



10

# 10年融合再出发

2010-2020

市场星报

2020年10月30日 星期五  
编辑/江 锐 组版/李 静  
校对/陈文彪

## 一言一行 一字不苟



10载春华秋实，我们紧跟时代步伐，忠实记录安徽政治、经济、文化与社会的蓬勃发展和辉煌历程。付出过心血汗水、饱受过风雨洗礼、品尝过成功喜悦，从一份报纸到多媒体矩阵的华丽蝶变之后，报道内容日益丰富，传播渠道不断拓展，传播能力逐渐增强。

为此，我们除了俯下身、沉下心、察实情，亲身走进基层、走进一线、走进田间地头，练就线下实地调查的基本功，也深入互联网舆论场，探索网络传播规律，做好线上社会调查，加强数字时代无形的“脚力”。并利用大数据、短视频等新技术向基层拓展，向群众靠近，进行更精准有效的传播，创作出反映基层实践、传递百姓心声、符合读者需求的产品。

而记者们也转型成为全媒体记者——采、写、编、摄、剪、播等十八般武艺样样都会的全能型选手。

### 重大新闻，我在现场

每年的全国和安徽的两会报道，我们精心谋划，前方记者与后方编辑、新媒体进行互动，推出《高端访谈》《两会代表话民生》等栏目，实现了从报纸、网站到客户端，从文字、图片到视频的立体式报道，及时、准确、生动地传递两会声音，营造了积极、健康、活泼的舆论氛围。

世界制造业大会，15位记者分工明确，从展馆到开幕，再到分论坛，每个环节都进行了立体报道，并对重点环节进行了直播，出版《制造业

大会画报特辑》。

在新中国成立70周年之际，我们进行了认真的策划：出版了《典范安徽》大型融媒体特刊，是当年单日版面最多的一期。

我们还发挥优势，做成新闻策划：“大美合肥”“小窗口，大文明”“美好乡村”“大湖名城、文明高地”，“满城新光”，助力文明创建，提升城市文明，围绕改革开放40周年的《皖象更新》《百强县区巡礼》系列报道，取得了社会效益和经济效益双丰收。

### 品牌活动，打造精品

树立品牌意识，举办品牌活动，使之成为精品力作是我们工作的始终追求。

2006年，本报与省希望工程办公室联合开展的一年一届的公益活动“迎新春慈善年会”正式拉开帷幕，截至2016年已连续成功开展了十届，成为一个在全国具有影响力的品牌活动。

自2006年以来，我们与共青团安徽省委、安徽省文明办、安徽省青少年发展基金会连续十五年开展了安徽希望工程“爱心圆梦大学”助学行动，资助优秀困难大学新生活动。关注

公益事业是媒体义不容辞的责任。《市场星报》作为一家具有强烈社会责任感的省级主流媒体，始终把公益事业作为自己的社会责任和使命，积极主动参与进来，连续多年参与和主办“爱心圆梦大学”等诸多大型公益活动。

近年来，我们深入全省各地，走进学生家中采访，讲述贫困学子背后的故事，充分发挥主流媒体的宣传报道优势，连续报道贫困大学生面对困难，自强不息、勇于进取的典型事迹，受到社会各界的广泛赞誉。

### 深度调查，探寻真相

我们始终保有传播力、影响力、公信力的内容建设摆在首位，主打政务和民生的报道，以多元化、多维度的呈现方式，为安徽的政务、经济等社会各界的报道提供全方位服务。

近年来，推出众多有影响力的深度调查，如《昔日“瓜子大王”今何在?》《太和被抢女孩

解救系列报道》《失独家庭调查》《走进重症犯人医院》《合肥低碳社区走上国际大舞台》《病房里的婚礼》《灵璧越南新娘深度系列报道》《电梯安全系列调查》《老人买抗癌神药被骗》《饮水机能包治百病?》《整形医院调查》《校园贷》等，为读者探寻新闻背后的真相。

### 融合传播，更远更广

2015年，“掌中安徽”APP上线，坚持新闻的准确、深度、速度，真正实现了移动优先。2018年在重大直播上实现了突破，其中《六安铁矿塌陷》阅读量达90多万，《碧桂园坍塌》阅读量10多万，《亳州隧道漏水》阅读量10多万等。

今年“新冠肺炎”疫情防控期间，我们始终在岗在线，投身“防疫”新闻宣传战斗前端，发挥主战场、主力军作用，持续为安徽战“疫”发声，并随之推出“聚焦复工复产、不负皖美春光”报道，获得各方赞誉。

