

健康养生类电视节目抖音运营探析

——《浙江名医馆》抖音运营启示

陈伟斌

近年来,随着抖音短视频平台的迅速崛起,无论新兴自媒体,还是传统主流媒体,纷纷借助抖音阵地实现营销推广和品牌宣传,收获良好的社会效益。在这股融媒发展的浪潮中,众多健康养生类电视节目同样勇立潮头。《浙江名医馆》作为浙江电视台钱江都市频道的一档健康养生类电视节目,紧跟新媒体发展浪潮,自2020年1月入驻抖音平台以来,不断推出优质短视频内容,在粉丝数、获赞数方面都取得较好的成绩。本文以《浙江名医馆》栏目为例,通过数据比较分析,从粉丝数、获赞数等多维度评估抖音运营的实效,同时探讨分析此类电

视节目抖音运营的经验 and 规律。

一、抖音数据分析:《浙江名医馆》省内领先 全国上游

为了全面反映实际情况,笔者收集汇总了24档健康养生类电视节目的抖音公众号数据,【图1】包括央视(1档)、卫视(9档)、省级地面频道(11档)、地方电视台(3档),其中13档节目找不到官方认证的抖音号,所以笔者将研究对象选定为剩余11档节目,它们分别是《健康一身轻》《都市大医生》《养生堂》《健康大问诊》《荆楚大医生》《大医本草堂》《名医来了》《健康直播间》《养生大国医》《经视养生

会》和《浙江名医馆》。

(1) 抖音粉丝数、获赞数

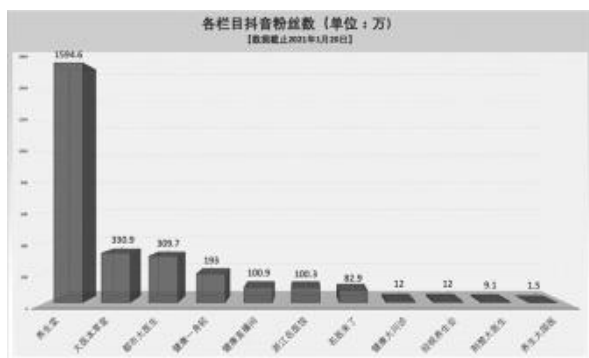


图1

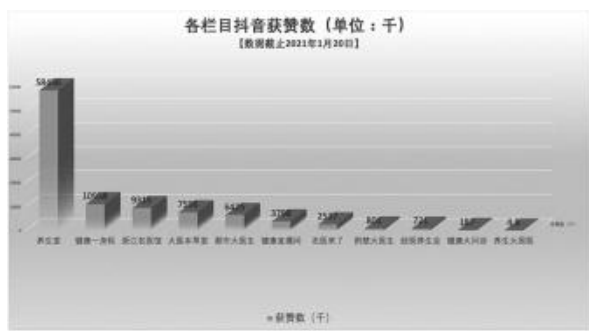


图2

从数据榜单可以看出,【图1、2】各栏目抖音的粉丝数、获赞数差距巨大,其中北京卫视《养生堂》一骑绝尘,遥遥领先,反映头部顶流和地方媒体在资金、人员、技术投入方面的实力差距悬殊。《浙江名医馆》抖音号历经近1年努力,取得较好的成绩。在粉丝数量上,顺利跻身百万大号行列,获赞数达到931.5万,位于全国第三名。

(2) 平均每条抖音吸粉数、获赞数

平均数据可以反映出各栏目每条抖音短视频的优质度。在不考虑各栏目抖音号可能删除部分作品的情况下,我们根据统计数据,制作出以上两份榜单作为参考。【图3、4】从平均数据上看,个别在总量数据上处于落后的栏目排名出现了明显的前移,比如《都市大医生》、《健康直播间》在平均每条抖音作品的吸粉数、获赞数均处于前三名。从数据榜单当中,我们可以看到《浙江名医馆》抖音号平均每条抖音获赞数是1.9651万,平均每条抖音吸粉数是2116个,分别取得第4、第6名的较好成绩,反映其选题内容、制作发布、运营推广上处于

较高水准。

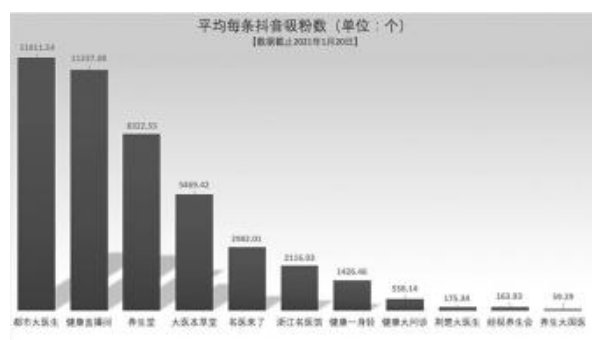


图3

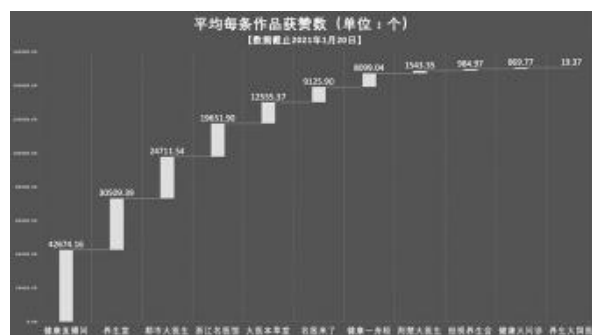


图4

二、《浙江名医馆》抖音运营心得

(1) 紧扣健康热点

《浙江名医馆》抖音号注册上线于2020年1月,当时正值新冠肺炎疫情来袭之时,面对突如其来的战“疫”大背景,牢牢紧扣健康热点,是《浙江名医馆》抖音号运营的重要策略。其中“《湖北来信》:浙江医护人员湖北抗疫日记”系列短视频紧扣战“疫”节奏,讲述浙江援鄂抗疫的最新动态、经验成效、动人故事,小切口展现大感动,传递温暖力量,取得较好传播效果。例如,2020年2月17日,发布“《湖北来信》(八)女护士突然泪流满面”,收获182.9万点赞,1931.7万播放量。【图5】

(2) 把握核心资源

近年来,健康养生类电视节目之所以生命力蓬勃,其原因在于受众对于健康养生知识的旺盛需求。受众对于这类电视栏目的喜爱,看重的是它的实用性和权威性,所以掌握更高水平的医生资源,做出更贴近受众需求的节目,对于这类电视栏目的成功至关重要。^①

当然,不仅仅是电视端,在抖音短视频平台上也是如此。《浙江名医馆》抖音号始终将优

质的医生群体视为最重要的核心资源、最强大的流量引擎，在不断的摸索中，结合“网络引用”和“自主开发”两种手段，成功打造了张文宏、邵洁、李桂东、张菊芳等一批高人气知名医生。



图5



图6

从实际数据上看，这种对于核心资源的运作，为《浙江名医馆》抖音号的发展注入了持久的动力。例如，在新冠肺炎疫情爆发的早期阶段，钟南山、李兰娟、张伯礼等院士不辞辛劳奔赴抗疫前线。与此同时，复旦大学附属华山医院感染科主任张文宏教授也在抗疫过程中从幕后走向台前，迅速蜕变成为“网红医生”。《浙江名医馆》抖音号迅速捕捉网络新动态，及时跟进发布《张文宏说》系列短视频，收获共计1.2亿播放量。其中，2020年2月12日，发布“张文宏告诉你：孩子发烧什么情况下要立即去医院”，收获211.4万点赞，5584.2万播放量。【图6】

（3）满足受众需求

根据平台提供的数据，《浙江名医馆》抖音号100.3万粉丝群体当中，59%为女性，41%为男性；在粉丝群体的年龄分布上，31-40岁约占56%，41-50岁约占22%；粉丝地域分布在浙江（12.93%）、江苏（9.98%）、广东（8.76%）、山东（6.71%）等。

当然，“抖音内容”与“粉丝画像”之间的关系，是一个相互作用的动态过程，健康养生类的短视频往往更多地吸引特定需求的粉丝群体。《浙江名医馆》抖音号上最受网友喜爱的热门话题可以归纳为两大类——孕育话题和养生

话题。

一是孕育话题

大众传媒时代，媒体和研究机构都试图向对方的领域延伸，在两者之间寻找平衡，从而既保证内容的专业性，又能更加贴近人群。^②2020年，受新冠肺炎疫情影响，“小神兽”、孕妈群体成为社会普遍的焦虑点和关注点，以邵洁、陈丹青、罗晓明为代表的育儿妇产领域专家，用专业知识做全民科普。其中，浙江大学医学院附属儿童医院儿保科邵洁主任的系列短视频，在收获巨大网络流量的同时，也赢得广大网友的信赖。

综合来看，邵洁获得较高人气的原因主要有两个：一是话题内容贴近受众；二是表达叙述感染力强。根据粉丝画像我们不难发现，《浙江名医馆》抖音号的主力受众是那些时间相对充裕的女青年，她们普遍关心养儿育女的话题。如果能够找准她们的痛点和痒点，用情景化的语言带入知识性的科普，那必定可以收获她们的关注度，恰好邵洁就具备这样的内在和外在的条件。为了阐释健康养生类优质科普短视频的内在逻辑，我们总结出如下公式：

$$V=S+K+A$$

（video 科普短视频、scene 日常化的情景叙述、knowledge 权威专家的知识科普、angle 新颖的视角、affinity 亲和力）

二是养生话题

2020年，养生保健依然是老百姓们最关注的话题。在《浙江名医馆》抖音号上，众多领域的专家从各自专业角度出发，金句不断，爆款频频。比如，2020年5月2日，浙大邵逸夫医院副院长潘宏铭科普：“优质的食物蛋白主要来自黄豆和鸡蛋。”11月16日，杭州市第一人民医院医疗美容科张菊芳主任提醒：“长期扎马尾，小心‘秃’如其来。”12月17日，杭州胡庆余堂名医馆中医师李桂东提醒：“川贝枇杷膏是用于治疗老慢支的，不适用于外感咳嗽。”

（4）统筹后期制作

在《浙江名医馆》抖音号运营初始阶段，由于经验不足，对于竖版短视频的后期制作要领还未摸索到位，出现过短暂的震荡期，比如

嘉宾出镜画面欠佳、版面包装混乱等问题。面对这些新问题，运营人员认真反思总结，及时做出调整，推出了标准化的版式包装，并对嘉宾的出镜画面进行优化。实践证明，标准化的后期制作，让不同的剪辑制作人员也能实现外在包装的统一，一方面提高了视频剪辑与制作效率，另一方面加强了界面的整体化，带给受众专业化的视觉冲击。

三、结语

行百里者半九十。《浙江名医馆》抖音号运营积累不少经验，取得较好成绩，但是和电视行业内的头部栏目相比，还有很大的提升和改进空间。以北京卫视《养生堂》栏目为例，该栏目始创于2009年，开创全国养生健康电视专栏之先河，相比于其他同类栏目，其人才、资金、技术等运营投入非常丰厚，且立足于北京强大的医疗专家资源，所以《养生堂》抖音运

营占据着先天优势。

在有限的资源投入之下，《浙江名医馆》抖音号继续保持发展势头，必须坚持内容的精细化运作。首先，在视频来源上，抖音短视频的内容不能完全等同于电视节目的拆分，除了常规的电视端搬运，应当创新更多富有网感的内容形态。^③其次，在内容录制上，应当重在选题策划，把握时事热点，在常规电视端节目录制的同时，为抖音内容另行策划录制。再次，在后期剪辑上，根据网络观看偏好进行调整，提高抖音视频的完播率。最后，在运营推广上，除了固定的粉丝群之外，可以和抖音官方、职能部门展开多方联动合作，获得更大的曝光和社会效应。总之，抖音号运营需要结合实际，不断调整思路，持续开拓创新，努力拥抱新变化，敢于迎接新挑战。

（作者单位：浙江电视台钱江都市频道）

