

换个视角 让夜经济报道好看有料

张楠

浙江上半年经济数据一出炉，数据解读、形势分析、案例解剖、亮点与成就梳理纷至沓来。这个夏天，经济报道成了各家新闻单位当之无愧的重头戏。经济报道到底如何做才能更有料？浙江之声深剖数据，寻找答案。

根据上半年经济数据调查统计结果，浙江的消费信心指数处于乐观区间；也有数据显示，我国60%的消费发生在夜间。夜间经济已被公认为是撬动消费、提振经济的“金钥匙”。“夜间”“消费”，关注到这两个关键词后，我们迅速锚定了报道方向——夜经济。

夜经济要如何做？按照以往报道亮眼数据的操作，就是专家分析配以案例支撑，但典型的经济成就报道很难入耳入心，产生流量更是可望不可及。浙江之声想做点不一样的。

一、夜经济直播 记者可以向网红迈一步

看准了“夜间经济”的主题后，准确选取表达方式特别关键。我们注意到，前段时间，杭州曾发起打造“不夜天堂·乐购杭州”的实施方案意见征集，其中一条就是“鼓励主播在综合体、步行街等商业区域开展直播活动，宣传杭州夜购的活跃氛围”。这条“意见”给了我们启发：谁说记者只能做台风、突发新闻的直播？这次，我们就要直播一下夜经济。学着网络上风靡的主播和网红，记者站的记者们轮番上阵，实地打卡夜经济的热门地段。为了更有网感，我们给这组直播取名《夜太美@游浙里》，一天一播，在中国蓝新闻客户端、Z视介、视频号、微博、抖音、快手等多平台直播，带着网友一起感受“浙夜”的温度。

网红带货直播，选品很重要。向网红迈进一步，这次我们对直播点位的选择特别关注，我们要像直播带货一样，把各地最具特色的夜经济点位推荐出去。夜宵、夜游、夜购、夜景，每个直播点位的特点必须各有侧重，风格不同：杭州小

河直街，主打本地人的高品质、文艺范儿夜生活。记者韩欣阅带网友从颇具味道的百年酱园讲到夜里才开放的文创小店，从堆满故事的咖啡小馆再说到整条街区夜消费的业态布局。嘉兴海盐沈荡镇，把文学著作和夜经济相融。直播记者拿着余华小说的地图，跟着小说里的场景，去胜利饭店点上一盆炒猪肝，到悬壶堂品了一壶清茶，浓浓的消费热情盖不住满满的文学底蕴。洞头的韭菜吞沙滩，主打游客的激情狂欢。一片人工沙滩上，DJ播着最嗨的音乐，绽放的烟花照亮海面上的电光飞人，烧烤摊炊烟袅袅，年轻人和孩子们租着帐篷撸着串，在文艺的小店里把祝福画在贝壳上。长兴龙之梦，选择的侧重点是精彩的活动带动消费。国潮表演、烟花秀给夜游引来大量游人，而由此催生的是每天入账三四万的小店，每年营收40多万的小摊。义乌三挺路夜市，我们则看重它的平民烟火气。一个个小摊位下午6点多就上客了，100块3件的T恤、20块一打的生蚝，把夜经济的味道与热闹展现无余。

选货品，找好搭档，浙江之声《夜太美@游浙里》系列直播正式开始。7场直播平均每场1小时，记者嘉宾一起，有点有面，娓娓道来，不但让网友身临其境地感受浙江各地最具特色的夜经济活力，同时还剖析活力背后的业态布局与运营思路。

二、不能只“看热闹”，更要“冷思考”

浙江之声各地记者站在与各地相关部门的接触中也发现，浙江的夜生活虽热闹，也有可圈可点之处，但与浙江的经济活跃度相比，夜经济的能级远远不够，并没有出现像长沙、成都、重庆、西安、天津那样“现象级”的夜生活打卡地。这究竟是因为什么？记者就要敏感发现问题。我们在做直播策划的同时，同步布局了新闻观察《浙江“夜经济”如何四季恒温》，浙江之声各地记者站发挥优势，迅速联动，记者们带着问题连

夜蹲点夜市、商业街、景区寻求答案。

不到3天的时间里，多地记者站陆续反馈上来：杭州、宁波等地夜经济业态不少，但形式老旧，无法吸引年轻人；舟山定海虽入选夜经济样板城市试点，也举办了啤酒节等活动，但持续时间太短，还没形成影响力就结束了；金华古子城业态单一，与义乌三挺路相距不到60公里，人气却相去甚远。舟山与洞头同守着一片东海，但思路不同造成夜间消费水平冰火两重天；浙江夜经济“冬冷夏热”的魔咒明显，各地正在探索破局思路。

借助记者站同事对当地文化了解、人头熟络等优势，在各地夜经济红红火火的表面下，存在的深层次问题迅速暴露出来。这也让夜经济新闻观察的思路渐渐打开。确定思路以及整体构架后，我们排兵布阵，马上分解任务，由一站牵头，多站分头采写，再进行有机整合的方式，最终形成了新闻观察《浙江“夜经济”如何四季恒温》上下篇，直面问题，深度剖析，探索解决之道。7月底，两篇“观察”顺利接档7场夜经济直播。这让“夜经济”组合拳在展现浙江夜经济热闹现象的同时，冷静深思短板问题，既有广度，又具深度。

“单兵作战，联动共赢，深耕一地”，这次“夜经济”报道组合拳的意外之喜，是让浙江之声记者站的优势充分体现出来：“张开手掌能弹琴，握紧拳头可出击”，自下而上反映问题，再自上而下联动各站传导任务。这不仅让报道点位选取生动，也让整体新闻观察任务的布置、思路的领会更加精准。

三、叫好叫座，夜经济组合拳收获流量与掌声

7篇直播+2篇观察，这组报道获得浙江广电集团“Z影响”传播力大赛7月份经济报道专项评比一等奖。

直播，精致轻巧，可看性强；观察，找准痛点，探讨出路。浙江之声这组夜经济专题一经推出，就收到了不错的反响。在多场直播进行中，受到带动的当地网友们纷纷现场定位主播点位，跟着主播脚步，一站站打卡消费。还有的网友，通过互动种草美食、美景，在直播平台评论区留言，给全家定下了周末出游的小计划。除此之

外，大时段直播也充分搅动了当地相关部门和街道社区，各部门联动配合直播，主动分发直播通道，提升了浙江之声的知名度。而在外宣方面，新华每日电讯在看到我们连续几天的直播活动后，主动联系总部，要求拉流地址共享，同步抖音直播。仅义乌三挺路夜市一场直播，就有4.3万观看量，相关话题登上热搜。

两篇夜经济观察报道，也以其切中我省夜经济发展中的要害，对问题提出有益思考，得到了浙江省商务厅的认可。多地记者站负责人反馈，当地相关领域的分管领导在报道推出后，积极联络记者站，探讨说明节目中反映出的问题，并提出了下一步改进的方案，并希望浙江之声继续跟踪报道动向。作为上级媒体，中国之声也主动联络记者站，了解整组报道内容架构，并对两篇夜经济观察进行了报摘采用。

四、夜经济散场留下的思考

做优做强融合传播。这次我们用7天7场大时段直播给出了漂亮答案。作为一次大练兵，浙江之声各路记者在直播中所展现出的语言流畅、仪态大方、松弛有度、收放自如，让我们对自己应对媒介变革的能力坚定了信心。

当韩欣阅身着旗袍，走在小河直街的石板路上，不急不慢地介绍着古街的历史，展现的是优雅和知性；当叶树刚操着略带口音的普通话，在龙之梦的小河旁跟游人和船上的演员频繁互动，你看到的是幽默与活络；义乌小亮戴着鸭舌帽，在摩肩接踵的三挺路夜市摊位旁，“搭讪”外国友人，给网友们打探着世界商品的“义乌底价”，举手抬足中都透露着老到与松弛感。这7场高质量的夜经济直播，每场风格不同，却都展现了广播记者的视频直播魅力。

优势做强，短板拉长，在媒体变革的风口浪尖，把马步扎稳，苦练基本功，向融媒进阶，是新闻人唯一的出路。眼下，浙江之声的记者们在日常报道之余，也在有意识地学习直播出境、拍摄与视频制作，努力“卷”出更多一专多能的新广播记者。而借着这次的直播“大练兵”，浙江之声接下来也将乘势而上，将直播形态常态化，同时开拓短视频、VLOG等多元视频化新闻产品，助力新闻宣传的主力军赢得主战场。

（作者单位：浙江之声）