

Research on improving the efficiency of news publicity in the era of financial media

Jing Ma

News Center of Changqing Oilfield Company of CNPC, Xi'an, Shaanxi, 710018, China

Abstract

In the era of financial media, the profound change of the way of information communication puts forward new challenges and opportunities for the news and publicity work of state-owned enterprises. As a large state-owned energy enterprise, Changqing Oilfield, how to effectively improve the efficiency of news publicity and tell the Changqing story well under the background of financial media has become the key to promote the high-quality development of enterprises. This paper first expounds the definition and characteristics of the era of financial media, including the integration of media, diversified communication channels, personalized audience needs. Then, this paper analyzes the current situation of the development of financial media at home and abroad, as well as the current situation of financial media in Changqing Oilfield and the urgent problems to be solved. On this basis, this paper builds the melting media era speak good changqing story improve the efficiency of news propaganda strategy system, including content creation strategy, platform selection strategy, communication strategy, crisis management and public opinion monitoring, continuous learning and iteration, internationalization and cross-cultural communication, technology innovation and digital marketing, enterprise culture construction and employee motivation, social responsibility and sustainable development, etc. Finally, the implementation path and specific practices are put forward, such as constructing the financial media matrix, strengthening the content innovation, strengthening the talent training and team building, establishing the effect evaluation and feedback mechanism, etc., and the key elements and thinking of improving the efficiency of news publicity are summarized. Through in-depth study of the characteristics of the media era and the present situation of changqing oilfield news propaganda, put forward a series of targeted promotion strategy and implementation path, for changqing oilfield and more state-owned enterprises in the era of the media news propaganda work provide theoretical and practical reference, promote the development of enterprise high quality, enhance the enterprise's brand influence and social recognition.

Keywords

financial media era; Changqing oilfield; news publicity efficiency; content creation strategy; all media matrix; technology innovation; corporate culture; effect evaluation

融媒体时代讲好长庆故事提升新闻宣传效能研究

马静

中国石油天然气股份有限公司长庆油田分公司新闻中心, 中国·陕西 西安 710018

摘要

在融媒体时代, 信息传播方式的深刻变革对国有企业的新闻宣传工作提出了新的挑战与机遇。长庆油田作为国有大型能源企业, 如何在融媒体背景下有效提升新闻宣传效能, 讲好长庆故事, 成为推动企业高质量发展的关键。本文通过深入研究融媒体时代的特点与长庆油田新闻宣传的现状, 提出了一系列具有针对性的提升策略和实施路径, 旨在为长庆油田乃至更多国有企业在融媒体时代的新闻宣传工作提供理论与实践参考, 推动企业高质量发展, 增强企业的品牌影响力和社会认知度。

关键词

融媒体时代; 长庆油田; 新闻宣传效能; 内容创作策略; 全媒体矩阵; 技术创新; 企业文化; 效果评估

1 引言

在融媒体时代, 信息传播方式发生深刻变革, 国有企业作为经济社会发展的重要力量, 其新闻宣传工作面临着前所未有的机遇与挑战。长庆油田作为国有大型能源企业, 如何在融媒体背景下讲好长庆故事, 提升新闻宣传效能, 成

为推动企业高质量发展的关键课题。本文将从融媒体时代特点、国内外融媒体发展现状、长庆油田新闻宣传现状、提升策略及实施路径等方面进行深入探讨, 旨在为长庆油田乃至更多国有企业在融媒体时代的新闻宣传工作提供理论与实践参考。

2 融媒体时代的定义与特点

2.1 融媒体时代的定义

融媒体时代是指充分利用媒介载体, 将网络、报纸、电

【作者简介】马静(1988-), 女, 中国甘肃庆阳人, 本科, 助理政工师, 从事国企新闻宣传研究。

视、广播等既有共同点又存在互补性的不同媒体在人力、内容、宣传等方面的优势进行全面整合，实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”的新型媒体宣传理念的时代。

2.2 融媒体时代特点分析

传播媒介融合化：打破了传统媒体界限，实现多种媒介的深度融合。

传播渠道多元化：信息传播不再局限于传统媒体，社交媒体、短视频平台等新兴媒体迅速崛起。

受众需求个性化：受众对信息的选择更加主动且个性化。

内容形式多样化：新闻内容形式更加丰富，AR、H5、音视频等新鲜形式为受众带来全新体验。

传播结果分众化：人人都是信息传播者和接收者，媒体分众化特征明显。

技术驱动创新化：5G、大数据、人工智能等新技术的应用为融媒体发展提供强大支撑。

3 当前融媒体发展现状分析

3.1 国外融媒体发展现状分析

国外融媒体发展呈现“技术驱动、内容创新、用户触媒习惯变革、市场竞争激烈以及跨界融合加速”等特点。然而，国外融媒体也面临着信息过载、内容同质化、用户信息安全等挑战。

3.2 国内融媒体发展现状分析

国内融媒体呈现出蓬勃发展的态势。自2014年中央提出《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》以来，媒体融合正式开启，并取得显著成效。国内融媒体的主要特点在于市场规模增长、技术驱动、内容创新、渠道拓展和用户互动。

3.3 长庆油田融媒体发展现状与亟需解决问题

近年来，长庆油田以新闻编采体制机制改革为突破口，上线运行“长庆融媒体工作平台”，实现了深度融合。然而，调研发现长庆融媒体发展存在以下问题：

传统媒体受众面缩小：报纸、电视等媒体平台受众面萎缩。

内容同质化严重：各媒体平台存在大量重复或同质化内容。

互动性不足：互动机制不健全，受众参与度低。

原创内容缺乏：选题策划和原创内容用心不足。

激励机制不足：基层宣传岗位人员工作积极性不高。

技术与人才力量薄弱：融媒体技术与新闻专业人才缺乏。

4 融媒体时代讲好长庆故事提升新闻宣传效能的策略构建

4.1 内容创作策略

深度挖掘与策划：设立专项小组，深入挖掘长庆油田

历史档案、人物访谈等资源。

多媒体融合创作：制作视频栏目，拍摄纪录片、微电影、短视频。开设音频栏目，邀请老石油讲述长庆故事。

情感共鸣与价值观传递：人物聚焦，讲述代表性员工的成长故事和奉献精神。履行责任，强调长庆油田在社会责任感方面的贡献。

4.2 平台选择策略

全媒体矩阵构建：传统媒体：关注油田重大热点事件，创新报道方式。新媒体矩阵：发挥新媒体平台作用，定制化开展新闻宣传。行业平台：在石油石化能源系统发布行业动态和科技创新报道。

精准定位与差异化运营：针对“00后”年轻群体、专家学者、社会公众等不同受众，定制化发布内容。

合作与联动：跨界合作，与地方旅游、文化、教育机构合作举办活动。KOL合作，邀请行业意见领袖进行内容共创。

4.3 传播方式策略

互动传播：线上互动，举办“长庆故事征集”活动。直播互动，进行油田现场直播活动。社交媒体话题，创建并推广话题标签引导用户讨论。

个性化推荐与智能分发：数据分析，利用大数据分析用户行为，推送定制化内容。AI智能分发，利用AI算法进行新闻内容智能分发。

持续跟踪与效果评估：建立反馈机制，收集用户反馈和意见。效果评估，通过数据评估传播效果，优化宣传策略。

4.4 危机管理与舆情监控

建立危机应对机制：制定详细的危机应对预案。舆情监控与分析：利用舆情监控工具，实时监测网络信息，进行舆情分析。

4.5 持续学习与迭代

开展行业趋势研究：定期组织人员参加行业研讨会、培训班。进行效果评估与迭代优化：定期评估新闻宣传工作效果，调整宣传策略。

4.6 国际传播和跨文化交流

多语言版本内容制作：制作多语言版本的长庆新闻报道。

参与国际能源论坛与展会：积极参与国际能源论坛、石油展会等活动。

跨文化交流活动：与国外企业、能源机构共同举办文化交流活动。

4.7 技术创新与数字营销

利用AI技术提升内容创作：引入NLP技术辅助新闻撰写和编辑。

数字营销工具应用：运用SEO和SEM策略提高搜索排名和曝光率。

数据分析与用户画像构建：整合用户数据，构建用户

画像，为个性化传播提供支持。

4.8 企业文化建设与员工激励

强化企业文化培训：定期组织企业文化培训活动。

员工激励与表彰机制：设立“长庆故事传播奖”，建立员工反馈机制。

4.9 社会责任与可持续发展

社会责任项目策划与执行：组织开展社会责任项目，发布社会责任报告。

可持续发展理念传播：将可持续发展理念融入新闻宣传内容中。

5 实施路径与具体做法

5.1 构建融媒体矩阵，实现多元化传播

整合内部资源，推动渠道融合：拓宽报纸版面，视频内容引进 AI 主播，打造虚拟展馆，提高直播效果，增强互动感受代入性。

打造以员工为中心、以服务为核心的长庆油田客户端：完善内容引入、媒体入驻、内容分发、审核把关机制。

运用数据驱动，推动技术融合：实现智能媒资管理，全面赋能长庆全媒体智慧生产和智能传播。充分运用 AI 技术，对新闻宣传效果进行精准评估和优化。

5.2 强化内容创新，提升新闻宣传质量

采用故事化叙事，注重内容挖掘：深入挖掘“十个长庆”品牌故事。镜头对准一线，深入挖掘“凡人微光”。

创新表达方式：以情动人、以趣引人、以理服人，增强长庆故事的吸引力和感染力。深入挖掘长庆油田的历史与文化，运用多种媒体新兴形势进行长庆故事表达。

贴近受众需求：精准传播内容，定制符合不同受众需求的新闻宣传内容。加强互动反馈，定期举办线上活动，鼓励受众留言、提问。

5.3 加强人才培养与团队建设

培养全媒型人才：开展精准培训，启动轮岗交流，促进岗位实践与业务工作的深度融合。进行驻班培训，提高新闻采编人员的专业技术能力。

构建高效团队：组建临时项目小组完成重大选题。将项目制考核纳入新闻中心季度、年度考核。

5.4 建立效果评估与反馈机制

5.4.1 建立评估体系：

传播效果指标：如发稿量、阅读量、转发量等。

受众反馈指标：通过问卷调查、在线评价等方式收集反馈。

品牌效应指标：如品牌知名度提升、品牌形象改善等。

业绩关联指标：分析新闻宣传业务与企业生产业绩之间的相关性。

5.4.2 数据收集与解读：

通过多种渠道和方法收集和解读数据，确保评估结果

的客观性和准确性。

5.4.3 完善反馈机制：

撰写评估报告，制作图表和 PPT，召开评估会议，向新闻中心领导、公司相关部门和人员提供反馈。

5.5 借鉴成功案例与经验总结

案例库建设：收集国家主流媒体、行业媒体的成功宣传案例，供新闻中心编采人员学习和参考。

经验总结与分享：由新闻中心负责和牵头，定期组织新闻宣传成功案例经验分享会，将优秀的经验和做法固化下来，供中心编采人员和长庆油田新闻宣传队伍借鉴和学习。同时，鼓励中心编采人员与兄弟单位新闻宣传队伍进行交流和与合作，通过经验分享和交流，达到共融共促共提升。

6 总结与思考

6.1 坚持健全制度流程、形成工作闭环

是提升新闻宣传效能、打造一流企业媒体的基础。媒体运行需要有一套清晰的工作流程和操作规范，使得每个员工都清楚自己的职责和任务、规范和标准。同时，建立健全完善评价和反馈机制，确保媒体运行的每个环节都能得到有效监控和调整。

6.2 坚持以员工为中心、激发队伍活力

是提升新闻宣传效能、打造一流企业媒体的关键。因此，需要更加认真践行以员工为中心的管理理念，持续关注员工各类诉求和成才需要，打造良好的工作环境和成长平台，开辟科学的激励机制和晋升通道。

6.3 坚持开放思维、创新驱动

是提升新闻宣传效能、打造一流企业媒体的必要条件。下一步，长庆油田新闻宣传系统要积极引进和应用新技术、新工具，充分运用大数据进行受众分析，运用人工智能技术进行内容推荐和个性化定制等，进一步提升新闻宣传工作技术水平和创新能力。

6.4 融入企业文化建设，增强价值引领

是提升新闻宣传效能、打造一流企业媒体的有力支撑。未来，长庆油田新闻宣传工作将更加紧密地融入企业文化建设当中，通过宣传企业文化理念、核心价值观和企业精神等方式，增强员工的归属感和认同感，凝聚人心、汇聚力量。

综上所述，融媒体时代为讲好长庆故事提升新闻宣传效能提供了广阔的舞台和无限的可能。长庆油田需要紧跟时代步伐，不断创新宣传方式、深化内容创新、构建全媒体矩阵，全方位展示长庆油田的独特魅力和蓬勃发展的生动实践。

参考文献

- [1] 中国石油新闻中心. 中国石油融媒体发展报告[R]. 北京: 中国石油新闻中心, 2021.
- [2] 长庆油田公司. 长庆油田发展报告[R]. 西安: 长庆油田公司, 2021.