



# “好声音”带动“大流量”

## 保定市聚焦传播效果,努力释放赛事经济效应

### 2024中国·保定国际空竹大会

本报记者 周强

#### 推话题上热榜聚集流量塑造品牌

通过全媒体平台传播,以群众需求为导向,以话题、赛事细节为重点,有序推进宣传活动,利用互联网“上热榜”“破圈”“出彩”,不断地造氛围、聚人气,从而塑造更加响亮、更高层次的赛事品牌。

一是巧设话题“破圈”。在2024保定马拉松赛期间,总结具有保定特色的冠军文化话题,聚焦赛中由多名保定籍奥运冠军、世界冠军、亚洲冠军、全国冠军代表为完赛选手挂牌,送去保定“奥运冠军之城”独有的惊喜和鼓励。同时联动KOL,邀请手工耿、三个朱古力、刀马旦等本地网络达人和丹、张波爱运动、带鱼聊跑步等体育垂直领域达人参与“保马”传播。形成了一股“保马”热,保定马拉松进入微博全国热榜第三、抖音同城榜第一名、今日头条同城热榜第一名。

二是线上线下互动和参与。2024中国·保定国际空竹大会从赛前预热开始,始终将短视频评论区、弹幕互动作为重要内容,同时邀请参赛选手、演艺人员、国际友人、志愿者、空竹制造商等素人在宣传视频中畅谈对空竹大会和展销活动的参与体验,持续提高全民关注度和参与感。在赛中开设直播间,邀请保定籍冠军出席,积极与网友互动,回答网友问题。多层次、多形式、丰富有趣的环节设置吸引了网友的参与,2024中国·保定国际空竹大会网络直播总观看量超1700万,点赞量超481万,更大程度上实现赛事宣传的目标。

三是创新宣传载体和内容。保定市金秋体育嘉年华采用“网络+电视+广播”的全媒体同步直播形式,保定新闻综合频道、交通广播同步进行了电视和广播直播,达到了“同频共振”的效果。运用最新航拍技术,记录了保定市金秋体育嘉年华的精彩瞬间和热闹氛围,展现马拉松大本营和环城水系为代表的保定城市风光,见证创新为城市发展注入的澎湃活力。对赛事进行多角度、多元化的宣传报道,从而利用赛事的热度引导全国网民关注保定的文旅产业,带动文体旅融合发展。在赛后宣传中,精心设计推出系列赛事图集,吸引参赛选手和观众主动转发分享收藏,发布赛事活动侧

“

近来,保定市体育局深耕赛事经济发展,在积极推动各项工作的基础上,突出抓好宣传工作,聚焦传播效果,采用“内宣与外宣协同、主流媒体与社群平台协同、官方媒体与自媒体协同”的模式,在电视、广播、报纸等媒体平台和抖音、快手等网络平台广泛传播,通过集中展示比赛的精彩程度、现场氛围以及业态融合等工作,提高了赛事活动的影响力、辐射力、带动力,收获了保定“大流量”和“好声音”,为体育赛事的成功举办和释放赛事经济效应营造了良好的舆论氛围。

”

记等长篇综合报道,通过总结报道、精彩回顾,实现赛事品牌高频曝光,延续巩固观众对赛事的关注和兴趣,将知名度和影响力转化为长期社会经济发展效益。

#### 精心策划用心记录留下精彩瞬间

将镜头对准参赛选手和观赛群众,将笔头对准赛场,通过一幅幅画面讲述赛事故事、体育故事、保定故事,留住赛事的感人瞬间。

一是镜头聚焦群众故事。“李宁杯”2024第一届中国匹克球巡回赛保定站的宣传中,挖掘夺冠热门参赛选手的赛事体验和备赛经验故事,展现港澳台地区参赛选手对保定办赛水平的认可和情感认同,讲述体育专业学生、学者通过亲身参赛深入研究匹克球项目发展的学术实践,以及裁判员在执裁工作中的心路历程,观众赛后激动地直呼过瘾的场景,以细腻的视角展现每个人独特的比赛故事,让读者感同身受,让传播受众在润物细无声中入脑入心,视频和图文报道发布后,立即受到网友们的热议。

二是记录重要比赛瞬间。在2024年全国男子排球锦标赛决赛中,保定沃隶排球队3比2战胜老牌劲旅上海光明男排夺冠,创造河北排球历史上第一个冠军,也是我省“三大球”发展33年来第一个冠军,在宣传报

道中突出珍贵的体育精神和道德风范,以照片和短视频的形式留下夺冠的历史性时刻,视频一经发布,得到网友的热情转发点赞。

三是深挖细描城市特色。在2024年中国·保定世界功夫跤大会暨中国式摔跤国际邀请赛比赛宣传中,以保定快跤的历史文化纪录短片切入,开启前期预热,展开系列报道深挖保定古城历史文化、体育旅游特色资源,用群众喜闻乐见的短视频介绍其由来、特色和看点,进一步弘扬传承独特的保定快跤文化,充分展示保定快跤的独特魅力,吸引了很大一批观众的心理认同和情感共鸣,这些短视频经过市媒、省媒、央媒新媒体平台和大量社交平台的转发和网友互动,让比赛尚未开赛就已成为全民期待的大事件。

#### 用活外宣力量传递城市好声音

赛事活动是展形象、塑品牌的重要载体,要让这个载体知名度扩大、影响力提升,除了本地媒体的力量外,还要充分借助外宣的力量。

一是统筹全媒体资源。全年活动宣传共发表620篇央级、省级媒体稿件,其中央媒、省媒报道2024保定马拉松14篇、中国·保定世界功夫跤大会暨中国式摔跤国际邀请赛10篇、保定市金秋体育嘉年华23篇、中国·保定国际空竹节7篇、京津冀铁人三项大赛9篇、恋乡·骑行保定一探寻最美乡村活动78篇,太行步道系列活动8篇、匹克球巡回赛22篇,充分整合外宣力量,形成多级媒体全平台传播,不断提高赛事的传播效率,扩大赛事活动的覆盖面和影响力。

二是权威发声展示体育工作。在2024京津冀航空模型运动比赛、2024京津冀青年滑雪季活动、保定市冰雪运动“三进”活动的宣传中,提前主动对接各大媒体平台,随时提供宣传物料和赛事筹备工作的相关信息。在赛前预热和赛事现场与专业媒体合作,策划组织对体育部门相关负责人的专题采访,从官方专业的角度诠释赛事的价值和意义,释放体育消费、低空经济、冰雪产业等领域的利好政策信号,积极引导有利于赛事经济发展的正面舆论,展现体育部门的工作,助力赛事顺利举办和赛事资源高效引进,持续优化赛事经济发展环境。