**地市广播电视台与新媒体融合发展案例分析及思考**

新媒体时代，地方广播电视台等传统媒体行业面临巨大的挑战。韶关市广播电视台在开展第二届粤港澳大湾区(广东)算力产业大会暨中国算力网大会（以下简称“算力大会”）宣传中，以传统广播电视台为根基，利用新媒体技术平台打造宣传爆款，取得不俗成绩，对地方广播电视台与新媒体融合发展策略提供了启示。

近年来，信息媒体技术迅速发展，个人数字产品极大丰富，随之而来的数字媒体形态也愈加多元，手机、平板作为移动数字媒体传播终端开始逐渐取代以纸媒和电视媒体为代表的传统媒体。人们开始习惯在互联网随时随地查阅新闻、观看视频、欣赏音乐。个性化和高效化的媒体传播内容也更容易贴近受众，社会媒体生态环境发生了翻天覆地的变化，作为传统媒体的地方广播电视台普遍面临生存困难挑战。

传统媒体要在时代的剧变中生存发展，就必须转变观念，走与新媒体相结合的道路。韶关市广播电视台作为地方主流媒体，在新媒体时代主动求变，走与新媒体结合的道路，取得了一定成绩，但在实践中仍有发展空间。结合韶关市广播电视台的工作实践，本文以算力大会的媒体宣传工作为例，从传统媒体与新媒体结合的角度，解析传统媒体，如何更好地发挥自身优势，与新媒体融合发展，走出困境，讲好新时代故事，传好新时代强音，当好党和人民的喉舌，做好民意的代言人。

**一、算力大会的新媒体宣传策划及效果分析**

2022年，国家批准粤港澳大湾区全国一体化算力网络国家枢纽节点数据中心集群落户粤北韶关市。韶关市背靠大湾区，地理环境优越，四大电信运营商、互联网头部企业与第三方数据中心运营商头部纷纷选择将业务落地韶关。2023年5月，算力大会在韶关召开，韶关迎来了发展新机遇。

1. **新媒体宣传策划**

作为韶关最大的新闻媒体机构，韶关市广播电视台对这次算力大会的宣传工作做出了精心策划和周密安排。在宣传过程采取了贴近群众的新媒体宣传策略，以微信、抖音等知名网络平台为媒介进行多样化输出。宣传分为图文、视频和直播三个部分。图文宣传，主要通过韶关头条微信公众号进行推送，以“吸引拔尖大数据产业人才，韶关这样做”和“今天算力，看韶关”等具有吸引力的标题进行引流。视频宣传主要在微信视频号和抖音等平台上进行，主要内容包括韶关算力产业发展前景和算力大会意义。直播宣传，在抖音、视频号以及”韶关广电星直播“等平台上进行现场直播。宣传时间上分三个阶段：第一阶段是宣传的预热阶段，通过微信公众号推文和视频宣传韶关地区的算力产业发展现状及前景，增进公众对数据科技的认识和了解，营造对算力大会开幕热切期待的舆论氛围；第二阶段是算力大会的召开阶段，主要是通过直播的形式对大会进行全程记录，让公众了解大会内容，认识算力大会给韶关带来的机遇和前景；最后一个阶段是在会议结束之后，主要通过公众号推文，新闻评论和一些视频内容扩大算力大会的影响力，使公众对算力大会的意义有更深刻的认识。

**（二）新媒体宣传效果分析**

韶关市广播电视台在这次算力大会新媒体宣传过程中，运用了现代媒体宣传策划规则流程，从多种平台媒介入手，创造了相关话题和舆论热度，收到良好效果，但从新媒体宣传数据情况来看，仍有一定的发展空间。下面从宣传内容、数据流量、宣传效果几个方面进行剖析。

**1.宣传内容丰富，亲民性有待提高。**在现代数字信息时代，新媒体尤其是自媒体广受欢迎，占据很大的媒体流量市场，这是由于它们内容的简洁、贴近生活，人们在短时间内能够轻松地获得资讯，符合现代人紧张高压生活中的休闲需求。在算力大会的新媒体宣传过程中，韶关市广播电视台在微信公众号和短视频平台都投放了大量宣传产品。在微信公众号中推出《吸引拔尖大数据产业人才，韶关这样做》，介绍韶关为发展大数据产业，吸引人才和投资所做出的努力。在视频平台上，对算力大会的背景、前期准备和会议实况进行宣传。客观地说，韶关市广播电视台在新媒体发布的内容，权威性和专业性都很好，但新媒体追求的亲民性和接地性尚不够突出。算力产业本身属于高科技领域，对大多数人来说只能笼统地理解为互联网数据之类的科技，难以提起兴趣和关注。在宣传中，对算力大会有关内容应给予更多简单易懂、贴近民众的解读。

**2.数据流量可观，视频最受青睐。**在新媒体宣传活动中，数据流量是一个重要指标，体现了宣传内容在网络平台上的关注度，是宣传效果的数字呈现。这次算力大会新媒体宣传流量主要集中在三块。第一块是公众号文章推送，共推送图文15篇，产生3万多阅读量；第二块是视频部分，微信视频号加上抖音，一共推送37条，产生31.8万流量；第三块是直播部分，仅“韶关广电星直播”就产生30.2万的观看流量，加上IDC圈的腾讯新闻、IDC圈视频号、善美韶关抖音号、韶关新闻触电新闻等媒体平台，共有将近70万人次观看。由这组数据看出，新媒体领域，人们对信息的需求越来越直观，更喜欢视频推送内容，对图文宣传内容兴趣明显低于影像内容，而对于更为直接，具有很强互动性的直播则更容易产生兴趣。在新媒体领域，流量在哪儿效益就在哪儿，因此在宣传中把控好内容的分配显得尤为重要。

**3.平台宣传效果迥异，投放有所遗漏。**韶关广播电视台在算力大会的宣传过程中，主要通过微信公众号、微信视频号及抖音三大新媒体平台进行推广。微信公众号以图文为主，在移动端代替了传统的纸质媒体，是阅读领域传播中的一款优质产品，在本次推广中获得了3万多的点击阅读量，有着很强的媒体号召力。在短视频内容的宣传推广中，主要以微信视频号和抖音两大知名视频内容平台为主场，其中在微信视频号进行了29次内容宣传推送，产生了15.2万的浏览量，而在抖音平台则进行了8条推送，却产生了16.6万的高浏览量，说明抖音平台在视频媒体领域有着更为强大的流量资源。这次新媒体宣传，将短视频宣传的重点却放在了流量相对较少的视频号上，错过了一定的流量资源。目前国内拥有强劲号召力的媒体平台还包括新浪微博和快手。新浪微博是一款基于用户关系的社交媒体平台，内容覆盖文字、图片和视频。据统计，截至2022年第四季度末，微博的月活跃用户为5.86亿，日活跃用户为2.52亿，是目前国内最大的社交媒体平台之一。快手是抖音平台的竞争产品，在国内也有着强大的用户基础。这次新媒体宣传投放，显然是对快手和微博的影响力认识不够充分。

**二、地方广播电视台与新媒体融合发展的思考**

这次算力大会的新媒体宣传工作，给地方广播电视台与新媒体融合发展带来新的启迪和思考。

**（一）扬长补短，发挥自身优势**

新媒体时代，自媒体异军突起，挑战了很多传统媒体的生存空间。自媒体由于运作成本低，速度快，贴近生活而积累了一定的粉丝。传统媒体在内容发布上程序严密，制作流程需要层层把关，信息发布时效相对减缓。传播学者罗杰·菲德勒曾指出：“当新的媒介形式出现，时过境迁的媒介形式不是自行消失，而是想方设法适应过来并且继续在其媒介领域不断演进”。地方广播电视台作为传统媒体，只有积极适应新媒体环境，寻求自身的突破和改变，才有可能够实现创新和蝶变。地方广播电视台进军新媒体，有着得天独厚的优势，一是作为官方媒体，其报道内容具有权威性和公信力；二是在进行新媒体运营时，有优越的工作环境和先进设备，能够更好地呈现信息发布内容；三是地方广播电视台还配备有专业的人员，均是科班出身，有着很强的专业知识和专业能力。

**（二）适应需要，不断优化宣传内容**

导致传统媒体产业滞后的原因不是新媒体运作能力不足，而是传统媒体长久以来形成的“故步自封”。随着新媒体技术的不断发展，市场对于媒体内容的需求也逐渐走向个性化和丰富化。符合用户心理需求、贴近受众生活的内容的产品更容易受到热捧，更能够吸引用户的参与度。因此，地方广播电视台应主动转变观念，大胆创新，要与用户“同声同气”，推送宣传内容贴近民众，吸引市民踊跃参与，方能产生良好的媒体效应和社会效应。

**（三）突出重点，实现多平台投放**

目前微信、微博、抖音、快手等国内几家大的媒体平台占据着巨大的市场份额。传统媒体想要进军新媒体市场需要借助大的媒体平台进行推广。在互联网发展前期，很多传统媒体都自主建立了网站，但大多未达到预期效果。新媒体领域雨后春笋般出现的各种媒体平台，也在市场的竞争中大浪淘沙，强者愈强。地方传统媒体要想具备强大市场开发能力，恐怕还需假以时日，目前想要在新媒体时代有所作为，还需依托一些新媒体平台。如在微信建立企业公众号，其他媒体平台注册企业账号等，以平台用户的形式进行新媒体营销。由于每个平台产品的优势不同，流量热度不同，地方传统媒体在通过不同平台进行新媒体运作宣传时应该有所取舍。在公众号文字阅读上投放少量推文，把重点集中在短视频上，以便取得更好的效果。

**（四）不断创新，增进互动参与**

新媒体时代流量为王、用户至上。粉丝活跃数量是检验互联网产品运营成功与否的重要标准之一。地方广播电视台在与新媒体融合发展过程中，需要不断地提升曝光率增加流量，进而打造好地方广播电视台的品牌认知度。一是发布优质内容。新媒体想要获取更多的流量，就需要粉丝活跃度高，对媒体品牌有黏性。优质的内容是吸引用户的基本条件。地方广播电视台在新媒体运营中，只有持续地发布有价值、有吸引力的内容，才能够增加用户的点击阅读量，进而增加用户的互动兴趣。二是回复用户评论。新媒体是开放的网络平台媒介。媒体发布者不再是高高在上的发布者，用户也不再是不能发声的接收者。地方广播电视台在新媒体运作过程中应以亲民的姿态与用户互动，及时回复用户评论，形成媒体与受众之间的良性沟通交流。三是发起粉丝参与活动。社会生活中有不少用户关注的热点问题。地方广播电视台想要提升流量，就需要不断创新，推出更多用户感兴趣话题，组织更多的线上线下活动，激发粉丝参与的热情，吸引更多粉丝参与其中，形成良好的互动模式。

**结束语**

新媒体时代的来临，对于传统媒体的地方广播电台来说，既是机遇也是挑战。相对于新兴媒体形式，地方广播电视台有其劣势的一面，但只要抓住机遇，不断进步和成长，生存空间依然很大。现阶段，地方广播电视台需要放下包袱，跟紧时代步伐，依托大型社交媒体平台，大胆创新，创新建立自己的品牌基地，密切关注流量趋势走向，方能求得长久的生存发展。

【参考文献】

[1]吴志军. 地方广播电台的困境及发展对策[J].中国广播影视.2023（02）：90-92.

[2]李婷婷. 地方广播电台微信官方公众号的“是”与“非[J].今传媒.2016,24（12）：53-54.

[3]汤昆. 新媒体融合时代地方电台的机遇与挑战[J].传播力研究.2019,3（26）：64+67.

[4]赵莹. 融媒体传播在地方电视台的应用探究[J].新闻传播.2022（03）：33-34.

[5]边小磊. 新媒体形势下地方电视台对外新闻宣传工作实践与探索[J].新闻文化建设.2021（23）：127-129.