

网红之城“出圈” 中心大沥当红

大沥走出一条别开生面的宣传路径,以宣传为全方位高质量发展赋能

4月25日~26日,一连两天的“网红之城 中心大沥”2023湾区镇能量传播共创大会将精彩举行。届时,与会者将一同感受这座“中心之城”的魅力所在。

大沥越来越“红”了。今年以来,大沥已吸引了周边多个地区相继前来取“宣传经”,官方公众号也成为全国首个突破百万粉丝的镇街政务号,成为当之无愧的镇街宣传界“网红”。通过“虚功实做”,大沥让看似抽象的宣传舆论,成为一项看得见、摸得着、有成效的工作,走出一条别开生面的宣传路径,以宣传为全方位高质量发展赋能。



■大沥的繁华夜色。

佛山市新闻传媒中心记者/刘勇斌 摄

为“中心大沥”提升魅力与价值

“你仔细听 喧闹不停 是这座城 开放勇毅前行……”4月17日上午,大沥学子、2022中国好声音总冠军梁玉莹新歌《你好大沥》MV在“盐步老龙1432”项目里开机,并将于5月20日全网首映。通过移步换景,MV将带领观众感受大沥这座“中国商贸名镇”“中国内衣名镇”“全国龙狮运动名镇”“中国摄影之乡”的活力与魅力。

当下,大沥镇打造“中心大沥”,即通过新中心战线、新动能战线和新文化战线,建设广佛同城中心、佛山城市中心、都市产业中心、商流经济中心、时尚消费中心、人才活力中心,在“产城人文”四大方面发力,打造广佛之心、湾区极点。怎样为中心凝聚更多“目光”?做好“营销”很重要。为此,大沥在线上线下同步发力。

线上,在“南海大沥”先后开设“城美大沥 乐享生活”“图懂大沥”等特色栏目,集中展示城市内涵和美学特色,强化大沥“好吃、好看、好

玩、好住、好赚、好开心”的标签,为大沥建设成建筑值得鉴赏、街区适合漫步、公园全龄友好、城市有温度的近悦远来的城市核心区注入宣传动能。此外,大沥还推动全民造“星”计划,用大沥“网红”打造“网红”大沥,据统计,“网红打卡”系列视频单条最高播放量达300万。

线下,在南海城市中轴中心最高点,大沥镇打造了一个建筑面积约1800平方米的“城市客厅”。如今,这里不仅是大沥城市新地标,也被开辟成了新的宣传阵地,成为人们全方位了解大沥的“最佳窗口”。

良好的城市形象凸显城市价值,从而凝聚城市竞争力。大沥把城市形象宣传作为一个长期工程,以中心城区的担当,加快融入千灯湖中央活力区。为此,大沥镇发挥主流舆论影响力,链接新华社、中新社、人民日报等高端宣传资源,借力各级主流媒体,打造“大沥观察”等品牌栏目,以“观察”“视评”“评论”等深度解读,展现大沥高质量发展的工作实效和成果。

为基层治理凝聚共识与合力

“我刚刚从行政服务中心办完事,就是通过‘南海大沥’预约的,可太方便了。”在大沥经营一家锁业公司的蔡耀斌说,他两年前才来到大沥创业。他还记得,当时刚安顿好,房东就让他关注“南海大沥”,说只要关注了这个号,就能办到很多事。“真的是打开了我新世界的大门,还让我节省了很多到处找办事端口的时间。”蔡耀斌高兴地说。

群众需要什么,就提供什么服务。从去年5月起,大沥根据镇街工作的特点及需求,依托“南海大沥”公众号,上线一站式民生服务与政务发布平台,以“贴民生、务实事、重应用”为原则,打造互联互通密切联系群众的新载体。平台设置了“了解大沥”“便民大沥”“服务大沥”三大功能版块,通过技术手段整合,集纳多项民生服务链接,涵盖办事预约、门诊挂号、疫苗预约、教育招生、人才招聘等50多个功能,打造指尖上“24小时不下班的政务大厅”和市民生活“百宝箱”,实现“数据多跑路,群众少跑腿”。

“这个平台上线不到一年,使用人次就已经超700万人次。”大沥镇宣传文体旅游办主任刘成说。

意莫高于爱民,行莫厚于乐民。去年12月新冠肺炎疫情防控进入关键时期,大沥在全省率先通过公众号平台免费向市民派发“健康包”,引导企业家捐赠药物,使更多群众切实受益,赢得了民心 and 好评。不难看出,大沥的宣传工作不仅是为“求粉”,更是用真诚的态度,接地气、聚人气,真正做到情为民所系、利为民所谋。

在聚焦群众关切、服务民生所需、便利民办事的同时,大沥还通过搭建群众参与平台、拓宽群众参与渠道,如已累计举办“城市治理面对面”活动20多期,线上线下带动市民100万人次参与,在宣传政策的过程中,也有效地增强社会各界参与基层治理的活力。大沥用宣传的独特手法,以群众喜闻乐见的方式,不断扩大基层群众参与度,激活基层治理的“神经末梢”,从而凝聚起推动“中心大沥”全方位高质量发展的强大合力。



■微电影《出发》海报。

通讯员供图

为中心工作注入“流量”与“能量”

最近,新市民陈小姐及梁小姐都不约而同地在朋友圈转发了“南海大沥”微信公众号的推文。不同的是,前者关注的是推文《提醒!大沥镇新市民积分入户分数及名单公示→》,而后者更专注大沥最近有什么“笋工”。

像这样“事无巨细”地做好信息发布,已成为“南海大沥”多年坚持的日常。如今,大沥通过一个公众号,打造出政府政策传播、信息公开、回应关切和形象塑造的新渠道和新阵地。自2013年“孵化”出“南海大沥”微信公众号以来,大沥就把它作为市民了解大沥的窗口,持续重点推送产业、民生、政务等市民关切的内容,大力宣传大沥镇的各项举措和成就,为大沥经济、社会发展营造良好舆论氛围。

这个春天,大沥镇政务微信公众号“南海大沥”迎来了新的量级提升——粉丝量突破100万。作为大沥镇政务信息发布的官方平台,“南海大沥”微信公众号仅在两年内,便已实现粉丝量从13万到100万的突破,至今关注人数远超大沥镇常住人口数(78.9万)。这意味着,“南海大沥”成为全国首个突破百万量级粉丝量的镇级微信公众号。

“官方、权威!大沥一站式民生服务与政府发布平台!”这是“南海大沥”写在简介栏里的口号,更是它的“行动指南”。“南海大沥”在围绕中心、服务大局中找准坐标定位,努力塑造强大

的传播力、引导力、影响力、公信力。据统计,在2022年,“南海大沥”每天持续发布政务、民生、产业、文化等权威信息及各类宣传报道信息,累计超2000条、合计阅读量超2500万,其中“10万+”爆款就有35条,位列全区第二,领跑全区各镇街。

包含微信公众号在内,在新的时代条件下,大沥已构建起“多点开花融合宣传”的新媒体生态圈,利用微信视频号、抖音号、快手号B站等矩阵平台快速“出圈”。它以主力军之姿挺进主战场,不断拓宽传播面,讲好大沥“拼经济、抓发展”的生动实践,让主流宣传走进千家万户,走进每个老百姓的心里,为大沥高质量发展营造了大势所趋、发展所需、民心所向的强大舆论氛围。

“大沥各种宣传平台的传播力很强,有效地帮助企业进行宣传扶持,呈现形式也很丰富。”广东广佛智城集团有限公司董事长黄河也是“南海大沥”的粉丝之一。在他看来,近年各媒体和平台对大沥产业和企业的报道和宣传,在一定程度上也为这个大沥电商产业园核心园区有效“引流”,加速了不少电商企业的进驻。

化虚为实,找准产业宣传载体及落脚点,塑造产业品牌、赋能企业发展。为了生动、具体地展示特色产业的形象,大沥还通过联合当地各类品牌企业及商业场所派福利、推出创意小视频等形式,帮助企业走进群众视野。

大沥也善于运用创新的宣传手法,把优化营商环境从“宏观化”转向“微观化”。先后推出宣传影片《新中心 新大沥 新活力》《520告白我的大沥》《夜经济交响乐快闪》等,有效展现了大沥四通八达的交

通路网、日新月异的城市景观、活力四射的夜间经济,体现出大沥现代、时尚、活力、宜居的特色与创新包容的文化。

此外,首届稻田音乐节的举行,全方位展现了这片孕育出盐步内衣产业的热土是多么活力四射;在盐步龙狮大会和大沥醒狮盛会线下活动回归之际,大沥首设超级中轴·新春欢乐市集,将传统和潮玩创新相结合……种种创新之举,充分展现城市大沥的烟火气与潮流魅力,有效提振了人们对大沥发展的信心。

同时,围绕城市更新、商贸转型、直播电商、夜经济、乡村振兴等重点工作,大沥先后推出全省首部全域土整纪实微电影《出发》、“城市+产业”微电影《遇见你,刚刚好》等视频,塑造推广城市与产业特色记忆点;开设佛山镇街首个“城市慢直播”等,不断提升产业和城市的影响力。



■直播电商成为大沥产业的新发力点。通讯员供图

■专家点评

大沥何以炼成 全国首个百万粉丝镇街政务号?

南海大沥微信公众号粉丝突破百万,可以说是基层政务新媒体在移动主战场和社交媒体平台获得的极其亮眼的成绩,也证明基于公众服务需求的政务新媒体有着相当广阔的发展前景。以权威政务信息发布为基础,以内容丰富、形式多样的政务服务为核心竞争力,大沥镇的探索实践及成功经验可资借鉴。

——广东技术师范大学文学与传媒学院教授朱敏

我觉得“南海大沥”有三个突出的特点:一是从内容、编排、栏目设置、沟通方式等,都体现出其自下而上的用户视角,而不是自上而下的宣传的视角;二是将服务功能整合到政务发布平台,比传统的单纯宣传平台更能增加用户粘性,在我的朋友圈里,就长期有超过100人关注了“南海大沥”,其粘性可见一斑;三是树立了大沥镇活力动感的城市形象,有助于吸引战略性新兴产业的高端人才,从而有效助力大沥镇的高质量发展。

——佛山市委党校教授杨银娟

文/佛山市新闻传媒中心记者 李翠贞 黄晴雯 通讯员 沥宣



■《你好大沥》MV日前开机。通讯员供图