

全媒体发力 全渠道传播

烟台市融媒体中心 春节促消费宣传浓墨重彩



YMG全媒体记者 衣玉林

促进消费提质升级,持续释放消费活力,是我市当前的一项重要工作。烟台市融媒体中心发挥融媒优势,全媒体发力、全渠道传播,全力组织开展春节促消费主题宣传,截至目前,旗下各媒体、平台累计发布新闻报道和融媒产品330余部,网络总浏览量超过9300万,举办融媒直播活动12场,总观看量超过230万人次,为全市促消费、稳经济营造了良好氛围。

聚焦消费主题,传播主流声音

烟台日报结合“新春走基层”策划推出“红红火火烟台年”专版,在1月7日头版刊发消息《郑德雁在2023年促进消费工作专题会议上强调 促进消费提质升级 持续释放消费活力》,配发深度报道《召开2023年促进消费工作计划专题会议,启动“十大促消费活动”——烟台提振消费稳住经济“压舱石”》,深度剖析推动消费恢复扩容的现实意义和发展之需,展现烟台把稳住消费这个经济“压舱石”作为“拼经济”重要一环、抢跑新消费赛道的铿锵行动。同时,积极报道有关部门部署开展促消费的具体举措以及市场主体开展春节促消费活动的动态情况,推出《办好开门头件事挽回城市“烟火气”——多个部门纷纷出台今年促消费相关政策》

《发布“欢乐中国年 2023 惠民购物消费券”,线上线下同步启动“嗨购年货节”——活力烟台消费年明日启动》等报道20多篇。烟台晚报推出“强信心 稳经济 促发展”“红红火火烟台年”专版,刊发《2023活力烟台消费年明天启动》等报道20多篇。广播《新闻早报》《新闻晚高峰》等重点新闻节目根据市民过年习俗和各部门各区市相关活动安排,结合新春走基层,对促消费主题活动、各类社会文化活动、文旅活动等进行集中报道,播发《我市下大力气促进消费提质升级,持续释放消费活力》《春节临近,我市商场、酒店推出优惠政策,餐饮、购物等线下接触性消费复苏》等报道20多篇次。电视《烟台新闻》关注百姓忙年,赶大集,买年货,充分

展现红火的消费市场和高涨的购物热情,播发《新春饰品热销 港城“兔味”渐浓》《(新春走基层) 迎大年 备年货——打卡庙后大集 品幸福年味》等报道14篇,《爱在仙境海岸》栏目播发《“一起‘趣’冬游”邀您冬游烟台,来烟台过大年》《过年哪里玩,这些景区迎新春民俗文化活动门票优惠了!》等报道9篇。胶东在线网站及烟台时刻客户端原创和转发《100万红包!1000万消费券! 烟台春节消费手册来啦!》《烟台:消费回升,烟火气升腾》等报道80余篇。水母网及大小新闻客户端开设专题,原创和转发“促消费”相关报道70余篇,策划原创图解《一图读懂2023烟台开展十大促消费活动》,总点击量超37万。

组织融媒直播,刺激消费热情

市融媒体中心每天在网络直播间开展“红红火火烟台年 主播带你逛市场”融媒直播,单场最高参与人数超过10万人,累计观看人数超过500万人次。直播中带入过大年抽奖活动,有效激发网友参与热情,带动相关市场的销售活动。烟台广播电视台抖音、头条、视频号、快手号组织《赶福山大集,逛三

站市场——老烟台人办年货都要逛的地儿》融媒直播,超过3万人收看。值得一提的是,仅1月14日(腊月廿三·小年)当天,市融媒体中心就先后组织了《悦享生活2023活力烟台消费年暨嗨购年货节启动》《红红火火烟台年 主播带你逛市场》《游所城里 逛万象汇,和我们一起过大年 迎大年!》《“好礼迎新春 直

播年货节”非遗产品直播带货促消费活动》《红红火火过大年 2023 网络年货直播节》等5场融媒直播活动,总观看量超过120万人次,其中《红红火火过大年 2023 网络年货直播节》联动八大重点消费领域十余家烟台知名品牌进行消费推介,在2个小时的时间里,发放的购物礼券价值超40万元,有效促进了市民节日消费。

原创融媒产品,炒热消费话题

开设抖音原创“红红火火烟台年”话题,制作推出相关短视频60部,总播放量超过3800万,单条最高播放量超过200万。另外,根据本地习俗策划消费攻略,目前已推出《烟台年宵花选购攻略》《烟台逛灯会攻略》,均获得

10万+的播放量。推出的美食短视频《1月9日海蛎子丰收啦,快来品尝这冬天的肥美吧! 海蛎子》抖音播放量超过50万;购物短视频《1月8日,烟台。新年到,商场里又热闹起来,一家人浩浩荡荡整整齐齐购物!》播放量超

过200万。另外,根据相关部门和区市提供的春节消费优惠项目数据,采用横屏动漫长卷的方式原创推出了《红红火火烟台年 春节购物消费地图》,吸引网友广泛转发。



烟台晚报制作的“红红火火烟台年·赶大集”视频。



烟台晚报制作的“红红火火烟台年·新春花灯”视频。



烟台后浪号视频号发布“寻烟火年味 赶黄河大集”启动仪式现场视频。



烟台后浪号视频号发布“悦享生活 2023 活力烟台消费年暨嗨购年货节”启动仪式现场视频。

推出专题节目,助力市民消费

综合广播《最烟台》节目播出《酒店年夜饭预定火爆》《赶大集,备年货》《市民选购年宵花》《年夜饭吃什么》等专题报道,通过话题互动和记者的采访,推荐大型商超、城区农贸市场、城乡大集、花鸟市场,推介市场中的名优特色产品,推介相关行业市场的优惠政策、展销活动,激发市民前往实地探访采购的热情。交通广播《爱车加油站》节目增加《新春选新车》板块,车企与车友互动讨论最新车型,为大家推荐合适车型。联系烟台汽车商会及各大4S店,提供汽车年货,购车抵扣券及其它奖品,吸引了车友的积极参与。交通广播《103房产时间》邀请专家就听众年底买房、装修提供咨询指导,针对银行推出的房贷便利优惠进行宣传。开通房产信息发布平台,免费为听众发布二手房买卖信息。交通广播《103爱旅行》节目推出《烟台非遗里的年味儿》,电话连线剪纸、面塑、春联等与春节关系密切的非遗传承人,并在微信公众号等新媒体上同步推广。电视《财经广角-消费情报站》深入莱山区清泉、锦辉、建民等几个花卉市场采访,反映鲜花销售兴旺景象,推出《节前花卉市场热火日销3000盆》等专题报道。电视《车事观察》栏目推出专题节目《2023年汽车消费展望》和多期《年底购车系列专题访谈》,为市民购车提供参谋,引导市民新年购车消费。

利用节目互动,营造消费氛围

广播发挥自身优势,相关节目围绕“衣食住行文体康美”的“迎大年,备年货”“团圆饭,吃出色香味”等主题,结合节目特点,设置互动话题,与听众、网友互动。在烟台综合广播《新闻晚高峰》节目、交通广播《一路畅通》节目、音乐广播《晨光音乐行》《音乐副驾驶》等各频率重点栏目,设置“你家的年货清单”“过年会买新衣服吗?”“赶大集的记忆与体验”“新春开新车,你选新能源还是燃油车”“年夜饭在家吃还是上酒店”“节前清理卫生,是自己动手还是花钱请保洁”“年宵花必买品种Top3”等话题,展开互动,听众通过微信公众平台,以文字、语音、图片等形式踊跃参与互动,晒年货、谈体验、提建议,涉及年货采购、赶大集与逛商场、保洁家政、年宵花、老式澡堂与泡温泉、推荐假日热门打卡线路和景点、汽车消费等,引导和拉动消费。其中,交通广播早晚高峰播出的《一路畅通》节目,听众日互动总量都保持在1000条以上的高位。音乐广播《晨光音乐行》和《音乐副驾驶》两档节目的日互动总量也在700到900条之间。另外,《一路畅通》晚间版,主持人“快乐特派员”化身“年货特派员”,联系虹口、金海湾、碧海大厦、凤凰山宾馆等餐饮酒店,免费为听众送名特优年货。开设《逛吃江湖》栏目,为特色餐饮企业免费推荐过年美食和年夜饭,为听众送福利,最高单期节目互动量达到1047条。