

数百家媒体 500 余名记者聚焦报道 全过程多语种多平台立体呈现 拜祖大典盛况全媒传播 吸引全球华人关注点赞

央媒

多家央媒重磅报道

大典当天,来自人民日报、中央人民广播电台总台多个频率频道、新华社、光明日报、经济日报等多家中央知名媒体参加了拜祖大典的宣传报道,掀起了全国拜祖寻根的热潮。

4月8日《人民日报海外版》要闻版刊发《黄帝故里拜祖大典在新郑举行》,文中指出4月7日来自海内外的近万名代表聚集中原大地黄帝故里,恭拜轩辕黄帝。

《光明日报》刊发《己亥年黄帝故里拜祖大

典在河南新郑举行》。《人民政协报》在头版刊发《己亥年黄帝故里拜祖大典在河南新郑举行》。

国务院新闻办公室官网、中新社、央广网、中国新闻网等中央媒体纷纷报道点赞拜祖大典。

大典前夕,《人民日报》《新华每日电讯》《经济日报》《光明日报》《中国日报》《人民政协报》等刊发专版近十篇,为全国乃至世界了解中华上下五千年文化起源、弘扬丰富黄帝文化内涵提供了广阔平台。

央视三大频道多个栏目 同日重点关注

4月7日当天,央视综合频道《新闻联播》节目于19时22分播出大典盛况,时长21秒;央视新闻频道《新闻直播间》《东方时空》栏目分别于17时52分和20时50分播出大典盛况,时长分别为48秒和1分22秒,其中,《东方时空》播出节目中拜祖大典前夕,还报道了在黄帝故里举行的“我和我的祖国”快闪活动情况。

央视中文国际频道于9时40分推出《己亥年黄帝故里拜祖大典》特别报道,同步直播己亥年黄帝故里拜祖大典仪式现场,将现场震撼场

面和精彩瞬间一一呈现,时长达40分钟;同时在12时25分,《中国新闻》节目中以时长2分22秒,重点报道了拜祖大典盛况。

除电视频道外,央视移动融媒体新闻平台央视新闻移动网也对拜祖大典情况给予重点报道,并吸引了数百万网友观看,其中,4月7日当天对己亥年黄帝故里拜祖大典的直播,当天播放量达26万;4月6日当天推出关于“抒发爱国热情,凝聚家国情怀”拜祖快闪活动视频,当天播放量达46.5万。

本报讯(记者 张昕)三月三,拜轩辕。4月7日,己亥年黄帝故里拜祖大典在郑州新郑举办,大典盛况全球传播,受到海内外华人与各国友人的关注与点赞。



全球数百家媒体 500 余名记者采访报道

作为全球华人祭拜共同人文始祖黄帝的年度盛事,黄帝故里拜祖大典受到海内外华人与各国友人的关注与期待。本届拜祖大典,共吸引了全球数百家媒体500余名记者采访报道。从前期预热到大典现场报道到后期回顾延续全过程报道,从台前到幕后,随处可见记者采访的身影。英语、法语、德语、意大利语、西班牙语、希腊语等多语种报道传向五大洲。

大典进一步强化与全球知名移动互联网出海传媒 APUS 深度合作,通过手机上的新闻资讯头条推送、用户社区置顶、内存释放结果放置焦点图、FACEBOOK 圈推送等8个用

户使用场景,根据海外用户的阅读习惯,专门制作了英文版新闻和推送宣传图,覆盖海外14亿用户。

中央广播电视总台中文国际频道、凤凰卫视等面向全球直播,收视率居同时段节目前列。人民日报、新华社、光明日报、经济日报、中国日报、人民政协报等中央媒体和北京、上海、天津、重庆、广州、武汉、成都、济南、南京、西宁、银川等国家中心城市及省会媒体,河南省级报业、广电及18地市媒体和县级融媒体中心等,纷纷推出各种形式的报道。国务院新闻办公室官方网站也对拜祖大典新闻进行了转发。

多角度、立体化、全平台报道

50多家海内外知名华语广播媒体联播拜祖大典,新浪、百度、网易等140余家各类新闻网站,今日头条等10余家新闻客户端,以及映客、花椒、水滴、斗鱼、梨视频、冬呱视频等20余家直播平台,通过PC端和移动端对大典进行了视频直播或报道。美国《国际日报》、欧洲《欧洲新闻》、法国《华人头条》等海外媒体推出多篇报道。

海内外媒体百花齐放,传统媒体与新媒

体深度融合,多角度、立体化、全平台报道了拜祖大典,实现了大典盛况全球电视直播,在全球范围内进一步提升了黄帝文化的影响力和郑州的城市知名度。

截至今日凌晨0时,报道拜祖大典相关新闻媒体和新媒体超千家,报道覆盖超19亿受众。视频7日当天全网曝光量就超两亿次,拜祖前夕的爱国快闪视频全网点击量破亿,皆创历史新高。

郑州全媒体

全程关注 全员参与 全息传播 全效呈现 郑州全媒体创新报道拜祖大典

今年大典期间,市委宣传部统筹《郑州日报》、《郑州晚报》、郑州人民广播电台、郑州电视台、中原网五大市属媒体,组成“郑州全媒体”拜祖大典报道团队,对大典盛况进行了全方位、多角度、深层次报道。

全媒:充分预热,全程参与。早在一个月前,《郑州日报》《郑州晚报》就在头版突出位置刊出大典倒计时题花,并对大典北京新闻发布会、郑州市新闻发布会等进行重点报道,定期发布大典最新筹备情况,让读者第一时间了解今年大典的特色及安排。

4月1日至7日,《郑州日报》《郑州晚报》在头版显著位置开设专栏,专栏精心设计,回顾往年拜祖大典盛况、亮点,充分展现“黄帝文化”“根亲文化”“姓氏文化”的风采。

己亥年黄帝故里拜祖大典当天,郑州全媒体就大典内外场盛况、到场嘉宾情况等展开了全方位采访报道,通过多种形式第一时间传递大典盛况。

全员:聚是一团火,散是满天星。“四全”媒体时代,郑州全媒体报道团队成员们不再是专精于各自岗位业务的“单一兵种”,而是一人多专的“多面手”。

今年黄帝故里拜祖大典,郑州全媒体提前谋划,抽调精干力量,派出由100多名骨干记者组成的报道团队。大典当天,《郑州日报》《郑州晚报》除了头版头条刊发大典综合消息外,还以消息、侧记、专访、评论、花絮、图片等形式,对大典进行全方位、多角度报道,大典当天刊发文字、图片稿件共计近百篇,报道持续时



境外媒体

全球华人都在看! 境外媒体聚焦拜祖大典

一年一度的黄帝故里拜祖大典,也吸引了境外主流媒体关注。美国《国际日报》、《中邮报》、欧洲《欧洲新闻》、法国《华人头条》、加拿大温哥华《星岛日报》、日本东京《中日新报》、俄罗斯莫斯科《龙报》、乌克兰中文网、澳大利亚《澳洲之声报》、澳大利亚澳华电视传媒、非洲《中非日报》、南非《非洲时报》、菲律宾《东盟商报》、缅甸《缅甸中文网》、泰国《泰亚新闻》、迪拜《迪拜新闻》、柬埔寨《金边晚报》等海外媒体刊发专版、专题报道。

郑州广播电台携手中国国际广播电台、海峡之声广播电台、澳大利亚3CW中文电台等50多家海内外知名华语广播媒体,面向五大洲使用法语、德语、意大利语、西班牙语、希腊语等多语种,向广大海外受众进行了拜祖大典国际大联播。今年还联合海峡之声广播电台、中国华艺广播公司、澳大利亚3CW中文广播推出2小时并机直播,各广播均派出主持人全程参与,进一步推广了炎黄文化和中原文明。

黄帝故里快闪

黄帝故里快闪视频点击量破亿

在己亥年黄帝故里拜祖大典举办前夕,“我和我的祖国”快闪活动在黄帝故里举行。快闪视频一经在网上发布,便立刻引爆互联网,点燃了无数华夏儿女的爱国心。截至发稿,全网点击量已破亿,无数网友评论留言,为这场富有浓浓爱国情怀的活动点赞。

活动当天,奥运乒乓球冠军邓亚萍,奥运网球冠军孙甜甜,知名香港歌手张明敏,知名歌手平安,感动中国人物、“最美乡村教师”李灵,中铁工程装备集团有限公司总工程师王杜娟,中国小麦栽培专家郭天财及来自全球的华人代表纷纷加入到快闪活动中。现场数千人齐唱《我和我的祖国》《我的中国心》《我爱你中国》等经典爱国歌曲。

快闪视频于4月6日下午一经发布,立

即引爆互联网;人民日报、新华社、中央广播电视总台、东方网、华龙网以及百度、腾讯、凤凰、新浪、网易、搜狐等门户网站纷纷转载;人民号、今日头条、UC大鱼号、百度百家号等移动平台新秀,都在重点位置推荐;凤凰卫视第一时间向海峡两岸暨香港澳门、欧洲、美洲、东南亚等地区播发,凤凰秀APP也同步直播和点播;APUS全球数字化平台也将视频推向了全球华人;河南省、郑州市各主流媒体也第一时间进行了大面积推送……

截至目前,“我和我的祖国”黄帝故里快闪视频全网播放量已破亿,移动端产生几十个阅读量达10万+的稿件。无数网友纷纷在评论区留言、点赞。

“黄帝”文创产品

“黄帝”文创产品引爆年轻人群

己亥年拜祖大典前夕,一组以“轩辕黄帝有熊氏”为主IP的文创产品在互联网中悄然走红。这组文创产品由郑州报业集团·中原网开发,通过一种生动有趣、年轻人更乐于接受的方式,让黄帝文化内涵深入千家万户。这组萌萌哒的文创产品不仅在拜祖大典现场大放异彩,引来众多嘉宾围观、合影,在网上一经发布也引起了广泛关注。

据了解,早在去年拜祖大典前夕,郑州报业集团·中原网已经组织专业创意团队,与中国传媒大学合作,推出了河南第一个具有浓郁地方特色的表情包——轩辕黄帝有熊氏。在此基础上,郑州报业集团·中原网今年推出

了“轩辕黄帝有熊氏”的文创产品。

“轩辕黄帝有熊氏”文创产品以黄帝时期崇尚的黄色为主基调,辅之以中国红为点缀,设计方面富有浓郁的中国风。在产品类型上,共包括福牌、帆布袋、笔记本、钥匙链、笔、公仔等。这些产品在日常生活中使用率较高,通过这样润物无声的方式将黄帝文化的IP形象和文化内涵播撒进每个人的心里。

“轩辕黄帝有熊氏”文创产品问世后,以满满的创意、浓郁的地方特色、令人耳目一新的设计风格引起媒体的关注,凤凰网、中华网、今日头条及河南省、郑州市的多家主流媒体推出相关报道,阅读量数以万计。

移动5G

移动5G“首秀” 助力网络直播

在今年的拜祖大典上,郑州移动对现场进行了全方位的网络保障,特别是新增加了5G网络,并将5G信号通过华为5G商用终端设备CPE转化为WiFi信号。在现场报道拜祖大典盛况的媒体和记者,均可使用5G网络来进行直播和传输素材。

大典当天在黄帝故里景区,一辆白色的移动5G通信保障车非常吸睛。据郑州

移动相关负责人介绍,5G具有高速率、低时延、大连接三大特性,这辆移动5G通信保障车就是一个可移动的、稳定的5G基站,可全方位满足现场媒体多形式直播报道的需求。

现场,中原网直播记者利用移动5G技术进行手机多平台直播,让收看直播的观众感受“不在现场,如在现场”的体验。

郑报融媒记者 张影 董艳竹 赵文静 秦华 张思沅

APUS Group

郑州报业集团与全球著名移动互联网公司 APUS Group 合作 15亿次海外用户共享盛况

2019年4月7日(农历三月初三),己亥年黄帝故里拜祖大典在郑州新郑市举行。此次拜祖大典,郑州报业集团通过与全球著名移动互联网公司 APUS Group 合作,充分利用智能手机的全场景模式,向海外15亿智能手机用户推送拜祖大典相关新闻,极大地扩展了己亥年黄帝故里拜祖大典的全球传播范围。

APUS Group 公司成立于2014年6月,致力于为全球智能手机用户提供最好的用户系统,帮

助用户实现最佳的手机和移动互联网使用体验。己亥年拜祖大典的现场盛况,通过 APUS 产品集群八大使用场景和海外社媒,对近15亿用户进行了大规模宣传和曝光,海外推广的情况如下:APUS 浏览器进行了新闻推送、APUS 桌面吊坠入口推广、APUS discovery 视频展示、APUS cutout 拍照产品首页 banner 位推荐、APUS cutout 应用内素材植入推广、APUS 海外社交媒体推广。

全平台

全平台视频直播、今日头条、抖音全覆盖 百余家平台同步直播让大典近在眼前

2019年4月7日,己亥年黄帝故里拜祖大典在郑州新郑市举行。郑州报业集团加大全平台直播覆盖,通过手机与PC端的近百个平台视频直播,近千个网站图文直播拜祖大典盛况。

拜祖大典当天,协调人民网、新华网、央广网、中新网、央视网、新浪、百度、凤凰网、大公网、大河网、映象网、中原网等140余家各类新闻网站,今日头条、新浪新闻、会会、身边等10余家新闻客户端,以及映客直播、花椒直播、水滴直播、斗鱼直播、梨视频、冬呱视频等20余家直播平台,通过PC端和移动端对大典进行了视频直播。

#拜祖大典#、#三月三,拜轩辕#等相关话题在微信上持续热度,仅人民微博一家的直播就超过了1153.7万点击,直播间5.22万人次观看,点赞3.8万。

据不完全统计,今年关注大典的网友分布地域更广、年龄跨度更大,特别是遍布各个移动直播平台的90后、95后年轻网友,也通过各平

台首页的强势推介关注拜祖大典。拜祖大典当天上午7时开始在微信朋友圈推广拜祖大典盛况,据不完全统计,400万用户通过微信朋友圈了解和观看了拜祖大典,互动点赞评论数超过100万,从4月5日到7日,3000万用户通过百度搜索拜祖大典关键词直击拜祖大典盛况。

通过今日头条开屏首刷,链接到拜祖大典新闻专题;在重点新闻资源位,对拜祖盛况进行重点推送;同时选用推荐信息流位置优选,向北京西城区为中心的数十万重点头条客户,推送原创短视频《海外拜祖视频》和相关新闻;对于拜祖大典的全国新闻报道,进行首页重点新闻随时推送和头条 PUSH 弹窗。

今日头条旗下的“抖音”平台,从4月4日开始,就对拜祖大典的15秒宣传视频进行全抖音推荐,并在开屏链接推广原创的《海外拜祖视频》和新闻,据统计,今日头条及抖音的累计到达点击率达3000万。