

# 融媒体，我们在行动



地铁报之融

## 多媒体编辑 线上线下互动 地铁报在新媒体时代崛起

新媒体相对于传统媒体而言，更具有交互性与即时性，海量性与共享性，多媒体与超文本，个性化与社群化。在6亿微信用户的庞大数据背后，蕴藏着巨大的商机，如何利用新媒体将纸媒的发展推向另一个高潮？

都说新媒体正在颠覆传统报纸、电视媒体，而在新媒体时代到来之时，郑报人也用自己的方式开辟了新的道路。而作为新渠道媒体《中原地铁报》来说，也是传统都市报商业模式的改变和创新。记者 谢君锐



### 线上交流与线下活动

地铁报的各QQ群自上线以来联合各商家组织了不少线下活动，在与读者进行近距离互动的同时，也为商家带来了人气，为地铁报今后的发展开拓了新的渠道。

中原观影团每周都会邀请10名幸运读者到电影院免费观影；地铁报吃货吧开设的吃货学堂至今已成功举办五期，分别与金门饼家、秀台时尚俱乐部等开展合作，读者在参与活动的同时都对这种线下活动颇为支持。

而地铁报缘分吧更是让相亲这一话题变得“高大上”。迄今为止，地铁报缘分吧带领群成员参观工厂、游览景区、品茶、秀厨艺、密室探险、K歌……活动形式多样，真正为郑州的读者营造了新的生活圈子，走进了读者的生活。

### 1500多人加入“缘分吧”

3月底，地铁报“缘分吧”成立，通过地铁报发行、QQ群互动、微信公众平台等传播渠道受到了广大单身朋友的积极响应，地铁报“缘分吧”的会员有来自各个行业的精英，公务员、教师、医生、工程师、海归、企业老板……应有尽有。

地铁报“缘分吧”还成立了“7080”分群，严格审核单身“7080”大龄群会员的个人资料，防止欺诈行为的发生。未婚人士须携带本人身份证、户口本、未婚证明；离异人士需携带本人身份证、户口、离婚证。严格审核证件是对单身人士负责的表现。

截至6月11日13时缘分吧两个QQ群成员人数已达1500人，微信公众平台听众达1000人，许多缘分吧成员通过交友活动找到自己的另一半。目前，正式通知地铁报喜讯的成员已达十余对。

财经微信之融



### 小螺号 打造“小而美”财经微信

郑州晚报财经微信小螺号自3月中旬开始筹备运营，4月10日发出首篇文章《沪港通半年内推出个人门槛50万》，报纸因为版面所限只刊发了这条消息和几位专家的观点，而微信整合的内容更丰富。

小螺号最初的粉丝只有部门的十几位同事，发展至今已有近2万余位粉丝，这和大家的极力推广分不开的。还记得当时一有同事出去参加活动或约见朋友同学，就互相提醒着他们，要拿出手机请朋友们扫码关注小螺号。

粉丝的不断增长让我很兴奋，也让我意识到责任的不断加重。“发现价值 传播价值 服务投资者”是小螺号的宗旨，所以我每天要浏览各类财经网站及观看订阅的多个微信，阅读大量的文章，以我个人的经验挑出自认为最有价值的经济新闻、观点、评论、人物故事，来和我的粉丝分享。楼市新闻以及分析文章尤其是和本地密切相关的、P2P互联网金融、大咖和草根的创业故事、切合热点的评论等转载率最高。

2014年巴西世界杯6月13日开幕，对于这四年一遇的重大机遇，报社领导果断拍板，决定开展“非赢不可”世界杯大型竞猜活动。我们团队抓紧制定游戏规则、联系微信第三方服务商提供技术支持，当然最重要的是联系广告客户，而这次活动也取得了巨大成功，实现了报社、广告客户、粉丝的多方共赢。虽然这次小螺号只是作为辅助微信对活动进行了宣传、推广，但我们的影响力也获得了体彩方面的认可。

从事小螺号微信编辑运营已经快半年了，我现在最想把小螺号打造成一个“小而美”的微信公众号，移动互联网时代各种资讯更快更多更泛滥，没有鲜明特点、独家观点、特别价值的微信号注定难以立足。小螺号要注重对用户的黏性，并找到自己的赢利模式。这要通过什么途径来实现呢？

我选择了以彩票为突破口，尤其是体育竞彩和足彩。目前，小螺号已经可以实现“赛事竞猜”（可以通过活动，选拔民间高手）、“赛事推荐”（这是我的独家推荐，一直在坚持），不久以后还将实现“彩票投注”、“彩票合买”。  
郑州晚报记者 上官亦民



### “多信源采集”“多媒体编辑”“多平台分发”

《中原地铁报》目前新媒体手段除官方微信“郑州地铁报”外，还另设有地铁报缘分吧QQ群及微信、地铁报吃货吧QQ群及微信、中原观影团QQ群、地铁报读书会QQ群。在《中原地铁报》的微信平台

中，“郑州地铁报”、“郑州吃货吧”、“地铁报缘分吧”分管不同区域，每天为粉丝推送包含资讯、新闻、休闲、美食、优惠、交友等各类信息，真正做到“多信源采集”“多媒体编辑”“多平台分发”。

## 媒体融合“非赢不可” 晚报官微一战成名

2014年世界杯在遥远的巴西开赛，由于时差和技术的限制，平面媒体的短板暴露无遗。纸媒如何才能变被动为主动，在世界杯宣传大战中立于不败之地？

除了常规的世界杯特刊外，郑州晚报另辟蹊径，利用微信平台、联合多家单位打造的“非赢不可”世界杯大型互动竞猜游戏于6月18日横空出世，这是一次基于微信，融合了报纸、微博、网站的全媒体互动营销实战演练，也是中原地区首次全媒体矩阵营销的经典案例。郑州晚报记者 张浩

### 项目管理制，让团队更有战斗力

活动策划之时，距离世界杯开赛只剩下7天时间了。经报社批准，从郑州晚报新媒体部、财经部、文体部、郑州19楼抽调的骨干人员组成了“非赢不可”项目组，大家牺牲休息时间，连夜编写活动方案，制定活动细则，开始项目招商，快速、高效地完成了前期的准备工作，为活动的后续开展打下了坚实的基础。

“非赢不可”活动成功携手5家知名品牌，开创了中原地区全媒体营销的先河，综合营收达到百万元。体现在后台数据库上的数据更为靓丽：“非赢不可”活动影响受众2000万人次，活动为郑州晚报官方微信带来新增用户6万户；竞猜总人数有5万人，郑州晚报官方微信累计发布25条活动信息，推送200万人次，阅读50万人次，累计转发3.9万次……

媒体营销之融



郑州晚报官方微信和微博

### 媒体融合 创新营销是大势所趋

“非赢不可”活动在融媒方面进行了大胆的尝试。报纸的宣传和报道提升了活动的权威性，官方微博的传播，为活动聚集了大量人气，微信的信息推送，直接带来大量用户，网站的发布，增强了用户黏性，加强了互动效果。

同时，在宣传形式上除了常规的自宣广告、报道外，还创造性地开发了手机微信“微网站”，除了在线竞猜功能外，还在登录、注册、竞猜、互动等多方面开辟广告位6处，植入合作商家的广告20余幅(帧)。

2014年11月8日 星期六 第15个记者节  
王长雷 编辑  
李亚好 美编  
杨工海 校对  
李文