

潇湘 XIAOXIANG 声屏

2024 / 05-06 / 总第 370 期

主办单位：湖南广播影视集团有限公司

准印证号：(湘O)LK20240167 内部资料免费交流

“长中短”贯通的
芒果超级平台新算法

让科技之光
放大文化之美传播之力



山海

来山海APP，和文物多见一面



直播竞演燃动荧屏 音乐交流文化互鉴 《歌手2024》获湖南广电大堂嘉奖



8月19日下午，湖南广播影视集团（湖南广播电视台）嘉奖令颁授仪式在金鹰大厦一楼大堂举行，对《歌手2024》主创团队进行嘉奖。集团（台）党委书记、董事长、台长、总编辑龚政文出席并讲话；集团（台）党委副书记、总经理、副台长蔡怀军宣读集团（台）嘉奖令；集团（台）领导朱皓峰、谷良、徐蓉、黄薇、杨贇、罗迎春、秦好出席颁授仪式。

龚政文表示，大堂嘉奖是湖南广电的最高荣誉，是湖南广电的“奥斯卡奖”和“格莱美奖”，祝贺《歌手2024》获得湖南广电的“奥斯卡奖”“格莱美奖”！

龚政文指出，《歌手2024》要成为湖南广电的一个标杆，而不是一个孤例；它不是绝唱，而是新一批爆款的领唱；它要成为一支火炬，在芒果人手中传递，点燃湖南广电新一轮的创新之火、奋斗之火、高质量发展之火。集团（台）下属的每个公司、每个团队都要学习《歌手2024》的理念、精神、策略、打法，形成你追我赶、群雄并起的生动局面，推出更多精品爆款，为建设中华民族现代文明、提升中华文化传播力影响力做出更多芒果贡献。

CONTENTS

2024年05-06期 / 总第370期 / 目录

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 龚政文

常务副主任 蔡怀军

副主任 朱皓峰 谷良 徐蓉
黄薇 杨贇 罗迎春
秦好

编委 苏进跃 凌红江 陈湘
黄自笑 李力明 牛嵩峰
罗岚 宋点 梁德平
李红 王艳忠 李运宗
钟益帆 尹中 何瑾
刘贤志 章红伟 李志华
陈鹏 刘志忠 罗昕

编审 李力明

主编 钟益帆

副主编 周远

责任编辑 刘凌 肖清

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) LK20240167

印刷单位 湖南高速印务有限公司

印刷日期 双月30日印刷

印刷数量 每期600册

发送对象 本单位、本系统、本行业

特载

03 让科技之光放大文化之美传播之力 / 龚政文

文化与科技双向奔赴，互为体用，互相成就，推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展，共同为一个新的文化生命体提供澎湃动力。

06 “长中短”贯通的芒果超级平台新算法 / 蔡怀军

湖南广电正在布局“国有数智超级平台”，这是一个长、中、短内容贯通的平台，是文化和科技“双引擎、双驱动”的平台。

防汛抗灾专栏

08 众志成城打硬仗！湖南广电记者战斗在岳阳华容防汛抗灾抢险救援一线

第一时间调整版面编排，集中最优资源做好抢险救灾宣传；第一时间开展新媒体宣传，传递抢险救灾正能量。

10 湖南广电对口支援资兴市中坪村救灾重建

12 战斗在防汛抗灾一线的芒果新闻人

16 这个失联村，记者竟三进三出！ / 王尧

18 面对灾情，我们一如既往——芒果V基金救灾实录 / 钟雯 周一飞

20 “本台报道本台被淹”始末 / 李磊 艾会秋

平江县融媒体中心受灾，滞留在该中心的数十名记者、编辑、后期制作人员向社会发布最新汛情后，被冲锋舟接走撤离，前往临时新闻中心。

23 260多个小时……抗洪一线的“记录者” / 周颖

歌手2024

24 从《歌手2024》看芒果如何提供「国民情绪价值」？ / 浅度

它之所以能源源不断、生生不息地提供「国民情绪价值」，因为它的生态就是一部有着强大「情绪价值生产力」的「情绪价值生产永动机」。

29 《歌手2024》：以“真心”拥抱世界，用音乐诠释“和而不同” / 杨喜卿

32 《歌手2024》巅峰之夜收视四网第一以歌同心共筑音乐公益之梦

在巅峰之夜的舞台上，无论是乐坛老将还是新晋歌手，都用自己的方式表达着对公益事业的热情和支持。

科文融合

34 纪录片《马王堆·岁月不朽》：科技创新拓展历史文化叙事空间 / 张延利

该片在弘扬中华优秀传统文化、推动纪录片创作创新方面做出了杰出贡献，创新的叙事手法以及科技与文化的深度融合让观众在欣赏纪录片的过程中获得了更加沉浸式的观看体验。

37 泛视频化时代网络视听发展新通路 / 黄田园

未来，网络视听将加速与其他领域融合应用，以科技赋能迎接泛视频化智能化时代，助力数字经济、社会生活繁荣发展。

41 AI赋能综艺新质生产力 / 高爽

AI科技元素正在逐步渗透节目制作的方方面面，并不断展示新质生产力在文艺领域的新动能和新优势。

节目评析

42 《中餐厅》第八季：以美食为载体搭建国际文化交流桥梁 / 王云峰

围绕中法友谊、巴黎奥运、国潮文化等主题，打造友好的交流场景，充分展现中国文化感染力和中华文明影响力。

44 创新文物讲述的新范式——以《奇喵博物馆》为例 / 丁寒春 李静 王沔 苏丹

46 融媒体系列报道《文化中国行》：青春视角聚焦00后“圈粉”传统文化，立体传播展现当代青年文化自信 / 刘畅

讲述00后将传统文化传承好利用好，与时俱进发展好的故事，展现了当代青年的高度文化自信。

业务探讨

48 地方媒体获评中国新闻奖的报道技巧 / 肖柳

50 浅析《乘风2024》在国际传播中的影响 / 孙艳兰

52 进一步完善湖南省应急广播体系建设的若干思考 / 彭凯

54 融媒体时代摄影记者的转型思考 / 高震

前沿动态

56 6月大屏直播用户活跃率创三年同期最高等4篇

编者按：8月15日，2024年世界青年发展论坛长沙站活动举办，本届论坛长沙站的主题为“文化传承与创新”。湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）党委书记、董事长、台长、总编辑龚政文受邀出席论坛活动，并作为特邀嘉宾，就文化科技融合发展创新，发表题为《让科技之光放大文化之美传播之力》的致辞。现将全文转载如下：

让科技之光放大文化之美传播之力

龚政文

本届论坛的主题是文化和科技融合背景下的文化传承与创新，这的确是当今世界特别是当代中国所正在掀起的一股新浪潮。当今世界，移动互联网和人工智能技术迅猛发展，正在深刻改变社会生活和文化图景；当代中国，在以中国式现代化推进中华民族伟大复兴的进程中，中华优秀传统文化的传承发展和中华民族现代文明的创造使命更加突出地呈现在我们面前。而没有创新技术的加持与赋能，文化的传承与创新就将是软弱无力的，甚至是黯然失色的。就在这个论坛举办地，四年前，习近平主席洞察世界之变和时代之需，提出了文化和科技融合的重大命题；今年3月，他在长沙再次提出要“探索文化和科技融合的有效机制，加快发展新型文化业态”。文化与科技双向奔赴，互为体用，互相成就，推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展，共同为一个新的文化生命体提供澎湃动力。一场轰轰烈烈的文化和科技融合大实验，正在马栏山上、金鹰城里展开。下面，结合湖南广电的实践，我从内容、平台、人才三个方面来分享我们的探索与思考。

天才创意+奇妙科技的内容精品

让文化之光美不胜收

湖南广电是一家创意机构，内容为王、创意致胜始终是电视湘军的成功秘诀。在这里，“1%创意”和“百万文案”层出不穷。但近年来，我们越来越重视创新技术的作用。我们提出要最懂文化的科技公司和最懂科技的文化公司，新技术在内容创新中的使用占比超过90%，“科技之光”放大了“文化之美”。

一方面让中华优秀传统文化在穿透人心的技术中焕发时代光彩。譬如，纪录片《中国3》采用“绘画+CG”的呈现方式，通过CG特效让远古中国的山川大地、神话景象、传说人物动起来、活起来，把“情景再现”变为“情境再现”。另一方面，让活跃的现代文化在沉浸式体验中实现出圈传播。刚刚落下帷幕的《歌手2024》，是将最新技术用到顶级IP上的成功案例，在一场又一场完美直播中，为全球观众提供各种极致化的高峰体验。

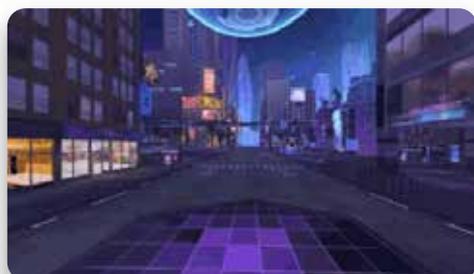
联合国教科文组织两次点赞节目是“文化交流的美好见证”。我们用科技的力量，让文化离得更近、飞得更高、传得更远。



虚拟“小漾”



数字人分身



芒果元宇宙

文化要传承，文明要创新，当代中国的视听文化，应该是有深厚历史文化底蕴的、应该是有高度艺术品质和强大感染力的、应该是富于创新精神和青春气质的、应该是充分利用现代科技手段和传播规律的、应该是代表当今世界精神文化高度、能够风行于世并传之久远的。

青春态+智能化的媒体平台

让文化传播无远弗届

传播平台是世界青年文化交流与互动的重要载体，湖南卫视与芒果TV是湖南广电最具代表性的两个媒体平台，也是具备一定国际影响力的媒体品牌，在传统电视端与网络新媒体端，花开两朵，并驾齐驱。湖南卫视融合青年关怀与国家叙事的平台价值观，打造“青春中国”的品牌形象，立足中国辐射海外，始终与全球青年共情共生。“天生青春”是芒果TV与湖

南卫视一脉相承的基因密码，双平台综艺有效播放、Z世代用户占比均位列行业第一。芒果TV有效会员规模达6653万，芒果TV国际APP下载量超过1.9亿。

当前，我们正在通过实施“云化、虚拟化、智能化”工程，打造包含湖南卫视、芒果TV、小芒、风芒、5G智慧电台、数字文博大平台等在内的头部数智传播平台矩阵，实现平台之间用户、数据、资源、流量的互通导流，形成完整生态链。数千种新技术被广泛运用于平台建设，特别是生成式人工智能成为我们发力的重点。

就在不久前，我们的芒果大模型通过了国家有关部门的备案，数字人小漾、爱芒导演、AI播报、主持人数字分身等一批虚拟形象活跃在各个平台之中。青春无敌，智能万能，一个有声有色、有情有义、有滋有味的传播平台，一定会得到各国青年的喜欢。



AI导演“爱芒”



芒果大模型



AI智慧广播

年轻化+比武场的人才路径

让文明之树生生不息

文化的传承发展、文明的更生再造，离不开年轻人的创新创造。年轻人是最懂创新技术、最快且最擅长运用创新技术的群体，而现在，他们对优秀传统文化的热爱与修养也与日俱增。

在每一个热门博物馆外面，年轻人永远排着长长的队伍；我们的数字文博大平台，年轻人提交了上千份创意十足的方案。所以，在文化与科技融合的战场上，要以年轻人为先锋。“永远向一线倾斜，向年轻人倾斜”是芒果的企业文化。在这里，“万类霜天竞自由”；在这里，优秀青年总是在“C位”。当然，年轻人需要实践的磨练，需要在一个又一个项目的淬炼中去成长蜕变。所以，我们要让年轻人到一线竞争中去磨砺，让更多95后、00后在“比武场”抖擞而出。过去四年，我们连续举办“国际音视频算法大赛”，吸引了全球3万支战队参与，招揽了100多名算法工程

师。湖南广电成为金牌制作人和创意工程师碰撞火花、相融互促的最佳试验场。

就这样，沉睡在湖南省博物院的T型帛画活起来了，《岳麓书院》展现的湖湘悠远文脉生动起来了，《奇喵博物馆》《万物友灵》这样趣味化的文博短视频火起来了，《声生不息》的歌声一遍又一遍飘荡在中华大地上、飘荡在爱乐人的心中。

岁月奔流不息，文明代代相传。中华文明的传承发展、各国文明的交流互鉴，需要青年挺膺担当，需要科技加持赋能，需要媒体充当桥梁纽带。让我们携起手来，从世界文明的深厚土壤中吸取养分，从创新科技的飞翔之翼中凭添力量，乘风而上，在广阔无垠的宇宙中挥洒人类文明的灿烂图景，去创造我们共同的美好未来。

【作者系湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）党委书记、董事长、台长、总编辑】

编者按：5月24日，第二十届中国（深圳）国际文化产业博览交易会2024文化强国建设高峰论坛文化产业创新发展分论坛和繁荣文艺创作分论坛分别在深圳国际会展中心举办，湖南广播影视集团（台）党委副书记、总经理、副台长蔡怀军出席。在上午的文化产业创新发展分论坛上，蔡怀军以《“长中短”贯通的芒果超级平台新算法》为题作演讲。现将全文转载如下：

“长中短”贯通的芒果超级平台新算法

蔡怀军

上两周，我们的《歌手2024》直播了两期，今晚（5月24日）直播第三期。这档节目阔别四年，重新回归大众视野，它有两大核心的创新点：一是超级直播，给了全民周五“点外卖、看歌手”的集体仪式感；二是全民预测，这一季融合了文化和科技的新算法，融合了长、中、短视频内容交互的新玩法，让创意更足、冲击更强、后劲更大。

今年3月，习近平总书记到湖南考察时再次强调，“要探索文化和科技融合的有效机制”，为我们更好地担负起新的文化使命指明了方向。当前，湖南广电正在布局“国有数智超级平台”，这是一个长、中、短内容贯通的平台，是文化和科技“双引擎、双驱动”的平台，是融合湖南卫视、芒果TV、小芒电商、风芒、5G智慧电台等的矩阵式平台，是实现人才、机制、产业“全域一体、跨域联动”的生态型平台。超级平台的建设，相当于让我们拥有了一个全类目、跨领域、多形态的武器库。主要围绕了三大核心变化：

一、变的是内容形态，不变的是价值引领

芒果对于创新的求索，始终是基于国家所需、人民所求，永远伴随着对主流新媒体使命的思考，一面突破自我极限，一面防止掉入平庸的陷阱。

去年的《乘风2023》，“国际姐姐、大美中国”让主流成为顶流，今年新一季的《乘风2024》，又有了截然不同的新面貌，节目以“中国二十四节气”为题，蕴含的文化厚度和东方韵味，传到了世界各地，就连法国总理都发来视频，点赞节目“促进中法友谊”；《声生不息》系列，三季都在歌唱家国情怀，但每一季都可以成为一个独立的品牌IP；《花儿与少年》“丝路季”“好友季”，都埋着一条“走向世界交朋友”的核心暗线；纪录片《中国》做到第三季，一季有一季的形式创新，用宏大的叙事与当代青年达成了有效沟通。

作为党媒国企，文化自信始终是芒果内容创新的底气，也是芒果内容向下扎根、向上生长的基因密码。

二、变的是用户需求，不变的是创新驱动

万物皆流，唯变所适。我们善于捕捉用户的情绪变化，以创新为驱动，让平台始终立于潮头。

当用户不再满足于长内容。我们较早地布局了“大芒计划”中短视频、横屏竖屏。今年更是大刀阔斧地改革，全面推动内容侧的转型升级，成立“微创新中心”，抽调双平台25%的年轻力量，组成一支“青年实验突击队”，打造未来新的商业模式、新的内容方向的“集中训练营”。

当用户不再满足于纯粹观看，更注重亲身体验。我们运用新技术，打造的芒果大模型、AI导演“爱芒”，让用户云游于“芒果平行宇宙”，人人拥有“数字分身”；我们融合生态资源，通过“研学+文旅”“电商+游戏+IP”“线下演出+经纪”等，形成更多的排列组合公式，打造更具创新的交互体验、更具情感附加值的精神空间，满足青年大众对于文化产品的多样化需求。

当用户不再满足于单向输入，更注重双向互动。我们寻找1%超级爆款，不只是以简单的影像呈现，而更注重“情绪、互动”的表达。以《大侦探》《密逃》《名学》等为代表的推理赛道，最近迎来新成员《魔方新世界》，用极强的科技感、未来感，再次突破“迷综宇宙”天花板；正在筹备的创新综艺《花儿绽放》，将通过“直播互动、云赶集”等新形式，打造“全民推选村花”盛况。

三、变的是产品迭代，不变的是生态升级

新时代下，我们要答好文化和科技融合这一重大命题，绝不能只做简单的“数学相加题”，而是要做更有含金量的“综合题”。

这道题“向内求索”。10年前，为落实中央关于媒体融合的战略要求，我们打造了芒果TV；为深化融合，我们布局小芒电商，推动湖南卫视、芒果TV双平台深度融合。去年，我们将金鹰卡通也纳入超芒生态，组成四平台，小芒GMV突破百亿，金鹰卡通稳居中国最好的少儿上星频道。今年，我们紧扣文化和科技融合，打造“数字文博大平台”，立足于“让文物说话、让历史说话、让文化说话”。在这一条时间脉络里，芒果生态产业链更加立体、更加多元、更具生命力。

这道题也“向外生长”。这些年，芒果一直以“超级合伙人”的机制，壮大了产业朋友圈，发展了跨界新业态，打造了新消费、新形态、新地标。近期，围绕湖南省推动文化和科技融合重要部署，我们紧紧围绕湖南广电的内容IP优势，彻底贯通马栏山生态，以打造演播厅集群、音视频装备展、动漫游戏产业聚集区等标志性动作，形成聚集效益，打造产业高地，让文化产业在马栏山上永不落幕、生生不息。

循着旧地图，永远找不到新答案。在文化和科技融合的新命题里，我们不做既定路径、固有道途下的轨迹，而要做创造奇迹、书写历史的车轮。湖南广电将躬身入局，以文化为核、科技驱动，全力打造“国有数智超级平台”，推动文化产业高质量发展。唯有如此才能不负期待，唯有如此才能欣欣向荣。

【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、副台长】

众志成城打硬仗！ 湖南广电记者 战斗在岳阳华容防汛抗灾抢险救援一线

7月5日下午，岳阳华容县团洲垸洞庭湖一线堤防发生决口。险情发生后，湖南广电党委第一时间作出部署安排，立即成立防汛救灾抢险报道指挥部，由龚政文任总指挥，集团（台）分管领导任副总指挥，各相关单位和媒体为成员单位，共投入编辑记者52人，开设专题专栏19个，以战时状态做好当前防汛宣传报道。7月5日—7日，集团（台）连续召开防汛抗灾抢险救援宣传报道专题会议。会议要求，深入学习贯彻习近平总书记重要指示精神，全面落实省委省政府、省委宣传部指示要求，举全台之力做好宣传报道，各相关媒体大小屏联动、优先移动端、发力短视频，根据汛情险情变化加强研判，大屏端做优编排，做出特色、做出成效，移动端争时间、抢速度，做到即采即编、即审即发；用好新手段、新工具，推出一批具有全国影响力的短视频产品，做到“最现场”“第一手”“抓活鱼”“信息源”，抢抓独家新闻和鲜活素材，加大知识性、专业性、科普性资讯报道力度，推出更多原创精品；及时回应群众关切，做好解疑释惑报道，有效引导社会舆论。

7月6日23:40，湖南卫视加开25分钟防汛抗灾抢险救灾特别节目《众志成城打硬仗》，湖南经视、湖南都市等媒体并机报道，湖南广电全员动员、全媒传播，全力以赴打赢防汛抗灾宣传攻坚战。

第一时间调整版面编排

集中最优资源做好抢险救灾宣传

湖南卫视《湖南新闻联播》《午间新闻》推出特别编排，以“头条报道+时政+动态地图+新闻特写+现场连线+胡湘平”组合拳集束式报道，既及时准确传递了党中央、国务院对湖南汛情灾情的关心关爱，省委、省政府科学决策和部署安排，也充分详实报道抢险救援最新动态和湖南各级各部门有力举措。

《湖南新闻联播》播发《习近平对湖南岳阳市华容县团洲垸洞庭湖一线堤防发生决口作出重要指示 要求全力开展抢险救援工作 切实保护好人民群众生命财产安全 李强作出批示》《沈晓明主持召开省委常委会会议强调坚决贯彻习近平总书记重要指示精神 全力保护好人民群众生命财产安全》《李国英率队来华容指导抢险救援工作 全力以赴加快决口封堵进程 毛伟明参加》等报道，同时开设《全力以赴打硬仗》《争分夺秒 灾后重建》《众志成城打硬仗》三个专栏。《午间新闻》开设《统筹抓好防汛减灾和灾后重建》《众志成城打硬仗》两个专栏，累计播发相关稿28条，其中，《地图速览：填堵决口 守好间堤 有序转移安置群众》结合地图介绍了处置团洲垸决堤险情的总体情况，带领观众详细了解决堤险情发生的位置和状况；《湖南全力处置华容县团

洲垸决堤险情》介绍了各方救援力量抵达团洲垸，连夜奋战，众志成城，提升了战胜险情的信心；《新闻特写：彻夜不眠 守护钱团间堤》报道了武警、民兵、电力、巡堤所有人员彻夜不眠，守护钱团间堤安全。

湖南电台开设特别报道《会战团洲垸》《大喇叭应急之声》等5个专题专栏，大力开展防汛抗灾宣传、发布预警信息。《全省新闻联播》针对防汛抗灾播发新闻做到既快又准。特别报道《会战团洲垸》，既有现场连线，也有录音特写，还有现场报道，让广大群众看到战胜这次洪灾的决心。

《经视新闻》加档50多分钟，与现场记者进行了3场直播连线；推出防汛特别板块《人民至上 生命至上 战斗在防汛抗灾第一线》，播出15条稿件，重点记录险情处置和群众转移安置等工作。

第一时间开展新媒体宣传

传递抢险救灾正能量

加强新媒体报道是打赢抢险救灾宣传攻坚战的关键所在，湖南广电要求一线记者必须按照先网后台理念开展采访工作，所有记者抵达现场后立即出境报道，介绍抢险救援动态，后方安排专业团队负责剪辑短视频、审核上传等工作，推出了一批传播正能量、具有全国影响力的短视频。

芒果TV推出“众志成城打硬仗”特辑，在APP端新闻频道、PC端新闻频道推荐，截至2024年7月8日9:00，共集纳新闻视频158条。湖南电台、都市（风芒）、爱晚频道记者采制的《救援官兵连夜铺设彩条布加固间堤！》《各地抢险救援力量迅速集结》《一呼百应 众志成城 各地驰援岳阳华容防汛救灾》等短视频，报道救

援官兵彻夜未眠奋战一线，抢险工作有力有序开展等生动画面；《“确保有饭吃 有水喝 有地方住”》《洞庭湖决口抢险救援正在进行，已转移安置受灾群众5755人》《家离决口仅500米！听到广播就赶紧跑了！》《岳阳团洲垸发生决口险情 消防紧急营救转移受灾群众》等短视频，聚焦各级各部门紧急转移群众，无一人伤亡，受灾群众得到妥善安置；《蓝天救援队队员连夜救援，早上席地而睡，附近居民看了想流泪》《三名老人不愿撤离，湖南消防苦心劝说》等短视频，深挖救援细节，传递暖心故事。

风芒客户端开设专区，启动“无人机+视播一体监控”防汛报道新模式，实时刷新决口封堵进展。针对抢险救灾重点和社会关切，及时播发第一手资讯，并将《众志成城打硬仗》等6个专题专栏在首屏首页置顶，刷新最新消息，跟进新闻发布会的相关内容。同时，联合驻华容一线采访的湖南台记者以短视频形式不间断推送防汛最新报道。相继制作10余条二创短视频。推出《动画图解华容决堤险情，如何守好第二道防线》，运用动画制作+AI配音深入分析决堤险情的科学应对；《风芒锐评：用使命担当筑牢生命防线》以“站成一棵青松、一个标杆、一面旗帜”的精神，凝聚舍我其谁的使命担当力量。《辟谣侠盟》专栏上线《特效合成！移花接木！为博取流量发布汛情不实信息！谣言线索已移交公安机关！》每日滚动推送辟谣报道，截至7月8日上午9:00，都市（风芒）累计发稿308篇（条），全网点击量1.14亿次。

（供稿：湖南广播电视台办公室）

编辑 / 刘凌



湖南广电对口支援资兴市中坪村救灾重建

7月27日，受超强台风“格美”影响，资兴市平均降雨量达412.7毫米，最大降雨量673.9毫米，是2006年台风“碧利斯”带来降雨量的近2倍。超强的降雨诱发了滑坡和泥石流灾害，郴州资兴市受灾群众达126825人，造成重大人员伤亡，等待救援人员超两万人，房屋倒塌1132户，3975间；严重损坏581户，2038间，直接经济损失近300亿元。

8月6日，湖南省委书记沈晓明、省长毛伟明在防汛抢险救灾工作调度视频会上做出部署，要求加大对郴州市资兴防汛救灾工作的支持力度，以对口支援的方式安排46家省直有关厅局、省属国有企业分别对口支持46个受灾严

重的镇村，全力以赴抓好抢险救灾和灾后重建工作。按照“一村一单位（企业）”原则，湖南广电对口支援资兴市州门司镇中坪村。

接到对口支援任务后，湖南广电集团（台）党委高度重视，快速响应，第一时间专题研究，成立集团（台）对口援建工作领导小组和工作队，并于8月7日第一时间派出对口援建工作队进村开展对口支援工作，同时第一时间采取具体帮扶行动、安排专项救灾资金。

8月15日至16日，集团（台）党委书记、董事长、台长、总编辑龚政文率队赴中坪村，指导救灾重建工作。在中坪村，龚政文一行先后来到了椅子坳通村公路塌方点、通村公路南凤头

一步，将督促设计单位加快进度，抓紧完成损毁道路、桥梁、涵洞、水渠的修复设计工作，尽快启动施工，进一步做好“四通”“三有”（即“通路、通电、通讯、通水”“有基本的保障、有安全的住房、有稳定的收入”）。

在随后的座谈会上，龚政文代表集团（台）党委向

中坪村表达了慰问，并就抓紧推进救灾支援工作提出五点具体要求：一、巩固“四通”“三有”工作成果，确保道路畅通无阻，做好饮用水和农田灌溉用水的保障工作，进组入户，将省委省政府的关心传递给受灾村民；二、制定科学合理的支援救灾计划，列出时间表、工作量、经费预算，倒排工期，加快重建进度；三、积极向省、市汇报，与各职能部门紧密配合，多方筹集资金，形成援建合力；四、集团（台）驻村工作队要与村支两委密切合作，组成统一的救灾重建战斗队，共同推进灾后重建工作；五、继续做好救灾援建的宣传报道工作，营造良好的舆论氛围。

（供稿：湖南广播电视台办公室）

编辑 / 刘凌

路段、青华组通组公路塌方点，实地察看了通村公路断点恢复情况、水毁灾情、通组公路断点恢复情况，详细了解了灾后恢复重建进展。

经了解，中坪村通村通组的水泥硬化公路受损超过6公里，砂石路受损超过3公里，灌溉农田的水渠受损9公里，倒塌房屋7间，同时，机耕道、农田、林地、桥梁、拦河坝等基础设施也均受到不同程度的破坏，但未造成人员伤亡。

集团（台）驻中坪村工作队队长徐文彬介绍，在应急抢险阶段，驻村工作队迅速掌握灾情风险点，有效防止了二次灾害发生，并启动损毁设施的修复工作和全面恢复生产生活的各项准备，提前完成了通村通组公路的抢通任务，所有受损公路均在资兴市救灾指挥部规定的8月15日保通节点前实现畅通。同时，清理工作有序进行，已清理土方5000多方，确保了10户受灾村民的安全转移。下



战斗在防汛抗灾一线的芒果新闻人

6月中旬以来，湖南全省遭遇多轮强降雨，岳阳、怀化、常德、益阳等地防汛压力骤增，相继出现不同程度险情。为全面做好防汛抗灾报道，湖南广电全员动员、全媒出战，迅速调度最强采编、技术、后勤力量奔赴防汛抗灾一线。在这近一个月的时间里，他们不惧险情、不畏疲劳、连续作战，第一时间发回防汛抗灾最新动态信息。

7月1日下午，辰溪县迅速启动了湖南省首个防汛Ⅰ级应急响应。新闻中心记者向星华和摄像陈帅、司机郭亮一起冒着极端天气，驱车6小时，在灾情到来前抵达辰溪县中南门码头。此时离节目直播仅有两个小时，时间紧迫，他们用雨衣护住摄像机和直播设备，徒步前往决口点附近进行现场报道。

湖南广播电视台新闻中心记者 向星华

张家界市从6月25日晚8点起，防汛应急响应从Ⅳ级升级为Ⅲ级，全市各级各部门党员干部在暴雨来临前连夜紧急转移风险点群众。新闻中心记者王上之、龙科、台车队司机张克翔，连续3天深入张家界市永定区瓦窑岗村、莫家岗村等地开展蹲点式采访，动态记录村干部在暴雨前连夜转移地质灾害隐患点周边群众全过程。

湖南广播电视台新闻中心记者 王上之

7月1日，平江县降下暴雨，导致全县多地受灾。潘然主动请缨，前往家乡平江进行抗洪救灾的报道工作。他发挥“本地人”的优势，找到当地乡亲带路，通过半个多小时绕行泥泞弯曲的乡道，到达离被淹村庄最近的人员集结地。因雨水导致摄像设备故障，潘然第一时间拿出手机，登上救援车辆和冲锋舟，拍摄新闻素材，采访被困群众。

湖南广播电视台新闻中心记者 潘然

7月1日，由于连续降雨，汨罗江水位上涨，河水从早上开始漫入城区。新闻中心记者吴方、摄像杜登伟和司机柳红伟3人，第一时间抵达平江县城。在救援现场，记者多次乘坐冲锋舟随救援人员进入被淹楼道，在极其有限的空间内拍摄到了救援人员转移群众的珍贵画面，记录了现场感人的一幕幕实况。

湖南广播电视台新闻中心记者 吴方

7月1日晚，新闻中心记者白云龙、摄像杨居正、司机杨文，连夜赶往被洪水围困的汨罗市长乐镇。采访车在进入灾区的过程中，因为发动机进水，导致趴窝熄火，之后车辆被洪水淹没到车顶。幸好遇到了转场的汨罗市民兵应急连的战友，才搭上了便车进入“战场”，他们通宵拍摄记录营救群众全过程，大家的衣服被汗水和从缝隙里流进的雨水打湿，风一吹浑身发抖。

湖南广播电视台新闻中心记者 白云龙

舒方兴在平江采访时，因为车进不了现场，只能跟随救援民兵步行前往受灾较重的平江平西村，这个位于汨罗江畔的村庄，被洪水淹了近7米深，被困人员近千。他随救援队一起，坐着小舟一边采访，也一边协助救援人员参与救援。当地村民张欢怀孕已近10个月。因为水太深，门已被洪水堵死，只能从窗户出来。舒方兴便让村民踩在肩上，再安全到救援船。

湖南广播电视台新闻中心记者 舒方兴



在完成平江防汛抢险报道后仅一天，孙侠又接到前往华容采访的任务。当晚10点，他就赶到团洲乡政府，通宵采访报道，并在第二天凌晨发回短视频现场报道。在转战大堤及间堤后，7月8日上午，孙侠凭借多年报道水利线口新闻的经验，在间堤北端发现一处未被察觉的小型管涌险情，并找来附近的专家和民兵，经专家勘察确为管涌，随即该隐患得到有效控制，用实际行动与众人一同坚守“第二道防线”。

湖南广播电视台广播传媒中心记者 孙侠

7月5日下午，岳阳市华容县团洲垸洞庭湖一线堤防发生管涌险情后造成堤坝决口。晚7点，赵禹驱车赶往现场。抵达后即随国家消防救援局工作人员一道对大堤、间堤进行巡护，深入堤坝9公里，详细了解各路信息，并记录巡防过程，发回现场直播连线报道，同时还拍摄了视频报道。截至7月8日夜间，赵禹步行总里程超过50公里，发回报道14条，拍摄短视频报道7条。

湖南广播电视台广播传媒中心记者 赵禹

7月5日下午，原本已经请好了事假要赶回江西老家处理家事的记者梁瑞主动请缨，仅带着充电线和采访机就直接奔赴情况最严重的团北村。为了第一时间采访团北村的救援情况，在抵达团洲乡后梁瑞立即跟上救援队伍，乘坐救援艇开展了2小时的搜救，记录现场被困人员脱困过程。

湖南广播电视台广播传媒中心记者 梁瑞

“灰尘已经喷到了我的眼睛和鼻孔里……为了抢时间，这些工程车24小时不停运送石料，争取早日合龙。”湖南经视记者彭柏霖，在洞庭湖一线大堤决口右岸现场直播时，突然遭遇工程车轮胎扬起大量尘土，尘土喷进他的眼睛、嘴巴和鼻腔，他强行忍住，完成了10分钟的现场直播连线。直播完成后，他和摄像陈术丰都在现场不停干呕，用水清洗眼口鼻。

湖南广播电视台经视频道记者 彭柏霖



7月2日，经视记者郭智军、袁欢在平江县城积水最严重的老城区采访。他们坐上了志愿者的黑色皮划艇，每拐过一处居民楼就能听到有人招手“搭船”，这些人大部分是住在高层的居民。有位75岁的老人腿脚不便，自己不能上船。郭智军放下手中的摄像机，趟着水背起老人就走。这一刻，他是新闻记录者，也是抗洪志愿者，更是冲锋在前的共产党员。

湖南广播电视台经视频道记者 郭智军

华容钱团间堤年代久、堤面窄、路况差，为保证物资快速运输，只有部分工程车辆及小型非机动车可以通行。这就给现场采访的记者海瑞出了个大难题，14公里长的间堤，37度的天气，只靠步行恐怕无法做到。幸好海瑞在采访中认识了一位良心堡镇望君洲村的严嘜，他家有辆电三轮解决了记者的燃眉之急，海瑞和摄像坐在三轮车后斗到达现场。

湖南广播电视台都市频道（风芒）记者 海瑞

“走！再远也要走进去！”记者黄聪拉着摄像记者肖雄步行赶往华容堤防决口处。安能集团现场指挥人员张晓宾有些疑惑，也有些感动：“这么晚，湖南台记者怎么走到这里来了？”和采访对象的信任瞬间建立，张晓宾甚至把手机微信群翻出来给记者看。记者从中获得了不少有效信息：“左岸已推进13米”“明晨要推进到60米！”一条高质量稿件就这样出炉了。

湖南广播电视台都市频道（风芒）记者 黄聪

洪水骤然来袭，汨罗长乐镇遭遇险情。在冲锋舟上，陈玉麟临时担任起“吹哨”工作。一名女子带着两名孩子站在二楼窗户上向他和救援人员招手。被困住的是一家四口，陈玉麟和救援人员分工，一个背、一个接，顺利将四人接到冲锋舟上，并送到安全区域。

湖南广播电视台爱晚频道记者 陈玉麟

这个失联村，记者竟三进三出！

王尧

6月18日至7月1日，湖南省岳阳市平江县遭遇自有气象记录以来持续时间最长、强度最大、雨量最多的一次汛情。

7月1日晚，平江县启动防汛Ⅰ级应急响应。我和摄像唐凯、司机黎先平三人收到消息后马上奔赴平江，跟随武警官兵连夜前往受灾严重的三市镇报道抢险救援情况。

7月2日，得知三市镇淡江村因山体多处滑坡，成为最后一个无法取得联系的村庄。顾不得休整，我们跟随救援力量徒步挺进这个“失联村”。

（一）

越靠近淡江村，周围的情况越复杂。农田被淹、路面“悬空”、碎石树枝遍布。在距村庄还有

三公里时，一处山体滑坡彻底截断了道路，手机信号全无。此时我们才意识到，我们也“失联”了。

一边是湍急的洪水，一边是随时可能再次塌方的大山，进还是不进？

没有犹豫，我们就这样深一脚浅一脚地翻过滑坡，向淡江村继续进发。

眼前的场景超乎大家想象：短短三四百米，大的滑坡就有四五处，泥土裹挟着石块和树木横亘在路上。垮塌处，已经吸满水的土层还在不断向外滴水。

我们不由得担心起村里的情况，默默加快了脚步。

（二）

经过长时间跋涉，翻越一处又一处的滑坡、断



路，我们终于进入村庄外围。放眼望去，不少房屋倒塌，大片农田被毁，河道两旁的竹子、树木成片倾倒，水痕一直延伸到周边房屋的一楼顶部。

见有人来，村民们非常激动。我们赶紧上前询问情况，大家你一言我一语：“什么都没有了，房子都塌了”“猪都被冲走了”“连吃饭的碗都没有了”……村民们的话，让我们既震惊又心疼。

当问到是否有人伤亡时，大家异口同声地说：“没有。”我们松了口气。

掌握了基本情况，此时，距离《午间新闻》播出时间已经越来越接近，我们想着要把这些情况赶紧传回台里。但村里完全没有信号，该怎么办？我跟唐凯商量，赶紧走出去！

我们急忙踏上了返程的路。唐凯找到一户村民借了辆摩托车，我们就这样一路寻找信号，但5G设备却始终达不到信号传输要求。

时间一分一秒流逝，直到节目开播，仍然无法传回。我们心一横：不传了，再回村找人物、挖故事去！

（三）

我们再次徒步进村。一路上我在想：村民的基本生活如何保障？如何与外界取得联系？是否还有被困村民失联？

我们接连找到了因家里地势高没有被淹，自发给受灾村民做饭的徐常清；自家房屋被冲垮，却一直在确认其他家是否安全的老党员吴建军。

在村部，我们正巧遇到了刚从上游片组返回的村支书朱颖达，他正忙着联系医护人员上去救治受困群众，我们跟了上去。

汛情以来，他和村干部相互配合，通知群众转移，全村没有一人伤亡。因为道路冲毁，上游

片组的人无法下来，但有些老人亟需用药，我们跟着他一路走、一路送药。

当走到最后一户群众家时，原本的田埂路已被完全冲断，只留下裸露的山石。朱颖达带着大家翻下断壁、越过河床，进入最后一户村民家中。看到有人来，五保户周保民激动地哭了起来。医护人员赶紧一边安抚、一边检查，抓紧时间为他治疗，过了一会儿，老人的情况逐渐稳定。这时，一直紧绷的朱颖达才露出一丝久违的笑容。

经过武警官兵和村外工程人员的双向抢修，淡江村通往外界的道路当天下午被打通。返程途中，我们把所见所闻整理成稿，也把村里的情况反映给了有关部门。很快，省红十字会就有了回应，他们筹集的物资正在调度，特别是村民急需的食物、被褥等生活物资将会连夜运抵平江。

听到这个消息，我们感到无比振奋，第二天一早，我们又跟随省红十字会人员，再次进村，记录下了物资运抵的重要时刻。

第三次进村，感觉确实不同：我们已经可以直接开车到村里，通往村支部的路上，垮塌的地方已被清理干净，许多乡亲仍在忙碌地清理淤泥，大伙儿脸上那种迫切的求助感不见了——一切显得相对从容。

最后一个村、最后一户人，一个也不能少。一路走来，我们记录下一个个鲜活的人物、一幕幕感人的画面，已经累得说不出话。

村支书朱颖达的一句话深深打动着。他说：虽然我们淡江村灾情很重，但是我们有信心重建家园！

（作者单位：湖南广播电视台新闻中心）

编辑 / 刘凌

面对灾情，我们一如既往

—— 芒果V基金救灾实录

钟雯 周一飞

雨，暴雨，大暴雨，持续性大暴雨。

6月起，全国多地进入主汛期，湖南全境遭受持续性暴雨、大暴雨灾害，强降雨持续时间长、范围广、落区重叠，多地发生流域洪涝、山洪和地质灾害，城市内涝严重。尤其是从7月2日开始，湖南岳阳、益阳、怀化等地出现大暴雨。

看到前方记者的报道，我们的心情异常沉重。面对灾情，芒果V基金志愿者在后方打响了一场没有硝烟，集结爱心的战斗。

7月3日，芒果V基金启动紧急救援，募集灾区急需的水和方便食品。

7月4日，加多宝集团响应，捐赠矿泉水和消暑凉茶，从距离最近的武汉工厂调集1万件物资，连夜运往平江。

7月5日，香港湖南协进会捐赠现金20万元，委托芒果V基金采购灾区急需的方便食品送往一线。原本准备与家人团聚的同事们纷纷取消假期，投入工作，成为“找食”大军。

既要保证量够，又要保证价低，还要保证即时送达，对合作伙伴的诸多要求不可谓不高。但是，得知我们是采购食品捐往灾区，所有的供应商都表示出极大的支持。

7月5日晚20:00，“零食很忙”公司调动公关部、品牌部、供应链，盘库存、找货车。

就在这时，7月5日，华容县团洲垸洞庭湖一线堤防（桩号19+800）发生险情，数千名群众正在紧急转移。我们立即与捐赠者联系，增加对华容的捐赠。



凌晨4:27，“零食很忙”完成物资装载。

四辆九米六的货车分别开往平江和华容。

早上8:00，货车到达两地民政部门物资接收点。

彼时的华容，撤离的百姓、抢险的军民、应急人员、后勤人员、技术专家、新闻记者往来不绝，抢险车、物资车、救援车接踵而至。

在华容，我们的食品是首批到达的捐赠物资之一。在这里我们看到，人员撤离安全有序，救援安置科学规范，我们的物资分发也是井然有序。这些简单的食物或许只是抢险人员在救灾间隙的三两口面包，也或许只是志愿者匆忙的一口牛奶，更或许仅仅只是离家人一口温热的慰藉，然而，从他们那一句句“谢谢”中，我们感受到了芒果公益存在的价值和意义。

接近正午，我走进平江，呈现在眼前的是满目疮痍。缓慢流淌的时间正在诉说着这



里曾经遭受过的浩劫。

烈日下县城一片平静，没有洪水狂野的咆哮，也没有抗洪紧张的喧嚣，只有马路中央遍地的垃圾、树木上黄绿分明的界线、轿车表面干涸的泥痕，诉说着它们与洪水深刻的过往。

物资接收点是整条街最热闹的地方：一辆辆大货车停在街边，民政部门逐一将货物登记造册，并即时分配给社区，志愿者们帮助社区对接转运。我们亦化身志愿者来到汉昌街道月池塘社区，从房屋的泥印推断，水已然淹没了二楼。

在社区志愿者的组织下，大家排队领物资。

社区工作人员陈辉连日来一直忙碌在防汛一线，转移群众、搬运物资、排查风险。现在又是她和我们一起走街入巷，将物资派发到灾民的手中。满身泥泞的她无暇收拾自己，声音沙哑地组织居民们排队，解说领取规则。

对于我们把物资送上门，居民们既意外又感动。周礼平是两个孩子的母亲，洪水过

境，断水断电，她一直在孩子面前保持坚强，接过我们递过的食物后听到我们说：“辛苦了。”她不禁眼眶泛红，想到了这几日的奔波，想到了自己贷款购买的车被水浸泡，但看到我们关切的目光，她抹去眼泪，露出坚韧的笑容，“只要人安全就好，大家一起加油，一切都会好起来的”。

朱新月和余柠檬是一对可爱的姐妹花，在平江县浅水湾附近小学就读，害羞的她们一直不敢上前，静静地在树荫下等待，直到大家都领完，她们才牵着手来到我们面前。新月害羞地接过物资，而柠檬则看着我不说话，我把食品放进她的手中：

“可以带回去给家人”

“我拿回去给妈妈”柠檬开心地说。

这几天，我从电视画面中看到洞庭湖边白鹭飞舞，它们回来了，我相信，家园也会回来的。

编辑 / 刘凌

编者按：7月1日，受持续强降雨影响，湖南省岳阳市平江县城发生严重洪涝灾害。19时左右，汨罗江干流平江县城段水位达到77.52米。平江县融媒体中心受灾，滞留在该中心的数十名记者、编辑、后期制作人员向社会发布最新汛情后，被冲锋舟接走撤离，前往临时新闻中心。平江县融媒体中心李磊、艾会秋在防汛抗旱指挥部前线受邀为中国记协“我在现场”发来稿件，讲述所见所闻。

“本台报道本台被淹”始末

李磊 艾会秋

（一）

“卫华主任，洪水已漫过一楼大厅还在往上涨，现在怎么办？”

“这么快？赶紧通知大家撤离！”等到融媒体中心党组书记、主任李卫华下达指令时，大家发现，楼外天岳广场上混着泥沙的洪水以肉眼可见的速度向融媒体大楼逼近。

此时的融媒体中心二楼，还未撤离的新媒体中心24位编辑记者还在紧锣密鼓地编辑防汛指令和救援视频。“赶紧走，带上必要的机器设备，到防汛

指挥部对面找个地方搭个临时指挥部。”卫华主任一边喊，一边带着大家收拾。

“素材都在媒资库里，怎么办？”有人问。

“等一下，我在接防指的电话”“卫华主任，卫视要素材，是不是通信基站出问题了？”“网速好慢”“稿子再等一个数据就好了。”

虽说撤离命令已下，但同事们仍沉浸在工作中。这样紧张的工作状态，自6月21日第一场连续强降雨持续至今。

收拾东西时，新媒体中心主任周杏电话接个不



停，后期制作余紫燕还在找素材，手指在键盘上敲。突然头顶的电灯暗了，“停电了”，坐在非编线前工作的曾小玉、苏娟娟这才不得不停下手中的工作。

清点了一下人数，此时这栋大楼里，包括中心干部刘武林临时救援的3名群众在内，共有30人。其中，还有一个9岁的小朋友。

“走吧走吧。”李卫华主任带领大家一起下楼。到楼下一看，洪水已经漫到了一楼楼梯间。同事刘武林蹚进水里，发现水深已经齐腰，连连摆手说：“不能走了。”

技术部主任黄红光大喊：“不能去！一楼演播厅没有断电源，怕触电。”

这种情况下，大家只能返回二楼待命。

（二）

雨还在下，洪水还在继续上涨。

站在单位四楼放眼一望，对面的临江小区一楼已经浸没在洪水里。而同事们停在单位的车辆，一点一点地被洪水吞没。遭遇同样命运的，还有广场里、巷子里尚未转移的车辆。

楼外天岳广场一片汪洋。我们的融媒体中心大楼，就像大海中央的孤岛。

更让人焦虑的是，我们得到消息，从晚上9点到次日凌晨1点，平江县城还有一轮50mm的降雨量。手机信号时有时无，天色渐渐暗了下来。

我们清点了一下，还有4个应急灯、7块摄像机电池做成的充电宝，新媒体中心还剩一些饼干之类的干粮。

网络时断时续，防汛的指令没法传出，新华社、湖南卫视要的素材根本传不了，外派的摄像们需要的设备都困在楼里，素材也无法送到后期制作手中。

正在这时，楼外依稀传来几声呼救。

“快来救救我们啊，我这里还有小孩子。”大家爬上四楼，用手电筒一照，天岳广场被困的车上还有三个人站在车顶。眼看洪水就要浸没车顶，一家三口不得不奋力呼救。

借着微弱的手机信号，记者谢鸿终于联系到了蓝天救援队。半小时之后，救援队到达，三人乘坐皮划艇离开。

我们站在四楼喊，“你们要回来啊，我们这里也需要救援。”可得到的回答是，这支救援小分队的皮划艇底部已经开始漏水，不可能回来救我们了。

外面大风大雨，大楼渐渐安静下来。

“有人来救我们吗？”年轻主持人陈怡心弱弱地问，“好像是没有，老城还有很多被困的群众等着要人去救。蓝天救援队根本忙不过来。”记者谢鸿无奈笑笑。

（三）

晚上10点左右，卫华主任接到电话，武警官兵们带着冲锋舟已赶到平江参与救援。各地的蓝天救援队正集结赶往平江，央视、卫视、新京报的记者也正在路上。

融媒体中心目前的情况也已上报，我们感觉救援只是时间问题。

为了省电，我们只开了一盏应急灯，但工作无法继续了。

此时此刻，我们能做的只有等待。

没想到的是，那一艘救了“车顶一家三口”的蓝天救援队划着小船回来了！

他们听说大楼里还有小孩子，冒着船随时漏水的危险，克服体力不支的困难，接走了困在这里的母子。皮划艇只能停在一楼窗户下，孩子跳下去的时候吓得哇哇大哭。

为了尽快发稿，新闻采编中心主任余毅也上了船。年轻主持人戴勇驰自告奋勇当起了

船夫，奋力划桨。

“今天是七月一日建党纪念日。”融媒体中心机关支部副书记刘武林说，“这真是一个特殊而有意义的七一。咱们融媒体中心的党组织真是不错，党组书记（卫华）、机关党委书记（钟建武）、机关支部书记（李磊）都在这里，机关支部的党员在抗洪一线坚守岗位。”

“我们自己报道一下自己吧，本台报道本台被淹！”卫华主任提议。

而此时，消防员救援的冲锋舟已经过来了。

匆忙中，我们打着唯一一个能亮的应急灯，副主任钟建武写了几句出镜词，举着快要断电的手机，主持人陈怡心抹了一把脸，在一楼被淹的楼梯间、以几个等着上船的记者为背景，在消防员的催促声中，完成了“本台报道本台被淹”的现场报道。

晚上11时30分左右，我和新媒体中心主任周杏第二批被救援。上船的时候，卫华主任在二楼窗户伸着脖子交待，“你去神帆大酒店找个房间作为融媒体中心的临时指挥所。”

摇摇晃晃坐上冲锋舟，雨水噼里啪啦打在脸上。定眼一看，带来救援的居然是县人大常委会主任，还有消防大队指导员彭艳波。

周杏问：“凌主任，这是第几次救援啊？”晓明主任说，“我今晚是第三次了，李勇书记他们都在现场组织救援。”“坐好了、扶稳，往前坐，船头进水了，后面的人往外舀水！”消防员不断地发指令，此时的天岳广场一片漆黑。

突然，一个消防员大喊，“停停！下面有车。”说时迟，那时快，他立即跳下了船，洪水齐到了脖子，用力拨正了船向。

因为看不清方向，记者甘芳芳打开了

导航。冲锋舟发出的声音惊动了天岳广场附近被困的居民，我们清楚地听见有一个人在喊：“能不能送点吃的来，我们一家都没吃晚饭！”

船上的凌晓明主任问，“楼里还有什么人啊？”“还有卫华主任、建武主任，和十几名年轻的记者、编辑和主持人，还有这次洪灾的现场影像资料，请您一定安排救援。”晓明主任沉默了一会儿，缓缓说了一句“我来想办法，告诉卫华一艘冲锋舟只能坐八个人，要分批，还有同船救援的老人你要安顿好。”

冲锋舟到东方红面馆附近的时候停了下来，一个战士跳下水，用力地拽着舟向前走。

晓明主任说，只能送大家到这了。

蹚水到路边，县人大办主任徐鹏武安排，县人大办副主任喻乐开车把我们送到神帆大酒店。我打电话告知李卫华主任，融媒体中心临时指挥所设在神帆大酒店1317房。

今晚我们的工作才刚刚开始，这注定是一个惊心动魄的不眠之夜。

不久之后，27名同事陆续撤离到了临时指挥所，所需设备也随之到达。还有更多的记者、摄像正在全县各乡镇抗洪一线采写报道，素材全部汇集到指挥部。

我们接到的任务是，做一个洪灾的专题汇报片，编发《告全县父老乡亲书》《洪峰正过境平江》等等。

站在酒店13楼往下看，瓢泼大雨中，一场大救援正有条不紊地展开。

而我们这支融媒力量，正是其中一员。

（来源：中国记协）

编辑 / 刘凌

260多个小时…… 抗洪一线的“记录者”

周颖



华容县融媒体中心采访部副主任孙舒在团东堤段拍摄排涝作业

7月5日16时许，岳阳市华容县团洲垸洞庭湖一线堤防（桩号19+480）发生一处重大管涌险情。接到险情通知，华容县融媒体中心采访部火速组织全体记者立即奔赴团洲乡，第一时间直击现场。为更加快速、详细、准确地了解一线情况，采访部还派驻记者在县防汛抗旱指挥中心分线作战。

随着团洲垸管涌险情的迅速发展，全县抢险抗灾的形势变得越来越紧张。大堤决堤、转移群众、溃口扩大、搜寻人员、安置灾民……每一个抢险救灾的命令都十万火急，每一名记者都随时而动。

在县城，记者24小时驻扎在县防汛抗旱指挥中心，在来来往往的各色消息中梳理出最有价值的新闻信息，思考着新闻采访的方向；在

团洲乡，记者24小时驻扎在防汛大堤上，在危险的环境中捕捉最真实、最感人的画面，徒步在交通不便的大堤上行走，穿梭在抢险救灾的各类人群之中……记录、见证、感动，260多个小时以来，记者们不辞辛劳、持续奋战，用手中的纸笔、话筒、镜头、电脑，采写了大量现场报道，真实反映了全县抗洪救灾的动人画卷，记录下大量感人瞬间，生动展现了新时代新闻工作者在危急时刻的责任与担当。

身前是洪水，身后是家园。新闻采访的战线和前线指挥作战的战线一样长，每一处地方都有记者们背着摄像机的身影，每一个故事都是他们用心记录的努力。

（作者单位：华容县融媒体中心）

编辑 / 刘凌

从《歌手2024》看芒果 如何提供「国民情绪价值」？

浅度



《歌手2024》终极赛事“歌王之战”于7月26日晚圆满落幕。那英最终荣耀加冕《歌手2024》歌王称号。

如果说2024年至今，什么综艺给的情绪价值最足？那必然是《歌手2024》。

从直播升级归来的大为震撼，到中外歌手大战的惊心动魄，到国民现象变为周五日常的居家陪伴，一亿个人就会收获一亿种细微差别的情绪价值，有人被惊艳而心潮翻涌，有人因净化而心绪宁静，有人因音乐技术的巅峰而颅内高潮，有人因音乐态度的诚挚而心生敬意，有人因音乐梦想的坚持而感动潸然。而这，或许只是湖南广电这么多年来，持续提供「国民情绪价值」的一个缩影。

当「情绪价值」成为流行词，你是否想过它背后的逻辑？生成的秘密？它不只是一个「很虚的流行词」，也可能是一个「很实的生产力」。而湖南广电或许早就玩明白了。它之所以能源源不断、生生不息地提供「国民情绪价值」，因为它的生态就是一部有着强大「情绪价值生产力」的「情绪价值生产永动机」，生态中的每一环节，层层传导、环环相扣，互为因果、互相推动，最终成了一个在马栏山发动、在全中国辐射的国民情绪心脏。

闭环1：内容生态：情绪释放的载体

以《歌手2024》为例，为什么沉默4年再度归来的它，为什么跨越11年周期老IP的它，能够再度满足国民情绪价值？

因为再次归来的它，有了一套新的「内功」和「外功」：内功抓住「文明交流互鉴、促进世界共荣」，主打全球话语场；外功抓住「直播是广播电视的本质与核心优势」，主打全国情绪场。芒果深谙，情感是即时的、流动的、交互的，唯有直播，才能满足观众最真实的陪伴、最共时的同频、最在场的交互，才让在长沙七彩盒子的演播厅与在全国乃至全球的

乐迷们，因为直播而在同一个话语场、同一个情绪场，在彼此与交互的激荡中，把这12个夜的情绪共同推向高潮，反映在行为与数据上，就是话题热搜不断、开机率创新高。

这个思脉，贯穿在芒果2024年的年度主题创作机制中，贯穿在芒果内容生态的各品类中：新闻大片《长风万里》《经济活力在一线》，以客观描摹的新经济，提供国民经济光明、未来向好的预期；综艺《乘风2024》《中餐厅》《花儿与少年》，以全球化的视野，提供国民乘风远航、胸有寰宇的自信，《你好星期六》提供国民以快乐的情绪，《全员加速中》提供国民以热血的情绪；大剧《与凤行》，以精良的制作、恢弘的审美与中式的意境，提供国民深刻的文化认同感和精神滋养；直播《福宝见面会》，兼具科普性与趣味性的内容，提供国民惬意、治愈又暖心的情绪价值。

闭环2：技术生态：情绪传达的辅助

技术，是将内容中的情绪完整实现的「最强辅助」。

《歌手2024》为什么能创造这么强的情绪价值？本质就在技术生产力的提高，让「此直播」非「彼直播」：既不能与过去时的直播同日而语，也不是其他平台容易达到的高度——它有极高的直播技术门槛。

不完全统计，此次《歌手2024》直播涉及到的技术就包括了：有史以来最复杂、最多机位、最多信号、最多声音通道的直播矩阵；在全球综艺中有史以来，第一次采用的L-ISA沉浸式扩声技术；首次采用「1+3」屏幕布局，实现多屏同播、无感切换的沉浸式直播体验；首次采用最新空地卫星互联网+电视直播推流技术，开启史无前例的高空直播；构建「海外云

评审平台」，实现评审团零延迟观看与即时投票；构建「卡点互动系统」，实现云端观众与现场直播的全民预测；优化现场5G信号覆盖，联合研发基于wifi6网络的OTT协同监看系统……

因此，在全民狂欢的背后，直播已然是新技术升级、新质生产力爆发后的新直播，贯穿到从信号覆盖、到现场音视频技术、到大小屏系统更新、到互动宣推玩法洗牌，技术成为极大扩容芒果内容想象力的王牌。笔者有幸应邀参加《歌手2024》的「歌王之战」直播，偶遇一位AI领域院士，他说，他非常看好芒果技术发展，因为它有非常丰富的应用场景，这

些应用场景正在催化技术迭代，所以，他们的技术是在实战中迭代的，这是极强的竞争力。笔者深以为然。

闭环3：人才生态：情绪表达的主体

而闭环3的「人才生态」，才是把闭环1的「内容生态」与闭环2的「技术生态」打通的关键所在。之所以如今的芒果能够游刃有余地实现「内容+技术」的复合型创作，本质是因为芒果已经拥有了一支「内容+科技」复合型人才队伍的「新湖南广电湘军」。根据公开数据，目前湖南广电内容+技术复合型人才占比



达到集团的80%，其中，技术人才的90后占比达到了70%——也就是说，这支「新湖南广电湘军」已经实现了人才的「新型化」与「年轻化」迭代。

这就与芒果提前布局的人才转型战略紧密相关。湖南广电充分意识到提升新质生产力的核心在于创造新质生产力的人，人是生产力之本。因此，近些年来，前瞻性地打造了一支超600人的科技人才队伍，这支队伍在国际赛事上夺得两冠、四亚的优异成绩，专利申请总数超1300件。正是这群在内容上有「情绪感知力」同时又能借技术完成「情绪表达力」的复合型人才在湖南广电蔚然成风，才让「情绪价值创造力」达到了一个前所未有的高度——

因为，人，才是情绪价值创造的真正主体；不是内容，不是技术。

闭环4：创新生态：情绪原生的芯片

所以，只有把人的情绪价值拉满，人才会创造满足更多人的情绪价值。所以，芒果这台「情绪价值生产永动机」之所以能「永动」的秘密在于，它首先要以机制性的保障，让芒果人自己首先是情绪价值充沛的，才能外溢出去，才能向外赋能。笔者算是与芒果人走得最近的媒体人之一了，每次来马栏山，跟他们共处都是一种充电的体验。而让绝大多数的他们都是「能量体」的关键，就在于芒果生态中有层出不穷、不断进化的创新机制。

比如今年全新升级的「芒果青年说」比以往任何一届都更「玩真的」，真投资、真孵化、真产出，鼓励试错，聚焦内容新方向、商业新玩法、用户新增长、业态新空间、「星火计划」以及不设限的 X 赛道，模拟创意投资「一级市场」，由芒果TV 20多个业务部门

作为投资人，各自拿出50万元并帮助创意预孵化；芒果TV更是设立1亿元孵化基金，对优质项目进行后期孵化与营收返还激励。

所以，为什么《歌手2024》之火不是一个「离散现象」，而是一个「连续现象」，湖南广电每年不是这里火了那肯定要那里火了，就是因为它用创新机制保证了具备新质生产力人才，能够源源不断地用有情绪敏感度的内容与情绪表达力的技术，实现情绪价值生产力的不断输出。

闭环5：平台生态：情绪生产的系统

而创新的落点，需要平台的承接。尤其在「芒果新雨林」计划正式启动之后，这个情绪价值生产系统又做了一次重大升级。以这次《歌手2024》为例，除了「惊艳」的全屏直播，还有「惊天」的高空直播：早在第六期直播中，湖南广电就联合深圳航空，利用最新的空地卫星互联网技术，让300名乘客在万米高空的同一架航班上，沉浸式收看《歌手2024》直播，实现全球首发的航空大直播，首开电视与航空跨界联合的世界之先；而此次总决赛，更是联合厦门航空推出「『歌王之战』国际航班大直播」，在北京飞往多哈的国际航班上，用音乐的冒险承载文化与科技融合飞跃的勇敢远航，以「国际化直播」打开「国际化传播」的新路径，创意让意义变得更有高度、更加深远。

亦有「惊喜」的影院直播：本季史无前例地尝试了联动湖南、湖北、广西所有门店的芒果国际影城，进行《歌手2024》同步直播，打通了芒果TV会员与芒果国际影城的关联。而这，就是「芒果新雨林」的一次最新精彩实践——基于芒果系内相互信任的群落，它打通了芒果雨林中的各大板块，实现了湖南卫视、

芒果TV双平台、芒果超媒、电广传媒两家上市公司融合发展的新业态，创造了内容生态圈与产业生态圈的交叉融合、迭代升级，形成链路完整的共同创新实验，与此同时，交易成本达到最低，产能效率实现最高，社会反响引爆风潮。同时，也与其他创业平台和各业态公司组成多样性单元，甚至面向全球开放合作伙伴机制，鼓励越来越多的全球科技、文化公司与芒果生态进行合作，探索更为开放的合作模式，创造更多价值和想象空间。

闭环6：市场生态：情绪价值的落点

越大的平台需要越大的市场，情绪才有出口，产能才有出口。这也是为什么随着中国文娱市场越来越成熟后，我们要谋求海外市场原因之一：

兼顾文化出海的使命与市场拓展的需求。而情绪价值在全球传播中的力量，就是它能同时完成具有感染力的文化传播与具有软着陆的市场拓展。以《歌手2024》为例，音乐所产生的情绪价值，是全球共鸣的情感纽带。于是，它既在全球文化传播中备受认可——联合国教科文组织称其与自身在做同一件事：「促进国际合作，推动良性竞争和共同发展」；美联社评价其「把音乐作为增进友谊的桥梁，以开放包容的心态欢迎世界各地优秀歌手交流，让海内外观众充分领略不同音乐文化的魅力」；德新社则表示「这场国际音乐竞技不只是音乐层面上的交流碰撞，更是一次多元文化的深度融合」。

也在全球市场传播中打开格局——截止7月27日，《歌手2024》拉动芒果TV国际APP客户端新增下载1622万；海外社媒平台节目内容总播放量3374万，覆盖用户数2.9亿。然

而，我们需要看到的是，《歌手2024》只是芒果出海计划中的一环。

如今，借着湖南卫视、芒果TV、湖南国际频道，湖南广电已经实现全球200多个国家和地区近20亿全球人口覆盖，其中，芒果TV国际版APP覆盖全球195个国家和地区，目前下载量已突破1.81亿。而由「覆盖力」与「传播力」的叠加，已经产生了「生产力」：YouTube芒果频道2023年创收600万美元，2024年前5个月湖南广电海外收入同比翻番。在向好的海外市场发展中，湖南广电提出了「倍增计划」，要将海外用户下载量从目前的1.81亿提高到今年目标的2.6亿。而不管是吸引全球歌手共聚长沙的《歌手2024》、打造「文娱+文化+文旅」组合拳出海的《百分百出品》、在中法建交60周年之际成为中法友谊桥梁的《乘风2024》、向世界讲好「一带一路」的《花儿与少年·丝路季》、与匈牙利旅游局和匈牙利国家电视台形成国际合作的《中餐厅7》，都在某种程度上服务于这个战略目标——

如此一来，你便看懂了，为什么湖南广电的内容有了越来越强的国际范儿，不只是服务于内容品相上「文化质感」，亦是服务于实打实的「市场增量」。

所以，到了闭环的最后一环，你也便看懂了，市场与内容，又是互为推动的关系——一方面，市场的扩大，观众的倍增，让内容的创作需要兼顾国内社会情绪的触达与世界情绪的理解；

另一方面，市场的扩大，收入的倍增，也让未来的内容创作，有了更国际化大制作的可能。

（来源：传媒1号）

编辑 / 刘凌

《歌手2024》：以“真心”拥抱世界， 用音乐诠释“和而不同”

杨喜卿

文化交流需共鸣，音乐就是最好的介质。

在全球化不断演进的当下，我们越来越强调“命运共同”，而音乐成为培育“共同”意识的土壤。这种同频共振，在《歌手》的舞台时时上演。

从2013年的《我是歌手》到《歌手2024》，十年可以见证什么？

从“搭起擂台”到“慕名而来”，再到因乐相逢、拥抱世界。不同语言、不同民族、不同流派的音乐在这里相逢交汇。节目延展之外，全世界的音乐爱好者突破圈层、年龄和国界，围绕共同话题讨论、交流、二创。

十年大浪淘沙，是什么被留了下来，成为多年后再次引爆舆论的内核？

见过天地的《歌手2024》，迎来世界目光

十年前《我是歌手》横空出世，用竞演方式和电视媒介完成了一次对大众流行音乐的体验跃升，让大众看到了专业与纯粹之于音乐的魅力加持。时至今日，《我是歌手》第一集在豆瓣评分仍高达8.1分，“乐器科普”“认识音乐人”“音乐本身的清澈”是观众给高分的代表性理由。行业声音评价：

“《歌手》打出生就是往顶流走的，不管是投入还是产出也一直如此。”从宣传海报到舞台效果，这个IP重塑了行业对于“高级”的标准认知，不管是艺术还是工业方面。

一直以来领先半个身位的追求，让《歌手》率先开启了国内音综“国际化”的进化路线。



从2014年马来西亚歌手茜拉登上《歌手》舞台开始，节目将嘉宾邀请扩宽到世界范围，哈萨克斯坦男歌手迪玛希、英国歌手Jessie J等优秀外国歌手都在这个舞台上演绎各国音乐，后者更是拿到了《歌手2018》当季的冠军。

2013年到2024年十年间，歌手舞台诞生了超过800个经典演唱场景，为华语音乐走向世界贡献了中坚力量，100多位中外专业歌手在这里超越、打破、挑战，交流互鉴，鲜活沸腾。

某种意义上来说，《歌手》IP用一种观众喜闻乐见的综合艺术方式，塑造了一场高审美、高标准、国际化的集体记忆。不同国界音乐人、制作团队、幕后工作者搭建国际交流桥梁，通过歌手和歌曲载体，世界音乐文化在此交流学习，求真进步。

与四年前相比，随着传播媒介的发展和分众化的时代现状，听众获取音乐的方式不同，喜欢的音乐类型也逐渐圈层化。节目监制洪啸在接受采访时曾表示，希望通过《歌手2024》的舞台，让观众看到更为多样的演唱形式和更为多元化的音乐风格。

美国女歌手Chant é Moore、那英、二手玫瑰、杨丞琳、汪苏泷、海来阿木、摩洛哥裔北非女歌手Faouzia首发登台，黄宣、杭盖乐队、美国流行歌手亚当·兰伯特、孙楠陆续出现在舞台上。他们来自本土、海外，代表着流行、摇滚、民族等不同音乐流派，呈现了一档多语言、多民族、多流派的音乐综艺。

有网友说，“为什么一个节目里可以同时包含格莱美奖、草莓音乐节、星光大道等多种风格？”这何尝不是对于节目传达“因乐相逢、拥抱世界”内核的回响呢？通过多元的音乐载体，让观众迎来世界文化的花团锦簇。

抱诚守真，一颗心感动另一颗心

音乐是无国界的“语言”，传递着人类最纯

粹、本真的情感。

随着电视技术不断成熟，现场元素和信息通过蒙太奇挑选、再构，镜头主宰着人们对现场的认知，节目观赏性和趣味性得到提升，歌手呈现出来的音乐质感趋于完美。对于许多观众来说，已经习惯了这种完美。

直播开麦、不修音、one take（一遍过），意味着高风险，却可以让观众接收到最直接、最丰富的现场信息传递。

《歌手2024》选择采用全程直播竞演模式，“真live真直播”直面公众，让音乐回归纯粹真实状态。

一方面，通过直播展现的真实表演是独一无二的。

Chant é Moore的自由洒脱，那英的突破自我，Faouzia的浓郁风情，杭盖乐队的酒醉酣畅……每一次现场演绎，都被观众即时见证，歌手、舞台、网友共同赋予了艺术演绎的独特性——每一场演唱都是孤品。

就像《歌手2024》文案所述，“真实，值得被珍视。”当一切返璞归真，或许不够完美，但观众会更为珍视。

另一方面，在直播下，歌手们忠于自己、传递真实的纯粹状态也尤为动人。节目组尽可能给歌手最大自由度，对于竞演歌曲的选择，节目组只给予建议，决定权在歌手本人。

洪啸认为，节目之所以叫《歌手》而非《歌曲》，是因为歌手演唱的每首歌，都是能反映和代表其真实感受或历程，制作团队秉持的是“人歌合一”的理念。

首轮揭榜赛中，杭盖乐队挑战Chant é Moore，杭盖一首《轮回》让Chant é Moore“起鸡皮疙瘩”，虽然听不懂歌词，但Chant é Moore仍被感受到歌手所传递的辽阔意境，“直击灵

魂”。而于杭盖乐队而言，挑战Chant é Moore，是一次文化交流，让远道而来的客人，通过音乐介质，看到民族性与现代性的音乐融合。

将歌唱回归到最纯粹、本真的状态，将理解歌唱的所属权最大程度交还给观众本身，在这样真实的场域下，无论歌手与歌手之间，还是舞台与观众之间，本质都是一颗心换取另一颗心。

和而不同，与世界交手的底气

当一档节目真正做到突破竞争、打破隔阂、跳出圈层，让音乐成为沟通介质，全世界都会与之共振。

57岁的美国歌手Chant é Moore来到中国后，对中国歌曲燃起了兴趣：“我喜欢中文的地方在于，它说起来像在唱歌一样，特别是结尾的“了”“哈哈”的韵律感……面对一首不熟悉的中文歌，虽然我不懂歌词的意思，但我能感受到歌曲想要表达的情感，每每听到总是会击中我的心坎。”在这种美好韵律的吸引下，Chant é Moore也对中国文化有了深层次的理解：“我很欣赏你们，温文尔雅，善良真诚，而且宽以待人。”

真诚为来自世界各地的歌手喝彩，坦诚交流，从而吸引更多海外优秀艺人参与中国市场竞争，这是一种自信开放的文化姿态，也是文化交流的良性循环。

节目之外，新的交流空间也正在被延展。湖南广播影视集团（湖南广播电视台）党委副书记、总经理、副台长蔡怀军谈到《歌手2024》时表示，这一季《歌手》融合了文化和科技的新算法，融合了长、中、短视频内容交互的新玩法，让创意更足、冲击更强、后劲更大。

在线上，节目招募了500位国内外在线观众同步观看直播，跨越地域，跨越时区，共同决定歌手的去留。在节目直播中，能听到同一时间不同

国家不同语言的乐迷对歌手和歌曲的评价，如一位美国乐迷就对杭盖乐队演绎的“呼麦”非常感兴趣。“天涯共此时”的即时参与感让观众们热情不断——全世界网友围绕节目相关话题讨论、交流、二创。在国外视频网站，有声乐老师对《歌手2024》进行reaction点评，在线观看人数达数万；有国外乐评博主喊话二手玫瑰“应该上《达人秀》”。

全球观众通过直播沉浸式参与到节目当中进行即时交流与反馈，所引发的裂变效应一度在各大热榜上“霸榜”，连占多个高位。他们对于节目的喜爱从数据上体现得更为直观——最新的第三期，芒果TV国际APP直播数据创新高，在线人数上涨142%，用户峰值提升173%。

《歌手》系列IP的国际化衍变，展现了中国电视行业该有的国际视野与长线思维。20多年前，湖南广电在国际传播领域主动开题破局，于2002年确立了“从国内走出去”的国际传播目标。从《汉语桥》《中餐厅》到《歌手》系列、《乘风》系列等节目，世界优秀文化通过多样创新的节目载体交流互鉴。

当人类将最真挚的情感倾注于音乐之中，全世界的听众都能与之同频共振。音乐节目如此，文化交流也是如此。

《歌手2024》的成功不是一枝独秀，而是有大树扎根。节目气质传承自开放包容的中国智慧。和而不同，在中华文化与世界文化交流中从来如此。

审美不同，情谊是相通的；文化不同，文明是相通的；道路不同，梦想是相通的。

高山流水遇知音，在不同文化的际遇中，我们一直在唱纯粹的歌，走宽广的路。

（作者系湖南芒果融创科技有限公司副总经理）

编辑 / 刘凌



《歌手2024》巅峰之夜收视四网第一 以歌同心共筑音乐公益之梦

因乐相逢，拥抱世界。随着最后一个音符的弹奏，《歌手2024》巅峰之夜于8月2日晚在爱与温暖的包裹中圆满落幕。节目联动芒果公益平台，与中国社会福利基金会芒果V基金“一起唱快乐音乐教室”公益项目携手，共同为乡村地区儿童的音乐梦想贡献一份力量。本季歌手香缇莫Chanté Moore、那英、孙楠、谭维维、凡希亚Faouzia与往季歌手齐豫、腾格尔、黄绮珊、品冠、迪玛希Dimash实力集结，为公益歌唱。同时，《乐在其中》的三位歌手卞英花、山人乐队、Alexia Evellyn也惊喜亮相，为巅峰之夜的舞台增添了更丰富的音乐色彩。最终，《歌手2024》的本

季歌手队获得胜利，节目最后歌手们共同献唱《手牵手》，以歌同心祈愿美好未来。

巅峰之夜收视四网第一 以爱之名播撒音乐的种子

《歌手2024》巅峰之夜在CVB、CSM全国网、酷云、欢网四网均排名同时段省级卫视第1。节目在斩获高收视的同时，全网热度也是居高不下。截至8月4日，巅峰之夜单期微博双榜19个热搜，全网130个热搜，网友评价：“好感动的巅峰之夜，好温暖的歌手，好动听的歌声！”舞台上，灯光璀璨，

音乐响起，歌手们逐一走上台，共同编织爱的乐章。本季歌手香缇莫Chant é Moore以一袭经典之姿，重新诠释了灵魂金曲《I' m What You Need》，标志性哨音再现，网友纷纷感叹“这首歌如同一瓶历经时光洗礼的美酒，越陈越香，历久弥新。”那英借《生命之河》为奥运健儿送上祝福，愿他们于挑战中铸就自我，拥抱清澈天空与光明未来！孙楠则以自己创作的《给所有朋友们的歌》，向一直以来支持他的歌迷朋友们表达最真挚的谢意，网友为这份真心点赞：“楠哥的歌声给我们带来了无数的感动和力量！”谭维维为观众带来了她的新歌《似花似火》，一声声娓娓道来，演绎她似花的柔情，观众感叹“又看到了谭维维不一样的一面。”Faouzia凡希亚将前不久发表的新歌《ICE》搬上舞台，冷冽迷人的嗓音搭配激烈昂扬的旋律令人着迷，网友已深深沦陷，表示“一曲听完，久久沉浸。”

往季的实力歌手们也纷纷献上自己的诚意之作。齐豫五年后再度登台，用她那纯粹空灵的嗓音诠释经典歌曲《Vincent》，营造出独特意境。腾格尔携《草原之夜》重返歌手的舞台，从细水长流到万马奔腾，他的质朴声线藏着浪漫与深情。黄绮珊倾情演绎《我的美丽》，当“指尖，旋转”旋律一出，观众不禁起了一身鸡皮疙瘩，网友惊叹“感受到了向阳而生、挣脱束缚的壮丽与自由！”擅长情歌的品冠带来的这首《不是因为天气晴朗才爱你》宛如一杯香茗，越品越能体会其中的深情与韵味，触动着在场每一位的心弦。迪玛希也选择演唱自己的新歌《Angel Love》，并且特意为歌曲填写了中文歌词，将这份天使般的爱意跨越语言的界限，直接传递到每一位观众的心间。

在本季与往季十位歌手演唱后，《乐在其中》三位歌手首次公开亮相，分别带来极具地域特色的表演。朝鲜族歌手卞英花改编传统民歌《阿里郎》，现代音乐的节奏感与古老原生态的

民族音乐相融，又一次让全世界观众感受到音乐的民族性与多元性；山人乐队带来独特的云贵之音，一曲《上山下》，带观众领略音乐奇境，感受自由与奔放。来自巴西的歌手Alexia Evellyn轻击巴西手鼓，她唱歌时鲜活的生命力深深地治愈了每位听众；在巅峰之夜的舞台上，每一颗热爱音乐的心因旋律而紧紧相连，每一次歌唱都是对美好世界最真挚的拥抱。

歌手共唱《手牵手》传递公益力量

祝愿美好未来

《歌手2024》巅峰之夜不仅是一场视听盛宴，更是一次心灵的触动。节目联动芒果公益平台，与中国社会福利基金会芒果V基金“一起唱快乐音乐教室”公益项目携手，巧妙地将音乐与公益相结合，通过歌手们的精彩演绎，用实际行动诠释了“音乐无界，爱心无限”的深刻内涵。节目最后歌手们还共同唱响《手牵手》，这首歌的歌词深刻而感人，它描绘了人们在面对困难时，手牵手、心连心，共同渡过难关的齐心协力。在歌手们的演绎下，这些文字仿佛被赋予了新的生命，它们化作一股股温暖的力量，直击观众的心灵深处。

在巅峰之夜的舞台上，无论是乐坛老将还是新晋歌手，都用自己的方式表达着对公益事业的热爱和支持。他们或深情款款地演唱着关于爱与希望的歌曲，或激昂慷慨地呼唤社会各界关注公益。每一首歌曲都承载着沉甸甸的社会责任感，每一声旋律都传递着对社会的深情关怀。除了歌手们的精彩演绎外，节目还鼓励观众积极参与公益活动，共同为公益事业贡献一份力量。这种全民参与的公益同心，不仅增强了观众的参与感和归属感，也让公益事业更加深入人心。

（供稿：湖南卫视）

编辑 / 刘凌

纪录片《马王堆·岁月不朽》： 科技创新拓展历史文化叙事空间

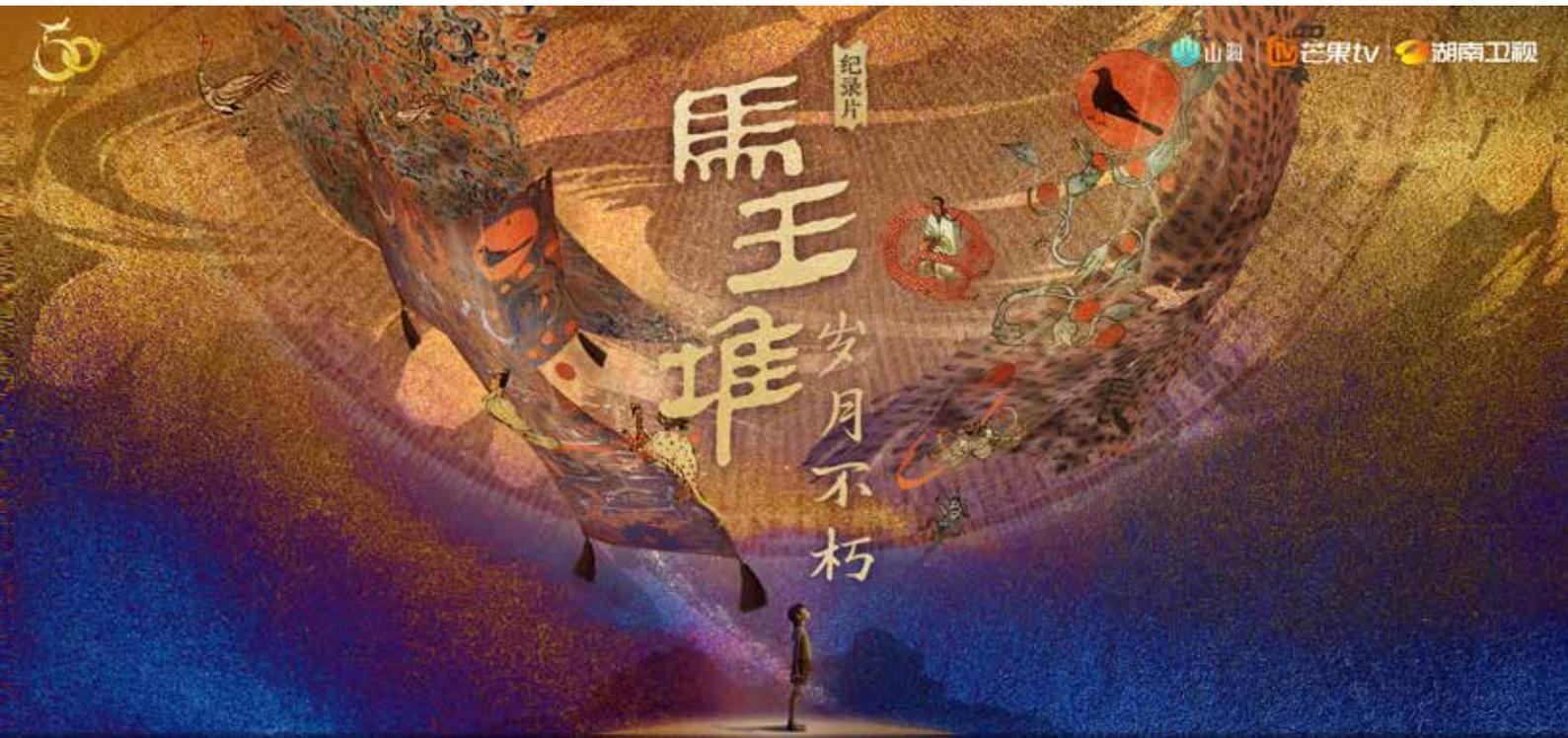
张延利

2024年3月，习近平总书记在湖南考察时提出，“要积极探索文化和科技融合的有效机制，加速发展新型文化业态，努力形成更多新的文化产业增长点”。这一“融合命题”，为湖南文化发展指明了方向，为全国的文化繁荣提供了根本遵循，也为纪录片创新创作带来了崭新机遇。在此背景下，纪录片《马王堆·岁月不朽》应运而生，不仅在湖南卫视和芒果TV双平台开播，成为湖南广电纪录片创作领域的又一力作，更在文化传承与创新方面展现了坚定的创新精神、不懈的探索追求和深厚的文化底蕴，拓展着历史文化叙事空间。

文化使命：深耕细作，传承中华文脉

近年来，湖南广电立足于传承和弘扬中华优秀传统文化，推出了一系列优质纪录片。这些作品不仅展现了中华文化的博大精深，也体现了湖南广电对文化传承的深刻理解和积极实践。作为这一系列作品中的最新力作，《马王堆·岁月不朽》进一步彰显了湖南广电坚守文化传承使命。

回顾湖南广电近年来的纪录片创作，不难发现其对中华优秀传统文化的深耕细作。从《中国》到《岳麓书院》，再到《沈从文和湘西》，这些作品都以独特的视角和深入地挖



掘，展现了中华文化的丰富内涵和独特魅力。而《马王堆·岁月不朽》更是将这一传统发扬光大，通过聚焦马王堆汉墓这一具有代表性的历史文化遗产，深入挖掘西汉时期的社会风貌、文化内涵和人文精神。

该片不仅展现了马王堆汉墓的考古发掘过程和历史价值，还通过文物和博物馆的展示，将观众带入了一个充满历史韵味和文化底蕴的世界。以往观众们对于马王堆汉墓强关联的标签或是“辛追”，而纪录片立足于宏大视野和文化高度，通过辛追夫人一族其人其事，由二、三号墓出土的印章、兵器、地图等文物勾连起整个西汉初年长沙国的战略位置，由出土的帛书建构起汉初璀璨的黄老思想世界，让整个汉代初期的社会、军事、文化等时代风貌展现在人们眼前。

观众在欣赏纪录片的过程中，不仅能够感受到西汉文化的独特魅力，还能够深刻体会到中华文化的源远流长和博大精深。纪录片中，汉文化为基，今人对于汉文化的“研究”“展陈”融入了两千年后人们的智慧与传承，无论是纪录片，还是纪录片中的湖南博物院，人们致力于运用影像画面、文物展陈和科技手段等多种方式，不断深挖文物所承载的历史片段，由此连接起两千年来这片土地上的文化形态衍变过程，从汉文化中寻觅先人的智慧和中华文化源远流长、博大精深的物证，这种对文化的深刻理解和积极传承，正是湖南广电作为主流媒体的文化担当和使命所在。

创新突破：匠心独运，重塑观众体验

《马王堆·岁月不朽》在创作上实现了双重突破，既在选题上独具匠心，又在叙事手法上进行了大胆创新。

首先，该片的选题独特而富有深意。以马王堆汉墓考古发掘五十周年为契机，深入挖掘西汉历史与文化，这一选题不仅具有历史意义，更能够满足观众对于历史文化探索的需求。在当今社会，随着人们生活水平的提高和文化素养的提升，越来越多的人开始关注历史文化，希望通过了解过去来更好地认识现在和未来。《马王堆·岁月不朽》正是抓住了这一社会热点和观众需求，通过深入挖掘西汉历史与文化，为观众呈现了一个充满神秘和魅力的古代世界。

在叙事手法上，该片进行了更为大胆和创新的尝试。始终秉持创新和突破理念的北京伯璟，与充满探索精神的芒果平台相融合，共同孕育出了芒果伯璟这一充满活力的全新团队。两个勇于探索创新的团队携手，继现象级纪录片《中国》之后，再次展现了他们的非凡实力。“不做第一，就做第一个”的原创理念，致力于打破常规，为观众创造全新的观看体验。传统考古纪录片往往以考古发掘过程为主线，通过专家解读和文物展示来展现历史文化，而《马王堆·岁月不朽》则突破了这一常规范式，独辟蹊径地以文物与博物馆为创作主体。该片运用时空交错、虚实结合等叙事手法，巧妙地构建了一个跨越时空的叙事框架，仿佛一部时空电梯，带领观众穿越历史长河，亲身体验西汉时期的繁华景象。

观众在欣赏这部纪录片的过程中，会感受到一种前所未有的沉浸感。纪录片以游览者的视角，带领着观众走进马王堆汉墓和建成的时代，第一集跟随镜头乘坐湖南博物院电梯“进入”古老而神秘的马王堆汉墓，其间去到辛追、利苍、利豨的鲜活人生，再从汉代物质生活贯穿到精神世界，最后镜头拉远，回到湖

南博物院的现实场景与展陈，8集虚实结合的“时光”旅程无限拓展着时空的物理边界，观众不再只是被动地接受信息，而是仿佛亲身穿越了时空界限，置身于过去与现在、历史与现实相互交融的折叠世界。

这种创新性的叙事手法不仅极大地增强了纪录片的观赏性和趣味性，使得观看过程更加引人入胜，同时也让观众更加深入地了解了历史文化的内涵和价值。通过这种独特的叙事方式，观众能够更加直观地感受到西汉文化的独特魅力，并从宏大的历史叙事中捕捉到打动个体的鲜活瞬间，从个人角度为历史片段增添了自我理解的鲜活注脚。

科技融合：赋能文化，增强传承活力

《马王堆·岁月不朽》这次在科技与文化的深度融合方面也做出了积极探索。该片充分运用了尖端CG特效加精美绘画等科技手段，真实再现了历史场景与文物细节。观众在观看纪录片的过程中，仿佛能够看到两千多年前的西汉社会风貌和人文景观。这种科技手段的应用不仅让文物“活”了起来，也让历史文化遗产更加生动有趣，“活”了起来。

以闻名世界的素纱单衣为例，以往人们常常关注到它的历史价值，赞叹其“轻”之灵动，制造工艺之顶尖。汉代初期如何能制造出如此精妙的素纱单衣呢？纪录片层层递进、抽丝剥茧，用特效呈现出织机上纵向排布的丝线“经”，用织布梭串联起横向添加的丝线“纬”，经纬交错缠绕、抬升、下降，由此串联起马王堆汉墓一号墓和三号墓出土的五百多件丝织品，逐步建构起一个颜色多变、纹饰多样、制作工艺顶尖的西汉丝绸世界。彼时人们对于审美的探索、纺织工艺的精进、一条连接

世界的“丝路”……两千多年前古老中国走向世界的时刻被纪录片“具象化”呈现出来。

除了科技手段的应用外，该片还注重与观众的互动体验。通过嵌入二维码等互动环节，同步链接湖南广电推出的数字文博大平台“山海”APP，这一创新之举为观众提供了更加便捷和丰富的观看与参与方式。观众扫描二维码，即可随时随地查看文物的3D版本，进行旋转、缩放等操作，仿佛文物就在眼前，触手可及。同时，“山海”APP还提供了二次创作的功能，观众可以根据自己的想象和创意，对文物进行再创作，生成独特的艺术品。这种互动方式不仅增强了观众的参与感和沉浸感，也让历史文化遗产更加符合现代观众的审美和需求。

综合来看，《马王堆·岁月不朽》是一部具有重要意义的纪录片作品。该片在弘扬中华优秀传统文化、推动纪录片创作创新方面做出了杰出贡献，创新的叙事手法以及科技与文化的深度融合让观众在欣赏纪录片的过程中获得了更加沉浸式的观看体验。同时，该片也展现了湖南广电作为主流媒体在文化遗产与创新方面的坚定担当和不懈探索。我们期待湖南广电能够继续发挥其在文化传播领域的引领作用，为中华优秀传统文化的传承与发展贡献更多力量。我们也希望更多的媒体和创作者能够加入文化遗产与创新的行列中来，共同推动中华优秀传统文化的繁荣发展。

（作者系广电新视点中心常务副主任、中国纪录片网总编辑、中国视协纪录片委员会常务副秘书长）

编辑 / 刘凌

泛视频化时代网络视听发展新通路

黄田园

今天的网络视听正在深刻重塑大众的媒介接受方式、信息获取方式、社会交往方式与消费方式。一方面，创作生产持续繁荣，工业化、国际化步伐不断提速，网络视听已经成为中国文化与生活方式走出去的有力载体。另一方面，以微短剧为代表的视听新业态快速发展，不断孕育新内容、新产品、新服务、新商业模式，并加快与文旅、电商融合发展，推动大视听产业链愈加健全。未来，网络视听将加速与其他领域融合应用，以科技赋能迎接泛视频化智能化时代，助力数字经济、社会生活繁荣发展。

一、关照现实+植根文化：网络视听打开精品化国际化发展通路

随着创作与市场同步回暖，网络视听与新时代同频共振，以精品化、多元化、国际化为方向，在题材、表达、制作、传播与运营上坚持创新，涌现了一批有筋骨、有道德、有温度，影响力与竞争力俱佳的精品，总体呈现出三大态势：

（一）剧集创作凸显对现实主义、精品化方向、工业化目标与国际化市场的有力追求，品质佳作贯穿全年

一是集中优势资源出“国民剧”“爆款剧”，带动剧集制作工业化水平提升。长视频平台与制作机构整合资源渠道，进一步提高创作生产质量效率，以优质头部作品提高内容产

品整体质量。现实题材取得新突破，《狂飙》《漫长的季节》等成为年度爆款。科幻题材体现技术赋能、树立工业化标杆，硬科幻剧集《三体》项目周期长、技术难度大、制作水准高、口碑反响好，通过多渠道多媒介整合资源，实现全球化覆盖播出，为IP影视化、制作工业化、发行国际化积累了可贵经验。

二是对接受众多元化需求，深耕剧集细分市场创作。长视频平台品牌化剧场模式更显成熟，稳扎稳打，以口碑剧锁定各自细分市场。《漫长的季节》出自腾讯视频X剧场。爱奇艺“迷雾剧场”推出了《平原上的摩西》《尘封十三载》《三大队》等悬疑剧精品，“恋恋剧场”《长风渡》《宁安如梦》表现亮眼。

三是不断探索新的创作生产机制。腾讯视频规划剧集工作室集群，不同工作室制定各具特色、目标定位各异的剧集项目开发策略。芒果TV探索全新海外创作营销机制，尝试以在地化制作+投放海外市场的形式，整合海外资源，实现内容出海。

（二）短视频创作厚植众创土壤，聚焦人文关怀、现实题材、记录生活本色

随着微信、美团等平台对短视频领域的更加重视与投入，越来越多普通用户通过入驻扶持计划、便捷的创作工具、流量激励机制以及深度融合的产品生态氛围，为短视频注入海量新鲜血液。来自短视频、即时通讯、生活服

务等各类平台的大众创作者们，从时代背景、生活实践、个体体验与共性议题中汲取素材，不断创新应用视听手段，创作兼顾广度与温度，总体上关照现实、记录时代、映射文化，极大丰富了数字经济文化生活内涵，提升了网络视听内容的叙事纵深与社会历史人文价值。

一是关注三种回归。其一，现代人“找回”传统民风民俗。大量UGC短视频内容生动展现各地风土人情，创作更加高产、叙事更加丰富。打铁花、杀年猪、过端午、赶庙会、逛灯会、演社火、接亲、接席、抓周、赶集、赶海等极富地域特色、民族特色、童年记忆的传统民风民俗内容，在短视频平台大放异彩。其二，城市人回归精神“老家”，用短视频追寻记录田园慢生活，搭建起怀旧、向往、眷恋等情感交织的线上空间。其三，进城务工人员回归乡村，制作分享新农人生活短视频，通过自媒体就业创业，展现新农村新面貌新机遇。这些朴素的镜头拍摄春秋秋收的辛劳与喜悦、顺应节气的农家美食、家长里短的亲情与热忱，记录将荒芜小院、破败老屋改建成理想生活的样板，重塑了乡村形象，打破城市与乡村在生活模式、文化观念上的“二元化”隔膜，汇聚起乡村振兴的多方力量。

二是关注点滴生活中的现实议题。大量现实题材短视频聚焦家庭亲子关系、打工人的生活、日常通勤烦恼、婚恋生育话题；关注农村留守儿童、留守老人、高价彩礼问题，#农村相亲、#农村未婚男青年、#彩礼等成为短视频平台热门话题标签，播放量数以亿计；关照弱势群体生存状况，等等。这些来自普通人的镜头真实、敏锐、朴素、温暖，瞄准的热点、痛点、泪点与笑点有共性、能共情，在折射社会现象、反映现实问题的同时，努力寻找“解

题”思路，释放个体压力、疏解群体焦虑、彰显人文关怀。

三是提供全新线上生活与社交方式。近年受疫情影响，人们的生活方式与理念发生深刻变革。“云锻炼”“线上健身”短视频凸显社交娱乐与陪伴互动属性，持续获得众多用户跟练好评。“云养娃”“云养宠”催生广泛而忠实的用户群体，萌娃萌宠类短视频动辄收到数万点赞。大量户外休闲、家居改造、收纳整理、家庭种养等休闲生活短视频为用户提供丰富的线上生活指南与社交选择。这些生活方式类短视频，真实记录国民生活的迭代与时代变迁，全方位展现大众对美好生活的向往与追求。

（三）文化情感成为不同类型网络视听创作实现破圈融合传播、打通中外市场的流量密码

网络视听内容善于采用平视视角、个体叙事与通用性视听语言，从人性共通的文化、情感诉求破题，打动人心、跨越圈层，带动中国和中国人历史文化、时代精神与良好生活方式打通中外市场、成功出海。

文旅剧《去有风的地方》热播，引发“一部剧带火一座城”的现象级效应，打造“视听+文旅”融合发展的成功标杆；《花儿与少年·丝路季》用综艺讲好中外文化交流互鉴、中外基建合作友谊等“一带一路”故事，获外交部发言人及30多个外交官社交媒体账号的全球推荐；音乐节目《声生不息·宝岛季》在湖南卫视、芒果TV、台湾中天电视和香港TVB及旗下平台播出，可在195个国家和地区同步收看，助推两岸交流合作、民心相通；网络动画片《中国奇谭》创造性展现中华优秀传统文化，引领国风新潮流。

特别是代表中国文化的传统美食、手工艺与流行短剧，成为海内外社交媒体的流量密码。中外短视频达人们自发地向世界全方位推介中国城市与乡村，分享中国人的民风、民俗与民情，广受全球粉丝喜爱。以《逃出大英博物馆》为代表的大众用户自创网络微短剧，掀起观看热潮，彰显中华文化自信自强。随着大量“正规军”跻身赛道，微短剧创作生产愈加繁荣。长短视频平台均“加码”微短剧领域，充分发掘用户流量积淀、PGC制作组织与商业机制优势，加大精品创作生产与运营扶持力度。短视频平台加强微短剧内容审核力度，强化对第三方微短剧小程序广告投放和跳转的治理，同时加强自有微短剧品牌建设、原生微短剧生态建设和商业链路运营，抖音、快手陆续推出短剧计划，打造自有短剧厂牌、剧场，深耕微短剧精品化。芒果TV大芒剧场探索短剧台网联播与分账模式，开辟“竖屏爽剧”项目，积极试水联制、联投、承制与成片引进等多样化合作模式。柠萌影视、完美世界、正午阳光、华策影视等传统剧集制作公司纷纷入局，有力提升专业制作水准，共同促进微短剧进入健康发展轨道。以ReelShort等出海短剧App用户下载量激增为标志，更多更好的微短剧正在通过碎片化传播，成为中华优秀传统文化、流行文化、娱乐模式、生活方式走出去的有力载体，为推动文明交流与经贸往来搭建全新通道。

二、融合应用+科技赋能：业态创新迎接泛视频化时代到来

短视频与直播作为国民普及型应用，广

泛连接分发平台、创作者/机构、消费者与各类应用消费场景，已成为数字化生活的通用型内容媒介。网络视听创新业态的融合力、延展性、适用性进一步增强，为数字经济文化发展注入新动能。可以说，泛视频化时代正在到来。

（一）内容+消费场景创新，多途径转化商业价值

2023年网文的视频化带来微短剧的大发展，各类互联网平台更加坚定泛视频化布局。除了传统的长短视频、视频社区平台，即时通讯、电子商务、生活服务、第三方支付、搜索、招聘等各大平台也争相构建以短视频、直播为支点的内容生态，建立引流、付费、电商、营销、激励广告等多元商业模式，覆盖文化、旅游、娱乐、体育、教育、医疗、生活服务等数字生活各领域。

一是内容与线上零售货架场景绑定，内容播放量直接促成商品消费快速增长。当前，短视频/直播与电商深度融合，视频平台电商化与电商平台泛视频化并行，共同打造了内容引流+电商营销+在线支付+运营服务的全链条产业生态。终端屏幕成为人们线上消费的入口与交易终端，内容添加电商链接成为通用操作。平台通过边播边卖、垂类布局，让热播变热销，短视频/直播用户点击屏幕即可购买内容同款、联名商品。音频平台自建垂类电商，加强跨界跨屏融合，深度植入音乐音效产品、智能耳机音箱、智能汽车等软硬件产品，并推出自有硬件品牌，把服务拓展至大众生活消费、UGC制作服务等领域。

二是内容与生活服务结合，活跃本地经济。视频平台成功开拓本地生活服务市场，

美团、大众点评等生活服务平台泛视频化发展稳扎稳打。本地生活服务类短视频/直播广泛连接餐饮、休闲娱乐、房产租售、旅游出行服务等同城热门消费场景，吃、喝、玩、乐、住、行、游先看短视频/直播“团券”，商家、销售、中介经纪与达人拍短视频引流，成为数字生活新潮流。

三是垂类内容付费实现闭环，拉动粉丝社群经济。知识类、健身休闲类、演出类短视频/直播深耕社群运营与品牌合作，不断吸引粉丝、沉淀付费“会员”，打通从内容生产、电商、软硬件产品服务到粉丝消费者的生态链商业模式。如健身类内容推广付费课程、会员定制式运动计划与营养膳食方案，上架销售健身餐、运动器材与穿戴装备等商品，实现可持续的内容付费与变现。

（二）内容+就业增收，共建泛视频产业生态

由于灵活自由的工作时间和方式，从事短视频/直播自媒体成为很多人创收、增收的新选择。平台泛视频化汇聚各领域资源渠道，有助于拓展就业空间与增收渠道，培育数字经济、乡村振兴新动能。新农人、外卖小哥、闪送员、快递员、房产中介、卡车司机、鲜花批发商、基层剧团演员等各行各业的普通人，贡献了大量优质内容，在呈现自我价值的同时，通过带货、植入广告、粉丝打赏等多种商业模式获得收益。

一是三农泛视频化场景模式培育新农人。平台继续深挖下沉市场，加快短视频/直播业态与农村实体经济融合，加强与基层政府、县级融媒体中心合作，进一步打通农业生产、流通、销售环节，促进新农人就业

增收，为乡村振兴与数字乡村建设注入新的大视听活力。二是直播带“岗”打通供需两端，直接拉动就业。平台加强流量扶持与招聘企业运营培训，直播招聘信息更透明、效率更高、成本更低，成为当前企业招聘、人才求职的有效途径。三是传统戏曲、非遗、民间艺术、“小众”艺术类短视频/直播深受细分市场欢迎，盘活相关行业就业。四是内容产业生态还带动了制作、运营、MCN、广告代理、售后服务、物流等领域就业。

随着近来人工智能大模型、文生视频大模型取得突破性发展，人工智能生成内容（AIGC）正从辅助内容创作生产的工具走向创作主体，极大丰富网络视听内容的内涵与外延，引发效率与成本变革。人工智能、大数据、虚拟现实等科技正在改写视听内容创作生产与价值变现规则，为网络视听各业态、大视听行业产业、泛视频化时代注入全新动力引擎。

展望未来，人工智能与大众用户都将成为网络视听内容的重要生产者、传播者，并深度参与社会经济生活；具有沉浸感、在场感、具身感、智能感的体验与服务，将成为网络视听创作创新的重要方向；智能化、数字化、融合化，成为视听新业态新模式的重要趋势。网络视听只有依靠科技赋能，以更广泛的连接、更优质的内容产品与服务，在跨界融合中不断创新，才能实现高质量发展，才能为满足泛文化消费需求、促进经济社会发展、服务国家战略作出更多更好贡献。

（作者单位：国家广播电视总局发展研究中心）

编辑 / 刘凌

AI赋能综艺新质生产力

高爽

AI技术被引入文化新业态，将赋能文艺创作更多可能性。特别是在综艺领域，AI科技元素正在逐步渗透节目制作的方方面面，并不断展示新质生产力在文艺领域的新动能和新优势。

湖南卫视旅行探索真人秀《我们仨》，就是首次将AI导演推至“前台”，参与综艺节目录制的全过程。这位名叫“爱芒”的导演不仅承担了节目旁白、环节串联、行程策划的角色，还在录制过程中展现了实时对话、视频剪辑的能力，开启科技与综艺内容共创的新篇章。主创团队表示，AI导演“爱芒”在综艺节目中的出色表现，验证了人工智能技术在节目制作中的可行性和有效性，更以其精准的角色定位与多元功能塑造了综艺制作的新风尚，展现了AI导演的巨大潜力。据悉，目前，以“爱芒”为主角的《爱芒的1%法则》（暂定名）新综艺正在策划中。未来，团队将积极探索以AIGC为代表的先进技术与文化的融合发展，为视频创作提供更大的可能性、创新性和空间感，驱动更多文艺创新形式涌现。

无独有偶，东方卫视最新推出的一档电视节目《因AI相约》，也是该平台对科技赋能的全新探索。节目将人工智能技术与传统相亲交友相融合，通过前沿的AI匹配技术，结合人性化的沟通交流，旨在为观众呈现别开生面的婚恋交友体验。节目的突破性和实验性，让观众感受到科技与婚恋的全新结合。该节目主创团队表示，人工智能技术的应用不仅提高了交友匹配的精准度，也丰富了节目的表现形式和互动方式。参与者可以通过节目结识不同背景、不同性格的异性朋友，

拓宽自己的社交圈。同时，节目也为参与者带来更加真实、深入的交流体验，让他们能够更加全面地了解彼此，从而找到真正适合自己的伴侣。

最新播出的优酷综艺《盒子里的猫》也打出AI概念，由人工智能数字人演员“厘里”变身“出题官”，与黄渤、张艺兴互动。优酷方面表示，这是继热播剧《异人之下》“二壮”一角后，数字人“厘里”首次参加综艺节目，也成为国内首个录制真人秀综艺的超写实数字人。“第一次在综艺中用数字人，是一次新奇的体验。”对于“厘里”的加盟，节目导演表示，《盒子里的猫》具有一定科幻色彩，所呈现的平行空间、数字世界都与“厘里”的数字人身份完美契合，随着剧情的深入，还会考虑让“厘里”饰演更多角色。值得一提的是，由“厘里”参与的纪录片《万物经济学》也已经上线，由其主演的科幻微短剧将于今年下半年在优酷播出。业内人士认为，“厘里”为数字人的应用探索提供了全新样本，随着技术的愈发成熟，让数字人参加真人秀综艺已成为现实。

随着AI技术在文艺领域的深入发展，做好“技”与“艺”的融合显得更为关键。一位综艺制作人表示，科技是锦上添花，好的内容才是核心竞争力。节目创新要上“新”，更需上“心”。技术是人类智慧的延伸，艺术由人来定义，节目创作最重要的还是保持艺术与人的关联性。

（来源：今晚报）

编辑 / 刘凌

有缘千里再相会
诚意满满中国味

07/19起 每周五22:00
湖南卫视 芒果TV 双平台播出



《中餐厅》第八季： 以美食为载体搭建国际文化交流桥梁

王云峰

7月19日起，湖南卫视、芒果TV在每周五晚播出青春合伙人经营体验节目《中餐厅》第八季，围绕中法友谊、巴黎奥运、国潮文化等主题，打造友好的交流场景，充分展现中国文化感染力和中华文明影响力。首期节目湖南卫视收视夺冠，芒果TV上线14小时点击量就突破5000万，收获全网热搜超440个。法国官方矩阵和美国《国际日报》《欧洲时报》等多家海外主流媒体主动预告、报道节目开播。其中，法国驻华大使馆、法国驻武汉总领馆、法国旅游发展署、法国文化

网、法国高等教育署五大官微联袂推荐《中餐厅8》，称“《中餐厅》的东方美味遇上法式风情，味蕾跨越千里传递无限浪漫”，并和网友亲密互动邀请网友“跟着中餐厅开启一场梦幻法国之旅。”

促进中法文化交流。2018年，湖南卫视把《中餐厅》带到了法国童话小镇科尔马，今年《中餐厅》第八季重返法国，在著名印象派画家莫奈的家乡——吉维尼小镇把中国味道继续传递下去，以一道道中国特色美

食，作为中国文化与世界对话的窗口。在中法建交60周年、法国巴黎奥运举办之际，新一季合伙人黄晓明、戴广坦（法国）、胡一天、林述巍、姜妍、虞书欣、尹正、翟潇闻，在美丽的莫奈花园，以美食这种世界语言为载体，在中华文化与世界各国文化之间架起一座沟通桥梁，融合内容叙事与情感共鸣，增强海外友人对中华文化的感知与认同。中餐厅内充满着中国味道，恢弘大气的红色龙墙，瓷器铺设而成的龙鳞装饰，彰显东方美学的独特魅力和东方文化的深厚意蕴。中式的大气温润搭配西式的梦幻唯美，突出本季中餐厅法国之旅的独有特色，让更多的当地人和来法国旅游的世界各地的朋友，通过《中餐厅》，认识中国、爱上中国，用美食“小体量”汇聚文化“大反响”。

展示中华文明精髓。本季节目创新打造“中餐厅美食研发中心”，研发制作奥运主题、国潮主题等多维度的创意美食，展开一场中华美食出海之旅，传递菜品、食材背后蕴含的历史底蕴和人文精神。中餐厅后厨也是一个中法友谊厨房，供当地人学习中餐烹饪，嘉宾们手把手地教会法国朋友烹饪美味的中国菜肴，展示中华美食文化。合伙人与法国朋友之间有很多有趣的互动，法国厨师、中餐爱好者戴广坦，向大家展示了自己熟练的包包子功底，赢得合伙人的阵阵掌声。本季还新增“外卖餐车”，把来自中国的美食和诚意通过餐车带到法国街头，虞书欣带来的酸梅汤，姜妍带来的百香果茶、茯苓茶、草莓碎让法国朋友爱不释手，让更多未能前往中餐厅的顾客感受中餐带来的人情

味。在外卖餐车旁，合伙人给过生日的奶奶献上中国的酸梅汤和具有中国特色的非遗胸针、给五次来过中国的艺术家爷爷带上来自中国的绒花、送上景德镇的瓷杯。艺术家爷爷邀请《中餐厅》合伙人和食客参观他的画廊，里面珍藏了来自中国西安等地的艺术品……类似的互动让更多的海外友人接触、了解中国文化。

持续推动国际交流。近年来，湖南广电持续探索对外文化交流的新途径，匠心打磨文艺精品，已有150多部作品发行海外，海内外影响力与传播力全面提升。在《中餐厅》第八季开播前夕，联合国教科文组织两次点赞《歌手2024》，称“节目与联合国教科文组织在做同一件事：促进国际合作，推动良性竞争和共同发展！”《参考消息》整版报道《音乐架起中外文化交流桥梁，外籍艺人来华参演感受多彩中国》。香缇莫、凡希亚、亚当·兰伯特、露西娅、迪玛希等来自海外的《歌手》参演嘉宾，纷纷表达对中国和中国文化的热爱，《歌手2024》《乘风2024》《花儿与少年》《中餐厅》等综艺节目持续热播，不仅让海内外观众充分领略不同文化的魅力，也为中外文化交流注入新的活力。节目通过美食与文化的融合传播能力，讲好中华文明的“温度”与中国人对待生活的“热度”，向海外推荐具有中国特色、体现中国精神、蕴藏中国智慧的优秀文化。

（作者系湖南广播电视台高级编辑）

编辑 / 刘凌

创新文物讲述的新范式

——以《奇喵博物馆》为例

丁寒春 李静 王沛 苏丹

今年是马王堆汉墓完成发掘50周年，当年发掘的所有文物都收藏于湖南博物院。馆藏丰富的湖南博物院，成为广播电视媒体深度合作最早的博物馆之一。7年前，央视制作的文博探索节目《国家宝藏（第一季）》开播时，湖南博物院已名列其中；在此前，湖南卫视《博物馆奇妙夜》、湖南经视《越策越开心》等文娱节目也均采用视听手段对其进行关注和挖掘。多年的宣传助推，湖南博物院馆藏文物展现出深厚博大的文化意蕴，在民间具有稳定的印象和广泛的知名度。

2023年9月29日，湖南广电旗下短视频平台——风芒APP官宣成立16个内容原创工作室，文博工作室位列其中。2024年开年，该工作室即与湖南博物院合作，推出《奇喵博物馆》节目。该节目以微短剧形式展开故事，剧情和台词中融入了不少现代生活中的梗点、槽点，以趣味和共情推进优秀传统文化迸发出别样魅力。如何展现不同视角，吸引、聚拢更多年轻受众对传统文化和中华文物的兴趣，避免重复以往、做出新意，是节目着重追求的。

一口气刷完《奇喵博物馆》，能感受到创制方的十足诚意与满满创意。节目没有拘泥于常见的文博类节目对现代视听技术的融合运用，而是在保留技术加持和对文物画面之美细致呈现的同时，从人与情感入手，以故事为线，串接起隐藏在文物背后的古人与现代人相

通的情感之珠，有效拉近了受众与文物的认知距离，进行了一次以新范式丰富视听内容、推进优秀传统文化传承发展的新尝试。

《奇喵博物馆》首推6期节目，单期时长不到10分钟，既可大小屏互动，又便于小屏观看。6期节目具有一致的演绎风格，风趣幽默、独自成篇，精心选取了湖南博物院的6件代表性文物，包括：被认为是距今6500—7000年前祭祀太阳的神器、湖南汤家岗出土的八角星印纹白陶盘；中国唯一以人面纹为饰的方鼎“大禾”人面纹方鼎；中国迄今所见唯一的西晋青瓷对书俑；中国现存最早的反映保健运动的帛画《导引图》；元代铜镜珍品“寓居长沙”麻姑献寿纹镜，以及“奇喵”中猫咪的参考原型——西汉狸猫纹漆食盘。每件文物都承载了古人宏阔的想象力和孜孜以求的匠人精神，这种精神在节目中以小故事的形式巧妙观照当下社会，演绎得轻松活泼，却内蕴了相当的意味。

如何让这场“奇喵之旅”生动有趣，引发年轻受众对文物的好奇和兴趣？《奇喵博物馆》首先是重点打造了一只憨萌可爱的西汉小狸猫，它以动画的形式，在每一集中均专门担当一个角色，串连起了6个不同时期的文物故事。它是狸猫纹漆食盘的主人，与辛追夫人的主厨合力粉碎了侯爷对精美漆餐具的盗版计划；是告诉人们“每个孩子都有闪光点”的部

落长老；是充满仁爱之心的大王；是传递家书的仆人……这只西汉小狸猫的人物设计和精彩表演，赋予庄重的文物一种跳脱的萌感，为节目奠定了轻松活泼的整体基调。

在八角星纹白陶盘的故事中，原始部落的“鸡娃”现场热火朝天，家家户户秀孩子、各种炫技大比拼，唯有一个小孩一直默默低头玩泥巴，父母焦虑惭愧，认为自己的孩子不上进、不如人，这心情状态与当下许多望子成龙的家长何其相似，一下子就抓住了受众的共情点。故事最后，爱玩泥巴的小孩为部落做出精美绝伦的祭祀神器，经过“喵长老”的一番点拨，父母恍然大悟：每个孩子都是独一无二的，父母要正确引导他们绽放属于自己的光芒。

马王堆出土的简帛医书蕴藏着古人的养生智慧，其中《导引图》早已名声在外。节目重讲《导引图》的故事，将关注点绕过对养生内容的呈现，以《养生避“坑”》为题，把现代社会的各种“养生陷阱”搬到了西汉长沙：长相俊俏的骗子花言巧语大肆推销伪劣保健品，想速速变美变年轻的中年大妈们被哄得眉开眼笑、争相下单，直到骗局被揭穿，人们终于懂得只有沉下心来才能找到正确的健身方法，顺时而动才能拥有健康之美。故事的道理浅显易懂，演绎的古人对健康和美的重视与现代人别无二致，甚至于被骗时还不自知的状态也让人颇有共鸣、忍俊不禁。

此外，《“大禾”人面纹方鼎 竞标风云》的故事里，通过仁爱的“喵大王”之口，致敬了“禾下乘凉梦”的崇高理想；《狸猫纹漆食盘 吃好喝好！》故事中，辛追夫人的主厨是个网红人设，在美食直播中推荐只有西汉时期才有的天鹅肉食材；《西晋青瓷对书俑职

场自救指南》的故事则狠狠怼了一把重形式不重实绩的职场不正之风。节目中的故事个个轻松活泼、网感十足，能瞬间抓住受众的眼球，而每一集尾部对文物原件的展示仍遵循传统视听风格，图文典雅细腻，网感故事与传统美学的搭配产生反差感，让人记忆鲜明、印象深刻。

最后一期，“寓居长沙”麻姑献寿纹铜镜，故事落脚点放在了“情”上，设置年轻的元朝匠人为潜心铸造铜镜与家人长期分离，最终取得成就返乡，母亲却因病与之不相识的情节，呈现了自古以来做成一番事业与亲情相聚难两全的遗憾，在浓情和感动中，用一场跨越千里的等待和思念为6期节目画上了句号。

作为传承发展优秀传统文化的重要视听表现，近年来，文博类节目有不少特色的呈现。如，大型电视节目《国家宝藏》已制播了四季，通过极致美学展现、AI高科技加持，在高大上的赛道不断上台阶，但此种形式对制作方人财物的要求较高；又如，出圈网络微短剧《出逃大英博物馆》，强调私语化叙事，给出了一条“好故事胜过一打道理”的路径。无论是大屏的高大上，还是小屏的小而美，只是传播策略与路径的不同，好的视听节目创意，对优秀传统文化的传播力和影响力是一致的。

《奇喵博物馆》全网点击量超30万，在新学期开学时推荐的文物八角星纹白陶盘因被网友称为“反鸡娃神器”，意外出圈。以视听方式为文物赋予趣味性，关照当下生活与文物的链接，揭示潜藏在文物背后的精神力量，这是《奇喵博物馆》带给我们的最大启示。

（作者单位：湖南省广播电视局监听监看中心）

编辑 / 肖清

融媒体系列报道《文化中国行》： 青春视角聚焦00后“圈粉”传统文化， 立体传播展现当代青年文化自信

刘畅

今年6月8日是我国第八个“文化和自然遗产日”。6月8—15日，湖南台推出融媒体系列报道《文化中国行——00后爱上国风的N种方式》，讲述00后将传统文化传承好利用好，与时俱进发展好的故事，展现了当代青年的高度文化自信，是湖南深入贯彻习近平文化思想的生动体现，也是贯彻落实文化传承座谈会重要指示精神的落地内容。

一、“青春”表达，视角独到

报道采访对象全部为00后，既有今年3月19日在常德河街向总书记展示擂茶技艺的00后擂茶小哥，也有常德丝弦00后“新秀”，无论标题还是行文，都尽显“年轻态”。以年轻态的语言、生动的细节、丰富的音响、讲故事的方式，以及采访对象自述短视频，活灵活现地展现了一个个00后人物形象和文化遗产的鲜活故事。

比如《00后小戏骨楚舒婷：想做花鼓戏界的陈丽君》这篇，开篇就通过《新刘海砍樵》演出中的经典对话，将观众带入现场，感受到不一样的花鼓戏演出；《05后小花旦颜家悦：把湘剧文化传给15后》这篇，通过大量声音生动还原了05后给15后上课后服务的课堂现场，让人“声”临其境。

报道对象涉及常德擂茶、常德丝弦、女书、



花鼓戏、湘剧、浏阳烟花、古桥守护、非遗技艺传承等多个传统文化领域，这些00后既有大湘西深山里的返乡青年，来湘求学的工科博士，在冬奥会上崭露头角的烟花燃放设计师，在舞台上挑大梁的花鼓戏演员，还有通过中非经贸博览会、海外留学生协会等平台将女书文创、女书文化传向世界的00后大学生。这些00后创新传承传统文化的方式各不相同，有的躬身入局，成为传统

文化传承者，有的通过短视频助力传统文化“出圈”，有的将时尚元素注入文创产品之中，有的则利用专业所长和科研成果，助力传统文化保护与传承。他们在其所在的领域都有一定的代表性和典型性，是00后爱上传统文化、创新传承传统文化的生动缩影。

湖南省提出，要建设成为对年轻人友好的省份，成为放飞青春的“秀场”、公平竞争的“赛



场”、实现自我抱负的“创业场”。这组报道聚焦年轻人在传统文化领域放飞梦想的故事，正是对这一指示精神的生动呈现。

二、深度融合，践行四力

这组报道坚持移动优先、先网后台，在内容和传播方式都有创新。内容上，以短视频+图文+广播音频+H5交互互动的融合形式推出，实现了

报道内容可听、可视、可读、可互动。

通过网站、移动端、广播等多渠道实现多元立体传播，还创新性地联动高校校园大喇叭播出。

为了高质量完成这组融合报道，主创人员深度践行四力，从大量传统文化项目中筛选，找到典型性的00后。从湘西深山里的小山村到湘东小县城，再到湘北小村落……主创团队足迹遍布多地。有时候为了完成一个人物的报道，主创团队还会辗转多个地方，采访、拍摄多个场景，只为呈现报道的鲜活、动听。

三、全国传播，反响强烈

报道上线不到24小时，就形成了以报道名字为名的原创热门IP，并在网络上引发热门话题#00后爱上国风的N种方式#，位居实时热搜前三。报道引发强烈反响。湖南省人民政府新闻办公室官微“这里是湖南”、共青团湖南省委官微、官方视频号、微信公众号“青年湖南”、湖南省文旅厅官微、湖南省教育厅官方微信公众号、株洲共青团、中南大学、省花鼓戏保护传承中心官方微信公众号、视频号等30多家官方账号，以及新浪湖南、政府微助理、湖南身边事、长沙头条等多个微博大V自发转发报道内容。

报道在湖南电台各频率，以及覆盖全省100多个县的43万多只村村响大喇叭播出，通过学习强国、风芒、喜马拉雅等新媒体平台进行多次分发，并通过5G智慧电台覆盖全国的1000多家县域融媒体中心实现全国播出。

报道在全国1000多家基层电台、各音频客户端以及全网各新媒体平台的融合传播量达到5000多万次。

（作者单位：湖南广播电视台广播传媒中心）

编辑 / 刘凌

地方媒体获评中国新闻奖的报道技巧

肖柳

中国新闻奖作为我国综合性年度优秀新闻作品最高奖，题材的重大新鲜固然重要，但报道技巧与表现手法的优异同样是取胜的关键。中国新闻奖的一个重要评判标准就是“具有创新意识，媒体特色鲜明”，这主要体现在报道形式新、报道角度新、融合传播新、表现手法优、后期制作精等方面。近些年来，以湖南广播电视台为代表的地方媒体相继在中国新闻奖评选中频频折桂，其中一个重要原因就是报道技巧的勇于创新、表现方式的独具特色。

一、“新闻大片”：主题报道的形式创新

“新闻大片”是近年来湖南广播电视台首创的一种报道形式，“新闻大片”并非是新闻电影的代名词，所谓“大”体现在主题大、篇幅长、政论或纪实色彩浓、画面镜头电影感强等几个方面。“新闻大片”突破惯有的主题报道程式，从前期策划到后期制作，都讲究一种质感，体现报道的力度、主题的宏阔、画面的精良。“新闻大片”报道的都是“国之大者”“省之大计”“民之大事”，篇幅时长多在6~10分钟之间，主题统领事实，政论性语言穿插其中，推拉摇移式的电影镜头和纪实镜头穿插其中，视觉美感远非普通的电视新闻可比，这种创新的主题报道形式所产生的直接效果就是“大气磅礴”“催人奋进”。

湖南广播电视台从2014年开始，十年来相继推出《县委大院》《绝对忠诚》《为了人民》《祖国知道我：冰河忠魂》《唯有登攀》

等新闻大片，连连斩获中国新闻奖一、二等奖。获评第29届中国新闻奖一等奖的作品《为了人民》聚焦脱贫攻坚，在报道形式上运用纪实手法，使用电影镜头语言（全景、中景、近景交替穿插），再配以抒情音乐，营造出良好的视觉美感，将八位驻村扶贫队长扎根一线、甘于奉献的故事述说得生动感人，取得了很好的宣传效果。而获评第33届中国新闻奖二等奖的《唯有登攀》则聚焦大国重器，选取铁建重工、中车株机、山河智能等七家在国内外最具影响力的重点企业作为报道对象，全面展示湖南牢记习近平总书记嘱托，着力打造国家先进制造业高地的突出成就，整组报道以习近平总书记的原话作为立意的蓝本，在解说词和同期声中大量使用哲理化和政论性语言升华主题，有力地展示了新时代中国企业家的家国情怀和报国理想。

二、“第二落点”：新闻价值的重新挖掘

热点新闻事件永远是媒体报道的主要目标，谁都想占领制高点，取得先发优势，与央媒相比地方媒体在这方面常常处于劣势，但地方媒体并非不可作为，寻找“第二落点”便是重要的途径。所谓“第二落点”就是在新闻事件发生后，深入挖掘新闻背后的新闻。第二落点报道同样离不开第一事件，但与背景资料有着本质的不同，背景资料是用来说明新闻事件，其本身一般不独立发表，只从属于新闻事件。而新闻的第二落点报道由于具备新闻的五

要素，可以独立发布，因此具有独立的新闻价值。同时，第二落点报道也区别于连续报道，连续报道仍然是第一事件，而第二落点则更注重新闻事件的外延。

1993年9月，上海杨浦大桥建成通车，因为它是当时世界上最大的斜拉桥，自然成为媒体报道的焦点，从中央到地方，几乎所有的媒体都是报道这成就，但《新民晚报》记者在采访中得知有专家特别谈及大桥的质量，于是避开成就这一热点，专门从质量的角度进行报道，通过深入采访和挖掘，掌握了大量数据，写出通讯《中国质量的一座丰碑——来自杨浦大桥的报告》，一举斩获第5届中国新闻奖一等奖。

三、“媒体特色”：表现方式的别出心裁

中国新闻奖是各类媒体竞相争逐的目标，但各类媒体的表现方式不一样，所体现出来的特色自然不一样，尤其在深度报道方面，十八般武艺各显神通，异彩纷呈。纸质媒体注重发挥文字优势，叙述、描写、抒情往往兼而用之，广播媒体充分放大声音优势，同期声、背景音乐、现场音响穿插配合，电视媒体综合呈现视觉优势，视听语言丰富多样应有尽有，各类媒体只有扬长避短，才能实现最佳的报道效果。

2017年底，四川广播电视台综合广播记者在采访中捕捉到一条“小而优”的新闻素材——阿坝州若尔盖县开创性地实施“黑颈鹤保护”工程取得显著成效，这一题材敏锐地触及到生态环境保护这个大主题。为了报道好这条新闻，创作团队在2018年分季度多次前往若尔盖县采访，收集了上百小时的声音素材和相关文字、图片、视频素材，期间通过阶段性的碎片化报道、公益宣传片、话题性融合新闻等形式，在广大受众中形成良好印象。2018年最后一天，创作团队汇集所有

素材，经过精心制作，推出广播专题《回家》，该作品采用“行进式报道”“场景化故事”“长镜头记录”“白描式手法”，用声音纪实语言还原记者的所见所闻，用原生态的文化符号真实客观地讲述了发生在少数民族地区的生态保护故事。作品集现场音响、采访同期声、背景音乐于一体，可听性极佳，将声音的魅力发挥到极致，获评第29届中国新闻奖一等奖。

四、“融合新闻”：产品形态的与众不同

随着新媒体的强势崛起，新闻信息分发平台不断增加，新功能的挖掘与应用越来越广泛，新闻的呈现形式也越来越多元，短视频新闻、H5新闻、VR新闻、动画新闻、数据新闻、移动直播等融合新闻产品越来越丰富。为了适应新的传播格局和新媒体发展需要，2016年以后，中国新闻奖开始设立融合新闻奖项，许多地方媒体也开始在这方面发力，不断创造新的佳绩。

2013年习近平总书记到十八洞村与村民座谈时提出了“精准扶贫”重要理念，十八洞村因此成为“精准扶贫”的首倡地。当时各大媒体广泛播发了现场拍的一张照片，这张照片显示的是十几位村民围在总书记身边畅所欲言的情景。湖南广播电视台新闻中心经过精心策划，深入寻访照片中的这些村民七年来的生活变化，在集合分析大量的照片、视频素材后，创作团队最终决定以“照片+文字+视频+音乐”的形式，采用H5的产品形态，制作了创意互动作品《一张照片背后的这七年》，生动而形象地展示了“精准扶贫”的巨大成就，该作品获评第31届中国新闻奖一等奖。

（作者系湖南广播电视台广播传媒中心高级编辑）

编辑 / 刘凌

浅析《乘风2024》在国际传播中的影响

孙艳兰

在当今全球化的时代，文化交流与传播日益频繁，而电视综艺节目作为一种大众文化的代表，其国际传播影响力不容忽视。由芒果TV自制的音乐竞演综艺《乘风2024》自播出以来，即引发了全网的热人关注与讨论，节目相关话题超万次登陆各大社交平台热搜。不同国家姐姐们的舞台表现及交流互动，也让中外优秀文化交流之风在《乘风2024》的舞台上流动。这季节目不仅在国内取得巨大的成功，更在国际传播中展现了其独特的影响力。

一、文化融合与国际传播

《乘风2024》将“传播文化自信”与“加深国际交流”两大核心贯彻节目始终。其最大的特色之一就是文化融合。节目真实记录36位来自世界各国的拥有歌唱、舞蹈及舞台梦想的全年龄段女性，在乘风舞台上完成不同形式的合作演绎。通过一系列精心设计的舞台表演，将中华传统文化与全球多元文化巧妙融合。节目中36位“姐姐”通过戏曲、民族乐、扇舞、古风舞等多种艺术形式，将中华文化的精髓演绎得淋漓尽致。同时，法国、越南、美国、泰国、俄罗斯等多元国际文化的加入，使得整个舞台呈现出五彩斑斓的文化画卷。她们通过音乐这一共通的语言，展现各自的文化魅力，同时也促进了不同文化之间的交流与融合。这种文化融

合不仅增强了节目的观赏性和吸引力，也为国际传播提供了丰富的素材和话题。

《乘风2024》正是通过文化融合的方式，在国际传播中发挥了积极的作用。新华社、人民日报等50+主流媒体肯定节目立意，点赞“国风舞台精彩纷呈，中外文化交流百花齐放”；美联社、CNN（美国有线电视新闻网）、Financial Times（金融时报）等海外主流媒体超1000次发文肯定“《乘风2024》不仅为来自不同国家，拥有着不同语言的节目成员提供了一个展示自我的舞台，让她们可以在此相互合作学习，也让世界各国优秀文化在此交流融合。”《乘风2024》让更多的外国观众了解了中国文化的博大精深，也让中国的观众领略到了不同文化的独特魅力。

二、国际传播中的“本土化”策略

在国际传播中，如何更好地适应不同国家的文化背景和观众需求，是一个重要的课题。《乘风2024》在这方面也做出了积极的尝试。节目不仅邀请了来自不同国家的艺人，还注重在节目内容和形式上进行“本土化”的改造和创新。

例如，在节目中，法国姐姐乔伊丝·乔纳森（Joyce Jonathan）不仅学习中文歌曲，还要尝试演唱具有中国特色的歌曲，如越剧、京剧等。这种“本土化”的改造不仅让

外国艺人更好地融入中国文化，也让观众在欣赏节目的同时，更深入地了解中国文化的独特魅力。此外，《乘风2024》以中法建交60周年为背景，以“推动中法文化交流”为切口，邀请Joyce及尚雯婕探访北京法国文化中心，获得法国驻华大使馆、法国文化、中国日报海内外8大社交平台超23次报道。这种合作交流展现了不同文化之间的和谐共处和互相尊重，也受到了国内外观众的喜爱和关注，还得到了法国总理等政要的肯定和赞誉。中国驻法使馆在推特、Facebook及ins上多次推荐节目，并认为“乘风为国际交流锦上添花”。

这种“本土化”的策略在国际传播中具有重要的意义。它不仅可以提高节目在不同国家的收视率和影响力，还可以增强观众对节目的认同感和归属感。同时，这种策略也有助于推动不同文化之间的交流和融合，促进国际关系的和谐发展。

三、社交媒体与国际传播

如今，社交媒体已经成为国际传播的重要渠道之一，它不仅扩大了节目的传播范围和影响力，还可以为节目提供更多元化的互动和表达方式。通过社交媒体平台，不同国家、不同文化背景的观众可以更方便地参与到节目中来，共同分享和创造文化价值。

《乘风2024》在社交媒体上的表现也备受关注。节目中的艺人通过社交媒体与粉丝互动、分享节目中的点滴趣事，吸引了大量粉丝的关注和参与。

同时，《乘风2024》还通过社交媒体进行跨国合作和推广。例如，节目与中国驻法使馆合作，通过社交媒体向海外观众推广节

目内容，并邀请法国总理等政要参与节目互动。现任法国总理加布里埃尔·阿塔尔给乔伊丝发来了祝福视频，他说“（法译中，内容大意）乔伊丝，恭喜你参加《乘风2024》，我为你高兴，为你骄傲！你将拥有一段非常奇妙的经历，你会像我认识的你那样大放光彩，会拥有一段非常深刻的体验，这也为中法建交60周年带来一个好消息。回望过去，中法两国在政治、经济、文化方面交流密切，参加《乘风2024》也是中法友谊的体现，衷心祝你一切顺利！”这种跨国合作不仅提高了节目的国际知名度和影响力，还增进了中法两国人民之间的友谊和了解。

四、结语

综上所述，《乘风2024》在国际传播中展现了其独特的影响力和价值。节目通过文化融合、“本土化”策略和社交媒体推广等多种方式，成功地将中国文化推向了国际舞台，促进了中外文化的交流与互鉴。同时，节目也通过创新的传播方式，提升了国际受众对中国文化的认知度和好感度。《乘风2024》启动宣传至今，全网13250次热搜刷屏霸榜，634次登顶TOP1，810次微博主榜、1880次微博双榜、503次前十；短视频热搜4512次，全网万赞短视频超3000个，百万赞超10个，单条最高542万。节目获微博爆款综艺认证，被评为“4月热度断层第一综艺”。未来，《乘风2024》将继续发挥其在国际传播中的积极作用，为推动不同文化之间的交流和融合做出更大的贡献。

（作者单位：湖南广播电视台卫视频道）

编辑 / 刘凌

进一步完善湖南省应急广播体系建设的若干思考

彭凯

2023年上半年，湖南建成了全国第一个依托省政务信创云平台资源进行计算和存储、第一个借助电子政务外网进行连通、第一个健全效果监测评估系统、第一个实现全业务可视化省级应急广播调度控制平台，达到了建设“走在全国前列”的预期目标，迈出了应急广播体系建设最重要的一步。省级平台建成后，一方面，在日常广播电视节目中每日制作播发《全省应急联播》，结合防灾知识和宣传教育，有效地为公众提供应急信息服务；另一方面，冰雪恶劣天气和春节重大节日特殊时期，在高速公路大屏等特定区域，及时发布防冻防火等特别安全应急信息，稳步推进应急广播体系的运行。作为网络中心监管技术科的一名技术人员，笔者对应急广播一直保持高

度关注，结合前期省级应急广播调度控制平台的建设和使用实践，提出以下思考：

一、市、县两级基层应急广播的建设是服务基层社会、提高国家应急管理服务，实现打通预警信息“最后一公里”的民生工程

1. 鉴于各市、县广播电视基础设施建设情况差异大，两级承建应急广播平台机构应深入摸底调查，充分了解实际情况，按照“统筹规划、分级建设、安全可靠、快速高效、平战结合”的基本原则，根据国家和省应急广播标准规范要求，结合自身应急广播发展的情况，制定符合实际的应急广播体系建设规划。

2. 应急广播体系发布的应急信息具有权威



性、不可逆性。应急广播体系建设过程中必须高度重视系统安全、网络安全及信息安全，启用身份验证、网络入侵检测等一系列手段去加强保障，从而提高应急广播所传播内容的可靠性、真实性、全面性。

3.应急广播系统应具备全天候、全方位、全时段的覆盖能力，建设时应考虑到地理环境、人口分布和通信网络等因素，特别是偏远地区的覆盖，以及前期建设过度依赖村村响体系，主要只覆盖县、乡两级，导致市区应急广播体系终端建设偏少，可适当增加社区广播终端和户外大屏的建设，提供及时的应急广播服务。

二、强化应急广播管理工作，管得住才能用得上

1.健全应急广播的组织架构和指挥系统。建立完善的指挥体系，明确各级部门和责任人的职责和权限，确保应急信息的及时传递和处理。

2.加强应急广播的人员培训和素质提升。应急广播的工作人员应具备专业的知识和技能，能够熟练操作应急广播系统，并具备应急响应和危机处理的能力，确保应急广播设备的正常运行。

3.定期进行应急广播系统的演练和检验。要编制应急预案，定期组织应急演练，制定落实中长期安全防范措施，测试应急广播系统的可靠性和有效性，及时发现问题和不足，并加以改进和完善，把应急广播体系管理工作由阶段性、突出性变成日常性、长期性。

4.加强与相关部门的协作和配合，形成合力，提高应急响应能力。与提供应急广播信息来源的行业或部门如应急管理部门、公安部

门、气象部门等共建完备的联动机制，加强应急广播与其他应急预警系统的衔接，实现信息共享和联动，提高预警信息的准确性和覆盖范围。

三、深挖应急广播新内容、新模式，力争做到用得好

1.强化应急广播的内容创新和监管工作。及时发布与突发事件相关的信息和指导，提供准确、科学、实用的应急知识和技能，增强公众的应急意识和能力。同时，加强对广播内容的监管和评估，确保信息的权威性和真实性。

2.融合新媒体传播模式，提高应急广播与公众的互动性和参与度。利用新媒体传播手段，如社交网络媒体、手机APP平台等，与公众进行互动和交流，接受公众的意见和建议，增加公众参与感，提高应急广播的针对性和适应性。

3.探索跨部门合作的应急广播建设新模式。与电视台、电台、消防部门、交通部门等部门进行合作，实现信息共享和资源整合，通过共同参与应急广播建设，可以提高整体应急响应的速度和效果。

“应急广播应给人以希望，给人以方向，给人以知识，给人以关爱，给人以信心，在危难时刻给人以生命和健康”。因此，必须不断加强建设，完善应急广播体系的功能，提高应急广播的及时性、准确性、科学性、通俗性和覆盖面，做到“在最需要的地方发出应急广播的声音、让最需要的群众听到应急广播的声音”。

（作者单位：湖南广播电视网络传输中心）

编辑 / 刘凌

融媒体时代摄影记者的转型思考

高震

如今，随着数码相机、智能手机等设备的普及和媒体行业的发展，“全民摄影”时代已经到来。自媒体的出现让每个人都可以成为新闻的记者和传播者，传统摄影记者面临着前所未有的竞争压力。如何在新媒体环境中进行适应，实现自身的转型升级，成为摄影记者在当前必须认真思考和积极解决的重要议题。

一、融媒体时代摄影记者工作内容的延展

首先，从报道内容上看，融媒体时代对摄影记者的要求更高。他们不仅要完成传统的图片通稿任务，还需承担文字、视频、直播等多项报道任务。尤其在突发事件现场，他们需要及时、准确地捕捉到关键瞬间，并以各种形式将信息传递给后方编辑平台，以便迅速在各媒体平台进行推送。笔者所在的桃源县融媒体中心，以前是电视新闻为主的地方电视台，主要工作是拍摄电视新闻和专题片。现已新增各类平台整合发布推送，如新闻客户端、视频号、抖音号和公众号等，使新闻影响力大幅提升。

其次，视觉故事也为摄影记者提供了更广阔的发展空间，这是融媒体时代的一种新的传播模式。视觉故事要求摄影记者具备更强的构思和表达能力，通过一组图片和简短的文字，生动、真实地呈现新闻事件的全貌。这种传播模式能够快速吸引大众的关注，并引导他们深入了解和认识新闻事件。“一专多能”型摄影记者此时显得尤为重要，因此，摄影记者在不断提升自身技能的

同时，更应关注内容的创新与深度挖掘，以满足不同受众的需求。

二、融媒体时代摄影记者的挑战与机遇

随着手机摄影的普及和自媒体平台的发展，越来越多的“自媒体摄影师”涌现出来，给专业摄影记者带来了很大的冲击和挑战。

自媒体摄影师数量庞大，分布广泛，他们可以随时随地进行拍摄和传播。而专业摄影记者往往需要经过一系列的采访和编辑流程，才能在媒体上发表作品，相比之下，自媒体摄影师在新闻事件的快速传播上占据了明显优势。

河南郑州 7.20 特大暴雨中，自媒体生产发布的短视频广泛传播，以碎片形式拼凑出完整的灾难景象。这些视频的叙事主体从专业新闻生产的全知视角转变为灾难经历者的第一人称内聚焦叙事。这种叙事方式结合了影像视听元素的放大效应，极易唤起观众的情感共鸣。它们以独特的视角展示了灾难的真实面貌，让更多人了解到灾情的严重性。通过灾难经历者的亲身讲述，画面、声音和文字的交织，使观众仿佛置身于灾难现场。这种强烈的情感共鸣促使观众更加关注灾情，积极参与到救援和赈灾工作中。

然而，自媒体摄影师的出现也为专业摄影记者带来了新的机遇。一方面，自媒体平台的兴起为专业摄影记者提供了更多的发布渠道和传播机会。他们可以通过自媒体平台发布自己的作品，扩大影响力，并与读者进行互动交流。另一方

面，自媒体摄影师的作品也为专业摄影记者提供了丰富的素材和灵感来源。专业摄影记者可以从自媒体平台上获取新闻线索，了解公众对于新闻事件的观点和态度，从而更好地把握报道方向和内容。

三、融媒体时代摄影记者的定位与转型

在融媒体时代，摄影记者的定位发生了深刻变化。他们不再只是提供新闻画面和录像的人，而是全媒体新闻的生产者和传播者。

首先，摄影记者是全媒体新闻生产链中的重要一环，需要具备从策划、采访、拍摄到后期编辑的全过程能力。各个媒体机构希望一线记者所采访回来的素材，能够满足网络、报纸、视频等各种平台所使用。这些新的考核机制，要求摄影记者不仅要有敏锐的新闻嗅觉，还要“一专多能”，具备跨媒体传播的视野和技能。

其次，摄影记者要善于利用新技术和新工具，提高新闻采集和传播的效率。例如，利用无人机、智能摄像头等设备进行空中拍摄，可以获取独特的视角和画面；利用图像识别软件进行图片筛选和分类，可以提高编辑效率；利用社交媒体等平台进行实时传播，可以扩大新闻的影响力。同时，摄影记者还需要关注受众的需求和反馈，不断调整和优化自己的报道方式和内容。在信息爆炸的时代，受众对新闻内容的要求越来越高，他们不仅关注事件的本身，还关注事件的背景、影响和发展趋势。因此，摄影记者要不断提升自己的新闻分析和解读能力，以满足受众的需求。

2024年春节前夕，湖南遭受了2008年以来的罕见的大雪天气，从2月2日开始到8日，雨夹雪、冻雨、中雪、大雪轮番上阵，积雪深度达

18厘米。市区交通受阻，低温雨雪冰冻灾情升至三级应急响应。笔者所在的融媒体中心与气象部门紧密协作，在灾害来临之前及时发布气象预警，通过电视新闻、客户端、公众号、视频号和抖音号等多种方式精准推送信息。并派出多路记者和相关部门联系，深入一线乡镇，拍摄大量道路桥梁、渡口码头、自来水管网、供电供气以及生活物资供应等单位组织抗灾救灾的相关视频，做成几十秒、一到两分钟的短视频滚动播放。在整个抗灾期间，负责策划、统筹、编辑、制作的后援团队达20余人，发布文字、图片、视频、现场报道200余篇。粉丝在抖音和短视频下方的留言共三千多条，大家对党和政府的慰问、救援和送温暖纷纷点赞。

此外，摄影记者还要注重与其他媒体从业人员的协作和互动。在全媒体时代，新闻传播不再是单打独斗的局面，而是需要多方面的合作和配合。摄影记者要善于与文字记者、后期制作、网络编辑等人员进行沟通和协作，共同完成新闻报道任务。

四、结语

在表达方式、传播手段快速发展的今天，优秀的新闻内容、优秀的新闻摄影作品仍然是王道。摄影记者要在转型过程中主动学习、不断尝试，通过技能的提升和观念的转变，积极适应融媒体时代的需求。同时，摄影记者还应充分利用融媒体平台提供的互动功能，积极与受众互动，获取反馈，以更好地满足受众的需求。

（作者单位：桃源县融媒体中心）

编辑 / 刘凌

6月大屏直播用户活跃率创三年同期最高

中国视听大数据（CVB）数据显示，今年6月大屏直播用户活跃率全面拉升，创三年同期最高，较2022年上涨3.6%，较2023年上涨8.2%，是近年来首次在暑假前就出现明显上涨趋势，其中有线电视和IPTV端用户活跃率同比、环比均有提升。广电总局深化电视“套娃”收费和操作复杂“双治理”对大屏活跃率的提升效果仍在持续显现。

（国家广电总局）



中国广电5G-A商用网络部署开通

中国广电5G-A网络应用三载波聚合组网技术，有效融合高低频资源，结合确定性体验保障等技术，能够显著提升网络速率与用户体验。经测试，此次部署的中国广电5G-A网络在现网复杂无线传输条件下，可实现3Gbps以上的单用户下行峰值速率，可充分满足全场景开展高并发量即时通讯、高清视频、智慧导览、VR/AR多媒体等应用需求。

（国家广电总局）

中国视协微短剧专业委员会成立

5月18日，中国电视艺术家协会微短剧专业委员会成立大会在北京召开。会议宣读了中国视协微短剧专业委员会首届组织机构成员名单并颁发聘书。成立大会后，召开了“融通合作、守正创新，推动微短剧行业健康繁荣发展”主题研讨会。与会专家学者、影视机构和网络平台等代表，针对全面提升微短剧内容品质、传播效能、文化价值、行业痛点等议题进行交流与探讨。

（中国电视艺术家协会）

腾讯视频推出 visionOS 版

Apple Vision Pro（苹果公司发布的头戴式“空间计算”显示设备）已于6月28日面向中国区发售，其超强的空间计算和双目4K的显示能力大大改变了观影体验。腾讯视频首次将自研播放器技术、端到端的内容制作分发技术应用在visionOS平台，为用户带来超高清巨幕3D影院、臻彩视界、交互式观影、沉浸式视频等视听体验。



（广电时评）



探索“全媒体+博物馆”多元艺术表达 湖南广电向陕西历史博物馆捐赠纪录片《中国》

7月5日下午，纪录片《中国》版权捐赠仪式暨“数字文博与智能传播”圆桌座谈，在陕西历史博物馆秦汉馆报告厅举行。湖南广电将纪录片《中国》第一季版权赠予陕西历史博物馆，开启湖南、陕西两省文化资源、学术交流、大众传播的相互赋能，探索“全媒体+博物馆”多元艺术表达，探寻“文化+科技”深度融合发展之路。

陕西历史博物馆党委书记、馆长侯宁彬，湖南广播影视集团（台）党委副书记、总经理、副台长蔡怀军分别代表双方完成赠予仪式。湖南博物院党委副书记、副院长，湖南省博物馆学会理事长陈叙良；陕西历史博物馆副馆长步雁；国家广电总局新视点中心常务副主任、中视协融媒体研究委员会秘书长张延利；北京师范大学教授、芒果数智负责人、纪录片《中国》主创现场见证捐赠仪式，并参与“数字文博与智能传播”圆桌座谈，探讨数字文博与智能传播。

潇湘声屏

专 注 广 电 视 听
紧 跟 前 沿 趋 势
引 导 节 目 创 新
促 进 行 业 发 展