

# 在主办城市如何做好亚运传播主力军

——以杭州文广集团亚运宣传报道为例

夏 芬

今年九十月间,杭州第19届亚运会和杭州第4届亚残运会成功举办,属于杭州的“两个亚运”划上了圆满句号。“天下再识新杭州”,通过这次盛会,杭州这座“亚运之城”向世界展现了中国式现代化的美好未来。同样,作为主办城市的主流媒体——杭州文广集团躬逢其盛,也在大战大考中交出了高分答卷。在亚运宣传报道中,杭州文广集团始终立足本土,在亚运主战场,以主人翁的姿态主动作为;以主力军的担当自主创新,为亚运宣传增光添彩。

## 一、以主人翁之姿投入亚运主战场

亚运会在家门口举办,作为城市媒体,宣传好亚运、宣传好杭州,是杭州文广集团的职责和使命所在。8年来,集团以主人翁姿态,躬身入局,全情付出,紧紧围绕亚运会申、筹、备、办全过程,充分发挥“文化+广电”特有优势,为亚运宣传和服务保障聚智献力。

1. 介入时间早。早在2015年亚运申办之时,集团就第一时间组建专班摄制申办片,选派双语主持人陈永馨担任英文陈述和议程主持,并作为全国唯一电视媒体,随申办团赴土库曼斯坦全程独家直播申办成功的历史时刻。2020年5月27日,经国家广电总局批准,杭州电视台青少·体育(亚运)频道正式开播,成为亚组委官方电视媒体。随后,唯一由亚组委官方授权的英文栏目《走近亚运》先后亮相、持续热播。

2. 投入人数多。亚运会开幕前,集团派出200余名演出人员参与亚运各类演出彩排,近百名党员干部和业务骨干挂职到亚组委相关部门工作。亚运期间,集团每天参与亚运城市侧、赛事侧新闻宣传报道1200余人次,服务保障亚运500余人次。后方还有大量值班值守人员,可以

说是全员参与。

3. 参与首创度高。这次亚运会对于杭州文广人来说,是首次深度参与如此大规模的综合性和体育赛事;首次主导亚运会公共信号的制作;首次主导多项赛事的体育展示服务;首次提供媒体运行保障服务和开幕式重要仪式人员保障服务;首次将多个AI主播应用到直播节目等等。单个项目里,有众多首度首创,在杭州文广历史上也从未有过。

## 二、以主平台之职把握传播主动权

杭州是亚运的主赛场,同样,杭州文广集团也是亚运传播尤其是城市侧宣传的主平台。作为地方媒体,集团扛起了亚运城市宣传的主阵地、主平台职责,精心打造亚运宣传信息汇聚平台、传播平台、服务平台,加强上下协同、内外联动,牢牢地把握了亚运传播的主动权。

1. 构建信息汇聚平台。作为主办城市的广电媒体,集团谋划应该在亚运期间,充分展现赛事侧和城市侧的重要仪式、重点赛事、重大活动,成为亚运盛会的信息汇聚平台。经过积极争取,中央广播电视总台同意授权集团转播央视相关频道的赛事播出信号。集团6套电视节目同步转播亚运会开闭幕式 and 亚残运会开幕式,3套电视节目转播亚残运会闭幕式,总触达人数超800万人次。这样的转播盛况在杭州电视台历史上不曾有过。除此以外,青少·体育(亚运)频道、明珠频道和综合频道对赛事进行大体量转播或重播。亚运期间,打开杭州台,就能看亚运,真正达到了亚运信息汇聚、“一键直达”的效果。

2. 打造信息传播平台。集团充分运用媒体深度融合的成果,不断打造亚运传播矩阵,扩大亚运传播圈层,扩大亚运宣传的声量。国家(杭

州)短视频基地首个业态项目《中国短视频大会》专门设置亚运命题,有关亚运话题的短视频作品在全网累计获得超1.2亿人次阅读量。亚运期间,集团广播电视媒体日均播出亚运相关节目总时长超24小时,高峰期超50小时;集团打造的“212”百万级新媒体矩阵(即微博微信、客户端、头条号抖音号)持续发力,将亚运传播影响力向全网辐射。同时,集团不断打造国际网络传播能力,通过自建传播渠道,全天候24小时对外输出杭州亚运内容,在海外形成强大声浪。

3. 搭建信息服务平台。亚运会举办期间,杭州文广集团积极发挥媒体服务的功能,为公众打造信息服务平台,不遗余力做好信息服务,普及赛事知识,满足市民观赛需求。集团各媒体开设了众多关于亚运和亚残运的科普栏目,如《这里是亚运》栏目详细介绍61个亚运项目的起源、特点;《亚运文明观赛 礼仪跟我学》向市民介绍亚运的观赛礼仪;《亚残运会项目知多少》《亚残运会小课堂》栏目,推广和普及亚残运会比赛项目、亚残运会知识。集团智媒体客户端开吧APP还绘制亚运出行查询地图,链接亚运急事通,一键便可为市民进行交通导引。

### 三、以主力军之责唱响亚运主旋律

亚运盛会举国关注、举世瞩目。杭州文广集团作为城市报道主力军,我们的使命就是要唱响主旋律、传播好声音、激发正能量、凝聚精气神,精心讲好亚运故事、杭州故事,为亚运盛会的成功举办营造浓厚氛围。亚运、亚残运会期间,集团各媒体推出亚运、亚残运相关报道8000余篇,全网总点击量近40亿。上送央视《新闻联播》共计播出亚运会、亚残运会相关报道60余篇。

1. 密集编排亚运节目。集团所属各媒体以大时段大版块密集排播亚运节目、歌曲、宣传片。青少·体育(亚运)频道每天播出亚运节目近14小时;综合广播推出连续16天的《亚运正当燃》特别直播;综合频道连续14期每期1小时推出亚运特别直播节目《杭州爱达未来》。此外,《杭州新闻联播》《新闻60分》《明珠新闻》《我和你说》《今日新看点》《亚运进行时》《杭广

早新闻》《News 超音速》等10余个节目进行特别编排,同时新推《掌声雷鸣》《杭州荣耀》《亚运有我》《亚运Citywalk》等20余个专题专栏、系列报道,全方位、多角度、立体式报道亚运赛事侧和城市侧内容。

2. 精心创作全媒爆款。亚运会期间,集团各媒体新媒体矩阵强势出击,结合自身定位和特色,围绕开闭幕式、夺金时刻、感人瞬间、场馆内外等内容,第一时间推出形式多样、内容丰富的新媒体爆款产品。集团精心制作的MV《爱的天堂》新媒体总点击量近5000万次,引发强烈反响,受到新华社、人民日报等央媒关注和转发。《今天杭州亚运会迎来开幕式后的首个比赛日 中国棋手柯洁强势登场》,全网点击量近3000万。开幕式上全场观众齐唱《梦想天堂》引起杭州市民共鸣,1996年首发此曲的西湖明珠频道,迅速在视频号推出新旧两版《梦想天堂》MV,引发全网点赞、持续刷屏。

3. 创新应用人工智能。集团始终紧盯技术前沿动态,打造的短视频AI生产实验车间,成功制作播出国内首档全流程人工智能电视节目《冠军AI亚运》。截至目前,已采集生成数字主播14个,在日常新媒体报道及大屏新闻生产中充分结合AI智能能力进行生产制作。亚运期间,《杭州爱达未来》《AI主播说》《我们圆桌会》《AI快讯》等10多档节目引入AI主播,通过智能数字主播,网罗全网热点,智能播报,成为集团亚运报道的一大亮点。

4. 独家策划特色活动。9月中旬,集团启动百名星主播短视频主题大赛,以“迎亚运 庆亚运”为主线,深入聚焦杭州的自然景观、城市风貌、人文精神、亚运风采等,展现亚运新天堂的独特韵味和“人人都是东道主”的浓厚氛围。开赛以来,集团已有116名“星主播”积极报名参赛,参赛选手覆盖记者、主播、摄像、编导、院团演员等岗位,截至目前,在开吧APP已展播170余件作品。

### 四、以主理人之态服务亚运主赛场

亚运和亚残运期间,杭州文广集团承接了多个项目直接保障和服务亚运。集团虽然是执行方,但我们站在主办方和主理人的角度,派出精兵强将,真情投入服务,全力保障赛场

安全演出和幕后工作。

1. 高质量完成公共信号制作。集团承担亚运会和亚残运会智力项目公共信号制作任务,组建的近40人赛事公用信号制作团队,完成了14场决赛全程信号制作近200场比赛电子新闻采集(ENG),得到主播机构和各持权转播商的高度评价。

2. 破圈层传播亚运体育展示。亚运期间,集团承接的体展项目共完成包括奥体中心体育场、奥体中心游泳馆在内的6个场馆,田径、乒乓球、霹雳舞、游泳、跳水等14个项目的体育展示和颁奖仪式服务。田径开场中,国内首次运用裸眼3D投影技术,受到亚田联主席达兰赛高度认可。

在BGM(背景音乐)选择上出新出彩,获全网点赞上亿次,被网友评价为“没有一首歌是白放的”“年轻人更懂年轻人”,团队成员受到中央广播电视总台、人民日报采访报道。

3. 有力做好幕后服务保障。此次,杭州文广集团还承担了杭州亚运会、亚残运会开闭幕式仪式前表演和后勤保障,杭州奥体中心体育场媒体运行保障,主媒体中心新闻发布会录制、速记等多个服务项目,累计为2000多名演职员、7000多名中外媒体记者提供了暖心服务,在亚运赛场上奉献杭州文广力量。

(作者系杭州文广集团党委副书记、总编辑)

