

# 共青团淮安市委文件

团淮委〔2015〕6号



## 关于下发《团淮安市委全媒体中心运行管理 办法（试行）》的通知

委内各部室：

现下发《团淮安市委全媒体中心运行管理办法（试行）》，  
请结合各自实际，认真学习文件并抓好落实。

共青团淮安市委  
2015年2月28日





# 团淮安市委全媒体中心运行管理办法 (试 行)

为进一步树立大宣传意识，形成大宣传格局，整合各部署力量，成立团淮安市委全媒体中心，提升全媒体工作水平，充分发挥全媒体在展示共青团形象、服务青少年成长等方面的积极作用，结合团市委实际，制定如下管理办法。

## 一、全媒体范围及其风格要求

**团中央全团要讯、团省委动态：**动态类信息。对于青年思想类动态，抓住重大事件、重要时间节点，认真分析研判，及时报送。

**团中央信息专报、团省委工作交流：**研究类信息。针对各地、各领域、各类青年群体形成的具有一定前瞻性、研究深度的专题调研报告。

**市委办信息快报：**两三百字关于工作动态、亮点、特色的文字，或者是两三百字的工作建议类信息。

**市委办信息专报：**对围绕市委中心的工作进行总结提炼，形成 1500 字左右的文章。

**淮安共青团网站：**文字要求相对严谨、严肃。

**青春淮安微信：**文字要求轻松活泼、网络化，做到图文并茂，标题尤其要“吸睛”。

**淮水安澜论坛“青春联盟”板块：**以个人帐号登录，文字要求亲民、接地气。

**青春大联盟平台：**以对话访谈为主，要有鲜活的故事和良好的互动。

**淮安共青团新浪和腾讯微博：**短小精悍文字的微发布。

**省级及以上主流媒体：**主要指央视新闻、《人民日报》、《中国青年报》、《中国青年》杂志、《中国共青团》杂志、



团中央《辅导员》杂志、《新华日报》、《群众》杂志、省电视台新闻栏目等。

**市本级主流媒体：**《淮安日报》、《淮海晚报》、市电视台各频道节目、《淮安新闻》、《干部之友》等。

## 二、全媒体中心成员及相关设置

全媒体中心成员系除书记室以外的委内所有人员（含苏北计划志愿者），全媒体中心办公室设在团市委宣传部。全媒体中心下设青春大联盟保障团队。

**青春大联盟保障团队情况：**宣传部负责青春故事汇栏目，城工部负责青商面对面栏目，权益部负责青春不烦恼栏目，统战部、志工部和希望办共同负责青春公益行栏目。同时开辟团情速递栏目，所有部门有团情动态需要在电台进行宣传的，请编辑一段精简的文字，发送至宣传部，由宣传部统一跟电台对接。

## 三、全媒体分工

**1、日常活动信息撰写与发布：**活动结束后 1 个工作日内完成工作信息撰写与图片挑选。各部门活动的信息由各部门自行撰写，委内重大活动的信息由宣传部负责撰写，所有工作信息均需经分管领导把关，发送至青春淮安邮箱（[qingchunha@126.com](mailto:qingchunha@126.com)），并告知微信和网站负责人。团市委网站工作动态栏信息发布由办公室专人负责。

**2、团中央全团要讯、信息专报，团省委动态、工作交流，市委办信息快报、信息专报：**各部门自主撰写，经分管领导把关后，交由办公室统一上报。

**3、淮水安澜论坛“青春联盟”板块：**相关活动预热、活动公告、活动报道等信息，由各相关部门以个人名义自行登录论坛，在青春联盟板块进行发布。

**4、青春大联盟：**四大主打栏目对应部门，需在 2 月中旬前建立栏目嘉宾库，对全年话题作出框架性统筹安排。节



自3月份恢复正常状态后,每个对应部门应提前选择话题、联系嘉宾,最迟应在前一周的周三下午下班前,将嘉宾姓名、电话、访谈内容交给宣传部,由宣传部跟电台对接。有团情动态需要在电台进行宣传的,请编辑一段精简的文字,及时发送至宣传部。

**5、青春淮安微信:**工作日每天发布一期,每期微信4-6条,节假日休息。鼓励委内所有人员撰写原创微信文章、推荐好的微信文章。各部门自主申报微信栏目,并提供相关图文。

**6、淮安共青团微博:**每天至少转发两条团中央或团省委微博,及时发布团市委工作动态,根据上级安排和相关时间节点,策划相关话题讨论活动。该项工作由宣传部负责。

**7、市级及以上主流媒体:**主要由宣传部负责联系外宣事宜,同时鼓励各部门自行争取资源,在各级主流媒体(尤其是省级以上主流媒体)上宣传推介我市共青团工作。

#### 四、考核与奖励

**1、实行积分制考核:**一季度一考核,一季度一兑现。每人每季度积满5分视为合格,合格者有资格获得奖励,不合格者取消奖励资格。

**2、奖励办法:**按照1分10元进行奖励,同时,对积分较高的,优先考虑各类评优表彰。

#### 3、积分办法如下:

**团中央全团要讯、信息专报:**全团要讯上报一篇积1分,被录用一篇积20分;信息专报上报一篇积5分,被录用一篇积50分。

**团省委动态、工作交流:**动态上报一篇积1分,被录用一篇积10分;工作交流上报一篇积5分,被录用一篇积40分。

**市委办信息快报、信息专报积分:**快报上报一篇积1分,



被录用一篇积 20 分。专报上报一篇积 5 分，被录用一篇积 40 分。

团中央全团要讯、信息专报、团省委动态、工作交流、市委办信息快报、信息专报信息若系多人合作结果，则参与者平分相应积分，若获得领导批示，则积分翻倍。积分计算时就高不就低。

### **微信积分：**

**(1) 原创微信积分。**原创微信包括工作动态、条线青春风采、典型工作宣传展示、工作调研思考、个人随笔随感等。凡编撰原创微信被采用的积 0.5 分。若原创微信阅读量达到 200 则再积 0.5 分，达到 300 则再积 1 分，达到 400 则再积 1.5 分，以此类推，以阅读量 1000 封顶。原创微信若系多人合作的结果，则相应人员平分积分。

**(2) 福利活动积分。**拉来赞助，在微信上开展福利活动的一次积 2 分。福利活动微信阅读量达到 200 的再积 0.5 分，达到 300 的再积 1 分，达到 400 的再积 1.5 分，以此类推，以阅读量 1000 封顶。

**(3) 独家策划积分。**通过微信平台策划线上线下互动活动或者是针对性的问卷调查，反响热烈、成效明显的积 1 分。微信阅读量达到 200 的再积 0.5 分，达到 300 的再积 1 分，达到 400 的积再 1.5 分，以此类推，以阅读量 1000 封顶。

**(4) 推荐微信积分。**阅读量达到 500 的积 1 分，达到 600 的积 1.5 分，达到 700 的积 2 分，以此类推，以阅读量 1000 封顶。

以上所指阅读量是指以微信发出后一周的阅读量。若原创微信

**青春大联盟积分：**每次及时做好相关栏目嘉宾联络安排的，积 0.5 分，联络安排不及时、不到位的不积分。



## 市级及以上主流媒体积分：

(1) 信息动态类：①没有通过宣传部联系对接，各部门自行发表的，市级主流媒体一篇积 1 分，省级主流媒体一篇积 10 分，中央主流媒体一篇积 20 分。若是部门联合推动的结果，则平分积分。②通过宣传部联系对接，相关部门负责撰写的稿件在省级及以上媒体发表，相关部门获得的积分对照第①条减半。③团市委各部门均没有主动联系对接，相关工作在省级及以上媒体被报道，相应部门获得的积分对照第①条减半。④宣传文章位于主流媒体头版，则双倍积分。⑤宣传部同志不参与此条积分。

(2) 调研思考类文章：在市级媒体上发表的积 10 分，在省级媒体上发表的积 30 分，在中央级媒体上发表的积 50 分。若文章在主流媒体头版，则双倍积分。

**4、积分倒扣规则：**活动结束后一个工作日内（节假日顺延）未能及时将信息发送至青春淮安邮箱（qingchunha@126.com），倒扣 0.5 分。若部门连续两周未参与微信供稿或荐稿，则部门负责人倒扣 0.5 分。

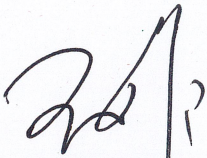
**5、积分核算：**实行个人积分申报制。每季度初各人自主申报上一季度积分，并提供相关证明材料，经办公室和宣传部初审后，提交书记室审核。团中央全团要讯、信息专报、团省委动态、工作交流、市委办信息快报、信息专报积分初审由办公室负责，微信、青春大联盟、市级以上主流媒体积分初审由宣传部负责。

## 五、其他事项

- 1、其他未尽事项由书记室研究决定。
- 2、本办法自 2015 年 1 月 1 日起实施。



# 共青团淮安市委员会发文稿纸

签发：  	阅签(会签)：	拟稿部门：  宣传部		
		拟稿人：  葛茜		
文件标题：关于下发《团淮安市委全媒体中心运行管理办法(试行)》的通知		附件：  密级：		
主送机关：  委内各科室	抄送(报)机关：			
核稿：	打字：	校对：	份数：	监印：
团办发[2015]字第6号 2015年2月28日印发 共印 30份				
内容附后				

装

订

线