

潇湘声屏

2021年

03-04期

总第351期

湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）主管主办

创新·创制·创造，芒果版权产业探索路径

理想照耀 百炼成钢

——用文艺精品推动党史学习教育

一起向往 同舟共赢

湖南卫视2021春夏迎新大会引爆创新风潮

媒体融合开拓者“芒果TV”的全新进阶

理想照耀中国
FAITH MAKES GREAT

内部资料·免费交流
准印证号:(湘)JLK20210167

封面图片：系列短剧《理想照耀中国》于5月4日晚在湖南卫视开播。该剧以不同时期的40组人物和闪光故事，记录中国共产党诞生一百年以来团结和引领中国人民，高擎理想和信仰的炬火，谋求民族独立、人民解放、国家富强，为实现中华民族复兴中国梦不息奋斗的动人征程。

部省共建马栏山视频文创产业园 推进工作会议在长沙召开

4月24日，2021年中国（长沙）马栏山视频文创产业园部省共建推进工作会议在长沙召开。会上，国家广电总局与湖南省签署了相关合作协议。湖南省委书记、省人大常委会主任许达哲，中宣部副部长、国家广电总局局长、党组书记聂辰席讲话并见证签约。根据协议，双方将在媒体融合、科技创新、产业发展、管理服务、精品创作、国际交流六个方面进一步加大合作力度，推动园区高质量发展，加快建成国内一流、具有国际竞争力的“中国V谷”。



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
肖 清
刘 凌

编 辑
赖 芬
杨佩兴

地 址
长沙金鹰影视文化城

邮 编
410003

电 话
0731-84801058 84801027

邮 箱
xxsp1978@163.com

准印证号：（湘O）LK20210167

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1800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）
相关部门和个人

目录CONTENTS

2021年03-04期 / 总第351期

特载

04 创新·创制·创造，芒果版权产业探索路径 / 龚政文

IP内容是文化产业的核心，湖南广电坚持创新、创造，坚持内容IP自主自控，努力做好精品IP创造者、媒体融合先行者、青年文化引领者。把握好新科技新业态带来的机遇，创造版权、管好版权、用好版权，是湖南广电必须交出的作业。

建党百年

07 湖南广播电视和网络视听媒体党史学习教育宣传持续“加热升温”

10 理想照耀 百炼成钢
——用文艺精品推动党史学习教育

《理想照耀中国》和《百炼成钢》剧组在临时党支部的领导下，从党史中汲取养分，克服困难，勇于创新，用心、用情、用功为党写史，为民族铸魂，为人民立传。

13 《百炼成钢·党史上的今天》用微专题串起大党史 / 谢伦丁

15 推介党史影像教材，塑造青年百年群像
“我将青春献给你”——《理想照耀中国》《百炼成钢》开播特别节目

18 以电影视角见证时代发展 / 邱枫
湖南电影频道推出“云打卡·湖南电影取景地”系列网络直播活动和电视节目，带领观众在感受电影魅力的同时见证战贫伟大实践和时代发展成果。

20 永兴县借助融媒优势让党史学习教育“润物细无声” / 邓信开

两会报道

21 “云采编系统”助力湖南台两会报道出新出彩

22 创新报道呈现方式 轻松解读“两会”精神 / 白云飘

目录CONTENTS

2021年03-04期 / 总第351期



《理想照耀中国》：陈望道以一方书桌为阵地，夜以继日翻译出首部《共产党宣言》中文全译本。



湖南卫视2021春夏迎新大会伴随着《桃花源记》的沉浸式实景演出，开启回归营销真谛的浪漫之约。

脱贫攻坚

23 一曲新时代的青春之歌

——关于湖南广电“精准扶贫”宣传效果的调查报告

湖南广电宣管部组织开展“湖南广电‘精准扶贫’宣传效果”调研工作，对芒果扶贫的经验和成效进行精准评估，为湖南广电荣获“全国脱贫攻坚先进单位”“全国脱贫攻坚奖组织创新奖”提供了详实的佐证材料。

26 摄像师眼中的脱贫画卷

湖南广播电视台新闻中心摄制团队走进湘西芙蓉镇、汝城沙洲村等地拍摄新春走基层节目，积极探索和创新拍摄方式，精心设计每一个镜头，用影像传递伟大脱贫攻坚精神。

《爱上芙蓉镇》宣传片的视觉呈现

／蒋朝晖 杨帆 钟泽华 胡俊涛

镜头语言的主旋律逻辑 / 杨子锐 姜幸 杜登伟

如何应对录制方式的改变 / 罗辉 谭为 易翔 姜幸

32 书写潇湘热土的时代答卷

《首倡的力量——湖南“精准扶贫”纪实》述评 / 陈昔禅

创新创优

35 一起向往 同舟共赢

湖南卫视2021春夏迎新大会引爆创新风潮 / 江来

实景演出与落地营销活动合二为一，2021湖南卫视春夏迎新大会打破的不仅是招商会演播室内有限空间的场景定式，更在形式感与仪式性的打造、营销活动的创新上，打开了电视媒体新的想象和篇章。

媒体融合

39 媒体融合开拓者“芒果TV”的全新进阶 / 唐瑞峰

芒果TV凭借自身的广电基因、内容生产、技术创新和生态体系等独特优势，走出了一条网络视听平台的“芒果模式”。

42 县级融媒体中心：现存问题与建设路径 / 王镜宇

明确功能定位，明晰规划路径，顺应行业变局，依托政策红利，凭借技术赋能，立足本土服务，重视用户思维，县级融媒体中心建设将迈进新天地。

45 地方媒体做直播带货，该带些什么？

／彭建南 文伟 唐思捷

46 整合五大平台 打造五大体系

——东安县融媒体中心建设路径探索 / 王元伟

节目评析

48 《妈妈，你真好看》

展现50+女性的个性与价值 / 胡言

作为全国首档关注女性银发族的综艺节目，《妈妈，你真好看》的出现，让我们看到了女性故事宇宙在成功引爆「姐学」之后，又将注意力落在了挖掘「妈学」价值之上。

51 《傲椒的湘菜》多元呈现湖湘美食

展现湖湘人之傲骨 / 周玲 唐韬

以独特视角重新解构八大菜系之一的湘菜，讲述湘菜背后的故事，展现湖湘人的坚韧不拔、敢闯敢拼。

业务探讨

53 融合创新蛹化蝶 正是扬帆搏浪时

——邵阳广播电视台近年来改革发展纪实 / 袁中科

56 浅析后期制作如何让经典节目保持活力

——以湖南卫视《百变大咖秀》为例 / 李奕茁

在现代电视节目创制中，后期制作的作用越来越大，除为节目锦上添花外，更能为经典节目注入新能量，使其持续焕发活力。

59 让有声语言为诗歌插上飞翔的翅膀

——《“艺”起读诗》节目创作谈 / 梁艺

文艺长廊

61 陇头泉·建党伟业百周年 / 黄河清

62 百年党史绽芳华（组诗）

——献给中国共产党成立100周年 / 汤集安

创新·创制·创造，芒果版权产业探索路径

龚政文



4月8日，集团公司（台）党委副书记、总经理、台长、总编辑龚政文在2021马栏山版权保护与创新论坛上以《创新·创制·创造，芒果版权产业探索路径》为题作主旨演讲。

去年9月17日，习近平总书记考察湖南，为湖南量身打造了“三高四新”的战略部署，在考察马栏山视频文创园时进一步强调：“要高度重视发展文化产业，坚持把社会效益放在首位，牢牢把握正确导向，守正创新，努力实现社会效益和经济效益有机统一，确保文化产业持续健康发展。”湖南广电作为马栏山的“原住民”，倍感振奋。IP内容作为文化产业的核心，也是湖南广电发展壮大的根本。多年来，我们坚持创新、创造，坚持内容IP自主自控，努力做好精品IP创造者、媒体融合先行者、青年文化引领者，也在不断探索和磨合中走出了一条独特的芒果IP路径。

一、创新为先：从版权交易到产业改革

上个世纪90年代以来，湖南广电实行“大片战略”，打造了琼瑶系列《六个梦》《还珠格格》，自制剧《恰同学少年》《血色湘西》，综艺节目《超女》《快男》更是开创了国内真人选秀的先河。2012年，湖南卫视实现了节目创新的井喷，《我是歌手》《爸爸去哪儿》等节目的异军突起，更是创造了不仅仅国内优爱腾等网络媒体，甚至港澳台媒体和新加坡、马来西亚等海外华语媒体争抢版权、争相播出湖南卫视综艺节目的潮流。但当时版权还处于简单售卖阶段，大家知道版权有价值，但却不知道它的价值究竟有多大。没有参照对

象，也没有成熟模式，我们只能根据自己的经验在版权运营的道路上摸索前行。

2015年3月，湖南广电100多名中高层在浏阳731基地召开四天闭门会议，出台了推进媒体融合发展的战略性文件（俗称“23条”），正式把IP资源视为湖南广电的核心战略资源，将IP提升到建立知识产权新秩序的高度，将版权作为资产来经营，最大化释放版权价值。此前的2014年，湖南广电实施芒果“独播战略”，湖南卫视向芒果TV输送独播版权，让芒果TV实现从0到1的快速崛起。经过数年苦心经营，到2017年，芒果TV对湖南卫视也开始实现版权付费反哺和内容反哺，双平台的双流通正式完成。2020年，我们响应党中央推进媒体深度融合发展的号召，作出了“建设主流新媒体集团”的战略布局，进一步探索媒体融合高质量发展的新路径，以湖南卫视、芒果TV为引领，全台整体性向主流新媒体转型。

2015年春天播下一颗创新的种子，经过辛勤耕耘，2021年春天开出了绚烂的花朵。如今，芒果TV已闯入行业前三，有效会员数达到3613万，芒果超媒市值稳居千亿以上，牢牢站稳国有视频企业行业第一地位！正是这么多年对版权综合战略的突破与坚守，如今成倍放大了湖南卫视的IP价值，收获了湖南广电融合发展的集团红利。

二、创制为要：从节目创新自制到版权产业链全开发

第一，版权内容自制：打造“马栏山智造”“芒果出品”金字招牌。版权自制一直是湖南广电多年的梦想，近年来，通过内部生态搭建、外部开放合作，湖南广电积极打造原创爆款节目和剧集，努力开创自制内容的新格局，在新媒体平台打造“马栏山智造”和“芒果出品”的金字招牌。

一方面，2017年以来，我们全面激活内部人才动能，湖南卫视和芒果TV双平台44个节目制作工作室和团队、27个影视剧制作工作室和团队，这支日渐壮大的队伍是我们最优质的资产，是精品原创内容生产源源不断的动力。我们通过“30未满”“飙计划”“芒果青年说”等挖掘更广泛的内部创意资源，进一步驱动节目创作的核心实力，由此也催生了例如《声临其境》《声入人心》《乘风破浪的姐姐》《舞蹈风暴》等一大批现象级原创爆款节目。另一方面，我们巧借他山之石，通过湖南卫视“全球飙计划”，征集全球优质节目模式创意，通过“新芒计划”锁定了一批有潜力的内容资源和制作人才。接下来，芒果TV还计划签约一批导演工作室、编剧工作室，实现芒果TV核心内容全自制的影视制作生态闭环，通过体系化、工业化标准创造精品原创内容。

2021年，我们正抓紧实施电视剧“芒果季风计划”，联动湖南卫视与芒果TV，打造国内首个台网联动周播剧新样态；以双平台节目团队开放打通为抓手，加速节目内容从创意、制作到播出的全面融合，从湖南卫视单向输出节目版权到双向融合输出，推动主流大片、综艺、电视剧、晚会等更多小屏精品返送大屏。

第二，版权附加值延伸：IP产业链的全开发。早在被誉为“IP元年”的2015年，湖南广电就已经开始尝试拓展版权运营的产业链，当时家喻户晓的综艺节目《爸爸去哪儿》版权先后被开发出图书、动漫、手游、大电影，王牌节目《我是歌手》的音乐版权收入也重新定义了经典IP的市场价值。近两年，芒果TV以版权为纽带，围绕核心主业，进一步打通产业链。2019年芒果TV发布“大芒计划”，率先进军网红领域，开启“IP+KOL”模式，首档“综艺+直播”模式《来自手机的你》带货量破4亿。

今年，我们重磅打造了基于长视频内容的“小芒”垂直电商平台，通过做到内容独特、商品独特、运营独特，推动视频内容与电商深度融合，建立具有“小芒”特色的内容面貌和商品矩阵，探索湖南广电下一个增长极；布局实景娱乐，目前正在上海西岸广场打造一个基于芒果TV王牌IP《明星大侦探》的密室逃脱项目；同时，我们还拓展了音乐版权、艺人经纪等新赛道；扩大芒果TV国际APP用户规模，力争成为世界一流的流媒体平台和服务提供商，以IP内容为支点，不断完善和升级芒果生态。

三、创造为王：科技引领，助力马栏山“互联网+”生态高地

2021年是“十四五”开局之年，从中央到地方都在为“十四五”谋篇布局，湖南广电也定下了建设主流新媒体集团的战略升级目标。在实现这一目标的过程中，版权无疑是我们的核心竞争力。把握好新科技新业态带来的机遇，创造版权、管好版权、用好版权，在马栏山这块文化创意的热土上构建起版权生态的高地，是我们必须交出的作业。

第一，技术驱动版权迭代。“媒介即讯息”，以5G为代表的信息技术正飞速发展，一场全新的信息革命正在酝酿，以版权为基础的数字文化产业无疑首当其冲。湖南广电近年来从战略层面高度重视培育科技新基因，以新技术为引领，加持内容生产，规范版权管理。

经过六年摸索，芒果TV已经建立和完善起内容评估引进、版权链审核、介质交付、电子付款、版权线上管理等配套措施，从过去纸质化、人工化的版权升级到现在电子化、数据化的“智慧版权”。

从纪录片《中国》到2020年跨年晚会，杜

比全景声、8K超高清、5G+VR等黑科技正在不断提升湖南卫视的视听制作与直播能力。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，全国先进的4K超高清新闻演播室正式投入使用，我们将努力站上新技术的风口，进一步撬动高清视频行业巨大的应用市场，并融合其他技术，向电视以外的教育、文旅、远程医疗等领域辐射；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。

第二，助力马栏山“互联网+”生态高地。面向互联网生态的超级接口已经打开，一个以版权内容为核心，集人才、技术、平台、资本为一体的芒果开放型生态正在形成。我们将设计好开放共赢的规则，使更多的社会机构、内容创作者、技术公司可以便捷、快速地参与芒果产业建设；同时，依托马栏山视频文创园的政策支持，以湖南广电参与园区建设的重点项目芒果马栏山广场为支点，汇聚产业资源、行业力量，构建芒果智慧视听产业总部基地，打造一个“科技+版权”融合的“互联网+”生态高地，让马栏山成为湖南文化产业新地标。

不久前，中央政治局委员、中央书记处书记、中宣部部长黄坤明考察马栏山和湖南广电，勉励我们开拓创新、守正创新。接下来，我们将贯彻落实中央领导和省委省政府的指示要求，在主管部门的指导和支持下，和行业伙伴一道，继续努力，不懈探索，加大版权原创，加强版权运营，支持版权保护，为蓬勃发展的中国版权产业做出更大的贡献。

【作者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】

湖南广播电视和网络视听媒体党史学习教育宣传持续“加热升温”

根据湖南省委宣传部领导指示精神，湖南省广播电视局监听监看中心对全省广播电视和网络视听媒体的党史学习教育宣传情况进行了排查、梳理。自元旦开始，特别是2月20日习近平总书记在党史学习教育动员大会上发表重要讲话以来，全省广播电视和网络视听媒体全面启动、稳步推进党史学习教育宣传，呈现出专题专栏多、发稿频次高、节点把握准且形式丰富、制作精良、内容鲜活等特点。当然，也有需要改进和提高之处。

一、专题专栏启动早，长流水不断线，主题鲜明重点突出

湖南卫视、湖南经视、华声在线、新湖南等省直主流媒体提前策划、行动早，从1月1日起即推出专题专栏。其中，湖南卫视每晚黄金时段播出微纪录片《党史上的今天》，以3至5分钟的微体量讲述百年党史当天发生的典型事件。节目荟萃了许多珍贵的历史照片和难得一见的视频资料，多采用设问并层层答疑的故事文本，运用多种技术手段再现历史生动情景，看后有余音绕梁之感。截至4月20日，湖南卫视《党史上的今天》已播出110集，芒果TV持续更新，累计播放量近1千万次。湖南经视《经视新闻》推出的《“芒果小超人”说党史》专栏，采用了

“芒果小超人”动画形象，讲述党史上湖南的100个小故事。华声在线、新湖南同步推出《湖湘潮·百年颂——庆祝中国共产党成立100周年》系列短视频专栏，集纳影像图片、文献资料，“数字化”讲述建党伟业中湖南人的巨大贡献。

湖南卫视还在主新闻节目中相继播出《传承红色基因 走好新的征程》《奋斗百年路 启航新征程》《党史上的湖南之最》等特别报道和专栏。芒果云、芒果TV、新湖南、红网与时刻新闻在平台首页首屏上线《奋斗百年路 启航新征程》《誓言无声》《百年大党 风华正茂》等系列专题。多家市州媒体也认真策划，深入开掘当地红色资源，及时推出具有鲜明地域性的党史学习教育专题专栏。其中，湘潭新闻综合频道《湘潭新闻》推出《百年百故事——党史上的湘潭》，永州新闻综合频道《永州新闻联播》开设《那些年，他们正年轻》，郴州新闻综合频道《郴州新闻联播》推出《郴州为什么这样红——郴州市帼英豪》《郴州为什么这样红——革命传奇人物》，常德新闻综合频道和“常德全媒”客户端推出《党史上的常德》等等。这些专题专栏挖掘了不少鲜为人知的当地红色故事，体现出市州媒体的特色与优势。

二、重要节点提前策划，影响大新 足，融合传播效果好

清明节期间，多家媒体推出祭奠英烈的报道，在传统节日中注入了时代内涵。其中，湖南人民广播电台交通频道与全国百家交通广播联动，推出了“你的名字叫山河——清明为无名烈士献花”公益活动，通过云献花的方式，缅怀无名烈士，赓续奋进精神。活动取得了很好的社会效果，各地群众纷纷线上向无名烈士云献花，互动量超过5100万次。

湖南省委理论学习中心组开展第一次、第二次党史学习教育专题学习的当日，湖南卫视、湖南经视、芒果云、芒果TV、新湖南、华声在线、红网、时刻新闻等媒体，全程跟进，深入践行移动优先策略，集束编发稿件，通过大小屏联动、全媒体传播等方式，生动展现了湖南开展党史学习教育的鲜活场面，《人民日报》《新华每日电讯》、人民网、中国日报中文网、中国青年网等多家央级媒体及时关注报道，相关微博话题阅读量达到700多万，形成了强大的宣传声势，营造了湖南开展党史学习教育宣传的热烈气氛。

三、动态报道频次高、有特色、有规 模，贴近性强

湖南省直及市州时政主新闻栏目对党史学习教育的报道均保持了较高发稿频次，或在固定专栏中播发稿件，或综合推出多条动态报道，几乎每天都有反映。这些报道注重

开掘当地红色资源，及时总结当地党史学习教育经验，产生了良好的宣传效果。如，益阳新闻综合频道《益阳新闻联播》3月17日播出的《学党史 悟思想 为老党员送“学”上门》和3月30日播出的《“现场课”+“板凳会”红色薪火代代传》，选取益阳市不同社区因地制宜开展党史学习教育的经验进行报道，接地气、有温度，报道内容分别被湖南卫视《湖南新闻联播》、央视13套《午夜新闻》转载。又如，永州新闻综合频道《永州新闻联播》3月14日播出的《知党恩、感党恩、听党话、跟党走——赶鸟节上讲党史》报道，介绍了江永县松柏瑶族乡党委将瑶族传统赶鸟节活动与向群众宣讲红色经典故事相结合，让老百姓愿意听、听得懂。这样的报道，既令观众对瑶乡的特色节日充满了兴趣，又为当地党委的精心组织充满了赞赏。再如，智慧长沙将长沙台的广播电视报道内容进行二次剪辑，推出了适合在移动端传播的融媒体产品，其中，《踏遍青山——探访湘赣边革命老区》融媒策划在学习强国APP、“长沙观察”微信公众号等平台同步推送。

四、特色节目紧扣媒体定位，形式多 样，有效拓展受众

广播、电视、网络视听各媒体紧扣自身定位，推出形式多样的党史学习教育特色节目，从不同的层面影响了不同的受众。有专门为青少年打造的党史学习教育节目：湖南教育电视台、长沙新闻频道、长沙政法频道等媒体播出，新湖南、芒果TV、智慧长沙等

网络平台同步直播的《就认这个理——百年一课<恰同学少年>》，选择第一师范学校礼堂做场景，以故事化的内容，融合纪录片与综艺的表现手法，推出了一堂展现年轻人风华正茂、意气风发的特别党课，全网收看人数达到500万人次；湖南人民广播电台《全省新闻联播》推出的《党课现场 青春对话》特别节目，邀请青年党员在各革命纪念馆和红色教育基地现场向青少年讲授党课，运用实物、图片、情景演出等青少年喜闻乐见的形式，缅怀革命先烈、英雄人物。有面向农村基层的党史学习教育节目：湖南人民广播电台开设《潇湘文明实践村村响——“红色百年”》专栏，通过遍布全省的40多万只村村响大喇叭，向田间地头传播红色故事，为全省农村党史学习教育搭建了平台。有与机关企事业单位党史学习教育对接的节目活动：湖南广播电视台广播传媒中心打造《音乐党史课》节目，将革命歌曲与党史教育有机融合，用音乐上党课，融艺术性、趣味性、教育性为一体，以现场活动的形式把音乐党课送到机关企事业单位之中。有与群众文化相结合的党史学习教育节目：湖南都市频道承办的“百团百角唱百年”全省文艺院团竞演活动已在全省拉开序幕，各文艺院团积极行动，结合党史学习紧密联系现实，精心创编参赛作品；湘西新闻综合频道体现湘西传统文化特色，播出大型音乐舞蹈史诗《颂歌献给党》和民俗歌

舞《凤凰祥子》，以文艺形式展现本地红色资源，让观众在享受艺术的同时，感受到党的丰功伟绩和湘西的百年巨变。

五、特别策划接续推出，整体宣传在 前期铺垫后正迅速升温

省直和市州广播电视和网络视听媒体正有计划、有步骤地推出一批形式新颖、内容丰富、兼具思想性和艺术性的党史学习教育特别策划。其中，湖南卫视充分发挥强大的制作优势，于5月初推出庆祝建党100周年的专题献礼剧《理想照耀中国》。该剧以25分钟一集的视频短剧结构，分40集讲述40个在中国共产党历史上不同发展时期真实人物的故事，诠释各时期普通人的爱党爱国情怀。湖南卫视在内容、制作、编排上都尽量体现对党建宣传的创新。常德广播电视台策划制作《百名主播讲党史》，于4月20日首推。该音频节目集合常德市县百名职业主播和校园小主播深情发声讲党史，通过常德综合广播、交通广播、常德发布、常德全媒及各区县市融媒体中心同步播发，每日一期，体现了市州广电融媒在创新党建宣传上的有益探索。

（供稿：湖南省广播电视局监听监看中心）

编辑 / 肖清

理想照耀 百炼成钢

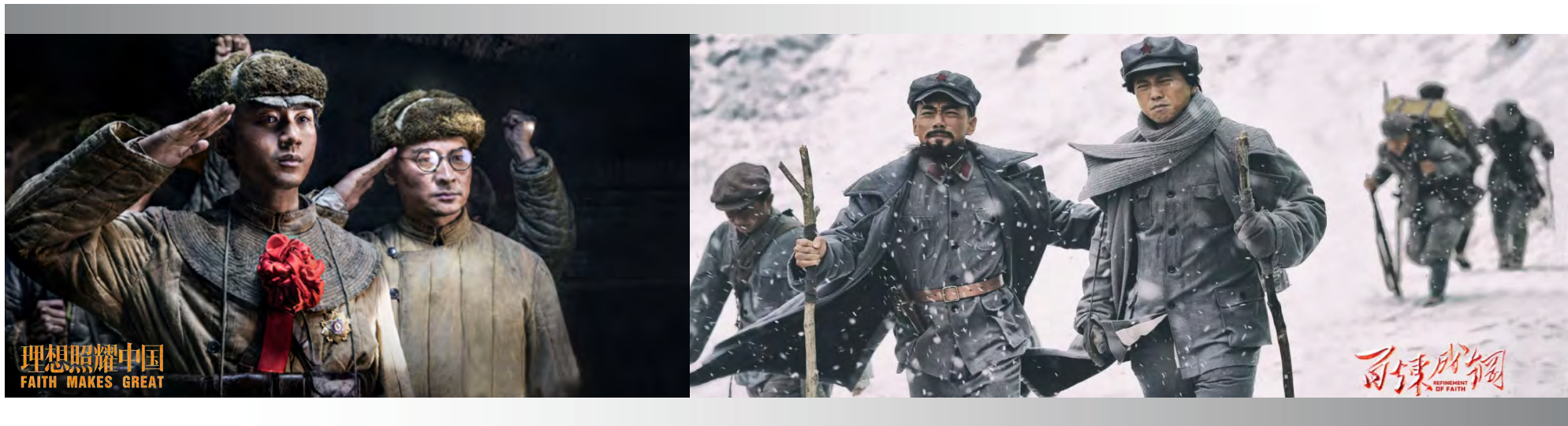
——用文艺精品推动党史学习教育

庆祝中国共产党成立100周年献礼剧《百炼成钢》和《理想照耀中国》由芒果超媒子公司芒果影视和芒果娱乐分别摄制，项目规格高、时间紧、任务重。为增强剧组上下团结一心为党献礼的决心，传承“支部建在连上”的优良传统，充分发挥党支部战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，《理想照耀中国》和《百炼成钢》剧组在湖南广电集团党委和芒果超媒党委的指导下，成立了临时党支部。在临时党支部的领导下，两个剧组从党史中汲取养分，克服困难，勇于创新，用心、用情、用功为党写史，为民族铸魂，为人民立传。

让党旗飘扬在冲锋路上 自内而外发散“理想之光”

电视剧《百炼成钢》是献礼建党百年的项目中唯一一部全景呈现党的百年革命史、创业史和奋斗史的电视连续剧作品，以“牺牲”故事诠释“淬炼”历程，表现了中国共产党在各个重大历史阶段，在血与火的淬炼中，从苦难走向辉煌的光辉历程。其采取组歌版块式的全新结构，以八首歌曲八个版块为串联，用大写意大跨越的方式，展示百年大党的百年风华。要在诸多断代史影视作品的基础上对百年党史进行“通史”表达，让100年的党史在作品中得到完整和连贯的呈现，并且有机融入音乐情境段落，创新创制难度极高。

系列短剧《理想照耀中国》是国家广播电视总局为庆祝中国共产党成立100周年策划组织创作的主题重点作品。该剧共40集，以不同时



期的40组人物和闪光故事，记录中国共产党诞生一百年以来团结和引领中国人民，高擎理想和信仰的炬火，谋求民族独立、人民解放、国家富强，为实现中华民族复兴中国梦不息奋斗的动人征程。40个选题在浙江、山东、北京、西藏、河南、福建、上海、海南、新疆、内蒙古、广东、云南、四川、甘肃等全国18个省市自治区投入拍摄，作品涉及要素之多、时空跨度之大、调动难度之高，也堪比一场“文艺创作的长征”。

心有所信，方能坚定。过去，我们在抗疫前线，在救灾现场，都曾看到过临时党支部猎猎飘扬的党旗。但“临时党支部”从来不临时，它彰显出的，是一种绝对的使命感、责任感和紧迫感。在剧组临时党支部的带领下，两个剧组坚持学干结合、学用结合，带领剧组攻坚克难，勇于创新，确保项目如期保质保量完成。

《百炼成钢》主创为了还原真实历史，在极短的时间内，大量查阅党史史料，涉及历史人物近500人，参考党史书目逾200本。该剧从2020年12月30日开机，到2021年4月8日杀青，在兵分多路、赶拍赶制的“抢时”状态下，

接连辗转浙、宁、湘、蒙多地，统筹拍摄场景1100余个，制作各个年代的服装超1.2万套，道具超3.8万件，调度角色人物700多个，群演2万多人次，常驻剧组人员峰值达900人，最终压哨完成了“一百天，拍百年”这样一个几乎不可能完成的任务，开创了中国电视史上重大革命历史题材前所未有的先例。

《百炼成钢》从无到有的这100天，也是剧组“炼钢”的100天。无论是遭遇近20年最大的沙尘暴，还是在零下十几度的冰雪天拍摄，剧组全员保品质，不“降维”，以“炼钢”精神锻铸“精钢”之作。为了还原5秒镜头下的真实历史场景，剧组上下人手一张原型图死磕细节：在机房剪片时，导演毛卫宁发现毛主席衣服颜色与照片仍有细微差别，当即决定重拍；为了还原钱学森工作场景，片场真实搭建了一个装配好成套设备、观察卫星发射的半地下室；作为衔接前后版块的点睛之笔，《百炼成钢》独家融合歌舞剧元素的“情境”段落运用了春晚级多机位同步拍摄，诸如前后排椅子用激光笔拉线对齐这样的“细节控”操作则不胜枚举。为了演好角色，演员们也精益求精。

王雷将毛主席鼓掌时习惯性右手在上的细节复刻得细致入微；张新成（饰 焦裕禄）向医生反复咨询肝部疼痛的真实状态；郭晓东（饰 钱学森）学习记诵了大量的专业术语；刘威（饰 陈独秀）为了短短几天戏份，坚持剃掉了自己浓密的头发……

《理想照耀中国》跨越大半个中国，剧组3000多名工作人员满怀激情，化艰苦而火热的拍摄历程为一场精神信念的淬炼之旅。为演好《雪国的篝火》长征路上饥寒交迫的炊事班班长老钱，王劲松特地让自己暴瘦，希望通过对角色的扎实演绎，将“坚韧不拔，自强不息，勇往直前”的长征精神传递给当代的年轻人；《天河》中，邓伦坚持不用替身，自己攀爬峭壁呈现红旗渠精神；《我送亲人过大江》剧组每天乘小船往返拍摄地，多位工作人员长时间浸泡在2月冰冷的河水里；《家是玉麦，国是中国》剧组穿越5100米的喜马拉雅山脉到西藏玉麦拍摄，在物资匮乏的情况下，他们想方设法克服重重困难顺利拍完；《我是小方》中，吴磊穿着棉袄，在地表温度45度的战壕里匍匐，浑身是土是血，中暑生病也坚持到底……

3月17日《雪国的篝火》正式开机前一天，王劲松在微博上写下了一段发自肺腑的文字：“星星之火，映照出一个崭新的中国。舍身而为众人者，可称大义；大义者，当永志铭记！是他们用生命撕裂枷锁和黑暗，让理想和光明照耀中国大地！所以，请记住这两个字：红军！”与其说这是一场拍摄，更不如说这是一次历史的重温与信念的跋涉。在演绎他们的过程中成为他们，在成为他们的过程中将永不过时的伟大精神传导给今天的观众，这是《百炼成钢》和《理想照耀中国》每一位创作者的热切愿望。由于在表演中深受感染，演员王劲松、夏德俊分别向临时党支部递交了申请书。

“先锋队”挑大梁 “年轻态”说党史
“片场即课堂，党史即宝藏”，拍党史，先学党史，在拍摄过程中，临时党支部表现出强烈的使命意识，通过多种形式创新学习和传播党史。

电视剧《百炼成钢》第一个在微博开“学党史”专栏的剧组，将红色历史和艺术创作有机结合，图文并茂传播党史知识；第一个组织主演跨平台在蜻蜓FM开通“学党史”专栏，王雷、夏德俊、陈晓、佟丽娅、张新成、李佳航、郑伟等众多青年演员，不仅以角色身份体验了党史的创建者，更将这份使命感和信念感带到戏外，以声情飒飒“钢言炼语”，带领粉丝“听党史，学党史”，迅速登上热播榜；剧组还制作“群英谱”和“声临其境”等物料，致敬缅怀先烈，将传统媒体和新媒体、自媒体立体组合，取得了非常好的效果，弘扬主旋律、传播正能量，体现了湖南广电做为党媒的政治自觉和政治担当，更满足了广大年轻观众的求知型“红色刚需”。

在《理想照耀中国》超百位演员阵容中，除多位老戏骨倾情加盟外，还集结了一大批正能量新生代，作品探索运用“青春化”的表达，讲述一个个动人的主旋律故事。同时，剧组宣推团队以“礼赞中国精神”为重点，精心设置宣推主题。作品自拍摄以来，吸引了大量年轻人发表正能量留言，引发了大家对40组人物的关注，并增强了对剧集中所包含的红船精神、红旗渠精神、长征精神、延安精神等的了解。

剧组临时党支部还结合剧情不断拓展主题党日的形式和实效。3月7日，芒果超媒党史学习教育第一课在“真理的味道”陈望道故居开讲；3月16日，《百炼成钢》主演王雷给支部党员讲党课；3月21日，《理想照耀中国》剧组在《望星空》篇章拍摄地开展《领航奋斗致敬百年》主题党日活动，请来了嫦娥五号探测器系统副总设计师彭兢讲党课，分享了嫦娥五号项目克服重重困难终于获得成功的“千磨万击还坚劲”的故事。另外，《理想照耀中国》之《信号》剧组设置“党史学习园地”出板报、自发学习《论中国共产党历史》等，作为老党员的经超时常在片场分享他对党史的学习心得；在玉麦乡党支部和剧组临时党支部的组织下，《家是玉麦 国是中国》剧组在雪山下举行了一场特殊的升旗仪式，59岁的人物原型卓嘎姐妹也专程前来参加。

《百炼成钢》和《理想照耀中国》通过高举党旗，由内而外将“为理想而战”的斗志化作行动的伟力，“千锤百炼”打造出高品质的“特钢精钢”，折射出穿透人心的光芒。

（来源：超媒很芒）
编辑 / 肖清

《百炼成钢·党史上的今天》 用微专题串起大党史

谢伦丁

2021年1月1日起，湖南卫视晚间730黄金时段多了一档3分钟的党史节目，名字很正，叫《百炼成钢·党史上的今天》；内容很正，每天对应讲述过去百年间发生在当天的党史大事。节目讲述人，既有新闻主播，也有观众常在综艺舞台上看到的主持人何炅、汪涵，以及当红影视剧中的演员、选秀节目中脱颖而出的青年偶像等。让观众熟悉的演艺明星讲党史，一个最朴素的追求就是，希望用他们身上的“流量”带动更多年轻观众来了解党史。节目时长在3分钟左右，年轻人刚好可以一边喝奶茶，一边学党史。

初衷：做一档年轻人爱看的党史节目

2020年下半年，湖南省委常委、宣传部部长张宏森亲自命题，指示湖南卫视在2021年做一档党史类节目，要求很明确，一是从1月1日起至

12月31日，形成一个完整的体系化的党史视觉读本；二是当代年轻人一定要喜欢看。

作为国内有影响力的大台，湖南卫视承担这一任务责无旁贷，而且湖南电视人做党史节目也有着天然的情感基础。1921年中国共产党成立时，中共一大与会的13名代表中，湖南人就有4名。但真要把这个节目做好，却并不容易。比如，365天中大多数时候，有时一天里被记载下来的历史事件若干；但另有些天，又似乎很难挑出特别值得讲述的事件。怎么做到每天都有内容可讲？在整体布局中，如何把握好新中国成立前、新中国成立后、新时代等不同阶段的内容平衡？

为了保证节目的权威、准确，湖南广播电视台台长亲自率队，带领制作团队赴京拜访中共中央党史和文献研究院。研究院派出资深专家团队担任节目顾问，为《百炼成钢·党史上的今



天》365天的节目框定选题，审核史实。湖南卫视则发挥自身优势，组建一线制作团队，让文献和史料通过讲故事的形式生动外化。

出彩：破旧立新让节目出圈

在节目准确的基础上，怎么样做到节目出彩、内容出圈？从最初策划开始，制作团队就瞄准年轻受众，节目时长、表现形式等都努力向年轻人靠拢。

首先，节目组在将文本电视化的过程中，花了大量心思，让电视节目变得更青春、更生动，更适合年轻人收看的习惯。在不改变党史准确性的前提下，节目组将文稿的书面语言改写成更适合讲述的口语表达，形成了平实、轻松的语风。此外，将平铺直叙的史实文本改写成设问并层层答疑的故事文本。比如第一集讲新民学会的新年会议，节目没有开场就介绍新年会议，而是“把时针拨回到一百年前的1921年”，描述了一个场景，“长沙城内大雪纷飞，27岁的毛泽东邀集了十几位年轻人，来到潮宗街56号一处僻静的公馆”，然后设置疑问，“在这样一个天寒地冻的日子，他为什么要把大家召集于此呢”？廖廖数语，引起观众的好奇心，进而让观众继续观看。

其次，节目创新形式，采用多种技术手段，努力将纸面上的党史事件，变成电视荧屏上的生动画面。节目在新闻中心4K超高清新闻演播室录制，这是国内首个4K超高清新闻演播室，拥有3套摄像机气动承托系统，2套灵活的Shotoku自走机器人控制系统，加上精度极高的虚拟跟踪数据，为虚拟制作及AR制作留出了大量的空间与想象。有了好的硬件配套，湖南卫视的虚拟技术团队搭建了一个党史主题虚拟演播室，设置了三个风格接近、场景又各自独立的主持人区；另外，各期节目可根据讲述内容设置不同主题的虚拟空间，主持人可以从一个虚拟空间

自由进入另一个虚拟空间，在时空之间穿梭游走。比如第一集讲述新民学会新年会议时，节目组根据历史记载和描绘，搭建了新年会议会址场景，重现了当时的漫天飞雪。主持人推开一扇门，就从演播室进入了百年前的场景中。第三集讲述1936年平津学生南下，节目还运用沙画形式再现当时学生运动的场景。多种多样的技术手段，让历史内容变得更加生动鲜活。

第三，起用明星讲党史，吸引更多年轻人与节目互动。湖南卫视有着丰富的艺人资源，每个明星背后，都有着一大批高黏度粉丝。如果把艺人请到演播室讲党史，就一定会吸引相应的粉丝关注。但在没有任何报酬的前提下，怎样才能将当红明星请到长沙来录节目呢？节目组先从台内资源下手，试着向汪涵发出邀约，没想到他很快就答应了，还主动和导演组沟通怎样把节目录得更生动。有了汪涵打头阵，湖南卫视更向全台发出倡议，呼吁“全芒系”的主持人和艺人积极来讲党史、学党史。现在，越来越多明星、艺人主动联系节目组，希望能为节目录制贡献力量，庆祝建党百年。

融合：实现节目传播的最大共振

在湖南省委宣传部指导下，湖南广播电视台制定了系统的宣发方案，以湖南卫视大屏为主，联动全省媒体平台，实现《百炼成钢·党史上的今天》节目传播效应最大化。

节目采取先网后台的形式播出，每天早上8:30，首先在芒果云、芒果TV、新湖南、时刻新闻等新媒体平台上推出，很快，“学习强国”也加入了传播阵列，在首页的重点位置推荐。节目播出后，湖南卫视还将每期节目内容精编成短视频在抖音、快手平台推送，放大“二次传播”效果。

（作者单位：湖南卫视）

编辑 / 肖清



推介党史影像教材 塑造青年百年群像

“我将青春献给你”——《理想照耀中国》《百炼成钢》开播特别节目

在五四青年节到来之际，为传承和弘扬伟大五四精神，鼓励当代青年更好地为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献力量，引领广大青年探寻五四精神与建党伟业间密不可分的关联，在全党上下掀起党史学习教育的新高潮，拉开湖南卫视献礼建党百年宣传高潮的大幕，湖南卫视于2021年5月3日晚播出《“我将青春献给你”——<理想照耀中国><百炼成钢>开播特别节目》。晚会不仅邀请了上述两部电视剧的主创人员讲述创作背后的故事，以创新的艺术表达形式串联起中国共产党百年奋斗征程，诉说共产党人为了实现民族独立、人民解放、国家富强而不懈努力的动人故事，展现中华民族自强不息、勇往直前的斗争精神，还邀请了多名剧中角色的扮演者，以青春讲述的方式将发人深思、感人至深、催人奋进的励志故

事传递给青年一代，深情向党告白，放声对党高歌，在全社会营造了喜迎建党百年的浓厚氛围。节目播出后获得社会各界广泛好评。

一、讲述献礼剧创作历程，展现文艺工作者的工匠精神

本台晚会邀请了电视剧《理想照耀中国》与《百炼成钢》的主创团队讲述创作背后的故事，生动的幕后故事不仅体现了主创团队的专业精神，也展现出当代文艺工作者“敬业、精益、专注、创新”的工匠精神。《理想照耀中国》和《百炼成钢》作为献礼中国共产党成立100周年的重点剧目，具有历史跨度长、行业涉及广、角色年龄差距大等特点。面对近万人的庞大人员规模、超难的制作统筹和摄制工作，主创团队克服种种困难，日夜兼程完成了拍摄

任务，最终向观众呈现出两部具备大气魄、大写意、史诗感、青春感的全息影像之作。

《理想照耀中国》和《百炼成钢》两部剧注重挖掘小人物身上的感人故事。晚会中《理想照耀中国》总编剧梁振华说：“我们选择故事的角度，是讲你熟悉的知名人物的你不知道的故事，或你不熟悉的普通党员身上的感人故事。”电视剧创作者们用一颗颗爱党的赤子之心，将理想与信念倾注在文艺创作中，为观众还原了百年党史中一个个真实动人、平凡闪耀的人物故事。这些故事不仅让观众为之热泪盈眶，也影响了剧中演员，让他们经历了一场理想信念的淬炼之旅。在《理想照耀中国》之《雪国的篝火》中，扮演炊事班班长老钱的演员王劲松在晚会现场动情讲述了自己与剧中人物难以割舍的情怀。他被老钱舍生取义的伟大精神深深震撼，在进入剧组后的第一天，向临时党支部郑重提交了入党申请书。这些主创团

队在晚会现场分享的点滴故事，正是理想照耀的火热闪光，是百炼成钢的生动注脚，也是两部剧精雕细琢的郑重宣言。

二、诉说青年共产党人故事，再现共产党百年光辉历程

习近平总书记曾经指出：“在一百年的非凡奋斗历程中，一代又一代中国共产党人顽强拼搏、不懈奋斗，涌现了一大批视死如归的革命烈士、一大批顽强奋斗的英雄人物、一大批忘我奉献的先进模范，形成了一系列伟大精神，构筑起了中国共产党人的精神谱系，为我们立党兴党强党提供了丰厚滋养。”晚会以深情的笔触诉说着一代代共产党人感人至深的真实故事，再现了中国共产党建党一百年的光辉历程，让观众翻开百年画卷，追忆漫漫征途，全身心沉浸在党的历史中，感受共产党人的伟大精神力量。



晚会以照亮百年征程的一盏明灯《共产党宣言》与激励百年奋进的一首歌曲《国际歌》开篇，邀请何晟铭、夏德俊、王雷等优秀演员生动演绎了第一代共产党人因《共产党宣言》而汇聚，共同摸索治疗中国顽疾，高唱着《国际歌》前赴后继，探索中国前进道路的故事。在他们的演绎下，观众仿佛回到了100年前，与革命先辈们一起为百年前那个内忧外患的中国感到痛心疾首，也在生死存亡的命运面前，找到了“为什么而活”的真正答案。此外，晚会还讲述了革命年代动人的红色爱情故事，其中，秦俊杰、蒋梦婕、李建义演绎的《信念》讲述了革命烈士陈毅安与妻子李志强之间的故事。节目以55封家书为线索贯穿始终，用字字滚烫、句句千钧的英烈绝笔，完成对信仰力量的跨时空传达。在三位演员的深情演绎下，节目诉说着革命先辈的拳拳报国志和款款夫妻情。观众为一张信纸之轻承载的一份信仰之重和一段情感之深所感动和震撼。最终，晚会以《青春宣示》将现场气氛与观众情绪推向高潮，荣梓杉、赵昭仪等四位年轻演员掷地有声的宣示，象征着一代代优秀的中国青年接过青春的火炬，担负起实现中华民族伟大复兴的历史重任，勇敢投身波澜壮阔的新时代's满腔豪情。“那些于黑暗里点亮，从苦难中燃烧，在征途上传递的星星之火，我们将用它照亮未来。”这句话铿锵有力、振聋发聩，引发了现场和电视机前无数年轻观众的情感共鸣。

三、晚会广受好评，社会效益显著，年轻观众共鸣强烈

该晚会在电视播出后，获得了主流媒体的广泛好评。红网、新湖南等主流媒体均发文

表示：“《我将青春献给你》以高度浓缩的创作手法、贴近年轻的表现形态、催人奋进的主题立意，在“五四”青年节到来之际，为献礼中国共产党成立100周年倾情打造了一场继往开来的‘青春接力’。”相关节目片段也成为了广电总局党史学习教育的影像资料。有观众观看晚会后在社交平台留言说：“从前只知先烈们的高尚，如今方知他们的浪漫，这是属于他们独有的浪漫，是共产党人字字泣血的铁骨柔情。”“超级期待这两部献礼剧，这是对一代代青年人的理想献礼、思想洗礼、梦想巡礼。”“从这些嘉宾演绎的青年身上，我们看到的不仅是过去的历史，更是人生路上奋斗的路标和灯塔。我们要像这些优秀青年一样，用奋斗去改变命运、建设祖国。”

湖南卫视《“我将青春献给你”——<百炼成钢><理想照耀中国>开播特别节目》以主旋律高昂、正能量饱满、感染力充沛的艺术形式，再现了中国共产党在一次又一次的生死考验中淬炼成钢、在一次又一次的艰难困苦中传承信仰、在一次又一次的毅然奋起中续写奇迹的光辉历程，激励青年一代志在党、心向党、情为党，让青春在为祖国、为民族、为人民、为人类的不懈奋斗中绽放绚丽之花，吹响了湖南卫视全面铺展献礼建党百年画卷的嘹亮号角，彰显了湖南卫视作为新时代党媒讲好党史故事、传承红色基因、引领青年成长的责任与担当。

（来源：国家广播电视总局）
编辑／肖清



1. 电影《阿凡达》取景地：张家界国家森林公园袁家界景区
2. 湘西土家族苗族自治州花垣县十八洞村
3. 十八洞村现任村委会副主任龙书优

以电影视角见证时代发展

邱枫

为庆祝中国共产党诞辰一百周年，加强主流宣传，聚焦新时代的湖南发展故事，湖南电影频道整合全频道传播资源，积极策划了多个专题报道活动。3月15日—18日，湖南电影频道《电影大直播》及《说说电影》团队以“湖南省内电影取景地”为视角，紧密推出“云打卡·湖南电影取景地”系列网络直播活动和电视节目，带领观众在感受电影魅力的同时见证战贫伟大实践和时代发展成果。

湖南电影频道《电影大直播》五场“云打卡·电影取景地”主题网络直播活动在湖南电影频道官方抖音号上总计直播时长超过13个小时，累计观看人次超60万，点赞量超过5万，评论量过万，观众们在直播间内畅聊“十八洞村”“湖南美景”“湖南电影”等话题，还一边跟随栏目组的介绍，一边“云打卡”了电影《十八洞村》《阿凡达》和《边城》中的多处湖南省内拍摄取景地。

3月18日，湖南电影频道《电影大直播》

及《说说电影》栏目组走进了湘西土家族苗族自治州花垣县十八洞村，在直播过程中，栏目组采访了十八洞村原村委会主任施进兰、十八洞村现任村委会副主任龙书优，以及多位当地村民即电影《十八洞村》的参演者和慕名而来的游客们。

在直播间内，十八洞村原村委会主任施进兰热情洋溢地对观众们表达了自己在2013年当选为村委会主任后与精准扶贫工作队一起带领乡亲们脱贫致富奔小康的故事和感想。十八洞村现任村委会副主任龙书优则向观众们表示，自己对电影《十八洞村》中的“杨英俊”一角印象深刻，特别是佩服他“拒绝认定为贫困户”的勇气，同时还为观众们介绍了脱贫后十八洞村的具体情况。多位当地村民即电影《十八洞村》的参演者们更是在直播间为观众们绘声绘色地分享了现在的幸福生活和自信灿烂的笑容。游客们对当地的风土人情和脱贫成果赞不绝口，热情地向直播间的观众们问好，

回答直播间观众们的问题。

《电影大直播》以融媒互动的方式，为大众在移动互联网上呈现了十八洞村脱贫攻坚取得胜利过程中的典型人物及故事，更让观众感受到现在的十八洞村在乡村振兴路上的脉动。

电影拍摄地 新时代新发展

2021年，中国电影市场全面开始复苏，多部电影创造了多项国内外票房纪录。詹姆斯·卡梅隆执导的3D科幻大片《阿凡达》也于近日在中国电影市场重映，第二次取得了全球票房冠军。因此，湖南电影频道紧密结合当下影市热点，前往位于湘西自治州的电影《阿凡达》取景地张家界国家森林公园杨家界景区。“名山高耸入云端，奇峰异石迷人眼”，壮阔的奇景在云雾缭绕间如梦如画，在直播间内见到“同款”电影场景让观众深深沉浸其中。

在另一处电影取景地芙蓉镇，浪漫别致的夜景和美轮美奂的灯光秀更在直播间为观众展示了芙蓉镇的视觉美感和如今的发展步伐。

在电影《边城》取景地，边城镇（原茶峒古镇）则用它独有的翠翠岛、青石板街道和苗家吊脚楼刻画了一幅幅湖南水墨画。很多外地游客慕名而来，就为了寻找电影中的场景。

在网络直播和节目中可以看到，这些电影取景地的湘西小镇在新时代迎来新发展，正牛气冲天、欣欣向荣，呈现出一幅幅全面小康的美景；多部经典电影的热播也给这些地区带来了名气，当地村民日子越来越好，热腾腾的生活气息让人温暖感动。

电影+电视+直播 媒体融合新探索

在积极推进媒体融合发展的当下，为满足不同群体观众的需求，湖南电影频道融媒体直播栏目《电影大直播》和电视栏目《说说电影》团队同时前往湘西，紧密结合湖南特色，走进电影幕后，将经典电影内容嵌入到电影取景地，将电视栏目内容与网络直播相融合，通过改变原有的内容生产模式，采用立体化内容生产体系，形成了网络实时直播、一次采编、多平台分发、全媒体宣传的传播模式，实现了电影+电视+手机的融媒深度互动，使同一个内容在短时间内于多个平台上高密度宣传，将推动媒体深度融合发展的任务落到实处，让更多人领略到了湖南之美、乡村之美及电影之美，以电影专业视角讲述湖南故事，营造了浓厚的电影文化氛围。

（作者单位：湖南电影频道）

编辑/刘凌

永兴县借助融媒优势 让党史学习教育“润物细无声”

邓信开

在党史学习教育中，永兴县充分借助融媒体优势，将“报、网、微、端”相互融合，让党史教育生动形象，在润物细无声中达到深入人心的效果。

一、全媒精准发力，让党史学习教育宣传“全面开花”。一是突出新媒体首发。坚持移动优先，通过新永兴APP、微信公众号、永兴手机报等新媒体优势，实时播发党史资讯，推送本地动态信息。各平台置顶党史学习教育宣传标语，新永兴APP第一时间开辟“学党史 悟思想 办实事 开新局”专题专栏，转载中央、省市有关党史学习教育的重要精神及重大决策部署的稿件，转发推送《党史百年·天天读》《湖南之最》《见证初心使命的“十一书”》等节目，进一步推动广大党员干部、群众特别是青少年更好学习党史、缅怀先烈。二是传统媒体持续发力。《永兴新闻》栏目推出党史学习教育宣传片头，开设《奋斗百年路 启航新征程—学党史 悟思想 办实事 开新局》《办实事开新局》《党史学习教育践行行动》等专栏，充分报道永兴县开展党史学习教育的部署要求、进展成效。

二、创新宣传载体，让党史文化“飞入寻常百姓家”。一是主播讲党史，让党史“活”起来。《永兴新闻》推出特别策划节目《主播讲党史》，立足于传播红色故事、红色遗址、党史人物、大事纪要等红色文化，由主播走进纪念馆、革命遗址等地，讲述一段段可歌可泣的革命奋斗故事，追寻党的光辉足迹，带领观众感悟在中国共产党百年奋斗发展史中，永兴人民为夺取革命、建设、改革的重大胜利前赴后继、顽强奋斗的优秀精神，汲取更

多前行的力量。二是群众齐参与，让党史“动”起来。利用“新永兴”APP答题闯关，《百年党史100题，永兴融媒邀您测一测》引导广大党员干部群众增进对党的光辉历程、伟大成就的了解，提升普及党史文化的趣味性。同时利用“永兴融媒”视频号、抖音号制作推出《奋斗百年路 启航新征程》系列短视频，提升市民对党史学习教育的认知。

三、传承红色基因，让党史学习教育“声”入人心。为深入推进党史学习教育，持续深化爱国爱党教育，县融媒体中心紧紧围绕“学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行”四个专题开展各类宣讲活动，使党史学习教育“声”入人心。一是开展“光影铸魂”电影党课。4月以来，中影星河影院、农村、广场数字电影展映庆祝中国共产党成立100周年优秀影片。近期还组织各农村电影放映队送电影进农村、进社区、进校园、进企业、进军营，放映《南昌起义》《血战湘江》等红色电影，让党员干部群众在光影中重温红色历史。二是“村村响”广播全覆盖。利用“村村响”广播播放党史知识，是永兴县打通党史学习教育“最后一公里”的生动体现。针对农村党员群众分布分散、学习能力弱和学习时间不固定等问题，永兴县融媒体中心专门制作了15个党史知识宣传音频，组织各乡镇街道通过“村村响”广播、流动宣传车、巡逻小喇叭等，高频率播放，每天播出党史知识学习教育2个小时以上，实现了党史学习教育宣传在乡村的全覆盖。

（作者单位：永兴县融媒体中心）

编辑 / 肖清



“云采编系统”助力湖南台两会报道出新出彩

2021全国两会期间，湖南广播电视台统筹旗下湖南卫视、湖南电台、湖南经视、湖南都市、湖南公共、芒果TV、芒果云等平台，通过资源共享、技术创新等举措，以全媒体矩阵开展全国两会宣传报道工作，取得了不俗宣传效果。

新闻栏目矩阵式聚焦重点话题

全国两会期间，湖南卫视、湖南电台、湖南经视频道等主新闻栏目围绕两会重点内容展开，报道两会动态。其中，《湖南新闻联播》自主研发板块“两会云访谈”创新两会传播方式，截至3月10日，相关报道在芒果TV、湖南新闻联播微信公众号总点击播放量超过百万。第一期“两会云访谈”《乘风破浪“十四五”》，就“十四五”规划重点，通过云连线的方式搭建起代表委员和群众的对话桥梁。此外，《湖南新闻联播》每晚在头条位置播发反响稿件，并配发“胡湘平”两会特别评论，引发不俗关注。

同时，湖南卫视推出特别编排，关注“完善香港选举制度”，及时采访代表委员、香港各界人士，在北京、香港和湖南多地联动采访，推出报道《完善选举制度 确保“一国两

制”行稳致远》等。新媒体端、芒果云推出原创评论《芒果快评：“爱国者治港”是历史的必然选择》。

湖南电台新设早间新闻板块“湖南时间”，打通三个新闻频道，长时段、大板块关注全国两会。

“云采编系统”提升报道效率

顺应疫情防控状态下两会报道要求，湖南台通过技术创新，自主研发云采编系统，实现了远距离、零延时、无障碍采访。

两会前，湖南台开展多人5G连线，邀请代表委员和老百姓云上互动。两会期间，湖南台每天邀请代表委员做客云上访谈室，和老百姓畅谈两会热点，超500人次代表委员通过云直播形式接受采访。

此外，湖南台还推出《我们向往的美好生活》特别板块，邀请各个年龄段的受众与人大代表、政协委员云上问答，节目片头以小清新画风、活泼的语言，让两会信息在一问一答中生动呈现。

（来源：广电时评）

编辑 / 肖清

创新报道呈现方式 轻松解读“两会”精神

白云飘

在今年的全国两会报道中，湖南卫视在确保做好两会基本程序性报道和时政动态消息外，不断创新呈现方式，推出了《我们向往的美好生活》专栏、《“犇”向新征程》动漫宣传片等内容，用轻松活泼的语言和年轻时尚的呈现手法，为老百姓解读两会精神和政府工作报告。3月5号《湖南新闻联播》开始推出的《我们向往的美好生活》专栏，采访小朋友、大学生、老人等各个年龄段、各社会阶层的普通老百姓与人大代表、政协委员云上问答。节目片头一改以往联播严肃的风格，用起了类似湖南卫视热门综艺IP《向往的生活》的小清新画风，一下子拉近了与观众的距离，加上动感的音乐和明快的剪辑，妥妥的“抖音”置顶小视频。

紧盯百姓热点。《我们向往的美好生活》专栏3月7号播出的第三期和3月9号播出的第五期的主题都是“幸福是什么”，紧扣主题“幸福”，关注老百姓最关心的问题：老奶奶依旧最关心医疗健康未来如何让自己更长寿，“十四五”提出的人均寿命提高一岁如何实现；老爷爷想问代表委员未来养老会有什么新变化；小朋友则吐槽父母不肯给自己生小弟弟，问问国家今后如何推进二胎政策的落实；农村教师提出的关于农村孩子教育的问题也是中国几亿农村百姓共同的心声；而农村小学校长则关心国家怎样才能帮助农村留下好老师……这一个个问题都直击目前社会的热点，这样具有群众基础的话题才是老百姓最关心的事。

语言诙谐幽默。3月5日《我们向往的美好生活》第一期节目探讨主题是“十四五的规划蓝图”，这样一个严肃、宏大的问题到了老百姓嘴

里，却充满了幽默风趣：孩子们关心的是5年后自己会不会长得更高；女大学生问的是5年后自己能不能告别异地恋；90多岁的老奶奶最想知道，自己能不能活到100岁。“熬过了异地恋，那就是一辈子”，代表委员们也用诙谐的语言对这些提问一一作答，答案里藏着未来五年我国居民收入、交通建设、医疗教育等民生领域的蓝图目标。这种更接地气的呈现方式，为《政府工作报告》里严肃的文字润了色，让原本枯燥无味的“干货”不再“干”。

轻松解读报告。3月6号播出的《我们向往的美好生活》第二期主题是“你我的小目标 国家的大方向”，三位小朋友带来了他们关心的“我喜欢吃的零食会不会涨价？”“跑步越快越好，GDP目标为什么不再跑快点？”等问题，代表委员们的答案中，对今年两会《政府工作报告》中“GDP增速目标”“下调CPI涨幅”“稳健灵活的货币政策调控”等热门话题进行了解读。专栏报道用童趣的视角、活泼的语言和年轻时尚的剪辑手法，让代表委员和萌趣可爱的孩子们隔空一问一答。节目用一种充满童趣的方式为老百姓解读两会精神和政府工作报告，更受观众喜欢，也更容易让观众接收有效信息。

传播尽显创意。《湖南新闻联播》还结合全国两会特别报道《“犇”向新征程》这一主题，制作了卡通宣传片，打造了为民服务孺子牛、创新发展老黄牛、艰苦奋斗老黄牛三个可爱的原创卡通形象，以青春的姿态，助力“三牛”精神与两会精神更好传播。

（作者单位：湖南卫视）

编辑 / 肖清

一曲新时代的青春之歌

——关于湖南广电“精准扶贫”宣传效果的调查报告

2013年，习近平总书记在湘西花垣十八洞村首次提出“精准扶贫”的重要论述。首倡之地当有首倡之为。湖南广电以高度的政治责任感，深入贯彻落实习近平总书记关于扶贫工作的重要论述，主题主线宣传浓墨重彩，扶贫实践行动向阳而歌，先后荣获“全国脱贫攻坚先进单位”“全国脱贫攻坚奖组织创新奖”两项国家级大奖。为深入研究、总结脱贫攻坚宣传经验，2020年7月，国家广播电视总局发展研究中心牵头，湖南广电宣管部组织，行程1400余公里，用时一个星期，面对面采访了近百人，深入张家界永定区、娄底双峰县、郴州宜章县开展实地调研，通过近距离、沉浸式观察，全面了解和评估芒果扶贫经验及成效。实地调研结束后，调研组以相关数据为基础，会同中南大学精准扶贫效果评估研究课题组，从经验到学术，从微观到宏观，以求更加精准地评估精准扶贫宣传效果。现就调查情况报告如下：

一、主要绩效

在脱贫攻坚这场大考中，湖南广电充分发挥行业特点优势，全面统筹全平台资源，多措并举，凝心聚力，通过开创以“新春走基层”直播活动为代表的新闻扶贫、“一县一品”“家乡好物”为代表的公益广告扶贫、“芒果扶贫云超市”为代表的消费扶贫以及“品牌节目植入扶贫”等多种可复制、可推广的模式，奏响了脱贫攻坚的新时代强音。这几年来共推出相关新闻专题、文艺节目、

纪录片、影视剧、线下活动及公益广告300余档(条)，节目制作总时长39670分钟，资金总投入达6.3146亿元，人力投入10235人次，不仅为精准扶贫提供了多维度多层次宣传支撑，而且在旅游扶贫、产业扶贫、消费扶贫、技术扶贫等方面取得了显著成效，使主流媒体扶贫的领域不断拓展、边界不断延伸。

1. 荧屏惠民，大力助推经济效益。湖南广电的扶贫实践促进了居民生活消费水平提升，带动了当地经济的增长，尤其对当地旅游业和农副产品的发展和现代化产业化起到重要推动作用。连续9年的“新春走基层”，实现“直播一个村寨，带火一方旅游，激活一方经济”，绝大多地区旅游人数同比增长近40%；“一县一品”公益广告播出后，相关农特产品销量年均增长84.5%，销售价格年均增长率23.2%，超过100万湖南农户精准受惠；“芒果扶贫云超市”直接带动扶贫农产品全网销售29.2亿元；《出手吧，兄弟！》大直播，2小时内卖空湖南15个县的农特产品；《江山如此多娇》播出期间，带动张家界莓茶销售收入达6112.761万元，同比增长5158.92万元，该片主取景地牧笛溪村乡村旅游发展迈入“快车道”，日接待游客量比同期上升50倍，民宿收入由之前的每月3000元上升至每天2000元至3000元。

2. 立业智民，全面提升社会效益。湖南广电的扶贫行动有效刺激了当地就业和基础设施建设，同时充分发挥了文化驱动力的作用，切



“芒果扶贫云超市”走进麻阳，直播销售农特产品——麻阳黄桃。

实激发了群众脱贫的主观能动性和自信心。根据调研显示，74%的受访者认为湖南广电的扶贫项目直接提供了就业岗位；24%的受访者认为虽然扶贫项目没有直接提供就业岗位，但增加了可供当地居民开展的经营项目；超过96%的受访对象认为湖南广电的扶贫项目促进了当地基础设施以及乡容村貌的改善，吸引了大量社会资本。“一县一品”公益广告播出后带动政府投入4.13亿元、社会投入23.33亿元。同时，通过不断强化典型示范，用榜样的力量激发农民主动作为。《大地颂歌》上演后，群众感叹：“两个多小时的演出，胜过上百余堂政治思想教育课。”

3. 文化亲民，积极放大品牌效益。湖南广电的扶贫项目在文艺创作、乡风文明、家风建设、传统文化挖掘等方面产生了一系列连锁效应，打造出一批民俗文化品牌，带火了一批农特产品牌，为区域发展注入了更多生机与活

力。“新春走基层”直播活动成功打造9个“品牌村落”，让一批少数民族特色村寨入选省级美丽乡村、国家级特色村庄；“一县一品”公益广告让石门柑橘、江华瑶山雪梨、双峰永丰辣酱、祁东黄花菜、平江茶油、安化黑茶、桂东玲珑茶和慈利杜仲雄花等20多个贫困县的农特产品品牌认知度显著提升，成为当地农民脱贫致富奔小康的重要经济依托。“芒果扶贫云超市”上架超过2.4万种湖南特色农产品，吸引超1200万全国消费者在线观看直播、浏览。

二、经验启示

湖南广电的精准扶贫行动极大地拓展了主流媒体扶贫的模式与边界，产生了“种下一颗树、收获一片林”的效果，其精髓是强化三个效应。

1. 强化响鼓效应，解决“谁来扶”问题。响鼓用重锤，重兵出击。一是坚持高位发力，将助力脱贫攻坚作为湖南广电重大政治任务，集团公司(台)党委靠前指挥、周密部署，对重点项目做到一月一调度，力求月月有成果、项项有决议、事事有回应。二是坚持整体作战，充分发挥全平台资源优势，各部门协同配合，大兵团作战，覆盖从宣传创制到品牌建设，以及销售终端的全产业链条。三是坚持深入一线，扶贫镜头始终对准基层一线，全景式反映中国脱贫事业的伟大进程。

2. 发挥头雁效应，解决“扶持谁”问题。头雁领飞，群雁齐追。一是精选扶贫点位。在科学把握治贫规律的基础上，甄选极具地理人文特征的扶贫点，靶向施策，精准发力，力求“拨亮一盏灯，照亮一大片”。二是精选扶贫模式。面对优势不明显的地区，从当地农特产

品入手，通过扶贫广告赋能当地特色品牌产业；面对2020战贫、战“疫”双重大考，打造“云超市”电商扶贫模式。三是精心打造典型。培育一批致富能人，“云超市”就催生了一批具有强带货能力的“新农人”，还吸引了32位县领导变身“网红”直播带货。

3. 放大协同效应，解决“扩大成果”问题。强化协同，“输血”变“造血”。一是注重精神扶贫。不断用成功的扶贫故事、扶贫案例、扶贫模式，让贫困群众学有榜样、赶有方向，深刻激发他们脱贫致富的信心和决心。二是注重社会共建。吸引全社会广泛参与扶贫项目开发，联合共建，协同发展，真正让资源变资产、资金变股金、农民变股东。三是注重长效机制。积极协调相关职能部门和当地党委政府，抓好基础建设，改造投资环境，不断巩固脱贫成效。

三、几点建议

“脱贫摘帽不是终点，而是新生活、新奋斗的起点。”接下来，如何巩固现有成果，为接续推进脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接贡献广电力量，已经成为新的课题。

1. 做亮重点项目品牌，推动品牌价值整合。湖南广电精心打造一系列具有行业特色的扶贫项目，取得了显著成效，但在接续助力乡村振兴方面仍有广阔空间。一方面，要保障重点项目持续稳定开展。应延续重点项目的成功模式，推动其在现有基础上升级，立足湖南、放眼全国，让品牌乡村、品牌产业走向省外海外。另一方面，要加强重点项目的价值整合。除了项目之间的联动，还需要整合金融、技术、物流等多方面支持系统，以宣传价值为核

心构建消费关系，推动媒体助农更加专业化、品牌化、长效化。

2. 整合三级广电媒体力量，凝聚乡村振兴强大合力。针对各级广电媒体力量分散等问题，应着力整合全省、市、县三级视听媒体力量，形成具有芒果特色和优势的省市县三级融媒扶贫协作模式。一方面，要以资源聚合提升广播电视综合服务能力，立足乡村实际和群众需求，链接各级政府资源，汇聚社会资源和乡村生产生活资源，服务好已脱贫地区群众生活“最后一公里”，防止返贫。另一方面，要以资源聚合夯实自身发展根基，把握媒体在推动乡村建设工作的主动权和主导权，构建乡村智慧广电服务体系，在新时代基层社会治理和群众工作中发挥更大作用。

3. 立足“三农”服务，实施助力乡村建设工程。“十四五规划”中提出，要优先发展农业农村，全面推进乡村振兴。主流媒体要服务国之大者、省之大局，一方面，要紧扣“三农”，进一步挖掘和发挥广电扶持扶植功能，将“三农”元素融入内容、服务和产品，培育具有文化底蕴的中国农业品牌。另一方面，要进一步发挥纽带作用，推动服务衔接。进一步加强与地方党委政府及相关部门的合作，充分利用平台数据，为各地农业发展战略提供支撑，深度挖掘当地经济潜能，让媒体成为打造地方特色经济的有力推手和平台，打造广电乡村新业态。

【供稿：国家广播电视总局发展研究中心、湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）宣管部调研组】

编辑 / 曾致



湖南广播电视台新闻中心积极致力于新闻扶贫，春节前启动了新春走基层特别节目。摄制团队走进湘西芙蓉镇、汝城沙洲村等地拍摄宣传片和小年夜春晚短片，大胆探索和创新拍摄方式，精心设计每一个镜头，用精彩的视觉效果震撼观众内心，用影像传递伟大脱贫攻坚精神。

《爱上芙蓉镇》宣传片的视觉呈现

蒋朝晖 杨帆 钟泽华 胡俊涛

2020年是打赢脱贫攻坚战、整体消除绝对贫困的收官之年。新闻中心积极致力于新闻扶贫，在湘西芙蓉镇启动了新春走基层的节目编排与拍摄，宣传片摄制小组作为本次活动的“先头部队”，最先进入芙蓉镇。

此次拍摄的宣传片用于每期节目的开头，起到开场作用。与正片不同，要用几十秒种的短片将芙蓉镇的美景、美食、美歌、美舞充分展现出来，如何用最短的时间获得最大的张力并以高度提炼的精彩影像来揭开湘西小镇的神秘面纱是我们面临的第一个难点。

到达芙蓉镇后我们并没有立马拍摄，而是首先让自己熟悉这个地方。芙蓉镇极具湘西特色，是一座拥有两千多年历史的土家族古镇，其独特的自然景色与古朴的民族风情都是拍摄

中不可或缺的元素。在正式开拍前我们花了几天的时间踩点，走遍了小镇的每个角落。我们穿越悬挂在高崖上的瀑布，从码头街水沿山蜿蜒而上，城楼、庙观、牌坊、府第、食肆、商铺、客栈沿街相依林立在眼前，一排排土家吊脚楼层层叠叠，一串串南瓜灯悬挂屋檐，构成厚重悠远的古风古韵。我们甚至想把每个景每个细节都用镜头呈现在片子里，但短短几十秒的片长很难允许我们这么做。取景需要详略得当，最终我们选择了瀑布、吊脚楼、风雨桥、米豆腐店及红石林等具有代表性的点位作为拍摄场景。在踩点过程中，选择场景与设计镜头同步进行，我们根据每个场景的特点设计了与之相匹配的情境内容，再根据内容设计了一系列镜头去表现，画面环环相扣。

“镜头不需要很多，但一定要精，要以质取胜。”这是我们宣传片拍摄小组的共识。每一个镜头都须精心设计，都要有足够的张力抓人眼球，我们要将影像的形式、意味发挥到极致。

展现风雨桥时，我们设计了一对土家姐妹互戴头饰的情景，再将这个情景拆分成三个镜头来表现，以具象化的镜头形式充分展现风雨桥以及土家儿女的依存关系和民族魅力。拍摄“刘晓庆米豆腐店”时，我们同样地融情于景，青花碗、白银饰、红装女、黄窗格，动静之间，豆香四溢，以多种造型手段构成一幅土家少女舀米豆腐的轻快的人文风韵画。

在硬件方面，我们使用了不同于常规节目的拍摄与制作流程，将 SonyF5 作为拍摄主机，以 FS7 作为副机搭配使用，采用了 S-LOG3 的色彩模式进行拍摄，留给后期更大的调色空间。这样的拍摄和制作流程必然增加工作量，增添更大的挑战。由于在使用 S-LOG3 模式拍摄时要为后期调色留好充足的空间，这使得我们在拍摄过程中要对曝光格外重视，甚至在获得满意画面效果的曝光基础上，需增加半档曝光为后期调色预留出空间；而在光线不足的弱光环境下，就利用更多的灯光照度来增强场景质感。

诗化的表达，我们大量地使用升格加运动镜头，使得情绪放大，表意得到升华。在芙蓉

镇门牌前拍摄演员奔跑的场景，我们用轨道将摄影机运动起来，让摄影机和人物主体保持相对静止，同时升格镜头清晰地捕捉到演员们甜美的笑容，使画面更加具有感染力也更有代入感。宣传片的视觉表达不仅需要镜头的每一帧都美如画，还需要摄影机配合运用，使之更具动感和冲击力。我们把所有条件允许的场景经过精心设计都铺设上了轨道，从成片效果上看选择是正确的。

在光线表达方面，大胆使用了逆光来制造画面反差。我们与时间赛跑，清晨 4 点赶到永顺县万马奔腾 viewpoint 拍摄演员打鼓跳舞，抢到日出之时拍摄到带有密度和层次的天光画面。逆光拍摄不仅增强了被摄体的质感，也形成了微妙的空间纵深感，将打鼓的男演员健硕的形体及女演员曼妙的身姿轮廓锐利鲜明地展现出来。同时我们使用米菠萝对人物主体进行适当补光以呈现更多的细节。因为日出背景离被摄体较远，我们将摄像机光圈控制在 F8，选择使用广角镜头将日出和层峦叠嶂的更多环境元素带入画面中来，也很好地保证了演员和背景之间的层次。宣传片拍摄和我们平时拍摄日常新闻不同，它更需要追求极致的光影变化和明暗对比，将艺术魅力淋漓尽致展现出来。

（作者单位：湖南广播电视台集团有限公司）

编辑 / 刘凌



摄像记者杨子锐和杜登伟在沙洲村拍摄小年夜春晚短片

镜头语言的主旋律逻辑

杨子锐 姜幸 杜登伟

今年小年夜春晚的分会场在郴州市汝城县沙洲村“半条被子”的故事发生地。如今，这个曾经贫困的小山村借助红色旅游，短短几年时间发生了翻天覆地的变化。

这次我们要拍摄的短片不仅是一段介绍沙洲村的短片，同时也是春晚主会场引入到分会场的片头（片长初定为 180 秒），在整场播出中起到过渡的作用。有创意的片头，能够在第一时间吸引观众的目光，有感染力的画面，其精彩的视觉效果震撼观众内心，兼具画龙点睛之功。我们要做的就是 在 180 秒内用 5 个短故事为节目“点睛”。

一、故事性、新闻性的突破

初稿是这样的：

1. 鞭炮噼里啪啦响起，小孩戴着可爱的牛头帽，亲友围着孩子庆生。

【实况】我的名字叫朱县亮，以前别人叫我“一条”，为啥？光棍一条！现在该叫我“三饼”，一家三口，团团圆圆！

2. 黄飞打拳一组实况，和村民一起劳动。

【实况】我叫黄飞，是沙洲村第一任扶贫队长，也有人叫我“黄飞鸿”，我们靠着“红色旅游”打跑了贫困，村民人均收入今年有 1 万 6 千多块钱。

3. XX 在直播带货，年轻人在一起弹吉他唱歌。

【实况】我叫 XX，网名叫“追梦人”，现在村里有 80 多名年轻“追梦”人来这里创业，做直播、开民宿、开奶茶店，村里来了年轻人，更有活力了！

4. 教师学生上课画面，学生一起踢足球。

【实况】我叫朱俊杰，习爷爷去年来的时候，还摸了我的头，他的手好大好温暖。我要成为国家俊杰之才（抱着足球说）。

5. 朱小红在农家乐做饭，炒菜等一组。

【实况】我叫朱小红，红军给了我奶奶半条被子，奶奶说，要永远做红军的传人。现在我致富了，也要带动大家奔小康。

以往的宣传片常以碎片化、拼贴化的形式展现主题，常忽略故事性，留给观众的是几幅印象深刻的画面，缺少连续性的解读过程。5 个小故事将“过年”这一抽象的集体行动融化在个体的具体行动上，以典型的故事表现主题思想。内容的故事性对我们的拍摄提出了新的要求，不能再是平时新闻纪实的拍摄手法，要在时间和空间上记录完整真实的过程，在兼顾连贯性的同时将美的意境拍到极致，去除冗长，精心设计，以最直白华丽的方式讲述故事。

为表现热闹的小年夜，我们设计了孩童点烟花，大人挂灯笼的镜头，通过生活中人们熟悉的场景把观众带入到喜气洋洋的新年气氛中。短片中笑脸出现的次数非常多（共出现 32 次），看似不经意的抓拍，实则有意为之。在拍摄时我们注意调整镜头时长，以短快为主，短镜头主体简洁，长镜头内涵丰富。

二、画面色彩的运用

色彩有韵律，色彩变化所营造出的流动之美构成了画面基调。我们确定与一个主题对应的情绪基调和情感倾向，希望达到塑造形象，渲染气

氛的目的。蓝色代表安静、冷峻、自由；白色代表光明、圣洁、干净；红色代表激情、快乐、奔放。为了让观众充分地感受到喜悦的色彩情绪，我们充分利用红色，村民家里的布置、主要人物的服装、场景转场中的过渡镜头无一不是红红火火的。从第一个镜头开始，爆竹、灯笼、辣椒、对联、校服、炉火，大块的红色充满了画面，连续暖色调的使用，营造出温馨热闹的节日氛围，如同湖南人爱吃的辣椒，不断刺激着观众的味蕾。

三、光线的运用

巧妙利用灯光可以达到造型、构图、氛围、引领视觉基调的作用。为了呈现欢快的视觉基调，我们选择了温暖的低色温和适合人物造型的侧逆光。拍朱宏辉一家人团圆围坐的镜头时，我们在背景墙上模拟出下午三点阳光摄入屋内的光线，45 度的光线通常被看作是自然光，能产生良好的光影对比，突出影像立体感。当这家人在屋外合影时，我们调整光线角度，让本不该出现的光线变换了位置，虽然与前面画面有所出入，但是温暖的黄光打在红红的福字上，填补了身后屋内的黑色区域以形成反差。拍摄朱小红做菜时，我们采用自然光与人工光结合，冷暖光线组合可以让菜品颜色鲜艳，食材通透，十分诱人，主人公掂锅一瞬间通过 100 帧的升格拍摄，画面十分好看。

在沙洲村小学，我们充分利用自然光线拍摄。清晨从课堂窗口斜斜投射进来的光线帮了大忙，老天已经给我们准备好了最真实的美景。我们微调了小朋友的位置，阳光照亮了校服后“托起明天的太阳”几个字，也照在小朋友们憨厚可爱的脸上。

（作者单位：湖南广播影视集团有限公司）

编辑 / 刘凌



1. 摄像记者罗辉、姜幸在芙蓉镇拍摄外景
2. 湘西芙蓉镇摆手堂拍摄现场

如何应对录制方式的改变

罗辉 谭为 易翔 姜幸

和往年不一样，今年湖南卫视的新春走基层主体节目采用录播形式，少了直播的紧张感，多了一份日常的打磨。综合前几年的经验，我们摄制团队进行了一些探索，表现手法趋于成熟和标准化。

一、增加美食特写，放大观众的味蕾

刘晓庆米豆腐、湘西腊肉、牛头宴，每一道制作工序，特写镜头的比例达到了百分之八九十，我们考虑尽量保留画面的有效信息，避免其他杂物的干扰，更好地为主题服务，增强节目的可看性，味觉和视觉简单明了地送达。

二、辅以中大景，凸显故事人文性

不滥用大中景，也是这次拍摄的一个思考。所谓言之有物，在镜头语言的表述上，大概就是避免毫无关联的空洞大景。和编导沟通后，我们事先做了电影《芙蓉镇》的功课。“翻身不忘共产党，幸福全靠毛主席”，这是当时电影里的纸质对联；而现今，经营的店主做成了木匾还原。我们有意安排老板娘在对联的环境中劳作，从时间纬度上，建立起了

“古”今的某种联系，就有了一定程度的代入感。牛头宴的分食环节，本来就是一个仪式感十足的活动，我们的镜头设计集中在摆手堂，场景里飞檐翘角，大快朵颐，独特的湘西建筑呈现，无疑是加分项。

三、化不利为有利，创作意境镜头

这次拍摄赶在年前完成。雨水多、人手少、任务重、要求高，每天的工作安排得满满当当。我们因势制宜，果断改变了拍摄思路，合理利用雨景。用高速镜头捕捉空中的雨丝，用长焦镜头刻画灰瓦上的流水和蛛网，利用青石板的反光面，反映人物活动。待天气稍微好转，航拍镜头俯瞰整个小镇，烟雨气象中意外地增添了几分乡愁。

四、光线的应用

摄影是用光的艺术，光线对视觉呈现的重要性不言而喻。由于拍摄时间紧，我们带了棒灯补光，大部分场景都是在自然光条件下拍摄。其实，用好棒灯是可以拍到好画面的。拍摄烟熏腊肉时，因为室内光线昏暗，我们将机

器倒扣在地上，打开棒灯开启暖光源朝上，缓缓平稳地扫过镜头，配合从窗外投射的自然光源，拍摄的画面兼具明暗，呈现出冷暖色调。

拍摄钢火烧龙表演时，我们利用逆光拍摄，捕捉钢花飞溅，勾勒人物轮廓，强化动作力量感，把演员们无畏钢火肆意穿梭的勇气体现得淋漓尽致。

五、拿掉主机位

位于酉水河畔的永顺芙蓉镇，数百间土家木房以瀑布为中心向四周延展，满布于山崖之上，鳞次栉比。“新春走基层，爱上芙蓉镇”摄制组要在瀑布山水下搭建中心舞台。舞台搭建于山崖瀑布下的石滩之上，表演区域以河流作原型，呈椭圆形状绕瀑布前的石滩一周。背靠瀑布，正面临水，三面环山，瀑布落差近百米，悬于天地间，极具个性，也是不同于往年新春走基层的一大地域特色。但现场近三米呈带状设计的舞台表演区，却给我们画面呈现设计和机位设置带来很大的挑战。

时值枯水季，舞台与临水面有近十米落差，条件受限，主机位的设置非常困难。我们曾考虑过以船为载体摆放主机位，但水面与舞台有较大落差，镜头角度过仰立脚不稳而最终放弃。经过商讨，我们决定取消主机位，取而代之航拍机位。由于节目表演采取的是非直播的形式，所有机位素材将进入后期编辑，因此，充分利用航拍之高空视野，取远景、全景、小全景纳入设计好的镜头框架。

六、镜头视觉方式调整

就常规舞台节目的拍摄方式而言，镜头长焦端和广角端综合搭配，就能满足观众既看场面，又看表演甚至细节动作的观看需求。我们设想镜头呈现方式以固定为主，辅以运动，用远景、全景、中景、近景、特写等多视角呈现。但受舞台场地限制，难以容纳太多的固定机位，改变取景方式势在必行。

1. 焦端的选择

由于舞台的特殊设计，加上拍摄设备为佳能 5Dmark4，其镜头焦段最大为 200mm，对于瀑布前这样大的舞台，呈现的画面很难靠近演员。既然镜头焦段不够用，那么我们是不是可以尝试走近演员呢？求变！我们大量减少需要脚架支撑的固定长焦端机位，视角从长焦端扩展到广角端，景别以中近景为主。由于镜头透视的改变，势必增强观感，有一种置身舞台中的体验。

2. 运动方式

摄像师手持机器在一定范围内运动，既可以升降镜头高度，也便于增强机器拍摄的灵活性。手持运动带来丰富的视角变化，增强了视觉节奏和现场的活跃感，强化了观众视角的主观性，让观众仿佛身临舞台，融入表演，获得极大的愉悦感。

（作者单位：湖南广播影视集团有限公司）

编辑 / 刘凌

书写潇湘热土的时代答卷

《首倡的力量——湖南“精准扶贫”纪实》述评

陈昔禅

日前，15集大型纪录片《首倡的力量——湖南“精准扶贫”纪实》（简称《首倡的力量》）在金鹰纪实频道播出。在建党百年、全面建成小康社会取得伟大历史性成就、决战脱贫攻坚取得决定性胜利、乡村振兴战略宏大开局之际，该片的播出无疑具有承前启后、继往开来的意蕴。

节目播出后，人民网、新华网、湖南日报等中央和省市几十家主流媒体连续聚焦予以充分报道，省扶贫办、省教育厅、省住建厅、省卫健委、省人社厅等单位纷纷点赞，广大人民群众、脱贫攻坚一线干部好评如潮。节目全集光碟作为4月30日全省脱贫攻坚总结表彰大会重要会议资料，发放给与会代表。4月底，在中国同马达加斯加联合举办的干部网络研讨班上，该片被选为“云考察”湖南脱贫攻坚成就经验的主要内容。4月29日，国家广播电视总局《监管日报》（第147期）发表“专题点评”，从“全景式展现湖南脱贫攻坚的时代步伐、生动刻画脱贫攻坚党员干部形象”两个方面，对金鹰纪实频道精心创制的纪录片《首倡的力量》予以表扬。文章认为，主创团队充分发挥“脚力、眼力、脑力、笔力”，历时三年时间行走在湖南大地的纵横阡陌，脚踩进泥土，心贴近农民，深情讲述了不屈不挠的三湘儿女的奋斗故事，倾情记录了减贫治理的中国样本，讴歌了我国脱贫攻坚为全球减贫事业作出的重大贡献。



导演朱晋在石门县壶瓶山最后一个通水泥公路的村庄后山村，跟拍湖南省脱贫攻坚常态化联点督查第46组回访工作。

壮观书写立意高远的“首倡之为”

党的十八大以来，以习近平总书记为核心的新一届中央领导集体高度重视扶贫开发工作，着力解决贫困地区、贫困群众的生产生活困难，把精准扶贫纳入“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局，放在治国理政的重要位置，处于全面建成小康社会的优先位置，作为实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的现实基础，融入到国家政治建设、经济建设、社会建设、文化建设、生态文明建设全过程和各方面。湖南作为习近平总书记“精准扶贫”思想的首倡之地，更应当展现湖南的“首倡之为”。《首倡的力量》用15集



导演李天依在凤凰县禾库镇易地搬迁安置点，采访拍摄搬迁户们的新生活。

的体量，近6万字的节目文稿，分别从15个方面来囊括精准扶贫波澜壮阔的八年。该片从首倡之地的时代使命出发，记录在“精准”理念引领下湖南的担当、实践、成就、经验和精神积淀，全景式呈现湖南精准扶贫、精准脱贫，全面建成小康社会、推进乡村振兴的历史进程，展现出党中央有号召、总书记有要求、人民群众有期待、湖南省委省政府有作为的时代篇章。《首倡的力量》是习近平新时代中国特色社会主义思想在湖南的生动实践，是习近平精准扶贫思想在湖南的落地生根，更是湖南作为精准扶贫首倡之地的“首倡之为”的有力体现。

全景描绘脱贫攻坚的“湖南样本”

湖南学、思、践、悟习近平总书记关于扶贫工作的重要讲话精神，在消除贫困、改善民生、实现共同富裕方面贡献了“湖南经验”，为中国精准扶贫、精准脱贫提供了“湖南方案”。《首倡的力量》分别用时代使命、精准识贫、尽锐出战、四跟四走、就业扶贫、易地搬迁、住有所居、健康防线、百年大计、补齐短板、绿水青山、合力攻坚、志智相扶、严督严考、共圆小康等作为每一集的标题，鲜明地展现了湖南在习近平总书记“精准扶贫”重要战略思想指引下，不负总书记的嘱托，不负贫困群众的期望，扶贫事业在不懈地探索与追寻下，阔步迈向精准脱贫新时代的场景。可以说，整个纪录片充满逻辑层次，既体现湖南作为首倡之地的政治责任担当，又有对精准扶贫湖南生动实践的记录；既有扶贫辉煌成就的鲜活展示，又有对湖南扶贫经验的深刻总结。在湖南取得脱贫攻坚战全面胜利的时刻，交上一份来自热土潇湘的扶贫影像答卷。这份答卷本身也将因此成为中国乃至世界消除贫困史上的最精彩的一部分，记录了这个时代最激动人心的创造精神。

形象再现时代变迁的“山乡巨变”

“一个国家没有纪录片，就像一个家庭没有相册”，纪录片总是担负起记录伟大时代的使命。纪录片人更有紧迫的历史感和责任感，

并通过纪录片的方式，告诉世人，告诉世界，“精准扶贫”到底发生了什么，以及如何发生的。《首倡的力量》用纪实的手法，通过扶贫前后的对比，持续记录发生在潇湘大地的“山乡巨变”。如第一集《时代使命》里，通过2013年桑植县苦竹坪乡张家湾村28名学生通过木制的“天梯”出入村子上下学，全村403人世代困守的真实影像，真实客观反映了湖南面临的脱贫攻坚难度之大、贫困程度之深的现实情况，再对比易地扶贫搬迁后的美好生活，展现了湖南“七大扶贫工程”相继解决贫困地区吃水难、用电难、行路难、通讯难、上学难、就医难、住房难、增收难等诸多难题的成效，真实记录了全省上下五级联动，人民群众积极响应，三湘大地“脱穷帽，奔小康”热浪潮涌。

用情记录感人至深的“时代精神”

习近平总书记指出，脱贫攻坚伟大斗争，锻造形成了“上下同心、尽锐出战、精准务实、开拓创新、攻坚克难、不负人民”的脱贫攻坚精神。弘扬脱贫攻坚精神，是时代赋予电视工作者的使命。《首倡的力量》以小切口、大主题，小人物、大跟拍，小落点、大成效，把湖南脱贫攻坚战场上的人物故事展现得淋漓尽致。更触发观众情感的是，纪录片全集生动刻画了60多万党员及扶贫干部的人物群像，彰显他们身上的脱贫攻坚精神。如在第十一集《绿水青山》里，先后两届连续驻村帮扶长达6年的省民政厅干部江晓军，他舍小家，为大家，以真抓实干、踏石留印的工作作风推进脱贫攻坚。在江永县勾蓝瑶村整治人居环境、大力发展文旅产业时，因控建拆违，甚至受到了人身威胁，但他不为所动，硬是把地处偏远、

贫困程度深、几乎零产业的国家级贫困村打造成国家4A级旅游景区，“勾蓝模式”成为全国旅游扶贫的样板。这正是脱贫攻坚精神的内核，是新时代需要弘扬的伟大精神之一。

生动诠释创新引领拼搏的“芒果精神”

湖南广播电视台金鹰纪实频道作为芒果台唯一一家、全国四家上星播出的纪录片专业频道之一，担负着记录新时代的使命。频道紧贴时代要求，进行提前谋划，主动担当作为，从2017年开始，先后派出近50人的摄制团队，历时三年零4个月，有些内容拍摄时间则更长，行程10万多公里，拍摄素材近1000小时，深入践行“四力”，见证湖南脱贫攻坚生动实践。《首倡的力量》创下了湖南扶贫拍摄地点以及联系单位最多的纪录：一共联系拍摄采访单位102家，足迹遍及51个贫困县上百个贫困村。如为了记录住房安全、义务教育、基本医疗的蝶变，节目组从2017年开始跟踪拍摄记录，并持续到2020年，长时间蹲守，项目团队拍摄到了大量真实而又珍贵的扶贫素材。

在脱贫攻坚的伟大实践中，《首倡的力量》以纪录片的形式，真实记录时代变化，展现了金鹰纪实频道记者高度的政治站位、敏锐的专业素养、扎实的业务功底和坚守初心的职业操守；同时也提供了潇湘大地战胜贫困的时代样本，更书写了中华民族伟大复兴的时代答卷。

（作者单位：金鹰纪实频道）

编辑 / 杨佩兴

一起向往 同舟共赢 湖南卫视2021春夏迎新大会引爆创新风潮

江来

今年的湖南卫视春夏迎新大会，走出室内，开到了200公里外的常德桃花源，与广告客户一同泛舟秦溪、漫步秦谷，伴随着《桃花源记》的沉浸式实景演出，开启回归营销真谛的浪漫之约。

这是卫视招商会中绝无仅有的先例，也是向来敢于打破固有模式、善于创新引领的湖南卫视，在招商思路和形态上的又一次革新。湖南卫视王牌综艺、创意新品和营销策略，都藏身桃花源中，等待品牌方的探秘。热门IP发布与《桃花源记》实景演出的创新融合，使得这场春夏迎新大会早已跳脱出传统卫视招商会的范畴，成为电视营销活动场景与模式融合创新的突破性案例。

走出室内融合沉浸式实景演出

电视营销活动“新物种”开启新想象

“开船仪式·向往有机新生赋能”“春耕秋收·向往经典焕新升级”“船中歌·向往大剧饕餮盛宴”“喜事连连·向往新品喜迎良缘”，这场特殊的招商会以利用当地山水实景打造的《桃花源记》原有表演项目演出，结合湖南卫视内容新品和营销打法的发布为线索，构成了一场360°营销大秀。

全长4.6公里的河流剧场，以山水为伴，左右尽是桃源风光，观众乘船开启通往心灵深处“桃源秘境”的光影之路。这场春夏迎新大会

取名“一起向往”，恰是暗合当代人渴望远离都市浮华，在心向往之的世外桃源回归本心、品味真心的心理。而同时，常德桃花源还是湖南卫视长青慢综艺《向往的生活》最新一季的录制地，“一起向往”的溪流漫游大秀中也藏着爆款IP的创新与匠心法则。

从春夏迎新大会的概念发布起，这就注定不是一场寻常的招商会。而在这场盛会正式揭幕之前，也无人能料想到卫视招商推介会将以如此标新立异的方式呈现。在一场场重现国人魂牵梦萦的梦幻场景的沉浸式演出中，湖南卫视热门IP和创意新品生动浮现，且结合演出对应的场景空间和自身IP特质进行别出心裁的演绎，让观众如痴如醉。这不仅是桃花源的寻梦之旅，更是广告客户的寻宝之旅。

实景演出与落地营销活动合二为一，这场迎新大会打破的不仅是招商会演播室内有限空间的场景定式，更在形式感与仪式性的打造、营销活动的创新上，打开了电视媒体新的想象和篇章。

实际上，内容、大型活动场景与形式上的突破，对于湖南卫视来说并不陌生。从近两年招商会先后以不同名称命名招商会，传递对电视媒体发展和破局的新思考，到招商形式先后引入新节目制片人宣讲、直播带货形式推介等新模式，都无不展露着招商活动与营销玩法上的突破常规和敢为人先。

而节目内容、落地活动在形态、场景上的

拓展，湖南卫视近年来更是全面发力并引领行业。讲好脱贫攻坚故事的史诗歌舞剧《大地颂歌》先后打造剧场版、电视版，还推出电影、纪录片等多品类，展开跨艺术门类的融合实践。湖南卫视的创新综艺在题材、形式上接连颠覆，成就一个个电视“新物种”。节目制作中棚内与户外壁垒的打破，就更不是新鲜事。融合、跨界、破壁、联动、革新、引领，已刻进了湖南卫视的内容生产与营销实践准则中。

而这一次，借用2021春夏迎新大会，湖南卫视又一次突破大众和行业的想象，将看似毫无关联的山水实景演出与招商会场景跨界合一，用意象化来包装商业内容发布会，依托光影手段和实景艺术创作开启了又一场别开生面的破壁联动。毫无疑问，这是电视媒体营销和事件传播中的又一创举。



经典焕新、新品揭秘

精品内容版图惹人向往

穿越桃花源，寻觅藏身其中的湖南卫视王牌IP和新品，整场演出中观众和客户收获着重重惊喜。无论是新老综艺，还是品质大剧，湖南卫视打造的“向往”匠心内容矩阵揭开面纱，已经令不少人期待不已。

湖南卫视耕耘数年甚至二十余年的经典IP，此次均发布了全新升级的计划。《快乐大本营》张雨绮、丁程鑫加盟组成“快乐限定团”引发广泛关注后，在二三季度还将接连大动作：第二季度将走出演播室，变身露营出游真人秀，MC实景带货；第三季度谢娜回归，国内顶尖喜剧综艺团体与“快乐家族”开启团战模式。另一招牌《天天向上》同样在模式上焕新升级，首创中国电视MC营业新模式，同时升级为“plus版”容量扩充，而备受瞩目的全新“天天小兄弟”也将开启征集选拔。

第三季度，美食经营类真人秀王者《中餐厅》第五季再度出击。继上一季沿着长江流域打造移动的中餐厅后，新一季再度升级“移动厨房”、自驾模式，阵容方面姚安娜已确定加盟，龚俊也在接洽邀约之中；去年夏天一跃成为“快综黑马”的《元气满满的哥哥》，新一季回归也将创新改版，阵容更新，捉迷藏游戏玩法升级，“故乡+童年”游戏回忆杀，或将掀起快综新风暴。去年收视与口碑双丰收的驾考纪实类真人秀《新手驾到》、育儿观察类节目《谁知盘中餐》同样将在夏天回归。

而此次迎新大会上发布的综艺新品，不乏对市场热点把脉精准、模式和形态极具突破价值的潜力内容。直播、女性、国潮、喜剧等内容市场大热要素，在湖南卫视春夏综艺片单中也能捕捉到身影，且在与湖南卫视新锐、前沿创作理念和方法的碰撞中，节目品相、创新性

和市场竞争能力都颇为可观。

周五晚间，湖南卫视计划以一档超大型直播互动综艺《周五大直播》打造周五档电视大屏新高地，在每个星期五创造一次“大直播合家欢”，快速集结本周热点，回应大众情绪；《夏日少年派》则是联合人气榜样时代少年团打造的跨时空全新挑战真人秀，力图在暑期引爆年轻观众激情；全新玩·笑综艺IP《逗笑社区》打造社区内外场景式爆笑内容综合体，将开启长视频“短综化”革命；《穿球鞋的她们》结合女性+话题综艺新风向，10位女星跨界组成限定篮球队挑战极致青春；《葫芦七兄妹》主打户外推理，掀起全新户外快综风潮；《国潮练习生》由薇娅和她的朋友们打破潮流定义，打通大小屏联动模式，引领新国潮；《飞驰的战车》联合世界顶尖厂牌红牛车队，大咖艺人15天极速穿越中国人文景观大道；此

外，湖南卫视还将发力“730微综探索带”，聚焦现实题材，开发8~15分钟小体量创新内容，将这一时段打造为新品孵化基地。

电视剧方面，两部由湖南广电策划制作的庆祝建党百年重点剧目《理想照耀中国》《百炼成钢》，重磅登场。湖南卫视还首次为这两部剧的开播制作了特别节目《我将青春献给你》。

此外，多元题材的现实主义独播精品剧也颇具吸引力。《对你的爱很美》《陪你逐风飞翔》《冰雨火》《女心理师》《往后余生》《余生请多指教》等涵盖了都市情感、家庭生活、禁毒刑侦、运动竞技等题材，多观照现实、剧作扎实、视角新颖。整体来看，演员阵容非常吸睛，张嘉益、沙溢、钟汉良、李小冉、杨紫、井柏然、肖战、陈晓、王一博、宋祖儿等中青代国民度超高的实力演员集结，下一部爆款剧或将从中诞生。

“每一分钟都有价值”

湖南卫视引领传媒商业全生态运营的野望

“湖南卫视的每一分钟都有价值”，这句响亮的slogan，成为今年春夏迎新大会招商宣传片的主题。的确，第一季度，湖南卫视毫无悬念地蝉联多维数据榜单冠军，每一分钟都在产出和撬动商业能量，持续拓展内容的商业力，重新定义着大屏价值。

一季度湖南卫视在CSM全国网到达率近60%，累计触达观众规模超7.5亿，是央媒以外最大的电视观众池；同时在网络端，也拥有最大的流量池和最强的影响力。《乘风破浪的姐姐》开启双平台共创IP新模式，升级媒体融合创新；《百变大咖秀》焕活经典，延续国民综艺能量；《怦然再心动》强势输出社交平台热点话题，占据恋爱综艺新高地；《天天向上》与今日头条联合推出的《开年演讲》成就“开春说”电视演讲新IP，搅动社会情绪……

第一季度湖南卫视的领跑，不只体现在收视上的断层式领先，以及单体内容在市场引发的震荡和对行业的引领；其格局和眼界已跳出了电视媒体竞争的层面，更着眼于内容生态的构建和社会担当的示范，是湖南卫视一骑绝尘更重要的体现。

“何谓大屏价值？湖南卫视的回答是——是家庭中心，能拉动客厅经济；是热源中心，能引爆全民热议；是创新中心，能引领流行风尚！是品牌中心，能造就价值高地！”湖南卫视试图给出大屏生态价值挖掘和增值路径的新思考。

此次春夏迎新大会，是湖南卫视商业运营中心（天娱广告）全面启航的新标志。而这个全新组建的中心将改变原有的卫视经营和广告资源销售模式，升级为双屏资源全域商业化运营，为市场客户提供整合营销服务，开拓多元

商业变现，目标直指成为全国第一、也是行业唯一的以“湖南卫视出品”的优质“内容+”驱动商业新增长的传媒商业生态链运营领航者。

无论是将晚会形态与品牌营销玩出新花样、以“内容+”提高产品转化的“大直播计划”，还是创新串屏、联屏、跨屏互动新玩法，打造“电视+全域互动大事件”的一系列电商晚会，都能看出湖南卫视在品牌营销创新上的持续深耕。在一系列场景化、事件化、内容共创化的营销方式探索之下，电视大屏聚合效应全面激活，强势内容链接商业生态，湖南卫视对于传媒商业生态运营的引领，早已为业界所公认。

而升级后的湖南卫视商业运营中心（天娱广告），还将持续探索“内容+”营销新面貌，发力打造内容，共创新物种。湖南卫视将携手元气森林共创专属芒果味“元气早餐椰汁”，推出共创新品；与小芒电商牵手构建湖南卫视电商全矩阵，将大屏影响力转化为产品销售力，以“视频+内容+电商”的全新模式探索媒体融合新业态；同时，开拓“产业+”联盟新赛道，布局综艺产业链，将青春和创新基因深度融入商业生态运营中。

俨然，这场春夏迎新大会的举办，湖南卫视又一次走到了电视媒体的前列，而更难得的是，更进一步拓展了电视营销与生态价值的边界。在这场刷新感官的视听盛宴后，创新已渗入骨骼和血液的湖南卫视，将在二三季度开启新一轮从内容生产到商业运营的全面进击。成效如何，让我们拭目以待。

（来源：看电视）

编辑 / 肖清

媒体融合开拓者“芒果TV”的全新进阶

唐瑞峰

“三十而骊，三十而奕”，4月16日晚，备受瞩目的《乘风破浪的姐姐2》落下帷幕，那英领衔七位X-SISTER顺利成团。从第一季到第二季，《乘风破浪的姐姐》是姐姐们一次新的“化蝶之旅”，也是芒果TV“天生青春”品牌精神内核的延续，更契合了芒果超媒党委副书记、总经理、总编辑，芒果TV党委书记、总裁蔡怀军在春季新芒品鉴会的致辞：“要么第一个做，要么做第一。我们一直在冲锋路上没有停息。”

当下，长视频“烧钱大战”已成为过去式，只有形成稳健的内容护城河和正循环的商业模式，行业才能真正步入正轨。近年来，芒果TV凭借自身的广电基因、内容生产、技术创新和生态体系等独特优势，走出了一条网络视听平台的“芒果模式”之路。品鉴会是芒果TV每年集中展示发布重磅节目片单、平台战略和最新动向的重要活动，也是芒果TV招商的重要发布方式之一，受到行业内外的重点关注。

与青年用户的综艺“接头密码”

伴随着各大平台一系列大型综艺项目的官宣或定档，综艺市场正式进入了Q2赛道。据传媒内参此前统计的二季度上新的38档综艺信息可知，综艺市场整体呈现出内容创作的积极局面和状态，其中，综N代依然具备顽强生命力，成为各大平台深耕和创新的重点品类。

2021年芒果TV不断持续创新“综N代”内容布局，其中推理悬疑综艺“双子星”《明星大侦探7》和全新创制的户外版《闪耀的侦探

家族》，以及《密室大逃脱3》《女儿们的恋爱4》《妻子的浪漫旅行5》《朋友请听好2》《说唱听我的2》等综N代都折射出芒果TV坚持内容为王、贴近青年群体、引领主流价值观的核心创作理念，更透露出其“似我者俗，学我者死”的骄傲少年气。

如果说《乘风破浪的姐姐》以独立女性群像为创作主题，让“她综艺”成为综艺创作的新宝藏，那么《哥哥的滚烫人生》则从“他综艺”逻辑起点出发，从而实现内容上的新鲜感呈现和创新方式的垂直精进。相对“姐姐”连推两季，“哥哥”的打造则显得漫长而谨慎，以芒果TV副总裁周山为代表的芒果人，用一年多时间思考节目定位、嘉宾选取、价值引领等问题，制作出新综艺《哥哥的滚烫人生》。

“不停地折腾”或许就是节目制作人的行业宿命，也只有不断地进行内容迭代，才能持续性地产出优质内容。曾担任十年《快乐大本营》导演的芒果TV制片人刘乐，带来“全国首档、全网唯一真正关注离婚本身的离婚综艺”《再见爱人》节目方案：4对即将离婚的夫妻通过一场18天的房车旅行，最终通过离婚冷静期来抉择是否继续离婚。

近年来，芒果TV坚持自主自控、内容为王，牢牢把核心生产要素掌握在自己手上，建立了相对闭环的工业化生产体系。团队层面，芒果TV有20个节目制作团队、12个影视制作团队和30家“新芒计划”战略工作室，形成了相对闭环的制作体系。芒果TV完备的自制内

容创作体系是激活青春能量的底气，也在当前各类平台综艺内容同质化、借鉴国外模式蔚然成风的基础上，不断创新求变，带来更多节目样态。依赖于芒果TV与青年用户的“接头密码”，即对青年用户需求的极高敏锐度和对内容生产的审美，芒果TV不断实现内容迭代升级。如《真正男子汉》原班团队梁书源工作室制作的军营体验真人秀节目《热血少年行》，献礼庆祝中国共产党成立100周年；《歌手》原班团队全新出品《正经歌手》，邀请有音乐梦想和音乐才华、未从事专业唱歌的跨界艺人参与节目，包括脱口秀演员、德云社相声演员等。此外，明星拳击竞技真人秀《拳拳相对》、关于中国电影实验的综艺节目《中国制作人》，均在品鉴会上引发热评。

向市场放出影视剧革新“第一枪”

党的十九大报告提出，加强现实题材创作，不断推出讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄的精品力作。2021年是“十四五”开局之年，也是中国共产党成立100周年。坚持以人民为中心的创作导向和现实主义的创作方向，推出提振民族精神、表现家国情怀的作品正成为影视行业新气象。

芒果TV对影视内容的布局也在政策引导、市场格局与受众审美背景下不断调整。数据显示，2021年2月，芒果TV月活跃用户数量和日活跃用户数量分别为2.02亿和0.36亿，与2020年第四季度相比呈增长态势。此次品鉴会上，芒果TV也发布了即将播出的重大革命历史题材电视剧《理想照耀中国》《百炼成钢》等“芒果系”主旋律剧，献礼庆祝中国共产党成立100周年。此外，现实题材剧《八零九零》《对你的爱很美》《好女好男》等，关注当前我国家庭、婚姻、养老等各类题材，也备受关注。

时下，短小精悍的剧集已经成为网络剧发展的新方向，也契合当下用户的消费习惯。此前国家广播电视总局发布的《关于进一步加强电视剧网络剧创作生产管理有关工作的通知》，要求“电视剧网络剧拍摄制作提倡不超过40集，鼓励30集以内的短剧创作”，为短剧的发展提供了有力保障。

在春季新芒品鉴会上，芒果TV联合湖南卫视，共同打造国内首个台网联动周播剧新样态“芒果季风”计划。综合芒果TV发布的多次“芒果季风”计划，可提炼为集数少、质量精、每周播、台网互动等主要特征。播出模式上，芒果TV主导创制，湖南卫视开辟周一至周二晚间“季风时段”，打造每周2集、单集70分钟、每部12集，共计10部电影级精品短剧贯穿全年的新周播模式，着力扭转当前电视剧行业“集数长、注水多”等问题，向市场放出影视剧革新“第一枪”，着力为影视行业带来全新气象。

在项目选择与题材类型方面，“芒果季风”计划并不局限于单一类型剧集的开发，而是以具有国民性、社会性和讨论度的剧集内容，触及更为广泛的受众群体。如待播剧目《狂猎》《我在他乡挺好的》《婆婆的镯子》等，涵盖都市、喜剧、悬疑、青春等不同类型。“季风剧场”中，电视剧《狂猎》打头阵。该剧由曹盾、高翔导演，在新疆实景拍摄，着力展现中国森林警察的艰辛跟使命；讲述80后、90后年轻人在他乡奋斗故事的电视剧《我在他乡挺好的》，让几位“北漂”女生经历着生活、事业、感情的种种考验；都市家庭剧《婆婆的镯子》多维度聚焦婆媳、夫妻关系，探讨90后婚恋观等社会现实问题。其他剧如《逆光者》《夜色暗涌时》也颇受关注，禁毒剧《逆光者》，“枪战”“爆炸”等惊心动魄的逃杀追逐戏码将轮番上演；都市情感剧《夜色暗涌时》聚焦都市男女的情感困局。

自2019年起，芒果TV正式入局短视频领域，“大芒计划”应运而生，大芒计划下微短剧转场的“下饭剧场”已初具规模。2021年，针对UGC到PGC创作培养的“大芒计划”，将会上线100部微短剧，芒果TV将与版权平台共同联手打造原生IP和主题的短剧场。该计划还会上线50部微综，为一个个小圈层用户打造属于该群体的快乐星球。除了可以创造内容进行表达，参与该计划的相关团队还有机会能够出演和参与制作微综和微剧，完成由用户到专业制作人的身份转变。

从“看视频”到“玩视频”

媒体融合开拓者全新进阶

当前，伴随着短视频、直播电商的崛起，从内容到消费的路径进一步缩短，网络视听平台不断寻找内容场景和消费场景融合的新方式，让年轻用户从“看视频”到“玩视频”。2021年2月，芒果TV最新版本中上线了一款名为“芒芒”的社交新功能，与其他用户共同观影，实时在线聊天，并实现了视频连麦看剧，首月累计用户已突破600万。《明星大侦探》为用户量身定制的防剧透弹幕和笔记本功能，也让年轻观众觉得很贴心。

芒果TV用户群体主要是青年，以“天生青春”为品牌定位。根据艾瑞数据显示，芒果TV女性用户占比为76.1%，30岁以下青年用户占比为71.96%。平台用户画像以年轻、女性为主，具有较强的自主选择能力和先进的消费观念。因此，芒果TV从差异化的高价值人群出发，基于一贯的用户敏感性和行动力，不断探索与品牌共创共赢的融合模式。芒果TV逐步形成以IP内容为核心，整合艺人、KOL及网台资源，覆盖全场景、全路径的基本思路。如“姐姐”既有品牌内容植入，也有《姐姐抖音直播

间》中直播带货、为品牌签约人气姐姐代言等。

除了内容产品创新的探索，芒果TV在商业模式和流量变现上不断拓宽边界，进一步完善和升级整个芒果大生态。随着直播电商成为经济新增长点，“电商”正成为下一个视频化的风口，长视频平台也加速入局。芒果TV正开辟直播电商这一全新赛道，打造全新增长极。小芒电商APP于2021年1月1日正式上线后，依托庞大的用户资源和内容优势，形成以“视频+内容+电商”的全新视频内容电商模式，创造平台新的经济增长点。

市场规模不清晰、受众营销价值不明确、监测机制不完善、资源分散成本，是业内公认的广告主四大痛点。围绕智慧大屏流量运营与变现，通过打破渠道和地域壁垒，加速释放智慧大屏营销新价值，也是芒果大生态的重要环节之一。根据奥维互娱最新统计，目前全国IPTV和有线电视覆盖近5亿家庭，家庭渗透率高达83.2%。“大屏聚宝盆”平台是国内各省市广电新媒体和有线网共建的一个面向家庭市场的大屏广告流量汇聚平台，旨在为各品牌客户提供一个面向全国家庭用户的更精准、更高效、更透明的传播平台。

用户的视听需求变化的迭代速度决定着长视频平台必须以长线思维不断升级创新，长视频平台的未来究竟在哪里？从芒果TV春季新芒品鉴会上，我们可以看到，芒果TV通过不断践行社会责任和引领青年文化，从用户、团队、平台、行业变革等角度不断适应市场的变化，进而完善自身的内容生态建设。作为媒体融合开拓者，芒果TV通过寻找内容场景和消费场景融合的新方式实现扩容，朝着满足用户多样消费需求的视听平台全新进阶。

（来源：广电头条）

编辑 / 肖清

县级融媒体中心：现存问题与建设路径

王镜宇

我国县级融媒体中心建设发轫于十几年前：2005年12月，四川成都温江区即入局建成县融媒体中心，此后浙江金华市婺城县、舟山市定海区、宁波市镇海区分别于2007年、2008年、2010年开始融媒体实践；而其小有拓展，则已迟至2017年，及至2018年终呈大兴之势。

2018年县级融媒体之兴，得益于政策推动。2018年8月21日，在全国宣传思想工作会议上，习近平总书记强调：“要扎实抓好县级融媒体中心建设，更好引导群众、服务群众。”2018年9月20日，中宣部在浙江长兴召开县级融媒体中心建设现场推进会，要求2020年底基本实现全国县级融媒体中心建设全覆盖。自此，全国县融建设迅速推开，当年即启动县融建设者600余家。湖南首家县级融媒体中心——浏阳市融媒体中心也于同年7月9日正式挂牌，到2020年，湖南123个县市区均已陆续建成融媒体中心。

两类建设模式

全国各地县级媒体因势利导，建设模式不一而足。概而言之，无非自主、不自主之别。非自主模式一般依托省强势媒体，有依托报社建设全省县融媒体云平台者，有以广电台及省广电网络为核心构建县融技术支撑平台者，亦有依托报社、省广电台共同合作开发云平台者。自主模式，则由县媒自择第三方高校、研究机构或技术公司，联合构建区域融合平台。

在模式抉择上，各县量体裁衣，权衡自身优势、局限，择其适者而从之。

模式各有利弊：选择依托省、市媒体资源，得投入少、见效快之利，亦有主体性旁落之弊；若选择与高校、研究机构、公司等联合开发，利在自主可控、主体性强，而弊则在前期建设、后期运维均需极大投入，对技术、资金有较高要求。

多数县媒受人才、资金、技术之限，纷纷选择入驻省级平台。一般而言，非自主模式之平台搭建多经省级行政单位推动，由省级机构搭建平台、调配资源，而市县级媒体细化框架、生产内容，各级协同发展，除推进迅捷之外，亦可形成规模效应，于引导群众、服务群众之功能实现大有裨益。由此，非自主模式蔚为主流，自主模式则殊为少见。

湖南为非自主模式，由湖南省委宣传部统一部署，依托湖南日报“中央厨房”搭建“新湖南云”平台。“新湖南云”遵循“坚持科学建设、适用管用”原则，对标中宣部、广电总局相关规范，通过大数据、云计算等高新技术，为全省县融媒体一应提供从内容生产、数据中心直到版权保护甚至舆情及行业数据分析等服务。县融入驻平台则可实现对云稿库、舆情服务、用户资源甚至人才培养等之共建共享。自投入运行以来，“新湖南云”契合区县“新闻+政务+服务+电商”之功能诉求，不断优化核心功能模块，赋能区县发展。

县级融媒体中心建设存在的问题

1. 融合推进迅猛，弊端凸显：竞争力、内生动力匮乏

县媒传上之宏音、达下之民情，为广泛联系民众之基层信息服务平台，其建设意义关乎国之文化、政治、意识形态安全。县融建设目的之一，务在巩固舆论阵地，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。因此，中宣部强调“坚持正确政治方向、舆论导向”为县融建设之根本前提。有鉴于县融在政治功能上的重大意义，湖南各县级党委、政府均选择将县融建设纳入地区社会经济发展总体规划，给予政策、资金倾斜。全国各地县融发展之基本套路大半如是。

因政策之利，自发端至今，全国县级融媒体中心建设已呈报纸、广播电视、新媒体多形态发展格局。因为各地经济发展、社会环境、舆论生态、传播技术差异所致，县融建设呈现不平衡发展局面，与此同时，技术短板、人才匮乏、经费短缺、体制桎梏、观念陈旧等问题极其普遍。

湖南县融建设初期资源整合高效，推进迅猛，至今各区县均已建成融媒体中心。随着媒体融合纵深发展，亦暴露出不少问题：因推进迅猛，重速度而于组织架构、业务流程细节考量未周，更兼牵涉多方资源整合，关涉单位、机构较广，以致组织架构难免混乱，权责难以明晰。多头管理、重复设置造成效率低下、资源配置不合理等诸般问题，非湖南独有，在全国亦属普遍。再则，多数区县简单复制同行经验，以致多县同质竞争、模式单一、创新不足，而经费主要依托政府拨款或单位拨款，有能力以市场化运作获取部分经费之县融比率不足2%。内容生产能力匮乏，兼传统体制机制

束缚、地域空间限制，市场、资本驱动能力有限，因此“造血”能力严重不足。虽湖南大部分县融均选择在传统媒体及“两微一端一网”新媒体矩阵基础上，积极拓展新华网、人民日报、今日头条、抖音等第三方平台渠道，并声称已构建融合传播矩阵，而事实上大半后继乏力，内生动力、竞争力均不足，市场占有率低于5%者比比皆是，盈利、影响亦极其有限。

2. 融合纵深发展，历史遗留问题有待解决
融合牵涉面极广，各方理念逻辑、行动路径、利益期许等较难统一，这是县级融媒体中心建设需要直面的问题。

融合大业有赖天时、人和方可成功。政策是东风，然而因人以用事，人和不解决，后续落实到执行层面，一应流程直至效果难以取得最大值。以湖南融媒建设最出色的浏阳为例。浏阳入局媒体融合的时机挺早，2014年则提出全媒体、价值链之思路，在逐渐构建报纸、电台、电视台、“两微一端”、网站全媒体格局之同时向外拓展发展空间，先后发起成立湘鄂赣广播电视联盟体、湘鄂赣手机直播联盟、中国市县电视台原创节目交流中心，扩大其辐射面和影响力；2016年“掌上浏阳”APP则成为浏阳政府信息发布之平台，开始着手“智慧浏阳”布局，对接多个政务部门及社会机构，开展教育、旅游、党建、公益等服务，尽可能嵌入本地居民生活之各方面；2018年在湖南日报支持下成立浏阳市融媒体中心，并成为全国首批县级融媒体中心建设试点县（市）之一。浏阳以其发端早、入局快，初期成效惊人，收入逐年看涨。但随着融合进程推进，一个比较具体、现实的历史遗留问题凸显出来——浏阳是湖南省唯一保留“一报一台”（浏阳日报、浏阳广电）格局之县融，独立经营时双方收入均

不错，而一旦涉及融合，因为浏阳日报人少、成本低、待遇高、重编制，浏阳广电体量大、工种齐、成本高、全员绩效考核，所以理念、机制、员工待遇诸多方面均各有考量，一直未能达成共识，亟需谋求一个最大公约数或双方均能接受的平衡点。

县级融媒体建设的路径

时下有关县级融媒体发展各家之言可谓纷纭，诸如内容为本、人才为要、用户思维等观点则被反复提及，成为共识。面对困难，县级融媒体建设应该朝哪个方向突破？

1. 本定位而明其规划

县域是国之基层，而县媒承上启下，是基层舆论引导之阵地、党和人民群众之桥梁纽带、服务人民之文化平台。因此，其功能定位务在构建融新闻资讯、文化传播、政务服务、舆论监督等功能于一体之综合信息资讯服务平台，故其行动路径及业务流程规划均需遵循“以互联网为平台，以信息技术为支撑，以新媒体化为方向，以融合创新为手段，以舆论引导为主责，以服务群众为宗旨”。

2. 应时代而谋其发展

当下，互联网深度嵌入群众生活，而新技术重塑媒体生态，颠覆着行业格局。5G商用化时代启幕，区块链技术应用前景可期，人工智能创造机遇……这些在催生智慧广电、智慧城市建设的同时，也拓展了县融发展的空间。与此同时，随着手机普及并成为连接政务、生活之重要纽带，故“移动优先”已成共识。其内容生产上，遵从新时代下信息传播碎片化之规律，务求契合手机用户之审美、阅读习惯，以用户需求为切入口，促进内容生产之垂直化、场景化、下沉化、智能化，并借大数据达到内

容精准分发。其服务延伸上，亦可借“人手一机”之便，深度嵌入群众生活。而5G技术的物联网可为内容提供新的入口。新入口即意味着新的积累用户渠道，链接群众广谱、精准之需求，拓展在政务、商务、教育、医疗、旅游、农业、环保等场景的入口，助力“智慧城市”之建设。

3. 顺需求以沉淀用户

就理论而言，互联网时代，但凡有网，信息确可无远弗届，抵达任何一个角落的任何一个用户；就现实层面而言，信息浩如烟海，而用户也只会就自身感兴趣的、相关的内容予以关注。一县之内容，落入信息海洋中，或许激不起半点水花，故立足本土优势，链接本土用户之需求，为大多数县融实用之选。即基于“本土新闻+服务”优势，搭建“政务+民生+文化”服务平台，推进智慧城市建设，为群众提供综合服务，沉淀用户，谋求自身与相关行业、用户的最大公约数。可作进一步细致规划：依托本土历史、自然、人文资源和优势，生产更精准的内容，切入细分市场，构建自身核心竞争力，同时与各大主流媒体与互联网平台联动，形成信息传播网络，积聚集群效应。

县级融媒体中心建设成效显著，为媒体发展打开了广阔的市场空间。在媒体融合步入深水区后，明确功能定位，明晰规划路径，顺应行业变局，依托政策红利，凭借技术赋能，立足本土服务，重视用户思维，县级融媒体建设将迈进新天地。

（作者系湖南广播影视集团有限公司宣传管理部副部长，湖南省广播电视协会秘书长）

编辑 / 肖清

地方媒体做直播带货，该带些什么？

彭建南 文伟 唐思捷

在株洲，如果你是一位抖音控，但却没刷到过“直播株洲”，那说明我们还不够优秀。入驻抖音一年多来，株洲市广播电视台新闻综合频道官方账号“直播株洲”立足本土，播报有温度的新闻，传递有价值的信息，向全国网友积极推介“神农福地·动力株洲”，是株洲本地流量最大的新媒体账号，同时也是湖南首个获批直播带货权限的官方（政务+媒体）抖音号。

自2020年7月17日，“直播株洲”携手株洲市市场监督管理局、株洲市消费者委员会，推出“消委探店”系列公益直播带货活动以来，已先后为60多个株洲本土品牌、500多款产品“代言”，直播间成交额30多万元。

2020年12月4日晚，“消委探店”茶陵专场举行，持续3个多小时的直播带货，以助力县域经济为主题。据统计，茶陵专场直播间总观看人数2万+，销售产品100多单，总金额不到1万元。这是我们直播带货以来销售成绩最不理想的一次，却是我们最有收获、最为感慨的一次。

从株洲市区到茶陵县城，来回近5个小时车程。为了准备茶陵专场，这一个多月来，我们先后5次赴犀城，每次都是当天早上去，当天晚上返回。主办方和参与企业给了我们最大力度的支持与包容，从一开始的选品，株洲市市场监督管理局和株洲市消费者委员会的工作人员就全程参与，和我们一起探店、探厂，发掘产品背后的故事。相关负责人多次给“直播株洲”团队降压、打气：“不要有销售业绩的

压力，我们的主要目的是向外界推介咱们株洲（茶陵）的好品牌、好项目，而不是靠刻意压低价格、降低产品品质去拼销量。当然，我们也期待厂家拿出最大的诚意来回馈消费者，买卖双方彼此受益。”

通过这次茶陵专场，我们认识了好多位心系家乡、回乡投资的企业家，了解到当地招商引资工作取得的成绩。亿润科技负责人李慧女士，2018年从苏州回到家乡茶陵建厂。通过前期的走访，我们得知，在石墨烯电加热领域，她的公司不仅是中车等企业的独家供货商，而且有多项技术处于全国乃至世界领先水平。活动当天，我们也邀请李慧来到直播间，为两款石墨烯电加热取暖器做推介。

直播带货最畅销的依旧是食品，并且是性价比比相对更高的品牌食品，例如：唐人神的香肠、酱板鸭（茶陵经开区有唐人神的基地），以及湘川口味牛肉等等。很遗憾，新鲜上市但价格相对较贵的石冲脐橙和三红蜜柚，没有交出令人满意的“答卷”。不过从直播间的互动可以看出，这些地域农产品的名气已经越来越响亮。

通过此次茶陵专场的举办，我们更加清楚地认识到自身的不足，同时，也明确了下一步将要努力的方向。助力株洲产业发展向前，我们一直在路上！期待咱们株洲能够涌现出更多的优秀品牌，冲出湖南，走向世界！

（作者单位：株洲市广播电视台新闻综合频道）

编辑 / 肖清

整合五大平台 打造五大体系

——东安县融媒体中心建设路径探索

王元伟

东安县融媒体中心以“新湖南云”省级平台为依托，以“新东安”APP为核心，整合五大平台，打造五大体系，形成“1+N”媒体矩阵，积极探索“媒体+政务”“媒体+服务”，编织起一张引导群众、服务群众的宣传网络，为东安县经济社会发展提供了强大的精神动力和舆论支持。

一、整合传统媒体+新媒体平台，打造内外宣联动体系

2019年10月15日，东安县融媒体中心正式挂牌成立，整合了东安电视台、东安新闻网、“东安发布”微博微信公众号、“新东安”客户端、“东安号”抖音号、“村村响”以及大屏和过道宣传栏等多个媒体发布、传播平台，做到能融尽融，实现人员统一办公、媒体统一管理、平台统一运营。坚持移动优先，内容为王，推进内外宣工作联动，为县域经济社会发展营造了良好的氛围。2019年以来，东安县融媒体中心在央媒发稿52条，在省媒发稿659条，在市媒发稿1849条，在县媒发稿6000多条。尤其是新冠肺炎疫情防控期间，在东安新闻网、东安发布开设东安战“疫”“党旗在一线高高飘扬”专栏，先后发布新闻稿件320篇，向湖南卫视、新湖南、永州电视台、红网、今日永州等省市媒体推稿725篇。“东安发布”用户3.5万，日留存率58%，月点击量在全市排行前列。“东安号”抖音号粉丝7150，

其中《395吨巨无霸历时15小时抵达东安》作品点击量达44万。“新东安”APP去年8月份上线，下载量突破1.2万次，留存率63%。

二、整合群圈管理平台，打造社群服务体系

县级融媒体中心是我们党走好网上群众路线的一个重要载体，与县级网信办在很多职能上、业务工作上互融互通。东安县融媒体中心以“整合、融合、聚合”为驱动力，与县网信办协调互通，创造性开设网上群众工作平台，建立三级微信群矩阵，共接入微信群2700余个，覆盖人群达20万人。搜集民情社意，网罗新闻线索，传播新闻作品，完善媒体监督，弘扬主旋律，传播正能量，让党委政府的声音走进寻常百姓家。2020年，政策宣传解读活动直接受众达到30多万人次，微信群已形成广泛群众基础（万人量级）的社会参与和动员能力，有效引导社会舆论，传播主流声音。去年新冠肺炎疫情期间，通过微信群权威发声，避免了社会恐慌，筑牢了严防严控、联防联控、群防群控的坚固防线。

三、整合政务服务平台，打造智慧便民体系

东安融媒树立“媒体+”理念，积极探索“媒体+政务”“媒体+党建”“媒体+服务”等融合运行模式，推动融媒体中心从新闻宣传到公共服务领域拓展。2019年以来，东安县融媒体中心依托“新东安”APP，先后与县

委组织部、县林业局、县行政审批局、县扶贫办、县总工会等二十几家县直单位开展党建政务合作，进一步对接和开通社会保险、医疗保障、医疗卫生、交通出行、旅游观光、消费维权、公共安全、生活缴费、司法公证、环境信息、公用事业等一系列便民查询、办事服务，将多个平台的职能、业务范围，集纳到一个平台，节约资源，推动全面融合、深度融合。

四、整合网红培训平台，打造增收造血体系

东安县融媒体中心通过创新“基地+物流+网红直播+社会服务”的模式，推动传统模式向互联网直播经济转型，全力打造网红孵化基地，构建行业发展“新生态”。一方面打造县融媒体中心自己的网红。县里从2018年开始布局，并有针对性地进行尝试。县融媒体中心配备了录音棚、直播等设备，选拔了一批热心网络直播事业的年轻人，打造“网红一条街”，先后举办了“朗读好声音”“乡镇巡礼”“理论小课堂”等系列栏目，推动全县形成“个个搞直播，人人是网红”的浓厚氛围，有效推介了全县农副产品、旅游景点，让党的十九大理论知识走进寻常百姓家。另一方面，县融媒体中心开办培训学校，举办培训班，开展小小主持人、我是播音员、小画家等培训，充分利用平台多、覆盖面广的优势，推动全媒体发展，带动直播带货、理论宣讲。东安县融媒体中心还跟华维节水、亿联、凤凰谷等大中型企业开展业务合作和大型活动策划组织。2018年12月以来共开展了8场节庆、商务、晚会等大型活动直播，特别是对“东安武术文化周”“东安县春节联欢晚会”等活动的组织和直播，使东安县融媒体中心声名远播，东安融

媒的各个媒体平台得到大众认可，知名度越来越高。

五、整合综治维稳平台，打造社会治理体系

县乡是基层治理的重要基础，随着转型发展进程的加快，县乡治理体系的一些深层次问题逐步显现。比如，乡镇（街道）“单薄”的管理职权与繁重的工作任务严重不匹配；乡镇（街道）统筹协调与部门派驻机构“两张皮”的问题普遍存在，难以形成工作合力。县融媒体中心创造性地推动“跨界融合”，打通与县委政法委的综治服务平台，从全局着眼，立足顶层设计，重点完善“1”个服务管理中心，整合“1”个综合指挥室，建立多个平台，利用街头巷尾的电子眼，开展监控监督。同时，发挥一线网格员的重要作用，通过视频连线，现场指挥调度，保障安全，为民服务，着力打造具有东安特色的社会治理体系，实现信息来源多元化、上报流转信息化、指挥调度扁平化、管理服务精细化、事件处理专业化、绩效考核制度化，确保第一时间发现问题、第一时间处置问题、最大限度解决问题，全面提升基层乡镇（街道）社会治理、服务群众的能力和水平。下一步，东安县融媒体中心将进一步探索文字、图片、音频、视频等不同的媒介形态融合，结合5G、大数据、云计算等新技术，更进一步融合“五大平台”打造“五大体系”，做好内宣外宣，绑定企业、用户，打通媒体融合最后一公里，更好地引导群众、服务群众。

（作者单位：东安县融媒体中心）
编辑 / 肖清



《妈妈，你真好看》 展现50+女性的个性与价值

胡言

女性题材正在成为文娱领域最为炙手可热的内容。今年的春节档，贾玲导演作品《你好，李焕英》凭借着浓烈的情感、笑与泪交织的故事，成功以黑马之姿杀出重围。讲述亲情的「妈妈」题材，成为女性题材创作的新富矿。而今，在综艺领域也出现了一档全新的、聚焦「妈妈」们的节目：《妈妈，你真好看》。节目嘉宾、超模刘雯表示：“录制完第一期节目后，我改了回北京工作的行程，我想回去看看我妈妈。”

实际上，无论是湖南卫视还是芒果TV，电视湘军近年来一直致力于打造一个包罗不同年龄层的女性故事宇宙。作为全国首档关注女性银发族的综艺节目，《妈妈，你真好看》的出现，让我们看到了这个故事宇宙在成功引爆「姐学」之后，又将注意力落在了挖掘「妈学」价值之上。

50+的B面

无论是社会现状，还是节目现状，女性银发族的生存状态一直以来都没有引起足够的重视。年龄到达50+的女性，大多即将开启退休或已经步入了退休生活。然而，现实情况是，面对这个新的人生关口，不同的人有着不同的活法。大部分女性的生活时间从工作转移到了小家庭内部的成员身上。虽然忙碌与操持能够打消她们退休后的无聊，但将所有的关注倾注于他人，也有意无意造成了对自我的忽视。养育孙辈和跳广场舞，似乎成为社会对于女性银发族达成的「共识性」偏见。不过，多元化发展的社会趋势，已经让我们看到了越来越多的女性银发族正在开启自己多彩的人生新起点。她们专注于摄影、国学、时尚等不同领域，甚至借助短视频来展现自己的日常生活。

“我希望《妈妈，你真好看》能够让更多的50+女性看到

银发族生活的不同面向，从而启发自己对于美好生活的向往。同时，也希望作为后辈的年轻人能够从这些50+妈妈们身上，增加对生活的热爱，向她们学习。”《妈妈，你真好看》联合总导演潘瑞芳如是谈到创制这档节目的初衷。

在以往的综艺节目里，虽然有着「妈妈们」的身影，但她们却并不是主角，只是起到一定的陪衬作用。在这些节目里，50+群体不得不追随年轻人，她们自己本身的魅力并没有得到散发。因此，《妈妈，你真好看》致力于聚焦50+女性人生态度，展现50+女性的个性与价值，可谓令人耳目一新。在这里，50+女性个性飞扬、乘风破浪的精神面貌得到了一次闪亮的集体亮相。

有的妈妈，曾经为了家庭牺牲自己的事业，如今希望重拾梦想。身为传媒人的范范长期以来从事的都是幕后工作。由于身处一个重组家庭，在曾经的岁月里，她的生活重心都放在了照顾四个小朋友身上。然而，无论是她本人还是她的家人，都鼓励她能够在50+的年纪重新出发。于是，她毅然来到了《妈妈，你真好看》的舞台。有的妈妈，则一直怀有一颗不老的少女心。孙千的妈妈李奕霖来到节目舞台，想要突破自己的目的，只是为了让自己的女儿开心。不过，一旦聊到自己感兴趣和擅长的问题，她的害羞便一扫而光，呈现出一副自信、随和的模样。胡兵坦言，希望她保留自己的少女心的同时，也希望她越来越对自己的美保持自信。吴昕的妈妈吕静原本的职业是办公室职员。虽然在年轻时喜欢模特，但受限于当时的学习条件，她并没有走上模特的职业道路。退休后，吕静只要有时间、有地方上课，就会穿梭于几个模特队之间。模特与走秀，成为开启她第二次人生的一个新起点。

每位妈妈的职业不同、人生经历相异、

价值观念多元。因此，当20位50+女性伫立台前，观众必定能够从她们各异的表现里，唤起自己内心深处的梦想。

人生重启后的「熟年超模」

为什么是模特？“相比男性，女性对于美的追求和需求都更加强烈。不论什么年龄，都会有许多年龄去发现美、学习美。”潘瑞芳说到。实际上，根据社会学、人类学研究，女性银发族对模特走秀、广场舞等活动怀有较大的热情，其心理机制是一致的：她们大多为了追求展示女性本身的柔美，以及追求参与活动带来的体验乐趣。同时，模特身上所体现的时尚元素，亦能够成为连接年轻人和50+群体对话的有效媒介。

只是《妈妈，你真好看》所打造的模特，是一个新生品类——「熟年超模」。在「人生重启」的概念下，「熟年超模」展现出不同于传统超模的新内容：

在价值上，《妈妈，你真好看》借用模特走秀的形式，但更重要的是以发现自我价值作为归宿。李斯丹妮的妈妈钟梓娟，其实是一位「潮妈」。小吊带、牛仔短裤等深受年轻人喜欢的时尚搭配，她同样喜爱。自信、美丽、健康、快乐是她来到节目的舞台宣言。当胡兵问到：“您怕老吗？”钟梓娟给出了自己的回答：“谁不怕老呢？青春不老，那只是一个传说。但是今天的我，就是最年轻。我就要留住青春不放。”潘瑞芳谈到，节目组希望通过这些50+女性对于生活的热爱，发挥出价值引领的作用。尤其在疫情之下，这种人生重启的意义与价值在当下更加凸显。

在审美上，《妈妈，你真好看》着力展示的是像模特的仪态里透露出的自信态度，但从不定义「熟年超模」的具体形式。张馨予的妈妈杨素勤曾经是一名出租车司机。曾经25岁的她

一直忙于工作和家庭，如今，她希望在接下来的人生中，追求自己年轻时候的时尚梦。舞台上的她大声喊出了自己的宣言：“我想告诉姐妹们，年纪不是问题。我们爱怎么穿就怎么穿，爱怎么美就怎么美。” 无论是走复古风，还是高定范儿，不同于标准化的时尚流水线，「熟年超模」们身上独特的美，是各美其美，美美与共。

在专业上，《妈妈，你真好看》邀请了两位实力模特人物胡兵、刘雯担任模特训练营的发起人和班主任，全程指导和帮助妈妈们在时尚的舞台上穿搭、走秀。同时，他们也会关注妈妈和女儿的代际关系，最后通过自己的教学方式，在最终入围的妈妈中打造出新一代「熟年超模」。专业导师的加持，让超模训练营里的竞争、协作和个人成长，成为节目持续吸引关注的焦点。

一言以蔽之，以「人生重启」的概念和思维，去打造一群个性肆意的「熟年超模」的《妈妈，你真好看》，并不是在一种单一的审美标准下去打造流水线上的时尚容器，而是真正试图去丰富我们关于时尚与审美的价值外延。

从「姐学」到「妈学」：

「她综艺」矩阵里的女性故事宇宙

当下的文娱行业正处于女性内容的第二波浪潮。如果说第一波浪潮肇始于女性消费能力的上升导致的话语权扩大，那么第二波浪潮归根到底源自女性群体自我意识的觉醒。而湖南卫视和芒果TV，正是女性内容第二波浪潮里的弄潮儿。《妻子的浪漫旅行》历久弥新，如今已步入第五季；《乘风破浪的姐姐》一经问世便成为综艺IP里的顶流，并衍生出《姐姐的爱乐之程》；《听姐说》的出现，极大地吸纳与壮大「姐文化」的声量、品牌。这一系列综艺节目

的出现，构成了湖南卫视的「她综艺」矩阵。

《妈妈，你真好看》的出现，让这个「她综艺」矩阵里的「她」的区间，从以往关注的30+女性群体扩展到了50+银发一族。如果说以《乘风破浪的姐姐》为代表的综艺IP奠定了「姐学」的基础，那么《妈妈，你真好看》便是开创了「妈学」的先河，二者共同构成了关于当代女性的故事宇宙。

「妈学」，并不局限于「妈妈」的社会角色。《妈妈，你真好看》里的20位50+女性，虽然都拥有「妈妈」这一角色，但她们无一例外都拒绝角色的单一化。《妈妈，你真好看》的舞台是一个打破刻板印象、粉碎固定标签的舞台，它致力于让「妈妈」回归到作为个体的「人」，让个体与个性绽放于舞台之上。

「妈学」，聚焦的母题是陪伴与成长。从一个小白进化为闪亮的「熟年超模」并非易事，妈妈们需要为之付出极大的努力。而在这个过程中，个体的成长与母女之间的陪伴二者不可或缺。潘瑞芳强调，《妈妈，你真好看》是一档具有极强「大屏属性」的节目。不论是妈妈们的后期成长，还是母女间流露出的真情实感，对于任何年龄阶段的观众而言，《妈妈，你真好看》都能让大屏前的我们获益良多。

在绚丽的走秀里找回个性与自信，在刻苦的训练中表达情感的温暖，《妈妈，你真好看》里的「妈学」不再是常见国产剧里的絮絮叨叨和离奇狗血，而是建立在尊重和交流基础上的人性之光。

从「姐学」到「妈学」的女性故事宇宙里，我们看到了不断创新的湖南卫视，又踏出了坚实的一步。

（来源：传媒1号）

编辑／肖清

《傲椒的湘菜》

多元呈现湖湘美食 展现湖湘人之傲骨

周玲 唐韬

2月7日起，美食人文类纪录片《傲椒的湘菜》在湖南卫视晚间黄金时段、芒果TV同步热播，纪录片于3月4日晚收官，共播出12集。从街头巷尾的爆款美食到林间山珍野味，该片生动呈现丰富多元的湖湘美食，以独特视角重新解构八大菜系之一的湘菜，讲述湘菜背后的故事，展现湖湘人的坚韧不拔、敢闯敢拼。目前，节目在芒果TV播放量2240万次，新浪微博主话题阅读量2亿次，豆瓣评分8.1分，相关话题在网上掀起热议。

白描式记录湘菜传承与发展。《傲椒的湘菜》呈现湖南各地美食，首篇《一粉解湘愁》以湖南米粉开篇，“顶瓜拌”“排队一小时，嗦粉五分钟呐”，几句地道方言瞬间将观众带入湖南地界。杀猪粉、鱼粉、青树坪米粉、牛肉粉、墨鱼猪肚粉等湖南人耳熟能详的米粉悉数登场，唤醒人们的记忆，也激发外地观众对湖南美食的向往之情。米粉之后，纪录片又将镜头对准变化万千的湖南米食小吃，《百变米食君》中，爆、磨、炒、舂、酿……不同处理大米的方式，酿造出完全不同的湖南风味，也承载着湖南人人情的百味。而《巷味争食记》《大厨的仰望》两篇，分别介绍享誉全国的长沙臭豆腐，追根溯源巅峰湘菜祖庵菜，或深挖湘菜背后的文化属性，或以活色生香的镜头抓住观众味蕾。从热闹的街边小吃到隐秘的官府菜肴，从新旧臭豆腐之争到餐饮业者复原祖庵

菜的执着，纪录片以平视目光、白描手法呈现一道道湘味美食背后的传承与创新，传递出“传承不守旧，创新不忘本”的情怀，展现湘菜的无限活力。

插叙形式讲述寻常百姓故事。纪录片把镜头对准美味佳肴的同时，也记录着寻常百姓的故事。每一集都通过菜肴串起三、四个人物故事，以插叙形式将人与湘菜巧妙结合，通过湘菜看生活，透过湘菜讲述情感，拉近与观众之间的距离。潜心研制衡阳杀猪粉的谭南以米粉入厨师一行，曾经顺风顺水，但因各种原因败归后，又以一碗杀猪粉东山再起。常德的张天一将常德米粉带到北京，创造了网红米粉品牌，通过餐饮连锁+电商的模式，一度成为网红。年轻主播谢小琥不畏困苦，于山间田野寻找山珍美味，以一道五花肉炒乌枞菌诠释人间珍馐，直播展现湘西美食美景，用自己的力量助力脱贫。有海外留学经历的湘妹子邹冉冉，在做了十年国际商务谈判后，毅然放弃百万年薪辞职回到家乡，做起了湘式烧麦。她受到厨艺高手外婆的启发，不仅把腊肉外婆菜、麻辣牛肉、剁椒酸菜等8道特色湘菜包入烧麦，更是创造性地做出了臭豆腐烧麦，捣腾出从未有过的味道。

透过湘菜解读湖湘人之傲骨。湘菜以辣为名，湖南人无辣不欢。湖湘大地养育了湖湘人的一身傲骨，反映在对美食的严格要求上，



有海外留学经历的湘妹子邹冉冉，毅然放弃百万年薪回到家乡，受到厨艺高手外婆的启发，做起了湘式烧麦。

也反映在为人处世中。《傲椒的湘菜》从湘菜入手，由菜及人，以菜喻人，用美食背后的寻常事件解读湖湘人骨子里的坚韧不拔、敢闯敢拼。第四集《大厨的仰望》，湘菜大师杨敬伟为了复原祖庵菜系，只有初中文化的他通过搜集资料，找学者论证，一遍遍试验，让一度离开大多数人视野的湘菜最高级别代表——祖庵菜系重回人们视线，慢慢端上了湖南人的餐桌。第五集《湘野奇趣录》中，丧失双臂的向清成并没有被苦难打倒，而是努力耕耘，乐观面对生活，饲养了一百多头绝壁山羊，经营一间桐花嫂客寨为食客提供劲道的湘野美食。第六集《湘味的倔强》呈现湘西人对传承味道的坚守，几乎没走出过湘西大山的石婆婆，即便只是在自己开了三十多年的泡菜小摊，也执着于传统制作工艺与对原材料的严格把关。她甚至让女儿背着湘西山泉水到深圳去制作原汁原味的湘西泡菜，让在深圳生活的湖南人品尝到真正的家乡味道。

丰富镜头语言让人声临其境。为了体现湘菜的真实感、烟火气与生命力，纪录片中没有一道菜是在棚内拍摄的，全部来自于生活当中。节目采用延时拍摄、航拍、特写等多种拍

摄手段，真实呈现湖湘饮食魅力，对观众进行全方位味蕾暴击。在后期制作中，它打破美食纪录片固有模式，创新采用实拍镜头+定格动画效果，用蔬菜水果搭建背景，比拟山川河流，以小人为模型进行情景演绎。同时，它将音效、解说词和画面巧妙结合，烘托氛围。湘菜在炒、煎、炸、烧之下发出美妙音符，让观众透过屏幕也能感受到扑面而来的香气。同时，该片区别于以往纪录片的严肃风格，其解说词将湘菜与人物故事交融讲述，夹叙夹议，赋予美食个性角色，与片中人物交织并行，带给观众不同观感。节目获得大量网友点赞热议，网友“不如一见”评论：每一道乡味都在心中萦绕，味蕾上的乡愁是难忘的；网友“我是小众”评论：安慰好自己的胃才能接受生活的苦辣酸甜，我的湖南胃永远吃不够家乡的味道，该纪录片真可！

《傲椒的湘菜》并非非常美食纪录片，它如一幅反映湖湘美食和当代湖湘人精神风貌的画卷，让湖湘人观之内心共鸣，外省人观之心驰神往。

（作者单位：湖南广播影视集团有限公司）

编辑 / 肖清

融合创新蛹化蝶 正是扬帆搏浪时

——邵阳广播电视台近年来改革发展纪实

袁中科

“一年打基础、两年上台阶、三年创辉煌”，三年多前，邵阳广电新任领导班子掷地有声的承诺，化为全媒体影响力的飙升和干部职工收入的稳步提高，并催生出蓄势腾飞的磅礴之力。

善抓善成，提振干事创业“精气神”

2017年9月，一场全台全员参与的“我为广电发展献良策”活动拉开了邵阳广电改革发展的序幕。很多“金点子”成了创新创效的“金钥匙”，并迅速转化为助推广电事业发展的“生产力”。

严格考核问责机制，这是改革路上放出的“大招”之一。在2018年1月召开的全台年度工作会议上，台属各二级单位主要负责人向台党委递交了“目标管理责任状”，做到知责担责、加压奋进。此后，每年的“责任状”成了全年工作的“指挥棒”和“问责单”，未完成目标管理任务的相关责任人或免职或调离。2019年初，台党委启动“问责”机制，调整优化了五个二级机构的班子成员。

目标激励、奖惩分明，让全台干部职工甩开膀子迈开步子。每年的年会和记者节，都要表彰一批优秀工作者。并设立“台长嘉奖令”，对出新出彩的大型新闻行动、叫好叫座的重大宣传活动，给予特别奖励。如此一来，从机关到频道（公司），从总监（总经理）到员工，从“老新闻”到“刚入职者”，全台上下，个个铆足了劲，同下“一盘棋”、同唱“一个调”。

全台多措并举、增收节支，把每一分钱用在

刀刃上。先后投入900多万元对电视频道的采编播设备进行“高清”改造；投入近300万元，完成了两个广播频率直播间的数字化改造及发射设备的迭代升级。

人才兴、事业举。全台坚持以全媒体人才队伍建设为核心，不断加大人才的外引内训力度，先后引进30多名专业技术人员，组织采编人员分10批次外出跟班学习，邀请12位专家进行6次新闻实战集训，采编播人员的业务能力不断提升；建立了由34名35岁以下青年专业技术人员组成的人才储备库，实行同薪同酬，并为聘用人员交纳住房公积金，员工的归属感不断增强。“有甜头、有奔头、有盼头”成了广大员工的共同心声。

求新求精，树起新闻立台“高标杆”

邵阳广电新闻报道全面开花、精品迭出，树起了新闻立台的“高标杆”。新闻宣传既有“数量”又有“质量”。紧扣产业兴邵、文明创建、“三大攻坚战”、扫黑除恶、新中国成立70周年、建党100周年等主题主线，先后开设专栏80多个，为邵阳落实“三高四新”战略、高质量建成“二中心一枢纽”营造了良好的舆论环境。2021年2月底，开展全媒体大型新闻行动，记者分6组奔赴各县市区，推出的《激扬“十四五” 踏春开新局》系列报道，如一块巨石投向深池，激起片片晶莹的水花，融合传播引发好评。为提升外宣上稿，2018年成立“重点报道部”，主要负责在央视和湖南卫视上稿。此后，外宣上稿逐年

攀升。2020年，在央视上稿43条次，其中在央视《新闻联播》2条，实现近年来零的突破；在湖南卫视上稿291条，稳居全省市州台前列。在湖南卫视通联年会上，邵阳台连续三年获评“先进单位”，台长胡光华连续三年荣获“特殊贡献奖”。

栏目节目既有“新度”又有“响度”。邵阳广电坚持创新引领，以工匠精神打造精品栏目、节目。新闻综合频道在“媒体+政务”上发力，打造了《电视问政》《创文时刻》等精品栏目。其他频道在“媒体+民生”上寻求突破，打造了《第一线》《产业兴邵》《交警直播室》《沙垞坨讲新闻》《话说宝庆》等一系列民生和文化类节目。公共频道、交通频道、邵阳城市报三家媒体联办的《民情通道》栏目，以“反映百姓心声，传达政府回音”为宗旨，在邵阳家喻户晓，创办20年来多次获奖，深受好评。

优稿评选既有“高原”又有“高峰”。全台各媒体植根本土、强化原创，找准选题、讲好故事、拍出精品，一大批采访深入、制作精良、主旋律高昂、正能量强劲的优秀广播电视和网络视听作品在各类评奖中脱颖而出，呈现出既有“高原”更有“高峰”的喜人景象。三年多来，在湖南新闻奖、湖南广播电视奖等各类评选中，一共夺得70多个奖项，其中一等奖18件。《医改“手术刀”该动向哪里？》荣获中国新闻奖二等奖，实现历史性突破。近三年来，全台在省级以上期刊发表论文30多篇，台长带头发表媒体融合理论文章6篇，全台创新创优、比学赶超蔚然成风。

主题活动既有“看点”又有“卖点”。各频道举办了《道德模范》颁奖晚会、“双十最美”颁奖典礼、“祖国颂”大型合唱比赛等文体活动；邵阳城市报推出邵阳“两会”特刊等各类特刊20多个。这些主题策划和活动，“看点”“卖点”俱佳，成了邵阳斑斓多彩的生动注解，让人印象深刻。

融媒产品既有“大款”又有“爆款”。充分发挥广电短视频优势，制作出了一批有网感、有温度的现象级爆款产品。官方抖音号原创视频点播总量达到2.8亿次，播放量超过1000万的作品18个。其中《隆回“脱衣哥”跳水救人》短视频播放量达到3166万、点赞323万、评论5.5万条；《警花说唱扫黑除恶》被中央政法委官网和新华社转发，湖南省扫黑办在全省范围内推送。H5作品《一组漫画带你走进“奋进者”杨淑亭》交互性强，带来满满的科技感和正能量。短视频《妈妈去“打仗”》以播放量1000多万、点赞量20多万，荣获第八届中国城市广播电视融媒产品“十佳”，台长胡光华荣获2020传媒中国年度融合创新人物。

聚智聚力，打造产业协同“新领地”

三年多来，邵阳广电聚智聚力，坚持“广告经营”与“产业发展”并驾齐驱，“造血功能”不断强化，经营创收逆势上扬。

全台打破各媒体之间的壁垒，形成了声、屏、报、网、端、影城融为一体的广告投放方式，推出专业化、品质化、精细化的定制服务，最大限度地挖掘广告潜能。各二级机构主要负责人发挥“头羊”带动效应，既“挂帅”又“出征”，带领班子成员活跃在经营创收一线，各媒体涌现出大批创收“大户”，年创收50万元以上的有30多人，创收队伍呈现年轻化、精英化趋势。

以重大主题、节庆假日为切入点，以新闻、节目为孵化平台，探索出了广告形式节目化、节目内容活动化、活动成效品牌化的发展路径。先后举办了“爱心送考”“网红大赛”“中国功夫电视擂台赛”“语文朗读大赛”“邵阳好司机”等30多场声势浩大、创收创效的品牌活动。

围绕主业、多元发展，拓展广电+产业链条，是邵阳广电创收的重要“法宝”。广电影城

升级扩容，并主动出击，重点开发机关事业单位工会等团购客户，打好“红”字牌，缔造了红色电影播映场次的新高度。2018年成立的鸿臣传媒有限公司大力开展“普通话”“小主持人”等特长培训，推出首档少儿电视栏目《嘿！宝贝！》，在少儿艺术培训领地树立起一面旗帜，成为产业发展的一支劲旅。2020年5月盛大启航的广电文旅公司，创办电视栏目《文旅邵阳》，公司成立仅8个月，就完成全年创收任务。广电传媒公司实施各类线上线下品牌活动，连续四年成功举办高品质的“少儿文化艺术节”。

谋时谋势，构筑融合传播“新赛道”

2018年2月，邵阳广电融合发展的号角嘹亮吹响，投入100多万元成立新媒体中心，搭建“爱上邵阳”新闻客户端，从人、才、物、政策四个方面向新媒体倾斜。2019年组建了46人的全媒体记者队伍，致力打造以“爱上邵阳”为龙头，以邵阳传媒网为基础，以微博、微信、抖音号、视频号、头条号等为延伸的新媒体传播矩阵。经过三年的精心打造，全媒体平台粉丝量突破100万。

站在直播风口，“爱上邵阳”客户端对邵阳“两会”、邵商大会、城步“六月六”山歌节等160多场次的活动进行直播，收到良好传播效果。为实现内外联动、抱团发展，2019年发起成立武陵山片区广电新媒体直播联合体，并成为湖南省市州新媒体直播联盟常务副会长单位。2020年，湘鄂黔渝四省市10个市州的春节联欢晚会实行联动直播，给各地群众送去了精彩的视听盛宴。“直播+”生态正为广电发展赋能，形成了传统广播电视与新兴媒体“一体两翼、双核驱动”的融合传播新格局。

“守正”不渝，“创新”不止。2021年1月，邵阳广电实施全媒体联动，抽调70多人组成

“特别报道组”，全方位、多角度报道“两会”盛况。对邵阳市人大、政协会议的开幕大会、闭幕大会进行直播，四场直播浏览量达800多万次，跟评互动3000多人次，获赞140多万次。广播、电视、报纸、微博、微信、客户端等平台多点发力，直播、图解、H5、短视频、动图等轮番上阵，7大媒体平台、15个传播端口抱团推进，有效放大了广电“一体效能”，创造了邵阳“两会”报道史上的三个“首次”：首次全台各频道联动，分设电视、新媒体两组直播端口；首次开设第二现场（访谈直播间）；首次跨地市、多平台联动直播，真正实现了“全媒体联动、全介质传播、全方位好评”，为聚焦重大主题报道探索出了融合联动的新路径。

2021年，“技术强台”成为发展的“进军令”，邵阳广电全力构筑全媒体融合发展的“新赛道”。在整合新闻综合频道和新媒体中心的基础上，投资400万元搭建融媒体指挥中心，预计2021年6月可投入使用。以“新媒体+政务+服务”的“智慧广电”建设项目也全面启动，融合发展的步伐铿锵有力。

深融致远，梦想前行。经过三年的不懈努力，融媒体数据中心（广电大厦）项目已被成功纳入邵阳市“十四五”重大项目规划，不久的将来，一个集广播电视节目生产、传输、播出、储存为一体的融媒体数据中心将拔地而起，成为邵阳的又一文化地标。

征途漫漫，惟有奋斗。全体邵阳广电人正初心如磐、豪情满怀，朝着全媒体、全终端、全场景、全用户的融合发展高地笃定前行！

（作者单位：邵阳广播电视台）

编辑／肖清

浅析后期制作如何让经典节目保持活力

——以湖南卫视《百变大咖秀》为例

李奕茁



朱婧汐模仿王菲，锤娜丽莎模仿那英，共同演绎王菲、那英2018年春晚作品《岁月》。

九年前，湖南卫视将西班牙原创综艺《Your Face Sounds Familiar》进行本土化改造，创造出一档纯喜剧综艺节目《百变大咖秀》。这档节目好玩、敢玩、会玩，每一期都能让观众从头笑到尾。“百变”的惊喜，让这档节目从原定的季播变为周播，并连续播出五季，带给观众无数欢乐，成为红极一时的王牌节目。

时隔五年，2020—2021年跨年之际，《百变大咖秀》第六季再度重启，满足了亿万观众心心念念的期待。第六季开播初期，从节目效果和评价来看，反响并没有巅峰时期那么火爆。这有一些客观原因，如在《百变大咖秀》停播的这五年里，市场环境、观众兴趣和审美都发生了较大变迁。但令人惊喜的是，节目收视低开高走、不断创出新高，多次斩获多网第一。这骄人的成绩，得力于前期导演的不断努力和精心策划，与此同时，后期制作人员的创新更是功不可没。他们在节奏、细节、动画、音乐音效上的一系列创新为节目增色不少。有评论说：“能看出后期的努力为这档节目添了多少彩。”在现代电视节目创制中，后期制作的作用越来越大，除为节目锦上添花外，更能为经典节目注入新能量，使其持续焕发活力。

一、加快节奏，重构故事线，以剪辑之力祛除审美疲劳

剪辑是后期制作的核心，是给予观众最直接的视觉冲击力的基础。剪辑模式必须紧跟社会节奏不断创新，才能为老节目带来新惊喜，才能持续保持经典节目模式的活力，降低甚至避免观众产生审美疲劳。

九年前的《百变大咖秀》整体节奏偏慢，秀与秀之间的脱口部分往往是如实呈现现场实况，单纯由主持人引导以及嘉宾的言语反应作为串场方式，很少通过后期剪辑手法将其编辑成一条完整的情绪线或者夸大某些笑点。而九年后的今天，随着生活节奏加快，观众更喜欢短平快的节奏，渴望密集的笑点和更强的视觉、听觉刺激。这也是为什么近几年短视频爆红网络的原因之一。所以，第六季《百变大咖秀》一改以往纯语言脱口秀式的串场方式，采用大量的音乐音效，尽量在视听上呈现密集笑

点，用热烈的氛围带动观众情绪，防止观众在脱口秀环节走神。此外，节目镜头长度也比往季更短一些，使得节目整体结构变得紧凑。最值得一提的创新点是，后期剪辑加入了大量真人秀的创作手法，通过二次创作将节目零散的笑点串联成一条有逻辑关系的故事线。比如第六期节目中锤娜丽莎的表演片段，视频剪辑人员利用其气喘吁吁这个点，对故事线进行二次串联，架构了其从下台到再次模仿，到最后斗舞完成“累倒累瘫”的一整条故事线，让这个点被放大到极致，引发观众大笑；再比如第五期节目中沈梦辰模仿宁静的片段，视频剪辑人员利用二次创作的方式，让沈梦辰的心理活动不断在沈梦辰本人和宁静之间来回切换，达到搞笑的节目效果，让人耳目一新。这种用音乐音效不断烘托以及二次解读素材的剪辑方式，是往期节目中极少应用的。

二、“犟”心细节，巧用动画，以包装之力引爆口碑

相较于视频剪辑，动画包装方面的创新空间相对较小。往季节目的一些标识性包装通常沿用，如《百变大咖秀》主视觉logo、贾玲经典的雷劈动画等，以使部分观众能立马找回当年的感觉并带着九年前的记忆观看新一季节目，有助于提高观众对节目的忠实度。但是，随着观众对综艺节目的要求越来越高，只沿用过去的节目包装显然不够，后期工作者必须不断求变求新。

首先，动画技术这些年并没有彻底革新，细节便顺理成章成为一档节目精致与否的重要因素。新一季《百变大咖秀》在包装上就尤为注重细节处理，比如歌词的呈现等细节。往季节目中歌词大多以字幕形式呈现，以辅助观众知晓歌词内容。而本季节目中，歌词呈现形式则是根据歌手不同歌曲的风格特点量身定制：



沈凌反串模仿萨顶顶，两位“仙子”绝美合作！

大张伟模仿吴亦凡唱电音时，歌词整体字号比较大，字体尖锐而硬朗，并带有电流元素；张海宇模仿梵高时，歌词就用油画风格呈现，还配有印象画风格的底板；大白组合模仿年画娃娃时，就用大红色透明底板并佐以红灯笼的元素呈现字幕，凸显喜庆气氛。这种包装的小细节，虽然难以引起观众的格外关注，但增加了节目整体的带入感。观众在观看节目时，情绪很容易在潜移默化中被各种包装营造出的氛围影响，从而更加沉浸于节目，更容易被节目中的快乐氛围打动。

其次，动画效果的创意能让节目保持活力、引发观众讨论，给节目带来新的流量。例如本季第一集中王祖蓝模仿华晨宇的场景，动画师用特效让表演中的王祖蓝的腿突然变短。这个动画创意和细节处理都很巧妙，以至于很多观众觉得那不是动画效果，各大短视频平台中大量UP主纷纷“魔术揭秘”，说表演用了某些机关，这让节目迅速收获了一大波关注。黄玲模仿的洛天依，本身就是一个现代网络符号化的人物，动画师借鉴网络游戏风格的包装，使表演中的黄玲时而闪现时而分身，使这段表演更加向二次元趋近，从而让节目在年轻受众群体中产生巨大反响，在网络与电视平台同步发酵，被更多人关注和了解。

三、营造氛围，提升“网感”，以音效之力增强沉浸体验

如前文所述，与往季节目相比，第六季《百变大咖秀》有个很大的不同点：脱口秀环节增加了大量的音乐音效，用音乐节奏推动节目节奏，让观众感受到更加热烈的节目氛围，获得更强的沉浸式体验。此外，新一季节目在常用的经典音乐上增加了多重变奏，使观众在被经典旋律瞬间激发的情怀感填满的同时，也切实感受到节目营造的新氛围。比如在第一集的开场VCR中，随着何炅很有仪式感地按下魔星按钮，变奏版出场音乐顿时响起，节目基调立马从炫酷切换到恢弘大气，一股王者归来、风云再起的气氛扑面而来，一下将观众的期待值拉到最高。各种流行梗曲的频繁应用，也使节目“网感”大大提升，往往音乐一出就能使年轻观众会心一笑，甚至跟着哼唱。音乐音效的创新应用，使第六季《百变大咖秀》突破了传统媒体平台的风格限制，提升了节目的网络传播力，使节目在多平台保持活跃。

（作者单位：湖南卫视）

编辑 / 刘凌

让有声语言为诗歌插上飞翔的翅膀

——《“艺”起读诗》节目创作谈

梁艺

近年来，一大批文化类电视节目相继崛起，成为荧屏上的一股“清流”，圈粉无数；而广播方面，由于诗歌的有声传播形态与广播媒介的属性高度吻合，因此国内众多广播电台也乘势纷纷开办了读诗类节目，极大程度上满足了新时代受众蓬勃旺盛的文化需求。然而，在当今媒体融合的大背景下，如何利用新时代发展机遇，取己之优，通过诗歌这一载体充分发挥有声语言的独特优势，提升广播有声语言的魅力，藉此打造低成本、大情怀、正能量的广播文化类节目，于广播人来说，是需要努力实践探索的新课题。2020年11月，娄底综合广播首创诗歌朗诵节目《“艺”起读诗》，以湖南本土诗人的经典诗歌作品为题材，约请湖南广电著名主播们担任诵读嘉宾，打造一场又一场的“声音”盛宴，形成了湖湘文化里独具特色的新型文化传播现象，亦从多角度展现了本土诗歌力量。

一、力推原创诗歌精品，彰显湖湘文化特色

“原创性是好作品的标志，文艺创作要以扎根本土、深植时代为基础，在观念和手段结合上、内容和形式融合上进行深度创新，提高作品的精神高度、文化内涵、艺术价值”。习近平总书记在看望参加全国政协会议的文化艺术界委员时强调的这番重要论述，具有很强的现实针对性和现实指导意义。在节目策划之初，就立下了朗诵本土原创诗歌作品的原则。节目联动湖

南省诗歌学会，召集了一批在全国乃至国际诗坛享誉盛名的湖南本土诗人、作家，在开播前夕，进行作品的报送、征集，从中筛选出一批有筋骨、有特色、有温度的诗歌作品。如：梁尔源的《涟水情》《故乡的乳房》《外婆菜》、陈群洲的《衡州窑》《平湖冬色》、周瑟瑟的《林中鸟》《平原上的亭子》《峡谷酒厂》、刘年的《王村》《船事》、周石星的《如果能够》《老屋与孤儿》、李虹辉的《大庸县渡口》《传说》等题材广阔、笔调清新、感情激荡的优秀诗歌作品。其中中国诗歌学会副会长、湖南省诗歌学会会长梁尔源以故乡为题材的组诗让人印象特别深刻。梁尔源是湖南涟源人，著有诗集《浣洗月亮》《镜中白马》，因近几年诗歌作品在全国的广泛影响，被评论界称为“梁尔源现象”。他的诗歌清新、淳朴、自然，仿佛从混沌的雾霾天空中突然看见纯净的蔚蓝天空，让人觉得久违的新鲜。他的这组充满故乡意味的诗歌作为首期节目经过微信公众平台推出后，被全国几十个微信群相继转发、传播，收听量高达数十万。《“艺”起读诗》栏目紧紧围绕原创性、本土化等方面进行积极尝试，深度挖掘湖湘特色，着重推出创作者创作反映湖南本土自然环境、地理风物、历史命运、传统文化、日常习俗等的诗歌作品，是湖湘文化与现代诗歌的一次融合，让更多人参与进来一起诵读诗歌、倾听乡音、感受语言艺术、品味人生况味，让大家对诗歌与本土文化有了更深的热爱和信仰。

二、创新表达赋予节目全新呈现

与其他诗歌朗诵类节目不同的是，《“艺”起读诗》通过先介绍诗人的个性特征以及一首首诗歌的背景故事，将诗歌的内涵、意蕴转变为一个生动的开场引子，再邀请省播音主持研究会的专业朗诵艺术家们诵读诗人作品，以一种更为轻松自然的方式来传承经典。节目的整体风格温暖、诚恳，为听众带来了一场又一场精彩的演绎，在讲述一个个有趣诗意故事的同时，也为听众临摹了一幅幅充满了“画有诗情、诗有画意”的诗情水墨画，为“诗歌般的生活，生活里的诗歌”作出了全新的注脚，也为新时代的生活献上了一曲宛转悠扬的艺术之歌。与此同时，《“艺”起读诗》以故土乡情、草木人生、乡愁流韵、感遇言志等众多诗歌表现的母题为节目的主题，为观众呈现了18期共54首原创诗作，魏哲浩、李兵、苑治平、曾致、郑慧琳、盛晴、何娟、刘惠等17名播音员主持人参与朗诵，作品分别在娄底综合广播、蜻蜓FM、微信公众号等平台推介发布。自2020年11月30日开播到2021年2月1日收官，《“艺”起读诗》通过FM98.0和107.2两个播出频率首播，其主要覆盖娄底城区和周边县市，以及长沙、衡阳、湘潭、益阳、邵阳等周边地区，影响人口2000多万。据调查统计，此节目受到了各类人群喜爱，在娄底市同类广播媒体中，收听率遥遥领先，全网累计播放量阅读量超百万次。

三、以诗歌载体展现有声语言的价值

《“艺”起读诗》主要内容包括“主题介绍”“诗作解读”“作品朗诵”。主持人与朗诵者的语言表达要具有美感，才能将“诵”的优美动听与“读”的睿智深邃充分表现出来。故前期录制时，我们首先做到主持语言温婉动

听，雅俗共赏。主持人负责串讲整个节目，包括主题介绍、诗作者及创作背景的解析等。既自然、亲切、生动地“说”，又细致耐心地“讲”，总体上把握好一个基调——与受众平等交流，在情感和语调的把握上，做到平和温婉地去说，用受众能理解的词语，细致地引导受众一同欣赏诗歌作品。其次，作品朗诵准确细致，音韵优美。朗诵嘉宾以自己的专业素养做到理解、吃透诗歌所要表达的主题思想，力求准确细致地表现作品，让受众在抑扬有致的韵律美中，体会到深邃的内涵与悠远的意境。

节目开播两个月，有些反馈印象尤深：“当一个对生活失去自信或无助的人，也许在听到你们读的一首诗，或说的一句话，豁然开朗，自信陡增，这就是诗歌的力量。要谢谢你们，你们就是光明使者。”“空气有悲欢，电波有温暖，轻轻地闭上双眼，呼吸之间，诗意盎然，这一刻，给灵魂永远的眷恋。”这些温暖的回声让我们感受到了节目存在的意义，也是众多优秀诗歌作品通过有声语言表达得到最广泛最有效传播的价值所在。

《“艺”起读诗》节目将文化与艺术深度融合，让有声语言为诗歌插上了一双飞翔的翅膀，其展示出的沉淀隽永的人文气质以及真情实感打动着受众内心。从节目内容分析，不论是所邀诗人带来的作品，还是各有千秋的诵读嘉宾，如此新鲜的元素组合不仅吸引着大众的眼球，更是在形态上给受众带来了新鲜、连续、丰富的原创内容，独辟蹊径，形成独特的看点，同时也给合作商带来极高的知名度和美誉度，形成了可持续发展的良性资源。

（作者单位：娄底广播电视台）

编辑 / 刘凌



陇头泉·建党伟业百周年

黄河清

百周年，历经世纪沧桑。
数炎黄，春秋华夏，千古几度兴亡？
叹国殇，兵连祸结；
苍生劫，百姓凄惶。
逐梦红船，志同道合，破空长夜觅晨光。
唤农工，燎原星火，喋血诉衷肠。
谋解放，前倾后继，鏖战疆场。

守初心，与时俱进，创新宏伟篇章。
切莫忘，一穷二白；
肃贪腐，发奋图强。
堪笑西风，苍蝇泣沥，神州万里尽朝阳。
解贫困，鞠躬尽瘁，家国富安康。
肝胆照，复兴崛起，屹立东方。

（作者单位：湖南省广播电视局）

百年党史绽芳华（组诗）

——献给中国共产党成立100周年

汤集安

芳华初绽：中共一大 南湖红船

那是100年前
无数红色灰色黑色的鱼
在南湖里四处游荡 奔走
但是 她们却感到
无比的郁闷
无比的心悸

水里的空气
是如此的污浊
看不到光亮的淤泥
堵塞了 她们渴望畅快呼吸的喉咙
就像当时的中国
无数热血青年
激情燃烧
却只能在一间
被军阀和列强烧红的铁屋子里
处处碰壁

直到1921年7月1日
一个普通而又伟大光荣的日子
一群普通而又创造历史的青年

一艘普通而又灿烂夺目的红船
划破水面
在板结凝滞已久的五千年文明古国
犁开一条艰辛崎岖
而又石破天惊的崭新道路

无数快要窒息的鱼
开始蜂拥而至 浮出水面
她们自由呼吸
她们闪躲腾挪
她们快乐嬉戏
形成千姿百态的美丽画卷
绘出开天辟地的壮阔诗篇

100年后的今天
不管风吹浪打
不管雨雪阳光
我也是亿万中国鱼群洪流中
一条快乐幸福的红鲤
始终围绕跟随
那条颜色依然鲜艳灿烂的南湖红船
跳跃翻腾
一路向前

芳华盛放：伟大长征 翻越雪山

翻开历史 穿透硝烟
我的目光
翻越雪山
进入到1936年
那段狼吃人的岁月

一支头戴八角帽的红色队伍
正从遵义会议的曙光里
豪迈地向我们走来
微笑掩盖不住
疲惫的脸
在一位湖南巨人的带领下
他们英勇无畏地走向雪山
冰天雪地里
颗颗红五星映照着的身影
倒下了
和雪融为一体

清亮的雪光
静静的雪山
滋育着冻不死的草根
冻不死的草根
又养活了一支
瘦弱贫血的英雄军队
直到他们
胜利地翻越雪山
将一支照亮了
二万五千里长空的火炬

立在
天与地之间
立在
永不屈服的中国人民心上

合上书本
心灵仿佛刚刚翻越中国
最艰难卓绝的一座大山
经过雪山擦亮的眼睛
无比坚定 从此不再迷茫
经过草地铸成的信念
无比坚贞 永远不会虚幻

芳华追光：革命摇篮 红色韶山

韶山
这两个字
随着时光的反复擦拭和淘洗
越来越散发出
耀眼的光芒

穿透一个百年大党的历史沧桑
和长征二万五千里的风雨雪霜
韶山
吸引了更多坚信
马克思主义
和共产党理想
与信念的后来人
急切地扑进
你温暖的怀里

追寻一种
大家都已经公认的真理
就像燕子
总可以抓住
春天的初心和主题

在毛泽东故居
土砖青瓦 水塘修竹
述说着
风华正茂的少年
从小身居斗室 心忧天下
时刻关注着
山外的世界
国家的前途
人民的命运
直到有一天
毅然告别父亲继承祖业的期盼
背起行囊 踏着曙色
走出乡关
走向风云激荡的中国革命战场
带领和自己一样年轻的中国共产党
历经磨劫 苦难 辉煌
终于走出一条开天辟地的崭新道路
让一个古老的国家
涅槃新生

在毛泽东广场
青松翠柏前
铜像沐浴朝阳 巍然屹立
四面八方的人们
汇聚而来
瞻仰伟人风采
感受革命情操

在毛泽东同志纪念馆
在中共韶山特别支部

在滴水洞 在虎歇坪
看着毛泽东睡过的床
读过的书
和他1925年在韶山开展农民运动的日记
以及1959年回乡时与乡亲们聊天的照片
那一张张片言只语的报道
那一页页苍黄真实的故事
那一个个穿越时空
依然震撼心灵的细节
让人反复阅读 思绪万千
眼前不时浮现
战争，红旗，鲜血……

这个从韶山冲里走出的一代伟人
他和他的战友 以及团队
他们那么忙碌，却又如此豁达，
他们如此紧张，却又那么坚韧
到底是一股什么力量
能够让他们
笑看生死 不懈战斗

为有牺牲多壮志
敢教日月换新天
直到新时代的梦想
与祖国黎明的曙光一起
倾泻在窗前
我分明看见
星星之火一般闪耀的信念
早已燎原
照彻
正在走向伟大民族复兴的今日中国
乃至建设人类命运共同体的全世界

（作者系湖南广电国际传媒有限公司执行董事、
总经理，湖南广播电视台国际频道总监）

编辑 / 肖清



湖南广电荣获“全国脱贫攻坚先进集体”称号

4月30日，湖南省脱贫攻坚总结表彰大会在长沙举行。湖南广播影视集团有限公司（台）党委书记、董事长张华立代表湖南广播电视台接受“全国脱贫攻坚先进集体”表彰。集团公司（台）党委副书记、总经理、台长、总编辑龚政文出席。湖南卫视党委书记、常务副总监周雄，快乐购芒果扶贫云超市总监李藜，湖南广播电视台驻东冲河村帮扶工作队队长兼第一书记戴新华荣获“全省脱贫攻坚先进个人”称号。



电影《大地颂歌》

由潇湘影集团牵头制作的大型史诗歌舞电影《大地颂歌》3月26日在全国上映。影片以湘西十八洞村为原型，就扶贫路上涌现出的真实人物和典型事例进行艺术创作，展现了湖南精准扶贫的决心和精神，传递了脱贫攻坚战胜利后人民的获得感、幸福感和对党的感恩之情，呈现出一幅波澜壮阔、感人肺腑的精准扶贫中国画卷。