

让人“称道”的作品这样出炉

已经数不清有多少十堰市民的手机中,收藏着“这是一封来自十堰的邀请函”H5页面。自今年5月15日上线以来,截至8月8日,这个H5页面浏览量已经超过20万次。它被市民作为十堰的微信推广礼物,发送至大江南北。

这,是十堰晚报秦楚网为市民推出的优秀新媒体作品之一。

■记者 何磊



创意永远是命题作文

创意永远是命题作文,制作该条H5的初衷,来源于十堰市市委书记周霁一句掷地有声的话语:“十堰,一个人人称道的地方。”

人人称道,怎样的称道?这个“道”又意蕴如何?

这是将创意落地的关键点,在种种条件限制下,我们需要用巧劲解决问题,在悬念设计上需要有一个能抓住人的点。

首先想到的就是形式,无外乎文字、图片、视频,但是,每一个单一的形式都略显单薄,将其综合才能达到最好的效果。那么,在现有基础上能用到的就是H5。

随后展开的,是化整为零,将创意主题演变为文案、图片、设计等不同层面,每个层面具体落实,挑选素材、整合精修、将风格各异的文字和多姿多彩的图案融合在一起。

文案层面,十堰的美,十堰值得称道的地方非常多,首先需要的就是挑选十堰有特点的美,毫无疑问,我们首要展示的就是十堰的武当山、汉江水和汽车城三张响当当的名片。

在此基础上,我们不需要和大城市媲美建筑,我们的主要特色就是生态文明。细化下来就是市民的文明素质、城市的绿化率、居住场所的宜居、休闲长廊的舒适等方面。那么,我们策划出美丽的十堰一季一景,每一个季节都有独特的色彩,推出了“多彩十堰”的概念,再用美图一一列出,通过这些展现十堰独特的美,独特的“称道”。

就这样,信心满满地将完善的思路送审时,结果被领导否定得一塌糊涂。

20多个思路先后被否定

换个思路,继续被否定,再换一个。20多个思路的出炉和被否定,那一刻,真的有些崩溃,开始怀疑自己的能力,甚至暗自抱怨领导苛刻。

但是回来后仔细琢磨领导的意见,确实,我们的思路虽然展现了“称道”的表层含义,但是十堰之所以值得“称道”,不仅仅是停留在屏幕中的美,更需要的是大家来到十堰体验这种美。否则,怎样吸引您来十堰?

根据这些,推倒重来!于是,正常工作结束后,无需部门主任发话,我们都不约而同地留下来。头脑风暴,必须的!

吸引,要吸引你来。我们每个人都以自己到外地的亲身体验来举例。 “我喜欢到那个地方,因为小吃多”,“去那里方便,有很多飞过去的特价机票”,“网上看到那里的特产很丰富”……

在大家的集思广益下,我们逐渐摸出头绪,豁然开朗。

想到了从“游、吃、购、行”的角度,做好服务,用我们的真诚和实力来吸引大家。有独特的游玩景点、令人垂涎的美食、养身的特产和便捷的出行,那么,还能不吸引人吗?

文案的实现,需要美丽的图片和制作来支撑,选图不仅要精美,更需要的是真实,让我们能从图片中感觉这就是在我们身边,融入式地体验这种美。

看似简单,图片却不是能信手拈来的。找图片,又成为了两微新闻部8位员工的职责,而且,这必须要在正常微信编辑完成后再进行。

不用说加班,大家主动留了下来。“这张图片好。”随着一声惊呼,大家都看看这位编辑的电脑屏幕,而点开传来的却是叹气声:“哎,有水印,找找原图吧,不然用不成。”

图片小了不能用,像素不高不能用,有水印的不能用……

同样精益求精,甚至让编辑们都吵了起来。

这张图片挺好,领导否定。那张也不错啊,领导看了沉默不语。那咱再换一张吧,换来的是一句“你这找的什么东西?再找!”

30余次“折腾”得到了一次点头

就这样,在一次次被否定中,一次次更换,30余次更换,得到了一次点头。

单一图片会显得单调,怎样应用创新形式,让图片动起来、气氛火起来,在滑动手机屏幕的瞬间就让图片跃然纸上,将这种美感留在脑海里。

文案、图片和设计,我们没有停留在纸上,而是想到就先做出来。看成品好不好更能直观展现出来,无数次的修改,一段文字的四个字,一张图片的小细节,都是仔细斟酌的焦点。

我们讨论、推翻、再讨论,甚至争吵。但是始终推动着作品向至善至美的方向发展。

作品发出后,看到蹭蹭上涨的阅读量、如潮的好评,大家感到很欣慰,特别是得到市委书记周霁的表扬时,所有的辛劳和酸楚,在那一刻化为乌有,一种编辑特有的成就感逐渐在心底弥漫开来。

原来我们的作品不是那么差,原来我们有能力做出值得“称道”的作品。



“这是一封来自十堰的邀请函”H5页面截图。