

全团要讯

第 3 期

共青团中央

2024 年 3 月 4 日

全团聚力开展“青春中国年”主题文化传播活动

2024 年春节期间，全团深入学习贯彻习近平文化思想，组织开展“青春中国年”春节主题文化传播活动，分“我是青春代言人”、“我是青春旅行家”、“我是青春讲解员”、“我是青春奋斗者”4 个专题，着力发掘中国传统节日的文化内涵和时代价值，聚焦展现活力满满、热气腾腾的经济社会发展态势，彰显全团组织动员团员青年在服务人民群众过一个喜庆祥和春节中的积极作为。2 月 9 日至 26 日期间，“青春中国年”线上话题关注度超过 2 亿，登陆微博热搜 1 次、短视频热榜 4 次，近 12 万人次参与

互动；央视新闻联播单条播发青年突击队、青年志愿者坚守岗位一线的报道，人民日报推出青年传承民俗文化、投身冰雪经济等2期专版报道。

一、营造团结奋进、温暖祥和的舆论氛围

一是深入宣传习近平总书记重要讲话重要指示精神。深入宣传阐释习近平总书记重要讲话重要指示精神，及时准确做好重要时政活动的报道，努力提升面向青年传播党的创新理论的针对性实效性。重点围绕学习宣传习近平总书记在春节团拜会上的重要讲话精神，综合推出2期团员青年们的热烈反响；综合新华社等报道，开展“学习进行时 | 重温习近平总书记新春祝福”专题解读，发布图文、视频等20余条次，总阅读量超820万。围绕学习贯彻习近平总书记春节前夕赴天津看望慰问基层干部群众时的重要讲话精神，团天津市委、天津市青联组织开展“青”暖天津过大年主题活动，通过慰问帮困、宣传奋斗典型、传统文化活动等多种形式，切实把总书记的亲切关怀和殷切期望传递到青年中去，激励各族各界各行各业青年挺膺担当。

二是大力弘扬中华优秀传统文化。通过“揭榜挂帅”形式动员基层团组织参与制作和传播，推出“晒晒我的团圆年”、“甲骨文拜年表情包”、“100家博物馆里过春节”、“我的春节旅行日记”等融媒体报道和产品，集中展现祖国各地丰富多彩的人文风物、节庆习俗和文化活动。其中，原创文章《龙吟书香，博物馆里过春节》被文旅部转载使用；联合自媒体人制作的民乐宣传片

《36首家乡乐曲，这就是年味》，成为B站“十大新春热门产品”。

三是积极唱响中国经济光明论。坚持用事实说话、用数据说话，聚焦各地经济复苏、人气趋旺的良好态势，推出“今昔对比看春运”、“中国经济的新春人气”、“晒晒我家的年货”、“假期不打烊”等热门话题和活动，编发《在年味儿里感受人文经济魅力》、《春节“不打烊”中国外贸新春跑出“加速度”》、《从春运新变化看中国经济新春人气》等报道，阅读量超过119万。特别是，结合岗位建功，开展“我是青春奋斗者”主题活动，邀请各领域青年典型参与网上话题讨论和视频展播，激发广大团员青年立足岗位为推动高质量发展拼搏奋斗的昂扬劲头。

四是努力展现青年担当奉献风貌。集中挖掘展示各级团组织动员青年突击队、青年志愿者在春节假期坚守重大项目建设、春运服务岗位青春建功的生动故事，在中央媒体和团的媒体平台推出一系列凝聚民心、增强信心、温暖人心的正面报道。依托共青团新媒体矩阵，团四川省委推出网络话题“春节我在岗”，集中展现团员和青年在重点工程、民生保供、卫国戍边等领域坚守奉献的事迹，阅读量达3160万，位居同类话题热度第1名。

二、构建全面联动、高效协同的工作机制

一是坚持全团协调联动，给各部门各系统搭平台、唱主角。按照“宣传部门搭台、业务部门唱戏”的思路，充分激发各系统各部门积极性，推动将工作成果有效转化为面向青少年的媒体产

品。前期召开选题策划会，下发重点宣传项目征集表，形成宣传服务清单。主动向人民日报、新华社、中央广播电视总台等进行推介，重点讲述各地青年突击队坚守岗位、青年志愿者服务春运、大学生返乡作贡献、团组织送温暖办实事等方面的生动故事，展现共青团围绕中心、服务大局的积极作为和青年群体挺膺担当、拼搏奋斗的精神风貌。团北京市委举办“青春有为赴新程”青春北京网络春晚，介绍北京青年的奋斗故事。团黑龙江省委开设“龙年话龙江”访谈直播间，邀请青年代表共话新年愿景，激发奋斗热情。

二是坚持基层全面发动，让各级团组织激发活力、竞先首创。广泛发动各级团组织新媒体中心、500家高校共青团新媒体重点工作室、120位“青梅工作室”工作骨干，以及近百位自媒体内容创作者，择优选取并联合推出新春原创产品126件，包含微信红包封面、手账贴纸、动态漫画、微博9图模板、表情包等20多个品类，被不少网友留言催更，其中“青春版龙年手机壁纸”位居政务壁纸类产品传播量第1名。团江西省委运营话题“2024龙年大吉”、团湖北省委运营话题“寻味中国年”、团海南省委运营话题“年味来了”等，累计传播量超过3600万人次。

三是坚持青年密切互动，使广大团员和青年踊跃参与、成为主体。精心设置“我是×××”议题，围绕“我是青春代言人”、“我是青春旅行家”、“我是青春讲解员”、“我是青春奋斗者”等参与视角，邀请青年广泛参加网上话题互动和产品展播。

探索应用广受青年欢迎的“纸动画”形式，联合北京、浙江、山东、河南、四川、贵州、云南、陕西、甘肃等省级团委和自媒体人制作《水墨行歌》城市国风短片，有机融入各地青年发展型城市建设成果，被网友评论为“纸动漫的龙抬头”。

四是坚持社会合力推动，创合作机制能共赢、可持续。探索建立与教育部、财政部、文旅部等部委机关新媒体平台紧密联动的工作机制，在 B 站发布《初五，财政部送祝福》动画视频，观看量和留言数均居站内第 1 名。邀请央视新闻、中国教育电视台、解放军报、北京文艺广播、三沙卫视等 32 家媒体参与活动宣传。其中，与央视《晚间新闻》栏目组合作传播新闻纪实 MV《守护一盏灯火》，与三沙卫视发起关于寻访国内外春节习俗的“全球寻龙”行动，系列短视频节目播放量突破 500 万，获得社会各界的广泛好评。

分送：中共中央办公厅，国务院办公厅。

团中央书记处书记，中央有关部委，省级党委分管领导。

团中央机关各部门、直属单位负责人，省级团委书记。

共青团中央办公厅

2024年3月4日印发

