中国新闻奖媒体融合奖项参评作品推荐表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 作品标题 | **留声40年** | | 参评项目 | **融合创新** |
| 作品网址 | [**http://xhpfmapi.zhongguowangshi.com/vh512/share/5439702**](http://xhpfmapi.zhongguowangshi.com/vh512/share/5439702)  **http://xhpfmapi.zhongguowangshi.com/vh512/share/5436482** | | | |
| 主创人员 | **主创人员：集体（刘思扬、魏骅、焦旭锋、宋强、魏蒙、何山、吴剑锋、陈子夏、关开亮、程婧、李喻）**  **编辑：集体（陈凯星、钱彤、徐壮志、钟昊熹、齐慧杰、于卫亚）** | | | |
| 主管单位 | **新华通讯社** | 首发日期及时间 | | **2018年11月17日20时05分至2018年12月31日** |
| 发布账号（APP） | **新华社客户端** | 作品时长 | | **①短视频《留声40年，温暖夜归人》时长3分33秒**  **②《留声40年年终音乐会》4分18秒** |
| 采编过程  （作品简介） | **报道有高度：“以声见大”反映时代主题。为庆祝改革开放40周年，2018年9月至12月，新华社成立专项工作组，精心策划“留声40年”系列融媒体创意产品，项目以线上线下交互体验为主线，以UGC (用户原创内容)内容生产推送和先进技术体验为特色，用“时代金曲”激起受众共情和回忆,成为国内唯一以音乐为核心元素展现改革开放40年社会变迁的系列报道活动，总传播量超过1.8亿人，其中线下参观及互动量超过600万人次。**  **传播有精度：三个阶段，七大主题，核心突出，层层推进。该项目紧紧围绕“留声40年”这一核心主题深度策划，充分挖掘音乐贴近生活、贴近受众的关键属性，在持续3个月的报道中，结合国家大事、节假日、气候冷暖等多维因素，分三个阶段、七个主题，精选不同时间节点依次推出、环环相扣、层层递进。包括线上线下活动《留声40年：扫描人脸生成你的时代金曲》、UGC内容生产及融媒体报道《你、我、家、国的故事》、线下活动地铁音乐专列沉浸式体验《留声40年：那些改变你我的故事》、UGC内容生产及融媒体报道《留声40年：百姓的音乐故事》、融媒体系列报道《留声40年：年终音乐故事专访》、快闪音乐视频《留声40年：温暖夜归人》、线下活动《留声40年：新年音乐会》。**  **产品有温度：跨界融合引发用户共情。整个创意项目以打造“音乐体验”为切入点，主动“搞事情”，线上充分运用人脸识别、AR、H5等先进技术，线下积极打造沉浸式体验场景，运用专访、快闪、交互体验等多种表现形式，花式激发受众情感共鸣。通过提炼加工20万条网友精彩留言生产新闻产品，推送融合报道《你、我、家、国的故事》《留声40年：百姓的音乐故事》，通过邀请超过50位明星讲述自己的音乐故事、录制访谈节目、拍摄音乐快闪等方式，带动更多普通受众共同追忆往事，展示改革开放40年人们共同情感记忆，每一条报道在微信推送迅速超过10万+浏览量，在新浪微博、快手短视频、抖音、微视等流量平台总互动量超过7000万人次，2周内2次登上微博热搜榜、9次登上快手热门头条，在网络空间形成强大的正能量舆论声势，是重大主题报道下沉式占领网络空间的一次成功尝试。** | | | |
| 社会效果 | **2018下半年，围绕改革开放40周年这一重大主题，“留声40年”是唯一以音乐为核心元素展现40年社会生活变迁的主体产品，它以地铁列车的形式承载了音乐、人生和时代的故事，拓展了新媒体时代的传播途径，引发了集体共鸣，网上传播量超过1.8亿人次。**  **在互动征集方案发布的20天内，共收到1.7万条投稿以及数千封邮件，共计20万字。团队通过大数据分析与人工筛选相结合，将音乐、人生、时代的其妙串联，在全网迅速点燃，获得数篇“10万+”的爆款阅读。** | | | |
| 推荐理由 | **“留声40年”，用歌声和音乐唤起人们对40年社会变迁的记忆，选题切口小，背景空间大，受众范围广，视听制作精，传播效果佳，是一组优秀的融合媒体创新作品。郑重推荐。** | | | |