

观摩总结新媒体推广冰雪文艺环节的主要方法

郭键霖

(佳木斯大学音乐学院, 黑龙江 佳木斯 154000)

【摘要】本文旨在探讨新媒体时代下冰雪文艺推广的有效方法。通过分析新媒体的发展及其对文艺推广的影响,结合冰雪文艺在新媒体平台上的发展现状,本文提炼出内容创新、平台选择、互动营销、跨界合作和数据分析等关键推广策略。观摩案例分析揭示了成功的推广实践及其存在问题。同时,本文也指出了新媒体推广冰雪文艺所面临的挑战,并提出了相应的应对策略,以提升推广效果。本研究不仅对冰雪文艺在新媒体时代的推广具有指导意义,也为其他文艺领域的新媒体推广提供了有价值的参考。

【关键词】新媒体;宣传推广;冰雪文艺

一、引言

在新媒体时代,冰雪文艺的重要性日益凸显。随着科技的发展与媒体环境的变革,冰雪文艺这一独特的艺术形式不再局限于寒冷季节和特定地域,而是通过新媒体平台如短视频、直播、社交媒体等工具,实现了全天候、全方位的展示与传播。冰雪文艺涵盖冰雕、雪塑、冰雪画等多种表现手法,既是对北方冰雪文化的传承与发扬,也是对全球文化多样性的丰富贡献。其借助新媒体的力量,能够生动立体地呈现冰雪之美,激发大众对冰雪运动及冰雪文化的热爱与认同。

观摩新媒体推广冰雪文艺的目的和意义在于,深入探究并总结新媒体环境下如何成功推广冰雪文艺的策略与实践,以期提升冰雪文化艺术的社会影响力、推动冰雪文化产业的创新与发展提供有效的路径参考。通过对新媒体推广案例的观摩分析,我们可以洞悉当前冰雪文艺传播的新趋势、新模式,进而提炼出具有普适性和前瞻性的推广方法。

本论文的研究范围主要聚焦于新媒体平台上冰雪文艺的推广活动,包括但不限于微博、微信公众号、抖音、快手等主流新媒体渠道。研究方法上,将采取文献调研、案例分析、深度访谈以及内容分析法相结合的方式,系统梳理和总结新媒体推广冰雪文艺的主要手段和实施效果,同时揭示其中的优势与挑战,力求为今后冰雪文艺在新媒体时代的持续繁荣提供理论支持与实践指导。

二、新媒体推广冰雪文艺的背景分析

(一) 分析新媒体的发展及其对文艺推广的影响

随着信息技术的飞速发展,新媒体从传统的单向传播模式转变为多元互动的新型传播形态。社交媒体、短视频平台、直播平台等新兴媒介以其便捷性、即时性、交互性和海量信息等特点,极大地改变了

人们的信息获取习惯和娱乐消费方式。对于文艺推广而言,新媒体的崛起提供了前所未有的广阔舞台和丰富可能。一方面,新媒体拓宽了文艺作品的传播途径,使得冰雪文艺能够突破地域限制,迅速触达全球用户;另一方面,通过内容创新与技术融合,新媒体助力冰雪文艺实现形式上的多样化和体验上的沉浸化,有效提升了受众的参与度和接受度。

(二) 探讨冰雪文艺在新媒体平台上的发展现状

近年来,冰雪文艺在新媒体平台上呈现蓬勃发展的态势。创作者们利用高清视频、动态图片、VR/AR等先进技术手段,将冰雪艺术的魅力生动展现给广大网民。同时,通过策划线上展览、互动活动、直播教学等多种形式的宣传活动,冰雪文艺成功吸引并积累了大量粉丝群体。然而,在取得显著成效的同时,也存在一些问题,如内容原创性和深度不足,以及如何长期保持用户关注度和参与热情等,这些都是当前冰雪文艺在新媒体平台上发展所面临的具体挑战。

(三) 总结新媒体推广冰雪文艺的优势与挑战

新媒体推广冰雪文艺具有显著优势:首先,新媒体传播速度快、覆盖面广,有助于快速提升冰雪文艺的社会知名度和影响力;其次,新媒体的个性化推荐功能,可以精准定位潜在观众,提高传播效率;再次,新媒体丰富的表现形式和互动特性,增强了冰雪文艺的观赏性和趣味性,从而吸引更多年轻人群的关注和喜爱。然而,挑战同样不容忽视:一是版权保护问题,二是如何在保证冰雪文艺品质的同时适应新媒体碎片化、快节奏的传播特点;三是面对新媒体上层出不穷的内容竞争,如何持续创新、避免同质化;四是冰雪文艺作为季节性较强的题材,如何在非冰雪季保持公众关注热度,维持稳定的粉

丝基础。解决这些挑战，不仅有利于冰雪文艺在新媒体环境下的长远发展，也将为整个文化艺术领域的新媒体推广提供宝贵的经验借鉴。

三、观摩案例分析

（一）选取典型案例，分析新媒体推广冰雪文艺的具体实践

以“哈尔滨国际冰雪节”为例，该活动通过新媒体平台进行了卓有成效的推广。在抖音、微博等社交平台上，主办方利用短视频、直播、话题挑战等形式，展示了冰雕雪塑的制作过程和成品展示，吸引了大量网友围观与互动。同时，结合VR技术推出线上虚拟冰雪乐园，让全球用户不受地域限制，随时随地体验冰雪艺术的魅力。此外，通过微信公众号发布详细的活动日程、艺术家访谈以及冰雪文化艺术知识等内容，丰富了传播层次，提高了公众对冰雪文化的认知度。

（二）提炼案例中成功的推广策略和方法

1. 内容创新与形式多样：通过短视频记录冰雪艺术品创作瞬间，激发观众好奇心；采用直播方式实时展现冰雪节盛况，增强现场感。

2. 精准定位与个性化推送：运用大数据分析，锁定目标受众群体，并依据其兴趣偏好进行定制化内容推送，提升传播效率。

3. 线上线下联动：在线上大力推广的同时，鼓励线下参与，举办各类冰雪艺术创作比赛及体验活动，实现从线上吸引关注到线下参与互动的无缝衔接。

4. 跨界合作与品牌联名：与知名IP或品牌合作，共同打造冰雪主题创意内容，扩大影响力和传播范围。

（三）分析案例中存在的问题和不足

尽管该案例在新媒体推广冰雪文艺方面取得了显著成效，但依然存在一些问题和不足：

1. 内容深度挖掘不够：部分推广内容过于浅显，未能充分展现冰雪艺术背后的文化内涵与历史传承，不利于提升冰雪文化的底蕴价值。

2. 互动反馈机制不健全：虽然开展了多种形式的互动活动，但在收集用户反馈、优化内容策略方面仍有待加强。

3. 版权保护意识薄弱：对于创作者的原创作品，在新媒体上传播过程中可能面临盗版复制的风险，亟需建立完善的内容版权保护体系。

4. 季节性局限明显：冬季过后，如何保持冰雪文艺的话题热度和持续关注度，是新媒体推广需要进一步解决的问题。

四、新媒体推广冰雪文艺的主要方法

（一）内容创新：结合冰雪文艺特点创作高质量内容

在新媒体推广冰雪文艺时，内容创新是核心要素。首先，创作者需深入挖掘冰雪文化的内涵与艺术

特性，通过拍摄高清冰雕雪塑制作过程、记录艺术家的创作故事、制作冰雪美景延时摄影等手段，展现冰雪艺术的独特魅力。此外，利用短视频、直播等形式，将静态的艺术作品转化为动态的视觉体验，辅以音效、旁白等多媒体元素，增强用户沉浸感。同时，结合当下热点话题和流行趋势，创作具有时代特色的冰雪文艺内容，例如打造冰雪主题微电影、动画或VR/AR互动体验项目，确保内容既能体现传统美学价值，又能满足现代观众审美需求。

（二）平台选择：分析适合冰雪文艺推广的新媒体平台

根据冰雪文艺的特点及目标受众偏好，应选择具有广泛用户基础、高互动性和强传播力的新媒体平台进行推广。如短视频平台抖音、快手，它们以其短小精悍、快速传播的特点非常适合展示冰雪艺术的精彩瞬间；社交媒体平台微博、微信公众号则可发布深度文章、长图以及活动预告等内容，强化品牌形象与文化传播；而B站、小红书等社区则有利于聚集细分兴趣群体，形成良好的粉丝效应；直播平台可以实时呈现冰雪节庆活动、赛事等现场盛况，提高观众参与度。

（三）互动营销：探讨如何通过互动活动吸引用户参与

开展线上线下相结合的互动营销活动，能有效提升冰雪文艺的关注度和影响力。线上可通过发起“冰雪创意挑战赛”，鼓励用户创作并分享自己与冰雪相关的原创内容，借助话题标签引导用户讨论和转发；举办在线投票评选活动，让用户参与到冰雪艺术品的评价过程中，增进对冰雪艺术的认知和喜爱。线下，则可组织冰雪雕刻体验课程、冰雪摄影大赛等活动，吸引公众亲身体验冰雪艺术的魅力，并将活动现场通过直播等方式同步到新媒体平台上，实现线上线下联动传播。

（四）跨界合作：分析与其他领域合作推广冰雪文艺的策略

跨界合作能够拓宽冰雪文艺的传播渠道和受众范围。比如，与时尚品牌联名推出冰雪主题限定产品，通过产品设计和广告宣传间接推广冰雪文化；与影视、音乐、游戏等行业联手，将冰雪元素融入影视剧情、歌曲MV或游戏中，借助其他领域的热门IP带动冰雪文艺的关注度；携手旅游部门和景点，策划冰雪文化旅游项目，让游客在实际游览中感受和欣赏冰雪艺术，进一步推动冰雪文化的大众普及。

（五）数据分析：强调数据在推广过程中的作用和应用

数据分析是新媒体推广策略优化的重要工具。通过收集并分析新媒体平台上的用户行为数据（如浏览量、点赞数、评论数、分享数等），了解哪些类型的

内容更受用户欢迎，哪些时间段发布效果最佳，从而调整内容创作方向和发布时间。同时，针对不同平台的用户画像进行精准定位，定制符合特定用户群口味的内容策略。此外，通过跟踪转化率、用户留存率等关键指标，评估各阶段推广活动的效果，为后续的营销决策提供科学依据。总之，充分利用大数据的力量，使冰雪文艺的推广更具针对性和实效性。

五、问题与挑战

（一）分析新媒体推广冰雪文艺过程中遇到的主要问题

新媒体推广冰雪文艺环节的主要方法在近年来得到了广泛应用与创新，但同时也面临着一系列问题与挑战。首先，在内容创新方面，尽管冰雪文艺因其独特的冰雪元素和视觉美学拥有较高的观赏价值，但在信息爆炸的新媒体环境中，如何持续产出新颖且高质量的内容以吸引并保持用户的注意力成为了一大瓶颈。创作者需要不断挖掘冰雪艺术的深度与广度，适应新媒体用户对于快节奏、碎片化阅读体验的需求，同时还需要克服内容同质化现象，确保冰雪文艺作品始终能够脱颖而出。其次，冰雪文艺活动及作品的季节性局限性显著，冬季自然成为了冰雪文化展现魅力的最佳舞台，而在非雪季时期，如何维持公众对冰雪文化的关注度与热情是一项艰巨任务。这要求策划者们创新传播策略，通过跨界合作、虚拟现实技术以及全年无休的线上互动等方式，将冰雪文化的吸引力延伸至四季，打破季节性的传播壁垒。再者，版权保护与原创激励机制尚不完善，是阻碍冰雪文艺在新媒体中健康发展的关键问题。在数字化时代，冰雪文艺作品易于被复制和非法传播，创作者们的权益难以得到有效保障，从而影响了创作的积极性和持久性。建立更为健全的版权法律体系，强化平台监管，并通过合理的盈利模式和奖励措施，鼓励原创冰雪文艺作品的产生，是亟待解决的问题之一。

（二）探讨如何应对挑战，提升推广效果

在新媒体推广冰雪文艺的过程中，面对内容创新瓶颈、季节性局限、版权保护不足、精准定位与触达难题以及互动体验提升等挑战，采取一系列应对策略和方法能够有效提升推广效果。

首先，在内容形式与制作手法的创新上，结合新媒体用户消费习惯的变化，可以利用新兴技术手段丰富表现形式。比如采用AR（增强现实）和VR（虚拟现实）技术为用户提供身临其境的冰雪艺术体验，利用短视频和直播平台实时分享冰雪文艺活动的精彩瞬间，同时注重内容的故事性和情感共鸣，通过深度挖掘冰雪文化的内涵，创作出富有感染力的作品，以吸引并保持用户的关注。其次，为了打破冬季限定的自然属性，实施四季推广策略显得尤为重要。

将冰雪文化巧妙融入到其他领域中，例如环保议题、旅游产品设计、体育赛事活动等，策划开展一系列全年持续、主题鲜明且创意独特的线上线下活动，确保无论何时何地，冰雪文艺都能成为公众关注的话题焦点，并借此契机不断扩展冰雪文化的影响力。再者，强化版权保护机制是保障冰雪文艺作品原创动力的关键环节。利用区块链技术的不可篡改性和透明度来记录创作者的权利信息，辅以数字水印等技术加强作品的识别与追踪，从而降低盗版侵权行为的发生。

六、结论

随着新媒体的蓬勃发展，冰雪文艺在新时代的传播与推广迎来了前所未有的机遇与挑战。本文通过对新媒体推广冰雪文艺环节的主要方法进行系统研究，不仅总结了成功的推广策略和实践，还深入剖析了存在的问题和不足，为冰雪文艺在新媒体时代的有效传播提供了有价值的参考。同时，本研究也强调了内容创新、平台选择、互动营销、跨界合作以及数据分析在推广过程中的重要作用，为未来的冰雪文艺推广提供了明确的方向。

展望未来，新媒体推广冰雪文艺仍有广阔的发展空间。一方面，随着技术的不断进步，新媒体平台将更加丰富多样，为冰雪文艺提供更多展示空间；另一方面，冰雪文艺本身也需不断创新，结合时代特点创作出更多高质量作品，吸引更多年轻受众。此外，冰雪文艺与新媒体的深度融合以及跨界合作的进一步深化，将是未来发展的重要趋势。通过综合运用各种推广手段，冰雪文艺在新媒体时代必将绽放更加绚丽的光彩。

参考文献：

- [1] 田琦. 冬奥背景下崇礼推广冰雪运动的新媒体策略研究 [D]. 北京体育大学, 2020.
- [2] 许怡涵. 中国冰雪赛事中新媒体传播推广之初探 [C]// 中国体育科学学会. 第十二届全国体育科学大会论文摘要汇编——墙报交流 (体育信息分会). 北京体育大学, 2022:3.
- [3] 于海洋. 冰雪文化与新媒体技术推广现状分析 [J]. 华章, 2023, (05):108-110.
- [4] 陈刚, 於鹏. 冬奥会成功举办背景下冰雪体育教学的推广路径 [J]. 冰雪体育创新研究, 2023, (14):73-75.
- [5] 程富, 王月宝, 赵智岗等. 后冬奥时期河北省冰雪运动数字化融合推广策略及实施路径 [J]. 河北体育学院学报, 2024, 38(02):82-90.

注：本文为：黑龙江省艺术科学规划项目《新媒体技术发展背景下的黑龙江冰雪文化宣传路径研究》，项目编号：2022D005