

# 巴中市哲学社会科学规划项目

## 结项申请书

立 项 编 号 B Z 2 5 Y B 1 2 5

项 目 类 别 新闻学与传播学

项 目 名 称 区域自媒体培育和引导研究——以恩阳区为例

项 目 负 责 人 李 坪

所 在 单 位 巴中市恩阳区社科联

填 表 日 期 2015 年 10 月 15 日

巴中市社会科学界联合会 制  
2025 年 3 月

## 声 明

本研究成果不存在知识产权争议；巴中市社会科学界联合会享有推广应用本成果的权利，但保留作者的署名权。特此声明。

成果是否涉及敏感问题或其他不宜公开出版的内容：是 否

成果是否涉密： 是 否

项目负责人（签字）

年 月 日

## 填 表 说 明

一、本表适用于巴中市社科年度规划项目、专项项目等结项申请。

二、认真如实填写表内栏目，凡选择性栏目请在选项上打“√”。  
课题申报信息无变更情况的可不填写《项目变更情况数据表》。

三、本《结项申请书》报送2份（A3纸双面印制，中缝装订），  
并附最终成果打印稿（正文格式要求：主标题2号方正小标宋简体，  
其中一级标题3号方正黑体-GBK，二级标题3号方正楷体-GBK，三  
级标题3号方正仿宋-GBK加粗，正文3号方正仿宋-GBK）。

四、所有结项材料须经所在单位审核并签署意见。县（区）申  
报者报送所在县（区）社科联审核后统一报送至市社科联，其他申  
报者可直接报送市社科联。

## 一、项目变更情况数据表

立项项目名称	区域自媒体培育和引导研究：构建“内容赋能、生态共建、数智驱动”的自媒体发展新模式							
结项成果名称	区域自媒体培育和引导研究——以恩阳区为例							
是否变更	A、是      B、否			变更的内容				
原计划成果形式			现成果形式					
原计划完成时间	年 月 日		实际完成时间		年 月 日			
项目负责人及参与人员变更情况								
原负责人	姓 名		性别		民族		出生日期	年 月
	所在单位				行政职务		专业职务	
	通讯地址				联系电话			
现负责人	姓 名		性别		民族		出生日期	年 月
	所在单位				行政职务		专业职务	
	通讯地址				联系电话			
原参与	姓 名	单 位		职 称		联系 电话		

人 员				
现 参 与 人 员	姓    名	单    位	职    称	联系 电话

## 二、申请人所在单位审核意见

该课题成果无政治导向问题，符合国家政策和相关法律法规要求，内容质量达到预期研究目标，同意报送结项。由于相关内容涉及网信等敏感内容，最终成果不宜公开发表。

签 章  
年 月 日

## 三、县（区）社科联意见

该成果无意识形态问题，同意结项。

单位（公章）：  
负责人签字：  
年 月 日

## 四、专家鉴定意见

(请在对应意见栏划“√”)

1.成果有无意识形态方面问题： 有  否

2.是否同意结项： 是  否

3.鉴定等级： 优秀  良好  合格

主审专家签字：

年 月 日

## 五、市社科联审核意见

单位（公章）：

年 月 日

## 区域自媒体培育和引导研究 ——以恩阳区为例

在数字化浪潮的推动下，自媒体如雨后春笋般蓬勃发展，成为地方信息传播格局中不可忽视的力量。这些自媒体扎根于特定区域，聚焦本地民生、文化、商业等领域，以灵活多样的传播形式，满足了受众对本地化信息的精准需求。从记录小城生活点滴的个人公众号，到专注报道本地商业活动的资讯平台，这些区域自媒体凭借对本土资源的深度挖掘和贴近受众的内容创作，迅速积累起大量忠实用户，在信息传播、社会公益和文化传承等方面发挥着日益重要的作用。本文通过对巴中市恩阳区自媒体现状进行调查研究，围绕区域自媒体培育引导主题，

有针对性地提出一些建议意见。

## 一、恩阳区自媒体发展现状分析

(一) 账号规模与类型：网络分析数据显示，截至 2025 年 8 月，注册 IP 在恩阳区，活跃在主流平台（微信公众号、抖音、快手、视频号等）并拥有粉丝 5000+ 的自媒体账号共 526 个，初步形成了“民生服务、文旅宣传、政务辅助、产业推广”四大类别。

1. 民生服务类占比 42%。如“恩阳吃喝玩乐”“倪三”“恩阳本地通”“恩阳便民网”等账号，聚焦社会公益、工作招聘、地产房产、生活通知等领域，关注群众日常生活需求。

2. 文旅宣传类占比 28%。代表账号有“恩阳视点”“恩阳古镇印象”“恩阳演艺”等，作品主打恩阳古镇风光与乡村文旅。其中关公镇神牛溪旅游公司注册“恩阳神牛溪景区”抖音账号，积极推广景区形象，大力宣传景区旅游信息。

3. 政务辅助类占比 18%。多由乡镇、部门、群团组织工作人员个人运营更新，像“罐子沟村书记张晓琳”“每日西早”“怡宝”“悦享基层”等抖音账号，发布作品大多是政务活动信息，负责传达解读党委政府政策法规。

4. 产业推广类占比 12%。以农产品带货、本地商户宣传为主，如抖音账号“巴山果农”“小鱼麻麻的农村生活”通过拍摄日常生活视频，逐步进入直播带货领域，销售当地农特产品；如“恩阳富皇家具”抖音账号是恩阳本地一家家具生产企业开设

的自媒体，他们积极通过网上宣传推广自家产品。

(二) 传播效果与层级：恩阳区自媒体账号呈现“头部少、腰部中、尾部多”格局，分布均衡度较差，账号的“身材”比例不好。

1. 头部账号（粉丝 10 万+）仅 8 个，像“柯柯旅行记”账号运营者为恩阳人陈斌洁，全网粉丝数量超过 300 万。他是青年摄影师、多平台签约摄影师及旅行家，其作品《恩阳龙舟大赛》在新浪微博播放量达 1050 万，获得微博非遗、微博文旅以及文化和旅游部的重点推荐，他通过独特的视角和精彩的镜头语言，积极宣传巴中及恩阳的风土人情、自然风光和文化特色。

2. 腰部账号（1 万-10 万粉丝）95 个，覆盖特定本地圈层。如“H-拍-H”账号，由恩阳本地人李海东运营，他平时喜欢骑车、开车到处拍摄恩阳的风景，尤其关注恩阳的交通发展，如高铁、飞机等，通过镜头展现恩阳古今之韵的碰撞与交融，其关于恩阳高铁的视频受到关注。

3. 尾部账号（1 万粉丝以下）223 个，超半数月更不足 5 条，传播力微弱。抖音账号“葫芦娃”运营者曹博来自恩阳区雪山镇，他是一名远程徒步博主，有两个抖音号，分别圈粉七千多和八千多。其视频内容和直播以真徒步为主，但直播间观众人数较少，低的时候只有几个人，高的时候十几个人。

(三) 生产内容与特征：恩阳自媒体账号发布作品包括短

视频、图文、直播等多种形式，但内容质量参差不齐是较为突出的问题，部分自媒体为追求流量，生产大量低质、同质化内容，缺乏深度与价值。

1. 短视频占比 75%，为了迎合人们的阅读习惯和娱乐方式，加上制作门槛较低，恩阳区自媒体账号发布内容以“短平快”为主，生产短视频作品较多，主要集中于美食探店（38%）、日常生活拍摄（25%）、民生信息转载（22%）。

2. 原创内容占比 41%，部分自媒体人追求快速获得流量和收益，认为搬运、抄袭等方式比原创更省时省力，缺乏创作原创内容的动力，导致自主策划创作作品较少，更新较慢，大部分账号还存在“标题党”现象。

3. 深度内容占比 15%，多数自媒体账号以政策转载、便民信息汇总、日常生活等简单内容为主，对本地历史解读、人文精神、产业分析的作品较少，并且很多作品纯粹是抄袭模仿网上段子，迎合大众娱乐需求。

（四）运营停更与原因：2025 年已监测到恩阳区 56 个自媒体账号出现停更情况，占活跃账号总数的 17.2%。其中，尾部账号停更比例最高，达到 23.8%，共计 40 个账号停止更新。

1. 民生服务类自媒体停更 25 个，占比 44.6%。这类账号多聚焦本地招聘、房产、生活通知等信息，停更原因主要是运营者个人精力有限，难以持续收集和整理繁杂的民生资讯，且广告收益不稳定，难以支撑运营成本。例如“恩阳生活百事通”

账号，运营者是个体从业者，因本职工作繁忙，无法保证内容更新频率，最终选择停更。

2.文旅宣传类自媒体停更16个，占比28.6%。部分账号停更原因是创意枯竭，持续产出新颖的恩阳文旅内容难度大，难以吸引流量；还有一些是因与文旅部门或景区合作到期，失去拍摄资源和资金支持。像“探秘恩阳古镇”账号，前期依靠拍摄古镇特色吸引粉丝，但随着类似内容增多，竞争加剧，运营者找不到新的亮点，无奈停更。

3.政务辅助类自媒体停更7个，占比12.5%。主要因为人员变动，负责运营的工作人员岗位调整，新接手人员缺乏相关经验，导致账号更新中断；也有部分账号因政策传达任务阶段性完成，未及时规划新内容方向而停更。

4.产业推广类自媒体停更8个，占比14.3%。此类账号多与本地企业合作，停更原因多是合作企业业务调整，减少对自媒体推广的投入，使得账号失去资金来源，难以维持运营。比如“恩阳特产直供”账号，因合作的农产品企业转型，不再需要线上推广，账号便停止更新。

## 二、培育引导恩阳区自媒体意义

(一)优化区域形象传播。自媒体是“工作+宣传”的重要构成部分，他们以“平民视角”挖掘宣传恩阳特色，如通过短视频展现提糖麻饼制作技艺、古镇夜游经济，2024年相关话题全网曝光量超2.3亿，带动外地游客同比增长21%，打破传统宣

传“距离感”。

(二) 助力民生服务治理。民生类自媒体可快速同步停水停电、农产品滞销等信息，如2024年帮助恩阳双胜镇销售滞销芦笋12万斤；政务辅助类自媒体简化政策解读流程，如“恩阳医保”账号通过漫画形式解读报销新规，阅读量超5万，减少民众信息差。

(三) 赋能区域经济增长。自媒体为本地产业搭建“线上渠道”，如直播带货推动恩阳粮油、芦笋等农产品销售额年增35%；文旅类账号吸引游客，带动餐饮、住宿行业收入年增18%，为乡村振兴提供新动能。

### 三、恩阳区自媒体发展面临问题

(一) 内容质量与原创性不足。尾部账号超60%存在内容搬运、拼凑问题；15%的账号曾发布未经核实的本地谣言如“食品安全问题”“政策误读”，误导民众且损害区域形象。

(二) 运营能力薄弱。80%自媒体运营者为个体或小团队，缺乏专业的内容策划、视频剪辑、粉丝运营能力，内容更新不稳定，部分账号月更不足3条；资金投入有限，难以开展优质内容创作与推广，账号增长缓慢。

(三) 监管与引导机制缺失。对区域自媒体的监管多集中于“事后处理”，如删除违规内容，缺乏“事前引导”与“过程规范”；未建立统一的自媒体沟通机制，政府与自媒体之间信息联动不足，难以形成宣传合力。

(四)同质化竞争严重。民生类账号70%聚焦“美食探店”，内容重复度超80%；文旅类账号多拍摄古镇常规场景，缺乏差异化设计，用户粘性低。

#### 四、恩阳区自媒体孵化培育策略

推动自媒体健康、有序、创新发展，相关部门可从政策扶持、人才培养、平台搭建、产业融合等方面着手，全面孵化培育自媒体生态。

(一)设置专项发展基金。设立自媒体扶持发展专项资金，出台《自媒体扶持补助资金管理办法》，用于资助优质自媒体账号。通过项目申报、评审的方式，对内容创新、具有社会价值和市场潜力的自媒体给予一定资金支持，帮助其解决发展初期的资金瓶颈。

(二)落实税收优惠政策。针对自媒体企业和个人创作者，制定税收减免政策。例如，对年收入在一定额度以下的个体自媒体创作者免征个人所得税；对新成立的自媒体企业，给予前三年免征企业所得税、后三年减半征收的优惠待遇，减轻其运营负担，激发创作积极性。

(三)提供场地设备支持。建设自媒体创业园区或众创空间，为自媒体从业者或运营公司提供低成本或免费的办公场地、摄影摄像设备、直播设施等资源共享服务，降低自媒体企业创业门槛和运营成本，吸引更多人才投身到自媒体行业。

(四)建立特色账号矩阵。围绕恩阳本地的重点工作、亮

点工作领域，建立自媒体“文旅矩阵”“民生矩阵”“产业矩阵”，出台每个矩阵自媒体账号进入标准和要求，对纳入矩阵的自媒体账号，相关部门从资源对接、内容生产、传播引流等方面进行重点培育孵化。

（五）引进高端优秀人才。把自媒体相关人才纳入恩阳区级层面优秀人才引进计划，出台相关优惠政策，吸引具有互联网技术、传媒传播、市场营销、数据分析等多学科背景的高端人才落户下来。通过“返乡创业补贴”吸引恩阳籍自媒体优秀人才回流，每年计划引回5-8名专业运营者，为本地自媒体发展注入创新活力。

（六）开展创业实践指导。建立恩阳自媒体实践教学基地，组织自媒体兴趣人员参与实际项目创作和运营，在实践中积累经验。邀请行业资深专家、成功自媒体人担任创业导师，为有创业意向的学员提供一对一的创业指导和项目评估，提高自媒体行业创业成功率。

## 五、恩阳区自媒体发展引导路径

当前绝大多数自媒体运营者在内容策划、传播技巧、商业运作等方面能力不足，导致自媒体运营发展受限。党委政府相关部门需要积极引导自媒体创作积极健康、富有价值的内容，规范开展运营活动，弘扬正能量，传播地方好声音。

### （一）健全监管规范体系

1. 制定《恩阳区自媒体运营管理办办法》。明确虚假信息、

恶意炒作等 10 类禁止行为，实行“警告—限流—封号”三级处罚，每季度公布违规账号名单，强化震慑作用，明确内容创作、传播、商业运营等方面的行为准则和法律责任。

2. 升级“恩阳区自媒体内容监测平台”。利用大数据最新技术手段，升级自媒体内容监测系统，24 小时监测本地自媒体账号内容，对敏感话题、负面信息系统及时预警，为监测人员及时推送信息，确保“早发现、早处置”。

## （二）建立政企媒互动机制

1. 召开“恩阳自媒体座谈会”。每季度邀请头部、腰部自媒体账号运营者参与，同步传递党委政府重点工作，如文旅节庆活动、乡村振兴项目等，引导自媒体围绕中心工作开展创作传播。

2. 组建“恩阳自媒体沟通群”。由区委网信办、区融媒体中心专人负责，及时推送官方素材，比如政策通稿、活动海报、公用视频等，协调解决自媒体运营者的难题，进一步形成宣传合力。

## （三）引导正向价值传播

1. 策划正能量主题活动。开展“恩阳最美乡村”“身边的党员故事”等活动征集，对优秀自媒体作品给予官方转发、流量扶持，每年计划推广 100 条自媒体优质正能量内容。

2. 评选优秀自媒体奖项。举办“十佳原创账号”“最佳文旅推广账号”等评选活动，通过官方平台公示，提升获奖账号

公信力，引导更多自媒体聚焦区域发展亮点，传递正向声音。

#### （四）加强行业自律管理

1.成立自媒体行业协会。由网信部门牵头，联合自媒体从业者、自媒体企业等共同组建自媒体行业协会。制定行业规范、自律公约，组织行业交流活动，加强行业与政府、企业之间的沟通协作，维护自媒体从业者的合法权益，促进行业健康发展。

2.建立信用评价体系。网信部门定期对自媒体账号和创作者的内容质量、传播影响力、诚信经营等方面进行量化评价。同步发挥信用等级作用，对优质自媒体给予政策支持和奖励，对信用不良的自媒体进行警示、限制或依法处理，促使自媒体从业者诚信经营、规范发展。

#### （五）搭建学习交流平台

1.举办各类交流活动。定期举办自媒体创作大赛、主题沙龙等活动，邀请知名自媒体人、专家学者分享经验和见解，围绕热点话题和行业难题进行深入探讨，促进思想碰撞和合作，为本地自媒体从业者提供学习交流机会。

2.开展各种学习培训。网信部门应当联合高校、职业院校和专业培训机构，开设“自媒体运营”相关课程，培养本土青年运营人才。比如定期组织免费培训，邀请专业讲师讲解内容策划、短视频剪辑、直播带货等知识，每年培训不少于10场，覆盖账号超200个。

#### （六）协助对接市场资源

**1. 对接整合宣传资源。**利用政府职权统筹作用，梳理相关资源清单，为自媒体发展提供资源支持。如政府文旅、农业部门整合文旅景点拍摄权限、农产品样品等资源，免费提供给优质自媒体账号使用。如政府商务部门对接电商平台，为具备带货能力的账号开通“恩阳特产专区”。

**2. 协助媒企合作发展。**政府相关部门需要充当“润滑剂”，引导自媒体与本地特色产业如制造业、文化创意产业、旅游业等合作，为本地制造企业拍摄产品宣传推荐视频，拓展销售渠道，促进旅游消费。组织自媒体达人深入农村，拍摄乡村美景、民俗活动短视频，吸引游客前往乡村旅游，带动农村经济发展。

## 六、结语

自媒体是“工作+宣传”的一个重要传播平台，已成为一个地方形象塑造、产业推广和基层治理的重要工具，当地党委政府亟需通过自媒体激活本地文旅、农业、非遗等特色资源。区域自媒体的培育与引导是一项长期而系统的工程，需要政府、社会、自媒体自身多方协同努力。

本文研究应用价值在于：给本地相关部门提供一个参考，通过有效的培育与引导，激发区域自媒体的活力与创造力，构建更加丰富、多元、健康的地方传播新生态，使其成为推动区域经济发展、文化繁荣、社会进步的重要力量。

课题负责人：李坪

课题组成员：周鹏程