

媒体融合环境下县融媒体短视频传播策略研究

陈思静, 张季屏*

浙江越秀外国语学院网络与传播学院, 浙江 绍兴

收稿日期: 2025年2月17日; 录用日期: 2025年3月24日; 发布日期: 2025年3月31日

摘要

媒体融合背景下, 短视频是当前重要的信息传播形态之一。县融媒体不断增强自己的传播策略, 伴随短视频爆火出圈、农村地区互联网普及率上升, 越来越多的新闻报道, 娱乐事件等信息以短视频形式出现, 县融媒体利用短视频传播, 不断增强自身的传播力, 本文分析和总结县融媒体在媒体融合环境下的短视频传播研究策略, 为县融媒体短视频传播提供一定的参考和借鉴。

关键词

短视频, 县融媒体, 传播策略

Research on the Short Video Communication Strategy of County-Level Media under the Media Convergence Environment

Sijing Chen, Jiping Zhang*

College of Network and Communication, Zhejiang Yuexiu University of Foreign Languages, Shaoxing Zhejiang

Received: Feb. 17th, 2025; accepted: Mar. 24th, 2025; published: Mar. 31st, 2025

Abstract

In the context of media convergence, short video is one of the most important forms of information communication. County-level media enhance their communication strategy, with a short video fire circle, Internet penetration rise in rural areas, more and more news reports, entertainment information in the form of short video, county media using short video transmission, increasing their

*通讯作者。

propagation force, this paper analyzes and summarizes the county media in the media convergence environment of short video transmission research strategy, for county-level short video transmission provide certain reference and reference.

Keywords

Short Video, County-Level Media, Communication Strategy

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在新媒体时代, 短视频凭借其简短精炼、直观生动、易于传播的特点, 迅速成为了大众获取信息和娱乐的重要方式。2014年, 媒体融合正式成为国家战略。县级融媒体中心作为基层的主导舆论场所, 起着“最后一公里”的作用[1], 是最贴近群众的媒体, 只有全心全意为民众提供服务, 它才能更有效地发挥其导向功能。县级融媒体中心承担着整合县域内各类媒体资源, 提升传播力、引导力、影响力、公信力的重任。短视频作为县融媒体传播的重要手段之一, 如何充分发挥其优势, 制定有效的传播策略, 是当前县融媒体发展中亟待解决的问题。

2. 县融媒体短视频现状

2.1. 县融媒体短视频相关数据

媒体融合背景下, 不少县融媒体积极探索布局短视频领域, 凭借对本地资源的深度挖掘和传播趋势的把握, 部分县融媒体取得了令人瞩目的阶段性成绩。在传播渠道方面, 县融媒体中心短视频发生了变化。县融媒体中心不仅通过自有的 app、网站等平台发布短视频, 同时借助抖音、快手、微博、微信视频号等第三方平台扩大传播范围。

Table 1. The County-Level Media Center has accounts with more than 400W followers on the TikTok platform

表 1. 县融媒体中心在抖音平台粉丝量超过 400W 的账号

| 账号 | 运营主体 | 粉丝量 | 点赞数 |
|------------|--------------|--------|-------|
| 最江阴评论部 | 江阴市融媒体中心 | 982.4W | 4.4 亿 |
| 五彩泰安 | 泰安市融媒体中心 | 945.6W | 2.8 亿 |
| 南丰县融媒体中心 | 南丰县融媒体中心 | 745.3W | 2.4 亿 |
| 弋阳发布 | 弋阳县融媒体中心 | 738.9W | 4.1 亿 |
| 红都瑞金 | 瑞金县融媒体中心 | 491.4W | 4.2 亿 |
| 潮起岚山 | 日照市岚山区融媒体中心 | 472.6W | 1.7 亿 |
| 青白江 - 融媒快报 | 成都市白青江区广播电视台 | 405.8W | 3.4 亿 |

数据来源: MCN DATA (注: 截止 9 月 5 日)。

2023年,有143家典型县融媒体中心在新浪微博、微信公众号、抖音、快手平台发布共112万余条作品,合计互动总量超过11亿,共产出17,112条爆款内容[2]。截止2024年9月5日,县级融媒体中心在抖音平台粉丝突破400万的有7家,江阴市融媒体中心抖音官方账号“最江阴评论部”泰安县融媒体中心抖音官方账号“五彩泰安”粉丝量都近千万级(见表1)。

2.2. 县融媒体短视频类型

2.2.1. 新闻资讯类

县级融媒体中心短视频最多的就是新闻资讯类视频,一般内容简短,时效性强,能快速传递当地发生的时政、社会、民生等方面的新闻事件,让观众了解本地动态,及时向县域居民传递信息。例如南丰县融媒体中心抖音官方账号发布视频“河南护母儿子被羁押753天后重审”这一视频截至目前为止获得了104.4万点赞[3]。

2.2.2. 文化旅游类

文化旅游类短视频是现在县融媒体短视频中较为重要的一种类型,通过展示本地的自然风光、历史文化遗产和民俗风情,提升县域的知名度和美誉度。特别是现在,国家注重非物质文化遗产,因此,县融媒体对本地非物质文化遗产也有相当多的宣传[4]。以浙江省桐庐县为例,镜头记录了剪纸艺人胡家芝在芳村红纸上剪出栩栩如生图案的过程,讲述了她和剪纸之间的故事,发布相关视频后,不少年轻人燃起对剪纸这项艺术的兴趣[5]。

2.2.3. 民生类

民生类短视频关注百姓生活中的点滴故事,这类视频大多转发自媒体的视频,如邻里互助、好人好事等,具有较强的贴近性,因此也常常会引起较多的共鸣,获得较多的浏览和点赞数。例如缙云融媒体中心发布的缙云烧饼师傅奔赴福州驰援“锅盔叔叔”引起较多关注[6]。

2.2.4. 乡村振兴类

乡村振兴类短视频以展现乡村振兴工作与成功为核心,宣传具有当地独特的自然,人文、产业等资源。由于现代国家大力扶持乡村振兴,这类短视频为农民提供种植养殖技术、农产品销售信息等实用内容,助力乡村振兴。

3. 县融媒体短视频的创作特点

3.1. 贴近性优势

3.1.1. 地域贴近

高点赞往往伴高流量,也代表着观众对视频的喜爱程度,人们总是对与自己更接近的事物感兴趣,会更容易关注与自己有关的新闻。县融媒体扎根于本地,熟悉县域内的地理环境,社区分布,名胜景区,文化产业等等,能够精准定位当地的人文特色,生活场景和民生需求,制作出更加符合本地受众需求的视频。例如宣恩县融媒体中心联合宣恩文旅、恩施文旅、湖北文旅发布的“2024浪漫宣恩新春灯会主题宣传片”截至2025年1月25日,获得26.9万点赞,3.5万评论和12.3万转发[7]。

3.1.2. 文化贴近

县融媒体深入了解县域独特的历史文化底蕴、方言文化、地方传统技艺等,将这些文化元素融入短视频创作中,以通俗易懂且富有地方特色的方式呈现出来,能够有效传承和弘扬本地文化,同时也增强了内容的吸引力和辨识度。县融媒体可以通过短视频记录本地传统手工艺人的精湛技艺传承过程,或是

讲述当地历史文化遗迹背后的故事,使本土文化在新媒体环境下得以鲜活展现,更容易被当地民众接受和喜爱,进而提升受众对县融媒体的认同感和忠诚度。

3.2. 内容制作特点

3.2.1. 标题醒目,内容简短

对于用户判断信息并产生兴趣起到至关重要的作用,缩略图和标题是最早展现在用户眼前的内容[8]。例如在新闻资讯短视频中,标题直接点明事件的突发性和关键信息可以快速告知群众事件的核心,抓住受众的注意力[9]。县融媒体短视频内容简短,精准抓住事件的核心亮点,简洁叙述故事情节,直击主题。例如在文化旅游类短视频中,短暂的视频可以简洁生动地展现出该地区的独特风景和游览价值,促使受众产生师探访的冲动。县融媒体短视频内容中,一般会使用当地的方言土语或者简单易懂的普通话进行解说和采访,拉近与观众之间的距离。

3.2.2. 制作成本较低

县融媒体由于技术和人才方面短缺的,一般在制作短视频时会使用简单的设备,通常使用常见的摄像机、智能手机等设备进行拍摄,这些设备操作简单,易于携带,能够快速到达新闻现场和拍摄地点,捕捉到第一手材料。且人员精简,一般来说,在县融媒体中,创作团队成员一般身兼数职,一个短视频的策划、拍摄、剪辑到发布可能有一人完成。而且在选题上,也能够根据本地的实时热点和受众反馈,迅速调整创作方向,及时推出符合当下需求的短视频内容,如在农产品丰收季节,快速策划一系列关于农产品采摘、销售和加工的短视频,助力本地农业经济发展。

3.3. 县融媒体短视频传播的受众定位明确

县级融媒体中心的包含区域较小,基本只包含县以内的地方,因此他们的媒体与当地受众是最接近的,传播内容带有区域性特征,受众可以通过县融媒体发布的视频较快地获取到自己想要的信息。例如:广播、电视等传统媒体的受众多为年长的人,抖音快手等媒体的受众较广且一般为年轻受众,可以熟练使用手机,获取实时信息[10]。究其根本,县级融媒体中心的主要职责是“服务人民”即满足群众对信息的需求,由于传播渠道、内容形式及分发时效等方面的不同各个信息平台渠道所对应的受众也有所不同[11]。

4. 县融媒体短视频传播面临的挑战

4.1. 短视频内容同质化严重

部分县融媒体中心的内容缺乏深度和独特视角,与上级媒体或其他地区的融媒体中心存在较高的同质化现象,难以吸引本地受众的持续关注,无法充分满足群众多样化的信息需求。县融媒体中心在与受众的互动环节上较为薄弱,对受众的评论、私信等反馈回应不及时或不充分,缺乏有效的互动策划和活动组织,难以调动受众的参与积极性,使得融媒体中心与受众之间的联系不够紧密,无法准确把握受众需求和市场动态。在短视频市场上,除了县融媒体之外,还有众多自媒体和商业媒体平台的竞争。这些平台在内容创作、用户运营、流量获取等方面具有较强的优势,县融媒体要在激烈的竞争中脱颖而出,面临着较大的挑战。

4.2. 短视频制作水平不够专业

虽然县融媒体中心已经有许多短视频制作,但是由于县融媒体短视频专业人少,基本视频的拍摄、文案、剪辑都有一个人完成,和专业的媒体机构相比,它还是存在一定的差距。主要体现在拍摄手法,画面质量和剪辑手法上,县融媒体短视频的画面质量欠佳,剪辑技巧也有所欠缺,还有内容创新上,缺

乏创新性和吸引力。新媒体技术在不断发展,制作传播短视频的技术也在不断更新,传播短视频的技术越来越丰富。县融媒体需持续跟进技术变革,将人工智能、虚拟现实、大数据等技术应用于短视频,提升竞争力。目前多数县级融媒体综合服务平台处于初建阶段,其智能服务刚刚起步,湖南浏阳融媒体中心掌上浏阳 APP 建设了大量智慧城市子项目,想要开展智能服务任然需要较大的努力[12]。

4.3. 短视频传播渠道相对单一

县融媒体短视频的传播渠道主要包括自建的客户端、微信公众号、微博等新媒体平台,以及抖音、快手等商业短视频平台。部分县融媒体还与上级媒体平台合作,实现内容的多级传播[13]。然而,在传播渠道的拓展和整合方面,仍存在一些问题,如各平台之间的联动性不足,未能充分发挥矩阵传播的优势。

5. 县融媒体短视频传播策略

5.1. 优化内容创作

5.1.1. 突出本地特色

县融媒体短视频传播可以深入挖掘县域内的历史文化、民俗风情、特色产业、特色美食等资源,将其融入到短视频中来,展现地方魅力,引发本地居民的情感共鸣和感情认同,打造具有地方特色的短视频内容。同时吸引其他地方的人对本地的关注,从而还可以增强本地文旅的宣传。2023年,央视新闻启动《“县”在出发》大型融媒体活动,邀请上亿网友走进“宝藏”县城,看风土人情、优势产业、特色品牌、感受小县城中的大智慧、大能量。各地县融媒体也应该顺应时代,积极参加此活动,展现各地风貌[14]。

5.1.2. 关注民生需求

县融媒体短视频以百姓生活为切入点,制作贴近民生的短视频,聚焦民生热点问题的调查报告、实用的生活小窍门、感人的百姓故事等,提高内容的实用性和情感共鸣。顺应大时代潮流,关注民众需求,发布短视频。

5.1.3. 创新表现形式

县融媒体短视频可以运用多样化的短视频表现形式,运用动画、漫画、微纪录片、Vlog等形式,丰富内容呈现方式。同时,注重短视频的创意策划,在标题、开头、结尾,剪辑手段等方面下功夫,吸引受众的注意力,提高视频的完播率[15]。

5.2. 优化制作方向

5.2.1. 建立严格的审核机制

县融媒体在短视频制作时应该建立严格的视频审核制度,从画面质量、剪辑效果、内容准确性等方面进行全面审核。收集观众反馈,分析数据,了解观众喜好和需求,针对性地优化制作方向。并且定期组织内部培训,加强工作人员的视频制作技巧。

5.2.2. 加强队伍建设

县融媒体应该加强队伍建设。定期组织短视频制作相关的培训,包括拍摄技巧,剪辑软件使用,创意策划等内容,邀请行业专家进行授课。招聘有短视频制作经验,创意能力强的人才来充实团队。

5.2.3 完善设备和建立技术交流

县融媒体应该根据实际需求购置专业的设备,例如高清摄像机、专业灯光设备等。除此之外,还应该建立技术交流,与外部机构合作,与广告公司、影视制作公司等专业机构合作,共同制作高质量的短视频,学习先进的制作理念和技术;定期组织内部的作品分享会和研讨会,分析优秀作品的特点和制作

技巧, 共同提升制作水平; 关注国内外优秀的短视频案例, 分析其创意、制作手法和传播策略, 结合本地实际情况加以借鉴和应用。

5.3. 整合传播渠道

5.3.1. 构建全媒体传播矩阵

加强县融媒体各平台之间的联动与整合, 实现内容的一次采集、多种生成、多元传播。建立以客户端为核心, 微信公众号、微博、抖音、快手等平台协同发展的全媒体传播矩阵, 根据不同平台的特点和用户群体, 进行有针对性的内容分发和推广。由于不同平台的宣传效果不同, 每个平台都可以发挥自身的优势, 从而取得更好的宣传效果。

5.3.2. 加强名人效应

县融媒体可以梳理县域内的各类名人, 包括历史文化名人、现代企业家、文体明星、劳动模范、道德模范等。深入挖掘他们的故事和成就, 制作成系列短视频、人物专访、纪录片等内容, 通过县融媒体平台进行传播。还可以关注本地名人在国内外的重大活动、获奖荣誉、热点事件等, 及时跟进报道并进行关联营销。除此之外, 县融媒体还可以利用名人的社交媒体影响力, 策划线上线下互动活动, 引发话题讨论和传播热潮。

5.3.3. 加强与上级媒体和其他地方媒体的合作

积极与上级媒体平台对接, 争取将优质的短视频内容推荐到更高层次的媒体平台上, 扩大传播范围。同时, 与其他地方媒体开展合作交流, 实现资源共享、优势互补, 共同打造具有影响力的区域媒体传播联盟。

5.4. 增强受众互动

5.4.1. 建立互动机制

建立健全短视频平台的互动机制, 及时回复受众的评论和私信, 解答受众的疑问, 听取受众的意见和建议[16]。定期开展线上互动活动, 如话题讨论、投票评选、抽奖等, 激发受众的参与热情, 增强受众与媒体的粘性。在 2024 年年底, 抖音上出现了各地文旅给在外漂泊的学子送特产大礼包这一潮流, 各地融媒体中心, 会在评论区抽人, 送出特制礼包。成武县融媒体中心就顺应了这个潮流, 给各地学子送出了一份又一份“来自家乡的快递”[17]。

5.4.2. 拓展盈利模式

在短视频中合理植入本地企业的广告, 为企业提供品牌推广和产品宣传服务, 实现广告收入的增长。同时, 探索与本地商家合作开展联合营销活动, 如直播带货、探店推广等, 通过短视频平台促进本地消费, 实现互利共赢。

5.4.3. 精准受众分析

利用大数据技术对短视频平台的受众数据进行分析, 了解受众的兴趣爱好, 观看习惯等特征, 根据受众画像进行精准的内容推荐和个性化服务, 提高传播效果。对于年轻的受众群体, 县融媒体可以增加娱乐, 对于年轻群体, 可以用网络热梗来吸引他们; 对于中老年受众, 侧重于健康, 传统文化方面的内容, 有针对性地发布短视频, 可以提高内容的吸引力和相关性, 增强宣传效果[18]。

6. 结语

在媒体融合的大背景下, 县融媒体短视频传播策略的研究具有广阔的发展前景和重要的现实意义。

通过优化内容创作、整合传播渠道、提升制作水平、增强受众互动等策略的实施, 县融媒体能够充分发挥自身优势, 克服面临的挑战, 提升短视频的传播效果和影响力, 更好地服务于县域经济社会发展和人民群众的生活需求, 为县级媒体融合发展注入新的活力, 在基层舆论阵地建设中发挥更加重要的作用, 从而使县融媒体在激烈的媒体竞争中脱颖而出, 为县域的全面发展贡献力量。

参考文献

- [1] 杨玉洁, 戴蔚. 县级融媒体中心内容生产创新路径研究[J]. 视听, 2025(1): 110-114.
- [2] 《全国县级融媒体中心传播力影响力调研报告(2023年度)》发布[EB/OL]. <https://xhpfmapi.zhongguowangshi.com/vh512/share/12073194>, 2024-06-25.
- [3] “看着母亲被打, 到底怎么做才对?”河南护母儿子被羁押 753 天后重审, 当庭灵魂发问引人深思[EB/OL]. <https://www.douyin.com/video/6960150844905917699>, 2021-05-09.
- [4] 孙九河, 解放思想改革创新促进县域广播电视事业产业跨越发展[J]. 大众文艺(理论), 2009(17): 104.
- [5] 将非遗剪纸融入生活, 成为一件又一件新颖又实用的剪纸文化创意产品[EB/OL]. <https://www.douyin.com/video/7296421789851290891>, 2023-11-01.
- [6] 浙闽一家亲, 情暖两座城! 缙云烧饼师傅赴福州驰援“锅盔叔叔” [EB/OL]. <https://www.douyin.com/video/7431050351878376723>, 2024-10-29.
- [7] 2024 浪漫宣恩新春灯会主题宣传片[EB/OL]. 抖音. https://www.douyin.com/user/MS4wLjABAAAA11Z8K_CzrhjH-j4m93QQouy39MgunUeLDHcy-owHz5Bs?from_tab_name=main&modal_id=7331619131281657139, 2024-02-04.
- [8] 杨亦男. 全媒体时代县级新闻短视频传播策略探究——以中西部地区为例[J]. 金传媒, 2024(7): 52-55.
- [9] 姜海容. 主流媒体新闻资讯类短视频传播策略研究[D]: [硕士学位论文]. 西宁: 青海师范大学, 2023.
- [10] 莫结胜. 多举措全方位推进主流媒体宣传深入新青年[J]. 鹿城学刊, 2024, 36(4): 30-32.
- [11] 鄢建鹏. 县级融媒体中心建设发展策略研究[J]. 西部广播电视, 2023(14): 219-221.
- [12] 刘玉清, 贾雅美, 陈晓曼. 县级融媒体智能服务的图景、困境与进路[J]. 河北经贸大学学报(综合版), 2023, 23(4): 17-22.
- [13] 谢颖. 新时代背景下县级融媒体发展“切入点”的思考[J]. 记者观察·中旬刊, 2023(20): 21-23.
- [14] 杨琳, 许楠. 《“县”在出发》: 中国式现代化县域实践的媒介叙事创新[J]. 电视研究, 2023(12): 73-75.
- [15] 黄睢涵. 新媒体时代电视新闻短视频的传播策略探析[J]. 新闻前哨, 2022(19): 56-57.
- [16] 张颖. 新型主流媒体跨平台传播策略与舆论引导力提升研究[J]. 记者摇篮, 2024(2): 69-71.
- [17] 各地文旅互卷给异地学子寄特产, 大学生: 亲爱的家乡, 离了你谁还把我当小孩[EB/OL]. 腾讯新闻. <https://news.qq.com/rain/a/20241209A0753100>, 2024-12-09.
- [18] 付惠远. 融媒体时代纸媒如何做好短视频[J]. 全媒体探索, 2024(10): 62-63.