# “媒体融合+产业赋能”探索广电转型发展新模式

随着媒体融合进程的加速，媒体生态不断解构，电视节目创作环境也发生了翻天覆地的变化。如何应对媒体融合影响，积极探索符合当下生态的发展体系与路径，创研出符合自身实际与媒体融合要求的转型发展策略，成为电视节目制作部门的“必答题”。河北广播电视台《冀有好物》栏目探索打造引擎型广电节目融合新模式，节目模式先后输出到湖北台综合频道、四川台乡村频道、云南台都市频道。

一、精准定位，体现主流媒体平台价值

在媒体融合背景下，传统媒体与新媒体的融合不仅仅是技术手段、传播介质的融合，更是思维方式、生产要素的整合。就像新媒体账号立人设一样，一个节目能立得住首先要解决的就是定位问题。

“

（一）综艺节目+城市推介，锚定节目发展方向

《冀有好物》采用综艺节目+城市推介+专场晚会的节目样态，通过电视+网络多平台直播的形式，以小切口、大视角的方式，通过综艺节目，通过全媒体反映城市发展进程，品读城市魅力，讲述河北故事，提升参演城市的城市品牌价值，推动参演城市高质量发展。

“

（二）内容为王，打造县域专属全媒体服务平台

首先，重点宣传县（区）政府施政理念。节目通过探访片、文艺节目等灵活、轻松的综艺手段将当地政府的施政理念、方针政策等抽象概念进行可视化“翻译”，让政务性工作变得生动易懂，贴近百姓生活。同时又以特色好物为“沟通”媒介，搭建节目内容与观众之间的认知桥梁，观众在购买、享受特色好物的愉悦体验中，潜移默化地加深对县域的了解。如在《冀有好物》沙河专场中，栏目创编舞蹈《镜花水月》，通过人、镜、光、影的完美配合，以优雅、俏皮的呈现形式反映出沙河市以玻璃制造为主的支柱产业，并邀请当地龙头企业志河镜业登台，在节目中通过对特色产品智能梳妆镜的推介，延展出企业规模、发展策略、政府扶植等内容层面，最后通过智能梳妆镜1元秒杀的销售形式，引发观众共鸣，强化了消费者对节目内容的认知，展现出沙河市政通人和，产业兴旺的发展态势，擦亮沙河“中国玻璃之都”的靓丽名片。

图片

其次，充分发掘县域文化内涵，增强文化自信。节目以县域特色资源为基础，通过综艺手段包装，让传统文化以全新的姿态再度为广大观众所熟知。如石家庄元氏县专场，正值中秋佳节，节目组通过情景剧演绎全景式展现了河北省级非物质文化遗产“刘氏酥饼”的前世今生，并推出“冀有好物联名款月饼”，取得了十余万元的销售成绩，让观众在欣赏之余了解县域的文化底蕴，增强文化自信。

最后，发挥内容制作优势，促进县域企业转型发展。在石家庄正定县专场中，节目重点推介了食品加工企业——惠康食品，通过原创情景歌舞《厨神驾到》体现了企业产品便捷易操作、美味可口、节省时间等特点。栏目还为企业在多媒体平台进行了定制宣传、矩阵销售，扩大了企业品牌影响力，改变了惠康食品的营销理念，将企业原本单一线下销售模式调整为依托主流媒体同步整合电商资源的立体化销售模式。节目播出后企业与栏目组达成战略合作，聘请节目主持人方琼为产品形象代言人。据回访数据显示，惠康食品在参与节目后，销售额较上年提升30%以上，收效显著。

图片

二、整合全域资源

开拓融媒发展新路径

《冀有好物》节目充分整合河北广电全域资源，以专业电商运营团队和栏目淘宝PGC 账号为基础，以主持人自有新媒体账号为依托，通过“重点宣传，散点销售”的模式，把节目打造成河北好物融媒体宣传阵地、河北名优产品集散地。

“

（一）电视+电商，打造融媒宣传阵地

首先，栏目与阿里巴巴淘宝河北直播基地紧密合作，为节目量身打造“冀有好物”淘宝PGC账号，每周六伴与电视端直播同步在网络端直播，通过“1元秒杀”等方式，将县域好物以极优惠的价格“送”给粉丝，增加粉丝粘性，增加网络端受众对节目宣推内容的关注。

其次，与专业MCN公司合作，依据节目主持人自身特点，在多个新媒体平台为主持人量身打造具有鲜明垂类特性的新媒体账号。如围绕节目主持人方琼在抖音平台打造的综合性账号“方琼”现有粉丝1297万；围绕节目主持人芮格打造的娱乐类抖音账号现有粉丝672万；如围绕主持人小龙打造的母婴类账号“四季妈妈-小龙”现有粉丝306.4万；围绕节目主持人小楠、米朵打造的汽车演绎类推介抖音账号“米朵米朵”现有粉丝510.5万。通过主持人新媒体平台账号的矩阵化运营，极大的拓展了节目在新媒体端的宣传张力，逐渐形成了以电视媒体宣传为主，新媒体端联动触发的立体宣传模式，继而满足多样化的宣传需求。

“

（二）立体化服务，打造河北好物销售阵地

《冀有好物》电商发展模式不局限于单一账号的简单运营，而是充分整合节目所触达的各方资源，打造多平台营销矩阵。以邯郸大名专场“木伦河雪糕”的推介片段为例，在前期宣传阶段，栏目整合全域资源，邀请抖音、快手等多平台美食主播，对木伦河雪糕进行“新品尝鲜”活动，进行话题预热，同时依托节目主持人“方琼”、“温格夫妇”、“米朵米朵”等新媒体账号针对企业产品进行娱乐短视频编创，提高企业知名度；在节目播出后通过“冀有好物淘宝PGC账号”、主持人自有新媒体账号、多平台食品类主播账号对木伦河雪糕进行长达一个月的电商端持续销售，充分发挥长尾效应，企业相关产品累计销量达700余万元。

图片

栏目组还本着“既输血又造血”的观念，从开店、选品、售后服务等多方面入手引导企业树立互联网销售思维，协助企业建立自己的电子商务销售渠道。通过以上举措，切实改变了企业的营销策略，提升了品牌市场影响力。据节目回访相关数据统计，在企业参与节目直播后，通过节目电商集群的助力，开拓了企业电商端销售链路，木伦河雪糕产品总销售额较上年增长10%以上。

图片

三、专属订制，加速节目产业转型

《冀有好物》栏目在立足在做好主责主业的基础上，充分整合节目所触达的政务、商务资源，推动广电媒体产业化转型。

“

（一）《冀有好物》进名企项目地

栏目组在演播室全媒体直播节目的基础上，针对河北省知名企业，引入电商原产地直播概念，设计而成的轻量化、定制化全媒体直播项目。企业嘉宾与主持人在互联网直播车中通过清谈、互动体验、商品推介等定制化手段，实现企业文化、地域特色、企业发展理念等内容输出，并通过电商平台在新媒体端实现流量到销量的转化，为企业创造实际价值。

图片

“

（二）《招商看河北》季播活动项目

《招商看河北》是由《冀有好物》与省商务厅联合打造的，展现我省当下经济发展、招商引资态势的特别节目。节目通过电视+新媒体多平台矩阵传播的融媒式制作方式，以电视节目为展示窗口，以多媒体矩阵宣推为宣传渠道，着力构建河北省招商引资综合服务体系，力争把项目打造成河北省各市区县，城市魅力、资源优势、营商环境的展示平台；河北省招商引资政策的宣传解读平台；联通各级政府与企业的政治、经济合作平台。

图片

“

（三）《冀有好物》甄选商城项目

该项目是由栏目与成熟供应链公司合力打造的社群营销项目，旨在将媒体公信力与成熟的供应链系统结合，树立“好物甄选—放心之选”的好物品牌。项目依托“全媒体多渠道触达”、“安心购—次日达”、“终身无理由退货”等宣传、销售手段，及线上销售分成，线下销售让利的良性合作模式，在上线仅半年的时间内实现盈利近400万元，有效的助推了栏目经营转型。

“

（四）《冀有好物》甄选商城线下直营店项目

该项目是针对甄选商城的延链补链项目，栏目依托核心价值—媒体公信力，以轻资本的合作模式，与省供销社、河北省本地供应链管理公司团团美合作。通过各方优势资源的整合，深耕社群营销领域，联合推出微信小程序“必时惠”，并计划在全省开设3家甄选商城旗舰店，并在100余家线下门店建立“冀有好物”专柜（现已推广设立10余家），通过线上线下全渠道，智能复合多通道，增加好物品牌附加值，进一步完善创收体系，加快产业转型。

未来，河北台将以产业发展为路径，联动全国多家省、市级媒体合力打造“好物联盟”，旨在多方合力打造“好物”品牌，通过联盟的形式整合各方优势资源，积小流成江海合力融入文化产业发展的大机遇和大市场中，多元布局产业，多样拓展业态，多渠道整合资源，多模式创新盈利，打造可持续发展的文化品牌，延展产业价值链条，让各省好物通过广播电视圈媒体走向全国，既实现各省市文化交流，又助推各媒体营收模式转型。

河北广播电视台2023-9-18