

从早高峰晚高峰到北高峰 垂类融合传播之路还有多少坎？

裘永刚



浙江电台交通之声在浙江广电集团是融合传播起步比较早的一个频率，从张欣总监手上接过交通之声自主开发的APP“北高峰”（那时叫浙江+）之后，我们班子成员关在北高峰索道站花了整整一天时间来开会。大家都知道，广播有俗称的“早高峰和晚高峰”，北高峰正好是我们的发射台所在地，毛主席也曾“三上北高峰，杭州一望空”，地理位置和地名也正好契合。北高峰名字定下来以后，我们初步明确了“以我为主”立足交通垂直化的融媒发展的思路。当然这个“以我为主”的定位，集团领导曾在一次交通之声干部会议上提出过忠告，我们也越来越觉得这个方向首先是不是面临一道大坎。

截至4月1日，交通之声北高峰APP^①注册



①北高峰APP



②交通之声微信公众号

用户突破了60万，下载量突破了330万，日均超2万人次参与互动。我们做过一个统计，交通之声所有新媒体传播矩阵的粉丝总数相加超过了6000万，其中有排名全国交通广播前三的微信公号，^②有大家可能不太了解的声音辨别入口——如天猫精灵等，最近我们也正在洽谈两家电动汽车生产厂家的车载声音入口。加上我们理论上两个频率覆盖的传统意义上的全省广播收听人口，粉丝已经轻松过亿。这是第二道坎，我们总觉得有大把的粉丝，影响力很大，但是问题是这些粉丝真的能够全部转化为有效用户吗？

横店的营销老总亲口对我说过这样一句话：“我参加过你们的氧气音乐节，那么年轻人，我口水都流下来了”，说明各行各业对当下年轻人群的关注和渴望。这也是我们为什么要下定决心自建平台，沉淀可追踪、可画像、可联系的注册互联网用户的主要原因。现在的问题是，有了数据我们还是不会用。所以去年底，我们成立了数据中心，试图通过各种分析模型、结合大量的活动来反推节目的升级改版、用户的精准服务。但是，内部的逻辑还没有完全走通。倒是今年正在开展的“我有一棵树”植树活动，比去年认种数量翻了350%，今天正在阿克苏当地举行植树仪式，杭州亚组委也专门在阿克苏植下了一片亚运林，更可喜的是这次共有19000多名80后年轻人通过app小程序参与植树，这也是一个令人振奋的信号。数据反映出，现在的年轻人对公益的关心、对中华传统美德的自信越来越强，说明“美丽浙江窗口”的宣传和引导是正向且有效的。下一步，我们想，是不是能够在我们把内部用户数据小逻辑走通以后，开放给所有的广播频率，尽快把车上听众变成

我们的用户，越快越好。

第三道坎，是整合垂直类交通资源的难度越来越高，外部压力越来越大。越是垂类，资源的集中度就越高，这个行业的垄断话语权也相对越强。但目前的竞争也越来越激烈，巩固原有优势，打造新的核心竞争力是当务之急。下一步，北高峰APP也将在路况定制查询、车检、车牌查询、交通违法处理、车险优惠团购等服务上，加强与“浙里办”等数据服务机构的合作，但是难度非常大，一方面是资源获取，一方面是技术问题，还有就是对外合作一旦涉及到资金投入，我们的流程要求和风控的要求非常高。

其实，所有的这些所谓的坎，体现在我们具体工作中，就是能力不足的恐慌、技术力量的差距、资源整合的短缺以及资金投入和人才

储备的没底。我们离“四全媒体”还有很大的差距，甚至还隔着一条鸿沟，起码在交通之声内部的体制机制、顶层设计上还做得远远不够。所幸，中央对县级融媒体中心要重点建设“主流舆论阵地、综合服务平台、社区信息枢纽”三大功能做出过重要指示，这也是我们最近在推进全省交警系统融媒中心的重要遵循。目前我们正在积极推进杭州、湖州等地的交警融媒中心建设，试图在抢占阵地、延伸服务，有效“引导群众、服务群众”上作些基层探索和实践。这项工作也得到了集团领导和各个部门的支持。希望“北高峰”能在不断摸索中爬坡跨坎，找到一条具有浙江特色的、符合浙江实际的，服务于浙江省800多万车主的交通垂类融合传播之路。

（作者系浙江电台交通之声总监）