

# 融合发展助力广播服务六大提升

胡倩

**摘要：**为移动人群提供权威、专业的服务是交通广播的一大特色。但数字化和互联网技术的飞速发展，新媒体的快速兴起和迅猛冲击，也让传统广播捉襟见肘。近年来，广播也在积极应变推进媒体融合，各地交通广播相继建立了自己的新媒体矩阵，打造“广播+”的融媒新形式。温州交通广播通过融媒探索实践，从受众所需出发，与新媒体平台取长补短，实现了广播的用户服务、路况服务、互动服务、内容服务、活动服务、应急服务等六大服务提升，为受众提供更权威、更专业、更接地气的高质量服务，构建一个更有活力的全生态新广播品牌形象。

**关键词：**媒体融合 广播服务

上世纪九十年代汽车逐步走入中国家庭，推动了广播作为移动媒体的发展。1991年第一家推出路况交通信息服务的广播媒体上海交通广播成立，随后交通广播在全国各地应运而生、繁荣发展。从路况信息到出行服务的方方面面，交通广播因其专业而有特色的服务成为广播媒体当中的主流电台。但在数字化和互联网技术飞速发展的今天，面对新媒体的快速兴起和迅猛冲击，广播的颓势也逐渐暴露出来，具体表现为：一是广播的播出形式更多体现为我说你听，相对单一、互动较少；二是广播节目定时定点播出稍纵即逝，没有留存；三是广播的受众具象不够明确，缺乏细分。同时，新媒体平台的出现也打破了广播系统原有的生态闭环，传统广播的经营和传播都受到较大冲击。因此，传统广播拥抱新媒体，积极应变推进媒体融合，借力新媒体拓展自身发展，打造“广播+”的融媒新形式，已成为传统广播发展共识。

近年来，各地交通广播都建立了自己的新媒体矩阵，积极探索推进媒体融合。目前温州交通广播拥有APP客户端、微信公号、微博、抖音、视频号等新媒体平台，形成了载体丰富、手段先进、内容鲜活、覆盖广泛的移动传播媒体矩阵。通过发挥媒体融合的优势，实现更丰富的节目互动服务、社群聚合服务、社交分享服务、节目延伸服务等功能，挖掘新时代广播独特的服务价值，让广播能走得更远，更久。

## 一、媒体融合让广播受众服务更广泛

传统的广播只能通过收音机和车载收音机实现收听，场景相对固定。但在互联网不断发展的今天，受众获取信息的渠道越来越多，使用手机的时间也越来越长。传统广播媒体通过媒体融合不断丰富自身平台，延展传统广播的传播路径已是题中应有之义。如今的广播不仅可以在车上通过车载收音机收听，还可以在移动手机上的APP客户端、微信公号、视频号等随时随地收听，打破了之前定点收听的限制，同时为听众提供节目的点播、回听等功能。互动的方式也从热线电话扩展到微信平台 and 客户端，甚至是视频直播平台，让受众能随时随地收听、参与。近几年，FM蜻蜓、喜马拉雅等网络音频应用端数据显示，通过网络收听广播的人数也在不断增加，全年累计有超过百万的受众通过网络收听广播。

新媒体矩阵的打造让受众收听广播更快捷方便，也让传统广播的覆盖面、传播面更广。

## 二、媒体融合让广播路况服务更精准

通过和交管局等部门合作，定点、定时在节目中播报交通路况信息，一直是交通广播为出行人群打造的特色服务。但如今“高德地图”“百度地图”等客户端所推出的导航和路

况提醒，在一定程度上削弱了听众对路况信息的需求。为此，温州交通调整路况信息播报流程，建立以用户需求为中心的服务思路，通过微信、客户端等新媒体互动平台，推出路况信息的个人订制服务。听众可以在互动平台咨询自己所需路段的通行情况，由路况记者在广播和新媒体平台同步回复听众，在微信公号等新媒体平台设立路况信息专栏，及时更新重要的路况信息、施工信息等，让听众随时可以查询。在节假日到来时，推出微信视频直播提醒受众及时了解易堵路段，做好出行规划。针对受众需求推出的个人订制服务，不仅贴心，也让受众参与路况、互动分享的积极性明显提高。节假日高峰时，路况互动量达四、五百条，也为交通广播的路况信息提供了更多实用的内容。

以用户需求为中心的服务思路，不仅让路况服务变得更精准有效，也强化了交通广播的专业化服务，扩大了交通出行信息的覆盖面。

### 三、媒体融合让广播互动服务更积极

传统广播最初是通过热线电话或短信进行节目互动，现在是通过全媒体平台互动。新媒体平台的社交属性增加了广播与受众的互动渠道，也增强了广播听众的黏性。目前交通广播的所有节目，听众都可以通过文字、图片、音频、视频等方式参与互动，不但方便了听众，也让互动更具体、更有趣。交通广播的旅游节目《跟着耳朵去旅行》在介绍一些景点时，听众同步就能通过微信平台发送关键字看到景区的图片或是短视频的相关介绍，用画面对声音做补充，让听众有身临其境之感。脱口秀节目《张文笑友会》更是利用新媒体平台和主播个人魅力，建了5个节目粉丝群，粉丝近2000多人。通过每天的粉丝群节目话题预告、有奖互动、线下活动分享等，加强主播和听众的联系，提升听众的参与感和获得感。《张文笑友会》每天节目的听众互动量达千条以上，排列频率第一。广播节目还开设了视频直播，从原先的听广播到看广播，主播也从幕后走到台前，在直播

中和受众互动、点赞、打赏，吸引流量，建立主持人IP。另外，节目联动新媒体平台推出各种互动游戏，比如，听口令抢红包、关键字摇红包等。这些方便又好玩的互动形式，吸引了更多年轻受众收听、关注和参与。

方便、直观、有趣的互动形式，增强了听众与交通广播的黏性，也带动了广播听众和新媒体用户的流量转换，吸引新一波的听众。

### 四、媒体融合让广播内容服务更专业

媒体融合的当下，整合新媒体平台的优势，为受众输出更多贴近生活、满足受众需求的优质服务内容依然是全媒体时代广播的核心竞争力。温州交通广播的节目以服务出行人群的生活为定位，涵盖了维权帮忙、汽车、房产、旅游和法律等服务类节目。温州交通广播在微信公号、客户端等平台开设了“维权帮忙”“我要买车”“我要买房”“空中车管所”等线下栏目版块，把节目内容从线上拓展到线下，把节目的一小时拓展到线下的24小时随时互动。维权帮忙节目可随时在线下接收受众投诉、线下处理，处理过程和结果通过广播节目、新媒体平台推文展示，重点内容制作成短视频在视频号等平台进行传播。这样不仅可以收获更多的投诉线索，通过新媒体平台的二次传播，通过受众转发朋友圈等第三次传播，扩大节目的影响力，增强节目维权力度。汽车、房产节目通过平台为受众提供买车、用车、买房等咨询服务。“空中车管所”联合交管局在微信平台设立小程序。受众随时提问。交管局工作人员定期解答回复车管业务的相关咨询，并且可以在平台和受众共享，随时查看，而这些又成为节目的一部分内容。

通过以上尝试，我们既拓展了广播服务的形式，又丰富了广播节目的内容，还实实在在地为受众解决了现实问题。

### 五、媒体融合让广播活动服务更高效

广播线下活动的策划、举办是目前广播提升品牌价值和经营创收新的增长点。从爱心公益活动到政务服务活动，行业展会到各类商业活动，再到创新的直播带货活动，温州

交通广播也在不断地通过策划活动助力品牌提升。但传统广播做线下活动，只能通过广播、电视、报纸等传统媒体宣传，不仅传播渠道窄，而且缺乏大数据的支撑，对活动效果难以做出精准评估。媒体融合让活动形式更丰富、传播更广泛。活动海报预告宣传、图片直播、视频直播、短视频，微信推文、朋友圈转发等全平台宣传已成为活动的标准配置。2021年“五四”青年节，温州交通广播推出《1039青春追梦人》的融媒体策划，以青春梦想为主题，邀请各行业精英录制短音频，同时制作短音频海报在手机端进行传播。行业精英的影响力，易于在手机端传播的短音频海报以及短音频不同特色的声音背后让人遐想的空间，使得整个新媒体平台线上传播达30多万，超出预期效果。

媒体融合发展让全媒体的宣传平台弥补了传统广播宣传渠道单一的不足，通过现场照片、视频直播、短视频让活动更形象、更直观地展现在受众面前。同时新媒体平台的精准数据也能体现活动宣传的真正效果，更能为客户所接受和认可。

#### 六、媒体融合让广播应急服务更到位

应急广播在防灾减灾救灾和突发公共事件场景下具有不可替代的作用。目前，建设新时代中国特色应急广播体系，已成为政府部门提升应急管理能力和强化社会治理水平的必然之举。温州交通广播于2014年被温州市政府授予温州市应急广播称号。作为应急广播体系中重要的一部分，温州交通广播借助先进的互联网技术，与新媒体优势互补，完善应急广播宣传预案，在恶劣天气、突发事件等紧急情况下，通过全媒体平台第一时间将事实真相、权威声音、应急科普等信息及时、准确、全面地传递给公众。

温州交通广播采用平时服务、战时应急、平战结合的宣传策略。日常在各平台开展应

急知识的科普。在新媒体平台设立专栏推出科普短视频，供受众随时点播。节目与新媒体平台即时互动，让应急知识深入人心，提高群众防灾减灾的意识。

2020年疫情期间，交通广播从广播到微博、微信等全平台开设“疫情通报”“权威辟谣”等专栏，全天候滚动更新，及时报道防疫相关权威信息；在抖音等平台，主播录制疫情防控知识系列短视频，引导大家正确防范疫情；连线温州市各大公立医院的权威医生制作《众志成城抗疫情》音频海报，在各大平台播发；主持策划了《宅家日子》系列融媒互动栏目，让受众把宅家的生活通过微信互动展示出来。疫情期间，交通广播新媒体平台的点击量、阅读量都有大幅上升，总阅读量达到了3000多万，粉丝数量也大幅增加。温州属于台风多发地带，每年八九月都会遭受台风的袭击。交通广播在恶劣天气下及时通过新媒体平台推出抗击台风的融媒体直播，及时发布权威的台风消息，并发动受众通过图文形式共享各地台风情况、台风过后的积水情况、路上求助、丢失车牌的失物招领等帮忙信息。不仅第一时间播报了灾害信息，还发动受众参与，达到全方位、立体式播报和应急综合服务的效果。

随着媒体融合向纵深推进，广播人要建立以受众为中心的互联网思维，从受众所需出发，提供更权威、更专业、更接地气的高质量服务。媒体融合让交通广播的品牌形象在新媒体平台得到有效的延伸，同时在与新媒体平台取长补短、不断融合中也拥有了更为广阔的发展空间。广播人应该抓住机遇、积极探索、勇于创新，去构建一个更有活力的全生态新广播的品牌形象，在提升服务能力中成就广播更大的价值。

（作者单位：温州市广播电视台交通频率）