专业化、集聚性品牌运营体系，加快构建现代化产业体系，将平度资源优势转化为产业优势，助力平度经济社会高质量发展。

报：省委宣传部，市委常委，市人大常委会党组书记，市政协党组书记。

送：市直宣传文化系统各单位主要负责人，各区(市)党委书记、宣传部长，市委宣传部分局级以上领导。

发：市直宣传文化系统各单位，市委市直机关工委、市委教育工委、市政府国资委宣传部，各区(市)党委宣传部，市委宣传部分机关各处室，市委讲师团。

联系人：耿海英，电话：85911016。