

2022年
03—04期
总第357期

潇湘声屏

湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）主管主办



内部资料·免费交流
准印证号:(湘O)LK20220167

3月13日，湖南广播影视集团有限公司（台）迎接党的二十大“奋进新时代洪波曲”重点剧目之一《重中之重》在长沙开机。

04 聂辰席：在迎接党的二十大召开电视剧重点项目创作推进会上的讲话

25 创新报道形成合力
创意节目宣传两会

30 芒果超媒：
积极布局新赛道 构建产业新版图

32 《中国》第二季
破圈共振“中国精神”

34 《声生不息》
唱响同根同源中华情



林郑月娥、杨浩东为《声生不息·港乐季》致辞

4月24日，湖南广电联合香港TVB出品的音乐献礼节目《声生不息·港乐季》，在芒果TV、湖南卫视、TVB三平台首播。香港特别行政区行政长官林郑月娥，湖南省委常委、省委宣传部部长杨浩东分别为节目开播致辞。林郑月娥说，借助“唱响金曲”这道桥梁，对“港乐”经典进行创新的表达，让有传播意义、审美价值的港味好歌回归大众的视野；让同根同脉的两地人民，特别是年轻人，通过音乐对话，更加了解彼此、了解祖国，促进民心相通。杨浩东希望以《声生不息·港乐季》为媒，让“港乐”真正成为连接两地文化的桥梁，成为两地人民，特别是青年人，了解彼此、深化友谊的新窗口，传递更加美好温暖的旋律与故事。

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 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
杨佩兴

美术编辑
赖 芬

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) LK20220167

承印单位: 长沙理工印务有限公司

印刷日期: 双月30日印刷

印刷数量: 每期1800册

发送对象: 本单位、本系统、本行业

目录CONTENTS

2022年03-04期 / 总第357期

特载

04 在迎接党的二十大召开电视剧重点项目创作推进会上的讲话 / 聂辰席

创新创优

08 《傲椒的湘菜》专家研讨会: 做优一桌湖南饭 讲好湖南故事

11 《重中之重》开机: 主流叙事与工业美学的双向“破题” / 江来
以现实主义手法聚焦稀缺重工题材、描绘企业改革画卷、传递工业力量, 从对机器的创新呈现, 对技术、机器与人新型关系的探讨, 到对工人的精神面貌和情感世界的关怀, 《重中之重》的工业题材创作探索, 或将成为“迎接二十大”主题展播中的一抹亮色。

14 《送你一朵格桑花》以融合性思维, 开掘专题片的影响边界 / 胡言
打破惯常专题片的单一形式, 在宏大主题之下进行精巧的结构设计, 并极为大胆地将不同的内容形式融为一体。这无疑为未来的新闻专题片勾勒了一条可借鉴的创新思路: 以融合性的思维, 去发掘影像的力量。

18 奏响“湖南早稻生产直播三部曲”昂扬旋律 展现湖南扛牢国家粮食安全责任担当

20 以优质内容构筑有温度的频道公益形象 / 陈柳言

22 青春洋溢的“小确幸” / 潘瑞芳 罗勇辉

23 当“青春”撞上“火种”《锐焱青春》引发青春价值观的共鸣 / 温寒

24 以小见大讲好乡村振兴故事——《小丽相亲记》创作体会 / 钟克



湖南广播电视台《送你一朵格桑花》获评国家广播电视总局2021年第四季度优秀新闻作品。

宣传实战

- 25 创新报道形成合力 创意节目宣传两会——湖南广电媒体两会报道出新出彩 / 王云峰
全国两会期间，湖南广电媒体推出创意节目，创新报道手法，拓宽传播渠道，坚持移动优先，全媒体覆盖，精心组织策划，精准设置议题，打造舆论声势，有效引导舆论，在“云”上开出“创新”“高效”“融合”之花。
- 27 风芒以“追剧”之名开启全国两会 / 宋洁
风芒以“微情景剧+脱口秀”的创新表达，让“短视频”与“政能量”碰撞出火花，开启了一场别开生面的全国两会宣传报道之旅。
- 29 湖南卫视抗疫系列评论掷地有声

传媒研究

- 30 芒果超媒：积极布局新赛道 构建产业新版图 / 吕岩梅 丁琪
湖南广电旗下芒果超媒主动求变，以在线视频业务和芒果TV平台为基座，做优网络视听平台运营、新媒体互动娱乐、媒体零售等主营板块，开拓国潮电商、实景娱乐、元宇宙等新赛道，开辟未来湖南广电全新增长极，实现产业发展逆势增长。

节目评析

- 32 《中国》第二季破圈共振“中国精神” / 高畅 陈橙
《中国》进行了纪录片影像化、戏剧化表达的全新尝试，通过串联具有代表性的历史人物和事件，将中国人的文明源流与精神底色——这一宏大主题抽丝剥茧、娓娓道来。
- 34 《声生不息》唱响同根同源中华情
在香港回归25周年的时代背景下，《声生不息》以粤港金曲来致敬时代精神，强化内地、香港音乐文化的传播交流，在新时代环境下追溯港乐的发展历史，让观众感受到同根同源、血浓于水的情感连接。
- 37 找寻民歌花海中的那抹红——《春天花会开》评析 / 彭国元 欧阳诚
新生代歌手和音乐伯乐一起用新唱、新编、新创的民族音乐让观众多维度感受中华大地的风土人情，激发青年一代对民族瑰宝的热爱和对传统文化的认同。
- 39 《勇往直前的我们》普及“全民消防”观念 彰显主流媒体责任担当
镜头对准长沙三个消防站的普通消防员，以100天的不停机拍摄，记录他们的出警故事与消防职业生涯，创新引入了与消防战士年龄相仿的5名湖南卫视新生代主持，以近距离观察、体验视角，探索消防节目纪录片与真人秀形态交融的全新表达。
- 42 《中国婚礼》用综艺打开翁婿关系图鉴 / 谭亚玲

媒体融合

45 第一季度媒体融合调研报告 / 唐瑞峰

通过盘点近期融媒体热点案例和事件，从五个方面解读广电融媒最新发展态势：融媒体产品新范式不断涌现、跨界融合形成网络新势力、广电自建APP“多点开花”、虚拟AI主播迎来主场、融媒体广告经营走向数字化。

48 以流程再造和组织重构推进媒体深度融合 / 周明花

业务探讨

50 “以人民为中心的创作导向”精神旨趣解读 / 谷伟

52 打造国际文化创意中心 城市广播电视台应从何处着手？ / 刘运喜

潇湘大地文化资源丰富，要立足“文化强省”视野去思考和挖掘湖湘文化的长沙特色，推动湖湘优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

54 细节让新闻更生动——兼议记者锤炼“四力”的重要性 / 李璐

56 广电协作助推武陵山片区经济发展 / 谭诗诺

59 浅谈视频格式转换在节目制作中的应用 / 朱旺力

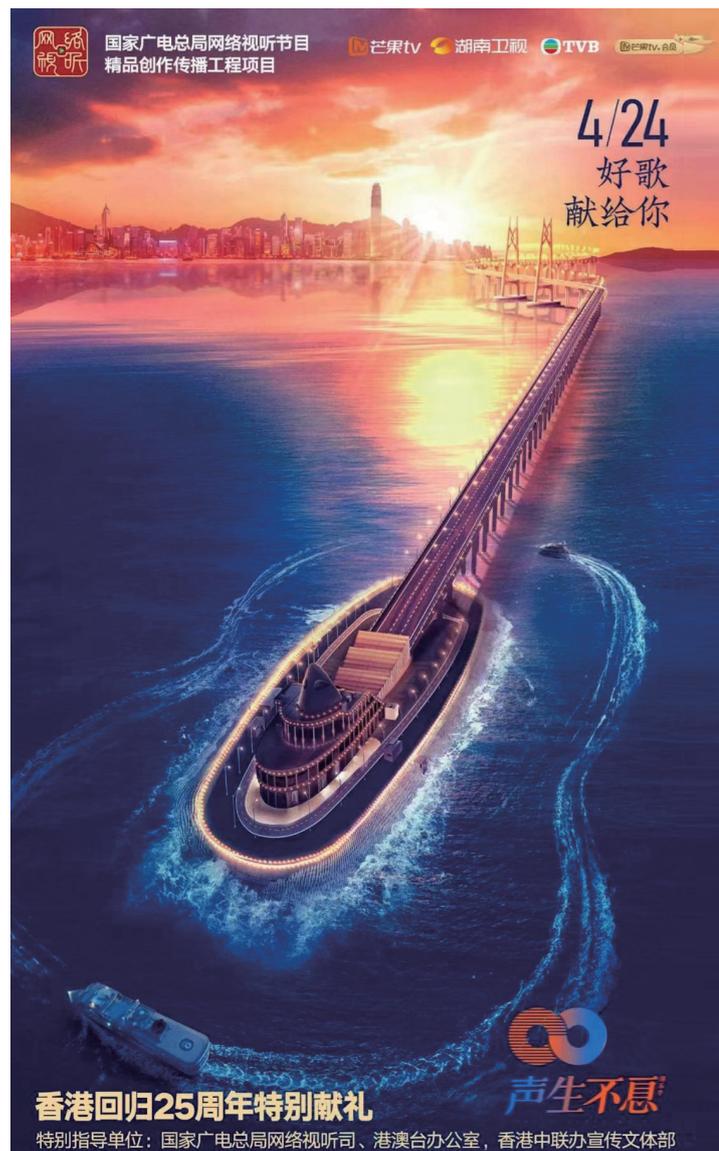
影视剧

61 坚守人文精神 还原生活本真——由《人世间》看现实主义题材电视剧的风格流向 / 肖柳

全剧既依托文学原著，又超越文学原著，旗帜鲜明地高扬人文主义精神，贴近生活，用真实还原生活的本真。

文艺长廊

63 亲爱的电视人（组诗） / 罗耀霞



4月24日，湖南广电联合香港TVB出品的《声生不息·港乐季》在湖南卫视、芒果TV、TVB开播，献礼香港回归祖国25周年。

在迎接党的二十大召开 电视剧重点项目创作推进会上的讲话

(2022年3月2日)

聂辰席

今天，我们召开创作推进会，深入学习贯彻习近平总书记关于文艺工作的重要论述，进一步研究迎接党的二十大重点电视剧创作工作，努力走好主题创作新的赶考之路，很有必要、很有意义。

去年11月16日，国家广播电视总局召开了“我们的新时代”主题电视剧创作推进会，对于迎接党的二十大重点项目，总局持续跟踪指导、强化推进落实。刚才，长力同志介绍了重点项目的总体情况；《我们这十年》《县委大院》《大考》《重中之重》的创作团队，分别介绍了创作进展情况和冲刺阶段的有关工作，讲的都很好，听了很受启发。

召开党的二十大，是今年党和国家政治生活中的一件大事。以优秀主题作品迎接党的二十大胜利召开，书写党的十八大以来这十年的伟大实践、伟大成就、伟大精神，汇聚筑梦新时代、奋进新征程的磅礴力量，是我们的重要政治责任。我们要按照党中央总体部署和中宣部工作要求，围绕迎接宣传贯彻党的二十大工作主线，踔厉奋发、笃行不怠，全力以赴抓好主题电视剧创作，为迎接党的二十大胜利召开营造良好氛围作出积极贡献。

这里，就贯彻落实习近平总书记关于文艺工作的重要论述和关于电视剧工作的重要指示批示精神，全力推进迎接党的二十大主题电视剧创作工作，再谈几点意见，与大家共勉。

一、牢记时代使命，树立大历史观、大时代观，热忱描绘新时代新征程，唱响昂扬的时代主旋律

习近平总书记在中国文联十一大、中国作协十大开幕式上指出，新时代新征程是当代中国文艺的历史方位，要求文艺工作者紧跟时代步伐，从时代的脉搏中感悟艺术的脉动，把文艺创造写到民族复兴的历史上、写在人民奋斗的征程中。我们要深入学习领会习近平总书记的重要论述，以高度的政治责任感，以抓好“我们的新时代”迎接党的二十大主题精品创作的实际行动，践行电视剧工作的时代使命。

围绕迎接党的二十大，总局重点关注了十几个重点项目。今天会议讨论的4部剧，就是去年以来，总局按照“找准选题、讲好故事、拍出精品”重要要求，主动谋划策划、大力推动的重点项目。同时，各省区市也在积极谋划推进一批主题作品，总局密切

跟踪、关注指导的有《大运之河》《胡同》《城中之城》《梦想城》《底线》等。目前，这些作品都在紧张的剧本创作和摄制筹备阶段。

在推进这些重点项目创作过程中，一要始终胸怀时代大势，深刻认识伟大的新时代。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央团结带领全党全军全国各族人民，不断书写经济快速发展和社会长期稳定的奇迹，中国特色社会主义进入新时代。我们要深刻理解新时代之所以取得历史性成就、发生历史性变革的历史逻辑、理论逻辑、实践逻辑，深刻领悟“两个确立”的决定性意义。要深刻认识到，新时代标注了当代中国文艺的历史方位，新时代为电视剧创作提供了前所未有的广阔舞台。我们必须提高政治站位，聚焦民族复兴的时代主题，更好地从政治的、全局的高度把握主题作品创作的方向和主旨。

二要担当时代之责，深情书写伟大的新时代。身处新时代，文艺创作者应倍感荣幸、倍加珍惜。要立足新时代、放眼新时代，从伟大之时代中挖掘创造，用精品力作描绘时代之伟大，生动讲述这十年党和国家的新变化、新面貌、新气象，努力做到不负历史、不负时代。主题作品创作要从时代之变、中国之进、人民之呼中提炼主题、萃取题材，着力选好视角和切入点，生动展现十年来习近平总书记掌舵领航、新思想科学指引、新时代创造历史伟业，以艺术之笔绘就新的史诗之作。回顾这些年的主题电视剧创作，以小切口反映大主题、小人物折射大时代、小故事讲述大道理是一条好用管用的重

要经验。这些，都可以积极借鉴。

三要凝炼时代精神，深度阐释伟大的新时代。一个时代有一个时代的精神，一个时代有一个时代的文艺。新时代的文艺精品，必须是凝聚时代精神、反映时代气象的铸魂之作。主题电视剧创作，要坚持以文弘业、以文培元、以文立心、以文铸魂，满怀深情、饱蘸笔墨描绘我们这个时代的精神图谱，反映中华民族的千年巨变，揭示百年中国的人间正道，弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，弘扬伟大建党精神，全方位、全景式、深层次展现新时代的精神气象，彰显电视剧工作的时代价值。总之，希望大家不断深化思想认识，知时代使命、担时代责任，汇集精兵强将，在作品的思想内涵、艺术品质、制作水平上精雕细琢、精益求精，用主题精品力作唱响昂扬向上的时代主旋律。

二、坚守人民立场，永葆人民情怀，坚持以人民为中心的创作导向，用心用情用力书写生生不息的人民史诗

习近平总书记指出，人民是文艺之母，文学艺术的成长离不开人民的滋养。主题电视剧创作，要高度自觉从这十年人民的生活实践中汲取题材、思想、情节、语言和诗情画意，从人民创造历史的奋发精神中获得文化哺育和艺术灵感，始终把焦点对准人民的喜怒哀乐、创新创造、美好期待，彰显新时代中国人民的奋斗之志、创造之力、发展之果，真正落实好、体现好以人民为中心的创作导向。

一要努力塑造体现艺术高度和人文温

度的经典艺术形象。文学艺术以形象取胜。感动观众、获得亚广联大奖的《在一起》之所以脱颖而出，就在于创作者用真实的艺术手法塑造了医生、护士、快递小哥、社区工作者等一大批平凡的人民英雄形象，谱写一曲荡气回肠的人民史诗。获得白玉兰大奖、广受好评的《山海情》之所以成功破圈，就在于创作者用情理交融、入眼入心的扶贫故事，塑造了一群可亲可爱又可敬的涌泉村村民形象，打动了观众。做好主题作品创作，就要让人民始终处于叙事的核心、舞台的中央、镜头的焦点，塑造出更多吸引人、感染人、打动人的艺术形象，为时代留下令人难忘的艺术经典。

二要在扎根生活中倾听群众呼声、滋养创作灵感。把握好文艺和人民的关系，必须保持谦虚谨慎的创作态度和求真务实的创作理念，必须始终如一地坚持下生活、到群众中去。到群众中去，决不是简单的走走看看，一定要饱含真挚热烈的人民情怀，从人间烟火中捕捉故事灵感，从火热生活里发掘审美价值。要牢记人民是真实的、具体的、多样的，不能高高在上、不能脱离生活，甚至以虚构的想象来揣测、臆造甚至调侃人民群众。要善于发现蕴藏在群众生活中的大美大爱，不断发掘更多代表时代精神的新现象新人物。

三要把人民满不满意作为衡量作品成败优劣的最终标准。主题作品创作，要提前站在观众的角度思考和推进，按照历史的、人民的、艺术的、美学的评判标准，在思想传递、价值呈现、人物塑造、情节设计上，充分倾听群众的声音和意见，把自己的思想倾

向和情感同人民融为一体，真正做到作品为人民发声、为人民放歌、为人民喜爱。

三、坚持守正创新，以礼敬之心、竞胜之心不断自我突破和超越，大力开拓主题精品创作新境界

习近平总书记强调，要坚持守正创新，要有学习前人的礼敬之心，更要有超越前人的竞胜之心，增强自我突破的勇气。我们在推进主题作品创作中，要深刻理解、认真落实习近平总书记的这些重要要求，在守正创新上不断实现新作为、焕发新气象，坚持创造性转化、创新性发展，努力推出无愧于我们这个伟大民族、伟大时代的作品。

一要坚定历史自信、文化自信。求木之长者必固其根本，欲流之远者必浚其源泉。习近平总书记指出，一百年来，党领导文艺战线不断探索、实践，走出了一条以马克思主义为指导、符合中国国情和文化传统、高扬人民性的文艺发展道路，为我国文艺繁荣发展指明了前进方向。中华优秀传统文化是文艺创新的重要源泉，革命文化和社会主义先进文化在发展中积累的宝贵经验、优良传统，是新时代文艺创新创造发展的精神宝库。我们的主题创作必须坚定文化自信、坚守中华文化立场，赓续文化基因、提炼思想精华、展现文艺魅力。

二要注重博采众长、融会贯通。主题作品创作既要坚持原创独创，也要注重触类旁通，吸收不同艺术门类、不同国家区域的优秀艺术作品的成功经验和有益做法，同时避免生搬硬套，坚持以我为主、为我所用，实现更加具有突破性和超越性的创新。

三要推动科技与艺术的融合。科技创新为当代文艺创新提供了巨大力量，主题作品创作要结合实际，积极探索两者融合并举。近期热播的冬奥题材剧《超越》，不仅在题材内容上敢于尝鲜，也大胆使用了大量新技术，通过呈现新的视听享受增进情感共鸣。我们要主动应对科技进步带来的新机遇新挑战，正确运用新的技术、新的手段，激发创意灵感，丰富艺术表达和渲染方式，提高创作质量，拓展传播空间。

四、强化指挥协调和服务保障，确保如期推出高质量的作品

时间紧、任务重、难度大、要求高，是主题电视剧创作经常遇到的情况。打攻坚战、啃硬骨头，既要充分尊重艺术创作规律和传播规律、激发广大艺术家的创作热情，也要充分调动多方面、各部门的积极性。

“千淘万漉虽辛苦，吹尽狂沙始到金。”我们要充分发挥主题创作“全国一盘棋”、集中力量办大事的优势，凝心聚力、攻坚克难，实现工作进度和作品质量相统一。

一要强化创作指导。推动主题创作的各有关部门和单位，一把手要亲自挂帅，分管领导要压到一线、靠前指挥，配备精干力量、设立工作专班，倒排工期、挂图作战，积极回应、主动解决主创团队遇到的困难，充分做好释疑解惑和把关定向的工作。

二要加大统筹协调力度。主题创作的题材、内容涉及面较广，有的还需要协调相关行业主管部门。要提前制定预案，需要征求意见的要尽早尽快征求，需要协调支持的要抓紧沟通协商，确保创作拍摄、审查播出、

宣传评论全流程各环节能够顺利推进。

三要精选主要角色演员。要注重德艺双馨、以德为先，以演技和角色匹配度为标准，选优配强主要演员，提倡多用“小戏骨”“老戏骨”，避免“唯流量”倾向。各个主题作品项目都要在精挑细选好导演、好编剧、好演员上下功夫，进一步强化主题创作的示范引领作用，推动行业风气持续向好。

四要把握好宣传基调。在创作拍摄阶段要坚持多做少说，把精力放在创作上、放在精品打造上，避免市场炒作。在宣发播出阶段要精心组织谋划，实事求是、客观准确，注重网上网下结合，融合推介传播，尤其要注重用年轻人熟悉的传播方式向青年观众推介，努力做到主旋律有高频率、正能量有大流量。

各个主创团队在推进创作生产中有什么好的思路想法、遇到了什么困难问题，可以随时和总局相关部门沟通，大家共同解决、共同推进。

同志们！习近平总书记指出，新时代需要文艺高峰，也完全能够铸就文艺高峰。这是动员令，也是任务书。我们要深入学习贯彻习近平总书记关于文艺工作的重要论述，击鼓催征、奋楫扬帆，努力打造经得起历史和人民检验的新时代精品力作，以优异成绩迎接党的二十大胜利召开。

（作者系中央宣传部副部长，国家广播电视总局党组书记、局长）

《傲椒的湘菜》专家研讨会： 做优一桌湖南饭 讲好湖南故事

4月2日，美食人文类纪录片《傲椒的湘菜》专家研讨会在长沙举行。中共湖南省委宣传部常务副部长蒋祖烜，湖南广播影视集团有限公司（台）党委书记、董事长张华立出席。集团公司（台）党委副书记、总经理、台长、总编辑龚政文主持研讨会。集团公司（台）党委委员、副总经理、副台长徐蓉，省商务厅二级巡视员王峰出席并发言。

湖南省餐饮协会、湘菜大师代表、湘菜学者和创业者代表，湖南卫视、芒果超媒、

金鹰纪实频道、集团公司（台）宣管部主要负责人和《傲椒的湘菜》主创团队代表、媒体记者齐聚一堂，围绕《傲椒的湘菜》创制与传播等方面展开热烈探讨与专业解析。

《傲椒的湘菜》由湖南卫视、湖南时代华影文化传媒联合出品，于2021年2月7日起在湖南卫视、芒果TV首播，并于今年3月9日重播。该片共12集，以湘菜为桥，通过直观鲜活、朴实生动的拍摄手法，串起美食与其背后的湘人故事，展现勤劳肯干的湖湘儿女锐意创新的探索精神，激发湖湘儿女记忆



中的家乡味道。同时，该片以湘菜为文化品牌，为观众生动展现湖南地区的风土人情与地域文化，解读一道道美食背后的文化意蕴与丰富内涵。

开播以来，该片获社会各界广泛好评：国家广电总局《2021年度收视分析报告》表示，《傲椒的湘菜》在黄金档纪录片中收视排名年度第二；新华社、人民网、光明网等主流媒体多次点赞；超2500个新媒体号深度报道；微博主话题阅读量超1.5亿；芒果TV播放量超2300万，抖音总播放量近5600万。此外，该片同步销售至央视及新加坡StarHub电视台播出，让更多观众了解湖湘文化和中华文明，充分感受中国美食文化的博大精深与历久弥新。

始于湘味，归于湘人

《傲椒的湘菜》实力破圈

研讨会上，与会领导、专家均对《傲椒的湘菜》所传达出的主题立意、湖湘精神、匠人品格及对湘菜行业发展的指导意义、艺术价值和探索给予了高度评价。

蒋祖焯说，在春天这个万物复苏的季节召开《傲椒的湘菜》研讨会，恰逢省委省政府提出大力发展农业产业、壮大农业产业链战略的重要节点，预示着湘菜产业将迎来发展的春天。作为一名普通观众，我被《傲椒的湘菜》所吸引，这是一部有味道的纪录片，带着地域的热爱、亲切感、接近性，有热情、有激情，更有故事和人物。它拍足了湖南的味道，津津有

味，恨不得参与其中；讲活了湘厨的故事，让厨师英雄亮相前台，展现他们的喜怒哀乐，悲欢离合；彰显了湘辣的精神，辣椒是湘菜的灵魂，也是湖南人的气质，自带开疆拓土的精神。这部纪录片是红彤彤的，湖南人的故事和精神都在里面。湘菜和广电湘军是湖南的知名品牌，希望两大品牌以此次成功握手为契机，强强联合，为湘菜的未来插上腾飞的翅膀。

张华立表示，美食既是文化冲突的重要载体，也是文化融合的重要历史表现，纪录片《傲椒的湘菜》的成功给了湖南广电重要启示，讲好中国故事，讲好湖南故事，美食是一个重要方向，大有可为。希望《傲椒的湘菜》创制团队认真研究传播对象，大胆探索全新叙事方式，使其更具戏剧张力，传播辐射更广人群。期待第二季《傲椒的湘菜》在第一季成功基础上，在叙事方式、影像风格和传播对象研究方面更上一个层次。当前，湖南广电正在紧张策划《做优一桌湖南饭》，希望专家学者们多为这一项目贡献智慧力量。

龚政文认为，该片从湘菜切入，围绕湘菜及湖湘美食的厨师、创业者、研发者、种植者，展开湘菜与人、湘菜与地域、湘菜与时代的丰富关联，深度挖掘饮食之道背后更有价值与韵味的湖湘故事、湖湘精神，充分展现了湖南人敢为人先的傲骨与湘菜的傲娇，精彩的影像语言、特别接地气的故事表达、深沉的人文情怀和强烈的时代性，是这部纪录片的独特之处，因而播出后受到广泛的好评。

徐蓉表示，听完各位湘菜大师、专家发言，深受鼓舞和启发。湖南广电将聚焦“做优一桌湖南饭”的主题，用新闻片、直播、纪录片、短视频等方式，讲好湖南故事，展现湖南特色农业产业发展，助力湘菜、湘米、湘茶、湘果的大整合。

王峰高度肯定湖南卫视及主创团队。他说，《傲椒的湘菜》通过美食串联了人物故事，探寻了湘菜的精髓和品质，为湘菜品牌化、产业化、连锁化、国际化做出了贡献。

湖南省餐饮协会会长刘国初认为，湘菜产业近年蓬勃发展离不开湖南媒体的宣传和湘厨终守一生的奉献。希望《傲椒的湘菜》继续传承“湘菜之根”，挖掘湖南特色食材，推动上游产业经济发展。

三年磨一剑

让湖湘美食插上文化的翅膀

湘菜历史文化深远厚重，各地名菜名人值得记录的故事数不胜数。如何才能反映出湖湘文化丰盈的生命力和特有的“傲椒”感？主创人员分享了创制心得。

湖南卫视党委书记、总监宋点：这档温暖且饱含湖南味的节目，给全国观众带来一些精神慰藉。这不仅是湖南卫视充满青春活力、不断创新的体现，也是湖南卫视作为党媒的使命担当——以实际行动传承发展好湖湘文化、讲好有温度的湖湘故事。

金鹰纪实频道总监章红伟：作为纪录片从业者，将中国饮食文化通过镜头语言传承下来是非常有仪式感和自豪感的。

导演欧大明：反复推敲镜头语言、设计好每一帧画面，是《傲椒的湘菜》令观众回

味、动容的关键所在。

湘菜泰斗、非遗传承人王墨泉和许菊云认为，该片有历史、有传承、有创新、有发展，宣传了很多湘菜新人，令人很欣慰。拍摄该片是宣传、推广和传承湘菜的契机，创制者花了很多心血和工夫。

参与该片立项、拍摄和后期的中国烹饪大师罗继湘，高度认可媒体在湘菜推广中的作用。他表示，湘菜出湘，尤其是湘菜的“一县一品一特”必须有媒体的支持，才能实现。

湘菜学者、美食专栏作家、长沙民俗研究学者任大猛说，《傲椒的湘菜》选题巧妙、平台优质、团队专业，和湘菜一样非常接地气、聚人气、有底气。

广电湘军、湘菜从业者强强联合

中华民族有近5000年的文化历史，饮食文化璀璨绵长。《傲椒的湘菜》通过巧妙的叙事将湘菜文化与受众情怀相勾连，展现湘人千百年来生存智慧，弘扬湖湘饮食文化，助力湘菜产业发展。它的热播，为湘菜成功“走出去”和“全球化表达”积累了宝贵经验。与会人员也对湖湘文化和湘菜今后的发展寄予了新期待，通过做优“一桌湖南饭”，充分利用湖南农产品和湘菜优势，进一步提升湖南农产品的美誉度、优良度和附加值，希望媒体湘军和湘菜从业者强强联手，共同协力，为全面建设社会主义现代化新湖南贡献力量。

（供稿：湖南卫视）

编辑/肖清

《重中之重》开机： 主流叙事与工业美学的双向“破题”

江来

迎接党的二十大主题宣传，无疑是2022年广播电视和影视内容行业的工作重点。3月初，国家广播电视总局召开“迎接党的二十大”主题电视剧重点项目推进会，四部重点剧目揭开面纱。其中，由湖南广播影视集团出品、金色光芒摄制出品的《重中之重》已正式开机，这也是重点主题剧中首部启动拍摄的作品。

从题材上看，这是近年来新主流题材电视剧中少有的重工题材，在产业结构调整和产业升级背景之下，凝聚中国智造、中国力量和中国精神的工业题材创作正当其时。

《重中之重》聚焦智能时代浪潮下亟待转型的重工业，以及陷入困顿谋求出路的新时代新工人。面临困局，他们在如何探索新时代人与技术的新型关系，工厂、工业协调可持续发展的“重中之重”究竟是什么，成为剧集所反映的新工业故事的核心。

湖南硬名片与软名片的强强联动

主流叙事再破局

《重中之重》将重工业作为观照对象，将视线锚定在装备制造业，其选题立意近年来的主流题材中极具创新性。故事以2016年工程装备行业跌入寒冬为起点，以国企麓山重工为剖面，通过企业家、科学家、技术工人的坚守与突破，展示新时代中国工程机

械行业的高质量发展之路。

相比其他行业，反映重工企业改革的主流影视精品在当下十分稀缺。然而，民族企业的自主创新历程和工业演进史中蕴含着丰富的精神宝藏，值得被记录、被表现、被精读。所以，《重中之重》不仅是对近几年主流现实蓝海题材的创新挖掘和缺口填补，更是对湖南打造先进制造业高地战略的强有力呼应。

作为湖南的硬名片，“装备湘军”已经挺起了湖南工业的脊梁；作为湖南的软名片，流淌着改革创新基因的“电视湘军”亦是中国电视和文化产业的生力军。此次，《重中之重》将装备制造业和文化传媒业这两张名片首度合璧一处，旨在描绘新时代湖南的恢弘气象。

题材虽“重”，但落地“轻”。通过以卫丞为代表的科研尖刀、以方锐舟为代表的民族企业家、以金燕子为代表的技术工人，《重中之重》将宏大叙事与底层视角、高层故事与生产一线、工业美学和现实生活相结合，由此透视时代漩涡中两代重工人的改革雄心，传递新时代“咱们工人有力量更有知识”的主题。

剧集将全景式描绘产业工人、企业家、科学家等组成的从业者群像，以接地气的表达，折射民族工业从低谷走向巅峰的突围历



程，展现新工业文化和工业产业之美，传播当代企业家精神、科学家精神和工匠精神，从而给观众带去关于中国经济腾飞的更多启发与思考。

主题剧对工业美学的全新探索

现实主义创作描摹新工业时代

近年来，工业题材的影视精品愈发稀缺，专业性过强、难以落地呈现，陌生化体验过强、难以与非从业者观众形成共鸣，是亟待破解的创作难点。而破解困局的要点，就在于强化代入感，以烟火气的生活、普通人的喜怒哀乐，形成更落地、更生动的表达，以小切口反映宏大命题，凸显人在工业洪流中的挣扎、成长、信念。

《重中之重》正是在充分遵循创作规

律的基础上，通过对新时代工业观、人机观的思考，竭力对类型叙事、工业美学有所突破，并以此回应时代变迁下，技术、机器与人的关系之演变，以前瞻性眼光呈现产业工人群像与高精尖技术的对话，带领观众重新深入理解新工业时代的工厂、机器、工人。

在视听呈现上，《重中之重》也极力对传统工业美学实现突破和延伸，以更具想象力和未来感的影像语言，拉近观众与这些大国重器的距离。

《重中之重》对工业新美学风格的全新升维探索，或将呈现出工业题材不同以往的风格化表达，成为这部近来少有的现代工业美学结合现实主义创作剧作的一大亮点。而艺术表达上，则结合历时性与共时性，以当代视角观照装备制造制造业发展的瓶颈与转型，

直面智能化时代的重工业升级问题，将产业工人进化、工匠精神传承与高精尖技术创新的复杂关系细腻阐释。

现实主义创作的关键在于既做到精准还原社会生活和行业真实面貌，又有适当的艺术想象，叙事鲜活生动，情感饱满真挚，引人共情。而精准戳中所观照行业痛点的基础是，对行业生产一线的深入观察和走访。

《重中之重》主创团队便在前期的采访、调研上深耕良久。去年7月以来，金色光芒组织创作支持小组奔赴相关企业开展了为期三个月的三轮采风，收集整理素材近百万字。编剧王成刚几易其稿，力图以细微窥高远，生动凝练展现装备制造业发展过程中的现实问题与突围路径，以及智能化5.0新工业时代的新面貌。

口碑主流题材剧班底操刀

重点剧目×强劲配置品质可期

除题材、视角和工业美学的突破创新外，《重中之重》令人充满期待的原因在于主创班底的高配置。湖南广播影视集团有限公司（台）作为出品方，对这部“迎接二十大”重点剧目的创制高度重视，将《重中之重》列为集团公司（台）迎接二十大、谱写“奋进新时代洪波曲”的重点项目，湖南卫视、芒果TV双平台也已采用版权预购模式落实播出。

近几年，湖南广电在各个重大宣传节点创作展播期均有系统谋划和全方位内容布局，无论是全面打赢脱贫攻坚战收官之年的“扶贫三部曲”，还是纪念建党百年的《百炼成钢》《理想照耀中国》，既能摸准时代脉搏、展现主流媒体的担当，又总能在叙事话语、艺术形态等方面实现突破性探索。

主创方面，《重中之重》从编、导到演员阵容均为业内高配。总导演毛卫宁、编剧王成刚、导演张彤均为湖南广电建党百年重点剧目《百炼成钢》原班主创力量，对主流题材的驾驭和创新能力已得到业界一致认可。毛卫宁导演曾斩获飞天奖、白玉兰奖等多项大奖，张彤导演通过《你是我的城池营垒》等热播剧展露了细腻的情感把控能力，编剧王成刚近几年执笔了多部主旋律佳作，作品中表达的家国情怀被年轻观众接收和点赞，幕后班底令人放心。

主演阵容中，杨烁近几年在《大江大河》《绿水青山带笑颜》等主流题材精品剧中塑造了多个经典角色，将时代浪潮下自强不息、改革创新的创业青年塑造得深入人心。老戏骨侯勇曾多次获华表奖、金鹰奖等权威大奖，此次继《人民的名义》后再度加盟重磅主题剧，其表现值得期待。焦俊艳、颖儿、夏德俊三位“中生代”青年演员也都在剧中扛起重磅角色，共铸大剧。

另外，田小洁、岳红、刘威、范明、王迅、丁柳元、于洋、任正斌、李洪涛、李强、沈浩、石洁茹等多位实力演员均已加盟《重中之重》，老中青三代演技派演员悉心合作，令人对剧集更添期待。

以现实主义手法聚焦稀缺重工题材、描绘企业改革画卷、传递工业力量，从对机器的创新呈现，对技术、机器与人新型关系的探讨，到对工人的精神面貌和情感世界的关怀，《重中之重》的工业题材创作探索，或将成为“迎接二十大”主题展播中的一抹亮色。

（来源：看电视）

编辑/肖清

《送你一朵格桑花》 以融合性思维，开掘专题片的影响边界

胡言

或许提及文艺作品，更多的人脱口而出的是剧集、综艺、纪录片、国漫、电影等内容类型，但还有一种类型不仅数量众多，还有着极大的社会影响力，那便是由众多主流媒体进行供给的重要门类——新闻专题片。而由国家广播电视总局每季度进行评选的优秀新闻作品，恰是我们观察新闻专题片领域创新路径的风向标。

近日，国家广播电视总局组织业内专家及广播电视采编一线代表对2021年第四季度优秀广播电视新闻作品进行了评审。湖南广播电视台制作的《送你一朵格桑花》从全国选送的180件新闻作品中脱颖而出，获评国家广播电视总局2021年第四季度优秀新闻作品。

在笔者看来，《送你一朵格桑花》是一部在各个维度都尝试突破的诚意之作。

机制层面，它集平台合力。《送你一朵格桑花》由湖南广播电视台新闻中心《新闻大求真》栏目与西藏广播电视台《邦锦梅朵》栏目共同制作。这两个省级媒体首次联合制作新闻专题节目，亦加深了湘藏情谊。

渠道层面，它融合多屏。除传统电视大屏播出外，节目还在湖南广电新媒体平台「风芒」同步推出，大屏小屏的互动传播帮助节目实现了一定程度的破圈，首播网络点击量超过100万，用户好评如潮。

更重要的是，在内容层面，《送你一

朵格桑花》打破了惯常专题片的单一形式，在宏大主题之下进行精巧的结构设计，并极为大胆地将不同的内容形式融为一体。这无疑为未来的新闻专题片勾勒了一条可借鉴的创新思路：以融合性的思维，去发掘影像的力量。

融合纪实、人文与科普

专题片也可以不走「寻常路」

如果依据风格进行划分，我们可以将新闻专题片分为纪实性专题片、写意性专题片和写意与写实综合的电视专题片。写意与写实相结合的融合性思维本就存在于新闻专题片领域，但《送你一朵格桑花》可谓「多走一步」：在每期20分钟的节目体量里，《送你一朵格桑花》融合了纪实、人文、科普三个板块。不同的内容，承载着不同的功能，概而言之，科普是点，纪实是线，而人文是面。

创意的科普内容是融合科学知识、地方元素与「中国梦」主题的「点」。

《送你一朵格桑花》每期节目都有一个必备环节——科学实验。在玉麦乡，主持人一诺与索朗央金化身「科学老师」，利用凸透镜原理将孩子们的画制作成了简易的电影。在这部简单的《玉麦故事》里，孩子们用自己的画笔描绘了玉麦乡发生的巨变，让「家是玉麦，国是中国」背后所蕴含的情感

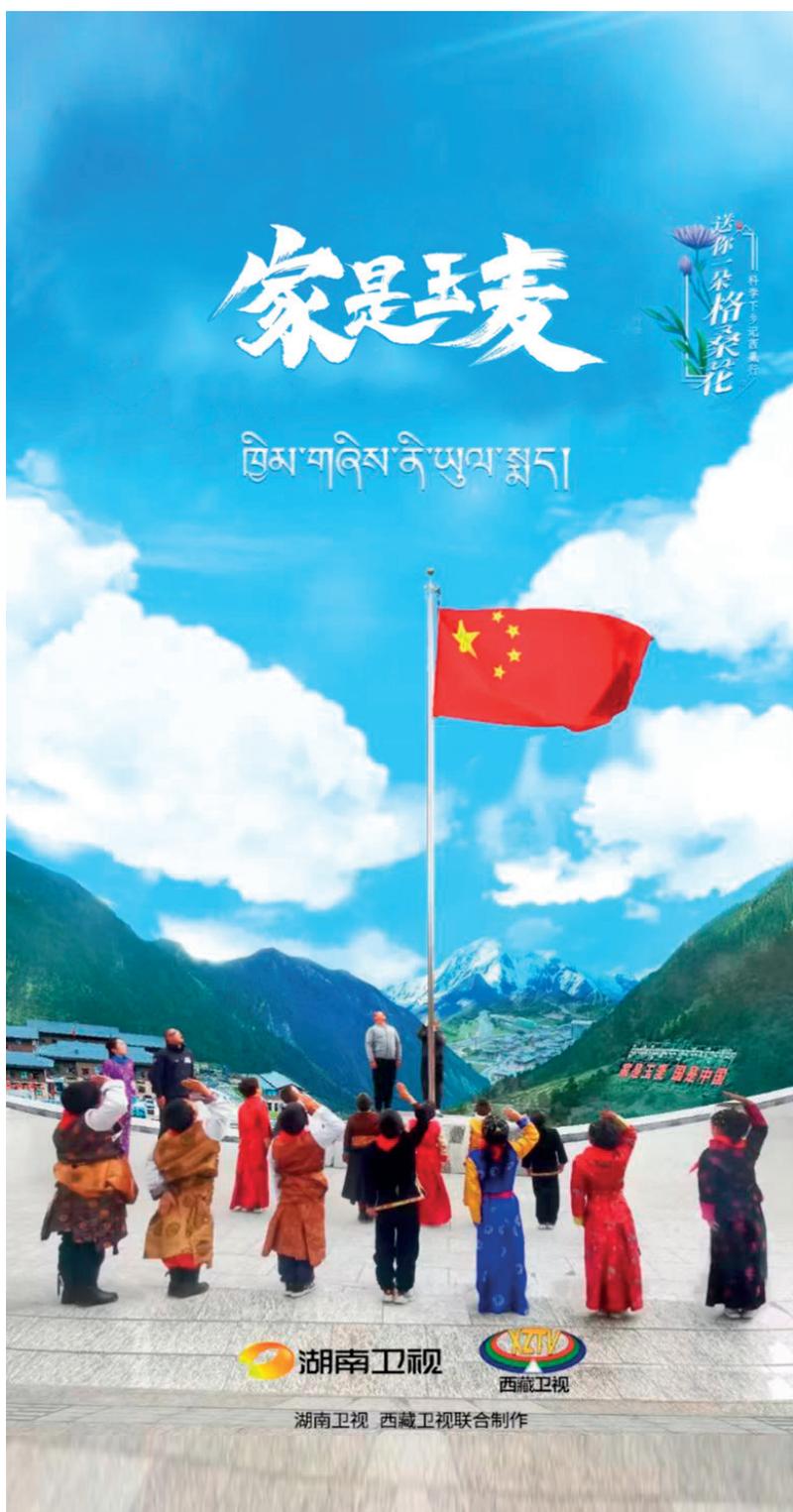
显得格外真挚。在墨脱县，一诺又带孩子们利用互承结构原理，用冰棒棍搭建出可承重6600克的简易「桥梁」，而实验所呼应的恰是几代墨脱人民修建墨脱公路、摆脱「高原孤岛」的历史。

在《送你一朵格桑花》中，每一个实验都是科学知识点与当地元素的有机融合，既呼应了节目的立意——「将科学送给最远方的孩子」，更与美好「中国梦」的主题实现了无缝衔接，浑然一体。

纪录片式的纪实元素，是勾勒西藏发生翻天覆地改变的「线」。

《送你一朵格桑花》有意选择了西藏山南、日喀则、林芝、阿里等八所边疆小学作为拍摄点，每期主持人从湖南抵达西藏边远地区小学的过程，犹如一根有迹可循的节目线索。跟随主持人的视角，观众看到了当地村民住进了崭新的楼房，穿着充满民族风情的服饰，它们共同与青藏高原壮美的风景融为一体，犹如一台对准西藏社会行走的摄像机。观众跟随镜头，看到了美丽绚烂的格桑花；看到了「苹果之乡」载歌载舞的丰收节景象；看到了山区学校也能为孩子们提供三菜一汤，保证孩子的饮食营养；看到了足球在遥远边陲的墨脱已经扎下了根……

而这些记录当下的镜头，又与历史产生了深刻的勾连。我们看到了西藏和平解放70年来，村民们的住宅经历了「五代房」的变迁：从洞穴、土坯房、土木房、砖石房再到如今的两层独家小院，反映了村民生活日新月异的变化。我们还看到了越来越多的家长改变了教育子女的观念，都愿意把孩子送到学校就读。这些边远地区的小学，学生的辍学率也为0%。这些画面所带来的震撼与感染力无疑在告诉世人，如今的西藏是一个充满爱与希望的新时代高原。





浓烈真挚的人文情怀，则是描绘西藏各地人民扎根边疆、建设边疆、共筑美好生活的「面」。

展现自然环境与社会变迁之外，《送你一朵格桑花》还生动刻画了一幅新时代「边塞人」群像：立志在边远地区教书育人的札达县楚鲁松杰乡教学点校长达娃仓决，在珠峰观测站工作8年、为孩子们传递科学知识的观测站主管席振华，带着女儿卓嘎、央宗始终坚守在玉麦的第一任乡长桑杰曲巴，守边十余年的牧民以及来自西藏各个区域的孩子们。无论是他们坚定的眼神，还是孩子们脸上自信、灿烂的笑容，都让观众最直接地感受到了西藏纯朴的民风与人文魅力。

科普是点，纪实是线，人文是面，点线面相结合的内容体系让《送你一朵格桑花》展现了「千里雪域边陲，一座座小康村点亮边境线」的动人画面，形象生动地讲述了一个个「民族团结一家亲，同心共筑中国梦」的感人故事。如此真诚的内容，更是让众多网友不吝赞美：「节目立意很棒，爱国巡边、脱贫致富、传播科学，爱国爱疆爱科学就要从娃娃抓起！」「节目很有意义，让更多不熟悉边境乡镇的人了解那里的生活、

教学条件、风土人情。」「节目很感人。」「就连参与节目的主持人、老师、学生、当地居民都看哭了。」

融合代际、地域与家国

交织叙事结构铸就价值传播力

考验新闻专题片的另一个标准是生动。对于许多新闻专题片而言，它们往往不缺格局与视野，缺的是如何有效地实现以小见大，真正让专题片具备更广泛的价值传播力。就拿《送你一朵格桑花》来说，不论是「富民强边」「科教兴国」还是「民族团结」，每一个都是国家的重大战略方向，每一个都值得用巨大的篇幅去讲述。如何将如此宏大的主题转变为广大观众共情式的感知，这恰恰需要创作者的智慧。对此，《送你一朵格桑花》节目组进行了精心的结构设计，呈现于观众眼前的专题片是一个交织型的叙事结构。

第一层，是代与代。代与代，立足于人的视角。节目巧妙选取「边三代」这一人物群体，将西藏边境的历史变化和爱国守边的精神相结合。年仅8岁的旦增片多与桑杰曲巴的精神传承就是一个极好的例子。作为玉麦乡的「守四代」，开口「我可是老玉麦」的旦增片多在其可爱的外表下，潜藏着对家乡的无限热爱，而始终激励她的正是玉麦乡第一任乡长桑杰曲巴。小旦增片多一直有一个心愿，她希望长大后成为一名讲解员，用自己的方式讲述桑杰曲巴乃至这一代玉麦人的故事。由此，玉麦成了观察西藏社会发生翻天覆地变化的一个缩影：西藏的发展既离不开国家及各地区的持续帮扶，同样离不开像「玉麦精神」一样的精神力量在一代又一代

人之间的延绵赓续。

第二层，是藏与湘。藏与湘，立足于地域视角。2021年是西藏和平解放70周年，也是湖南对口援藏的第27年。因此在这个特别的时间节点，《送你一朵格桑花》无疑成为了两个地域之间深厚情谊的象征与结晶。每期节目的两位主持人便分别来自湖南卫视与西藏卫视。跟随他们的旅程，观众了解到27年来湖南省共投入20多亿元，派出1000多名援藏干部，帮助这里的村民盖上了全新的楼房，为众多边境山村修建了小学，让孩子们能够更加便利地接受义务教育，为西藏的「富民强边」做出了突出贡献。西藏与湖南两地人民结下的深厚情谊，通过《送你一朵格桑花》的广泛传播得到了更好的巩固。

第三层，是家与国。家国一体的理念传承，无疑是贯穿《送你一朵格桑花》的价值主线。在萨嘎县昌果乡，身为守边牧民的女儿，年幼的曲宗与桑姆袒露了自己的心愿：「我很想坐在他的摩托车上，去他一直守护的地方看一看」；而身为昌果边境派出所护边联防队队长的石觉塔布，也表达了自己对孩子们的期许：「边境的孩子就是我们的未来，我们现在守边，希望孩子们以后也能加入到我们的队伍中来，自己祖国的领土，自己来守护」。正是这样的精神传承，才使得「边境稳定繁荣，祖国欣欣向荣」变成了美好的现实。

值得一提的是，节目组也致力于将《送你一朵格桑花》中所呈现的家国情怀与时代巨变实现更为广阔的国际传播。节目播出后，《送你一朵格桑花》不断加大海外宣传力度，在Twitter、Facebook、Instagram、YouTube等海外社交平台刊发节目视频及推

文，反响良好。推特推文单条关注一小时超过500+，累计关注破万。

在当前复杂的国际舆论环境里，《送你一朵格桑花》积极向世界展示了我国的边疆美景，展示了西藏人民爱国戍边、扎根祖国边疆的高尚情怀及民族友好团结的美好景象，提高了主旋律频率，放大了主旋律声量，向世界展现了西藏和平解放70周年的翻天覆地，见证了中央治藏方略的巨大成功，在国际舆论场具有非常积极的意义。玉麦乡小学孩子们期望自己制作的《玉麦故事》被全世界看到的愿望，也从一个看似遥远的理想变成了触手可及的现实。

《送你一朵格桑花》的成功，无疑是创作者们不断开拓创新下的结果。但除此之外，笔者想谈的是电视人的价值坚守。

创作《送你一朵格桑花》的《新闻大求真》是一个迄今已逾十年的长青节目。作为一档深受中国青少年喜爱的科普栏目，《新闻大求真》累计收视观众超过8亿，曾于2017年荣获中国新闻奖一等奖（新闻名专栏奖）；五年才评定一次的「全国科普工作先进集体」荣誉，栏目组就连续两次获奖，2021年被国家科技部、中宣部和中科协联合授予「全国科普工作先进集体」称号。但正是这样一个众多荣誉加身的团队，依然在内容创新的道路上步履不停，不断去开拓新闻专题片的新境界、新可能。正如片中一代代守边人的精神传承，在当下的文娱环境里，行业所需要的不恰恰也是这样的精神传承吗？

（来源：传媒1号）

编辑/肖清



奏响“湖南早稻生产直播三部曲”昂扬旋律 展现湖南扛牢国家粮食安全责任担当

为宣传贯彻落实习近平总书记关于“要保障国家粮食安全，端牢中国人的饭碗”的重要指示精神，按照湖南省委省政府关于做好春耕报道的要求，3月23日上午11:20，由湖南广播影视集团有限公司（台）新闻中心制作的《2022湖南早稻生产直播三部曲之忙春耕》在湖南卫视、风芒APP同步推出，42分钟的直播节目引发强烈反响，广受业界好评。

胸怀国之大者 主题高举高打

“忙春耕”是“湖南早稻生产直播三部曲”的第一部，首次将农业耕作的全过程作为直播对象，以全新的视角向观众呈现当下春播育种黄金时期湖南各地春耕工作的火热场景。

在3月16日的编前会上，集团公司（台）新闻中心提出了“早稻生产直播三部曲”策划，计划推出“忙春耕、赶插秧、抢夏收”三场直播节目，旨在通过直播早稻耕作全过程，展示湖南扛牢国家粮食安全责任担当和藏粮于地、藏粮于技的经验做法。

节目主题高举高打，呼应国家战略，得到了集团公司（台）党委副书记、总经理、台长、

总编辑龚政文的充分肯定和大力支持。他要求选好直播点，通过热气腾腾的春耕现场，生动体现湖南扛牢国家粮食安全责任的担当。集团公司（台）党委委员、副总经理、副台长徐蓉对直播工作进行了调度。新闻中心迅速投入精干力量，由直播通联部牵头，联合联播部、摄像部、制作播出部、风芒团队、制片综合部等，在集团公司（台）技术调度中心的支持下，组建了节目团队，“三部曲”正式拉开序幕！

精心设计流程 题材丰富鲜活

春耕年年有，直播头一遭。这是湖南卫视首次直播春耕活动。根据农事进展，第一场直播以育秧活动为主，要全面体现湖南早稻生产和春耕备耕全貌，就不能每个地方都直播育秧，否则场面雷同单调，节目索然无味。节目团队站在为“保障国家粮食安全做好节目”的高度，一边组织力量到全省各地踩点，并到省农业农村厅调研，一边反复研讨策划，最终确定以全省5个粮食生产重点县市为直播点，每场连线侧重一个与湖南狠抓粮食生产重大举措相关的话题，确保每个直播

点都有鲜活的现场、独特的人物和鲜明的主题。

岳阳县筻口镇直播点以“推广早稻集中早育秧新技术”为主题。吴方记者组在育秧大棚里反复演练直播流程，通过图片呈现等方式，将传统育秧和现代化育秧进行对比。全国十佳农民董敏芳的风采和她的场地早育秧3.0版新技术让人叹为观止。

沅江市草尾镇上码头直播点以“发展智慧农业”为主题。为了丰富节目内容和视觉效果，杨亚玲、孙璞记者组在直播中将精量播种机、多光谱无人机等先进技术与农业生产有机融合的生动画面展现得淋漓尽致，让种田这个古老的行业充满科技范。

衡南县青竹村第三代杂交水稻试验示范基地直播点以“开展良种高产试验”为主题，向星华记者组提前三天就完成了现场机位设置、分镜头设计、道具衔接等工作。他在连线中多次深入育秧水田拍摄，只为呈现“沾泥土、带露珠、冒热气”的生动现场。

桃源县枫树维回乡金凤桥村直播点以“扶持农业规模经营”为主题，设置了万亩水田翻耕和育秧工厂密室催芽两个现场，转场距离较长。鲁超记者组不断优化流程，反复走位，确保节目流畅出彩。当小伙伴们问鲁超“切航拍镜头时在干什么？”他回答“在奔跑”！

祁阳市肖家镇柏树村直播点以“增强耕地地力”为主题，直播千亩紫云英耕地翻耕。王昊旻记者组通过生动的语言和唯美的画面，用“云英不是无情物，化作春泥更藏粮”诠释当地“藏粮于地”的成功经验。

节目团队还邀请省农业农村厅副厅长唐建初作为演播室嘉宾，在每段连线间围绕各场地主题，介绍党中央的粮食生产政策及湖南贯彻落实中央部署的措施和效果，使整个节目有点有面、纲举目张。节目团队还利用AR等技术，将绿油油的秧苗和立体逼真的拖拉机“搬进”演播室，进一步烘托了春耕备耕氛围。

节目结尾的《春光正好！湖南各地忙春耕》宣传片，是节目团队从全省各地上传的数百个镜头素材中精挑细选，配以“洞庭鱼米乡”音乐编辑制作而成。这个宣传片展示了粮食生产的火热场面和田园牧歌的美好意境，被央视农业农村频道多次引用，3月29日全天在频道宣传片《相聚春天里》累计播放4次，3月25日18点在《中国三农报道》作为片尾整片播出。

加强融合传播 放大主流声量

这次直播策划之初，就确定了由湖南卫视、风芒同步推出，实现大小屏联动，进行立体式呈现和传播。

直播前，主创团队提前策划沟通，5路记者用手机剪辑发出新媒体预热短视频，既有直播内容剧透，也有美景新鲜事。直播中，在风芒APP开辟单独页面，开设互动通道，实现与观众线上实时交流。直播中和直播后，挑选精彩内容剪辑成短视频全网分发，当晚湖南卫视《湖南新闻联播》也播出了超4分钟精华版。通过直播前中后的传播，让传统大屏直播有了前期预热引流和后期长尾延伸，实现了小大屏融合联动，达到了多渠道传播、广人群覆盖的目的。

直播得到了直播点当地宣传部门的支持，各县级融媒体中心共投入近百名业务骨干参与，在素材提供、场地协调、人员联络等方面及时补位，出色完成了本次直播工作。

粮食安全是“国之大者”。悠悠万事，吃饭为大。接下来，集团公司（台）还将按照早稻种植的时令季节，陆续推出赶插秧、抢夏收两场直播，展现湖南全省上下春耕氛围日益浓厚的新气象，将“湖南早稻生产直播三部曲”演奏得更加雄浑昂扬！

（供稿：湖南广播电视台新闻中心）

编辑/肖清

4月27日上午，湖南广播影视集团有限公司（台）2022年度“青春扬益”公益广告创制活动正式启动，这是湖南广电第六年举办“青春扬益”公益广告创制活动。集团公司（台）党委副书记、总经理、台长、总编辑龚政文出席并讲话，会议由集团公司（台）党委委员、副总经理、副台长罗伟雄主持，集团公司（台）党委委员、副总经理、副台长徐蓉出席。会上，集团公司（台）领导为获得2021年度“黄河奖”、集团公司（台）公益广告“金芒果奖”的获奖代表颁奖。湖南卫视总编室、湖南卫视《我的超级英雄》创制团队、芒果TV《锐斃青春》创制团队、电视剧频道代表分享了创作经验。



以优质内容构筑有温度的频道公益形象

陈柳言

湖南卫视总编室形象部一直致力于以优质的原创内容构筑青春、向上、有温度的频道公益形象，在2021年度公益广告“金芒果奖”中获得了14个奖项；2019—2021，三年来积极响应总台“青春扬益”公益广告需求，共提交创意方案近70个，共完成公益项目超过50个；先后获国家级奖项超过30个，

其中三年连续斩获黄河奖及抗击疫情专项奖、优秀奖等17个奖项，获多项国家广电总局公益广告作品扶持。我们持续多年在公益广告创作领域取得优秀成绩的原因如下：

一是因为总台和卫视频道给予了比较宽松的创作空间和相对丰富的创作资源。在这一方有着湖南广电人基因的热土上，一颗



一颗美好的公益种子才得以生根发芽、长大成林。

二是因为我们有着非常靠谱的团队。每一个共同奋斗的小伙伴，专业性都很高，既能扛住压力，又敢于拼搏，还能一直保持着热忱的创作激情。

如2021年创作建党百年主题公益广告，时间紧急，拍摄加制作不超过一周。《百年封面，青春特刊》《这是一个怎样的人》两大任务，只能同时开工，团队压力很大。2天内图书馆、消防队、社区、医院、军队、农村等多

场景拍摄，通宵达旦。30多度的高温，穿梭在火场、雨中、山林间，一遍一遍精益求精。被汗水打湿的衣服湿了又干、干了又湿。为了在极短的时间内创作出尽可能好的作品，主创绞尽脑汁，不畏困难，积极应对，最终赶在7月1日关键节点，准时推出两支建党百年主题篇。

又如创作黄河奖+金芒果双料金奖的《八一建军节篇》，主创巧妙从“军装”这一很小的切口还原了中国军人对党对人民的大爱，以“365天每天穿同款”“这身衣服有超能力”为故事原点，讲述了人民子弟兵用一身戎装去历经风浪、永远第一时间迎难而上的家国精神。

再说到《惊喜的订单》，它是卫视公益广告很特别的一类。这个系列从湖南卫视大黄视角出发，主打健康生活、公民道德建设等主题。我们往往会从日常生活细节切入，通过轻松趣味的调性以及独特的CG动画表现形式来贴近年轻人，传播积极向上的公益主题。

正因为有湖南广电优良的创作土壤和专业靠谱的团队伙伴，我们才能连续取得丰硕的成绩。未来，我们将继续铭记主流媒体公益宣传的重要使命，紧抓重点，再接再厉。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/杨佩兴

青春洋溢的“小确幸”

潘瑞芳 罗勇辉

成立于2016年、以90后导演为主体的潘瑞芳团队是湖南卫视公益纪实品牌节目《变形计》的创始小组，基因中就深植着把握时代主题、扎根泥土、贴近真实的创作理念。团队成立的第二年，正逢湖南广电吹起“青春扬益”公益广告大擂台的号角，团队“勿以善小而不为”，打通“大小”，把公益节目的大情怀、操作长视频的大经验，凝练成一支支短小精悍、蕴含大爱的公益广告，收获了满满的“小确幸”。

一、项目小，思想的内涵却不小

湖南广播电视台龚政文台长指出，公益广告创作要坚持“三性”——主题性、创意性、贴近性，始终将对主题的把握作为公益广告创制的首要方面，观照、反映时代趋势、家国大事。获得“黄河奖”金奖的《我的超级英雄》的立意就是呼应“清朗行动”，针对畸形的“饭圈”文化，倡导新时代要追袁隆平、张桂梅那样的正能量新偶像，既回答了时代之问，又符合湖南卫视的平台定位。《年轻人的答案之书》以“十四五”规划出台为背景，在“十四五”规划中寻找个人的发展机会，鼓励当代青年把个人职业、事业发展和祖国的发展进步结合起来，在时代潮流中定位自己的坐标。《让世界听见中国的新时代》选取新时代正能量优秀青年，代表中国向世界发出中国青年的金玉声音。

二、项目小，克服的困难却不小

《我的超级英雄》在制作过程中，长沙疫情又出现了反复，尽管是暑假，本来在长沙选好的

三位小演员的家长们都打起了退堂鼓，不敢送孩子过来拍摄，怎么办？团队导演只好紧急南下广州，在2天之内极限完成了选角、置景、拍摄等全部前期工作。

“十四五”规划宣传片《年轻人的答案之书》展现祖国大有可为的各个领域对年轻人的吸引力，可谓是小成本大制作——螺蛳壳里做道场，最大的困难是既要达到最佳效果又要省钱。在资金紧缺的情况下，节目组首先用方案与诚意，零片酬请来了蔡徐坤等歌手主演，为公益赋能，让公益有传播度；方案里本来有高科技农田、晶片实验室等很多场景，但预算根本不可能支持团队跑遍全国拍实景，于是决定进绿棚。为了演员与后期特效场景能完美融合，前后期部门协同设计每一个镜头，让演员精确走位，有的放矢地做无实物表演……

三、项目小，收获的幸福却不小

从2017年开始参与“青春扬益”公益广告征集，在五年聚沙成塔、集腋成裘、不懈突破的过程中，公益广告的创作擦亮了团队的主旋律公益品牌，台内台外的同类型项目纷纷找上门来；公益广告也磨炼了团队青年导演的创意、操盘和执行能力，平时多打小仗，打起大仗就更加驾轻就熟；公益广告还提升了团队导演的境界格局、家国情怀，让团队导演努力把青年人的所思所想和时代趋势、家国大事融合联结起来，努力让作品的思想性和欣赏性兼具，提升了整个团队的导向意识和思考格局。

（作者单位：湖南卫视）

当“青春”撞上“火种”

《锐焠青春》引发青春价值观的共鸣

温寒

《锐焠青春》是芒果TV平台运营中心的几个年轻人自己首次策划制作的公益宣传片。我们取“锐意”表示意志坚决、勇往直前的本意，又用了四个火的“焠”字做了替换，当“青春”和“火种”两大关键要素碰撞在一起，自然联想到中国革命的“播火者”李大钊先生和他发表在《新青年》杂志上的文章《青春》。开篇使用“人类发现了火，然后不停追寻火的意义”作为整片的引言，“以吾辈青春捍卫青春中国”作为结束语，与先生来一场时空应答。分别用“四把火”作为宣传片的创意表达，从革命的理想之火，到建设的信念之火，再到强国的青春之火，如今点燃新时代初心之火已经传到了我们这一辈人手中，我们用更具个性化的方式表达“逆风不怂，顺风不浪”的态度，呈现当代中国青年的缩影，同时感受到家国情怀和民族大义的升腾，引发青春价值观的共鸣。

我们希望这条宣传片构成一种“大者见义，小者见情”的效果。它融合凝聚了“建党百年”4个阶段的历程和价值体现，让当代青年能够了解共产党的初心和使命，也传递出芒果TV作为湖南广电新媒体，身为党媒的官方发声和态度。同时，《锐



焠青春》也是芒果TV平台2021年第三季度主题宣传片，我们综合考虑了7月“建党百年”以及“青春芒果节”等重大事件，结合了平台将要上线的创新综艺《披荆斩棘的哥哥》，最后确定了以“锐焠青春”为主题创作一条宣传片，突出重大节点，用来传递当下年轻群体热情、浓烈、振奋、外显的爱党爱国精神，能够与当时社会的整体情绪匹配，也可以凸显芒果TV自制内容中要传达的披荆斩棘

精神，以及用优质内容点燃整个盛夏的整体运营理念。我们结合了新媒体传播的一些特质，根据以往的编排运营经验，错峰七一前后各大媒体扎堆上线的时间点，挑选比较有意义的7月23日上线，降低了互联网传播的沉底效应，让视频有更大几率被看到，同时致敬“党的一大”召开。

今年党的二十大将在北京召开，这是党和国家政治生活中的一件大事，芒果TV将以更饱满的热情和态度，洞察年轻态用户群体的喜好，创作更多优质的特色内容，继续展现芒果TV平台在重大主题节点前的高瞻远瞩和不拘一格。

（作者单位：芒果TV）

编辑/杨佩兴

以小见大讲好乡村振兴故事

——《小丽相亲记》创作体会

钟克

我们是一支扎根在生活的公益广告团队，此前我们创制的《运动步数第一名》《中国十二时辰》等优秀广告，分别获得过黄河奖金奖和抗疫评审团特别奖。为什么能获奖，我觉得除了用心用情以外，最重要的是我们一直把视线聚焦在乡村，聚焦在普通百姓的生活中。

去年“青春扬益”中有乡村振兴板块，我们当时就在想，小体量的公益广告怎样阐释这一宏大主题？我们用《小丽相亲记》做了回答。全片通过小丽父母要她回乡相亲串联整个广告，由选择相亲对象，到选择回乡创业，短短一分钟，讲述了三个回乡青年创业的真实故事，既接地气，又诙谐幽默。

“小丽相亲”是这支广告的核心点，是我们团队经过下到乡村大量调研得到的。它有生活的积累，也有大龄女青年愁嫁的现实无奈。剧中剧的设计，末尾的反转，在喜笑颜开的创意对白中，让片子更加有戏剧冲突，增加了喜剧效果。为了保证出品质量，每一个画面，每一个道具，每个场景设计，我们都会精益求精，反复打磨。

电视屏幕很小，但是芒果公益的舞台很大，我们每一颗年轻的心都渴望在这个广袤的空间展翅翱翔！

（作者单位：湖南电视剧频道）

编辑/刘凌



创新报道形成合力 创意节目宣传两会

——湖南广电媒体两会报道出新出彩

王云峰

坚持守正创新，才能讲好湖南故事、放大湖南之声。全国两会期间，湖南广播电视台旗下媒体，推出创意节目，创新报道手法，拓宽传播渠道，坚持移动优先，全媒体覆盖，精心组织策划，精准设置议题，打造舆论声势，有效引导舆论，在“云”上开出“创新”“高效”“融合”之花，以智慧化、互动化点燃了湖南广电全媒体两会报道的活力之火。

推出创意节目。如何让全国两会的声音真正走进寻常百姓家？湖南台各媒体推陈出新，制作了一篇篇有创意接地气的作品。湖南卫视在《我与祖国同行》节目中，连线习近平总书记在湖南考察过的沙洲村，请当地居民对话代表委员，既有群众海采表达心声，也有京湘两地问答，让大家可以畅聊新政策、新变化、新愿景。湖南电台推出“一张来自湖南的声音贺卡”H5动画和视频融媒体报道，通过来自十八洞村、沙洲村村民、山河智能员工等人的一张张声音贺卡，把湖南人民听党话、感党恩、跟党走，奋力谱写新时代发展乐章的决心和信心传播好。湖南广电新闻资讯短视频平台——风芒大胆出新，用“沉浸式情景剧”表达，对两会精神、特别是2022年政府工作报告进行了创意解读。《两会情景剧》以每集两分多钟的微情景剧方式，聚焦政府工作报告中关于

稳岗、双减、普惠托育等民生内容。《报告点点读》以角色体验方式解读《政府工作报告》。主持人童鹤化身为旅游从业者、公司财务、农村养老互助社员工、护士等角色，从《2022支持这些行业挺得住、过难关、有奔头》《小微企业等迎来减税降费政策“大福袋”》等节目中，现场体验、解读报告细节，将枯燥的政策宣讲转化为日常生活场景，精神传达润物有声。风芒还推出阅读量破百万的创意短视频《乘“两会”东风，湖南轨迹2022未完待续……》，以手绘“线条动画+音乐踩点”勾勒湖南过去一年跑过的轨迹，以线及面展现各种成就，如线条化成张吉怀高铁的轨道在飞驰，变为中欧班列的火车在奔跑，跳跃成湘江边最美天际线在闪耀，隆起为马栏山、岳麓山的科技高峰轮廓等，创意十足。

创新报道方式。湖南台各媒体通过云采访，让参会的代表委员与湖南的干部群众，进行良好的互动，注重会内外结合、前后方结合，让全国两会声音和习近平总书记讲话精神在三湘大地落地生根。报道中融入了普通干部群众在云端与代表委员共同学习、交流，形式生动。湖南卫视《湖南新闻联播》在《全国两会云访谈》板块中，代表委员和基层群众围绕“粮食安全”“乡村振兴”等政府工作报告中的热点内容，让基层百姓

与代表委员相遇在“云演播间”里，面对面答疑解惑，畅谈自己的体会。《答复在“云端”》介绍国家发改委与湖南代表团湘全国人大代表举行视频会谈并现场办理和回应的相关情况。活动现场采用“5G+云访谈”模式，充分展示了湖南在高质量发展方面的进展和成就，以及在湘全国人大代表风采。湖南电台《村村响大喇叭》节目打通会内会外，及时反映郴州、邵阳、湘西、衡阳等地干部群众的热切反响，第一时间营造了热议习近平总书记讲话精神的热切氛围。湖南经视《经视新闻》“好好学习”专栏采取“云上直播间”的生动形式，由记者化身学习课代表组织学习讨论话题，让湖南的干部群众与代表、委员面对面，走进“云直播间”，结合自身实际畅谈学习感受，让习近平总书记讲话精神深入到每一个普通老百姓的心中。习近平总书记参加政协农业组社会保障组后，湖南经视采用云连线的方式，采访在现场与总书记面对面的在湘政协委员，将会议现场的点滴故事融入新闻报道中，延伸学习重要讲话精神的深度。《云上大连线 政府工作报告大家读》则聚焦政府工作报告中的关键词和关键数字，通过代表委员视频云采访，结合湖南实际谈变化、谈感受、谈落实，贴近性强。风芒的特别策划《我和“搭档”上两会》则以记者的摄像机、话筒、录音笔等设备器材为第一视角，用拟人的方式，形象生动地传递两会会场内外声音。

拓宽传播渠道。湖南台还注重省内外结合、国内外结合，以及新媒体端与广电端结合、主流新闻节目与地面频道节目结合、省媒与县级融媒体中心结合，进行多渠道、全媒体覆盖。湖南卫视在推特、脸书、照片

墙、优兔等海外社交平台发声，紧跟两会动态，实时转发习近平总书记参加内蒙古代表团、解放军武警部队代表团审议和看望政协委员讲话，以及政府工作报告、“代表通道”直播现场等内容，用中英文双语向港澳台同胞及全世界传播中国全国两会声音，芒果TV国际APP同步建立《习声金句》英文专题，集纳推送习近平总书记报道的英文版。湖南电台推出《听总书记说》专栏，运用车载场景在整点播报中头条播出习近平总书记重要新闻，《村村响大喇叭》每天早中晚三次专题播出相关重要内容，通过41万只覆盖全省各村镇的大喇叭将两会声音传遍全省社区村镇。湖南台还设置专人对接中央广播电视总台，北京和湖南两地记者联动，采访代表委员，实现每天都有湖南的声音在央媒发声。风芒客户端发挥互联网新闻“云端”特色，一方面建立2022全国两会融媒体联动报道联盟，通联湖南全省各县市融媒体，推出全国两会情境篇《湖南大地 春意盎然》系列，剪影湖湘各地春暖花开、欣欣向荣的蓬勃景象，为两会期间营造美好向上氛围；一方面发挥互联网平台跨区域合作优势，与宁夏融媒体中心、江苏融媒体中心“荔枝新闻”联动，通过“长江长江我是黄河”“天南海北，融媒联动”两大特别报道活动，在全国两会期间对代表委员建言发声和大江大河治理、共建高质量发展等话题进行宣传互动，实现全媒体、全平台、全矩阵传播，形成报道合力传递湖南好声音。

（作者系湖南卫视高级编辑）

编辑/肖清

风芒以“追剧”之名开启全国两会

宋洁

两会声音如何实现更远更接地气传播？将全国视野与湖南视角相结合、会场内与会场外相结合、重要议题与百姓声音相结合，湖南广电旗下唯一新闻资讯短视频平台风芒，以“微情景剧+脱口秀”的创新表达，让“短视频”与“政能量”碰撞出火花，开启了一场别开生面的全国两会宣传报道之旅。

情景剧+脱口秀

创意小组打开两会大内容

让网友用追剧的心情看两会，是风芒2022年全国两会宣传报道创新出圈的秘密武器，成就了多档单集点击量破100万+的政能量短视频。

《金豆银豆脱口秀：什么是“全过程人民民主”？》用MG动画的方式，通过两颗豆子的对话，对中国共产党延安时期“大豆选举”的民主探索到今天的“全过程人民民主”进行了全景式说明和阐释，用生动案例展示了“全过程人民民主”的深刻内涵。节目通过人民网、央视频、学习强国、抖音号、头条号全网推送，得到中国记协官方公众号点赞，单集上线仅6小时点击量突破100万。

《两会情景剧》《报告点点读》两档“微情景剧”，则给网友带来了一次“情景化”看两会的新鲜体验。3集《两会情景剧》用“3幕场景+新闻直播间”的创意组合，对两会政府工作报告有关稳岗、双减、普惠托育等民生“大内容”进行解读。第一集《稳岗的幸福》中，通过湖南广电主持人程豪杰演绎停车场收费员

“豪师傅”，在生日当天经历了从收到通知待岗到公司讨要说法，最后获得稳岗就业技能培训再就业的一波三折，引导出“新闻直播间”主持人对新鲜出炉的2022两会政府工作报告中关于落实落细稳就业举措的内容解读：“国家将使用1000亿元失业保险基金支持稳岗和培训。”当惠及民生的大政策落到普通人身上，普通人的生活迎来巨大转机，惠民主题跃然于屏幕。《三孩的“诱惑”》《“双减”的快乐》等短视频中，主持人扮演的小夫妻就是否生三孩、“双减”培训等时下热点话题进行演绎，以聊天斗嘴、抖包袱埋梗、开脑洞耍机灵的方式，配合接地气的人物形象进行平实可亲的口语化表达，打破传统政府报告照本宣科的解读方式。“别人家孩子都‘卷’了，你不‘卷’，能有出路吗？”类似互联网式的语言表达，迅即拉近了全国两会和网友之间的距离，实现了重大主题的轻量化传播。1分钟短视频《报告点点读》则更注重时效性和连续性。主持人童



鹤以护士、财务人员、小学老师、导游等角色体验解读《2022政府工作报告》，让网友体验连续“追剧”。5集竖版短视频通过《2022支持这些行业挺得住、过难关、有奔头》《小微企业等迎来减税降费政策“大福袋”》等实景演绎，将枯燥的政策宣讲转化为日常生活场景，精神传达润物有声。不少网友积极回应：“国家政府重视，高质量实现老有所养。”“我们中国人有福气！”两部情景剧创意出圈，得到“主编温静”“传媒内参”“广电头条”等业内权威媒体刊文点赞。

首发直播

多维度创意呈现两会盛景

2022年全国两会，风芒重磅推出“奋进向未来”融媒体特别报道，前后方联动打造“两会资讯+特色板块+湖南亮点”的融媒体报道矩阵，推出《两会快递》《人民的代表》《委员的责任》《世界看两会》等十余个专题，充分发挥湖南广电集团强大媒体矩阵，联动集团驻会记者，先网后台，以直播+快讯形式，发布《抵达！在湘全国人大代表顺利到达北京 张庆伟毛伟明等同机抵达》《住湘全国政协委员启程赴京》等湖南省全网第一手视频动态和两会开幕式、部长通道等网络直播。两会特别报道《习近平的两会时间》《习声金句》，集纳习近平总书记近年来在两会下团组中的讲话，以单个话题形式推出，内容更细分、节奏更快、更适合分发传播。

破100万+创意短视频《乘“两会”东风，湖南轨迹2022未完待续……》以手绘“线条动画+音乐踩点”，勾勒湖南过去一年跑过的轨迹，以线及面展现各种成就：如线条化成张吉怀高铁的轨道在飞驰，变为中欧班列的火车在奔跑，跳跃成湘江边最美天际线在闪耀，隆起为马栏山、岳麓山的科技高峰轮廓等，创意十足。时评《风芒锐

评》以主播评论形式对政府工作报告、两会期间政策新动向、会上热点等内容进行深入观察和剖析，首期评论《春雷响，万物长》写道：“这是一个国家一直以来的初心坚守，更是科学决策的见微知著和国之大者的远见卓识。”态度鲜明，立场坚定。《我和“搭档”上两会》《两会快讯》等多档系列现场报道，形象生动地传递两会会场内外声音。

聚焦两会“湖南风采”，风芒还用网感表达，成系列展现“油菜大王”沈昌健扎根基层的人大代表履职风采，以及感动中国人物江梦南“永不屈服，挑战自我”的励志和坚强，为两会营造了良好的舆论氛围。

融媒联动

云端共建放大湖南之声

风芒充分发挥互联网新闻“云端”特色，建立2022全国两会融媒体联动报道联盟，通联湖南全省各县市融媒体，推出全国两会情境篇《湖南大地 春意盎然》系列，剪影湖湘各地春暖花开、欣欣向荣的蓬勃景象，营造美好向上氛围。发挥互联网平台跨区域合作优势，与宁夏融媒体中心、江苏融媒体中心“荔枝新闻”联动，通过“长江长江我是黄河”“天南海北，融媒联动”两大特别报道活动，对代表委员建言发声和大江大河治理、共建高质量发展等话题进行宣传互动，实现全媒体、全平台、全矩阵传播，形成合力传递湖南好声音。

在创新风格、语态、样态上发力，风芒突破常规，为网友带来了一场好看好用的“两会年度大剧”，在2022年全国两会新闻报道中写下了不落窠臼的一笔。

（作者单位：湖南都市频道）

编辑/杨佩兴



湖南卫视抗疫系列评论掷地有声

从3月21日起，湖南卫视《湖南新闻联播》推出抗疫系列评论，至4月6日，共播发12篇，这在湖南卫视的新闻评论中是并不多见的。这组评论短小精悍，主题鲜明，论题集中，论述深刻，铿锵有力，要言不繁，体现了电视评论短而犀利的特色，彰显出湖南卫视在这次抗疫宣传中的中流砥柱作用。

论述面广。系列评论代表党、政府和人民发声，既有《把疫情防控作为当前头等大事来抓》《绷紧思想弦 夯实行动力》等动员号召性的评论，又有《两手抓 两不误》《两只手都有力》等阐述统筹疫情防控和经济社会发展的评论；既有《党员沉下去 旗帜扬起来》《让党旗在抗疫一线高高飘扬》等强调发挥基层党组织战斗堡垒作用和共产党员先锋模范作用的评论，又有《每个人都是战斗员》《一抹动人的“志愿红”》等强调人人都要作奉献的评论；还有《坚持就是胜利》《工作组就是战斗组》《打一仗 进一步》等评论。系列评论以习近平总书记在中央政治局常委会上的重要讲话精神作指导，传达了省委、省政府的部署安排，讴歌了抗疫一线的干部群众，为全力打赢疫情防控的硬仗起到了很好的舆论导向作用。

播报精心。本组系列评论由不同的播音主持人播报，每一位播音员都备稿认真，严谨细致，对文稿内容领悟、理解透彻。播报时，不但做到了情绪饱满、情感到位、字正腔圆、昂扬激越，而且对抑、扬、顿、挫和音调的高低、音节的停连把控等，都处理得恰当，有力地增强了评论的说服力和感染力。

（供稿：湖南省广播电视局）

编辑/肖清

芒果超媒： 积极布局新赛道 构建产业新版图

吕岩梅 丁琪



芒果超媒持续推进融合创新，立足湖南广电优势资源，抓住行业发展风口，布局产业链上中下游。上游围绕湖南广电优质内容资源，布局影视综艺制作、音乐版权、艺人经纪三大板块；中游发力互联网平台，布局广告、会员和运营商业务三大板块；下游抓住技术、市场新机遇，布局内容电商、实景娱乐、元宇宙等新赛道，探索内容转化新链路。2021年，芒果超媒实现总营收153.53亿元，同比增长9.62%，实现净利润21.14亿元，同比增长6.63%。其中，芒果TV广告收入54.53亿元，同比增长31.75%，展示出省级广电新媒体龙头平台的产业动力。

一、做优核心平台芒果TV，构建内容生产生态

芒果超媒核心平台芒果TV互联网视频

业务（广告+会员+运营商业务）保持稳健增长，2021年实现营业收入112.61亿元，同比增长24.28%，成为行业连续五年盈利的新媒体企业。平台有效会员数5年（2017—2021）增长11倍，已超过5040万。芒果TV品牌语是“天生青春”，致力于做青年文化的引领者，目前平台24岁以下用户占比65%，女性用户占比69%，Z世代用户数、使用次数、使用时长行业领先。

培养创作团队，构建长久发展内容生产生态。截至2021年底，芒果TV综艺节目制作团队达26个，还成立了音乐、导摄、视觉等多维工作室，强化了中台建设，建立了相对闭环的工业化生产体系；影视制作团队达29个，“新芒计划”战略工作室达34家，并与中国作家出版集团签订文学资源共享独家战略合作协议。各内容团队积极创作视听精品，2021年市场排

名前十的头部综艺中，芒果TV出品的占据八席。两档现象级综艺《披荆斩棘的哥哥》《乘风破浪的姐姐》在社会掀起“披荆斩棘”“乘风破浪”的热潮。

二、布局内容电商，拓展国潮新领域

芒果超媒致力于做青年文化引领者，推出聚焦新潮国货的小芒APP，通过优质文化综艺节目内容引导年轻的芒果粉丝群向电商用户转化。如2021年国庆期间举办“小芒种花夜”晚会，以国粹京剧带货国潮文创产品；腊八节当天举办《小芒年货节》晚会创收视新高，实现用户从节目到小芒APP的联动，小芒APP下载量环比增长超290%，小芒APP平台人均停留时长提升150%；2022年春季举办《云裳晓芒之夜·暨2022小芒汉服节》，以汉服秀的形式展现小芒独家汉服新款，从不同场景、不同人生重要节点等方向多维度展现美轮美奂的国风霓裳之美，同时汇集汉服圈层头部KOL、头部品牌、社团等，共同打造全球国风爱好者最大聚集地。观众被精彩表演“种草”的同时纷纷前往小芒APP“拔草”，形成“内容种草—平台拔草—再种草”内容电商闭环。

小芒APP上线之初与20多个节目和电视剧合作打造官方IP同款，并引入和制作了4万条短视频内容；后续又与近1000位艺人、KOL达成合作，全面推动“视听+”产业发展。2021年，小芒APP日活峰值126万。

三、布局实景娱乐，延长视听产业链

沉浸式实景娱乐行业发展迅速，据相关机构统计，行业规模接近400亿元，每年体验人数超1亿人次。芒果超媒瞄准行业发展风

口，超前布局线下实景娱乐，将优质IP从线上延伸到线下，开创剧本杀品牌MCity，打造线下实景娱乐综合体，实现IP赋能。MCity长沙品牌店登顶大众点评剧本杀热门榜、好评榜，“五一”假期总营收超过当地同类门店单月收入总和。上海门店“魔都Station”建筑面积5000平方米，成为上海目前最大的沉浸式娱乐体验场所和中国青年文化的新地标。

MCity对规范密室剧本杀经营行为、保护文化消费者的合法权益起到示范作用。《上海市密室剧本杀内容备案管理暂行规定》自2022年3月1日起开始实施，上海也因此成为全国首个将密室剧本杀纳入备案管理的城市。3月1日当天，徐汇区文化和旅游局向上海芒果宇宙文化传媒有限公司正式发放区内第一张《备案登记证书》。

四、布局元宇宙，占领虚拟经济新赛道

芒果超媒以国家广播电视总局5G重点实验室为基座，与中国移动旗下咪咕文化等合作，探索搭建芒果“元宇宙”平台。目前，芒果超媒已完成自建区块链部署，并上线数字藏品交易平台。2000份热播剧《尚食》角色纪念卡一上线即销售一空。同时，芒果超媒发力互动、虚拟、云渲染，打造系列互动产品，开发虚拟人物技术，推出YAOYAO、小漾等多名虚拟主持人，并探索5G、AI、VR、4K/8K技术与视听制播结合，元宇宙版图初见端倪。

（作者单位：国家广播电视总局发展研究中心）

编辑/肖清

《中国》第二季破圈共振“中国精神”

高畅 陈橙

3月15日晚，由湖南卫视、芒果TV、北京伯璟文化联合出品的大型历史文化纪录片《中国》第二季收官。根据中国视听大数据，《中国》第二季集均到达率居地方卫视晚间时段纪录片冠军；高知属性明显，CSM全国网高学历观众占比超4成；全网热度持续走高：据美兰德蓝鹰指数显示，该片蝉联纪录片融合传播指数榜16连冠，超7成在播日，夺得晚间黄金档电视节目融合传播指数榜第一；全网热搜20个，曝光量超26亿次。

创新独特美学风格

《中国》系列IP强势破圈

《中国》第二季是一部极具历史主动精神的作品。自开播以来，它以风格化的审美

语言、个性化的叙事方式，获得了专家学者们的高度肯定。莫言、李敬泽、易中天、陆天明等近40位文化名家、跨学界专家学者纷纷推荐。莫言评价该片：“构建了影像通史的文本结构，让我们可以从窥探到中国的过去，并且思考未来。”作家、编剧陆天明则惊叹于《中国》的宏大厚重与深邃辉煌：“我不敢想象用电视专题片的形式来呈现一个千年跨越的中国。但是，它出现了。它就是《中国》。”演员李雪健也称《中国》是“迈出国门走向世界的中国艺术作品”。

除了“俘获”一众名人外，《中国》第二季也深受家长、中小学生和广大网友们的喜爱，“自来水”不断：“旁白，文案，画面，音乐，立意无一不赞！”“电影般的画



面构图，每一帧都能截图下来当手机或者电脑封面。”“这部纪录片总能让人恰到好处泪湿眼眶，娓娓道来的文字，温柔而有力。”“芒果给人惊喜！以历史人物的思想切入，每个人的一生都是时代的映射。”

以文化自觉探寻精神根脉

回应历史母题，坚定文化自信

2020年，纪录片《中国》第一季凭借“何以华夏，何以中国”的文化叩问横空出世，惊艳了观众。2022年，《中国》第二季在承接第一季美学风格的基础上继续创新，为观众描摹了更广阔深邃的中国历史全景图。

正如复旦大学教授、中国唐代文学学会名誉会长陈尚君所说，《中国》第二季是“一部从纸上文字升腾而成的纪录片，一场声画交融的视听盛宴，千年诗意流淌而成的文字，融汇成对称饱满的构图，含蓄留白的意境，处处力求彰显纯正的中国古典美学”。

解说《中国》第二季的点睛之笔——不徐不疾的讲述节奏营造了恬淡沉静的观影氛围，给予观众沉浸式体验和回味思考的空间。两位讲述人的个人特色也为其增色许多：周涛的解读深情饱满，既有历史的深沉厚重，也有细腻婉约的温度；何灵的声音浑厚亲切，瞬间拉近影像与观众的距离，于不知不觉处深入人心。两种各有特色的旁白助力观众完成了对历史的再理解、再创作，随大家一同梳理五千年脉络起伏，传递民族历史情怀。

《中国》不止于“美”

以史为鉴感悟“中国精神”

《中国》系列不仅仅是关于“美”的纪录片。在中国作协副主席、中国现代文学馆馆长李

敬泽看来：“中国何其大，以一部纪录片而说中国，雄心何其大。《中国》两季仅二十二集，浩浩荡荡，一路从春秋说到晚清，原来是，大历史观、大文化观，站在高处以点带面、以少见多。这不是王朝史，也不是一般意义上的文化史，这是精神史、心灵史，所选的，是中国精神的关键时刻；展现的，是中国心灵的星图。《中国》的声音和语调从容、沉着，是风吹浪打中的闲庭信步，是因为知道从哪儿来，所以知道向哪去，这正是五千年文明千锤百炼的自信。”

是的，《中国》系列IP有着自己的“野心”。秉持“大事不虚，小事不拘”的创作原则，在两季22集的叙事空间里，《中国》进行了纪录片影像化、戏剧化表达的全新尝试。它通过串联具有代表性的历史人物和事件，将中国人的文明源流与精神底色——这一宏大主题抽丝剥茧、娓娓道来。其结合艺术化视听表现手法和鲜活翔实的历史资料的创作方式，为严谨的纪录片插上了想象的翅膀，也为看似遥远的历史注入了温度、态度和深度，让观众领悟对当下生活具有积极现实指导意义的“中国精神”。

除了内容本体创作的精益求精，《中国》系列借助网络交互技术，最大程度地争取着当下年轻受众的认可与喜爱。无论是采纳、尝试年轻群体欣赏的艺术表达形式，还是用微博、短视频等新媒体平台发起全民二创《中国》活动——这些尝试都呼应着《中国》系列IP创作的初心：以《中国》为“引”，激发大众对于历史的兴趣、对于中国的热爱；以作品为媒介，实现一场探索中华文明源流的全民交互体验。

（作者单位：湖南广播电视台办公室、湖南卫视）

编辑/肖清



《声生不息》唱响同根同源中华情

《声生不息》致敬经典港乐，匠心传播时代佳音，在多个数据调查中均获收视第一，在音乐综艺节目与时代主题的结合上，做出了一次别具一格、令观众耳目一新的探索。

以港乐之名，连结香港和祖国的文化性纽带

香港流行音乐作为华语流行乐的辉煌先声，深度融入中华文化的血脉基因之中，串联起了一代人的流行文化记忆。20世纪后半段，随着香港迎来经济腾飞的黄金时代，80年代开始香港的流行音乐得到蓬勃发展，并逐渐成为华语文化产品的生产重镇，其影、视、歌等文艺作品自港岛迅速北上，风靡全国。这些蓬勃的文艺形态和经典时刻，构筑了数代中国人对

潮流、质感和生命的坚固记忆。

寻根溯源，香港文化之根基在中华文化。早在港乐诞生之初，内地民众就将音乐萌芽带到了香港，地方戏、民间小曲小调和粤剧的深度融合，慢慢形成了独特的粤语流行音乐。港乐黄金年代众多金曲的诞生，离不开郑国江、卢国沾、黄霑等优秀创作者。创作出了《漫步人生路》等传奇作品的郑国江坦言：“我的词中展现的是中国人的精神面貌，卢国沾是中国人的民族大义，而黄霑则是传达中国传统思想。”

在香港回归25周年的时代背景下，《声生不息》以粤港金曲来致敬时代精神，强化内地、香港音乐文化的传播交流，在新时代环境下追溯港乐的发展历史。节目通过内地和香港



传奇歌手对港乐的重新演绎，不仅让年轻一代真正了解到港乐的精神内核，也让人民获得感知社会脉搏、探寻文化源流的机会，更让歌手和观众再次感受同根同源、血浓于水的情感连接。

随着大湾区文化交流共融的发展战略落地，内地与港澳地区的交流也越发紧密，从大湾区文艺晚会传播粤语文化，到《披荆斩棘的哥哥》将“大湾区”推上年度热词……各类讲述香港音乐、文化的作品陆续出现。而《声生不息》的出现，通过展现内地和香港优秀歌手共同相处、奋斗的故事，架起一座两岸音乐文化交流的桥梁，开启了跨越内地和香港的时代对话。

超越年代界限，联动过去和未来的创新性传承

音乐节目最大的难点，在于如何实现内容的代际化传递。长期以来，各年龄段人群对

音乐的喜好都相对固定，也因此父母喜爱的歌曲无法与儿女的歌单“和平共存”。

《声生不息》的思路是，选择“华语金曲”这样一个相对比较广普的切口，让不同代际、不同领域的歌手在同一舞台碰撞、融合。节目用“老歌新唱”的方式引发了大众对金曲的共鸣，也架起了不同

代际间沟通的桥梁。节目

成功突破了音乐综艺的创作瓶颈，在保留住金曲内核的同时，增加了创新性的“传承”，以多元的玩法为经典披上了一件“时代的新衣”，让经典得以传承，并成为未来的经典。

在《声生不息》中，大量统领70后、80后，甚至90后、00后青春的超十年经典老歌成为歌手们的创新命题。林子祥、叶倩文、李克勤、林晓峰、杨千嬅、李玟这些香港乐坛的歌手，与李健、周笔畅、刘惜君、毛不易、曾比特、马赛克乐队这些中生代和新生代歌手通力协作，对这些经典曲目进行新式翻唱，跨越年代、跨越时间，达到了传承经典、回味青春、重塑青春的目的。一方面，歌手们在经典歌曲中融入新潮元素，用新意留住经典，在还原经典的同时也让歌曲不失现代趣味，展现了金曲常唱常新的魅力，让更多观众看到了新生代艺人与前辈歌手擦出的火花。另一方面，歌手们也不断突破自身的风格，用全新的形式对经典歌曲进行演绎，打破乐坛的“代际隔阂”。那

些记忆中的经典被重新拾起，编曲、配器，赋予它时代的气息和特色，既不失原有的东西，也能适合年轻人的口味。

《海阔天空》《男儿当自强》《祝福》……这些曾经唱响观众青春的耳熟能详的歌曲，在代表两种时代的歌手组合的演绎下，有了不同的诠释。观众通过《声生不息》中的歌曲和熟悉的嘉宾，获得了回味经典、品尝新传奇音乐的福利；歌手在《声生不息》中，找到了前所未有适合自身专业、更广阔展示空间的舞台；音乐类综艺在《声生不息》的助推下，开拓了全年龄受众，达到了创新和引领的高度。

《声生不息》为音乐类综艺提供了破圈之路的有效密钥，一边洞察观众需求，打造以实力为基底的经典与新生代碰撞；一边为音综市场开拓更为多元的价值体现，推动中国乐坛的革新化与可持续发展性。

超越空间界限，构建联动线上线下的内容介质

去年以来，湖南广电鲜明提出“建设主流新媒体集团”，在媒体结构上更加重视新媒体平台的建设与发展，在大屏内容上更加注重新媒体气质和移动端传播效果。此次《声生不息》即是湖南卫视联合芒果TV探索出的一条「主流价值创新表达」新路径。

《声生不息》在湖南卫视、芒果TV、TVB，通过电视台与视频网站同步播出。这种跨平台的内容联动，为平台话题构建打开了新思路。它让港乐超越了空间的界限，港乐不再是一个名词，而成为一个联动线上与线下的扩张性动词。

在内容性上，节目打破了电视内容的线

性叙事风格和特质。互动效果、技术服务和用户体验等元素的加入，使节目在荧幕之外也创造了一个沉浸式的体验场，串联起线上和线下的内容流。无论是歌手的独白、深情吟唱、创作者的叙事，还是富有时代印记的短片，都有独立的审美价值和情绪表达，都可以碎片化切割传播。

在参与性上，节目打破了传统音乐节目的生产理念和模式。观众不仅可以看到一个有着饱满、完整叙事结构的综艺节目，更能以合唱者的身份参与进来。而观众的这种参与情绪，构成了节目的无数个分身，进入到属于其独立的二次传播序列当中，继续在小屏端不断发酵、扩散，产生明显长尾效应。

作为一个全媒体内容产品，《声生不息》从运营、机制、技术、制作工业流程等方面都实现了进一步深度融合，是内容上的一次深度融合实验。荧幕前它是火爆的Live演唱会现场，背后是依靠线上流量优势发力深耕的线下现场。它让华语流行音乐通过创新的场景，实时触达更广泛的人群。

从《声生不息》中，我们可以看到湖南广电融屏转型的发展新思路，通过具有顶层设计、立体化、连接化的产品孵化，既发挥电视优势，又具有全媒体传播属性，让电视媒体生产内在潜力充分释放，在原有电视大屏传播优势基础上，形成跨屏传播的新增长引擎。

在综艺市场大变革的2022年，《声生不息》为全年龄层观众打造一场跨时空的青春音乐记忆串联，探寻出主流平台探寻音乐内容正能量传播的新可能。

（供稿：湖南卫视）

编辑/肖清

找寻民歌花海中的那抹红

——《春天花会开》评析

彭国元 欧阳诚

春天来了，花儿如期绽放。3月11日晚，大型民歌竞唱节目《春天花会开》在湖南卫视惊艳登场，芒果TV同步上线。至4月5日，已播出3期。该节目以“春天花会开，歌承东方来”为口号，由新生代歌手和音乐伯乐一起用新唱、新编、新创的民族音乐让观众多维度感受中华大地的风土人情，激发青年一代对民族瑰宝的热爱和对传统文化的认同。观众如此点赞：“伯乐们非常专业，我们从节目中学到了好多民歌知识。”“真的超越想象，民风的歌原来这么好听，中国传统音乐真的很棒！”“唱得都还不错哎，看得出来歌手的门槛挺高的。”截至4月5日，微博主话题#春天花会开#阅读量达8.2亿，相关话题阅读总量超25.4亿；抖音主话题播放总量超9400万，头条相关话题词选48个，单条阅读量超2193万；芒果TV累计播放量2.78亿，节目全网热搜126个。

新改编呈现民歌精华

民歌是指每个民族在古代或者近代时期创作的带有自己民族风格特色的歌曲，是各民族传统文化的重要组成部分。一些经典民歌备受人们青睐并传唱至今，《春天花会开》舞台上竞唱的民歌便是其代表之作。据悉，前三期节目演唱了近四十首，其中，既有汉族的，又有少数民族的；有些耳熟能详，有些则显得陌生，如《洞庭鱼米乡》《彩云追月》《从前的冰糖葫芦》《鸿雁》《信天游》《华阴老腔一声喊》《太阳出来喜洋洋》《夜来香》《茉莉花》《一根竹竿容易弯》《光》《长子》《加林赛》等，可谓“大珠小珠落玉盘”，俨然民歌演唱大比武。

节目中呈现的民歌，不是其原生态的简单演绎，而要融合焕新，“新编”是其亮点。如戴欣梦露改编的《新货郎》大胆将RAP、唢呐、琵琶等元素融入原作之中，轻松，诙谐，幽默，获得了伯乐雷佳的点赞：“原唱郭颂老师是推着小车来送货，梦露带来的是直播带货的感受。”又如，楚笛的《茉莉花》用京剧改编，戏曲特色鲜明。



新生代唱出民族情感

《春天花会开》舞台上，新生代唱将集结绽放，新人和老歌交相辉映，年轻态让节目充满了青春活力。28组年轻人踏着春天的足音而来，怀着共同的理想亮嗓。他们中有“顶级实力唱将”，有拥有天籁嗓音的原生态歌者，有先锋电子民歌唱作人，有金钟奖金奖获得者……他们中有的有了大批忠实拥趸，有的已在多个音乐比赛中拿下了亮眼名次。除中国歌手外，还有外国歌手登台献艺。一组组难忘的镜头，一首首动人的歌曲，承载着故事，充盈着情感，让观众沉浸其中。如伴随吉胡《长子》的演唱，观众眼前便呈现了这样一幅图景：群山绵延的远方，年迈的母亲向即将离别的孩子挥手，鼓励他勇敢走出大山。整体节奏舒缓，没有高音加持，娓娓道来的呼音和呢喃诉说的真情，让谭维维和台下的知音团观众眼眶泛红，“我想家了，想我的妈妈了。”

年轻唱将中，涌现了一些话题人物，他们不仅歌唱得棒，而且人也立起来了，他们的人设成了节目的亮色。第一期节目中，来自大凉山的女教师拉丹珠用独特的唱腔给观众带来了一首清亮高亢的《光》，一下子将观众带到了美丽纯净的纳木措。演唱完后，主持人要她介绍自己的情况和感受。首次上电视的她先是紧张，继而如实道来：之所以唱这首歌是因为自己没去过纳木措，当接到导演组的邀约电话时，她以为是骗子；当问到她从事什么工作时，她笑着说：“当了半年老师，可能又要下岗了。”引得全场大笑。直爽、美丽、纯洁、可爱的人物形象“活”在了观众脑海里。

新玩法彰显节目特质

《春天花会开》的玩法也有新意。节目采用“音乐竞技+真人秀的形式”，邀请雷佳、华晨宇、谭维维三位音乐人担纲伯乐团，遴选由18~75岁

的400名收音机听众、磁带听友和网络听友组成知音团。伯乐团根据自己对选手资料和歌曲的兴趣度，盲抽决定登台顺序。这种摒弃传统节目编排流程的玩法，既增加了新奇感和紧张感，也给了选手更多考验。而决定选手去留的方式，则是由知音团投票抉择。随着节目的进展，节目的赛制也在升级，挑战性愈来愈强。

伯乐团的点评指导和参与可圈可点，为节目增添了不少亮色。陈滢竹演唱完佤族民歌《加林赛》后，曾翻唱过此歌的雷佳带领现场人员即兴集体演唱《加林赛》，并点赞陈滢竹两次演唱少数民族歌曲“是在孜孜寻找民族音乐的根”。俄罗斯歌手凯丽用粤语唱完《彩云追月》后，雷佳惊讶之余，大赞道：我们也经常演唱《红梅花儿开》等俄罗斯的经典民歌，通过音乐，可以增强交流、增进了解。张宏宇的《信天游》在加入“华阴老腔一声喊”“神来之笔”后，引得谭维维忍不住亮嗓并分享自己在华阴的采风经历，现场气氛顿时活跃起来。

《春天花会开》已播3期，渐入佳境，收视看涨，虽获得了掌声，但也存在一些不足：比如，伯乐在对选手的点评时可以更有针对性，更加“直给”，且多指出问题。既然是焕新，选手们的尝试可以更大胆一点，当然也不能随意乱改乱编，以免招来观众的非议。节目可以考虑加入更多选手们台前幕后的故事，丰富节目内容，强化节目情感。前3期能够在观众脑海里留下深刻印象的选手不多，希望多出现一些像拉丹珠、戴欣梦露这样个性鲜活的好选手。总之，节目提升空间还很大，期待花儿开得更艳，期待节目更加出彩。

（彭国元系湖南广播影视集团有限公司编委会副总编辑，欧阳诚系湖南广播影视集团有限公司二级文学编辑）

编辑/刘凌



《勇往直前的我们》 普及“全民消防”观念 彰显主流媒体责任担当

4月9日晚，由湖南卫视李超团队打造的青春励志消防纪实体验节目《勇往直前的我们》收官。节目相关话题多次登上微博热搜，主话题阅读量超6.6亿，相关话题阅读量破30亿；在芒果TV播放量超9.8亿，抖音、快手短视频播放量超1亿；应急管理部等权威机构的官方号和人民日报、光明日报、中国青年报等主流媒体多次发文点赞。此外，节目推出的科普活动“消防第一课”“消防手语操”等，打破圈层壁垒，增强全民消防意识，构建全民消防氛围。

近年，军人、警察、消防员等和平年代的“平民英雄”群体逐渐成为影视、纪录片行业的焦点，“蓝朋友”更在短视频的助推下成为大众关注的热词和热门职业，相关题材内容创作不断涌现。《勇往直前的我们》将镜头对准长沙三个消防站的普通消防员，以100天的不停机拍摄，记录他们的出警故事与消防职业生涯，创新引入了与消防战士年龄相仿的5名湖南卫视新生主持，以近距离观察、体验视角，探索消防节目纪录片与真人秀形态交融的全新表达。

引入青春视角、强化纪实体验 消化职业题材节目表达新升级

究竟该用怎样的形态和视角，全景式展现消防员群体的面貌，并达到周末档大型季播综艺所需的代入感和观赏性？

对于故事逻辑和框架的建构，主创团队在两个月考察和推演后，发现消防员不同于普通职业，很难由非专业人士短时间内跨界体验真实出警，“这个职业本身责任重大，每次出警都攸关生死性命，涉及生命财产安全，所以对于体系内的新人来说，可能从业两年都不一定能在现场担任核心岗位，更别说是完全没有经过训练的艺人了。这就是职业属性带来的限制”。因此，节目推翻了市面上常见的短期明星职业体验的手法，着力于寻找能够长期驻站深度体验的新模式。

在主创团队看来，只讲消防的故事，只让观众看到真实案件是不够的，更应该让观众知道如果自己遇到了同样的问题该如何处理。因此，节目大胆引入了五名新生主持作为消防宣传志愿者，深入一线，承担起消防宣传的重要工作，在消防出警的同时展开相辅相成的全新故事线，为节目增添戏剧性和趣味性。

节目将新生主持的成长蜕变史作为长线，每期节目以宣传员视角带出一到两个消防员进行重点刻画。两支力量在共同出警和消防宣传故事中融合在一起，形成每个消防站点与众不同的特色，塑造出满怀理想和追求的新一代青年人奋斗群像。

《勇往直前的我们》与传统职业纪实节目的显著差异，是在客观记录之上加入第三方视角，即以文艺工作者的青春视角

感受另一个平凡又伟大的青春群体，并以此为桥梁真正让观众的情感与消防员亲密连通。“这在提升观众代入感和沉浸体验方面发挥着不容小觑的作用，会让人觉得消防员这个群体不仅是一个职业，而是睡在你上铺的兄弟，是你的班长、指导员；这个人他不遥远，很感性、很温暖，钢铁硬汉的盔甲之下，其实有和普通人一样的喜怒哀乐。这是我们一定要做真人秀而不是纪录片的坚持。”主创团队表示。

呈现世间百态

高度电视化浓缩破解拍摄难题

在主创团队看来，《勇往直前的我们》制作中最核心的工作便是“浓缩”和“电视化”。将消防宣传志愿者的训练和实战过程浓缩到三个月里，根据每个站的特色设置阶段性考核任务，而规则和任务都建构在消防体系之下，在完全真实的场景自然激发出参与者的真实情绪和情感。

对于导演组来说，拍摄的不确定性和突发应对，是制作这个节目的重要挑战之一。“我们能做的只有等待。而不同于传统的纪录片，我们的拍摄时间比较有限，所以每一次警情都很珍贵。”导演坦言。

为了保障遇到警情后能有效获取珍贵的现场一手素材，导演和摄像团队做了充足准备和反复尝试。团队拍摄前已在消防站里蹲守两周时间，了解消防员们的生活和出警的真实情况——谁先下车，下车以后怎么布置，如何分工，以寻找最佳的拍摄方式。拍摄期间人员轮班，保障24小时有人值守，逢警必出，保证不错过每一个警情。“摄制团队确实非常辛苦，尤其是

摄像，蹲守的地方往往是半室外，大雪天也要守着，因为那是最容易出警的天气。”导演介绍。

三个消防救援站100天不停机记录，使得节目拍摄素材量异常庞大，远超一般真人秀。主创团队在每站都设置了十几路以上的监控，再加上十路左右的跟拍，仅拍摄前两周，预先准备好的机房硬盘就全满了，素材量已经达到了传统真人秀一季的量，这给后期剪辑增加了不小难度。好在主创团队为消防员中的核心人物和新生主持都配备了跟拍导演，每晚导演组都对当日内容进行复盘，梳理主要戏剧内容和警情，按阶段形成剪辑本，帮助后期尽快清晰地梳理叙事线，讲好这个逻辑明晰、重点突出的长线故事。

青春表达引发共鸣

强化社会价值彰显主流媒体担当

“全景沉浸式体验，很干脆很紧凑，拍摄也很成熟，消防员第一视角的出警画面真的有让隔着屏幕的我同样感到紧张与沉重”“谢谢你们负重前行，向你们致敬，希望你们在保护别人的同时，也要保护好自己，愿你们每次出警都能平平安安”“出警+成长+感动=勇往直前的我们”……播出以来，《勇往直前的我们》获无数网友点赞，成为湖南卫视职业纪实节目矩阵中观众口碑与社会效益兼收的又一佳作。

这档以纪实属性为根基的节目，在社会价值与市场逻辑的天平中毫无疑问地倾向了前者。节目舍弃了纪实体验类节目常用的猎奇视角和花样繁杂的戏剧技巧，只用平实镜头客观真实记录消防员的工作与生活，除延

续湖南卫视的青春化视角特色外，不掺杂任何刻意增加看点的元素，创作的纯粹初心可见一斑。

节目也在消防员故事纪实、消防安全宣传与综艺化、青春化表达之间，尽力寻求平衡点。一次出警，可以看到消防员的战斗与感受，这里是纯纪录式的；而出警结束，宣传员要有针对性地开展消防安全宣传，消防救援人员们也有自己的其他工作与生活；适当使用综艺化的表达，让观众从紧张的案情里解脱出来，帮助他们理解消防员不仅仅是烈火英雄，脱下作战装备后的他们也是有血有肉的年轻人。三者以案件进行勾连，相辅相成。

在专注讲好消防员的故事、引发共情的同时，《勇往直前的我们》更在强化传递信仰力量和价值引领，以及消防安全知识的宣传推广。节目不仅呈现了消防宣传志愿者们的工作，还在消防员采访中侧重安全知识科普，并通过后期花字、配音等进行全方位安全提示……节目在传播安全知识方面下足功夫，并不断开拓鲜活生动、易于接受的创新手段，强化知识性内容的输出。

《勇往直前的我们》这档不失人间真实、戏剧张力与青春力量的纪实真人秀，以真实细腻的笔触让那抹最美的“火焰蓝”更加熠熠生辉，让“烈火青春”成为湖南卫视“青春中国”精神图谱的全新组成，进一步彰显湖南卫视作为主流媒体的责任担当。

（供稿：湖南广播电视台办公室）

编辑/肖清

《中国婚礼》用综艺打开翁婿关系图鉴

谭亚玲

继推出恋爱、育儿、离婚题材的综艺后，湖南卫视新综艺《中国婚礼——我的女儿出嫁了》将镜头对准“婚礼”这一事件，补齐了重要的结婚一环。而不得不提的是，作为国内首档原创婚礼节目，《中国婚礼——我的女儿出嫁了》并未循规蹈矩，将焦点放在婚礼上的新婚夫妇，而是另辟蹊径，聚焦由此结识的一对对翁婿之间的故事。

格局打开，首度聚焦婚礼场景与翁婿关系

婚恋题材作为国内影视作品和综艺节目的长青题材之一，始终与时代生活保持步调的一致性，映照当下的社会、家庭问题。其中，婆媳问题、亲家关系是多年来婚恋题材作品常常探讨的话题。

《中国婚礼》则有别于以往的节目，以“父亲嫁女”为情感主线，将婚礼场景与翁婿关系作为双主场，以独特的角度展开观察，凭借扎实的内容完成叙事。

影视作品、综艺节目对于翁婿关系的少有呈现，以及短视频的娱乐化解构，让大众对于翁婿关系的认知处于一种复杂而又微妙的混沌状态。《中国婚礼》打造合住计划，让彼此并不熟知的岳父与女婿在同一屋檐下共处三天，究竟是和谐融洽，还是鸡飞狗跳，抑或是双双变身欢乐喜剧人？这种一瞬

间就能挑起观众好奇心的翁婿破冰之旅，无疑是节目的一大看点。

此外，《中国婚礼》首度聚焦婚礼这一场景。正如节目概念片提到的，婚礼这场盛大的仪式是成年人的成年礼，从此开启人生新阶段的婚姻生活，意义非凡。而关于婚姻，现在的年轻一辈调侃“婚姻是一座玻璃房，里面的人想出来，外面的人看了就害怕”。

《中国婚礼》对婚礼的聚焦，既能通过



镜头向观众展现这一仪式独特的美好，更是以此为窗口让广大受众感受一场婚礼背后，长辈深沉的爱意、新人对家庭的向往、亲朋好友的祝福……看见广大中国家庭实实在在的幸福百态。这也给当下不少存在婚恋焦虑的男男女女更多信心和鼓励，通过婚姻的仪式感，尝试唤起观众对于美好生活的向往。

明星嘉宾方面，节目邀请了主理人蔡国庆、“首席惊喜官”大张伟、沈梦辰、白举纲以及资深婚礼策划师胡婧文共同组建“幸福无限工作室”，为准新郎新娘策划独一无二的婚礼。同时他们还将作为观察员，结合自身经历，分别从不同视角探讨婚姻议题。有着多年婚姻经验的蔡国庆和大张伟是“女婿生存之道”的满级学者；新婚的白举纲站

在不同阶段，为广大新婚女婿代言；同样是新婚不久的沈梦辰则补齐来自女性视角的不同理解，集思广益，为观众打开思路。

传统伦理与当代价值的混合样本

自古以来，在中国传统文化中，“家”都是举足轻重的存在，婚礼则是新婚夫妻从原生家庭迈向新家的一个重大仪式。这同时也意味着结婚是两个家庭的事。

第一期节目来到湖南湘西花垣县，镜头聚焦一对苗家青年夫妇。新娘石慧是新科村的一名老师，新郎施康是来自十八洞村的一名返乡创业青年，回村直播带货。此次，石慧带着施康回家拜访家长。初见岳父，施康手足无措，拘谨程度肉眼可见；石慧的父亲



则是一位典型的中国式父亲。当腼腆慢热的女婿遇上了沉默寡言的岳父，翁婿二人关系却在合住期间发生了蝶变，从初见时的冷场尴尬，到一起翻地干农活后的放松，再到女婿给岳父岳母买礼物后的高兴，最后到女婿陪同、帮助岳父办理入职手续后的满意。

《中国婚礼》层层递进，展现婚礼前翁婿相处的真实状态，制造出满满的戏剧张力。

这同时是一个两代翁婿的故事。为了照顾石慧外公，石慧父亲放弃自己在外的稳定工作，选择返乡：“以前都是我岳父照顾小孩，我们才能在外挣钱，现在岳父老了，需要我们来照顾他。”不需大段大段的字幕与镜头，主动给吃完水果后的外公擦嘴、将饭菜摆放在外公面前……种种细节都是这句话最好的注脚。这大概就是翁婿同住带来的另一层益处，传统观念中翁婿间的使命交替与爱的传承在日常相处中自然交接，从上一代翁婿交棒给新的下一代。而当他们三人独立开来，节目组又呈现了一个关于三农的故事，作为农一代的外公步入老龄化，渐渐老去；农二代的石慧父亲则在城镇与农村间徘徊；现在，轮到了农三代的施康接班，扛起责任。90后的施康选择了回乡创业，成为一名带货主播，通过制作视频和网络直播的方式，向外界展现家乡的风景、美食、服饰和生活趣事。

结婚是两个家庭的集合，还反映着每一代人对爱情与审美的需求和变化。《中国婚礼》中自然也不乏对婚恋观的关注。传统婚恋观讲究门当户对，工作、家境、学历等都要被拉出来一一比对。石慧毕业于吉首大学师范学院，现在是家乡的一名老师，并成

为了当地少有的研究生；作为返乡创业大学生的施康，正在为村里进行直播带货。两者职业的不同，落在深受传统婚恋观影响的石慧父母与亲友眼中，就成了施康没有一份稳定的工作，身份、家境和学历方面两人亦有差距。这样的压力，施康自己也能感受到。但在当事人看来，两人相知相恋，一个是家乡的教师，一个是家乡的带货主播，是一起致力于建设家乡的眷侣。在理想、未来上步调的一致性是他们携手并肩走下去的勇气与底气。

恐惧的源头是未知。《中国婚礼》选取婚礼场景作为横截面，把婚姻的起始点与蕴含的责任和幸福全然摊开，徐徐呈现。只有充分、正确认识婚姻关系与现实，才真正有能力共同构建稳定美满的家庭。

好的内容从来不只是一种单方面的输出，还能够让人从中获取成长的养分。《中国婚礼》对于处在不同人生阶段的观众而言，都有着不同的情感与现实参照。对于已经步入婚姻的夫妻来说，《中国婚礼》或许会是一场与过去、与爱人之间的对话，无论是深有同感时的点头、再次回忆起尴尬时刻的社死，还是感动时流下的眼泪，纷纷化成来自时光的温和抚慰与夫妻间的美好瞬间。对于未婚的观众来说，这部综艺可以是一堂预习课、一次预防针，对婚姻生活有一些预想、深思，更深刻地了解到婚姻生活并不是国产家庭剧里的一地鸡毛，还有真挚的相爱与陪伴、长辈殷切的关怀与希望，以及对未来的共同向往。

（来源：传媒圈）

编辑/肖清

第一季度媒体融合调研报告

唐瑞峰

从“推动”“融合”到“加快推进”“深度融合”，媒体融合已经迈入九周年，我国广电媒体融合进入新阶段。围绕着新闻报道、技术应用、经营改革和外部合作，广电媒体融合催生出新业态、新模式和新案例。

通过盘点近期融媒体热点案例和事件，《第一季度媒体融合调研报告》从五个方面解读广电融媒最新发展态势：融媒体产品新范式不断涌现、跨界融合形成网络新势力、广电自建APP“多点开花”、虚拟AI主播迎来主场、融媒体广告经营走向数字化。

重大主题报道“大练兵”

解锁融媒体产品新范式

一年一度的两会一直是各大媒体的竞技场，各大广电媒体在表现形式、创意策划、内容模式等方面进行全方位的比拼，通过推出多形态新闻信息，不断增强内容的互动性、体验性和分享性。

异地同框、超低延时、千里同屏、隔空递物……随着“两会”召开，在疫情防控常态化背景下，“云采访”依旧是今年两会报道的主要形式，且迈入更为成熟的阶段。比如，湖南广播电视台《湖南新闻联播》推出了两会特别节目《云访谈·我们的新时代》。

利用技术不断拓宽新闻报道场景也成为两会期间的创新之处，诸如云端采编系统进一步实现新闻报道在业务、技术、流程等层面的深度融合，实现新闻采编资源与互联网资源畅

通，进而完善内容生产全链路的打通与互融。比如，Xnews是SMG自主研发的新闻融合生产云平台，能实现远程报片，最大限度跨越境内外限制，随时随地、稳定高效，确保远程素材快速上传。

伴随着移动端成为主流媒体抢占舆论高地的主战场，各大广电媒体综合运用了Vlog、短视频H5等多种形式、多种载体，推动新闻产品更加轻量化、青春化和大众化。比如湖南广播电视台将全台两会新闻在风芒客户端首发，创意打造了《两会情景剧》和《报告点点读》短视频节目。

让正能量有大流量

跨界融合形成网络新势力

作为国民级电视新闻节目，《新闻联播》一直践行年轻化、分众化的传播方式。入驻视频号，新闻联播开启常态化同步直播，通过充分发挥微信生态强连接、社交推荐精准传播的能力，在主流舆论场扩大正向声音，凝聚共识；用户在熟悉、常用的社交场域内讨论、分享优质内容、严肃内容，也让内容的价值快速被看见，实现裂变传播。

继“竖屏看春晚”后，中央广播电视总台拓展传播渠道，打通了《新闻联播》与视频号的联动。此前，《新闻联播》先后与微信、抖音、快手等平台展开合作，注册了官方节目账号，并同步推出节目衍生短视频栏目“主播说联播”，以图文、视频形式不定时推送新闻内容。

随着直播及短视频走向多样化及普及化，拥抱新媒体成为广电媒体加速进入主战场的重要布局。在实践中，主流媒体通过加大与商业媒体合作力度，以直播、短视频、互动融媒体产品为发力点，形成了一股网络新势力。比如，《中国美好生活大调查》是中央广播电视总台央视财经节目中心主办的中国最大规模民生感受型调查活动。以往通过邮寄数十万张明信片进行问卷调查，2021年栏目组联手微信，打造互动产品，嵌入小程序版问卷，进行线上调研。小程序运用手机陀螺仪功能，以VR实景还原央视节目录播现场，让用户成为央视著名主持人陈伟鸿、龙洋的“访谈嘉宾”。

正所谓“哪里有用户需求，哪里就有流量”。正能量代表着人们对真善美的共同追求与渴望，是主流媒体宣传的责任使命；大流量是商业平台用户沉淀和数据资产。在实践中，主持人如何在新媒体端口发挥自身的专业价值，实现主流价值引领，也成为媒体融合纵深推进的重要议题。

为充分发挥专业主持人在网络平台的价值引领作用，中国电视艺术家协会网络直播专业委员会联合字节跳动、快手、淘宝直播、B站四大网络平台与相关媒体MCN机构发布了《守正崇德行健致远——网络直播行业倡议书》。该倡议书旨在倡导行业自律、树立行风表率，号召主持人在新时代、新舆论形势下，承担媒体深度融合使命，主动占领新兴传播制高点，承担为时代发声的重大责任使命。

新闻板块持续深化改革

广电自建APP“多点开花”

新闻板块融合是广电应该重点破局的领域，随着媒体融合朝着纵深方向推进，广电自建新闻APP进入加速跑阶段，由于各地的融合进

度不一，也造就了各地新闻APP建设“多点开花”的局面。

经过近一年的紧张筹备，中央广播电视总台旗下的新闻资讯新媒体旗舰平台——央视新闻客户端新版本正式上线，基于“5G+4K/8K+AI”技术及大小屏融合发展的理念，新版本以更优质的用户体验、更丰富的媒体生态和更便捷的创作平台为目标，用心打造每一处细节。

风芒新媒体平台是湖南广电官方唯一视频化的新闻资讯主平台，风芒APP的定位是主要面向青年的泛资讯平台，确立了“原创精品、资讯热榜、直播、文娱、社区”五大内容板块。2021年9月，湖南广电新媒体平台“风芒”上线，同时，以中短视频为特色的泛资讯平台风芒APP正式发布，将与长视频平台芒果TV、电商平台小芒共同构成湖南广电主流新媒体的“三驾马车”。

对主流媒体自建的新闻客户端，行业也存在诸多热议。相对报业，广电自建新闻APP整体较晚，广电自建APP也进一步夯实了广电融媒主力军的责任使命。

广电媒体纷纷配备

虚拟AI主播迎来主场

在AI时代，主流媒体通过整合体制机制，不断释放新闻生产力，进一步释放人工智能带来的优质内容生产效率红利，时下，虚拟主持人也愈发火热，在广电视听领域也将迎来主场。

冬奥会期间，央视频AI手语主播“聆语”让人倍感惊喜。2022全国两会期间，央视频再次出新，推出总台首个拥有超自然语音、超自然表情的超仿真主播“AI王冠”，在两会新媒体报道中，为用户带来最新的内容解读。央视频在两会期间还推出第一档由真人主播与虚

拟人主播同框互动的两会特别节目《“冠”察两会》。

随着越来越多人工智能主播走上新闻播报台，虚拟主持人作为人工智能技术在播音主持行业应用的一种新形态，成为新闻领域的标配产品，正加速向广电系铺开。比如，2021年10月2日，湖南卫视数字主持人“小漾”正式揭开面纱，“小漾”的取名源自英文单词“**Young**”，寓意着年轻与青春。

在中国传媒大学播音主持艺术学院教授、播音主持艺术研究所所长柴芦径看来，虚拟主播出错率低、连贯性强、灵活性强，能够克服特殊的气候、交通、通讯条件造成的困难，以人工智能系统、大数据算法等为技术基底的虚拟主播在某些语体、语境领域下，可能会替代一部分主持人的工作，甚至在某些功能上比主持人实现更好的效果。但从目前来看，虚拟主播的应用更多集中在工具化层面。时下的虚拟主播通过动态捕捉设备捕捉真人动作和表情，并映射到虚拟模型上，还是低级的人工智能。在传播的创新性、个性化层面上，虚拟主播依然没办法代替真人主播或主持人。

升级融媒商业模式

广告经营走向数字化

在媒体融合的重要节点，主流媒体正重构和升级融媒商业模式，将自身的品牌实力延续至互联网端，为更多的企业互联网转型赋能。比如，闪电新闻客户端上线以来，大力实施“新闻+政务+商务”战略，整合资源创新经营模式。在坚守“广告宣传也要讲导向”原则下，立足主流媒体核心优势，通过创新机制引领、营销模式创新以及跨平台整合营销等手段，提升市场竞争意识和开拓能力，增强自我造血机能。

为加速媒体融合，破解运营难题，四川观察已于2022年1月成立公司，通过公司化运营改革，树立全国融合标杆。四川观察在全媒体营销、融媒直播、文化综艺、短视频制作运营、数据分析等领域与各级政府部门、川内外知名企业、高校展开全面战略合作。

在媒体内部，作为一种相对开放、灵活、自由的新业态，媒体MCN、融媒体工作室等新的组织形态正倒逼媒体实现更为彻底的改革，进而带动组织内部创新、管理创新以及经营业务调整。诸如广电MCN机构的涌现，将广电所积累的资源以更加灵活的市场方式获得收益。MCN正成为广电与产业、市场、平台嫁接的“超级链接器”，越来越多的MCN盈利模式正在走通。比如，湖南娱乐频道跑出了“短视频媒体运营”“直播电商”“品牌服务”“活动IP”等业务板块；中广天择MCN业务不断细化，形成了自营账号、签约账号、品牌全案打造、电商、直播、代运营等业务格局。

数字营销是指营销的数字化，是指摆脱传统线下营销宣传，赋能商家的数字化经营，顺应“数字营销”潮流也成为广电媒体在经营领域的重大探索方向。比如，打造象舞平台是中央广播电视总台深化媒体融合发展、升级融媒体营销传播服务的一项重要举措。象舞平台的诞生顺应了广告业向“数字化”“故事化”发展的趋势。中央广播电视总台创新性整合旗下电视、广播、新媒体等各平台资源搭建象舞广告营销平台，形成了内容创新、多平台传播、数字化营销的融媒体业务模式。

（来源：CMNC）

编辑/肖清

以流程再造和组织重构推进媒体深度融合

周明花

省市广电媒体融合大多还是内容、渠道、平台、技术、经营、市场等层面的物理相加融合，要推进媒体深度融合，关键在于实现流程再造与组织重构。

一、融合发展，形成网络新势力

媒体领域正在发生前所未有的深刻变革，经过几年的努力，省市广电媒体在内容生产、平台阵地、人才技术、管理流程等融合程度日益加深，新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力不断提高。

拥抱新媒体，加速进入主战场。随着直播及短视频走向多样化及普及化，拥抱新媒体成为广电媒体加速进入主战场的重要布局。主流媒体通过加大与商业媒体合作力度，以直播、短视频、互动融媒体产品为发力点，形成了一股网络新势力。以岳阳广电为例，与微信视频号、抖音、快手等平台合作，注册了官方账号推送短视频，并推出“醉美岳阳”“岳看”“主播说联播”等一系列衍生短视频栏目。

中央厨房统筹，打通融合传播要素。中央厨房作为统筹机制，有力推动了指挥协调、集约生产、技术支持、流程再造，也不断在自洽调整。如上海广电基于中央厨房模式设立的新闻指挥室，不仅能实现“一次对多次”生产发布，还实现了“中文与英文、大屏与小屏、新闻与外宣”新闻生产流程全面打通和深度互融。

自建新闻APP，彰显融媒主力军的责任使

命。随着媒体融合朝着纵深推进，广电自建新闻APP进入加速跑阶段，唯有将积累的核心能力沉淀到自有的核心产品上，才能进一步夯实广电融媒主力军的责任使命，实现媒体融合的整体发力。2021年9月，湖南广电新媒体平台“风芒”上线，这是湖南广电官方唯一视频化的新闻资讯主平台，主要面向青年的泛资讯平台，与长视频平台芒果TV、电商平台小芒共同构成湖南广电主流新媒体的“三驾马车”。

二、流程再造，释放更多更大价值

所谓流程再造就是面向用户，以他们的满意度来设计业务流程。核心思想就是打破原来媒体以自我为中心设置部门的管理方式，代之以业务流程为中心，重新设计管理过程，追求全局最优。

新传媒时代的到来，让媒体传播格局发生深刻变化。传统媒体封闭的、链态的线性新闻生产方式已经难以满足公众高速增长的信息需求，唯有进行流程再造，打造出资源整合、有序高效、各具特点的新闻生产流程才能适应新传媒时代的需要。

广东电视台从生产流程开始改造，真正实现深度融合。首先是“合”，投资两亿建设了全媒体融合新闻生产播控平台，将广播、电视、广电网络和新兴媒体多个平台合为一体。为了实现新闻信息一次采集、多种生成、多元传播，建立了新的广播新闻中心、电视新闻中心统一调度的全媒体采编平台，“大编辑部”的资源聚合模式有利于进行对素材的多元化处理

和高效传播。其次是“分”，通过“触电新闻”APP掀起生产流程再造的重大变革。从初步的采编开始，对视频的处理就应该符合新媒体的要求，避免二次加工。为了保证生产流程的再造，配套新的考核机制，设立一个“新媒体指数”作为标准之一，考核从业人员在触电及其他新媒体平台上制作、发布、运营的情况，并会逐渐增加该指数的权重。目前广东电视台正在引领新一轮的广电生产流程再造大改革。

广电非常需要从架构到流程、管理到运营、顶层到底层来一次迭代更新，扁平化、流程化、内容与技术和营销打通，提高价值链能力。在许多人看来，互联网下半场其实就是价值互联网。谁能在下半场将显见的价值放大，特别是引入互联网基因，改变流程，释放出更多、更大的价值，谁就真正能在下半场实现可持续发展。

三、组织重构，推动体制机制转型

在媒体融合大潮中，要么主动颠覆式创新，要么被动式被颠覆。应该说，没有折中方案供选择。传统电视业改革进入深水区，思路需要高层次，战略需要高水平，战术需要高精度，操作需要高可行，结果需要高效益。

2018年7月组建的湖南广播影视集团，构建以湖南卫视为核心的传统媒体板块、以芒果TV为主平台的新媒体板块、以有线网络为支撑的移动板块、以基金为平台的资本运作板块。这种组织结构的重构是前所未有的，更反映出了传统媒体组织重构，即机制体制改革的加速度。

组织重构就是机制体制改革的一种工具，是一种重新选择，并以此创造新的发展机会。媒体融合的组织重构就是通过组织设计、项目

事业设计和团队结构设计等来实现真正的全媒体组织建设的目标，并在此基础上构建可持续发展的全新生态系统。这里面涉及事业项目结构的设置、人力资源的配置和组织文化的建构。在组织重构中有几个基本的原则和做法。

首先，是不以媒介形态设置组织。媒体二级组织的设立可以按照面向未来的事业布局和项目规划，特别是用户需要来进行。整个媒体是一个全媒体平台，内部机构则是一个个垂直细分、满足差异化分众化用户场景需求的事业部或项目部，在这个事业部中实现内容生产、技术呈现、渠道传播、消费体验等各个流程的打通与连接。

其次，不以单一业态配置人力资源，而以跨界业态配置人力资源。所谓业态就是指一个机构的运营形态与效能，将资源配置到多元业态和效能高的业态中去。

第三，不以媒体构建组织文化，而以智慧平台创新组织文化，进而构建基于智慧平台的生态系统。广播电视正在从数字化网络化向智慧化发展，需要以建设智慧平台为组织目标，构建融政务、商务和服务为一体，连接人、信息、资金和物质的数字化网络化智能化平台，完全连接，创造价值。对广电人来说，这个任务当仁不让。

对省市广电媒体而言，体制机制转型是最大困难，但也是转型的根本前提。很多媒体的融合实践还是在产品、业务、平台层面探索，而不是全局、整体的融合。唯有从流程再造、组织重构上进行战略性的改革和转型，才能够在媒体融合的道路上走快、走稳、走好。

（作者单位：岳阳市广播电视台）

编辑/肖清

“以人民为中心的创作导向”精神旨趣解读

谷伟

2021年12月14日，在中国文联第十一次全国代表大会上，习近平总书记强调“广大文艺工作者要坚持以人民为中心的创作导向，把人民放在心中最高位置，创作更多满足人民文化需求和增强人民精神力量的优秀作品，让文艺的百花园永远为人民绽放”。与时代同步、与改革同频、与人民共情，回顾文代会讲话报告，“人民”是高频词汇，“人民”是核心议题，“人民”是时代和历史的创造者。以习近平总书记为核心的党中央，高瞻远瞩、审时度势，对人民文艺工作提出了一系列新思想、新论断、新提法、新举措，将文艺“为人民服务”理念，提升为“以人民为中心”的创作思想，立意高远、内涵丰富、思想深刻，并由此进行了全面、系统、科学的阐述。

解决好“为了谁、依靠谁、我是谁”

以人民为中心首先要解决好“为了谁、依靠谁、我是谁”这个问题，这是立场问题、根本问题。2014年10月15日，文艺工作座谈会在北京召开，习近平总书记为中国文艺把脉定向，明确提出“以人民为中心的创作导向”。他强调“以人民为中心，就是要把满足人民精神文化需求作为文艺和文艺工作的出发点和落脚点，把人民作为文艺表现的主体，把人民作为文艺审美的鉴赏家和评判者，把为人民服务作为文艺工作者的天职”。这也正是鲁迅先生一生所秉持的立

场，他在杂文《这也是生活》中提到“无穷的远方，无数的人们，都与我有关”，这其中提倡的“我”，正是具有人民胸怀、人民视野的“我”。把自己作为在场者、参与者、书写者，用心用情用力，与人民同呼吸、共命运、心连心，才能真正的“身入”“心入”“情人”。

“人民”内涵从抽象到具象、由笼统到具体

以人民为中心，指向性更加明确。“人民不是抽象的符号，而是一个一个具体的人的集合，每个人都有血有肉、有情感、有爱情、有梦想，都有内心的冲突和忧伤”，2016年11月30日，在中国文联十大、中国作协九大开幕式上，习近平总书记的重要讲话，将新时代“人民”的形象描绘得更加生动、明确。从第一次文代会提出的“为人民服务、为工农兵服务”到“一个一个具体人的集合”，建国之初，“人民”是“工人、农民、兵士和城市小资产阶级联盟”；70余年的发展进步，如今“人民”的内涵演化为“拥护祖国统一和致力于中华民族伟大复兴的爱国者”，为人民画像，有了更为明确的指向，文艺服务的受众地位更加突出。

以人民为中心，要从源头寻找“活水”

“问渠哪得清如许，为有源头活水来”，“活水”在哪里？2019年3月4日，

习近平总书记指出，“人民是创作的源头活水，只有扎根人民，创作才能获得取之不尽、用之不竭的源泉”。他在参加全国政协十三届二次会议文艺界社科界委员联组会时强调，只要我们与人民同在，就一定能获得无穷的力量。因为值得写的东西太多了，江山壮丽、人民豪迈、前程远大。从中国古代的灿烂文明，到近代反抗帝国主义侵略、争取民族独立、人民解放的斗争，再到当代改革开放的伟大成就，这些都为文艺创作提供了肥沃的土壤。

以人民为中心，要以文化自信为载体

“生活就是人民，人民就是生活”这与“江山就是人民，人民就是江山”的提法异曲同工。江山由人民共建共享，生活也必定源于人民、为了人民。2021年12月14日，习近平总书记在文联第十一次、中国作协十大上的重要讲话，要求人民文艺要大力弘扬优秀传统文化，文艺创作要融入社会主义核心价值观，止于至善，方能臻于至美，“把有筋骨、有道德、有温度的东西表现出来，倡导健康文化风尚，摒弃畸形审美倾向，用思想深刻、清新质朴、刚健有力的优秀作品滋养人民的审美观价值观，使人民在精神生活上更加充盈起来”。这一论断，为满足新时代人民美好生活需要指明了方向。优秀传统文化与文化自信紧密相连，是中华民族的精神命脉，是新时代社会主义核心价值观的重要源泉，也是中华文化屹立于世界的坚实根基。以人民为中心的创作导向融入优秀传统文化，用文化的自觉自知、笃行实干和开放包容提升文化自信，增强人民的获得感、幸福感。

践行以人民为中心的创作导向，文艺界

的初心使命更加鲜明。在文艺覆盖面和文学普及率上下大力气，以人民至上为根本遵循，实现全民共建全民共享。在“四力”（脚力、眼力、脑力、笔力）教育实践活动中，在“深入生活、扎根人民”主题实践活动中，广大文艺工作者深入革命老区、边疆民族地区、贫困地区、生产建设一线和疫情防控一线采风创作，定点深入生活、在群众中建立“根据地”，一大批感人至深的优秀作品脱颖而出：音乐影视作品《坚信爱会赢》、歌曲《大爱苍生》、故事片《没有一个春天不会来临》、“方舱直播时间”等，非常时期非常作用，为全民战“疫”提供了强大精神动力。《县委书记谷文昌》《我的父亲焦裕禄》等一批现实题材作品，为服务人民群众树立导向和标杆。

文艺志愿服务成为新常态，设立“5·23中国文艺志愿者服务日”，探索“文学周”“文学公开课”等公共文学服务、文学志愿服务新样态。350余支文艺志愿者服务队吹响集结号，“送欢乐下基层”“到人民中去”“文化进万家”“文艺扶贫奔小康”“向人民汇报”等，深入全国各基层单位，通过一系列文艺志愿服务文艺惠民，满足人民多样化的精神文化需求，成风化人，受到广大人民群众的热切欢迎和真诚赞誉。

在人民创造美好生活的新时代，在人民创造历史的实践中，以文艺为火炬，以文艺为号角，以人民为中心，立心立德立功立言，“走出方寸天地，阅尽大千世界，让自己的心永远随着人民的心而跳动”，书写生生不息的人民史诗！

（作者单位：湖南经视频道）

编辑/肖清

打造国际文化创意中心 城市广播电视台应从何处着手？

刘运喜

为贯彻落实习近平总书记关于“文化兴国运兴、文化强民族强”“建设社会主义文化强国”等重要论述，和在湖南考察时关于“坚持守正创新，推动文化繁荣发展”等重要指示，长沙市委立足新时代市情实际，对未来五年“共建城市文化家园、涵养城市文化底蕴、彰显城市文化高度、提质城市文创产业”作出了总体规划。面对“现在有什么”“将来靠什么”，至关重要是弄清打造国际文化创意中心，城市广播电视台究竟应从何处着手？

在“魂”上立足

近些年，长沙市广播电视台创作拍摄的《雍正王朝》《恰同学少年》《黎明前的暗战》，生产制作的《国家行动》《守护解放西》《总编辑调查》，始终坚持马克思主义在意识形态领域的指导地位，不断推动习近平总书记新时代中国特色社会主义思想深入人心，反映了城市广播电视台依托本土主动出击，在持续深化社会主义核心价值观建设，推动本级媒体深度融合发展上敢担当、能干事、出精品的能力水平。因此，长沙市委提出“围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象使命任务，凝聚团结奋进的共同思想基础”。这无疑是为建设现代化新长沙立根

铸魂，说明着力打造国际文化创意中心必须坚定不移在“魂”上立足，守正创新常抓不懈，把握主导权，打好主动仗。

在“管”上使劲

长沙市提出：在城市规划建设管理中，强化立体空间、整体风貌、文脉延续的管控，实施红色景点保护工程，保护历史遗迹、文化古迹，记录红色旧址、红色小镇、红色村落。对此，当好“领头雁”建好“示范区”，抢抓多重叠加机遇，城市广播电视台既要敢与最优者“对标”，又要善与最强者“比拼”、与最快者“赛跑”。依托长沙“一核两副十片、一轴一带两廊”空间格局，坚持“一盘棋”布局思考，超前谋划并精准捕捉城市开发、演进过程，让城市的变迁记录在广播电视的“云”上。要立足城市提质升级文化街区、历史步道，和打造文化地标、文化景观过程，形成并推进条块清晰纪实完整的文脉传播图谱，让城市文明通过广播和电视的述说传承开来。要围绕“十步之内必有芳草”“寸土千滴红军血”“一步一尊英雄躯”红色脉络，清厘挖掘思路、拿捏赅续路径，循序提炼出红色传统、历史转折和城市发展的经典故事并搭建出呈现框架和推送模式，让革命薪火和推动向前的能量不断旺盛。

在“业”上用功

发展文化事业，壮大文化产业。长沙市创建国家中心城市，科学确定建筑布局、造型、格调、色彩和高度，打造湘江和浏阳河两岸百里画廊，优化滨水区天际线和标志性建筑集群，塑造靓丽城市名片。依托山水洲城地域特征、建筑风格、自然风光，创意打造“一江两岸”的“浩瀚银河”特色，使其折射出长沙“众星捧月”的星辰美。天择光影设计要瞄准古城遗迹、文化古迹，消费街区培植和炼造网红“长沙街”“长沙馆”“长沙店”，将人流通过城市水、陆、空、体放射状开放通道引流至点上打卡。要在团队成立“直接搞火”小组，深入街坊门店、茶楼酒阁、乡村原野，深度“味探”“乐探”“购探”长沙“老招牌”，挖掘出更显个性品质、更具差异潮流的长沙“国货”，让鲜明的地域特色和地方风味，通过镜头直播出长沙“互联网+消费”生态体系的精致与时尚，催化古城长沙别致的网红靓“范”。

在“融”上发力

“融”，就是深度融合发展。顺应湖南文化强省和发展全媒体传播工程契机，提质城市文创产业。要统筹推动“数智融媒”创新互联网+城市云服务，汇集和打通融城市政务、公务与社会服务及资讯于一体的移动查看、咨询、审验一键“互动达”智能终端。要抓住文旅融合创新机遇，推进教育、医疗、健身、养老和旅游等运行模式、产品销售形态向“数智业态”成长，让居民“足不出户”就能体

验到集聚“我的长沙”购物、娱乐和休闲的便利。要成立“打赢官司”公司，探索“互联网+”版权使用侦测报警智能管理，组织并携手律师法律维权赔付，为争创国家版权示范城市贡献一份城市广播电视台力量。

在“创”上推新

习近平总书记说“不忘本来、吸收外来、面向未来”，城市广播电视台要在“激发文化创新创造的活力”、讲好长沙故事传播好长沙声音上，坚持放眼全球念真经、干真事、真干事，守正创新不懈怠、不将就。“求木之长者，必固其根本；欲流之远者，必浚其泉源”，潇湘大地文化资源丰富，要立足“文化强省”视野去思考和挖掘湖湘文化的长沙特色，推动湖湘优秀传统文化创造性转化、创新性发展，使其充分释放出应有的能量。要组建快反小分队，敢于面对时代风口，解剖社会痛点，应对关注热点，在坚守原创、独创的同时力争首发，尽力赢得传播的时度效。要把“丰富人民精神文化生活”的长沙特征，转化为构建中国话语体系的长沙特色和力量，为提升长沙国际文化创意中心实力，提高中华文化感召力、中国形象亲和力，贡献长沙世界“媒体艺术之都”力量。

（作者系长沙市广播电视台副台长、副总编辑）

编辑/刘凌

细节让新闻更生动

——兼议记者锤炼“四力”的重要性

李璐

在电视新闻报道中，生动、鲜活、独特的细节呈现，不但可以丰富新闻报道的内涵，让新闻更有质感，而且可以让人物和事件更加丰满突出，更好地揭示主题、增加信息量、彰显原创性。细节，让新闻更生动。

2017年11月7日，央视《新闻联播》头条播出：习近平总书记接见全国精神文明建设表彰大会代表。这本身就是一条重大的时政新闻，引人关注。在报道中，习近平总书记等中央领导依次与前排代表握手，不久，感人的一幕出现了：看到前排站着两位白发苍苍的老人——93岁的黄旭华、82岁的黄大发，习近平总书记快步上前，伸手挪开老人前面的座椅，请两位老人到前排就坐。老人谦让，但总书记拉着老人的手，亲自把他们扶到座位上。全场响起热烈的掌声，在场的人无不被这一幕深深感染。相信电视机前的观众也会牢牢记住这幅画面。这个细节偶然中有必然，除了极大地丰富了新闻内涵，提高了新闻的可视性，更是润物无声，展现了习近平总书记亲民务实的领袖风范和敬老尊贤的传统美德。在这里，细节放大了新闻的温度和导向功能。

“世界上不缺少美，而是缺乏发现美的眼睛”，新闻也是如此。新闻的主角

是人，而细节是人物内心世界的外化、人物真实情绪的体现。我在岳阳广播电视台从事新闻采编工作十二年，采拍过很多感人的细节。在脱贫攻坚的关键时期，省里一位领导到平江山区走访贫困户，督查脱贫攻坚工作。春寒料峭，省领导一行来到正在劳作的农户中间，仔细了解脱贫帮扶和家庭收支情况。农民拿树枝在地上写出一串数字，领导也掰根树枝在地上加减乘除。在得到满意的结果后，领导伸手扶起同样蹲在地上的农民。当时我以为领导会跟农民握手告别，谁知领导从口袋里掏出一盒烟，分发给在场的几个老乡，并一一给他们点上火，然后才扬手告别。这一组水乳交融的细节，大大缩短了新闻人物的距离感，丰富了画面内容，传递了求真务实的干部作风。

在2020年初抗击新冠肺炎疫情的战斗中，广大医护人员白衣执甲、逆风而行，展现了舍我其谁的担当和奉献精神。在几乎令人窒息的疫情面前，电视报道中白衣战士们脸上被护目镜勒出的道道伤痕、脱下防护服后极度疲惫的神态，是那样令人心痛、令人感动。细节不但提升了新闻的可视性可信度，同时也增加了全国人民对医护工作者的由衷敬佩，对团结一心战胜疫情的信心和勇气。

不难看出，好的新闻细节，可以克服新闻事件的空洞说教和新闻人物的表面化处理，避免新闻报道的同质化，极大提升新闻的亲力和感染力。怎么发现、捕捉和运用新闻细节，是年轻记者的必修课。不断锤炼脚力、眼力、脑力、笔力，是提升个人专业素质、提高业务本领的不二法门。

2018年8月，习近平总书记在全国宣传思想工作会议上强调：宣传思想工作者要不断掌握新知识、熟悉新领域、开拓新视野，增加本领能力，加强调查研究，不断增加脚力、眼力、脑力、笔力，努力打造一支政治过硬、本领高强、求实创新、能打胜仗的宣传思想工作队伍。这既给我们基层一线的编辑记者提出了干事成事的奋斗目标，又为我们练就“真本领”提供了方法路径。

万事勤为先，新闻是“跑”出来的。“脚力”是新闻记者的第一项基本功。增强脚力，就是要迈开双腿深入基层，以真挚的情感贴近群众，以坚定的政治立场为指导，奔波在崎岖不平的山间小路，出入于烟火味浓的农家院落，了解基层的“急难愁盼”，发现群众的所思所求，在日常中求新意，在平凡中寻不凡，在“第一时间、第一现场”获得“第一手材料”，写出“沾泥土”“带露珠”“冒热气”的细节丰富、人物丰满的优秀作品。

新闻记者要有一双明辨真伪是非、洞察善恶美丑的眼睛，才能看得远、看得深、看得透。“眼力”是记者的独门功夫，要善于观察、善于发现、善于判断、善于辨别，透过现象看本质，捕捉各种信息和细节。要明是非、分真假、断美丑，“有图不一定有真相”，不人云亦云，不盲目轻信，不固执己

见，多方面多角度观察、思考问题，始终从“大势、大事、大局”去开拓视野，以“第一、第二、第三”方的事实陈述去发现社会热点、发展难点、民生焦点，突破“只见树木不见森林”的视觉障碍，才能一叶知秋、以小见大，从细节中放大新闻的魅力。

脑力就是学习力，就是思维和判断能力。记者是“杂家”，要“杂”而不乱，这就需要头脑清醒、导向正确，需要多思善谋、精准研判。新闻是一项政治性很强的业务工作，我们必须深钻细研、博览群书，不断提升专业水平，完善知识结构，切实打牢专业功底，做一名专家型的新闻工作者。新闻又是一项业务性很强的政治工作，这就要求记者增强政治思维、历史思维、创新思维、底线思维，遇事多问几个为什么，让思维活跃起来，不断拓展思想的深度和广度，与党中央保持高度一致，与国家大局同向同行，与人民群众血肉相连。

创新思维，突出效果导向，做到采访深入、拍摄到位、制作精良。笔力体现记者的真功夫，是脚力、眼力、脑力的综合体现。记者需要经过日积月累的艰苦训练，才能把脚力所到之处、眼力发现之美、脑力思考之深综合呈现，用最生动的语言、最有特点的细节、最具质感的画面来表达，创作出接地气、聚人气、有情感、有温度的新闻作品，提升新闻舆论的传播力、引导力、影响力、公信力，并以此完成一名年轻记者到资深记者的华丽转身、完美蜕变。

（作者单位：岳阳市广播电视台）

编辑/杨佩兴

广电协作助推武陵山片区经济发展

谭诗诺

一、武陵山片区经济发展面临的困境与机遇

武陵山片区位于湖南、湖北、贵州、重庆三省一市边境交汇之处，受历史、自然、资源、区位等因素制约和诸多困难叠加影响，贫困程度深，脱贫能力弱，贫困人口居高不下，少部分地区甚至还处于赤贫状态，是我国扶贫攻坚的大难题、重任务和硬骨头。

作为我国集中连片特困地区，区域内山同脉、水同源、民同俗、史同治、经济同型、文化同根、生态同圈，经济社会发展相融性高、互补性强。在多年发展实践中，紧紧抓住“发展”“合作”两大主题，打破行政壁垒，消除封锁垄断，开展区域合作相关探索，找到多个“共振点”，打好“少数民族牌”“生态旅游牌”和“扶贫开发牌”，在政府和民间形成了良好的合作关系。2010年11月2日，国务院批准实施《武陵山片区区域发展与扶贫攻坚规划（2011—2020年）》，将武陵山片区确定为国家第一个率先启动的区域发展与扶贫攻坚试点区，标志着以集中连片特困地区作为主战场的国家新一轮扶贫开发战略正式实施。该规划确定“区域发展带动扶贫开发，扶贫开发促进区域发展”的基本思路，把集中连片扶贫攻坚和跨省合作协同发展有机结合起来，为武陵山片区提供了前所未有、千载难逢的发展机遇和广阔的发展空间。

二、武陵山片区广电媒体面临的瓶颈与使命

面对天上中央、省级卫视的紧逼，地面省级频道的贴身肉搏以及新媒体崛起带来的挑战，武陵山片区市州级传统媒体人才、资金、设备、覆盖等明显弱势，生存空间受到挤压，发展举步维艰。推动区域媒体间紧密协作、深度合作、抱团发展，发挥各成员媒体的区域优势，充分开发新闻资源、广告资源及其他经营资源，打造跨地域、一体化的媒体平台，走出一条区域特色的媒体发展之路无疑是一种好的选择。

2012年9月13日，张家界、恩施、怀化、娄底、黔江、铜仁、湘西7家武陵山片区广播电视台共同发起成立武陵山片区广电传媒协作体。建立媒体协作机制，开展跨区域媒体间的交流合作，可扩大各市州对外宣传，同时也是加快媒体自身建设和适应广播电视事业发展的需要，可实现资源整合共享、人才培养互动、产业发展共赢。

三、武陵山片区广电传媒协作体合作共赢的路径

1. 建立协作机制，打造协作平台

协作体成立后，迅即明确其主要职能和任务，建立人员互动机制、宣传互通机制、节目互换机制、广告互惠机制、通讯联络机制，共同推出《武陵纵横》《武陵揽胜》

《飞越武陵山》等节目栏目，义务播出各自的旅游风光和民族文化风情宣传片、专题片，相互优惠或免费播出对方的商业广告，助推区域经济繁荣发展。

《武陵纵横》电视新闻周刊、《武陵揽胜》电视专栏和《飞越武陵山》广播专栏3档合作节目通过生动报道形式，展示各地特色经济、社会发展、风土人情、民族文化及经济社会发展亮点，推介各地在经济社会发展过程中特别是在区域扶贫攻坚开发中的有益探索和成功经验。张家界台《探访桑植洪家关白族乡》、湘西台《苗画——湘西最美的色彩》、铜仁台《印江红色记忆之木黄会师》、黔江台《话题——濯水小吃》、恩施台《巴东城乡牵手游》等一批各具特色的文旅稿件在各台同时播出，给各台观众带来“新口味”。

2. 创新合作模式，拓展发展空间

在办好3档合作节目的同时，各成员台还利用一年一度的协作体年会，做大做强战役性宣传品牌。张家界台倾力谋划顶层设计，制定“资源共享，信息互通；平台共建，栏目联办；广告互换，活动共营；平等相处，合作共赢”的合作发展规则；恩施台首创春晚成员台展播和邀请成员台主持人同台主持，在内容和形式上让观众耳目一新；怀化台尝试开展集中采访活动，将广电专业元素植入协作体年会，让一年一度的年会不再是简简单单的“迎来送往”；娄底台生动实践市场化运营“首届武陵山片区山歌王大赛”，邀请各成员台海选组团深度参与；黔江台周密筹划组织集中采访活动，小南海、濯水古镇的集中采访采风令人印象深刻；湘西台提供精准扶贫首倡地十八洞和国家重点

工程矮寨大桥生动现场，让各成员台对国家减贫工程和“厉害了，我的国”有了更深刻的认识；邵阳台牵头打造新媒体直播联盟，实现了协作体节目在互联网上的全域覆盖；常德台敏锐洞察、营销新闻大事件，精心策划“武陵高歌向洞庭”黔张常铁路沿线大型采访活动，得到沿线黔江、恩施、湘西、张家界台深度参与，使《武陵高歌向洞庭》成为当年现象级作品。

各成员台还整合媒体资源策划举办重大宣传活动，好戏连台。2014年怀化台策划了以“展丰富多彩怀化，秀生态文明城市”为主题的首届新春灯会，邀请协作体记者现场采访。2015年由湖南永顺老司城遗址、湖北唐崖土司城遗址和贵州海龙屯遗址联合代表中国土司遗址申报《世界遗产名录》项目获得成功，湘西、恩施、遵义3个市州台开展集中大型采访活动，推动新闻宣传创优。2016年娄底台承办“中国武陵山片区山歌王大赛暨集中交流采访活动”，通过电视、微信、网络直播，使民族山歌文化得以更好传承。2017年铜仁台承办“览黔东美镇 品秀美乡情”专题采风邀请赛走进万山活动，武陵山片区7家媒体记者应邀采访采风，为铜仁文化旅游产业快速发展注入催化剂。2020年张家界广播电视台策划承办了“仙境张家界·健康邀你来，百台携手敬英雄，英雄相聚张家界——2020全国百家城市电视台致敬抗疫英雄大型公益活动”，联合武陵山片区协作体台及全国100多家城市电视台媒体记者，用最美风景致敬抗疫英雄。

为尽快适应融媒体“生态”，协作体搭建了一个个厉兵秣马的舞台和业务比拼的课堂，先后邀请业内专家开展“新媒体融合

发展专题讲座”“市县级融媒体平台的价值应用建设讲座”“从传统媒体到融媒体到智媒体的发展以及短视频的应用传播讲座”，策划了“浪漫崑山”微视频业务比武、“亲亲柳叶湖”微视频大赛、“仙境张家界”短视频比赛等，培训、锻炼了一批优秀广电人才。

3. 整合融媒资源，升级协作模式

2019年常德广播电视台承办柳叶湖国际马拉松赛，各台通过广播、电视、网站、手机APP、微信公众号等多种媒体平台直播，新媒体平台总直播推流点击量达到1753万次，开启了协同发展新模式。随后，武陵山片区广电传媒协作体新媒体直播联盟成立，新媒体直播和转播活动逐渐成为常态，各成员台先后举办“桃花源文化旅游节”“张家界第四届国际旅游诗歌节颁奖典礼”等直播和转播活动100余场。2021年，各台联手推流意识不断增强，推流活动频繁。《常德是个好地方》系列短视频经各台推送后迅速成为爆款，冲上微博同城榜全网第二名，全网总点击量达1.7亿次。

协作体成立以后，吸引力、影响力不断增强，合作模式不断创新，合作空间不断拓展，邵阳台、益阳台、遵义台相继加入，成员台由成立之初的7个增加到10个。2021年，《武陵揽胜》《武陵纵横》两档节目升级改版为《印象武陵》，节目设置更加合理。

四、武陵山片区广电传媒协作体取得的成效

自武陵山片区广电传媒协作体成立以来，经过十年发展，已成为具有开阔视野和区域影响的宣传展示平台、新闻传播平台、

业务合作平台，辐射四省边区人口达3000多万，在助推国家脱贫攻坚战略和片区区域经济发展的过程中，充分展示了武陵山片区各地经济社会、文化旅游发展和城市形象，全方位宣传了各地经济社会发展和脱贫攻坚工作中的新生事物、先进典型、有效举措、民族文化、风土人情以及独特的旅游资源，增进了区域合作，促进了文化交流。

10家电视台秉持以精品树品牌、以品牌增强竞争力的理念，合力打造节目，这是市州广电媒体实现可持续发展的有益探索，媒体自身取得的效益也显而易见。一是增强了传播效果，平台辐射武陵山片区10个市州区3000多万人口，实现了“准卫视”覆盖，极大提升了节目传播效果和影响力。二是大大降低运行成本，各台节目互换互播，有效降低了经营成本，缓解了地方电视台节目源紧张问题，丰富了节目内容。三是增强了媒体竞争力，10家电视台整合各自的人力、物力、受众、节目资源等，发挥了差异化的优势，拓展了自身的发展空间。

协作体成立以来，各台主动作为，突破行政区域界线，对宣传当地经济社会发展、民族文化和旅游资源，提升当地知名度、美誉度等方面，起到了积极助推作用，探索出了一条地方电视台跨区域合作发展的新路，为武陵山区广电媒体合力打造“武陵山片区广电传媒航母集群”打下了基础。

（作者单位：湘西州广播电视台）

编辑/杨佩兴

浅谈视频格式转换在节目制作中的应用

朱旺力

在我们的日常节目生产中，常常会用到不同厂商生产的摄像机。目前市场上广泛应用的有索尼、佳能、尼康、松下、大疆、GoPro、杰伟世（JVC）等品牌。不同机型录制的视频编码类型也不一样，进而导致录制视频格式也不一样，这就会牵涉到视频格式的转换。我们常用的剪辑软件有中科大洋、成都索贝、Edius、Avid、Adobe系列、剪映等，像MPEG-2、MP4、MOV、MXF这些通用编码格式可以直接导入剪辑软件，但是也会遇到导不进去的情况，如Hvc5等特殊编码、视频制式不兼容或者视频文件不完整等，此时我们就要用格式转换软件对视频进行重新编码。

一、利用格式转换软件对视频进行重新编码

Adobe Media Encoder 是一个视频和音频编码应用程序，可针对不同应用程序和观众，以各种分发格式对音频和视频文件进行编码。相比于格式工厂等转换软件，Adobe Media Encoder更加专业，用户可以选择丰富的编码预设格式，专业人士也可以根据自己的需求对格式进行个性化设置，包括制式、码率控制、比特率、色度空间等，这些个性化设置都可以存为自己命名的预设。

Adobe Media Encoder 结合了以上格式所提供的众多设置，还包括专门设计的预设设置，以便导出与特定交付媒体兼容的文件。借助 Adobe Media Encoder，你可以按适合多种设备的格式导出视频，范围从影院、DVD 播放器、VR、网站、相机、手机到便携式媒体播放器和标清及高清、4K电视等。Adobe Media Encoder可以批处

理多个视频和音频剪辑，将它们串联成一个文件；在 Adobe Media Encoder对视频文件进行编码的同时，可以添加、更改批处理队列中文件的编码设置或将其重新排序。在这里要重点说一下 Adobe Media Encoder的监视文件夹功能，打开文件菜单找到添加监视文件夹，选择本地磁盘里的一个文件夹作为监视对象。在监视文件夹可以根据需要调整输出格式、预设和输出文件夹，软件默认输出路径就在监视文件夹下面的输出文件夹内。添加好之后就可以将需要转换的视频文件全部拷贝到文件的根目录下，Adobe Media Encoder识别到视频文件后会自动将文件添加到队列中，根据之前预设格式开始自动转换，这就非常方便我们进行后台格式转换。在实际应用中，可以在节目制作网中添加一台服务器安装好Adobe Media Encoder后，再新建好监视文件夹并将该文件夹共享到对应的客户端。这样剪辑人员只需要将需要转换的文件夹拷到共享文件夹中就可以实现后台批量转换了，也不会占用客户端的硬件资源，客户端可以有足够的CPU缓存和内存去使用节目剪辑软件。但是这种转换方式在实际应用中有一个缺点，就是编辑人员后续需要重新去整理转换完成的素材，如果Adobe能够在后续开发中新增识别文件夹的功能即可消除这个缺点。这样，编辑人员只需要将事先整理好的素材文件夹放入监视文件夹根目录，Adobe Media Encoder就可以识别素材文件夹中的视频素材并开始转换，转换成功的素材直接输出到该素材文件夹中或者一个新文件夹中，以此提高节目制作效率。

顺便说一下广播电视节目制作中的几种常用

预设：MXF、H.264、MPEG-2。在播出系统实现高清文件化送播后，MXF被选为文件打包专用格式。MXF格式常用的一个播放器是VLC播放器。

VLC Media Player 是一款可播放大多数格式而无需安装编解码器包的媒体播放器。MXF主要应用于影视行业媒体制作、编辑、发行和存储等环节。

最近几年短视频、长视频盛行，对视频的要求是既要清晰又要文件小，这就需要用到H.264来对视频进行编码。H.264最大的优势是具有很高的数据压缩比率，在同等图像质量条件下，H.264压缩比是MPEG-2的2倍以上，是MPEG-4的1.5~2倍。

MPEG是活动图像专家组（Moving Picture Experts Group）的缩写，于1988年成立。在实际使用的大洋非编制作网里，我们会选择MPEG-2作为转码的通用格式，因为该格式在剪辑中对CPU和内存的占用少，并且在转码时，同样大小的原始文件转成MPEG-2比转成H.264所用的时间要少得多，这就使得剪辑非常流畅，且提高了剪辑效率。因此我们后台转码服务器在对外出采集的视频素材都采用HD 1080i 25 MPEG2 1920×1080 25fps 15Mbps预设进行转码。当剪辑电脑配置无法流畅剪辑一些视频素材时，Adobe Media Encoder与Adobe Premiere Pro一起配合采用素材代理设置可以有效解决卡顿的问题。首先在Adobe Media Encoder的预设浏览器里创建收录预设。你可以根据自己的电脑配置设置流畅剪辑的预设，也可以直接在Adobe Premiere Pro里打开收录设置，使用默认的H.264 Low Resolution Proxy预设。接下来往Adobe Premiere Pro导入视频后，Adobe Media Encoder会自动打开该素材，然后调用之前配置好的预设对视频素材进行转码生成低码率素材。然后在Adobe Premiere Pro中打开切换代理开关，这样在预览窗就会显示低码率视频。在输出序列时要关闭代理，否则生成的文

件也会是低码率的视频。

二、利用视频采集软件对视频进行重新编码

Open Broadcaster Software是一个免费的开源的视频录制和视频实时流软件，以下简称OBS。其有多种功能并广泛使用在视频采集、直播推流等领域。在实际应用中我们还会遇到一些视频素材无法完整播放的情况。采集电脑屏幕上的内容或者获取一些网页上的视频素材，就会用到OBS。安装好OBS后，我们先要做一些配置，在设置菜单中根据目标视频的分辨率和制式设置好基础、输出分辨率以及帧率，再找到输出里的录像设置界面。如果选择标准类型，就可以录制成MP4、MOV、FLV、M3U8、MKV、TS这几种格式。文件的大小由比特率大小决定，大家根据需求修改。这里说下CPU使用预设，在录制卡顿时一定要将该设置调整至最高以减少CPU的占用。如果我们需要自定义编码格式的话，就要选择自定义输出（FFmpeg），这样就可以选择MXF、MPG、MP3等视频格式。其中有些容器格式中带有括号写有视频或音频的，就代表选择以后只生成音频或者视频。完成录像格式配置后，就要添加需要采集的视频来源。如果是本地的视频文件，就在来源中添加VLC视频源。在采集VLC视频源的视频时，建议将桌面音频静音，防止其他应用程序声音混入。采集网页视频就要在来源中添加窗口采集。如果采集时不要录制鼠标指针，就把显示鼠标指针的对钩去掉，然后点开始录制。同时按住Alt和Tab键切换到浏览器窗口，将播放的视频全屏后并播放，等视频播放完毕停止录制，相应的视频文件就会出现在之前配置的录像路径下。

（作者单位：湖南快乐先锋传媒有限公司）

编辑/刘凌

坚守人文精神 还原生活本真

——由《人世间》看现实主义题材电视剧的风格流向

肖柳

电视剧《人世间》成为近年来少有的现象级作品，一众名角的爆表演绎自然不在话下；而全剧既依托文学原著，又超越文学原著，旗帜鲜明地高扬人文主义精神，贴近生活，用真实还原生活的本真，却是其成功的关键所在。

近些年来，由文学名著改编的电视剧不在少数，但最终真正成功的作品并不多。究其原因主要是剧情设计受制于小说文本，不接地气，对生活本真的展示肤浅，无法打动人心。一般说来，现实主义题材的文学作品比较注重典型环境的描写和典型性格的刻画，读者需要凭借生活经验并发挥想象力、领悟力才能把握其主旨精髓。影视剧由于其艺术表现形式的不同，需要在叙事方式和内容提炼上进行创新，需要在有限的时间内将典型人物视觉化、直观化、符号化，这就需要编剧和导演巧于叙事，精准表现。文学与影视的共生共荣并非不可能，文学为影视作品提供内容养料，而影视作品反过来通过其独特的艺术手段为文学作品插上腾飞的翅膀，在这方面《人世间》提供了可资借鉴的标杆。

一、既依托原著又超脱原著，高扬人文精神的旗帜，用真实还原生活的本真

中国社会最近五十年并不缺乏“秦时遗风、汉时明月”的曲折离奇，115万字的小小说《人世间》纵横捭阖，全景式地描绘了这一历

史巨变。梁晓声是一位具有浓厚人文情怀的作家，特别关注人的生存状态，始终站在人文主义的高度，观察、感悟、表现底层人民的生活。小说通过周家三兄妹的个人遭际浓缩五十年的时代变迁，用周家三兄妹的命运沉浮表现中国社会的巨大进步，借周家三兄妹的喜怒哀乐展示五味杂陈的人间百态，厚度与力度兼具。

影视作品应该如何表现原著的思想内涵和人文精神，通过独特的艺术语言迅速激发观众的审美情趣，电视剧《人世间》在这方面进行了创新探索。其特点之一就是既依托原著又超脱原著，突破宏大叙事和环境刻画的束缚，尤其是避免宿命主义的阴影，确立细节表达和角色代入的原则，努力挖掘痛点，不断制造泪点，有效形成看点。

《人世间》梳理原著内容，挖掘出其中的动人情节集中展示，秉坤送钱、胡同定情、光明出家、兵团拒调、贵州探女、法庭诉辱、赶超卧轨、拆迁动员……一期一个痛点，而在展示痛点的同时，通过演员的深情演绎，制造出一个又一个泪点。例如第2期，秉昆给郑娟送钱，郑娟出于自尊心不肯要，郑娟母亲追出来，跪求秉昆把钱给她，此情此景，催人泪下。又如第13集，光明说要出家，这个可怜懂事的盲孩子，那么小就看明白事理，说“人都有分开时候”“每个人都有自己该呆的地”，一个苦孩子，还能活得那

么坦荡，此时此刻，唯有泪在眼眶痛在心。

《人世间》呈现给观众的都是人间烟火，都是实实在在的生活，悲情贯穿全剧（秉昆、郑娟夫妇命运的跌宕起伏最为典型），矛盾无处不在（夫妻之间的矛盾、朋友之间的矛盾、家庭之间的矛盾、阶层之间的矛盾、干群之间的矛盾等），但伴随这些悲情与矛盾的却又是无处不在的善良与正义、光明与正道，悲凉中始终流淌着一股温情，给人以巨大的精神力量。

《人世间》里的人物结局不同、命运各异，几十年的风风雨雨既平凡又不平凡，但人世间的一切不平凡，最后都要回归平凡，都要用平凡生活来衡量其价值。伟大、精彩、成功都不算什么，只有把平凡生活真正过好，人生才是圆满，这就是生活的本真。现实主义题材电视剧就是要这样不回避矛盾，不粉饰现实，不居高临下，以平视的态度展示生活，从人性的角度剖析社会，用真实还原生活的本真，这是《人世间》给我们的重要启示。

二、注重细节展示，聚焦家事亲情，以小见大凸显主流价值

总导演李路对现实主义题材的作品情有独钟，善于从历史与人文的高度把握题材，无论是《人民的名义》还是《人世间》，其作品不同凡响地贯穿着一种历史纵深感和文化穿透力。一句“觉着苦吗？自己嚼嚼咽了”的台词朴实无华，但却贯穿着一种强大的精神力量，周秉昆等人的命运变迁从本质上讲是中华民族苦难辉煌历史的一个小小缩影，他们所表现出来的忍辱负重、坚韧倔强、乐观进取实际就是中华民族生生不息的精神源流。《人世间》没有宏大叙事，没有环境刻画，全剧聚焦家事亲情，着力在情节细节上下功夫，以小见大凸显主流价值。

小人物连着大社会。周秉昆和“六小君子”中的国庆、赶超、德宝都是光字片出生成长的底层小人物，但这些小人物的生存与发展却始终离不开大社会的影响，他们的生活轨迹和命运变迁都被烙下时代的印记。

小情节连着大时代。郝省长的被打倒是文革十年浩劫的典型案列，周志刚的“三线建设”是七十年代中国国内建设的标志性事件，周秉义的兵团生活是“知识青年上山下乡”的特殊历史产物，打倒“四人帮”、恢复高考、拨乱反正、物价双轨制、国企下岗职工再就业、改革开放、企业转型、对外承包等，都是不同时代中国社会大事件的再现，就像主题歌所言：“岁月的列车不为谁停下，命运的站台，悲欢离合都是刹那。”

小事情连着大情怀。全局大部分内容都是讲述周家及“六小君子”的家庭琐事，婚姻、爱情、育儿、住房……林林总总的家长里短，呈现的是夫妻情、兄弟情、父子情、妯娌情、朋友情，表达的始终是积极向上的乐观态度和正向情怀，他们的普通生活正是中国五十年发展进步的生动写照。

可以说在剧中人物的身上，观众或多或少都能找到自己的影子。全剧呈现出的厚度和力度绝不亚于小说《人世间》。

《人世间》给现实主义题材的电视剧创造带来了一股清流，可以预见，国产电视剧破圈文学、回归现实将成为新的潮流，剧本创作、影视呈现、表演艺术都将发生深刻的转变。

（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/刘凌

亲爱的 电视人（组诗）

罗耀霞

导演

所有的镁光灯都在瞄准你
这是你始料不及的
突然之间
你成了那个光芒万丈的人
当你鏖战在无尽的黑夜
当你无数次被暴雨雷霆鞭笞
当你背负着一座座大山指挥千军万马
你从未想过自己会站在台前
会手足无措
你早该拥有鲜花和掌声
当你披星戴月抛家别子
当你独自饮泪对月盟誓
当你将电话熬成粥，将青丝熬成白发
将双目熬成火焰
谁也看不到你所在的角落
谁又能替你扛起那没有镁光灯的364天
只有当内容为王
当原创成为爆款
那些煎熬的孤灯残影才能被放大
才能向全世界发出中国声音
而你失去的和你想到的
终究成了沙漏
可忽略不计

导播

你像个操盘手，目空一切
弄得人神魂颠倒
有谁知道，那3个小时180分钟10800秒里
你都忘记了自己是谁
你手心里捏着的哪是汗水呀
是一把一把的沙漏，快慢由你，起伏由你
是情感的总闸，或万马奔腾，或小桥流水
更是一场战役的命门，一坐江山的荣辱盛衰
你手握圣旨，却将悬念悬在半空
让时空凝结，让故事迷离
明明弱柳扶风，却偏偏霸气侧漏
你其实就是一个理性的疯子
和一个感性的诗人
碰撞出的一朵火花
一朵点亮夜空、虎虎生风的霸王花
有时，你也有失手的时候
就像今夜，在完美的外衣下包裹的
还是你易碎的玻璃心

摄像师

飞过天，下过海
扛着一支枪，能将黑暗击穿
每当瞄准，目标就不再是敌人
而是三十分之一秒的瞬间
或者是波澜壮阔的人生
瞄准太阳，太阳就无处可逃
瞄准月亮，人间便无黑夜
瞄准星星，遍地即开满了花朵
他们是真的勇士
亦是手执画笔的诗人

剪辑师

其实，你很纠结
面对心仪之物，心爱之人
不知如何是好
你很孤独
连你的嗨，也是一个人的
就这样
将光阴一帧一帧熬熟
将青春熬成了艺术品
愈熬愈香啊
你从容跳出固执思维
出奇制胜，守得花开

音响师

无法想象
这世界如果没有声音
何来美妙
何来动听的故事
又哪来的喜怒哀乐
而你，天生具备这样的耳朵
捕捉天籁。然后，收获囊中
或放大，或缩小
变魔法一样，将人们俘虏
甘愿沉浸在你声音的磁场里
难以自拔

灯光师

给你一个舞台
你便还我一座殿堂
你的情绪，谁也不能左右
甚至日、月、星光
甚至霓虹
在漆黑之夜
你独自抒情
有时候，请出星星
有时候，请出彩虹与极光
人间的调性被你握在掌中，拿捏
或荡气回肠，或跌宕起伏
你总是在出其不意间
制造一场人生的奇遇

（作者系湖南广播影视集团有限公司一级文学编辑）

编辑/刘凌

湖南卫视与芒果TV 深度融合推进会召开

3月8日，湖南卫视与芒果TV深度融合推进会在T2区1200平方米演播厅召开。湖南广播影视集团有限公司（台）党委书记、董事长张华立出席会议并讲话，集团公司（台）党委副书记、总经理、台长、总编辑龚政文主持会议并讲话。张华立从四个方面强调了推进湖南卫视、芒果TV双平台深度融合的重要意义和时代内涵。一是“为什么要推进深度融合？”二是推进深度融合的目标是“三个确保”“一个提升”，即：确保湖南卫视品牌不动摇，确保芒果TV上升势头不减弱，确保双平台内部交易不违规，全面提升湖南广电的品牌影响力、传播力，从而实现1+1>2的效果。三是高度肯定湖南卫视过去一年的工作成绩。四是怎么推进湖南卫视与芒果TV深度融合。龚政文认为这次会议标志着湖南卫视与芒果TV“融为一体、共同成长”重大战略的正式实施。



国家广播电视总局2021年网络视听节目精品创作传播工程



悠悠丝路
回响古今

