

# 探寻广播服务类节目创新创优密码

何翼格

近几年，义乌广播服务类节目不断推进本土化、多元化与融媒传播，突出服务类节目的实用性、针对性和可听性，选送的节目屡屡在省级评奖中获奖，其中《外贸诈骗手段多，经营户谨防入“坑”》《“都挺好”的数字化生活》分别获得2019年度、2021年度浙江省广播电视节目奖服务类节目一等奖。义乌市融媒体中心在广播服务类节目中表现突出，最为核心的密码是“精品”“定位”与“团队”三个关键词，本文试对此进行详细阐释。

## 一、广播服务类精品节目需出“新”出“彩”，做深做透服务

在广播电台的节目编排中，服务类节目是吸引听众的重要法宝，各家电台都给予了高度重视，在各时段安排了足够分量的服务内容。近年来，义乌电台在做“深”做“新”服务类节目上下功夫，取得了一定成效。

### （一）出“新”才能出“彩”

一个好的节目不仅题材要新，创作手法的“新”也很重要。义乌电台这几年获奖的服务类节目，都在“新”字上下足了功夫。

一是叙事的方式“新”。近年来义乌电台

的获奖作品都采用了剧情化的叙事方式，主持人主动代入角色，虚拟的场景和真实的采访结合，层层推进，较好地提高了可听性。如作品《“都挺好”的数字化生活》，引入大家都熟悉的电视剧《都挺好》元素，以主人公“苏大强”一家人的生活为背景，将“一键报警”“数字反诈民警小AI”“智水家园”“未来社区”等义乌数字化改革中的应用场景融合在一起，形象地呈现出来，让听众在脑海中转化为视觉形象，最大化放大了媒介个性。节目通过场景化的表演，结合真实的采访，让听众了解义乌数字化改革的成果，掌握使用方法，发挥真正的服务功能。

二是表现的手法“新”。服务要到位，首先要“抓”住听众的耳朵，这就需要创作人员在表现手法上不断创新，避免听觉疲劳。义乌电台充分挖掘广播“听”的特色，把听众喜欢听的艺术形式充分融合到节目中，快板、rap、念白等都在节目中得到展现。如作品《外贸诈骗手段多，经营户谨防入“坑”》开头就是一段rap，“市场商户擦亮眼，小心骗子耍心眼。订货爽快不还价，三成订金不肯押……”瞬间

就吸引了听众。

三是节目形态求“新”。服务类节目的形态通常会比较多，有杂志类的，也有在其他节目中嵌入服务类节目，主题比较松散，服务蜻蜓点水。义乌电台却在日常节目中强调做深做透服务。获奖的几件作品都像调查报告，围绕主题层层深入，真正把服务做到位，带给听众真正的收获。

### （二）围绕热点做文章

如今的广播，不再只是传播者的独白，新闻要围绕热点，服务类节目同样也需要抓住热点。老生常谈让人提不起兴趣，老题材也很难做出新意。唯有与时俱进，抓住热点，节目创作才能更上一层楼。如义乌电台2020年度获得浙江省广播电视节目奖服务类节目二等奖的《直播带货有点火 识破套路不中招》，聚焦的是当年很火的直播带货。2020年被称为直播带货的“出圈元年”，然而火爆的背后是乱象丛生，各类投诉纷至沓来，节目直播中听众的吐槽也有不少。主持人抓住当时的这一社会热点，通过实地走访，汇总分析一个个消费者投诉的真实案例，总结出直播带货中经常遭遇的三种套路，并邀请消保委的工作人员为听众提供避免被套路的方法，提高了节目的权威性。

### （三）重视积累打基础

好的节目来源于平时的积累，只有重视平时的积累，才能出“新”出“彩”。

一是素材的积累。在平时的节目中，要求主持人注意搜集听友的需求点，策划解决需求的方案。如作品《外贸诈骗手段多，经营户谨防入“坑”》就是抓住了义乌市场存在的普遍性问题，即有的经营户明知赊账销售有风险，但还是在收取定金后就发货，导致义乌市场每年被骗走的货物价值不下亿元。主持人在节目中接到多个经营户的咨询电话和微信后，走访义乌市公安局经侦大队、商城集团等单位，采访市场经营户和外商，还原典型案例，分析案情特点，普及防骗技巧。节目播出后，收到许多听众反馈，点赞节目及时、有用。

二是经验的积累。主持人的创作热情、

为听众服务的能力不可能一蹴而就。这需要主持人不断地积累挖掘题材、制作节目的经验。义乌电台能连续获奖，在于培养了一支有经验的创作队伍，通过和听众的互动，了解听众的需求；通过听评其他台的服务类节目，借鉴好的做法；通过头脑风暴，不断创新节目形式。

## 二、广播服务类精品节目需明确定位，提升服务水平

服务类节目是沟通广播电台与听众的重要桥梁。传统的电台节目更多地偏向于单向传播。服务类节目的出现，以及电话、社交媒体的发展，改变了这种传播方式。义乌电台从上世纪90年代初建台伊始，就推出了点歌服务节目，通过热线电话或信件“你点我播”，满足听众参与节目、表达心声的愿望。几年后，义乌电台服务再升级，推出了“商城立交桥”栏目，为买卖、租赁双方搭起桥梁。半个小时的节目直播热线不断，非常火爆，还有单位冠名、固定播出自家企业的供求信息。多年来，义乌广播服务节目一直在提升服务上下功夫。

### （一）明确频率定位

在信息饱和的时代，单纯地传播资讯已不再是广播的优势，即时为广大听众提供各种各样的服务资讯才是广播的强项和未来。在电台节目中，我们常常可以听到听众“我的车坏了，附近有没有修理厂推荐？”“我现在要去机场，走哪条路不堵”等求助信息，马上就会有别的听众打进电话或发来微信帮他解决问题，专业主持人也会提供参考建议。适应这种变化，义乌电台的节目也从原来的以新闻资讯为主，慢慢向新闻资讯、服务并重转型。

### （二）重视服务提升

只有了解听众需要什么，主持人在做节目的时候才不至于自说自话、自娱自乐。义乌电台要求主持人深入相关单位，如新上岗的主持人要先去义乌市公安局交警大队的指挥中心，了解义乌市区的路况特点、交通堵点等，要求主持人与一些重点人群交朋友，了解他们的诉求，如义乌的物流业发达，货

运司机有上万人之多，他们最关心去几大货运市场堵不堵车、上下高速顺畅与否等路况信息。普通人午休时刻，正是他们当天第一个运货的高峰时段。了解到这些情况后，义乌电台在中午这个司机容易犯困的时段，专门开设了一档说笑话段子+快节奏歌曲的娱乐节目。自然而然，这个节目也成了货运司机们最爱听的节目。

### （三）细分服务内容

义乌电台一直致力于发掘主持人的爱好，培养他们的专长，为听众提供专业的服务。如有一位早间节目主持人喜欢汽车，在其主持的节目里说车的信息比较多，部门就鼓励他把各种汽车研究透，创造机会，让他参加各种新车上市、汽车拉力、车友俱乐部等活动，并为他量身打造与早间节目对应的《汽车关键词》节目。他在节目中为听众提供购车、保养、修车等与汽车有关的服务信息，在丰富节目形式的同时，进一步提升了节目的专业化程度，也收获了一大批节目的忠实粉丝。

### （四）强化融合传播

新媒体的发展，让电台节目的互动更加高效。义乌电台灵活运用客户端、微信公众号等平台，搜集听众的需求，在节目中解答，不断提高用户的黏性。在客户端推出“野哥说车”系列短视频，进一步扩大《汽车关键词》节目的影响力；《车友俱乐部》则尝试在微信视频号进行节目视频直播，实时与观众互动。

## 三、广播服务类精品节目需保障机制，打造创新团队

有活力的团队才能打造出有活力的节目。义乌市融媒体中心一直着力培育“创新”型团队，而参加各类创优的评比，则是团队战斗力的试金石。在2018年以前，义乌电台每年只有一两件作品获省级奖，近几年呈现快速增长的态势，每年获奖作品达到六七件。

### （一）创新会提供创新源泉

创新会是义乌电台近几年推出的一项重要举措，每周一次，雷打不动，致力于发挥每位参会人员的智慧，推动节目的创新。具体安排是提前上交议题，召集人按照议题召集参会人员。参会人员并不局限于电台的工作人员，还会邀请新媒体、广告部等其他部门的人员参加。议题可以是改版的思路，可以是节目创新设想，也可以是节目中的困惑。创新会也是一个策划会。做什么？怎么做？有什么新做法？让大家一起来讨论。获得省服务类节目奖的几件作品都上过创新会，选题策划、用什么样的形式来展现，通过头脑风暴，节目的雏形逐渐形成。

### （二）团队作战提供集体战斗力

一个好的节目靠一个人的力量很难完成。义乌电台近年来在团队作战方面取得了明显成效。在确定好选题后，节目创作团队随之成立，部门按节目需要进行人员配置，确定牵头人员，对各块工作进行明确分工。团队成立后，由牵头人召集策划会、创作会、听评会，让团队成员的思想碰撞出火花，发挥出最强的战斗力。

### （三）全周期管理保障节目质量

节目从选题确定开始，部门进行全流程的管理，定期汇报进度，及时解决节目采制过程中遇到的难点。节目完成后组织部门骨干进行听评，提出修改意见，进行修改和完善。

## 四、结语

探究义乌电台服务类节目取得骄人成绩的原因，最为重要的核心在于做好自身的供给侧改革，有效发挥精品、定位、团队各项核心要素的功能，在节目创作过程中紧扣关键环节，整合资源优势，找到节目创新创优的发展路径。

（作者单位：义乌市广播电视台）