



本期关注:新闻客户端“新闻+服务”

新闻客户端新春突出特色化服务

## 引导力强 文化味浓

□本报记者 齐雅文

紧张的春运、热闹的庙会、多彩的活动……这些场景和活动共同构成了龙年春节的热闹氛围。节日期间,主流媒体的新闻客户端依然提供了多样化的服务,充分展现了“新闻+服务”的运行模式。《中国新闻出版广电报》记者观察到,今年媒体新闻客户端着重聚焦龙年春节,开启多元化寻“龙”,善于与用户进行双向互动,增强用户黏性,并提供了细致的文旅出行攻略,让媒体的新闻客户端展现出更多特色和优势。



### 京味儿春节礼 买什么? 一图了解

春节作为最受中国人重视的传统佳节,时间长、年俗多,其中蕴含的传统文化一直备受关注。今年是龙年,龙在中国传统文化里象征着吉祥和力量,人们会用龙来表达对美好生活的向往和对光明未来的期许。媒体在春节期间推出的众多多历年俗、龙年故事等内容,为龙年增添了更多文化趣味知识。

腊月二十三北方小年,从这一天开始,北京日报客户端就推出了老北京春节民俗日历,梳理从腊月二十三到三十的年俗。同时,对于一些年俗的由来,北京日报客户端也呈现了相关内容,比如,《除夕夜为什么要吃饺子?》《京味儿春节礼,买什么?》等,聚焦春节年俗中的多个细节,进行深度探究,以讲故事的方式进行科普,既有历史深度,也有地域特色。

近日,福建在春节期间的游神活动在社交网络上引起网友们的刷屏和关注。在福建,浓浓的年味儿一直被大家津津乐道。福建日报·新福建客户端在展现福建年俗方面十分注重,主要通过展现当地的年俗盛况,让更多人了解福建各地的独特年俗,比如泉州民俗踩街、南平舞龙、莆田闹元宵等,都展现出浓浓的当地特色,让福建年俗被更多人了解。

在齐鲁晚报·齐鲁壹点客户端,年俗有了新的打开方式,即数字人主播讲年俗,正月初二回娘家、正月初三走亲戚、正月初五迎财神等趣味年俗,都被多位数字人主播以轻松诙谐的方式讲述,让网友们领略年俗讲解的另一种打开方式。

今年是龙年,不少媒体推出了以龙为主题的相关策划。大众日报·大众新闻客户端推出的“寻龙记”系列策划,就专注于寻找山东的“龙”,有的存在于瓷器上,有的存在于龙船上,还有的存在于剪纸、木版年画、泥塑等非遗文化之中,展现出龙在山东各地的悠久历史。

在江西,也藏着各式各样的“龙”,有的是非遗活动中寓意祈福消灾的“舞龙”,有的被绘在文物上,历经千年仍光彩不减,有的则悄悄藏在了人们身边,在街头巷尾的路标、门牌上,在赣鄱的青绿山水中,在墨香飘逸的书页里……大江网、大江新闻客户端推出的“赣鄱寻龙记”系列策划,便带网友深入了解了江西本地各式各样的“龙”。

通常说到年味儿以及年俗,大家都会将目光锁定在传统文化领域,但在当下的网络时代,新年主题手机壁纸、龙年表情包、红包封面等成为年轻人的“过年三件套”,年味儿不仅线下有,线上也有。南国早报客户端另辟蹊径,将寻找“龙”的目光锁定在网络,展现出传统节日在网络时代的新活力。

### 互动话题多样 用户参与感足

在这样一个移动互联网时代,手机上网给人们带来了众多便利。媒体在春节期间提供的也不只是单方面的服务,而是更注重和用户的互动。通过互联网,让用户参与到话题讨论之中,不但参与感强,还增强了用户黏性。

在媒体推出的众多春节互动话题中,年夜饭是不可忽视的话题之一,多数媒体新闻客户端都推出了以年夜饭为主题的趣味互动。新华日报·交汇点新闻客户端邀请网友参加《我最爱的年味:江苏人年夜饭图鉴》直播活动,网友通过投稿晒出江苏人的年夜饭,拼出一幅带有浓浓乡味的江苏人年夜饭图鉴,在多个平台进行展示。

湖南日报·新湖南客户端携手湘菜名厨、湘菜名企推出“晒团年

饭 过幸福年”活动,邀请网友晒出团年饭,征集内容以团年饭为主题,记录团年饭里最好吃的一道菜或一桌菜,以及一道菜、一桌菜背后的故事,网友便有机会获得红辣椒炒肉、辣白菜牛肉、湘乡叫堂鸡、水煮西海博鱼等美食福利。

春节期间,甘肃日报·新甘肃客户端推出了短视频征集活动,“#年,就是这个味儿#”,号召广大网友用短视频的方式,分享过年时的独家记忆,用镜头定格幸福瞬间,分享自己的年味儿故事,共同感受喜庆中国年。在页面专区,有人在赏花灯,有人在观赏新春烟火,还有人在逛庙会,无数的精彩短视频,共同构成了精彩纷呈的春节景色。

河南日报·顶端新闻客户端发起了#河南年味最中国#特别策



划,号召网友到河南体验历史和现代的交融,品味独特的年俗年味儿。大家可以写下对新年的展望,记录下回家途中的喜悦瞬间,分享家乡美食和独特菜品,记录家乡拜年活动,在河南体验地道中国年,并给予相应的活动奖励。

封面新闻主办组织了“封面宝贝·龙”重登场——龙年上封面秀宝贝 赢万元现金大奖大型线上征集、评选活动,参与活动的宝贝们展示了他们可爱的一面,既有才艺,也有趣味故事,展现出龙年宝贝的多面和可爱。网友通过在封面新闻客户端的分享、投票等操作,不断加强了与封面新闻的紧密互动。

在扬子晚报·紫牛新闻客户端,新年寄语征集活动正式开启,网友可以留下对家人、长辈、朋友等人的新年祝福,这些祝福可以通过硅基智能主播“小圈”和新闻客户端传递给大家。



### 文旅攻略细致 出行指南实用

春节期间,大家倾向于走出家门,感受不一样的春节氛围,各地纷纷开展具有当地特色的相关活动。各地媒体的新闻客户端也有针对性地推出了相关的文旅攻略、年俗活动攻略以及出行指南,尽可能地为大家提供实用性的参考指南。

广东的年味儿一向很足,羊城晚报·羊城派客户端推出的岭南年俗文旅地图,以互动H5形式展现,让一份简单的出行攻略条理清晰、可圈可点。在岭南年俗文旅地图中,演出类、文博类、旅游类和非遗类信息被依次排布,网友只需点开对应部分,便可以看到具体名

单和新春活动的举办时间与举办地点,十分方便。

同样,海南日报客户端也充分运用了互动H5这一形式进行出行信息整理。2月4日,在琼州海峡春运工作新闻发布会上,有关部门对海口“三港”春运作出最新调整,海南日报客户端便对这些内容进行梳理,推出H5《海口“三港”春运过海最新攻略来了》。H5中,如何购票、暖心服务、过海须知和温馨提示四类内容都被呈现,体现出浓浓的人文关怀。

龙年春节,在湖北去哪儿玩?吃什么?怎么逛?湖北日报客户端

为网友已经整理好了逛吃攻略。《680余场商旅活动带您开启“荆”彩龙年!》中,可以看到湖北各地的消费盛宴,《湖北各地过年怎么玩,看这一篇就够了!》中,庙会、滑雪场和博物馆等春节热门去处则被系统整理,为网友提供了详细的日程安排。

陕西日报·群众新闻客户端开设了《春节游陕西》栏目,从西安博物馆游、西安演艺游、西安主题街区游、西安美食游、关中民俗游、陕北红色游、陕南乡村游、文明旅游、旅游安全等方面,全面展示新的一年陕西的新气象、新风采,让更多人感受欢乐的节日氛围和独具魅力的三秦文化。

在这个春节,浙江各大博物馆、美术馆有什么样的重磅大展、春节特展?从2月5日起,潮新闻推出春节特别策划“馆长的春节档”,浙江省博物馆、杭州博物馆、杭州工艺美术博物馆、良渚博物院、浙江展览馆等文博单位负责人分别分享各自的春节计划。这样的策划,不仅让专业人士发挥了其专业价值,还为广大网友提供了价值颇高的参考建议,实用性极强。

新京报客户端在推出文旅攻略方面,除了年俗活动信息外,还重点呈现了博物馆+主题游线的信息,例如,中国电影博物馆、国家自然博物馆、首都博物馆等场馆在春节期间的主题活动信息展现,都更加突出了北京作为文化中心的定位。

## 央视频:以“思想+艺术+技术”进行创新融合

□本报记者 常湘萍

由许许多多的瑞兽组成的龙、寓意着“连年有余”的“缸鱼”、精美的“飞龙在天”摆件……一个个与龙和年有关的民俗知识巧妙地融入中国美术馆馆长吴为山、作家冯骥才、中国工艺美术大师朱炳仁等“名家大拜年”的视频之中,这些系列短视频由央视频原创制作,在春节期间圈粉无数。结合中央广播电视总台(以下简称总台)2024龙年春节推出的各类年味十足的节目,央视频推出了一系列原创内容,在春节期间掀起了新一波“思想+艺术+技术”的创新融合传播热潮。新春长假期间,《中国新闻出版广电报》记者采访了中央广播电视总台视听新媒体中心副召集人陈昱,请其介绍今年春节期间央视频迎新春的理念及做法。

### 名家大拜年 文化“礼”相随

“龙年春节来临之前,央视频与《文化十分》节目合作,快速推出竖屏产品‘名家大拜年’,力邀各文化名家在给大家拜年送祝福的同时,普及传统文化知识,形成了一个富有年味的文化高地。”陈昱表示,春节不仅是团圆的时刻,也是传承和弘扬中华优秀传统文化的重要日子。

“央视频作为总台的新媒体旗舰平台,在做好春晚三维视音频超高清新媒体全球传播的同时,春节期间还借助春晚大IP推出了各类周边衍生内容在央视频上呈现。”陈昱介绍说,除“名家大拜年”“康康说”“千古名篇”“2024young在春晚”等春节特别节目外,还策划了一系列春晚互动活动进行运营,借春晚之力打造具有总台人文特色及浓郁文化气息的国家级5G新媒体平台。

“竖屏产品更适合新媒体传播,而‘名家脱口秀’的形式则让观众更有亲切感。”陈昱认为,“名家大拜年”选择让名家直面镜头,言之有物的内容直接传递给每一个观众,打造出一款非常个性的文化拜年产品;而“康康说”Flag立起来之新春读书计划,请康辉与康震组合与观众一起开启新春读书计划,更是体现出节目的文化引导意义。

另外,春节期间,央视频联合CGTN推出中英文双语诗词文化节目《千古名篇》,从7个不同年龄段演绎“千古第一才女”李清照的诗意人生与经典诗词。《千古名篇》每集5—10分钟的短视频形式更符合“Z世代”的观看习惯,让传统文化焕发新生,而双语字幕则让海内外观众都能看懂,向世界讲述中华文化与中国故事。

### 融入用户思维 在线创意互动

继央视频接连推出2023总台春晚、春晚“和美好礼”互动活动之后,2024年央视频也不例外推出同主题活动。享“和美好礼”成为一种趣味又惊喜的节日仪式。

“我们希望除了成为春晚、春晚的互动平台外,还可以为总台更多的节目提供互动服务。”陈昱表示,各类节目可以通过央视频实时收集整理节目数据,还可以通过“央友圈”的100多个各类圈子打通用户和内容的联动路径,延伸话语空间,更好地把握用户思维理念与用户需求,赢得受众市场。2024春节期间,“央友圈”推出了“辰”风破浪过大年、名家大拜年“礼”喜相连、运动迎新春、宠物年夜饭等有奖互动活动,为央友们的新春假期增添了不少别样的暖意与趣味。

“百岁生日本身就代表了一种幸福与吉祥,他们送出的祝福更是祥瑞。”陈昱说,央视频推出的“百岁老人送祝福”得到了各个媒体号的大力呼应,全国各地百岁老人送祝福的短视频接连不断推出,形成了一道春节期间尊老爱老的亮丽风景。

“春节”期间,央视频还向观众们送出了一份特殊的年礼——“国聘行动”第四季。陈昱说,希望这份特殊的公益性年礼可以帮助求职者在新春假期后更快地入职心仪的岗位。他认为,“国聘行动”是央视频践行媒体社会责任的一个金光闪闪的品牌。自2020年启动的“国聘行动”现已推出第四季,不断彰显着总台的媒体担当。

### 结合自身特色 创意创新无限

央视频还推出了不少与文化相关的内容。“12K微距看国宝”便是一个重要的代表作品。陈昱介绍说,通过12K微距拍摄三星堆出土文物,发现了不少专家都没有发现的细节;而12K素材打造出的三星堆数字展“触梦三星堆——12K沉浸式数字全球巡展”沉浸式体验空间在北京、上海的特展,同样令人震撼。

“体育赛事是央视频的主力产品,不少观众在央视频看体育比赛。”陈昱介绍,春节期间,世界泳联锦标赛、斯诺克威尔士公开赛、欧冠联赛等体育赛事都正常举行,央视频将全面转播这些体育赛事,为体育迷们送上“春节体育大餐”。

陈昱还介绍,总台各垂类频道由其相关节目中心运营,使传统节日与新媒体内容实现了“一体策划、一体生产、联动运营”的深度融合,也让央视频5G新媒体平台与各节目中心实现了更紧密的捆绑,保障了垂类频道全媒体运营的专业性和流畅性。在全媒体融合传播的新语境下,央视频通过思想站位、艺术融入、技术引领,以“思想+艺术+技术”进行创新融合,充分发挥“内容+平台+技术”的整合优势,不断推出精品力作,打造“希望之频”“未来之频”。