附件3

新媒体新闻专栏参评作品推荐表

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **专栏**  **名称** | **“有一种叫云南的生活”之365天** | | | | **参评**  **项目** | **新闻专栏（新媒体）** |
| **创办**  **日期** | **2023年12月28日** | | **2024年度**  **发布总次数** | **333次** | **字数/时长** | **521字** |
| **原创**  **单位** | **云新闻客户端** | | | **发布**  **平台** | **云新闻客户端** | |
| **主创**  **人员** | **集体（谢炜、黄佳伦、张海燕、蔡飞、赵婷婷、张俊辉、陈创业、戴菲、徐嵩钦、窦崇尹、王熠、郭星余、、吕天翔、林显富、刘韬、李苒苒、潘彬琼）** | | | **编辑** | **集体（陆橙、李喜翠、李春妮、邢路扬、段冯媛、石瑛、毕波、黄杰、邵琳鉴、郑海燕、黄磨西、严睿哲）** | |
| **作品链接**  **和二维码** | | [**https://ynrb-wap.yndaily.com/subject.html?id=646&channel\_type=30**](https://ynrb-wap.yndaily.com/subject.html?id=646&channel_type=30) | | | | |
| **专**  **栏**  **简**  **介** | **习近平总书记强调：“一种价值观要真正发挥作用，必须融入社会生活，让人们在实践中感知它、领悟它。”结合“有一种叫云南的生活”这个全网阅读量超500亿次的话题，云新闻客户端创办“有一种叫云南的生活”之365天专栏，通过新语态、新表达立体展现其丰富内涵，专栏实现以情感共鸣推动地域认同，为弘扬社会主义核心价值观、弘扬中华传统优秀文化建设注入新活力。围绕“现代文明、生态绿色、多姿多彩、和谐幸福、开放包容”五大核心主题，推出系列内容；选题注重从“国之大者”角度出发，反映云南新气象、新作为；从新闻时事热点出发，推出接地气、烟火气、正能量的产品；注重与网民的互动，开设话题讨论，有力推动大流量澎湃正能量。** | | | | | |
| **社**  **会**  **效**  **果** | **专栏每天推出海报或短视频，栏目稿件发布后，被人民日报客户端、央视新闻客户端、新华网、光明网、中国日报网、中国网、人民日报全国党媒平台、澎湃新闻、搜狐新闻、腾讯新闻客户端等同步转载，累计转载量近4万条，全网综合传播量超5亿人次。同时在云南发布、“学习强国”云南平台以及云南全省州（市）、县（市、区）媒体同步发布。此外，专栏海报还在云南各大城市主要户外大屏，机关企事业单位、中小学校、机场、高铁站电子大屏同步刊播，有力推动“有一种叫云南的生活”成为云南形象、云南文化、云南品质的代名词，有效助力中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，为提升网络空间文化服务水平、推动网络文化为民惠民发挥显著作用。** | | | | | |
| **︵**  **初推**  **评荐**  **评理**  **语由**  **︶** | **“有一种叫云南的生活之365天”专栏以人民为中心、以文明为引领、以文化为纽带，成功打造了新时代文明传播的融媒体范式，为全国精神文明建设工作提供了可复制、可推广的创新经验；以创新思维与融媒实践，生动诠释了云南的文化底蕴与时代风貌，成为新时代地域形象传播的标杆案例。创新经验方面，栏目坚持正确导向，弘扬主流价值；深挖文化内涵，打造百万级传播精品；通过共建共享激发公众参与，实现正能量与大流量双向奔赴。其成功实践为地域文化传播、网络文明建设提供了可复制、可推广的范本，具有显著的社会价值与行业示范意义。**  **签名：**  **（加盖单位公章）**  **2025年 月 日** | | | | | |

新媒体新闻专栏代表作基本情况

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **专栏名称** | | **“有一种叫云南的生活”之365天** | | | | | | | | |
| **代表作标题** | | **走，捡菌（jier）克！——有一种叫云南的生活之365天** | | | | | | | | |
| **发布日期** | | **2024年6月16日** | | | | **字数/**  **时长** | | **345** | | |
| **作品链接**  **和二维码** | | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?eid=75d468cce1d222a0**  **图片1** | | | | | | **入选**  **“三好作品”** | |  |
| **入选**  **“我的代表作”** | |  |
| **作**  **品**  **评**  **介** | **作品以“野生菌季”为切入点，生动呈现了云南人与自然和谐共生的独特生活方式。文章通过“新赛季”的趣味比喻，将捡菌活动升华为一场全民参与的生态仪式，既展现了松茸、鸡枞等野生菌破土而出的自然奇观，又细腻刻画了云南人“背箩进山”的鲜活场景。作品巧妙融合视觉叙事与人文关怀，如“脚下的泥土清新”“耳畔溪水潺潺”等细节，营造出沉浸式的山林体验，凸显云南“生态绿色”与“和谐幸福”的核心理念。此外，文章通过“篮中收获喜悦”的意象，以小见大地折射出野生菌资源对山区经济的赋能，呼应了云南“美丽产业”与生物多样性保护的深层价值。其语言兼具烟火气与诗意，成功将地域文化转化为情感共鸣。** | | | | | | | | | |
| **采**  **编**  **过**  **程** | **《走，捡菌（jier）克！》一文结合云南野生菌上市的鲜活时效性，征集云南主要野生菌产地楚雄彝族自治州南华县野生菌从土地中生长出来的优质图片一组，从中优中选优两张作为配图，同时联系保山市委宣传部征集野生菌采摘的现场新闻图片，派出摄影记者到市场专门拍摄野生菌上市的新闻图片制作主海报。在此基础上，精心创作优质文案，形成一篇立意精巧的图文力作。文章生动体现了“有一种叫云南的生活”栏目“以小见大”的创作理念，通过具体案例与场景，具象化传递云南的生态、文化与经济价值。** | | | | | | | | | |
| **社**  **会**  **效**  **果** | **该文章以“野生菌季”为切入点，生动展现了云南人与自然和谐共生的生活方式，引发广泛社会共鸣。通过“新赛季”的趣味比喻，将捡菌活动升华为全民参与的生态文化仪式，既凸显了云南“生态绿色”的核心理念，也强化了公众对生物多样性保护的认知。作品通过“脚下的泥土清新”“耳畔溪水潺潺”等沉浸式叙事，将地域文化转化为情感共鸣，强化了云南作为“理想栖居地”的品牌形象。文章发布后，相关话题在社交媒体引发热议，网友纷纷表示“想去云南体验捡菌生活”，进一步提升了云南文旅吸引力。这种以文化IP赋能生态资源的方式，为云南实现“3815”战略目标中的农文旅融合提供了实践范例，也为全国乡村特色产业发展提供了可借鉴路径。** | | | | | | | | | |
| **传**  **播**  **数**  **据** | **新媒体传播**  **平台网址** | | **1** | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?eid=75d468cce1d222a0** | | | | | | |
| **2** |  | | | | | | |
| **3** |  | | | | | | |
| **阅读量（浏览量、点击量）** | | **115万** | | **转载量** | | **1100** | | **互动量** | **260** |

上、下半年代表作前各附1张。此表可从中国记协网[www.zgjx.cn](http://www.zgjx.cn)下载。

新媒体新闻专栏代表作基本情况

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **专栏名称** | | **“有一种叫云南的生活”之365天** | | | | | | | | |
| **代表作标题** | | **水杉红了，打卡时间到——有一种叫云南的生活之365天** | | | | | | | | |
| **发布日期** | | **2024年11月17日** | | | | **字数/**  **时长** | | **176** | | |
| **作品链接**  **和二维码** | | [**https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?eid=c3a85feb6ed88278**](https://ynrb-wap.yndaily.com/news_details.html?eid=c3a85feb6ed88278)  **图片2** | | | | | | **入选**  **“三好作品”** | |  |
| **入选**  **“我的代表作”** | |  |
| **作**  **品**  **评**  **介** | **作品以昆明采莲河与滇池国家湿地公园的水杉秋景为主题，通过诗意的语言与视觉化呈现，描绘了云南“生态绿色”与“和谐幸福”的生活图景。作品抓住水杉“美拉德配色”的季节特征，以“一半阳光、一半阴凉”的镜头语言，将自然景观升华为情感共鸣的载体。文中不仅展现了水杉林的斑斓秋色，更隐含了云南生态保护的成效与文旅融合的发展路径。通过市民打卡、摄影作品展示等细节，文章将“自然之美”转化为“生活之美”，强化了云南作为“世人向往之地”的形象。其内容紧扣栏目“现代文明”与“多姿多彩”的主题，以“小景观”映射“大生态”，成功塑造了云南兼具诗意与烟火气的生态名片。** | | | | | | | | | |
| **采**  **编**  **过**  **程** | **《水杉红了，打卡时间到》一文结合昆明采莲河与滇池国家湿地公园的水杉秋景变红的时间节点，在这一网红景点迎来大量游人打卡的时段，现场采访到正在拍摄的游人，及时拍摄下风景如画的场面，结合精心创作的文案，以自然美学唤起情感认同，突出感染力，服务于“云南生活”的品牌塑造，兼具深度与传播力，是融媒体时代地域形象传播的典范之作。** | | | | | | | | | |
| **社**  **会**  **效**  **果** | **作品通过聚焦昆明采莲河与滇池国家湿地公园的水杉秋景，成功塑造了云南“生态宜居”的鲜明形象。文中“美拉德配色”“一半阳光、一半阴凉”的诗意描绘，将自然景观升华为情感载体，吸引大量市民和游客前往打卡。采莲河“四季景不同”的持续传播，推动城市绿化工程与市民生活品质提升的良性互动，成为云南“现代文明”主题的典型案例。此外，作品紧扣“旅居云南”品牌战略，以“油画般秋色”呼应省委书记王宁提出的“始于山水、归于烟火”理念，助力云南从旅游目的地向旅居生活方式的转型。文章通过具象化景观叙事，为“有一种叫云南的生活”注入鲜活注脚，实现了生态价值向经济与社会价值的有效转化。** | | | | | | | | | |
| **传**  **播**  **数**  **据** | **新媒体传播**  **平台网址** | | **1** | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?eid=c3a85feb6ed88278** | | | | | | |
| **2** |  | | | | | | |
| **3** |  | | | | | | |
| **阅读量（浏览量、点击量）** | | **257万** | | **转载量** | | **2200** | | **互动量** | **490** |

上、下半年代表作前各附1张。此表可从中国记协网[www.zgjx.cn](http://www.zgjx.cn)下载。

新媒体新闻专栏2024年每月刊播作品目录

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **月份** | **作品标题** | **作品网页地址** | **发布日期** |
| **1月** | **浪漫满园，只“樱”你而绽放** | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?id=381956** | **2024年1月13日** |
| **2月** | **龙狮共舞 古城年味浓** | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?id=1249497** | **2024年2月13日** |
| **3月** | **丽江黑龙潭** | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?id=1292431** | **2024年3月13日** |
| **4月** | **水～水～水！泼水节踏歌而来** | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?id=1356231** | **2024年4月8日** |
| **5月** | **是对手 更是朋友！** | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?id=1434910** | **2024年5月15日** |
| **6月** | **最后一课，笑哭了** | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?id=1487154** | **2024年6月9日** |
| **7月** | **野生菌+民族风+簪花=云南人的浪漫** | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?eid=4c3b02f1c19fecac** | **2024年7月8日** |
| **8月** | **“果菌王”开枝散叶** | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?eid=e87a280a12548855** | **2024年8月15日** |
| **9月** | **这一串，价值10000000000元** | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?eid=777c57ad6e21927d** | **2024年9月11日** |
| **10月** | **一身军装，一生相伴** | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?eid=e5e0b3f1ef0f5bc4** | **2024年10月14日** |
| **11月** | **亚洲最重量级“天团”亮相宁洱** | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?eid=daa83896029d6ac5** | **2024年11月13日** |
| **12月** | **心动预警！大理无量山的樱花开好了** | **https://ynrb-wap.yndaily.com/news\_details.html?eid=0545fae7c48c72d6** | **2024年12月14日** |

填写连续12个月每月8-15日刊播的作品标题（如遇重大节假日或重大事件，顺延一周）），日刊栏目填写每月8-15日任意一天刊播的作品标题，动态消息集纳式栏目填报栏目名称。此表可从中国记协网[www.zgjx.cn](http://www.zgjx.cn)下载。

附件4

报送单位履行初评程序和公示情况表

**（报送单位填报）**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 履行初评程序情况 | | | | | | | |
| **按规定组成初评委员会评选** | 完成填“√” | **初评**  **时间** |  | | **审核把关**  **作品材料** | | 完成填“√” |
| 履行公示情况 | | | | | | | |
| **公示网址** |  | | | | | | |
| **公示**  **起止时间** |  | | | **完整公示作品**  **推荐表及表内信息** | | 完成填“√” | |
| **完整公示**  **参评作品内容** | 完成填“√”（包括文字作品文字稿、广电作品音视频、新媒体作品网址或二维码等） | | | **完整公示**  **作品相关附表** | | 完成填“√” | |
| **举报及核查**  **处理情况** |  | | | | | | |
| 报送单位意见 | | | | | | | |
| （报送单位主要负责人签名并加盖公章）  2025年 月 日 | | | | | | | |

此表可从中国记协网www.zgjx.cn下载。

自荐、他荐作品公示情况表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **公示地点**  **或网址** |  | | |
| **公示**  **起止时间** |  | **完整公示作品**  **推荐表及表内信息** | 完成填“√” |
| **完整公示**  **参评作品内容** | 完成填“√”（包括文字作品文字稿、广电作品音视频、新媒体作品网址或二维码等） | **完整公示**  **作品相关附表** | 完成填“√” |
| **举报及核查**  **处理情况** |  | | |
| **单位意见** | （自荐人所在单位签署意见并加盖公章）  2025年 月 日 | | |