

“青春端”在手，点开就是“良师益友”

新华社推出中央主要媒体首个青春版客户端

融媒故事

新华社青春版客户端来了！

这是中央主要媒体推出的首个青春版客户端。通过独创的双UI设计，网友可一键实现“经典版”和“青春版”之间的切换，获得权威新闻阅读与年轻语态表达的双重体验。

本报记者王若辰、莫鑫

2021年5月4日，第72个五四青年节，当你打开新华社客户端，一个透着青葱气息的页面扑面而来，几个大字欢跳着告诉你：青春版来了！橙黄色的按钮扭扭腰，让你看它俏皮的提示：点就完事。

点击一下，直接进入新华社客户端青春版。咦？像不像是在刷朋友圈？每个栏目都有表情包式图标，像一个个小头像，栏目名也有看头，“靠谱青年”“哇~哦~”“迷惑行为大赏”“萌即正义”“军迷狂喜”……

标题就更有趣了！《什么？应聘还要详细说明恋爱经历？》《买国货不香吗？》《天气转热，“口罩脸”在向你招手》……

一步一图，两步一视频，三步一二次元，竖屏展示就是好看；点赞按钮设计成“比心”的手势，“神评论”还能在信息流里留下姓名。

接着往下刷，还有热榜？上榜的不仅有国内时政、国际大事，idol、网红、在校内、科目二也赫然在榜，“青春热榜”名副其实。

再往下刷，还有“求职”“四六级”“就业创业”等青春服务栏目，青年群体常用的网站接口“一站式配齐”。

……

这是中央主要媒体推出的首个青春版客户端。弘扬主旋律、打破“次元壁”，讲青春故事、聊青年话题——青春版客户端是这么说的，它背后的编辑记者也是这么做的。

千百度追寻“杀手级”应用，蓦然回首，红海之中还有蓝海

什么样的大背景，孵化出了“青春版”？

内容行业日益拥挤，主流媒体还有没有创新机会？研究发现，青年对内容的偏好正在发生转移，尤其在疫情之后，休闲娱乐内容的热度逐渐下降，课程学习、健康防护、生活技能内容热度上升幅度都超过了10%，“娱乐吸引”正转向“成长吸引”。另外，报告显示，平均每天上网3小时已成Z世代的标配，社交聊天、短视频、新闻资讯都习惯于“一刷”打尽。主流媒体正在迎来争取年轻受众的新窗口期。

这代青年的画像什么样？以“佛系”为人生观，以“丧”为口头禅，以自我为中心，只喜欢“二次元”？

“广大青年用行动证明，新时代的中国青年是好样的，是堪当重任的！”“强国一代，爱国是最流行的时尚”，内容团队的负责人，在新华社微信公众号被网友昵称为“小仙女”的陈子夏说。

世界那么大，媒体众喧哗，青年还会把时间分给主流媒体、把兴趣放在主旋律报道上吗？

调研发现，青年群体并不是主流报道的绝缘体，只是对假大空的主流报道说“NO”。新华社系列漫画报道《学习故事绘》以二次元方式讲总书记讲过的故事，就入了青年的法眼、动了青年的“小心心”。

为了将习近平总书记关于媒体报道“面向网络、面向青年、面向海外受众”的指示精神大写在“新华社出品”里，按照新华社党组部署和社长何平的要求，在副社长刘思扬的带领下，新华社青春版客户端应运而生。

“我们已推出大量适应青年口味的内容创新，只不过都是‘散在分布’。‘青春版’正可以成为系统化承载的平台。”主创团队达成共识。

面向青年、传播青年、影响青年——思路一确定，“青春版”在理念、体验、功能、运营等各个维度上的改变，都变得难而不难。在“经典版”的基础上，“青春版”实现了106项改进和创新。

这么多创新中，有真正的“杀手级”应用吗？它是什么？团队多次自问、思考，一直在苦苦追寻。

出路，要从来路中找寻。在纸媒的黄金时代，报纸也没有放弃过创新，办副刊、办社会新闻版、办市场版……直到发展出了晚报、都市报，“这可能也是20世纪纸媒最后的杀手级创新”。现在，新华社客户端从自己体内孵化出了“青春版”，与“经典版”以双UI（用户界面）呈现，这在主流媒体和商业媒体中均是首创。苦恼中的主创团队一拍大腿，蓦然发现，“杀手级”应用不就蕴含在“青春版”三个字内？

“之前做新闻客户端，觉得竞争激烈得密不透风，没想到我们和‘无人之境’只隔着一层窗



新华社青春版客户端的海报。

户纸。”新华社新媒体中心负责同志说，“推出‘青春版’后，我们不得不为领导的创意拍案叫绝，我们发现，红海之中还有蓝海。”

挑战和机遇也只有一个区别，如果不干，都是挑战；只要干，就是机遇。

很多用户反映，“客户端青春版上线后，‘经典版’也变得更好看了”，两个版本相得益彰、分工明确、良性互动、互相促进。

A面是“良师”，B面是“益友”

现在的新社客户端犹如学会了川剧变脸——通过独创的双UI设计，网友可一键实现“经典版”和“青春版”之间的切换，获得权威新闻阅读与年轻语态表达的双重体验。

UI就是“青春版”的脸庞，如何设计，才能体现出青春气息？由青年业务骨干组成的主创团队，充分开动脑筋，并请“00后”实习生做体验官，最终确定“青春版”整体UI语言使用青年喜爱的全要素内容卡片，支持信息流中直接转发、点赞、评论、投票互动；视频频道默认进入竖屏全屏播放，支持横飞弹幕和青年人熟悉的视频手势操作。

为了阅读场景更“悦读”，主创团队在版面语言上花了不少巧思。目前，“青春版”上能看到20多个栏目，也就是“青年号”，每个青年号都顶着头像式图标，携着图片、视频先行的报道出现在信息流中，就像一位朋友在与你聊天、分享。

“对年轻人来说，头像就是态度，表情包也是语言。”新华社新媒体中心技术项目部副主任梁恒说，“我们将青年号的调性可视化为一个图标，一出场，就知道是谁在发言。”

“满满正能量”的图标，是“活在表情包里”的熊猫舞动身体、拥抱太阳，看到它就知道暖新闻来了。

“朋克养生”，图标里一个卡通人物捧着保温杯，下方还有一行字：生活不止眼前的枸杞。没错，在这里看到的是“适合青年服用”的“朋克养生”，而不是当归人参菊花茶式的“老干部养生”哦。

用“外表”吸引来你的点击，是时候向你展示我丰富的“内涵”了。

编辑记者们跳出传统媒体思维，对报道进行“从骨到皮”的优化。比如“好好学习”栏目，在青年节之际发布了《@所有年轻人，一起听总书记讲他的成长故事》，用总书记的青春岁月与成长经历教育和引领青年，让青年有共鸣点；而在

母亲节这天，发布了《离家去插队前，妈妈在他的包包上绣了三个字》，视频里，红线穿过麻布，丝丝缕缕，凝聚成“娘的心”。

“青年千千万，你们最好看。”这是“靠谱青年”的栏目宣言。在这里，能遇见在大山深处扶贫扶智的燃灯人，能看到在东京奥运会选拔赛上勇撑“中国游泳半边天”的小花，能读到B站上一批热爱党史的UP主、把新疆潮牌带到消博会的创业情侣……

正如那竖起大拇指的栏目图标，“靠谱青年”多报道各行各业值得点赞的青年。他们是榜样，也是镜子，站在你身前半步，照出你前进的方向；就像一朵云推动另一朵云，青年往往最易被同龄人唤醒。

“什么算靠谱青年？就是要有不迷茫、不等待，奋斗就现在的精神。”新媒体中心负责同志说，“主旋律”栏目“外交天团”“满满正能量”“致敬青春”等人气颇高，网友们的评论也体现出当代青年关心社会、有家国意识，是超可爱的一代。

还有很多活潑有趣的栏目，让人一见倾心、再见欢喜。比如“哇~哦~”栏目是如何报道天和核心舱发射的呢？它放出了西安交响乐团和合唱团在发射现场的演出视频。悠扬的乐曲，动情的歌声，随着文昌的海风飘动的国旗与裙裾……而这这一幕的背景，是火箭腾空，凌于大海，奔向星辰。让人不由发出一句感叹：哇哦！脑袋里的小灯泡一亮。

“快乐源泉”里有人在困途、熊孩子演技、老母亲带娃图鉴，“萌即正义”里有二哈警犬、鸭子干饭、熊猫吃播……这些内容就是来搞笑的？

非也，非也。“青春版”主创团队骨干成员之一、新青年创始团队负责人王龙说，要亲近青年群体的喜好，但不以单纯的吸引眼球为追求；要传播让人有收获的内容，而不是博君一笑、笑完就完了。

比如“迷惑行为大赏”里，通过“夺笋案”“网恋诈骗”等社会热点事件以案说法，在嬉笑怒骂中完成告诫或警示。

既传递正能量，让人增长知识、开阔眼界，又引导“正三观”，提供有滋有味的陪伴，这样的“青春版”像什么？

“它就像青年身边的良师益友。”陈子夏说，“在我眼中，‘青春版’就像是比青少年年长几岁的邻家小姐姐，既能给予青少年智慧与启发，治愈他们的迷茫纠结不开心；同



新华社青春版客户端报道的截图。

时，她又童心不泯，心境上还保持着青春的状态，能和他们说到一块儿去。”

而这个“青春版”，可不是悟空给唐僧划了个圈。不只是年龄上的青年群体，对于心态年轻、渴望青春化阅读与表达的受众，“青春版”一样也是你的菜。“我们希望对每一个年龄段的网友而言，‘青春版’都能‘开卷有益’。”新媒体中心客户端事业部负责人李响说，“如果有情有泪梦还在，那你就是青年。”

打造国社年轻态转型的基础设施

除了青春范儿，更重要的是青春的心。“青春版”实为基础设施建设——为新华社内容生产及传播运营向年轻态转型提供平台，是新闻供给给侧改革的突破口。在“青春版”既“主流”又“青春”的报道里，能听到主力军挺进主战场的铿锵步伐。

“面向青年”的航向一定，新华社这艘大船每一部分都在重新校准与革新，加速媒体融合，表现出柔软而富有活力的身姿。

青春热榜是借助于新华社参与研发的“中国搜索”先进技术，从全网热搜话题中，综合多种指数，给青年关注的国际、军事、社会、体育、电竞等垂直领域话题增加权重而生成。

英语四六级成绩、就业创业查询功能，则依托于新华社中国经济信息社参与运维的国家政务服务平台。

青春版客户端还推出“五四青春歌会”，在多个平台同步直播，全网浏览量迅速超过5亿人次，#青春恰来时五四青春歌会#话题进入“微博要闻榜单”前5位，《青春派这一代》MV视频微博端浏览量2260万人次。

正式上线仅一天有余，青春版客户端的相关微博话题总阅读量已破亿，讨论近150万次。

新闻的第一落点和第二落点，相得益彰。“经典版”主打资讯发布，信息流排列整洁，信息量大；“青春版”主打传播运营，通过创新运营形式，丰富传播手段提高报道的“能见度”、到达率和影响力。

同时，“青春版”继承了“经典版”中“全民拍”“问记者”等富有国社特色的社交功能创新。新华社记者赵旭在印度“疫中”回复网友“问记者”的报道，成为“青春版”首次弹窗推送。印度的疫情到底啥程度？赵旭在“风暴”的

中心，用视频讲了一个令人心碎的故事。逆行返回印度，当地朋友托他带瓶好酒，好给病中的亲人换点氧气，他刚到驻地，酒还在，人没了。网友说，只有国社才有这样的国际网络。

“一端两版”相互补充，彼此成就“更好的自己”。4日上线当日，新华社客户端新增激活设备数较前一日增长37.64%，较去年同期增长149.83%，且年轻用户占比明显提升。之后几日的增长数持续稳定在高位。

小试之后，年轻的团队越做越有信心，他们相信，90岁的国社，在网络时代也能如鱼得水，也能跟年轻的伙伴“游成一片”。

“新华速度”背后的38天奇迹

“调研、设计、施工、调试、招聘训练团队等一套做下来，像这样的大改版，也许至少得一年。”业内人士曾这么说青春版客户端。

而新华社这支队伍用了多久呢？38天。

闻令而动，多方面军迅速集结——在新华社办公厅、总编室、总经理室、人事局、技术局等部门的领导下，新媒体中心、国际部、对外部、摄影部、体育部、CNC、新华每日电讯、参考消息、经济参考报、上海证券报、半月谈、中国图片社、中国搜索及天津分社、山东分社、江苏分社、贵州分社等部门及分社的多名年轻骨干组成攻坚团队，“拼了，坚决确保‘青春版’在青年节亮相”。

随时开会，线上线下、周中周末，因为“我们要比BUG跑得更快一步”；冲刺关头，团队整个“五一”都没休假，累了就把椅子放倒，就地休息一会儿。

一起拼搏的日子，也成为团队成员难忘的回忆。

比如关于吃的回忆。一次，新媒体中心老同志自掏腰包请大家吃午饭，一口气买了近30个披萨。5月4日正式上线当天，“青春版”发布了一篇关于螺蛳粉的报道，大家午饭就集体下单螺蛳粉，“整个楼层飘着‘生人勿近’的气息”，大家边吃边讨论策划：“人间烟火气，最抚凡人心……”

还有一次，编辑们聚在一起讨论工作，中心负责同志走过来打招呼，有位“95后”带着开玩笑的语气说，不要打扰我们工作啊。他立刻拱手说，好好好！你们继续！

“这一幕也是‘青春版’的典型工作场景，有朝气，不世故，领导来了，该保持工作状态还是一丝不苟，对工作有责任心，也很珍惜机会。”陈子夏说。

技术团队的工作表里，已经有100多项待开发、待完善项目。团队给“青春版”的编号叫854，而854仅活了一天，因为技术团队迅速修复了一个小问题，而现在的855版本也快要被它的“后浪”拍在沙滩上。

“青春版”要常驻青年朋友圈

从“没人没钱”苦不堪，到思路一变天地宽，新华社客户端青春版的背后，更是机制的破圈突围。

青春版原创内容主创团队之一的新青年团队，目前已经完成项目制引资合作，迅速突破了长期制约发展的瓶颈，形成了数据驱动、可上可下、可进可出的市场化机制，为新华社探索出一条对外合作的新路，突破了一直无法突破的创业死循环。推进过程中，新媒体中心高效的决策机制，大大超出合作方预期，后者感慨道：“国社才是真正的互联网公司！”

国社不能只年轻一阵子，而要年轻一辈子。5月4日，青春版客户端上线首日首发推出的《这家创业公司，我愿称之为史上最牛》和《学习故事绘》系列漫画等重点产品，赢得青年群体纷纷点赞。

未来，青春版客户端将更迈向平台化，除了新华社自有内容外，将引入其他媒体号，并邀请青年KOL（意见领袖）入驻，打造个人IP，还将完善和拓展就业、实习、心理咨询等服务，探索交友功能，为青年受众提供尽可能丰富多元的泛资讯服务。

团队还将用科技赋能“青春版”，实现更酷炫的AR视听体验。增加UGC（用户生产内容）板块，还将提升AI机器人“小新”的智能化程度。

“未来小新将是一个卡通化数字人，用户可以给它换装，还能按主题定制背景，甚至用户能DIY自己的小新，然后分享出去。”梁恒说，“还能开口说话，跟用户语音沟通。”

“青春版”像青年一样，会不断优化、成长。

“国社奔向未来、澎湃如潮，而‘青春版’仅是一朵小小浪花。”新媒体中心负责同志说，“赢得青年，就能赢得未来，国社一直生生不息。”

“苔花如米小，也学牡丹开。”“青春版”的主创团队说，我们创新虽小，但志却在大海。

国家长治久安，祖国青春不老。“青春版”将载着希望和重托，躬身入局，扬帆出海，陪着更多青年乘风破浪。