

# Z视介亚(残)运会运营传播报告

袁筱华 李垒垒

杭州亚运会、亚残运会是国之大者、省之要事。出生不到半年的重大文化平台Z视介,在这场众人瞩目的媒体大战中,集集团之力,融众家所长,力求为传播亚运文化出新出彩出圈。各个频道、各类账号,你方唱罢我登场,纷纷上传优秀作品;前方记者和后方小编遥相呼应,上首页,做推荐,充分体现了集团上下协同作战的能力,也显示了自主平台的力量和成长。

一组数据可以看出一个月的成绩。自Z视介亚运专项启动至亚残运会闭幕,端内生产PGC、UGC亚运主题短视频近万条,首页、视介官推荐近千条。集团内多个团队联合作战,完成了火炬传递、开闭幕式、火种采集等22场直播,其他含有亚运关键词的直播近百场。亚运2022位、亚残600位火炬手等内容碎片化短视频在第一时间推广传播。亚运亚残运创意短视频总曝光量超过25亿人次,其他原创、二创长中短视频站内、站外总曝光量超过30亿人次。在做好常规亚运内容运营外,Z视介还充分展示了平台的文化属性,亚运主题剧《泳往直前》正片及碎片短视频传播达到2.5亿人次;亚运访谈节目《杨澜访谈录》《体育人生》,承办的国家体育总局《传承—亚运故事汇》等正片及碎片传播达到2亿人次;亚运主题综艺《所向披靡的我们》《听说很好吃》亚运特辑等,正片和碎片传播量均达到亿级。亚运相关产品登录各平台热搜热榜数十次,Z视介发起的“两个亚运同样出彩”微博、抖音话题被相关部门推荐,登上刷平台热榜前三。

数据背后是团队夜以继日携手共进的辛勤付出。总的看来,有以下几个特点。

## 一、满屏亚(残)运,营造主场感

作为东道主的主流媒体,Z视介以“满屏亚运”理念、“亚运主场”品牌进行整体运营。开机显示就是亚运主题,亚运频道提升至页卡重要位置。先后策划推出“跟着火炬游浙江”“开幕式看点”“夺金时刻”“我是火炬手”“最忆是杭州”“亚运视介官”“部落新鲜事@亚运”等十余个版块专

栏;每天都有“谷小雨金牌赛事”“亚运项目动态倒计时”“谷小雨看视介”等内容、产品,全屏彰显亚运味,全面呈现江南风。全面提升亚运主题短视频推送力度,将集团优质内容、拍客上传的亚运内容第一时间送达用户。亚残运会期间,Z视介按照“两个亚运”一个标准的要求,做好站内编排,站外运营,推出《两个亚运同样精彩》专区,并联合抖音、杭州网信办等发起“亚残运会”燃计划,仅抖音话题总点击量就超过16亿人次,最高单条点赞200多万,全国百余家媒体、政务号参与助力。

## 二、突出互联网样态,营造立体感

作为“视听新物种”,本次亚(残)运会运营传播,Z视介在堆量展示的基础上,力求提升产品样态的丰富性。

风格多样短视频,出圈出彩。卫视团队策划创制的《丹青游》《爱之城》《潮前》等7部片子七种风格,在亚运开幕前刷屏出圈,打响Z视介亚运文化传播第一枪。《华灯上月故乡》中秋前接档刷屏,原创舞蹈营造“亚运共此时”节日氛围。中秋节当天,ZMG文化达人陈喜悦及华灯上舞蹈团队、丹青游纸片人联手进入亚运村、MMC进行快闪表演,与全球媒体、亚洲运动员互动交流,“沉浸式过中秋”。亚残运会前,短视频《穿行在绿水青山间》《爱之光》等,再次刷屏出圈,实现了站内首发与站外刷屏的立体传播。

直播、H5、活动等产品梯次推出,氛围拉满。Z视介作为集团自主可控平台,亚运期间充分发挥“内容+运营+技术”优势,除了传统优势的音视频报道外,还策划推出了系列融媒产品。“城市火炬传递”直播及线上互动,直播总观看量近200万人次,城市火炬互动参与人次20余万;《听,那是“绽放”背后的秘密》《一镜到底解读杭州亚运会开幕式》《用AI的方式打开杭州亚运会》《亚运季,你最像亚运史上的谁》《亚运新境:力与美的交织》等系列H5,利用数字交互,打造互动式亚运参与体验。八月十八“潮涌东方”亚运季“云观潮”,

将大潮与亚运结合,充分展现“走在前列,勇立潮头”的浙江精神;“文艺赋美 转角遇见Z”亚运季主题活动及巡回直播,展现各办赛城市文艺迎亚运风采;与国家体育总局等合作的“亚运故事汇”,“三代冠军三把火炬同框”,见证“亚运之光”;“浙江电影消费券”发放活动,在亚运主题电影《热烈》热映期间推出,用电影的力量传递体育精神。这些融媒产品真正体现出作为一个视听新物种平台所应有的互联网特质。

纪录片、综艺、专访等作品大小屏联动,精彩纷呈。Z视介作为文化传播平台,亚运期间充分利用大屏的有效资源,与小屏联动发力,加强亚运主题文化供给。《杨澜访谈录》《体育人生》Z视介首播,讲述冠军背后的故事,拉近网友与冠军的距离。亚运主题剧《泳往直前》登录Z视介即火爆,为亚运赛场泳军加油助威;《江南》先导片,让“江南文化”与亚运文化交相辉映;《所向披靡的我们》,亚运精神活力拉满;《听说很好吃》亚运特辑,让亚运与美食碰撞出火花。既有整档节目的完整播映,也有碎片化的全网传播,大小屏共振引流,相互赋能。

### 三、协同作战,演出大合唱

在集团总编室、浙江卫视(中国蓝新平台)亚运专班领导下,Z视介成立了由平台运营中心、亚运频道为链主,平台各中心以及集团各频道内容生产人员组成的“Z视介编辑运营专项专班”,建立协作机制,快速高效全面整合集团优质内容,奏响亚运文化传播大合唱。亚运期间,亚运频道生产短视频内容近千条,集团各频道通过“视介官”供稿亚运主题短视频超千条。蔚蓝金声各位主持人齐发力、共比拼,从竞技赛场到城市文化,从运动员到志愿者等各个角度,全方位地展示亚运文化。与此同时,Z视介与链主频道一起,加大内容巡查力度,加强技术防护力量,确保亚运期间的平台安全。

亚运、亚残运会,对Z视介平台运营来说是一次重大考试,既有全平台内容的耦合,也有卫视各中心之间的协同,更有各频道之间的联动;有切热点的要求,也有出圈出彩的诉求。团队经受了考验,在战斗中成长,每天及时总结复盘,为后续运营积累经验。

(作者单位:浙江卫视)