

# 网络直播在高校招生宣传中的应用研究

程海军



**[摘要]** 随着新一轮高考的改革,高校生源竞争日趋激烈,传统招生宣传工作中的中学巡展、专题宣讲会等模式已无法达成满意的招生宣传效果。新近兴起的网络直播以其内容丰富、形式多样和互动性强等特点,弥补了传统宣传模式存在的不足。本文立足于网络时代需求,分析网络直播对于当前高校招生宣传效果提升的路径,并探究其在高校招生宣传过程中的实际应用,以期对招生多媒体矩阵宣传的完善及招生宣传的转型升级提供一定的理论和现实依据。

**[关键词]** 普通本科;招生宣传;网络直播

中国互联网络信息中心(CNNIC)第53次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示,截至2023年12月,我国网民规模达10.92亿人,互联网普及率达77.5%,网络直播用户规模达8.16亿人,占网民整体的74.7%。如今直播最主要的功能是商品带货,其商业价值越来越被看重,内容也向更加广泛全面的方向发展。基于此,许多高校在招生宣传时也以开放积极的姿态拥抱网络直播。但线上招生宣传起步晚,网络招生直播体制机制尚未成熟,实际宣传效果不够理想。因此,基于网络媒体时代的新形势和新变化,本研究旨在研究网络直播在普通本科高校招生宣传中的应用,从而进一步探寻提升招生宣传效果的多元化路径。

## Q 高校招生宣传现状

### (一)传统高校招生宣传具有局限性

高校招生宣传的传统途径主要有纸质招生宣传资料发放、电话咨询、线下招生咨询会等形式。由于想咨询问题的考生和家长众多,填报志愿的时间又十分有限,这类传统的招生宣传形式因其时空限制,不仅缺乏广泛适用性与即时互动性,同时也造成了人力、物力等资源浪费的问题。因此,拓展覆盖面更广、更多样、更高效的招生宣传模式迫在眉睫。

### (二)网络媒体时代对高校招生宣传提出新要求

在互联网不断发展的过程中,“强调社交功能,以互动式传播为特点的创新性媒体形态”兴起,微博、微信公众号、短视频、直播等传播形态,逐渐取代传统的纸媒、广播电视等,成为广大群众获取信息的主流方式。而随着我国

高考招生制度改革的逐步推进,招生压力也在不断增加,传统招生宣传方式已不能满足广大考生和家长的日益增长的个性化咨询需求。为进一步拓宽招生渠道,吸引优质生源,各高校纷纷在各大媒体平台开通官方账号,开展类型丰富的线上招生宣传活动。

### (三)网络直播为高校招生宣传提供新的思路与挑战

目前,主要的线上招生宣传形式有图文推广、宣传视频等,但大部分仍旧存在内容扁平化、互动性弱、反馈不及时等缺点。目前,网络直播则以其较强的互动性与及时性,成为跨越时空链接考生与家长的新通道,使万千家长有机会直接与一线招生工作者互动,第一时间获取高校招生动态和各专业的报考信息。然而,由于招生直播人员相关经验不足,又缺乏成熟的宣传运营机制与充足的经费支持,大部分高校的招生直播目前的宣传效果不佳。

## Q 网络直播对高校招生宣传效果的提升路径

作为新兴的高校招生宣传方式,网络直播的应用潜力尚未得到充分挖掘,其多维传播、双向互动、现场可视等特点,为高校招生宣传效果的提升提供了有效路径。

### (一)多维传播:扩大招生宣传受众范围

当前,恰逢融媒体时代迅速发展的浪潮,网络直播在众多媒体形态中脱颖而出,影响力显著攀升,赢得了社会各界尤其是大众的广泛瞩目。网络直播之所以备受青睐,根源在于其跨越地理与时间的限制,能够构筑起使用者间无缝沟通的桥梁,缩短彼此的距离。将招生宣传工作与网络直播深度融合,不仅展现了创新多元的宣传策略,有效吸引了更为广泛的潜在受众群体,还充分利用了直播媒介的独特魅

力，精准对接考生与家长的实际需求。

对于高校来说，网络直播和招生宣传相结合不仅响应了时代的变迁，还拓宽了招生信息的传播路径，借助网络直播的独特优势打破了传统线下招生宣传的局限性，克服了传播效率低下、覆盖范围有限的弊端，为普通本科高校的招生工作开辟了全新的、高效的宣传途径。这种新的招生方式能打破时空限制，更广泛地链接不同地域的考生家长，能有效缓解高校的生源危机，成了快速提升高校知名度的重要手段。长远来看，这一举措将推动高校招生宣传工作迈上新的高度，实现招生效果质的飞跃，吸引更多高质量生源的加入，为高校的可持续发展奠定坚实基础。

#### （二）双向互动：提升招生宣传体验感

在传统招生宣传框架下，高校多采用线下招生即单向信息传播模式，这种模式不仅效率低下，还难以精准对接每位考生及家长的个性化、差异化需求，导致关键报考信息传达的滞后与不足。随着新媒体技术的蓬勃发展与网络直播的广泛应用和直播平台技术的日益成熟，这一状况得到了根本性改善。网络直播作为新兴媒介，构建了高校与考生家庭之间的双向互动桥梁，使得信息流通更加直接、高效。考生和家长能够在借助直播平台，提出具体、个性化的问题，而高校则能即时反馈，提供针对性地解答，极大地提升了交流的体验感。

具体而言，高校在抖音、微信视频号、小红书、微博、哔哩哔哩等热门社交平台设立官方账号，精心策划直播内容，定期发布直播预告，确保在固定时段内开展直播活动。同时，注重直播过程中的互动环节，密切关注弹幕、评论区等用户反馈，主播能够迅速响应考生及家长的疑问与关切，以此激发潜在报考者的兴趣与热情，进而提升招生宣传的实效性 with 吸引力。

#### （三）现场可视：增强招生宣传认同感

传统招生宣传手段中的诸多局限，核心问题在于难以使考生及其家长全面洞悉学校与专业的深度内涵，难以构建起对学院与专业的认同感。对于心智尚待成熟的高考毕业生而言，填报志愿时往往由于信息接受渠道有限，而倾向于相信自己的中学老师与家长。他们往往对各高校及其专业没有全面、准确地了解，从而一定程度上造成了考生志愿选择的盲目性。

而网络直播有着其可视性、现场感与真实性等特征，主播与消费者的互动可以提供给消费者一种反馈的心理暗示，增强消费者的信任。因此，高校招生宣传若能在网络直播过程中，依据学生的学科偏好、兴趣特长等因素，提供专业化的专业情况与志愿填报咨询服务，同样能够有效建立起招生老师与考生之间的信任纽带。这样不仅能够有效增强招生宣传的精准度与吸引力，还能帮助学生深入了解高校及其

各个专业，增强认同感，使他们在充分自我认知的基础上，做出既符合个人兴趣又契合未来规划的明智选择。这一双赢的创新模式，无疑为普通本科高校的招生工作注入了新的活力。

### Q 网络直播在高校招生宣传中的实际应用

#### （一）建立全方位直播矩阵

如今的高考生源大部分为“05后”新生代，他们受网络化、信息化影响巨大，在志愿填报上，则更加倾向于借助网络媒体平台对院校及专业信息进行了解。所以，普通本科高校招生也应该利用好这一规律，创建新媒体直播矩阵，并将网络直播应用到普通本科高校招生宣传中，进一步扩大学校的知名度和影响力。

首先，构建以官方微信公众号、视频号、微博、抖音、哔哩哔哩、小红书、知乎等平台为主的招生宣传新媒体矩阵。通过网络直播的形式，在各新媒体平台上及时向考生和家长进行多角度、专业化的宣传，为考生和家长建立全方位的信息服务平台，更好地满足他们对志愿填报和院校及专业信息等的咨询需求，并从学校信息、专业选择等多个方面的情况向他们进行讲解。

其次，还需要做好新媒体综合直播矩阵的日常运维工作，创建独立的运维团队，并将工作细化为运营、主持、主讲、策划与管理，各司其职，分工合作，有效提高网络直播效率。除此之外，还需要做好日常宣发工作，用年轻人喜闻乐见的方式，吸引更多受众关注平台账号，为招生宣传的网络直播引流。

最后，在高考季实施全平台同步直播模式，在志愿填报的关键节点，让更多的考生和家长及时了解普通本科高校的招生策略。直播结束后，还可将直播核心内容、招生热点提炼成短视频进行宣发，帮助未能及时观看直播的考生和其家长了解志愿填报和院校及专业信息，随时随地与高校“面对面”交流互动，让直播效果最大化。

#### （二）形成多渠道合作模式

由于网络直播在高校招生宣传中仍属于新兴形式，缺乏更广泛的关注度与认知度，因此，联合多方进行直播宣传就显得格外重要。

一是与中国联通、百度、腾讯、中国教育在线等第三方企业合作，相互引流，互相互助。一方面，第三方企业能为高校提供资金支持，有效弥补了高校在招生直播资金投入的不足。另一方面，还能借助第三方企业的知名度及影响力，挖掘更多潜在生源。与第三方企业合作的过程中，高校还能学习借鉴第三方企业在直播方面的经验，从而不断完善优化直播招生宣传体系。

二是与当地相关部门加强联系，利用当地相关部门的资

源与影响力扩大直播规模,吸引更多当地的优质生源。高校的招生成效与当地相关部门的发展息息相关,有了优质生源,才能为当地源源不断地输送人才。因此,与当地相关部门通力合作,获取更多政策与资源支持,既能够更有效地扩大招生宣传力度,链接更多的优质生源,还能达成互利共赢的局面。

三是与其他同类高校强强联合,整合资源,共同打造“专业推荐——志愿填报”专家直播间。通过合作共享的模式,一方面能够减少人力、物力等资源的浪费,为考生提供更为多元化、专业化的咨询服务,提升高校招生宣传的价值感与获得感;另一方面高校间也可以互惠互利,在网络直播时建立起与观众的信任纽带,共同提升学校的声誉。

### (三)打造多元化内容品牌

在新高考改革的趋势下,志愿填报数量的增加一方面扩大了考生的选择范围,另一方面也增加了考生报考的难度与盲目性。网络上的信息良莠不齐,部分虚假宣传具有迷惑性,也给考生及家长的志愿填报过程带来了很大阻碍。

首先,提升直播内容的针对性。为帮助考生及家长更清晰地了解专业,招生宣传需要细分专业,进行精细化解读。在内容上,可以邀请院士、院长和名师等专业人士,针对各个二级学院具体情况、人才培养模式、就业升学途径等方面开展专题直播,打造“院士谈专业”“名师讲专业”等专场直播间,不断优化推广,从而打造独特的专业化内容品牌,帮助考生深化其对专业内涵、专业发展的认知,提高高校直播招生的专业性。

其次,注重直播内容的多样性。一是在室内定点搭建专门的直播场地,有利于使直播更为专业化,提高直播间品牌形象,吸引更多考生及其家长的关注。二是增加室外直播,让考生及家长“云游校园”,远距离实景了解校园环境、生活住行、教学设施等,增强其参与感,让直播更为生动。三是邀请在校师生、优秀校友来到直播间进行招生宣传,讲述自己与学校的故事,增强直播趣味性,进一步建立起考生与高校的情感纽带。

### (四)创新直播间互动形式

直播互动可以增加直播效果,提高受众的体验感、参与感,更具互动性,为受众提供表达观点、与老师和其他考生及家长建立联系的机会。相较于短视频而言,直播更能即时了解观众的实际需求,从而提供专业性、针对性的指导,这也是网络直播运用于招生宣传的最大价值所在。

因此,高校利用网络直播开展招生宣传时,尤其要注重与考生及其家长的互动交流,关切考生及家长实际需要。

第一,及时回答弹幕与留言框中对志愿填报、院校专业选择上的具体问题,增强互动感,从而进一步活跃直播间气氛,增强直播间的观众粘性;第二,可以与考生及家长连线,根据其具体情况具体分析,有针对性地解决他们的问题;第三,增加答题抽奖环节,在吸引更多人关注与评论、提升直播间流量的同时,也能借此检验直播内容是否便于受众理解;第四,发放校园周边福袋,这样既能引发考生及家长持续关注,满足其对志愿填报信息获取的实际需要,也能够通过精心设计的礼品,传递学校的独特氛围和核心价值增强考生对高校的认同感,从而进一步提高其报考意愿。

## Q 结束语

高校招生宣传是影响高校生源质量的重要因素,也是高校带给考生的“第一印象”。网络直播应用于高校招生宣传,是顺应高考改革发展、拥抱新媒体时代的选择,能很大程度上弥补传统招生宣传工作的局限,促进高校与考生及家长之间的相互认知和相互选择,从而达成高校与考生互利共赢的良性结果。因此,普通高校应紧跟时代发展步伐,正确认识网络直播对于提升招生宣传效果的重要意义,全方位地建立直播矩阵,形成多渠道合作模式,打造专业化直播内容品牌,创新互动形式。这样才能最大化地利用好网络直播的优势,建立与考生和家长的纽带,在为他们提供专业化咨询服务的同时,进一步提升高校的知名度与影响力,在快速发展的网络时代中,找到高校招生宣传的“最优解”。

## 参考文献

- [1]陈迎欣,郇旭彤,文艳艳.网络直播购物模式中的买卖双方互信研究[J].中国管理科学,2021,29(02):228-236.
- [2]张乾林.直播经济对高校招生宣传的影响[J].作家天地,2020(20):86-88.
- [3]陈昕.高校招生宣讲视频直播的全案设计[J].闽江学院学报,2023,44(04):25-32.
- [4]戚茜,潘光,曾向阳.新高考改革背景下高校招生宣传工作研究与探索[J].教育教学论坛,2022(26):5-8.
- [5]袁媛,李海亮.新媒体时代信息传播的社会化特征思考[J].出版广角,2017(23):19-21.
- [6]叶侠,阳韬.“新高考”“新媒体”对高校招生宣传工作带来的问题及应对策略[J].中国多媒体与网络教学学报,2022(11):117-120.

## 作者简介:

程海军(1986—),男,汉族,四川巴中人,硕士,工程师,重庆文理学院,研究方向:软件研发、招生制度改革。