

# 短视频冲击下 媒体微信公众号的运营与发展

俞天玮

伴随短视频的火爆，微信公众号用户被大量分流，再加上部分媒体公众号内容同质化严重，缺乏原创、形式单一、消息滞后、流量下降、广告流失等，发展面临巨大挑战。不过在视频号的加持下，公众号又迎来了新一轮增粉。媒体公众号应当抓住这个机遇，持续输出优质原创，丰富形式与功能，增强粉丝黏性，充分发挥公众号的优势，或许能开辟出一片新天地。

## 一、短视频冲击下，部分媒体微信公众号现状堪忧

### （一）点击量下滑

近两年，微信公众号点击量下滑已成为不争的事实，常读用户数日益减少，大多公众号点击量不及鼎盛时期的一半。

### （二）增粉困难

公众号快速涨粉的时期早已过去，与传统媒体联动、地推活动等增粉方式也已基本失效，甚至出现了新增关注人数少于取消关注人数的负增长趋势。

### （三）内容同质化严重

很多媒体公众号为了追求点击量，迷失了自己的定位，做成了“一锅乱炖”，追求热点，一通转载，内容相似度高，版权意识薄弱。即使用户关注多家媒体，收到的内容却往往大同小异。

### （四）推数受限，消息滞后

媒体微信公众号基本是订阅号，根据公众平台的规定，一般订阅号每天推送的次数是1-3次，只有少数大号才有多于3次的推送权限。在推送次数有限的情况下，有些最新消息就不能及时推送。

## 二、媒体微信公众号运营发展面临的问题

### （一）用户分流

目前，综合用户规模、用户时长和营收体量，短视频赛道呈现“一超两巨”格局，“一超”是指抖音，“两巨”是指微信视频号和快手。短

视频的兴起与发展成功改造了用户的习惯和需求，变得越来越视觉化、碎片化和情绪化，人们对文字的耐受力逐渐丧失，以图文传播为主的微信公众号生态正在失去用户的黏性和活跃度。

### （二）缺乏原创

一方面，记者在日常工作中要兼顾传统媒体平台和新媒体平台，尤其在电视媒体，新媒体平台往往集中在短视频，微信公众号容易被忽略，少有专门提供给公众号的内容；另一方面，提供给传统媒体平台的新闻，在微信公众号平台未必能吸引用户，而微信小编往往要追求点击量，于是大家争相追逐点击量高的内容，刮起一阵阵的“热点风”，缺少了原创的内容。

### （三）形式单一

微信公众号推文虽然可以加入视频，但主要还是以图文为主，表现形式相对单一，内容要足够吸引人，用户要有足够耐心，才能看下去。

### （四）互动不够

互动是新媒体平台的灵魂，而微信公众号的互动与短视频、微博等平台最大的不同，在于用户留言不能实时更新，要通过后台精选才能显示，这大大降低了用户的参与感和活跃度。

### （五）广告流失

微信公众号的点击量是一目了然的，随着点击量的下滑，投放效果自然也大打折扣，广告客户也就转向了其他平台。

## 三、媒体微信公众号运营发展建议

### （一）抓住视频号带来的机遇

腾讯2021年财报披露：“视频号人均使用时长及总视频播放量同比增长一倍以上”。据业内推测，视频号目前的日活用户在5-6亿之间，人均时长超过半小时。<sup>①</sup>视频号直播是近来直播领域的一个风口，因其依赖微信生态圈和便捷直观的进入模式，直播效果较好，尤其是增加了通知功能，到达率和点开率越来越高。<sup>②</sup>而视频号的

活跃给媒体公众号带来了一次新的机会。一方面给公众号带来了更多的活性，视频号放开了引导关注公众号的设置，为公众号带来增粉。另一方面也是给视频号开闸引流，让两者都能有打破流量瓶颈的机会。以2022年9月的“浙江新闻频道”微信公众号为例。



单月增粉总量是2.8万人，其中58.23%（16532人）来自视频号，39.84%（11310人）来自视频号直播。可见，视频号及其直播已经是公众号增粉的主要来源。

观察近期增粉情况可以发现，几次增粉量相对较大的都是与视频号有关。如：2022年9月4日、14日，因为台风直播，分别增粉3639人和4296人；7月21日，因为爆款视频+直播，增粉12624人。

## （二）优质的原创内容是立足之本

媒体在追逐热点的同时，绝不能忽略原创的重要性。借助视频号的兴起，公众号吸引了一部分粉丝，而如何才能留住这批粉丝？在公众号中，短视频和图文消息各有优劣，可以互补。短视频时效强、信息精简，而图文消息可以内容详尽、做深做透，双方配合，满足用户的不同需求。

在信息量巨大的环境下，能够留住用户的必定是持续输出的优质原创内容。一方面，媒体需要积极策划独家选题；另一方面，在热点方面另辟蹊径，找到适合自己的角度。

## （三）优质标题是提高点击量的关键

“题好一半文”。巧妙构建标题，从正文中提炼让人眼前一亮、意料之外的信息点，避免过分标题党的前提下，充分设置悬念，并且尽量简短。比如：

1. 陈述部分事件+点睛：《昨天下沙多辆豪车被扣！劳斯莱斯、保时捷…交警一查不对劲》
2. 醒目感受+简单陈述：《“我脑子一片空白！”杭州男子一口气被拔了7颗牙，医生回答说…》

3. 体现或关联本地：《浙江人注意！一个好消息，一个坏消息》

4. 前后反差：《8000多万！他对自己“抠门”一生，为这事却“挥金如土”》

5. 充分保留悬念：《浙江一村民钓龙虾遇上“无价之宝”?! 没想到是……》

6. 抽象标题：《重磅！浙江官宣》《杭州正式宣布：关闭!》

## （四）加强与小程序联动

通过与小程序的联动，丰富微信公众号的形式和功能。

1. 更好的品牌宣传。以微信公众号“小强热线浙江教科”关联的小程序“小强热线帮忙团”为例，报料求助、法律帮、房产帮、教育帮、汽车帮、健康帮等功能版块，将《小强热线》的帮忙属性充分放大、延伸。

2. 更多的流量变现。相比微信公众号单一的广告收入，小程序可以通过各类活动引流、直播带货等方式丰富变现形式。

3. 便于积攒私域流量，同时将线上线下融合起来。通过小程序的线上活动、粉丝群运营等，将用户引流到线下，同时还能提升粉丝黏性。

## （五）频繁互动，增强粉丝黏性

公众号点击量主要依赖粉丝数，所以留住粉丝显得尤为重要。评论区不仅可以及时跟进事件进展，补充重要内容，而且是官方媒体与受众互动的重要阵地。评论区里受众各抒己见，媒体更要跟上热点，善用网言网语，形成良性互动，无形中增强了粉丝黏性，提升了活跃度。<sup>③</sup>

## 参考文献：

①魏川《短视频领域变局再起，微信视频号能否突破抖音之幕?》，《南方周末》2022年5月14日，[https://view.inews.qq.com/k/20220514A00NXX00?web\\_channel=wap&openApp=false](https://view.inews.qq.com/k/20220514A00NXX00?web_channel=wap&openApp=false)

②陈伟利、钱佳能《如何在视频号赛道“出圈”——钱江晚报视频号运营初探》，《传媒评论》2022年第05期，第41-43页。

③之江轩《之江轩 | 没有互动的新媒体就没有灵魂》，《浙江宣传》2022年8月4日，<https://mp.weixin.qq.com/s/W3D0ZZB6kCpMiuf-wpEb7Q>

（作者单位：浙江电视台教科影视频道）