

网聚正能量 奋进新征程

2024年江苏省网上重大主题宣传和重大议题设置发布暨“一江清水万重山”网络主题采访启动

网聚正能量,奋进新征程。4月12日,2024年江苏省网上重大主题宣传和重大议题设置发布暨“一江清水万重山”网络主题采访启动活动在南京举行。

江苏省副省长赵岩出席活动并致辞。他指出,做好新时代江苏网信工作,为全面推进中国式现代化江苏新实践营造良好网上舆论环境,需要答好“凝心铸魂”命题,凝聚起团结奋斗的磅礴力量;答好“勇挑大梁”命题,为江苏高质量发展增动力、添活力;答好“技术赋能”命题,推动重大主题宣传跨界出圈;答好“媒体融合”命题,切实提升正能量网络传播实效。

中央网信办网络传播局局长范小伟在致辞中指出,地方做好网上重大主题宣传,要有全国站位,从地方视角、小切口着力;要突出地方特色,在生动、鲜活上下功夫;要勇于创新,在传播工作的创新探索上先行先试;要加强互动,提升网络主题宣传的吸引力和参与粘性。

活动上,江苏省委宣传部副部长、省委网信办主任杨力群介绍2024年江苏省网上重大主题宣传和重大议题设置方案。江苏网信系统将围绕四大篇章14个领域,推进92个项目,聚焦核心引领,凝聚思想共识;展现万千气象,激扬奋进力量;强化跨境传播,讲好中国故事;坚持融合创新,提升引导能力,用心用情谱写网上重大主题宣传篇章。

中央网信办网络传播局副局长



启动仪式现场

陈仁泽,江苏省政府副秘书长邱志强,江苏省广播电视总台党委书记、台长、集团董事长葛莱,新华日报社党委副书记、总编辑顾雷鸣,凤凰出版传媒集团党委书记、董事长章朝阳,央广网副总编伍刚,浙江省委网信办副主任许晴,湖南省委网信办副主任刘亚楼,重庆市委网信办副主任何萍,江苏省文明办副主任尤健,江苏省委网信办副主任刘伟等出席活动。

做好网上重大主题宣传和重大议题设置,是高质量推进网上内容

建设的重要举措。当天,围绕四大篇章,江苏9个网上重大主题宣传项目进行了集中发布。“习声回响·看江苏”等学“习”品牌着力做好党的创新理论网上传播;“冠军中国·青春接力——我比任何时候更懂你(第四季)”面向网生代,在入脑润心上下功夫;“‘链’上现代化”“‘质’感中国”“江苏力量·向‘新’而行”等聚焦中国式现代化创新实践;“问道中国”“暖暖远人村”等特色项目创新话语体系,以柔性传播塑造立体中国形象;“穿越时空遇见你”组织

线上线下AR主题展;“老外的朋友圈”推出VLOG、短视频、5G直播等可视化产品。

现场,领导与嘉宾共同启动2024年江苏省网上重大主题宣传和重大议题设置发布暨“一江清水万重山”网络主题采访活动。

“一江清水万重山”网络主题活动由中央网信办网络传播局指导、江苏省委网信办出品、新江苏传媒(中国江苏网)策划承办,活动认真学习贯彻习近平生态文明思想,携手长江经济带10省市网信办,组织

线上线下联动采访,推出一批互动性强、体验感好、参与度高的新媒体产品,解码长江经济带蝶变,带领网友沉浸式感受一江清水的历史底蕴与美好未来。

2023年,江苏各网络媒体不断识变应变求变,涌现出不少创新亮点,7个项目获中央网信办网上重大主题宣传和重大议题设置精品项目,10件作品获评中国正能量网络精品。当天活动为2023江苏省网上重大主题宣传和重大议题设置精品项目、2023江苏正能量网络精品获奖代表作品颁奖。“大道之行 筑梦丝路”网上主题宣传、“‘70年·70人’帮志愿军英烈回家”融媒体新闻行动、“以河为媒——沿着大运河看中国”网上主题宣传、系列短视频《见众生·体验一百种人生》四个获奖作品主创代表进行了交流分享。

江苏省发改委、工信厅、住建厅、交通运输厅、文旅厅、税务局、团省委等相关部门负责人及中央网信办传播局业务处室负责人、省属网络媒体主要负责人、各设区市委网信办负责同志、中央驻苏媒体和全国重点商业平台驻苏机构主要负责人、网络媒体编辑记者代表、网络正能量人士等参加发布活动。

此次活动由中央网信办网络传播局指导,江苏省委网信办、新华报业传媒集团、江苏省广播电视总台、凤凰出版传媒集团联合主办,荔枝新闻承办。

来源:荔枝新闻

一人参赛、全家旅游、多日停留

马拉松跑出江苏经济“加速度”

1498元,跑步、住宿、特色餐饮、景区门票、专车接送,从杭州赶来南京参加2024溧水半程马拉松的张醒醒,感觉这张“SVIP”跑者套餐买得特别值。

近年来,马拉松已经不仅仅是一场跑步比赛,它逐渐延展成带动当地住宿、交通、餐饮、旅游的新引擎,成为拉动城市消费的新动能。据江苏省体育局数据,2023南京马拉松带来直接经济效益约2.1亿元;2024浦口马拉松期间,实现旅游消费3.6亿元;2024南京溧水半程马拉松为溧水各行业带来直接经济效益5553万元。

现代快报/现代+记者 王卫

江苏一季度举办10余场马拉松

春季,马拉松成为路跑运动的“宠儿”。现代快报记者从江苏省体育局了解到,一季度,江苏共有10余场马拉松先后开跑,吸引全国甚至世界各地的跑者前来跑马。为了来南京参加2024溧水半程马拉松,来自杭州的张醒醒特意购买了赛事组委会推出的1498元的“SVIP”跑者套餐票。这笔费用,除了报名参加马拉松之外,还提供餐饮、专车接送、景区门票等福利。

“行程一共三天两晚,包含两晚的住宿和部分餐饮,吃得特别好,很丰盛,景点有溧水博物馆、金色庄园草莓园采摘等。”张醒醒说,“SVIP可以选择赛事指定酒店,我选了单间,带着妈妈一起来南京,我去跑马,妈妈也在溧水自己转转。”到了跑马当天,赛场组委会还为他们提供了专属的拍照打卡场地,“我在拍照的时候还遇到了不少跑圈的网红,很开心,赛后又搭乘专车回到了

酒店。”

在张醒醒看来,1498元的价格包含这么多福利并不算贵,在跑马的同时,她还能带着家人一起来南京旅游,她说:“这一趟跑马加旅游,非常划算。”整个行程,她花费了大约2000元,除了购买“SVIP”的套餐票之外,还包括往返的高铁票、部分自己在溧水就餐的花费、妈妈在溧水旅游的花费等,带动溧水当地的餐饮、旅游、公共交通等消费。

特色赛事吸引全球跑者来苏跑马

在马拉松越来越多的当下,没有“两把刷子”很难吸引到跑友。比如3月初举办的南京溧水半程马拉松,就一直以草莓补给为一大特色,“草莓味”的马拉松,已经成为溧水半马最闪亮的招牌。

2024无锡太湖女子半程马拉松,则将目标“瞄准”女性,为“她”专门设定马拉松赛事。近年来,不少女性跑者加入到马拉松赛事当中,创造出不少好成绩。无锡太湖女子



江苏标杆赛事无锡马拉松是今年全国马拉松锦标赛的第一站 赛事组委会供图

半程马拉松,官网和公众号都以“QueenRun(女王跑)”来命名,比赛项目的设置也以女子半程马拉松、女子11公里健康跑、5公里亲子跑为主,吸引女性户外爱好者的参与。

马拉松有特色,才能吸引到全世界的跑者前来跑马。2024南京浦口马拉松暨全国全程马拉松锦标赛组委会相关负责人告诉记者,比赛共吸引13054名选手报名,跑者中江苏占81.4%,省外占18.6%,境外选手中,有来自肯尼亚、德国等国家和地区的选手18名。据数据监测,马拉松举办前后三天,浦口区接待游客48.9万人次,实现旅游消费3.6亿元,较去年同期分别增长178.69%、124.99%,较2023年3月19日浦口马拉松赛事前后3天分别增长

109.49%、93.04%。接待游客中,外地游客占36.15%、消费金额占43.58%,同比提升32.76个百分点。

马拉松对于住宿消费的拉动是显而易见的,浦口马拉松期间,全区酒店、民宿、宾馆共180家6664间房,3天人住10629人,综合入住率68.37%。其中,28家老山民宿综合入住率85.75%,较赛前一周提升52.12个百分点,带动夜间旅游人次11.85万人次,旅游消费9979.9万元,分别同比增长95.2%、102.96%。据不完全统计,熹禾涵田、云栖林舍等32家酒店、民宿满房。

马拉松成消费新引擎

近年来,马拉松已经成为拉动当地消费的新引擎。据江苏省体育

局数据,2023年,全省共举办国际赛事22项次,全国赛事131项次,其中中国田协认证路跑赛事37项次。举办大运河系列赛包括马拉松、自行车、足球、小铁人三项赛等,覆盖全省12个设区市,参与人次超过20万。

无锡马拉松一直是江苏路跑的“头牌”,2024无锡马拉松参赛规模达3.3万人,沿途共有38.5万名观众观赛。一人参赛,全家旅游;一日参赛,多日停留,带动餐饮、住宿、交通、旅游等相关消费约2.83亿元。去年11月份举办的南京马拉松,参赛规模达3万人,带来直接经济效益约2.1亿元。

马拉松带来的联动效应还不止于此,记者从溧水马拉松获悉,参赛者对溧水的整体好满意度超过90%,有81.8%的参赛者对溧水好满意度显著提升,其中参赛者因参加比赛对溧水产生的印象为“我会把溧水作为旅游目的地”的比例最高,达到48.6%;其次为“我认为在溧水居住生活有幸福感和安全感”,占比26.4%。赛后,有46.38%的参赛者在溧水进行了深度旅游,而49.33%的参赛者表示会再次到溧水游玩。

一季度的马拉松热潮之后,江苏今年的马拉松路跑赛事其实才刚刚起步。进入4月和5月,江苏还有2024江阴半程马拉松赛、2024金坛茅山半程马拉松、2024苏州马拉松、2024南京仙林半程马拉松、2024常州大运河半程马拉松等多场赛事,等待着全国乃至全世界的跑步爱好者。