**中国新闻奖参评作品推荐表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 作品标题 | 麻辣财经，让财经报道“有滋有味” | | 参评项目 | 新闻论文 |
| 体裁 | 新闻论文 |
| 语种 | 中文 |
| 作者 （主创人员） | 李丽辉 | 编辑 | 陈利云 | |
| 刊播单位 | 《新闻战线》杂志 | 刊播时间 | 2019年第11（上）期 | |
| 刊播版面 (名称和版次) | 前沿关注 P25-P27 | 作品字数 | 4073 | |
| 采编过程 作品简介 | 麻辣财经工作室，是人民日报首批创立的融媒体工作室，也是媒体融合的“排头兵”。成立三年来，麻辣财经已发布新闻报道、评论、视频、H5等作品600多篇，其中1/3的稿件落地人民日报版面，真正实现了新媒体与报纸之间的融合。很多稿件被网络媒体广泛转载，点击率达到“100万+”。多篇稿件在全网推送并向海外传播，在社会上形成了较强影响力。     2019年1月25日，中共中央政治局在人民日报社举行第十二次集体学习，麻辣财经融媒体工作室向习近平总书记汇报了视频与文字互动、报纸版面与新媒体互融的情况，受到了习近平总书记的肯定。     2019年11月，“麻辣财经”作为人民日报新媒体品牌栏目，荣获中国新闻奖一等奖。     麻辣财经运作机制什么样？平时是怎样策划的？文章以清新的文风和生动的事例，向读者详细介绍了麻辣财经的运作机制和生产过程，并旗帜鲜明地提出麻辣财的定位是“政治题材忠诚、经济题材坦诚、群众题材热诚”，要把财经新闻做成百姓的“家常菜”，让大家看得“有滋有味”并从中受益。文章既有理论深度，又有丰富的实战案例，为进一步推动媒体融合提供了思路和借鉴。 | | | |
| 社会效果 | 文章发表后，在全国新闻界引起强烈反响，“麻辣财经”作为融合创新样板受到广泛关注。广电总局、中国气象报、解放日报、新民晚报、重庆网信办等十多家单位邀请作者，为他们举办的新闻业务培训班、媒体融合研讨会讲课，介绍麻辣财经的经验做法。珠海传媒集团还与人民日报全国党媒平台合作，借鉴麻辣财经模式组建了“大湾风工作室”，将人民日报媒体融合经验在基层落地生根、开花结果，为推动媒体融合、实现全效传播做出了贡献。 | | | |
| 初评评语 推荐理由 | 《麻辣财经》作为新媒体品牌栏目，荣获2019年中国新闻奖一等奖，这是人民日报媒体融合机制创新结出的硕果。如何将人民日报的成功经验向全国复制推广？这篇文章既有对全媒体时代媒体融合的理论思考，又有对媒体融合实践的生动总结，还有新闻一线工作者的切身体会。文章文风清新没有套话，是从实践中提炼出来真知灼见，在引发读者思考与共鸣的同时，也为新闻界推动媒体融合创新提供指导和借鉴，是一篇难得的好文章。   |  |  | | --- | --- | | 领导签字： | （盖单位公章）  2020年      月      日 | | | | |

**中国新闻奖参评作品内容**

|  |  |
| --- | --- |
| 作品标题 | 麻辣财经，让财经报道“有滋有味” |
| 作品内容 | **日前，第二十九届中国新闻奖评选结果公布，麻辣财经作为人民日报新媒体品牌栏目，入选中国新闻奖一等奖。这是对人民日报媒体融合创新的肯定，也是对麻辣财经融媒体工作室的肯定。**  **麻辣财经融媒体工作室是人民日报首批创立的融媒体工作室，到现在刚满3岁。成立以来，已发布新闻报道、评论、视频、H5作品等600多篇，其中1/3的稿件落地人民日报版面，真正实现了新媒体与报纸之间的融合。很多稿件被网络媒体广泛转载，点击率达到百万 。多篇稿件在全网推送并向海外传播，在社会上形成了较强影响力。**  **可以说，麻辣财经是在媒体深度融合的大趋势下应运而生的。**  **不是"按口"写报道，而是追着热点写新闻**  **2019年1月25日，对于人民日报是一个特殊的日子，对于新闻界是一个历史性时刻。**  **这一天，中共中央政治局举行第十二次集体学习，学习内容是全媒体时代和媒体融合发展，学习方式是调研、讲解、讨论相结合，地点则选在了媒体融合发展的第一线——人民日报。**  **习近平总书记在主持学习时强调，全媒体不断发展，出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体，信息无处不在、无所不及、无人不用，导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化，新闻舆论工作面临新的挑战。**  **推动媒体融合发展、建设全媒体成为我们面临的一项紧迫课题。全媒体不是各类媒体简单的"相加"，而是全程、全息、全员、全效的深度"相融"。从新闻一线"干活"的角度来看，"四全"并不是一个并列关系，前三"全"是方式和手段，最后一"全"——全效才是目的。**  **正如习近平总书记强调的，"党报、党刊、党台、党网等主流媒体必须紧跟时代，大胆运用新技术、新机制、新模式，加快融合发展步伐，实现宣传效果的最大化和最优化。"如何实现？策采编发流程再造和融媒体中心建设，是重要一环。**  **2016年10月，人民日报中央厨房正式启动"融媒体工作室"计划，打破原有部门设置，采编人员实现"跨部门、跨媒体、跨地域、跨专业"的自由兴趣组合，旨在盘活资源、加快融合。2017年，人民日报"融媒体工作室"数量已超过40个，实现了与报纸的优势互补，探索出媒体融合发展的新模式。**  **麻辣财经工作室的主创团队是"五朵金花"——5位来自人民日报经济社会部的女记者。"五朵金花"都有高级职称，担任采访室和编辑室主编、副主编。这样一个高手云集的团队，做出的报道更有料，形成的合力和优势更明显。**  **"麻辣财经有什么样的运作机制？你们平时是怎样策划的？"很多媒体同行这样问。说实话，麻辣财经没开过多少像样的策划会，基本是通过"群聊"把题目搞定的。**  **大家平时给大报写稿，主要是"单兵"作战，内容基本上是自己跑的口、编的版。但实际上，有些新闻热点的发生并不是按部委划分的，有时候涉及好几个部门，有时候很难说清哪个部门。**  **麻辣财经的一大改变是，不"按口"写报道，而是追着热点写新闻。融媒体工作室就像新闻"轻骑兵"，具有快速、灵活、精准的特点。工作室成员大多是集思广益、协同作战。协同作战比一个人写稿更有优势:一是热点大家都盯着；二是能提供更多参考意见和建议，让作者的思路更开阔；三是最后大家一起定调把关，力求有锋芒、无纰漏。**  **把财经新闻做成百姓的"家常菜"，让人"吃"得"有滋有味"**  **麻辣财经的报道方向以财经新闻为主，财经领域的报道相对比较专业，但又与百姓切身利益密切相关。麻辣财经的最初定位，就是想把财经新闻做成百姓的"家常菜"，让大家"吃"得"有滋有味"、汲取营养。**  **从报道内容上，麻辣财经的选题大致分为几类:**  **第一类是政策解读。主要是对党中央国务院重要会议、重大方针政策的深度解读。目的是准确体现国家政策，把社会误读、曲解的部分纠正过来。**  **2017年全国两会，麻辣财经工作室第一次以团队的方式参与两会报道，肩负起新媒体与报纸版面融合的重任。当年两会期间，麻辣财经共采写了14篇报道，9篇实现了新媒体和报纸融合。《蓝天保卫战，严格问责尤为重要》等报道，与两会特刊版面配合推出，在同类报道中发得快、写得深，在人民日报客户端的点击量超过百万，成为两会报道的"爆款"。**  **平时一些重大政策的出台，麻辣财经都在第一时间进行解读。2017年4月，中央决定设立雄安新区的消息传出后，去雄安"炒房"引发热议，一时间成为人们的关注点。麻辣财经立刻赶写了一篇《雄安是千年大计，决不能让炒房者逞快！》，及时阐明立场和观点。文章发出后，得到中宣部肯定并在全网推送，发挥了引导舆论、以正视听的作用。**  **类似这样的报道，还有解读中央经济工作会议的《房子是用来住的，平地起惊雷！》、解读中央完善产权保护制度的《住房70年产权到期，会免费续吗？》等，转发网站均超过百家，点击量超百万，社会影响广泛。**  **中美贸易摩擦升级后，麻辣财经撰写了多篇报道，为中国经济鼓劲打气，反驳美方的不实观点。其中，《麻辣财经:中国经济行稳致远，靠的是什么？》《缩小贸易逆差，美"关税大棒"无效》两篇被全网推送，舆论引导效果尤为显著。**  **第二类是回应疑虑。针对社会上一些事件、观点，进行澄清和回应。**  **去年，某财经公号发了一篇文章，提到"有个朋友和我说，他已经开始屯粮了，还包括狗粮，因为他家养了狗。"文章给出的结论是:"粮食在中国的第十五个丰收年，将要迎来各种大幅减产。""尤其是河南，收购779.4万吨，同比减少965.6万吨。简直是扛起了歉收的大旗。"**  **就此，麻辣财经及时发文《夏粮减产要"囤粮"？农民还怕"卖粮难"呢！》，犀利指出，财经公号的文章是将粮食"收购放缓"的数据，当成粮食减产歉收了，用事实和逻辑将这种错误论调"怼"了回去。麻辣财经还找出关于收购放缓的有关部门的回应，用权威解释消除了大家的疑虑。**  **事实证明，去年我国粮食产量超过1.3万亿斤，仍居历史高位，市场粮食供应充足，粮价也很稳定。**  **第三类是针砭时弊。这部分报道是最能体现"麻辣味"的，也是我们对问题进行专业分析、出主意想办法最多的。比如，针对高利贷、裸条贷问题，麻辣财经写了很多篇报道，都在社会上产生了广泛影响，有些还为部门改进工作提供了决策参考。**  **写问题性报道，麻辣财经始终坚持这样的原则:说问题不是展示黑暗面，而是为了解决问题；报道的重点不是渲染问题本身，而是放在如何完善制度、堵漏洞上；既要有真知灼见，又要有真情实意。**  **当舆论发酵引起恐慌的时候，麻辣财经会正本清源、实事求是，用权威报道说话；当一些自媒体用奇谈怪论捕风捉影的时候，麻辣财经会用数据和事实针锋相对予以回击；当市场乱象危害社会的时候，麻辣财经会抓住关键点，不留情面、直指要害。**  **"怼"回去，这也是"麻辣"二字的精髓所在。关于"怼"的技巧和注意事项，麻辣财经也有总结:找准死穴，集中火力强攻；以缜密的逻辑、准确的数据严守；站在客观的立场，实事求是，以理服人。**  **比如，对一些诋毁中国经济发展的不实言论，麻辣财经敢于亮剑。今年5月，麻辣财经推出《芬太尼是啥，为何美国人吃掉了80％？》，通过客观分析，揭露真相，指出美国存在的社会弊端。这篇文章引起社会强烈反响，新浪、搜狐、网易等几十家商业网站和主流媒体平台广泛转载。其中，在人民日报客户端的点击量超过80万。**  **政治题材忠诚，经济题材坦诚，群众题材热诚**  **麻辣财经是一个常态化的新闻生产团队，专做财经报道。我们的定位是:政治题材忠诚，经济题材坦诚，群众题材热诚。**  **麻辣财经的报道，绝大多数不是单纯的消息，也不是通常意义上的评论，而是"分析性报道 观点"的模式，有些报道偏重于新闻分析，有些偏重于评论。但不管怎样，麻辣财经的奋斗目标，就是要直击新闻热点，坚持守正创新，用好专家资源，实现一锤定音。**  **如今，麻辣财经的报道团队，已经从"五朵金花"扩展到经社部全员参战，报道内容已经从文字向视频扩展。众人拾柴火焰高，全力出击和全员参战，换来的是全效传播。**  **从去年年底开始，麻辣财经与人民网合作，推出了"麻辣财经"视频节目，麻辣财经负责选题和内容策划，"麻辣姐"作为主持人和嘉宾出镜，邀请知名专家就财经领域热点话题进行访谈。很多选题来自人民日报刊登的报道，制作成视频实现了"一鱼多吃"；一些视频内容通过二维码落地报纸版面，配合文字报道延伸宣传，很好地体现了深度融合理念。**  **中共中央政治局在人民日报社举行第十二次集体学习时，麻辣财经向习近平总书记汇报了视频与文字互动、报纸版面与新媒体互融的情况，受到习近平总书记的肯定。**  **今年以来，人民日报社经济社会部全力出击，麻辣财经报道全面开花。两会期间共发稿17篇，其中有8篇实现了与人民日报版面的融合。同时，与人民网联手推出"麻辣财经"视频访谈节目，其中，10期两会特别节目通过114余家党媒平台及商业媒体进行传播，总访问量达1.4亿次。**  **在报道形式上，麻辣财经大胆创新，推出了"种粮微调查""农民工就业微调查"等系列报道，内容更加接地气，受到读者广泛好评，影响力进一步提升。**  **今年人民日报改版后，报纸内容更加生动与精深，与新媒体报道融合更加深入。比如，今年春节过后，经社部按照社领导要求，采写了《新春日子美 收获在身边》，其中的3个"镜头"，就来自麻辣财经的3篇报道。报道在人民日报刊发后，受到社领导的肯定。**  **麻辣财经在做好"自选动作"的同时，积极主动提升站位，力争在重大报道中发挥更大作用。**  **9月16日至21日，麻辣财经工作室连续推出6篇国庆70周年特稿，围绕"中国发展几十年，为何没出现过经济危机？""中国的城市，为啥没有贫民窟？"等外界热议而又让公众感到不解的话题，用宏阔视野审视，用发展成就解读，用扎实论述剖析，用融媒语言讲述，反响良好。**  **系列报道在全国党媒平台发布后，人民日报客户端、人民网均在显著位置转发，经济日报、澎湃、新浪、网易、搜狐等主流媒体和几十家商业平台转发，全国上百家地方政府网站转载，进一步扩大了正能量传播。人民日报社研究部《新闻传媒阅评》这样评价:这组报道犹如一股新风，把广受公众热议的话题与报道主旨巧妙结合，使报道的"麻辣味儿"持续保持，受众品时有滋有味，品后留有余香。报道为受众正确认识中国奇迹和中国道路提供了权威注解，激励人们建功立业新时代。**  **有网友这样评价麻辣财经:"麻辣姐""麻辣哥"们在报道中，提供了深刻分析和精彩观点，其专业水准广获认可，契合了媒体深入融合的时代大潮，彰显出"人民系"的"融力量"！** |