



## 城市之声主持人 新媒体IP打造与管理

来 钧 | 浙江电台城市之声总监

今天我跟各位分享交流的是城市之声在媒体融合的大背景下，主持人的IP打造与管理的几点实践和思考。

在推动主力军全面挺进主战场的背景下，在集团“坚持自我革命，推进系统性重塑，融合再出发”的顶层设计和部署下，城市之声一直以“中国头部、浙江标杆”为目标大力推进媒体融合，打造新媒体短视频矩阵。

截至2022年5月30日，城市之声已经打造百万级粉丝短视频账号6个，总粉丝近4000

万。其中，“新闻姐”抖音粉丝1320万，是抖音平台认证的中国广播电视新闻IP第一抖，“新闻姐”的快手号拥有粉丝550万。“新闻姐”在新浪微博、B站等平台也在布局，正在形成单一IP的矩阵效应。“晓北-城市私家车”抖音粉丝860万，是中国广播电视汽车服务第一抖，这是深耕垂类领域的融合标杆。综艺号“Miss袁”，抖音粉丝110万。此外，在旅游、美食、亲子等方面的短视频账号也正在孵化中。尼尔森网联广电MCN大数据平台将城市之声列为全

国首个粉丝超千万的广播主播IP群。

在城市之声的运作实践中，推进广播短视频IP的发展有两个经验：一是破圈要早，迭代要快；二是全员参与，内容为王。

### 一、破圈要早，迭代要快

城市之声的融合探索之路起步较早。作为一家广播电台，城市之声早期就拍摄过视频短剧“107娱人季”，跟腾讯爱奇艺等平台合作，开启了广播的视频化探索。随后，又推出了“全民开赞”“疯狂主播”等项目，尝试广播新媒体的互动新形态。2016年，联合“棒直播”等平台推出广播视频直播的多样化运作。2018年，在基于前述探索和尝试的基础之上，正式布局抖音快手平台。

在这个过程中，城市之声的主持人和记者都经历了一轮又一轮的新媒体探索和尝试。举个例子，晓北的爆发式发展是在2020年5月，她在广播端的一段为听众维权的视频火遍全网。视频在抖音发出后迅速被微博、知乎、B站等多平台转载并陆续登上热搜。《新京报》《澎湃新闻》等媒体跟进报道，《人民日报》《光明日报》等发声力挺。该视频在微博的阅读量大达6亿人次，抖音平台播放量3.6亿人次，加上B站、快手等，全网总播放量超10亿人次。

看起来晓北的走红是偶然的，实际上，晓北在新媒体的探索早已经历了媒体融合2.0甚至3.0的迭代了，包括“棒直播”“喜欢听”“疯狂主播”等一系列融媒项目，晓北先后参与了直播打赏、广播视频直播、互联网短音频等领域试水。在这个过程中她一步步夯实了自己的专业能力和互联网网感，这也是她在机会到来的时候，能迅速破圈和扩圈的原因。

同时，在IP打造起来之后，城市之声还顺势迭代，打造围绕大IP的子IP。“晓北-城市私家车”抖音号成功打造之后，我借助她在新媒体上的传播力、影响力，从2021年开始创新推出了“《城市私家车》汽车服务质量报告”这个子IP。在每年的“3.15”，围绕晓北收到的投诉案例，通过后台的大数据整理，在浙江广电集团800平米演播厅正式且官方地发布这份报告：五大榜单、十大案例。今年是第二年，全网传播量达到4亿人次，霸榜抖音热搜。这些

都很好地提升了节目的品质，壮大了影响力和品牌力，在传播和营销上形成了较大的助推力。我们的目标是经过几年的锤炼和打造，大IP的多元化矩阵能形成全国全网范围内的头部影响力。

### 二、全员参与，内容为王

城市之声在进行短视频布局的时候，鼓励全体主持人和记者根据自己的节目打造自己的新媒体账号。

在短视频IP的运作中，我们推出了“轻量化拍剪，批量化生产，极致化内容”的办法。广播电台没有专业的摄像剪辑，我们找来老师对记者主持人进行手机剪辑的培训，最大程度缩短拍摄和剪辑的流程，一可以提升内容生产的效率，二能确保稳定地输出可持续的内容，三能够把最多的时间花在内容上。

全员参与新媒体的结果是，原本身居幕后的早班编辑邹雯也能够在新媒体时代脱颖而出。很多人问过我，都是说新闻，为什么“新闻姐”能够成功。我想用新闻姐作品中的一条网友评论来回答：“刷抖音一整天，不如看新闻姐3分钟。”

网友的意思很明确，网上的新闻资讯是海量的，但是一个认真梳理海量信息，并且能够在几分钟的时间内清晰流畅地表达的编辑是稀缺的。这背后，有邹雯15年记者编辑生涯的积累，更有她在内容上用心用情去下的真功夫。

在新媒体的传播生态中，内容的生产能力被分为三个层级：一是生产内容，二是生产优质内容，三是持续生产优质内容。要打造一个新媒体的大V，“持续生产优质内容的能力”是必须要跨越的门槛。

新媒体IP打造之后，最重要的是管理。在新媒体的管理方面有两个原则：一是统一管理，坚守底线；二是尊重个性，鼓励创新。

### 一、统一管理，坚守底线

统一管理指的是频道的新媒体主号，由频道注册、频道运营、频道全链条管理。针对个人IP号，我们坚持的是个人注册、个人运营，但由频道审稿把关，把握导向，守住底线，按照集团“三级四审”的要求全链条管控，新闻

姐的稿子都是由分管宣传的副总监审稿。这样做的好处是，充分发挥了不同账号的特性和灵活性，但在把握导向，坚持政治方向上，做到了一把尺子、一个标准、一条底线。

## 二、尊重个性，鼓励创新

“尊重个性，鼓励创新”是我们在把握导向的基础之上，充分鼓励所有栏目的主持人和记者，去推进自己的内容领域的新媒体拓展，对个人在新媒体账号的建设过程中打造的人设、选择的赛道、表达的形式、生产的内容，我们一般不做硬性的布局，充分鼓励大家根据内容

的特性、个人的特长、平台的规则、形势的变化，去调整自己的运营思路。

前述是城市之声在新媒体IP的打造与管理过程中的两点经验和管理上的两个原则。媒体融合是传统媒体不断新开跑道、转换赛道的过程。城市之声也是在不断探索、不断迭代的过程中。未来，我们在集团的统一部署下，将进一步探索新媒体和广播的互动赋能，争取成为集团“推进系统性重塑、融合再出发”的一块小小的试验田，为助推广电事业的新发展贡献自己的一份力量。

