

不看不知道 一看真叫好 首届乐报代言人 走进报社

记者 杨海虹 文 郑剑佩 摄

北方强冷空气南袭，昨日乐清气温相当低迷，全市大部分地区的日最低气温均在8℃以下。但这寒冷天气挡不住首届乐报代言人和热心读者走进乐清日报社的热情。他们虽是《乐清日报》的资深读者，但大部分人还是第一次参观报社，对《乐清日报》的出版流程和全媒体发展情况有了全新认识。

高兴：为乐报代言很荣幸

9月8日起，乐清日报社推出首届我为乐报代言活动，寻找贴心的你，成为乐清日报代言人。活动消息经乐清日报全媒体矩阵发布后，200多名忠实读者报名参加，乐清日报社从众多报名者中筛选确定了15名读者为乐报代言人。从9月中旬至11月9日，这15名代言人带着他们与《乐清日报》的故事，在《乐清日报》上亮出了各具特色的形象。

我外公叫林心宏，今年93岁，二十几年来，他对《乐清日报》情有独钟，非常关注报纸上的时政新闻。如今他被选为乐报代言人，还能在报纸上亮相，老人很开心，觉得这是一份荣誉。包建武代表外公参加走进报社活动，除了感激，他也觉得这份荣誉沉甸甸的，要担起一份宣传乐清、为《乐清日报》发声的责任。

当天前来的乐报代言人纷纷表示，很荣幸成为乐报代言人，自从在《乐清日报》上展现风采，他们的生活也发生了一些变化，成了街坊邻居、亲朋好友眼中的网络红人。他们觉得《乐清日报》举办乐报代言人这样的活动非常好，不仅体现了对广大读者的尊

重，也拉近了读者与报社之间的距离。

体验：全媒体融合很新鲜

当天14时许，乐报代言人如约而至，会议室里顿时热闹起来，充满了浓浓的暖意。随后，在乐清日报社总编辑、党组书记俞佳友的带领下，大家走访了时政要闻、社会民生、资讯采编、媒体融合等部室，了解了各部室的职责分工以及采编流程。此外，一行人还参观了乐清日报三微一端全媒体融合平台现场听俞佳友介绍乐清日报社媒体融合工作的开展情况。在参观乐清日报全媒体矩阵传播效果监测中心、全媒体视频演播室时，大家产生了浓厚的兴趣。

《乐清日报》创办于1955年，历经数次停刊复刊，1994年10月再次复刊，2001年1月获国内统一刊号，2003年12月加盟浙报集团。经过多年的发展，《乐清日报》已不仅仅是一张报纸。俞佳友介绍，如今的乐清日报以打造区域中心城市第一传媒为目标，形成了乐清日报、中国乐清网、乐清城市网、今日柳市、乐清湾城市周刊在内的报网两网两刊，及中国乐清网微信、乐清日报微博、乐报视频、乐清+APP等微博、微信、微视频、手机客户端三微一端的新闻+服务全媒体矩阵，实现了新闻立体化、用户全面化，在舆论引领和信息传播上发挥了巨大的威力。据统计，目前乐清日报旗下媒体各类用户数已达538万。

这些黑色的正方形都是什么？84岁的热心读者廖立清在参观乐清日报三微一端全媒体融合平台时询问。工作人员告诉他这是二维码，通过手机扫一扫就能看新闻、看视频。老人笑说，以前觉得《乐清日报》就是一份

报纸，没想到现在有这么多新闻发布渠道，这里感觉更像是一所大学，内容这么丰富，每个编辑、记者知识面很广，工作也很辛苦！

黄忠在参观完全媒体融合平台后感慨道：从报纸的5万读者到现在拥有538万用户，乐清日报社走这条全媒体融合的道路是走对了，如今的乐清日报社令人耳目一新。

建议：秉承媒体社会责任

此次活动共评选出15名乐报代言人和7名热心读者，他们来自各行各业，有社区医生、个体户、老师、学生、企业家、公务员、漫画家等，都是《乐清日报》多年的老读者。在参观后的座谈会上，大家纷纷为《乐清日报》的发展建言献策。

如今新媒体这么多，纸质媒体在新闻报道速度上拼不过新媒体，但在内容上走精品路线。《乐清日报》在扶贫救困上做了很多文章，帮助不少贫困家庭走出困境，希望在这方面继续努力，通过新闻报道，让更多需要帮忙的人及时得到救助。建议报社对发行员开展专业培训，进一步提高发行员的服务意识，有助于提高来年发行量。

座谈会上，每位乐报代言人和热心读者都畅所欲言，在提出意见建议的同时，也祝福《乐清日报》越办越好。

最后，总编辑俞佳友还现场向乐报代言人授牌、赠书。乐报代言人和热心读者也希望这样的活动以后多举办，让更多的读者像他们一样，有机会深入《乐清日报》，了解新闻报道生产流程和新闻工作者的辛苦，爱上《乐清日报》，爱上阅读！



乐报代言人 参观乐清日报社。



乐报代言人、热心读者与报社领导合影。



廖立清

从1955年9月1日《乐清报》创刊至今，我一直关注着《乐清日报》的成长。每当我收到《乐清日报》时，先浏览全报的标题，然后对喜爱的文章，采用读、抄、剪三字曲的顺序。所谓读就是在通读中，把要闻、佳语、警名划上红绿杠线；所谓抄就是把已划定的报文抄摘在分类的学习笔记本上，以便需要时查找；所谓剪就是把乐清要闻、乐清党建、党史、文史、科技、教育、文化、卫生、体育、法制、交通、旅游、三农、企业、环保、名人、网络、综合等25类，分别剪下来夹好，时隔一季或半年左右装订成册，在书房存档便于用时查阅。

从20多岁到80多岁，我一直没有中断读报、写稿。我订阅报刊最多时订了26份，如今，我有两份报刊每天必看，就是《乐清日报》和《环球时报》。《乐清日报》的编辑记者就是扶贫济困的宣传员，天成7岁患白血病女孩借助E点爱平台筹款40多万，新闻报道发挥的作用很大。

我是《乐清日报》的老通讯员，以前报社有份《乐清日报通讯》，主要刊登通讯员的来稿，现在《乐清日报通讯》没有编发了，建议报社不定期将通讯员的来稿集中刊发一次。此外建议记者多重视老促会的工作报道。



黄忠

畅所欲言献良策

作为与我距离最近的报刊《乐清日报》，我与结缘将近20年了，先是阅读，后是投稿。记得十几年前，我经常会给《乐清日报》投稿，有一年我发了30多篇稿子。可以说，在我最新的文集《杏里》，《乐清日报》给了我很多鼓励。

今年参观报社，乐清日报社走全媒体融合的路线非常对，也取得了十分可喜的成绩。只是旗下产品过多，还有些各自为战的味道，建议接下来，报社将各个媒介平台做资源整合，树立一个核心平台，将其他平台往专业化方向发展，垂直细分用户，将有需要的客户资源往各自的专业平台导流。

纸媒是乐清日报的立身之本，既然客观上无法与网络平台争速度，我们索性把它做成日报的品牌门面，走精品路线，做精做美，加强用户粘性。手机端则可以作为产生增值服务的平台，以精品内容吸引读者。

我的外公93岁，特别爱看《乐清日报》，尤其爱看一版要闻。他说上面都是乐清的大事，可以看到乐清的发展变化。有时候看了新闻不过瘾，还会叫我们晚辈带他去现场走走，如经济开发区、总部经济园、乐清湾港区，他都去过。

我今天是代外公来的，可以说我是乐清日报代言人的代言人。今天真是不虚此行，不看不知道，一看真叫好。乐清日报从5万传统用户发展到如今的538万用户，真是不容易。这背后有乐报人辛苦的付出，建议多多宣传报社的发展成果和乐报人的敬业精神。同时提高投递质量，让读者更珍惜更喜爱《乐清日报》。

希望报社多多举办类似乐报代言人的活动，加强与读者的互动。在民生新闻方面多增加慈善类报道，传递社会正能量。



包建武



王韵

我是一名茶文化的爱好者，喝茶和读报是我每天必不可少的两件事。在这个快节奏的数字化时代，我依然喜欢翻看纸质的《乐清日报》，闻着墨香慢慢阅读，享受独特的文字魅力。

在乐清的新乐清人有几十万，作为一名新乐清人，建议报社汇集新乐清人的领军人物，书写他们的精彩故事。

作为乐清日报的代言人，我们要履行代言人的职责和义务，不仅仅只是在报纸版面上亮相就算了，更重要的是，在日常生活中，我们要好好地宣传《乐清日报》，支持《乐清日报》。

此外，我也谈点建议。每个村都有每个村的文化地标，有文化宣传栏，但我走了好些村都没有看到这些地方张贴《乐清日报》，建议报社的发行部门与各村居对接，让我们乐清人自己的报纸能贴满全市各村居的宣传栏。



崔志湘



陈隆

从漫画人到漫画家，我的成长与《乐清日报》是分不开的。2006年，我第一次向《乐清日报》投稿就被录用了，之后我便成为《乐清日报》的新闻插图绘画作者。这也让业内人士、漫画慢慢知道了我，由此开始了专职漫画之路。

与《乐清日报》一起成长的十年，不仅让我见证了《乐清日报》从一张报纸演变为融合报纸、刊物、网站、移动客户端、微博、微信、阅报栏、手机报、网络视频等多种传播形态的现代化全媒体矩阵，也让我跟着一起成长、蜕变。

如今，在这个信息爆炸的时代，媒体要怎么吸引年轻人的目光，需要一些载体，建议新闻、微信、微博的报料内容，以漫画的形式来表达，让阅读更轻松，更有趣。

我是一名90后，对国际时事关注较少，比较喜欢与生活有关的信息。希望报纸多多介绍旅游、民宿、美食的内容，同时要增加互动性。比如在介绍美食的时候，要有具体店名、地址，在新媒体推送时要有链接，方便我们这些吃货找到这些美食，而且还可以点评。



林飒爽



柯扬扬妈妈

我今天代扬扬来参加此次座谈会。作为一名小升初孩子的家长，我建议报社建一个小升初家长群，在报纸上或群里多介绍一些小升初的信息。另外，现在二孩政策已放开，建议报纸增加早教报道内容，或增设早教机构，相对社会上的早教机构，相信报社更具权威，而市场也有这方面的需求。

我是一名旗袍爱好者，喜欢传统的東西，最近我正在筹备一个大型旗袍活动，刚刚参观了乐清日报媒体融合部，我觉得这个活动若能得到乐清日报全媒体报道支持，效果肯定会很好。

此外，我建议做精做美版面内容，有些专版可以区别于传统的报纸版面，单独成册，采用更精美的纸质，更贴近商家的内容，即使价格贵点，我也愿意订阅。同时，作为一名商家，我希望报社能利用报社的资源，举办一些商家培训，为我们提供一个学习业务的平台。



陈圆