



微博执行总编辑陈丽娜：

美好的东西值得被看见



暖，入眼是纷纷温情而落，也烙在心中。

每一天，世界的各个角落都在发生温暖故事，让人们情绪发生强烈变化，也许是轻松一笑，也许是泪盈眼眶，也许是有些激动，从心底溢出的暖意任身体延展，让你感动、震撼。

伴着暖阳和风，2020第二届全国暖视频大赛在郑州市明媚绽放。作为东方今报·猛犸新闻重要合作伙伴之一，微博执行总编辑陈丽娜与大家共同见证每一份感动，分享传递微博生活的美好。

□东方今报·猛犸新闻记者 刘继忠 ■见习记者 张莉/文 首席记者 袁晓强/图

暖|美好的东西值得被看见

在人们心中似乎存在一个固有看法，吸睛话题更具卖点，正能量的关注度不高，事实并非如此。

作为国内极具影响力的社交平台，微博一直将传播正能量作为长期工作重点，充实用户的碎片化时间来传递美好，在以往的经验中，这些暖心的正能量内容十分受用，是微博用户所喜爱并追随的。

“在微博上，人们喜欢看美好的东西，不管是蓝V还是橙V，或者个人和机构用户，都可以在微博带话题生产，传递与生活美好相关的视频内容，向用户传递真善美。”陈丽娜向记者举例，微博曾策划过#遇见美好#话题，目前总阅读量已经超过了637亿，全网收集视频内容达到十几万条。

在陈丽娜看来，暖视频与其他类别相比侧重点不同，它的内容更为碎片化，但一定是注重细节的。媒体拥有一双发现美的眼睛，挖掘出正能量

内容进行发布，视频的制作强度较高，此类的优质视频在微博上传播效果十分可观，与其他普通新闻相比更考验媒体视角及策划能力。

谈及此次的参赛作品，80岁老奶奶理发店十年不涨价的故事让陈丽娜记忆犹新，“我对它印象比较深刻，不是因为有多感人、多震撼，相反，是因为它太平凡了，就像发生在楼下的张阿姨李叔叔之类的故事，她能把一件最简单的事情重复做10年，这就是普通人的一种伟大。”在她看来，平凡小人物之间发生的故事，也是一种向上的力量，美好的东西一定是值得被人看见的。

陈丽娜还分享了暖视频的养成秘诀“真善美”，首先是保证真实性，画面能让人感同身受；其次要传达善意，这种善意是普适性的，面向所有人都能感受到的善意；最后一定要是美好的，人们都有向往、欣赏美的天性。

变|区域媒体如何打造个体差异化

当5G 飓风吹过港口，短视频成为各大平台的深入着力点，也是微博重要的内容消费载体，流量表现日益突出。陈丽娜介绍，目前微博上的媒体蓝V，头部媒体日均视频播放量已经突破8亿，从视频发布及播放量规模来看，区域媒体比央媒更具优势。

作为深度合作平台方，微博对东方今报·猛犸新闻的内容生产力十分认可。“东方今报是河南区域比较有影响力的媒体，视频生产能力较为突出，我们也看到它在媒体融合方面的进步和转化。”陈丽娜还从微博用户活跃角度分析，为打造个体化差异提供了发展思考：可注重本地化、知识化、垂直化三个要素。

如今，微博的活跃用户趋于年轻化，90后、95后已经成为主力军，00后的比例也在逐年增长，与用户年轻化伴随而来的是受教育水平的逐渐提高，用

户更愿意观看“含金量”较高的视频。

“三四线城市用户比例已经超过了一二线城市，用户更关心的是发生在自己身边的热点，每天将各种各样的暖视频在微博上传播，甚至可以热搜成为全国全网的热点。”陈丽娜说，立足于城市维度视频消费，可以成为区域媒体提升影响力的主要方式。

陈丽娜介绍，7月10日，微博正式宣布启动“视频号”计划以来，微博视频创作者全面升级为“微博视频号”。同时借助微博推出的庞大的针对视频创作者的扶持计划，10亿精准广告投放资源以及300亿顶级曝光资源，结合同城推送、同城热搜、同城流等专为城市媒体提供的流量入口，为媒体提供了更丰富的舞台和引爆点，帮助媒体在流量分发、账号成长、商业变现等媒体产业生态链上进一步革新，助力媒体转型进程更进一步。

大米video创始人屈海瑞： 讲好普通人的故事 传播一座城的温度

11月20日中午，大米video创始人屈海瑞抵达郑州，这已是他第二次受邀参加东方今报暖视频大赛。正如屈海瑞所说，普通人的善举传递的是人间真情，希望通过讲述人的故事，来传播表达一座文明城市的温度，通过这种正能量的关怀带来的延伸思考，来感染一批人、影响一批人。

□东方今报·猛犸新闻记者 李玮/文 首席记者 袁晓强/图

讲好基层普通人的故事

不同于生产一般资讯的内容生产机构，大米Video从一开始就专注暖故事，挖掘暖心细节。

在短视频领域，大米video将自己定位成短视频内容生产机构、内容提供商。具体策略上，大米video遵循“只生产故事、不生产新闻”的模式，走垂直化路线，讲好基层普通人的故事。

5月初，也就是在大米Video成立的第二个月，挖掘出的《援鄂

护士吃火锅陌生人偷偷买单》故事瞬间成为爆款，人民日报微博微信、新华社微博微信、腾讯新闻微信插件、中央电视台都给予了转载，这是大米video第一个在全国范围取得的特大量级的传播案例。

经过一段时间的磨合、试验后，通过各种数据反馈，大米video验证了暖故事也有大市场。其坚守“故事讲述生活细节”的视频，多次上热搜，获主流媒体转载。



大米video创始人屈海瑞(右)第二次受邀参加东方今报暖视频大赛

用正能量来感染一批人

“普通人的善举传递的是人间真情，通过讲述人的故事，来传递一座城的温度。通过这种正能量的关怀带来的延伸思考，来感染一批人，这就是我们的目的所在。在这个过程中，我们发现，绝大部分网友也希望看到这些身边的暖故事。”对于暖视频，屈海瑞有着自己的见解。

如何在抓热点的同时，又挖掘到生活的细节？屈海瑞认为，在多方搜集素材的同时，每一个视频都尽量找到主角本人，听他说。“我们找到的每一位普通的好人，他们说话的方式、所用的语言，就是我们

的目标受众说话的方式和语言。”

当然，如果只是把画面和当事人说的话简单拼接，也是不够的。对于很多生活中的暖心事件来说，在选题时就要确定一个“主题”。内容传播时，在保证真实的情况下，对素材进行“提炼主题”式的加工也是必不可少的。

现在可以推广的短视频平台比较多，屈海瑞透露，针对在多个平台上的运营，需采取差异化的标题和文案，甚至差异化的视频。同时，也可以结合平台的热点策划、热点活动，提前挖掘相关故事。

中、长视频迎来快速发展

暖视频对社会具有很大的教育意义，暖视频大赛也是对暖视频生产机构的一种鼓励和肯定。此次参加暖视频大赛，屈海瑞提到一个细节：第一次参赛时，看到暖视频中的人物被邀请到现场，让人记忆深刻。对此，他也希望，邀请当事人的环节今年继续保留。

从今年疫情之后，正能量类信息逐渐占据主导地位，正能量甚至

一跃成了大众的刚需。屈海瑞认为，短视频对一个事情呈现的完美度有欠缺，内容的留存度也不足。“今后暖视频将会从细节上变得更加精细，也会有更多的暖视频从细节上引起大家的共鸣。”因此，未来一段时间，中视频和长视频将会迎来快速发展。屈海瑞表示，期待暖视频大赛今后能融入更多中视频和长视频的奖励环节。