

“云端直播” + “内容带货” “线上宣传+营销”的新方式

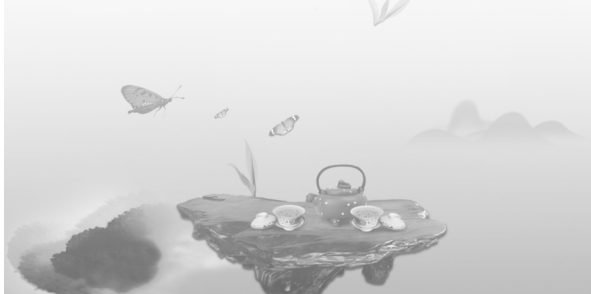
——以2020云赏龙坞暨西湖龙井春茶节探索“云转型”模式

李芳 吴晶瑾

今年3月20日，2020西湖区“云赏龙坞”暨西湖龙井春茶节在龙坞茶镇举办，此次活动由浙江电台音乐调频策划，整合浙江广电集团优质资源，联手浙江电视台教育科技、制作中心、新蓝网等单位部门共同执行。这是在当前疫情防控下，采用“云端直播”“内容带货”方式举办的全新春茶开采仪式，也开创了频道经营创收的“云转型”模式。

一、主题鲜明，极具时代感

(一) 特殊背景下的应景之举。突如其来的新冠肺炎疫情给杭州西湖区龙井茶的生产、销售和茶镇的经营商户们带来了极大的挑战。



在特殊的防疫背景下，当地党委政府紧抓时效、创造机会复工复产复商，千方百计帮助茶农、茶企、茶商突破逆境打开销售局面。3月20日正式活动前，四场预热直播围绕春茶核心，通过“文化创意之旅、茶园风景之旅、运动休闲之旅、茶企茶人探寻”四个主题，分四条线路将茶、艺术、民俗、森林、民宿等农文旅体资源“串珠成链”展现给广大受众，为之后的整体呈现积累人气；同时用沉浸式的访谈遍寻茶企和茶人，介绍当前复工复产的状况，体现党委政府应时、应景帮助企业纾解困境的各项措施。

(二) 区领导上阵代言、带货。在活动中，西湖区领导亲自上阵为产品、茶企代言、带货，通过云端直播以流量助销量。正是活动开始前一天，西湖区区委书记高国飞就专程来到西湖区传媒中心，拿着清晨刚采的龙井茶鲜叶拍摄了代言视频。他在视频中以区委书记的身份向广大受众推荐龙井茶核心产地——龙坞的茶和

品牌，向消费者介绍龙坞的生态环境、茶的生产过程和茶产品的优点与特性，让广大消费者能够放心购买、称心品尝。3月20日，西湖区副区长柴闻乐来到龙坞茶园直播现场，与浙江卫视主持人陈欢一起向百万观众介绍龙坞龙井茶生产的精细流程，从采摘到流通详细阐述了各环节的品质把控。他登上淘宝直播平台，与主播“裙子姐姐”一起在网上销售龙井茶，这种接地气的直播“带货”方式直观体现了当地政府为产业纾困的决心和努力，也让茶农、茶企对今年茶叶的生产和销售更有信心。

(三) 公益理念提升传播高度。这次活动特设了公益环节，向抗“疫”一线的医护工作者赠送特级春茶。直播活动中，专门请来了杭州市新冠肺炎定点医院——西溪医院的医护代表刘雁医生，她是第一批奔赴武汉支援一线战“疫”的最美逆行者代表，他们以身为盾，筑生命屏障，护一方平安。直播中，她讲述抗“疫”一线的感人故事，呼吁大众珍爱生命、珍惜当下的美好，主办方和龙坞茶企以茶作礼，拿出最新炒制的龙井茶和茶叶保健品送给西溪医院150多位战“疫”一线的医护人员，表达茶人、茶企及全社会对医护人员的敬意与关心，体现西湖区委区政府一手抓复工复产的经济效益，同时对社会效益给予同样的重视。

(四) 云签约创新招商模式。在活动直播中，还穿插了龙坞茶镇的云上读地、云端签约。杭州之江经营管理集团董事长朱军通过视频介绍龙坞茶镇的整体情况和优惠政策。现场有六家企业签约入驻龙坞茶镇。同时，还一并介绍了9宗地块的出让信息，向广大商企发出诚挚邀请，体现打造“中国第一茶镇”的愿景。

二、创新“线上宣传+营销”模式

(一) 策划创新。活动用时下流行的网络云直播手段，选择在龙坞何家村的茶山茶园里，搭建“2020云赏龙坞暨西湖龙井茶春茶节”云直播平台，将舞台和自然风光融为一体，全景式呈现西湖区春茶开采盛况。活动中将无人机物流技术运用到传统的茶叶运送环

节，为传统茶业赋予更多的科技新鲜感。活动突出电商平台在当下茶叶销售中的较好作用。淘宝当红主播“裙子姐姐”到场，现场邀请西湖区领导进入淘宝直播间，在线推广销售西湖龙井茶。

(二) 传播创新。活动采用前期预热、当天推流、后续分发传播的融媒矩阵立体宣传模式，放大活动的影响力。特别是淘宝直播、抖音直播等热门新媒体平台加入，辐射广大的年轻群体。活动前四天，在淘宝、抖音双平台进行的“云赏龙坞”预热直播，共吸引30余万人次观看，为正式活动当天有效积累人气和流量。直播活动结束后，精心剪辑的15秒精彩内容集锦短视频在网上广泛转发，进一步助推活动热度。

(三) 手段创新。浙江卫视主持人陈欢和多位音乐调频主持人参与直播，共设有驿站草坪、茶厂车间、生态茶园、直播基地、之江经管集团大楼五个直播场地，运用5G、航拍、无人机运送鲜叶等技术手段，通过高清转播车进行多场景、多机位切换，科技感十足。高清视频直播、图片直播同时进行，既增强了视觉效果，又加深了观众对龙坞茶镇和茶叶的印象。活动前期进行了大量的素材拍摄，精心剪辑制作“西湖龙井茶——一片树叶的旅程”VCR，根据直播现场对应环节，播放相应VCR片段，可看性大大增强，视听元素丰富。直播中设置两轮抽奖环节，与在线网友互动，激发网友观看的积极性。

据不完全统计，活动直播总观看量接近200万。其中微赞直播109万、央视频和央视移动客户端2.3万、微博21万、腾讯直播2万、淘宝直播12.1万、抖音直播3.4万、今日头条直播1.1万，互动量也超过50万。互动环节中中奖的网友中，有来自上海、广东、辽宁、黑龙江等省市的网友，浙江之外地区观看直播的网友占比近三分之一，有效加大了龙坞茶镇、西湖龙井的传播广度和深度。这次“云端直播”+“内容带货”的直播活动也为“线上宣传+营销”摸索出了一条全新的“云转型”模式。

(作者单位：浙江电台音乐调频)