

融合传播与文旅宣传创新实践探析

——以浙江电台城市之声《美丽中国·新闻姐闯东北》为例

潘康康

随着媒体融合趋势的日益凸显，传统媒体与新媒体的融合传播在推动文旅产业发展中扮演着越来越重要的角色。本文以浙江电台城市之声（以下简称城市之声）推出的《美丽中国·新闻姐闯东北》融媒行动为例，深入剖析其在融合传播和文旅宣传方面的创新实践，并探讨该行动如何通过精准策划、真情互动与多媒体联动等策略，实现传播效果的最大化，进而推动浙江与东北地区的文旅交流与经济发展。

岁末年初的东北文旅热带动了冰雪经济发展，引发全网关注，浙江电台城市之声策划推出了《美丽中国·新闻姐闯东北》融媒行动。中国新闻评论“第一抖”、全网粉丝4000万、浙江电台城市之声主持人“新闻姐”时常以颇具个性的语言和独特的视角，对当下的热点话题发出真诚、客观的声音，备受关注。结合东北文旅热点，“新闻姐”打破以往注重新闻信息梳理、热点社会事件评论的作品风格，主动走出去，赶往东北采访报道并推介浙江。全网4000万粉丝通过直播、短视频等，跟着“新闻姐”沉浸式体验北国冰城，感受大美中国。此次融媒行动一经推出就引发了广泛关注，全国数十家媒体关注报道，《新闻姐万米高空推荐浙江》《新闻姐在长春遇到正能量店主》《新闻姐被哈尔滨市民感动落泪》等10余条短视频登上热搜，系列短视频作品全网播放量突破2.8亿。《美丽中国·新闻姐闯东北》融媒行动成功地将融合传播的理念应用于文旅宣传中，不仅提升了传播的广度和深度，还

促进了浙江与东北地区的文旅交流与合作。本文旨在深入分析该融媒行动的创新之处和取得的成效。

一、高站位策划地域文旅主线，全景展现独特魅力

这个冬天，整个东北成为实实在在的“顶流”，当地多个城市的百姓自发地招待南方来客，助力城市基础服务提升和冰雪经济的发展，引发全网关注。

在此背景下，“新闻姐”团队意识到，内容上可以挖掘文旅热背后冰雪经济发展的动因，真正展现美丽中国。同时，“新闻姐”不能仅停留于以往文字上的评论，更要走出去前往一线走访、体验、报道，而且需要深入实地，从小切口介入，既要与当地百姓互动交流展现鲜活人物，还要走访历史遗迹展现这片土地上不屈的英魂。为此，团队制定了“人间烟火气”“爱国主义教育”两个主题的详细行程安排，确保每一站都能挖掘到最有价值的新闻点。这不仅提升报道的文化内涵，也促进大家对东北地区的进一步认知和了解。

在执行融媒行动的过程中，团队还特别注重与当地媒体、政府、文旅部门联动，挖掘报道当地好人、暖心事外，也更大范围地宣传推介浙江。例如，新闻姐通过与哈尔滨广播电视台的联动，在节目中邀请东北人民来浙过年，并深入采访了哈工大；在吉林广播电视台、长春文旅局的助力下进行了净月潭冰雪旅游经济、辽源矿工墓

陈列馆等主题的采访；在辽宁文旅厅、沈阳文旅局的协助下，进行了具有东北烟火气的小河沿早市、九一八历史博物馆、抗美援朝烈士陵园等地点的采访与拍摄，沈阳文旅局局长、沈阳市沈河区区长也跟新闻姐进行线上线下联动，这些都成了全网关注的焦点。

此次融媒行动中，还联动了浙江广电集团下属媒体和全国数十家媒体进行多形态、全媒体分发，形成了强大的传播合力。通过多种传播手段和渠道的整合，实现传播效果的最大化。

二、真情互动引发受众情感共鸣，深化文旅体验与认同

在《美丽中国·新闻姐闯东北》中，“新闻姐”通过创新报道方式，深入挖掘东北地域特色和注重互动传播策略，进一步增强了报道的吸引力和感染力。

（一）创新报道方式，以沉浸式体验报道为主

传统的新闻报道往往以客观描述为主，《美丽中国·新闻姐闯东北》则采用了沉浸式体验的方式，让受众能够身临其境地感受报道内容。在东北的采访过程中，“新闻姐”团队没有走马观花地游览各个景点，而是深入到基层、乡村，用真心、真情与当地居民亲密交流。这种沉浸式的采访方式，使得团队能够捕捉到许多感人至深的细节，讲述直击人心的好故事，并形成多个爆款作品。例如，在前往哈尔滨的飞机上，新闻姐就向同行的东北旅客表明来意，并欢迎大家再来浙江。在哈尔滨的中央大街，为感谢东北人民的热情，新闻姐直播推介浙江特色农产品，并邀请东北人民也来“诗画江南”感受“活力浙江”。新闻姐给当地群众带去了丰富多彩的浙江特色礼物和文化体验，向他们赠送了金华火腿、金华酥饼、嘉兴粽子、临安山核桃以及衢州笋干等具有浙江独特风味的食品，让大家品味到了浙江的美食文化。同时，为鼓励当地学生，新闻姐特别准备了浙江大学的书签

作为礼物，希望他们能以浙江大学为榜样，勇攀学术高峰。此外，新闻姐还通过线上互动形式向广大网友赠送横店灯会门票。这一系列的活动不仅展示了浙江的文化特色和美食魅力，也传递了新闻姐对当地群众和广大网友的关爱和祝福。通过这样的文化交流，增进彼此的了解和友谊，让更多人感受到浙江的热情和包容。

正是由于这种接地气又充满真诚的对浙江的宣推介绍，吸引了大量粉丝前来感受温暖，有些粉丝甚至连夜从外地赶来。这种热情不仅反映了新闻姐的全国影响力，更体现了南北文化交流的深厚基础，“真心对真心、真情换真情”。《新闻姐万米高空推介浙江》《新闻姐在哈尔滨推介浙江》等短视频作品登上抖音热搜，播放量达1000万，20万人转发点赞，《哈尔滨的天很冷，但被大家滚烫的心暖到了》推送后播放量更是高达2400万，68万人点赞转发，该作品还获得黑龙江省级网络精品大赛的二等奖。

新闻姐通过沉浸式体验报道，将东北的冰雪旅游和文旅资源以第一人称的视角呈现给受众，较好增强了报道的吸引力和感染力。

（二）重视地域特色的深入挖掘，以增强粉丝群体的归属感和忠诚度

将东北独特的冰雪文化、历史遗迹、风土人情等与报道内容相结合，不仅提升了报道的文化内涵，也促进了大家对东北地区的进一步认知和了解。在采访路线设计上，团队将哈尔滨、长春、沈阳等城市的多个红色爱国教育基地都纳入行程范围内，通过视频创作、融媒直播等，带领4000万粉丝重走英雄路，开启红色爱国主义教育之旅，感受这片英雄的土地，探寻中华民族的精神内核，用爱国主义情怀激发受众的情感共鸣。例如，在侵华日军第七三一部队罪证陈列馆，团队用镜头记录下了历史的厚重与残酷。通过这一系列的报道，使更多人了解到了这段历史，并铭记于心。此外，团队

还专门赶赴浙江绍兴对口合作城市吉林辽源，参观辽源矿工墓陈列馆、辽宁沈阳九一八历史博物馆、抗美援朝烈士陵园等地，让更多人了解东北这片土地下的英魂和壮举。这些报道激发了人们的爱国情怀。短视频推送后，网友纷纷表示“历史不能忘！”“每个中国人都应该去看看”。

这一系列历史遗迹、感人的故事，不仅展现了中国人的坚强、不屈、淳朴、善良、温暖，更体现了普通群众和政府服务部门上下一心，共同建设新时代美丽中国、实现中华民族伟大复兴的凝聚力。

（三）注重互动传播策略，增强情感纽带

通过与受众的互动、发起线上线下活动等方式，激发大家的参与热情和分享欲望。这种互动传播策略不仅提升了报道的趣味性和吸引力，也增强了受众与报道内容的情感联系。例如，在沈阳，富有烟火气的早市上，一个个微小的细节打动了无数网友。一位店主见游客太冷主动开放后屋以取暖避寒。看了这个视频报道之后，该早市所属辖区区长也主动发现问题，喊话新闻姐：“立即设置共享食堂、游客服务中心，完善基础设施”。这一个个感人的故事和瞬间，被“新闻姐”用镜头捕捉记录下来，形成多个爆款作品，并形成“沈阳最有眼力见儿区长喊话新闻姐”“新闻姐见到了沈阳文旅局局长”等14个独创热搜话题。

回到浙江后，“新闻姐”继续运用互动传播策略推出《幸会！兰亭！》，通过短视频解说和大量的美景向全网推介家乡浙江绍兴兰亭，邀请大家来浙江感受王羲之笔下的会稽山和流觞曲水。随后“新闻姐来推介自己的家乡了”话题登上热搜，播放量近千万。这一举措引发了网友的热烈反响，大量网友表示被新闻姐的推荐所感动，并计划前往浙江旅游。这也进一步证明了互动传播策略在增强情感纽带和提升报

道影响力方面的显著效果。

三、多媒体联动实现传播穿透力最大化，扩大影响力与覆盖面

为提升传播效果，《美丽中国·新闻姐闯东北》这一融媒行动中，“新闻姐”主动求变，改变以往信息梳理、热点评论的风格，主动“走出去”进行深入采访，并采用了多种传播手段。从短视频、新媒体直播到线上线下互动，每一种形式都从受众角度出发，注重互动感、参与感和传播效果。其中，短视频是最主要的传播手段。团队精心制作了一系列短视频作品，仅在抖音平台就获得了超2亿的播放量和600万的点赞量。这些爆款视频不仅展现了美丽中国的魅力，也成为人们热议的话题。新媒体直播则成为另一种有效的传播方式。新闻姐在东北多个地点进行了直播推介，与粉丝进行实时互动。这种即时性的交流方式较好地提升了受众的参与感和黏性，不仅增强了活动的趣味性，也使得信息传递更加精准有效。

在宣发效果上，除了做好内容，通过Z视介、中国蓝新闻客户端、“新闻姐”抖音等矩阵扩大影响力外，还充分联动中央及多省市媒体、文旅等政府部门，如黑龙江日报、人民网吉林站、吉林广播电视台、辽宁广播电视台、沈阳晚报等全国数十家媒体共同宣发报道和黑龙江网信办、辽宁文旅、沈阳文旅、长春发布、长春文旅等多地政府机构作品共创等形式，进行联动宣发。

这次融媒行动的成功实践表明，在全媒体时代，媒体在美丽中国建设中不仅是传播者，更是参与者、推动者和创新者，这也是媒体的责任与担当。只有不断适应时代变化，创新报道方式和内容形式，才能更好地传播好“诗画江南、活力浙江”，服务于美丽中国建设事业。

（作者单位：浙江电台城市之声）