

升维融合

降维竞争

# 打造城市媒体传播新生态

徐州广播电视传媒集团媒体融合的创新与实践

# 升维融



通过融合内容、融合平台、融合活动、融合市场，重新定义媒体传播模式，重新设计的多维度融合产品，具有内容的自主传播维度，全渠道的平台维度，线上线下的活动维度，还拥有能够变现的市场维度。

城市媒体多维融合模式

在媒体行业竞争当中，通过媒体高维融合，不论是从内容策划、渠道传播、活动设计和执行、市场的变现方面都具有维度优势，通过和低维媒体产品的比较实现降维竞争。

# 降维竞







徐州广电

# 融合发展战略思维图







**政治背书：** 主流媒体的最大优势，是政治立场的传播平台，官媒背景是最大的资本；

**资源整合能力：** 作为主流媒体，拥有社会广告公司和自媒体无法匹敌的市场资源整合能力；

**品牌公信力：** 作为官媒，相对于商业广告公司，主流媒体拥有无可替代品牌公信力；

**行业评判力：** 主流媒体依靠公正公平的品牌公信力，拥有行业的评判力和影响力，具有经济行业的干预能力；

**主流媒体外宣连接力：** 上连央视、省媒，侧连周边媒体，下连区县媒体，徐州广电在媒体圈内拥有较强的连接能力，可以将成功的媒体运营案例模式和优质媒体产品直接输出至其他兄弟媒体。



## 融合 路径



**去产能:**对现有生产部门进行品牌影响力评估和市场营销价值评估,对于双指标(媒体影响力和市场价值)低的节目生产线进行撤并、改造;

**调结构:**从架构上,打造扁平化组织框架,由原来的(分管台长、中心主任、中心副主任、制片人、执行制片)五个管理层级,压缩成两个管理主体责任区层,中心领导团队层级和部门领导团队层级;

**创模式:**运营上用“板块协同一体化”运营代替“中心独立运营”模式,从运营上强调各个板块融合协同一体化,打造市场运营板块、内容运营板块、大型活动运营板块、互联网运营板块“四大板块一体化结构”。以品牌运作思维代替原有内容生产和广告销售思维模式,以媒体品牌、市场品牌、行业品牌、活动品牌、社群品牌、媒介品牌为运营核心,围绕品牌设计媒体平台、传播模式、产品样式,打造徐州广电的多维品牌矩阵;

**建平台:**开发垂直社群,由互联网事业部运营垂直细分自媒体项目,用专业突击队对抗社会自媒体。实行激励机制,鼓励员工的积极创新。一方面实现在细分市场上的客户与用户的融合,另一方面在媒体传播力上全面发力,构建多渠道分发传播平台。



# 徐州广播电视传媒集团 融合发展中心改革进程

## 1. 全媒体内容生产整合：打通电视、新媒体、线下活动

**2016年4月开始**，徐州广电启动了媒体融合改革，合并电视频道新闻采编团队、互联网运营中心、大型活动中心，成立全媒体新闻中心，打通电视和互联网媒介平台，打造全媒体记者，实现新闻内容生产的有机整合，同时整合大型活动团队，实现媒体策划的线上、线下一体化。

## 2. 整合市场营销

**2017年底成立徐州广电融合发展中心**，整合广告经营中心，以四大板块（新闻、大型活动、新媒体、广告营销）协同一体化代替原有中心制，建立1+15扁平化组织架构，集团副台长兼任融合发展中心主任，领导团队直接指挥一线业务部门，实现了媒体的生产、运营、营销全产业链高效整合。徐州广电正式进入融媒体时代。砍掉、压缩媒体影响力和市场影响力双不佳的部门，解放人力，投入到媒体改革的新业务部门中。强调移动优先，保障新媒体发稿优先、人员优先、收入优先。强调团队协作，集中核心骨干力量抓住核心媒体业务部门，实现重点行业、重点平台的重点开发。

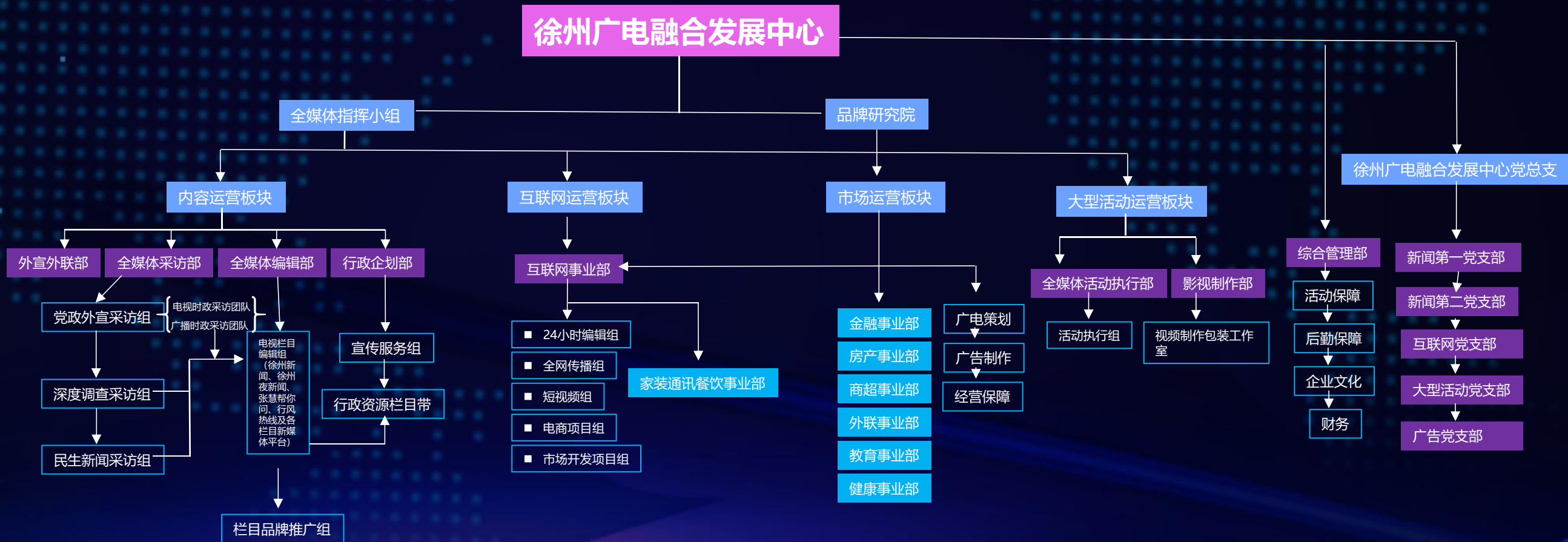
## 3. 实现三个一体化、团队赋能、融合机制建设

**2019年融合发展中心融合改革再升级**，保持原有的两个层级不变，将中心划分成15个部门，重点业务部门拥有独立的媒体内容生产团队、媒体平台和市场客户，实现了部门的生产、运营、经营一体化，同时部门之间通过融合机制设计，实行执行团队项目和平台吸纳量奖励，激活部门协作。从整合到一体化，再从一体化到协作，实现了更高维度的融合，同时针对市场的节目开发，强化新媒体平台建设，将行业栏目交由互联网部门运营，面对特定人群，有针对性地设计服务性节目。

**经过三年的融合改革**，由过去4个电视频道、1个经营中心、1个互联网中心建制合并重组，根据事业发展和市场需求，成立了融合发展中心。现有人员315人，下设15个协同一体化的部门，负责徐州广播电视台电视和新媒体所有内容的生产和营销，即负责4个电视频道所有自办节目的采编，大型活动的策划、执行，新媒体内容的采编发，电视、新媒体的全媒体营销。



# 徐州广电融合发展中心框架图





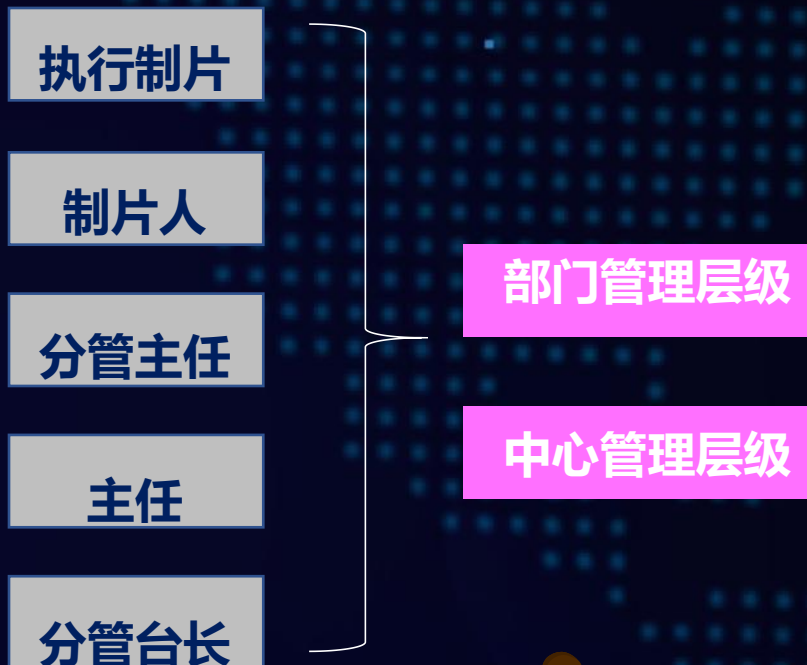
# 组织融合：层级扁平化

## 给部门赋能，对负责人放权

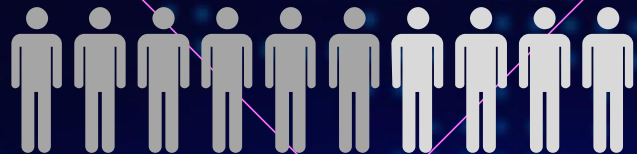
压缩管理层级，实现扁平化管理。从架构上，打造扁平化组织框架，2018年、2019年融发中心通过两个阶段的媒体融合改革，由原来的5个管理层级压缩成两个管理主体责任区层。分管台长下沉兼任中心主任，原中心主任为徐州广电融合发展中心板块运营总监，组建中心领导班子，原有副主任、制片人任部门主任，形成了15个协同部门单元，**通过协同一体化的考核机制和明确部门职责范围**，实现了既能独立运作，又能协同作战，还避免了内部竞争。

打破原有身份和职级的限制，**能者上，适者上**。大胆启用了一批年轻人，明确责任，给平台、给资源、给权力，勇挑媒体改革重任。

**新的部门负责人和行政级别分离。**







# 管理融合：责权一体化

用户资源、市场资源、媒体资源责任主体一体化

积极推进内容生产和平台运营责任主体一体化，平台运营和经营责任主体一体化，将媒体内容生产、运营、经营的权限集中到一线部门负责人手里，实现媒体资源一体化。

2019年新成立的互联网事业部，将家装、通讯、餐饮行业的经营权交由互联网事业部，同时整合原有互联网客户，形成了一个集新媒体内容生产、互联网平台运营、全媒体产业经营的一个全产业链部门。通过半年的运营，在新的媒体经营模式转型、新的媒体产品创新、新的媒体平台打造上都取得了很大突破，总体经营指标完成率和新客户、新业务拓新率保持事业部领先，80%的大客户都实现了投放增量。



# 内容融合：内容产品全媒体化

## 广播、电视、互联网整合采编，移动优先

将原来的“频道栏目运作”思维改成“品牌运营”思维，重点做好电视新闻品牌的运营，内容的生产，以及内容生产的全媒体平台分发。继续强化全媒体采编力量，发挥新闻人才优势。

成立全媒体采访部，整合全媒体采编力量，同时邀请广播时政采访人员集中办公，广播时政组制片人在党政采访组兼职，围绕全媒体采访队伍建设，实现采访队伍专业能力的提升，从内容生产源头实现移动优先和设计全媒体产品生产线；

成立全媒体编辑部，统一布局全台新闻栏目的电视运作和新媒体运作，以新闻品牌化运营代替原有栏目运作，提高《徐州新闻》、《徐州夜新闻》、《行风热线》、《张慧帮你问》、《无线徐州》微信、《无线徐州》app、《无线徐州》抖音平台等新闻品牌影响力，强调媒体公信力打造，孵化带有媒体公信力的新品牌，保持舆论话语权。





# 经营融合：品牌化经营思路

## 内容支持经营，电视互联网经营一体化

● 细分市场，成立房产、家装、通讯、健康、教育、餐饮、金融、商超事业部。

● 以行业品牌运营为核心，升级运营理念，做好品牌的塑造商、品牌的运营商、品牌的维护商，瞄准行业细分市场，集中精干人力组建重点行业事业部。

● 抽调内容生产骨干人员，到经营部门任职，支持经营工作，加强行业品牌的策划力。

● 打通电视和新媒体平台，激活产品创新。

● 精选媒体产业，依托主流媒体的公信力深挖行业产业，结合社会资源，徐州广电房产超市、徐州广电家装超市、淘直播电商项目等一批媒体产业延伸项目陆续落地执行。



# 平台融合：渠道平台化

电视、广播、报纸、互联网平台、地铁

一切流量渠道皆平台，徐州广电融发中心在整合电视、广播、报纸主流媒体的基础上，大力拓展新媒体平台，除了两微一端之外，人民网、新华网、今日头条、网易新闻、腾讯新闻等新媒体平台上开拓子平台，建立媒体品牌；

同时积极拓展新的媒体平台，和徐州地铁成立徐州广电地铁传媒公司，共同运营地铁平台。



## 徐州广电地铁传媒有限公司文件

徐传发〔2019〕1号

### 关于成立徐州广电地铁传媒有限公司的公告

徐州广电地铁传媒有限公司于2019年6月5日正式成立。本公司由徐州地铁物业经营有限公司和徐州广播电视传媒集团有限责任公司共同出资组成，注册资金750万元。其中地铁方持股51%，广电方持股49%，为地铁方控股的国有企业。

本公司是徐州地铁动态全媒体资源官方运营商。主要运营媒体资源包括：地铁车辆拉手、全线超大LED屏、超宽动态橱窗、全线地铁电视（PIS）、品牌活动等。致力于深度打造徐州地铁文明风尚、文化品格及地铁新型都市人群生态圈，聚焦徐州地铁动态全媒体，创造城市热点品牌高价值。

特此公告。

徐州广电地铁传媒有限公司

2019年7月17日





# 技术融合：打造适合城市媒体的中央厨房

线索汇聚 选题策划 内容准备 内容制作 内容发布 用户信息与交互 数据分析

利用互联网平台新闻快速的优势，可扩展针对互联网内容的融媒体内容汇聚、处理平台，保证电视台节目生产的同时能够及时跟进互联网热点线索，解决新闻节目对内容多样化的需求。同时，内容平台还可整合来自台外的手机APP爆料内容、通过回传软件实现互联网回传内容，整合所有通过互联网渠道来源的内容。

在电视高清播出发布  
渠道的基础上，打通  
多个互联网发布渠道。



与已有台内现有  
网台打通，实现  
融媒体平台到台  
内现有网台的内  
容推送。

与台内已有广  
播系统打通，  
实现融媒体平  
台到广播系统  
的内容推送。

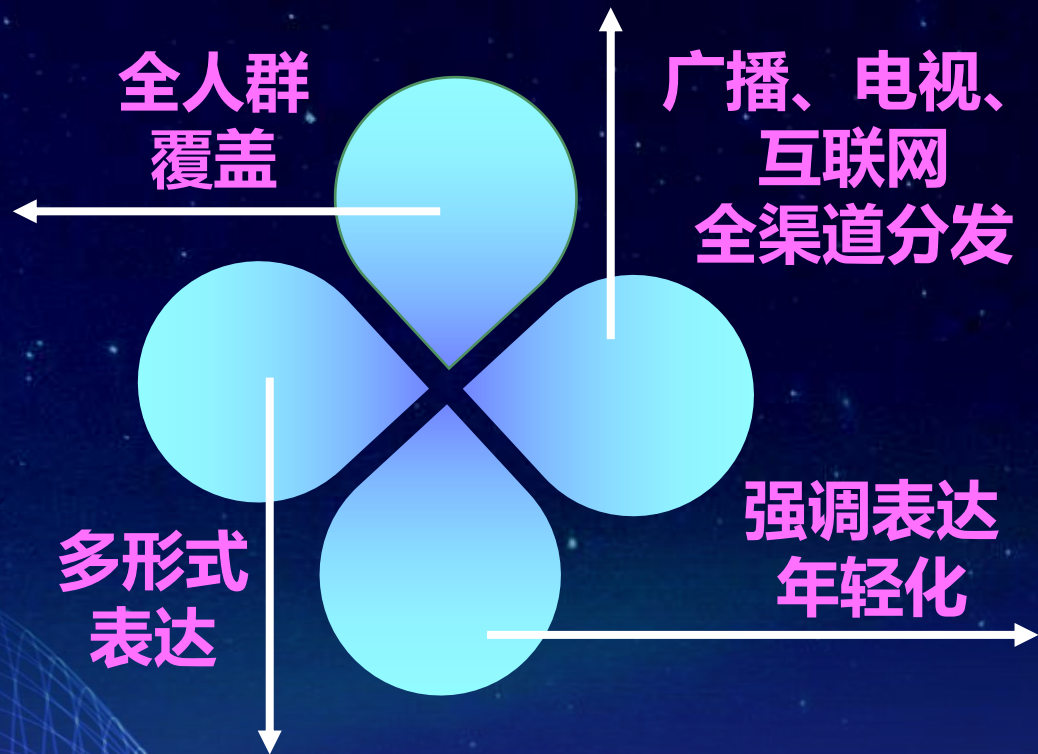
与台内已有微博/  
微信系统打通，实  
现融媒体平台到微  
博/微信系统的内  
容推送。



# 彰显主流媒体的新影响力

## 头条工程

头条，是《徐州新闻》的重中之重，党政外宣部重点围绕市委市政府中心工作，积极进行主题策划，任务分解，出色圆满的完成市委市政府各项宣传工作，擦亮头条金字招牌。



在改文风、转作风中深化主题报道。围绕“我们都是追梦人”的奋斗主题，党政外宣部策划实施“新春走基层”采访活动，追寻2019年普通百姓追逐自己梦想的故事。《大国重器的“筑梦者”》展现在普通的岗位上，劳动者的梦想闪耀着动人的光芒。《宜居宜游 石头院吹拂“乡土风”在磨石塘》把自己的命运与乡村振兴的命运结合起来。《湖畔槐园的新农村生活》《搬新房办喜事 搭起“金棚”忙致富》，记者通过走访一线，记录新时代下，每个人都是追梦人的感人故事，为新时代追梦奋斗。

在观察思考中推进深度策划。围绕全国两会、省两会重大新闻事件，党政外宣采访部策划推出《小徐跑两会》品牌策划，通过主持人的视角、观察、思考，深入挖掘会议背后的新闻事件，推出《追梦2019 聚焦省两会》《绘梦2019 省政府工作报告中的“重彩徐州”》。在全国两会召开前，党政外宣提前介入，推出《履职一年间》，以记者走基层的形式，充分展现代表风采。两会期间，又推出《聚焦两会 直通北京》，紧扣主题，两地呼应，准确及时，较好地阐释了徐州代表观点、立场，徐州在全国一盘棋中的地位、作用。

对市委市政府全局性中心工作，通过不间断持续推进，形成声势。策划实施《营商环境进行时》系列报道，通过走访县市区、各个服务部门，找准它们在营商环境中做的较好的典型案例，或者存在的突出问题，以及如何有效化解这些问题，进行由点带面的报道。持续推进新时代文明实践中心系列报道，推出《遍地绽放文明花——新时代文明实践看贾汪》系列专题，采用小切口反映大主题，重点讲述了文化润民新风尚、志愿服务大舞台、创新实践开新篇等，整体采用航拍、现场纪实、多角度展示新时代文明实践中心在徐州发展的成果。



# 外宣成果

从媒体融合至今，央视已发稿150余篇，央广发稿150余篇.....

连续三年被央视评选十佳通联编辑.....

连续多年荣获省台颁发的外宣繁荣奖.....

曾一周四上央视《新闻联播》.....





# 时政报道的新媒体佳作不断涌现

## 习总书记来徐宣传报道



## 习近平在徐州马庄村付了30块钱：“我买一个你们的香包，捧捧场”（无线徐州）



## 习总书记来过的马庄，为什么这么火？央媒发现它三个秘密，百万人围观！（无线徐州）



新华社 XINHUA NEWS 新华社客户端 新闻现场，就在你掌上 立即体验

### 徐州马庄有“三宝”：乐团、香包、婆媳好

新华社 社会 2018-02-10 15:31:52 查看

来源：新华社 浏览量：1015021 无线徐州

01: 头条新闻 上一期 完整版面 PDF版

## 新华每日电讯

新华社通讯社出版 2018年2月11日 星期日 丁酉年十二月廿九日 总第4版 邮发00174号

### 他们的兴村之“宝”，总书记也“捧场”

江苏徐州马庄村助力乡村振兴有“三宝”：乐团、香包、婆媳好

乡村振兴 他们的兴村之“宝”，总书记也“捧场”

中国铁路致力实现速度和服 务双提升

马庄三宝



# 创新宣传模式

党政外宣部作为党媒主流媒体，只有迅速掌握新媒体产品技术与要义，才能在全媒体时代立于不败之地，才能充分发挥主流媒体主力军作用。

新媒体优先

紧扣主题  
样态多样  
渠道全覆盖



VR



一图读懂

H5

**导语**

各位乘客，欢迎乘坐徐州“两会”特设高铁线路——“两聚一高”号列车。15日上午，徐州市市长周铁根所作政府工作报告，描绘了2017年一路的美景，沿途6个“政策引擎室”个个精彩，动力强劲。路线已定，坐标清晰，黄金线路，稳中求进！

**地区生产总值增长8.5%左右**

- 一般公共预算收入同口径增长5%左右
- 固定资产投资增长12%以上
- 社会消费品零售总额增长12%以上
- 进出口总额增长10%以上
- 实际到账注册外资增长10%以上

**城乡居民人均可支配收入增长快于GDP增长**

- 研发投入占比力争达2.2%
- 居民消费价格涨幅控制在3%左右
- 城镇登记失业率控制在4%以内
- 节能减排和大气、水环境质量确保完成省定任务。

**产业经济引擎室** 夯实全面振兴转型、可持续发展的坚实基础

加快培育壮大主导产业	大力发展现代服务业	推动现代农业提质增效
提升：传统产业 培育：新兴产业 构建：装备与智能制造基地 新能源产业基地 并举：“互联网+”携手“+互联网” 促进：四新经济	推动：国家级服务业综合改革试点 完善：“333”现代服务体系 扩大：区域物流中心辐射范围 发展：全域旅游 申报：国家金融支持服务业综合改革试验区 举办：国际服务外包大会	构建：现代农业“483”产业体系 打造：三大示范带 黄河故道 现代农业 城郊都市 农业 一二三产 融合发展



## 全国两会：

近几年全国两会期间，徐州广电传媒集团都抽调精干力量成立全媒体报道小组，赶赴北京，精心策划，推出全过程、精品化报道，突出新媒体优先，做出广电特色。每篇报道结尾处，配发两会手记《政府干的，都应是人民盼的》《千载稼穡不寻常》《守本分、做实业》《不成规矩 不成方圆》等，阐明义理，鼓舞干劲，发挥了评论力量。所写稿件受到省委宣传部点名表扬，同行竞相转发，引发社会热议与点赞，充分彰显了徐州广电媒体的传播力、引导力、影响力、公信力。



## 淮海经济区中心城市行：

大会开幕前一天，在南京，记者定点守候，对前来报道的嘉宾，尤其是徐州嘉宾以及第二次出席大会的徐州嘉宾进行点对点采访。当天发出多篇报道。新媒体发出《回家的方向——江苏！》、《感恩的力量——乡情！》，分别报道了海内外江苏儿女集聚江苏，徐州籍嘉宾即将汇聚徐州的内容。大会当天，党政外宣推出《相约“520”》《走向世界的江苏》等多条新闻及微信产品，当晚，播发徐州籍嘉宾乘坐高铁赴徐的微信《近乡情更浓》。南京有声音，徐州有期待，两会联动，效应倍增。





# 学习强国平台频频上稿



《重走淮海主战场》第一集《铁血寺山口》	2019/2/24
《重走淮海主战场》第二集《运筹土山镇》	2019/2/25
《重走淮海主战场》第三集《鏖战碾庄圩》	2019/2/26
《重走淮海主战场》第四集《血战宿县城》	2019/2/27
《重走淮海主战场》第五集《围歼双堆集》	2019/2/28
《重走淮海主战场》第六集《蔡洼定大计》	2019/3/4
《重走淮海主战场》第七集《决战陈官庄》	2019/3/4
《重走淮海主战场》大结局《人民的胜利》	2019/3/4
一夜之间，2600多万人围观！徐州小伙感动了全国！	2019/3/1
全国人大代表王吉永：期待两会对乡村振兴提出更多好政策(	2019/3/5
淮海战役亲历记（一）淮海战役亲历者如是说 战役形势	2019/3/11
淮海战役亲历记（二）"反戈双雄"张克侠 何基沣	2019/3/12
淮海战役亲历记（三）淮海战役亲历者如是说 浴血奋战 不怕牺牲	2019/3/13
淮海战役亲历记（四）淮海战役亲历者如是说 杜聿明被俘实录	2019/3/14
淮海战役亲历记（五）淮海战役亲历者如是说 人民的力量	2019/3/15
淮海战役亲历记（六）淮海战役亲历者如是说 所向披靡 解放徐州	2019/3/17
诗会彭城·春：十里杏花 醉美春光	2019/3/18
徐州“90后”护士为患者婴儿哺乳 获赞“最美妈妈”	2019/3/29
见字如面·与亲书：“人民功臣”陈洪汉烈士写给父母的家书	2019/4/7
见字如面·与亲书：“虎胆英雄”晋士林烈士写给起的家书	2019/4/8



# 互联网短视频精品不断

仅2019年上半年，融发中心制作、发布互联网短视频40余篇，点击量突破1000万，吸纳进款突破两百万。







**网红徐州：**为徐州市委宣传部定制的城市外宣策划“网红徐州”抖音挑战赛，此次活动共收到参赛短视频10万件、总参与人数达7万，总播放次数18亿次。2018年12月28日，该活动荣获了第六届江苏网络文化季的人气活动奖，这也是徐州地区唯一的获奖项目，取得了社会效益和经济效益双丰收。



**18亿**次的曝光



**中石化灭火：**中石化邳州一加油站车辆失火，这段视频在“无线徐州”抖音号发布15个小时后播放量就突破1亿！同时经徐州广电外宣部推送被央视、多家省级卫视转发播报！



**14人抬车：**《徐州夜新闻》官方抖音号“是徐州耶”推出短视频《暖心28秒》。视频上线后6小时，传播量已破千万，并引发各级媒体及网络大V的转发关注。截至7月16日14:00，抖音平台的视频播放量为1529.7万，点赞量74.7万，并保持上升趋势。众多网友为有情有义的徐州人点赞，称这是平凡的伟大。





**汉服大赛：**中国·徐州第十二届汉文化旅游节启动仪式暨最美汉服国际推广大赛颁奖典礼在市人民舞台举行，这是徐州迎接八方宾朋的一项重要活动，也是展现历史徐州、人文徐州、美丽徐州的重要文化平台。活动把传统文化思想内涵与现代视听科技手段完美融合，为世界各地的来徐朋友奉献一场高水准的文化盛宴。



排行榜

已报名	投票人数	访问量
529	209286	1216059

参赛选手 人气排名

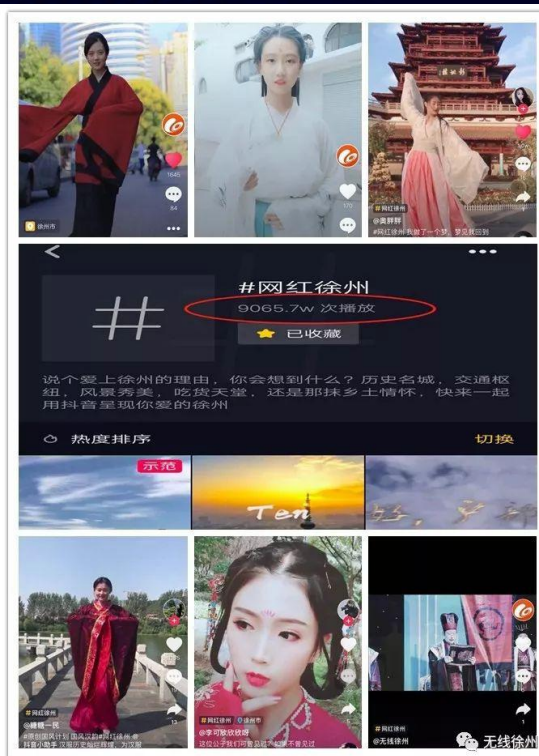


编号：281  
徐州市星光第二实验幼儿园 ❤️ 36340



编号：100  
韩林孜 ❤️ 35744

第2名 支持TA



#网红徐州  
9065.7w 次播放  
已收藏

说个爱上徐州的理由，你会想到什么？历史名城，交通枢纽，风景秀美，吃货天堂，还是那抹乡土情怀，快来一起用抖音呈现你爱的徐州

热度排序 切换





**我和我的祖国：**由徐州市总工会主办、徐州广电传媒集团承办的“唱响红五月 建功新时代”五一主题快闪活动，在新城区国旗广场举行并拍摄，千名市民用热情洋溢的“快闪”形式，献唱祖国，诠释劳动者的美丽。



**重走淮海主战场：**2019年是淮海战役胜利七十周年，徐州广电推出了大型融媒体新闻行动“重走淮海主战场”。1月3日，“重走淮海主战场”开机仪式在淮海战役烈士纪念塔前正式启动。徐州广电全媒体记者、淮海战役研究专家通过寻访当年亲历者，探寻昔日战场的遗迹、发掘背后的故事，制作了7集大型电视纪录片。节目通过电视、广播、网站、客户端、微博、微信等全媒体手段播发。

大型电视纪录片《重走淮海主战场》和《淮海战役亲历记》连续登上“学习强国”江苏学习平台首页，向全国8900万党员展示淮海战役精神。





历时4个月，6000多人参与，1000万人次关注！  
 徐州这项活动今天圆满闭幕！

**老艺节800万点赞：** 聚焦老年群体，传递健康快乐。5月25日21:00，徐州广电全新周播老年栏目《我的快乐老爸老妈》如约登陆徐视二套黄金时段。一开播，便取得开门红。



日期 >>	2019/5/25	2019/5/25
单位 >>	收视率%	市场份额%
时间段	徐州电视台经济生	徐州电视台经济生
生活大参考（周一）		
彭城和事佬		
百姓剧场（第一集）		
百姓剧场（第二集）		
百姓剧场（第三集）		
短版天气预报		
我的快乐老爸老妈	0.8	3.4
彭城和事佬（复播）		
第一消费		
徐州教育		
晚间剧场		



《我的快乐老爸老妈》全新亮相取得“开门红” 首届老年才艺大赛如火如荼

排行榜

已报名	投票人数	访问量
138	1614623	6813582

亲爱的的姐姐们，向你们学习，向你们看齐你们是我们前进的动力，生活的榜样。致敬！

莫道桑榆晚，为霞尚满天！

人生苦短，不能做到最好，也要做到更好。多留无悔，少留遗憾。以道德为本，学会做人；以宽容为本，学会原谅；以适应为本，学会生存。铜山区文化馆戏迷俱乐部《云裙水袖》全体队员向每天坚持为我们投票的老师、姐妹、亲朋好友致谢……

4号，红军剧组，你们要加油哟，我们都在期盼着红军，要用红军的精神，和力量站好最后关头，老百姓和红军一起加油，加油，再加油！！





**天南地北徐州人：** 从2010年起，徐州广电开办了电视外宣专栏《寻找天南地北徐州人》，反映了徐州人在全国各地和海外的创业事迹、感人故事、游子情怀，记录创业者们的奋斗历程与成功业绩，传递他们的感悟与心声。其中开展的“京沪医疗专家返乡义诊”等线上线下活动，获得社会各界广泛关注、一致好评。近10年来，有徐州人的地方，就是栏目关注的地方，从繁华都市、到大漠边疆、目光始终瞄准在天南地北拼搏创业的徐州人。九载时光，天南地北寻乡音；再起航，异乡游子梦彭城！





# 媒体新平台不断拓展



www.huaihai.tv

淮海网



无线徐州APP



微信公众号



人民网



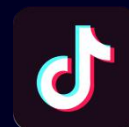
央视新闻+



今日头条



网易新闻



抖音



天天快报



腾讯新闻



新浪微博



北京时间



凤凰新闻



一点资讯



百度百家



优酷视频



交汇点






# 【无线徐州APP】

## 淮海经济区用户最多的app平台



目前累计下载量突破200万，周阅读量110万。  
全国媒体类app排名第44位。

 <b>无线徐州</b> 23.3万次下载   38.93MB <a href="#">打开</a>	 <b>无线徐州</b> 官方 3.7分 16万次下载
 <b>无线徐州</b> 官 ★★★★☆ (24) 32万下载	<b>无线徐州</b> <a href="#">检测报告 &gt;</a> ★★★★☆ 39.9M   5.6万次安装





# 【无线徐州微信公众号】

## 江苏省排名第四的媒体微信公众号

### 粉丝量77万 周阅读量60万



微信公众平台

帐号整体情况

新闻数: 42

新增人数: 1175

总用户数: 774160

灵感订阅

文章标题	封面	来源	操作
山晚早新闻   最新传播榜单出炉, 活上就血牛无归; 国内航线燃油附加费重回10元时代, 多家航企将暂停收取		山西晚报 3小时前	★ 田
安徽又一医院原院长被查!   合肥早新闻		合肥在线 4小时前	★ 田
河北经济日报: 弘扬雄安文化 讲好雄安故事		雄安封面 11小时前	★ 田
经常吃黑木耳, 居然有这么好处!		龙城太原 12小时前	★ 田
凌晨三点开法拉利的“临时工”		了不起频道 13小时前	★ 田

媒体 | 新榜 NEWRANK.CN

2018/12/17-12/23

公众号	发布	总阅读量	总点赞数	新榜指数
		头条 平均 最高		
1 江苏交通广播网	21/62	136万+	11,502	904.6
2 扬子晚报	21/83	105万+	5,893	881.4
3 最江阴	7/52	63万+	5,029	854.6
4 无线徐州	19/62	61万+	5,202	853.4
5 扬州晚报	8/45	55万+	2,535	841.5
6 都市晨报	14/49	53万+	2,434	840.8
7 现代快报	20/100	62万+	2,432	838.6
8 城市日历	7/43	42万+	2,789	826.6
9 JSBC万家灯火	7/16	29万+	2,484	814.3
10 泰州微视听	7/56	33万+	1,940	807.7
11 江苏新闻广播	19/60	33万+	1,544	807.5
12 群众杂志	16/40	27万+	1,161	805.0
13 江海晚报	7/42	29万+	1,868	803.7
14 江南晚报	14/50	31万+	1,244	802.4
15 江苏新闻	16/63	28万+	1,623	799.3
16 金陵晚报	16/55	28万+	1,026	796.7
17 海口日报		28万+		



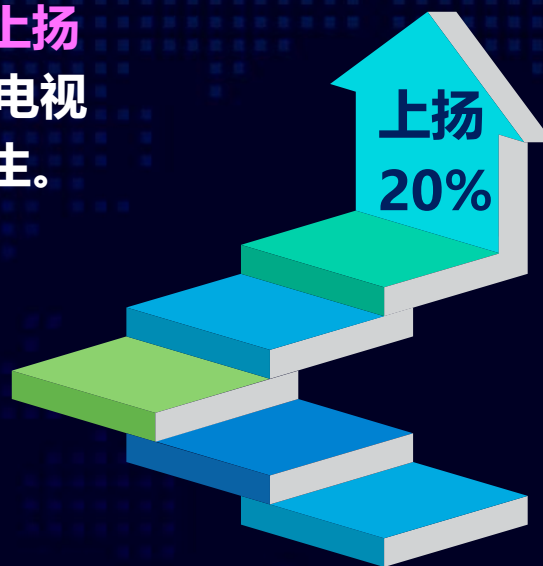
# 经营突破点

成立品牌研究院，  
集合优秀人才，  
广告营销从业务  
员营销时代进入  
品牌营销时代。



项目制，  
整合式营  
销效果明  
显。

2018年比2017  
年经营数字上扬  
20%，传统电视  
行业起死回生。



地铁经营  
成为新增  
增长点

金融事业部

房产事业部

教育事业部

家装通讯餐  
饮事业部

商超事业部

外联事业部

健康事业部





# 1

## 创新传统营销模式

### 广电有家房产超市 家装超市

“徐州广电有家房产超市”、“徐州广电家装超市”是基于徐州广电的公信力和影响力，联手苏州有家和徐州红地球装饰共同打造的一站式购房和家装服务平台。此项目开启了广电和房产，广电和家装客户的全新合作模式，按营业收入分成方式大大提高了广电的盈利效率。





# 2 创新电商营销模式

## 筛客宝贝

产/品/的/抢/先/体/验/官  
粉丝的砍价大师



从4月份开始，徐州广电“筛客宝贝”官方直播节目，在淘宝上进行测试、试播。在全国一百多家电视台及媒体集团的节目排位赛中，取得第15名的成绩。

合作引入的新疆时令水果“吊干杏”，一周时间销售突破40吨。





# 3 创新社群营销模式

**【艺术交流+旅游+广电社群】** 中老年旅游市场，作为项目在运营过程中，结合相关广电资源，独立开发出的新模式。一改以往只收取宣传费用，不对旅游进行管理的做法。首次采用“广电主办”，“主持人带队”模式，进行集中式招揽游客，从而将广电社群资源进行变现。

**【家装+买房社群】** 为将徐州广电的影响力和公信力更接地气，直接植根小区，广电家装超市每开展进小区活动前还提前设置了小区业主群，并在业主群里安排一名“广电小管家”，通过各类线下活动和节目推广，目前已经有20个《徐州梦想家》社群，活跃成员近4000人，为准备上房装修的业主提供一个家装咨询的服务平台。



# 技术驱动

5G联盟：徐州广电和徐州联通签署战略合作协议，双方发挥各自优势，共同探索5G时代媒体行业与通讯行业跨界合作新模式，双方共建“5G全媒体实验室”



# 管理融合

从集团层面，分管台长亲自挂帅，担任集团融合发展办公室和融合中心主任，整合所有资源，打破原有中心制，设立板块总监，成立板块协同一体化。

【内容经营活动互联网管理一体化】

【中央厨房调度会】

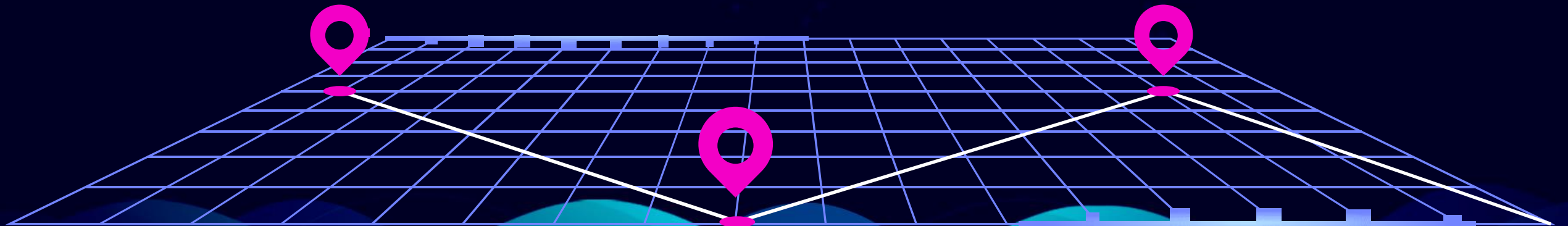
坚持中央厨房总监调度会，整合管理全部媒体内容。

【全媒体绩效考核】

内容生产人员，在绩效考核中设置一定的新媒体考核比例，鼓励创新，鼓励全媒体产品打造

【吸纳量考核】

收入=基础收入+19年播量奖励+19年超额播量奖励+创新创优奖励+外宣奖励+19年增量奖励+19年超额奖励





# 我们是谁

全程 全息 全员 全效

THANK YOU

徐州广播电视传媒集团