

以彼此为光 静待故事生长

——第七届广播超级碗侧记

□本报记者 李雪昆

乘风而来，顺势而聚。10月10日至13日在湖南长沙举行的第七届广播超级碗虽已落下帷幕，但来自全国各地的数百家电台，近400位广播、新媒体同仁心怀热血、秉承热爱、抱团取暖，带着从不缺乏实践创新的勇气和智慧，让参与其中的每一个人都感受到了中国广播人正努力在不确定的大环境下创造确定性。

越坎坷，越要跨过坎坷；越光亮，越要成为光亮。作为一个诠释活动内涵的平台，广播超级碗可以说为广播界追梦人提供了交流共赢的窗口，这里年复一年地闪烁着新生创作者们想象与智慧的灵光。几天时间里，大家敞开了胸怀，拓宽了视野，更坚定了信心。每一位参与者都在用激情与创意诠释着广播人拥抱时代变迁，探索着行业发展的创新实践。

打造新型消费场，创造价值新赛道

正所谓带着各自的能量，于更高处相见。广播超级碗创新步履不停，发布与竞演环节通过同行业间的深度交流与碰撞重组，推动着优质内容、优质产品、优质模式、优质生态的产出与裂变。中国音频传媒发展研究报告课题组副组长、北京数科资讯有限公司首席顾问牛存宥发布《中国音频传媒发展研究报告2023》时提到，声音内容已经成为文化传播的重要载体之一，其中音频相关应用已成为人们日常生活的重要组成部分，声音内容产业的发展日渐繁荣，市场规模保持持续增长态势，如何借助声音优势形成新的内容产品和内容产业？如何围绕声音打造新型消费场景？这已成为创造广播生命价值的新赛道。

在湖南广播传媒有限公司（湖南广播电视台广播传媒中心）党委书记、执行董事、总经理（主任）李运宗看来，广播媒体正经历着视听领域的深刻变革，传统广播电视的创收压力持续加大，广播从业者广泛参与、抱团前行，是广播超级碗永葆生机的关键，更为广播行业于变局中开新局探索了一条深化合作、融合发展的可行之路。

“一个人有一个人的方法，一家广播有一家广播的策略，汇集起来就是广播行业的底气和竞争力。”作为广播超级碗的发起人，湖南广播电视台广播传

媒中心党委委员、副主任钟启华表示，“广播超级碗已经进入第七年，从诞生之初就流淌着破局者的澎湃血液，我们致力于前行的速度始终要比别人快一步；我们敢于一次次踏出舒适区，以变革者的姿态加速奔跑。今年的精彩竞演、优秀案例，证明着广播人拒绝躺平。可以说，小小的创意能制造大大的快乐，更带来满满的收益。”

广播超级碗始于广电湘军深植血脉的创新基因，并持续推动着广播行业的全面发展，不断发掘着广播创新与转型的诸多机遇。中国广协协会广播电视工作委员会执行主任兼秘书长刘华也提到，在分享、竞争、交流中广播人彼此成长，广播超级碗的大胆创新与实践，对促进广播行业互补共融、引领传统媒体发展具有重要意义。

作为广播超级碗参会台代表，广西广播电视台综合广播副总监梁剑媚也谈到，广播超级碗精彩的案例年年出新，在传播形态快速更新、营销模式快速迭代的市场中，为广播人带来了更多的创新尝试和跨界机遇，已成为广播媒体以热爱、恒心，开阔思维、迎难而上、携手前行的有力保障。

“只要你提交活动案例，你的活动案例在‘碗’里就一定能够碰撞出不一样的火花。”作为广播超级碗的“网红”，来自扬州广播电视台总台的经济音乐频率总监岸风告诉记者，不管是什么样的平台，能够打动人的最后还是创作的内容。正所谓“有钱男子汉，没钱汉子难”，如果广播人还想继续在行业中生存，就必须不断创新。而广播超级碗的价值导向偏向于“可复制性”，不仅仅是简单的“复制”，更在于交流过程中的创新。

将创新融入实践，用创意传递能量

让没有好项目的广播同仁能以最低成本搭建广播运营平台，快速实现盈利；让有好项目的参会单位能最大化地发挥项目价值，坐享更多营收。广播超级碗是用创意传递能量的共聚、共享、共议平台，而创意的载体便是一份份案例。会议期间，每一位上场的竞演代表都有备而来，将实践中的理解与创新融入案例分享中。

“善用AI、利用AI，为节目、活动

赋能，将是未来的趋势。”苏州广播电视总台广播中心带来的案例《冲破传统：活动与AI共舞，广播世界无限可能！》，通过AI技术，一键扫描生成专属视频，实现无感抓拍，智能分析场景匹配模板合成视频，AI互动拍摄，优化成本提高了转化。

北京广播电视台广告运营中心打造的《就业在北京》，围绕百姓与企业的需求，打造城市公共就业新名片IP，通过广播节目+融媒体直播带岗，利用全媒体、多渠道、多形式来触达目标受众，为百姓和企业提供一站式就业服务平台，同时，探索了“媒体+政务+服务”的媒体融合发展路径。

“驰骋主赛道，做好超链接。”上海人民广播电台创新运营中心《527电波巴士大巡游——“我爱去”的魔都地图》，借由上海第四届“五五购物节”、上海广播74岁生日以及网红敞篷大巴即将退役的时间节点，聚合15个品牌打卡地和5个广播市集摊位，12套频率30位Radio红人在上海多个热门商圈、时尚地标、文旅打卡点进行宣传，为上海广播成立74周年庆生，助力了夜间经济、周末经济的热潮。

当下的文旅活动中，国际交流和传播愈发凸显其作用。杭州文广集团杭州之声打造的杭州国际青年创意营以杭州这座城市为起点，发起“你好，Z世代：行走X城”主题活动。结合全球“Z世代”的实地探访等多种形式，通过一系列“创意音视频”产品，通过外籍友人沿路讲述鲜活的案例，展现各地人民幸福生活的美好图景，呼吁全球“Z世代”为推动高质量共建“一带一路”，构建人类命运共同体贡献青春力量。

值得一提的是，在今年全党深入开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育背景下，湖南电台推出的《新时代公开课》，用接地气的理论宣讲展示了新时代下奔赴在美好生活路上的奋进者群像，讲述一个个催人泪下的感人故事，让党的创新理论“声”入人心，充分展现了主流媒体的责任与担当。

乡村振兴亮点足，诠释公益担责任

金秋十月，思绪飞扬，这场属于广播的思想饕餮盛宴碰撞出的火花，让行

业的选择、探寻、想象生气勃勃。

用声音媒体特性斩获县域经济市场，四川广播电视台的《“2023家乡闪耀·一县一歌”大型天府县域形象宣传推广活动》，通过一首歌曲、一地文化、一县美景、一方特产的主题策划和展示推广，充分挖掘四川县域厚重的历史文化、风土人情、经济建设成果，助力每一个宝藏县域“出圈”、出彩。

小蕉是福建三明的一个小村庄，福建交通广播以解决市区亲子群体15分钟消暑需求为核心，策划不同侧重的主题环节，打造小蕉祛暑IP“初印象”，并以大型传统媒体矩阵形式赋能乡村地方文旅，进而带动后续主题活动，打造了人气小蕉、魅力文旅的定位。

陕西广电融媒体集团（台）交通经济中心《天上阿里群星闪烁——我为西藏阿里种棵树》公益策划，依托媒体和社交平台，通过互联网传播广泛覆盖人群，让每个人都有机会在西藏阿里“认种一棵树”，用实际行动投身国家生态文明建设，为守护心中的西藏阿里贡献自己的一份力量。

广西广播电视台综合广播FM910《小康之声》通过在全区10680个行政村（社区）应急广播平台进行播发，村民们通过节目了解致富经，走上致富快车道；客人在节目中发声，打通村级客户群体“最后一公里”，实现双向奔赴。

常州广播电视台《一袋牛奶的暴走》则又是一个一听名字就很吸引人的案例，“一袋牛奶的暴走”作为一个平台性公益筹款活动，旨在为儿童领域的多个民间公益项目筹款。

“我们要回归听觉本身，挖掘声音的长处，发挥我们声音媒体的优势。”南通广播电视台《我与大自然的歌——南通广播生态公益系列行动》通过系列公益短音频产品、生态摄影人故事及摄影作品、公益音乐会、一颗糖公益活动、大自然知识课堂等多形式宣传，展现了近年来生态保护成果。

广播人的支持与共创、厚爱和期许如同火种，拥有一种相遇后即刻把人燃亮的能量。正如钟启华所言，探索的路上，难免会遇到时代“大气候”里随时可能发生的未知变局。但即使是在万物蛰伏的冬季，只要以彼此为光，相信仍会有故事生长。

广播：不老派，也不可取代

□邢路易 编译

广播在今天还有意义吗？当然有！

自从上世纪付费广播广告出现以来，广播行业一直在媒体领域占据着高点，将世界各地的听众与音乐、访谈、广告信息等联系在一起。不过，随着数字媒体的崛起，一些人认为广播的形式过于老派，无法吸引现代消费者。

大多数从业者毫不犹豫地否认这种观点，并认为广播并不是老派的。在国外，尽管广播历经多年发展，已经从AM/FM节目发展为Pandora/Spotify（目前广受欢迎的两个在线流媒体平台）上的数字产品，但听音乐和新闻仍然是美国人日常生活的重要习惯。

如果你曾经问过“还有人听广播吗”这个问题，你可能会惊讶地发现，大多数人还在听广播。根据尼尔森《今日音频报道》，广播是美国排名第一的传播媒介，覆盖91%的18岁以上人群。究其原因——

人人都爱音乐。各种年龄、背景和不同兴趣爱好的人人都喜欢音乐。音乐是无处不在的，它让世界变得更和谐。在驾驶中、在购物时，甚至在看牙医时，都可以听音乐。音乐广播是不分昼夜链接听众的媒介，无论受众是在工作、生活还是娱乐。

广告性价比高。心理学家说，消费者需要至少接触一条广告三次以上才能产生共鸣。广播是为数不多的可以提供经济实惠的重复广告的媒体之一，频率是一种“秘密武器”，广播广告以其他媒体无法比拟的优势提高了品牌认可度。

广播广告的成本低于其他常见形式的广告。随着报纸发行量的下降，报纸广告费继续攀升。而随着越来越多的受众转向点播和流媒体平台，电视的商业价值变得高昂而且可能会被忽略。

精准接触目标受众。从接触当地社区到使用各个电台，针对非常具体的子市场，精心制作的广播信息可以凭借更精准的方式被目标受众接收到，一旦知道自己在与谁“交谈”，就可以更轻松确定值得信赖的沟通方式和传播媒介。

广播仅限于传统广播的时代已一去不复返。广播已成功与数字平台相结合，扩大了其覆盖范围，提高了听众参与度。许多广播电台现在正提供流媒体服务，让世界各地的听众都可以收听到其节目。同时，播客节目的兴起使广播电台能够更精准地按需接触目标听众。

与听众更深入互动。广播已经不再是一种单向的传播媒体，而是更积极地与听众进行互动。热线、竞赛和线上互动等元素已成为广播节目不可或缺的一部分。听众现在可以参与现场讨论、分享观点并赢得奖品。广播主持人和节目制作人已经掌握了与观众建立联系的艺术，创造了数字平台通常难以复制的熟悉感和忠实度。

对社区影响巨大。广播的显著优势之一是其对本地社区的影响。广播电台对于支持当地活动、促进当地企业发展和支持慈善事业至关重要。同时，广播还是当地新闻、天气预报和紧急广播通知的重要来源，往往可以在重要时刻向听众提供实时信息。广播电台在社区内的影响力和信任度使其成为企业与当地消费者建立联系的宝贵工具。

设备便于携带。有时我们无法在偏远地区访问互联网，而这恰是收音机发挥作用的地方，它们还可以承受冲击、灰尘和水等。便携式接收器有内置电源，例如电池等。因此，前往农村地区时，可以携带额外的电池。虽然这种技术较为“陈旧”，但仍可以提供陪伴并适应人们的新步伐。

减少屏幕使用时间。电子产品已经成为我们生活的一部分。然而，在屏幕上花费更多时间会产生许多负面影响。例如会导致肥胖、睡眠问题、抑郁、焦虑以及慢性背部和颈部疼痛等。收音机可以帮助人们限制使用电子产品的时间，从而改善人体健康。广播随时随地都可以让听众收听新闻或音乐，从而减少过度使用电子产品带来的负面影响。

应急生存重要工具。网络和手机信号塔通常容易受到恶劣天气、太阳耀斑和机械故障等干扰，广播却是应急准备工具包的重要组成部分，它们的传输距离更远，因此很容易获得信号，紧急警报也便因为广播的存在而传递给尽可能多的人。如果位于紧急区域，还将收到特殊的美国海洋和大气管理局建立的NOAA天气广播。

（本文综合编译自美国广播广告专家鲍勃·利海顿博客）



声波流转

宁夏旅游广播：让星图点亮旅途

□张可萌

你有多久没有真正抬头仰望过星空了？是否还记得古诗词中“满船清梦压星河”的浪漫与梦幻？

宁夏自2019年率先提出“星星的故乡”文旅品牌的建设，通过专业观星课程的设计、星空导师的培训、观星路线的规划、观星营地及民宿的建设等，在全域范围内发展星空旅游产业。作为宁夏唯一专业旅游类广播媒体，宁夏广播电视台旅游广播也在星空旅游的整合营销方面作出了许多新的尝试。

做足“星空生意”有后盾

作为“中国旅游的微缩盆景”，宁夏的大山、大河、大草原、大湖泊、大沙漠附近，几乎都有着不错的暗夜条件和视野开阔度。因此，宁夏发展星空旅游，有着得天独厚的资源禀赋，而宁夏旅游广播深耕星空旅游，也有着政策层的指引。

2021年自治区政府印发的《宁夏回族自治区文化和旅游发展“十四五”规划》中，多次提到要构建“星星故乡”等六大特色品牌形象；2023年自治区政府工作报告中将“大漠星空”等宁夏二十一景作为自治区“文旅创新升级”工程，进行重点发展；宁夏气象服务中心也基于1981年到2020年宁夏全区云量、能见度、光污染、人体舒适度、大气视宁度等影响观星的气象要素，推出了国内首个观星气候适宜度评估报告《宁夏观星气候适宜度评估报告》。这些都是宁夏旅游广播做足“星空生意”强有力的后盾：一方面，基于广播的载体深耕内容，讲好星空故事、宁夏故事；另一方面，基于丰富的资源，开展各类型线下活动。

2022年，宁夏旅游广播率先在节目中开设音频专题《月度观星指南》《与星星有关的谈话》，通过对每月可进行观测的天文天象的介绍，以及对于天文“冷知

识”的科普，将人们印象中晦涩难懂的天文学知识，以浅显易懂的方式进行大众科普。同步配以图文版观测指南，让听众们可以先通过音频节目学习知识，再来到户外依照图例进行实地观测，大大降低了星空旅游的门槛。

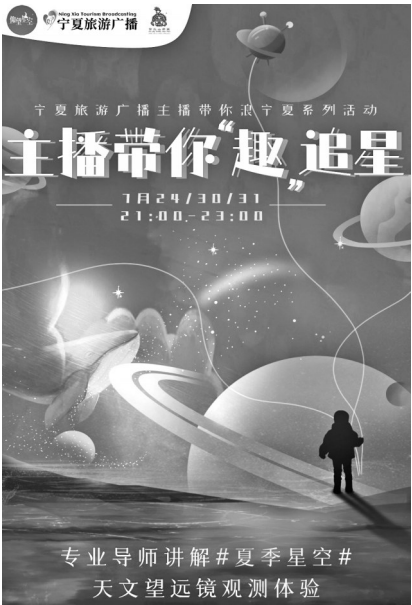
如今，每年有百余个星空旅行团及研学团奔赴宁夏，在4至7天的行程中，学习星空知识、了解星座故事、体验星空摄影。宁夏旅游广播也通过与第三方研学机构的合作，开展了针对本地游客的观星夜游活动《主播带你“趣”追星》。通过主播带队，树立活动的公信力；通过主播讲星星，树立品牌的专业性；通过线上宣传线下活动，双重发力推动“星星的故乡”文旅品牌深入人心。

让科学浪漫起来

作为世界上产生天文学最早的国家之一，中国在几千年前便有了阴阳历。商代时期，已有专门的官员负责天文历法。西周时期，天文学家用圭、表测量日影，确定一年的二十四节气，以指导农牧业生产。殷墟甲骨文、“五星出东方利中国”织锦护臂、曾侯乙墓漆箱、隆福寺藻井、马王堆《五星占》帛书、苏州石刻天文图等文物中不仅有着灿烂的星空，其背后更是凸显了我国古代天文学体系的先进性。

“天阶夜色凉如水，卧看牵牛织女星”“月出于东山之上，徘徊于斗牛之间”“南斗注生，北斗注死”“人生不相见，动如参与商”……我国大量的古代诗词中有着对于星空的描述，将天文学知识与人类的爱恨情仇相结合，让科学也浪漫了起来。

在宁夏，这些星空里的中国故事，都会通过宁夏旅游广播《月度观星指南》专题节目以及《主播带你“趣”追星》线下研



学活动传递给受众。每年农历二二月二，节目中不会再过多调侃剪头发的人排长队，而是告诉听众，要在入夜后去看东方地平线上升起的那颗亮星，那才是真正的“龙抬头”；当带领研学团肉眼观测到了中国空间站过境时，实现中华民族伟大复兴的强国梦，也会扎根于每一个孩子的心中。讲好星空故事，就是讲好中国故事，这不仅仅是久居城市的人们对于浩瀚星空的向往，更是一种历经千年的文化底蕴、文化传承和文化自信。

推动城市文旅建设

《2022抖音知识数据报告》显示，抖音知识类内容作品发布数量增长率为35.4%，越来越多的网友基于自身需求、借助互联网平台所提供的各种资源，自行安排学习场景与内容的新型学习模