

融媒时代

FUSIONMEDIA TIME

云南日报报业集团 主管主办

2024 年第 8 期
总第 10 期

国内统一刊号: CN53-1239/G2

国际标准刊号: ISSN2097-3748

在进一步全面深化改革中推动媒体融合发展

县级融媒体中心建设现状、困境和对策分析

从选树先进典型看百年大党的精神引领

文旅宣传火爆出圈的探索



ISSN 2097-3748



融媒时代

2024.08 总第 10 期 每月 20 日出版

主管主办 云南日报报业集团
编辑出版 《融媒时代》编辑部
联合出版 云南省新闻工作者协会
云南省南亚东南亚区域国际传播中心
云南省媒体融合重点实验室
云南网
云南省报业协会

编委会主任 何祖坤
编委会副主任 和亚宁 田 静
编委 何祖坤 和亚宁 田 静 孔维华
李绍明 王雪飞 刘 红 李向文
李永斌 宋海涛 严三九 罗 昕
廖圣清 田秋生 陶大鹏 武 宇
刘 成 刘祥元 储东华

执行主编 刘祥元
执行副主编 傅尚坤 杨之辉
通联 李 辉
地址 云南省昆明市日新中路 516 号
邮编 650228

电话(传真) 0871-64195021

电子信箱 rmsd2023@163.com

网址 http://www.yunnan.cn/

国内统一刊号 CN53-1239/G2

国际标准刊号: ISSN2097-3748

邮发代号 64-88

设计制作 云南日报视觉统筹设计部

印刷 云南报业传媒(集团)有限责任公司
昆明市五华区新闻南路 51 号

(如有印装质量问题,请与印务中心联系,0871-64127941)

目次

卷首

- 1 以改革之力持续深化媒体融合 王雪飞

融媒专题

- 4 在进一步全面深化改革中推动媒体融合发展的策略和措施 余院生

- 11 云南县级融媒体中心建设现状、困境和对策分析 杜忠锋 王俊瑜

- 19 推动一体化集约发展建强全媒体传播体系
——德宏州推进州级媒体深度融合发展的实践与思考 李 明

- 24 “学习强国”地市级平台品牌化建设路径探析 黄英华

- 29 从新闻客户端运维看县级融媒的传播力建设
——以安宁市融媒体中心新闻客户端“乐享安宁”为例 王莉莎

热点关注

- 34 从选树先进典型看百年大党的精神引领 李汉勇 程三娟

- 38 文旅宣传火爆出圈的探索
——以大理州融媒体中心“听说@王昶想旅行?而且想来的是大理?”网络宣传为例 赵正琳 李 黎

- 42 “网红”公职人员舆情现象风险检视与规制路径探讨 张 正

CONTENTS

新闻教育

- 45 播音与主持艺术专业人才核心竞争力培养研究

牛凌燕 郭 思

融媒实践

- 53 加强策划提升新闻报道传播效果 李云淑

- 57 做好先进人物类电视新闻采编浅析 吴准绳

- 60 提升微信公众号运维质量的探索
——以“南阳网”公众号为例 黄术生

- 63 如何成为一名受欢迎的主播 李 天

- 68 历史题材新闻采写如何找到现实连接点 刁丽俊

- 71 地市级媒体助力乡村振兴的实践与路径
——以《我和我的村庄》系列报道为例 谭光吉

- 74 校园新闻线索发现路径探析 刘 超

- 77 警事新闻采写浅议 王利娟

融媒研究

- 81 对融媒时代“内容为王”的思考 俎孟晗

- 84 法治视域下的网络舆情应对探讨 张 章

- 88 做好国企宣传工作创新路径浅析 李 媛

国际传播

- 92 从《黑神话：悟空》爆火出圈思考云南的国际传播

杨雪婷



融媒时代微信公众号二维码



融媒时代微信联系二维码

文旅宣传火爆出圈的探索

——以大理州融媒体中心“听说 @ 王昶想旅行？而且想来的是大理？”网络宣传为例

□ 赵正琳 李黎

摘要：2024年巴黎奥运会期间，大理州融媒体中心创作的新媒体内容成功地引爆了整个网络，一举引领了文旅热搜榜并且热度不断上升，成为现象级产品，成功地将大理的文旅资源推向了全国乃至全球。在展现地方文旅宣传新高度的同时，大理州融媒体中心也探索出了一条融媒时代文旅宣传的新路径。

关键词：传媒触角 社交传播 资源整合

巴黎奥运会如火如荼，大理州融媒体中心创作的新媒体内容成功地引爆了整个网络，一举引领了文旅热搜榜并且不断上升，成为现象级产品，成功地将大理的文旅资源推向了全国乃至全球。在展现地方文旅宣传新高度的同时，大理州融媒体中心也为全国传媒界探索出了一条融媒时代文旅

宣传的新路径。

一、精准敏锐的传媒触角

2024年8月2日，巴黎奥运会羽毛球男子双打半决赛开打，首次参加奥运会的国羽“00后”组合梁伟铿、王昶以全胜成

绩晋级决赛。8月4日晚,“梁王组合”迎战决赛,最终摘得银牌,首次出征奥运会就站上领奖台。此前,在接受记者采访时,王昶说道:如果有十天假期,想来大理旅游。

大理州融媒体中心在浩瀚的信息海洋中精准地捕捉到了奥运健将王昶想来大理洱海度假的信息,迅速策划,以王昶对大理的向往这一细微却充满力量的情感线索为主题,现编歌词、现录音、现剪辑制作了一条“毫无技巧、全是深情”的视频“听说@王昶想旅行?而且想来的是大理?”以极其亲切和接地气的口吻,直接向王昶发出了邀请。歌曲《昶啊~大理等你!》中那一句“昶啊,可不可以让我安排一哈”,不仅仅是对个人愿望的简单回应,更是对公众情感需求的深刻洞察和精准把握。“长得帅的人眼光不错哇”则将王昶的形象和被“点名”的美丽洱海作为视频的最高潮,向王昶发出热情的邀请函。在“带火”王昶和大理旅游的同时,该视频也使得原歌曲登上音乐平台热搜,48小时内被用户下载了5万余次。

二、深度挖掘的文化内涵

大理州融媒体中心的文旅宣传并没有停留在表面的风景展示和浅层的情感共鸣上,而是深入挖掘了大理的文化内涵和独特魅力,将大理的历史、民俗、艺术等多方面的元素融入了宣传内容中。

在此次宣传中,大理州融媒体中心没有简单地复制粘贴已有的旅游资源介绍,而是将大理的独特魅力与奥运冠军的个人愿望相结合,通过新颖独特的创意和精益求精的

制作,打造了一系列令人耳目一新的新媒体产品。这些产品不仅包含了精美的图片、生动的视频,动听的歌曲,还有引人入胜的故事讲述和富有感染力的文字描述。如果要度假,请不要犹豫,飞机、高铁、高速随你选择,“生皮、生肉、乳扇、饵块、炸洱海虾”“苍山、三塔、双廊,蝴蝶泉边那风花雪月多美啊”“而她(洱海),是不是你最想看的啊?!”以视觉、听觉和心灵的多重感受,将大理的民族风情、美景美食等一一呈现给公众。这种全方位、立体化的展现方式,不仅让公众对大理有了更加全面和深入的了解,也极大地提升了他们的旅游兴趣和期待值。通过制作一系列高质量的内容产品,不仅让公众看到了大理的美丽风光,更让他们感受到了大理深厚的文化底蕴和独特的民族风情,体验到大理的独特文化和生活方式。这种深度挖掘和全面呈现的方式,不仅提升了宣传内容的价值性和观赏性,也让公众对大理有了更加全面和深入的认识,让他们对大理的文化产生了更加深刻的认同和喜爱。这种“沉浸式”的宣传方式,不仅拉近了媒体与公众之间的距离,增强了公众的参与感和体验感,更为后续的文旅宣传打下了坚实的情感基础。

三、创意无限的内容制作

在短视频“听说@王昶想旅行?而且想来的是大理?”中,主创人员临时改编的歌曲《昶啊~大理等你!》是最大的亮点,《昶啊~大理等你!》临时改编了《暮色回响》的歌词,节奏明快的旋律加上朗朗上口的幽默歌词,“又好听又好笑”的洗脑歌声受到

网友的关注并在网络传播，大理文旅迅速表示，“大理州所有A级景区对2024奥运健儿们免门票。”大家纷纷点赞大理文旅：“干得漂亮！”

“听说@王昶想旅行？而且想来的是大理？”的成功“出圈”迅速引发多米诺骨牌效应。短视频播放量短时间内迅速突破350万次，冲上抖音等平台热榜。全国多地文旅也都闻讯而来，谁也不想“放过”这次邀请奥运健儿的机会。浙江、陕西、长沙、西藏、山东、山西、河北、广东等超过20个地区的文旅账号纷纷效仿并采用大理制作的歌曲模板，开启抢夺“梁王”大战当中，全国各大文旅号的最新视频里都出现了大理小编的魔音：“昶啊，可不可以让我安排一哈”纷纷安排起了王昶，想王昶的风，吹遍了全国各地。各地纷纷模仿喊话奥运健儿“放假欢迎回家来旅游！”，成功地将奥运冠军王昶对大理的向往之情转化为一场席卷全国的文旅热潮。

“昶啊，可不可以让我安排一哈”话题也冲上了全国热榜，大理州融媒体中心抖音号“风花雪月号”荣登同城榜首还冲上了全国热榜。《昶啊～大理等你！》已经成为继“我的阿勒泰”“北京到底有谁在啊”之后最新、最热门的文旅短视频转场模板。大理州融媒体中心的小编创造了一个大家争相模仿的大“爆款”，“这泼天的富贵，大理算是接住了！”

四、持续互动的社交传播

大理州融媒体中心不仅及时回应公众的关注和反馈，还特别注重细节的处理和用户

体验的优化，借用了社交媒体平台的互动功能，在作品中巧妙地融入了互动元素，主动引导话题讨论和口碑传播，与网友持续互动，迅速引发了公众的关注和共鸣。网友们也很买小编的这款“定制请柬”的账，纷纷给出“辣评”：终于知道为什么云南简称“滇”了。王昶也跟着一起“滇”，评论回复：“我可不能把铿仔丢下啊！”之后，大理州融媒体中心的小编又熬了个大夜，创作了歌曲《大理等你们！》，为“梁王”组合定制的“邀请函”：“是的，你俩，我大理，都要！@王昶@梁伟铿”。

通过微博、微信、抖音等社交媒体平台，大理州融媒体中心发布了一系列与王昶、梁伟铿等奥运冠军相关的互动内容，如“大理的七夕日记”，向王昶、梁伟铿、孙佳俊、汪顺、覃海洋、潘展乐、马龙、全红婵、王楚钦、伍鹏、张雨霏、徐嘉余等奥运健儿发出了邀请，“#王昶大理行”“#大理等你来”“#各地文旅昶开怀抱”“#各地文旅疼爱铿子”“#真的被王昶笑崩溃了”等话题标签，引发了公众的广泛关注和积极参与。这些话题不仅增加了宣传内容的曝光度和传播范围，还激发了公众的创造力和想象力，让他们纷纷参与到内容的创作和传播中来。据不完全统计，短视频歌曲《昶啊～大理等你！》《大理等你们！》以及“#云南文旅喊话王昶”“#王昶梁伟铿”等相关话题累计阅读量已经突破2亿。

大理州融媒体中心在这一次宣传中，充分利用社交媒体的互动性和传播力，通过持续发布有趣、有料的内容，与公众保持紧密的联系和互动，这种以用户为中心的设计理

念，正是现代传媒所追求的核心价值。这种传媒的社交力量引发的情感上的共鸣，也正是传媒力量最为宝贵的财富之一。

五、跨界合作的资源整合

在此次宣传中，大理州融媒体中心没有局限于自身的资源和能力，而是积极寻求与携程旅行网等官方账号的跨界合作，携程旅行网等官方账号的参与，不仅为公众提供了便捷的旅游服务信息，也增强了作品的互动性和传播力。这种跨界合作不仅实现了资源的共享与互补，更在无形中提升了大理文旅品牌的知名度和美誉度，充分展现大理开放包容、合作共赢的胸怀。

在与携程旅行网的合作的同时，大理州融媒体中心植入了“# 在大理爱上生活”“# 巴黎奥运会”“# 携程旅行代言”“# 在大理爱上生活”“# 中国最佳爱情表白地大理”等话题，不仅为公众提供了更加全面和便捷的旅游服务信息，还借助携程庞大的用户群体和强大的平台优势，将大理的文旅资源推向了更广阔的市场。同时，携程旅行网也借助大理独特的旅游资源和文旅热潮，进一步丰富了其产品线和服务内容，实现了双方的互利共赢。

这种跨界合作的成功实践，不仅为大理的文旅事业注入了新的活力与动力，也为全国传媒业提供了宝贵的经验和启示。它告诉我们，在信息多元化和竞争加剧的传媒时代，只有保持开放的心态和合作的姿态，才能不断拓展自身的发展空间和影响力，传媒开放的胸怀、跨界的合作，才能达到多方共赢的效果。

六、创新之路永无止境

目前，全国各地网友仍在纷纷呼唤当地文旅号“出战”，各大互联网平台也在持续围绕这个热点开展直播和相关话题讨论，“听说 @ 王昶想旅行？而且想来的是大理？”的热度仍在持续。各地官方媒体和自媒体倾情喊话奥运健儿们到祖国各地旅游的热搜还在上升中。

“听说 @ 王昶想旅行？而且想来的是大理？”能够出圈，不仅在于大理州融媒中心的创新与努力，更折射出广大网友对运动员的关注不再局限于夺冠与否，展现出更为宽松、多元和包容的态度，从而使得这样充满温情与特色的宣传能够引发广泛共鸣，获得巨大成功。面对未来更加激烈的市场竞争和快速变化的传媒环境，大理州融媒体中心将继续保持敏锐的洞察力和前瞻性的思维方式，不断探索新的宣传模式，加强与新技术、新媒体的融合创新，利用大数据、人工智能等先进技术来优化宣传效果和提升用户体验；同时，更加注重与公众的沟通和互动，建立更加紧密和稳定的用户关系网；此外，还将积极拓展国际市场，将大理的文旅资源推向更加广阔的世界舞台。

作者：赵正琳，大理州融媒体中心党委副书记、总编辑；李黎，大理州融媒体中心主任记者

编辑：余国鹏