

打造情感类短视频爆款模式探索

——“小强寻亲·徐剑锋三门认亲”报道浅析

曹莹 李志强

摘要：打造短视频爆款是集议题设置、创作机制、传播规律、平台运营规则等于一役的新媒体创优目标，是数据、流量、口碑、传播生态等多元化的肯定模式。新媒体爆款有怎样的规律可循？主持人IP账号如何打造爆款短视频？情感类爆款又有哪些必备要素？本人以浙江广电名嘴“小强说”IP的“小强寻亲”公益项目为例，探索互联网时代情感类新媒体报道的范例，破解“亿次”流量背后的密钥。

关键词：短视频 爆款 主持人IP账号

打拐斗士孙海洋、郭刚堂、李芳等相继认亲成功的系列报道，是近半年网络流量的强引爆点。抖音寻亲、AI人像比对、直播寻人、大数据打拐等热门词条成为中国特有且兼具“网感”和“戏剧性”的素人传播现象。浙江广电名嘴“小强说”IP矩阵在2022年1月1日正式上线“小强寻亲”公益项目，警媒携手征集、发布寻亲信息，助力团圆。3月13日—14日小强对徐剑锋三门认亲的系列现场报道，成为情感类短视频爆款。传统新闻品牌如何在融媒传播中发挥优势，打造网络正能量爆款？“小强说”做了积极探索。

一、锁定新闻当事人，抓取高可信度的信息源

在新闻专题的深度报道中，信息源至关重要。信源的可信度，是指度量信息发布方传递的信息，被信息接收方所信赖以及认可的程度。信息源的可信度包含专业性(Expertise)和可信性(Trustworthiness)两个关键要素。“小强寻亲”系列报道既是“可信性”的“三次幂”，也是“专业度”的“三次幂”。首先，传播端“小强IP”具有近20年帮扶类民生新闻电视节目的受众群和权威感。其次，寻亲内部信息爆

料者孙海洋、杜小华等是打拐界知名且具有十几年影响力的意见领袖(KOL)。再次，携手的警界是“全国寻人总司令”杭州市公安局西湖区分局隋永辉警官，他的“寻人工作室”已累计帮助8000多位寻亲者团圆。因此，“小强寻亲”对寻亲信息发布、比对信息爆料、认亲报道等，是小强+隋永辉+孙海洋(杜小华)这样权威信源的“三次幂”。

“小强寻亲”如何获取独家优质信源？如何提高报道可信度？答案是：去每一个寻亲新闻现场，破圈进入打拐家庭及案件内部。《小强热线》栏目主持人小强在杭州市富阳区花开岭公益基地，深度采访了“打拐斗士”孙海洋、郭刚堂和杜小华，在与隋永辉团队调研1个月后，2022年1月1日“小强说”IP账号正式上线新媒体寻亲公益项目“小强寻亲”。杜小华因为仍然在寻儿路上，他的故事“正在进行式”更具新闻性和记录性，加上他热心、积极且富有正义感和倾诉表达欲，他是“打拐家长”中最关键的信源。“小强说”徐剑锋认亲的爆料，就来自杜小华的短信。

二、媒体深度融合，现场报道“四驱”竞争优势齐发力

“小强说”IP矩阵“四驱”优势是：浙江、小强、帮忙和现场。这次“小强寻亲”对徐剑锋认亲的融媒报道集合了该四大优势。首先，“小强说”IP全网近300万粉丝，70%来自浙江地区，此次徐剑锋认亲地点在台州市三门县，“小强说”IP充分发挥了浙江地缘性报道的优势。其次，“大小屏”聚焦打拐家长，全方位帮助求助者。在等待徐剑锋回到三门的两个小时里，小强在三门大酒店大厅里，通过网络直播对18位“宝贝回家”寻亲母亲一一采访，详细发布寻子信息，同步展示孩子照片，用正能量

大流量锁定失孤群体，吸附社会帮扶力量，体现“帮忙”优势。再次，小强在三门现场3小时不间断直播，释放“小强”+“现场”双核竞争力。小强作为现场报道的记者，他不仅口述了新闻背景、认亲意义、帮网友梳理了人物关系，还通过观察现场动态、采访提问徐剑锋的姐姐、姨妈、孙海洋、杜小华等当事人，准确把握了认亲的全过程。

3月13日晚上6点，小强站在三门高速入口处，讲述了杨素慧找徐剑锋的故事。1991年6月5日，杨素慧4岁的儿子徐剑锋在广州南方大厦附近被陌生人带走，当时杨大姐和丈夫刚把小剑峰从老家台州接到广州，杨大姐寻亲路上经历了离婚、被骗等遭遇后，身体垮了。她在2014年年底被诊断为肺癌中期。2017年，杨素慧在因病去世的那一刻，也没能再次拥抱她的儿子徐剑锋。杜小华、李芳、孙海洋和寻亲志愿者们带着杨大姐的遗愿四处奔波，广东警方也把疑似人员采血入库比对。短视频《今晚8点我在台州三门，直播徐剑锋回家认亲！》一经“小强说”抖音号发出，便出现爆发级增长，累计播放2055万，点赞19.5万，单条抖音号增粉4.5万，“小强说”浙江地区地缘性报道优势明显。

在小强采访徐剑锋姐姐和杜小华后，实时发布短视频《徐剑锋姐姐即将临盆，她肚子里的宝宝在等舅舅！》《泪奔！杜小华已到三门，他许诺帮病床上杨素慧大姐找儿子，他做到了！》《徐剑锋外甥给舅舅准备鲜花》（播放1215万，点赞14.5万）等短视频。徐剑锋在姐夫和小外甥的鲜花簇拥下，在杜小华和孙海洋的护送下，与姐姐紧紧拥抱着在一起，两人牵起的手再也没有松开。小强在短视频《等了31年的认亲，徐剑锋紧握姐姐手》里动情说到：“徐剑锋被人贩子拐走后，曾经2次逃脱了人贩子的手，今天一家三口坐在一起，他紧紧握着姐姐的手没有松开过。”小强独家采访孙海洋时，孙海洋说“我了却了自己的心愿，兑现了对杨大姐（杨素慧）的承诺。”随即“小强说”发布视频《孙海洋开车16小时陪徐剑锋回家》播放585万，16.1万人点赞“奥特曼爸爸”。次日徐剑锋祭拜生母杨素慧，在墓碑前痛哭久跪不起，

小强在短视频《徐剑锋母子团圆，孙海洋：杨大姐剑锋给你带来回来了》里，喊话寻亲家长们“不要放弃，保重身体，等着亲人回来”。截止3月15日，“小强说”发布9条短视频，播放总量6119万，点赞82.4万。

三、网络直播互动 网友全程参与见证

“徐剑锋认亲”直播不是单一信息源的发布，而是行进式、记录式、立体式地网络交互直播。3个小时直播中，超过114.3万网友从“观望者”(Viewer)变成事件的“目击者”(Witness)，通过小强口头播报、实况记录、认亲当事人采访等，网友除了获得较强的第一人称代入感外，还可通过留言直接参与事件，类似“多给徐剑锋姐姐镜头”“我想听孙海洋讲背后故事”“徐剑锋到门口了！快去！”直播留言不再与直播时空割裂，而是实时参与事件，与事件发展融为一体。这场3小时的网络直播，留言者多达1.6万人，留言量超过10万条。网络直播在孙海洋和徐剑锋抵达三门后，实时在线人数达到峰值90877人，并累计获赞251.1万。

四、多平台融合，小强IP彰显头部实力

除小强广电名嘴个人IP“小强说”外，“小强热线”抖音号、视频号、微博号同步对“徐剑锋认亲”和“徐剑锋祭拜母亲”进行网络直播，超过40万网友在线观看。“小强热线”抖音号相继发布短视频《“我就想找到妈妈”徐剑锋痛心讲述被拐过程》《徐剑锋被拐31年后回家，提到母亲他流下了眼泪》《徐剑锋被拐31年后回家，姐弟俩在妈妈墓前紧紧相拥》《认亲现场，徐剑锋姐姐的这句话听了好想哭》等，累计播放量1000万+。在浙江电视台教科影视频道《小强热线》栏目中，精剪2条电视新闻专题报道，复盘杨素慧寻儿的艰辛历程以及徐剑锋一波三折的返乡认亲之路，催人泪下，实现了“大小屏联动”，打通渠道和平台资源，实现融合传播。

愿被拐的孩子早日回家，天下无拐是“小强寻亲”项目的初心。自1月1日上线以来，“小强寻亲”通过警媒携手，累计帮助18位寻亲者成功找到家人，“小强寻亲”短视频累计播放量超1.5亿。

（作者单位：浙江电视台教科影视频道）