

Planning and Innovation of News Short Videos-Taking the China News Award as an Example

Yong Tao

Huaiyang District Media Convergence Center, Zhoukou, Henan, China, 466700, China

Abstract

In the era of deep integration between mobile internet and converged media, short-form news videos have become a mainstream communication format, with their dissemination efficiency and public opinion influence continuously increasing. Since the 28th edition, the China News Award has introduced categories related to short-form videos, and the winning works collectively demonstrate the highest industry creation standards. Using multiple editions of China News Award-winning works as research samples, this study analyzes from two dimensions—planning logic and innovative practice—to systematically review the successful experiences of news short-form videos in content selection, narrative expression, technological application, and operational dissemination. It also examines current industry challenges such as homogenization and insufficient technological application, proposing targeted optimization pathways to provide theoretical reference and practical insights for the high-quality development of news short-form videos.

Keywords

News short videos; Planning logic; Innovative practice; China News Award; Media convergence

新闻短视频的策划与创新——以中国新闻奖获奖为例

陶勇

河南省周口市淮阳区融媒体中心, 中国·河南 周口 466700

摘要

在移动互联网深度渗透的融媒体时代,新闻短视频已成为主流传播形态,其传播效能与舆论影响力持续攀升。中国新闻奖自第28届起增设短视频相关奖项,获奖作品集中展现了行业创作的最高水准。本文以多届中国新闻奖获奖作品为研究样本,从策划逻辑与创新实践两个维度展开分析,系统梳理新闻短视频在内容选题、叙事表达、技术应用、运营传播等方面的成功经验,剖析当前行业发展面临的同质化、技术应用不足等问题,并提出针对性优化路径,为新闻短视频的高质量发展提供理论参考与实践借鉴。

关键词

新闻短视频; 策划逻辑; 创新实践; 中国新闻奖; 媒体融合

1 引言

截至2024年6月,我国短视频用户规模达10.4亿人,占网民整体的95.1%,网络视频用户规模更是高达10.8亿人,占比99.1%。这一数据印证了短视频已成为全民级信息传播载体,而新闻短视频凭借即时性、可视化、轻量化的特质,逐渐取代部分传统新闻形态,成为媒体机构舆论引导与用户连接的核心抓手。从人民日报抖音账号千万级播放量的时政短视频,到地方融媒体中心引发共情的民生作品,新闻短视频彻底重构了新闻生产与传播的底层逻辑。中国新闻奖作为国内新闻界最高奖项,其奖项设置与获奖作品始终引领行业发展方向。自2018年第28届首次设立短视频相关奖项以来,

短视频类获奖作品数量持续增加,第30届已达24件,涵盖短视频现场新闻与专题报道两大类。这些作品既坚守新闻真实性核心原则,又展现出鲜明的创新特质,为行业提供了可复制的创作范式。

2 研究意义

理论意义:当前关于新闻短视频的研究多聚焦于技术应用或运营技巧,缺乏对获奖标杆作品的系统性拆解。本文通过剖析中国新闻奖获奖作品的策划体系与创新维度,构建新闻短视频创作的理论分析框架,填补标杆案例深度研究的空白。

实践意义:面对内容同质化、流量至上等行业乱象,本文提炼的获奖作品创作经验,可为各级媒体机构提供精准指导,助力其提升内容质量与传播效能,实现新闻价值与传播效果的统一。

【作者简介】陶勇(1975—),男,中国河南周口人,本科,编辑,从事新闻采编研究。

3 研究方法与创新点

本文采用案例分析法与文献研究法，以第28届至第34届中国新闻奖短视频类获奖作品为核心案例库，结合融媒体传播理论与新闻叙事学理论，进行多维度解读。研究创新点在于：一是建立“选题策划—叙事创新—技术应用—运营传播”的四维分析框架，实现对创作全流程的系统解构；二是将微观作品分析与宏观行业发展相结合，兼顾实践指导与理论升华。

4 新闻短视频的策划逻辑：中国新闻奖获奖作品的实践范式

策划是新闻短视频的创作起点，决定作品的价值取向与传播潜力。中国新闻奖获奖作品的策划逻辑始终围绕“价值引领、受众适配、差异化表达”三大核心，形成了独具特色的实践范式。

4.1 选题策划：从宏大叙事到微观切口的价值锚定

选题是新闻短视频的灵魂，获奖作品的选题策划彰显“重大主题常态化、民生议题深度化、多元题材精品化”三大特征。重大主题报道善用“以小见大”，规避空洞说教。如第34届中国新闻奖一等奖作品《盐碱地上的新粮仓》，跳出传统成就报道全景式呈现模式，聚焦农民、农业技术员的田间日常与收获喜悦，以微观视角让农业科技突破的宏大意义具体可感。

民生议题侧重挖掘情感共鸣与社会价值。《脑瘫外卖小哥的小年夜》记录坚守岗位的脑瘫外卖小哥送餐细节与客户温暖回应，传递普通人奋斗精神与社会善意；《两名基层干部的“鸡毛信”》以抗洪信件为线索重走送信路，凸显基层党员干部责任担当，成为践行“四力”的范本。

在题材多元化方面，获奖作品突破时政、社会等传统领域，向文化、科技延伸。《我在敦煌做研究》以学术微观视角传播传统文化，“非遗公开课”系列通过传承人技艺展示，让传统文化在短视频平台焕发新生。

4.2 受众定位：精准匹配与需求满足的双重考量

新闻短视频的碎片化传播特性，决定策划阶段需明确受众定位，实现内容与受众精准匹配，获奖作品的受众定位凸显“分众化、场景化、需求化”特征。针对年轻受众，作品善用网感表达与视觉化语言，如第30届中国新闻奖获奖作品《AI剪辑大阅兵》，契合年轻网民对技术与视觉冲击的需求，以人工智能技术剪辑阅兵画面，节奏明快、画面震撼，在年轻群体中广泛传播。

面向下沉市场受众，作品强化实用性与贴近性，吉林广播电视台脱贫攻坚短视频系列，聚焦农村群众关注的产业发展、技能培训等问题，用通俗语言与真实乡村场景提供实用信息，获第32届中国新闻奖三等奖。针对国际受众，《我在敦煌做研究》采用英语配音与国际化叙事视角，规避文化传播“水土不服”问题，实现中国文化跨文化传播。

4.3 叙事策划：节奏把控与结构设计的优化适配

短视频1-5分钟的时长限制对叙事节奏要求极高，获奖作品形成了“开篇抓眼、中段显核、结尾点睛”的黄金法则。开篇多采用强冲突、悬念或情感冲击画面，例如《漫长的2秒：伊宁男童从5楼坠落后》以坠楼慢动作开篇，瞬间吸引受众；中段通过多元线索推进，如新京报“我们视频”作品以第一人称视角搭配同期声与现场画面，强化真实感与代入感；结尾注重价值升华，如《两名基层干部的“鸡毛信”》以笑脸特写收尾，呼应“人民至上”主题。

在结构设计上，获奖作品灵活运用叙事模式：现场新闻多采用时序结构，例如《独家航拍：香港理工大学之殇》按时间顺序呈现现场，保障信息完整；专题报道则常用平行或问题导向结构，《中国24小时》系列通过不同领域人物故事的平行呈现，构建立体的时代图景。

5 新闻短视频的创新实践：获奖作品的多维突破

创新是新闻短视频保持活力的核心动力。中国新闻奖获奖作品在内容、技术、运营三大维度的创新实践，为行业树立了标杆，展现了新闻短视频的多元发展可能。

5.1 内容创新：从同质化到精品化的价值升级

内容是新闻短视频的核心竞争力，获奖作品凭借题材拓展、深度挖掘与表达创新，实现了从同质化到精品化的跨越。题材创新上，作品打破传统局限，构建“时政+”“文化+”“科技+”多元体系。湖南广电《AI世界来“湘”见》将人工智能与湖南文化、科技发展结合，既显技术突破，又传地域特色；澎湃新闻“澎湃新闻调查”系列聚焦热点深度追踪，以严谨调查和多源求证打破短视频“碎片化”缺陷，兼顾深度与时效。

内容表达上，获奖作品普遍采用故事化叙事，以人物为核心承载新闻价值。第34届中国新闻奖典型报道一等奖《丝绸之路上的中国医生》，记录中国医生在丝路沿线国家的诊疗故事，展现医者仁心与中外友谊，比传统成就报道更具感染力；《脑瘫外卖小哥的小年夜》借主人公生活细节与情感变化，让民生新闻充满人文温度。这种表达既契合短视频传播特性，又满足受众情感需求。

5.2 技术创新：从工具应用到场景重构的体验升级

技术创新是新闻短视频提升表现力的关键支撑。获奖作品在技术应用上凸显“实用技术普及化、新兴技术场景化”特征，完成从工具应用到新闻场景重构的升级。

实用技术方面，高清拍摄、无人机航拍、慢动作捕捉、多机位拍摄、延时摄影等已成为获奖作品标配。第30届中国新闻奖作品《超燃！新型主力战机亮相……》以无人机航拍呈现机场全景，搭配慢动作捕捉飞行细节；第34届中国新闻奖系列报道三等奖《万桥飞架》，通过多机位拍摄与延时摄影，展现桥梁建设的宏伟与壮丽。

新兴技术融合应用持续深化,人工智能、VR/AR等赋能显著。宁夏新闻网《AI·穿越宁夏》以全AI制作实现侏罗纪场景与宁夏人文景观的穿越对话,入选2024中国正能量网络传播AI精品案例;新华社“VR新闻”系列用VR技术构建360度场景,增强受众代入感;重庆两江新区融媒体中心“三智”融合传播体系,借数字化实验室实现技术与内容深度协同,获评2024中国经济媒体应用创新典型案例,为区域媒体技术升级提供范本。

5.3 运营创新:从单向传播到多元互动的效能升级

运营创新决定新闻短视频的传播广度与影响力持续性。获奖作品已告别单一渠道发布,升级为“精准推送+多元互动+品牌构建”的立体化运营模式。渠道运营上,采用“中央厨房+多平台适配”策略,如人民日报获奖短视频同步登陆抖音、微信视频号、客户端等平台,依据各平台特性优化剪辑节奏与呈现形式,抖音版侧重开篇冲击,视频号版强化情感共鸣。

用户互动创新聚焦情感连接与参与感,北京日报社一等奖作品《外卖小哥一通电话,北京这个小区154个单元楼装上新号牌》,通过回应评论、制作系列续篇短视频,形成“报道—互动—续篇”传播闭环,部分作品还以话题挑战、征集用户故事等方式,推动从“媒体生产”到“全民共创”的转变。

品牌化运营已成主流媒体共识,央视网“非遗公开课”、新京报“我们视频”等通过持续输出同类优质内容打造鲜明品牌标识,其获奖作品正是品牌影响力的集中体现,既提升了传播力,也增强了媒体公信力。

6 新闻短视频发展的现实困境与优化路径

中国新闻奖获奖作品虽展现了行业最高水平,但从整体行业来看,仍面临内容质量失衡、技术应用不足、人才匮乏等现实困境。结合获奖作品的成功经验,可从内容、技术、人才、生态四个维度构建优化路径。

6.1 现实困境

内容同质化与价值弱化:部分媒体为追求流量,陷入题材雷同、表达单一的同质化困境,重大事件报道中素材与剪辑手法趋同;更有甚者采用“标题党”“虚假信息”等手段,损害新闻真实性与权威性。

技术应用表层化:多数中小媒体对新技术的应用仍停留在工具层面,人工智能、VR等技术的应用多为噱头,未真正服务于内容表达与受众体验;技术投入不足与应用能力欠缺并存,制约了表现力提升。

运营模式单一:盈利模式仍以广告为主,付费内容、知识服务等多元变现路径尚未成熟;用户数据分析与精准推送能力不足,难以实现内容与受众的高效匹配。

复合型人才短缺:既懂新闻采编又精通视频制作、技术应用与运营管理的复合型人才匮乏,成为制约行业创新发展

的核心瓶颈。

6.2 优化路径

内容提质:构建精品化创作体系:以“真实性、深度性、故事性”为核心,建立选题审核与内容打磨机制防同质化;借鉴相关创作经验,秉持“脚底板下出新闻”理念挖掘鲜活故事;拓展多元题材,打造“时政有高度、民生有温度、文化有深度”的内容矩阵。

技术赋能:推动技术与内容深度融合:先普及高清拍摄、专业剪辑等基础技术,再借鉴《AI·穿越宁夏》经验,探索AI、VR等新技术场景化应用,助力场景还原与视觉创新。同时参考重庆两江新区融媒体中心“三智”体系,搭建技术共享平台,降低中小媒体技术应用门槛。

人才培育:打造复合型创作团队:采用内部培训与外部引进并行模式,培育兼具新闻素养与技术能力的复合型人才;建立激励机制,设优秀作品奖、创新奖等激发创作积极性;高校需优化新闻教育体系,增设短视频制作、新媒体运营等课程,实现人才供给与行业需求精准对接。

生态构建:完善运营与评价体系:拓展多元盈利模式,借鉴财新网付费短视频经验,对深度内容实行付费观看,结合电商带货、知识服务实现变现;建立以“新闻价值、传播效果、用户反馈”为核心的评价体系,引导行业摆脱“流量至上”误区;加强行业自律,规范内容生产与传播秩序。

7 结语

融媒体时代,新闻短视频是核心传播形态,其策划与创新直接关乎传播效能与舆论影响力。中国新闻奖获奖作品显示,成功的新闻短视频需在策划中锚定选题价值、精准匹配受众、优化叙事结构,在创新上推进内容精品化、技术场景化、运营立体化。

当前行业面临同质化、技术应用不足等问题,媒体机构应以此类获奖作品为标杆,坚守新闻真实性,强化内容创新核心地位,推动技术与内容深度融合,培育复合型人才、构建良性发展生态,方能实现新闻短视频高质量发展,更好发挥舆论引导作用,满足受众多元信息需求。

参考文献

- [1] 王玮. 短视频新闻报道的突破与创新——第30届中国新闻奖短视频类获奖作品评析[J]. 新闻研究导刊, 2021(12):45-47.
- [2] 南京晓庄学院新闻传播学院. 观念、表达、价值的现实碰撞——中国新闻奖首届短视频新闻获奖作品探析[J]. 新闻爱好者, 2019(3):38-41.
- [3] 李娟. 融媒体时代新闻类短视频的创新路径[J]. 中国报业, 2025(2):98-101.
- [4] 黄艺杰. 新闻短视频的拍摄及剪辑分析[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2021(15):101-102.
- [5] 高昊, 殷慧敏. 短视频平台阅读推广的创新实践及经验——以BookTok阅读社区为例[J]. 出版科学, 2021, 29(6): 55—65.