

魏星：爱上一只萌萌哒“小花梨”

● 文 | 杨晓希

夜的脚步悄悄走进校园，当华东理工大学的学子们回到寝室，准备洗漱休息时，魏星却打开了电脑，他的微信群此刻正频频跳动着新消息的提醒。大家或是争相发送各种线索与想法，或是忙着写稿排版，魏星则负责最后的定稿把关。TA们，有一个共同的名字——“小花梨”。

服务置于首位

早在2013年初，当大家还都热衷于用“人人网”进行社交，用“飞信”进行联系时，一只“小花梨”蹦跳着和大家见面了。2013年3月22日，这个由华东理工大学团委指导、以发布信息咨询为主的校园公众号正式上线。之所以叫“花梨”，是取自学校简称“华理”的谐音。

“小花梨”的背后，是来自“青春华理”媒体中心的小伙伴们。校团委宣传部长、“青春华理”媒体中心主任魏星说，媒体中心下设办公室、学生记者团、新媒体运行部、小花梨工作室、舆情调研部和技术支持部这六个部门，现有成员80余人，但来来去去的学生们早已不计其数。这支学生团队是“小花梨”保持青春活力的重要支撑，因此，这次我们的“身编人”聚焦的不仅仅只是一个人，而是一群人，正是他们的努力，造就了如今站在我们面前的“小花梨”。

上线之初，“小花梨”主打的是服务功能，希望可以借助这一平台方便同学们的学习和生活，解决他们遇到的问题。和所有公众号在创立初期遇到的问题一样，“小花梨”刚开始的关注量很低。“报纸我们可以发到同学的手里，可是微信我们不可能每一期都拿着手机让大家去看、去关注。”魏星说，大家全力以赴推广“小花梨”，也给“小花梨”带来了极大的压力。

“作为校园团组织的微信号，服务广大青年学生是我们的职责，是我们的目标。”魏星说。随着“小花梨”逐步上线校车班次查询、校园活动抢票报名、教务系统查询、图书馆空位查询等一系列和大家日常生活息息相关的功能后，“小花梨”的关注人数实现了几次井喷式的“涨粉”。大家遇到问题，需要查询信息时，第一个想到的就是“小花梨”。之后，不管对“小花梨”进行怎样的升级和改版，服务功能始终都居于首位。

在实现粉丝数的突破后，“小花梨”开始主动引领，通过设计“红军梨”、“雷锋梨”、“抗战梨”等衍生形象丰富“花梨文化”正能量内涵，使“花梨”这一具象化的新媒体形象全面融入学生学习、生活等多方面。

在重要的时间节点和热点事件期间，主动向学生发布重点信息，传递社会主义核心价值观。



第一时间“出击”

在魏星的手机里，有一个“小花梨”的微信群，大家有什么好的想法或者线索就发到群里头脑风暴。“小花梨”的团队成员来自全校不同的学院和专业，能够及时了解到同学们当前的网络动态等。就在电影《你的名字》热映期间，“小花梨”了解到大家对于作者新海诚及其作品有很大的兴趣，于是，便把校园风景照进行了后期处理，变成大家喜爱的“二次元”风格，还总结了新海诚之前的作品和他的创作经历，得到了不俗的反响。

2016年10月5日，2016年诺贝尔化学奖揭晓，“小花梨”迅速找到该获奖领域与学校科研团队的密切合作渊源，3小时内寻找到诺奖得主早年来学校访问的珍贵照片，并请学校同领域专家对该奖项进行权威解读，介绍了学校在该领域世界领先的研究成果。文章一经发出，2小时内阅读量过万，当之无愧是2016年“小花梨”的最得意之作。魏星说，这得益于“小花梨”对新闻热点事件的敏感性，对学校重要的特色领域都比较熟悉，而且“小花梨”几乎是全员出动，并不局限于传统的约稿形式。

去年10月25日是华东理工大学校庆日，也正好是“小花梨”诞生1314天，“小花梨”借此机会邀请了和学校同天生日以及和小花梨同天生日的学生一起开了个生日趴，并首次在映客进行直播，“小花梨”和它的品牌形象在华理校园越来越有存在感。

截止2016年12月31日，“小花梨”的关注量达27670人，覆盖全校学生95%以上。“小花梨”微信号2016年总阅读量1843446，1037376人看过“小花梨”的推送，转发近50万次。“小花梨”微信号长期位于全国基层团组织微信排行榜100强，并多次进入前五强，更被评为2016年“上海学校共青团十大微信公众号”。“以‘小花梨’系列文化产品为核心深化校园文化建设内涵”项目还荣获了教育部高校校园文化建设优秀成果一等奖。

