

省级新闻网站如何开辟微信视频号新战场

——以云南网微信视频号为例

龙彦 李星佳

云南日报报业集团

【摘要】在高科技飞速发展的当今，因为技术革命、媒介变迁、阅读方式变化等原因，新闻网站（pc）这一“新媒体”已经在如今的受众选择新闻信息获取媒介时，逐渐将其划分到“传统媒体”一类。云南网作为省级新闻网站，开拓创新，充分利用主流媒体的资源优势，率先开通云南网微信视频号，生产了千万级播放量视频内容，抢抓了新闻网站视频化转型的“新战场”。本文以期为新时代下新闻网站的转型发展提供可借鉴经验。

【关键词】新闻网站；微信视频号；视频化转型；“新战场”

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.1611

新闻网站正在彻底的沦陷为“传统媒体”的主要表现在于，在日常生活中，少有受众群体每天或主动打开网站浏览咨询和获取新闻，新闻网站的流量正在下滑，影响力也在变弱。与此同时，微博、微信、朋友圈分享，抖音、快手、视频号等平台正在成为人们主要获取新闻信息的主要渠道。

根据《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至2020年12月中国网民规模为9.89亿，短视频用户规模为8.73亿，占网民整体的88.3%。相较于“老派”的纯文字传播渠道，受众日渐青睐于观看短视频来获取更多需要的信息，因此，短视频平台正在成为新闻媒体的“兵家必争之地”。

依托高速发展的互联网，新闻网站如何与凸显出社交化和移动化的短视频平台接轨，成为主流媒体不断探索和思考的话题。然而，微信视频号因其明显的大众传播兼具人际传播的特点，以及其基于用户的社交传播优势，使其在短视频领域脱颖而出。换句话说，微信视频号具有的传播特点与传统媒体的内容适配性极度吻合。因此，在众多央媒、省媒、县融媒体的发展路径探索中，微信视频号正在逐渐成为主流媒体改革与技术探索、新闻实验的“新阵地”。

自2020年1月腾讯公司官方微信公众平台正式宣布开启微信视频号内测平台以来，人民网、央视新闻中国日报、人民日报新华网、环球时报、光明日报、新京报、南方都市报等国内主流媒体先后都开通了官方微信视频号。

2020年疫情期间，云南网开始着力于微信视频号的打造。凭借着省级主流媒体的强大内容生产力和权威信息发布的公信力，云南网微信视频号一经开通，就备受关注。经过不断尝试和探索，云南网目前就如何实现微信视频号的高质量传播、持续生产内容丰富且满足受众需求的高质量产品等方面，探索出一套符合其主流媒体“气质”，能够带来明显品牌影响力的生产模式。

如今，云南网微信视频号已经成为云南省内视频号的第一大号，陆续生产了一系列的千万级播放量视频内容，完成了新闻网站得到微信平台的视频化转型。本文将就云南网的微信视频号的内容生产和平台运维为例，进行分析和说明，进一步探讨新闻网站如何依托微信粉丝资源孵化短视频平台，打造“千万+”现象级爆款产品，实现全网平台品牌影响力的提升。

一、找准媒体定位、选准发布题材，讲好云南故事

云南网作为云南省唯一重点新闻网站，微信视频号发布的视频号产品和内容自然也要完全符合主流新闻媒体的气质。在视频生产的前期需要明确和找准媒体定位。在找准平台定位和属性之后，建立起良好的选题意识，保证选题和产品与媒体品牌的适应性。就云南网微信视频号的平台定位来说，我们致力

于发挥好主流媒体的舆论阵地，以积极向上的正能量产品传播好云南声音、讲好云南故事，以丰富多彩的内容和表现形式展现好云南形象。

“找准媒体定位和属性”并不代表着云南网视频呈现的内容是“高高在上”、不接地气的“硬新闻”。一直以来，视频号都以重视选题原创特点、关注社会现象、照顾大众趣味为所长，在放大视角、扩大眼界、紧跟社会热点开展动态化选题模式的同时，我们更多地聚焦云南的人文风情、暖新闻、趣故事，联动全省16州、市的融媒体资源，选取和策划更多丰富的内容，向网友展现多元、包容和多彩的云南。

云南网微信视频号的素材内容选取主要分为自然风光、主体人物、政论观点、热点事件和温情故事等几类。在视频内容上偏向于选取典型的人物，通过励志和温情的方式讲述人物的故事，引起受众的关注和互动。另外，也偏向于选取独具云南特色的人文景观和自然景色，通过音乐情感的渲染和短视频的视觉效果相结合，激发受众感情共鸣。2021年9月30日，云南网视频号发布的作品《#相拥COP15相约春城《这里是昆明》MV上线啦！》就成功“破壁”“出圈”。该作品以精致的镜头和动人的音乐作为基底，将昆明极具地标性的建筑、动物植物、文体娱乐、传统美食等素材内容融入其中，以最直观的视角展示了人人向往的昆明。作品单篇播放量达1148万余次、点赞数40万余次、评论4028条、分享31万余次、收藏8500余条，以亮眼的数据和出彩的口碑为视频号的题材选取和受众培养提供了可工参考的“样本”。

二、保持发布频率、不断创新，稳定粉丝数量

对于迅猛发展起来的短视频平台，只有保持住快速的视频生产效率和产品更新频率，保证视频号品牌的高频率曝光度，才是其吸粉、增量，持续提升阅读量的不二选择。

所以，在云南网微信视频号的日常运维中，除了保持住良好的选题意识之外，也在很大程度上依靠视频更新来不断提升其阅读量。经过前期的不断试验，以及针对云南网视频号的更新频率和发布时段进行详细分析，通过前期发布的产品播放量和点赞量为主要参考依据来看，得到以下信息：云南网视频号的内容受众都在以碎片化的方式接收信息，每天9点至23点全时段均有阅读需求，其中，不同时段阅读需求又有不同。例如，每天9点至18点，工作时段，资讯类内容较为受欢迎；19点至23点，休息时段，轻阅读、情感类、共情类视频阅读数量较为可观；另外，突发类、重大时政类信息具有全时段阅读数量较高的特点。

根据以上云南网微信视频号稳定受众的阅读习惯和特征，在日常的账号运维中，我们会规律性地进行视频内容的生产和投放。目前，云南网每天的视频投放量按时段、分主题平均保

持在5至6条的常规内容推送范围内，使视频号的用用户量稳定增长，而不至于出现用户流失的情况。高频率的发布策略，不间断的视频内容推送使受众形成阅读惯性，从而增加受众对视频号及内容的关注度。另一方面，高频率的发布策略实现视频号内某一账号主体内容的“刷屏”以吸引受众对视频号内容及其主体的关注，进一步提高视频号粉丝数量。

其次，在原先稳定的用户量基础上，为了进一步拓展平台流量、增长用户量，云南网做出新的尝试进一步提高视频更新率，根据视频内容进行差异化生产和投放，尝试在合适的时间和节点，发布以“小众化”“专业性”“独特化”为主的视频，吸引更多元化的受众群众，实现粉丝增量。

三、深挖特色、拓展视角，做好内容差异化

面对网络世界海量涌来的信息和内容，从目前情况来看，各大主流媒体在微信视频号上的内容发布的内容经常与在抖音、快手等短视频平台上发布的内容存在大量重合的现象，不同平台的内容同质化现象严重。

如何打破这种困局，做出差异化产品提升主流媒体在微信视频号的传播影响力？云南网微信视频号的“幸运”之处，在于云南拥有得天独厚的自然资源、多彩的民族文化和丰厚的人文特色，供视频内容生产者采用的素材足够丰富，能够做出具有云南特色和优质内容。

例如，云南网微信视频号分栏开设了#云南、#早安云南、#我家云南美、#COP15、#红色云南小云说、#每日一典等视频话题，与省内外主流媒体的视频风格形成鲜明对比，也更具个性化和品牌化标签。#早安云南系列视频以每天上午时段固定推送，内容涵盖了云南16个州市、129个县区最具特色的人文景观和乡土人情，经过长期的固定推送，已经形成了云南网微信视频号早间时间的品牌产品。#我家云南美视频分栏将所有相关话题视频进行集纳，从不同季节、不同视角、不同维度淋漓尽致地展现了云南的美景、美人和美事，该系列视频的传播热度和阅读量居高不下。

除了借力云南的特色打造好云南网微信视频号之外，借助重要重大节点和热点事件策划创作专题，往往也能够使其产品突出重围实现破圈。云南雨季大量野生菌上市时推出的“一起聊聊野生菌的那些事”，五一旅游黄金周期间推出的“#旅游正当时，局长代言游云南”，教师节时特别制作推出的“向教育‘燃灯者’张桂梅老师致敬”等等一个个原创精品视频不仅打出了云南网微信视频号的牌效应，还收获了广泛的影响力。

讲好云南故事，展现云南美丽，做好差异化呈现、做出云南网特色，一直以来，云南网微信视频号致力于优质内容快速收发、不同类型分布推送，原创精品多点开花的路径，提升了微信视频号内容的深层次传递，实现微信视频号传播效果的最优解。

四、双号绑定、资源共享，注重联动推送

对于微信视频号运营者而言，该平台最大的利好在于微信视频号可以完全实现搭载微信平台进行内容扩散和传播。而微信平台本身拥有的海量注册用户，以及其强大的社交关系链将助力微信视频号可以凭借着简单地分享机制就能打破不同平台间的内容分享壁垒，实现二次或者多次传播。

如何打破传播壁垒，实现精准推送？观察下来，云南网微信视频号的传播数据可以分为以下规律：播放量1万以下，不具备良好的传播效果；播放量1万-10万，是一个能够被本地行业内的人所关注到的产品，适合于圈内传播；播放量10万-50万，该产品能够被本地和外地的媒体从业者关注到，适于业内传播；播放量50万-100万，能够被新闻行业相关的各行各业

能看见，适合破圈传播；播放量在100万-500万，常规爆款；播放量在500万-1000万，能够被众多网友看见并自发参与转发、点赞、评论，属于爆款视频；播放量在1000万以上，属于超级爆款。

对于云南网微信视频号而言，想要实现“爆款”视频的常规性生产，除了紧跟热点、用心策划之外，还可以依托云南网官方微信公众号87.5万的粉丝群体，以及日均10万上下的阅读量。视频号只有最大程度地实现了与微信私密社交向开放社交的转变，提升非好友之间的交互性，借助微信朋友圈、群聊推送等方式，将两者打通，实现优势互补，才能以此不断扩大影响力，产生“爆款”产品。

此外，云南网微信视频号还以微信公众号平台为资源，进行双号绑定，实现传播的联动效果，以内容连接为中心，实现视频与公众号产品之间的关联和引用。用户在观看视频号内容的时候能够借助下方的链接跳转至微信公众号内，在微信公众号内也能链接到微信视频号，扩大其传播范围，实现新闻传播倍增的效果。

五、提升内容、展现作为，助力舆论引导

云南网微信视频号作为云南省内视频号的第一大号，自然也充当起了主流媒体进行议程设置和舆论引导的主要阵地。例如，在“云南医疗队出征”系列报道中，云南网在制作微信视频号内容的过程中，以现场视频和图片加上温馨字符标语的形式进行展示，直观体现了云南医疗队不畏困难、勇敢向前的担当精神。此外，云南网微信视频号也常常紧跟时政热点，将重要新闻发布会的核心内容以及重要人物的采访讲话等内容进行重新包装，将受众想要获取的信息和想要了解的内容更加直观地呈现出来。

云南网微信视频号作为主流媒体，在议程设置方面更加注重受众意识和对话技巧，以更加情感化以社交化的方式实现信息的有效传达。例如，在“云南抗疫有多难”的视频内容中，通过娓娓道来的讲述方式，把云南抗疫的困难、付出与信心说了出来，引发了网友的强烈共鸣。该视频对受众客观了解云南边境疫情形势、凝聚全民抗疫信念起到了极大的舆论引导作用。

六、结语

云南网微信视频号在奔涌不息的互联网“浪潮”中应运而生，也在短视频新兴的时代爆发出旺盛的生命力和影响力，孕育出多款“千万+”现象级爆款视频，收获了一批“志同道合”的粉丝。但是，云南网微信视频号的发展尚存在着巨大的进步空间，在提高视频生产力的同时，需要进一步加强与受众之间的沟通与互动，从而使主流媒体所发布的信息得到更大范围的传播，提升主流媒体的权威性，让微信视频号持续领跑全省媒体，争取跻身全国头部生产具有极强传播力的新闻产品。

参考文献：

- [1] 张海珠. 主流媒体微信视频号中的新闻短视频传播探讨——以新华社为例 (J) 记者观察. 2021 (05): 42-43
- [2] 刘惠莉. 省级主流媒体微信视频号在灾害新闻报道中的传播策略探究——以河南日报为例 (J) 新闻e家. 2021 (12): 29-32
- [3] 詹依依, 陈功. 主流媒体微信视频号实践现状与不足探析——以“央视新闻”视频号为例 (J) 新闻前哨. 2021 (10): 47-48
- [4] 师刘杰, 朱杰. 微信视频号: 主流媒体视频化表达的新渠道 (J) 新闻论坛. 2021 (02): 17-21