

# “烟火气”里做深蹲 沉浸式地把经济这根脉

——浙江之声

经济报道是当下最重要也是最热门的常态化新闻，但在如今的传播环境里，怎么做好经济报道，有深度有亮点，更要有传播有流量，并且，作为主流媒体，还要体现责任担当，给整体的经济发展注入新闻的力量，是一道必须要破的高难度考题。

空泛地为报道而报道，唱个“四季歌”，一味地拔高说好，也不符合当下的实际。浙江之声作为新闻主平台，尤其是今年以来，不断在探索经济报道的一些新角度、新手法、新模式，但这些策划和探索，最基础的，还是把好基调，切合重点，深蹲下去，调查研究，把精兵强将放在经济报道这个重要的战场去。把好经济脉搏，简单的“望闻问切”肯定远远不够，只有把自己置身其中，从日常生活入手，从当下的热点入手，从市井小巷的烟火气入手，才能找到一些突破口。

## 案例：换个视角变个招 “夜”观经济很有料

7月下旬开始，我们推了一组夜经济的融合报道，7天连续逛夜市直播，再加了一组蹲点调查报告。这个策划的来源，是半年经济数据的三项分析：浙江上半年服务业逆势上扬、消费处于乐观区间、全国夜间消费占总消费的60%。同步，在新媒体平台，以及各大朋友圈，逛夜市、赶音乐节，还有各种夜城市的CITYWALK，都是火爆地不行。然而，继“杭州美食荒地”后，网上又出现了“浙江人没有夜生活”的说法，那么浙江的夜经济到底如何？未来又能如何助力整个城市的经济向好？

我们调动了11地市记者站协同作战，聚焦全省各地的夜经济，这些记者对当地的夜市最熟悉，最优话语权，策划并发起了《夜太美@游浙里》系列直播以

及新闻观察《浙江“夜经济”如何四季恒温》。带领观众实地探访热门夜经济打卡点，并深度剖析浙江夜经济的四季冷热。

这组报道，既看热闹也看门道，针对不同受众，提供不同产品。作为一组面向年轻人、老百姓的网络直播，我们以相对轻松的“主播带打卡”方式来介绍热门的“夜间好去处”，全平台同步直播，沉浸式，吃播、游播、买播，为普通老百姓“种草”，让网友身临其境地感受浙江各地最具特色的夜经济活力，同时剖析活力背后的业态布局与思路；但面向联播和早新闻的听众，我们要理性并善于思考，各路记者在种草直播的同时，也带着任务“冷思考”，观察夜经济中存在的问题，如“各地夜经济冷热不均”、“冬冷夏热明显”等问题，与浙江的经济活跃度相比，夜经济的能级远远不够，也没有出现像长沙、成都、重庆、西安那样“现象级”的夜生活打卡地，所以我们布局了两篇经济观察的广播稿件。同时，整合全国夜市出圈的城市案例，给浙江夜经济的未来注入一些 IDEA。

夜经济观察接档夜经济直播，主频率、网络多点开花，互相促进，形成舆论热点。直播，精致轻巧，可看性强；观察，找准痛点探讨出路。节目推出后，广受好评：新华每日电讯官方抖音主动并机直播，两篇夜经济观察得到中国之声报摘引用，相关话题登上热搜，直播带动各地网友纷纷前去打卡，两篇夜经济观察报道，也以其切中要害、对问题提出有益的探讨，得到了省商务厅认可。并且，多地分管领导在报道推出后，向各地记者站反馈，并提出了下一步改进的方案，某个层面上也提升了频道影响力。

但这还只是一个序曲，下一步，我们打算把有几条特色的夜市做深做透，比如我们就打算去义乌的一条有国际范的夜市做一组聚焦夜市里的人的蹲点系列故事，把烟火气再挖得深一点、透一点。通过这些毛孔细胞，来讲述浙江经济发展的故事。同时，借着这次直播“大练兵”，浙江之声接下来也将乘势而上，将直播形态常态化，进而提升短视频、VLOG 等多元视频化新闻产品、活动的策划水平与制作能力。进一步打造新经济、新生活、新技术、新场景背景下的主流媒体新广播，助力新闻宣传的主力军赢得主战场。

当然，这只是我们在努力探索的经济调查报道的一个粗浅的案例。今年以来，我们做了好几个系列，比如年初针对进入乙类乙管后的经济复苏的报道——《春天里的小店》，走进了一家家开在市井小巷的小店，有坚持了起起伏伏三年的，有关了又重新开的，还有首次来创业的；一季度外贸数据不乐观，我们又做了一组《外贸“破冰”记》，蹲点在一家家不同类型的外贸企业，有些抢来了订单在赶，有些因为没有订单在谋划转型的，但逆境中，还有不愁订单的。在这些经济调查报道的采制过程中，我们也总结几点：

### 一、“迎合市场”，体现贴近性

既然是经济调查报道，主题还是围绕经济发展中新出现的问题，冒出来的新困难，当然也是亮点和经验，真正去贴近市场，讲好故事。上半年，世界经济面临多重挑战，浙江经济要在需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力下突破重围，企业生存状况如何？如何克服困难？我们也做了多个抢单团赴境外抢订单、拓市场的报道。但订单抢回来之后，企业在做什么？全省范围调查之后我们发现，除了赶订单，企业更多的都是思考针对目前的市场，如何转型，比如绍兴记者站蹲点诸暨，3月初诸暨派出了史上最大的“珍珠商务团”赴香港国际珠宝展“抢”订单，这次参展，品润珠宝带去的珍珠售价几千到几万，但同级别的品质，日本老牌商家可以叫到十几万甚至几十万。8月初，我们又做了一组蹲点报道《“小米粒”珍珠如何“永流传”》，继续针对目前诸暨珍珠在享受这波直播带货流量红利的同时，如何进一步破圈。

又比如，前三个月浙江外贸下滑引发关注。外贸到底行不行？企业下一步打算做什么？记者深入蹲点浙江多家不同行业的外贸企业，推出系列报道《浙江外贸“破冰”记》。有一家外贸小微企业——杭州庄诚照明，这家公司这几年日子并不好过，关停了制造工厂，公司员工也从鼎盛时期的400多人收缩到了50人，但企业改变赛道，靠投身室内植物照明这一全新领域，打入欧美市场，今年由新研发室内绿植一体种植机，继续拓订单抢市场。记者在采访手记中说：小微企业是浙江外贸最大的群体，风浪面前，他们如同劲草一般，看似脆弱却韧劲十足，百折不挠，在困境中不断寻找市场机会，内心笃定的去做好产品。野火烧不尽、

春风吹又生，这正是浙商的草根精神，也是浙江民营经济活跃的本色所在。在这些采访中，我们的记者因为贴近新闻现场，深入采访一线，很多手记，都是真情实感，让人很感动、很触动。理性的调查之后，感性的文字才能打动人心，经济报道，能有这一点，很难得。

## 二、“以小见大”，增强鲜活性

经济是篇大文章，宏观视角，多少脱离群众。但一根脉搏，一个毛细血孔，这些小切口，才是鲜活的，才是老百姓关注的。今年春节后，小店回归成为热点话题，浙江之声多路记者蹲点一家家小店，也是直播加报道的形式，有宁波镇海依靠新玩法成为网红的乡村咖啡馆，有绍兴月入百万的饺子店，有兰溪游埠古镇疫情期间转让又重新开张的早茶铺子……生动的故事，就发生在每一个人身边，看似小民生，其实都是整个大经济里的小烟火，烟火气扑面而来，为“浙江 2023 提振消费年”注入了信心和动力。而且，有一点很欣喜，很多记者做完报道，大呼过瘾，觉得这个故事未完待续，还没做够。我们想着今年年底，再去回访这些小店，看看这一年都发生了什么，有哪些新故事。

我们还打算策划一组《小指数里的“大门道”》，浙江有很多专业垂类市场，桐乡的羊毛衫、永康的五金城、柯桥的轻纺城，都曾辉煌一时。里面也孕育出了诸如“小五金指数”“小商品指数”，这些指数有些已经不做分析了，有些还在，这些指数的存在、演变和上下，都能管中窥豹，看到很多门道。从一个市场的变化，看整个浙江经济的结构调整，和谋划的方向。

## 三、“组团拓展”，提升专业性

我们专门有几个记者，长期深耕经济领域，对于政策解读、综述类的报道，都是很拿手。但我们特别策划的几组报道都不是一个他们单个小团队，或者几路记者完成的。11 地市记者站加采访部记者通力合作，每一个策划，上到相关厅局，权威的数据，下到各地一条街、一家企业、一个小店，都有实地的走访和踩点，然后综合讨论，把现象和问题归类，把难点和亮点梳理，然后再理出几个报道的方向。这会使得整组调查，从媒体报道的角度来说，更有理有据，也显得更专业。在这个过程中，很多记者都有了自己特别关注和能说道道来的经济领域。

比如，我们刚推了一组半年经济新观察，没有做大而全，而是从一组组包罗万象的数据中筛选出既有增长速度又具引领意义的亮点，契合“新观察”的策划定位，通过经济新领域、新现象、新气象等，多路记者继续蹲点重点领域，用鲜活的故事把抽象的经济现象讲具体、讲活泼，同时也有指导服务和下半年的思考。如《乘风破浪的“新三样”》，就从太阳能电池、锂电池、电动载人汽车等为代表的浙江外贸“新三样”上半年成为出口新的增长点，展现浙江上半年外贸结构的调整，还有各种配套政策出台对于下半年外贸拉动的预期；《小微企业的“万花筒”》中，选择杭州统奔模具制造有限公司这个案例，公司一季度订单突然下滑，通过深入市场调研，找到家电制造企业订单量缩减的根源，进而引进先进的检测设备，不断提高产品精度，现在正在谋求更多的发展出路。这是一家寻常的小企业，但它的故事，可以帮助很多中小企业提高面对发展难题时的思考能力及评判能力，这就是经济新闻报道的服务性。

切准脉搏，把准方向；贴近群众，鲜活表达。我们希望通过我们的不断探索，让经济新闻能真正剥茧抽丝，揭示出某种内在的规律，有思考、亮观点，给人以启示、启发，当然，更要有传播力！