

十堰“短视频+电商”模式的应用研究

李磊¹

(湖北工业职业技术学院, 湖北 十堰 442000)

【摘要】: 在互联网背景下, 强调媒体行业与产品销售结合, 发挥线上线下销售融合发展模式, 能够有效带动地区经济发展。本文以十堰日报传媒集团为例, 通过分析其发展状况, 以及电商企业改革趋势, 探索十堰“短视频+电商”模式的有效路径。按照多元化经营的产业发展思路, 实现当地产业资产增收, 为国家精准扶贫项目提供可持续化发展方案。

【关键词】: 十堰日报传媒集团 “短视频+电商” 互联网

【中图分类号】 F626 **【文献标识码】** A

我国媒体行业在长久的发展过程中, 凭借自身传播特色与广大的受众群体, 在信息传媒领域彰显强大的影响力。构建“短视频+电商”营销模式, 是以大众传播媒介的独有角色肩负着本地经济发展, 宣传本地旅游文化等重要责任, 在社会舆论导向与政策制度宣传方面具有不可替代的作用。尤其对于部分偏远山区, 其基础条件落后, 产品运输成本过高, 限制了地区经济优势, 面临生存困境。

1 十堰媒体集团发展状况分析

首先, 2006年8月, 秦楚网的上线, 标志着十堰媒体集团向PC端转化, 企业将秦楚网作为独立的媒体进行日常运作, 维持常规晚报新闻讲解功能的同时, 实现网站自主化经营, 从而解决发展体制限制的问题。在此机制下, 秦楚网开始了它的高速发展模式: 2009年创办十堰手机报、2010年由政府赋予其十堰政府网的自主承办管理权。其次, 十堰媒体集团在发展PC端媒体软件的同时, 积极抢占移动端手机市场, 大力发展移动媒体。其《十堰手机报》与《十堰惠农手机报》在3年内发行量超过20万份, 成为十堰地区发行量最大、影响力最高的手机媒体。2014年上线的“游十堰”是当地第一个集导游、导航、游览于一体的旅游移动助理平台, 目前安装用户已超过3万人。最后, 2016年1月, 十堰媒体集团将十堰晚报与秦楚网合并, 标志着十堰媒体正式向融媒体转变。这个阶段的发展趋势一方面是来自纸质媒体的销售效益急剧下滑, 另一方面是互联网技术的发展普及, 基于集团近年来在新媒体方面的转型经验, 促进当地融媒体转型发展。报网合并融媒体阶段开始后, 将巩固报纸、加强网站、融合创新作为主要发展方向, 打造主流媒体集群, 形成了优势互补的融媒体布局。

2 十堰“短视频+电商”改革趋势

在十堰地区媒体中, 十堰日报传媒集团有着主要地位, 包括“三报八网三端十二微一刊一栏”共二十余家媒体企业, 其中《十堰日报》更是被授予“中国地市党报10强”称号。其媒体行业从业人数已由过去十几万人突破到现在的400多万人, 微信公众号粉丝突破150万人, 同行业中稳居前十。十堰媒体的未来改革趋势, 是要在履行新闻媒体政治社会责任的同时, 发挥传媒企业的商业价值, 带动当地经济型产业转型, 发展新兴媒体, 实现十堰当地多元化经济建设。将新闻网站、软件客户端、微信公众平台作为媒体改革阵地, 结合十堰鸡血玉、蜂蜜等电商销售模式, 实现数字化转型升级。通过积极探索电商企业PGC生

作者简介: 李磊(1986-), 女, 重庆垫江人, 本科, 助教, 研究方向: 电子商务。

产模式和 UGC 生产模式，走精细化生产“短视频+电商”发展之路，注重素材的选择和剪辑，针对不同受众群体释放不同的短视频，获取最大经济效益的同时美化平台口碑形象。

3 十堰“短视频+电商”模式的应用探讨

3.1 地方特色原创节目

在“互联网+”的时代背景下，媒体不仅是城市居民娱乐消遣的方式，更肩负着中华优秀传统文化的传承与发扬。在融媒体发展背景下，十堰电商管理人员应明白受众的动机和需求，精心定位和策划，内容为王的理念仍是“短视频+电商”模式改革的关键。在内容设计方面，可以结合地方特色农产品，创作出吸引人的农业电商平台，强化短视频传播的农业推广作用。以小蜜蜂电商为例，其于 2014 年通过多种融资手段获得 500 万元注册资本，成立湖北小蜜蜂电子商务有限公司。其通过淘宝、京东等销售平台，依托短视频媒体宣传技术手段，组建了 50 多个城区农产品社区体验店，推动当地农产品销售的同时，为企业带来经济效益。

良好的城市形象不仅会提高居住人民的幸福感，更会为城市带来额外的经济效益，短视频传播内容的多样化，利用图、文、影、音相结合的宣传推广模式，创建地方特色原创节目，辅助电商企业发展。通过灵活多变的媒体形式，进行电商产品信息传递，避免陷入传统媒体传播中的“盲从”模式，做好电商产品的质量审核。可以借助“抖音”等短视频推广平台，通过这些强势 IP，帮助城市一夜爆红，进而带动当地旅游等行业的发展，推动城市经济，塑造城市形象。

3.2 改革电商市场定位

在传统媒体的发展模式制约条件下，短视频节目发展效果的主要指标是节目的点击率，实现收益的方式主要是投资方根据节目收视率进行广告资源投入。而电商的加入改变了传媒定位的设定，影响着其在传媒市场上的占有份额，关系着传媒机构的发展走向。在融媒体时代发展模式下，用户作为绝大多数信息的传播者与制造者，尝试“短视频+电商”的销售模式，应注重高端对接合作，充分考虑到当地经济性、地域性与层次性三方面因素。地域性由电商机构的地理位置固定化决定，地理上的接近性会使受众产生心理接近的感受，影响着短视频媒体受众对地域新闻的需求与认同。此外，具有地域性特点的短视频新闻网有着独特发展优势，能够吸纳其它地区用户成为自己的电商销售受众。以十堰地区特产神农架鸡血梅花玉为例，作为当地特色玉，通过与本地短视频媒体，以及旅游公司结合，在扩大商品知名度的同时，开启电商销售经营模式，在 2015 年收入 2 千万元。

3.3 跨界融合资本市场

融媒体时代，信息无处不在、无所不及，对舆论导向、媒体格局、文化传播方式都有着深远影响。随着信息化普及的高速发展，各地方媒体应革新文化传播模式，利用科技化手段提高当地经济建设水平，通过跨界融合资本市场，构建当地特色电商节目。就十堰地区而言，2018 年十堰日报传媒集团与十堰亨运集团联手，创建了规模化网约车运营管理平台，通过“短视频+电商”的委托宣传模式，在地区内投运斑马网约车。项目推出后受到当地分民的一致好评，仅半年时间其注册用户达到 10 万人以上，带动注册司机日平均收益接近 400 元，获得乘客的一致好评。地方性电商可以构建属于自己的短视频平台，通过互联网实现内容生产的现代化传递，在分享平台的强大用户流量基础上，利用传统媒体进行内容供应，引导用户消费导向。在运营过程中，应了解短视频媒体“双刃剑”的情况，在为电商销售工作提供新思路、新方法的同时，注意对网络资源进行安全建设，提升短视频媒体网络环境的健康系数。

3.4 创新销售管理模式

伴随着网络传播与新媒体专业人才建设，传统意义上的媒体正在向着信息化输出端的角色转变。短视频同其它视频传播方

式不同，其拍摄内容五花八门，对于视频内容的管理、审核有着严格要求。在信息化时代背景下，从业人才作为一种实现社会高速发展的战略资源，要完善人才的科学化管理，创新销售管理模式，强调与电商企业的商业对接，并具备一定的新闻素养。电商方面要革新现代化网络技术应用能力，优化短视频节目设置，建设现代化短视频媒体人才队伍。应重视企业线上线下渠道融合发展，这也是打造现代化网络短视频媒体电商发展平台的重要方式，不仅要看到短视频发展的重要意义，更要通过拓展融合渠道，为融媒体中心创造营收。面对信息量与日俱增及互联网应用技术蓬勃发展的新时代，在进行十堰“短视频+电商”模式的应用优化革新时，要转变传统传播思想，革新短视频传播模式，深化传播改革工作。根据电商企业销售对网络短视频内容的具体需求，创建个性化城市文化节目，推动现代化社会经济发展。要切实了解节目受众的基本需求，帮助观众在观看节目的同时产生电商产品消费欲望。

3.5 加强媒体综合竞争力

强调十堰地区“短视频+电商”模式的应用发展，应将媒体品牌转变为电商资源，适应“物联网+”时代的经济消费发展模式，促进电商企业结构转型升级。通过全媒体网络平台，整合十堰地区地方资源特色，寻找出适合电商自身的商品销售模式。具体工作模式中，可以构建电商平台化销售管理模式，通过短视频对宣传内容的不断更新，增强自身产品的消费者流量，有效扩大电商产品的地区影响力。以十堰地区蜂蜜企业发展为例，十堰日报社以 200 万的投资入股了十堰神农峰语公司，通过资金融入及品牌媒体资源捐赠获得 20%的企业股权，年广告费收集超过 100 万元。2018 年 7 月，神农峰语公司与国家蜂产品协会共同承接了“国家蜂产业精准扶贫农业标准化示范区”建设项目，在当地媒体行业的大力宣传模式下，有效促进当地蜜蜂养殖行业发展。制定了完善的蜂养殖产品扶贫标准及电商销售渠道，推广当地产业化养蜂产业链，有效保障十堰地区蜂养殖行业标准化工作。

4 结论

通过互联网改善产品营销体系，构建“短视频+电商”营销模式，是媒体行业未来发展主流趋势。进行短视频传播与电商融合研究是推动城市经济建设发展的重要途径，也是构建新媒体平台的基础。互联网营销方式本身是产品运营的一种方法，依托短视频进行企业产品营销，使媒体平台形象更加亲民化、鲜活化，强调开发优质好产品，探索适合城市经济发展的短视频模式。

参考文献:

- [1]陈蓉. “直播+电商+短视频”精准扶贫——东方卫视《我们在行动》第五季从“心”出发[J]. 传媒, 2020(17).
- [2]榆林市工信局、榆林市羊毛防寒服产业协会助推纺织服装企业开拓电商营销“榆林市羊毛防寒服产业短视频电商营销培训”受关注[J]. 东方企业文化, 2020(04).
- [3]唐绪军, 黄楚新, 王丹. “5G+”: 中国新媒体发展的新起点——2019-2020 年中国新媒体发展现状及展望[J]. 新闻与写作, 2020(07).