

让大流量支撑正能量传播

——义乌市融媒体中心提升新媒体流量的实践与探索

赵一阳 李志群

摘要：媒体融合时代，流量成为热门话题。主流媒体在融合发展中如何提升流量，让新媒体的大流量支撑正能量传播？本文结合义乌市融媒体中心新媒体平台提升流量的创新做法，对如何发挥流量的作用，支撑正能量传播课题作一探讨。

关键词：新媒体 流量 正能量传播

互联网时代，新媒体的崛起对报纸、广播、电视等传统媒体造成前所未有的冲击，传统媒体如果墨守成规，不注重与新媒体融合发展，注定无法适应时代潮流。

发展新媒体，绕不开流量这个话题。抖音、快手等社交平台大行其道，流量成为热点名词，赚流量、蹭流量曾一度让流量涉嫌贬义词。其实，流量如同电视收视率，是新媒体时代体现粉丝关注度的一个重要指标。电视栏目没有收视率，再好的新闻也触达不了受众。新媒体也一样，没有流量，何谈新媒体作品出圈，何谈新媒体的正能量传播。

客观看待媒体关注流量，就像做电视节目，要关注收视率一样。我们抵制用低俗、色情、暴力等博眼球赚流量，但也提倡用优秀的作品提升流量，让大流量支撑正能量的传播。

如何让大流量支撑正能量传播？笔者结合义乌市融媒体中心的实践作一探讨。

一、筑巢引凤，加快新媒体平台建设

《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2022年6月，我国网民规模为10.51亿，互联网普及率达74.4%；其中短视频增长最为明显，达9.62亿，占网民整体的91.5%。^①互

联网已经成为意识形态斗争的主阵地，移动端成为信息传播的主要渠道，短视频成为受众接收和传播信息的重要形态。传统媒体必须植入互联网思维，抢滩头、筑阵地，加快移动新媒体平台建设。

义乌市融媒体中心2022年内部机构调整后，加强义乌发布、爱义乌、义乌商报微信公众号、爱义乌新闻客户端、爱义乌视频号、义乌TV视频号、爱义乌抖音号等新媒体平台建设，在人员和政策机制上向新媒体倾斜，改造爱义乌新闻客户端，强化技术支撑，着力培养全媒体记者，齐心协力做大新媒体平台。2022年底新媒体平台用户和粉丝总量超过360万，从而也让正能量有了更好的传播平台。

二、关注社会热点，做大平台粉丝量

眼下传统媒体普遍开辟了新媒体平台，但如果平台没有影响力，没有关注度，就如同空心枕头，只是摆设。做大做强新媒体平台，关键是不能缺席社会热点事件。缺席则意味着失语，会导致百姓失望、谣言四起、舆情难控，从而削弱主流媒体自身的影响力、引导力、传播力。现实中，媒体缺席的原因难以一一罗列。常见的是顾虑“监督权力”的难度、担心“惹祸上身”的自保、专挑“成就赞歌”的求全和借口“稳妥报道”的避责。这些都有悖于主流媒体坚守舆论导向的使命担当。^②

义乌市融媒体中心新媒体创作立足热点新闻事件，坚持内容为王，坚持正能量高扬主旋律，坚持优质精品，围绕中心服务大局，紧跟热点把握时机、谋划增粉。2022年义乌

“8·2”疫情突发，备受百姓关注。义乌市融媒体中心采编播人员把镜头对准防疫一线，用笔头、镜头记录抗疫故事，引导市民理解支持落实防控措施，发动市民共同参与，真实记录全市上下以最快速度、最严举措投入疫情防控歼灭战，展现社会各界同心协力、共同抗疫的动人画面和真实场景，深入挖掘出了一批有广度、有温度、有态度的战“疫”故事和暖心新闻，温暖人心，鼓舞斗志，凝聚起万众一心、同心抗疫的磅礴力量。累计推送新媒体作品2730多件，短视频638个，阅读量“10万+”作品303个，“100万+”作品22个，累计阅读量超过2亿次，主流舆论正面宣传引导形成最强音，新媒体矩阵8月份一个月粉丝数量增长32万。2022年8月，义乌市融媒体中心获浙江省县级融媒体合作传播力榜榜首，爱义乌公众号获全国县级媒体微信号百强榜榜首，媒体传播力、引导力、影响力、公信力进一步提升。

三、提升专业能力，多做爆款作品

队伍的专业化能力是保证优质内容稳定输出、爆款产品屡屡破圈的根本支撑。传统媒体的记者编辑要勇于转型，敢于走出“舒适区”、不断克服本领恐慌。媒体单位在注重业务培训的同时，也要给予采编人员适当压力，让他们尽快适应并提升新媒体驾驭能力。

近几年来，义乌市融媒体中心在这方面作了积极探索。新闻宣传推行了移动优先考核机制，对新媒体编辑实行了阅读量考核；政经部、社文部、节目部3个电视采编部门推行全员短视频创作和考核制度；每位电视记者每月至少完成2篇短视频创作。所有采编人员新媒体业绩开展红黄旗排名竞赛。推行移动优先考核机制，推动了采编人员向全媒体人才转型，新媒体创作得到加强。

2022年10月，义乌市融媒体中心推出“喜迎二十大·非凡十年”系列报道，其中报纸开篇反映义乌10年发展成就的新闻本来是常规报道，主要分GDP、规上工业产值、进出口贸易、电商快递、居民收入增长等。但新媒体编辑运用数据创作出新媒体作品《数

说非凡十年：义乌绘就高质量发展新篇章》，用精美图片+数据的方式，短小精悍又图文并茂、相得益彰，较好展现义乌10年发展的巨大成就。新媒体思维的创新让这篇时政类数据新闻被人民日报客户端采用，并获得100万+阅读量。

2022年6月初，河北唐山烧烤店打人事件在网络上发酵，在全国掀起舆论风暴。在这一舆论沸腾的节点，在义乌却有5名男子凌晨在餐馆吃完夜宵，主动将餐桌、地面收拾得干干净净。这一暖心行为与唐山事件形成鲜明对比，传递出满满的正能量。记者敏锐捕捉到这一题材的新闻性和话题性，收集网友拍摄的视频素材跟进报道，及时推出系列短视频，并通过美丽浙江抖音号等推送，总播放量近2亿，迅速登上微博热搜。

2022年，义乌市融媒体中心创作出10万+短视频985条，100万+爆款短视频266条。精、准、快的新媒体传播使“义乌TV”视频号在全省县级融媒体中心官方视频号中排名第一、抖音融媒指数名列全省县级融媒体中心第一。

四、借船出海，提升大流量

正能量如何产生大流量，让好声音传播更广更远，借力传播是关键一环。

义乌市融媒体中心作为基层县级媒体，借外力爆款提升传播力，也是作为基层地市媒体发展的必由之路。近几年来，其创作的新媒体作品在央视新闻客户端、人民日报微信公众号、人民日报客户端、新华社客户端、浙江新闻客户端、中国蓝TV、美丽浙江抖音号等10多个主流平台同步分发，大幅增加了点击播放量过百万的爆款。2022年8月9日，印度107名外商包机来义乌采购。这是一条常见的经济新闻，电视记者创作了《全国首趟印度外商来华包机今晚抵达，107名印度客商到义乌集中采购》的短视频，义乌TV视频号阅读量只是过万，但上报美丽浙江抖音号推送，阅读量达到188万。2022年10月21日，电视记者创作的《义乌浙大四院生死时速、男子心脏骤停，急救医护大喊：跪上去！》短

视频，报道浙江大学附属第四医院医护人员一路跪在急救担架上抢救病人，最终让病人转危为安的感人故事，引发网友共鸣。作品一经推出，在自有新媒体平台阅读量达到10万+，但县级平台传播力毕竟有限，紧接着通过美丽浙江抖音号推送，阅读量达到2388万。2022年，义乌市融媒体中心通过上级平台采用推送获得100万+作品有266条（篇）；其中8月份，“美丽浙江”抖音号转载推送义乌疫情防控暖心正能量短视频40条，视频累计播放量超过1.4亿次。

五、作品以情动人，引人共鸣

平常听得最多的是新闻宣传要“围绕中心，服务大局”。这没错，但从专业上来说，新闻与宣传还是有差别的，不能完全相互替代和混肴。比如，片面追求叙事宏大，连篇空话套话，热衷“唱高调、造新词”，不接地气，日积月累最终成为“谁写谁看”“写谁谁看”的自嗨式娱乐，甚至沦为损害党和政府形象的“低级红、高级黑”。2022年11月，河南郑州某社区书记刘红英用“抗疫错过女儿成人礼”作为先进事迹介绍，视频在网络转发后被网友嘲讽，抗疫典型遭遇“翻车”不仅没有达到与网友共情的效果，反而给社会带来不良的舆情影响。

同样是抗疫话题，义乌市融媒体中心采制的《抗疫父亲的150字“告儿书”》短视频，说的是义乌市妇幼保健院医生吴正强，夫妻两人都是医务工作者，奔赴抗疫一线，来不及和留在家中的两个儿子一一交代，就写了一封150字的《告儿书》，鼓励儿子坚强面对疫情、积极努力学习。记者在采访吴正强时，力求以情动人，创作共情短视频。“要听哥哥的话，保持电话畅通，每天早上要做核酸……”字字不提爱，却句句都是爱。只留两个未成年的孩子在家，夫妻俩也有担心和牵挂，但他们更希望儿子能明白，“我们的家并不只有爸爸妈妈，义乌是我们更大的家，

要齐心协力守护好它。”整个短视频以小见大、以情动人，剪辑、配乐细腻流畅，孩子懂事的语言、母亲哽咽的声音，都引发了网友的共鸣与共情，播放量达到20万，爱心点赞数和拇指点赞数超过1万。

2022年高考成绩发榜前夕，义乌佛堂镇泽塘村的百岁老人金竹顺手写了一封信，交给镇里的工作人员，表示要把自己多年做扫帚攒下来的5万元钱，捐给考上大学的困难学生。后来，经过筛选，5个困难学生收到了老人的捐助。从得知这个暖心的消息，到5名学生接过老人的捐助款，义乌市融媒体中心记者全程跟踪拍摄，画面感人。老人的谆谆教导，5名学生的感激之情，都深深地感染了网友们。他们纷纷为金竹顺老人点赞。爱义乌视频号前后推出《百岁老人的心愿》《百岁老人绑扫帚资助5名学生》的两条短视频，阅读量近20万，点赞过万。同时，浙江卫视中国蓝、美丽浙江等省级媒体，央视新闻、人民网、人民日报、新华社等国家级媒体，也都纷纷转载，点赞超百万，让全国人民认识了义乌这位爱惜人才的百岁老人，同时也更好弘扬了义乌崇文重教的传统文化，传递了正能量，润泽了受众的心。

主流媒体关注流量，不应该用低级趣味去迎合受众，相反，要彰显主流媒体的责任与担当，在坚守传播正能量这一定位下，积极探索“让大流量支撑正能量传播”的报道手法，不断提升全媒体时代主流媒体的传播力、引导力、公信力和影响力。

参考文献：

①第50次《中国互联网络发展状况统计报告》，专家解读，中国互联网络信息中心（CNNIC）微信公众号，2022年8月31日。

②刘荒《主流媒体舆论引导力从何而来》，《青年记者》，2022年8月第15期第1页。

（作者单位：义乌市融媒体中心）