

《新媒体策划和新闻写作》

主讲：谢桦老师

【课程背景】

在当今数字化时代，新媒体的影响力日益凸显。对于航务工程局这样的国企来说，充分利用新媒体平台进行宣传推广，不仅可以提升企业的品牌形象和知名度，还能更好地展示企业的实力和成果，增强企业的社会影响力。

随着信息技术的不断发展，公众号、视频号、抖音、网站等新媒体平台成为了人们获取信息的重要渠道。航务工程局作为一家具有重要社会使命和责任的国企，需要紧跟时代步伐，掌握新媒体策划和新闻写作的技巧，以更加生动、形象、直观的方式向社会传递企业的声音。

同时，AI 写作工具的出现为新媒体创作提供了新的机遇和挑战。合理运用 AI 写作工具，可以提高创作效率，丰富内容形式，为企业的新媒体宣传带来更多的可能性。

【课程收益】

- 1、掌握新媒体策划的方法和技巧，提升企业新媒体平台的吸引力和影响力。
- 2、提高新闻写作能力，能够撰写高质量的新闻稿件和新媒体文案。
- 3、了解不同新媒体平台的特点和优势，制定针对性的宣传推广策略。
- 4、学会运用 AI 写作工具，提高创作效率和质量。
- 5、通过成功案例分析，借鉴经验，启发创新思维。

【课程特色】

易学易懂，强互动，风趣幽默，实战案例多，干货没有废话

【课程对象】

董事长、总经理、新媒体和宣传部负责人

【课程时间】

1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、新媒体时代的企业宣传（9:00 - 10:30）

- 1、新媒体的发展趋势和对企业宣传的影响。
- 2、航务工程局新媒体宣传的现状和挑战。

成功案例分析：中国建筑的新媒体宣传策略。中国建筑通过公众号、视频号等平台，展示重大工程建设成果、企业社会责任等内容，吸引了大量关注。分析其选题策划、内容形式、传播渠道等方面的成功经验。

二、新媒体平台特点与策略（10:45 - 12:00）

- 1、公众号、视频号、抖音、网站等平台的特点和用户群体分析。
- 2、针对不同平台制定个性化的宣传策略。

成功案例分析：中铁大桥局的视频号运营。中铁大桥局通过精彩的桥梁建设视频，展示了企业的技术实力和工程之美。分析其视频制作、发布频率、互动方式等方面的策略。

三、新闻写作基础与技巧（13:30 - 15:00）

- 1、新闻写作的基本原则和要素。
- 2、如何撰写吸引人的标题和导语。
- 3、新闻稿件的结构和内容组织。

成功案例分析：中交一航局的新闻报道。分析其在重大工程新闻报道中的写作技巧，如突出重点、运用数据、讲述故事等。

四、新媒体文案创作（15:15 - 16:30）

- 1、新媒体文案的特点和风格。
- 2、创意文案的构思方法。
- 3、文案的排版和配图技巧。

成功案例分析：中国港湾的公众号文案。分析其在项目宣传、企业文化等方面的文案创作，如语言表达、情感共鸣、互动引导等。

五、AI 写作工具的应用 (16:45 - 18:00)

- 1、介绍常见的 AI 写作工具及其功能。
- 2、如何运用 AI 写作工具提高创作效率。
- 3、注意事项和局限性。

六、成功案例分享 (摘选部分讲解)

1、中国建筑的新媒体宣传策略

在公众号上，中国建筑定期发布企业动态、工程进展、科技创新等内容，采用图文并茂的形式，吸引读者关注。同时，设置互动话题，引导读者留言评论，增强用户粘性。

在视频号上，中国建筑制作了一系列高质量的工程建设视频，展示了企业的实力和担当。视频画面精美，剪辑流畅，配以生动的解说，让观众更好地了解工程建设的过程和意义。

在抖音上，中国建筑发布了一些有趣的工地生活短视频，展现了建筑工人的风采和精神面貌。这些视频轻松幽默，容易引起用户的共鸣和分享。

2、中铁大桥局的视频号运营

中铁大桥局的视频号以桥梁建设为主题，展示了各种壮观的桥梁工程。视频内容丰富，包括桥梁设计、施工过程、竣工通车等环节，让观众全面了解桥梁建设的全过程。

在视频制作上，中铁大桥局注重画面质量和音效效果。采用高清摄像机拍摄，画面清晰稳定；配以激昂的音乐和专业的解说，增强了视频的感染力。

中铁大桥局还积极与用户互动，回复用户的评论和私信，解答用户的疑问。同时，举办一些线上活动，如桥梁知识问答、最美桥梁评选等，提高用户的参与度。

3、中交一航局的新闻报道

中交一航局在重大工程新闻报道中，注重突出工程的重要性和意义。通过介绍工程的规模、难度、技术创新等方面，让读者了解工程的价值和贡献。

在写作手法上，中交一航局善于运用数据和案例来说明问题。例如，在报道某港口建设工程时，通过列举工程的吞吐量、建设周期、经济效益等数据，让读者直观地感受到工程的成果。

中交一航局还注重讲述工程建设中的故事，展现建设者的风采。通过采访一线工人、技术人员等，挖掘他们的奋斗故事和感人瞬间，让读者更好地理解工程建设的艰辛和付出。

4、中国港湾的公众号文案

中国港湾的公众号文案在语言表达上简洁明了，通俗易懂。避免使用过于专业的术语和复杂的句子结构，让读者能够轻松理解文案的内容。

在情感共鸣方面，中国港湾的文案注重挖掘项目背后的故事和意义。通过讲述项目对当地经济发展、人民生活改善等方面的贡献，引起读者的情感共鸣，增强读者对企业的认同感。

在互动引导上，中国港湾的文案会设置一些问题、投票等互动环节，引导读者留言评论，参与互动。同时，及时回复读者的留言，增强用户粘性。

5、三峡集团的新媒体宣传

三峡集团在新媒体宣传中，充分利用了图片、视频、动画等多种形式，展示了三峡工

程的壮丽景观和巨大效益。

在内容策划上，三峡集团注重结合时事热点和社会关注点，推出一些有针对性的专题报道。例如，在抗洪救灾期间，及时报道三峡工程的防洪作用，增强了公众对三峡工程的认识和了解。

三峡集团还积极与网友互动，开展一些线上活动，如三峡风光摄影大赛、三峡知识问答等，提高了用户的参与度和品牌知名度。

6、中国电建的视频营销

中国电建在视频营销方面，制作了一系列高质量的企业宣传片和工程案例视频。这些视频展示了中国电建的技术实力、工程业绩和企业文化，具有很强的感染力和说服力。

在视频发布渠道上，中国电建不仅在自己的官方网站、公众号、视频号等平台发布，还积极与各大视频平台合作，扩大视频的传播范围。

中国电建还重视视频的互动性，在视频中设置一些问题、互动环节，引导观众留言评论，提高用户的参与度。

7、中交二航局的抖音运营

中交二航局在抖音上发布了一些有趣的工程建设短视频，如桥梁转体、隧道贯通等精彩瞬间。这些视频画面震撼，容易引起用户的关注和分享。

在抖音运营中，中交二航局注重与用户的互动。回复用户的评论和私信，解答用户的疑问；举办一些线上活动，如抖音直播工地参观、工程知识问答等，提高用户的参与度。

中交二航局还通过抖音平台展示企业的社会责任和公益活动，提升企业的品牌形象。

8、中国能建的新媒体矩阵

中国能建建立了完善的新媒体矩阵，包括公众号、视频号、抖音、微博等平台。通过不同平台的协同作用，实现了全方位、多角度的宣传推广。

在新媒体矩阵运营中，中国能建注重内容的差异化和个性化。根据不同平台的特点和用户需求，制定不同的内容策略，提高内容的针对性和吸引力。

中国能建还通过新媒体矩阵开展品牌推广活动，如品牌发布会、新品推介会等，提高了品牌的知名度和影响力。

9、中国铁建的新闻写作创新

中国铁建在新闻写作中，不断创新写作手法和形式。例如，采用故事化的写作方式，将工程建设中的故事融入新闻稿件中，增强了新闻的可读性和吸引力。

在新闻选题上，中国铁建注重挖掘企业的创新成果和社会责任。通过报道企业的科技创新、绿色发展、扶贫攻坚等方面的成果，展示了企业的良好形象。

中国铁建还积极与媒体合作，开展联合采访、专题报道等活动，扩大了新闻的传播范围和影响力。