



# 媒体传播：灯会品牌的造势效应

张艳

## 数字解读

童言



为期 18 天的 2012 豫园新春民俗艺术灯会于 2 月 9 日完美落幕。作为 2011 年被国家文化部授予“国家级非物质文化遗产项目”铜牌之后的首次亮相，豫园灯会以老场景新面貌、老艺人新技术、老文化新感觉，坚持和发扬中国民俗文化和传统制作工艺的同时，融入更多的高科技多媒体手段，通过声、光、电、影等多元素的集中展现，让游客们的视觉、听觉、感觉得到了前所未有的全新享受。2012 豫园灯会留给人们无限的精彩和美好的回忆。



今年灯会媒体宣传工作策划早、启动早、沟通早，达到了预期宣传效果。电视台报道 75 次属历年之最；报纸报道 258 次，其中头版、大篇幅报道 82 次；电台报道 39 次；百度关键词搜索达 2,420,000 篇，报道的质量和量均创历史新高。媒体传播造势扩大了豫园灯会的品牌效应，引来各方游客推动观灯热潮。春节七天观灯人数达到 270 万人次，同比上升 12%；灯会 18 天，观灯人数超过 600 万人次。

### 运作： 媒体宣传全程跟进高潮迭起

龙年灯会主题创意策划伊始，商城市场部就着手制订媒体宣传计划。按照总裁室提出的充分挖掘灯会文化内涵，加大宣传力度的总体要求，明确时间节点，对灯会主题、亮点、特色和宣传步骤、新闻由头与关注点、媒体（介）选择进行梳理，形成统一的对外宣传口径和新闻稿。经过细致分析，确定了以软新闻为主的传播方式，通过分众广告、微博等渠道对豫园灯会提前造势，从装灯开始至拆灯完毕全过程跟踪，分阶段、分层次、分主题开展全方位、立体化的报道，以较小的投入取得良好的成效。

#### 装灯期间宣传主题： 60 米长巨龙“空降”豫园

1 月 9 日深夜 11 点，吊装中心广场的主题生肖巨龙时，邀请沪上主流媒体上海电视台《上海故事》栏目组、新闻坊、解放日报、文汇报、新闻晨报、上海商报、劳动报、黄浦报等媒体，图文并茂地传递灯会第一手消息，拉开了灯会媒体宣传的第一波攻势。“60 米长巨龙‘空降’豫园”的醒目标题占据各大媒体显著位置；“龙身长 60 米、高 10 米、重 3 吨，身上有 2012 片金龙鳞”等豫园灯会相关信息吸引了广泛关注。

#### 春节期间宣传主题： 全上海最有年味的地方

1 月 23 日年初一豫园灯会正式亮灯，成为上海最有年味的地方，



引来各大媒体争相报道。上视新闻、东方卫视、上海电台、新华每日电讯、解放日报、文汇报、新民晚报、上海政府网、新浪网、搜狐网等众多主流媒体，多次以“巨龙现身豫园灯会”、“豫园灯会年味浓”、“金龙灯王来迎春”、“86 条祥龙贺新春”等为题，不吝笔墨、不惜篇幅进行报道，“大手笔”、“有看头”等赞美之词，生动而形象地展现了灯会效果，渲染了灯会氛围，扩大了影响力。

#### 封城期间宣传主题：“闹”元宵

灯会报道最高峰出现在元宵节前后，二十余家媒体争相报道灯会及商城元宵活动，渲染人山人海、喜庆热烈的气氛。元宵节当天，上视新闻中心在商城设五个摄像点现场直播，首次在九曲桥广场和中心广场上都架起了摇臂机，将豫园灯会的美景尽收镜头当中，6 点半、9 点半新闻进行直播，将灯会讯息即时传送到千家万户，引来更多观灯游客。星尚频道《人气美食》栏目在九曲桥广场取景，并配以元宵节吃汤圆、猜灯谜、学民间手工艺等项目进行现场采访。上海外语频道也来到

灯会现场，还为中央电视台 4 套、9 套录制了现场新闻。东方卫视、新闻综合频道、ICS 频道等都对灯会进行了多角度的连续报道。各大报刊更是以“九曲桥上挤一挤，元宵讨个好彩头”、“元宵灯会打造中国情人节”、“豫园咋挤爆了”等醒目标题，多角度宣传灯会盛况。媒体报道形式多、力度大、吸引力强，并实现了灯会效应的外部辐射，北京卫视、山东卫视、广东卫视等外地电视台纷至沓来，覆盖全台湾及大部分福建地区的海峡之声广播电台也首次前来，精彩绝伦的豫园灯会随之传播到海峡彼岸。

#### 元宵节后续宣传主题： 灯会未来发展的思考

整个灯会期间，市场部与媒体记者密切联系及时沟通，在宣传本届灯会创意、策划、实施过程中的亮点和灯会的安全保障措施等基础上，还引发了豫园灯会未来发展的思考。解放日报、新民晚报、新闻晚报等媒体分别就“灯会未来发展有隐忧，灯彩制作后继乏人”、“大型灯组缺少回收渠道，希望寻

找出路”等角度，引发社会对灯会未来发展的关注和思索，延续了豫园灯会的文化影响力。

### 体会： 媒体宣传要把握时机突出亮点

回顾今年灯会的宣传报道，就是要善于抓住时机、善于捕捉亮点。首先宣传策划要早。尽早确定宣传计划，第一时间传递要表达的信息，掌握宣传节奏，及时放大宣传效应。其次，新闻亮点一定要突出。今年灯会的新闻稿就有四稿，从吊装龙灯开始，到灯会后思考，准确地把握了宣传的重点。尤其是运用数字直观地描述灯会灯组的气势和规模，比如主体灯王“龙身长 60 米、高 10 米、重 3 吨，身上有 2012 片金龙鳞”，运输龙灯用了 16 辆巨型卡车，豫园灯会有 86 条祥龙等等，这些数字具体、形象，深入人心，取得了很好的宣传效果。最后是与媒体记者沟通要及时，很多优秀的新闻点就是在沟通和交流中产生的，起到了事半功倍的效果。

- ① 祥龙升腾迎盛世
- ② 龙腾凤舞春意闹
- ③ 宫灯满街福盈心
- ④ 和谐美满心相印
- ⑤ 鱼跃龙门好年景
- ⑥ 豫园胜似仙境美
- ⑦ 龙凤呈祥映彩虹
- ⑧ 如意长存天地间

沈爱华

新世纪影艺社



### 600 万人次

据统计，灯会期间观灯总人数超过 600 万人次，其中春节假日七天观灯人数超过 270 万，同比上升 12%，创下历史新高。

### 242 万搜索

灯会期间，电视台报道次数达 75 次，属历年之最；报纸报道次数达 258 次，其中头版、大篇幅报道有 82 次；电台报道 39 次；百度关键词搜索达 2,420,000 篇，均刷新历史记录。

### 86 条金龙

灯会期间，大小共计 86 条金龙云游在豫园商城之中，从平面彩绘到立体灯组，大小各异、形态万千，使辰龙献瑞的主题最大程度得到了演绎和升华。

### 3 吨巨龙

位于中心广场上的生肖灯王——神龙，是迄今为止单体体量最大的灯组，龙身长 60 米，高 10 米，重达 3 吨，全身共有 2012 片龙鳞，成为最耀眼的明星。

### 4 大主题灯街

今年首次分主题布置道路上空的气氛灯。“爱情街”、“福禄寿”、“朝代灯”和“灯谜走马灯”4 大主题气氛灯特色街，使游客们走到哪里都惊喜连连。

### 5 朝灯式

粮厅路上空的宫灯从其创始的隋朝开始，贯穿唐、宋、明、清，5 朝灯式，完美地诠释了各朝宫灯的独具一格及其演化历程，大大增加了豫园灯会所蕴含的文化内涵。

### 14 天安装

灯会的入场安装从 1 月 2 日晚开始，共持续了 14 天，骤降的温度和凛冽寒风给装灯工作带来了诸多不便，期间还多次经历降雨、降雪，但现场依旧有条不紊，确保安装安全和顺利。

### 200 多天筹备

早在 2011 年 7 月，灯会筹备小组便提前开始积极策划和创意工作，2012 年 1 月 17 日试灯，200 多天筹备，集合了众人的智慧和汗水，实现龙年灯会璀璨夺目、经典永驻。

### 50 余次沟通

前期准备期间，灯会筹备小组便有目标、有计划、有层次地召开了多次会议，从内部寻觅探索、头脑风暴到与制作厂商沟通洽谈、合作定稿，前后不下 50 次，智慧的碰撞成就龙年灯会的无限精彩。

### 20 余次资料收集整理

从生肖龙的资料到朝代灯式的信息，乃至神话典故的背景，灯会筹备小组成员奔赴各大图书馆、档案馆、资料库等约 20 多次，进行全方位地毯式的收集和整合，以确保每个细节都尽善尽美。

### 20 余次设计稿修改

每一座灯组都在设计稿的审核和确定上力求极致。其中仅中心广场“龙凤呈祥·盛世中华”灯组，其设计稿前后修改 20 多次，为主题龙王惊艳申城打下坚实基础。