

社交平台赋能红色金融：传承与创新之路

牛禹然

西安培华学院 陕西西安 710125

DOI: 10.12238/ems.v7i3.12243

[摘要] 本文深入探讨了社交平台在推广红色金融中的作用与实践。分析了社交平台的传播特点及红色金融的内涵与价值,阐述了社交平台在知识普及与教育、品牌塑造与传播、促进用户参与和互动方面的重要作用。通过金融机构和社交媒体的实践案例,展示了社交平台推广红色金融的具体方式。最后总结了研究结论,并对未来社交平台推广红色金融的技术创新、内容拓展、跨平台合作、用户参与机制优化和国际传播等方向进行了展望。

[关键词] 社交平台; 红色金融; 推广作用

引言

在当今数字化时代,社交平台已成为信息传播的重要渠道。社交平台具有即时性、个性化定制、交互性等特点,能够实现信息的快速传播和广泛覆盖[1]。红色金融作为金融领域的重要组成部分,对于推动经济发展、促进社会进步具有重要意义。然而,由于公众对红色金融的了解程度有限,需要通过有效的宣传推广来提高认识。社交平台的广泛传播性和强大的互动功能,为红色金融的推广提供了新的机遇[2]。社交平台在信息传播中的重要性不可忽视,而红色金融的推广也迫切需要借助社交平台的力量,以实现更广泛的传播和更深入的影响。本研究旨在深入探索社交平台在推广红色金融中的重要作用,并寻找切实可行的实践路径。

1 社交平台推广红色金融的作用

1.1 知识普及与教育

通过线上讲座、宣传内容等方式普及红色金融知识。

1.1.1 线上讲座的影响力

以如何宣传红色金融知识讲座为例,线上讲座在社交平台的推广下具有显著的教育效果。比如,威海市钱币学会举办的“忆峥嵘岁月 映金融初心”红色金融文化宣讲展播活动,通过直播的形式吸引了逾 12 万人次在线观看,营造了浓厚的红色金融文化学习氛围。这些线上讲座邀请红色金融文化讲师,精心选取红色金融故事,让金融从业人员和公众透过历史切面学习红色金融史,体悟红色金融精神。同时,讲师们结合自身实际,描绘出现代金融人的“金融初心”,激励着更多人投身于中国特色金融事业当中。此外,经济学院举办的财商学堂—“传承红色金融,启迪财商智慧”红色金融主题系列活动中,特别邀请了中国国际金融学会理事、大连红色金融研究所所长禹钟华教授开展专题讲座,详细论述了中国金融的演化脉络与基本特征,让学生对红色金融有了更加全面而深刻的认识。这些线上讲座通过社交平台的传播,打破了时间和空间的限制,让更多的人能够参与其中,极大地提高了红色金融知识的普及程度。

1.1.2 宣传内容的有效性

优质的宣传内容对红色金融知识传播起着重要的推动作用[3]。例如,在宣传内容策划方面,可以从红色金融的发展历程、与国家战略的关系、金融创新等多个角度入手,深入解读红色金融的内涵和外延。以“如何宣传红色金融知识讲座.pptx”为例,其宣传内容涵盖了红色金融与国家战略探讨、红色金融与金融创新分析、红色金融发展历程介绍等方面,通过邀请专家解读、分享成功案例、设置互动问答等环节,使宣传内容更加丰富、生动。同时,宣传语和标语如“走进红色金融,了解国家战略”“红色金融,引领未来”“传承红色基因,发展红色金融”等,能够简洁明了地传达红色金融的重要意义,吸引受众的关注。此外,利用图文、视频等多种形式的宣传内容,可以更加直观地展示红色金融的历史故

事和现实价值,提高受众的接受度和记忆率。例如,四川农业大学经济学院“探寻金融理念,赓续红色记忆”实践团队在成都市交子金融博物馆进行社会实践活动,通过一系列珍贵的历史文物和生动的多媒体展示,将交子的诞生背景、历史意义以及在古代社会中的重要作用一一呈现,激发了同学们对金融领域的浓厚兴趣和探索欲望。在社交平台上传播这些优质的宣传内容,可以吸引更多的用户关注红色金融,提高红色金融知识的传播效果。

1.2 品牌塑造与传播

社交平台在推广红色金融的过程中,不仅能够普及知识,还能为红色金融品牌的塑造与传播发挥重要作用[4]。

1.2.1 提升品牌知名度

金融机构通过党建与业务融合塑造品牌。比如,建行重庆市分行党委全面贯彻党的十九大和十九届历次全会精神及中央经济工作会议精神,弘扬伟大建党精神,坚持稳中求进工作总基调,着力抓实金融工作“三项任务”,持续增强“三个能力”,纵深推进“三大战略”,拓维升级新金融行动。在党建工作方面,分行党委狠抓党的建设这个立行之本,以党性凝聚、增强金融服务能力,推动实现党建与业务有机融合。通过设立党员先锋岗、张富清党员突击队等方式,活跃在重庆经济社会发展、新金融实践的主战场,贡献突出。在新金融服务地方发展方面,建行重庆市分行倾力支持重点基础设施建设,创新信贷产品,助力巴渝特色农产品发展。这些举措不仅提升了建行重庆市分行在金融领域的影响力,也为红色金融品牌的塑造树立了榜样。在社交平台上,可以通过分享建行重庆市分行的成功案例,展示其在党建引领下的金融服务成果,吸引更多用户关注红色金融品牌,提升品牌知名度。

1.3 促进用户参与和互动

社交平台在推广红色金融的过程中,促进用户参与和互动至关重要。通过设置互动环节,可以极大地激发用户对红色金融的兴趣和关注。

1.3.1 互动问答的价值

以传承红色金融文化调查问卷为例,说明互动的意义。传承红色金融文化调查问卷可以深入了解用户对红色金融的认知程度、需求和期望。通过问卷中的问题设计,如“你对红色金融的了解程度如何?”“你希望通过哪些渠道了解红色金融知识?”等,可以收集到用户的真实反馈。这些反馈不仅为红色金融的推广提供了有价值的参考依据,还能让推广者更好地了解用户需求,从而有针对性地调整推广策略。例如,若调查问卷显示大部分用户希望通过短视频形式了解红色金融知识,那么推广者可以加大在短视频平台上的投入,制作更多优质的红色金融短视频内容。此外,调查问卷还可以设置开放式问题,鼓励用户提出自己的建议和想法。这些建议可能会为红色金融的推广带来新的思路和方法。比如,

有用户可能提出举办红色金融知识竞赛的建议, 这将为推广活动增加新的形式和活力。

1.3.2 话题挑战的作用

发起红色金融相关话题挑战, 吸引用户参与和分享。在社交平台上发起红色金融相关话题挑战, 可以迅速吸引用户的注意力, 激发他们的参与热情。例如, 可以发起“我心中的红色金融英雄”话题挑战, 鼓励用户分享自己心目中的红色金融英雄故事。用户可以通过文字、图片、视频等多种形式参与挑战, 展示他们对红色金融英雄的敬仰和理解。这样的话题挑战不仅能够增加用户对红色金融的了解, 还能在用户之间形成良好的互动氛围。话题挑战还可以结合当下热点事件或节日, 提高话题的关注度和吸引力。比如, 在国庆节期间发起“红色金融与祖国共成长”话题挑战, 引导用户思考红色金融在国家发展中的重要作用。同时, 话题挑战的发起者可以设置一些奖励机制, 如评选优秀参与者并给予奖品, 进一步激励用户的参与积极性。此外, 话题挑战还可以与其他推广活动相结合, 形成全方位的红色金融推广体系。比如, 将话题挑战与线上讲座、宣传内容等相结合, 让用户在参与话题挑战的同时, 也能了解到更多的红色金融知识。

2 社交平台推广红色金融的实践案例

2.1 金融机构的实践

2.1.1 党建与业务融合

建行重庆市分行在推动党建与业务有机融合方面取得了显著成效。分行党委全面贯彻党的重要会议精神, 弘扬伟大建党精神, 坚持稳中求进工作总基调。在党建工作上, 狠抓党的建设这个立行之本, 以党性凝聚、增强金融服务能力。通过设立党员先锋岗、张富清党员突击队等方式, 让党员活跃在重庆经济社会发展、新金融实践的主战场, 为地方经济建设贡献突出力量。在业务方面, 分行持续增强“三个能力”, 纵深推进“三大战略”, 拓维升级新金融行动。例如, 倾力支持重点基础设施建设, 为地方经济发展提供坚实的金融支持。同时, 创新信贷产品, 助力巴渝特色农产品发展, 推动乡村振兴。建行重庆市分行的这些举措, 不仅提升了自身在金融领域的影响力, 也为红色金融品牌的塑造树立了榜样。在社交平台上, 通过分享分行的成功案例, 可以展示其在党建引领下的金融服务成果, 吸引更多用户关注红色金融品牌, 提升品牌知名度。

2.1.2 青年员工先锋队

工行北京建国路支行积极组织青年员工先锋队, 传播红色金融故事。该网点立足党和国家事业发展的新方位, 深刻认识国有大行的责任担当, 持续结合“不忘初心、牢记使命”主题教育, 做好金融知识普及及消费者权益保护工作。

青年员工先锋队以网点新到岗、新转岗青年员工为主力, 开展红色金融故事宣讲活动, 发动青年员工在网点及社交平台传播红色金融故事, 传承红色基因。他们在宣传教育活动中, 结合“党建+金融”平台, 向金融消费者和投资者宣传金融知识、红色金融史和金融风险防范技能, 帮助他们理性选择适合自己的金融产品和服务, 增强风险防范意识和责任意识。例如, 青年员工通过在社交平台上发布红色金融故事的图文、视频等内容, 吸引了大量用户的关注和互动。这些内容不仅让用户了解了红色金融的历史和意义, 也展示了工行北京建国路支行青年员工的担当和奉献精神。同时, 他们还积极与用户互动, 解答用户的疑问, 增强了用户对红色金融的理解和认识。

通过青年员工先锋队的努力, 工行北京建国路支行在社交平台上成功传播了红色金融故事, 为红色金融的推广做出了积极贡献。

2.2 社交媒体方案实践

小红书等社交平台的金融推广方案在红色金融中的应用。

2.2.1 内容营销策略

小红书金融推广方案中的内容类型丰富多样, 为红色金融的推广提供了多种途径。在内容类型选择方面, 干货分享可以提供红色金融知识、理财技巧等实用内容, 帮助用户提升对红色金融的认知素养。例如, 可以分享红色金融发展历程中的重要事件和人物, 解读红色金融在不同历史时期对经济发展的贡献。互动问答则能够增强用户参与感和粘性, 通过开展红色金融知识问答活动, 让用户积极参与讨论, 加深对红色金融的理解。案例解读可以通过具体的红色金融成功案例, 分析其优势和可借鉴之处, 引导用户理性认识红色金融的价值。达人推荐邀请金融领域专家或达人, 分享他们对红色金融的见解和投资经验, 提升用户信任度。

在内容创意及呈现方式上, 图文结合运用生动的图片和简洁的文字, 直观展示红色金融的历史故事和现实意义。比如用老照片展示红色金融机构的旧址, 配上文字解说其历史背景和重要作用。视频教程可以制作短视频教程, 详细讲解红色金融知识和操作技巧, 如红色金融债券的发行和投资方法。直播互动定期开展直播活动, 与用户实时互动, 解答疑问, 邀请红色金融专家进行在线讲座, 分享最新的研究成果和政策解读。话题挑战发起有趣的话题挑战, 引导用户参与讨论和分享, 如“我身边的红色金融故事”话题, 激发用户的创造力和分享欲。

结论

社交平台在推广红色金融中发挥了至关重要的作用, 取得了显著的实践成果。从知识普及与教育方面来看, 线上讲座通过社交平台的传播, 打破了时间和空间的限制, 吸引了大量观众参与, 极大地提高了红色金融知识的普及程度。优质的宣传内容涵盖了红色金融的多个方面, 利用图文、视频等多种形式, 更加直观地展示了红色金融的历史故事和现实价值, 提高了受众的接受度和记忆率。在品牌塑造与传播方面, 社交平台提升了红色金融品牌的知名度和信任度。在促进用户参与和互动方面, 互动问答通过调查问卷收集用户反馈, 为红色金融的推广提供了有价值的参考依据, 让推广者更好地了解用户需求, 调整推广策略。话题挑战发起红色金融相关话题, 吸引用户参与和分享, 增加了用户对红色金融的了解, 形成了良好的互动氛围。总之, 社交平台为红色金融的推广提供了新的机遇和途径, 通过多种方式的实践, 取得了显著的成果。在未来, 社交平台应继续发挥其优势, 不断创新推广方式, 为红色金融的发展做出更大的贡献。

[参考文献]

- [1] 李文欣. 数字时代真实主体性消解探析—基于社交平台消费者用户[J]. 经济研究导刊, 2021 (14): 27-30
- [2] 石玥. 数字化背景下红色金融教育助力新时代金融人才培养路径研究[J]. 中国科技期刊数据库 科研, 2023 (4): 45-48
- [3] 福建省永春县实施“红色金融”党建扶贫[J]. 党建研究, 2018, (06): 59-59.
- [4] 齐闫, 王东风. 媒体融合背景下的品牌塑造与传播[J]. 新闻战线, 2020, (13): 31-33.

基金项目: 本文属于2024年度西安培华学院和陕西省省级大学生创新创业训练计划项目阶段性成果, 项目名称: 沉浸式金融血脉的传承与推广; 项目校级编号: PHDC2024045, 省级编号: s202411400090; 指导老师: 华慧婷。