

全媒体联动 内外宣并举 唱响“金”彩亚运最强音

——浅析金华市新闻传媒中心全媒体亚运宣传报道

罗钟炉

杭州第19届亚运会是近几年来我国举办的规模最大、水平最高的国际综合性体育赛事。金华是省运亚运“双赛之城”，今年又是金华广电与报社合并的融合元年，亚运宣传报道是金华报纸和广电两家媒体融合以后的首场大战大考。金华市新闻传媒中心充分发挥融合传播优势，提前谋划精心部署，全媒体全方位联动，内宣外宣齐头并进，从省运会宣传报道无缝衔接到喜迎亚运的宣传上来。

第十七届省运会结束以后，金华市新闻传媒中心马上投入亚运的宣传报道工作，通过采编发全流程的有效整合，最大限度发挥主流媒体的影响力，在全媒体平台持续推出大量有速度、有温度、有深度的报道。截至10月底，在报纸、广播、电视、新媒体等平台累计发布各类亚运报道3200余篇；在央媒省媒刊发亚运相关报道987篇，居协办城市前列；新媒体作品全网点击量破亿爆款视频1个，超百万视频12个，10万+以上视频33个，全网传播量超过2亿。通过全媒体多角度的报道，精彩呈现八婺大地喜迎盛会和亚运盛宴的浓厚舆论氛围，全方位讲好亚运故事、金华故事，交出了亚运宣传报道的“金”彩答卷。

一、全媒体联动，以“速度、深度、温度”让亚运报道可感可知

(一) 全平台发力，营造亚运报道声势

从今年年初开始，金华市新闻传媒中心以官方唯一的“金彩云”客户端为核心，全方位搭建亚运宣传平台。在金华日报和晚报开设《亚运有

我》等专栏，在新闻综合频道和广播新闻频率开设《你好 亚运》《亚运知识知多少》等专栏，在教育科技频道和公共频道开设《迎亚运》等专栏，第一时间刊登播报亚运报道。“金彩云”客户端首页开辟亚运频道，开设“我的亚运故事”“金华亚运故事”“动起来 更‘金彩’”“小马说亚运”“我为亚运代言”“文明亚运我助力”“亚运倒计时 今天我播报”“我是火炬手”等10多个版块，所有报纸、广播、电视等平台刊登的稿件每天都及时汇总到亚运频道。在亚运会倒计时200天、100天、30天，以及火炬传递金华站、亚运会开闭幕式等重要节点，全媒体力量全程聚焦，通过一篇篇充满金华元素的报道生动展现“金”彩亚运。采编团队充分运用文字、图片、视频、声音等丰富手段，记录足球小组赛、藤球比赛赛场内外，全景式展现具有浓厚金华味道的亚运故事。与此同时，通过一批小切口反映大主题的新闻特写，真实反映亚运给百姓生活带来的变化和金华这些年的发展故事。

(二) 全媒体传播，唱响亚运金华好声音

充分运用全媒体传播手段，通过外籍教练点赞金华赛区服务、外籍运动员感受金华文化生活，外籍球迷感谢金华等细节故事，借“外嘴”展现城市办赛精彩，相关短视频在抖音号、视频号、客户端和上级媒体多彩呈现，传播好亚运会上金华赛区好声音。

在赛场拍摄因版权等原因受限的情况下，记者积极发挥主观能动性，关注观众席、赛场外，敏

锐捕捉热点新闻。专门安排两名记者蹲点亚运分村,及时关注外国运动员赛场外的业余生活;组织记者多次赴杭州采访,带回了金华籍运动员和教练员王丛康、叶诗文、蔡力的相关鲜活报道。前方记者与后方编辑密切配合,创作了一系列短视频爆款,其中《谢震业夺冠后在看台边拥吻妻子》的视频点击量达846.6万;《吉尔吉斯斯坦运动员逛古子城,上演教科书式砍价》点击量701.6万。“JHTV百姓零距离”视频号运用老影像资料,编辑“影像金华”系列短视频,推出了《1990年亚运火炬来到金华》《最早藤球金华造》《当年的亚运火炬手》《当年的运动会》等系列爆款短视频。其中,《影像金华·城市记忆 1990年》,通过老视频带市民回顾1990年亚运火炬在金华的传递盛况,引发共情共鸣,点击量超百万。许多短视频在抖音、视频号上发布后,被“央视新闻”“潮新闻”“中国蓝”等客户端,以及央视频、美丽浙江等平台转载。

(三) 全过程参与,营造全民迎亚运氛围

以百场群众文艺文化活动、百场群众体育活动、百场“迎亚运树新风讲文明”活动、百场职工“迎亚运”活动、百场“‘金’彩数这里”活动为内容的“五个一百”活动是金华全民迎亚运的特色活动,时间跨度长,参与人数多,报道任务重。围绕“五个一百”活动,中心各宣传平台分别开设“迎亚运‘五个一百’”等专栏,持续报道群众文艺文化活动、群众体育赛事、青少年体育赛事等内容,推出了一批有角度有深度的作品,生动展现了全市2500多场全民健身活动背后的亚运风尚。新闻评论《“五个一百”迎亚运,迎来了什么》等报道,从活动现场的火热场景切入,从体育惠民、体育兴城、文体兴业等维度展开,通过百姓的视角反映城市风貌品质、治理水平、文明程度的三大提升,点赞实实在在的体育惠民举措。

此外,中心各平台充分发挥作为协办城市主流媒体的作用,积极参与到迎亚运活动中,策划推出了“我给亚运写封信”“外交官说亚运”“我在金华说亚运”“亚运歌曲大家唱”“城市文明大提升行动主题快闪”等一系列活动,吸引广大市民和青少年参与;拍摄“文明亚运·我助力”“文明观赛”等短视频,在全媒体平台广泛传播,先后有20多万人次直接参与其中。

二、内外宣并举,把亚运当赛场全力做好亚运报道同题作文,以“角度、热度、高度”让金华形象可爱可信

(一) 拓宽选题思路,放大亚运外宣效应

金华作为杭州第19届亚运会的协办城市之一,主要承担足球小组赛和藤球比赛两大赛事。前期赛事场馆的各项准备测试,亚运后勤保障以及城市风貌提升等都是外宣的好素材。金华市新闻传媒中心把亚运作为重要窗口的展示舞台,积极展现城市的文化底蕴、文明风貌、经济发展、魅力活力。外宣团队持续深入挖掘金华备战亚运和全民喜迎亚运过程中的鲜活故事,千方百计拓展亚运报道的外宣渠道,放大亚运外宣效应。

亚运是一道同题作文,尤其是外宣报道要出彩,一定要善于挖掘两个亚运背后的感人故事。若能采访到生动的现场,或是抓拍到感人的瞬间,就能夺人眼球,为外宣报道争取主动。像央视《朝闻天下》播出《运动员夜游古子城 感受宋韵文化》,外国运动员陶醉于古城宋韵美景,体验传统非遗的那种兴奋感,无不闪现着中国传统文化的魅力。《新闻联播》播出《相约亚运 相会中秋》中,也有金华亚运分村外国运动员与志愿者一起中秋放灯许愿的温馨场面,让亚运会报道充满温度和温情。在外宣报道中,外国运动员、技术官员、媒体记者对亚运赛会和保障服务的一个点赞、一份依依不舍,都能很好地折射出亚运的成功与完美。

(二) 全网紧密协作,打造爆款外宣产品

亚运会倒计时30天,央视新闻客户端再次聚焦金华,对“精彩亚运‘藤’飞金华”活动进行长达45分钟的现场直播,全程展示了亚运歌曲快闪、藤球运动、经典婺剧表演等金华赛区的特色展演,全网点击量超800万。在足球小组赛结束时,记者捕捉到了全场观众起立为中国台北队长时间鼓掌的感人一幕,并连夜赶制“金华赛场观众为中国台北队暖心加油,领队含泪感谢”短视频。视频推出后随即被新华网、人民网、环球网等众多媒体转发,一天内点击量破亿,点赞量超百万。

记者要把自己放到受众的角度去破题,寻找报道角度,会收获不一样的效果。央视《新闻直播间》播出的《活力金华 不止火腿》报道中,通过

5分多钟的时长,以灵动姿态巧妙呈现了“东方好莱坞”横店影视城、“世界超市”义乌、婺剧、婺州窑、藤球等金华元素,节目播出后刷爆朋友圈。一时间,“金华除了火腿到底还有什么”成为大家讨论最多的话题。长期以来,外地人对于金华印象最深的莫过于火腿,只要聊到金华便是火腿,看到火腿便是金华,但对于现在的金华来说,拿得出手的东西远不止火腿。因此,“活力金华原来不止是火腿”就成了这条新闻的点睛一笔。整个视频每个片段从场景、专场、声画、行文,逻辑明快,可看性较强,把金华的经济、人文、发展活力以非常讨巧的方式展现得淋漓尽致,很快成为百万级爆款。

(三) 延伸亚运热度,拓展“后亚运”连锁报道

杭州亚运会结束后,亚运赛事热度慢慢减退,但有关后亚运时代的外宣报道依然是新闻

富矿。亚运结束后,各地承办过亚运赛事的场馆又回归到百姓日常的生活健身圈中。10月6日金华发布消息,办赛场馆所有室外运动项目每天免费开放14小时,周开放时间超90小时,法定节假日所有场馆全部免费开放。从亚运惠民的角度,切入场景做,又是一条有热度有温情的外宣报道。亚运带动全民健身热,一些新兴体育产业异军突起,像攀岩、滑板车等群众性运动在各地方兴未艾,婺城区水上运动中心的小轮车训练馆经常训练爆满。新兴竞技体育玩得人多了,体育竞技装备生产企业产品销售自然火爆。像永康生产的滑板车、武义生产的电动冲浪板企业都是订单满满。义乌国际商贸城被称为世界市场的晴雨表,亚运会再次带动了足球等体育用品的销量,也为媒体采访提供了源源不断的新闻素材。

(作者单位:金华市新闻传媒中心)

