

广播自我宣传战略分析

吕 瑜

摘要：在目前这个注重自我宣传和营销的时代，广播对自身的宣传需予以高度重视，并纳入城市广播电台重要发展战略。广播的自我宣传，需要挖掘实力，善于用力，巧妙借力，勇于破圈，产生裂变效应；还需体现自己和听众之间的紧密联系，让受众感觉不管身在何处，广播的听觉、视觉冲击扑面而来。

关键词：广播 自我宣传

广播和电视、报纸是三大“脊椎”新闻传播工具，广播作为社会主义新闻事业的重要组成部分之一，是党和政府的喉舌，是重要的宣传阵地。新中国广播诞生82年来，以其贴近现实、贴近民生、贴近百姓的身姿，成了人们的日常“随身听”。但在当前媒体融合和经营创收双重压力之下，广播往往忽视了自我宣传。在现在这个注重自我宣传和营销的时代，广播必须不断加强自我宣传，并把它纳入城市广播电台重要发展战略。

今年是温州广播电台音乐之声（以下简称温州音乐之声）开播20周年。温州音乐之声提前一年谋划，力求抓住契机，充分利用开播20周年的载体，运用系列组合拳，展现广播文化，做足仪式感，强刷存在感，做好自我宣传。本人以温州音乐之声20周年台庆传播作为城市广播自我宣传的一个样本进行解析。

一、广播形象概念化焕新，呈现多年深厚积淀

温州音乐之声在谋划开播20周年时，首先定下了宣传基调：“20载岁月流转，温州音乐之声与温州这座城市同频共振，锻造温州城市文化的声音名片，一直走在创新的征程，温州音乐之声20正青春！”

温州音乐之声在迎接开播20周年之际，用频率形象全面焕新开启了“20年台庆”序幕，主打音乐之声LOGO的颜色“橙”概念：新年焕新，“橙”心“橙”意！用“橙”作为一条主线，体现和串联起频率的外在形象和内在能量，

带听众共赴一场橙色之约。放眼全国电台，进行这样概念化的改版，音乐之声也是“改”出了亮点和新意，并广受好评和赞誉。这次焕新改版在本土文化上有着更高的追求，这一点在随后几个月的实践中得到了听众的肯定，收听率攀升，受众收听黏度更强。比如，全天滚动播出的短音频节目《遇见温州》，浓浓的乡情和文化的追求根植其中。阿基米德APP在全国所有广播电台今年上新节目中重点推荐了温州音乐之声的新节目。

温州音乐之声的历年资料保全工作做得很到位，“20周年台庆”有自开播20年以来的“大事记”，展现20年发展历程，并做成了一份“20年的52个精彩瞬间”。52谐音“我爱”，有情怀，有传承。

喜迎20周年台庆期间的一朵小花絮从一个侧面反映出温州音乐之声在当地市民心中的温暖形象。温州音乐之声收到了听众叶女士送来的“爱心传递 情暖人间”的锦旗。2022年除夕夜，叶女士的父亲、家住锦绣路患阿兹海默症的80岁叶老伯走失，温州音乐之声当即通过节目播出寻人启事，发挥广播媒体的号召力和影响力，4小时后，叶老伯被听众在水心住宅区找到，并通过派出所联系上家属。叶老伯家属对于温州音乐之声帮忙找到叶老伯感激不尽，送来这份深情的答谢。

二、在传播渠道上多方组织，力求裂变式传播

（一）行业内的传播

温州音乐之声在成立20周年之际，经多方联系，邀请40多家省市级兄弟广播电台录制了祝福短视频。各兄弟广播电台以各自当家主持人作为代表发来了热情洋溢的生日祝福。

（二）文化单位的传播

温州大学音乐学院院长、温州市音乐家协会会长邹跃飞代表全市音乐工作者祝贺温州音乐之声开播20周年。温州市博物馆、市文化馆、市非遗中心、温州大剧院、市流行音乐协

会等温州各家文化单位的负责人均录制了庆贺短视频，营造出浓浓的开播20周年喜庆氛围。

（三）文化名家群体的传播

尤其值得一提的是，温州音乐之声此次在文化领域传播，邀请好朋友“打CALL”，这些好朋友都是温州音乐之声多年的文化人脉，是温州文化领域的翘楚。温州音乐之声《温州当代文化名人名家》栏目心怀本土文化传承，采访对象涵盖多个艺术领域，以优质内容和真情实感打动人心，渐次成为温州城市文化名片之一。《温州当代文化名人名家》记录温州这座人文底蕴深厚城市的文化名家群体，创新节目特质和传播渠道，形成了独具特色的文化栏目模式，为传承和弘扬温州文化做出积极探索和尝试。《温州当代文化名人名家》创办9年来，已经采访了260余位文化名家，以具有特色的思维模式和表现手法，让受众得到艺术和思想道德的双重熏陶。在20周年台庆到来之际，温州音乐之声特邀请姜嘉锵、谷好好、张翎、邢时苗、吴涤清、白雪等30余位温州籍的文化名家录制了近60条祝福视频。温州音乐之声中滚动播出文化名家的音频和短视频推送，并结合《温州当代文化名人名家》节目音频和历年采访照片，精心制作成微信推文。在两个多月的时间里，每天推送这些文化名家的祝福和视频，跨度久，影响深远，让温州音乐之声的20周岁生日也成了温州文化界的盛世、喜事。

三、打造活动攻势宣传

温州音乐之声为20周年台庆还精心策划了一系列的活动。作为20周年台庆系列活动首发站，今年2月13日举办了《安妮房车环游记》分享会。《安妮房车环游记》是温州音乐之声每天晚高峰深受听众喜爱的人文旅行户外直播节目。胡红（安妮）、李蜜温州电台两代女主播，通过音频和视频同步直播的方式，用声音串起路上的风景，一起传达热爱的魅力。《安妮房车环游记》分享会活动当天尽管阴雨绵绵，但挡不住粉丝们热情，原定80个名额，现场却到了近200人。胡红（安妮）分享了她从温州出发，两年来走遍了中国南部环线、中部环线，奔赴山川湖海的过程中历经的传奇故事。本次分享会的现场视频直播，点播量近10万人次。

温州音乐之声还于4月1日晚在温州鹿城区文化馆文化驿站带来一场“风继续吹 怀念张国荣线上音乐会”。嘉宾们带来了有关哥哥的珍

藏、一起畅聊哥哥的艺术人生，与大家一同重温张国荣的音乐魅力。除此之外，温州的铁杆“荣迷”带来了自己的珍藏参加这次的线上音乐会，与线上网友和听众进行分享。当天，线上有近5万人观看了该演出。除了线上音乐会，温州音乐之声还陆续推出了几项“20周年台庆”的活动。

温州音乐之声策划推出“永不消逝的电波声音里的艺术”装置艺术展，回望20载峥嵘岁月，开启温州广播与听众不见不散的浪漫约会。设立酷炫打卡广播场景展示区，搭建多款酷炫又逗趣的广播虚拟场景，让听众走进直播间，带上耳机，拿起话筒，体验一回广播DJ，更有直播相册记录下听众和广播的靓声靓影，打造属于听众与温州广播的专属记忆；还设立“声音的艺术”照片装置展示区，展示温州音乐之声20年的声音历程。被用艺术化方式呈现的照片、物件，见证20年光辉岁月，呈现温州音乐之声发展史上令人难忘的“高光时刻”，体现温州广播情系听众、服务人民的不变初心，以及在日新月异的移动互联网传播环境下的崭新征程。

“彩虹跑”招募听众参加。听众身着白色T恤，跑步过程中经过不同的彩色站，会被从头到脚抛撒对人体和环境无害的彩色粉末。“彩色跑”呼吁绿色环保，按照自己的节奏步伐享受这场色彩之旅。

“助力每一个梦想”发挥温州音乐之声节目主持人阿土和小米的影响力，举行路上真人秀点赞。对阿土和小米的步行过程进行全程视频直播，中途设置各种闯关、游戏、问答、任务等环节，展示温州城市发展日新月异的变化，领略温州的人文和自然风光。受众通过点赞给予两位主持人助力，参与互动人数，最终决定两位主持人徒步行走的步数。为了凸显直播趣味性，两个代言人进行互相争夺有利道具或者惩罚道具的比赛，发动受众在代言人经过的路段给他们加油打气，互动感强。

综上所述，广播的自我宣传，需要挖掘实力，善于用力，巧妙借力，勇于破圈，体现出自己和受众之间的紧密联系，使听众感受到广播的无限魅力和勃勃生机。通过对广播媒体的精神、文化的到位宣传，塑造城市广播的新形象。

（作者单位：温州市广播电视台）