

潇湘声屏

2021年
01-02期
总第350期

湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）主管主办

湖南广播电视台荣获“全国脱贫攻坚先进集体”称号
建设主流新媒体集团 让党旗飘扬在冲锋路上

“自建航母”与“借船出海”
——“广电湘军”媒体融合观察

新春走基层



内部资料·免费交流
准印证号：(湘)刊(2020)167

封面图片：《“四海同春”2021全球华侨华人春节大联欢》2月12日(正月初一)晚在湖南卫视播出。晚会内容聚焦年味、侨味、中国味，展示了中国传统文化在海外的传承与发展。

《百炼成钢》《理想照耀中国》剧组分别成立临时党支部

1月31日，电视剧《理想照耀中国》在横店开机，成立临时党支部。当天，电视剧《百炼成钢》剧组也成立临时党支部。湖南省委常委、宣传部部长张宏森出席两项活动。



《百炼成钢》由湖南省委宣传部指导策划，采取组歌式故事结构，用“牺牲”诠释“淬炼”主题，通过“国际歌”“万里长征”“黄河在咆哮”“没有共产党就没有新中国”“最可爱的人”“歌唱祖国”“为希望祝酒”“年轻的朋友来相会”八个篇章，全景呈现党的百年革命史、创业史和奋斗史。全剧40集，拟于2021年6月下旬播出。

《理想照耀中国》为国家广电总局重点选题，以“中国精神”为坐标，选取有代表性的人物小故事，讲述党的初心使命，放射共产党人的理想光芒，深刻阐释“中国共产党为什么能”，展现新时代中国人民为实现中华民族伟大复兴中国梦不懈奋斗的精神风貌。全剧40集，拟于2021年5月上旬播出。



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
张华立

常务副主任
龚政文

副主任
贺砾辉 罗伟雄 冯锦 朱皓峰
谷良 徐蓉 丁诚 黄薇
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

责任编辑
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0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

2021年01-02期 / 总第350期

特载

04 建设主流媒体集团 让党旗飘扬在冲锋路上 / 张华立

“守正创新的党媒属性，矩阵传播的融合面貌，中台赋能的组织形态，全媒体时代的人才结构，链路完善的产品集群，前沿领先的应用技术，开放合作的运营生态”，这七大特征是主流新媒体集团的基本面貌。

湖南省电视艺术家协会第六次代表大会

09 湖南省电视艺术家协会召开第六次代表大会

10 为行业赋能，为未来导航 / 张华立

破晓2021

12 迎光，向着我们的黄金30年 / 龚政文 胡顺江 孙吉军

14 为什么在新年时刻，我们需要《破晓2021》？ / 喜力

破晓是出发，是希望，是对年轻人的陪伴，也是表达年轻人乃至中国的态度。这是一次大胆的媒介实验，一次创新的新年仪式探索，同时也是时代声音的自然传达。

脱贫攻坚

16 《江山如此多娇》深度展现脱贫攻坚剧的“根”与“魂” / 高星

作为一部主旋律作品，《江山如此多娇》在剧情内容、角色人物和艺术审美等方面表达独特、内容出彩。该剧引发年轻观众的情感共鸣和共振，或能够给脱贫攻坚题材文艺作品带来更多启迪与思考。

19 习近平精准扶贫思想的形象化阐释

——评大型电视专题片《从十八洞出发》 / 钟镇藩

目录CONTENTS

2021年01-02期 / 总第350期



湖南卫视《新春走基层·爱上芙蓉镇》带火古镇旅游。

学术研究

- 21 月活8亿，湖南卫视转型主流新媒体 / 浅度
月到达观众人数（月活）高达8.3亿人的湖南卫视，主动参与全媒竞争，转型成为主流新媒体。

新春走基层

- 26 深挖“不一样”效果“不一般”
——湖南卫视《新春走基层·爱上芙蓉镇》带火古镇旅游
节目集中展示了湘西地区的美丽景色、风土人情、多彩年俗和厚重文化。播出后激活了当地新春旅游市场。
- 28 湖南省州广电新春走基层
开启温暖陪伴 / 宋菲 伍时华 周鹏飞

媒体融合

- 30 “自建航母”与“借船出海”
——“广电湘军”媒体融合观察 / 罗正茂
在未来的媒体融合过程中，“广电湘军”可进一步融于光明大道、融于内容生态、融于视频基地、融于产业生态、融于体制机制。
- 36 金鹰卡通围绕亲子力 多层深耕 融媒纵横 / 罗岚
- 39 5G时代，欠发达地区市级广电的困局与破局 / 罗小华
知常明变者赢，守正创新者进。借助5G赋能，市级广电应当危中寻机、化危为机、抢占先机、创造商机，于困局中开新局。
- 42 壮大主流舆论 讲好永兴故事 / 邓信开



“青春如炽，破晓当歌”，2021年1月1日7:12，湖南卫视独辟早间直播，推出《破晓2021》，引发全民迎光许愿仪式。

业务探讨

- 44 《乘风破浪奔小康》：
生动小视频讲好小康大故事 / 郑长华
芒果TV围绕《乘风破浪奔小康》主题推出内容丰富形态多元的系列互动活动，用生动短视频讲好脱贫故事。
- 46 《怦然再心动》为熟龄女性征爱
传达对婚姻家庭的深层思考
《怦然再心动》将视角放到熟龄女性身上，不仅在立意诉求上具有现实意义，而且与当前市面上的女性题材节目形成了差异化竞争优势。
- 49 国际气象大海阔 行稳致远艳阳天 / 汤集安

- 51 钩沉千年文脉 化育时代新人 / 王晗
《千年学府 其命惟新》解读岳麓书院的时代价值
- 53 岳阳广电新媒体在“守护好一江碧水”中的作用和创新 / 张佑强
- 55 网感十足的“永州春晚”出圈走红 / 孙健

文艺长廊

- 57 念奴娇·春节 / 黄河清
- 58 卜算子·月湖早春行 / 向显锡
- 58 大兴安岭林海 / 史可夫
- 59 建党百年颂歌 / 任震宇

2月5日上午，以“融·新2021”为主题的湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）2020—2021年度总结表彰暨工作会议在长沙圣爵菲斯酒店举行。集团公司（台）党委书记、董事长张华立以《建设主流新媒体集团 让党旗飘扬在冲锋路上》为题作主题工作报告，从数字着眼，看湖南广电2020取得的成绩，并部署2021年九件大事。

建设主流新媒体集团 让党旗飘扬在冲锋路上

张华立

我们都从2020年走来，从新冠肺炎疫情的黑暗窒息中走来，从中国成就的光明闪耀中走来。处在“两个百年交汇”的时代节点，中国以经济总量突破百万亿的“了不起的增长”，向世界展示了强大的制度自信与道路自信。习近平总书记向所有中国人夸赞的“了不起”这三个字，也一定是每个湖南广电人2020年的年度词汇，因为它生动诠释了什么是热爱，什么是全力以赴，什么是逆流而上，什么是“虽千万人，吾往矣”……在这里，我先和大家分享一下我们的数字2020。

这一年，我们捧回全国抗击新冠肺炎疫情先进集体和全国脱贫攻坚奖组织创新奖两个重量级国家大奖，湖南卫视是唯一获奖的省级卫视，前所未有。我们斩获8个中国新闻奖、9个公益广告黄河奖、1个金鹰奖，获奖数量、内容品类再创历史新高。

这一年，湖南卫视以极大优势实现省级卫视7网收视与营收双第一，勇夺全屏传播频道冠军，一年推出14档创新节目，为历年

之最。芒果超媒超额完成业绩承诺，全年预计实现净利润19~20亿元，市值最高突破1600亿，牢牢站稳国有视频企业行业第一的地位。芒果TV闯入行业前三，有效会员数达到3613万，是行业唯一连续4年盈利的企业。地面频道利润同比增长562%，全部实现盈利。达晨财智管理资金规模350亿元，IPO上市突破100家。

这些滚烫的数字，还远远不是湖南广电的全部。

2020年9月，习近平总书记考察马栏山视频文创产业园，为文化产业发展指明了方向，让我们备受鼓舞。湖南广电直面经济下行压力和行业变革，在省委省政府、省委宣传部的坚强领导下，提出“建设主流新媒体集团”的全新战略构想，化育新机，敢闯新路，迎来了崭新的发展阶段。

这一年，我们党建引领，培根铸魂。我们不断提高政治判断力、政治领悟力和政治执行力，强化党的领导，坚持正确的政治方向和舆论导向，坚持政治家办媒体，严格落

实党建和意识形态责任制，以充满创意的党建活动抓实学习教育，以“废留立改”工作建立健全各项制度，以“三大专项整治”为抓手，全面从严治党向纵深推进，将廉政风险防控融入生产经营各环节、选人用人全流程、权力运行全过程，形成了风清气正的良好政治生态。

这一年，我们主流宣传，声量更大。党媒姓党，绝对忠诚。我们始终把习近平新时代中国特色社会主义思想宣传摆在突出位置，连续7天推出《牢记嘱托 砥砺奋进》新闻专栏，宣传贯彻习近平总书记考察湖南重要讲话精神，头条建设出新意。我们始终致力于宣传业务创新，全集团宣传业务获中宣部、广电总局表扬107次，在央视上稿1019条、央广上稿91条，均创历年最好成绩。我们始终创新思维服务国之大大者、省之大局。当新冠疫情汹涌来袭，湖南卫视快速反应，以《元宵一家亲》晚会、系列“云综艺”、抗疫短视频等多维产品，实现融合传播最大效应；广播激活大喇叭播出终端，打通农村防疫宣传最后一公里；两会创新“云采编”，实现报道的出新出彩。当脱贫攻坚进入决胜阶段，我们推出芒果扶贫云超市，构建“主流媒体+电商”公益助农平台，携手“天天兄弟”打造湖南卫视直播晚会，卖空15县农产品，培训6000多名直播新农人，跨屏带货近30亿元；当青年文化需要引领，我们创作了《战旗美如画》《为和平而来》《千年学府 其命惟新》等一系列芒果新闻大片，以一流传播效应创造一流社会效益。

这一年，我们精品创作，布局更佳。

我们以主题作品激活了文艺创作基因密码，从现实主义题材的脱贫攻坚“三部曲”《从十八洞村出发》《大地颂歌》《江山如此多娇》到纪录片《中国》，触摸到了主题宣传的崭新高度，是内容创新的重大探索，是融合传播的经典案例。我们用多矩阵布局构建影视全产业链，新闻专题《云端扶贫路》，纪录片《中国出了个毛泽东》，综艺节目《向往的生活》《舞蹈风暴》，电视剧《巡回检查组》《以家人之名》《装台》《隐秘而伟大》，电影《半条棉被》、动漫《23号牛乃唐》等，都是我们致力于拓展的品类。

这一年，我们融合升级，阵地更强。我们以机制创新加速平台深度融合，坚定启动了“芒果季风计划”、双平台内容定制机制，重构芒果影视剧与综艺生产体系；湖南卫视商业运营中心与天娱广告合并运营，面向全媒体市场主动出击。我们以品牌内容升级融合爆款，《乘风破浪的姐姐》成为引领潮流的现象级创新；青春芒果夜、跨年演唱会、《破晓2021》交相辉映，锻造融媒精品。2020年网络视听行业TOP优质综艺中，芒果TV贡献份额超50%。双平台优质内容牢牢捍卫了湖南卫视省级第一的地位，推动了芒果TV会员规模持续扩大。芒果超媒入列全国文化企业30强，芒果TV位列中国互联网企业前二十。我们以产品创新谋建互联网产业集群，这一年，我们大胆跑进新赛道，用三个月时间推出了“小芒电商”，体现了小步快跑、夜以继日的互联网创业精神。5G智慧电台，以超强战斗力实现全国27个省市280频的装机上线，新的商业模式正在养成。

这一年，我们管理赋能，治理更优。我们扎实开展厉行勤俭节约“百日行动”，加强预决算管理，完善双效考核机制，形成了勤俭办事的长效机制和良好氛围。各地面频道依靠较强的成本控制和业务拓展，打破传统媒体断崖式下滑的魔咒。我们启动了中台信息化建设，搭建了十几个专业信息化管理系统，已具备数字中台的雏形。我们大力推进各项改革工作落实落地，完成81家公司的注销，压减落后产能，化解了经营风险；电广传媒积极参与国网整合，推动解决事业编人员分流安置难题。我们义无反顾承担社会责任，是湖南省纳税百强企业，帮助东冲河村、枣子喇叭脱贫摘帽，芒果V基金募集3400万元支持抗疫。我们用精品活动彰显广电湘军品牌，湖南电视50周年纪念活动、第13届金鹰节办得有声有色，凝聚了人心，鼓舞了士气。

这一年，我们开放生态，机制更新。我们资本运营自主可控，在牢牢把握国有控股地位的前提下，引进战投，反哺主业，持续增强湖南广电的造血功能；达晨财智深耕投资主业，年度挂牌上市数量、IPO过会与申报数量均创历史新高。我们技术敏捷抢占风口，5G高新视频多场景应用国家广电总局重点实验室落户湖南广电，全国第一家4K超高清新闻演播室正式投入使用；我们与中国移动、华为等科技公司开展战略合作，围绕新技术展开研究，培养科技人才，马栏山上呈现蒸蒸日上的技术创新生态。我们人才动能全面激活，湖南卫视和芒果TV双平台44个节目制作工作室与团队、27个影视剧制作工作

室与团队，这支日渐壮大的队伍，是我们最优质的资产，是我们保持长视频战略核心竞争力的源泉！工作室越办越活，双人才晋升通道全面打开，创新“飙计划”“芒果青年说”持续发酵；潇影紧随其后，新设艺术委员会、剧本中心和6个导演工作室，呈现新气象。面向互联网生态的超级接口已经打开，一个集人才、内容、技术、平台、资本为一体的芒果开放型生态大模样已然形成。

点滴成绩，汇聚成磅礴洪流，让我们从胜利走向胜利。然而，在繁盛和荣光之下，我们要始终保持清醒的头脑和战略定力。那么，我们该如何审视今天的湖南广电，我们还有哪些潜藏的风险与危机？

从外部环境来看，新冠疫情蔓延加剧世界格局演变，国际环境日趋复杂，新一轮科技浪潮瞬息万变，产业调整力度加剧，意识形态工作面临严峻挑战：一方面，长短视频战争，胶着、惨烈。另一方面，传统媒体集体焦虑，创新乏力，陷入全面性困局。

从内部发展来看，我们需要着力防范化解三大风险：一是防范传统媒体出现拐点后的经营风险。二是防范新媒体业务扩张带来的发展风险。三是防范几轮改革久拖未决的遗留问题风险。

2021年必将不平凡，是建党百年的大庆之年，是“十四五”规划开局之年，是大力实施“三高四新”战略、奋力建设现代化新湖南的关键起步之年，身处重要战略机遇期，我们深感使命重大。这一次，我们“求变”的决心更加急迫，我们“求新”的姿态更加从容，我们要向着媒体融合芒果模式的

2.0版全新进发！向着建设主流新媒体集团的目标全新进发！向着抒写建设社会主义文化强国的芒果答卷全新进发！

这个新的意义在于，我们不被传统媒体所定义，我们需要迅速迭代为真正的新媒体；我们也不被价值泛泛的新媒体所定义，我们是具有党媒属性和市场影响力双重属性的主流新媒体；我们不被芒果超媒这一个新媒体平台所定义，我们湖南广电是整体组织形态、企业文化、生态价值都要实现互联网化重构的主流新媒体集团！

“守正创新的党媒属性，矩阵传播的融合面貌，中台赋能的组织形态，全媒体时代的人才结构，链路完善的产品集群，前沿领先的应用技术，开放合作的运营生态”，这七大特征是主流新媒体集团的基本面貌，我们已有了坚固的基础。如今，建设主流新媒体集团的战略目标将被写入湖南广电十四五规划，以此为起点，我们将全面参与互联网市场的正面竞争，新组织、新内容、新业态、新系统、新技术、新激励，都要在2021年结出绚丽的果实。要实现这种蜕变，2021年要实实在在办成九件大事！23家单位的双效考核要坚决落实到位！集团整体营收要实现10%以上的增长！

第一件大事：打造具有芒果特色的党建品牌。不断筑牢坚持党的领导这一“根”与“魂”，牢牢绷紧落实意识形态责任制这根弦。以建党百年为结合点，发挥党史教育创意优势，让全体党员的灵魂得到全面滋润和洗礼；进一步升华“支部建在团队上”，

让党旗飘扬在冲锋路上。让党建引领业务创新，培养一支真正的先锋队伍，让芒果基层党组织的作用熠熠生辉；以廉政风险防控预警系统建设为契机，让全面从严治党有迹可循、有规可依，充分展示湖南广电旗帜鲜明的主流新媒体集团的良好形象。以党建引领主流新媒体集团的组织建设，快速搭建“一云多屏多元一体”的数字化组织形态。通过数据仓库建设，真正实现企业管控与运营的全面集成，让每一个员工创造的价值都可以实现数据化共享。

第二件大事：全面奏响建党百年主题交响乐。建党百年，躬逢盛事。我们把庆祝建党100周年主题宣传、主题创作和系列活动作为一号工程，拿出看家本领，全力以赴创制精品，制作好电影《第一师范》、电视剧《百炼成钢》《理想照耀中国》、大型电视晚会《百年正青春》、微专题片《百炼成钢·党史上的今天》、电视理论片《人民的选择》、纪录片《中国2》《中国出了个毛泽东·换了人间》《风华正茂百年青》、主题节目《闪光的记忆》、主题综艺节目《28岁的你》等重点项目，要强化责任担当，敢于打头炮、抢头筹！打造一批融媒高峰作品，让青春气质融入主流价值表达，使百年辉煌党史与当代青年形成密切沟通，让湖南广电的主流价值进一步升华。

第三件大事：建立独一无二的湖南卫视、芒果TV双平台内容定制体系。

第四件大事：升级打造省内领先、全国独特的资讯APP。

第五件大事：做成内容独特、商品独特、运营独特的小芒电商。2021年，只要你用心投入，就一定能在芒果生态中找到定位、发挥价值！

第六件大事：大力实施潇影重振计划。

第七件大事：推动电广传媒转型升级，打造省内最大的文旅投资平台。

第八件大事：实施适应主流新媒体集团的芒果新人才计划。一定要让更多一线年轻人拥有幸福感与获得感，让你们从心底以身为芒果人而骄傲！

第九件大事：掌握一批自主创新的核心技术，全力夯实芒果新技术、新基建。

九件大事！久久为功！都要有责任主体，要有具体举措，要能落实落地，要在来年经得起总结和检阅。

2021，新的征程已经开启，辽阔的新时

代宛如一幅长轴画卷，已经在我们面前徐徐展开。我们要以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领，在省委省政府、省委宣传部的坚强领导下，牢记初心与使命，怀抱美好和热爱，让红旗飘扬在冲锋路上，为建设主流新媒体集团的芒果梦不懈奋斗！

蒹葭苍苍，道阻且长；征途漫漫，唯有奋斗！

让我们大声地告诉自己，也告诉你的伙伴：我们芒果人就是如此特别，我们是一群志同道合的人，我们在干与众不同的事！

【作者系湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）党委书记、董事长，芒果超媒股份有限公司党委书记、董事长】

（供稿：湖南广播电视台办公室）

湖南广播电视台荣获“全国脱贫攻坚先进集体”称号



2月25日，全国脱贫攻坚总结表彰大会在北京人民大会堂隆重举行。大会对全国脱贫攻坚先进个人、先进集体进行了表彰。湖南广播电视台荣获“全国脱贫攻坚先进集体”称号。



湖南省电视艺术家协会召开第六次代表大会

1月19日，湖南省电视艺术家协会第六次代表大会在长沙召开。湖南省委宣传部副部长、省文明办主任肖凌之，省文联主席、省书法家协会主席鄢福初，第十三届全国政协委员、中视协第六届副主席、省政府参事、省视协第五届理事会主席吕焕斌，湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）党委书记、董事长张华立，集团公司（台）党委副书记、总经理、台长、总编辑龚政文，省文联党组成员、副主席唐贵平，省广电局党组副书记、副局长毛良才，集团公司（台）党委委员、副总经理、副台长冯锦、丁诚出席。

大会全体代表认真学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 习近平总书记关于文艺工作的重要论述，总结了过去6年省视协工作，审议并通过了省视协第五届理事会主席吕焕斌代表第五届主席团所作的工作报告和新修改的《湖南省电视艺术家协会章程》。

大会以投票方式选举产生了省视协第六届理事会和主席团。张华立当选新一届理事会主席，丁诚、王成刚、汪涵、宋宇、周雄、郑坚、赵丹阳、彭祝斌、蔡怀军、谭昕当选为副主席，周雄任秘书长。

编辑/刘凌

为行业赋能，为未来导航

张华立

岁末年初，大家都在挑选年度关键词，有一个流行热词叫“乘风破浪”，这是湖南电视艺术工作者推红的，这也是省视协同志们的光荣。今天，在中国视协、湖南省委宣传部、省文联的指导支持下，经过全体代表共同努力，湖南省电视艺术家协会第六次会员代表大会已经圆满完成了各项议程，即将胜利闭幕，我想，在2021年的开端，湖南省视协承接了“乘风破浪”的新起点，也充满了创造2021年热词“百炼成钢”的新期待。在这里，我代表湖南省电视艺术家协会新一届理事会和主席团，对上一届理事会焕斌主席及各位同仁所作出的成绩和付出的努力，表示崇高的敬意！向与会代表、广大电视艺术工作者，以及关心湖南电视艺术事业的各界人士表示衷心的感谢！感谢大家对我们的信任和支持！

各位代表，同志们，在全国上下深入贯彻党的十九届五中全会精神、即将开启全面建设社会主义现代化国家新征程的重要历史时刻，在我省加快建设文化强省、大力实施“三高四新”战略奋力建设现代化新湖南的重要时代区间，湖南电视艺术事业舞台广阔、前景无限，湖南电视艺术工作者大有可为，也将大有作为。省视协将一如既往地做好服务工作，为电视台服好务，为电视艺术家服好务，为社会电视节目制作团体服好务。对于如何更好地推动我省电视艺术繁荣发展，我谈几点想法，跟大家分享。

第一、政治立魂，争当主流价值的传播者。旗帜就是方向。习近平新时代中国特色社会主义思想是全党全国人民的思想之旗和精神之魂，是

必须长期坚持的指导思想。面对“中华民族伟大复兴战略全局”与“世界百年未有之大变局”，站在实现“两个一百年”奋斗目标的历史交汇点上，我们更应该自觉坚持和贯彻党的领导，要更加深入学习、领会践行习近平总书记关于文艺工作的重要论述，认真把握落实中央和省委对文化产业的新部署新要求，坚持以人民为中心的创作导向，大力弘扬社会主义核心价值观，坚持把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益的统一，团结引导广大文艺工作者举思想之旗、立精神支柱、建精神家园。初心笃定，远见才会清澈。省视协今后将充分发挥独特优势，通过组织开展马克思主义文艺观学习等主题教育活动，进一步强化理论武装和思想引领，主动服务党和政府工作大局。

第二、精品立世，争当伟大时代的讴歌者。

创作是我们的中心任务，精品是我们的永恒追求。洞庭波涌连天雪，长岛人歌动地诗。湖南文源深、文脉广、文气足，有培植经典的沃土，有创造佳作的底气。近年来，在改革开放40周年、新中国成立70周年等重大时间节点，在“战贫”“战疫”这两项全局性的重大工作中，大家倾情投入、尽锐出征、潜心创作，推出了许多感人至深的作品，让人深受感染和鼓舞，构成了一个时代的记忆和标识。即将迎来建党100周年、党的二十大、毛泽东诞辰130周年等重要时间节点，我们要紧扣主题主线，推出更多有湘味的经典之作、扛鼎之作、传世之作，不仅如“工笔画”描摹新时代湖南蓬勃发展的万千气象，而且要“大

写意”擘画整个中华民族奋勇前行的宏伟蓝图，支撑起电视湘军的硬核实力。匠心深厚，磨砺才可成锋。为此，省视协将在精心组织好中国电视金鹰奖评选、办好中国金鹰电视艺术节等重大活动的基础上，进一步抓好重点作品的选题谋划和创作，加大对现实题材作品的扶持力度，推动我省文艺创作从“高原”迈向“高峰”。

第三、融合立业，争当创新发展的探索者。

媒体深度融合已写入“十四五”规划建议。于电视湘军而言，历经光与电、数与网，我们的队伍扛起了革故鼎新的发展大旗，在内容创制、平台再造、台网联动、受众运营、生态圈建设等方面不断突破，让当前的电视已不再是单纯的电视，让传统电视人也正在向全媒体基因的内容制作人迭代。媒体融合的芒果模式，为广电系统传统电视媒体转型提供了一种可资借鉴和参考的范式。湖南电视人向来敢闯敢试，雄心浩荡，步履才能铿锵。我们要更加积极地拥抱智媒时代，学会运用新技术、新业态、新渠道，打造长、中、短视频良性生态循环，将更多更好的内容抵达受众、服务受众，引领智慧生活，传播先进文化，弘扬核心价值。在依托电视台开展工作的同时，省视协也要加快提升协会驾驭新媒体技术的能力，推动融媒体内容产品评选推优，为电视和网络视听艺术发展营造生态。

第四、人才立本，争当黄金资源的培育者。

电视湘军本身就是一块金字招牌。市场一度将马栏山比喻成电视人的“黄埔军校”。从湖南走向市场、走向全国的电视人不在少数，但电视湘军始终以勇猛精进的内生力，占领内容高地。电视艺术事业的薪火相传、繁荣发展，离不开一代又一代电视艺术工作者传帮带扶、言传身教。我们要继承和光大这份生生不息的精神谱系，通过探索机制创新，坚持“不拘一格降人才”，引进、

培养和造就一批电视专业人才，不断优化人才结构，推动内容生产用心、用情、用力。省视协也将大力实施电视人才培养计划，努力给有潜力、有钻劲、有想法、有恒心的电视人特别是年轻人搭建舞台，引领广大电视工作者坚定文化自信、坚守艺术理想。发心诚挚，未来才会可期。

习近平总书记指出，“文艺事业是党和人民的重要事业，文艺战线是党和人民的重要战线”，“新形势下，文联、作协要深化改革、加强引领、加强联络、增强本领、加强沟通，把文艺战线的力量发动起来。”作为党和政府联系电视艺术界的桥梁和纽带，湖南省视协将继续深入贯彻落实党的文艺方针政策，按照省委省政府关于群团改革的统一部署，深入推进协会改革，不断增强政治性、先进性、群众性。要把握好视协组织在新形势下的工作定位，认真履行团结引导、联络协调、服务管理、自律维权等职能，创新组织形式，拓宽服务渠道，延伸联系手臂，不断增强影响力、号召力和凝聚力，把广大电视艺术工作者紧紧团结在党的周围，为我省电视艺术事业发展创造更为有利的环境条件，真正把电视艺术家协会建设成为温暖和美的电视艺术者之家。

回望电视，自1925年诞生以来，从内容到形式，经历无数次改变，它依然是当下最为主流的艺术样式。面向未来，体验时间的厚度，觉知生命的韧性，我们用如椽之笔、用丰富镜头、用多彩内容，为时代放歌、为人民抒怀、为行业赋能、为未来导航，不断攀登新的艺术高峰。黄金时代就在我们面前，宛如一幅长轴画卷徐徐展开！穿过凛冽冬日，便是百花齐放的春天！

【作者系湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）党委书记、董事长，芒果超媒股份有限公司党委书记、董事长】

迎光，向着我们的黄金30年

龚政文 胡顺江 孙吉军

2021年1月1日7:12，湖南卫视首开早间直播时段，创新推出《破晓2021》直播节目。这是结合“破晓”自然现象、基于海边生态环境进行文艺创作的新年主题活动。演讲秀《迎光，向着我们的黄金30年》立足于2021年第一天清晨这个特殊时间点，从当代年轻人角度，以最具态度、最具力量的语言向时代发声，向世界发声，实现了一次从2020到2021年集体国民情绪的表达。



这是2021年元旦，这是一个崭新的早晨。

此刻，辽阔的神州大地，旭日东升，光芒万丈。新的一天来临了，新的阶段开始了，新的百年奋斗目标开启了。

此刻，我们想起梁启超先生1900年写的一段话：“红日初升，其道大光。河出伏流，一泻汪洋。……美哉我少年中国，与天不老！壮哉我中国少年，与国无疆！”

此刻，我们想起伟人毛泽东1949年发出的豪迈预言：“中国的命运一经操在人民自己的手里，中国就将如太阳升起在东方那样，以自己的辉煌的光焰普照大地。”

日月轮回，时节如流。东升西降的太阳，也照见过2020年的四季。

这一年，很多人都有过焦虑。突如其来的疫情，打乱了人们习以为常的节奏，冲击着大众的神经。原来一切并非理所当然，美好有可能戛然而止。经济的一度停摆，让大家的生活过得不太容易。许多人遭遇了最难毕业季、最难求职季。许多人自嘲是“打工人”。

这一年，我们多少有些无奈。世界变得更加光怪陆离，某些人的言行让人大跌眼镜。别人的世界我们不懂，但不断被恶意招惹的感觉并不愉快。“把戏不可久玩”，把戏面前，我们学会了见怪不怪、见招拆招。

这一年，更多的人为自己生在“种花家”而骄傲。抗疫我们是模范生，经济最早复苏，来了一个漂亮的V型反转；脱贫攻坚走完最后一公里；嫦娥五号九天揽月，带着宝藏翩然回家。疫情之后，熙熙攘攘的人流，一刻不停的物流，在自己的国度自由地呼吸、出行、购物、游玩、聚会……这样的景象惊起“哇”声一片。

当然，病毒是魔鬼，我们不能让它再次肆虐。

“没有一个冬天不会过去，没有一个春天不会来临。”这是我们笃定的信念。

“那些打不死我们的，终将让我们更加强大。”这是我们多么深刻的领悟。

“我怎么这么好看，这么好看怎么办？”



这是我们并不盲目的自信。今天，中国更好看了，中国的男孩女孩更好看了，中国人更自信更从容了。

“一切过往，皆为序章。”此刻，太阳已经升起，这是2021年的第一缕阳光，这是未来5年的第一缕阳光，这也是未来30年的第一缕阳光。而未来30年，将是中国新的黄金30年，也是每一个中国青年的黄金30年。

未来30年，我们将通过一个又一个5年奋斗，到2035年基本实现社会主义现代化，到本世纪中叶建成社会主义现代化强国，实现一个古老民族的伟大复兴。而那时，大多数今天的青年，都将不到60岁。

习近平主席在2021年新年贺词中说：胸怀千秋伟业，恰是百年风华。征途漫漫，惟有奋斗。

太阳冉冉升起，天空一片澄明。2021年的阳光，已经照亮了我们。最青春的我们，早上八九点钟的我们，天生轻盈，生而有翼；生而有翼，何须匍匐。所以，迎着阳光展翅飞翔

吧，飞向那大海之上，飞向那雪山之巅。

我们来了，以8090后之名，以Z世代之名。疫情加速了我们的成长，越出国，越爱国；越年轻，越责任。我们是打工人，也是追梦人。路很苦，也曾犹豫痛哭；路太长，也曾午夜彷徨。

但我们相信，只要胸有朝阳，常年饮冰，难凉热血；十年蛰伏，一飞冲天。

我们是难以定义的一代，我们也是无限可能的一代。我们将自己定义自己，和所有人一起用奋斗来定义这个国家，定义我们的未来。

2021年滚烫的太阳已经升起，正在海平面上烙印出一个闪亮的惊叹号：黄金时代，不在我们身后，而在我们面前。

【龚政文系湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）党委副书记、总经理、台长、总编辑；胡顺江系集团（台）新闻中心制片人；孙吉军系湖南卫视节目制作中心副主任。】

为什么在新年时刻， 我们需要《破晓2021》？

喜力

当各大平台争相竞争着跨年的深夜时刻，湖南卫视的一档节目却另辟蹊径，在一片狂欢的喧闹中，以简单和纯净，在2021年第一个日出之时直击人心。

《破晓2021》开始于2021年1月1日的7点12分，在这个时间，这场直播，与其说是对年轻人的激励，不如说是对年轻人的一场陪伴，是在表达年轻人乃至中国的态度。它是一档跨年仪式新物种，同时也是顺应时代变化和社会情绪而生的必然产物。在社交媒体上，节目相关话题全网阅读量超过1亿。《破晓2021》联合多个重点合作平台同步进行直播，直播期间实时在线人数及相关点播突破300万。媒体和网友的热切关注与讨论，为《破晓2021》添上了一层浓烈的仪式色彩。

不取悦、只真挚

与日同升的仪式展开当代青年的朝阳面

媒介产品的选择能够反映出用户的特征。节目用娱乐争夺年轻观众并带来丰富的休闲项目，却也窄化了当代年轻人的形象。除热闹生活，这一代年轻人也有严肃、积极、刚强、责任的一面。

《破晓2021》是一档为当代年轻人发声的仪式。诚然，年轻人熬得了最深的夜，但他们也经常能够看到凌晨四点钟的城市，只争朝夕地奋斗。节目展示年轻一代群像，描述年轻人真实的奋斗，粉店老板、外卖小哥、快车司

机、博士生、消防员……他们都是年轻人，都拥有自己的梦想，和为梦想不断打拼的坚韧。从他们身上既能看到普通人的酸甜苦辣，也能看到希望冲破定义、追寻无限可能的魄力；还能看到这一代年轻人的成绩——在抗疫一线中30%是90后。

《破晓2021》是一场年轻人的表达，用破晓诉说自己的态度和梦想。相较于询问新的一年是否会更好，他们更善于用自己的行动为问题带来答案。这一代“种花家”的年轻人，成长于祖国昌盛时期，他们十分自信，敢于宣扬自己的态度，也敢于迎接困难的挑战。

“破晓青年说”的环节，邀请了曾研发国产大飞机的工程师石海林，现在他又投入到制造芯片的科研攻坚中，总是在祖国最需要的科研前线上奋战。西北工业大学博士段逊亲历嫦娥五号“绕落回”全过程，现在成为了探索火星的重要力量。哈尔滨工业大学紫丁香学生微纳卫星团队的黄家和，想要把中国的卫星送到更远的星辰大海。以及20岁的袁塑钦希望推动仿生步行系统的发展。这些80后、90后，甚至是Z世代，带着强烈的家国情怀，甚至心系人类的发展。他们拥有自信和与之匹配的实力，能够鼓舞并引导年轻人多维发展。

三十余分钟的直播透露出一种真挚，因为都是来源于年轻一代的真实心理，同时还原出更加立体、本真的青年形象。这是当代年轻人的风采，也是鲜少被媒介聚焦的一面。《破晓

2021》给予青年一次正名的机会，这是当年青年面对未来的一次破晓态度，也是他们向大众展示实力、魄力和魅力的一次破晓。

不喧闹、只浪漫

极致的视听追求拉开当代年轻人理想情怀卷轴

跨年夜的晚会，是声光电的比拼，是热闹的视觉之旅。但是《破晓2021》的视觉却极为克制，基本以蓝天、沙滩、海浪为主要视觉呈现，辅之以蓝白黑等简单用色和淡然的色彩，让2021的清晨非常清新。

破晓之时并不浓烈，但却孕育着强大的力量，节目视觉也配合这一理念：用天然去雕饰的舞美，呈现浪漫诗意的视觉，象征着当代年轻人的精神面貌——在追寻理想路途中的干净与澄澈，出淤泥而不染，少有世俗的杂念。

《破晓2021》在自然的背景中放置了一个V型镜面艺术装置作为主视觉。银色在自然中抢眼却不违和，像是一道锋芒。V型的设计像是一艘即将划破海浪的船舰，年轻人要搭乘着它直挂云帆、破晓而航。同时V也取胜利（Victory）之意，是对新一年的愿景，也是为每一个在梦想之路上努力前行的中国人喝彩。

在节目设置层面，没有浮夸的表演，只有简单雅致的旋律。开场《微光》中厦门六中合唱团清新的女声，配合着海南大学交响乐团带来的弦乐，很有治愈功能。《微光海洋》中钱正昊与蔡程昱用两架白色的三角钢琴带来与海浪琴瑟和鸣的和谐曲调，两人连同李振宁在海风中简简单单地用歌曲诉说心声。

《破晓2021》展示着一种简单的美，也是当代年轻人最动人的力量。在跨年晚会以绚烂吸引人时，选择以清澈动人，像是一份纯粹的理想之声。它以一个真实的故事、一句句砥砺人心的话语激发勇气、热情和思考。

不煽情、只鼓舞

新年仪式新物种见证当代年轻人步履不停

跨年晚会竞争白热化之时，湖南卫视一个轻巧的视角转换，创造了一种全新的新年仪式。跨年晚会是狂欢，是休憩。破晓是出发，是希望。跨年晚会的舞台属于明星，破晓的舞台属于每一个普通人，每一个当代的年轻人。

这档节目首次开拓了早间直播时段，但是因为对于节目内涵的准确把握和深刻理解，早间时间非但不是节目流行的阻碍，反而成为了成功的必备条件。整个节目中，影调从暗到明，画面中充满了向上的力量。天空一步步破晓，是一种蓄势待发；也正如新年再出发的旅程，离开上一年的阴霾与失败，继续以赤诚之心面对征程。整个节目是一场人与自然融合的行为艺术，让新年、破晓这些源于时间、源于自然的概念，真正与人类行为互动，带给人们能量，形成全新的记忆仪式。

这是湖南卫视又一次践行主流媒体责任的实践。2020年人们有着许多特殊的情绪，疫情来袭、国际形势的变幻，都或多或少为每个人带来影响和挑战，在这样的背景下推出《破晓2021》，是用真实的声音和故事传递着一种面对困难的坚定自信。袁隆平、景海鹏、范曾等长辈为《破晓2021》题字，与年轻人交相呼应，形成数代人共同乘风破浪的中国力量。

《破晓2021》是一次大胆的媒介实验，一次创新的新年仪式探索，同时也是时代声音的自然传达。在这档节目里，能看到当代年轻人、当代中国的自信与勇敢、智慧与节制、韧性与包容。它的创新不源于外在技术加持，而源于对时代的深刻洞察、对观众的透彻理解，它也为节目创新带来了全新的思考方向。

（作者单位：看电视）

编辑/杨佩兴

《江山如此多娇》 深度展现脱贫攻坚剧的“根”与“魂”

高星

脱贫攻坚题材电视剧《江山如此多娇》由湖南省委宣传部指导，湖南省广播电视局和湖南广播影视集团旗下湖南卫视、芒果超媒、芒果TV、天娱传媒联合出品，于1月10日登陆湖南卫视金鹰独播剧场、芒果TV全网独播。作为“理想照耀中国——国家广电总局庆祝中国共产党成立100周年电视剧展播”重点剧目，该剧以青年视角展现脱贫攻坚伟大事业，成为2021年脱贫攻坚题材作品中的一抹亮色。

一、耐人寻味的“如此多娇”

与同类脱贫攻坚题材作品相比，电视剧《江山如此多娇》的独特之处在于：通过湘西故事，真正挖掘并阐释出“扶贫先扶志”这一脱贫攻坚事业的核心与本质；通过描绘青年人在扶贫工作中的理想主义信念和责任担当，紧紧抓住脱贫攻坚题材创作的精神内核；通过呈现贫困村百姓的淳朴团结和对美好生活的向往，体现出以人民为中心的创作导向，这些都让这部作品具有了“根”和“魂”。

从剧名来看，《江山如此多娇》颇具诗意，突出了历史与精神内涵的“传承”。从当年党带领人民艰苦卓绝打下红色江山，到如今深入践行绿水青山就是金山银山这一理念；从剧中“脱贫二代”濮泉生继承父亲濮家巷的遗志，以及一代又一代的党员干部扎根贫困村，记下厚厚六大本扶贫日记，立下“不脱贫、不

离开”的誓言，其志未改、其魂依旧。正如第10集中，碗米溪村全体村民为了让临时返回工作岗位的扶贫干部沙鸥拍摄夜景“全家福”，每家每户点起了篝火，连懒汉“麻迷糊”也用打火机点亮微弱夜色。那一团团火焰宛若星星之火，也汇聚成脱贫攻坚的燎原之光。

《江山如此多娇》主要讲述的是湖南省澧水市庸城县坐龙滩镇碗米溪村的脱贫故事，却没有仅仅局限于一地一事。而是通过碗米溪村这一小切口，借由高度浓缩提炼的脱贫故事，全面、真实、典型化反映我国扶贫工作中具有普遍共性的实施困境与解决方法，探索具有普适性的国家叙事，并借此描绘我国脱贫攻坚事业的整体概观。

这部剧没有“说教味”，没有满嘴政策宣讲、端着架子的扶贫干部，没有振臂高呼、一蹴而就的脱贫功成，也没有非黑即白、非好即坏的正负面角色。开篇濮泉生使用“抹着昂贵的口红，喊着廉价的口号”怒怼省台记者，成为火遍全网的“泉泉语录”。该剧更加注重阐述脱贫攻坚全过程，将扶贫工作中的困难和问题，青年扶贫干部的成长，被扶助农民的现实困境和观念行为转变，以及如何摆脱贫困的解决方案一点点抽丝剥茧，在戏剧冲突中逐渐呈现在观众眼前。每集片尾都会播放2~3分钟的微纪录片《江山如此多娇·创作札记》，与每集剧情内容相呼应，让真实扶贫人物及其扶贫成果呈现出来，“一虚一实”，相得益彰。



二、展现真实自然的常态化脱贫故事

《江山如此多娇》采用现实主义创作手法，矛盾冲突集中，剧情节奏简洁明快。剧情展现的是典型化的社会生活常态，剧中人物的喜怒哀乐跟生活中的普通人没有区别。其矛盾冲突主要体现在：青年理想主义与现实的冲突、扶贫工作复杂性与因地制宜解决问题的强冲突、贫困农民的陈旧观念与时代发展变化的冲突、新旧代际差异的冲突等，让剧情如同剥洋葱般层层展开、层层递进，也让观众在故事推进过程中引发情绪共鸣。

一是不回避真问题，具有现实针对性。与同类题材作品相比，这部剧将社会生活中真实发生的事件搬上荧屏。在故事中，还鲜见地探讨了扶贫专款挪用、违反计划生育贫困户纳入建档立卡户、贫困农民种养殖受骗、乡村医院人才供给不足，以及乡村医生资质考核、工作待遇等问题，并一一克服这些脱贫难点和问题，即“实事求是”，真正为百姓着想。如在14集中，苗医廖匠嘎为了给大女儿凑钱买复习资料和生活费，在悬崖上采集岩耳，不慎掉落骨折，由此引发县委会对乡村医生委培和提高

待遇的讨论，并承诺为学医回报家乡的贫困大学生免除学费与生活费。

二是剧情内容出乎意料，又符合逻辑与常理。与同类题材相比，《江山如此多娇》这部剧最出彩的地方，是剧情内容逻辑合理，尊重“法与情”“理与情”等中国社会常理，并非常重视细节。如濮泉生私自挪用建设路灯的扶贫专用款项改造小学教室，被扶贫工作队长赵磊实名举报。出于“法”，县里给予濮泉生违纪处理，而出于保护青年干部的工作积极性的“情”，县里没有对他调离或免职，而是让他继续留在碗米溪村脱贫。剧中对贫困农民的刻画没有刻意渲染苦难，也没有极力煽情，而是通过剧情点出部分贫困农民在面对利益时的现实、狡黠、不愿作为，同时也有面对困难时勇于拼搏、团结奋斗的复杂性格。细节方面，剧中依次出现的各级党员领导干部，在工作场合均佩戴党章；罗晋饰演的村支书濮泉生，在暴雨中抢送龙镇长时满身黄泥，挑扁担时脖子上系毛巾擦汗，等等。这些细节都让剧情更加符合逻辑，真实自然。

三是深入生活，着力挖掘社会生活的真

实。曾有12年广电媒体记者工作经历的编剧王成刚，具有对政策方针和社会实践的精准把握。为凸显生活的真实感，编剧在湖南山区进行了为期三个月的实地采风，与上百位扶贫队长和村支书促膝交谈，获得大量根植于现实生活的真实细节，“只有编剧走下去，作品才能走上来”。导演安建提出“不是演员在演戏，而是角色在生活”创作原则，要求演员从造型、动作到台词都要完全融入当地民情，并在开机前要求所有演员均推掉全部商演和通告，集中进行了为期两周的剧本围读和生活体验，亲自上山学习插秧、养蜂等农活。主创团队怀抱如此信念，才让这部剧呈现出温暖、鲜活的质感。“台词很有代入感，角色也都太接地气”，观众评论道。

三、脱贫攻坚作品也可以很“潮”

《江山如此多娇》的艺术审美水准较高，山村风景秀丽，脱贫青年干部的服饰和座驾均很“潮”。绝大多数贫困农民俭朴却不肮脏，即便是每天酒不离身的懒汉“麻迷糊”，衣服也只是破旧。剧中展现的2016年，更多通过没有移动信号、不通自来水、医疗卫生等体现贫困。这恰恰体现出，戏剧真实不是对社会生活一丝不差的还原，而是通过典型化、艺术化的加工，让剧中所呈现出的价值取向、观点表达直指生活现实的本质。正如剧中主人公的双关语“干净，也是一种尊严”。

一是群像人物塑造立体鲜明。《江山如此多娇》采用群像式的人物创作模式，从县委书记、县长、镇长、村支书到普通村民，共计17个人物都提炼自真实生活的典型人物形象。众多角色都具有各自鲜明立体的性格特征和形象塑造，完全不会脸盲。除了求真实干的“摩

托书记”濮泉生、美丽智慧的记者沙鸥外，老族长惹阿公、麻迷糊、电喇叭、田老八等村民也精彩纷呈。特别是网红喜妹堪称“土家族版李子柒”，在沙鸥带领下拍摄短视频，弘扬土家蜡染、苗绣、酿酒等传统文化。值得一提的是，这部剧也是同类题材当中少见的、没有打着扶贫旗号谈恋爱的脱贫攻坚题材作品。正值花样年华的濮泉生和沙鸥，在共同的扶贫事业惺惺相惜、携手相伴，这种革命友谊般的暗生情愫，点到为止却更加动人。年轻观众在讨论时也替他们着急，“我们为濮书记婚姻大事操碎了心”。

二是呈现祖国大好河山，弘扬传统文化与民族风情。这部剧更多通过镜头来呈现山河壮丽、山川秀美，沙鸥每每开着红色吉普车进村前，镜头从宏伟大桥上掠过；堪称“山路十八弯”的险峻盘山公路，也是主人公们进城的必经之路。此外，这个苗族、土家族混居的村落，地处深山、生态优良，村里有溪水潺潺，大雨将来时翠绿山顶飘过洁白云雾。该剧将少数民族特有的风俗习惯巧妙融入故事，也是推动主线剧情发展的重要抓手之一。故事开篇不落窠臼，暴雨山洪即将爆发，碗米溪村里土家族、苗族一年一度的斗牛大赛正在紧张进行；濮泉生为了给超生户电喇叭家争取建档立卡户的资格，与县长据理力争，受到警告处分，村里人安排“长桌宴”认可接纳了他。此外，打苗鼓、赶花、吃新、钢火烧龙等传统文化与少数民族习俗也轮番上演，这些情节既能给观众带来耳目一新的体验，也是剧情延展的关键。

（作者单位：国家广播电视总局发展研究中心）

编辑/肖清

习近平精准扶贫思想的形象化阐释

——评大型电视专题片《从十八洞出发》

钟镇藩

2020年12月26日至30日，湖南卫视和湖南都市频道同步播出一档具有纪实、理论特点的电视专题片《从十八洞出发》。芒果TV于12月27日上线，“学习强国”学习平台、中国教育电视台、人民网等也陆续上线播出，在岁末年头的荧屏刮起了一股宣传习近平精准扶贫思想的理论旋风。

《从十八洞出发》分为《首倡之声》《精准之方》《时代之魂》《旷世之业》《未来之路》五集。全片结构采用“微记录+嘉宾访谈+走读”的方式，不但将十八洞村与全省全国乃至世界部分地区连接起来，而且巧妙地将理论、电影、新闻、综艺等诸多元素融汇于一炉，通过讲故事的手法让观众沿着实践的道路去感悟理论的光明引领，是一档呈现“沾泥土、带露珠、冒热气”等特点的形象宣传精准扶贫思想的跨界融合的创新型电视节目。

揭示了精准扶贫思想的形成过程和磅礴伟力。专题片显示，2013年11月3日，习近平总书记来到湘西十八洞村，创造性提出“精准扶贫”重要理念。精准是科学的思想方法和务实管用的工作方法，是马克思主义认识论和方法论的统一。在引领全党全国人民打响脱贫攻坚战、实现我国历史上亘古未有的伟大跨越中，习总书记使“精准扶贫”理念不断丰富和发展：2014年3月提出了“要对扶贫对象实行精细化管理，对扶贫资源实行精确化配置，对扶

贫对象实行精准化扶持”等概念；2015年10月明确提出要“对症下药，靶向治疗”，要求在扶贫中做到“扶持对象精准、项目安排精准、资金使用精准、措施到户精准、因村派人精准、脱贫成效精准”和“坚持分类施策，因人因地施策”的“五个一批”方略，即“通过扶持生产和就业发展一批，通过易地搬迁安置一批，通过生态保护脱贫一批，通过教育扶贫脱贫一批，通过低保政策兜底一批”。再加上科学提出的“两个确保”的目标，“两不愁三保障”的标准，以及“扶持谁”“谁来扶”“怎么扶”“如何退”等方法路径等，使“精准扶贫”成为了思想深刻、逻辑严密、系统完整的理论体系和战略体系，形成了马克思主义反贫困理论中国化的最新成果和集大成之作。

正是在精准扶贫思想指引下，党的十八大以来，我国贫困人口从2012年的9899万人减到2019年年底的551万人，连续7年每年减贫1000万人以上。湖南全省农村贫困人口由2012年的767万人下降到2019年年底的19.9万人，年均减贫100万人以上，6920个贫困村全部脱贫出列，51个贫困县全部脱贫摘帽。事实雄辩证明：理论一经掌握，就能变成巨大的物质力量。反过来，实践又丰富理论。正是决战脱贫攻坚这种史诗般的宏大叙事和前无古人的伟大实践，给精准扶贫思想的生成、凝聚和不断丰富、发展提供了深厚土壤和实践舞台。

讴歌了精准扶贫思想所孕育的伟大时代精神。专题片告诉受众，党的十八大以来，习近平总书记站在实现“两个一百年”奋斗目标的战略高度，把精准扶贫和脱贫攻坚摆上治国理政突出位置，亲自部署督战，亲自挂帅出征。他走遍全国14个集中连片特困地区，先后深入到包括十八洞村在内的24个贫困村考察调研，推动脱贫攻坚战如火如荼开展。正是在波澜壮阔的精准扶贫、脱贫攻坚伟大征途中，孕育、生发和铸就了包括人民至上守初心的大爱精神、自强不息追梦想的奉献精神、尽锐出战求胜利的担当精神、众志成城攻难关的攻坚精神和精准务实开新局的精神等在内的伟大时代精神。专题片中所颂扬的王新法、龙秀林、施金通、麻辉煌等舍小家为大家的广大扶贫干部，节目中浓墨重彩描绘的以贵州麻怀村邓迎香等为代表的依靠自身努力改变命运、将凌云壮志转化为奋斗实践的广大脱贫致富群众，以及节目中所介绍的福建福鼎赤溪村、云南怒江州独龙江乡、宁夏闽宁镇、浙江宁波滕头村等数不胜数的脱贫致富带头人等，就是这种时代精神的典范。

近百年来，我们党为救国、兴国、强国而一代接一代地带领人民赓续奋斗，先后催生了红船精神、井冈山精神、长征精神、延安精神、抗美援朝精神、两弹一星精神、载人航天精神等等。这些精神与民族精神同根，与时代精神同频，与社会主义特质同质，与中国的发展方向同向，是民族精神和时代精神的璀璨结晶。在精准扶贫、脱贫攻坚中所形成的新时代的伟大精神，其内涵之深、神韵之美、品格之高、力量之强，足以挺立于民族精神之园，屹立于时代精神之列，矗立于党的精神谱系之中。

诠释了精准扶贫思想的世界意义及对未来的昭示。贫困问题是一个全球性课题，也是一个历史性课题。摆脱贫困，丰衣足食，自古以来就是中国人民最为朴素且最为强烈的期盼，也一直是困扰各国发展的世界性难题。一个14亿人口的发展中大国历史性地告别绝对贫困，这是人类发展史上的奇迹，也是中国对世界减贫事业所作出的巨大贡献，充分显示出共产党领导的正确和社会主义制度的优越。专题片第四集里包括联合国官员在内的外国人士对中国的脱贫攻坚成就表达出由衷钦佩，是顺理成章和理之必然。

我们解决了困扰中华民族几千年的绝对贫困问题，在新中国扶贫史上和中华民族减贫史上书写了具有里程碑意义的精彩答卷，但“脱贫摘帽”不是终点而是新生活、新奋斗的起点。站在新的起点上，在消除了绝对贫困和区域性整体贫困之后，还应当解决相对贫困的问题，要建立健全防止返贫的长效机制，统筹做好全面脱贫与乡村振兴的有效衔接，逐步实现全体人民共同富裕的宏伟目标等。专题片从理论和实践的结合上告诉人们，要写好时代的新答卷，仍然要坚持以初心为墨，以实干为笔，走精准之路，继续发扬以敢闯敢拼、精准精细、自立自强、创新创造、互帮互助为内核的脱贫攻坚精神。只要我们无比珍视精准扶贫思想这一宝贵的精神财富，继续保持脱贫攻坚中的那么一股劲，那么一股气，那么一种拼命精神，我们就一定能在建设社会主义现代化国家的新征程中无往而不胜，不断夺取新的辉煌。

（作者系湖南广播影视集团有限公司广播传媒中心高级编辑）

编辑/肖清

月活8亿，湖南卫视转型主流新媒体

浅度

2021年第一天，湖南卫视以一场名曰《破晓》的直播拉开了这一年的序幕。把这样一个大型直播放在非黄金时段的清晨7点，似乎不是一个以收视论高下的传统媒体应有的正常行为，而更像一个追求全网传播及品牌气质塑造的新媒体应有的“事件营销”。

2020收官，各大战报纷至沓来。毫无悬念，湖南卫视再次蝉联六网省级卫视第一，包揽CSM全国网、CSM城域、CSM59城、欢网、酷云、中科网联（原尼尔森网联）六网全天、晚间核心时段、白天全部榜首。其中，CSM全国网省级第一天数占比近九成；除CSM59城外，全天时段五网领先第二名近五成。然而，对于湖南卫视而言，参照的体系、竞争的维度，早已超出广电系统，而是主动置身全媒竞争时代。这个战绩，同样傲人——根据美兰德咨询数据显示，2020年全国常住人口规模13.3亿，湖南卫视覆盖规模12.88亿，就月活而言，湖南卫视月到达观众人数（月活）高达8.3亿人。

湖南卫视赢在它是新媒体，且是主流新媒体。与传统媒体相比，它赢在是新媒体；与一般新媒体相比，它赢在是主流新媒体。在2020年新媒体大会上，湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）党委书记、董事长张华立做的《建设主流新媒体集团的芒果思考》分享，将湖南卫视定位为“主流新媒体”。这个观点看似有些颠覆——湖南电视都50年了，怎么可能是新媒体？电视机根本无法移动，怎么可能是新媒体？这个观点，真的经得住推敲吗？

一问

它有新媒体的“媒体”吗？

湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）党委委员、副台长丁诚说过这样一句非常超前的话：“电视已经不再是电视台的电视，也不再是电视机的电视。”这句话直指媒体哲学本质的思考——它把一个传统的媒体观念拆解成了灵魂与肉体。所谓“新媒体”，其实就是伴随一代一代新技术涌现而更替的媒体的“体”，它的形态是会不断变化的；然而，只要媒体有“灵”，它就可以穿越一代一代“体”的更迭，成为永恒的新媒体。所以，湖南卫视早就是新媒体了：早在芒果TV出现之前，湖南卫视的“灵”就生存在彼时的新媒体——各大刚刚诞生的视频网站的“体”内了。湖南卫视当年内容之所以可以卖出天价，正是因为它是当时新媒体内容的灵魂——这个时期，湖南卫视新媒体的“体”，是借用外力的体。

正是因为湖南卫视内容在互联网流量上占据垄断性的地位，湖南广电才下决心要做芒果TV，让芒果TV成为湖南卫视在互联网上的延伸。湖南广电所有品牌的发端、创新的脉络，仍根源于湖南卫视——这个时期，湖南卫视新媒体的“体”与“灵”，都在芒果生态之中。这个独特的主流新媒体集团，尤其在2020—2021的特殊之年发挥重大作用：2020，湖南卫视先后获得“全国抗击新冠疫情先进集体”“全国脱贫攻坚组织创新奖”两个大奖，

前者比如《2020湖南卫视元宵一家亲》，后者比如湖南广电扶贫三部曲《江山如此多娇》《从十八洞出发》《大地颂歌》，都是湖南卫视和芒果超媒合二为一、深度合作的结果，也是用互联网思维策划、生产、推广的结果。

2021，从开年第一天1月1日起的未来365天，湖南卫视与芒果TV还将联手传播建党百年微专题片《百炼成钢—党史上的今天》，是2021年全国第一个开播的庆祝建党百年节目。这也让我们看到，只有主流媒体的“灵”能够穿越“体”更替周期，成为每个时代屹立不倒的主流新媒体，它才能为时代发声、为社会立言。

二问

它有新媒体的“新”吗？

2020年2月7日，《天天云时间》《嘿！你在干嘛呢？》首创“云录制”，开启中国“云录制潮”；2020年4月27日，《歌手·当打之年》完成广电5G+真4K高清直播，是全国第一个广电5G国家重点实验室落户长沙后的第一次重大亮相；2020年10月10日，《舞蹈风暴2》上线，携手华为升级“风暴时刻”，借助自由视角/VR全景视角超高清技术能力，创造全新视听语言；2020年12月7日，纪录片《中国》上线，视觉采用6K拍摄，听觉采用全景声，以独特性“假定性美学”在2020—2021这个关键历史节点，梳理中华文明源头，坚定国民文化自信。此外，如张华立在新媒体大会上介绍的：“今年湖南卫视也相继与中国移动、华为达成战略合作协议，围绕智能影像视觉、光场技术、AR/VR、5G全息等重大核心技术展开合作，探索应用场景，转化研究成果。”

很多新媒体的“体”是新的，但内容却是老的，但是媒体的“体”是会老的；但是湖南卫视的从内容到应用，从来都是最新的——最新的技术、最新的创意、最新的思潮。那么，决定新媒体的新和老的本质，到底是什么？这就回到了一个学术上争论不休的关于“新媒体”是不是伪概念的问题——“新”从来都是一个相对概念，去年的新媒体不等于今年的新媒体，今年的新媒体可能就是明年的老媒体。似乎没有永远的“新媒体”。然而，湖南电视的实践却在打破这个悖论：一个媒体是可以历50年仍是新媒体，只要它的核、它的灵仍在不断进化中，它可以通过不同的体、不同的面，始终保持它新媒体的姿态。

三问

新媒体新在“快”，它追得上吗？

媒体是新是老，另一个准则，应该看它的效率，是惊人的还是迟缓的。在突发疫情之下，它的反应速度超过了绝大多数的商业新媒体——50个小时上线《天天云时间》《嘿！你在干嘛呢？》，3天开辟省级卫视第一个黄金时段《抗击疫情特别时间》新闻专栏，10天完成大型晚会《元宵一家亲》……在这场闪电战中，湖南卫视打下了“四个第一”：第一个调整节目编排；第一个在黄金时段开通疫情防控专线节目；第一个创制公益宣传片、主题MV；第一个提出在元宵节举办主题直播晚会。“主流新媒体”的意义在于，它是国之公器，只有主流媒体成为新媒体，才能在国家有难之时成为先锋。

在日常状态之下，它的创新速度依然领先绝大多数商业新媒体——湖南卫视上新率

多年以来全国领跑，尤其在2020年，以14档创新节目（不含晚会）刷新近5年纪录（同比增长5档）。这个创新速率，是经过一二十年建设形成的一套具有新媒体气质的创新系统：从早期的制片人制到现在的工作室制，最大程度激发创作者热情。比如今年，凭借中国首档云录制节目《天天云时间》和首创脱贫攻坚大直播《出手吧，兄弟！扶贫大直播》等作品，“天天向上工作室”荣获2020TV地标“年度优秀电视制作团队”；又如“飙升计划”“三十未滿”计划，创意可以从底层发起、直达高层，甚至快速上屏、成为产品，涌现出了一批诸如《声临其境》《声入人心》《舞蹈风暴》湖南卫视原创国综代表作。而这个快速创新的长视频生产体系与内容战略，不但是湖南卫视的竞争力的“核”，也是整个湖南广电的“核”，这个“细胞核”能在不同新媒体环境下不断分裂形成新细胞：

在流媒体时代，独播资源哺育出了芒果TV；在内容电商时代，内容厂牌影响了小芒电商；而在更远的未来时代，还会继续分化出更多植根湖南卫视品牌的新生细胞。

四问

新媒体新在“灵活”，它够灵吗？

其实，上述的创新机制，已经证明了它的灵活。而再深入一步，湖南卫视内部施行的是一套“双通道”人才管理机制——在互联网公司中，分为P序列（技术岗）和M序列（管理岗），这在传统媒体机构是不存在的。然而，湖南卫视的双通道则是非常新媒体化的：一条通道是科层通道（类似M序列），一条通道是专业通道（类似P序列），同时两条通道

可以自由切换。也就是说，比如一位制片人达到资深级别之后，他既可以选择继续在专业通道上晋升，也可以选择进入科层通道挑战，这给了制片人、专业人士更大赋权。这个机制，既激活了它的新媒体属性，所以才有湖南卫视不老的基因；又保持了它的党媒属性，所以才能确保这个新媒体是主流的新媒体。

五问

新媒体有“中台系统”，它有吗？

有，不但有，还是更高形态的“主流中台系统”。在内部架构上，湖南卫视总编室就是“平台运营中心”，它是湖南卫视战略的发起者、需求的提供者、创新的督促者、市场的眺望者。而主流新媒体中台系统和商业新媒体中台系统的区别在于，后者将商业运营放在中台之中，前者将商业运营放在中台之外。而这，恰恰也是主流新媒体与商业新媒体的本质区别。尤其在2020抗疫期间，这个“主流中台系统”更是发挥了功不可没的作用——在集团领导同意调度下，对频道节目编排做出重大调整，撤播多档综艺节目，强化防疫宣传的工作重心。在重要时段编播一系列新闻报道、特别节目、防疫宣传片，并加大新媒体的宣传力度，充分发挥主流新媒体的重要站位。

六问

新媒体有“产品思维”，它有吗？

相较于新媒体思维的“中台系统”“创新系统”“人才系统”，有着一二十年的进化史，新媒体思维的“产品”则是随着这一两年湖南卫视与芒果TV逐步打通，才涌现而出的——比如纪录片《中国》，双平台共同投

资、制作、宣发，湖南卫视首播，芒果TV会员同步首播，非会员24小时转免，同时，会员还尊享多明星配音版福利；又如今年即将重磅推出的“芒果季风”，打造的是“短剧产品线”，主打大片化、高稀缺短剧，双平台联合播出，每周2集、每集70分钟，打造贯穿全年的“精品短剧产品线”。

今后，湖南卫视与芒果TV还会有一系列双边打通的重大战略部署，正在紧锣密鼓推进中。之所以要尽快让“双核”变成“一核”，就是为了更好完成主流新媒体产品线的一体化部署。因此，可以预见，在未来，如果“一核多平台体系”格局形成，芒果新媒体内容产品可能会进入井喷期。

七问

新媒体有“人格魅力”，它吗？

传统媒体与新媒体的区别在于——传统媒体往往是看不到人格属性的，把人藏在媒体后面；与之相反，新媒体则往往把人置于媒体前面，放大人格魅力。这是区分两个时代的媒体意识差别。当然，这话不够严谨，并非所有新媒体都有人格魅力，应该说——有人格魅力的一定是新媒体，但新媒体不一定有人格魅力。然而，目前有人格魅力的新媒体，多是小媒体，比如自媒体的大V、直播间的红人，然而上升到大媒体，平台级别的新媒体，有人格魅力、有平台粉丝的屈指可数。

湖南卫视的主持人们有粉丝，湖南卫视整个平台也有粉丝：在线上，有一支上千规模的“护卫艇”，帮助湖南卫视打开小屏传播声量；在线下，有一支覆盖各级市县的“青春护

卫队”，帮助监播全国各地大屏信号安全。而这些遍布五湖四海的“义工”，都是因为热爱湖南卫视而聚集在一起。

八问

新媒体擅长“直播、短视频”，它擅长吗？

不但擅长，而且上手就是降维打击——大屏直播是小屏直播的“高配版”，比如2021年1月1日的《破晓》直播，将“V型镜面艺术装置”融入海天一色之中，这种名场面直播是小屏直播万万做不到的；大屏直播是小屏直播的“高阶版”，小屏带货卖空的是一个直播间，但大屏直播卖空的可能是一个湖南省，比如2020年6月7日的《出手吧，兄弟！芒果扶贫云超市大直播》；做长视频的人来做短视频，如烹小鲜，所以，我们在短视频平台上看到湖南卫视即使是宣传片，都是超出目前整体短视频水平几个身位的短视频大片，高级而有趣味；做长视频的人来做短视频，有公信力，所以，在疫情期间湖南卫视推出“不信谣、不传谣”系列短视频后，我们看到这样一条又好笑又感慨的留言：“我妈每天一个劲让我往鼻孔里滴香油，我怎么说她都不听，这个视频真是救了我！”

人民在哪儿，主流新媒体就应该在哪儿；人民看什么，主流新媒体就应该会做什么。

九问

新媒体近年流行“下沉”概念，它跟得上吗？

新媒体，往往最早是从求新求变的一线城市崛起。而之所以开始主推“下沉”，

便是在一线二线到达饱和之后，为了突破瓶颈、市场拓展的应对之举。

湖南卫视用了超过20年时间，建立了一个超级庞大的覆盖体系，不放弃一个县、一个镇，密密麻麻如根系一般全国覆盖，这才有高达96.8%的12.9亿人的覆盖。所以，从“下沉”来说，不是它跟新媒体，而是新媒体跟它。这也解释了为什么近些年来有非常多的新媒体冠名湖南卫视综艺、晚会的现象，也是希望借助湖南卫视帮助他们一起打开渗透难度极大的下沉市场。而这，恰恰也是湖南广电之所以能进行快速新媒体化的先发优势，超强覆盖既是强有力的基石、高门槛的壁垒，也是直达用户的触角。尤其，是在未来推进主流新媒体集团的“一核多平台体系”，更会成为一个独家战略优势。这个20年前开始稳扎稳打的桩子，在20年后却有超出预期的站位。只要桩子扎的深，那么，什么时候都有可能发挥它的功用。

十问

新媒体近年流行“线上+线下”玩法,它会玩吗?

不但会玩，还能玩得更牛；不但单枪匹马地玩，还能“拉帮结派”地玩。通过覆盖全国的有线网络合作方、青春护卫队，带着具有人格魅力的湖南卫视内容团队，从屏上走到屏下，走到百姓身边，跟他们玩起来、交朋友。比如，湖南卫视覆盖部带着《声入人心》子节目《拜师声入人心》在青海、济宁举办35场主题活动、400多场社区地推活动；覆盖部联合推广部协调节目组走进广东，在商圈落地《嗨唱转起来》大型见面会，在广东各地举办《摇

啊笑啊桥》全民海选。这些活动，不但直接带动湖南卫视收视率，比如《声入人心》活动直接拉动青岛收视份额平均上涨幅度约70.4%；更是在夯实湖南卫视品牌的魂，恰如前文所说，新媒体的“体”必然会老，只有媒体品牌才是不老的“魂”。而这种“线上+线下”的新媒体玩法，中国并不具备太多媒体可以做到，因为只有具备“人格魅力”的媒体，才能有这样的号召力玩得起来。

一家媒体，究竟是一时的新媒体，还是一个时代的新媒体，取决于它拥有的只是新媒体的“载体”，还是拥有新媒体的“内核”。

“电视已经不再是电视台的电视，也不再是电视机的电视”，说的就是跳出媒体的载体，看媒体的内核。在未来媒体世界中，载体不再那么重要，因为随着技术的指数级进化，这个载体也会指数级变化，5G、VR，甚至还有更多我们没有料想到的技术进化会继续导致媒体载体巨变，成为一个时代有一个时代新媒体的新载体。而你终将发现，真正稀缺的其实是新媒体的“内核”，它始终领先时代的新媒体意识、制度、系统，因为这个“内核”会主动找到与之匹配的“载体”。

湖南卫视就是湖南广电的媒体内核、品牌原点。它是一颗种子，在自己生根发芽长成苍天大树之后，又不断延伸触须长出新的枝干，成为新的形态与生态。这个观念，也许是目前最超前的“新媒体”认知。

（作者系《之媒》《传媒1号》主编）

编辑/肖清



深挖“不一样” 效果“不一般”

——湖南卫视《新春走基层·爱上芙蓉镇》带火古镇旅游

从大年廿九（2月10日）至正月初六（2月17日），湖南卫视《新春走基层·爱上芙蓉镇》节目走进“挂在瀑布上的千年古镇”——永顺县芙蓉镇，连续8天在《湖南新闻联播》节目中展示湘西地区的美丽景色、风土人情、多彩年俗和厚重文化，展现脱贫攻坚的可喜成果和脱贫群众的幸福生活。节目播出后引发热烈反响，也激活了当地新春旅游市场。春节7天假期，芙蓉镇接待游客7.68万人次，与2019年、2020年同期相比分别增长了66.44%、1670.86%。

深挖“不一样”，土家民俗“不俗”。通过对土家民俗文化特别是年俗文化的挖掘，深挖土家民俗的“不一样”。新春走基层走的是基层，但是视角要放眼全球，把大山里的年轻人融合民

族传统和现代时尚的“新民俗”挖掘出来，让民俗文化“不俗”，做出“不一般”的新闻节目。

节目在制作上特别用心，为了更好地展现土家民俗和美景，节目组联合芙蓉镇旅游开发公司，在瀑布下搭建了一个极具艺术感的实景舞台，配合灯光、音乐演绎精彩，具有极强的视觉冲击力。在每集节目中，根据主题为观众呈现《酉水号子》《鼓震山河》《湘西大秀》等文艺节目，把原汁原味的土家年俗搬上舞台。

土家织锦作为国家级非物质文化遗产，有3000多年历史，大山里的年轻人融合民族传统和现代时尚，将传统的土家织锦变为旗袍、箱包等日常用品，土家人的“花铺盖”成为畅销的壁挂装饰品。节目展示了新时代的土家人，用巧手编织出当代年轻人喜爱的产品，告别非遗文化“自

娱自乐”，赢得市场青睐，正在织出一幅全面小康的土家美锦。

记录“不平凡”，歌颂时代新貌。芙蓉镇原名王村，因电影《芙蓉镇》而改名。节目追述电影《芙蓉镇》的拍摄放映，让人们看到千年小镇在文化和旅游的融合中旧貌变新颜。

节目中展现土家人“过赶年”，是在除夕前一天过年。这一习俗源自土家先祖在大年廿九连夜出征东南沿海抗倭的故事，如今，赶年在新时代的精神内涵是“赶走贫困、赶走疫情”。牛头宴的座上宾中，来自永顺县税务局的全国先进工作者刘莹，在扶贫一线连续战斗了17年，通过报道展现了土家儿女对精准扶贫的真心感谢。

节目中展示的牛头宴也叫“土司宴”，是土家族最尊贵的接待宴席，土家人以最好的菜、最纯的酒、最真的心，接待最尊贵的客人。钢火烧龙有着300多年历史，为的是祈祷风调雨顺、五谷丰登。此外，“杀年猪”“熏腊肉”“打糍粑”“合菜宴”“牛头宴”“火龙”等土家特色年俗和龙灯文化，沁满了乡愁的原味。民俗文化的展示，让土家的年味飘香四溢，精彩纷呈。

效果“不一般”，带火新春旅游。通过电视的连续播放加上网络媒体的全程跟进，让观众重新认识了千年古镇芙蓉镇，为古镇绝美的风景、精彩的歌舞和原味的民俗所倾倒。节目播出后，观众反响强烈，产生了前往芙蓉镇观光旅游的强烈意愿。春节期间，芙蓉镇按照防疫要求，游客数量严格控制在最大承载量70%以下，7天时间累计接待7.68万人次游客。因为游客太多，不得不采取限流措施。这几天镇

上的商户也赚得盆满钵满，电影《芙蓉镇》取景地的113号米豆腐店，成了游客必来的打卡点，生意每天都异常火爆，一天可以卖近两千碗米豆腐。除芙蓉镇的旅游获得较高的人气外，永顺县旅游经济也有了较大的带动。春节期间，全县接待游客33.27万人次，实现旅游收入1.33亿元。

“四力”写年味，讲好湖南故事。今年，由于受疫情影响，湖南台没有派出大部队，而是派出8人精锐“特种部队”前往“参战”。相比过去80人的直播队伍，人虽然少了许多，但“参战”热情不减，节目效果不减。在舞台表演中，节目组动用了航拍、摇臂等11台设备多角度录制，经常录制到凌晨2点。画面漂亮，令人震撼，淋漓尽致地呈现出土家儿女对幸福生活的向往。

节目组深入基层，深入生活，把“四力”写在湘西的山水之间。从踩点、采访、制作、播出，时间跨度长达两个月时间，真正把基层当成了提高“四力”的主战场。

这是湖南卫视连续9年录制“新春走基层”特别节目，汤湖里、吕洞村、惹巴拉、香草源、苏木绰、奉嘎山、皇都侗寨、大崑山……一个个原本养在深闺人未识的地点，在湖南卫视直播、特别节目的强势带动下，成为人尽皆知的热门旅游景点。那些参与直播的新闻人，也从新春走基层的实践中贴近了基层，了解了群众，锻炼了本事，磨炼了意志，对以实际行动做党和人民信赖的新闻工作者有了更加真切感受。

（供稿：湖南广播电视台新闻中心）

编辑/刘凌

湖南省州广电新春走基层 开启温暖陪伴

宋菲 伍时华 周鹏飞

2月，长沙市广播电视台新闻中心旗下新闻频道、政法频道、智慧长沙APP同步推出“新春走基层”专栏系列报道。记者深入基层一线，积极践行“四力”，刊发了《芙蓉区：全省首个“标准信息”窗口运行》《防疫宣讲进车厢 平安幸福过小年》《长沙县：又一企业给留厂过年的非湖南籍员工每人发2000元》等一批稿件，全面展现星城欢度春节、共迎党建100周年的喜庆景象，反映广大群众奋力建设现代化新湖南的生动场景。融媒专题、专栏集结发稿80条，总点击量1098.45万+。此外，《长沙新闻》栏目推出7集系列报道《新春走基层·春联里的故事》，从春联切入，表达对新年的祝愿与期盼，全景展现星城大地新变化和发展新动能。



永州



年初，娄底市广播电视台综合频道派出6名记者，分赴5个县市区大街小巷和田间地头，采写了一批沾泥土、带露珠、冒热气的新闻作品，在《娄底新闻联播》“新春走基层”栏目播出，共计推出12篇报道。其中，《娄底新化：千年古镇“海鸥”留影 传承时代的记忆》，讲述了新化县白溪镇海鸥照相馆创始人刘鼎铭祖孙三代人，用照相机记录老百姓生活点滴和千年古镇时代变迁的故事。81岁的刘鼎铭老人是地道的白溪镇人，从16岁就开始学照相。1983年，刘鼎铭在新化县工商局注册登记了“海鸥照相馆”，成为白溪镇第一家个体经营户。多年来，刘鼎铭将镜头对准古镇街景、人物、资江两岸风光，整理出了一本画册，被许多白溪人收藏。因家学熏陶，老人的儿子、孙子也都迷上了摄影。如今，照相馆尽管生意清淡，但刘鼎铭说还会一直开下去，因为这是一个时代的记忆和一份事业的传承。



长沙



春节期间，永州市广播电视台推出系列报道、相关活动和内容，服务人民群众就地过年：《永州新闻联播》推出“年关守护行动”“千年打卡胜地”“欢度春节·就地过年”等专题专栏；推出10集“幸福里故事”大型融媒宣传报道，展示风俗民情，彰显人民群众的幸福感和获得感；同时，打造2021永州春晚和永州市少儿春晚，其中永州春晚为无现场观众的“云直播”，播出了《外婆的话》《千年打卡胜地》等系列接地气、冒热气的节目内容，颇受赞誉。



娄底



“自建航母”与“借船出海”

——“广电湘军”媒体融合观察

罗正茂

“广电湘军”（包括广播电视、网络视听全行业）开拓创新，在内容创新和机制创新方面一直引领中国广播电视潮流。当前，媒体融合进入关键时期，媒体行业面临新的发展机遇，也面临着前所未有的挑战。笔者认为，在媒体生态解构和传播秩序重构的融媒体时代，要么“自建航母”实现平台优势和生态优势；要么在新媒体的平台上，“借船出海”打造多元立体的宣发矩阵。本文对“广电湘军”“自建航母”与“借船出海”的现状进行了对比分析，以供读者参考。

一、当前媒体融合发展的现状及突出特点

互联网的高速发展对媒体行业影响深远。据《中国互联网络发展状况统计报告》数据，截至2020年12月，我国网民规模达9.89亿，网民的人均每周上网时长为26.2个小时。受众媒体消费习惯悄然变化，媒体生态解构和传播秩序重构同时进行，对媒体行业产生深刻影响。

（一）媒体支撑技术的更新周期越来越短，产业地区集聚发展现象也越来越突出。传统媒体的进步主要依赖物理层面的技术改进，而新媒体近年支撑技术的发展越来越呈现A（人工智能）+B（区块链）+C（云存储）+D（大数据）趋势，特别是5G技术，将会给行业带来巨大的变化。当下，新媒体“头部”企业主要集聚在北上广深等互联网产业发达的地区，产业

地区集聚发展现象突出，“虹吸效益”明显，而湖南处于局部优势、整体承压的状况。

（二）媒体内容生产方式发生巨大变化，专业机构制作和用户生产并举，超级内容生产个体崛起。传统媒体内容基本上由国有传媒机构制作，而新媒体则是平台制作与PGC、UGC，甚至智能机器人生产内容相结合，用户既是生产者，又是消费者。而MCN等机构的崛起，更极大促进了以网络为平台的专业内容生产商崛起。一批超级个体快速崛起，成长为新的内容提供者，他们利用互联网平台实现内容“借船出海”，并将内容与产业、商业深度融合，取得成功。

（三）媒体功能边界发生了变化，收入结构更加多元，超级平台不断涌现。传统媒体基本上是单向线性传播，而新媒体平台集内容生产、资讯传播、商务变现、社交、政务和社会服务等为一体，形成“媒体即平台，受众即用户，连接即服务，数据即能力”等新的功能和特点。其收入也更多元，广告、流量分成、知识付费、会员年费、电商带货等不一而足。

二、当前互联网平台和主要传统媒体融合现状分析

（一）当前航母级互联网（新媒体）平台现状分析

2020年9月，智远数据发布移动互联网全

行业排行榜，分析榜单可知，航母级平台有以下特点：一是规模巨大，受众广泛。微信MAU达9.97亿，手机淘宝MAU达8.1亿，支付宝MAU达7.88亿，QQ MAU达7.58亿，抖音短视频MAU达6.14亿，居全行业排行榜前五，是名符其实的“超级航母”。二是大部分平台具有媒体属性。在互联网APP排名前20的平台，绝大部分具有媒体基因，从传统的BAT三巨头，到近年崛起的新生代TMD，无不如此。“媒体平台化、平台媒体化”现象明显。三是平台产业化、生态化趋势明显。互联网因内容导引流量，因流量聚成平台，在平台上演化生态成为一种新的发展趋势。

（二）传统媒体和超级个体“借船出海”现状分析

主要传统媒体。当前，中央和地方主要传统媒体都在积极推进媒体融合工作，都实行了“一元采集、多平台分发和变现”的战略，在努力打造自身新媒体平台的同时，积极实施“借船出海”战略，其主要做法：一是做实传统媒体平台，如央视新闻联播、人民日报仍是国家的最重要、最权威的信息发布平台。二是积极打造自己的网络新媒体平台，如央视“央视网”“央视频”，人民日报“人民网”，新华社“新华网”。三是积极“借船出海”，在微博、抖音、快手等平台上开设账号，打造立体宣传矩阵，多元推送内容，多渠道到达用户。整体而言，央媒“自建航母”还需持续努力，平台的综合实力和用户到达有待加强；而“借船出海”相对成功，有效实现了内容多元分发和有效直达用户。

超级个体。近年来，部分明星和网络达人利用互联网平台实现“借船出海”的目的，打造内容和商业双重小生态圈，成功实现超级个

体机构化的目标。如李子柒利用短视频，截至今年1月25日，在国外知名视频网站YouTube积累了1410万粉丝，成为“最多订阅量的YouTube中文频道”，在抖音上粉丝达5406万，2019年全网收入达到1.6亿元。樊登读书会目前在全国各个城市圈层化发展读书会会员，微信、短视频等渠道已累积粉丝和会员超过1亿人。这些“借船出海”的成功经验对传统媒体极具启发意义。当然，超级个体因其过分强调产业属性，在内容的价值引领方面整体有待加强。

三、广电湘军“自建航母”与“借船出海”的现状分析

（一）广电湘军“自建航母”概况

在媒体融合发展过程中，“广电湘军”实施“一体两翼，双核驱动”“独播、独特到独创”发展战略，统筹湖南广电资源打造了以芒果TV为主体的“芒果超媒”这一新媒体航母，加上湖南卫视也相当于传统广电领域的一艘航母，双航母战队相互协作、相互拱卫，进一步树立湖南广电大省、强省地位。在媒体融合的大背景下，广电湘军又一次站在了时代的潮头，实现了事业、产业双丰收。事业方面：围绕中心，服务大局，守正创新，切实履行党的媒体社会责任有了大平台。芒果TV创新推出“芒果新闻”等融媒体产品；《我的青春在丝路》获第29届“中国新闻奖”一等奖；《乘风破浪的姐姐》是去年综艺的大爆款，引发全民关注，且在海外大受欢迎；芒果TV联动快乐购打造公益助农平台“芒果扶贫云超市”，探索“直播+消费扶贫”模式，以平台之力精准扶贫。国际传播方面，芒果TV自主搭建芒果TV国际APP（MangoTV），积极助推文化走出

去，2020年上半年，下载量已达2450万，覆盖全球195个国家和地区共2600万人。产业方面：芒果超媒当前最高市值达1655.6亿元（2021年1月22日市值），日活超1亿，有效会员达3613万，2020年公司营业收入140.02亿元，净利润19.63亿元，成为连续三年唯一盈利的长视频企业。2019年，公司位居“中国互联网企业百强榜单”第20位，湖南省互联网企业排名第一，成功跻身行业前四，成为全国用户规模最大的国有新媒体平台。

（二）广电湘军“借船出海”概况

因为“独播”战略，湖南广电大量优质节目需在芒果TV上“独播”，这在制度层面抑制了包括湖南卫视在内的传统广播电视台的“借船出海”融合实践。所以即便像湖南卫视这样的强势平台，频道内容只能输送给芒果TV，在与BAT、抖音、快手等流量平台的合作和互动方面较央媒做得相对不够。在媒体融合“借船出海”方面，湖南娱乐频道、湖南经视、中广天择以及湖南部分主持人等相对突出，全网的流量和粉丝经营得不错，分析如下：

湖南娱乐频道：从2018年10月开始，娱乐频道着手开展媒体融合创新实践，组建短视频MCN——“湖南娱乐”，相继入驻抖音、快手、全民小视频、微视、头条号、百家号、淘宝直播等全网平台，在母婴、美妆、美食、娱乐、剧情、运动体育等内容赛道进行布局，建立起“引入达人—产出内容—平台运营—广告/电商推广”的商业变现完整链条，建成了融合移动直播、短视频的开放式制作基地。两年时间，湖南娱乐MCN签约达人280余个，涵盖传统明星艺人、节目主持人、网络达人等，粉丝群体超2亿，现已打造出“张丹丹的育儿经”“张双利”“张之助竟然”“丸糯本丸”“叨叨酱紫”“蒋小姨”等诸多知名IP，

实现了产品矩阵化、内容垂直化、变现多元化（广告营销、内容电商、内容制作等）的目标。目前“湖南娱乐”在全网MCN中已处于前二十的位置，位列广电系MCN第一。

湖南经视：湖南经视整合旗下子公司，组建全新的互联网公司——湖南经视马栏花开传媒有限公司，集中力量发展融媒体，对接互联网新经济。目前频道内部成立首批10多个MCN工作室，聚集了近300位内容制作、营销拓展骨干，在抖音、快手等全网10多家视频网络平台逐步打造了健康、美妆、美食、母婴、教育、科技、宠物、游戏、文旅等垂直领域短视频矩阵。不到半年时间，经视MCN账号全网总粉丝数量破亿；全网总播放量突破50亿+，设立了文旅营销、内容营销、活动营销、广告营销、MCN五大业务中心。通过“借船出海”，深度融入文旅产业发展，发力内容营销，扩大商业变现，目前MCN矩阵已经成型，变现潜力大。

中广天择传媒：中广天择传媒十年来一直专注于内容生产，500人的制作团队具有强大内容生产能力。为推动媒体融合发展，2018年7月开始深耕MCN，截至2020年4月，旗下自营账号、签约账号30多个，全网总粉丝数超6000万，全网点赞8.8亿，全网总播放量255.4亿，打造了晏大小姐Vivi（全网粉丝700万+）、疯狂特效师（全平台总粉丝数有660万+）、玛栗小酥（全网总粉丝900万+）、观点致胜（全网的粉丝数已超过100万，播放量和阅读量超过14亿）等。公司涉足品牌全案打造、电商、直播、代运营等全产业链，形成“长视频+短视频+供应链+直播电商”商业模式，打通新媒体与传统媒体的内容双向流通渠道，开辟全媒体发展渠道模式，实现了推动多样合作、创新业务增量、加速新老媒体融合的目标。

网络红人：“广电湘军”繁荣发展，使得部分节目主持人在全国家喻户晓，成为网络红人。谢娜、何炅新浪微博粉丝量过亿，包揽全国粉丝量前二名；王一博、吴昕、杜海涛、沈梦辰等一线主持人（含嘉宾主持人）的全网粉丝量也十分可观。这是湖南广电的特殊现象和特殊力量，代表内容“借船出海”的另一个渠道和可能性。如何将其纳入湖南内容生态，在尊重其主体性的同时，通过市场化机制发挥其协同优势，也是值得关注的课题。

（三）广电湘军“自建航母”与“借船出海”的不足

1. 融合生态应更丰富。芒果TV的内容生态无疑是成功的，但整体而言，主要以长视频为主，节目主要聚集综艺娱乐，比较重视年轻人和女性网民感受；新闻类节目近年虽有长足进步，但主要依靠传统广电节目的输入。个别媒体在“借船出海”过程中，部分账号存在正能量不足，过分强调“圈粉”而导向不正的问题。党媒姓党，在未来发展过程中，应注意内容丰富性和多元性，一方面要在综艺娱乐类节目中更多融入社会主义核心价值观元素；另一方面要增加新闻类节目比重，更加注重内容生态的价值引领和社会效益，成为守正创新的主流新媒体。

2. 融合风格应更统一。通过实践分析，也发现我省部分媒体在“借船出海”过程中，传统平台与新媒体平台存在内容不匹配、不互动、不协作现象，及在细分垂直领域特色经营方面不深入等问题，如大多广电频道的MCN机构，其账号内容基本上与传统平台不相关。在这方面，要学习央媒“借船出海”内容生态的营造，主要聚焦主题内容，强调传统媒体与新媒体内容互补、风格统一，强调内容价值引领和社会效益，打造调性相对统一的内容小生

态。无论是央视新闻，还是人民网和新华网，其“借船出海”的内容主要聚焦社会新闻，正能量充沛。

3. 融合内容应更健康。“广电湘军”近年来引人关注，但“欲戴皇冠，必承其重”。近年来，“广电湘军”部分节目过度娱乐化现象曾受到中央巡视组和网民诟病，而互联网平台近年来也广泛存在重产业、轻主流引导，重娱乐、轻价值引领的问题，而我省媒体在“借船出海”过程中无疑也受到平台的不良影响。作为党媒，要主动承担社会责任，做出更多既“有意义”又“有意思”的节目，做出更多既有价值引领又有点击率的节目，这是党媒的责任，也是“广电湘军”长远发展的必须。

四、“广电湘军”媒体融合发展的几点建议

未来若干年，媒体融合仍然是最重要的主题之一。党媒有责，融合有道，笔者认为在未来的媒体融合过程中，建议“广电湘军”应在以下五个方面加强：

融于光明大道。当前媒体融合是“八仙过海、各显神通”，资本本质的要求是平台内容尽量多地到达用户，尽快实现赢利变现。但对于国有背景的“广电湘军”而言，媒体融合一定要有宏观视野、战略定力、业务取舍。一要融于“光明大道”。党媒姓党，要落实习近平总书记有关意识形态管理、党的新闻舆论工作、媒体融合等一系列重要讲话精神，需要做好举旗定向、团结人民的工作，需要发挥“围绕中心、服务大局”的功能，需要“有意义”和“有意思”相结合的优质节目取信于大众。在媒体融合过程中，要引导社会而不被利益所导引，不犯经济效益优先的错误，否则将前功尽弃。二要融于“星辰大海”。无论是“自建航母”还是“借船出海”，都代表出征的姿态

和迎接挑战的渴望，要主动在新媒体的大江大海中“中流击水”，以图未来。三要融于“时代潮流”。“平台为王”“技术为王”“内容为王”，关于媒体融合的不同阶段就有不同的观点，作为“内容为王”的实践者，广电湘军一定要有开阔的眼光，保持与时俱进的敏锐性，保持对新技术的高度关注，保持对平台生态的持续经营，以开放的胸襟吸收宇宙能量。

融于内容生态。在当前的媒体融合中，湖南以独特的内容优势凸显存在。“广电湘军”有一批在全国领先的内容制作人才和团队，芒果系战队拥有50个工作团队、5000多名一线内容制作人、2000多名技术工程师，打造了强大统一的业务中台，形成了内容生产的工业化流程和体系。全国排名前十的综艺节目，每年有一半以上出自湖南广电系的团队。在技术和平台扁平化的当下，内容制作和生产能力成为一种稀缺资源，湖南应继续保持和发挥在这一领域的独特优势，解放思想，进一步打造基于互联网的内容生产生态。一是做好省广电集团“双引擎”的融合。湖南卫视、各地面频道等传统媒体与芒果TV之间基于内容的融合机制应继续优化。二是做好PGC与UGC的融合。广电湘军的内容之强，强在制作机制的专业化（PGC）；但“广电湘军”经过这么多年发展，积累了海量粉丝，如在粉丝中经营一批UGC，无疑可以增强平台的社交互动性，同时增强内容的丰富性和网感贴近性。三是做好机构和个人的融合。广电主持人在全网具有海量粉丝，如何通过市场化机制，融入集团内容生产和宣发的大生态，也应纳入可行性研究。四是做好媒体集团的内部融合。推动湖南各大传媒集团基于市场化的新媒体业务融合，如推动芒果TV、红网、新湖南、中广天择等省内媒体之间通过市场化机制，促进内容和数据流通，

实现相互平台的增值赋能；推动省市县三级广电湘军在内容制作方面的融合，共同营造独具特色的内容生态。另外，在当前县级融媒体领域，如何在现有框架下加入省广电集团元素，也可进行可行性探讨，毕竟信息与政务、商务的融合是一个有机整体，应发挥各方优势。

融于视频基地。“北有中关村、南有马栏山”，湖南省委省政府抓住时代潮流，勇于创新，敢于开拓，依托湖南广电的优势资源，重点打造马栏山视频文创产业园（简称文创园）。特别是2020年10月17日，习近平总书记视察马栏山文创园，园区面临着历史性的发展机遇。当前，应做好以下几个方面的融合：一是更高层面的认知融合。高度决定出路、维度决定层级，文创园不仅是媒体层面的融合、创新和发展，更应提升到主流宣传、媒体重塑、数据和流量运维、跨界合作、智慧城市建设、地区形象塑造、区域产业发展、未来技术引进和落地的高度来认知，这需要省内各地区、各部门、各行业积极参与到园区的建设中来。二是更多元的生态融合。当前，园区建设进入实质阶段，招商引资成效明显，湖南广电集团、中南传媒、中广天择等本地头部公司已积极落户园区，也成功引进爱奇艺华中总部、创梦天地、快手华中总部、字节跳动全国内容生产基地、易华录等一批头部企业，新引进市场主体270家，累计新注册企业1600家。园区对于“广电湘军”而言，是一次历史性机遇；深度融入文创园，进一步借助园区丰富和完善的产业链，既可降低节目制作成本，又可架构新业态和产业，实现“广电湘军”带动文创园发展、文创园进一步赋能“广电湘军”的良性互动。2020年，芒果超媒准备拿出5亿元向包括马栏山制作团队在内的社会企业招标，就是很好的开始。三是更优质的政策和服务融合。省

市出台了“1+1+6”政策体系以及形成“四奖两补三支持”政策配套，重在落实和执行；同时，互联网是轻资产、创意型产业，需要优质的政务服务，更需要优质的产业链协作，如公有云、人工智能的后台支持系统等。

融于产业生态。“广电湘军”强在内容生产，但基于全网的内容变现和产业链运营还需进一步加强，产业融合的多元生态有待打造。一是融于平台优势。当前，湖南卫视是国内实力最为强大的省级卫视，芒果TV是国内唯一赢利的长视频网站。2021年1月22日，芒果超媒市值达到创纪录的1655.6亿。下一步，芒果TV应利用“广电湘军”内容生态圈和产业链的优势，在短视频、5G背景下，在业态创新方面进一步开拓，做大做强，如芒果超媒当前正在布局的小芒电商，就是很好的尝试。二是融于智媒体新生态。智媒时代，行业出现“媒体即平台，受众即用户，连接即服务，数据即能力”等新的功能和特点，媒体的作用和想象空间无限扩大，如随着抖音、快手等平台因短视频带来的流量，在此基础上形成直播带货、知识变现等新的业态，带动区域产业发展，实现城市整体形象营销。三是融于全网产业链。在互联网成为基础设施和工具化的时代，树立流量思维、变现思维、融合思维，通过新媒体来吸引流量、营造社群，在上游进一步重视技术的引进和研发，中游做好基于互联网的内容生态，下游带动区域产业链的发展，带动其他实体经济转型升级。如杭州、广州在基于网络平台的货物生产、销售、配送相关产业链方面就做得很好，通过其他细分行业的融合升级来实现变现的广泛性。广电湘军有内容和流量优势，但与流量多元变现（如直播带货）的相关产业链不够发达，这是以后的努力方向与发展空间。

融于体制机制。“广电湘军”发展的每一

步，都踏准了时代发展的脉搏，实现了发展当下体制机制的最先进、最优化、最匹配。下一步，建议在体制机制方面做如下工作：一是继续做好自身体制机制的创新和优化。如新媒体与传统媒体的内容市场化交易机制，员工市场化薪酬机制，媒体融合进程的考核机制等。二是给予“广电湘军”创新发展适度的管理“灰度”和宽容度。“广电湘军”诞生于中部省份湖南，得益于历届省委省政府放手放权的管理模式。新时代，在确保导向和廉政安全的同时，给予“广电湘军”更多创新空间，给予更多的自主权和更大的容错机制，在保证国有资产保值增值的同时，给予其与以民营资本为主的新媒体平台大致相当的内部管理体制机制，使其在激烈竞争的时代继续保持发展优势。三是鼓励媒体跨界融合。随着媒体功能的拓展，媒体与区域产业的各细分领域的融合越来越深入，湖南在教育、医疗、旅游、农业等方面具有优势地位，如何在互联网教育、互联网医疗等互联网+领域做探索和思考，这就不是媒体一家的事情，而是已涉及到省委省政府的宏观产业发展战略和各行业部门的思维层级。如推动“出版湘军”和“广电湘军”更大层面的合作和融合，2020年上半年，省委对省内传媒集团高管进行交流安排，这对于双方的业务拓展和融合都会起到推动作用，以后如能在双方交叉持股、数据共享、资本运作等方面加大合作力度，为实现未来媒体集团的多元融合创造条件，这是应对未来媒体平台化、功能多样化时代不得不做的尝试和战略准备。

（作者系湖南省广播电视局办公室主任）

编辑/刘凌

金鹰卡通围绕亲子力 多层深耕 融媒纵横

罗岚

2020年9月，习近平总书记视察马栏山视频文创园，给湖南广电指明了发展方向；11月13日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，勾勒出了媒体深度融合清晰的时间表和路线图；紧接着11月19日，湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）党委书记、董事长、总编辑张华立在2020中国新媒体大会上发表演讲《建设主流新媒体集团的芒果思考》，做出“一云多屏、多元一体，建设主流新媒体集团，主力军挺进主战场”的要求。按照中央和

集团公司要求，金鹰卡通频道进一步明确了融媒发展的方向，将继续紧紧围绕亲子力，多层深耕，融媒纵横。

一、横向上，围绕亲子力，深耕“金鹰卡通卫视+麦咭TV+品推矩阵”亲子融媒体平台，通过三个平台的横向联合，打通广告销售。

为防范偏离主业、乱选赛道的风险，我们围绕亲子力，积极运营金鹰卡通卫视、麦咭TV和品推矩阵三个亲子定位平台，创新开拓，主动探索，打好主营业务攻坚战。



《麦咭小厨》是金鹰卡通卫视制作的全国首档亲子美食厨艺竞技节目。

（一）金鹰卡通卫视方面，不断创新，做好亲子节目，深挖客户，做好广告营销。从收视率、季播节目、常规节目、动画剧场、高标清覆盖等方面继续领跑同类亲子媒体，夯实中国第一亲子电视平台。

1. 创新节目，撬动客户：亲子节目是金鹰卡通核心资源，广告创收是金鹰卡通最大的创收来源。创新亲子节目，是金鹰卡通应对融媒时代市场环境的立身之本。

不断丰富亲子节目池，不仅要继续做好已有的亲子节目品牌，每年年中从6月份开始就会进行下一年的内容创新。比如2021年的节目创新，我们第一轮就征集到了100个新节目创新方案，经层层优选，最终有25个全新节目方案上总经理办公会议讨论，最终有10个节目方案进入招商。

2. 多层次营销推广，深挖客户：金鹰卡通以广告节、节展、论坛等多渠道为阵地，与更多代理公司及品牌客户紧密连接。同时，通过小型座谈或定点推荐等模式，增加相关行业对频道的认可度，为相关行业客户群体的扩张奠定基础。

（二）麦咭TV方面，金鹰卡通从2018年就开始布局视频流媒体平台麦咭TV，当年10月份上线后，在儿童应用领域快速抢占了市场，做好看、秀、学、淘四个方面，力争打造中国第一亲子网络视频平台。

看：一是金鹰卡通自制亲子节目官方放送平台+节目配套互动，金鹰卡通自制动画片的播出+动画片互动，打通大屏和小屏；二是麦

咭TV将推出自制原创长、中、短视频节目和动画片；三是引入新的动画片。

秀：继续做好萌娃秀、爱心秀、才艺秀，成长陪伴，秀出美好。

学：麦咭TV开设了音乐、故事、百科、国学、育儿、英语、课堂等八个学习频道，目前已汇聚了全网80%以上教育内容，将继续做好自制的、引入的教育内容。

淘：继续优选亲子商品，亲子家庭足不出户，亲子好物一键带回家。

（三）品推矩阵方面，围绕亲子力，多平台同步深耕发力。

融合媒体时代，金鹰卡通卫视全面打造官方微信公众号、微博、抖音等20个大号。包括微信订阅号“麦咭成长说”“金鹰卡通麦咭乐园”“金鹰卡通卫视亲子传播”，微信服务号“麦咭智能生活”；微博账号“金鹰卡通”“中国新声代言博”“疯狂的麦咭”“金鹰卡通爱上幼儿园”“23号牛乃唐”；抖音账号“金鹰卡通”“暴暴牙”“牛乃唐”；同时，开通包括今日头条、腾讯内容开放平台、网易号、一点资讯、趣头条、新浪看点、百家号在内的金鹰卡通全媒体平台矩阵，包括快手、微视、优酷大鱼号、爱奇艺、视频号、B站在内的金鹰卡通视频平台矩阵整合发力。

2020年初我们开始推出并着力打造优质亲子垂直类MCN账号“麦咭亲子屋”，优选亲子类产品。我们在抖音、快手、京东、淘宝、小红书、拼多多及自有平台麦咭TV等电商平台上创建了“麦咭亲子屋”MCN账号，希望未

来线上做成品牌后，也为线下开展“麦咕亲子屋”亲子连锁实体店打下伏笔。

二、纵向上，深耕垂挖，聚焦“动漫创投+衍生产品+乐园”三个产业方向，进一步扩大亲子产业经营创收。

我们围绕亲子力，在动漫创投、衍生产品及乐园三个亲子产业板块，精准定位，紧跟消费潮流，扩大营收。

（一）动漫创投方面，孵化精品动漫IP，实现IP变现

动画片方面，“十四五”规划了重大革命题材《翻开这一页》第四季、重大历史题材《杨家将》《大学之大》（献礼抗日战争胜利80周年）、重大现实题材《23号牛乃唐》第2季~第4季；动画电影方面，重点做好《23号牛乃唐》动画电影。

《23号牛乃唐》是金鹰卡通重点打造的原创自制动画片，从2016年启动，经过三年多的打磨，于2020年3月1日开播，取得了省级卫视收视冠军的好成绩。

（二）动漫衍生产品方面，迅速推出新品，拓展销售渠道

新品开发方面除了麦咕智能生活产品系列、亲子生活系列产品，针对疫情，我们有针对性地迅速推出了麦咕净手喷雾、电动口罩、每日消毒包等消杀产品系列产品。

渠道拓展方面，除了线下渠道外，开辟了很多线上渠道，包括京东自营店、金鹰卡通旗舰店、天猫专卖专营店、麦咕亲子屋、麦咕TV、贝店等众多社交电商平台。特别是合作顶级带货主播“薇娅”，取得一场活动销量过万台麦咕baby机器人的成绩，拉动了麦咕衍生产品在其他线上平台的流量。



（三）麦咕乐园方面，研发小乐园模式“麦咕童话工坊”

我们积极向长沙浔龙河、四川、内蒙古、山西等区域拓展文旅市场，为全国布局夯实基础。同时苦练内功，研发出了小而精的情景式创意手工体验中心“麦咕童话工坊”，打造了一个沉浸式的、高颜值的、培养孩子美学素养和动手能力的手工坊。首家店于2020年6月1日开业，收获了家长和孩子的一致好评，接下来我们会把“麦咕童话工坊”模式全面铺开。

融媒时代已经到来，我们希望通过金鹰卡通卫视+麦咕TV+品推矩阵三个平台的打通运营，动漫创投+衍生产品+乐园三个亲子产业板块的营销拓展，持续扩大亲子经营渠道，拓宽亲子经营市场，努力打造全国名列前茅的集媒体和产业为一体的优秀亲子文化企业。

（作者系湖南金鹰卡通传媒有限公司董事长、总经理，金鹰卡通频道总监）

编辑/刘凌

5G时代，欠发达地区市级广电的困局与破局

罗小华

5G时代呼啸而来，欠发达地区市级广播电视台面临的困难有哪些？如何破解？这是摆在当今业界的一大现实课题。

一、欠发达地区市级广电身处的困局

鉴于历史、现实、客观条件和主观意识，欠发达地区市级广电在5G时代来临之际身陷多重困局。

1. 理念不新。从上世纪80年代沿袭至今，不少广播电视台套用行政级别框架，带有官本位思想，人本意识不太强，看重“帽子”大小和职务高低，有点忽视专业技术人才；固守官媒本位，自我中心意识犹存，固守“大众传播”老模式；新理念欠缺，眼光不够前瞻，移动互联网思维、用户思维和受众意识不强，改革创新、转型超越意识、愿望、能动性不够。

2. 机制不活。一些市级广播电视台在还没有发展成媒体集团的情况下，将原本不大的单位分设为台机关（部室）和直属二级机构（频道）两块，管理上有机化、行政化倾向；分配上按照行政级别拿系数，较少向一线苦累岗位和专业技术人才倾斜，专业人才上升通道不畅；偶有小改小革，也难以盘活全局。

3. 队伍不强。欠发达地区由于经济有限、环境不佳、人才引进制度不健全、人才成长路径模糊，高端人才难引进、留不住，年复一年滑入“招了又走、走了又招”的怪圈，事业、感情、待遇都不足以吸引和留住大量高端人才，缺乏各类专业技术人才，尤其是智库专家、复合型人才和能引领风气之先的领军人才。

4. 设备落后。欠发达地区市级广电台大多还只建成一个高清频道，其他频道的摄编机器用了五、六年还没有更新，尚没有完成采编设备和播出系统的高清改造。不少频道使用即将淘汰的直播车、标清摄像机和陈旧编辑系统，拍摄、制作、播出的图像像素不高、画质不好。

5. 融合不深。欠发达市州广电台虽然也成立了网络平台和新媒体中心，但大多采取单一的频道制，媒体融合停留在浅层，频道与频道、网络、客户端之间，在新闻宣传和经营创收上基本各走各的，管理相对独立，各自为政，没有融为有机整体。

6. 产品不精。囿于人力物力不足、地域不广和日常任务繁重，不少市级广电的内容生产难以跟上日新月异的形势，成色足、分量重的主线主题报道不多，深度报道不多，精品佳作、原创“爆款”产品少，远未形成“既有高原又有高峰”的局面。

7. 效益不好。因为欠缺震撼人心、吸人眼球的好内容，加上时局变迁，欠发达地区不少市级广电台经营创收继前些年遭遇“天花板”之后，近两年又接连下降，财力日益捉襟见肘，只有极力争取财政大额拨款，才能勉强保证工资发放、正常运转。

二、欠发达地区市级广电应对5G的破局

5G时代，舆论生态、媒体格局、传播场景、受众关系均发生深刻变化，传播样式和传播手段会被重新定义。在剧变的生态环境下，欠发达地区市级广电该如何破局呢？

1. 加强学习，打造全媒人才团队。人才是第一资源，人才不足是制约市州广电发展的关键因素。5G对传媒从业者的素质和能力提出了新的要求。欠发达市级广电台尤其需要强化学习：既要请进来，又要走出去，向业内敢闯敢试、成功的先行者取经；要推行课题负责制，逐个梳理问题，钻研破题；要坚持全员学习、终身学习；要加大实践养成，加强“全栖”人才和青年群体培养，适度轮岗交流，培养“多面手”和复合型人才，锻造一支政治强、业务精、作风正、纪律严的全媒人才团队。

2. 加强内容建设，创制精品佳作。内容永远是传播的主体和主角；5G时代，优质内容依然是“王道”。市州广电应当创新理念、内容、题材、体裁、语态和形式，加强内容生产供给侧结构性改革，在主题主线、深度报道上狠下功夫，围绕贯彻中央重大决策部署和地方中心工作，力推特写、专栏、连续、系列、专题报道、大型报道，增加短评、快评、时评和述评，唱响主旋律；在地域性、接近性上狠下功夫，找准本地热点、焦点，多生产接地气、沾泥土、带露珠、冒热气的作品；在节目的参与性、互动性、服务性上狠下功夫，多设置有益的话题、议题，实施在线互动和见面互动，适当汲取UGC（用户生产内容），吸引受众、用户主动参与、分享、转发；在转变话语方式、创新表现形式上狠下功夫，以贴近民心的语态、故事化的叙事手法和行云流水般的讲述、群众个性化的语言、富有冲击力的视听内容，为受众与用户提供高水准、高性价比的产品；在移动产品优先、客户端首发上狠

下功夫，融合视频、图文、动漫、H5、VR、长图等多种手段，将内容传播和营销推广向移动端前移，在移动端首发、先发反映时代风貌的优质内容，用精品内容增加受众和用户黏性；在按稿计酬、奖优罚劣上狠下功夫，建立激励机制，重奖精品生产，让优稿主创得到优待，正向激励优稿大片的产出。

3. 拥抱高新技术，建设智慧媒体。5G预示“信息随心至、万物皆可及”的智媒时代来临。工欲善其事，必先利其器。广电行业的大发展历来都与技术进步息息相关；只有技术先进，优质内容才能获得更优质的呈现。欠发达地区市级广电应保持对新技术的敏感，积极购置高清采编播设备，及早完成高清化改造，加快互动分发、聚合应用、数据中心、点播平台等系统建设；积极引进VR、AR、大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能等前沿技术，利用新技术寻求媒体融合的突破点、转折点，以建设智慧广电、智慧媒体为目标，推行广电融媒体+物联网，广开移动端口，设置生活服务，纳入智慧政务，融入智慧城市，接入国家级云平台，打造面向全社会的多功能、多应用、立体化、综合型的智媒体生态系统。

4. 改革老旧体制，创新运营机制。5G触发了传媒产业的业态更新与生态蜕变。欠发达地区市级广电更需破旧立新，破除过时的单一频道制，建立全面融合机制，成立包含网络平台和移动客户端的融媒体新闻中心，适时集中优势兵力，适度实施集群作战、联合作战；在制片人制的基础上推陈出新，打破传统的介质分类和组织形态，推行灵活、高效的工作室制，适时适量实施项目

承包制。深化人事、薪酬等方面改革，全面推行优劳优得、多劳多得的激励机制，强化绩效考核，破解员工干多干少一个样的懒政难题；大力实施人才兴台战略，建立专业技术人员职业上升绿色通道，不拘一格选贤任能，吸引、留住、重用专技人才。

5. 加大融合力度，推进深度融合。5G所拥有的强大网络优势，突破了传播壁垒，支撑起万物互联，为媒体融合发展提供足够广阔的起飞平台。欠发达地区市级广电需抓住这一大好机遇，建立中央厨房，重塑组织架构、采编流程和管理规制，融通全台资源、信息、渠道、平台，推动共有共享，统筹调配采编力量，实行“一体策划、一次采集、多种生成、多元分发、多样展示、多头推送、矩阵传播、全媒覆盖”；同时把移动平台作为“主赛道”，探索全程、全息、全员、全效媒体“四全一体”的融合新路径，开拓“新闻+政务+服务”新样式，真正变身为“我就是你、你就是我，你我浑然一体”的融媒体。

6. 深耕垂直行业，扩大黏性粉丝。在分众化、差异化、碎片化传播的移动互联网时代，一次性契合多个圈层喜爱的节目越来越难、越来越少。5G时代，受众将进一步按行业、兴趣、习性垂直细分。市州广电在垂直化、细分化生产领域具有得天独厚的优势。欠发达地区市级广电可利用5G提供场景化信息消费的便利，根据行业、领域的不同细化出不同的圈层，深耕垂直圈层，创新信息综合服务“一揽子”解决方案，在精细解读圈层热点、焦点的基础上，推进新闻+服务、节目+服务、活动+服务，增强产品的实用功

能和社交关系黏性，联动线上线下、大屏小屏，为垂直领域量身定制适销对路、丰富多样的“一条龙式”专业服务，以精细化、个性化的服务吸引、激活各圈层用户，给用户提供更好更多的体验，促进传播者和消费者趋同合一，助推收视人群向消费人群转变。

7. 跨界拓展经营，重构产业版图。在5G升级的移动互联网时代，主流媒体的平台、技术、内容、产业、组织管理都要“跨界融合”。欠发达地区市级广电必须跳出传媒做融合，主动与本地党政部门、金融机构、企事业单位多维度地跨界联合，积极与房产、城管、教育、医疗、交通、文旅、体育、社会治理等耦合，在融通资源、资本、资金、人力、智力等要素的基础上，共建平台、共享资源、共生产品、共建生态，积极探索广电+直播+电商+产业、广电+内容+服务+产业的新模式，然后再进军其他产业，多形态衍生增值产品，多介质进行营销推广，推进跨媒体、跨行业运营，拓宽媒体的内容品类和收入结构，重构产业版图、商业模式和盈利模式，实现平台、用户、商家的多赢。

知常明变者赢，守正创新者进。5G时代是可赋能千行百业的数字化转型时代，我们应当危中寻机、化危为机、抢占先机、创造商机，在危机中育先机，于困局中开新局。未来已来，未来可期，相信欠发达地区市级广电借助5G赋能，一定会浴火重生。

（作者单位：邵阳广播电视台）

编辑/杨佩兴

壮大主流舆论 讲好永兴故事

——湖南永兴融媒紧扣“主旋律”奏响“最强音”

邓信开



2020年7月24日，永兴县融媒体中心在马田镇上桥村举办以“走向我们的小康生活·决战决胜脱贫攻坚”为主题的永兴县第四场“直播带货鹰嘴桃”公益活动。

近年来，湖南省永兴县融媒体中心以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持正确舆论导向，遵循新闻传播规律，不断加强广播电视主流媒体意识形态主阵地建设，率先在湖南省成立县级融媒体中心，深入推进媒体融合，扎实做好广播电视各项工作，取得了良好成效。永兴县融媒体改革工作先进经验和典型做法已被人民网、湖南日报、湖南卫视等主流媒体宣传报道，并被《湖南广电工作简报》《郴州通讯》等刊物刊载，曾先后在湖南省县级融媒体中心建设现场推进会、中国新媒体大会上做典型发言，并承办了郴州市县级融媒体中心建设座谈会。

一、提高政治站位，把牢舆论导向。县融媒体中心党组坚持“六个纳入”，把做好意识形态工作作为重大政治任务，切实承担起主体责任。制定《永兴县融媒体中心党组理论学习中心组学习工作方案》《中心党组理论学习中心组学

习计划》。加强学习，明确分工，充分依靠支部班子成员各负其责地做好意识形态工作。坚持守正创新和内容取胜，正确处理社会效益和经济效益的关系，大力推进媒体融合发展。认真开展党的十九大精神、习近平新时代中国特色社会主义思想、《中国共产党宣传工作条例》《党委（党组）意识形态工作责任制实施办法》等系列学习宣传活动和“广电大讲堂”活动。中心党组理论学习中心组每年集中学习8次以上。积极引导党员干部牢固树立纪律规矩意识，真正做到心中有党、心中有民、心中有责、心中有戒。

二、壮大主流媒体，守好舆论阵地。永兴县委、县政府加大对广电事业的资金投入力度，项目建设资金纳入财政预算。投入365万元实施了县调频广播节目和电视制作播出系统高清化升级项目，建成了永兴县调频广播“FM105永兴之声”，顺利完成了高标准编辑及电视频道高清

播出系统建设，率先在郴州市实现节目高清制播。加大公共文化服务体系建设，完成县、乡、村三级农村广播平台建设，实现了全县“村村响”广播和山洪预警广播两个平台、一个系统、一网化管理。扎实推进县级融媒体中心建设，实施县融媒体中心物理空间改造、软硬件及基础设施升级完善等项目，建立了“1+8”融媒矩阵，即1个融媒体中心+“永兴电视台、FM105永兴之声调频广播（应急广播）、新永兴APP（新湖南永兴频道）、永兴手机报、永兴新闻网、三微端、户外大屏、其他新媒体”等8个主流宣传平台，实现广播电视与新媒体有效融合。荣获2017年度郴州市广播电视管理先进单位、郴州市2019年直播卫星户户通工程建设先进单位、郴州市2019年省级节目无线数字化覆盖工程建设先进单位等荣誉称号。

三、把握正确导向，传播主流声音。突出舆论引导，对正确引导舆论、营造良好社会氛围发挥了重要作用。重点围绕高质量发展、三大攻坚、项目建设、扫黑除恶、创文巩固等中心工作，开辟了《领航新时代》《脱贫攻坚看永兴》《高质量发展2020》《不忘初心·牢记使命》等电视专题专栏50多个。创新新闻形式，引入大量基层群众实例和采访，印证改革带来的实惠和变化，起到了很好的宣传效果。制作推出5集音乐快闪《我和我的祖国》及7集航拍系列《鸟瞰永兴》。摄制推出文旅宣传片《碧水丹霞 橙缘银都》，切实提高永兴的知名度和美誉度。近三年来，共在中央级媒体发稿23篇，省级媒体发稿817篇，市级媒体发稿1362篇，3部微电影获省级奖项，20部新闻作品获省市新闻奖。

四、加强监督管理，净化舆论环境。强化宣传管理，正确引导舆论。深入开展“三俗”之风

整治行动，严格规范自办节目播出管理和播出程序，强化审稿审片制度，实行凡播必审、重播重审，确保了没有发生任何违规行为。贯彻《广告法》，开展清屏（频）行动。严格按照新《广告法》的规定，开展自查整改，建立健全广播电视广告播出审查机制，对违反新《广告法》的医疗药品、房产广告一律停播，确保了广播电视正确导向。提高公益广告播出频次，每套节目每小时公益广告不少于2条次，其中黄金时段不少于4条次。同时开办公益广告展播专栏，每天定时集中播出公益广告，实现公益广告播出的制度化和常态化。共播出公益广告13700余条次，日均播出52条次。加强安全管理，确保安全播出。进一步完善《广播电视安全播出应急预案》，每年组织实战演练，重大活动、节庆、会期期间严格执行24小时值班和领导带班制度，确保了广播电视安全播出无事故。

五、坚持人才兴台，培育广电队伍。创新聚才育才机制，综合用政策、事业、待遇、感情、风气留人，让人才引得进、安下心、留得住，在全中心努力营造鼓励人才干事业、支持人才干成事业、帮助人才干好事业的良好氛围。创新人才培养机制，通过“送出去、请进来，移大树、育新苗”四项人才培养政策，努力造就一支高素质广播影视队伍，为永兴广电事业繁荣发展提供有力人才支撑。建立了实习实训基地，加强与省市高校地合作，培养融媒体复合人才。通过开展“优秀编辑记者”“优秀播音主持人”“优秀技术工程师”等评比活动，建立健全有利于人才脱颖而出的机制体制，努力形成人才辈出、人尽其才的良好局面。

（作者单位：永兴县融媒体中心）

编辑/肖清

《乘风破浪奔小康》： 生动小视频讲好小康大故事

郑长华

围绕脱贫攻坚、全面小康，广电视听一直在行动，持续推出一大批内容丰富形态多元的主题报道和活动。芒果TV的“乘风破浪奔小康”主题系列活动是近期的一个典型案例。活动共分为三个阶段：第一阶段小康生活听我“说”填词改编挑战赛；第二阶段“康康”我们的美好生活暨湖南“美好生活推荐官”选拔；第三阶段“唱响我们的小康时代”制作推出“美好湖南”主题系列短视频，多角度反映湖南省脱贫攻坚奔小康的生动图景。

140个短视频，讲述小康路上的“小故事”

“康康”我们的美好生活暨湖南“美好生活推荐官”选拔活动由湖南省委网信办、共青团湖南省委联合指导，芒果TV和“青年湖南”联合主办，通过用户短视频拍摄当地的美食、旅游、精准扶贫、小康生活等相关内容，多角度展现湖南的小康新画卷。活动自开展以来受到湖南各界的热烈响应，累计收到投稿作品3127条。经过网络投票和专业评审的层层把关，最终140件获奖作品脱颖而出。

湖南株洲的朱玉婷以青年致富带头人丁艳君的第一视角切入，创作了《新型青年农民书写 脱贫致富梦#醴陵》，作品展现了丁艳君通过勤劳的双手实现了脱贫致富的梦想，而她的华丽蜕变也成为醴陵市脱贫攻坚的一个缩影。

长沙创作者陈航的作品《打卡长沙城 美好生活邀您来》向观众“安利”了一个热气腾腾的长沙，作品以强烈的动感把长沙这座城市的网红气质和当地具有影响力的多个场景融为一体。

《湘乡脱贫路上的引路人 情系群众的实干家》由来自湘潭的张米创作，作品讲述了湘乡市和谐村第一书记驻村帮扶队队长赵建成心系百姓，带领当地群众通过发展产业的方式改变家乡的故事。140个短视频中，人物与故事各不相同，但温度、热度、态度构成了获奖作品的共同关键词。来自不同领域的创作者将镜头对准当地特色，选取具有代表性的人物样本，绘就了一幅美好的小康生活图景。

融传播，让用户成为参与者

“让用户主动参与进来”，是《乘风破浪奔小康》主题系列互动活动的突出特点。回到本次选拔活动的策划阶段，为了最大程度打开视角，芒果TV利用“融传播”思路，以互动形式吸引用户参与。如平台运营调用全平台宣发资源助力活动“出圈”。本次活动联合“大芒计划”，借助创作者平台，汇聚UGC视频内容创作者的力量。打通内部渠道的同时，芒果TV还覆盖其他渠道，活动在红网、华声在线、今日头条等客户端“铺开”，并联动共青团湖南省委员会官方微博@青年湖南及长株潭等多地

共青团形成新媒体宣传矩阵，放大“奔小康”的传播声量。

“融传播”的思路也贯穿系列活动的第一阶段——芒果TV联动湖南经视、湖南都市和湖南公共频道、893汽车音乐电台等形成合力，共同发起小康生活听我“说”挑战赛。结合平台热门综艺，芒果TV在站内发起互动H5，用户将自己对小康生活的理解改编为全新的小康版“无价之宝”。动感的音乐、活力的舞蹈，吸引了消防员、咖啡师、大学生等不同职业、不同年龄的用户参与其中。在不断“相融”的过程中，系列主题活动聚焦各行各业拍摄者的身边事、身边人，以接地气的方式展现人们的新奋斗、新目标、新生活。

对接新起点，讲好新故事

线上，打开芒果TV“小康”频道专区，《走向我们的小康生活》网络系列街采报道和果农自拍系列小视频《果燃好开心 我们的小康生活》被重点推荐；线下，芒果TV携手芒果扶贫云超市，策划推出直播H5，与快乐购为湖南贫困地区农产品直播带货……

发挥主阵地、主力军的作用，作为国有新型媒体，芒果TV除了推出的《乘风破浪奔小康》大型互动系列主题活动之外，一系列与小康生活相关的活动也在同步进行。2020

年5月，芒果TV在全端推出专题报道“决胜2020——全面小康湖南行”，讲述湖南脱贫攻坚的具体实践；2020年6月，平台在各个终端开设“小康”频道，重点展现习近平总书记走过的扶贫路，讲述全面建成小康社会的奋斗故事；2020年7月，芒果TV推出“品读三湘小康图景”，展现湖南在脱贫攻坚战中取得的丰硕成果……不同时间节点，不同主题策划，多元形式立体呈现。

“脱贫摘帽不是终点，而是新生活、新奋斗的起点”。与国家“大事”“要事”同频共振，芒果TV主动响应政策、承担责任，让每一个小康生活的见证者都成为记录者和参与者，《乘风破浪奔小康》系列主题活动是收官也是开端，为全面建成小康社会唱响动人的“合奏曲”。将直播间“搬”到田间地头，“芒果扶贫云超市”持续推动乡村振兴；而聚焦新农村的《果味香村》则运用“一村一果”的概念描绘出乡村振兴的新图景……如今，乡村振兴的大幕已正式开启，芒果TV也在继续记录人们“乘风破浪奔小康”的新故事，展现出平台作为主流媒体面对重要时间节点的新作为和新担当。

（作者单位：广电时评）

编辑/肖清

《怦然再心动》为熟龄女性征爱 传达对婚姻家庭的深层思考



湖南卫视打造的熟龄女性觅爱社交原创综艺《怦然再心动》由倪萍担任征爱主理人，王大陆担任征爱助理，邀请王子文、王琳、黄奕、白冰、蔡卓宜5位熟龄女艺人入驻征爱驿站，并帮助她们褪去荧屏光环，作为勇敢追爱的普通女性，与优质男嘉宾开启21天的征爱之旅。与以往相亲交友类综艺相比，《怦然再心动》有着明显的差异化诉求与气质。节目以现实主义为创作观，聚焦熟龄女性群体的情感问题，直面社会痛点，不刻意营造梦幻、高甜的情绪氛围，而是充满生活的温度感、厚实感。

直击痛点，聚焦熟龄女性情感困惑

当今社会中，不论是离异女性还是单身大龄女青年，还是很难完全摆脱外界的刻板印

象，在面对情感问题时不容易得到平等、真诚的对待。在种种因素的牵绊和阻碍下，她们自己内心也难免有困惑。王子文、王琳、黄奕、白冰、蔡卓宜5位艺人就有着这样的境遇，她们年龄、想法、情感经历等情况各不相同，但都是遭遇过情感挫折的熟龄女性，而且有着一颗坚韧、勇敢的内心。她们借助《怦然再心动》这个平台，重新出发，大胆寻爱，表达积极追求美好的态度和声音。王子文说，付出的每一滴泪、每一滴汗水，都是有收获的；黄奕说，自己在婚姻里面总是受伤，但仍然相信爱情，她可以成为一只不死鸟；王琳说，在从小女人到大女人再到“老女人”的过程中，她很享受……她们每一个在回忆过往时，脸上都是坦然而坚定的，不后悔、不抱怨，更不放弃

对美好情感、婚姻关系的向往和坚持。应当说,《怦然再心动》中几位女嘉宾是具有一定示范意义的,可以鼓励社会中有着类似经历的人打开心扉,更加积极、勇敢地面对生活,同时树立健康、正向的情感观念。

主打关注熟龄女性情感的《怦然再心动》,虽然题材看似垂向,但实际上内容指向会覆盖、辐射多元的人群。大家也许处于人生的不同阶段,面对不同的情感问题困扰,但也会存在共通的症结,比如“爱”需要探索,过程不见得是顺利的,但还是要“放开心,相信爱”,怀揣期待,有坚持寻找的勇气。在年轻人普遍对爱情抱有焦虑情绪的当下,《怦然再心动》以5位女嘉宾的寻爱之旅为线索,帮助大众重拾对情感关系的信任,也启发他们不畏惧尝试,具有现实价值和社会意义。

打破常规,传达对婚姻家庭的深层思考

相亲交友类节目的主角通常是年轻男女,但《怦然再心动》则是有相对丰富情感经历的熟龄人群,意味着这档节目在诉求和情感态度上更加“写实”,而嘉宾也必须展现出更本色的自己。王子文、王琳、黄奕、白冰、蔡卓宜5位艺人明确表示向往美好的亲密关系,想通过节目找到契合的另一半,她们真诚而勇敢,也有真实的动力和需求,所以很坦率地褪去荧屏光环,打开自己的交友圈,自然、不造作。但是,几位女性嘉宾毕竟有着曲折的经历,甚至曾深陷情感泥沼,而且一度被大量讨论,她们在这样的情况下能选择剖白心迹,吐露自己的现实考量,展

现出更多的勇气和真诚。这些因素实际上也赋予了节目不一样的内涵和温度,更具细腻关怀性。

节目组也足够真诚,在各个环节设计上都从嘉宾视角出发,邀请倪萍和王大陆一起倾心尽力甄选男嘉宾,并尽可能为男女双方创造合适条件,让他们可以充分、有效地相处交流。显而易见,《怦然再心动》没有打算上来就以“高甜”“嗑糖”吸引观众眼球,而是在内容上巧用心思,比如第一次约会背对背聊天等,试图在用心的推动下,慢慢让观众感受到嘉宾之间的化学反应、心灵交流,展现出中国当代成熟优秀女性对婚恋、家庭、亲子等问题的深层次思考。但这并不是说嘉宾们的相处不够甜,而是节目希望让观众感受到另一种“甜”——或许他们少了些年轻气盛时不顾一切的冲动,但是会多几分稳重、成熟的责任感和踏实感;或许他们少了些一时青春梦幻的痴迷眼神,但相处时独立自信、通透大方的状态同样迷人。

值得强调的是,倪萍的加入也为《怦然再心动》创造了另一层看点。她在节目中不仅与王大陆承担挑选男嘉宾任务,而且作为其中的大姐,虽不干涉,但会以更加成熟的、冷静的第三方视角,适当在几位女嘉宾纠结、困惑时予以提醒。另外,倪萍和王大陆由于与女嘉宾不一样的身份定位,可以活跃气氛、交代信息。比如有一个场景颇有意思,当黄奕试探地问男嘉宾们的情况,倪萍直言,他们都是各行各业的精英,相比之下你们是素人。嬉笑打闹的乐趣中,每一个人都实实在在。



破解偏见，展现“她形象”、传递“她力量”

蔡卓宜在节目中表示，很多人会觉得离婚了人就“老”了，很难重新再来。事实上，诸如此类的看法并不是个例，而是一种常见的偏见。当前，一方面社会对女性群体的关注度越来越高，另一方面也还是会对她们进行标签化的认知和评价。

除了直接呈现几位熟龄女性寻爱之旅，《怦然再心动》其实也以婚姻家庭为切入口，关注身处不同人生阶段的女性状态，诠释她们的精神能量，表达新时代女性价值观，对社会偏见作出回应。其一，《怦然再心动》中王子文、王琳、黄奕、白冰、蔡卓宜这5位女嘉宾，不管是内心丰富、个性十足，还是心无城府、大大咧咧，她们都有共同的特点，即有过传统意义上失败的感情经历，但她们走了出来，活出了不留遗憾的人生。节目通过呈现这些标杆形象，引导大众对某些偏见进行反击。其二，在面对情感问题时，几位女嘉宾以身示范，不仅心怀美好，而且有着过尽千帆后的从容，以更多的勇气与力量，去做自己，去追求心中所爱，展现成熟女性的魅力，独具吸引力。而且，这几位女性嘉宾们在探索爱之旅途的过程中，敢于正视自己的内心需求，乐于敞开心扉，分享“不论年龄、身份，每个人都有追求爱的权利”的态度，也真切展现了这一女性群体的渴望和所思所想，带动观众破解社会偏见。

湖南卫视长期深耕女性题材，擅长创新情感综艺模式，向来重视对“她形象”的展示和“她力量”的传递。这一次，《怦然再心动》将视角放到熟龄女性身上，不仅在立意诉求上具有现实意义，而且与当前市面上的女性题材节目形成了差异化竞争优势。

（来源：广电独家）

编辑/肖清

国际气象大海阔 行稳致远艳阳天

汤集安

湖南国际频道秉持“文化中国·青春湖南”的战略定位，导向立台、外宣兴台、品牌强台，讲好中国故事的湖南新篇章，当好电视湘军对外传播的先锋队。

一、提升国际传播能力，打造外宣旗舰媒体

作为中共湖南省委宣传部指定的外宣平台、湖南广电外宣主平台，湖南国际频道高度重视国际传播能力建设，大力推进国际传播创新，坚持移动优先、一体发展，坚持多屏互动、矩阵传播，在内容、技术、途径、影响等方面都取得了进步。除持续落地230个国家和地区外，又进一步扩大覆盖区域，已与香港有线电视有限公司洽商，拟于年底整频道进入香港有线网络，届时将在香港增加120万户电视用户，香港150多家四星以上酒店将同步收看到国际频道。

国际频道坚持社会效益和经济效益相统一，加速打造“电视运营平台+外宣推广平台+品牌营销平台+政企服务平台”。独立运营的湖南省外宣融媒体矩阵集结了30余家新媒体平台，并在Youtube、Twitter、Instagram、Facebook等海外平台实现自主运营，还同步开设汉字、国学、美食等不同品类垂类账号。此外，通过自制多语种宣传片，将民俗、武术、文旅等中华传统文化之美推向国际舞台，形成了一系列富有中国特色、全球视野的国际传播新气象。

二、运维国际议题设置，让主流声音更响亮

2020年，世界媒体主动聚焦中国疫情防控和

精准扶贫“两大战场”。国际频道精心谋划传播重点，科学设置议题走向，把“我们想讲的”与“受众想听的”有机结合起来，在国际舆论场上引发理性思考、情感共鸣，有效地提升了国际传播效果。

面对疫情“加速度”，国际频道持续聚焦全球大流行，充分发挥多语种、融媒体整合传播特色，以客观、准确的态度，践行使命担当。先后译制了防疫科普系列等数十条中英双语公益宣传片，还针对特殊时期来湘外籍朋友和归国同胞，制作多语种新媒体传播物料。联动在华留学生、海外华侨华人和国际友人，发起多角度的“拒绝歧视、声援中国”大行动。联合湖南省归国华侨联合会制作特别节目《万里湘情共抗疫》，以“云连线”形式对美国、英国、新西兰、中国澳门等16个国家及地区的数十位华侨华人进行采访，并在美国汉天卫视等十余家海外电视台播出，扩大了主流价值影响力版图，让“中国好声音”传得更开、传得更广、传得更深入。

在脱贫攻坚方面，我们以“联接中外、沟通世界”为指引，紧扣精准扶贫这一重大主题主线，进一步向世界宣传好“创新引领、开放崛起”的湖南形象，推出台网合作的中国首档以手机拍摄的扶贫微综艺《美丽乡村新时代》，生动展示乡村点对点帮扶、将直播带货技术引入农村助力脱贫的故事。《世界看湖南》策划制作了《寻访十八洞村》《万里湘情同扶贫》等系列特别节目，以习近平总书记关于扶贫工作的重要论述为遵循，汇集产业扶贫、消费扶贫、旅游扶

贫、生态扶贫、教育扶贫等案例，向世界展示中国风貌、中国精神、中国力量，也再一次生动诠释了“芒果人的行囊里永远装着社会责任”。

三、一心一意拓海外，全心全意走出去

国际频道接轨国际话语表达，紧扣“IP化、产品化、本土化”发展重点，努力提高“走出去”能力，以国际电视业务为抓手，一心一意拓海外，全心全意走出去。

在2020年国家批准的三个线下国际级活动中，国际频道就承办了国家主席习近平发表视频致辞，中共中央政治局委员、中央外事工作委员会办公室主任杨洁篪出席的“第十七届中国—东盟博览会和中国—东盟商务与投资峰会”。作为中国和东盟国家在团结抗击新冠肺炎疫情背景下主办的重大国际展会，国际频道以出色的执行力，向世界证明了中国同周边国家的经贸合作前景广阔、潜力巨大。

作为中国“文化出海”全球战略传播平台、中国广播影视“走出去工程”践行者，国际频道积极加快内容、活动、产品、人才等方面“走出去”，拓展国际市场。年初，由中国驻挪威大使馆、挪威国家旅游局支持，湖南省委主要领导高度关注的国际频道承办的“文化中国·中挪同春2020挪威华人春节联欢晚会”也取得了巨大成功，这是自中挪建交以来，国内媒体在挪威举办的最大规模的文化交流活动，产生了良好社会反响，这也是“政治性助力大外宣，广电搭台文旅唱戏”的真实写照。

未来，国际频道要进一步加强文化地推，扎扎实实拓展海外市场，突破平台局限，以大平台思维，实现“一带一路”跨文化语境下的融合传播。既要突出“强外宣”的政治担当，又要擦亮“走出去”的市场眼光，不仅要“送出去”，更要“卖出去”，呼应大势，把握主动，顺势而行。

四、探索跨境电商新赛道，助推文旅融合再升级

在新媒体商业模式不断拓展的当下，IP零售和直播电商的快速发展给了我们启示，2020年，湖南广电以长视频内容优势向全产业链拓展和延伸，国际频道也积极对接芒果生态，布局电商业务。

2020年6月，由国际频道参与运营的湖南首家网络直播学院祝融学院成立，积极探索直播技能及直播学科建设，现已开设电商助农班、政务直播班、村播带货班、村播政务班、电商就业班等多类型班级，为湖南直播产业发展输送了300余名专业化人才。2020年“双12”，国际频道还与中国邮政携手打造了邮国际online电商平台，以海南免税港免税商品的最低价优势，正式开启跨境电商试运营，向“小芒”靠拢，布局新赛道。

在文旅实战方面，作为全球政企整合营销服务平台，国际频道积极拓展了从北京到三亚、浙江到云南、福建到广西以及省会长沙等多线布局，以“全球文旅融合IP智造者”之姿，撬动“文旅”产业价值重构与生态升级。承办的“绥宁四八姑娘节”，采用“节庆活动+城市营销”的全新模式，通过一个“深呼吸 到绥宁”的超级口号，掀起一场覆盖大中小屏的全媒体风暴，成功助推其升级国家非遗节庆品牌，让绥宁成为全民打卡之城。

2021年，加快从“国际频道”向“国际电视台”转型，湖南省外宣融媒体矩阵将升级为湖南省外宣融媒体平台，引进双语节目主持人，积极建设“中国V谷”全球整合宣发新阵地，继续深化世界华文媒体合作，搭建全球外宣全媒体合作联盟。我们坚信：国际气象大海阔，行稳致远艳阳天！

（作者系湖南广电国际传媒有限公司总经理，湖南广播电视台国际频道常务副总监）

编辑/肖清



钩沉千年文脉 化育时代新人

——湖南卫视《千年学府 其命惟新》解读岳麓书院的时代价值

王晗

习近平总书记2020年9月17日考察湖南大学岳麓书院，了解人才培养、文化传承等情况，并勉励青年学子不负时代重托，不负青春韶华。根据省委宣传部的部署，11月17日到23日，湖南卫视推出7集系列报道《千年学府 其命惟新》，钩沉岳麓书院千年文脉，解读新时代下岳麓书院以及湖湘文化的时代价值和全新使命，为传承和弘扬中华优秀传统文化，为建设富饶美丽幸福新湖南注入强大的精神力量。报道推出后，在观众特别是在年轻观众群体中反响强烈，全网点击量累计达到370万。

钩沉千年文脉，体现文化的厚度

岳麓书院创立于公元976年，是全世界高等教育领域唯一传承千年仍招生的活态书院。

系列报道分为《千年弦歌》《惟楚有材》《经世致用》《传道济民》《兼收并蓄》《实事求是》《于斯为盛》7集，通过记者走读、专家访谈、文物展示、评论解读等方式，全面展现了岳麓书院悠久的历史 and 厚重的文化。如节目第一集《千年弦歌》，呈现在人们面前的是珍贵的牌匾、斑驳的碑刻以及鲜活的面容，标注千年学府从古老到现代的生动印记。镜头聚焦到御书楼旁边长廊留的一块“重修岳麓书院记碑”，石碑上记载了岳麓书院在明朝时期的一次大修，以文物的真实记载告诉人们，岳麓书院历史上屡遭战火，先后七毁七建，但每一次都在原址上重建，至今巍然屹立。报道细数岳麓书院“传道济民”“经世致用”“兼收并蓄”的教育理念，彰显出岳麓书院办学理念的

精神高度。报道还通过采访岳麓书院负责人，指出书院不仅仅是文物，还是活的，还在继承朱熹、张栻的教育传统、学术传统，使院落有了灵魂。千年学府的历史在节目娓娓的讲述中呈现出清晰的发展脉络。

发掘人才效应，触摸时代的温度

人才的培养是书院成败的试金石，报道从岳麓书院人才兴盛的历史发掘出为时代育才的大命题。第二集《惟楚有材》、第七集《于斯为盛》，例举王夫之、魏源、曾国藩、左宗棠、胡林翼、郭嵩焘、蔡和森等岳麓书院滋养的一大批杰出人物，展现岳麓书院灿若星辰的人才培养史。报道引用习近平总书记考察岳麓书院时说的“‘于斯为盛’首先指的是湖湘大地代有人才出，这个‘斯’也是指的这个新时代。”把岳麓书院的古老传统与当今湖湘高校的办学共识相联系，展示了陈政清、何继善、罗安、丁荣军、黄伯云、刘少军、何清华等一批从岳麓山下走出来的学术巨匠、时代英才，以及26岁的湖南大学副教授李晟曼、28岁的中南大学教授王秉等顺应时代而奔涌的“后浪”，呼应了总书记“不负青春，不负韶华，不负时代”的殷切期望，激励湖湘学子奋发进取，担当民族复兴大任。

配发系列评论，增强引导的力度

评论是新闻报道的旗帜和灵魂，使新闻的内在思想得以引申、升华、引导。《千年学府 其命惟新》的一个重要特点，就是在每篇新闻报道之后，配发“胡湘平”评论，7篇系列评论从不同的侧面深化主题、引导舆论、形成声势。例如，《胡湘平：坚定文化自信 赓续千年弦歌》指出，文化是一个国家、一个民族的灵魂。正是岳麓书院历史文化的深厚积

淀与接续传承，铸就了湖南人敢为人先、舍我其谁的气魄与风貌，促成了近现代湖湘人才群体的涌现。《胡湘平：为民族伟大复兴培育栋梁之材》强调：“正因为把心忧天下的家国情怀、传道济民的责任担当和立己达人的道德追求融入血脉基因，这座古老的书院才能在不同的时代，培育出为民族复兴贡献卓越的栋梁之材。”《胡湘平：在新时代干在实处》，推崇实事求是精神，发出“新时代需要新担当、呼唤新作为，更加需要新一代人才坚持一切从实际出发，直面时代之问、解决百姓之需”的铿锵召唤。

制作用心用心，加大传播的广度

《千年学府 其命惟新》是在时间紧、人员紧、任务重的情况下，边拍边播、加班加点完成的。首期节目从开机拍摄到正式播出，只用了不到8个小时，整个7期节目的制作周期也只有7天。时间虽紧，但质量不减。湖南广播电视台新闻中心调集精兵强将，以翔实的史实、丰富的细节、清新的文字、唯美的镜头，通俗易懂地介绍岳麓书院的历史文化传承和教育模式。为增加影响力传播力，节目组全面铺开传播渠道，做到全媒体广覆盖。学习强国、新华社、央视网、芒果TV、爱奇艺、华声在线、红网、澎湃新闻、湖南大学官网官微等新媒体平台一齐发力，形成矩阵效应，抖音、快手、微信、微博等网络社交平台频繁互动、广泛转发。许多网友为报道点赞，称赞通过该报道，弘扬了湖湘文化，坚定了文化自信，增加了自己对岳麓书院的了解，增强了为民族复兴做贡献的使命感。

（作者单位：湖南经视）

编辑/刘凌

敏于发声 善于发声

——岳阳广电新媒体在“守护好一江碧水”中的作用和创新

张佑强

2018年4月25日，习近平总书记考察位于长江沿岸的岳阳市君山华龙码头及城陵矶水文站等地，察看非法砂石码头取缔及整治复绿、湿地修复情况，了解长江湖南段和洞庭湖流域水资源综合监测管理、防灾减灾情况，嘱托岳阳人民“守护好一江碧水”。岳阳市深入学习贯彻习近平生态文明思想，牢记习近平总书记“守护好一江碧水”的殷殷嘱托，坚决贯彻党中央、国务院和省委、省政府决策部署，强力推动污染防治攻坚战取得关键进展，生态环境质量持续改善。

岳阳广电媒体尤其是新媒体，在保护一江碧水工作中，主动扛起政治责任，敏于发声，善于发声，不断提高舆论引导水平，共同守护好一江碧水。

一、自觉主动扛起“守护好一江碧水”宣传引领的政治责任

新媒体时代，资讯传播速度快，参与性强，容易形成热点。岳阳广电一方面要面向市场以适应发展需要，另一方面要通过电视大屏、新媒体手机小屏等阵地，正确引导社会舆论，尤其要体现政治意识、大局意识和责任意识。守护好一江碧水，需要持续推进“一江一湖四水”环境治理，离不开全市各级各地环境保护的多方合作模式，需要吸引更多的社会公众参与。岳阳广电媒体自觉主动扛起生态文明建设的宣传引导责任，以“守护一江碧水”系

列宣传工作为舞台，抽调采编线上精兵强将，通过现场采访、剖析政策、长江岸线复绿前后新旧对比等方式，当好保护生态环境的战斗员、宣传员和监督员；充分利用摄像机、照相机和手中的笔，真实记录全市党政领导与干部群众齐心协力保护一江碧水的点点滴滴，采编制作的长、短视频通过电视大屏与新媒体小屏矩阵平台广为传播，用行动扛起媒体人宣传引领的政治责任和使命。

二、岳阳广电在“守护好一江碧水”中敏于发声

在守护好一江碧水工作中，岳阳市委常委会先后6次研究，出台了《关于推动长江经济带生态优先绿色发展的决议》《岳阳市全面推行河湖长制实施方案》。全市各级各部门紧随市委、市政府步伐，全面吹响“集结号”。市人大颁布了《岳阳市山体水体保护条例》，市法院成立全省第一个环洞庭湖环境资源法庭，市检察院成立东洞庭湖生态环境资源检察院，市公安局成立水警支队，市委组建了6个由正处级干部任组长的市级河湖长制工作督察组，政法、水务、环保、海事等部门组建了综合执法队，常态化开展督查。在上述活动中，岳阳广电自觉、主动作为，精心策划、精心采编，系列专题报道、长、短视频新闻既在市级媒体平台播出，源源不断上传央视与卫视、经视等上级媒体，通过电波飞越千山万水，通

过新媒体抖音、快手、今日头条矩阵平台实现全方位、立体式宣传覆盖。2018年7月，岳阳市以壮士断腕的决心和超常规的举措，推进长江岸线湖南段专项整治，关泊位、卸吊机、拖趸船，杜绝非法占用长江岸线行为。随着一台大型浮吊机起重缆牢牢套住岸边40吨的大型吊机，缓缓驶离，岳阳天欣码头所有大型设备全部脱离转场。码头关停涉及到企业内200多人的生计，将导致全市大半的砂石供应中断、码头大型设备也无处存放等诸多困难和问题。现场围观群众及部分市民中，开始流传各种关于民营企业生存等谣言话题。如果新闻媒体在涉及面较广的事件中不敏锐，甚至保持沉默，让小道消息满天飞，那就是媒体的失职。岳阳广电除了派出常驻港区记者外，还抽调精干力量日夜连轴转，现场及时宣传采访市、区党政领导与企业职工谈心交流、宣讲政策大局、为码头大型设备找存放地、联系临时生产点解企业燃眉之急等实际举措，一件件问题的解决，一条条鲜活报道通过电视大屏与新媒体小屏矩阵广泛传播，最终获得了企业职工、广大市民的理解和支持，最大限度地减少了负面舆情对社会的冲击与伤害。

三、岳阳广电在“守护好一江碧水”中善于发声

广电媒体善于发声就是要重视宣传思想工作的艺术性。要顺应时代要求和人民意愿，针对互联网传播的新特点，在理念、手段和新闻报道方式上努力创新，常态传播岳阳好声音，

用“有思想、沾泥土、带露珠、冒热气”的新闻讲好岳阳故事，真正使群众爱听爱看、产生共鸣。2019年5月，岳阳广电为迎接全省的“河湖长制”专题会议，承制了题为“牢记嘱托，建设美丽河湖，守好一江碧水”的专题片。在审片过程中，有领导指出：你们片中长江岸线的镜头还不是最新的，昨天我在新港区考察时，看到长江岸线复绿的效果非常好，绿草茵茵，非常漂亮。当天，岳阳广电即派出台最强的航拍人员，对岸线最新复绿情况进行了采访与拍摄：蓝天白云下一江碧水浩淼无边。新旧场景对比，又启迪了岳阳广电编审负责人，派出几组记者深入长江沿岸、东风湖周边居民家中采访。文字与视频几经修改后，岳阳广电主动传送央视与卫视等上级平台，央视《新闻联播》大篇幅以“推进环境整治 还群众一泓清水”为题播出。央视播出后，岳阳广电新媒体主阵地——智慧岳阳APP又在第一时间下载了这一新闻视频，通过新媒体平台转发转载，点击量当天即突破了50万。

2020年4月25日，湖南岳阳城陵矶港环保提质改造项目主体工程——全封闭“胶囊”形散货大棚正式投入使用。岳阳广电派出的几路记者除了编发常规长新闻视频外，还编发了多条新闻短视频在抖音与快手平台刊发，题为“习习春风绿江岸”的短视频在新兴网络平台仅半天时间就突破了10万+的点击量。

（作者单位：岳阳市广播电视台）

编辑/肖清

网感十足的“永州春晚”出圈走红

孙健

以“春满潇湘新起航”为主题的2021永州春晚，不仅包含多年来常伴常新的一份相守，也传达了永州乡亲在过去一年的共同心声，以小见大，书写家国情怀，以情动人，奏响振兴乐章。春晚总策划欧朝阳认为，“春”是四季轮回的起点，也是万物复苏的起点，走出庚子年春以来新冠肺炎疫情的迷雾，用一场充满共情力的合家欢晚会凝聚和提振人心，这是文艺作品精神引领功能的最大彰显。

2月10日晚8点，永州春晚在“看永州”APP播出在线观看人数15.4万，后期宣发节目短视频全网播放量超1100万，仅“潇湘会”视频号春晚节目点赞数超30万，其中单条短视频《永州舰拜年》阅读量超50万。一台城市春晚能取得如此的关注度，实属不易。本届春晚节目全为原创新创作品，点赞数排名前

三的小品《老牛家的喜事》、歌曲连线《外婆的话》、情景剧《千年打卡胜地》更因接地气、冒热气的“家乡味道”广受赞誉。从最初设计的电视直播，临时改为无现场观众的“云直播”，这既是一种适应疫情防控需要的“被动”调整，更是改编思维、媒体转型的“主动”作为。春晚总导演孙健坦言，从春晚创意到节目编排到前后期宣发，主动拥抱互联网思维是本届永州春晚走红的关键。从竖屏到横屏，晚会将《踏山河》《夜空中最亮的星》《骄傲的少年》等抖音神曲融入春晚节目，多次现场连线让春晚更具网感。

春晚先导片四易其稿，最后版本《这一年，我们向阳而生！》将更多笔墨挥洒在过去一年的感悟和自豪上，以2020年永州在湖南的14个第一为亮点，以永州机场复航为契机，在



左图：小品《老牛家的喜事》 右图：舞蹈剧《百年初心》

社会共情中回首过往、全新起航。

颇具抖音气质的开场《带货大拜年》是本届春晚的创新担当。11个县区用本地最具特色的美食、产品来给大家拜年，各具风采、琳琅满目，轮番上阵又连贯统一，充满了浓浓的年味，也是永州产品的一次绝佳“带货直播”。

“永州稻谷发芽了，一万年前的；宗元陆游来打卡，他们碰头了；说不到永州没灵感，诗都不香了……”少儿节目情景说唱《就是这么牛》，孩子们用动感的音乐、新潮的唱词、逗趣的情景来夸永州赞家乡，生动可乐。

“功夫小子”“音符姑娘”“歌手郑铭轩”是2020年永州的三个家乡网红，导演组为他们量身定制了节目形态，从手机走上舞台再回到手机，给观众带来了一次次的惊喜。“音符姑娘”在河北，响应就地过年的号召，在春晚舞台上连线互动演唱，同样以乡音乡情乡愁让很多永州老乡泪目。网友评论：听得鸡皮疙瘩和泪水都出来了。与节目呼应的视频《每个永州人都了不起》，把这一年的艰难、委屈、困惑、奋斗、获得融入视频之中，让每个人都有参与感，致敬“只争朝夕，不负韶华”的岁月，鼓舞“征途漫漫，惟有奋斗”的征程。

情景剧《千年打卡胜地》充分阐释了永州的外宣词，永州广电的主播们化身舜帝携二妃、柳宗元、黄盖、何仙姑、怀素等永州历史名人穿越回现代，带领大家一起来打卡。节目编导钟伟说，最开心的不是听到别人对节目的夸赞，而是听到有人看完节目后，真的来永州打卡了。

喜剧小品《老牛家的喜事》情节反转、笑料十足，讲述“脱贫摘帽不是终点，而是新生

活的起点”，乡村振兴将让乡亲们的日子越来越好。

原创歌舞《中国脊梁》，以小见大的故事化表达和精美的歌舞编排，描述了2020疫情初起，永州医护人员逆行战疫，用初心和使命铸就了坚不可摧的“中国脊梁”。歌舞与短视频《抗疫英雄》一起，把人们再次拉回到抗疫记忆的同时，也触发了泪点。

2021年是中国共产党成立100周年，100年来，永州涌现了众多卓越的共产党员，李达、蒋先云、陈树湘、何宝珍、陶铸、江华、乐天宇……舞蹈剧《百年初心》艺术精湛、慷慨激昂地呈现历史，展示共产党人“不忘初心 信念永恒”的精神。

2021年是“十四五”开局之年，祁剧新唱《永州新起航》表达了永州再一次出发的信心和力量。杂技、武术、永州明星视频拜年等节目同样以精彩的表演、本土的契合度深受赞许。

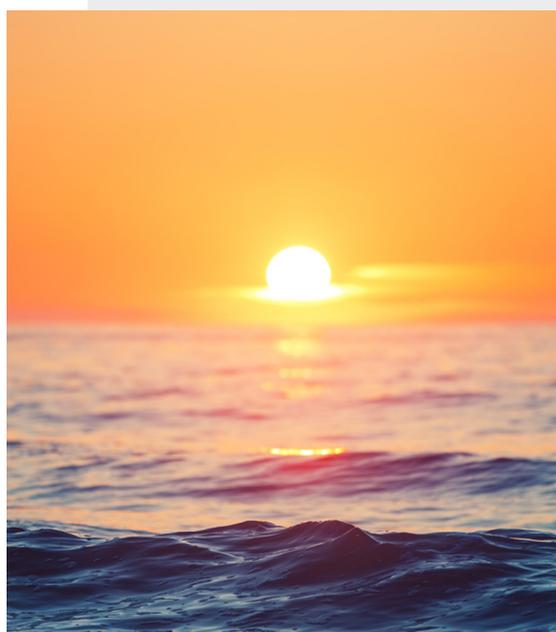
2021永州春晚实现了大小屏同步播出和实时互动，通过创新传播方式提升观众的参与感。立足风云际会的历史节点，在春暖花开的美好时节，网感十足的永州春晚坚持本土特色，多维度多平台传递“家的味道”，一系列创新之举，融入了主流媒体社会责任感和新时代正能量的精神底色，让春晚成功“出圈”，绽放融媒新魅力，成为这个冬天观众难以忘怀的集体文化记忆。

（作者单位：永州市广播电视台）

编辑/刘凌

念奴娇·春节

黄河清



芳华玉树，任风云飘逸，海天茫茫。指点江山姿意气，正道人世沧桑。惟有爹娘，苍苍憔悴，萦梦绕潇湘。千千心结，冰霜雨雪愁肠。

匆匆岁月纷繁，星光寒夜，何事不相忘？岸芷汀兰秋水长，与共花恋流觞。正好今宵，莫追以往，春节倍思乡。情怀家国，恰逢喷薄朝阳。

（作者单位：湖南省广播电视局）

卜算子·月湖早春行

向显锡

赋能科创产，
聚焦视频链，
文化事业有前途，
未来朝阳伴。

北有中关村，
南有马栏山，
“互联网+”月湖畔，
东风绣春颜。

（作者单位：湖南广播影视集团有限公司）

大兴安岭林海

史可夫

在这苦寒之地	既然无法摆脱命运的安排
你们顽强地生长	只能选择坚强
没有见过城市的繁华	就像勇士一样
不知道繁花似锦的南方	从来不会悲伤

是等待	哪怕冰天雪地
还是守望	哪怕风暴雨狂
你们并肩站立	你们的生命
汇成绿色的海洋	如此灿烂辉煌

（作者单位：湖南广播影视集团有限公司）

建党百年颂歌

任震宇

亲爱的同志啊！
您可曾知道，
在世界的东方，有一个古老大国。
一百年之前，
十三名年轻的布尔什维克，
勇敢地奔赴上海秘密集会，
在嘉兴南湖的红船上成立自己的政党。
一百年之后，
这个毫不起眼的东方小党竟然变成了一个拥有9千多万名党员的执政大党，
这，就是伟大的中国共产党！

在建党一百周年的特别时刻，
我们怎能忘记：
十月革命一声炮响，
给中国送来了马克思列宁主义。
1921年的7月，以毛泽东为主要代表的十多位有识之士，
开天辟地在上海石库门召开了第一次全国代表大会。
当时，他们的平均年龄只有28岁，
可是，他们抱定“改造中国与世界”的信念，
把中国人民对独立、富强、民主、文明的美好追求，
扛在了自己的肩上。

就是这个超级“牛”的中国共产党，
以星星之火发展成燎原之势，由小到大，由弱到强。
还在上个世纪的二十年代，
中华大地充满着血腥和灾难，

站在橘子洲上的年轻毛泽东发出怒吼：
“问苍茫大地，谁主沉浮？”
在武汉三镇，他铿锵有力地断言：
“枪杆子里面出政权！”
南昌起义、秋收起义、湘南起义接连不断，
朱毛会师井冈山。
打土豪，分田地，反围剿，建政权，
“黄洋界上炮声隆”“战地黄花分外香”。

“红军不怕远征难，万水千山只等闲”。
为了摆脱国民党反动派的围追堵截，
中国工农红军犹如滚滚铁流，
四渡赤水，战胜强敌，
翻过皑皑雪山，蹚过茫茫草地，
完成了震惊世界的二万五千里长征。
1935年冬，伟人毛泽东发表了著名的“雪地讲话”：
长征是宣言书，长征是宣传队，长征是播种机！
伟大的长征精神啊，
彰显了中国共产党人和人民军队的英雄气概，
展示了中华民族自强不息和勇往直前的革命风范。
当日本帝国主义大举侵犯中国的时候，
中国共产党人横刀立马，领导全国人民决战在抗日
前线和后方。
十四年的殊死决斗啊，把日本鬼子赶进了太平洋！
三年的解放战争，从东北打到海南，埋葬了蒋家
王朝，推翻了三座大山！
从建党到建国，28年啊，中国共产党始终坚如磐石，

革命的航船啊，劈波斩浪，胜利向前。
伟大的1949年，
一代伟人毛泽东健步登上了天安门城楼，向世界
庄严宣布：
中国人民从此站立起来了！

新中国刚刚成立，百废待兴，百业待举。
可是，树欲静而风不止，
美帝国主义侵犯朝鲜，对中国虎视眈眈，
毛泽东一声令下，一支庞大的正义之师——中国
人民志愿军雄纠纠，气昂昂，跨过了鸭绿江。
两年零九个月的抗美援朝啊，打出了国威，打出了
军威，打破了“美军不可战胜”的神话，是真正的
立国之战！
时不我待，只争朝夕，
多快好省搞建设，“两弹一星”飞上天，
排除万难创奇迹，敢叫山河换新颜。

历史年轮滚滚向前，
伟大祖国蓬勃发展。
在前30年自力更生、艰苦创业的基础上，
后40年改革开放的大潮啊，汹涌激荡，
“可上九天揽月，可下五洋捉鳖”，
中国特色社会主义建设事业翻天覆地，让全世界
刮目相看！
沐浴真理之光，汇聚复兴伟力。

为了全面建成小康，完成“两个一百年”的宏伟目标，
以习近平同志为核心的党中央正带领全国各族人民
迈进全面建设社会主义现代化国家新征程，奔走在
实现中国梦的大道上！

亲爱的同志啊，
一百年，在历史的长河中并不算长，
可是，在这36500天当中，
作为一个百年大党，一路走来，
肩负着“为中国人民谋幸福，为中华民族谋复兴”的
历史使命，
从黑暗走向光明，从苦难走向辉煌！
作为全球独一无二的执政大党，
不仅要着力办好中国自己的事情，
还要为世界谋大同、构建人类命运共同体，贡献
中国力量！
百年大党，风华正茂，千秋伟业，蒸蒸日上。
让我们共同祝愿——
伟大的中国共产党永远高举马列主义大旗，永远
奋进在时代前列，
伟大的中华人民共和国永远如日中天，永远屹立在
世界东方！

（作者单位：湖南广播影视集团有限公司广播传媒中心）

编辑/肖清



湖南广电嘉奖“脱贫攻坚”三部曲

2月1日，湖南广电集团公司（台）嘉奖令颁授仪式在金鹰大厦一楼大堂举行，对“脱贫攻坚”三部曲——电视专题片《从十八洞出发》、大型史诗歌舞剧《大地颂歌》、电视剧《江山如此多娇》创制组织、宣推予以表彰。



《春色满园》 何玉春 创作