

疫情之下城市台 打造百万人气融媒体晚会刍议

——以嘉广集团“新闻的力量”融媒体晚会为例

沈 甜

摘要：近3年来，新冠肺炎疫情反反复复，诸多大型线下活动举办受阻，规模缩减、延期，甚至活动被取消已成为常态。深谙传播之道的广电媒体，在线下活动无法大展拳脚之际，能否在媒体融合向纵深推进的当下，巧用融合与创新手段，守住品牌活动并实现其线上突围呢？本文以嘉广集团连续4年成功举办年度品牌活动“新闻的力量”为例，阐述城市台如何一路守正创新，充分发挥自身在媒体融合、技术赋能方面的优势，坚持以新闻的力量记录社会、推动进步，实现疫情之下广电品牌活动的破壁出圈。

关键词：融媒体晚会 技术赋能 融合创新

“新闻的力量”是嘉兴广播电视集团（以下简称嘉广集团）举全集团之力，在每年12月底举办的一台年度新闻盛典，旨在以新闻和文艺相结合的方式，重温这一年中有集体记忆的、难忘的人和事，汇聚爱心能量，传递社会价值，让受众从重温故事中获得新的体会，感受新闻的力量。从2017年首届“新闻的力量”推出以来，到2020年已成功举办3届，形成了嘉兴地区的品牌活动效应。然而，2021年底，面对新一波疫情来势汹汹，众多线下活动纷纷取消，嘉广集团在办与不办之间选择坚守，以做强融媒体直播，赋予活动新的“流量密码”。

2021年12月26日晚，嘉广集团精心策划、

整合资源，举全集团之力举办“新闻的力量·融媒体晚会”。活动严控线下规模的同时，以融合传播的方式线上发力。据统计，当天100分钟的融媒体晚会，仅新媒体端口的观看量就突破100万人次，近10万人次点赞，在疫情之下成功打造了一场属于嘉兴人自己的年终盛宴。

作为一家城市台，在忙碌的跨年之际，耗费大量时间精力、人力物力财力，打造一台年度新闻盛会绝非易事。类似的尝试在全省乃至全国城市台都十分少见，长期坚持下来的几乎没有。嘉广集团坚守至今已是第四届创办。从单纯的线下活动+电视直播，发展到融媒体矩阵传播，在做强活动本身的同时，还推出了一批形式活泼多样、网络特色鲜明、社会反响良好的融媒产品，实现一届比一届有看点，一届比一届社会关注度和美誉度高，充分体现了红船起航地广电人的情怀、担当和匠心。这对于广大转型中的城市台而言，具有一定的借鉴与启示。

一、多端协作，多屏立体传播，打出融媒传播“组合拳”

疫情之下，被迫停下来的品牌活动数不胜数，一旦中途停顿，活动多年积累的社会影响力和口碑，就会大打折扣。要保有品牌活动影响力，就必须拓展新的传播渠道。以线下活动叠加线上直播的方式，开展融媒体直播活动，多端口协作，多屏立体传播，成为嘉广集团的首选解决方案。

在前期宣传造势阶段，嘉广集团就在广播、电视、新媒体三端多平台火力全开，提前一个月全时段滚动推出“新闻的力量”直播活动宣传片，实现声屏网台全媒共振；多位自带流量的嘉广名嘴集中拍摄活动倒计时短视频，提前一周在集团各新媒体端口定时定点推送，在小屏端发出最强声量；活动前两天，推出晚会彩排探营、直播预告等系列推文和短视频产品；活动当天早上，推出倒计时推文，形成活动未办、声势已起的聚合效应，提前人为制造全城热点。

融媒体晚会举办当天，从早上9点开始推出日间10小时不间断直播，以嘉广集团新闻客户端“禾点点”作为直播指挥中枢和主要播出平台，广播三大频率接力直播，并在“禾点点”端口实现广播直播可视化，多位嘉广名嘴轮番上阵，为晚会集中蓄势。直播间隙推出的无人机航

拍“慢直播”，让整个日间直播时段张弛有度。

经过一个月的密集宣推，“配菜”足额到位，夜间的“主菜”——“新闻的力量·融媒体晚会”如约而至。线下严控观众人数的同时，线上首次通过电视新闻综合频道、新闻客户端“禾点点”、“嘉兴新闻”抖音号、“嗨嘉兴”视频号等平台全程直播。王懿律、许天箴、王金良等众多嘉兴人耳熟能详的重量级嘉宾参与晚会直播，多路记者通过红云连线形式，带来现场报道。嘉广主播还在晚会现场直播带货线上助农、云上抽奖，增强直播互动性与可看性。与此同时，图文滚动直播、精彩节目实时拆条等众多融媒体产品在各大媒体端口精准推送，实现晚会分众化传播。晚会结束后，广播电视新媒体端口又集中推出活动报道，进一步扩大后期传播力和影响力，使“新闻的力量·融媒体晚会”再度在朋友圈刷屏，其品牌力、商业价值不断提升的同时，也进一步提升嘉广集团的社会影响力。

2021年度“新闻的力量·融媒体晚会”活动得以成功举办的背后离不开嘉广集团近年来在媒体融合方面的全面发力。从2015年开始，嘉广集团加速推动台网一体化布局，多端精准化施策，快速形成“互联网+”的舆论引导新格局和产业发展新业态。目前集团下属3个电视频道、3个广播频率均拥有各自的微信号、视频号或抖音号，集团重磅打造的新媒体客户端“禾点点”，更是拥有百万粉丝，广播、电视、新媒体多管齐下，拥有适应新形势的强大传播矩阵，从线上催生新的机遇与挑战。“新闻的力量·融媒体晚会”正是在嘉广集团媒体融合向纵深推进的当下，方能在疫情之下找到新的发力点和突破口。

二、大胆尝试、技术赋能，探索运用虚拟与现实交互场景

进入万物互联的智能时代，技术革新不断赋能智慧广电发展。2021年度“新闻的力量·融媒体晚会”活动的背后，同样离不开大胆尝试和技术的赋能。嘉广集团的630演播大厅之前一直是“新闻的力量”晚会的主会场，而疫情之下，如何用更加贴近线上传播的形式优化会场设置，晚会导演组决定大胆启用当年刚刚落成的520融媒体演播大楼作为分会场。经过多轮技术论证和信号测试，解决了630演播大厅与520融媒体演播大楼声画同步传输等技术难题，确保主

会场和分会场在直播期间的音视频信号稳定畅通。

分会场主要承担晚会过程中与观众、网友的互动环节，设置两大直播区域，由两位主持人分别带来AR交互体验、多轮现场抽奖、直播带货等互动性内容。各类新潮花式的玩法，迎合了互联网时代下观众的口味，调动观众在直播过程中的参与感，最大程度提升观众的停留时长。

技术赋能还体现在晚会中互动内容的设计，旨在让手机端的观看体验优于现场观看。比如，晚会中首次运用了VR虚拟前景技术与真实场景相结合，让嘉兴的有轨电车、小汽车，都直接“开”进演播大楼，主持人搭车上路，用第一视角体验有轨电车“草上飞”、高架环线“嘉速度”。这样的虚拟体验综合运用了三维建模、动画制作、精准拍摄定位、模拟动作、绿幕抠像、光影跟踪、多点跟踪等多种“黑科技”。短短几分钟的节目内容，晚会导演组联合后期制作部门，从前期设想、技术破题，到拍摄，再到后期制作，耗时两周时间才最终在晚会现场得以呈现。这些真实场景在虚拟环境中的再现十分酷炫，现场观众反而无法直观体验，更符合小屏端的视觉感官体验。

事实上，声画同步、多地互动、虚拟场景等创意互动方式在一些大型文艺晚会、产品发布会上早有应用，只有注重用户的体验感和参与感，开展深度互动，才能更好地应对互联网媒体的挑战。但对于一家城市台而言，敢于尝试并将这样的新技术推向实际应用的，必须具备敢于破局的底气和融媒发展的创新意识才行。在数字化改革的大潮中，技术赋能也将是城市台构建智慧型媒体生态的必由之路。

三、策划为王，公益贯穿，以“匠心”“初心”赢得百万人气

一场融媒体直播活动成功与否，造势到位、技术赋能固然能在短时间内激发一波热度，而要实打实赚足百万人气，归根结底更需要策划功底和内容支撑。

为确保晚会的最终呈现效果，导演组从组建起就被赋予调动全集团优势资源的权利，得以顺利调动整合集团优秀人才，集中力量办大事。筹备全过程，“匠人”视角也贯穿始终。导演组全盘筛选嘉兴全年度热点新闻事件和新闻人物，使晚会内容设计高度契合年度主旋律；在每个篇章

串联中，除了精心安排年度新闻人物登场接受现场采访，还在直播过程中以年度新闻为题材，原创RAP、诗朗诵、情景剧等多种节目形式，既不脱离新闻事件本身，避免传统文艺节目落入俗套，又使晚会张弛有度，情绪控制到位，不枯燥不乏味；针对晚会播出的每一个VCR，逐字逐句抠字眼抠画面；主持词从撰写到最终定稿，历经数十次修改，并要求所有主持人全程脱稿；舞美设计几易其稿，更多融入线下观众多媒体互动体验元素；彩排过程要求主持人、演员均以实战状态投入其中；一届晚会结束后又第一时间召开复盘总结会，不讲成绩专找问题。惟有坚守“匠心”，方能不负百姓期许，不以低俗方式去获取流量和关注度。

与此同时，公益行动也是“新闻的力量”活动中的“标配”。每年导演组都会创新公益行动形式，赋予晚会更多内涵。以嘉广之名，为公益发声，用新闻的力量，凝聚社会爱心，合理规范传递公益慈善理念，感召更多爱心人士加入随手公益行列。连续4届，公益行动已从嘉兴本土走向对口援助地区。去年又从线下公益，走到线上助农，充分体现晚会公益性的同时，也给晚会带来了满满的人气，并赋予晚会更加深远的意义。惟有不忘“初心”，以主流媒体的主流价值传播，方能实现品牌活动出圈，进一步彰显新闻的力量。

四、结语

综上所述，疫情之下的品牌活动要重新焕发新的生命力，就必须牢固树立“移动优先”的传播理念，通过充分挖掘自身资源优势，精心策划组织、多端口协作、大小屏融合传播、技术全面赋能，重塑生产链条，以融合传播为手段，打开晚会节目的呈现新视野。

以新闻的力量记录社会、推动进步，是嘉广集团举办“新闻的力量”大型融媒体晚会的初心所在。疫情之下，嘉广集团不盲目搞一刀切，不自断品牌活动臂膀，以敢破敢立的勇气，持续探索品牌活动在不同社会环境下的最佳表达方式，通过融合传播新路径，使活动在线上得以实现传播升级，收获百万人气，进而拓展活动品牌影响力。活动的举办对城市台而言，还是难能可贵的全集团岗位大融合、技术大练兵，既培养了人才，带强了队伍，也锻造了能力，提升了新闻主力军的核心战斗力。

（作者单位：嘉兴市广播电视台）