

挺进主战场 闯出新赛道

——地方广电如何借力短视频助推发展

童炜来

伴随着移动互联网的快速发展，短视频已经成为当今网络传播的主流表达方式，是移动端传播的主战场，也是传统主流媒体新媒体争夺的新赛道。如今，地方广电传统媒体与互联网公司、自媒体同台PK，地方广电如何借力短视频扩大声量、增强影响力？这是地方广电需要直面的问题。

人在哪，传播就在哪，阵地就在哪。《2021 中国网络视听发展研究报告》显示，

9.44 亿网络视听用户中，短视频用户为 8.73 亿，规模巨大，短视频已成为新闻报道新选择、电商平台新标配。要挺进短视频战场，闯出新赛道，擅长大屏视频生产的地方广电，有着自己的先天优势：一是专业人才和视频生产优势。在地方广电内部，有一批新闻采编、节目主持、项目策划、视频制作等专业人才，熟悉各类视频生产的流程，并擅长于视频的策划、拍摄、后期制作等。二是获取第一手采编信息资源的

优势。作为地方广电媒体有大批的政务资源，拥有第一时间了解当地党委政府和各行业部门信息发布的信源优势，这也是广电的核心优势和竞争力。三是作为专业媒体的权威性、影响力、引导力和公信力。作为党和人民的喉舌，地方广电依托平台依势，深耕细作，几十年来积累了丰富的口碑和影响力、引导力，在人们心中，是权威性和公信力的代表。

地方广电如何利用自身优势，抓住短视频发展的机遇，借船出海，“破圈”生存，赢得市场？笔者结合学习和实践，认为可以从以下几个方面思考和探索。

一、系统布局 分众传播

用互联网思维打造地方广电在新闻领域、深度垂直领域的MCN机构，基于电视的核心优势，在新闻和垂直领域内容生产方面，开发一系列的品牌IP，产品化运作。

（一）一个账号 就是一个栏目

《2020短视频行业发展分析报告》抽样统计数据显示，在抖音、快手两大短视频平台，2020年中央级广电媒体账号数量为294个，省级广电媒体账号数量为5716个，各大广电媒体入驻短视频平台的数量大幅增长，省级以上广电机构在短视频平台入驻率达100%。^①广电机构频频在短视频平台发声，既丰富了新媒体内容，又让传统节目有了新的传播渠道。

笔者关注到山东广电一档自办栏目《一切为了群众》的抖音账号，这是山东广电农科频道的一档民生栏目，在抖音平台起步较早，截至目前已发布抖音短视频近万个，累计粉丝800多万。除此之外，在山东广电，以栏目名称“驻扎”抖音平台的账号还有“闪电新闻”“生活帮”两个拥有千万粉丝的主流正能量账号，创作内容均贴近民生，以弘扬主流价值观为主。正是因为有着一大批有影响力的栏目账号，也为山东广电打造闪电MCN机构Lightning TV奠定了基础。

2019年12月，浙江电视台民生休闲频道黄金眼MCN成立，以短视频打造为基础业务，在多个垂类行业孵化培育个体IP，使之成为高质量的传播载体，并将内容的生产、传播和运营融为一体。其中自孵化账号粉丝量已达1500万，^②为下一步探索短视频+电商、直播+电商，

开发多元产业经营创收模式打好了基础。

地方广电不妨对内部栏目进行梳理分类，选择有代表性的栏目尝试触网，以“一个账号就是一个栏目”的思路，深耕垂直细分领域。例如，金融、汽车、教育、房产、健康、文化等等，形成广电强势突破口。

（二）一个主播（记者） 就是一个品牌

在传统媒体纷纷拥抱短视频平台，寻求媒体融合、优势互补之时，传统媒体行业内的主持人、记者等媒体人也纷纷入驻短视频平台，尝试在这里寻求转型和突破。

例如丽水市广播电视台打造的网红小哥哥叶茂盛，这位外形憨萌的小哥哥原是一位摄像记者，却变身成为网红，浑身带戏十分有趣。围绕网络诈骗推出《任凭骗术千万变 我不出钱应万变》，关注交通安全推出《马路行车不嬉戏 安全驾驶是第一》等一系列主题情景剧，关注民生，精心策划，传播内容非常实用。据丽水台同仁介绍，前期40个视频，就收获了百万+的流量，这也让茂盛哥哥成为了丽水广电的一个品牌IP。这样的“网红”不仅叫好，还叫座，是丽水广电主流媒体融媒改革的有益尝试。

目前，衢州广电也有资深主播试水互联网短视频。他以广电主播身份注册抖音账号，发布了一批关注基层农民日常的短视频。例如《桔子红了，妈妈喊你回家剪桔子》《姜农丰收》《农村百岁老人的日常》《大山里的网红主播》等，利用自身策划、采访、主持优势，上线仅半年多时间，就积累近万名粉丝。他在与衢州网红的交流中，参与助农带货，三场直播累计帮助销售胡柚几万斤。

眼下，越来越多的广电主持人把演播室搬到抖音、快手直播间，将专业化的服务在直播间里进行本地化触达，利用自己过硬的专业素养，入驻短视频账号，发挥传统媒体优势，进行垂直内容传播，将传统媒体的优势延续到互联网平台，粉丝超百万级的不在少数。而抖音、西瓜视频、今日头条等，也针对广电主持人开展更为常态化的活动，给予站内主持人持续孵化以指引和扶持。

因此，地方广电不妨尝试从内部选拔一批

有意愿、有网感的主持人、记者，参与到短视频账号运营中来，每位主播可选择适合自身定位和擅长的领域进行创作，不仅能提高他们自身的影响力，也能间接展示媒体的形象。

二、内部挖潜 转型培养

在地方广电内部，传统媒体人才相对较多，新媒体人才较少，要转战短视频新赛道，就需要地方广电内部整合资源优势，内部挖潜、转型培养，让电视新闻的生产者转型为短视频的创作者。

内部挖潜首先要解决资源共享问题。2020年10月，衢州广电传媒集团出台全媒体记者新媒体首发考核细则，电视三个频道须向全媒体新闻中心（负责运维集团新媒体账号的部门）报题、供稿。

今年7月中旬，电视公共频道《寻亲》栏目向全媒体新闻中心报题：栏目帮助的寻亲女士失散54年的双胞胎姐姐找到了，人就在山东。那几天，正是电影《失孤》原型人物找到亲人全网爆火的时间节点。而衢州的这位寻亲女士，54年一直寻找双胞胎姐姐从未放弃，这也是母亲的遗愿。这样的选题很有可能再次引发寻亲话题全网热度。于是全媒体新闻中心与《寻亲》栏目共同策划，推出《双胞胎失散54年后首次“云相见”》网络直播，直播持续两个半小时，仅抖音平台热度就达300多万，跻身抖音直播热榜。随后我们将直播视频分解制作成多个短视频，在抖音平台热度达1000多万，跻身抖音热榜社会榜第一。传统电视媒体与新媒体部门合作，让优质内容通过互联网平台扩大影响，这是内部挖潜、部门与部门间资源共享的一次成功尝试。

衢州广电全媒体记者新媒体首发考核细则中，对每月短视频报题量、上送量也有明确要求。细则实施1年多，集团官方短视频账号从各频道收获了一大批短视频素材，短视频编辑制作团队再对其中的核心信息进行提炼，对关键瞬间和细节进行放大处理，制作成短视频进行推送分发。据统计，半年多时间，官方短视频账号产生30余个百万+爆款，其中，千万+流量的爆款素材均来自频道供稿。

除了解决资源共享问题，还需要加速全员

融媒体转型培训。比如，加强新媒体内容生产及新技术新应用的培训，采取走出去请进来的方式，派员工到优秀的MCN机构学习，邀请从事新媒体的资深专家来台里讲课，或与第三方机构合作，培养出专业主播、运营人员等，让地方广电在短视频领域迸发出新能量，实现二次成长。

三、一体发展 双向互哺

地方广电进军短视频赛道，就是以互联网思维优化资源配置，把更多优质内容、先进技术、专业人才、项目资金向互联网主阵地汇集、向移动端倾斜，占领阵地。这也是地方广电实现电视与新媒体一体化发展的一次契机。不仅如此，短视频平台内容也可反向输出，将“小屏”内容融向传统媒体的“大屏”，实现二者的双向互哺，也有助于更好地迎接5G时代。

以嘉兴台抖音账号“嘉兴小新”为例，笔者通过抖音平台查询，截至2021年7月10日，该账号已有75.6万左右粉丝，最多的一则爆款，1万+人转发。据嘉兴广电同仁介绍，“嘉兴小新”的前身为当地一档知名社会新闻栏目《小新说事》，是深耕当地16年的老牌新闻栏目，开设的这一账号粉丝活跃度也极强，81%都是重度活跃用户，也就是说，这些“铁粉”大多每天要点开该账号发布的短视频内容。传统电视栏目上网，优质新闻视频实现多次传播，电视与新媒体实现一体化发展，传播效应产生最大化。

如今，传播生态已经发生深刻变化，广电人不能固守原来的媒体分工，应适时调整新媒体渠道布局，让大屏稳步向小屏拓展，用小屏内容来充实大屏，更能形成互惠互利的合作模式，加速传统媒体的融媒体化。

四、“借船出海” 扩大声量

“广电+平台”这样的联手在短视频行业已不是新鲜话题。短视频平台能为广电媒体带来规模级的流量、成倍增长的用户、转型增值的生机。在复杂多变的融媒环境中，地方广电媒体单纯地依靠现有平台传播，已经不能满足需求，需要借助第三方平台的力量，实现更广阔的覆盖。

衢州广电传媒集团全媒体新闻中心2019年

9月起陆续开始运营无线衢州抖音、快手、天目、央视频等各短视频账号。截至目前,仅快手、抖音平台产生了50多条百万+爆款,仅抖音平台点赞突破875.1万。

2020年3月,发布85后援鄂医护人员汪维敏手撕胶带的视频,题为《没有从天而降的英雄,只有挺身而出的凡人》。该视频在抖音平台发布后,不到24小时,单条点击量接近1亿,点赞量突破600万,评论30万+,创下衢州历史上本地政务、媒体抖音号阅读量和点赞量的新纪录。一则成功的视频爆款,能达到百万+千万+甚至破亿的阅读量,还能引发网友大量的评论、点赞和分享。这样的传播效果在传统媒体端是无法实现的。

2021年4月27日,人民网发布《2020中国媒体融合传播指数报告》,称人民网研究院研究显示,2020年,我国报纸、电视、广播通过建立融合传播矩阵,进一步扩大主流价值影响力版图,覆盖用户总数增长123%,自有平台和第三方平台共同发展。^③从上述数据可以发现,面对生存和融合的需求,媒体自有平台和第三方平台共同发展已是大势所趋。作为地方广电,

也需要一手抓自建平台,一手抓“借船出海”,不断扩大传播的范围,提高短视频在互联网舆论场的影响力。

综上所述,对于地方广电来说,发展短视频有许多经验需要总结、学习和借鉴,需要按照移动互联网的规律和用户的实际需求,在思维观念、内容整合、表现手法等方面进行根本性转变。新思维带来新改变。只有不断挺进主战场,闯出新赛道,才能让地方广电在未来的发展中赢得更大的空间。

参考文献:

①广电总局监管中心《2020短视频行业发展分析报告》, <https://lmtw.com/mzw/content/detail/id/195210>, 2020年12月3日。

②姜岩辉《以轻传播助力电视打开新空间——黄金眼MCN的实践与方法论》,《视听纵横》,2021年第3期第18页。

③人民研究院《2020年媒体融合传播指数总报告》, <http://ygy.people.com.cn/n1/2021/0426/c244560-32088214.html>, 2021年04月27日。

(作者单位:衢州广电传媒集团)