

云端战“疫”背景下的 融媒创新叠加效应

杨亚初

摘要：在疫情防控形势依旧严峻的大背景下，主流媒体越来越多地将“云端”确立为常态化应对疫情挑战、建构融媒竞合优势与寻求发展突破口的根本方向。城市广电台如何通过运用“云平台”新理念、新技术和新手段，紧扣新兴热点联动发力、云端战“疫”成果迭出，从而激发融媒创新叠加效应，更进一步推进媒体深度融合，值得深入研究，并从多维度开展实践探索。

关键词：城市广电 云端战“疫” 融媒创新

近些年主流媒体的融媒实践与探索足以验证：移动优先的根本方向在“云端”，转型升级的关键枢纽在“云端”，融合制胜的竞争主场在“云端”。尤其是这些年，为履行新闻战“疫”使命担当，主流媒体通过加快运用“云平台”新理念、新技术和新手段，系统升为融媒运营，以互联互通消融“信息茧房”的区隔效应，谋求实现“4A”生产方式的“云”转变：“Any-time, Anywhere, Anyone, Anyway。”

“云”为“融”之器，“融”为“云”之道。金华市广播电视台（以下简称“金华广电”）“金彩云”智造平台通过采取“私有云+专属云+公有云”的混合云架构，立足“云端”深入实战，努力在“静下来”的疫情防控需要和“动起来”的社会发展需要之间，紧紧抓住“家门口爱心农超”“消费券发放”“MCN直播带货”“数字化改革项目合作”等热点，多管齐下打通服务社会民生的“最后一公里”。“金”彩纷呈“云”朵盛开，激发提升融媒叠加多重效

应，全面推动媒体深度融合，打赢能级提升战。2021年，“金彩云”智造平台入选全国广播电视媒体融合成长项目，“接力读宣言”等获评浙江省网络视听年度媒体融合创新案例奖、长三角广播电视媒体融合优秀案例。今年，涉及数字化改革项目合作经营额翻番，可望突破五千万。

一、“家门口爱心农超”引发的“涟漪效应”

复盘疫情初期的金华广电云端战“疫”，2020年2月初，因严格的防控措施，金华各大菜场与商场近乎“停摆”。金华广电《乡村发现》栏目记者敏锐捕捉到市民“买菜难”和菜农“卖菜难”的问题，与金华市农业农村局、市区20多个社区一拍即合，迅速推出了“家门口爱心农超”新闻行动。

有别于京东、盒马等大型生鲜电商平台，也不同于实体菜场与商场，“家门口爱心农超”通过在社区设置“无人售菜点”，扫码即可完成“DIY”式自助交易，所筛选农产品要求是“绿色无公害”“新鲜不隔夜”“源头可追溯”。“基地直采+无人售菜”模式，操作便利、运转顺畅，有效疏解了矛盾和问题，得到了广大市民、菜农的一致认可，单日销量最多超1万斤，省广电局领导专门批示肯定。

尽管“家门口爱心农超”起步不久，运行模式相对粗放，但因其契合了疫情模式下的民生刚需，一时间波澜兴起，激活一池春水，金华广电“家门口”云服务因此被激活，呈“涟漪式”铺展。

线上线下盘活提升。“无限金华”客户端顺

势开设“爱心农超”专题，将动态宣传、订单预约、评价反馈等嵌入服务流程，沉淀用户数据，导入UGC互动。从记者“跑腿”转向云端“跑信息”，服务提档、效能倍增，收获了“一键直链‘百（100个直供基地）’‘千（1000个参与农户）’‘万（10000个市民家庭）’”之效。

趁势对接直播带货。今年3月，伴随着疫情的缓解及直播带货成为新风口，金华广电趁热打铁，将“爱心农超”提档升级，以“广电欢乐购”为主打品牌，联合淘宝、抖音、快手等平台共同发力，每周三场、一波紧接一波的“连麦”赶“潮”，将广电“云服务”串珠成链，重点培养以“942马小团队”为骨干的“MCN带货主播”。“MCN”在本质上是内容的聚合与分发，并推动流量变现，在直播带货中扮演着链接多边关系的角色。与“爱心农超”相比，“MCN直播带货”更具广电优势，也更能显现“网红效应”。

立足云端转型升级。首先，“云技术”体现“数战数决”。金华广电先后引进的“媒体大脑”、AI主播、视频快剪等各显神通，云导播、云非编更是为新闻战“疫”插上两翼。其次，“云活动”赢得“好戏连台”。各中心通过对接社会需求、转换议程设置，半年累计开展了上百场“云招商”“云招才”“云赏春”等活动，3辆“融媒体直播车”几乎是连轴转。再次，“云项目”得以拓展。云数据中心先后与金华公安、金义新区、金职院等达成“智慧+”项目合作，全案承担了婺城区融媒平台建设。最后，“云团队”迅速壮大。以“MCN广电欢乐购”为核心，聚合了“广众影像俱乐部”“马小吃货群”“942车友会”“金华微信群主联盟”等活跃社群，另有涵盖短视频、H5、VR等新媒体创作的近10家“融媒工作室”挂牌运行。

疫情突如其来并形成持续影响，推动金华广电越来越多地使用“金彩云”进行新闻报道、融媒服务与智慧项目等实践，由点及面，形成“涟漪式”交互和共振。经过融合转型系统重构，许多主流媒体已在传统新闻服务的基础上延伸新的思考，锻造新的价值。“引导群众、服务群众”作为一道必考题，时刻促动金华广电

注重社会角色的创新构建，以“最强大脑”与“硬核行动”探索云端服务的最优路径。

二、“消费券发放”+“MCN直播带货”收获的“倍增效应”

云端战“疫”非单兵作战，具有“一体化”“旗舰式”“系统性”等特点。金华广电依托“金彩云”强大支撑，一手抓融媒生产，一手抓热点运营，云端战“疫”能级提升，“倍增效应”十分显著。

2020年5月初，金华市政府决定开展“3亿元消费券”发放，指定由无限金华客户端、金华新闻客户端联合承担发放推广工作，为网络抢券提供“入口”。“入口”即流量，蕴藏“百万+”潜在用户，窗口机遇不可错失。经过精心策划与论证，金华广电决定将“消费券发放”与“MCN直播带货”相结合，唱响融合曲，巧打组合拳，着力谋求“1+1>2”的共赢。

一是加强逻辑关联，叠合最大交集。金华作为市场大市，深受疫情的负面影响。线上“消费券发放”旨在发挥“杠杆效应”，撬动消费内需。“MCN直播带货”则借助移动端新业态达成线上交易，最终也是为刺激消费。两者目标一致，并具有较强公益性，易获得商家和消费者的认同参与，从而力推“消费券发放”+“MCN直播带货”形成同频共振，寓政策红利发放于网络互动传播，开展社会化动员，引导客户端下载。

二是贯通工作体系，谋求最优效果。首先，通过10位主播“扫街带货”激发全民总动员。以“云拼单”“云砍价”等方式，走进商场超市，积极“带货”促“销”，线上线下激发市民的参与。其次，以“折上折”“福利包”等加强云端推介和接力互动。声、频、报、网、端全面联动，将“主播送福利”等全程嵌入“陪伴式抢券”，以“券”促“销”，搭建起政府与市民、商家的“连心桥”。再次，举办系列专场，玩转城市乡村。“广电欢乐购”国美专场、四通专场、房产专场、农旅专场，“杨梅正当红”“越购越嗨”“依好市集”“欢乐买手汇”“玩转乡村 相约八婺”等活动，以周均3场的频次将“直播带货”推向高潮，也使抢券时间呈逐轮加快的态势。

三是导入交互场景，赋能融合转型。经深入持久的宣传与推广，“3亿元消费券发放”一度成为本土热点话题，“消费券发放”与“MCN直播带货”合二为一，将“人”“货”“场”“券”等接入网络端口，以用户需求为导向构建新的消费景观，带动公益传播，赋能融合转型。

持续42天的“消费券发放”+“MCN直播带货”，达成了良好的社会情感动员效果，实现了流量与销量的双丰收，3亿元消费券发放拉动消费45.6亿元。5月份全市社会消费品零售总额同比增5.9%，跻身全省前三名。无限金华客户端装机量翻两番、一举突破150万，其日活率、运营力均有显著提升。新媒体商业合作得以拓展，客户端“开机屏”吸引了奔驰、滴滴等品牌广告投放，实战磨练培养了一大批“带货”新主播，并通过引进多元外平台合作，突破用户圈层，谋求流量变现。

三、融媒创新拓展如何谋求“乘法效应”

云端战“疫”绝非应急之举，而是城市广电迎接复杂严峻挑战的必然应对。伴随着媒体深度融合从“论道”层面进入“实战”阶段，城市广电云端战“疫”，应紧追时势发展，抢占云端赛道，以最佳投入产出比谋求“乘法效应”。在众声喧哗中，尽管传播生态早已被新技术、新平台所改变，但主流媒体依旧拥有社会舆论的引导力、新闻信息的传播力和媒体品牌的影响力，既要认识自身发展之“优”，也要善用新兴平台之“长”。

正所谓“得云者得天下”。尽管面临着多重困难与挑战，但众多城市广电台依旧不遗余力推动云端能力的进阶与递升。通过一次接一次的体制机制调改，金华广电以“1+8+N”为架构，由融媒编委会“一体化”统筹“八个中心”的新闻采编和运营管理。其中的“N”，则代表“广电+”向云端的延展与叠加。

“广电+政务”：立足“主平台”，着力打造“指尖政务中心”。新冠肺炎疫情既是“大战”，也是“大考”，时刻考验着国家治理体系和治理能力。无论是“直播助农”还是“消费券发

放”，无不以政府为主导，凸显社会公益性。“广电+政务”，即金华广电通过主动介入和深度嵌入政务大数据，做大“金彩云”，拓展新业务。具体方向有三：一是要接好“网线”，接入政务大数据，参与打造“城市超脑”。二是要做好“项目”，积极参与“未来社区”“信义居”等“智慧+”项目建设，全面深化“E政务”“金视频”“公益的力量”等合作。三是要建好“平台”，将“市民问政”“正风问效”“行风热线”等专栏往云端迁移，着力打造“指尖政务中心”。

“广电+服务”：圈住“家门口”，扎实走好“网上群众路线”。伴随着《今日头条》等移动APP纷纷开设城市页卡，快手、抖音、拼多多等平台也将“带货”服务下沉至乡镇街道，城市广电势必要圈住“家门口”提升“云服务”，将广电口碑、人口基数转化为用户数据，一手抓流量变现，一手抓服务升级。首先，要内联外合，打造融合“带货”模式。加强与新兴平台的合作，重点开展好“抖in金华”“中非hand in hand”“直播带货新秀选拔赛”“MCN新主播孵化营”等四大活动，将“可乐微综艺”嵌入移动“直播间”，联动义乌“网红直播带货联盟”走进小商品市场开展“带货”。其次，要合纵连横，做强融媒“云端”合作。如金华广电主打的“云课堂”，既有少儿艺术培训中心推出系列“主播云开讲”，也有《名师零距离》栏目主打“幼升小”“小升初”“公民同招”等“云辅导”，还有“校园零距离”举办的“云课朗诵大赛”等活动，多方联合打造掌上“教育通”。“小白创客·好物市集”项目，则联合各大乡镇倾力打造“浙里好货”特色活动IP。

5G时代迎来的将是社会生活进一步“加宽、加细、加厚”的过程。金华广电立足“金彩云”重构融媒发展生态，用互联网的传播特征思考媒介融合。欲“破圈”出新，还需付出探索，“以人为本”进行未来社会的“线上”构建，将自己深刻嵌入云端生态，促进融合要素的正向畅通、有序流动。

(作者单位：金华市广播电视台)