

潇湘声屏

2020

第03-04期

总第344期

湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）主管主办

湖南省广电局大力推动全省广电复工复产

“芒果扶贫云超市”直播助农在行动

《歌手》八年 我们正当打

工作室制：媒体机制改革重大创新 内部活力显著激发



内部资料·免费交流
准印证号：(湘)刊(2020)167

封面图片：“芒果扶贫云超市”江华站直播，
农人、农货汇集湖南广播电视台前坪。



杜家毫： 加快把“两山”打造成为全省 新经济发展的增长极和示范区

4月28日，省委书记杜家毫先后来到岳麓山国家大学科技城和马栏山视频文创产业园，专题调研“两山”建设推进情况。他强调，要保持定力、久久为功，抢抓机遇、顺势而为，突出抓环境、抓科创、抓产业、抓人才、抓改革，加快把岳麓山大科城、马栏山文创园打造成为全省新经济发展的增长极和示范区。省领导胡衡华、谢建辉、张剑飞参加调研。

潇湘声屏

主管主办单位 湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）

编印单位 《潇湘声屏》

编辑委员会主任

吕焕斌

常务副主任

张华立

执行副主任

杨 壮

副主任

陈 刚 罗伟雄 冯 锦 朱皓峰 谷 良

徐 蓉 丁 诚 张 勇 王 维 穆 勇

编 委

苏进跃 凌引迪 彭国元 蔡怀军

周 雄 牛嵩峰 王艳忠 凌红江

黄子林 黄自笑 尹树生 罗迎春

陈 杨 李越胜 章红伟 李志华

陈 鹏 刘志忠 罗 岚 汤集安

主 编

黄自笑 尹树生

编辑部主任

慧 琳

编辑部副主任

刘 凌

编 辑

肖 清

赖 芬

杨佩兴

地 址

长沙金鹰影视文化城

邮 编

410003

电 话

0731-84801058 84801027 84801063

邮 箱

xxsp1978@163.com

准印证号：（湘O刊）2020167

承印单位：长沙理工大印刷厂

印刷日期：双月30日印刷

印刷数量：每期2100册

发送对象：全国广电期刊

湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）

相关单位和个人

目录CONTENTS

2020年第03-04期 / 总第344期

观点·声音

信息技术与广播影视的深度融合，深刻改变了行业内在结构，推动广电业务、流程、网络向智能化、智慧化转变，催生智慧广电

特稿

05 湖南省广电局大力推动全省广电复工复产

“脱贫攻坚，我们在行动”专栏

06 广电视听平台直播带货 激活助农扶贫“一池春水” /冯刚

直播带货模式缓解了疫情对各地农产品销售的影响，但直播平台也需进一步关注主播言行、产品质量、售后保障等方面可能存在的风险，保障各方权益，让助力活动科学、良性地开展下去

10 “芒果扶贫云超市”直播助农在行动 /叶倩倩

“芒果扶贫云超市”以直播和带货为核心，为全省农户、新农人、农业企业、达人主播等提供“一键开店、一键直播、一键到家”农产品销售服务，破解农民群众忧心的农产品“卖难”问题

抗击疫情专栏

14 欢迎抗疫新闻“战士”回家

16 “抗疫群英谱·最美属于你”故事分享会启示 /蒋子云

9位参加湖南援鄂医疗队的一线医护人员，深情讲述了战疫经历，国家广电总局《监管时报》专题点评这场抗疫故事分享直播活动“用真实的力量，讲好中国战疫故事”

目录CONTENTS

2020年第03-04期 / 总第344期



“芒果扶贫云超市” 直播助农在行动

18 “在线”抗疫 青春无悔 /黄彩良 周伟

《在线2：我们在战“疫”》用十组最美“逆行者”的在线故事，成就了“芒果派”纪录片在这个春天里最美的音符

21 《青春战“疫”》谱写抗疫一线的青春赞歌 /谢鸿鹤 尹颂军

23 湖南广电后勤保障中心全力当好“疫”线粮草官

24 在抗击疫情报道中践行“四力” /孙健

26 芒果TV、中广天择推进影视剧复工复产 /罗小丽 杨飞

后疫情时代，芒果TV、中广天择坚持创新，探索新题材、新技术、新内容，打造具有市场竞争力的精品内容

节目评析

27 《歌手》八年 我们正当打 /李伦 陈硕夫

这季《歌手》把舞台交给了一群当打之年的年轻人，通过对主题的巧妙限定，将创作方向从对前代的“致敬”转化为对新生的“探索”，让新生代歌手展现他们的风采

29 《一键倾心》首播告捷 链接大小屏实现巨赋能 /吴嘉玲

业务探讨

32 工作室制：

媒体机制改革重大创新 内部活力显著激发 /黄田园
加快完善和推广工作室制，可以激发化危为机的动力，促进广播电视的复工复产、创新创优和迭代升级

34 湖南卫视“全球飙计划”冠军出炉

打开跨国共研体系新格局 /陈羽章

“全球飙计划”的提案，将作为创意原点进入湖南卫视的跨国共研创新通道，与湖南卫视研发、制作团队一起推进方案完善和样片孵化

36 以传统文化之美击中观众 /牛梦笛 胡琪

古装剧应放大传统文化的精神内涵，通过镜头呈现中国古典文化美学内涵，彰显文化自觉和文化自信

39 浅谈《热血同行》的艺术特色 /杨亚群



《歌手》八年 我们正当打

42 “表情帝”乃何方神圣 /余长新

44 帮女郎“微视角”：
用轻松的方式做严肃的事 /黄良军 李佳
系列主题报道《一线看生产》以新颖的拍摄
手法，真实可爱的表达模式，让严肃新闻变
得喜闻乐见，是重大主题报道的创新尝试

媒体融合

45 广电MCN的机遇与挑战 /牛存有
广电MCN在短视频蓬勃发展直接催生内容产
业化、专业化、垂直化的趋势下应运而生。
广电媒体纷纷成立MCN机构，意图通过广电
主持人与节目的影响力和知名度进军网络新
阵地，打造优质广电PGC的MCN矩阵

48 浅谈地方台新闻融合传播 /周超群

50 新媒体与传统媒体融合发展新机制新路径研究 /蒋琼

前沿技术

52 《声临其境》的云录制技术设计与实现 /朱航建 翔宇
按照广电+互联网的思想为指导，运用云架构来思维，融合
全媒体触角与制作手法，为节目生产提供一个集全媒体内容
采集、全媒体内容聚合、全媒体内容共享、数据分析整理管
理及互动为一体的融合媒体互动内容生产平台

55 四城天台接力 无挑战不青春 /段晴 曾小苗

57 湖南经视移动非编网在两会中的应用 /徐建

59 关于影视文娱，5G能带来什么？ /周雅
5G新技术影响影视文娱行业发展，催生新内容生产空间，
激发新供给、新消费。广播电视向5G物联网的延伸，结合
人工智能的应用，可精准触达用户兴趣点，把握用户需求

聂辰席

要在打造智慧广电媒体上发力，进一步增强广播电视宣传能力；要在发展智慧广电网络上发力，进一步增强广播电视传播能力；要在培育智慧广电生态上发力，进一步增强广播电视服务能力；要在加强智慧广电监管上发力，进一步增强广播电视安全保障能力。

——中宣部副部长，国家广播电视总局党组书记、局长

张宏森

必须加快广电创新体系建设，主动推进5G等新技术在智慧广电中的深入应用，着力推动广播与通信协同、有线无线融合、大屏小屏互动，促进新技术创新带动产业升级，加快广电网与物联网、车联网、移动互联网等新兴网络业态的融合创新，积极承担应急广播等公共服务，把智慧广电业务做实做深做透。

——湖南省委常委、宣传部部长

曹燕明

中国广电和智慧广电迎来了好时期。发展5G既是国家通信的需要，也是广电业务发展的诉求与优势。广电要充分发挥广播电视内容优势和5G的支撑能力，将广电5G建设成为一个文化特色鲜明、具有核心竞争力、差异化运营、安全可控的“移动超高清融合媒体传播网、智慧物联网、基础战略资源网”。

——华数传媒控股股份有限公司副总裁

汤 旭

新一代信息技术与广播影视的深度融合，推动广电业务、流程、网络向智能化、智慧化转变，催生“智慧广电”。“智慧广电”通过进一步壮大自身的内容、网络和用户优势，深刻改变行业内在结构，激发行业新发展。

——北京神州绿盟科技有限公司技术总监

湖南省广电局大力推动全省广电复工复产

鼓励加强抗疫内容创作生产。深化宣传舆论引导，鼓励省内广播电视和网络视听机构发挥自身优势，紧扣疫情防控和复工复产主题创新创优，策划推出一批抗疫题材电视剧、动画片、纪录片、专题片、公益广告和网络视听作品。加大原创节目扶持力度，对优秀抗疫原创剧目实施个性化对接服务，择优向总局推荐申报创新创优节目。指导湖南卫视、芒果TV等主要省级媒体做好电视剧剧目编播，丰富群众文化生活。指导下中天通过“节目购”“淘剧淘”两大在线平台向全国市县级广播电视台（融媒体中心）免费赠播抗疫公益视频、节目及电视剧（12000余集），获广电总局及人民网、学习强国等好评。

持续优化广播电视公共服务。统筹省内优秀电视剧、纪录片、动画片、公益广告和网络视听节目供公益播出，引导全省播出机构制播抗疫故事、复工复产等主题公益广告。支持芒果TV、湖南教育电视台、湖南有线等网络视听机构和平台继续开设在线教育、开办网络课堂，为“停课不停学”服务。建设“村村响”省级技术平台，为全省“村村响”提供免费或部分免费播放内容。推动落实农村广播“村村响”管理服务机制，建好“村村响”县级管理维护机构和乡镇服务网点，健全县乡村三级应急广播体系长效运维机制。

积极创新行政审批服务方式。出台《关于优化疫情防控期间电视剧和网络剧内容审查工作的通知》，对所有行政审批服务事项简化纸质申报材料，开辟绿色通道，最大限度实行网上审批。加强业务指导，加快抗疫类电视

剧、网络剧、纪录片、动画片审核审批，对已到期的广播电视和网络视听相关许可证实施延期换证。在广播电视节目制作经营单位设立审批等行政许可事项中，暂停现场考察环节，尝试容缺审批，提高效率。

认真落实各项惠企稳企政策。积极帮助广播电视和网络视听企业用足用好国务院和中央九部委联合出台的各项减税降费、降本减负等惠企稳企扶持政策，推动广电总局《关于统筹疫情防控和推动广播电视行业平稳发展有关政策措施的通知》和省政府《应对新冠肺炎疫情影响促进企业健康发展的若干政策措施》30条落实，为企业宽心，为行业提气，促进持续发展。疫情期间，省广电局承担驻省广播影视集团疫情防控联络指导工作，组织检查了集团所属33家单位、124个重点部位，查找纠正26个薄弱环节，协调解决口罩25.4万只、中药汤剂27550份、额温枪45支等防疫刚需物资，为部分媒体单位争取税收返还200余万元；协调解决湖南卫视《声临其境》《快乐大本营》《天天向上》和芒果TV《名侦探宿舍》《说唱听我的》录制场地问题；协调福建省、广东省广播电视局，为芒果TV三个电视剧滞留当地剧组解决复工和疫情补贴问题。

努力营造干事创业良好氛围。坚持在疫情防控斗争和宣传工作一线考察、识别、评价、使用干部，对表现突出的单位和个人进行表彰，并优先推荐申报广播电视和网络视听行业领军人才、青年创新人才，形成激励担当作为的鲜明导向。

（本文由湖南省广播电视局旷自文供稿）

广电视听平台直播带货 激活助农扶贫“一池春水”

冯刚

新冠肺炎疫情对中国各行各业均产生了不同程度的影响。其中，具有时令性、高度依赖消费端需求的农产品销售，成为广大农户面临的难题，偏远地区和位于疫情中心的湖北地区的农产品销售受疫情影响比较大。

在各地积极开展自救的同时，刚刚兴起并在全中国迅速产生热度的直播带货也开始发力。包括李佳琦和朱广权组成的“小朱配琦”组合，正在西双版纳录制的《向往的生活4》与“带货女王”薇娅组合，以及湖北各省市市长跨界直播等，积极助力各地农产品销售，并取得了喜人的销售成绩。此外，抖音、斗鱼等平台也相继推出专场直播活动，为滞销商品提供购买渠道。受疫情影响的滞

销产品正通过直播形式，快速而广泛地触达消费者。

“跨界组合” 扩大直播影响力

2月伊始，阿里、拼多多、腾讯微视等多家直播平台，便已启动“爱心助农”“抗疫农货”“微爱助农”等计划，助力三农产品销售，解决全国各地农产品滞销问题。

进入4月以来，各地企业逐步复工复产，直播助农的形式也随之变化。直播间内的“销售主播”、文娱行业的知名人士，以及各地政府官员纷纷走进直播间，推荐各地特色农副产品，为以往简单的“推介—销售”模式增添一抹亮色。

4月6日晚，央视主持人朱广权与



湖南卫视《向往的生活》节目中插入直播带货环节，为云南当地滞销农产品举办了一场专场直播。

“带货一哥”李佳琦隔空连线，实现跨界合作。根据微博直播数据显示，这组被网友誉为“小朱配琦”的组合，近两个小时的直播累计观看次数1.22亿次，累计观看人数1091万，点赞数1.6亿，总话题阅读量超11亿。

4月16日，刚刚宣布跨界进入直播行业不久的罗永浩加入抖音发起的“援鄂复苏计划”，在直播间发起1分钱义卖湖北洪湖藕带活动。抖音相关负责人透露，此次“援鄂复苏计划”中，网友还能在湖北省多位市长的带领下，共同领略当地风貌物产。4月18日，湖北黄冈、荆州、荆门、十堰、恩施5位市（州）长亮相直播间，力荐各地特产。此外，记者还发现，山东、云南、黑龙江等地的

县长也纷纷登陆各大直播平台，以网络主播的身份推介当地特色产品。

湖南卫视综艺节目《向往的生活》也在节目中插入直播带货环节。目前，该节目正在云南西双版纳拍摄，节目组邀请薇娅做客“蘑菇屋”，为云南当地滞销农产品举办了一场专场直播。直播活动相关负责人告诉《综艺报》，在薇娅和“蘑菇屋”成员黄磊、何炅、张子枫、彭昱畅，以及当期嘉宾的共同努力下，不到一个小时的直播收获超过1945万网友关注，惠及西双版纳195个村庄的1750位村民。

无论是同以“快嘴”和“段子”被网友熟知的朱广权、李佳琦，还是跨界行为本身自带流量的罗永浩和各地政府



左图：4月6日，央视主播朱广权连线网红主播李佳琦直播带货。
右图：《向往的生活》节目组嘉宾和网红主播薇娅为云南果农带货。

官员，跨界嘉宾与“直播+”形式的结合，使得原主播与嘉宾之间的流量得以叠加，实现了一加一大于二的社会效应和传播效果。

系统规划 打出帮扶“组合拳”

为更好地解决农民所面临的困难，促进滞销产品快速减轻库存，各直播平台推出的带货活动均进行了系统规划，具有平台发起、参与人员多样、多方协同策划等特点。

抖音推出的“援鄂复苏计划”获得商务部电子商务司支持，与湖北省互联网信息办公室、湖北省商务厅、湖北省农业农村厅联合举办。北京字节跳动CEO张楠表示，“湖北是过去两个月里，全国人民最挂念的省份，在过去的60多个日夜里，有超过1800万人发布视频，在抖音上为湖北、为武汉加油。现在，我们希望用更实际的行动，为乐观、积极、勇敢的湖北人

民做点事情。”

自4月8日开始运作以来，“援鄂复苏计划”吸引多位抖音优秀创作者以短视频或直播形式自发参与活动，推介湖北特产。抖音平台还计划投入百亿流量，发起百场直播，支持湖北复工复产。在已经举行的多场直播中，杨坤、涂磊等影视明星受邀现身直播间，形成了更为多样的直播带货样态，扩大了活动触及面。

2019年12月开始涉足直播带货领域的斗鱼直播作为武汉本土企业，于今年4月17日开启“我为湖北买买买”公益直播带货专场。相对其他直播平台，用户构成以男性为主的斗鱼，为这场疫后经济重启大作战，带来了更多的男性消费群体。在为期3天的活动中，斗鱼用户在大司马、蓝战非等26位电竞领域知名主播的直播间，购买了大量湖北当地产品。

成效显著 仍需把控细节

随着疫情防控形势好转，人民的消费需求进一步提升。国家统计局国民经济综合统计司司长、新闻发言人毛盛勇4月17日在国新办就2020年一季度国民经济运行情况举行的新闻发布会上表示，下一阶段，消费潜力会逐步释放，比如新型消费形态增长更快、互联网消费形势增长更好。整体来说，前期被压抑的消费，后期会不断释放出来，会得到一定程度的回补，新型消费会表现更加强劲。

消费需求的释放和跨界助力农产品销售的双重效果叠加下，助农直播取得不俗成效。“小朱配琦”组合售出湖北商品66万单，成交总额约2300万元。湖北黄冈、荆州、荆门、十堰、恩施5位市长4月18日的直播成绩是累计带货58万件，总带货金额超2426万元。薇娅携手《向往的生活》举行的助农直播，销售额为520多万元。

对于初次尝试在节目中融入直播带货的《向往的生活》而言，节目组在此次公益性活动筹备过程中，对直播货品的品质把控以及相关物流渠道协调，做了大量工作。相关负责人表示，团队本着对嘉宾和节目品牌负责的态度，用将近3周的时间，对直播销售的每项产品的品质和售后保障工作，进行了摸底和协调，切实保证消费者权益。同时，由于本季节目拍摄地西双版纳盛产水果，节

目组也希望通过此次尝试，能够在未来形成长效机制，切实帮助当地农民打开产品销售渠道。

相对综艺节目的尝试，直播平台对销售产品的质量和直播过程中的技术问题，已经有了科学的把控体系，但对于刚刚兴起的直播销售行业来说，仍有不少细节问题需要注意。

2019年，直播行业曾屡次出现带货现场“翻车”的情况，一些主播夸大宣传和误导消费者的行为也曾屡见报端。国家广播电视总局办公厅在《关于“加强‘双11’期间网络视听电子商务直播节目和广告节目管理”的通知》中明确提出，网络视听电子商务直播节目和广告节目用语要文明、规范，不得夸大其辞，不得欺诈和误导消费者。

虽然直播带货模式在疫情期间掀起了“爱心助农”风潮，在一定程度上缓解了疫情对各地农产品销售的影响，但随着越来越多的主播参与其中，直播平台也需进一步关注主播言行、产品质量、售后保障等方面可能存在的风险，保障各方权益，让助力活动科学、良性地开展下去。

（文章转载自《综艺报》）

编辑/慧琳



培训12000多名新农人 带货超3亿 “芒果扶贫云超市” 直播助农在行动

叶倩倩

2020年3月12日，由湖南省委宣传部、省委网信办、省商务厅、省扶贫办指导，湖南广播电视台运维建设的公益平台“芒果扶贫云超市”正式上线。该平台以直播和带货为核心，为全省农户、新农人、农业合作社、农业企业、达人主播等提供“一键开店、一键直播、一键到家”的农产品销售服务。截至4月24日，一个多月的时间，平台已帮助全省农户、新农人、农业合作社、农业企业、达人主播等累计开店3242家，卖出湖南特色农产品150235件，销售额达到18525993元。目前，通过“云超市”品牌带动，全省13个县市已通过各类渠道销售农产品超过3亿。

3月中旬，正是湖南江永县沃柑丰收的好时期，但由于线下销售渠道受阻，沃柑只能挂树待卖，为此，“芒果扶贫云超市”深入江永县农村，帮助当地农户通过直播向全国各地消费者推介江永沃柑。通过“芒果扶贫云超市”平台的宣传，20多天前还挂树待卖的沃柑，实现了“量价齐飞”，每斤售价从3元提高到7元，2000万斤沃柑及时运出了大山，销售到了全国各地，带动当地沃柑销售

1.4亿元。而此次被“云超市”发掘的80后返乡青年蒋秀旺，为推广家乡的沃柑等农产品而不断努力奋进的故事，也被湖南卫视大型纪录片《最是一年春好处》专题报道。

为巩固提升脱贫成果，提高就业，加强当地产业可持续性发展，帮助当地村民解决农产品销售难的问题，4月10日“芒果扶贫云超市”又来到郴州宜章县，通过节目创新，推出了第一期“农人选品大会”。宜章县委副书记、县长张润槐带领新农人、扶贫干部，争相上台推荐自家的土蜂蜜、莽山红茶、黄金皮蛋、宜章灵芝、手工米饼等特色农产品。当场活动，“芒果扶贫云超市”联合全省78家媒体，通过广播电视新闻、报刊、政府网站以及融媒体、新媒体等平台，对活动进行了全程关注和报道，总报道数达到204条。十分钟内农户的销售额就破万，其中价值199元的灵芝孢子粉秒杀162件，全部售空。

目前，“芒果扶贫云超市”已先后在浏阳、江永、双牌、龙山、永顺、麻阳、凤凰、古丈、宜章、桂阳、安仁、汝城、桂东13个市县村开展直播培训与直播带货活动，13县市的新农人、农村网红、青年扶贫能手、一线扶贫干部通过“芒果扶贫云超市”直播间，化身“带货主播”，向全国各地观众朋友推荐家乡特色农货，为当地农副产品代言打call。截至4月19日，“云超市”共吸引超过368万全国消费者到平台观看



上图：安仁县委书记李小军（右二）和县委副书记杨理诚（左二）现场制作特色小吃“安仁烫皮”

中图：龙山县人民政府副县长彭绍兴在直播间推荐家乡好货

下图：宜章县委副书记、县长张润槐（中）和农户一起展示炒制莽山红茶的制作技艺，为莽山红茶销售推广助力

直播、浏览湖南特色农产品，30个省246个城市近7万城市居民购买了14万组超过1700万元湖南特色农产品。

为帮助偏远地区农户脱贫，让每一个农民朋友都能更好、更快地卖出自家农货，“芒果扶贫云超市”陆续在浏阳、江永、双牌、龙山、永顺、麻阳、凤凰、古丈、宜章、安仁、桂阳、汝城、桂东13个县市，开展线上线下培训会。工作人员现场讲解、分享网络主播方法、技巧、运营等多方面的热点知识，通过敏锐的视角、专业的讲授，围绕电商系统实操和电商运营，解决农户实操过程中遇到的实际问题，为农户直播卖货提供技术指导和全程服务。全省已有近12000人接受线上线下的开店、直播与电商培训；2847人在“芒果扶贫云超市”实现一键开店，共上架5000种湖南特色农产品。店主主要为上述各县市的新农人、农村网红、青年扶贫能手、一线扶贫干部、县级融媒体中心主持人记者、湖南广电各频道频率的扶贫IP栏目、各地县委县政府的主要负责人等。上线一个月内，超过310家店铺共完成1599场直播，平均每个店每天持续直播超过3个小时。通过培训，平台已涌现出了一批新农人网红。

新农人胡金秀是古丈县“一碗茶经济综合开发专业合作社”的带头人，因为春节后茶园滞销了300斤明前茶，情绪一度非常低落。3月16日，胡金秀在湖南电

台938潇湘之声与省残联的对接帮扶下，在“芒果扶贫云超市”上开办了“胡大姐的店”，开始了她人生中第一次的直播带货。她也因此成为首位入驻“芒果扶贫云超市”的残疾农户，更是整个古丈县第一位在“芒果扶贫云超市”开店的新农人。仅仅开播半个月，她的直播间的粉丝数量就从几十涨到了几万，卖出了130斤、五万多斤的滞销茶，有不少粉丝都成为了她的好朋友、回头客。

在湖南省委宣传部的指导下，湖南广播电视台的统筹部署下，“芒果扶贫云超市”已联合全省媒体平台，大力开展全网全域宣传，从流量助推到品牌加持再到内容构建，形成了密切的宣传报道对接联动机制，更好地帮助更多的贫困县农产品对接市场和消费者。截至目前，“芒果扶贫云超市”已在全网发布图文报道及短视频超1000条，全网曝光量超4000万，其中微博话题阅读量达到1735.1万。

未来，“芒果扶贫云超市”还将继续对全省贫困村、农户进行“检索”，并深入农产品当地，探寻当地优质好农货，帮助当地农户通过直播推介家乡农产品，破解广大农民群众忧心的农产品“卖难”问题。

（作者单位：快乐购有限责任公司）

编辑/刘凌

汝城县人民政府县长 黄志文

我为汝城的农产品代言，就是要让汝城的特色农产品走出去，让当地农民朋友的劳动成果变为现金收入。

永顺县人民政府副县长 向海军

我们湘西的农产品，和“芒果扶贫云超市”的直播带货结合起来，就把平台打活了，把老百姓的诉求满足了，这是一个扶贫的好路子，好方法。

拥有近200万微博粉丝的“网红书记”、汝城县农业农村局党组书记 唐爱华

电商销售农副产品是一个趋势，我还要学习更多新鲜的方式，加入更多的平台，积累粉丝，向粉丝们推荐汝城的特色农货。

宜章县扶贫带头人 黄萍

现在“芒果扶贫云超市”来了，我希望黄金蛋能走出宜章，走向全国，让全国各地朋友都能吃到东源村优质农产品，带动贫困户就业。

江永县返乡青年、新农人 蒋秀旺

没想到自己有一天也成为了带乡音的网红，每场直播有一万多粉丝观看，每场的（沃柑）下单量有一千多斤。

古丈县新农人 胡金秀

“芒果扶贫云超市”平台不收取任何的平台费用和销售抽成，农户卖多少就得多少，而且还有工作人员提供培训指导，对于我这样完全没有接触过线上直播带货的农人来说，也非常便利。



江永县返乡青年蒋秀旺（左）通过“芒果扶贫云超市”销售本地沃柑



新农人胡金秀采摘古丈毛尖明前头茶



报道组成员潘桢、申晨、冉自春、危大庆返回长沙
4月2日，湖南广播电视台广播传媒中心黄冈

欢迎抗疫新闻“战士”回家

自新冠疫情发生以来

他们奔赴荆楚大地，深入抗疫最前沿

他们与时间赛跑，与疫情赛跑

第一时间把信息传递出去

他们是湖南广电的一群抗疫新闻“战士”

他们是这场“战争”中的最美“逆行者”

致敬每一位抗疫“战士”！



2月20日，湖南广播电视台黄冈报道组成员吴玉、李银、郭振华回家



左图：4月5日，湖南广播电视台黄冈报道组成员白云龙、杨帆、胡亚曦回家
右图：杨帆和5岁的儿子久别重逢，横幅上写着“爸爸最棒！欢迎回家！”



左图：4月22日，湖南广播电视台武汉报道组成员邹宇航、牟禹、潘然、何冰回家
右图：邹宇航与未婚妻幸福相拥

家国情怀的激情张扬

“抗疫群英谱·最美属于你”故事分享会启示

蒋子云

总有一种召唤一往无前，总有一种身姿逆行无畏，总有一种目光点亮星辰，总有一种颜色绚烂春天。去时，白衣执甲；归来，花红满天……4月16日，在“抗疫群英谱·最美属于你”故事分享会上，来自湘雅医院、湖南省人民医院和湖南省中医药研究院附属医院9位参加湖南援鄂医疗队的一线医护人员，饱含深情地讲述了他们在湖北英勇战疫的经历，生动诠释了“敬佑生命、救死扶伤、甘于奉献、大爱无疆”的职业精神。国家广电总局4月21日第116期《监管时报》专题点评这场抗“疫”故事分享直播活动“用真实的力量，讲好中国战疫故事。”4月24日，国家广电总局每周例会再次予以高度肯定。

一、责任担当，精致雅集升级成精彩节目

这次分享会源于经视频道总编室和新闻支部策划的“有园雅集”武汉抗“疫”专题报告会。频道党委敏锐地意识到，这样的选题非常符合当下氛围和主流价值的传播，可以将这样的分享会制作成一个融合传播的产品，通过电视+网络+现场分享的方式，将“有园雅集”活动升级打造成一次“向英雄致敬”的媒体行动。为此，频道党委立即组织各支部分工协作，按大型宣传直播活动的要求，在主题策划、嘉宾遴选、流程设计、技术支持、现场执行、后勤保障等各环节进行明确分工、责任到人。考虑到该活动重大的政治意义和传播价值，湖南经视频道党委向集团（台）和省直机

关工委进行了汇报。省委常委、省委秘书长、省直机关工委书记张建辉对活动予以高度关切并批示由省直机关工委作为主办单位。集团（总台）领导也高度重视，指示湖南广电一并成为主办单位，并要求按电视、网络播出要求重点打造。至此，一个由基层支部策划的“有园雅集”因内容的独特性和高关注度，升级为精彩的融媒体内容产品。这背后是媒体党组织的政治敏锐，是主流媒体的责任担当，是党建与宣传创新的积极探索。

二、以情动人，感人故事激荡家国情怀

“……儿领命，无一日不着白衣，无一日不在前线，施针药，救死伤……惟望不负二老所嘱，医院所托，国家所命……儿领命，赴国难，纵死国，亦无憾……”当卫视频道声丁文山感人至深地朗诵这封家书时，现场和网络的观众热泪盈眶。这封家书出自湘雅医院第三批援鄂医疗队领队、湘雅重症医学科主治医生赵春光，其牵念父母之深情、蹈火报国之志跃然纸上，生死不念的英雄气概荡气回肠。在现场，他分享了这封家书的背景、赴武汉的心路历程以及他们“拼了两个月，唤醒一座城”的感人故事。

感人心者，莫先乎情。一场生死大考，每一位逆行者都有故事，都有经历，甚至是面临生死离别的经历。为了让分享会更有动情点、更具感染力，导演组在全省援鄂的医护人员中，不仅筛选各具特色的典型人物，弘扬他们英勇抗疫的典

型事迹；同时特别着重发掘他们作为常人的情怀和心路历程，展示他们独具个性的故事内核，引发全龄段观众的情感共鸣。《一个人的逆行》：中南大学湘雅医院感染控制中心教授吴安华，是湖南首位支援湖北的医务工作者，他不顾年近花甲，独自前往武汉奋战70多天，有时一天培训7场，连续18个小时；《医者为大 为国为民》：省人民医院党委委员朱华波教授，他带领医疗队进驻大别山区域医疗中心，作为第一梯队集中收治新冠肺炎患者，并率先在医院建立起远程诊疗系统，进行“生死营救”；《战地玫瑰分外香》：中南大学湘雅二医院邓露，她和团队用心用情救死扶伤，创造了重症感染者“零死亡”、出院患者“零回头”、医务人员“零感染”；中南大学湘雅二医院援武汉抗疫国家医疗队前方指挥长、中南大学湘雅二医院国家紧急医学救援队领队、中南大学湘雅二医院副院长徐军美，2月4日率队到达武汉市洪山体育馆。他和团队迅速制定方案，仅用33个小时就将体育馆迅速改建成符合国家收治标准的传染病收治医院，其救治方案被武汉确定为所有方舱医院的模板。他以《方舱故事》为主题讲述了这段不同寻常的经历……

没有奢华的舞美，没有炫目的灯光，没有豪迈的口号，九位嘉宾深情的讲述、朴实的语言背后，袒露的是一种赴命担当的家国情怀，是一种义无反顾的英雄气概，是一种敬畏生命的医德情愫，是一种无私忘我的真诚奉献，是一种勇于探索的创新精神，是一种积极主动的乐观态度。白衣倾尽光与暖，风雨同舟渡难关。一则主题短片《最美英雄》展示了中国抗“疫”大背景下医疗湘军的湖南力量、湖南精神以及湖湘儿女的英雄情怀。《归来如往，花红满天》，湖南经视4位主持人在现场集体朗诵的诗歌，则表达了全省人民对白衣战士的无限敬意。

三、融合传播，多屏互动引爆社会反响

为尽可能让更多观众（用户）观看故事分享，活动策划之始，湖南经视就采取电视+网络+现场三结合并重点在网络推送的多维传播方式。在网络移动端，湖南经视、芒果V直播联动人民视频客户端、政协云、力量湖南、芒果TV、芒果云、触电新闻、芒果V直播平台、湖南经视微博、湖南经视快手号、湖南经视抖音号、湖南经视企鹅号、芒果V直播头条号等32家国内互联网平台同步直播，全网实时总观看量1500多万，网络反响异常强烈。芒果TV还开通了海外英语频道进行全球直播。湖南经视抖音、快手官方账号同步发布2条原创视频，湖南经视微信公众号集中宣推72小时。同时，省直机关工委组织省直各单位党员干部近2万人实时在线收看。

在电视大屏端，湖南经视采取新闻宣传、专题访谈、形象展示、主题宣推的方式，整合大屏宣传资源，集中推出：对嘉宾归来进行动态宣传并宣推抗疫典型故事；结合中小学开学和复工复产的特殊时间节点，邀请与会嘉宾作客《健康堂》，重点解读开学和复工复产所要做好的防护；精心提炼9位嘉宾故事内核和精神气质，制作专题海报和形象宣传片；精心制作《归来如往，花红满天》主题宣传短片和湖南抗疫整体宣传短片……此外，在分享会现场，主体观众为志愿者方阵，这样匠心安排既是一次对志愿服务的展示，又借此为全省的“微光大义 致敬白衣天使”的志愿服务进一步造势，更是借此在全社会形成致敬英雄、讴歌奉献的舆论氛围和价值引领。

（作者系湖南经视纪委书记）

编辑 / 慧琳



上图：金鹰纪实频道总监章红伟（右一）在现场指导拍摄
下图：摄制组跟拍蓝天救援队在小區的消杀工作

“在线”抗疫 青春无悔

——记系列纪录片《在线2：我们在战“疫”》

黄彩良 周伟

“纪录片不仅需要记录历史，更应该深刻地参与到当代史的进程当中。”

2020年初，新冠肺炎疫情突发，扰乱了所有人的节奏，一场没有硝烟的战斗全面打响，全民抗疫，史无前例。作为党的媒体，湖南卫视与金鹰纪实频道在防疫抗疫“大考”工作中，不约而同选择了纪录片作为宣传手段，彰显主流媒体的社会责任与使命担当。

一、紧急组织策划，调整选题方向

疫情就是命令，防控就是责任。大年初三，湖南卫视与金鹰纪实频道第一时间紧急沟通，重新策划原计划在3月推出的湖南卫视《我的纪录片》栏目《在线2》主题，立足于防疫宣传，以平民视角深入基层，着重讲述医生、口罩厂厂长、外卖送餐员等一批80、90后年轻人在抗疫中不懈努力、无私奉献的故事，反映他

们永不言败的精神。同时，编排上也从8期拓展为10期。

《在线》是2019年推出的系列纪录片，多次荣获国家广播电视总局“优秀纪录片”“十佳纪录片”等重要奖项。节目主要讲述一群年轻人始终保持“在线”的工作节奏和生活热情，无论境遇如何，他们总能用积极的态度影响周围、影响社会，展示出不懈奋斗的青春和不一样的人生。这与此次抗疫的主题无疑非常契合。在平常的工作中，这些平凡的年轻人始终保持了“在线”的良好状态；在疫情肆虐的环境下，他们的表现又将如何？记录他们的一言一行，具有时代意义和历史价值。

为此，金鹰纪实频道立即组建了十个摄制组，成员也都是80、90后的年轻人，在确保人员健康安全的前提下，《在线2：我们在战“疫”》摄制组就这样快速启动——“逆行者”记录“逆行者”，微光聚集微光，希望助力希望！

二、微光凝聚战力，逆行心声感人

疫情还在继续，时间格外宝贵。在短短一个月的时间内，摄制组克服了消杀难度大、吃住行不好解决、心理负担较重等困难，深入街道、社区、乡村、工厂、医院、火车站等地，真实记录了疫情前后普通工作者的温暖故事：因为疫情降临、期待实现新年愿望的代驾女司机；记录摁下暂停键的城市航拍摄影师；整个春节持续运转提高产能的90后口罩厂女厂长；参与志愿防疫工作的蓝天救援队；解决社区生活必需品的配送小夫妻；一心想到武汉成为一线志愿者的外卖小哥；坚守乡村防疫第一线的巡逻队长；首创云录制、逆势破局的影视工作者；把课堂

变成直播、创新求变的师生故事；从湖北凯旋而归的医生护士。

十组最美“逆行者”的在线故事，成就了“芒果派”纪录片在这个春天里最美的音符。与采访对象有着类似经历的，还有摄制组的编导与摄像，他们记录“逆行者”，他们也是“逆行者”。这些80后、90后的年轻人，不畏艰险、冲锋在前，展现了新时代中国青年的精神风貌，彰显了青春向上的蓬勃力量。

来听一听“逆行者”者们感人肺腑的心声吧！

编导沈彦廷：2月19日到达长沙芙蓉口罩厂时，90后女厂长伍海湾正趴在办公桌上小憩，吃饭的半个小时，是她唯一的休息时间。采访中她说：“加班的时间越多，能帮助的人就越多，我们不能停！”我也是90后，很佩服伍厂长，她在困境中的抉择和坚守，代表着中国年轻一代的担当和素养。所以这段特殊时间的拍摄中，内心充满着一种记录好这个故事的冲动和力量，感谢这些平凡人为我们“罩”亮着这段暂时黑暗的岁月。

编导胡斯慧：春节后第六天，我采访了摄影师易垚的故事，我们一起走遍“空城”长沙，黄兴路只剩下黄兴铜像，中午找不到饭店吃饭，连粉店和肯德基都关门了……方便快捷的城市被硬生生地停下来，我们习以为常的生活也暂停了。拍摄期间，易垚的老婆马上要生孩子了，他的心里充满了愧疚，但他和小伙伴克服困难，剪辑了一条宣传片《等你，长沙！回到正常倍速》，提振了广大民众的抗疫信心。

摄像蒋孝义：我拍摄的对象王硕是90后，来自新疆的外卖员。医学院毕业的他，热心公益事业，疫情发生后，他一直想去武

汉做一名志愿者。2月18日，他坐火车到达武汉，成为了一名核酸采样志愿者。当晚我们送他去长沙火车站时，他笑着说：“我是认真的，为申请志愿者已经做了20多天的准备。”他的爽朗与淳朴让我们泪目，那一刻，我想跟这位“蓝衣骑士”说一声：哥们儿，我敬你是条汉子，等你凯旋归来！

摄像俞果：2月21日接到通知，第二天就去了岳阳。在拍摄中最让我感动的是拍摄对象向书记的母亲，儿子在疫情防控工作中劳累过度病倒住院，在救护车后面目送着儿子转院湘雅重症监护室。对于摄像来说这种场面其实见得不少，但是老奶奶的一句“我的大宝宝，你要早一点好”，让我瞬间感动得不行，泪流满面。

三、传播效果优良，社会效益显著

《在线2：我们在战“疫”》包括《期许》《暂停》《迎战》《交锋》《摆渡》《逆行》《守护》《创新》《改变》《重启》十期节目，从3月2日开始，每周一、二23:50在湖南卫视温暖上屏，金鹰纪实频道、芒果TV同步上线。

在索福瑞59城收视排名中，该系列共取得6个第一、3个第二、1个第三的好成绩，其中有3期节目获得全国网、城域网、59城网三网第一，1期节目获得双网第一、全国网第二。30岁以下年轻观众的收视份额，在全国省级卫视同时段排名第一。截至目前，该系列在芒果TV播放量达1123万，人民网、中国网、央视网、网易、新浪、搜狐、优酷、今日头条、三湘都市报、潇湘晨报、封面新闻等网络媒体重点推荐，各大微博大号及首页曝光，全网话题累计阅读量超过4200万。

3月12日，湖南省广播电视局《媒体监管简报》第15期刊发短评《青春微力量致敬逆行者》点赞该系列纪录片。3月24日，国家广播电视总局《监管日报》第79期刊发专题评论文章给予肯定，认为该片“以平民视角聚焦疫情防控期间，代驾司机、摄影师、救援队员、口罩厂老板、普通志愿者和外卖小哥、配送员等不同职业的80、90后年轻人，讲述他们在新冠肺炎疫情防控过程中，不惧逆行，无私奉献的故事，凸显了新时代青年的勇气和担当。”

为表达全国各族人民对抗击新冠肺炎疫情斗争牺牲烈士和逝世同胞的深切哀悼，国务院决定4月4日举行全国哀悼活动，《在线2：我们在战“疫”》系列纪录片被湖南广播电视台选为当日的联播节目，在湖南卫视、湖南经视、湖南都市、金鹰纪实、湖南有线等频道及芒果TV的黄金时段循环播放，成为当日重点宣传节目之一。除了取得33城网同时段收视排名第三的良好成绩外，芒果TV还为该节目开辟了特别专栏，在首页进行宣传。节目点燃了网友们强烈的爱国热情和对抗疫英雄们的崇敬之情，弹幕和评论中全都是“看哭了”“致敬英雄”“期待春来”“武汉加油”“中国加油”这样简洁却发自内心的声音。

从大屏到小屏，从线上到线下，《在线2：我们在战“疫”》用平实的视角与平和的语境，讲述了身边普通人面对疫情的真实故事，让人感同身受又不失力量，弘扬了社会正气，践行了责任与担当，对于疫情防控的宣传起到了积极作用，取得了优良的传播效果与显著的社会效益。

（作者单位：金鹰纪实频道）

编辑/杨佩兴

《青春战“疫”》： 谱写抗疫一线的青春赞歌

谢鸿鹤 尹颂军

4月8日，武汉解封。4月9日，在刚刚解除离汉离鄂通道管控的武汉上空，由长沙人民广播电台城市之声创作出品的系列新闻广播剧《青春战“疫”》的首发电波，抚慰了无数刚从家门口走出的市民。这一天，《青春战“疫”》在湖北人民广播电台湖北之声和学习强国平台同时上线。这既是对湖北和武汉的一次特殊“声援”，更是长沙广电为营造“强信心、暖人心、聚民心”舆论氛围唱响的最强战“疫”好声音。随后中央人民广播电台中国之声（央广一套）《记录中国》栏目、黑龙江人民广播电台、贵州人民广播电台、四川人民广播电台、湖南人民广播电台、长沙人民广播电台和喜马拉雅、蜻蜓FM，以及省内其他广播频率、新湖南、智慧长沙APP等展开高频次的密集刊播。

《青春战“疫”》凭藉真实可信、有血有肉的人物故事和贴合时代、深接地气的风格以及独特的视角与创新手法、精良的制作，迅速打动了广大受众尤其是年轻听者的心灵。他们纷纷留言表示：“同江同湖，湖南湖北！”“作为一名90后（00后），我为逆行抗疫的同龄人骄傲！”“明年春暖花开时，一定要去这座英雄城市看看，武汉加油！”……该剧成功火爆的缘由，主要体现在以下几点：

一、策划给力，体裁新颖

3月上旬，当人们才从肆虐多时的疫情中惊魂初定，长沙广电一批从事新闻采编和广播剧创作的精干队伍就早早汇聚在一起，探讨该用何种

形式去记录此次抗疫人民战争中无数逆行而上、可歌可泣的感人故事，致敬全国人民迸发的勇气、奉献和牺牲精神，进而凸显我们的政治优势与制度自信。经过热烈而审慎地策划论证，大家决意依托此前积累的大量新闻报道素材，借助新闻广播剧这一近年来在国内广播界风行的创新体裁，通过强烈的新闻性内容与丰富的艺术性表达手法混搭运用，藉此使题材得以拓展，叙事视角和场景方便转变，叙事技巧更加多元，传播效果更上层楼，从而达成前述目标。

为此，主创班子搜集了不下20万字资料，同时对题材方向所牵涉到的多位人物又做了数十个补充采访，并就一些专业术语和相关情况与主人公和有关单位反复核实，确保全剧的严谨真实；并将重大相关新闻和人物原型的自我发声，镶嵌于剧集的一头一尾，烘托了主题，也大幅提高了人物故事的可信度和新闻广播剧的真实性。

二、风格写实，角度独特

本着大事不虚、小事不拘的艺术创作原则，《青春战“疫”》一剧，并不奢求全景式描绘这场全民战疫，而是独辟蹊径，在宏大叙事的背景下，将笔触视角对准了此次抗疫中勇挑大梁的一群90后、00后杰出代表，如：湘雅医院驰援武汉的恋人医务工作者段凝与刘磊、逆行进入武汉的长沙志愿者郑能量、过劳牺牲在岗位上的衡东基层卫生院医务工作者宋英杰、中建五局康复后即主动捐献血清的曹建、三一重工参与援建武汉火神山、雷神山两大医院的青年党员刘涛，以及

为疫区输送各类捐助物资的无数年轻快递员及海外青年华人华侨……通过恰当的人物故事演绎和大量第一手新闻同期声的拼接组合，剧情凝练集中，生动展现了年轻一代历经战疫磨砺而迅速成长的鲜活形象；真实取材，艺术表达，在浓郁的湖湘色彩下，湘鄂一家亲和海内外中国人众志成城的大爱主题，亦在剧集中不断升华。同时，大量特定场景下的同期声（音效音响），如鞭炮、电视新闻、救护车、飞机航班、手机视（音）频等不断有机切进，以及长沙和武汉方言俚语的穿插，既交代了时间和事件背景，也把战疫的紧迫和生死时速刻画得真实可感，极大地增强了全剧的结构张力和现实主义色彩。

本剧描写的大多是平凡的年轻人或普通人，故而既不刻意拔高，也不避讳他们喜怒哀乐中不成熟的一面，例如在“我家就在岸上住”一集里，通过主人公郑能量的内心独白，就实事求是地表达了作为逆行志愿者的他，亦曾害怕恐惧、彷徨无助；“临时妈妈”面对哭闹不休的三岁娃娃（亲生父母均已隔离）初时的手足无措，更是平添一分喜剧效果；而“情人节玫瑰”一集开始时小伙刘磊沉迷手游、跳脱不稳重的个性亦是令人莞尔……凡此种种，非但无损于他们的形象，还巧妙地把这些年轻人性格的蜕变成长、破茧成蝶，化成了剧集延展跌宕中一条隐伏的红线。正如别林斯基所言，戏剧的实质，就是生活的现象同生活的实质和使命之间的矛盾。

三、守望相助，传递正能量

据不完全统计，2020年初春4.2万多名驰援湖北的医护人员中，有1.2万多名是“90后”，其中相当一部分还是“95后”甚至“00后”。作为自抗击新冠肺炎疫情以来我省广播战线最有分量的创新大制作之一，《青春战“疫”》深切呼应了习总书记对抗疫中广大青年的肯定与点赞：“不

畏艰险、冲锋在前、舍生忘死，彰显了青春的蓬勃力量；新时代的中国青年是好样的，是堪当大任的。”

与此同时，8集系列剧中，通过对牺牲在岗位上的青年医务工作者宋英杰，全身心扑在救死扶伤前线的周志国，以及郑能量、刘建华、刘涛、曹建等人物以点带面的描摹勾勒，几乎完整再现了两湖一家、守望相助的湖湘抗疫全貌；而长沙人“心忧天下 敢为人先”的独特气质，和被“雷锋家乡学雷锋”精神所不断感召、不断涌现的优秀人物及事迹，更是在剧集中得到浓墨重彩的彰显。像“临时妈妈”，通过为3岁小娃寻找看护者的剧情线索，引出了望城区正活跃着35万志愿者的惊人数据；又如“我家就在岸上住”一集，全部剧情遵循三一律原则，从《学习雷锋好榜样》的歌声中切入，如实记录了郑能量在3月5日这个特殊日子里拉车送物资、接送医护人员上下班的义工轨迹，并深刻揭示了他为何义无反顾逆行奔赴武汉的思想脉络根源，经过层层渲染铺垫，当尾声中“一条大河波浪宽”这支充满家国情怀的旋律甫一响起，听者无不动容，无不为我们英雄的城市、英雄的人民而潸然泪下……

若似月轮终皎洁，不辞冰雪为卿热。基于媒体人的敏锐和使命感而创作的《青春战“疫”》，采用了剧情演绎和大量新闻同期声巧妙融合的新闻广播剧模式，以情动人、以情串戏，并力求将声音臻于完美后，再做出不同的特性，形成声音之间不同的性格。而正是主创者们对声音艺术的这份执着，再现了一个个栩栩如生的人物故事，铸就了该剧真善美的基调，以及广大受众肯定的较高艺术水准。

（作者单位：长沙市广播电视台）

编辑/刘凌

湖南广电后勤保障中心全力当好“疫”线粮草官

疫情防控机制启动以来，湖南广电后勤保障中心引领防控工作有序开展。一方面，确保中央、省委和集团各部门最新疫情政策信息及时传达，做到上情下达、政令畅通；每天收集整理中心防疫工作情况上报集团办公室；建立健全集团公司防疫工作联络群，集团下属30余个二级单位可在群内随时沟通防疫信息。另一方面，精心制作600张宣传海报和36条横幅标语，张贴于中心各管理区域；撰写疫情防控文字材料50余篇报送相关部门和平台；深入发掘疫情防控中的先进典型和感人事迹，报送至台办公室、广电党建、新湖南、湘直文明、今日头条等平台，营造和谐向上的舆论氛围。

行动快，坚决当好“疫”线粮草官

围绕集团各媒体单位防疫需求，且中心窗口部门及保洁、保安等一线岗位对防疫物资需求较大，支部书记张茜对物资采买、出入库、使用等进行安排调度；支部采购人员每天接打上百个电话，一直奔波在各大药店、厂家和单位仓库之间，全力保障供应渠道。同时，对每批防疫物资进行登记造册，严格规范物资出入流程。通过一系列组合拳，在满足中心自身需求的基础上，更充分保障了集团各部门、二级单位防疫物资的稳定供应。截至目前，为湖南卫视、芒果TV、新闻中心、电广传媒、潇影集团等单位和集团内各部门发放各类口罩16万多个、防护服151套、护目镜200副、酒精600余升、消毒液1500余升、消毒凝胶400多瓶，发放额温枪、医用手套等防护物资若干。

人心齐，画好战“疫”最大同心圆

在这场不见硝烟的战斗中，没有旁观者、局外人。在中心主任罗泽军、支部书记张茜的带领下，全体党员精诚协作、共克时艰。随着复工复产工作深入开展，向省商务厅和发改委去函请求防疫物资购买额度，配合省驻集团防疫工作联络组开展走访调研、协调口罩购买和中药发放等工作，先后走访30多个二级单位，为二级单位协调购买口罩18万余个；将省里发放给集团公司的近两万份中药及时配发到各部门、单位。

效果显，情真意暖芒果大家庭

疫情无情人有情。按台党委、中心班子统一部署，想方设法采购口罩、消毒液、防护服等防疫物资支援媒体一线，优先满足一线采编人员需求；采购一万多份预防性中药颗粒，发放至集团各部门和二级单位。同时，推送《在抗击疫情中践行初心使命》《用党员的使命担当构筑疫情防控坚固防线》等文章，在系统内外媒体平台发布，展示了中心员工抗“疫”优良风貌。“因为有了你们，芒果大家庭才如此温暖。”一封来自媒体单位的感谢信形象表达了大家对后勤保障中心工作的高度认可。

随着疫情防控形势持续向好，全台生产生活秩序加快恢复，服务保障工作迎来了疫情防控与复工复产统筹抓、两手抓、两促进的新阶段，任务更为艰巨、使命更为繁重。后勤保障中心将更扎实、更细致、更到位地做好各项工作，“不获全胜绝不轻言成功”。

（本文由湖南广播电视台后勤保障中心供稿）

在抗击疫情报道中践行“四力”

孙健

2020年的春节，“抗击疫情”成为新闻宣传的第一主题。疫情是命令，更是冲锋的号角；宣传是责任，更是战斗的力量。突如其来的疫情防控阻击战是一场医疗战，也是一场舆论战。在疫情与生命之间，拼命和时间赛跑的除了医务工作者，还有新闻工作者。他们用竭力奔跑的脚步、奋笔书写的文字、手中的话筒、肩上的机器，在抗击疫情报道中践行“四力”，体现了主流媒体的责任与担当。

一、践行脚力——迈出门槛、走进心坎，走正走实走久

谁都知道，离病毒近一点，危险就多一分，但在抗击新冠肺炎的战役中，多家主流媒体逆行武汉，深入“风暴中心”，每天发出亲眼所见、亲耳所闻的新闻报道。这场疫情的背后，不仅有默默无闻的医务工作者，还有一群用行动在坚守的新闻人，在向我们传递每一个值得被记住的时刻。在报道中我们看到了医护人员脸上戴口罩和护目镜压出来的印子，为了方便穿防护服姑娘们互相剪去的长发，坐着轮椅出诊的86岁老专家，深夜集结支援前线的军医队伍等等太多打动人心、稳定人心的现场画面。新华社摄影记者熊琦说，“一座千万级的城市因为疫情而封闭，作为一个记者，如果不在现场，无论如何都会遗憾终生。”这种精神真正彰显了主流媒体的担当与作为。

同时，新闻人不仅要在实战中俯下身、沉下心、察实情，亲身走进基层、走进一线，练就线下实地采访的基本功；也要做好线上调查研究，掌握新媒体传播规律，践行数字时代无形的

“脚力”。人民网人民视频在除夕下午推出视频直播栏目《武汉时间》，近百家媒体、平台、政务机构、拍客联动，关注各地疫情发展，传播权威资讯，科普防控知识，又在1月28日更名为《人民战“疫”》，仅当日推出的第六期节目，就有95家平台同步直播，4500万人观看。新技术为新闻赋能，新闻人不仅要学会探索和研判，更要参与其中、亲身实战。反映基层实践、传递百姓心声、符合受众需求的作品才拥有强大生命力，才能走得正、走得实、走得久。

二、践行眼力——独具慧眼、胸怀大局，看清看透看远

发现新闻的前提是要拥有“敏锐的慧眼”。眼力是脚力的引导，当脚在“走别人未走之路”时，眼要提前“抵达”：既要关注出现在经验范围和熟悉媒体中的群体，也要捕捉那些特殊时刻、特殊地点可能会被忽视的人，要增强敏锐性，善于发现好素材、好新闻。

今年的大年初一，湖南广电就启动了宣传一级响应，除《湖南新闻联播》外，晚间黄金档加开《抗击疫情特别时间》，同时推出防控疫情特别报道《众志成城抗大疫》在中午和傍晚滚动播出，聚焦医护人员和人民群众进行报道，短篇幅、快节奏刷新信息，回应社会关切。各地州市主流媒体主动取消休假，全力以赴投入到宣传战役中，仅永州广播电视台就连续推出《江华：防疫一线“最美夫妻档”》《东安：抗击疫情“红色娘子军”》《江永脱贫户捐千斤水果》《中心医院的“老黄牛”》等系列优秀新闻作品，全面宣传防疫阻击战中

的经验典型，为战“疫”凝聚强大精神动力。

新媒体时代，人人都是报道者、传播者，主流媒体不再是唯一的，一些虚假新闻相继出现和传播。在春节的重大疫情面前，谣言也借机横行：《喝高度酒能杀灭冠状病毒？》《吸烟能阻挡肺炎病毒？假的！》《“钟南山院士建议盐水漱口防病毒”是谣言，别传了！》……仅1月下旬，人民网《求真》栏目就发布20多篇辟谣新闻，第一时间进行谣言阻击。因此要在新闻实战中践行“眼力”，传播科学，让真相跑赢谣言，要通过表面的信息看到背后所隐藏的伪命题，去伪存真，才能看得清、看得透、看得远。

三、践行脑力——保持定力、多思多想，想全想细想深

脑力包括定力和创新，找寻新角度、新亮点，需要勤动脑，在脚力奔走和眼力探索下，接收新信息，激活新思维。

保持定力，要具备准确的判断力，在大灾大难面前，在大是大非面前，保持清醒的头脑，不随波逐流、人云亦云。面对疫情初期的部分地区惶恐和排斥情绪，湖南卫视率先提出“同江同湖同舟共济”为武汉加油的主题宣传；《新闻大求真》栏目及时以科学解读消除大众恐慌，阻断谣言传播；红网的《辟谣侠盟》成为网友寻求真相的首选平台。为激励全省人民抗击疫情的必胜信心，湖南多家主流媒体开设了《让党旗在疫情防控斗争第一线高高飘扬》专栏，报道了各级党组织和党员干部发挥战斗堡垒和先锋模范作用，团结一心、攻坚克难，坚决打赢疫情防控阻击战的状态和决心。

当今知识更新的频率越来越高，5G时代已经到来，大数据、云计算、算法推荐等技术已经十分成熟，人工智能赋能的自动化新闻生

产模式已初现端倪，机器写稿、语音转换、虚拟主持等运用越来越广泛。新闻人要适应借力人工智能的工作新业态，完善以新闻学为基础的多学科、跨学科知识结构，在践行自身“脑力”的同时借助新技术的“云脑”，有效提升信息传播水平和舆论引导能力，真正想得全、想得细、想得深。

四、践行笔力——修炼内功、创新表达，写好说好传好

今天，笔力不仅仅局限于“笔头”，也包含了“口头、镜头、指头”等各类新媒体表达方式。新闻人要不断学会综合运用“新十八般兵器”，以更为精彩的“笔力”创新表达，推出更多富有魅力的作品。抗击新冠肺炎的武汉现场，火神山和雷神山两所医院的建设成为公众焦点，央视新闻新媒体、人民日报人民直播联合《长江日报》、人民网人民视频推出24小时不间断直播，共计6000多万网友“云监工”，感佩一线建筑工人，感叹“中国速度”，正能量充满传播平台。人民日报推出的H5《抗击疫情，我们在一起》《防控疫情，从我做起》，点击图片即可参与，发出承诺、发起倡议：“打喷嚏 捂口鼻”“勤消毒 多开窗”“拒绝扎堆 谢绝串门”“不吃野味 拒绝交易”……这些易于传播、方便转发的作品，吸引了众多网友参与并纷纷留言点赞。

在抗击疫情的报道中践行“四力”是层层递进的实践逻辑，是辩证统一的有机整体。在新闻实战中只有践行脚力、眼力、脑力、笔力，才能聚焦热点、回应要点，让新闻报道给公众以力量与希望。

（作者单位：永州市广播电视台）

编辑/刘凌

芒果TV、中广天择推进影视剧复工复产

芒果TV：深耕细作，打造芒果厂牌定制/自制剧

突如其来的疫情，令影视行业跌入冰谷。芒果TV多部定制剧拍摄制作也大受影响。为此，芒果TV通过资金补贴、分账越级奖励等多种措施，增强合作方信心，坚持精品创作，稳定输出优质内容。2020年第1、2季度，芒果TV自制剧开机量不降反增，预计全年将输出30多部剧集。目前，《从结婚开始恋爱》杀青，《她和他的恋爱剧本》《离人心上》《你好，对方辩友2》《原来是你》等十多部自制剧复工拍摄，《我快被我妈坑死了》《起跑线》《好女好男》《在黑暗中》等自制剧也在积极筹备。

由芒果TV出品、好酷影视承制的都市甜宠剧《她和他的恋爱剧本》已于4月18日开机拍摄，预计于今年第四季度独家登陆芒果TV。由芒果TV出品、胖胖熊承制的古装爱情轻奇幻剧《离人心上》正在紧张拍摄，有望在今年暑期档与观众见面。由芒果TV出品、天娱传媒承制的都市爱情剧《从结婚开始恋爱》于5月2日杀青，已进入后期制作，预计年内上线。

芒果TV在耕耘重点IP的“剧二代”同时，也对新题材、新方向展开探索。由芒果TV出品、颖立传媒承制的《你好，对方辩友2》正式开拍，成为厦门首个开机复工拍摄的剧集。由芒果TV出品、华鉴影业制作的青春校园剧《原来是你》于4月29日在唐山开机。此外，芒果TV出品的都市生活话题剧《起跑线》、探讨原生家庭母女关系的《我快被我妈坑死了》、聚焦两性婚姻家庭关系的《好女好男》、悬疑探案剧《在黑暗中》等头部剧集，都将在今年陆续开拍。

中广天择：坚持创新，打造精品内容

2020年4月21日，中广天择与拥有全球领先互动技术的KINO Industry（进昂科技）宣布共同推出互动剧产品《夜城》（暂定名）。该剧为奇幻、悬疑、爱情题材，讲述女主到异世界拯救前男友的故事。这也是KINO(进昂科技)在全球范围内参与合作的首部互动剧作品。中广天择影视剧中心投资开发总监、《夜城》制片人周树臣表示：互动剧《夜城》作为中广天择自主开发的第一个剧集项目，是5G时代的顺势而为，其故事本身兼具悬疑、冒险、爱情等最适合与观众互动的剧情元素，结合业内最先进的多媒体互动技术，也十分符合剧集产品“消费升级”的内核：故事升级、叙事升级、制作升级。

2020年5月1日，由中广天择影业中心等联合出品的网络影片《倩女幽魂：人间情》独家登陆腾讯视频。该剧由87版《倩女幽魂》正版授权改编，保留原版爱情故事内核，对画面呈现和制作大胆升级，融入现代感元素。为此，剧组联合院线电影制作团队共同打造了一个8000平方米的摄影棚，1423个特效镜头，370天的后期制作，堪比院线电影的顶级配置。该片投资额超过4000万，如此大规模在网络电影中极其少见。超强IP+超强班底+超4000万投资，影片从立项之初便备受瞩目。

（本文由芒果TV影视中心罗小丽、长沙市广播电视台杨飞的来稿综写而成）

编辑/杨佩兴



《歌手》八年 我们正当打

李伦 陈硕夫

4月24日晚,《歌手·当打之年》歌王之战在长沙、台北、东京三地同步开启了巅峰直播,251名在场大众评审和249名在线大众评审联动投票。经过两轮激烈比拼,歌王桂冠花落华晨宇,本季节目圆满收官。《歌手》的这8年,是不断创新的8年,是在各种质疑中不断成长、不断蜕变、不断前进的8年。特别是今年的《歌手》,直面新冠肺炎疫情的“大考”,诠释了何为当打之年的青春无畏。

奇袭!年轻就要当打则打

“知足了,没有高朋满座,但至少没有错过。”总决赛结尾的短片,一句小诗写出完成这季《歌手》后的“知足”。

这一季《歌手》,节目团队把舞台交给了一群当打之年的年轻人,通过对主题的巧妙限定,将创作方向从对前代的“致敬”转化为对

新生的“探索”,让新生代歌手展现他们的风采。尤其是创新打造“奇袭”模式,让更多年轻的人,去挑战年轻的人。

这一招果然行之有效。梁田的倒计时、过分恐怖的音效,都在不断为节目制造悬念。

“谁来PK掉谁”背后的逻辑,就是强冲突、强话题性。前10期节目里,每一期都围绕着谁会被奇袭展开,突围赛改为大乱斗,人人都是奇袭歌手,总决赛更是将奇袭贯穿始终,连出场方式都用上了“奇袭”。

最高水准“云录制”“云直播”

无愧顶尖综艺

疫情发生后,《歌手·当打之年》是第一个宣布取消观众录制的节目。艺人分隔在居住地,从第3期开始,节目转为“云录制”,实现了大型季播综艺节目首次多地同步录制,为

综艺市场树立了特殊时期的创作标杆。

总决赛进行“云直播”，又一次重大技术突破。节目团队联合技术团队，克服异地信号传输、尤其是跨境信号传播的种种困难，不降配置、不降品质，向观众献上了极致的视听盛宴。

携手抗疫 彰显人文关怀

在内容编排上，《歌手·当打之年》处处体现出“携手共进、共同抗疫”的情怀和担当。米希亚的《一起加油》感动了很多观众，展现了构建人类命运共同体的强大正能量。华晨宇写给家乡患者的《你要相信这不是最后一天》，用独特的视角关心我们心中最惦记的人。卧室歌手周深不仅向全民示范居家隔离的正确打开方式，还点出了“云录制”的题中之义，就是“四海一家、全民抗疫”。

歌王之战时惊喜亮相的251位大众听审，经过核酸检测的出场，让人触动。在疫情特殊时期，各种细节决定了节目的成败。

更具功能主义的后期审美

还记得上一季的CD级包装和小清新文案吗？这一季都没有了。取而代之的是巨大的字幕、充满悬念的音效、花式的剪辑。最简约的视觉暴力处理，最高效地传达着所有信息。

如果说真人秀部分是豪放派，那么音乐表演部分则是婉约派。每一位歌手的表演片段，镜头几乎都被精细剪辑。今年继续运用了不少后期特效，细节之处处理尤为到位。如果说上一季节目的后期是将理想进行到底，今年的后期则走向更加务实的功能主义：抓住关键，细节见成效。

节目组在直播片尾短片中写下如下寄语：

足够了
高朋没有满座
但至少没有错过

曾经以沸腾为傲的现场
在“高温勿扰”中度过了64天
再没有比这更漫长的等待了

和你其实很近，只是没有近在咫尺
狂欢其实还在，只是无法欢聚此时

不能冲锋陷阵的日子里
说的话，唱的歌
拨动的琴弦，舞动的鼓槌
都进化成和猛兽暗自决斗的武器

不止我们
每个人都抛开了原本的新年梦想

用汗水与世界对话的勇士们
在各自位置上力挽狂澜，修补遗憾
一起许下相同的朴实心愿
拜托春天快一点，再快一点来

城市发行着限量版的人生专辑
播放着凡人的不凡时刻
在收听故事的时间里
春天已经被悄悄提前

其实十天后，夏天就到了
19次的警报灯光到此为止

愿被生活“奇袭”过的人们
从今往后的每段日子，都活在“当打之年”
奇袭，造就“奇迹”

又是一年《歌手》落幕，而属于《歌手》的当打之年才刚刚开始！

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/慧琳

《一键倾心》首播告捷 链接大小屏实现巨赋能

吴嘉玲

由湖南卫视刘建立工作室制作的全国首档原创情感类跨屏社交节目《一键倾心》4月15日22:00登陆湖南卫视，首播表现不俗，拿下全国网、城域、59城三网收视第一，全网“零差评”口碑，打响湖南卫视周三晚间创新带开门红。

大屏链小屏 开启社交节目新风潮

目前，中国手机用户近10亿，用户日均使用时长达6.2小时。小手机记录着用户的大数据，所有的生活轨迹几乎都由手机收录，手机可能是最了解我们的亲密伙伴，也可能是了解一个人最快捷、最精准的工具。

《一键倾心》让嘉宾借助手机展开陌生的相遇（恋），让嘉宾借助手机快速、深度观察对方。在《一键倾心》舞台中央，矗立着一块AI手机“大屏”，男女嘉宾分列屏幕两侧，互不相见。同时，节目组将“手机红娘”——手机扫描软件搬上舞台，在获得嘉宾同意后，定向扫描部分手机数据，并对数据进行分析 and 匹配。配对嘉宾则借助这些数据，实现彼此的快速了解。节目中，观众会全程跟随女嘉宾视角，用“侦探”般的犀利眼光，从语言、行为、习惯等细微处，洞察当下年轻人的价值取向、婚恋交友观等。

从节目播出效果及各方反响来看，《一键倾心》直戳“421”型家庭孩子的痒点、痛点和HIGH点，极受当代年轻人喜爱追捧，是一档原创、充满年轻活力的节目。

真实呈现&多维讨论 形塑当代青年主流交友观

《一键倾心》最引人瞩目的，就是突破嘉宾“自说自话”模式，让“数据”说话，呈现嘉宾最

真实的一面，进而推动交友时真正需要关注、直抵精神和灵魂高度的话题大讨论。在各个场域的热议中，正确的交友观、婚恋观越辩越明，也逐渐根植于大家的意识和思想。

首期节目，一共呈现了3位女嘉宾和9位男嘉宾的手机APP使用数据。他们来自各行各业，个性不尽相同。手机大数据反应出嘉宾们社交软件的使用频率、手机游戏中的表现、在各类休闲娱乐软件上投入的精力等，对嘉宾的性格、爱好和生活方式等进行了多角度的真实反映。

围绕这些信息，“四小花”、嘉宾展开深度互动，还在线上线下，引发了“异地恋”“灵魂伴侣”“时保联”“精神出轨”等当代青年婚恋观的焦点话题大探讨。在一来一往的反复辨析中，节目助力当代青年完成了交友观念的主流化形塑。除此之外，节目中还出现了诸如“爱情是让彼此更自由，而不是束缚”“两个人互相喜欢，成为更好的自己”“有些人用童年治愈一生，有些人用一生来治愈童年”等金句，引发更深层次思考。

《一键倾心》除了获得观众点赞外，新华网、光明网、中国网等主流媒体也点赞节目创新度。

作为一档原创社交类节目，《一键倾心》突破传统节目模式和婚恋话题局限，拥抱时代，拥抱当下，辐射全年龄段，既为进入适婚年龄的90后们提供了一面明亮的镜子，也为国人了解年轻人提供了一副群像图鉴，还让家长们的能通过这个窗口，看到孩子们的真实想法，从而弥合代沟，增进彼此理解。可以说，《一键倾心》的一鸣惊人，是湖南卫视锁定年轻、坚持原创的又一次胜利。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/慧琳

《巧手神探》

湖南卫视原创文化类节目。通过邀请具有精湛手工技艺的“巧手”和由演员、歌手扮演的“神探”共同搭档，以探寻和比拼方式发掘民间手工技艺蕴含的宝藏；并且通过创意的构思和细致的工艺制作出精美的手工艺品，向观众展现民间工艺的源远流长和博大精深，激发观众了解传统工艺的兴趣和热情。



《一键倾心》

湖南卫视以手机为媒介的原创恋爱、交友生活服务节目。通过聚焦当下年轻人的生活方式和交往特点，以单身女性为主视角，在女嘉宾和五位嘉宾互不见面的前提下，通过互相浏览对方手机里的应用软件，由“恋爱智囊团”对彼此的性格、生活习惯等特点进行分析，进而选择心仪的对象，最终男女将共同走进“倾心聊天室”进行深入交流。



《婚前21天》

芒果TV自制中国首档备婚生活记录真人秀。邀请四组处在婚姻不同阶段的夫妻组合，真实记录他们亲自筹备婚礼的全过程，展现他们对完美婚礼的幻想共鸣与筹备婚礼的残酷现实，最终呈现双方牵手迈向新生活的转变和成长过程。节目深入剖析及展示当下社会不同年代的情感价值观，探讨在每一对婚礼背后，被快节奏生活所挤压而失去“仪式感的意义”的生活现状。3月10日起每周二12:00芒果TV上线播出。



《我们的乐队》

节目由谢霆锋、王俊凯、萧敬腾三位合伙人组团上线，分别变身“运营总裁”“市场总裁”“技术总裁”，共同发掘培养中国乐队的新生力量。三位合伙人带着自己的乐队初心，与来自世界各地、背负着音乐梦想的60余位优秀乐手，进行音乐上的碰撞。乐手们在三位合伙人的助力下，在比赛中不断重组、拆分、捆绑，最终寻找到志同道合的乐队伙伴，组建一支属于自己的乐队。3月14日起每周五12:00芒果TV上线播出。



《朋友请听好》

主持人何炅邀请自己多年主持搭档谢娜及其他几个好友，收集全国情绪、故事各异的信件，制作广播节目，在广播节目中通过call in和信件分享听众的故事。2月19日起每周三12:00在芒果TV首播，2月27日起每周四22:00在湖南卫视播出。



《来自手机的你》

芒果TV全新的情景互动式访谈节目。主持人刘烨携手“叨姐”薇娅，以智能时代的主角“手机”为切口，解锁当下最新潮的生活方式，打开隐藏在手机里最真的我们。4月26日起每周一12:00芒果TV上线播出。

工作室制： 媒体机制改革重大创新 内部活力显著激发

黄田园

广播电视台经营发展正遭遇两大挑战的叠加，一方面，转型滞后使得广播电视台发展空间加速收缩，发展动能加速弱化；另一方面，疫情带来的空前冲击使广电媒体产业经营急剧下滑，传统广电的发展面临空前危机。如何化危为机，需要系统施策，但首要的是围绕激发活力，进行体制机制改革。近年来有些台积极探索推进工作室制，产生了显著成效。加快完善和推广工作室制，可以激发化危为机的动力，促进广播电视的复工复产、创新创优和迭代升级。

广播电视台人事制度的重大创新

工作室制体现了中央关于事业单位人事制度改革的精神。它以扁平化、专业化、垂直化、全流程的机制创新，突破内部组织架构，联结外部市场资源，打破用人机制瓶颈，实现人才上能下、能进能出，显著地激发了人才的活力和潜力。越来越多的台正在积极稳妥地推广工作室制，用改革实践来推动高质量创新性发展。

围绕工作室机制改革，各台纷纷推出专门指导意见与管理办法，通过评审打分等程序择优挂牌涵盖各业务与经营领域的工作室，赋予其独立的选人用人权、自主运营权、资金支配权、资源使用权，优化绩效分配方式、明晰责权利关系，同时在导向管理、安全播出上进行

严格管控，并建立健全相应的服务体系，对工作室实行动态管理与考核。一批有意愿、有能力、有抱负的优秀骨干人才或主动申报成立个人品牌工作室，或牵头核心团队组建部门工作室，创作创业创新热情高涨。工作室已成为广电媒体内部打破现有机构、部门、编制、身份限制，促成人才良性流动，实现内容、产品、运营、技术服务、项目活动等各专业岗位协同合作、创造价值的全新组织单元。

打开激发人才活力的开关

湖南卫视自2018年推行工作室制以来，分两批共授牌12个工作室，通过建立多维度评估体系、完善支撑保障体系、制片人与总导演分设、鼓励年轻制作人等制度措施，打造创作创新发展空间。特别是在激励机制方面，推出年轻人才创新计划和样片生产、试播制度，赋权领衔制作人在台内外招人用人与提拔权，让头部创作者分享高比例创收红利，并打通卫视频道与芒果TV承制播出通道，从情感联结、荣誉感、成就感、归属感以及收益等各方面，极大激发了人才干事创业活力。这些工作室吸引了20多个节目团队中一半以上的导演加入，产出了近八成的自办节目和七成的创新方案，创造了九成多的营收，一批35岁以下的优秀青年人才担纲节目总导演，出品多档爆款节目。

内容创作人才的培育摇篮

2019年，上海台优化调整人力资源结构，把分散在融媒体中心、东方卫视中心、第一财经、版权资产中心等多个部门的纪录片制作人才集中起来，成立纪录片中心并推行工作室制。经过改革，队伍创作活力得到极大释放，纪实频道收视率、收视份额及广告收入均明显增长。SMG整合旗下五岸传播和尚世影业影视板块，成立五大工作室，孵化内容人才生产能力成效初显，影视剧多点开花。

截至2019年年底，湖南台芒果TV已成立16个内容制作工作室团队，形成良性竞争与淘汰机制，释放团队创新活力，为新IP生产提供持续动力；构建起15个影视工作室矩阵，其中除自有工作室外，还通过发布“新芒计划”，与市场上有潜力的新锐影视剧核心团队签约，成立战略工作室进行合作，最大程度调动外部资源，带动自身队伍培养。2020年正月十五期间，湖南台对新闻中心、芒果TV、天娱传媒、芒果娱乐、芒果影视等芒果生态进行全体员工、全面调度，增派多个工作室联合制作推出湖南卫视《元宵一家亲》特别节目。

融合型人才的孵化基地

多家广电媒体调动全方位资源，发挥各工作室协同作战优势，创新制播思路、加强研发应用，打通云视频、5G、AI等融媒体技术与常规演播厅视音频技术系统，在疫情期间通过嘉宾视频连线、vlog拍摄、弹幕互动等多种新形式进行“云录制”，在恢复《歌手》《声临其境》等日常节目制播的同时，开播《天天云时间》《我们宅一起》等系列新节目，率先实现电视节目生产复工。

安徽台把融媒体工作室作为融合发展改革

创新的试验田，在2019年创办了60家融媒体工作室，通过利润分成、评星激励、作品奖励、参评倾斜等多方面进行人才激励，半年时间成果显著，内容运营亮点频现、新媒体矩阵渐成规模、融媒业务实现增量。

河北台将工作室机制改革作为推动媒体融合的重要抓手，经过市场分析、媒体整合、创新创优、风险应对等全面评审，挂牌成立首批11家工作室，其中超过半数为个人品牌冠名，以点带面，发挥优秀人才示范引领作用，为全台深化改革、创新融媒体生产运营注入了活力。天津台融媒体工作室打造了一系列爆款新媒体产品，成功激活传统广电人干事热情，挖掘培育出多个广电系网红工作室。

复合型人才的发展平台

面对内容产品生产与经营双重考验，工作室内部讲求生产经营全流程、一体化的团队协作，要求每个成员既要掌握全媒体制作技能，又要熟悉线上线下运营思维。工作室直面台内考核与市场竞争双重压力，普遍施行体现公平与效率的激励机制，要求团队成员与负责人一样，对工作室产品质量与经营成果高度负责。体制内外、不同身份员工的潜力与积极性被全面调动起来，工作室成为了培养复合型人才的最佳环境。2019年，福建台31个工作室实际运行半年多即创收3430多万元，内容制作与项目活动经营均迈上新台阶。广东台多家个人品牌工作室全媒体运营成果丰硕，在整合市场资源、实现内容产品衍生价值二次开发的同时，带动了全员创新创业热情。

（文章来源：国家广电智库）

编辑/肖清

湖南卫视“全球飙计划”冠军出炉 打开跨国共研体系新格局

陈羽章



西班牙ATRESMEDIA STUDIOS《落地之前》（BEFORE YOU HIT THE FLOOR）脱颖而出，夺得湖南卫视“全球飙计划”云决赛冠军。

湖南卫视首轮“全球飙计划”云决赛圆满落幕，历经6个月，联手戛纳电视节组委会ReedMIDEM的全球创新征集，收获第一批硕果！

特殊时期创新热情不减，凭借湖南卫视强大的国际号召力，首轮“全球飙计划”吸引了23个国家的公司和独立制作人提交60余创意提案。通过海选、十强赛及线上“云决赛”，西班牙Atresmedia Studios《落地之前》（BEFORE YOU HIT THE FLOOR）脱颖而出，夺得桂冠。

“全球飙计划”的成功迈步，开辟了全新的国际创新通道，树立起湖南卫视跨国共

研体系的里程碑。后续，无论是冠军方案还是其他“全球飙计划”的提案，都将作为创意原点进入湖南卫视的跨国共研创新通道，与湖南卫视实力强大的研发、制作团队一起推进方案完善和样片孵化。

戛纳节会首次“云决赛”

“特殊时期，虽然我们去不了全世界，但全世界的创意都可以来中国。”湖南卫视创新研发中心主任罗昕有感而发。疫情之下，戛纳电视节组委会与湖南卫视迅速应变，解决技术难题，将“全球飙计划”决赛放在网络上进行。

来自加拿大、西班牙、奥地利、荷兰以及英国的五强方案主创，提前录制好宣讲视频，上传到MIP官网“云参赛”。通过多方努力，终于顺利开展在线决赛，创造了国际模式大赛的新历史。

戛纳电视节官方指定的评审团由5位专业的电视人组成，包括日本NTV国际部本部长Cindy Shigeko Chino、丹麦TV2模式部主管Anette Romer、德国ZDF娱乐部节目定制总编辑Christoph Stoll、蒙古Mongol TV的创始人Nomin Chinbat，以及湖南卫视创新研发中心主任罗昕。

综合模式创意的原创性、独特性、完整性及国际发行潜力等因素，国际评审团最终选定冠军方案为西班牙Atresmedia Studios的《落地之前》。这次的“全球飙计划”，广受海外媒体的关注，业界知名媒体Variety、Objetivotv、Cine&Tele等纷纷报道。

飙计划“新物种”，开创跨国共研新通道

一鸣惊人的“全球飙计划”，并非一蹴而就。作为飙计划的“新物种”，它既依托于飙计划成熟的运作方式，又凭借湖南卫视10年国际合作的经验积累，作出适合全球市场的战略调整。

作为征集范围最广、时间跨度最长的一次飙计划，在2019年下旬就开始布局。湖南广播电视台卫视频道党委书记、常务副总监周雄在

秋季戛纳电视节上与各大国际顶级创意平台代表一起拉开“飙旗”，面向全球征集创意。

评估阶段，由湖南广播电视台卫视频道副总监洪涛、创新研发中心主任罗昕带领的评估专组，驾轻就熟地完成方案的评估，与戛纳电视节组委会一起选出五强创意，并最终成功举办“云决赛”。

不仅冠军创意被湖南卫视纳入囊中，入围前五的方案主创都与湖南卫视签订了模式锁定协议，有机会进入湖南卫视创新通道，从创意原点开始进行跨国共研。“全球飙计划”将飙计划原创体系的经验与方法搬到国际舞台，打通前端与后端，开辟国际创意从“征集-评估-宣讲-国际共研”的全新通路，相信通过一系列的跨国共研努力，这些潜力十足的国际创意一定能发挥出巨大的创新动能。

正如湖南广播电视台党委委员、副台长，卫视频道总监丁诚所言：“创新一刻都不能停。”作为创新体系的重要一环，“全球飙计划”将继续砥砺前行，第二轮“全球飙计划”将继续与戛纳电视节组委会官方联手，举办2021年戛纳国际模式大赛，以“全球飙计划”之名广纳天下创意。一起期待吧！

（作者单位：湖南卫视）

编辑/慧琳

以传统文化之美击中观众

在上下五千年的中华文化版图中，有气势恢宏的唐代文化，有内敛精致的宋代文化，有包容多元的清代文化……近期，一部讲述北宋皇帝赵祯从少年登基到“仁宗盛治”故事的电视剧《清平乐》热播，收获不俗的反响。有观众评价道：“场景布局考究，画面华美，随便一截就是一幅画，很有古韵。”

前有《知否知否应是绿肥红瘦》（以下简称《知否》）《大宋少年志》《鹤唳华亭》等剧集引关注，现有《清平乐》再掀宋文化热潮，后有《大宋宫词》等作品排队待播。曾经，影视作品鲜有涉足的宋文化，为何近期呈现创作高潮？古装题材与宋代文化的结合搭配，将带来怎样的新鲜文化体验？



历史与文化活态传承的载体

如果有机会回到古代，你最想去哪个朝代？很多人的选择是宋朝。根据网友们的解释，这个朝代有开明的政治风化，有繁荣的市井景象，有自在的文化空间。从以历史的宏大叙事为讲述方式的历史剧，到小人物视角的浪漫主义色彩的古装剧，再到古装偶像剧，在古装历史剧二十多年的发展进程中，传统文化、严肃历史观等开始重回大众审美。以《知否》《鹤唳华亭》《清平乐》等为代表的古装剧集，让承载以上审美特质的宋文化找寻到了合适的展现平台，更让现在的观众有机会感知昔日的文化氛围。

烧香点茶，挂画插花；书法宋词，科举选官；坊市街巷，蜜饯美食……一部部电视剧集犹如一本本历史教科书，将这些兴盛于宋代的独特文化悉数呈现。例如，《知否》对点茶

工艺的普及让观众了解到点茶要先把茶饼研磨成茶末，再放入茶盏少量多次注入沸水调成糊状、运筴搅动，让水和茶末充分交融并泛起茶沫；《鹤唳华亭》对宋代科举考试的展示，让观众了解到科举考试要考9天，而且为了保证公平公正性，设立糊名制度和锁院制度。

而得益于《清平乐》的视觉化呈现，那些曾引领文学和思想发展的晏殊、范仲淹、欧阳修等大文豪，有了具体的形象；“坊中有市，市中有坊”的街巷制度造就的汴京城的市井气息和民生百态，也有了直观的表达。秉承不做过多设计的自然主义，剧中现包现蒸的包子、现杀现卖的活鱼、上万件灯笼等营造出来的空间气氛，让观众仿佛回到了那个历史时期。

《清平乐》为何要讲述宋朝的故事？导演张开宙对记者说：“人们对宋朝的情感首先来自对宋词的喜爱，到底是什么样的社会生态能



够给予文学作品如此充分的滋养。宋朝是一个存在超过三百年的朝代，政治、经济、科技都处于当时世界的领先地位，我们觉得用电视剧再现它很合适。”

用细节雕琢呈现历史

用现实主义的创作精神来展现古装题材，达到对宋代场景、礼仪、风俗等的极致还原，是宋文化能够原汁原味展现并受到观众喜爱的一大关键。《知否》对精美瓷器、茶具酒具的重点还原，参考《清明上河图》的街景布置，《鹤唳华亭》中“太子头戴折上巾、身着官服、腰佩玉带”的服饰呈现，“话说一半、潜台词丰富”的语言留白艺术，《清平乐》对历史事件、人物形象、生活场景的细节处理，对官制、服饰、造型的精心考究等，都是观众称赞之处。

宋代职官制度复杂，有官有职有差遣，不

要说普通大众，非专门研究的学者也未必能弄清楚，而《清平乐》所提及的大小官名基本无误。值得一提的是，该剧主角服装按照宋朝画册几乎一比一还原，将礼仪性和制度性精准凸显。例如，将晚唐妇女的帔革新为霞帔，上头绣有纹样并点缀坠子。这种高级礼服的必备配饰，在剧中刘太后和曹皇后等人穿礼服时都有体现。此外，宋朝贵妇最具标志性的“珍珠妆”，以及用桃、杏、荷、菊等四季花卉样式做在发髻上的“一年景”等当时宫廷中盛行的装饰也有所呈现。

央视《国家宝藏》服饰顾问陈诗宇参与了该剧礼服部分的考证，他提到宋朝礼制极繁，细节极多，《清平乐》能执行到大体接近已是一次很难得的尝试。很多看似简单的道理，对于造型服装设计来说却不那么简单。张开宙介绍：“比如宋人的衣裳是多层穿着的，面料应

该不是特别重且硬。纱很轻，而且挺拔，逻辑上可以说得通。另外，款式也修改过多次，为的是更靠近宋画上各种人物的穿着效果。”

从“雨过天晴云破处”的汝窑茶盏到《万里江山图》的山水屏风，从利用古籍影印本制作的书籍道具到考证后设计的皇后办公服饰朱衣，目之所及均是宋代色彩。这些器物层面的精致服化道呈现虽然被很多观众视为古装剧审美的初级门槛，但是正是透过这些复制粘贴式的细微处表现，我们才得以感受宋人独特的美学趣味；正是透过一张张堪称“高清壁纸”的绝美画面，我们才能够触摸到历史的温度和文化的厚度。

在创作中放大传统文化的精神内涵

除了视觉层面的精心制作，思想价值层面的去芜存菁才是古装剧集应该倾注更多笔墨的创作之处。不难发现，《知否》《鹤唳华亭》《清平乐》等优秀剧集开辟的叙事空间，没有局限于美术审美领域，而努力在精神层面发力深耕，实现从文化欣赏到人生体悟的引领升级。

《知否》透过北宋官宦家庭少女明兰的成长、爱情、婚姻故事，展开了一幅由闺阁少女到侯门主母的生活画卷。《鹤唳华亭》通过萧定权以家国天下的君子准则与小人做斗争的故事，隐喻“小怯大勇可搏鹰”的人物气概。《清平乐》则围绕一个“礼”字设置冲突矛盾，从中窥探赵祯作为“人子、人夫、人父、人君”的情感抉择。剧中，蜜饯果子引发的一系列后果，让仁宗领悟到了“忍”，也让范仲淹笔下的“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”有章可循。《鹤唳华亭》的导演杨文军认为：“在宋代，士大夫从政也好，克己复礼为仁的儒家思想也好，他们追求的精神世界的和

谐美感，我觉得都是非常值得现代人去思考和借鉴的。”

在中国传媒大学戏剧影视学院党委副书记朱传欣看来，古装剧对于历史事实和传统文化的尊重，外化于表达上的严谨考究和审美追求，让观众看到传统文化不一样的打开方式。北京大学历史系教授邓小南在《中国思想与宗教的奔流：宋朝》中写道：“对规范的追求，对秩序的重视，对儒家经典的再阐释、再造就，是这一时代惹眼的境界与亮色。”她的阐释，为远逸平淡、韵外之致的“宋文化”成为今年古装剧的热门选题做出了生动的学术补充：生机盎然的社会经济、根植现实的道德伦理、淡泊自然的理趣雅致，构成了这一时代的底色和基调。

在宋文化题材创作的这一波热潮中，各色人物承载的故事讲述与文化遗产使命、字里行间透露的处世哲学与骨气品性等，是剧集兼具美学神韵和精神内涵的高层次追求。古装剧集的文化展现离不开故事叙事，抛不开历史逻辑。立足当时的文化背景，不刻意渲染、不过多烘托，由内而外般渗透进入人物思想、场景服饰等各个层面，才能在还原复刻传统文化的基础上更好地传承其特质精髓。

古装剧应在创作中放大传统文化的精神内涵。“通过镜头展现的服饰之美、礼仪之美、语言之美、书法之美，充分呈现了中国古典文化的美学内涵，更彰显出文化自觉和文化自信。”北京师范大学艺术与传媒学院院长胡智锋说。

（作者系《光明日报》记者牛梦笛，通讯员胡琪）

编辑 / 慧琳

浅谈《热血同行》的艺术特色

——兼议当代青年的情感共鸣

杨亚群

2020年伊始，由黄子韬和易烱千玺主演的青春励志大剧《热血同行》登陆优酷。自开播以来，该剧热度飙升，登顶各项榜单。豆瓣7.5的高分更是使其力压群雄成为2020年开年的高分佳作。这部剧以清末民初的时代风貌为故事背景，讲述了动荡不安的时代，以崇利明为首的一批接受新式教育、受新思想感染的有志青年在历经磨难后携手同行，冲破时代和身份的束缚共同保家卫国的故事。整部剧以青年的视角，书写了大时代下有志青年突破自我、找寻真理，为国家抛头颅洒热血的爱国情怀。故事情节紧凑、人物个性鲜明、关系错综复杂，调动着观众的“爽感”与“燃感”，其所传递的“笃前行而勿顾后，背黑暗而向光明”的价值取向更是引发当代青年的情感共鸣。纵观该剧，主要呈现出以下几个艺术特色。

一、人物鲜活生动，尽显青年魅力

《热血同行》以一只神秘组织“艳势番”的故事展开，出场人物众多，人物关系交织复杂，人物形象的塑造上极具代表性，其中以艳势番的七人兄弟团最为典型。由黄子韬饰演的崇利明，是一个留洋归来的贝勒爷，他放荡不羁、自由洒脱，接受过新式教育，又非常讲义气。虽身居高位，但关心百姓疾苦。他隐忍坚强，在困难面前从不逃避、从不退缩。在经历兄弟离世、至亲身亡、家庭变故后，崇利明在兄弟们的帮助下重组艳势番，并最终在新思想的引领下冲破时代和身份的束缚，走向了救国之路。由易烱千玺饰演的阿易，从小失去父母，颠沛流离。当他遇到以崇利明为首的艳势

番后，以为那就是自己的归宿，但在最终看到艳势番的局限性后选择离开。在新思想的指引下，他选择了加入革命军，去迎接光明和希望。由胡冰卿饰演的语初，出身高贵、理性睿智、外表冷傲但内心火热，是艳势番中惟一的女性成员。她心地善良、敢怒敢言、不爱红装爱武装，有女性的柔软也有女性的坚韧，是动荡时代新女性的典型代表。

此外，还有柔中带刚的“博学绅士”瓦格纳、重情重义的可颜辛、聪明伶俐人小鬼大的司三……诸多人物形象鲜活生动。他们是并肩而立的伙伴，也是同一个战壕的战友。他们是千千万万爱国进步青年的缩影，是动荡时代的火种，同时也是时代的推动者和新思想的捍卫



者。不管是贵族、平民，还是新时代觉醒的女性，都在经历国仇家恨和风雨洗礼后，转变为时代的战士。这不仅是个人的成长，更是时代青年的进步。这也使得这些青年的形象更加立体、饱满，富有魅力和张力。

二、逻辑清晰，情节紧凑，叙事层次丰富

《热血同行》以“艳势番”卫国之路为主线，将时代命运与个人成长相互交织，再辅以兄弟情、爱情线，多线并行，相辅相成，让叙事层次更加丰富和饱满。

整个故事节奏明快，情节一环扣一环，通过不断的矛盾冲突和事件推进剧情，人物命运此起彼伏、难以意料，挫折与成长并行，磨难与奋斗同在，也给予观众更多的看点和期待感。在新旧交替的时代替中，“艳势番”成员的成长之路不是一帆风顺的，清廷的腐朽、对立方的算计、时局的动荡无一不给这群青年的

觉醒之路带来阻碍，人物的迷茫、彷徨尽显；但这并不能影响他们内心的火热和对国家的信仰，这群热血青年用面对艰难时的坚定信念和热烈的赤诚之心谱写了时代的爱国篇章，增强了该剧的可看性。

三、以小见大，书写时代青年风貌

《热血同行》以小见大，着眼于大时代、大格局、大背景之下的小人物，巧妙地将宏大的历史背景和时代脉络放置于以崇利明为代表的青年个人命运上，将青年的家国情怀与责任担当贯穿始终。他们是青涩的、有才华的、热血的，甚至是天真的；他们是动荡年代里的普通人，同时也是千千万万“热血青年”的缩影。综观当代青年，也具有相同的特质。现实的残酷阻挡不了青年奋进的决心，生活的磨难抵挡不了青年前进的步伐。无数青年将对祖国的美好期望和纯真信仰，投入到工作与生活的



方方面面。挥洒汗水和泪水的背后，是青春的无畏，是心中的滚烫，是对祖国炽热的爱意，是在现实打击下的执着与坚韧。“爱国”不只存在于动荡年代，也同样存在于岁月静好，存在于有梦敢闯的青年血液里。正是因为时代的召唤、民族的需要和自我理想的追求，青年们成为了时代的推动者和建设者。

四、硬核价值诉说，引发强烈共鸣

在动荡的年代里，无数有志青年将自己的青春奉献给国家，在困境中寻找希望、寻找曙光，也在不知不觉中成为时代的英雄，成为后人所追寻的光亮。不管是风雨飘摇的年代，还是岁月静好的现在，这种价值取向和青年气概同样适用，也使得这样的青春更加厚重而耀眼。文艺作品不仅是人们休闲娱乐的精神产品，更是正确价值观和社会正能量传播的重要媒介。在这一点上，《热血同行》通过年

轻人的视角，传递了“笃前行而勿顾后，背黑暗而向光明”的主旋律价值导向。从豆瓣的高评分、微博的高热度、观众的高口碑以及各榜单的排名来看，这一价值诉说的确深入人心，引发了观众尤其是当代青年的强烈价值共鸣。剧中人物的个人抉择、人物命运，也在一定程度上对当代青年产生启发和引领作用。《热血同行》虽是讲述曾经的时代，但同时也观照当下，为当代青年传递了不管在任何时代都同样适用的价值观。《热血同行》的热播不仅仅是影视作品的成功，更是青年主流价值观赢得强烈共鸣的重要表现。爱国不分时代，《热血同行》让我们看到了青年的希望，也让我们对未来抱有更美好的期待。“十年饮冰，难凉热血”“道阻且长，行则将至”。

（作者单位：湖南天娱影视制作有限公司）

编辑/刘凌

“表情帝”乃何方神圣

余长新

有些艺人喜欢耍宝、表情丰富、综艺感十足，常被冠以“表情帝”的称号。不过，这里要说的“表情帝”却不是艺人，而是综艺节目中出现表情丰富迹近夸张的观众，被定格剪辑后融入真人秀的画面。他们或痛哭流涕或极度陶醉的截图在网上流传，做成表情包娱乐大众。“表情帝”的表现有些超出观众的正常反应，有人甚至质疑：“表情帝”乃何方神圣，是否电视台花钱请来、专门配合节目的群演呢？

先列举几例：维嘉也做过《我是歌手》的“表情帝”，细心的网友观察到，几乎每一位表演者亮相时，都能看到李维嘉从两眼放光到开心大笑的表情，激动处甚至还伴有夸张的肢体语言和粉丝式的尖叫。

【网友吐槽】：嘉爷演得有点过啊，我就不信他事前真不知道谁来参加。就算他不知道，也不至于对每个人都表现得这么惊喜吧。不愧是芒果台的亲生子，太敬业、太卖力了。

《我是歌手》第二季中，当歌手在台上卖力演唱，镜头不时扫到一位八字眉深锁、面容有些苍白的姑娘。黄绮珊唱《离不开你》时，她开始流泪；齐秦唱《用心良苦》时，她的哭泣刹不住车；当羽泉唱《烛光里的妈妈》时，这位姑娘右手掩面，哭得不能自己。

【网友吐槽】：亲，敢问你的哭点到底是有多凌乱。立白洗衣粉洒眼睛里了，还是刚失恋就来录节目了？妹妹，过去的就让它过去吧，别再回头了。

2017年《歌手》中，赵雷演唱《成都》时，一位小哥哭得七荤八素，网友调侃“妆都花了，

真该跟面瘫小鲜肉们讲讲表演课”，人肉搜索小哥名叫谢佳希。谢佳希微博回应：“我也不明白怎么哭得那么丑了，至少那天我哭得很幸福啊。”网友们可不会轻易放过这些现场观众和栏目组，洪涛老师的解释也不顶事，网友嘲讽道：“发挥最稳定的果然还是观众的演技，他们是中国好演员。”

电视是一门视听艺术，从海量观众中选取那些感情真挚、富于表现力的人上镜头，这无可厚非。在一张喜形于色的脸和一张面无表情的脸之间，摄像师通常会选择前者，即使他选择后者，也会被后期剪辑过滤。我的熟人西米老师有幸被选中，做《歌手》大众评审，据她说，进到现场，在重金属乐器的烘托下，当音乐如排山倒海潮水般袭来，许多观众会身不由己地投入笼罩性的旋律中，身临其境，那种沉浸感不在现场的人是体会不到的。像她这样幸运的观众成千上万，不用托关系，不用花钱，只凭一颗素朴的音乐之心。她是一位中学语文教师，在芒果TV报名后，接到栏目组打来的电话，回答两个与音乐相关的问题，就拿到入场券。就是这么简单，当然被抽中的概率并不高，更多的人因资格初查和回答问题不过关而挡在门外。

作为一档国内顶级的电视音乐节目，《歌手》栏目力争把懂音乐的观众拉到现场，据称节目开播后，20多人的团队每天打八、九个小时的电话，从几十万人的报名观众中进行甄别和筛选。但还是遭到不断的质疑，如500人的大众评审也有看走眼的时候，就被冠以“聋的传人”，逼得他们发表声明“我们真的不是500位大众聋

子”。观众越来越懂行、越来越挑剔是不争的事实，难怪洪涛老师感叹“我们亲手培养了世界上最挑剔的观众”。表情的丰富来自现场氛围的刺激和个人音乐素养的即时反应，来自电视镜头的随机抓取，与群演无关，花钱之说更是无稽之谈。想来现场的观众很多，栏目组只需把精力花在观众的把关和遴选上即可。“有猫腻”“请群演”之说出自对电视制作流程不熟悉的误会。在电视台的节目预算里，根本没这笔额外的经费。

网友“连云”在知乎回答他做大众评审的现场感受：“孙楠《是否爱过我》一开始的交响曲前奏，几个重音一出来，实在太震撼了。我和很多观众当时是直接条件反射地从凳子上弹起来的。”他还说到芒果TV报名后过关斩将的经过，包括网上答题和电话问询，主要涉及如下内容：

1. 对音乐的狂热爱好，有一定的音乐知识和素养。学生、音乐圈内的人会有优势。
2. 对《我是歌手》舞台的理解。
3. 不是任何歌手的粉丝，这样才能给出更理性的评价。

电视节目现场演员多为无观众表演，余秋雨《观众心理学》一书中说：“当场反馈，也就成了戏剧在这场时代性争夺战中唯一可以与对手匹敌的独家武器。”后来，央视春晚、湖南卫视《快乐大本营》等借鉴戏剧手法，综艺节目纷纷设置现场观众席，满足观众一窥究竟的心愿，同时增强与观众的互动，参与过的观众也成为节目最好的推广员。有的节目门票一票难求，成为沟通观众和广告客户的良好纽带，是节目人气高低的一张晴雨表。场外观众不会反感现场观众的表情，用得好的话也是节目的一个亮点；他们反感的是有的人入戏太深，表情过于浮夸，有表演之

嫌。恐怕“表情帝”也不蛮服气：“我手之舞之足之蹈之皆发乎情，止乎礼，浮夸之说只因你没到现场，缺乏感同身受，难道在激情一刻要我做个木头人？”当然，也不排除个别观众有出镜的虚荣心理作怪，踏入梦幻空间，一心想当个好观众，没做好表情管理。另一方面，电视台和栏目组在做好节目的同时，也应做好信息披露和发布，通过微博、微信等渠道，公开现场观众和大众评审的遴选机制和标准，及时回应公众关切，避免引发舆情，让谣言不攻自破。

现场观众是一面镜子，是电视拉近距离伸入审美感知的视窗。人们把电视节目中表情浮夸的现场观众称为“表情帝”，嘲讽他们的瞬间表情不真实、“戏精”附体，体现的是对合理的戏剧情境和公平的幕后规则的呼吁。清代李渔小说《连城璧》有过描述：“戏场上那一条毡单，又是件作怪的东西，极会难为丑妇，帮衬佳人。丑陋的走上去，使他愈加丑陋起来；标致的走上去，使他分外标致起来。”现场的奇妙反应感染到人，表情丰富的现场观众容易被镜头抓取，能和场外观众发生共鸣。此道理和如今泛滥的短视频一样，抖音、快手的“网红”哪个不是“表情帝”？

“表情帝”乃何方神圣？其实，揭开面纱一点都不神秘，他们就来自普罗大众，来自身边你我他。说不定哪天你走在大街上，就被天上掉下的馅饼砸中了，然后你就去了节目现场，接下来，家人从电视上看到了你那张熟悉的脸。他们不是托，而是节目的铁粉。

（作者系湖南卫视主任编辑）

编辑 / 慧琳

帮女郎“微视角”：用轻松的方式做严肃的事

黄良军 李佳

湖南公共频道《帮女郎》近来以新颖的拍摄手法、真实可爱的表达模式，推出了系列主题报道《一线看生产》，给人以耳目一新的观感。



人格化表达：实现受众的“心理在场”

在采访中联重科、远大科技、山河智能等省内重点企业的整个系列主题报道中，《帮女郎》采用了Vlog的全新拍摄手法。其中的《“绿色军团”创奇迹 复工复产“跑”起来》，帮女郎愉涵手持云台相机，近距离接触了在武汉火神山、雷神山医院建设中，做出了突出贡献的“小绿军团”，并跟随“小绿”高机升上26.2米的空中，感受“小绿”高空作业平台的强大力量，以Vlogger的第一视角和亲身体验，观察并展示了整个新闻事件，营造出一种沉浸感。切身的感受使这条新闻显得真实而又可爱，这种人格化的表达方式引发了受众的情感联系，让严肃的“复工复产”主题报道内容变得轻松活泼，融新闻性、可看性于一体。观众反映这种方式做出的新闻有看头。

平等化互动：实现“官方视角”向“平民视角”的转变

在全长4分钟的“微视角”中，有长达3分多钟的时间都在使用自拍镜头与受众“对话交

流”，与人们在现实生活中谈话交流的视觉画面相同，给人以“面对面”的交流效果，缩短了讲述人及其所表达的严肃经济主题与受众的社会距离，给予受众亲近感和陪伴感。

生活化切点：吸引年轻受众的关注

帮女郎“微视角”还以生活化的切点进行叙述，例如：口罩厂老板一天接几千个电话；年后第一顿海鲜大餐怎么吃等，从小切口进入，将属于“硬新闻”的主题报道“软化”。加之其他视觉效果如表情包、花字的灵活使用，让报道更适合微博、微信、抖音等社交媒体平台的传播。

通过帮女郎的“微视角”，展现了全省上下全力以赴抓生产的实干作为。“微视角”体现出的人格化、平等化、生活化、幕后化等特点，也让严肃新闻变得喜闻乐见，不失为重大主题报道的一种创新尝试。

（作者单位：湖南公共频道）

编辑/刘凌

广电MCN的机遇与挑战

牛存有

随着短视频市场的日臻成熟，内容生产的专业度与垂直度进一步加深，优质内容已经成为各平台的核心竞争力。因此，各短视频平台纷纷加强与优质MCN机构达人的合作，打造优质PGC并带动UGC，共同生产并保障持续输出更优质的内容，扩大粉丝影响力和规模，将粉丝流量赚钱的能力最大化，从而最终实现商业的稳定变现。

广电MCN在短视频蓬勃发展直接催生内容产业化、专业化、垂直化的趋势下应运而生。从2018年下半年开始，湖南娱乐频道、浙江卫视、长沙广电、中央广播电视总台、河北广电、黑龙江广电、山东广电以及济南广电等纷纷入局，与头部短视频平台合作，成立广电MCN机构，意图通过广电主持人与节目的影响力和知名度进军网络新阵地，打造优质广电PGC的MCN矩阵。在品牌广告市场下行的大环境下，MCN作为一种新型视频媒介组织形态，其广告营销、电商直播、内容付费、IP运营和版权交易等产业化商业模式逐渐成熟；广电主持人在视频领域有着天然的专业性优势，在媒体受众中有着强大的IP价值。因此，各地广电纷纷布局MCN机构，通过内容产业化、专业化、垂直化，寻求新的内容变现模式和路径。

一、市场驱动广电布局MCN领域

近年来，广电媒体的传统平台优势、传播

渠道优势面临着互联网的严重冲击，连年增加的经营压力和愈发严重的生存危机正威胁着广电媒体的转型和生态构建。2019年前三季度中国广告市场整体下滑8.0%，传统媒体同比降幅达到11.4%；其中：电视和广播媒体的刊例花费同比下滑10.8%和10.7%。

用户深受移动媒体、互联网思维的熏陶，对面向不确定人群传播的传统广告关注度持续减弱，给广告营销带来了极大挑战。根据QuestMobile的2019半年报告，短视频用户规模已经超8.2亿，同比增速超过32%，意味着10个移动互联网用户中就有7.2个正在使用短视频产品，并且短视频与在线视频活跃用户规模的差距在进一步缩小。业内相关数据显示：中国短视频市场规模2019年预计突破200亿元，抖音达人广告30亿+，快手不到10亿；2020年抖音保底100亿，快手也要翻几倍。电商卖货爆发式增长，2019年行业注意力和预算正在向短视频/直播倾斜，头部平台广告营收的翻番也在预料之中。如何做好平台的商业化生态，吸引快消、汽车、金融等行业更多品牌主的投放，将是短视频营收增长的重要一环。

在传统媒体持续的亏损困境面前，这种诱惑无法不引起业界对于广电MCN转型的重视。2019年融媒体创新峰会上，湖南广播电视台娱乐频道总监李志华透露，该频道预计2020年广电MCN收入将超过传统电视广告板块，占比超50%，再次引起业界对于广电MCN转型

的重视。从去年下半年到今年，央视、湖南娱乐频道、浙江卫视、长沙广电等均在MCN领域上有所布局，无锡广电、浙江民生休闲频道等融媒体项目也具备了一定的MCN形态。2019年底河北广电、黑龙江广电、山东广电以及济南广电等纷纷入局，与头部短视频平台合作，成立广电MCN机构。对于在媒体融合深水区的广电媒体而言，MCN领域还是一片未知的蓝海，短视频作为内容承载模式已成为信息传播的重要方向，布局MCN将内容创作引导到规模化、科学化、系列化的主力军和正规军模式，为传统媒体转型升级提供了新的驱动力。

二、MCN模式契合广电原有基因和结构

广电媒体布局MCN机构有着强烈的先天优势。媒体自身具有的强大公信力、稳定的视听受众群体、专业素养过硬的主播和主持人资源、丰富的媒体资源以及内容生产优势，这都是市场环境下的MCN机构难以匹敌的。

MCN作为一种多渠道网络服务，随着视频、短视频等平台上内容的爆发式增长，多渠道网络开始整合众多专业生成内容（PGC），从而打造规模化、组织化的竞争优势。MCN机构将PGC联合在一起形成网红矩阵，帮助内容生产者专注于内容创作，并对接平台、粉丝进行包装，强化推广，推动变现。

从帮助内容生产者专注于内容创作而言，MCN模式下生产的视频和业务形态跟广电媒体的内容生产极为近似，通过MCN机构将PGC和UGC合流将会为广电主播提供一个广阔的内

容创造空间，催生出更多的精彩内容和视频产品。从对接平台、粉丝运营、强化推广以及推动变现而言，MCN机构与视频、短视频平台的合作，将广电主播在受众用户中的影响力与粉丝导流，将受众用户与粉丝管理及运营相融合，将广播购物、电视购物与电商平台的商业逻辑、运行逻辑、盈利方式相结合，从而形成广电主播的网红经济运作模式，打造广电MCN机构的网红矩阵。从商业变现模式和形态而言，MCN模式与广电也具有一定的相似性。

由于MCN模式与广电原有基因和结构契合，其强大的专业性内容判断及制作能力、强专业化的内容生产模板化及工业化生产机制，加上经年铸就的主播影响力向粉丝流量的导流采购能力，能够从内容生产和消费两端实现调控，形成匹配。因此，2019年8月24日，《新闻联播》正式入驻短视频平台快手、抖音，官方号粉丝数瞬间过千万；广电主持人在快手、抖音等短视频平台开设账号已屡见不鲜。这些或在全国或在当地有一定知名度的主持人在短视频平台上的流量，已经相当于一个肩、腰部博主。他们不仅拥有庞大的粉丝群体，营销变现能力也不容小觑。如：湖南卫视知名主持人张丹丹，2019年的新身份就是湖南娱乐MCN机构的签约网红，账号「张丹丹的育儿经」在抖音已有204万粉丝，商品橱窗里的62件商品，最高一件已达1.7万销量。

三、广电MCN面临的市场机遇与挑战

整体广电媒体受众规模缩减，经营压力日

益剧增，直接导致广电媒体广告收入下降，而2018年超三成被调研MCN的营收规模在5000万以上，营收规模破亿的MCN数量占比6%（数据来源：克劳锐统计）。视频化传播进一步成为传播主流，媒体的形态及组织形式和用户的边界都在发生着巨大的变化，以人设为核心打造广电MCN成为广电媒体转型升级的一个路径。

广电MCN的优势：

具备主流媒体的公信力背书，广电媒体因此拥有媒体受众的高信任度；有着大量的具有某个领域专业素养的主持人资源，广电媒体因此具有极强的影响力和粉丝效应，具备打造网红KOL或KOC的条件；同时，广电媒体内容策划和制作能力的优势，会成为孵化、培养短视频账号所需内容的强力支持；广电媒体具备相当规模的营销资源，且已在新媒体领域试水多年，其与网络新媒体营销资源的整合，可以发挥广电融媒体的整合营销价值。

广电MCN的机遇：

随着网络购物用户规模乃至整体网民数量增长率下降，互联网的流量红利正在逐渐消退，新流量的获客成本日益攀高。在如今中国融媒体传播的环境中，电视仍然是用户规模最大的媒体平台：电视月活用户达11.58亿，远超已然是国民级应用的微信、优爱腾、抖音、快手等短视频平台。截至2018年底，全国广播综合人口覆盖率98.94%，电视综合人口覆盖率99.25%，广电媒体已经基本实现领土全覆盖。

广电媒体主播依托主流媒体产出内容的高质量保障，以及在垂类市场深耕和细化内容场

景的优势，不少主播、记者以及自有的专家资源，都成为自带流量的高质量“潜力”网红。随着MCN机构逐渐走入正轨，各家机构也都面临着内容创意缺乏、优质人才短缺、变现焦虑、红人出走、核心IP管控、版权和政策监管等内外压力。而广电媒体自带流量的高质量“潜力”网红，恰好为短视频平台及电商平台提供了拉升流量的新引擎，由此成为短视频平台聚焦的热点，同样也为广电MCN机构转型提供了新的机遇。

广电MCN的挑战：

广电MCN机构的布局，绝不仅仅是组织具有网红潜质的、自带流量的主播入驻短视频平台就可以实现转型那么简单，而是需要以广电MCN机构为基本支点，根据不同类型主播的自身优势及领域，为其制定全方位的课程及培训，从而形成人才、输送、培养、孵化的定式化专业培训服务；对于主播擅长的领域，对其生产内容进行指导，保证高质量的内容开发和分发；根据主播生产的内容，对目标用户进行针对性投放，同时为主播提供契合度较高的商业活动，以提高其知名度及针对性的流量引导和曝光机会；为主播提供相关的专业商业化服务，以帮助主播变现。因此，职能构建将成为广电MCN机构布局的核心，也是最大的挑战。

（作者系尼尔森网联媒介数据服务有限公司副总裁）

编辑/肖清

浅谈地方台新闻融合传播

周超群

随着时代与科技的进步，人民群众获取新闻信息越来越多元，也越来越快。新媒体迅速发展壮大，给传统媒体带来了极大的挑战，但随着媒体的发展，新媒体和传统媒体逐渐融合，这是媒体不断发展的必由之路。市县一级的广电台、报纸，作为党和政府的喉舌，不仅要深耕新闻主业，更应该主动拥抱新媒体，借力新媒体赋能传播，传播正能量。

一、传统媒体要借助新媒体的优势

习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习时强调：“要因势而谋、应势而动、顺势而为，加快推动媒体融合发展，使主流媒体具有强大传播力、引导力、影响力、公信力，形成网上网下同心圆，使全体人民在理想信念、价值理念、道德观念上紧紧团结在一起，让正能量更强劲、主旋律更高昂。”新形势下，电视传统媒体作为主流媒体、党和政府的喉舌，如何拥抱新媒体传播方式，尤其是利用好新媒体具有的优势，一直是我们摸索和探讨的问题。

2017年5月，邵阳一大学生在雨夜骑车回家途中被掉落的玻璃砸中，送进重症监护室观察。当时记者采写之后，发现受伤学生家庭贫困，无力支付高昂费用。如果等到次日晚上新闻播出，新闻变“旧”闻，受伤者治疗将错过最关键时刻，筹钱更是难上加难。于是，邵阳广播电视台新闻综合频道当即决定，趁着舆论热度，将新闻推送至微信公众号“邵阳电视台”发布。新闻一发，全城市民立即爱心接

力，成功募集50余万治疗费用，不少市民甚至走上大街为受伤大学生募捐。最终，这个家庭得到全社会的关注，第一时间受到社会各界爱心帮助，受伤大学生最终经过多次手术后，身体恢复较好。

2017年，邵阳广播电视台新闻综合频道推出喜迎十九大重大成就报道《看得见的幸福》，这个专题片集中全方位展示邵阳县五年来的巨大变化，突出邵阳在践行习近平总书记治国理念新理念、新思想、新战略方面所取得的丰硕成果。这个专题片几乎是邵阳广播电视台新闻综合频道出动最强采编力量的一次专题拍摄，当时全频道出动50余人，深入田间地头、工厂企业、百姓人家采访，耗时近一个月拍摄制作完成。《看得见的幸福》通过多渠道融合传播，提升节目影响力和传播效果，除了在新闻综合频道、邵阳传媒网、爱上邵阳APP、县市台跟播并上传腾讯视频外，还积极与各县市微信公众号等新媒体资源联动，制作各县市单独小视频，便于在微信朋友圈传播，立体式推动节目反响热烈。这次融合传播，不仅仅提升了节目的影响力和传播效果，还擦亮了邵阳广电品牌，受到邵阳市委市政府主要领导的肯定和湖南省委宣传部的表扬。

二、融合不是单纯“搬家”应有再创造

现在我们已经进入融媒体时代，越来越多的受众更愿意选择视频类新闻，不太愿意花时间去阅读。视频新闻正在成为一种主流新闻形式。随着新型媒体的冲击，很多地方广播电视台

台、报纸纷纷寻求转型，尝试拥抱互联网，吸引更多观众读者。然而很多的转型只是把传统渠道播发的内容，复制粘贴到相应的APP上，并未进行深度二次再加工再创造。

2019年12月底，湖南省委书记杜家毫到怀化市调研，这条新闻同时出现在湖南卫视《湖南新闻联播》和芒果云APP平台上。芒果云APP的新闻标题是《杜家毫来到溆浦县看望网红“支教奶奶”》，选取杜家毫书记与支教奶奶在一起的画面，以及一些相关空镜头，进行编辑制作。这个作品推出后流量就很可观，当天阅读量突破了10万。一个传统的时政稿件，把新闻的亮点挖掘放大，成功地进行了二次有效传播。

2019年7月，经过连续强降雨天气，邵阳资江段上游来水较猛，邵阳城区很多路段、中心城区都被倒灌淹没，受灾面积较大。当时水利部门预测，洪峰过境邵阳市区将超历史水位。邵阳市主要领导纷纷到市区各安全隐患点进行排查。邵阳新闻综合频道派出多路记者，拍摄主要领导即时类新闻，并第一时间在《邵阳新闻联播》播发。同时，抖音编辑对新闻素材进行第二次加工，第一时间制作了《洪峰来临，通宵抢险救灾》《向一线抗灾者致敬》《抗险救灾在行动》《Pick你的平凡英雄》《洪水褪去温暖依在》等短视频，点赞达到20万，阅读累计近千万。邵阳市主要领导给予了充分肯定。

三、双方相互学习借鉴 赋能新时代

融媒时代，信息无处不在、无所不及、无

人不用，导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化，新闻舆论工作面临新的挑战。人在哪里，新闻舆论阵地就该在哪里。据相关数据统计，我国网民数量逐年上涨，网民规模达8.29亿，其中网络新闻用户规模达6.75亿。

目前，市县电视台等传统媒体依然是时政类新闻报道的主角。虽然渠道上不断拓展，技术上不断创新，但是很多新闻作品没有很好地贴合互联网思维。央视《新闻联播》积极融合传播，今年先后进驻微信公众号、微博、抖音、快手等网络平台。在网上播出的短视频，基本上都采用了互联网思维，通过主播说新闻的形式，把当天节目的关键新闻串联起来，短小精悍，成功吸引了不少年轻观众，大家直呼看这么硬核的新闻也可以这么“过瘾”。而芒果云APP最新推出的《杜家毫来到溆浦县看望网红“支教奶奶”》短视频，利用了互联网思维，阅读量超过11万。

融媒时代，人人都是媒体。信息通过网络平台一旦发出，就要接受网民检验，现阶段舆论监管较为困难。如何筑牢传播防火墙，依然是新媒体需要加强的地方。

新时代新语境，传统媒体要正视到新媒体带来的挑战和机遇，利用相关传播优势，加快内容生产和创新，规划好发展方向，转变原有的发展方式，注重传播方面的创新，提升网络宣传思维，通过新媒体赋能，实现可持续发展。

（作者单位：邵阳市广播电视台）

编辑 / 肖清

新媒体与传统媒体融合发展新机制新路径研究

——以永州市零陵区融媒体中心建设为例

蒋琼

一、依托现有平台，重建组织构架

1. 平台融合

目前，零陵区主要由零陵新闻网和零陵新闻中心分别负责全区的非视频和视频类新闻的生产、创作和发布。融合后，两大部门的功能统一到“融媒体中心”，实现选题报送、任务分发、内容制作、内容发布等环节的全流程管理，达到互融互通。

2017年11月，“新零陵”客户端加强与湖南日报合作，依托“新湖南云”率先开通上线，成为永州市首家、湖南省第二家与“新湖南”合作的移动APP。在2018年零陵首届“中国农民丰收节”上，“新零陵”APP率先在全市独立完成新媒体直播。另与“新湖南”合作开展零陵首届民俗庙会、零陵古城开街、2019“走红军走过的路，徒步穿越大湘南”暨“大美永州（零陵）”大穿越活动等大型直播二十余场，吸引了上百万人次观看，展现了媒体融合的强大力量。

2. 人才融合

零陵区融媒体中心整合现有人员编制，根据需要加大人才引进和社会公开招聘力度，通过统一办公、统一指挥调度、统一宣传发动，打破传统媒体和新兴媒体编辑记者队伍分工，按照采访、编辑和技术等不同工作职能分工，实现一套人马、多产品生成、多渠道分发的采编模式，着力培养打造一支符合融媒体传播需求的人才队伍。建立了“传统媒体+新媒体”双重考核机制，通过三审制，用“重要性+点击量+转载率”

评价稿件，实行一稿多酬、优稿优酬。在全区范围内聘请了20名特约通讯员，开通网上投稿平台，增加原创新闻及稿件质量，凝聚工作合力。

3. 资源融合

在具体的采编工作中，湖南日报新媒体集团提供的“新零陵”融媒体平台，将对全区各类信息源整合，实现信息来源多元化，建立内容生成的“中央厨房”。采编中心进行统一报道部署、统一策划主题、统一组织采访、统一编发稿件，做到一次采集、多次生成、多元发布、多渠道融合、多平台互动，形成“记者一次采访、编辑多种生成、渠道多元传播”全媒体运作格局。

二、强化深度融合，突出思想融合

融媒体中心建设，包括全媒体建设，并不是把传统媒体的形态聚在一起，而是建立一个全程、全息、全员和全效的媒体。融媒体的建设是把方方面面的新技术，特别是互联网的技术、大数据的技术以及前期信息化普及等资源打通，建设一个基于互联网治国理政的新平台，一个主流舆论阵地。

零陵区融媒体中心在建设过程中，通过打造“今日零陵”“新零陵”移动客户端，以零陵新闻为核心，以“闻”“问”“民”“学”“我”五大板块为支撑，打造移动传播矩阵；将“中央厨房”作为龙头工程，积极构建一个完整的、体现整体融合的、全新的空间和技术平台，使之成为掌管全区新闻生产的中枢和大脑。

同时加强宣传发动，统一发展理念，真正拆除思想上的樊篱，破解“两张皮”的现象，加快传统媒体与新兴媒体由“相加”到“相融”转变。

突出资源融合，合理整合新老媒体的人力物力资源，打通双方采编人员融合通道，变各自服务为共同服务，提高调度指挥能力、一线采写能力和新闻原创能力。

突出产品融合，改变策、采、编、发流程，规划市场运作，探索建立广告联盟，不断推出融合后的优质全媒体产品。

突出渠道融合，积极对接“智慧零陵”建设，对接政府部门、高等院校、县区媒体、户外传媒等信息资源，实现互联互通、资源共享。

三、坚持创新守正，坚守党媒姓党

创新，即传统媒体要根据新形势、新技术和新的受众需要，利用互联网的优势和特点，及时进行自我改革。面向人口聚集的大型社区、村镇，提供精准化的生活资讯，打通线上线下开展社区交流。县级融媒体中心必须创新“媒体+政务”和“媒体+服务”的理念，坚持因地制宜的原则，进行新闻生产资源供给侧改革，以流程再造的方式，破除体制机制瓶颈。

守正，即守住媒体传播的内容底线。新的传播技术带来的是参差不齐的内容，面对海量的信息，受众青睐的往往是真实、准确又具有新闻价值的信息。这正是传统媒体最基本的原则，在满足受众需求的同时，坚持发布真实、有效、权威的新闻内容。

面对媒体格局与舆论生态深刻变革的新挑战，零陵区自觉担负起“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的历史使命，把加强县级融媒体中心建设作为巩固拓展基层宣传文化阵地、夯实党的意识形态工作根基的一项政治任

务，顺应媒体深度融合趋势，立足“新”起点，高位推动，打造媒体融合“零陵样板”。

以机制创新激发媒体融合“新”动力。零陵区因势而谋、顺势而为，把县级融媒体中心建设纳入全面深化改革重点项目和区委区政府工作重要议程，与地方机构改革结合起来，从政策、人才、资金、机制上予以全方位保障。对接知名传媒院校，加大业务培训力度，强化专业人才引进，提升“策、采、写、编”业务水平，全面打造高素质复合型新闻人才队伍，为融媒体中心发展提供坚强智力支撑。围绕“人事管理、考核评估、收入分配”等推行合理高效的绩效考核，创新管理模式，进一步释放人才活力。

以技术创新促进媒体传播“新”发展。积极依托“新湖南云”省级技术平台，建设零陵区“融媒小厨”，设立统一的新闻信息采集中心、编辑中心，建立全媒体内容管理系统，建设稿件库、数据库，实现“一次采集、多种生成、全媒传播”。同时，实施移动优先战略，集中力量运营好“新零陵”客户端，着力提高下载量、日活率，提高在县域内的覆盖面。在此基础上，综合运用内部资料性出版物、广播、电视、新闻网站、微博微信、手机报、电子阅报栏、户外电子屏等多个终端，形成分众传播、分类覆盖的格局，不断提升传播力、引导力、影响力、公信力。

以模式创新实现服务拓展“新”突破。在做强做精新闻主业的基础上，着手拓展“新闻+政务”“新闻+服务”“新闻+电商”等领域，着力打造综合服务平台。目前，政务微信“零陵发布”加强与网友互动，粉丝量已超过10万，影响力居全省县区前列。

（作者单位：永州市零陵区融媒体中心）

编辑 / 肖清

让声音响彻“云端”

《声临其境》的云录制技术设计与实现

朱航建 翔宇

2020年春节，突如其来的疫情使整个城市失去正常运转，陷入休眠状态。许多综艺节目受到疫情持续影响都终止录制，库存逐渐耗尽，各大电视台直接面临延播、停播综艺节目的艰难困境。湖南卫视以其在综艺节目生产上的敏感度和执行力，另辟蹊径，继续推出模式新颖的新节目《天天云时间》《嘿！你在干嘛呢？》，借助“云录制”这一新的技术手段将网络直播元素电视化，既以电视综艺画面形式传达了“少出门、少聚集”的防控号召，又解放了被“少出门、少聚集”枷锁给禁锢的电视综艺节目录制生产。

一、“云录制”的具体表现

“云录制”在本次技术应用上具体体现为，参与录制节目的嘉宾分散各处，而非集中于固化的传统中心——演播厅。通过互联网，使用云视频通讯平台，一种类似视频会议的实时音视频通信实现主持人和嘉宾之间相互交流，并采用视频会议系统协议H.323标准对分散在各地的音视频素材进行采集、传输，最后集中剪辑合成的节目生产方式。

这次《天天云时间》“云录制”模式，就是主持人、嘉宾都分散在各自家中参与录制，只需要主持人汪涵坐镇长沙演播厅。大家通过云视频通讯平台互联沟通，一起完成导演组策划的节目内容。平台通过各自手机、iPad

设备将海量的音视频信号，汇集在一起，再从“云”上拉流到演播厅进行录制。

解决了创意构想与技术实现两大难题，具体到演播厅录制环节，就只需要根据防疫要求尽可能精简人员了。“云录制”的演播厅极其简化，主持人面对一张LED大屏幕呈现着的多人线上互联画面，根据台本，自如地把控节目节奏，精彩的节目就这样开录了。

二、云录制2.0进化

在电视直播传输中，我们经常挂在嘴边的传输三要素就是：清晰度、流畅度、延时。

清晰度：

4K、1080P、720P，这些概念已经被各个终端厂商炒作多年，但4K在互联网视频直播里现在还不多，主要是对网络的带宽要求太高了。1080P在一些对清晰度要求较高的节目已经慢慢普及，主要针对的是电视大屏，其数据传输速率在4Mbps左右。而现在手机直播的主流清晰度还是720P，速率在1Mbps左右。

流畅度：

即音视频在编解码和传输过程中没有出现误码与丢包，画面不会出现马赛克或丢帧。在一个固定带宽的网络中，清晰度与流畅度就是一对矛盾体的关系。如果清晰度提升意味着直播的流畅度有可能会下降。如果流畅度上来了可能画面清晰度就会变差。

延时：

视频直播中的多方通话是讲求互动性的，延时越短，互动性就越好。但是没有延时也将导致无法抵御传输网络不稳定所造成的可能出现误码丢包。适当的延迟意味着在接收端能够有一定的视频流数据缓存，使信号更流畅。

上节提到的《天天云时间》“云录制”模式，从策划、筹备、录制、后期仅用了四天时间，录制距离播出也不过几十小时。这么短时间的产出，势必会带来遗憾。其中作为云录制核心的交互软件选用上尤为突显。在这个非常时期，节目组费尽千辛万苦，才找到一家能够提供稳定视频交互的技术公司。但这个软件在应用中，突显出非专业视频设备的弱点：视频传输码率低，画面画质差。而且由于软件主要用于视频多方会议，只能输出多画面分割屏信号。想要单独个体画面，需要后期抓取，导致画面画质进一步降低。这个软件的使用，只是解决了“有或无”的问题。如何做到更好？这是摆在电视工程师面前急需解决的问题。我们迫切需要寻找高视频码率、能单独采集的视频专业设备。云录制2.0急待诞生。

我们先对比一下广播级短时延直播推流设备（4G背包类）与民用视频会议级设备的各自特点。（见下表）

在当前特殊时期，嘉宾各自分散在各个城市乡村，身边既无广播级设备，也无法短时间内通过物流进行运送。即使可以实现，专业技术人员也很难快速调配到嘉宾身边进行操作。

我们从广播级与民用级设备中来回衡量。综合两种设备各自优势，各司其职，最后确定云录制2.0版方案如下：

嘉宾现场前端，采用通用普及，易操作的音视频摄录设备，如手机、iPad等进行音视频采集。再使用手机商城中专业网络推流应用程序，编码出高码率音视频信号。借助现场4G和WiFi网络，连通互联网。通过无处不在的互联网将高码率素材推流至电视台后台RTMP接收服务器。服务器解码后输出SDI音视频信号给演播厅供现场制作录制。该信号将是节目后期制作中的原始高码率素材。而录制过程中的节目内容串场，嘉宾与主持人通话沟通以及反送VCR信号任务则交由另一台使用云视频会议通讯平台的手机来完成。这种双模式平台的使用，很好地发挥了各自优势，实现了高码率的互联互通。

三、“声临其境”特别节目中的具体应用

节目共设有两名主持人、四位嘉宾和七个达人选手。我们先与分散在各个城市的嘉

	优 势	缺 陷
广播级短时延直播推流设备（4G背包类）	视频码率高，画面画质高，在1080P视频格式下最高码率可达10M，满足广播级播出要求。	部署条件苛刻，需专业技术人员操作，实现多方对话实时通讯功能成本高。延时相对较长。
民用视频会议级设备	普及率高，设备提供便利。操作简单，容易部署。方便实现多方对话实时通讯功能。通常端到端的延时可控制在200-400MS以内。	视频码率低，画面画质差，无法满足广播级播出要求。软件界面固化，不适合电视节目制作需要。

宾确认好录制环境的WiFi覆盖情况，选择无线信号最好的地方进行录制。测试网络速度时，我们推荐嘉宾使用网速测试大师APP。1080P其数据传输速率在4Mbps左右，所以我们要求现场网络最好使用100M以上的家庭网络为好。

因疫情阻断原因，我们选用嘉宾身边就有的摄录设备进行拍摄，如手机、iPad。同时采用都能在应用商店下载到的专业应用程序Live APP与我们后台RTMP接收服务器配套使用。为了能让嘉宾自己熟练操作这款应用程序，自主设置参数，我们还专门制作了一个操作指南，告诉手机端嘉宾如何配置参数。

接收服务器端，我们采用500M专线进行接入，做好内外网映射和其他相关设置即可。接收到手机推流信号后，解码出视频SDI信号，再通过光端机送至演播室录制。

通过网路测试，我们发现嘉宾1、5、6的网路情况较差，所以根据实际情况，调整了相关视频编码和延时参数，确保录制的流畅性。

录制时需注意的细节：

1. 由于视频推流耗电量非常大，而且录制时间较长，手机必需持续充电，以确保可以持续使用。同时充电占用了一个外接设备端口，所以通讯监听就必须使用专用耳机端口输出。如果没有端口，就只能使用蓝牙连接。

2. 由于手机直播中容易被外来电话打扰，导致直播中断，在直播前的设备调试阶段，一定要将手机设置为勿扰模式，防止信号中断。

3. 嘉宾的直播环境要尽量采用布景和补光，使画面更精致美观。

在这个非常时期，经过大家的通力合作，排除万难，从2月14日接到任务开始部署调试设备，到2月16日录制，仅用3天时间就顺利完成。这期《声临其境》虽然是疫期特别节目，但以其新颖录制形式吸引大量观众，收视成绩仍然高光，播出当天在全国网收视率0.58，份额3.87%；全国网城域收视率0.74，份额4.43%；节目收视在上星综合组稳居第一，可见其在目标人群中有着超强吸附力。

目前，湖南卫视正在大面积运用云录制方式进行节目生产，而且更加优化升级的云录制技术传输方案在不断更迭。我们对直播推流所遇到的情况也在进行不断优化。作为最广泛使用的RTMP协议由于推出时间过久，其劣势也不断体现：连接过程过长，无法提供带宽自适应等。我们开始使用基于UDT协议下的新一代开源直播传输协议SRT来进行云录制。其协议具有抗抖动、抗丢包、抗拥塞的优势。对新一代直播传输协议SRT探索，也将为节目远程制作、原始素材的云传输打开更广阔的应用之门。

我们正根据总局《广播电视台融合媒体互动技术平台白皮书》的技术规范，以先进、安全、高效、扩展为基础，按照广电+互联网的思想为指导，运用云架构来思维，融合全媒体触角与制作手法，为节目生产提供一个集全媒体内容采集、全媒体内容聚合、全媒体内容共享、数据分析整理管理及互动为一体的融合媒体互动内容生产平台。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑 / 慧琳

四城天台接力 无挑战不青春

——《青春万岁—五四接力大直播》技术浅析

段晴 曾小苗

春夏之交，百花怒放，万物生长。湖南卫视《青春万岁—五四接力大直播》登高望远，化天台为舞台，以城市夜空为背景，长沙、北京、上海、深圳四地接力直播。节目以“天台接力，声浪出击”为演唱主题，传承五四精神，传播青春能量，彰显青年担当。技术调度中心与覆盖传输中心各司其责、协同作战，将专业气质与匠人精神发挥到极致，圆满完成这次堪称“史上最为惊险”的直播任务。

一、四城天台接力，全面铺开技术网络

迅速敲定信号传输方案：主会场以12CH转播车为核心，分会场使用EFP转播系统，将PGM信号通过网络传输（主）、卫星传输（备）送回长沙主会场。播出信号以C波段卫星信号为主，KU波段卫星信号及光纤传输信号作备份。考虑到综合延时、信号稳定性、使用成本和各地设备调试情况，四地连线选择网络传输信号为主信号，卫星信号备份。

总体布局，全盘在握：技术项目负责人胸有成竹，统筹协调分会场的技术保障工作。中心安排张超、王子谦和聂恺分别驻守北京、深圳、上海三个分会场。除落实分会

场的技术方案外，还需全面统筹协调分会场技术工作，保证分会场信号安全顺利。

主会场雷暴雨、大风天气给设备防护带来一定难度；深圳分会场因高温导致部分设备运行不正常，通过不断调整最终恢复正常。

天台空间狭小，技术搭建工作受局限；所有灯光从地面搭起灯架，技术设备密度高；天台楼层高，加大了设备搬运、放线收线难度。

二、“意外”来挑战，“机智”以化险

形式临时变化。节目组根据现场情况临时改变节目内容和形式，加入了四地连线对话。因四个地方的声音交互，各地需要的内容各不相同，传输效率和可加解嵌的通路受设备影响，所以具体操作遇到很大困难。最后，在各个部门的通力配合下完成了播出链路的调整。

素材上载仓促，挑战直播极限。直播两小时前，音频老师发现刚送来的素材音频质量不过关、歌曲混音达不到播出要求。时间紧迫，他不得不在放带过程中紧绷神经以应对可能的突发状况。虚拟在线包素材上载不能及时，虚拟老师只能做好各种应急预案以保证直播安全。

设备也要“孩子气”，技术老师来纠错。通话腰包硬件故障、电兔子的P1摄像机输出画面底部1/3处有半透明蓝色带、在线包装板卡等问题给技术带来了“意外”挑战。凭借着丰富的经验，技术老师临时改装了一台对讲机车台与腰包基站做并联，并给摄像每人配备一台对讲机，解决通话问题；对电兔子冷静排查后，恢复出厂设置，解决了电兔子的故障；在线包板卡问题，而临时没有可调用设备，但凭借多年经验和双备份播控系统搭建，终于在完成节目组不断提出的新要求情况下，安全稳定保证节目中在线包装顺利实施。

三、技术当打，“新”意满满，亮点不断

5G网络超低延时，接力直播传输。得知北京、上海和长沙三地现场都有5G信号覆盖，覆盖传输中心灵活应对，将5G网络引入技术方案中，设计了两套网络传输系统。其中一套利用5G网路超低延时传输，更好实现了互动连线的流畅度，保障了信号的安全稳定。通过系统设置参数的不断优化和网络的充分保障，连线互动延时达到了800毫秒至1秒，满足了互动连线无缝切换的要求。

5G网络+云平台，保障多地素材传输。为确保节目效果，节目在彩排过程中的大量

素材需尽快传输回台内；同时台内后期的先导片VCR等资料因时间紧急，也非常希望能即时传输。为此，传输团队灵活应用5G网络、现有系统及AWS云平台，连夜为节目收录大量素材，自节目直播前确保VCR传输通道畅通。

新设备T2—Elite助力直播。根据节目制作习惯，为实现高效方便的文件化播放，技术调度中心督促招采部加紧完成新购买的T2—Elite播放设备的台里领用流程，及时将此设备投入直播。该设备的强大文件交互能力为放像工作助力。同时，联系维修部同事紧急维修好2台EVS备播。

在线包装系统潜力突出。此次在线包装系统优势再次凸显。在临时增加的口播插空镜环节，针对主持人即兴发挥的台词，在线包装可以做到灵活穿插配套空镜而不会增加导播的任何操作，精准应对不定因素的包装呈现。其优势是其他设备达不到的。虽然节目组不断增加要求，但我们将在在线包装的优势发挥得很好。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑 / 慧琳

湖南经视移动非编网在两会中的应用

徐建

两会直播是便民利民的好事，可以让人民群众从直播中悉知中央和地方政府的政策，以此成为了政府和群众中间的纽带和桥梁。而湖南经视作为一个老牌的地面频道，从事两会直播也有很多年，无论是省两会还是北京全国两会，每年均派团队在会场附近搭起演播室进行直播，使最新的两会信息更快地到达千家万户的电视荧幕上。在直播过程中，最重要的一个环节就是通过移动非编网迅速通过转播车将稿件信号传回广电，而移动非编网就是一个非常小的私有云网络，集采编播于一体，将记者外采回来的素材通过审稿、编辑、审片，继而将审片通过的成片快速送至转播车上的MSV播出服务器上播出。

一、系统的硬件架构

移动非编网由核心服务器、客户端、播出服务器、UPS及交换机组成。其中核心服务器我们使用DELL PowerEdge R720xd，这款服务器可以拥有多个盘位及网卡，可以提供大容量存储以及多个网络连接；客户端编辑机我们使用的是HPZ820，加装SOBEY公司的IO卡，同时外接SONY U2，完全满足外采素材进入系统；UPS则是使用的华为UPS，为了节省成本，UPS只为服务器提供安全保护；交换机我们采用的是H3C S5120系列三成交换机。

播出服务器使用的DELL服务器，加装SOBEY公司的IO卡；编辑区和转播车相距甚

远，之前用以太网网线相连，同时使用端口汇聚技术，保证两个地方数据传输能有足够的带宽，从而不影响播出文件及时送达到MSV播出服务器。

二、系统的软件

整个系统都是以HYPER-V为基础建立起来的，通过在核心服务器上安装HYPER-V，虚拟出两台服务器，安装核心的SOBEY编辑系统服务器端及环境，在其上分别运行SOBEY的文稿服务、入库服务、组件服务、网关服务等；同时安装有SOBEY自带的FIMAS文件存储管理系统的服务器端，为编辑机提供存储管理。

客户端则是安装SOBEY的FIMAS客户端连接核心服务器提供的存储，同时SOBEY编辑系统客户端及其环境。

播出服务器上则是安装SOBEY自己的MSV555播出系统，集采集播出于一身。

整个系统相当简单，但是功能却很齐整，能够有效完成制作播出任务。

另外，还可以利用转播车上MSV555服务器的采集功能，来做访谈节目的录制；利用转播车的镜头切换及多路视频输入，可以让访谈节目更有镜头感、细节感，还解决了摄像机挂带录制的繁琐问题；在录制结束后可以直接回传到核心服务器上，供编辑机编辑，比之以往还要通过摄像机磁带上载来编辑而言，要快捷省事得多。

三、系统运行流程

1. 素材采集

两会素材来源很多，有SONY XDCAM摄像机外采、SONY280 外采、央视DVCPRO磁带、网络收录、精彩宣传片或空镜等。

SONY XDCAM直接使用U2将素材通过SOBEY系统采集入库；SONY280则是将拍摄的SD卡内容拷贝到FIMAS盘阵中，利用SOBEY系统采集入库；央视DVCPRO磁带则是通过DVCPRO放机将视频信号通过BLACK MAGIC视频转换盒转换为高清信号（央视给的素材全为标清），然后再通过SOBEY的IO卡采集入库；有时候，央视素材没有送到，我们就先通过网络机顶盒或者是小米盒子将网上的两会视频信号率先收录，利用BLACK MAGIC视频转换高清信号，再通过SOBEY的IO卡采集入库，这样做的好处是可以事先挑选恰当的镜头，等央视无台标素材来了以后能快速编辑；抑或是在央视素材没来得及送到编辑区时，为了赶播出，直接使用网络采集来的信号播出，目的就是使观众们能第一时间获得第一手资料；而有些精彩的宣传片或者空镜头自身参数不符合SOBEY系统的格式要求，比如帧数、分辨率等，则需要通过转码后引用入库或者直接使用小米盒子播放再通过采集入库；这样一来，编辑就有丰富的素材来源，使得播出的画面更生动多样。

2. 编辑及审片

记者或者编辑使用SOBEY编辑系统编辑稿件，从建立串联单，到文稿提交，再到编辑，再到合成送审，与电视台流程完全一致。唯一和台内编辑不同的是，没有专门的合成机器做合成。记者自己使用机器完成合成后送审，领导审片通过后，播出素材就被送到转播车上的MSV555服务器上。

3. 稿件播出

我们通过MSV555软件调用当天的播出串联单，审片通过的稿最终才能够到达播出服务器上。我们可以很清楚地看到播出软件上，同时也会显示审片通过后正在传输的稿件。各个状态都很明晰，可以让导播清晰地选择播出哪条稿件，或者按串联单顺序播出以保证播出安全。

四、系统的备份

为了确保新闻栏目组能够及时的将稿件制作好，整个移动非编系统各个部分都有相当充分的应急预案。

素材采集方面，使用多台U2采集，保证素材能够及时采集入系统。同时非编工作站大部分都安装有SOBEY采集卡，在一台或者两台机器有问题的情况下，也不会影响到整个非编网的制作。由于是核心存储，所以上载的素材均在核心服务器上，哪怕是一台编辑机在编辑状态下出现故障，我们也能够马上启用另外一台机器恢复编辑，素材不会有损失。对于系统核心服务器和交换机这两个极难出问题的设备，我们采用的是冷备的方式进行备份，同时连接上UPS，保证断电情况下还能马上保存系统数据。播出方面，采用双MSV播出服务器做热备，可以在一台出现问题的情况下，由导播切换到另外一台服务器保证播出；而在最极端情况下，可能两台都出了问题，我们就会通过编辑区客户端下载蓝光盘，从而在转播车上通过蓝光盘播出。

这套系统于2012年开始用于环塔赛事直播，而后一直用于两会、党代会、沪洽周，至今已八年有余，以其稳定性和易用性一直力保经视直播完美完成。

（作者单位：湖南经视频道）

编辑 / 慧琳

关于影视文娱，5G能带来什么？

周雅

随着2020年5G的正式商用，媒体有望迎来“信息随心至，万物皆可及”的智媒时代。未来我们将进入数字化社会，万物感知、万物互联、万物智能。而5G就是我们进入数字化社会的通行证，它将全面改变我们的生活、工作和娱乐方式。下面就5G与影视结合的几个方面谈谈未来的发展。

5G与家庭生活

5G超高速率、超低延时、超大连接的特点，将促进智能家居与智慧城市的形成。于每个家庭而言，5G带来的万物互联可能性，将推动家庭娱乐中心的形成。超大流量促进超高清视频发展，而超高清与大屏的深度结合，会让追求极致画面效果和沉浸体验的用户选择大屏，大屏可能重新回归家庭娱乐生活。结合家庭物联网，沉浸感的体验不再局限于眼前屏幕，5G可以让观众与节目环境实时适配，达到沉浸式观看，也更容易实现观看环境与剧情的深度联动。在5G带动下，用户或将再次回归客厅，促成客厅经济的爆发。抢占客厅资源将是众多头部品牌的必然之举。

5G与超高清视频

英特尔《5G娱乐经济报告》称，未来10年5G将给全球传媒和娱乐产业带来1.3万亿美元的新营收机会。“5G将不可避免地颠覆传媒和娱乐产业前景。如果企业能够顺应5G潮流，它将成为一项极其重要的竞争资产。”5G的普及应用，将推动信息传播的加速变革，移动互联网应用业务将进

一步朝着视频流化的趋势发展。视频传输成本急剧下降，视频直播随时随地，加之传输速度大幅上升，下载上传顷刻而就，视频内容的采集、制作、播放将全面升级，带给用户更高端的体验。

4K、8K超高清视频内容将在网络端流行。

在2018年的韩国冬季体育赛事实时互动直播中，爱立信利用5G网络设备，实现包括提供运动员视角及现场多镜头画面间的实时切换，给观众带来了高清互动体验。“全景成像”可以让观众追随特定选手的脚步，而不是仅仅把画面锁定在领跑群体，或者受限于电视转播选择的角度。预计到2022年，5G将在奥运会中得到全面应用。德勤咨询发布的《5G重塑行业应用》系统化展望2022年冬奥会，称5G将应用于奥运转播、全景直播、VR沉浸式体验、礼宾、医疗救助、反恐安防等多场景，构建新的智能化、数字化奥运。

5G与互动视频

互动视频是游戏化的视频或视频化的游戏，是一种全新的视频形式。从内容表现形式来看，互动视频可有互动剧、互动游戏、互动综艺、互动动漫等主流方向。在互动剧中，观众可以自主选择剧情选项，主动参与并决定剧情走向和结局。国内多家视频网站也都纷纷布局互动视频，并联合推进互动视频行业标准的制定。目前，互动视频尚处于粗放型探索阶段，行业爆发仍需经历长时间积累，也有很多问题和技术瓶颈待解决，形式与内容的创新均需要进一步探索与发展。

5G与影视后期制作

电视剧的4K制作已经在行业逐步普及，如今电视剧主流拍摄是全4K制作。未来，因为5G的普及，影视节目的云制作成为可能，剪辑、特效、调色等环节都可在云端完成，极大提高工作效率。比如，在拍摄现场，通过DIT团队实时上传压缩文件到云端，剪辑师可以在世界任何一个地方剪好拍摄内容并同步提供给导演观看，导演可实时调整拍摄内容。借助云端的高效处理能力，甚至可实现用户需求的特别定制服务，把后期的平台常用软件放在云端处理，用户可以自己参与后期制作，远程进行特效和调色的制作。

5G与云游戏

云游戏是指游戏的流媒体化，即将游戏所需的算力、渲染等放在云端，而显示器、鼠标键盘等只担任输入指令、输出视频等作用，可以彻底解放终端和硬件束缚，使用户在任意地点用任意终端进行无需下载的在线游戏畅玩。依托5G技术，游戏行业有望迎来拐点，并重塑产业格局。5G高带宽、低时延等特性有望推动云游戏的发展与普及，云技术下的手机游戏ARPU有望大幅提升，云游戏将导致游戏产业蛋糕的重新分配。低延时对无人驾驶至关重要，许多危险系数高的沉浸式实体游戏，如实景场地越野汽车赛等挑战类游戏，随着5G的发展，会被众多游戏迷接受与喜欢。

5G与VR

5G与VR的结合，为各行业带来了巨大的想象空间，包括游戏、视频、教育、医疗等场景下的应用。未来，虚拟现实（VR）与增强现实（AR）可能彻底颠覆传统人机交互内容。VR/AR需要大量的数据传输、存储和计算功能，这些数据和计算密集型任务如果转移到云端，就能利

用云端服务器的数据存储和高速计算能力。5G网络高速率、低延时的特性，能为云VR/AR提供网络支持，大大改善云服务的访问速度。云VR/AR可大大降低设备成本，甚至以人人都能负担得起的价格。云VR/AR还可以应用于影视宣传，增强互动性，甚至提供比现场更强的增益体验。

VR可以说是5G业务应用的首选。可以说，5G是VR产业的引爆点之一。在这个领域，目前已经积累了一定的实践经验：央视第一次用5G网络对2019年春晚进行VR直播；山东两会实现全国首例5G+VR实时直播进两会；电影《家在若兰寺》实现VR在长视频领域的探索，VR电影被认为是电影界在内容制作领域的下一个未来。

VR与纪录片也具备某种天然的契合，二者都要求叙述的完整性、真实性。借助5G，VR纪录片真实感和临场感会有质的飞跃，甚至实现影像与物质世界的无缝对接。

5G与影视文创衍生消费

随着5G应用广泛融入社会，文化产品的数量与种类会日趋丰富，音乐、动漫、影视、游戏、演艺等业态的数字化程度将不断加深，可视化、交互性、沉浸式的数字创意产品和服务将不断涌现。

内容为王，不论在哪个时代，都是文化产业的核心竞争力。5G等新技术，会给内容生产带来新机遇，也会激发新供给、新消费。广播电视向5G物联网的延伸，结合人工智能的应用，可精准触达用户兴趣点，精准把握用户需求。基于大屏的回归，也基于5G带来的高互动性，家庭与消费物联网结合，通过内容联动用户需求，打通线上与线下，实现观众到用户的转化，以达成更高效的变现。

（作者单位：湖南金蜂音像出版社）

编辑/杨佩兴



芒果超媒首发社会责任报告和英文版年报

4月24日，芒果超媒发布2019年年度报告，并首次正式对外发布《2019年度芒果超媒社会责任报告》和英文版年度报告。报告中，芒果超媒结合企业、行业特色，充分展现公司履行社会责任的重要举措和各项成果。与此同时，芒果超媒首次发布英文版年度报告，此举不但满足了外资市场需求，更有利于优化公司投资结构，聚集优质海外投资，加速推进国际化传播进程。



《家在绿水青山间》 吴建辉创作（“庆祝新中国成立70周年”
湖南广电离退休老同志书画摄影展参展作品）