

“全效”功能 实现精准推送

全媒体时代，要高度关注媒体的多功能化特性。宣传思想工作突破传统媒体的功能界限，坚持党管宣传、党管意识形态、党管媒体的根本原则，将单一的文字、图片与音频、视频融合，加强受众触点分析，力求向所有受众的所有触点精准推送宣传内容，“一横一纵”提升思想宣传与教育的吸引力、感召力和说服力，构建多平台、全覆盖的宣传新生态。

宣传思想工作在做好行业内部宣传的同时，努力向外延伸至社交媒体，构建媒体宣传共同体，实现了横向联动新华社、《人民日报》等中央级媒体和党政政务新媒体，纵向向上国资委主管主办媒体和各省主要媒体、自媒体深度融合集群的喜人局面。在央视网、新华网、《经济日报》、《光明日报》、人民网、新华财经、《人民日报》海外版、《中国民航报》、《今日民航》杂志、《工人日报》、中国民航抖音等近 20 家社交媒体刊发《中国航油：抗击疫情，一路“油”我！》《中国航油湖北分公司为首批返程医疗队包机安全供油》《中国航油：“严”字当头，稳妥推进建设工程复工复产》等 30 余篇中国航油战疫保运新闻报道。在“学习强国”刊登《众志成城 共克时艰 中国航油坚决打赢疫情防控阻击战》等近 10 篇新闻报道；在国资委网站、“国资小新”微信公众号和微博账号发布刊发《中国航油：坚守一座库 护好一座城》《中国航油漫画：父母的身教是子女最好的榜样，姑娘长大了！》等近 30 篇关于战疫保运、央企稳就业、打赢脱贫攻坚战等新闻报道；在武汉

广播电视台等湖北省属媒体刊发《让爱延续 并肩战斗 中国航油湖北分公司多措并举做好疫情防控》等宣传报道。

全媒体不是单一改造某一媒体，而是有效整合资源、加强内容融合、严格媒体筛选，先优选广播、报刊及智能手机、移动终端等媒体载体，再深度择优选择媒体传播的内容，增强信息传播效果。党委宣传部第一时间通过不同的媒体平台，发出大声音、发出好声音，推出有思想、有力量、有温度的新闻报道，让全体干部职工和社会各界都能看得到、听得到、感受到集团公司坚持把职工安全健康放在第一位，坚决夺取“双胜利”的坚定信心决心，“五有”航油铁军强大的力量和中国航油的良好形象。

近日，集团公司党委印发《关于加强主管主办媒体管理的通知》，强调要认真落实党中央、国资委党委和集团公司党委关于宣传思想工作的要求，强化责任，明确流程，确保主管主办媒体管理精准到位。宣传思想工作将继续紧紧围绕集团公司党委的要求，结合全体干部职工的实际需求，加强主管主办媒体整合管理，努力实现宣传内容和技术更大创新，充分运用融媒体技术推动主流传统媒体与新媒体融合发展，借助数字移动技术创新宣传方式，牢牢占领宣传思想阵地制高点，更好地发挥强信心、聚民心、暖人心、筑同心作用，为集团公司坚决夺取“双胜利”、实现高质量发展提供坚强的思想保障和良好的舆论环境。📡

作者单位：集团公司党委宣传部（企业文化部）

