

从援疆系列公益活动看 交通广播的融媒创新

孟 滢

摘要：2020年是决胜全面小康、决战脱贫攻坚的收官之年，也是浙江对口支援新疆阿克苏地区和兵团第一师10周年。浙江电台交通之声策划推出“我有一棵树，长在阿克苏”“圆梦阿克苏 一万‘微’心愿”系列援疆公益活动，创新融媒传播方式，探索“广播+互联网+旅游+电商”援疆模式，取得了较好效果。本文以此为案例，浅析交通广播在公益系列活动中运用云技术、实现众筹和用户生成内容等融媒创新。

关键词：援疆公益 云技术运用 众筹直播 流程再造

近年来，随着交通广播的发展，“动态广播、服务媒体”的特色逐渐深入人心，交通广播通过举办各类社会公益活动吸引社会关注、搭建服务平台、强化线上线下互动，丰富了广播的动态形象，深入了人们的日常生活，既是一种品牌推广，也是一种经济效益和社会效益并存的品牌共赢。当前，媒体融合发展不断向纵深推进，交通广播正经历渠道变迁、平台位移的传播格局质变，如何适应互联网传播新格局，充分运用融媒手段，进一步发挥交通广播的专业优势和服务特色，做大活动的社会影响，提高活动的受众参与度，浙江电台交通之声对此进行了有益的探索。本文将以此浙江电台交通之声策划举

办的2020“我爱浙疆”系列援疆公益活动为例，浅谈笔者对交通广播融媒创新的一些理解。

一、多媒体行动、全渠道发力，创新活动融媒宣传

媒介作为一个信息交流平台，如果是单边性、封闭性的，就丧失了平台功能，容易被批评为“自娱自乐”。浙江电台交通之声始终强调“开门办台，服务社会”的宗旨，通过策划推出各类活动与社会生活产生互动，与职能部门建立合作关系，不断建构自身的品牌形象。融媒时代，如何进一步增强活动的吸引力、影响力，作为媒体，利用宣传资源、渠道，联动“大屏小屏、线上线下”，融合传播是最大的优势。

2020年是决胜全面小康、决战脱贫攻坚的收官之年，也是浙江对口支援新疆阿克苏地区和兵团第一师10周年，交通之声从年初开始就着手谋划全年的援疆宣传，制订了以苹果树为主线的贯穿全年的种树、护树、采摘、旅游系列活动方案。宣传上，除了联动频道广播节目、“两微一端+视频直播”融媒矩阵开设专题专栏宣传外，还抓住活动亮点、用户兴趣点创新研发移动端新媒体产品、短视频产品，实现了用户在哪里我们的新媒体就延伸到哪里，以互联网思维在互联网上抢占舆论制高点。活动期间，交通之声专为阿克苏地区、阿拉尔市文旅制作

专题宣传带，播出794次；采访参与植树活动的车友及新疆当地参与活动的人员数十人，采访同期弹幕播出456次，植树活动在“学习强国”“央广网”“新浪网”等平台发稿10篇，并在杭州、绍兴、宁波市区的33处“平安浙江”宣传栏等外化宣传阵地展现主题宣传。浙江电台旅游之声《对话掌门人》推出系列专访“我在新疆那些年”，对十年来援疆的干部，以及为新疆、阿克苏经济发展默默奉献的企业家进行专访，讲述动人事迹。

（一）开发“云”上果园，发起众筹援疆

2020年植树节，交通之声克服疫情期间无法实地考察等困难，创新采用“云”上模式，启动“我有一棵树，长在阿克苏——我为汽车种棵树”大型公益活动。通过电话、网络与当地进行密切联系，选择阿克苏红旗坡冰糖心苹果核心产区，为广大浙江车友开辟实体“爱心果园”。利用融媒体技术，开发“云上果园”小程序，从植树节当天开始，浙江车友只要在线上支付植树款项，就可以在4600公里外的新疆阿克苏的柯柯牙地区，帮助当地果农种下果树。在“云”上观看果园开土仪式，并通过小程序、H5体验线上种树、虚拟浇水等活动；年底可以收获同一产区已经成熟果树结出的冰糖心苹果。新颖的活动模式吸引上万名热心听众和一大批浙江企业积极参与，H5页面点击量达42万多次，收到植树款项200余万元。

（二）直播苹果运送，再造采编流程

交通之声从内容生产、流程设计、传播渠道等各个环节都充分适应新媒体的传播环境，策、采、编、发每一道流程都紧紧围绕用户的关注点和兴趣点来设计，形成多来源内容汇聚、多媒体制作生产、多渠道内容发布的宣传报道融合传播新格局，不断扩大活动的覆盖面和影响力。临近年底，很多年初认种苹果树的听众都非常关心什么时候能够吃到阿克苏苹果。针对即将到来的苹果运输，交通之声提前策划，推出“我有一棵树，种在阿克苏，苹果到哪里了”融媒报道，从苹果运送前的议题设置，到运输过程中的图文直播，再到抵达后的内容发酵，全程融媒动态呈现，生动还原了一个苹果在中国广袤大地上的复杂物流走线。红彤彤的苹果也成为

浙阿两地心手相连、民族团结的最好见证。

前期，交通之声在微信公众号、微博等平台开设“公益冰糖心，浙阿两地情”专栏，介绍活动情况，在微博上推出“阿克苏苹果采摘慢直播”，图文直播阿克苏苹果采摘、装箱过程，科普阿克苏苹果小知识，积极为活动预热造势，吸引网友关注。2020年11月28日深夜，交通之声爱心专车载着由阿克苏果农亲手采摘、精心装箱的红旗坡核心产区冰糖心苹果，带着来自阿克苏人民的浓浓谢意正式启程。“我有一棵树，种在阿克苏，苹果到哪里了”融媒报道紧接着通过广播、微博、微信视频号及自有客户端“北高峰”等多个平台，结合“视频报道+图文报道+广播直播连线”等方式动态更新苹果运输全过程。两位爱心专车的驾驶员师傅通过小视频，讲述苹果运输途中的故事，让网友们了解到在这个初冬季节，每一个苹果都是横跨4800公里，穿过宁夏的雨雪、陕西的大雾等路途中风雪雨雾的重重阻碍，平安抵达浙江，让人们深切感受到了苹果甜蜜背后的辛勤付出。本次活动共为阿克苏红旗坡果农销售苹果150吨。第一辆冷链车载着3800箱冰糖心苹果，经过四天三夜的日夜兼程，抵达嘉兴水果集散中心，这些苹果即刻通过快递分发至爱心认种单位和个人手中。交通之声派出多路记者，图文直播报道为浙江的援鄂医护人员送爱心苹果的感人场景。

二、用户生成内容，公益汇聚爱心，创新活动融媒传播

近几年来，移动智能终端已成为个人最大的信息入口。基于社交属性，越来越多的用户自发成为内容的生产者 and 发布者。面对移动音频趋势和收听市场的变化，传统广播媒体必须主动拥抱趋势和变化，适应目标受众和客户市场的需求，根据用户需求生产内容产品，建立与用户之间的深度关联，激发采编播的创造力，探索广播节目、活动新的运作模式和内容产品模式，打破新媒体与传统媒体之间的壁垒，增强节目、活动的互联、互通、互融特质，让内容可听、可见、可下单，并且可拆条、可传播、可提取。

“我爱浙疆”系列援疆公益活动充分践行“用户生成内容”理念，从策划之初就考虑到每一个节点的可传播性，根据用户需求生产节目

产品,设计互动环节,让活动现场直接“连接”受众场景,从“云种树”“云监工”到“云送货”,让更多的用户快捷方便地接触内容、喜爱节目、参与互动,从而自发地去宣传裂变,不断扩大活动的影响。

(一) 建立用户连接,活跃自我平台

活动实施过程中,交通之声推出形式多样、富有创新的融合传播内容,通过“两微一端+视频直播”融媒矩阵,及抖音、快手、今日头条进行全平台分发,吸引网友点击浏览、参与互动。从2020年3月12日植树节开始,截至2021年初,“我有一棵树长在阿克苏”微信小程序近80万人点击参与,微博宣传话题#我的苹果到哪了#阅读量超400万,每一次阅读和参与都在为阿克苏的绿化工程和扶贫事业增添一份关注和支持。

在苹果运输过程中,交通之声创新运用频道自主研发的客户端“北高峰”APP的地图打点技术,将实时运送轨迹以可视化效果呈现,网友点开图中的每一个苹果图案标识,都能看到一张路线地图,那是苹果被风尘仆仆运送的贴身记录,视觉感官更加生动,贴近性更强。在微博上创建话题“我的苹果到哪了”,吸引网友实时参与互动,大家争相在微博上晒图分享苹果的运输路线。截止2020年12月10日,参与人数达到383.6万,取得了较好的传播效果。

产品包装策划上,为更好表达浙阿两地的深厚感情和民族团结,交通之声面向全网用户征集表达“浙阿一家亲”的口号。活动一经发布,活动组就收到了来自全国各地各行各业网友们的投稿。一字一句见真情,网友们用生动的语言、工整的字迹,为活动注入了智慧和暖意。通过海选,西泠印社书法家创意的“山川一脉同云雨,浙阿何曾是两乡”口号最终胜出。

为持续提高活动的热度,交通之声在“北高峰”APP上创意推出“甜蜜使者”竞选活动,每一位收到苹果的爱心听众都可以上传自己的艺术作品,表现冰糖心苹果和浙阿两地人民的情谊,获得投票数最高的“甜蜜使者”将在2021年免费前往新疆阿克苏自驾,参观冰糖心苹果林。活动吸引了众多网友参与,网络热度不断发酵。

(二) 推出公益行动,开展爱心援疆

从2020年9月底到2020年年底,交通之声联合浙江省民政厅、团省委、援疆指挥部发起“千山万水隔不住——圆梦阿克苏,一万‘微’心愿”爱心行动,通过广播、网络等广泛组织发动社会各界力量积极认领微心愿,并发动各类慈善机构、爱心企业、社会爱心人士开展爱心捐助,助力阿克苏孩子的学习梦想,在浙江形成浓厚爱心助学氛围。

如果说“我为汽车种棵树”活动是为新疆添上一抹绿意,那么“一万‘微’心愿”活动就是在孩子们的心中点亮万束光。一个保温杯、一件羽绒服、一套保暖运动服;一名工程师、一名互联网职员、或者是一名企业主都可以在能力范围内帮助阿克苏的孩子们去实现心愿,过温暖的冬天、快乐的童年。孩子们的11183个心愿,通过交通之声的广播频率、微信平台、“北高峰”APP传递到浙江全省,吸引了全省爱心人士的积极参与,爱心企业电魂公益直接提供了30万元的认领资金。11月20日傍晚,交通之声晚高峰节目《一路有你》私人订制版块为这群孩子做了一期特别节目。节目播出后,听众爱心被瞬间点爆。33天时间里,活动组每天见证着未完成心愿数字的减少,且每天被这些来自四面八方的爱心人士感动着。

此外,交通之声还将策划“少儿诗歌社”诵读进阿、浙阿两地青少年“手牵手”等活动,促进两地青少年互相了解、深入接触,让浙阿人民像石榴籽般紧紧相拥、心手相连。

三、文旅助推援疆,电商助农扶贫,创新活动融媒服务

2020年的新冠疫情给社会经济带来了前所未有的冲击,但以电商直播、助农带货等为代表的数字经济却是异军突起、发展迅猛,这也向我们展示了以数字经济为代表的未来产业所蕴含的前景。交通广播作为媒体,无论是移动音视频、媒体电商还是融媒服务等,都与数字经济息息相关,并有着天然的优势,如果能顺势而为,结合电商模式,开发灵活多样的节目、活动和服务,有力集聚融媒资源、平台用户,就能在日益激烈的媒介竞争中开掘出新的发展空间。

新疆一盘棋,南疆是棋眼。浙江对口支援

的阿克苏是新疆南部自然人文景观和旅游资源极其丰富的地方。过去两年浙江省援疆指挥部积极推动送客入疆，推广阿克苏旅游品牌，助推阿克苏旅游基础设施持续改善。为全力助推精准扶贫、对口支援，交通之声充分利用“广播+两微一端+互联网商城”的融媒矩阵优势，结合新疆旅游特点，量身定制组合传播方案，以“援疆十年、大爱吾疆”为主题，以“广播+互联网+旅游+电商”为模式进行聚合推广宣传，全景展现新疆瑰丽的自然景观和独特的人文魅力，向民众传递新疆旅游之美，形成入阿旅游的热点。《人民日报》、新华社、央视、学习强国等媒体平台纷纷点赞评议，肯定浙江“输血”“造血”相结合的援疆工作成果。

2020年6月15日，在新疆第一次防疫解禁后，浙江电台交通之声特别策划推出“援疆10周年”系列宣传内容，向全省听众全面介绍阿克苏的风土人情、民生地貌，播出新疆风貌专

题内容50余期，在早晚高峰节目中开设专题版块，介绍“大美新疆”系列内容，旅游专题节目《就是爱旅游》《花样旅行团》结合新疆美食美景精心制作近20期专题，边宣传“大美新疆”人文阿克苏，边耐心等待疫情后的二次解禁。

2020年10月下旬，交通之声持续推进“千人畅游大美新疆”项目，以自驾、专机等方式组织全省听友前往新疆旅游观光，以旅行的视角看“援疆十年”，并带领听众去看看年初认种的爱心树，采摘冰糖心苹果。

在阿克苏组织旅游的同时，交通之声还结合当下最流行的电商直播带货方式，深入当地寻找最具特色的农产品，打造地域名片，在“北高峰”APP上为来自阿克苏、阿拉尔的农特产品开辟销售专区，开展直播带货，以实际行动促进销售，助力援疆。

（作者单位：浙江电台交通之声）

