

融媒时代“探”出生态工业宣传新路径

——《主播带您探车间 稳进提质强工业》系列短视频创作剖析

林利斌

摘要：生态工业是拉动经济增长的主引擎。做好当地生态工业关键技术、重点企业、特色产业的主题宣传是地方主流媒体的工作重点之一。但在具体采编中，容易将节目做成“枯燥”的汇报片、“晦涩”的学术片、“浮华”的广告片，传播无力且无效。丽水市广播电视台策划推出《主播带您探车间 稳进提质强工业》系列短视频，以“主播探访”的亲民形式和“雅俗共赏”的创新表达，成功“出圈”。本文以此为例，为在融媒时代探寻生态工业宣传新路径提供借鉴。

关键词：生态工业宣传 短视频 主播探访 创新表达

2022年5-9月，丽水市广播电视台策划推出《主播带您探车间 稳进提质强工业》（以下简称《探车间》）系列短视频，以主播探访丽水经济技术开发区工业企业生产车间并进行讲解、体验的形式，揭秘高科技产品生产过程，展示数字化、绿色化的生产方式，解读政府部门助企纾困举措，呈现各大产业创新引领、稳进提质的澎湃动能。短视频共15个，平均时长3分钟左右，各平台总阅读量超过100万，受到广泛关注和好评。虽然从阅读量看，比不上千万级、亿级的“爆款”，但作为时长较长、数量较多的系列短视频，《探车间》能在近半年时间“长盛不衰”，实属不易。浙江省委网信办将《探车间》列入浙江省第十三届网络文化活动季项目。以“山好水好空气好”闻名的丽水，能凭“硬核”工业在省级活动精彩亮相，可见《探车间》在策划、文案、摄制、推送等方面匠心独具。

一、创新策划 “时政引领+车间展示+主播探访”

以主播、记者探访的形式对企业、产业进行

宣传，并不新鲜。《探车间》在策划之初，将“‘稳进提质’的时政背景、各大产业的车间亮点、‘观众思维’的‘主播探访’”紧密结合，把“老做法”变出“新花样”。

（一）把准舆论导向 紧扣中心工作

2022年3月，全球疫情反弹，本土疫情波及大多数省份，上海、吉林等地疫情处于高位水平。受国内外疫情影响，丽水经开区工业企业采购、生产、销售遭遇冲击，产值大幅下滑。去年4月29日，习近平总书记主持召开的中共中央政治局会议分析研究经济形势和经济工作，强调“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全，这是党中央的明确要求”。^①在各级政府部门出台助企纾困政策后，丽水经开区工业企业购产销逐步回到正轨。在此大背景下，丽水市广播电视台把准“共克时艰”的舆论导向，紧扣“稳进提质”的中心工作，组建团队，以“主播带您探车间 稳进提质强工业”为主题，策划系列短视频。而且，在完成首个短视频后，暂未播发，等到5月30日全省经济稳进提质攻坚行动工作推进会召开才正式推出，强化时政性，打响“第一炮”。

（二）体现丰富业态 挖掘不同亮点

《探车间》在丽水经开区精选15个有代表性的工业企业生产车间。一方面，分门别类，体现丰富的工业业态，涉及半导体全链条、精密制造、健康医药、合成革、未来建筑等主导产业，既有规模大、实力强的龙头企业，也有获评国家级专精特新“小巨人”等荣誉的特色企业，还有开辟新赛道的初创企业。另一方面，变换角度，挖掘不同的车间亮点，涵盖新奇特的产品、高精尖的技术、绿色化的转型路径、数字化的深度应用以及政府部门助企纾困的显著成效等，避免短视频因内容同质化引起审美疲劳。

（三）树立“观众思维” 用活“主播探访”

“正襟危坐、字正腔圆、不苟言笑”，是观众对传统电视新闻主播的刻板印象。《探车间》将其打破，在发挥主播表达上的专业优势的同时，把主播从演播室拉到生活中，成为观众的导游，并以观众视角对企业可展示的诸多内容进行取舍。根据“观众想看什么”确定“主播带领观众探什么”，提高观众代入感，避免将短视频做成面面俱到且广告味浓的企业宣传片。

二、巧写文案 “标题金句+造记忆点+雅俗共赏”

好文案是好片子的灵魂。《探车间》在文案方面，将吸睛标题和点题金句、车间特色和“深刻记忆”、“上接天线”和“下接地气”融会贯通，做到让干部群众、各行各业都能看得明白、看出精彩。

（一）提炼吸睛标题 概括点题金句

封面上的标题是短视频给观众的第一印象，在一定程度上决定了观众是否点击此视频。《探车间》统一采用分上下句、共8个字的简洁标题形式，根据企业名称、主打产品、车间亮点、宣传主题等，借用常用成语、四字词语，突出关键字，玩好“文字游戏”，提炼吸睛标题，并在正文中概括点题金句，进一步诠释标题、升华主题，让观众先被标题吸引，再通过金句“秒懂”。例如，关于浙江嘉利（丽水）工业股份有限公司高品智车灯数字化生产车间的短视频，标题为《创“嘉利”业 “灯”峰造极》，借用“创家立业”“登峰造极”两个成语，又融入企业名称“嘉利”和主打产品“车灯”；金句为“2006年，嘉利股份以振兴民族汽配品牌为己任，在丽水经开区‘创家立业’；16年来，嘉利股份在移动出行照明领域不断‘登峰造极’”，让嘉利股份的主营业务、企业精神等深入人心。

（二）立足车间特色 设计“深刻记忆”

记忆点是短视频容易让观众记住的人设和风格。除了统一的小片头和开篇语“主播带您探车间 稳进提质强工业”，《探车间》每个短视频在进入车间前或刚进车间时，都会设计一个简短有趣的场景，但并非为搞笑而搞笑，而是与要探访的车间息息相关，起到引入主题的作用。例如，关于航迅信息技术有限公司共轴双旋翼直升机生产车间的短视频《旋翼起“航” 云宫“迅”音》，

在进入车间前，先设计“主播‘冒充’飞行员潇洒干练地坐进直升机驾驶舱，却因无驾驶证被管理人员‘劝退’”这一“尴尬”场景，让观众在忍俊不禁的同时，产生对航迅公司车间的好奇和对驾驶直升机翱翔的向往。关于浙江晶睿电子有限公司外延片生产车间的短视频《“芯”生丽水“链”接世界》，因人员进入半导体车间需按规定穿戴（只露眼睛），并且风淋室一次只能通过一人，于是设计“主播先进入后便‘混入’员工队伍，摄像后进后一时‘懵圈’找不到主播”这一“翻车”场景，让观众在一笑而过之后，感叹半导体车间对洁净度的严苛要求。当每个短视频都有这样的“点”给观众留下“深刻记忆”，观众就会把《探车间》当作连续剧，更加期待下一集。

（三）兼顾各方需求 实现“雅俗共赏”

《探车间》本质上属于新闻短视频，而且具有较强的时政性和专业性。政府部门需要在短视频中介绍产业、宣讲政策，难免让观众感到枯燥无味；企业希望在短视频中严谨表述相关产品和技术，难免让观众感到不知所云。这就需要兼顾各方需求，采用既“上接天线”又“下接地气”的创新表达，实现雅俗共赏。例如，关于丽水市杰祥科技有限公司滚动功能部件恒温生产车间的短视频《精密制造 “恒”有一套》，在介绍“今年，杰祥科技新上马的技改项目已得到丽水经开区的惠企补助560多万元”之后，又补充一句“政策给力，‘杰祥’如意；迈进高端，走向世界”。后者朗朗上口，简洁明了，让观众更好地理解政府部门惠企政策对企业发展所起的作用。关于浙江中广电器集团股份有限公司自动化搪瓷内胆生产车间的短视频《艺高“胆”壮“热”情“泵”放》，对空气源热泵原理进行通俗化讲解：“大家都知道，水泵能让水往高处流。那空气源热泵就是一种可以吸收空气中大量的‘低温热量’并转化为‘高温热量’的设备。它不生产热量，只是大自然热量的‘搬运工’”，结合展厅的科普画面展示，让观众更好地明白空气源热泵这项“黑科技”的奥秘。

三、精心摄制 “沉浸表达+特殊拍摄+节奏把控”

在摄制阶段，《探车间》主播、摄像、后期

制作等通力合作,将“融入情境的表达方式、打破常规的拍摄手段、把控节奏的配乐音效”协调联动,进一步提升亲和度、科技感、可看性。

(一) 带领观众探访 融入情境表达

“只要建立起‘魅力人格体’,就会拥有相对稳定的受众。”^②《探车间》主播将自己定位为带领观众探访车间的参观者,选择合适的着装,只化必要的淡妆,并严格按照车间规定和防疫要求穿戴、消毒,全身心融入情境,沉浸式体验讲解,打造“魅力人格体”。例如,关于上海城建建设实业(集团)有限公司未来智能建筑产业园空心楼板生产车间的短视频《“空心”实技 构筑“未来”》,主播先抛出“房子是怎么盖的”这一简单问题,引出“装配式建筑”新理念,并把空心楼板生产车间形象地戏称为“火车站”,在谈笑间科普装配式预制构件、“未来建筑”等新知识。关于浙江百山祖生物科技有限公司破壁灵芝孢子粉生产车间的短视频《“直播”上马“破壁”前行》,主播“自信满满”参与企业直播带货,却因说错词儿“败下阵来”。亲和爽朗的形象,生动鲜活的表达,加上偶尔的“破功”“自嘲”,拉近主播与观众、高科技企业与观众的距离,使观众对主播和《探车间》产生黏性,保持稳定的阅读量。

(二) 选取特殊视角 打破常规拍摄

不仅是主播在“探”,摄像手中的镜头也在“探”。除了完成常规的航拍和地面拍摄,《探车间》还选取特殊视角进行拍摄。例如,用穿越机在车间穿梭,用微距镜头展示产品细节。这些超常规的画面,带给观众非一般的视觉体验,为全片增色添彩。

(三) 善用配乐音效 强化全片节奏

有了好内容,还需好节奏。除了主播语言节奏、画面语言节奏,音乐节奏也至关重要。音乐在短视频中的表达是情绪的表达和情感的连接。音乐的出现,就会强化主观上情感的生发,从而形成对新闻空间和图像情境的互动和融合。^③《探车间》善用配乐,体验时欢快灵动、科普时轻柔舒缓、展望时振奋昂扬,并在相关场景加上对应的“惊叹”“疑问”“顿悟”等音效,强化全

片的节奏感,让观众保持兴趣并跟着节奏看完全片,从而提高完播率。

四、立体推送 “省市平台+大屏小屏+企业平台”

《探车间》在丽水经开区微信视频号首发,小屏端被浙江新闻客户端、丽水发布微信公众号、指尖丽水APP、无限丽水APP等新媒体平台转发,大屏端被《丽水新闻》《瓯江报道》《开发区深一度》等电视新闻栏目刊播,再加上企业自有的微信公众号、视频号,形成立体推送矩阵,持续掀起丽水生态工业宣传热潮。

五、结语

在融媒时代,如同“网红探店”流行于各大短视频平台一样,全国各地主流媒体也接连推出“探系列”。2022年,陕西日报社的《记者探“秘”:陕西省2022年重点项目》、新华社江西分社的《赣事新说》、仙居县传媒中心的《记者带您进企业》、青田传媒集团的《主播带您看农遗》等都成为当地融媒宣传的典型案列。丽水市广播电视台也已于去年11月先后启动第二轮《探车间》和升级版的《主播带您做实验 创新引领开新篇》(《探研究院》)。本文总结提炼《探车间》的一些好经验、好做法,希望与同行互学互鉴,共同在融媒时代的生态工业宣传以及其他主题宣传上,“探”出新路径,“探”出新成果。

参考文献:

①《中共中央政治局召开会议 分析研究当前经济形势和经济工作 审议〈国家“十四五”期间人才发展规划〉》,中共中央总书记习近平主持会议,央视新闻,2022年4月29日, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1731416307097026276&wfr=spider&for=pc>。

②曹艺蕾《全媒体视角下主持人的“前世今生”》,《东南传播》,2020年第4期,第47-48页。

③方秋燕《浅谈新闻短视频的配乐问题》,《采写编》,2022年第4期,第17-19页。

(作者单位:丽水市广播电视台)