

媒介多元融合时代

地方广电的活动推广与运营

——以2021中国(宁波)大运河国际钢琴艺术节暨郎朗杯钢琴大赛为例

徐 迅

摘要：在媒介多元融合背景下，地方广电应该利用变革更替时机，扬长避短，突破创新，找到未来发展壮大的空间。笔者以宁波广电集团成功推广运营2021中国（宁波）大运河国际钢琴艺术节暨郎朗杯钢琴大赛为例，探寻地方广电利用活动推广运营可持续性发展的道路。

关键词：媒介多元融合 国际钢琴艺术节 推广运营

伴随着新媒体的风起云涌，人们纷纷转换获取资讯信息的方式习惯，传统媒体遭遇从未有过的猛烈冲击。不过，与新媒体相比，地方广电在品牌形象、业务技能、舆论引导等方面仍有着强大的优势。笔者试以宁波广电集团成功推广运营2021中国（宁波）大运河国际钢琴艺术节暨郎朗杯钢琴大赛为例，探寻地方广电如何利用活动推广运营可持续发展之路。

中国大运河国际钢琴艺术节暨钢琴大赛是浙江省深入贯彻落实国家大运河文化平台建设政策、科学合理保护传承利用好大运河的重要载体。时值庆祝中国共产党成立100周年良机，从5月4日-10日，依托宁波广电集团运作举行。今年艺术节期间，郎朗杯国际钢琴大赛、郎朗大师课、韦丹文大师课、朱傲文大师音乐会、帕维尔·纳塞斯安线上大师课、浙江音乐学院青年钢琴家音乐会等一系列活动在宁波音乐厅举行。宁波广电集团借艺术节通过制播运作，让市民零距离欣赏钢琴演奏的精妙，学习前沿尖端的文化艺术、音乐教育知识，同时实现自身在融媒体时代的活动推广运营。

一、整合优质活动品牌，拓展传播范围，扩大舆论影响

扬长避短是确保融媒体环境下宁波广电集团发展壮大的基础。宁波广电集团充分利用自身多年积累的专业素质和媒体公信力打造特色品牌产品。

艺术节开幕当天，50位老党员和50位少先队员集结成一支跨年代的合唱团，率先闪亮登场。来自德国国立慕尼黑音乐学院钢琴系的钢琴演奏博士徐奋献上钢琴表演《爱乐之城》，青年钢琴演奏嘉宾马昊楠与少年钢琴演奏嘉宾梅雨轩、施懿芯携手弹奏《我爱你，中国》。开幕式演播现场，钢琴与民族乐器琵琶合作，穿越古今，贯通东西，合奏出一曲中国大运河宁波段沟通南北、联接世界的特殊篇章。直播期间，宁波主会场与杭州、湖州、嘉兴以及绍兴等分会场进行交流互动，郎朗与宁波的百名琴童一起领衔，十地联合演奏《没有共产党就没有新中国》和《唱支山歌给党听》，同频互动演出，共同谱写壮丽恢宏的乐章，献礼中国共产党成立100周年。

二、整合媒介人才储备，提升活动规格，促成文化交流

在融媒体的背景下，宁波广电不仅需要维护发挥自身地域特点，更需积极主动吸纳其他媒介优势化为己用，凭借新媒体传播方式，创造品牌新闻作品和项目活动内容，以期获得更多受众的认可和喜爱。

国际钢琴艺术节始于2019年，宁波广电集团每年举办这样的艺术节都会产生积极热烈的

反响。今年艺术节主体活动，受众不仅能直观享受钢琴演奏的魅力，而且能简单了解顶尖音乐艺术的教学理念。同时，艺术节期间，宁波各个公共钢琴点位都邀请音乐艺术院校的师生、公共钢琴社会志愿者等演奏国内外名家不同风格的音乐作品，宁波市民转角就能接触高雅艺术。

尤其是5月10日晚，宁波广电集团承办的国际钢琴艺术节暨郎朗杯钢琴大赛闭幕式与颁奖晚会在宁波文化广场大剧院隆重举行。大赛获奖选手为现场观众演绎了一场美妙、典雅、精巧、通俗的钢琴音乐会。其中专业组选手与宁波交响乐团共同演绎的协奏曲《宁波欢迎你》凸显了甬城宁波的热情和开放，晚会气氛也达到高潮。郎朗杯钢琴大赛作为艺术节重头戏，共吸引全球各地473名钢琴爱好者报名参赛，25位选手最终进入决赛。闭幕式最后，组委会依次给钢琴大赛儿童组、少年组、专业组各位获奖选手颁奖。

三、整合各种媒介形态模式输入，集中塑造直播平台概念

突破创新是宁波广电集团提升核心竞争力、找准未来发展方向的关键和保障。宁波广电要想赶超媒介革新变化的步伐，必须坚持多元化、个性化、先进化条件，根据传播技术和模式改变，不断增强自身适应时代发展的动力，在产品内容制造水平上创新，在媒介市场营销方法上创新。

此次艺术节，宁波广电集团负责全案策划执行，宁波市委宣传部协调指导稳步推进各项工作。从2021年3月底领受任务后，电视频道群攻坚克难、有条不紊地开展推广运营，围绕建党百年、运河文化、钢琴艺术、音乐宁波等主题，融合创新，设计制定出既能展示钢琴艺术节主旨，又能体现宁波特色的开幕式方案。最终，新颖独特的开幕式呈现给了广大受众。

5月4日艺术节赛事伊始，陆续吸引新华社、中央广播电视总台、中国新闻社、浙江日报、浙江之声等20多家国家级和省级主流媒体参与报道。5月5日开幕式由浙江广电集团新闻

频道转播，宁波广电集团经济生活频道现场全程直播。人民视频、新华视频、央视频、中国蓝、新蓝网、美丽浙江抖音号等网络平台在线直播，初步统计收看人次近100万。5月10日的闭幕式得到众多宁波市民和钢琴爱好者的广泛关注，现场1300多个位置座无虚席。宁波广电集团经济生活频道全程电视直播，国内数十家中央级、省级、市级新媒体矩阵联动同步进行网络直播。

本届艺术节宣传报道由宁波广电集团电视频道群执行开展，大活动部团队在顺利完成开幕式直播后，迅速转入闭幕式执行工作。频道群经过认真准备，对先期策划预案进行反复修正，向受众奉献了一台高品质、规模大的艺术盛宴。艺术节结束后，电视频道群依据活动策划执行全过程及时进行归纳总结，增强提升承办大型活动的综合能力。

宁波广电集团依托艺术节充分发挥国际钢琴艺术家郎朗的名人示范效应，稳定开拓“音乐宁波”文化品牌，加强推进现代化滨海大都市建设，全面展现浙江积极践行“八八战略”，努力打造“重要窗口”模范生的样貌。这是一次媒介改革发展的生动实践。

综上所述，按照国内外业界通常说法，媒体受众规模占人口总数20%即可称为大众媒体，中国网络媒体和传统媒体已进入大众传媒时代。预计未来，中国互联网业将进入电脑、手机、电视“三屏合一”的全新时代。整合网络资源推广运营大型活动将有广阔发展空间。宁波广电集团在内的地方广电只有不遗余力地促使广电活动和节目适合满足年轻网民口味和兴趣，恰当引入网络流行文化、人物、语言等元素，才能使网民重新变成受众。只有结合传统媒体广播电视声音影像特点和融入虚拟场景视频、H5各类沉浸式新媒体运作模式，才能找到适应自身未来发展道路并赢得竞争的一席之地。只有整合各种品牌节目资源、人才资源和媒介资源，才能借助大型活动提升媒体自身的影响力与公信力。

（作者单位：宁波广电集团）