

# 短视频： 电视新闻转向融合发展的突破口

## ——义乌市融媒体中心短视频创作实践与探索

李志群

**摘要：**新媒体的崛起，对广播电视报纸等传统媒体带来很大挑战。义乌市融媒体中心适应媒体融合发展趋势，发挥电视优势，建立考核机制，在电视采编部门推行全员短视频创作，选取优质和特色内容，创作的短视频作品在多个平台分发，形成短视频矩阵，起到较好宣传效果，短视频成为电视新闻转向融合发展的突破口。

**关键词：**短视频创作 电视优势转换 短视频矩阵

有数据显示，截至2022年6月，我国互联网普及率达74.4%，农村地区互联网普及率达58.8%。在互联网应用方面，短视频增长最为明显，用户规模达9.62亿，占网民整体的91.5%，短视频成为受众接收和传播信息的重要形态。当前，媒体融合进入“深水区”，主流媒体纷纷入局短视频。以新闻短视频为代表的“严肃内容”如何在高度娱乐化的短视频领域推陈出新、打造优质短视频，成为媒体深度融合的重要课题，更是扩大媒体影响力、抢占网络话语权、提升新闻传播效能的重要手段。

今年4月起，义乌市融媒体中心结合内部采编机构调整，在三个电视采编部门推行全员短视频创作，建立考核机制，发挥电视优势，让短视频发布平台跟着电视栏目走，每日制作短视频在多个平台分发，形成短视频宣传矩阵。目前，爱义乌客户端、爱义乌抖音号、爱义乌视频号、义乌TV视频号组成的短视频矩阵，月均短视频发布量200条以上，对县域内重大事件，首发率80%以上，在媒体融合发展背景下，短视频正成为传统的电视新闻向新媒体转换的一种重要形式。

### 一、调整机构设置，创新短视频创作机制

2019年4月，义乌市融媒体中心成立时就设立了新媒体中心，下设3人组成的短视频创作团队。由于新媒体中心和电视频道分属不同部门，视频画面传递并不及时顺畅，电视记者也没有创作短视频任务，造成电视采编依然固封于做电视新闻，短视频创作跟不上受众需求。2022年，义乌市融媒体中心在内设机构调整时，把义乌TV视频号、爱义乌视频号、爱义乌抖音号分别划归政经部、社文部、节目部三个电视采编部门具体运行。三个部门创作的所有短视频除了在各自短视频平台发布外，同步上传爱义乌新闻客户端，从机制上保障电视新闻第一时间转换成短视频发布，发挥短视频快、稳、准的传播优势，多平台发力，让电视采编部门真正融入新媒体思维，深化融合传播，从传统媒体运作转型媒体融合发展。

### 二、建立考核机制，推行全员短视频创作

结合机构调整，三个电视采编部门建立考核机制，推行全员短视频创作模式。根据考核要求，电视记者采访好新闻素材后，优先考虑是否适合创作短视频，创作的短视频优先在短视频平台发布，每位电视记者每月至少完成2篇短视频创作。推行全员创作短视频，大大提升了短视频创作效率和创作数量。比如，在义乌“8·2”疫情防控期间，义乌市融媒体中心三个电视采编部门深入挖掘一批有广度、有温度、有态度的战“疫”故事和暖心新闻，创作成短视频在各平台发布，截至9月21日，累计推送短视频638个，日均制作近30个，阅读量10万+作品303个、100万+作品22个，累计阅读量超2亿，凝聚起万众一心、同心抗疫的磅礴伟力。其中，抗疫

MV《安静的力量》《最感谢的人》《我们都是英雄》《再等等 再忍忍》等一大批短视频作品直击人心、共情引发共鸣。

### 三、明确平台定位，发挥短视频矩阵效应

调整后的内设机构职能，政经部负责电视时政新闻栏目《义乌新闻》和经济新闻栏目《商贸信息联播》，相应的短视频发布平台是义乌TV视频号，主要发布义乌市委市政府中心工作、重要活动、经济新闻的短视频。社文部负责电视民生新闻栏目《今晚播报》和《同年哥讲新闻》，相应的短视频发布平台是爱义乌视频号，主要发布民生和社会热点新闻的短视频。节目部负责电视生活栏目《生活真有味》，相应短视频发布平台是爱义乌抖音号。三个短视频平台各有分工和侧重，相互补充又互相竞争，并提出了紧紧围绕四个核心要点创作短视频的具体要求，即正能量高扬主旋律、内容精要紧跟热点、围绕中心服务大局、把握时机谋划增粉。比如，义乌“8·2”疫情防控20多天时间里，义乌TV视频号共发布疫情防控相关短视频180条，内容涉及疫情信息发布、正能量暖新闻、疫情防控知识普及、主播评说等方方面面，总播放量达到了3090万，平均每条17.1万。其中10万+72条，50万+16条，100万+4条，点赞过万的有12条，采制了《风雨同舟，感恩有你！4500多位援义“大白”踏上归程》《做核酸检测，如何防护？小洁医生告诉您》《果然是世界的义乌！鸡鸣山社区多国语言喊话“不离义 不聚集”》等一大批大流量作品。爱义乌视频号发布抗疫短视频近120个，百万+短视频一个，十万+短视频37个，其中《风雨同舟，感恩有你！4500多位援义“大白”踏上归程》短视频作品点赞推荐8.4万，转发7.2万，播放量180万，三项数据均创历史新高。8月2日-31日，爱义乌抖音号共发稿306条涉疫短视频，点击量突破6870余万，涉疫10万+短视频数量120余条，涉疫100万+短视频13条，其中，“爱义乌”抖音号《关于义乌市调整镇街静默管理期限的通告》点击量达330多万次，《@全体义乌人，疫情期间请戴好口罩》点击量达313万次，在义乌本轮抗击疫情报道中短视频成了宣传主阵地之一。

### 四、强化策划机制，多出短视频爆款作品

多出爆款产品是提升短视频平台影响力的有效手段。义乌市融媒体中心编委、采编各部主任、当班编辑，在每天举行的采前会、编前会上对新闻线索进行梳理，对适合创作短视频的新闻提前策划，群策群力提出创作思路，对重点选题派出精兵强将，做好画面拍摄，该使用航拍的就航拍，保证好题材不错过创作出爆款短视频作品的机会。比如，今年义乌“8.2”疫情突发，大白火速集结，进入战时状态，各短视频平台先后策划推出了《火速集结！6130名医务人员全力开展疫情防控工作》《烈日下，他们坚守“疫”线》《席地而睡坚守“疫”线》等多条短视频。通过短视频让大家第一时间获悉医务工作者已经奋战在一线，保障大家的安全，一经播出，自然而然50万+爆款到了；随后紧盯抗疫形势，多管齐下，采用后方策划、前方采访，针对“戴口罩”“不离义 不聚集”等主题内容，又相继策划《主播评说：戴口罩！戴口罩！戴口罩！》《主播评说：战疫，是一场“双向奔赴”的必胜之役。》《主播说防疫：@所有义乌市民，健康码变黄怎么办？权威解答来了！》等主播系列的短视频，利用主播的影响力，引领舆论导向。同时，抓住社会面涌现出来的新鲜事，先后策划剪辑推出了《敲锣喊人做核酸，土方法很“义乌”！》《果然是世界的义乌！鸡鸣山社区多国语言喊话“不离义 不聚集”》等多个鲜活短视频，引起了大家的共鸣，也收到了奇效，均成了50万+的爆款。其中，《关于义乌市调整镇街静默管理期限的通告》点击量达330多万次；《@全体义乌人，疫情期间请戴好口罩》点击量达313万次。“爱义乌”抖音号拓宽创作选题范围，在做好义乌题材的短视频外，还在全国和全球范围内选择权威媒体的热点题材进行再创作。比如，《男子抱着婴儿情绪激动 欲跳楼 特警急速飞攀 救下男子》《9月1号起，家有学生的都爽了笑了！》《女子高温天漂流浑身发冷 医生：不是中暑，是失温》《9月3日浙江桐乡，男子酒后跑到房梁上睡了一晚，早上被保洁阿姨发现，后被消防员营救，网友：难道这就是传说中的黄粱一梦？》《四川泸定发生6.8级地震，幼儿园老师奋不顾身带着孩子往外跑》等10个短视频点击量都超过了500万；短视频《南非8名女模特拍摄MV时 遭非法矿

工轮奸 震惊!》点击量更是达到1144.2万。

义乌市融媒体中心适应新媒体发展趋势，通过内部机构调整建立适合短视频创作的机制，推行全员短视频创作，强化考核与选题策划，极大激发了新闻采编人员创作短视频的积极性，形成了快速、高效、准确的短视频创作格局，短视频宣传矩阵规模和影响力迅速提升。从粉丝量数据变化看，2022年4-9月底，义乌TV视频号粉丝

量从5万增加到14.5万；爱义乌视频号粉丝量从1.5万增加到5.6万；爱义乌抖音号粉丝量从27.2万增加到54.8万，短视频阅读量、点赞量等传播数据增长显著，短视频成为电视新闻转向融合发展的突破口，尤其大批量流量短视频，传播效果显著，有力提升了义乌市融媒体中心的传播力、影响力和公信力。

（作者单位：义乌市广播电视台）

2023·1

视听纵横

