



城事通： 开启杭州首席新闻客户端时代



APP 扫我下载

2016年,由杭州日报独立开发的城市通客户端,经过将近一年时间的改版升级,正式开启了“杭州首席新闻客户端”时代。

城市通,也转身变成了“城事通”,一个更加关心你身边的人和事的新闻客户端。

城市通变城事通 体现的是理念的重大改变



在这次改版之前,城市通已经走过5年间,这次改版,变成“城事通”,一字之差,体现是理念的重大改变。

以前,城市通主要由“新闻+服务”构成,台数据来看,用户使用率最高的,依次是新闻、公共自行车、投票和公交查询;作为媒体,最优势还是在“新闻”。

正是出于这些考虑,报社提出了打造“杭州首席新闻客户端”的要求,由此开始了史上最大一次改版。

由“市”到“事”,说明新版更加看中这个城市当中的“事”,从一个偏生活型的应用APP,更加偏向于服务型新闻客户端。

与此同时,城事通的“城市服务功能”仍然不丢,还是要重点发展。

通过和相关部委办局的合作,新版又增加了“找厕所”、“医院挂号”、“数字报”、“驾驶证记分”、“路况信息”、“找车位”等新功能,继续强化新版城事通“生活在杭州,爱在杭州”的定位。

今年国庆长假期间,城事通和杭州市旅游委员会共同推出的“景区客流”实时查询功能,受到用户好评。

由市井到悦读： 我们就是要做到“首席”

这次改版,在对“新闻”的定位上,城事通做了深入的研究,最终确定还是要立足“杭州日报”品牌,做足原创,实现转型。就像报社给城事通的定位一样:做成一个具有“杭报特质、杭州气派、权威亲民”的移动阅读品牌。

杭州日报是一个有着61年历史的传统大报,具有深远的品牌影响力,而杭州日报的融媒体建设更是一直走在全国前列,特别是全媒体新闻中心的成立,让城事通有了真正内容上的“靠山”和“核心竞争力”。

今年G20杭州峰会期间,以城事通客户端为主阵地,集中杭州日报全媒体制作团队“最大火力”,每天两推的“G20峰会号外”新媒体作品,在城事通客户端、微信端、微博端形成了一个耀眼的传播亮点,充分展示了杭州日报的新媒体战斗力。

据统计, G20峰会号外共发布12期(9月1日到9月6日每天两期)、计70余篇稿件,城事通客户端内专题总点击量突破40万,全网点击超50万。

“号外”是基于H5技术下的一种轻应用,因颇似哈利·波特中《预言家日报》,被网友称为“哈利·波特魔法报纸”。《光明日报》以“会动的报纸”进行了专题报道,并引发包括新华网、人民网、凤凰网、东方网的转发,成为杭州日报G20峰会报道的一大闪光点。

有了“号外”的成功经验,城事通又顺势推出了“杭州时政头条”“杭报头条号”新媒体产品,工作日的午休和傍晚下班时分,为用户送去我们精美制作的、当天最时鲜的新闻。每期阅读数都在2万以上,最高一期阅读量达4.3万。

未来： 依托“直播”风口,做足“杭报文章”

新闻客户端的“场景”已经明确,内容已经架构完善,未来的城事通,将坚持走“原创”路线,突出杭报特质,做足“杭报文章”,在加大都市新闻的同时,重点做强做大“政在解读”、“博览天下”等时政版块,并加强和“杭州发布”的合作。

同时,报社的品牌活动,科学松果会、周末去哪儿、我是动漫王、老爸老妈博物大学等,也已全面入驻城事通,城事通成为这些品牌活动的报名、展示、互动平台。只有定制的服务才能真正提升平台的用户粘性。

2016年10月,城事通又新推出了“视频直播”功能,杭州日报从2008年就强力打造的滚动新闻、实时新闻品牌,第一次在移动端有了更为直观的体现,专业化的生产,必将在未来为城事通带来深远影响。

“城事通”不仅仅是杭州日报重点要打造的新闻客户端,更是承担了杭州日报向互联网转型的一个“梦之队”,我们的目标,是通过新手段、学会新能力,在移动互联网端,延续和扩大“杭州日报”61年的品牌力量,为杭州市委市政府、杭州市民继续做好服务,从而引领杭州人民走向一个更加积极而美好的世界。

