



抖音发布《2024 抖音博物馆生态数据报告》——

短视频助力博物馆热度持续升温

□本报记者 张君成

随着博物馆热的持续升温，各地博物馆迎来了大量游客。近日，抖音发布的《2024 抖音博物馆生态数据报告》（以下简称《报告》）显示，博物馆已成为旅游新热点；过去一年，抖音上的博物馆打卡数同比增长34%，门票订单量同比增加149%。这些数据反映了博物馆在抖音平台上的受欢迎程度不断上升。此外，《报告》显示抖音电商上博物馆文创产品销量同比增长超过11倍，文创产品广受欢迎。通过用户生成的创意内容和分享，博物馆与观众之间的互动更加紧密，形成了良性的文化传播生态。未来，抖音将在推动博物馆知识传播和城市文旅发展方面继续发挥重要作用。

短视频成博物馆文化传播新平台

近几年，博物馆逐渐成为社交活动的新场所，并逐渐成为旅游新热点。《报告》显示，过去一年抖音平台上的博物馆打卡数同比增长34%，门票订单量增加149%。其中，河南安阳的殷墟遗址博物馆、中国文字博物馆打卡量增长超10倍，三星堆博物馆打卡量增加126%。这些数据表明，博物馆在文旅领域的重要性日益凸显。

这其中抖音则扮演了重要的推动者角色。通过生动有趣的视频内容，博物馆文化被更多的观众接受和喜爱。一些博物馆通过抖音找到了新的传播方式，吸引了大量粉丝。例如，西安导游“芥末”和南京大学考古学教授张良仁，通过专业的解说和有趣的内容赢得了观众的喜爱。这些博物馆内容创作者不仅普及了博物馆知识，还在一定程度上提升了博物馆的知名度和影响力。特别是对于“00后”这一代年轻人，他们通过抖音接触到丰富的博物馆知识，增强了对历史和文化的兴趣。

助力博物馆文创产品电商化

除了文化传播，抖音还助力博物馆文创产品的电商化发展。《报告》显示，抖音电商博物馆文创产品销量同比增长超11倍，故宫日历等文创产品广受欢迎。这一现象表明，博物馆不仅是文化的展示场所，也是文创产品的重要市场。

事实上，博物馆文创产品通过抖音平台实现了线上销售，打破了地域限制，让更多人能够方便地购买到心仪的文创产品。这些产品不仅具有实用价值，还承载着丰富的文化内涵，成为人们生活中的一部分。例如，故宫日历不仅是一款日常使用的产品，更是对故宫文化的传播载体。

此外，网友们通过拍摄创意合影和分享博物馆结束语，进一步推动了博物馆文化的传播。这些用户生成的内容不仅丰富了博物馆的线上展示形式，还为博物馆带来了更多的曝光和关注。通过抖音，博物馆与观众之间建立了更加紧密的互动关系，形成了良性的文化传播生态。

推动文旅迈上新台阶

随着博物馆文化传播的不断深入，博物馆游逐渐成为假期文旅的新趋势。多地博物馆接待量创新高，人们对博物馆旅游的热情日益高涨。其实，博物馆不仅是知识的殿堂，也是人们休闲娱乐的重要场所。在这种背景下，抖音通过生动的短视频内容、丰富的文创产品和创新的旅游线路，为博物馆带来了新的活力和机遇。

一些地方政府和文旅部门也积极推动博物馆游的发展，结合当地的特色文化资源，推出了一系列博物馆主题旅游线路。例如，河南安阳结合殷墟遗址博物馆和中国文字博物馆，推出了“古都文化之旅”，吸引了大量游客。这些主题旅游线路不仅丰富了旅游产品的内容，还提升了游客的体验满意度。

事实上，博物馆不仅是文化的载体，更是文旅融合的重要结合点。未来，随着博物馆积极拓展线上线下联动，抖音等平台将在推动文博知识传播、带动城市文旅发展方面继续发挥重要作用。



■前沿新秀

上游新闻：力争上游 不辍前行

□陈旭

上游新闻是中国西部率先上线的新闻类APP，是重庆日报报业集团重点打造的新媒体平台。上游新闻客户端于2015年11月正式上线。2024年，近9年头过去，向着波澜壮阔的宏大未来，上游新闻在“河流开始的这一段”旅程上依然不辍前行。

初心

永远不服输的新闻人

担负责任、弘扬正气，服务百姓、推动进步，这是党媒党端和新闻人的初心所在，转型融合这些年，上游新闻初心未改。

因为初心未改，上游新闻紧紧围绕党和国家中心工作，高质量完成了一次次重大主题报道。今年全国两会期间，上游新闻推出6组国内媒体联动报道，涉及长江经济带、成渝地区双城经济圈、乡村振兴等多个热门话题，并推出《奏响主题报道的“时代强音”》；

因为初心未改，所以坚持着奔赴新闻现场。2022年那个夏天，记者周瑄在缙云山山下操作无人机，拍下“星光战胜火光”的动人画面，成为全网广为传播的经典；

因为初心未改，所以留意记录人间冷暖。2023年9月的那个凌晨，记者谭旭、冉文“跟着菜农搭乘第一班地铁去赶场”，较早地记录了这个温暖的画面，今年以来这班“背篋专线”成为重庆城市的暖心符号；

因为初心未改，所以不放弃调查曝光问题。今年3月，记者时婷婷经过深入调查采访了《昆山178亩林地违法固废填埋场》，受到中央生态环境保护督察组高度重视，江苏省昆山市市委、市政府在全市部署了百日攻坚，全面清理了违法固废填埋现场。

初心不变，这是职责，也是使命和理想。

流量

直面全网竞争的新媒体

传媒生态急剧变化，初心不变，并不能保证一家媒体及其报道能够被人看到、被人听到，所以，同样重要的是要勇敢地参与流量的竞争。

上游新闻坚持自有平台和第三方账号“双轮驱动”，建成了以上游新闻客户端为龙头，25个三方账号组成的全媒体矩阵。截至今年5月，客户端下载量达8420万，全矩阵用户覆盖数达1.44亿。用户规



左图 全国两会期间，上游新闻联动长江、黄河沿线主流媒体共同推出的“大江大河奔流中国”。

右图 “渝聊精彩”栏目已经成为城市推广品牌栏目。

模不断壮大，是获得流量的基本盘，2023年在重庆市委网信办的市级媒体传播力统计中，上游新闻是第一家、也是目前唯一一家在“网站、客户端、头条号、微信、微博、抖音和视频号”等全部7个单项中赢得“大满贯”的市级媒体。

上游新闻确立了面向全网生产内容、传播内容的总体思路，以新产品、新机构、新流程推动传播力不断提升。上游新闻设立了运营中心，专门负责内容产品的分发、互动，从选题策划开始，运营部门同步介入，每天的调度会上，运营部门要对每一个重要选题提出运营建议或运营要求，采编、运营共同努力，让重点稿件能够有话题、能够上热搜，每周平均超过百件的新闻产品进入微博、今日头条等热搜榜单。

上游新闻扎实推进“正能量上热搜”工程，努力在主题宣传、正面报道中挖掘网友关注的话题，在温暖故事、家长里短中挖掘打动网友的细节，经过上游新闻的报道和传播，很多报道城市发展的好消息、服务市民生活的新知识、记录人间温情的新故事进入了热搜热榜，进入了大家

的朋友圈。

要流量、抢流量，但绝不唯流量，上游新闻坚决拒绝打擦边球、拒绝有害流量。

今年以来，上游新闻对网上的擦边自媒体、不良主播、不良直播等乱象，有意识地开展了舆论监督和引导。今年2月，千万粉丝博主“猫一杯”发视频称在巴黎捡到小学生秦朗的寒假作业，引发网友议论纷纷，对此，上游新闻评论员龙春晖撰写了评论《是谁在人为制造热搜？不要以为你以为的真是你以为的》，旗帜鲜明地提出“博流量不能无底线”，率先呼吁警惕“新黄色新闻”。此后上游新闻持续关注此事，2024年4月“猫一杯”被封号后，上游新闻策划推出了新闻专题“‘猫一杯’被封启示录”，从多个角度解剖典型案例，反思“谁在制造真假莫辨的流量漩涡”。

2024年起，上游新闻开设了网络专题“直击直播乱象”，对网络直播间的欺诈骗行为、伪劣产品和违规擦边主播进行曝光、开展监督。

如果说，上游新闻曾经获得中国新闻

四川观察构建品牌型新媒体

实现事业与产业长效协同发展

□本报记者 常湘萍

自2017年上线以来，四川观察历时7年的发展，构建起涵盖客户端、抖音、快手、微博、B站、视频号、小红书等传播渠道的全媒体矩阵。其以“构建品牌型新媒体”为发展理念，在内容运营、机制改革、国际传播能力建设等方面锐意创新，实现了事业与产业长效协同发展。在发展历程中，四川观察形成了哪些特色？有哪些创新经验？就此，《中国新闻出版广电报》记者采访了四川观察副总编辑冯欢。

追热点挖深度

多渠道精准传播

“近年来，我们在重要时间节点、重要事件中，持续推进重大主题报道产品化，突发事件及网络热点及时跟进、持续深入挖掘。”在冯欢看来，在主题报道中转变表达方式、深挖细节、放大传播点，更容易被受众接纳，产生情感共鸣。

在2024年全国两会报道中，四川观察用轻快的节奏、年轻态的叙事语言推出了《全国人大代表刘传健：“英雄机长”的变与不变》《全国人大代表郑望春：“百变”村支书“卷”出新画卷》等“网感”产品，让重大主题报道“活”了起来，其中“英雄机长”的报道内容全矩阵阅读量超1.8亿。

“我们在热点选题上全方位、多角度深入挖掘，不断探索报道产品化、热点运营体系化的创新运营传播模式。”冯欢表示，四川观察全媒体矩阵的“短视频+直播”多样化产品运营传播效果显著。6月12日，针对从韩国归来的大熊猫“福宝”，四川观察在开启“福宝来了”融媒体直播的同时，在微信、抖音、视频号也及时推出了切片短视频。直播全网观看人次达1642万，多条切片短视频成为当天传播热点，有8个微博话题登上全国热搜榜，#福宝营业

了#话题阅读量达2.4亿。

四川观察历来注重新闻内容的再创作传播，这也使其正能量题材传播及二次传播影响力不断扩展。6月13日，成都市郫都区安靖镇一辆白色小车坠河被冲走，众人搭“人链”将车内被困男子成功救出。对此，四川观察及时在四川广播电视台台全媒体新闻中心记者提供的新闻内容基础上，根据传播平台的不同特点进行二次发布，并迅速开启事件后续跟进报道及网络直播。冯欢介绍，二创发布内容在抖音平台有2条点赞量20万+，“成都宝马救人英雄找到了”的后续报道也成为爆款内容，视频号单条点赞量超10万。

“我们不断创新内容形态，在差异化传播上创新，提升内容吸引力。”冯欢说，目前，四川观察的内容形态完整覆盖图文、短视频、直播、微纪录片、微综艺、微短剧、音乐MV等多种形态。

四川观察围绕重大主题、热点事件、民生话题等，建立起重大主题报道产品化、体系化的内容生产、传播机制，建立起对内容产品的全案策划、生产、运营、互动等全程传播效果追踪体系。这是四川观察作为主流新媒体平台在内容创作方面的新突破，也是主动转变话语方式，探索互联网表达的新尝试。

抓精品造品牌

让巴蜀文化走向世界

“近年来，四川观察在国际传播精品项目与海外账号建设等领域精准发力、纵深推进。”冯欢介绍，目前，四川观察的海外账号矩阵粉丝超310万，除日常内容产出和运营外，还打造了一系列面向海外的微电影、创意短视频等视听产品。

2022年，四川观察启动“熊猫眼”（panda eyes）全球传播计划，从“精品内

容”“账号建设”“项目孵化”“课题研究”等方面布局国际传播业务，打造国际传播品牌。“目前，‘熊猫眼 Panda eyes’国际传播矩阵账号总粉丝量310万”冯欢表示，其已成为四川观察探索传统文化在国际社交媒体上的传播力以及用户影响力的典型实践，形成了有效果、全方位、有特色的国际传播模式。

同时，四川观察着重围绕四川非遗、历史名人打造精品短视频，通过“精品内容制作+主题直播+主题运营+账号数据分发”模式，打造移动优先的传播链条，以独特的巴蜀文化魅力、精良的制作，聚合广大海外用户。

冯欢介绍，四川观察在海外平台启动了“新观察”美食账号建设项目，其以“川菜”作为主要选题，将“地域文化”“制作教程”等方面内容用短视频形式呈现，把地方的特色、文化的内核贯通于故事中，让海外受众“听得见”“听得懂”，也“听得进”。

此外，四川观察还于2023年推出《子曰》国际传播微短剧，在优酷、脸书、TikTok等海外平台发布。目前，在海外平台发布的12部微短剧（含创意视频），全网流量突破1.2亿，海外播放量超220万。

为使内容“底气”更足，在文化产品上更专业地向纵深表达，四川观察与中国人民大学、复旦大学、四川大学、中国外文局等高校院系、国际传播专业机构紧密合作，全面推进国际传播智库建设，借助“学院派”“国家队”打造国际传播合作样板。

公司制市场化 开启深度融合之路

自2017年客户端上线起，四川观

奖一等奖的“帮帮频道”是走好“网上群众路线”的载体和抓手，那么，现在上游新闻正有意识地开展针对网络乱象的“网上舆论监督”，努力做好这项工作，让流量造福人民，而不是混淆视听、搞乱思想，也由此推动自己成长，收获更多向上向善的流量，上游新闻将久久为功、坚持不懈。

秦秦

谱写守正创新的新篇章

不改初心之志、不惧流量之争，在未来，上游新闻将继续汇聚向上的力量。

未来属于科技。上游新闻本身就是媒介技术变革的产物，未来将继续保持对新技术、新模式的跟踪、关注，尤其是要紧跟人工智能技术发展潮流，在已经建成智能风控系统、三审三校系统、智能问答业务等基础上，加强人工智能技术在内容生产、传播中落地应用，开发更多人工智能技术应用的传媒行业新场景，探索更多新模式、新动能，培育传媒的新质生产力。

未来属于创新。上游新闻将更加主动地推进内容生产的转型升级，提升优质内容生产能力，生产更多有思想深度、有文化品位的正能量报道，守正创新，提高自己的引导能力和专业水平。

具体来讲，将从主题升级、题材拓展、形式创新等三个方面入手：做强城市报道和话题，让“中国城市”成为上游新闻的重要报道对象，报道更多城市推动发展、改善民生的新举措、新变化，关注更多城市的优秀文旅亮点、百姓故事。上游新闻已开设了“‘城’势而上”新栏目，以“打开城市问号，看见向上生长”为定位，讲述中国式现代化进程中的城市新故事、好故事，让更多城市故事进入热搜热榜；做强发展报道，讲好先进省市、先进企业高质量发展的时代故事，服务经济发展、服务用户需求。

做强温暖故事，关注百姓生活，讲述好人间真情、社会大爱等正能量故事；做强观点供应，进一步加强评论，敢于发声、善于发声，积极引导舆论。同时，上游新闻还将加强与国内主流媒体、区域融媒体中心联动，探索、创新与商业平台合作、与正能量网红共创新模式，全方位提高融媒体产品生产能力。

未来属于未来，未来属于奋斗，展望新的征程，乘风破浪万里浪，谱写更加精彩的上游篇章。

（作者系上游新闻总编辑）

察就开始在内容生产运营、客户端开发上线、商业化路径探索等多方面进行媒体深度融合探索；2021年，初步探索出适合自身发展的项目化运营、扁平化管理架构，以及人才激励、薪酬结构、行政管理、财务管理等机制；2022年，为了更好地实现市场化发展，四川观察启动公司制改革，成立四川观察创新媒体发展有限公司。目前，该公司员工总数近200人，平均年龄28岁。冯欢说：“近9年的媒体融合路，我们经历了多个关键时间节点。”

冯欢同时也表示，自四川观察合创新媒体发展有限公司成立以来，四川广播电视台充分把控两点：一是坚守主流媒体的核心价值观内容及导向；二是除了营业收入和利润外，其余的人权、事权、财权全部下放。

四川观察创新媒体发展有限公司积极制定并落实适应深度融合发展需要的各类体制机制，着力破解公司化运营之前面临的各类突出问题，形成了适应外部市场竞争、满足深度融合需要、充满内部活力的良性运行模式。在内容IP开发上，四川观察积极拓展播客、声音内容产品、线上线下精品文化课程等新业务与新产品形态；在创新应用上，积极探索AIGC、短剧、品牌直播、融合电商等新技术与新商业模式；在人才培养上，通过体系化的选人、育人、留人机制，吸纳培养更多具有全球视野、跨学科背景的高素质人才。

“未来，四川观察将不断推进深化体制机制改革，释放组织活力。”冯欢表示，四川观察将继续坚守主流媒体舆论阵地，创新表达形态，提升服务能力，扎实推进媒体的深度融合发展。