郴州新闻奖参评作品推荐表

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 作品标题 | 风起资兴① | 雾漫东江：来是come！给你点中国颜色 see see  风起资兴② | 云上回龙：国庆来当“旅游主理人”，这四季反差感我爱惨  风起资兴③ | 水韵白廊：在“湖南小洱海”必做的10件浪漫小事 | | | 参评项目 | | 网络媒体作品 |
| 体裁 | | 新闻专题 |
| 语种 | | 汉语 |
| 作 者  （主创人员） | 集体（名单见附件） | 编 辑 | | 何海瑶 黄丽娅 胡石林 | | |
| 刊播单位 | 资兴市融媒体中心 | 首发日期 | | 2025年9月13日  2025年9月26日  2025年9月29日 | | |
| 刊播版面  （名称和版次） | 资兴发布、今日资兴微信公众号、视频号 | 作品字数  （时长） | |  | | |
| 作品网址链接 | https://mp.weixin.qq.com/s/VyTKMNymlgpQ4KNBiw3aGg  <https://mp.weixin.qq.com/s/bvg8OEelCuSo0T4BZlJzvQ>  https://www.zixingxinwen.com/content/646954/66/15371494.html | | | | | |
| 采编过程  作品简介 | 经过前期研讨，资兴市融媒体中心确立了“风起资兴”作为年度旅游宣传主题，旨在通过系列化、品牌化的报道，全面刷新资兴旅游形象。资源整合，协同作战。打破部门壁垒，多部门通力合作。与摄影家协会合作，确保了素材采集的高效性。融媒表达，多元呈现。 在制作阶段，针对每期主题，量身定制了海报，通过精炼的文字和具有冲击力的组图，深度解读景点文化与特色。每篇推文都配备了精品短视频，优美的画面配以精心挑选的音乐和字幕，强化视觉与情感的冲击力。整个系列作品不仅是风景的简单记录，更是通过镜头语言和叙事节奏，将自然景观与人文情感深度融合，成功塑造了“醉美资兴，一见倾心”的立体化、情感化旅游品牌形象。 | | | | | |
| 社会效果 | 该系列作品发布后，形成了线上线下联动的传播声势，社会效应显著。直接带动旅游，转化效果显著。 据文旅部门统计，2025年国庆中秋假期期间，资兴市接待游客人次和旅游综合收入同比实现大幅增长，其中小东江、回龙山、白廊三大核心景区的游客量增幅尤为明显。提升城市美誉，塑造品牌形象。作品被大量转发推荐，极大地提升了资兴市的知名度和美誉度。许多网友评论称“被种草”、“原来湖南还有这么美的地方”，成功将资兴从区域性旅游目的地推向全国游客的视野，强化了其作为“摄影天堂”、“度假胜地”的品牌标签。 | | | | | |
| 推荐理由 | 该系列报道突破了传统宣传的单次、单点模式，采用年度系列化运营，实现了资源最优配置和传播效果的最大化。在微信公众号等平台，作品突破了“图配文”的传统模式，采用了杂志级的高清组图与散文诗式的文案相结合的方式。文案不再是指示性的介绍，而是营造氛围、讲述故事，引导读者在精美的图片中“漫步”。这种沉浸式阅读体验，有效延长了用户停留时间，加深了受众对资兴旅游的文化认知和情感联结。  签名： （盖单位公章）  2025 年 月 日 | | | | | |
| 报送意见 | 签名： （盖单位公章）  2025 年 月 日 | | | | | |
| 联系人（作者） | 李科 | | 手 机 | | 15073500005 | |
| 地 址（作者） | 资兴市融媒体中心 | | 邮 编 | | 423400 | |