

创新表达方式

打造区域全媒体外宣品牌

——“美丽丽水”融媒实践浅析

叶 雯

摘要：眼下，媒体融合已经进入深水区。如何借力主流媒体客户端和头部短视频平台，打造以短视频为主打的全媒体产品矩阵，让各地的正能量、小美好得到更大范围传播成为一大命题。本文以丽水市广播电视台运营打造的“美丽丽水”短视频外宣品牌为例，探讨政务号如何通过创新表达方式，借船出海，讲好当地美丽故事。

关键词：短视频 “美丽丽水” 媒体融合

“美丽丽水”是由丽水市委宣传部主办、丽水市广播电视台运营的全媒体外宣品牌，于2021年9月9日正式上线。“美丽丽水”以“拓展全网影响，赋能丽水形象”为总体定位，开设抖音号、快手号、微信视频号，入驻人民日报、学习强国、新华网、央视频、中国蓝新闻、澎湃等多个主流媒体移动端和新浪微博、B站等头部社交平台，构建以短视频产品为主打，集纳快直播、慢直播等多形态的全媒体产品矩阵，紧紧围绕市委市政府中心工作，展现丽水的美事、美景、美人、美物，实现多屏多端、全网全媒融合传播。

上线半年多以来，“美丽丽水”已推出1100多个短视频，其中全网100万+播放量作品达161个，1000万+作品35个，连续9个月在“美丽浙江”全省融媒体月度录用排名中位列第一。

一、打通大小屏，实现双屏多端共振

如何提升传统大屏优质内容的传播力，让更多的人看到，这是传统媒体在融媒创新上普遍需要思考的命题。“美丽丽水”正是丽水广电媒体人积极挺进“主战场”中提交的全新答卷。

“美丽丽水”上线运营以来，丽水市广播电视台电视中心的《丽水新闻》《瓯江报道》《老白谈天》3档老牌电视新闻栏目的大量优质内容在“美丽丽水”平台“曝光”，进而“出圈”。目前，“美丽丽水”四分之一的内容来源于这三档新闻节目。按照要求，电视新闻记者在采访时，要融入短视频思维，有意识地录制短视频制作需要的内容，在完成采访后率先为短视频团队提供鲜活素材，由短视频编辑进行加工后全网首发。今年2月8日，丽水市景宁县召开全县工作会议，评选出了7个“奋斗者”、3个“躺平者”，电视大屏记者采访后，“美丽丽水”团队的小编第一时间跟进，抓取放大了颇有话题度的“躺平者”这一新闻点，推出了16秒短视频《躺平也有奖？景宁为“奋斗者”“躺平者”颁奖！网友：建议全国推广！》，视频在抖音、快手、微信视频号发布后引发强烈反响，24小时内全网播放量突破800万。

在大屏记者为新媒体小屏提供鲜活素材的同时，“美丽丽水”也在努力反哺大屏。电视新闻《瓯江报道》以“竖屏”的形式开出了短视频出版块，通过“口播+短视频+点评”的形式进行呈现，《瓯江报道》也成为短视频在电视大屏上的展示窗口。“小转大”不仅仅是在输出内容上的供给，更体现在推动传统主流媒体的“破圈”融合。一个视频在“美丽丽水”抖音、快手或视频号上成为“爆款”以后，记者会马上跟进，做一个延续的采访报道，把采编内容再制作成中视频和短视频在大小屏同步分发，让产品形成多轮发酵的叠加效应。

在丽水遂昌，一位95后大学毕业生自主创业当起“修鞋匠”，小编在网络上看到这个线索

后，迅速联系了当事人，通过“电话采访+当事人记录”的画面，剪辑制作了短视频《95后大学毕业生当“修鞋匠”，香港的顾客都来找他，网友：家里的球鞋扔早了》，内容一经发布便在全网“出圈”。网友们都为这名小伙点赞。电视大屏记者也围绕青年创业的新闻点，第二天即前往遂昌实地采访拍摄，而且在深入了解后得知，这名小伙不仅自己创业鼓了腰包，更带动了村民就业，为村里提供了100多个就业岗位，成就了当地共同富裕的一段佳话。根据这一新的新闻亮点，“美丽丽水”小编二度创作，继续推出了后续视频，而且效果不凡，两条视频全网阅读量超1000万。类似这样“大小屏”互相成就的例子在“美丽丽水”运营过程中屡见不鲜。

二、坚守主旋律，解锁“美丽”流量密码

传播学者喻国明说：“传播的实践证明，情感共振、关系认同的力量有时候远大于事实与逻辑的力量”。^①互联网时代，流量向善，方能长流。最终让我们记住的，不是流量的多少，而是流量背后美好的人和事。在“美丽丽水”上线之前，丽水市广播电视台在短视频领域早已进行了“试水”并尝到了“甜头”。2020年底，丽水广电推出了“金蝉视频”资讯号，生产发布时效强、内容精的短视频产品。如果说“金蝉视频”是丽水广电融媒创新成果的1.0版本，那么“美丽丽水”则在向2.0版本迈进。作为丽水全媒体外宣品牌，首先在地域上，“美丽丽水”只发布与丽水相关的视频内容；其次在题材上，有别于很多“抢突发”“打擦边球”“蹭流量”的平台帐号，“美丽丽水”不单纯追求眼球和流量，而是旨在传播丽水的美事、美景、美人、美物，让受众在包含“美”的作品中感到温暖、感动和共鸣。传递主流价值观，丽水的“美丽”故事在全网产生了大流量。

今年3月2日，“美丽丽水”发布了一条热心男子跨越护栏出手相助的视频：《电动车侧翻，母女被压！关键时刻，男子“违规操作”跨栏相助！交警：竟比我冲得还快！点赞》。该内容一经发布便在抖音、快手、视频号三个平台“走红”，全网播放量在8小时内就突破了1000万，网友纷纷为丽水“跨栏哥”点赞转发。

三、抓住共情点，强化“服务+”意识

在以往，传统媒体与受众之间是一种单向传播的关系，媒体发布什么内容，受众就只能看什么内容。在媒体融合不断深化的当下，与受众深度“融合”成为“美丽丽水”运营的必然选择。“美丽丽水”上线以来，一直坚持“服务+运营”理念，以受众的“真善美”需求为导向，主动出击，积极融入受众的话语体系，通过正能量的短视频内容和粉丝形成情感共同体。今年3月23日，一条《“菌中之王”羊肚菌喜迎丰收，4个月收益96万！网友：赶紧的，快教我怎么种！》的内容在“美丽丽水”平台发布，作为当地村民的增收致富法宝，许多网友都在评论区留言问羊肚菌种植情况。为回应粉丝关切，“美丽丽水”第二天就推出了《菌中“爱马仕”羊肚菌正在长大》的慢直播。这种“有求必应”的做法大大拉近了主流媒体与受众的心理距离。

目前，“美丽丽水”以每日6-10条视频的数量进行更新。虽然丽水并不缺“美”的内容素材，然而依靠传统电视的线索来源却无法实现量足、质优的内容供给。为此，“美丽丽水”运营团队积极采用“数据指导生产”，通过大数据分析，各平台同城内容、热点内容的挖掘、跟进，有针对性地加大对受众喜闻乐见的正能量、小美好等内容和渠道的投入力度，实现高效、精准的运营。从这个角度来说，正能量和大流量天然契合，让正能量成为大流量，有助于在互联网时代凝聚共识，让网络空间充满积极向上的力量。

四、重塑机制激活力，点燃“美丽”外宣品牌效应

破旧立新，优化体制机制，全力激发内生动力。倒逼队伍观念转化，通过各种形式不断强化队伍的互联网意识，深化融合发展理念；启动收入分配改革，在电视新闻记者的考核中引入短视频的量化指标，推动全员加快观念转型、技能转型。

同时，打造“美丽丽水”协作共同体，形成“纵向联动、横向拓展”的生态格局。在丽水市委宣传部的大力支持下，“美丽丽水”广泛对接各级政府、职能部门和9县（市、区）融

媒体中心，形成了市县二级媒体为主体，各级职能部门、农村基层组织、同城拍客为支撑的50多家协作体，源源不断为“美丽丽水”输送“弹药”。特别是与县（市、区）融媒体中心的良好互动，一方面，“美丽丽水”助力县级融媒体中心移植“美丽”品牌，共讲“美丽”故事；另一方面，推行县级融媒体人员挂职制度，县级融媒体中心每3个月都会派专人挂职参与“美丽丽水”的日常运营，以此助推地方融媒体人才队伍建设，促进共同融合发展。

“美丽丽水”的成功实践说明，政务号运营

坚持以“美丽”为导向，正能量也有大流量。守正也要创新，广电在发挥已有优势的基础上，突破传统的生产模式，借力上级主流媒体客户端和头部短视频平台，同样可以借船出海，实现传播力、引导力、影响力和公信力的提升。

参考文献：

①朱永祥、雷漾、王梦菲《创新表达方式凝聚情感共识——以“美丽浙江”媒体融合实践为例》，《新闻战线》2022年第3期。

（作者单位：丽水市广播电视台）

