

用“直播+活动”讲好故事 跳出行业宣传旧模式

郑莉

1955年以来,从《浙江交通报》到《交通时报》,再到《交通旅游导报》,经过大半个世纪的历程,《交通旅游导报》始终紧跟浙江交通的发展进程、顺势而为调整新闻舆论的姿态站位。近年来,《交通旅游导报》在全媒体的转型过程中,逐步建立了报纸、网站、两微一抖、小程序、入驻平台等“一主多平台”的全媒体新格局,总用户数于2020年底突破100万大关,逐步实现内容与技术双向赋能。

作为浙江交通垂直领域的行业媒体,“跳出交通宣传交通”一直是报社立足并发展的前提。随着融合发展进一步走向纵深化和具像化,如何用新语言“跳出交通宣传交通”也成为报社探索研究的新方向。本文通过对导报近年来在“直播和活动”领域的一些实践,探讨行业媒体如何利用新载体将行业特色做足、寻求持续“卖点”。

一、以直播为窗口,探索交通行业重大主题报道的可视化传播

党的十八大以来,习近平总书记多次就农村公路发展做出重要指示,对农村公路助推广大农民脱贫致富奔小康寄予殷切期望。浙江的“四好农村路”建设一直走在全国前列,沿着一条条连接十里八乡的农村公路,农民群众走出了一条条脱贫路、致富路、幸福路。2019年10月,浙江被列为全国仅有的两个全领域、全方位建设交通强国的试点省份之一。2020年4月17日,浙江省委省政府召开全面推进高水平交通强省建设动员大会,吹响交通提升品质生活的号角。与此同时,2020年也是全面建成小康社会和“十三五”规划的收官之年,从中央到地方,都在不断加强扶贫项目建设力度和扶贫资金的支持。多重主题叠加,如何做好这些

重大主题报道的宣传任务成了头等大事。

《交通旅游导报》新媒体平台融合了“四好农村路建设”“交通强省建设以及“全面建成小康社会”三大主题元素,找到新鲜水果这个载体,以“直播带货”的形式特别推出“花开农村路 好果出浙江”鲜果直播新闻策划活动。希望以“直播”这一新型传播形态,将重大主题以深入浅出、喜闻乐见的方式展现给大家,同时兼顾“助农扶贫”的活动目的。

不同于一般的直播,鲜果直播的直播间设在田间地头。从海宁丁桥镇的蓝莓小镇、海宁黄湾镇的尖山水果园,到杭州余杭的鸬鸟蜜梨园、三门亭旁镇的猕猴桃园,再到衢州G20峰会水果供应基地,每期的直播台都设置在山水之间的果园里。通过邀请当地交通部门负责人、镇政府领导、果农等参与直播互动,设置“交通人来引路、镇长来推荐、主播来试吃、果农来采摘、网友来下单”等直播环节,每期宣传一条四好农村路、销售一种当地特色水果,推荐一个美好乡镇旅游,讲述一个交通建设新闻故事,展示了浙江路通、人和、经济旺,人民群众借由条条四好农村路开启美好小康生活的真实状态,直观地反映当地美丽乡村的交通、经济、文化和社会发展等方面的工作情况、典型经验。直播的同时,全程录播,每期剪辑成完整节目视频在《交通旅游导报》各个新媒体端口滚动回放播出。

鲜果直播把交通和旅游、乡村振兴和人民的美好小康生活以全新的传播方式呈现出来,牢牢把握住了正确的舆论导向,坚持正面宣传,贴近实际、贴近生活、贴近群众,着重树立新典型、新形象,正面宣传浙江四好农村路畅通、安全、舒适、美丽水平全国领先,同时为建设

富裕、文明、和谐的浙江新农村形象营造良好的舆论氛围。直播将新闻主题宣传、直播带货、视频类作品有机串联,还创新促使本报“行品牌”系列中的“行直播”的诞生,促进本报“行直播”“行集市”“行视频”等一系列“行品牌”的成型,从而形成品牌效应。2020年的直播活动总计卖出了价值8万多元的水果,为果农直接创造了经济效益。

鲜果直播也推动了《交通旅游导报》作为行业媒体在内容、定位、形式、平台等方面的全面融合与创新开拓。应用平台属于报社自主开发,以原有H5平台为载体,涵盖新闻报道、实时互动和用户体验的多功能直播间,设置了视频直播、图文直播、直播互动、下单购买、微信引流等定制化开发。2020年直播的观看总人数突破40万人次,新增微信公众号粉丝15000余人,在报纸端、微信端以及全网推送了30多篇相关系列报道,其中微信公众号文章《超12万流量的直播回放来了!》阅读量达到10万+。该项目还入围了浙江报业协会和浙江日报报业集团联合创办的“2020年度浙江省新媒体创新应用经典案例”,专家点评其“深入浅出将重大主题报道做得绘声绘色,以小切口来反映大主题,用‘直播带货’讲述交通建设背后的感人故事,引发众多网友的互动和共鸣,实现了广泛的价值传播。”

二、以活动为载体,打造交通行业新闻宣传品牌号召力

2020年12月13日,浙江省交通运输厅相关负责人宣布“2020环浙骑游百山祖国家公园龙泉总决赛”开幕。随着发令枪响,500余名骑友如离弦之箭,踏上通往百山祖国家公园的龙泉通道——浙江省县乡公路最高点安豫线之旅。这是《交通旅游导报》环浙骑游的第20站。五年来,导报“搭台”,省交通运输厅“唱戏”,通过骑行这项体育活动,把浙江公路建设的美好成就通过独特的宣传方式呈现出来。

早在2014年,浙江就在全中国率先提出建设“美丽公路”。坚持“修一条路、造一片景、富一方百姓”理念,纵深推进万里“美丽公路”建设。统计显示,仅2016年一年,浙江省共建设“美丽公路”8200公里,创建美丽公路示范

县20个,培育推广了安吉、衢州、嘉善、海宁等典型经验。截至2020年底,全省公路总里程超过12万公里,其中高速公路超过4400公里,农村公路超过11万公里,占据近90%。如何做好浙江美丽公路的宣传报道工作一直是《交通旅游导报》的重要命题。导报积极探索全新道路,于2016年创办推出了一项链接交通与体育的特色活动之路——“美丽乡村·环浙骑游”。

从“绿水青山就是金山银山”的安吉余村起步,骑过最美公路海宁翁金线,骑过通车之前空无一人的甬台温高速公路复线灵昆至苍南段,骑过浙东唐诗之路新昌站,骑过全省37条海景公路拔得头筹的嵊泗左岸公路等,20站活动每一站都深度融入了交通元素,带出了浙江建设美丽公路创新的“路景融合”发展模式。一条条跨过山越过海的“美丽公路”成为骑行爱好者们的心头所好。

这项活动不仅契合十九大报告中提出的“实施乡村振兴战略”要求,更是把“美丽公路+乡村旅游+全民健身”融合发展的理念推向了新的高度,为推进“万里美丽经济交通走廊”创建、带动乡村旅游蓬勃发展、掀起全民健身热潮搭建了全新平台。美丽交通走廊带动了美丽经济,而“环浙”便是对美丽公路的直观展示,老百姓的良好口碑也为当地下一步推进美丽交通建设提供了动力。活动创新了宣传模式,承载了浙江交通和全民健身宣传的需求,跳出交通看交通,融入活动聚人气。

活动过程中,导报充分发挥媒体资源优势,通过媒体“众筹”、整合战略合作媒体资源等方法,聚拢了中央电视台新闻频道、中央电视台体育频道、新华社浙江分社、中国新闻社浙江分社、浙江卫视、浙江之声、浙江日报、腾讯大浙网等多家媒体形成“报道联盟”,实现了从传统媒体到新媒体,从纸媒、电视、电台到网络、手机终端的全覆盖。活动引起的连锁效应经由媒体扩大,使交通行业宣传效果大大超出了行业范畴,取得良好成效。

大数据显示,仅2020年的环浙骑游活动在人民日报新闻客户端、新华网新闻客户端、中国蓝新闻客户端、浙江新闻客户端、腾讯体育、百度客户端等移动端全媒体平台稿件阅读量及

宣传片点击量超过580万。各媒体平台PV（页面浏览量）总计约930万，UV（独立访问人数）总计约366万，VV（视频播放量）总计1108万，全网累计曝光量约3081万，专题累计点击约1040.8万，自媒体约320万阅读量，新媒体累计点击总量高达1800多万。其中腾讯体育“环浙”直播间播放量单站超过60万。新浪微博话题热度达88.5万，全网热搜环浙骑行关键词更是突破485万检索量。

发挥交通优势，推动乡村旅游活力，创新活动载体，整合业界资源，整合媒体力量的“环浙”系列，经过五年的实践，在活动策划、活动执行以及品牌推广上形成了自身独特的风

格，在浙江及长三角拥有了越来越强的品牌号召力。导报力求多变、每站必精的要求也为“环浙”树立了一面“好、精、新”的大旗。因活动亮点突出、创意十足，在由浙江省网信办指导、浙江日报报业集团主办、浙江在线承办的浙江第二届大数据舆情高峰论坛上，省交通运输厅凭借“环浙”项目荣获“金舆奖·创新案例奖”。《交通旅游导报》也因为该项目荣获了2019年度浙江报业创新项目一等奖。在五年的时间里，参与人员剧增，给举办地带来了较大的市场刺激，扩大了当地的知名度，得到了各举办地党委政府的高度评价。

（作者单位：交通旅游导报）

