

# 地市级电视台旗下 新媒体运营现状及思考

傅金君

**摘要：**地市级电视台在不断涌现的新媒体浪潮中相继推出了各类新媒体平台号，运营至今却大多陆续陷入瓶颈，如微博号许多已几近停止运营，微信号头部阵容固化，抖音号运营成新战场。跨入5G时代，地市级电视台在新媒体运营中应不断总结经验，抢占先发优势，避免一哄而上，坚持内容为王、强大引流，抢占C位，实现地市级电视台与新媒体的融合发展。

**关键词：**地市级电视台 新媒体运营

2009年，新浪推出微博。2012年，微信公众平台诞生。2016年，抖音短视频上线。微博、微信、短视频、直播、新闻客户端等，过去十年，一波接一波走热的新媒体浪潮给传统媒体带来了诸多挑战和机遇。与自媒体的肆意增长几乎同步的是，在危机中嗅到机遇的传统媒体也纷纷杀入了新兴平台的争夺战中。以舟山广播电视总台（以下简称“舟山广电”）为例，传统的广播、电视、纸媒等业务部门相继推出各自的微博号、微信号、抖音号，甚至产

业口、栏目组等也一拥而上。高峰时期，总台旗下有各类新媒体平台号20余个，形成了庞大的“新媒体矩阵”。然而，国内新媒体经过近10年的井喷式增长，如今已然进入降温期，头部号的争夺成为“血腥战场”。对于传统媒体而言，迅速成型的“新媒体矩阵”看似壮大实则虚胖，亟待练虚为实，练出更有战斗力的“肌肉”。

### 一、舟山广电新媒体运营现状

以舟山广电为例，旗下各类新媒体平台号以微博号当先、微信号最盛、抖音号最新。然而，这些新媒体平台号目前陆续陷入瓶颈。

#### （一）微博号几近停止运营

目前，舟山广电微博号有总台官方号、广播各频率微博号、电视各频道微博号、品牌栏目微博号等近10个。搜索这些微博号发布情况，只有“新舟山”（总台官方号，发布本地热点新闻）、“舟山交通97”（广播频率号，发布突发交通信息）保持每日发布，其他微博号数月甚至数年前就不再发布内容，如“舟山新闻998”最后发布为2017年9月29日，“舟山市阳光热线”最后发布为2017年4月9日。此外，这些微博号发布内容几乎都是“零转发”“零点评”“零点赞”。

#### （二）微信号头部阵容固化

与微博号的几乎放弃不同，微信公众号是当前舟山广电新媒体平台的主战场。几乎每个栏目都设立了微信公众号，但因重视程度、运营能力、内容资源的差距，部分微信公众号也出现了更新不稳定、阅读量持续低迷等情况。目前头部号阵容几近固定，以“清博指数”发布的舟山媒体类微信公众号运营推广榜单为例，2020年10月舟山广电总台旗下入选公众号为“舟山广电”“舟山交通97”“汪大姐来了”和“讲拨依听”4个微信公众号，并且在历月排名上保持在一线水准。此榜单基本反映了舟山媒体公众号当前的头部号阵容，广电其他公众号在粉丝数、活跃度、阅读数上难以入榜，影响力有限。

#### （三）抖音号运营成新战场

以抖音为代表的短视频平台这几年迅速走

热，其主要优点是能在短短的十多秒内，把内容更简洁、更形象地展示给用户，成为当前最火的新媒体平台之一。抖音也因此成为广电新媒体争夺的新战场。“舟山广电”抖音号2018年6月16日率先上线；电视新闻中心抖音号“汪大姐来了”2018年11月29日上线；2019年“舟山广播”“舟山TV最生活”上线；2020年3月，“FM91舟山文艺广播”“97嗨放”“舟山综合广播”广播三大频率抖音号先后上线。

截至2020年11月20日，最早上线的“舟山广电”51.7万粉丝，作品1413个，获赞1351.5万；“汪大姐来了”12.2万粉丝，作品288个，获赞698.7万；“舟山广播”1.1万粉丝，作品453个，获赞25.1万。但还有一些抖音号粉丝数千不等，目前影响力有限。

### 二、对舟山广电新媒体发展的思考

经历过微博、微信、短视频的浪潮，舟山广电各类新媒体平台号也经历了诞生、发展、沉寂、再开号、再发展的阶段，这也促使我们思考如何让舟山广电新媒体获得更好的发展。

#### （一）先发优势不可错过

新浪微博2009年8月上线。舟山广电首个微博号“舟山电视新闻中心”2010年12月27日发布首条内容。微信公众平台平台2012年8月上线。舟山广电首个微信公众号“舟山交通97”2013年2月27日发布首条内容。抖音短视频2016年9月上线。舟山广电首个抖音号“舟山广电”2018年6月16日发布首条内容。从时间间隔看，短则半年，长则近2年。对于新生平台，作为传统媒体的舟山广电似乎还缺乏足够的敏锐。尤其是抖音短视频，2018年舟山广电首发抖音号时，当年抖音国内日活跃用户数已经突破2.5亿，国内月活跃用户数突破5亿，舟山广电的介入稍显滞后。而先发优势在此类新平台上的“吸粉效应”往往是较为明显的，由此错过了快速增“粉”期，实为可惜。

#### （二）一哄而上没有必要

舟山广电拥有3个广播频率、3个电视频道、“舟山广播电视新周报”，开设有海洋宽频网站、无限舟山APP，基本形成了广播、电

视、报纸、网络的全媒体传播格局，旗下品牌栏目、品牌节目、品牌活动众多。随着新媒体平台的不断涌现，开号运营成为总台对各频率、频道甚至栏目的新要求、新考核。一哄而上，旗下的平台号确实得以迅速增加，声势十足，但背后是每个部门都需要安排人员兼营平台号，甚至是兼营多个平台号。在缺乏人员、经验、内容支撑的情况下，部分平台号难出彩、更新慢，甚至有宣布停更的情况。

### （三）后劲终是内容为王

微博、微信、抖音，新媒体平台不断涌现，传播形式不断更新，但核心依旧是内容。虽然各类新媒体平台都存在洗稿、搬运、模仿等投机号，但他们的生存空间正迅速丧失。大浪淘沙下，深度、新颖、原创的优质内容才有立足之地。从舟山广电各新媒体平台号的运营情况来看，头部号也是集中在电视新闻中心、广播交通频率、全媒体中心这三个内容生产部门。将掌握的内容和资源通过加工包装，转换为适应新媒体平台传播的“爆款”产品，这才是舟山广电各新媒体平台号得以立足和发展的真正优势所在。

### （四）引流强己才是根本

移动互联网的发展和移动终端的智能化，使得传统媒体的用户加速向移动媒介迁移。新闻客户端作为手机终端应用，成为传统媒体转型的方向。“无限舟山”APP是舟山广电基于互联网思维，优化媒体结构，全面融合广播、电视、报纸资源及产业资源的重要成果。平台于2015年2月正式上线，截至当前，用户数已突破38万。

“无限舟山”APP的定位是“新闻+服务”，上线以来已多次升级，内容不断丰富，用户体

验不断增强。对于主流媒体的新闻客户端而言，要切实发挥舆论引导及政务便民服务作用，用户基数是其成功与否的决定性因素。为此，将舟山广电旗下各微博、微信、抖音等新媒体平台号用户引流到“无限舟山”APP，显得尤为必要。这就需要各新媒体平台号与“无限舟山”APP更好地融合互动。

然而，目前只有“舟山广电”微信公众号在菜单栏里实现了APP下载、“无限舟山”内“舟山帮”服务入口链接等功能，舟山广电旗下的其他各微信公众号依旧停留在本号本栏目本部门相关产品服务的宣介，各自为阵的情况依旧较为明显。至于抖音号更没有用户引流的相关尝试。对于地市级电视台而言，若旗下新媒体平台号始终跨不出平台的窠臼，终是“身外浮华”。

### 三、迎接5G时代的新媒体浪潮

2009年是3G元年，这一年新浪推出微博，短文字成为流行的传播形态。2013年是4G元年，图文并茂为主要形式的微信公众号文章逐渐焕发异彩。此后，伴随着4G普及、提速降费、WiFi时代的到来，短视频爆发式增长，激活并释放了大众对社交的需求和被关注的渴望。一轮轮新媒体平台浪潮的背后，是新技术新时代带来的媒介传播变革。

2019年是5G元年，直播已经爆发，虚拟现实VR、增强现实AR、混合现实MR已有尝试，更突破我们当前想象的交互变化或许正酝酿着新的传播平台。已经经历过后知后觉、不断追逐新媒体浪潮的传统媒体，更需在新时代重新抢占C位，并想法设法在一轮新媒体浪潮中抢得首发。

（作者单位：舟山市广播电视台新闻综合频道）

