# 新闻中心工作总结范文900字

来源：网络 作者：落霞与孤鹜齐 更新时间：2025-01-20

*工作总结必须有情况的概述和叙述，有的比较简单，有的比较详细。这部分内容主要的是对工作的主客观的条件、有利和不利的条件以及工作的环境和基础的等进行分析。工作总结频道为您整理了《新闻中心工作总结范文900字》，感谢阅读！>【篇一】　　一、20x...*

工作总结必须有情况的概述和叙述，有的比较简单，有的比较详细。这部分内容主要的是对工作的主客观的条件、有利和不利的条件以及工作的环境和基础的等进行分析。工作总结频道为您整理了《新闻中心工作总结范文900字》，感谢阅读！

>【篇一】

　　一、20xx年工作总结

　　今年以来，区新闻中心在区委区政府的坚强领导下，紧扣项目攻坚年，坚持区域跨界全媒体平台打造，坚持“走转改”深入基层，坚持传统媒体与新媒体的纵深融合，坚持深度报道和重大事件报道中增强新闻时效性、可读性和可观性，坚持通过系列活动营销城市增加受众。超额完成了年初确定的各项工作目标。

　　(一)发挥“主流引导”核心作用，倾力服务党委政府工作大局。一是围绕学习贯彻xx大精神，开辟了《高举旗帜为全面建成小康社会而奋斗，学习贯彻党的xx大精神报道》专栏，及时传递党委政府声音到基层，动员和激励了全区干部群众统一思想,振奋精神，为贯彻落实xx大精神鼓劲出力。二是紧紧围绕项目攻坚年主基调,开辟了《一切围绕项目转，一切围绕项目干》、《项目攻坚年，抓项目强产业促发展》、《项目攻坚年，记者在一线》等多个专栏,主动服务，全程跟进项目建设进展情况及工作的亮点、难点，充分展现了各单位抓项目、促发展的力度和创新举措。三是围绕温江发展新定位，开辟了《全力打造成都西部副中心，建设现代化国际化大城市》等专栏，及时让群众知晓其重大意义，营造了全区上下共谋新发展的良好氛围。四是围绕主题教育活动,创新开展了“一封信征集”活动，在较短时间内收到投稿280封，有利展示了普通群众“梦”的实现过程，扩大了温江对外影响力和美誉度。五是积极策划开展了“一句话说金\*\*”\*\*形象宣传语征集活动和“金温江形象标识由你选”活动，掀起了新一轮关注温江、去往温江的热潮。六是围绕全区重点工作、重大事件、重要活动，深度提炼采写了反映温江现代产业体系构建、社会管理创新、城乡生态优化提升等方面创新经验的外宣稿件，向外界充分展示了\*\*良好的投资环境。截止目前共开辟了110余个紧扣中心工作、基调鲜明的新闻专栏和专题报道，推出新闻评论20余篇,完成中央、省市上宣新闻70余篇。

　　(二)立足“为民”根本定位，积极推进各媒体创新突破大发展。一是《今日温江》报新推出《图播\*\*》、《城乡环境监督“随手拍”》、《小窗幽记》、《小人物，正能量》、《今日\*\*谈》等10余个专栏321篇，把版面留给群众“接地气”，增强了亲和力和感染力。二是温江电视台《\*\*新闻》栏目全新改版，重点推出了“今日聚焦”版块，紧跟时事和社会热点话题策划主题报道251条;开辟了方言评书栏目《梦想书场》、互动竞技栏目《鱼凫新SHOW》、情景短剧栏目《\*\*微生活》，并参与策划录制了\*\*区首届青少年电视才艺大赛,拉进了与群众之间的距离。三是温江人民广播电台以温江都市生活广播全新亮相,新推出《车里车外》、《\*\*全手册》等12档自办栏目，凸显温江地域特色和生活咨询。四是温江新闻网全面改版,对页面和栏目进行优化提升,全市率先开展了手机、平板电脑直接访问和观看在线视频,满足了新时期网民的访问需求。

　　(三)突显“互动”功能定位，着力提升政务微博及时性和关注度。一是紧跟区委、区政府中心工作，适时推出了项目攻坚年、成都西部副中心等话题20余个,收到并回复网民咨询、诉求等1000余件,积累粉丝数达90000余个,同比去年增长70%;特别策划推出了#每日上榜#话题，选取当日最有价值、最有趣的网民微博截图发布，被新华网舆情在线作为亮点案例转载。二是突出温江元素的大众化展示，策划开展了“温江农产品公共品牌名称及商标图案征集活动”、“相约温江”等5个大型主题活动，吸引了众多网民参与。今年以来,“@金温江”新浪政务微博排名一直位居四川省每周排行榜前茅。

　　(四)围绕“全媒体”发展定位，积极延伸新媒体宣传触角。一是“金温江”公众微信自9月6日上线后，深受群众喜欢，设置的温江人文、温江故事等栏目,成为群众了解温江的窗口，每周定时发送的温江旅游、购物等生活服务类消息方便了市民，也成为外界了解温江的一条快捷通道。二是将成都西部副中心、202\_中国马术节宣传与“金温江”APP上线推广相结合，与专业机构合作,以悬念营销和事件营销为手段,策划开展了“马到功‘城’寄语202\_中国马术节祝福成都西部副中心——温江”万人大签名活动,吸引2.4万人次参与和26家主流媒体转载，受到社会普遍欢迎和一致好评。全市率先实施的“金温江”APP，打破了传统模式，实现了跨界传播，让市民第一时间即可掌握\*\*各类重大事件，成为了全区一个对外宣传的移动应用平台。

　　二、20xx年工作打算

　　(一)工作思路和主要目标

　　工作思路：按照全媒体的理念和多元营销的思路，以形式创新加强重大主题宣传，以话题策划促进栏目品质提升，以公益手段放大媒体形象，全面升级内容生产能力、信息输出能力和区域营销推广能力，着力打造服务百万人口的现代化专业化区域跨界全媒体机构。

　　主要目标：年度内，推出13个深度报道专栏，策划6个全新栏目，开展8个大型活动，与群众互动不少于105次，收听收视率、粉丝数分别增长12%和50%，宣传内容全面优化，栏目形式更加新颖，媒体关注度全面提升，社会影响力和公信力显著增强。

　　(二)主要工作

　　1.深化内容建设,扩大主流舆论影响力。一是成立深度报道组。紧扣温江发展新定位和区委区政府中心工作深度策划包括项目建设、社会建设、民生保障等系列主题报道活动,综合运用体验式、述评式报道等形式多样的报道形式，增强主题宣传的吸引力和亲和力。二是加强舆论监督。关注区委区政府中心工作落实情况、项目建设情况、执行落实情况、行风政风建设情况和社会风气等。三是积极策划精品活动。利用开展群众路线教育活动和马术节等大型活动的契机，精心策划参与面广、具有影响力的媒体活动。四是加大示范工作报道。深入基层，挖掘亮点，大力宣传就业创业、社会保障、社会管理等方面的典型经验。

　　2.增强互动参与，提升服务群众的能力。一是广泛开展接地气活动。开设“民生工程，你最关注什么”、“我要谏言”等互动话题，从城市管理、社会建设、公共参与等各个领域进行题材选取和报道呈现。二是开展记者蹲点报道。加强与企业、村、社区联系，推出“一线见闻”、“蹲点日记”、“小人物、正能量”等系列报道，真实反映基层实情和群众需求。三是积极拓展娱乐节目。依托温江花木、绿道等特色资源，推出休闲运动竞技、都市农业体验和花艺比赛等娱乐节目。四是筑牢公共学习平台。开辟“温江读书会”专版，推荐好书和刊登读者的精彩书评。挖掘高校和企业智力资源，刊登优秀专业文章，搭建公共学习交流平台。

　　3.发挥整合效应，塑造公益性媒体形象。一是全力打造公益性全媒体。通过全媒体手段开设“我要公益”栏目，广泛征求群众的现实需求，推动群众对社会组织公益服务的理解、支持。建立公益项目APP手机终端，推出网上餐饮、购物娱乐等优惠活动，吸引志愿者、社区居民积极参与。二是整合各类资源强化合作。深度开发APP同城生活消费信息快播平台、团购平台，实现\*\*人的“掌上团生活”，电视、报刊、网站媒体全联动全参与，开办《温江吃货》、《时尚达人》等与日常生活消费密切相关的栏目，帮助塑造相关企业品牌。

　　4.健全合作机制，搭建对外宣传新渠道。一是加强横向联合。搭建大成都地区各区市县城市营销宣传平台，签署相关节目、时段、版面置换协议，借力区外媒体资源集中推介温江。二是加强纵向联合,通过选派记者上挂上级媒体跟班学习,主动研究了解新闻需求，与赴温采访的上级媒体记者建立合作关系,跟随采访区内各项重大活动等举措建立高效快捷的外宣媒体通联机制和信息报送制度，确保区内重大新闻线索、稿件及时上报。三是成立市场活动组。针对基层单位、高校、企业等不同行业和人群的意向需求量身策划“走基层镇街行”、温江区诚信企业评选、单身鹊桥会等系列活动。

>【篇二】

　　今年是“十X五”开局之年，新闻中心紧紧围绕市委市政府中心工作，服务率先崛起、全民创业、招商引资大局，主动作好新闻宣传工作，上半年，新闻中心共自制新闻及栏目80多个小时，制作台里安排的各类专题片近5小时，外宣等主要指标实现时间过半、任务过半。

　　一、围绕中心服务大局唱好主旋律打好主动仗

　　一是营造浓厚的舆论氛围，通过开辟专栏，制作宣传片等形式，三项重点工作宣传先声夺人;二是精心组织，形成合力。加强组织报道，强化策划意识，通过动态消息、深度报道、典型宣传、新闻评论等多种形式，提升节目的影响力;三是坚持三贴近，增强公信力。几档节目发挥地域优势，增强服务意识，在有效性和实用性上作文章，关注社会、关注民生，公信力和权威性日益增强;四是坚持创新，锐意改革。坚持新闻改革，改进领导人活动和会议报道，节目信息量大大增加，在《淮北新闻联播》先后开展了为期两个月的《贯彻xx全会精神优秀电视片展播》和为期半年的《头条新闻大赛》，有效提升了节目的质量，《直播淮北》全力打造《小曼热线》，着力构建舆论监督平台和服务平台，《新闻访谈》、《行风对话》始终关注群众关心的重点和热点，赢得社会好评，为“争先进位、率先崛起”提供智力支持，推出《周末论坛》，受到精英收视群体的欢迎;五是发挥优势，作好大外宣，一方面加大外宣力度，实行重奖重罚，上半年，在央视《新闻联播》发稿两条，截止6月12日，在省台发稿80余条;再一方面，新闻中心在任务繁重人手少的情况下制作两部大型外宣专题片，参加淮北市江浙招商和国际徽商大会，得到市领导的首肯;另一方面，多次派出采访小组，赴江西、江苏、浙江、广州、深圳、香港、山东、河南等地采访，先后推出《江西纪行》、《浙江纪行》等一大批系列报道，有力地促进了我市各项工作的开展。

　　二、加强学习提高素质加强管理提高效能

　　上半年，新闻中心按照计划，各项学习有序开展，利用例会时间，发挥学习专栏的作用，在加强政治学习、业务学习的基础上，突出抓好节目点评工作，集中时间，对一段时间的节目进行集中点评;突出抓好非编知识培训，在不耽误日常工作情况下，组织采编人员利用晚上和双休日时间集中培训，保证了新闻采编系统及时调试和使用;突出抓好重点节目和重点人员的培训，4月份，集中一个月时间，对《直播淮北》的全体采编播人员进行全面理论和业务培训，并组织了集中考试。上半年，新闻中心加强日常管理，中心主任按照工作职责和目标，与每一个采编人员签订《目标责任书》;严格考勤和请销假制度，上半年，中心对违规人员谈话近10次，按照台规报请台里处理1人;严格奖勤罚懒、奖优罚劣原则，拉大奖金差距，保护了采编播人员的积极性，增强了他们干好工作的主动性;严格选题管理，实行选题策划和重大选题申报制度;严格采访要求，对记者的言行举止和采访作风作出具体要求，我台记者良好形象多次受到上级领导和领导机关的好评。

　　三、存在的问题下一步打算和建议

　　新闻中心承担的工作不能仅仅看作是新闻中心自己的工作，对广大观众而言，我们就是党委和政府的代言人，更代表了淮北电视台的形象，责任重大，不能有半点的含糊。尽管做了些工作，也取得一些成绩，但是与我们担的责任相比，与上级领导和广大观众的希望和要求相比，还有很大的差距。下一步，我们将进一步做好下面几项工作：

　　一是加大落实的力度。总结一段时间以来的得失，成败都取决于落实上面，纵观落实不好的工作，不是环节上出问题，就是力度上有问题，在以后的工作中，要很抓落实，责任到人、责任到每一个环节;二是加大培训力度。人是做好工作的决定性因素，个人素质影响到团队水平的发挥，新闻中心将坚持学习培训，同时建议台里要把人力开发和培训列上议事日程，成立机构，制定计划，使人力开发和培训系统化、科学化，为我台的长久发展打下坚实的人才基础;三是加大分配改革力度。近年来，新闻中心始终坚持，多劳多得、好稿好酬，走出了一条较成功的路子，下一步将进一步拉大稿酬差距，筹措《头条大赛》等专项经费，确实提高大家写大稿、写好稿的积极性，但鉴于新闻宣传的特殊属性和实际情况(每月840分钟自制节目，平均每分钟不到17元，相比太低)，建议台里按“兼顾工作量，兼顾效率，兼顾公平”原则提高拨付标准，以利于推进我台新闻宣传工作快速健康发展。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！