

潇湘XIAOXIANG 声屏

2024 / 11-12 / 总第 373 期

主办单位：湖南广播影视集团有限公司

准印证号：(湘)OLK20240167 内部资料免费交流

文化和科技融合的
芒果实践

《小巷人家》
为什么这么火？





2024视听中国马栏山微短剧之夜圆满举行 赋能行业高质量发展

12月5日，由湖南省广播电视局、湖南广播电视台、中共长沙市委宣传部指导，马栏山（长沙）视频文创园管理委员会与芒果TV主办的“向新微短剧 湘约马栏山”2024视听中国马栏山微短剧之夜在长沙举行。作为微短剧行业的年度盛典，马栏山微短剧之夜通过文艺表演、主创互动、多方分享等多种形式，以青春昂扬之姿展现了行业的蓬勃发展态势，并通过推出创新项目、发布权威榜单等一系列举措，聚集微短剧产业链上各环节参与方，共探未来发展方向。

湖南省人民政府副省长蒋涤非，国家广播电视总局网络视听司司长冯胜勇，长沙市委常委、市委宣传部长陈澎为活动致辞。现场，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、总编辑龚政文为10部“视听中国马栏山微短剧创新榜”上榜作品主创颁发荣誉；集团（台）党委副书记、总经理、副台长蔡怀军为30个“湖南省微短剧拍摄取景地”授牌；集团（台）党委委员、副总经理、副台长徐蓉参与启动“坐着高铁 跟着微短剧去旅行”展播活动。

CONTENTS

2024年11-12期 / 总第373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 黄自笑 李力明
牛嵩峰 谭昕 肖泉
罗芳红 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 王镜宇

责任编辑 肖清 刘凌

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 文化和科技融合的芒果实践 / 龚政文

湖南广电要紧紧扭住“文化和科技融合”这条主线，以发展新质生产力、新质传播力推动内容升级、平台升级、产业升级，这既是总书记给我们出的时代命题，也是湖南广电高质量发展的必由之路。

09 电视剧《小巷人家》研讨会举行：对时代生活的高度艺术化表达

《小巷人家》以极具烟火气的镜头语言勾勒温暖治愈的家庭生活，将铭刻在大众记忆中的历史事件，活灵活现成一个个生活细节，展现的不仅仅是小巷家家户户的生活轨迹的缩影，还是中国社会几十年发展变迁的生动注脚。

创新创优

13 《丝绸之路上的中国医生》：“构建人类命运共同体”的鲜活注脚

以“小视角”表达“大主题”，让一张张鲜活可亲的中国医生面孔，凝聚成可信、可爱、可敬的中国形象，也让中国“构建人类命运共同体”有了鲜活的注脚。

19 讲好中非合作故事，展示真实立体的中国形象 / 丁玲

湖南广电先后制作了《我们的非洲朋友》《丝绸之路上的中国医生》《筑梦向前：我在尼日利亚开城铁》等节目，通过一个个鲜活生动的中非合作故事，展示中国在世界舞台上的大国担当。

22 最是深情能致远——芒果电视人的25年金鹰节记忆 / 刘昕

文艺评论

26 与时代同频 与人民共情——评首部西藏当代都市生活剧《日光之城》

／黄萍 鲁培

28 《小巷人家》为什么这么火？ / 王禹

该剧是对时代的一次致敬，也是一次深情回望，更是人物群像与时代精神的交响，其展现出来的情感温度和精神力度力透纸背，给予屏幕前的观众持久的激励与滋养。

31 《灿烂的风和海》：在澳门看人间烟火 / 五月

传媒研究

34 2025年广电媒体怎么干？ / 香雪兰

系统性变革之后的广电媒体，希望能够实现内容生产由传统模式向以人工智能为标志的新质生产力转变，传播渠道由频率频道向移动化平台的转变，视听体验向超高清转变，变现模式向多元化转变，从而真正摆脱「传统」的桎梏，焕然一新。

37 发挥网络视听行业在国际传播中的独特作用 / 罗正茂

节目评析

39 作为一面镜子，《再见爱人4》的“勇敢”值得被看见 / 小源

透过婚姻的表象直击亲密关系的核心，也同样击中了观众的内心，引发了真情实感的共振，正是《再见爱人》节目组的“敢”。

42 湖南卫视芒果TV跨年晚会首创户外晚会多模式直播新形态 / 王云峰

晚会从“源头”创新，将科技与文化的融通贯彻在内容、舞美、互动、传播等各个方面，首创户外晚会直播多模式、大屏小屏多维融合、横屏竖屏全角度的新形态。

45 《酱油是什么》：纪录片里“融”短视频，烟火气里见大产业 / 悬灯

中国味道在酱油的“逐帧拆解”中变成了具象的企业情怀和初心，民族品牌的公信力和影响力得以更自然地书写——这也是湖南卫视和芒果TV将富有文化特色的品牌符号提炼出来、传播出去、推广开来的重要尝试。

业务探讨

48 一路同行，向阳而生——第八届广播超级碗·全媒季侧记 / 崔鑫

51 锚定本地服务 强化科技赋能 实现文化+科技+产业深度融合 / 刘泉

54 以纪录片的新式叙事向世界展现真实中国——浅评竹内亮的《再会长江》 / 欧阳朝夕

前沿动态

56 央视总台“央央好物”直播电商平台正式启动等6篇

编者按：11月22日晚，湖南省委宣传部举办习近平新时代中国特色社会主义思想读书会第22期，深入学习领会习近平文化思想，认真贯彻落实党的二十届三中全会精神，以湖南广电为观察样本，全面把握推进文化和科技融合的目标任务和实践要求。会上，湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）党委书记、董事长、台长、总编辑龚政文做“文化和科技融合的芒果实践”的主题分享。以下全文转发。

文化和科技融合的芒果实践

龚政文

今天我们分享的主题是“文化和科技融合的芒果实践”，先由我做整体的介绍，再由我的两位同事分享两个案例。我的分享从三个方面展开。

一、深刻理解总书记提出文化和科技融合命题的重大意义

2020年以来，习近平总书记四次就“文化和科技融合”作出重要指示。2020年9月，总书记在考察马栏山视频文创园时指出：“文化和科技融合，既催生了新的文化业态、延伸了文化产业链，又集聚了大量创新人才，是朝阳产业，大有前途。”这是第一次对湖南明确提出“文化和科技融合”的重大命题，这次主要是出题目，点关键。2024年3月，习近平总书记在湖南考察时再次强调，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，改造提升传统文化业态，形成更多新的文化产业增长点”；“要以数字技术创新文化表现形式、传播方式，提高文

化吸引力、感染力、传播力。”这是第二次，指明了实践路径，提出了具体要求。2024年7月，党的二十届三中全会审议通过的《决定》提出，“探索文化和科技融合的有效机制，加快发展新型文化业态。”这是第三次，表明文化和科技融合进入了中央进一步全面深化改革的大盘子。2024年10月28日，在中共中央政治局第十七次集体学习时，总书记又一次强调：探索文化和科技融合的有效机制，实现文化建设数字化赋能、信息化转型，把文化资源优势转化为文化发展优势。这是第四次，进一步明确了目标要求，不仅是文化业态、文化产业，提到了文化发展的高度。这次重要讲话是习近平文化思想提出以后总书记首次就文化强国建设作系统论述，具有十分重要的意义。

文化和科技融合，当然是总书记和党中央对全国的共同要求，但某种程度上可以说是对湖南的特殊交待。

四年前就提出“文化和科技融合”的

重大命题，来自于总书记对世界之变和时代之需的深刻洞察，对数字化、网络化、智能化时代的敏锐把握，对如何发展新时代中国特色社会主义文化的深邃思考。中国有悠久的历史文化、丰富的文化资源、巨大的文化需求，如果能和迅猛发展的现代科技融合，其所能创造的表现形式、传播方式，所能呈现的文化魅力，所能形成的文化业态，所能打开的文化空间，将是前所未有的。

湖南广电认识到，如果抓不住科技赋能对文化传播带来的巨大机遇，就抓不住未来。我们意识到，一方面，广电视听行业作为文化传播机构，除了新闻宣传外，文化创意是其脱颖而出，引领风骚的根本所在；另一方面，广播电视依科技而生、因科技而兴，互联网和新媒体的故事更是从新技术开始的。因此，广电视听行业本身就具有文化与科技的双重属性、双重基因。湖南广电要紧紧扭住“文化和科技融合”这条主线，以发展新质生产力、新质传播力推动内容升级、平台升级、产业升级，这既是总书记给我们出的时代命题，也是湖南广电高质量发展的必由之路。

二、文化和科技融合的芒果实践面面观

今年以来，在省委的战略引领下，在浩东部长和专班的精心指导下，湖南广电进行了文化和科技融合的探索实践，取得了一些初步成果。可以概括为六个方面。

第一、文化和科技融合的理念已成共识

在湖南广电，文化和科技融合已成为我们的共同意识和共同愿景。我们提出

“做最懂文化的科技公司和最懂科技的文化公司”。我们理解，文化和科技互为前提，相互赋能，双向奔赴，让传播插上科技的翅膀，就能让文化插上传播的翅膀。过去我们把文化创意看作本体，把技术仅仅看成支撑保障，而现在，技术从幕后走向台前，从从属变为平起平坐，甚至是先决条件、先行要素。当然，我们不能走向技术至上主义，不管新技术如何改写媒体和内容行业，价值标准、人文情怀、社会关切、天才创意这些重要指数，都是不可更改的原始代码。

第二、文化和科技融合已明确为核心战略

经过集团（台）党委深入研究，我们明确湖南广电未来一段时间总的战略目标是，建设文化科技融合、两个效益俱佳的主流新媒体集团。这一战略由三个子战略组成：传统媒体和新媒体深度融合、文化和科技深度融合、文化和旅游深度融合。其中，文化和科技融合是核心战略。今年5月，我们成立集团（台）文化和科技融合领导小组及项目推进机构，明确责任主体和重点任务清单，建立工作机制，定期调度与督导，及时调整优化工作策略，确保战略目标与项目任务落实落地。

第三、将打造头部数智传播平台作为优先事项

作为广电视听行业，得平台者得未来。这里所说的“平台”，不是简单的播出机构，而是具有强大功能、规模经济、数据要素、技术引领的大型平台，具有国民级应用的平台才是赢得未来的胜负手。

幸运的是，这一点得到了省委领导的高度重视。作为省里文化和科技融合战略的重点任务之一，湖南广电全力打造由湖南卫视、芒果TV及国际APP、风芒、小芒、山海、5G智慧电台等构成的头部数智传播平台，系统建设长中短贯通、音视频共进、有旗舰有战列、科技含量和商业价值兼备的平台矩阵。下面展开说一说：

湖南卫视、芒果TV及其国际APP是湖南广电的核心品牌、核心资源、核心竞争力，是头部数智传播平台的旗舰，也是真正可以称为头部的平台。今年以来，湖南卫视大屏均获CVB、CSM省级卫视第一，在CVB数据中，到11月21日为止的326天里，湖南卫视有321个全天第一。芒果TV跃升计划取得明显成效，会员规模超7171万，比去年底增长近600万；芒果TV国际APP累计下载量2.33亿。

新风芒立志于打造以微剧微综微新闻为主要内容的下一代短视频平台，10月25日焕新上线，全生态日活峰值突破80万，客户端日活用户数比焕新前提升了10倍。

小芒是依托于芒果IP的内容电商平台，旨在延伸芒果产业链，更充分实现内容和品牌价值的商业化转化。今年保持高速增长态势，1-10月累计完成GMV超133.9亿元，同比增长51%以上。

山海APP是为落实省委部署的打造“全球最亮眼的数字博物馆”而开发的。其路径是先突破文物的全新、快速数字化技术，再上线APP。8月19日推出以来，已上线数字文物1.3万件，发展用户1113万，日活峰值超70万。

5G智慧电台是我们在音频领域的布局，2020年开始发力，瞄准的是县域市场，累计签约1244频，成为全国最大的基层数智化音频平台。我们也在探讨如何加强广播传媒中心和芒果TV的合作，把新媒体音频板块做起来。

面对头条抖音快手小红书等商业平台的扩张，我们始终认为，只有把主流媒体的平台做优做强，才能在未来的竞争中占有一席之地。

第四、文化和科技融合助力新质内容生产与传播

新技术进入内容创作与传播的底层逻辑，打开我们对创新创意的全新认知，支撑我们持续锻造高品质的超级作品、高声量的超级传播。上半年出了一个现象级爆款《歌手2024》；下半年的爆款是电视剧《小巷人家》，湖南卫视收视全网第一；综艺《再见爱人》也十分火爆。两个节目在芒果TV的播放量都创了新高。《再见爱人》这个节目主要是通过极为真实、极具代表性的夫妻案例，启示大家怎么对待婚姻、家庭、爱人，帮助大家构建更健康、和谐、持久的婚姻关系，击中社会痛点，引起广泛共情。目前双平台的内容创制进入了鼎盛时期，长中短全面开花，各个品类、赛道都有代表性节目，社会美誉度和市场效益都比较突出。今年到目前为止，湖南广电新闻、文艺精品共获得25个国家级大奖。

新技术创造新美学。纪录片《中国》第三季，首创CG技术+绘画艺术，辅以“动画呈现”“极致微距”的高新科技

手段，完美呈现青年画家们描绘的瑰丽画卷。

新技术创造新工具。包括：最懂媒体、最懂内容生产的芒果大模型，这也是全国广电行业首批通过中央网信办备案的大模型，在内部20个业务板块落地了60多个产品，涵盖剧本分析、节目游戏策划、广告植入等多元场景。国内首个AI综艺导演“爱芒”，它可以几分钟读完百万字的剧本，智能推荐参演艺人，高效生成定妆照，每天都在学习百万级行业知识，感知能力不断进化。音综创新产品“芒果合唱团”，打造“我与歌手共唱”“万人弹幕合唱”双演绎模式，联动《时光音乐会4》首发上线，让用户融入合唱场景，参与用户达数十万，单曲最高分享率达80%。

新技术打开新体验。科技之于内容，更为直观的赋能，在于感官的无限延伸。2024《湖南戏曲春晚》中的节目《牡丹亭·游园》，用XR虚拟技术再现杜甫江阁、张家界、洞庭湖等唯美湖南文旅景点，极大延伸了观众的视觉。《2024中秋之夜》，湖南卫视打造了“首个在月球上过节的晚会”，运用XR虚拟技术，给观众带来了一次沉浸式的“漫游月球之旅”；晚会还通过动作捕捉技术，让“虚拟李白”与歌手郑云龙在“月球”相聚，在现实与虚拟的交互中重现了李白诗词的多重意象，成为出圈名场面。

新技术赋能新质传播。在当下的传播语境中，不仅需要顶级视听效果，更需要移动场景的智能交互创新。今年的爆款综艺《歌手2024》，全季13场大型直播，涵

盖大小屏，总决赛甚至覆盖航空场景。要问我们哪来的底气做这样一档“超级直播产品”？这离不开我们长期自主研发的技术积累。这是一场从播控到交互，从覆盖到传输，从传统技术到AI最新应用的综合历练。正因为如此，《歌手2024》创造了综艺传播的新记录，全网播放量达到惊人的1590亿次。可以说，《歌手2024》的现象级表现，不仅是内容创意的胜利，也是自研技术与内容深度共创的一次胜利。

第五、打造文化和科技融合的新基座

对于大型平台来说，不只是几个应用技术的开发，而是强大技术基座的搭建。这几年，我们一直在技术方面发力，成立5G实验室，立足于未来形态的媒体竞争，持续加大研发投入，引进技术人才，做强技术板块。

我们正在加速各平台的智能化。除芒果TV外，功能全新升级的芒果TV国际APP，秉持“全球化设计、本地化体验”的产品理念，音频采用立体三维声，画面采用双Vivid技术，内容采用极简分区一触即达，沉浸播放器丝滑流畅，全球用户能够“快速上手”。全新起航的风芒正打造“AI众创式创作者平台”，剧本智能创作，辅助编剧进行分镜头生产，提高内容创作效率；短剧分发智能剪辑，不断降低创意剪辑的成本。小芒通过“自主研发技术平台+原创内容植入+长视频平台会员导流”的模式，不断裂变新的商业模式。目前，小芒已与芒果TV用户体系深度打通，“边看边买”，一键下单。

我们正在推进超高清建设。力争实现

国产超高清标准从制作到终端全链路自研。我们的超高清变换技术基于无人工参与的视频修复增强算法组合，实现规模化的高清转超高清修复增强，目前已完成100多部影视节目修复，并助力《乘风》《声生不息》等多档原生4K节目后期降本80%，效率提升5倍以上。我们的新闻编播系统可以实现高清超高清同播。这些超高清方案和技术处于行业领先，得到广电总局领导的高度肯定。

我们正在打造音视频数智化基座芒果云。以5G实验室为依托，内部打通新媒体平台矩阵协同，联合中国移动、中国电信、阿里、腾讯、华为等头部科技公司和运营商，构建“端一边一云”全网算力架构。

我们正在加快建设全媒体播控中心，遵循IP化、云化、智能化总体技术路线，将实现媒体融合和灵活的智能编播，明年下半年可投入使用。

第六、锻造文化科技复合型新质人才能量场

过去的湖南广电，创意人才济济，内容团队厚实。如今，新技术人才茁壮成长，集结成军，堪称“芒果人物一时新”。年轻人是最懂创新技术、最擅长运用创新技术的群体，我们用最大包容、最好礼遇，构建“选、育、用、留”的人才体系，全链条打造“创意+科技”的双先锋队。我们的追求是，让文化和科技共享C位，让“内容+技术”新质人才脱颖而出。

广开门路“选才”。持续实施芒果青年英才计划、青芒计划等人才创新行动，打造芒果青年说、青年CEO俱乐部等系列展示平台。连续5年举办“国际音视频算法大

赛”，吸引全球3万支战队参与，招揽了100多名算法工程师，他们成为支撑文化和科技融合发展的“造梦者”“建筑师”。湖南广电目前“内容+技术”复合型人才占比达到80%，技术人才90后占比达到70%，更多95后、00后在“桥头堡”“比武场”抖擞而出，形成近悦远来的“强磁场”。

多措并举“育才”。构建“大咖芒果说”“芒果大讲堂”等多元化培训体系，创新推出“芒果人才沙龙”活动，以“文化和科技融合”为切入点，将创意人才与新技术人才聚拢，共同为文化和科技融合发展出谋划策。

不拘一格“用才”。大力推行内容主理人赛道、一线团队工作室制度，大胆把优秀青年人才放在“C位”，双平台30岁以下青年干部占比超过40%，小芒电商、芒果数智、新风芒等创业公司管理团队都是85后、90后的青年才俊。

千方百计“留才”。我们结合市场运行规律，不断完善符合文化科技行业特点的激励机制。坚持“向人才倾斜”“向一线倾斜”“与贡献匹配”，让事业留人、政策留人、待遇留人，确保领军人才、业务骨干、创新性人才始终被重视、被激励。

三、未来规划与打算

在省文化和科技融合专班的指导下，湖南广电明晰了实施文化和科技融合工作的19项任务清单，铺开了一张“十五五”期内的作战地图。重点任务包括：

一是致力于建设具有强大传播力、影响力和赢利能力的主流媒体数智传播平台。

巩固湖南卫视领先地位，持续实施芒果TV跃升计划，推动全链条变革，缩小与行业第一身位距离；小芒电商打造中国长视频商业变现最具价值的电商平台，力争5年内实现交易规模超千亿；风芒跑通微短剧、微综艺、微新闻并行的下一代短视频平台路径。在“十五五”期内，将湖南广电打造成具有国际竞争力与影响力的大型国有文化平台型企业。

二是致力于做强做大数字文博大平台。运营好“山海”APP，打造全球领先的数字博物馆，整合文博产业上下游资源，实现数字文博资产的可观看、可交易、可交互、可开发，构建芒果文博产业链生态圈，力争2027—2030年商业模式完全成熟，实现10亿产值规模。

三是支持建设音视频国际研发制作中心，以优质芒果内容加持音视频产业发展。巩固芒果作为全国一流广电视听内容制作基地地位，进一步完善年度主题创制机制，推出现象级精品；重视潮流文艺对年轻人的引领作用，持续做优做强芒果综艺与影视剧，打造更多更好的芒果大片。用好下一代AI技术，打造内容生产工业化的2.0版，在“十五五”期内助力湖南打造具有全球竞争力的规模化、数字化音视频内容制作高地。

四是建强国际传播重点基地，打造国际传播标杆平台。加力芒果出海行动，大举进军海外，扩大在非华人群体中的传播，进一步打入中东、欧美主流社群，让“华流”像“韩流”那样风靡全球；探索更多更好的商业模式，派出优秀团队，在海外设办事处或公司，优化芒果TV站内传播和与国际商业平

台合作的关系，形成更多的出海收益，争取3年内把湖南广电的海外收入从人民币1亿量级跃升到10亿量级。

五是壮大动漫游戏产业。承办好首届“马栏山杯”小游戏创新创业大赛，吸引优质游戏企业入驻湖南。以上海久游与芒果TV为依托，自研更多自有知识产权的游戏IP。以金鹰卡通为依托，打造一批属于湖南的优质动漫IP，形成可持续开发的产业链条。

六是加强前沿新技术的研发应用。以5G实验室为主体，积极申报全国重点实验室。与高校及相关科研院所开展合作，联合攻关一批文化和科技交叉前沿领域重大创新项目。开发好可控好用的芒果大模型，打造“AIGC+混合现实+虚拟人+数字资产库”的“数智化生产”制作新模式，探索从现场到播出的高清与超高清的孪生制作新模式，2025年国庆前实现湖南卫视4K超高清频道开通试播。

此外，我们还将配合长沙市打造“永不落幕的音视频装备展”，完成其它应该完成的任务。

潮涌湘江水，风起马栏山。“山下山下，风展红旗如画”，如今的马栏山，因为文化和科技融合，正在飘扬出一幅壮美的图画。湖南广电愿意以自己的努力，为这幅图画添上最亮丽的色彩！

【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】

电视剧《小巷人家》研讨会举行： 对时代生活的高度艺术化表达



12月12日，由中国电视艺术委员会主办的电视剧《小巷人家》研讨会在北京举行。会议由中国电视艺术委员会秘书长易凯主持，中央宣传部文艺局、国家广播电视总局电视剧司、湖南省广播电视局、湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）、中国电视艺术委员会相关负责人出席研讨会。平台方、出品方、主创代表、专家学者及媒体代表参加会议，共同围绕创作理念、艺术手法、社会意义以及当下反响等方面，探讨《小巷人家》为同类型题材剧创作提供的新思路、新表达、新展望。

《小巷人家》在湖南卫视、芒果TV热播期间创下多项纪录。该剧收视蝉联中国视听大数据CVB、CSM、欢网、酷云同时段省级卫视收视率第一，为今年以来省卫视收视率最高电视剧，也是省卫唯一收视率破1电视剧。网播热度与口碑热度一路领跑，豆瓣评分8.2，微博评分9.2，为今年年代剧最高分。电视剧在展现烟火暖愈的家庭生活的同时，剧中充满时代特色的道具、穿搭及地域风貌，也为文旅、高校、美食、法律、读书、穿搭等不同人群提供了内容创作途径和话题讨论空间，成为引发一定社会影响力的文化现象。



龚政文

**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**

《小巷人家》是今年湖南广电在电视剧领域的最大收获，最大惊喜，可以说是中国最优秀的电视剧制作公司和湖南广电之间的又一场成功的双向奔赴，相互成就。我们与正午阳光共同聚焦当代中国波澜壮阔的发展史，共同释放以温暖疗愈一切，以向前战胜一切的精神力量。该剧在湖南卫视、芒果TV双平台播出后创多项历史记录，湖南卫视获多网第一，CSM全国网平均份额5.27，是今年以来省级卫视第一。剧集在芒果TV站内播出期间，多次登顶云合数据榜首，市占率最高达20.8%，全端热搜3500多个，凭实力说话，凭内功抓人，静水流深，后劲十足。目前，湖南广电内容创制已进入鼎盛时期，在中宣部、广电总局的精心指导下，正加紧为下阶段特别是未来三年储备一批优质项目。



胡知武

湖南省广播电视局二级巡视员

《小巷人家》的成功在于从邻里关系破题，打破以传统家庭叙事为核心的年代剧创作思路，这部剧大胆尝试轻焦虑化、去焦虑化的叙事风格，对生活真实观察的基础上，构建符合大众生活的戏剧冲突，不追求各种司空见惯的奇观冲突，而是靠人物自身改变去扭转家庭关系，深刻洞察当代社会的情绪变化，把握时代特点与社会情绪，成功破圈。



侯鸿亮

**东阳正午阳光影视有限公司董事长
电视剧《小巷人家》制片人**

创作上要感谢原作者及编剧，写出了这样一个普通但真实亲切的故事，感谢张开宙导演，让这部剧呈现出一种真实自然又温暖通透的人间烟火气，还要特别感谢剧中的优秀演员们贡献了精彩的表演。群像剧的魅力就在于此，在一个环境里大家交流融入共同创作，相互启发，让小说剧本里的人物活起来，一起造就了小巷的世界。



张开宙
电视剧《小巷人家》导演

我想描绘一部同一屋檐下的群像剧，能够让不同年龄段、不同背景的观众喜欢甚至相聚。在看这部电视剧之余，亲人和朋友们之间能为自己曾经的过错和慢怠道个歉，彼此之间更宽容，向美向善才是我们这部剧的风格。从播出效果来看，观众还是喜欢看这样温暖的电视剧并与之共情，这也让我坚定要把这条创作方向延展得更深更远，继续讲好百姓生活的大事小情。



李京盛
中国广播电视社会组织联合会副会长

这部剧用现实题材生活叙事来讲述人间真情和社会变迁，二者之间做到水乳交融，宏大而不失细腻，它给观众带来的温暖，是从皮肤到骨肉，最后抵达内心。温暖、力量、真实和细腻构成了这部剧让观众最感动的地方。



仲呈祥
中央文史研究馆馆员、著名文艺评论家

《小巷人家》是习近平总书记倡导的现实主义精神与浪漫主义情怀相结合的好剧，是一部真正的把镜头聚焦在人民，以人民为中心的，写普通人的的人生经历、追求、情怀、感情，展示他们的精神轨迹跟灵魂变迁的一部写人的戏。



易凯
中国电视艺术委员会秘书长

什么是精品？习近平总书记说思想精深、艺术精湛、制作精良，要求经得起人民评价、专家评价、市场检验。用这个来对标应当说《小巷人家》做到了，而且做得是比较好的，我觉得往这个方向来看可以称为精品。



刘淑欣
中央民族大学文学与新闻传播学院教授

《小巷人家》以微观叙事的角度讲述身处大时代的人物故事，表现时代之大与小巷之小的辩证关系，其深入挖掘个体的内心世界、情感体验，令观众获得沉浸式的艺术感受，也让我们对那个激情燃烧的时代得以深情回望。



李春利

光明日报文艺部编务统筹、高级编辑

家是社会的毛细血管，连通四方，而以家为核心折射出的邻里关系，中国好邻居的相互温暖无疑是具有治愈的力量。在我们关起门彼此不相往来的钢筋水泥世界里，这样的温暖不仅能唤起回忆，也能构建新的和谐社会关系。



戴清

中国传媒大学戏剧影视学院教授

《小巷人家》视角下沉，描摹普通人，即棉纺厂的女工和她们的子女丈夫们的生活，不以高浓度高密度强情节的戏剧冲突吸引观众，而是靠温暖的细节，艺术的褶皱，生活的涟漪取胜，以美好的人性人情和戏味悠长见长。



闫妮

电视剧《小巷人家》黄玲饰演者

我是真正地在拍摄过程中一点一点走进了黄玲，和我以往创作角色的经历很不同。黄玲是一个有魅力的女性，就像我自己的妈妈和亲人，润物细无声地产生着影响，这个角色也有很长的延长波和无形力量的渗透。



郭晓东

电视剧《小巷人家》庄超英饰演者

庄超英是既复杂又矛盾的人物，工作上对新思想新知识新变革的追求渴望而执着，生活上对父母是绝对服从极端的愚孝，他是一个在特定时代背景下成长起来的人，他的孝顺和对家庭的责任有强烈的时代烙印。



关晓彤

电视剧《小巷人家》庄筱婷饰演者

庄筱婷在复杂的家庭环境中成长，在经历了各种事情之后，她没有被同化，反而越来越坚定，一步步成长。在妈妈的鼓励以及林栋哲的影响下，她变得更加独立更有主见，我也从强大温柔的庄筱婷身上学到了很多。

（供稿：湖南广播电视台办公室）

编辑/肖清

编者按：第34届中国新闻奖评选结果于11月7日揭晓，在湖南广电获奖的8件作品中，由湖南广播影视集团（台）新闻中心制作、讲述中国援外医疗事业的《丝绸之路上的中国医生》荣获典型报道一等奖。这是新闻中心《首发》团队（原《新闻当事人》团队）近年来获得的第11个中国新闻奖，同时也是第3个中国新闻奖一等奖。从2019年开始，该团队先后主导制作了《我们的非洲朋友》《丝绸之路上的中国医生》等“一带一路”系列作品，并在2024年中非合作论坛峰会举行之际，推出呼应“命运共同体”主题的特别报道《驾梦向前：我在尼日利亚开城铁》，这些作品成为“构建人类命运共同体”的鲜活注脚。



《丝绸之路上的中国医生》： “构建人类命运共同体”的鲜活注脚

2023年，是习近平总书记提出“一带一路”倡议10周年，也是中国向海外派遣援外医疗队60周年，湖南援外医疗队派遣50周年。自1963年向阿尔及利亚派出首支援外医疗队以来，我国累计向76个国家和地区派遣医疗队员3万余人次，援建医疗卫生设施共130余所，诊治患者近3亿人次，挽救了无数宝贵生命。聚焦中国援外医疗，湖南广电新闻中心策划新闻大片《丝绸之路上的中国医生》，于2023年9月，派出五路记者，分别前往五个国家的援外医疗一线采访报道，记录中国援外医疗队在异国他乡救死扶伤的故事。

从长沙出发，目的地塞拉利昂、桑格巴尔、摩洛哥、尼泊尔、东帝汶，行程超过十万公里，路程累计绕地球赤道两圈半。一路上，记者们带着满满的设备包，克服转机次数多且时间长、水土不服、疾病威胁、时差影响以及极其有限的国外采访时间等诸多困难，去到援外医疗的第一线，接触到一张张鲜活的面孔，记录下一个个坚毅、果敢、友爱、温暖的生命故事……



《首发》记者随中国第24批援塞拉利昂医疗队外出进行义诊活动

塞拉利昂援外医疗队：没有条件就创造条件

记者 / 童欢 唐棠

中国（湖南）第24批援塞医疗队驻扎地距离弗里敦机场有两个多小时的路程，在交通通信都不方便的塞拉利昂，医疗队的影响范围有这么远这么大吗？

13天的相处，我们找到了疑问的答案。

我们的主要拍摄对象张小佛是一名头发花白的儿科医生，他为了能够方便患儿及家属，每天早晨上班前先去药房把常用药领出来，放在诊室的储藏柜里。患儿看病后可以直接在他这里拿药，不需要再去药房重复沟通，下班后他再把药清点好放回药房。这样看似简单的一件事，其实额外为他增加了药剂师及药房管理的工作。

有一天我们在医院大厅进行专访时，院外突然喧闹起来，原本背对大门的张医生立马起身要求暂停录制，直接冲进人群，发现有人昏迷时一边电话通知医疗队其他同事，一边快步

将人送进医疗区，30分钟后他才回来。告诉我们刚才是一名氟利昂中毒的人，现在各科医生已经会诊完确认了治疗方案，所以他回来了。

我问他：“您是儿科医生，但你刚才冲过去，如果万一没有处理好，您难道不担心有人攻击您吗？”他非常干脆地回答我：“虽然我是儿科医生，但我也是医生，这种情况我一定要尽全力救治的，至于事后他们怪不怪我，这不是我要考虑的事情。”

除此之外，因为母亲病了帮忙给孩子喂饭的中国护士，带着当地人免费学习针灸推拿的中医，停电了打着手电筒继续眼科手术的医生……无论有没有人看见，有没有镜头拍到，医疗队员们就像呼吸一样自然地随手做着这些平凡又不平凡的小事。

这就是为什么远在两小时路程外的机场，会有人因为医疗队的函件向我们敬礼；也是为什么每次我们随着带有医疗队标志的车出行时，会收获像“顶级明星”一样被人群簇拥着的待遇。



中国援桑给巴尔医疗队队长赵小军成功完成肝脏手术

桑给巴尔援外医疗队：医生救死扶伤是职责 记者 /朱丹 张思思

如果说在桑给巴尔的街上，你感受到的是满满的热情，来到纳兹莫加医院，你感受到的则是无比的尊敬。为什么我们一路上都受到这样的礼待？中国（江苏）第32期援桑给巴尔医疗队队长赵小军用日常的工作、几场手术、几次欢送会回答了我们的问题。

9月20日，是第32批援桑医疗队回国前的第三天，赵医生接到了一台肝脏手术，这是他在桑给巴尔岛的最后一台手术。手术难度非常大，患者肿瘤已大到如同一颗足球一般，并且

患处位于敏感地带，即便在中国，这场手术对赵医生来说也很困难。手术过程极其惊险，由于血包迟迟不到，病人血压一度跌破90/60毫米汞柱的临界值，生命危在旦夕。怎么办？赵小军用尽平生所学，迅速采用压迫、纱布填塞、缝扎等方法控制出血，再让麻醉医师加快补液，最终成功稳定住了病人的血压，从死神手里抢回了宝贵的生命。

桑给巴尔的医生同事对中国医生神乎其神的医术佩服到五体投地。每当此时，赵小军都会将术中的新方法教与当地医生，和同事一起，以“造血式”的援助，留下了“带不走的医疗队”。

摩洛哥援外医疗队：处处都要做出一个中国人的表率 记者 /丁玲

去年9月初，我们摩洛哥小组已经完成了所有出访准备，不料，前方却传来了一个突发

新闻。当地时间9月8日晚上9点左右，摩洛哥突发6.9级地震。

“摩洛哥史上最强地震太危险了，换个国家拍摄吧！”“按期出访肯定不可能！”一时间，各种疑问都向我涌来。去还是不去？在

与前方医疗队和国内地震专家沟通确认安全后，我坚持要去，不仅是因为我不想辜负援外医生们的期待，更是因为作为芒果台新闻记者的日常，越是艰难越要向前。

时间紧急，我颤抖着拨通了龚政文台长的电话，那是社恐的我第一次给台长打电话。龚台说：“不好意思，我在郴州旅发大会，我现在马上给你签。”在集团（台）领导的支持下，我们真的实现了“如期出访”这个当时看上去不可能的任务。

到了摩洛哥，我才发现这些波折，与援外医生们遇到的困难相比根本不算什么。距离震中马拉喀什仅71公里之外的本格里是中国医疗分队的驻地之一。当天晚上11点，救护车送

来了一位足月的产妇，值班医生张茜上前一看，底下全是血。剧烈的冲击和惊吓让孕妇出现了胎盘早剥，宫口开了2厘米。此时距离地震发生刚刚4个小时，回到手术室有可能让医生自己陷入危险，但是不做手术，孩子和妈妈都有可能失去生命，张医生紧急请求摩方麻醉师帮助，快速全麻后开始剖宫产手术，手术过程中的两次余震更是加剧着人们内心的恐慌。20分钟后，“地震宝宝”终于平安降生了。

我问张医生：“你当时真的不害怕吗？”她说自己只想救人，救完孩子救妈妈，没空害怕：“我们出去的时候衣服都是带着国旗的，我说我处处都要做出一个中国人的表率，不管是在医院里面还是外面。”

尼泊尔援外医疗队：让病人接受无差别的高水平医疗救治

记者 /谢伦丁

我们要去的地方，是尼泊尔南部小城巴拉普尔，离加德满都不到200公里，但开车要足足五个多小时，山路盘旋，而且中间不少路段的路况很糟糕，有时人会被颠飞撞到车顶。路途实在太折腾人了，所以有些晕车的中国队员一到达巴拉普尔，往往要等一年后结束援助时才重回加德满都。

建在这里的B.P.柯伊拉腊纪念肿瘤医院，是尼泊尔规模最大的一家肿瘤医院，每天可以接诊500多名病患。河北省从1999年开始向这里派遣医疗队，我们拍摄时正在外派的是第十五批援外队伍。

医生在这里的权威很大，他们说话时，病患都是默不作声地听着。中国医疗队员如果

责任感稍微弱一点，在这里可以过得比国内轻松，但我们每天九点半赶到医院时，中国医生们基本上都早早去了病区。

我主要拍摄的魏俊强医生，42岁，是河北省最年轻的一批正高级医生，他对待工作认真又严谨，查房比尼泊尔医生查得还勤，每次我们拍摄结束，他还一直在跟病患交流，用英语和临时现学的一点点尼泊尔语。

病患是一个14岁的男孩，左小腿上暴出一颗鸡蛋大的肉瘤，看着很吓人。他家住在尼泊尔西南部的偏远山区，要花一两天转乘车才能到医院，所以之前一直拖着，直到病毒入侵到了胫骨，夜里会引发剧烈的骨痛，他妈妈才把他送来B.P.柯伊拉腊纪念肿瘤医院。按照当地医院医疗条件和医生的方案，只能截肢。截肢手术相对容易且风险小，但魏俊强没有因此选择容易，而是充分站在少年病患的角度上，替他想，这么年轻就没有腿，未来怎么办？经过



《丝绸之路上的中国医生》摄制组专访尼泊尔卫生与人口部长莫汉·巴哈杜尔·巴斯内特

整夜苦思方案，魏俊强最终用专业征服了尼泊尔医院的医生同事，成功保住了苏吉尔的腿，让年轻的脸再次绽放灿烂的笑容。

在这一刻，我真正具象化地感受到了“人类命运共同体”这句话的含意。法国思想启蒙家孟德斯鸠曾说：“人生而平等，没有高低贵贱之分。”但在这个地球上，又的确会因为文化、经济的差别，或者因为客观条件的限

制，存在一些对待生命的重视程度不完全一样的情况，而中国医生的到来，一定程度缩小了差距，让其中相当多一部分人，接受到了和世界上别的地方无差别的高水平的医疗救治。

在这许许多多多个细小的案例背后，正是今日中国的宏大抱负：让全世界人民共同分享我们发展的福利。

东帝汶援外医疗队：中医，仁术也

记者 / 李建飞

东帝汶民主共和国位于东南亚努沙登加拉群岛东端，总面积1.5万平方公里，与湖南的衡阳市差不多大小。作为联合国认定的最不发达的国家之一，东帝汶全国总人口134万，但千人床位数却不足0.4张，医疗资源极度匮乏，是世界卫生组织重点关注的国家。

面对就医困难、缺医少药的东帝汶，中医发挥了极大的优势。10岁的艾米莉是个漂亮

的小女孩，但半个月前，她的嘴角开始出现歪斜，不能正常喝水、眨眼睛。仅凭一根银针，中国第九批援东帝汶医疗队员中医师何玲娜就上演了“变脸”绝技，让艾米莉的脸恢复了正常，这是何玲娜在东帝汶的常规操作。

东帝汶地处热带，高温、大风，用中医的话来说，就是热邪和风邪极盛，很容易引发面瘫。在援东两年时间里，何玲娜共治愈1500多位面瘫患者。

何玲娜是四川省中医院的主任医师，也是“四川省名中医”，怀着让中医服务更多的

人、也让更多的人了解中国中医这样一个朴素的愿望，已经52岁的她，报名来到东帝汶。除了每天看诊、治疗，何玲娜还有一项重要任务，就是培训当地中医师，针对面瘫、坐骨神经痛、筋膜炎等东帝汶常见病症，进行重点授课，留下“带不走的医疗队”。

除了普通的学员，何玲娜在这里还有两个大弟子——吉米和申思特。他们都在中国进修过3个月的中医。这两年来，吉米和申思特一直跟随何玲娜学习，已经掌握了基本的针灸

和拔罐治疗方法。但何玲娜即将结束援外回国，未来不在东帝汶的她，应该如何帮助两个徒弟持续成长呢？她托人从国内邮寄过来了两个经络模特，吉米和申思特每人一个，这比他们平时看的平面图，直观多了。除此之外，何玲娜还让朋友从中国带来了新玩意——智能摄像头。通过摄像头，即便远隔千山万水，她也能实时观看两位大弟子的操作，解答他们的疑问。

人不在，但心，一直在。

精准择定播出契机

用观众喜欢的形式全网推广

仅仅一个月内，节目组完成跨国出差、采访、撰稿、审稿、后期制作，抢工抢时，最终，《丝绸之路上的中国医生》成功于10月18日第三届“一带一路”国际合作高峰论坛举行之际，在全球合作伙伴齐聚北京之时，于开幕式当天下午6点，在湖南卫视和湖南国际频道播出。

巧合的是：节目播出的第三天，中央宣传部授予中国援外医疗队群体代表“时代楷模”称号！

这种“实属巧合”又“精准踩点”的节目编排，立刻产生了良好的收视效果——根据“中国视听大数据”（CVB）统计，在下午6点这个竞争激烈的时段，《丝绸之路上的中国医生》有四期节目位居同时段省级卫视收视数据第一，一期节目居第二。

节目摄制和播出期间，我们将精彩内容剪成短视频在全网分发，打造融合传播矩阵。截止2023年11月20日，《丝绸之路上的中国医生》新媒体宣发150余条，为该项目新建的短视频

账号《芒者忙着》，从零开始，创下了全网累计播放量超千万的传播成绩。其中，东帝汶组特别设计的《这个变装有点帅》采用网红变装的剪辑手法，给援外的中国医生们来了一次帅气的从生活到职业的变装，这种又酷又飒的形象塑造，简单干脆的表达方式，让此条短视频收获了直升机速度似的点赞增长，也拉近了医生和观众的距离。

人类命运休戚与共。在60年援外医疗的实践中，中国始终用行动和真诚践行着构建人类命运共同体的承诺，持续贡献中国力量，将“中国红”的温度传递到世界的各个角落，守望相助，守护人类共同的未来。而《丝绸之路上的中国医生》通过对一件件具体的事，一次次有态度的选择，以及一份份珍贵的情谊的纪录展现，以“小视角”表达“大主题”，让一张张鲜活可亲的中国医生面孔，凝聚成可信、可爱、可敬的中国形象，也让中国“构建人类命运共同体”有了鲜活的注脚。

（供稿：湖南广播电视台新闻中心）

编辑/肖清

讲好中非合作故事，展示真实立体的中国形象

丁玲

习近平总书记在党的二十大报告中强调，要“加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事，传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象”。新时代以来，湖南承担了建设中非经贸深度合作先行区的历史使命，在真实亲诚对非政策理念引领下，湖南与非洲越走越近，交往日益密切，经贸往来火热，务实合作结出累累硕果。湘非合作共赢的故事无疑是中非合作稳步发展的生动注脚，这些中非合作的湖南实践成了湖南广播电视台（下称“湖南台”）这一省级媒体做好国际报道，讲好中国故事，探索国际传播路径的鲜活来源。

如何在电视叙事中用小切口，传达大主题呢？我所在的湖南卫视《首发》栏目（原《新闻当事人》栏目）曾用镜头记录过上千集人物专题，我们知道打动人的一定是真情实感，只有打动记者自己的人物才有打动观众的力量。而在现场抓住细节、以小见大、见微知著便是节目成败的关键。找到典型人物、确立故事主线、发掘有记忆点的现场细节成了我们每次采访拍摄的必须完成项。

一、聚焦扎根非洲的中国建设者，深挖典型人物

2019年，首届中国——非洲经贸博览会在湖南长沙举办，为了做好主题报道，我们从2018年10月开始筹划系列节目，先后共派出6组记者前往肯尼亚、坦桑尼亚、乌干达、马达加斯加、南非、埃塞俄比亚、加纳、毛里求斯八

国采访拍摄，历时近半年时间最终我们挖掘出了17个中国建设者在非洲与当地人民携手建设现代交通、推广医疗教育、发展农业生产、保护自然环境和文化遗产的感人故事。《我们的非洲朋友》（该节目获得第三十届中国新闻奖国际传播三等奖）在芒果TV累计播放量达到2409.2万次，《我们的非洲朋友》节目精编版被CGTN-AFRICA转播，英文版在湖南广播电视台国际频道播出。

在马达加斯加这期节目中，我们挖掘了来自袁隆平团队的湖南农业专家胡月舫的故事，他从2008年便来到了非洲，为了让来自中国的稻种真正落地生根，胡月舫和团队头顶烈日，翻山越岭，跑遍了马达加斯加所有的水稻种植区。历经十年求索耕耘，他们终于成功培育出了3种适合当地土壤气候的高产杂交水稻种子，帮助当地水稻产量增加三倍多。在采访中，我问他为何愿意在非洲扎根十多年，他说：“因为他自己在农村长大，知道饥饿的痛苦，因而愿意帮助还在受苦的人。”这句话深深地打动了，这个朴实的农业专家也打动了许多网友，因为自己淋过雨，所以总想替别人撑把伞，这种情感和行为体现了人性中的温暖和善良，也是中国人刻在骨子里的善意，“一粒种子”走出中国，走到非洲，帮助世界人民消除饥饿的宏大叙事变得真实可感，打动人心。相关报道获得央视、经济日报、人民日报微信公众号等主流媒体转载，其珍贵画面至今依旧在互联网上持续传播。

二、聚焦援非医生群体，捕捉生动现场细节

2023年“一带一路”倡议提出十周年，是中国援外医疗队派遣60周年，也是湖南援外医疗队派遣50周年。从1963年首次派遣援外医疗队以来，中国已经累计向世界派遣了3万余人次的医疗队队员，援建了130余所医疗卫生设施，诊治了3亿多人次的患者。如何将这一行于平凡的伟大事业讲得更加深入人心呢？

2023年9月，湖南台新闻中心派出5路摄制组，分别前往塞拉利昂、尼泊尔、摩洛哥、坦桑尼亚、东帝汶拍摄《丝路上的中国医生》特别节目（该节目获得第三十四届中国新闻奖典型报道一等奖）。在实际采访拍摄过程中，每个医生都在承担着治病救人的工作，塑造出有记忆点和传播点的中国医生形象成了每个记者都要着力思考的问题。在跟拍纪实的过程中，我们发现对于援外医生来说，与当地医生的合作、与当地病患的交流、与当地老百姓的交往往往充满着故事性和人情味。

塞拉利昂小伙阿齐兹家住在首都弗里敦附近的一个小村庄，他在中国医生下乡义诊的过程中结识了来自湖南的医生谢伟彬，眼看着谢医生仅仅用一根银针就帮助他的亲人朋友解除了病痛，他决定拜师学艺。“古有神农亲尝百草，今有谢师以身试针”，在拍摄过程中，我们记录下了谢伟彬医生被徒弟扎针的生动表情，“抱歉抱歉”“没事没事”的简短对话呈现了一段有趣的中医师徒情。而为了让徒弟真正掌握针灸的医生，谢伟彬还用利用业余时间到医院办起了汉语培训班。“中国 塞拉利昂友谊 长存”的生动现场让人动容。除了救死扶伤，援外医疗队更是传递友谊的使者。“一根银针”的小切口故事让中国医生的形象变得

立体丰满。

在讲述中国医生与当地百姓的故事时，我们在拜访塞达特小镇的居民法蒂玛家时，在她的家里，我们品尝到了极具的当地特色的美食，还得知摩洛哥的绿茶正是从中国进口，与本地薄荷调制出我国人最爱的日常茶饮。我很好奇，她为什么对我们这么好？交谈中我们得知，上个世纪80年代，法蒂玛经历了怀孕小产。当时，是一名中国医生接诊她，帮她渡过了生命难关。此后，她的小女儿也是由中国医生接生的，三十多年前，那位中国医生播撒下的爱的种子，如今已经长成了一颗参天大树。法蒂玛并非认识每一个援摩的中国医生，但是几乎每一批援摩医疗队的队员都认识法蒂玛，那一天，我真正感受到了人与人之间，跨越国家和民族、超越时间和空间的爱与温暖。法蒂玛一家与中国医生30多年的深厚情谊，就如这杯茶一样回味无穷。“一杯摩洛哥茶”的小切口让中摩两国人民友好交往的故事变得可信可爱。

三、聚焦留学生群体，讲述非洲青年眼中的真实中国

习近平总书记着眼中非发展未来，深刻指出“青年是中非关系的希望所在”。他多次给非洲青年回信，勉励他们为传承中非传统友谊作出贡献。在中非合作过程中，中国始终重视青年、关注青年，不断开展对非洲青年的友好交流工作，让中非友好的接力棒在青年一代手中不断相传。

2024年9月，为了在中非合作论坛峰会主题报道上做出新意，我们将镜头对准了在中国学习和生活的非洲青年，策划推出了《筑梦向前：我在尼日利亚开城铁》特别节目。尼日

利亚是非洲第一人口大国，由中国企业建设的西非首条城际铁路——阿布贾城铁，今年已经是运行的第七个年头。七年前，我们曾去往尼日利亚拍摄记录中国工程师建设阿布贾城铁的故事。彼时，我们就得知，2018年中国土木与中南大学将共同开展尼日利亚和埃塞俄比亚公派留学生联合培养计划，在当地招收选拔学生赴中南大学开展学位学习，这一项目旨在为非洲国家培养更多现代化交通运输人才，帮助本国实现属地化管理。

尼日利亚留学生麦克在中南大学毕业后回到了自己的祖国，在阿布贾城铁项目上，他仅仅用了一年时间就实现了自己为祖国开城铁的梦想。采访中他对我们说：“过去我在英文信息世界接收的中国形象并不客观，中国帮我们修了铁路，还真诚地想要教会我们如何运营。”。他说他越来越相信尼日利亚一定能找到属于自己的现代化之路。”

像麦克这样的留学生不在少数。近年来，湖南各大高校累计为非洲40多个国家培养了近3000名留学生，他们的身影遍布非洲大地轨道交通、城市建设、基础设施建设等多个岗位，他们用自己的双手，在非洲这片古老大地上，一点点描绘出国家走向现代化的美好蓝图。跨越大洋的接力仍在继续。6月，第二批赴中国留学生已回到尼日利亚，他们即将加入到当地的铁路运营项目中。9月，第三批留学生将来到中南大学深造，为尼日利亚轨道交通建设输送更多的新鲜血液。

尼日利亚是英语国家，过去他们接收的中国形象大都来源于西方媒体，五年的留学生活，让尼日利亚留学生对中国有了完全不同的认知，作为中国发展的亲历者和见证者，他们也成了讲好中国故事，推动国际传播的重要参

与者，向世界讲述一个真实立体的中国。

中国始终坚定不移走和平发展道路，始终做世界和平的建设者、全球发展的贡献者、国际秩序的维护者。

正因如此，一粒杂交水稻的种子已经走出了中国，走到了亚洲、非洲、美洲，让世界相信饥饿终将被消除；正因如此，从1963年至今，中国已经向全球70多个国家和地区派遣医疗队，累计诊治患者近3亿人次；正因如此，一列城铁带去的不仅是跨越山海的中国速度，还有中国方案和中国智慧带领着非洲发展飞驰向前。

四、结语

外交部长王毅在2024年中非合作论坛峰会中外记者见面会上说：“过去3年，中国企业为非洲创造了超过110万人的就业岗位。中国在非洲实施的各种粮食、供水、教育等民生项目，惠及了非洲各国人民，这些实打实的成果都是中国的工人、医生、志愿者和非洲的兄弟姐妹一道，头顶烈日、脚踏实地，在非洲大陆上一步一个脚印干出来的。”我们探索的国际报道正是这段话的生动写照。

同路人真是真朋友。相似的历史遭遇，让中国与非洲紧紧相连，共同的历史使命，让中国与非洲携手前行。一个个小切口的中非合作故事让中国与非洲的交往变得真实可感，让国际舞台上的中国形象变得可信、可爱、可敬。

（作者单位：湖南广播电视台新闻中心）

编辑/肖清

最是深情能致远

——芒果电视人的25年金鹰节记忆

刘昕

“我不是科班出身，也没有什么主持技巧，反正就是真心对舞台，真诚对观众。30年，真心换真心。”2024年10月20日晚，第15届中国金鹰电视艺术节颁奖典礼上，何炅众望所归荣获金鹰奖最佳主持人。那一刻，我看到在场每个人眼里都流露着相同的情感，那就是温暖与感动。短短几句的获奖感言，再次证明真诚的热爱永远有直指人心的力量。作为这台颁奖典礼的制片人，目睹着得奖的一幕幕，我愿意相信，在这一刻，我们与台上的他们共享着同一个幸福的身份：电视文艺工作者。

确实，金鹰节承载了我们湖南广电人太多的光荣与梦想。自从2000年金鹰奖落户湖南，全面升级为中国金鹰电视艺术节，从此开启了中国电视湖湘美学气质的电视语态。首届金鹰节，我作为转播车上串带放带的小导演就幸运地参与其中。25年，从参与到主创，带着团队见证了15届金鹰节的荣光。既做过开幕式晚会，也做过颁奖典礼暨闭幕式晚会，还打造过金鹰节史上绝无仅有的一次主持人盛典。以至于现在每到两年一次的金鹰时间开启，我都会恍然，原来我和金鹰节一起走过了这么长的日子，创造了这么多不可磨灭的记忆。

一、金鹰女神来了

在湖南广电有一个优良传统，那就是“不创新，毋宁死”。经世致用、敢为人先的

湖湘文化深刻融入我们的价值理念，所以每当拿到金鹰节这个命题，我们总想着要整些花活。我们为金鹰节整的第一个花活，就是为开幕式创造了一个真的“金鹰女神”。

我们团队一共做过6届开幕式晚会。从2006年起，金鹰节从每年一届更改为每两年一届。彼时的金鹰节，已经不是电视观众眼里的新生事物，急需一些新元素给观众带来新鲜感。我们很执着地探寻，还有什么是在颁奖悬念之外能引发观众好奇和热议的？到底怎样才能打造成盛会开幕的仪式感？所幸，抛出的这些问题都找到了答案。那一年“金鹰女神”横空出世。我所在的开幕式导演组首创了用真人来担任“金鹰女神”的想法。既然演员奖由观众投票产生，那金鹰女神也可以。开幕式前发起全民投票，由观众票选出自己心目中的“金鹰女神”，这无疑为开幕式晚会也提供了一波宣传造势。解决了从无到有的创新问题后，新的问题接踵而来，谁又能成为“金鹰女神”候选人呢？当时在导演组内讨论不一，但大家都认同，她一定不是从演员奖项的提名里产生。最终我们每个人将心中匹配的女神人选分别拿出来对比讨论，从电视艺术的创新和传承出发，拟定了一条不成文的标准，那就是金鹰女神必须在近两年的电视剧领域有高人氣的代表作品，同时具备青春靓丽的外形，属于新生代女星的领军人物才行。简单说，就是既有作



第十届中国金鹰电视艺术节开幕式文艺晚会 剧照

品又要有人气。基于前述因素，当年还只有19岁的刘亦菲，以《仙剑奇侠传》中清新灵动的“赵灵儿”形象，当选为金鹰节历史上的第一位金鹰女神。18年后，不论是戏里戏外，刘亦菲依然是演艺圈内无可争议的女神。可见金鹰女神严选过的果然是最好的。

从那以后，金鹰女神就成了金鹰节的开幕标识。“谁是金鹰女神”成了每一届开幕式最热议的话题，而成为“金鹰女神”也成了青年女演员竞相追逐的一个目标。金鹰节历史上，一共投票产生了8位金鹰女神，她们让女神奖杯具象化。她们每一次盛装亮相，引领着中国风电视美学的风尚；每一次展翅飞翔，象征着电视艺术的乘风而上。

金鹰女神的篇章从我们起，也由我们终。第12届金鹰节开幕式，也是最后一次有金

鹰女神亮相的开幕式，依然是我们团队策划制作。那一届金鹰节的主题叫“金鹰三十正当潮”。因为2020年短视频刚刚开始风靡，电视老了的言论甚嚣尘上。我们团队的年轻导演尝试做了一条综述短片，用早年金鹰奖得主倪萍和小朋友的对话，讲述一个电视不老的故事。当中有一句表达说“金鹰不老，因为我们还在不停地创造一代又一代人的共同回忆”。随后一届开幕式，金鹰女神的亮相就取消了，我很期待，我们爱创造的湖南广电人，还能为金鹰节、为观众再创造点什么样的新回忆。

二、主持人的聚会

为了丰富金鹰节的内容，电视湘军可谓是卯足了劲。除了开幕式和颁奖典礼，还延伸了各种各样的活动。2000年初金鹰节的明星演

唱会用“万人空巷”来形容绝对不为过。有一届邀请了刘德华，他在雨中嗨唱的名场面甚至是很多80后90后观众的集体回忆。后来互联网时代来了，金鹰节举办过几次互联盛典，把网络热门人物也请来金鹰节欢聚一堂。金鹰节成了行业交流的平台，在这一系列新活动中不断扩大品牌知名度。在众多的活动中，我很幸运地参与过一届史无前例的、也是唯一一届的策划，那就是2012年第9届中国金鹰电视艺术节的主持人盛典。

在说这个盛典之前，我不得不再次佩服我广电同行们的创新眼光。因为在这个晚会直播前三个月，我们甚至都还没想好要创新一个什么类型的活动，也讨论过是否可以做一个金鹰国风盛会，毕竟那两年周杰伦接连创作了《兰亭序》《红尘客栈》这些中国风歌曲并在央视春晚演唱，“中国风”是年代热词。但最终我们放弃了跟风，选择开辟了主持人盛典这条新赛道。在近年脱口秀蔚然成风的综艺年份里，我们至少提前10年就把各台最会说话的台柱们聚在一起，妙语连珠。有当年还没有被称为“双北组合”的何炅、撒贝宁，有今年因《再见爱人》又再度被观众翻出来膜拜的张泉灵、台湾资深综艺主持师徒胡瓜和黄子佼、当年《百家讲坛》最受欢迎的学者易中天、相亲节目《非诚勿扰》的主持人孟非、高端访谈节目最为人称赞的主持人杨澜，还有老一辈主持人代表陈铎、沈力、倪萍等等。每一组嘉宾的开奖词都是段子，句句都是爆梗。

主持人盛典的成功尝试，为我们后来的创作留下了宝贵的经验。第十届金鹰节没有继续举办主持人盛典，但由我们团队承制的开幕式上，依然邀请了四位那一年最火的主持人，我们给他们出了道即兴题，撒贝宁、何炅、汪

涵、华少每人开一个盲盒，并把盲盒内的物品作为礼物送给观众。华少面对一盆仙人掌联想到坚韧与希望；何炅面对一双筷子联想到一根筷子容易折断，呼吁整个中国电视界团结起来；汪涵的礼盒里空空如也，他由从无到有讲到新媒体以及它与传统媒体的关系；撒贝宁抽到一只鸭子，但他预言这只鸭子长大了就是金鹰。四人这段现场“小作文”，至今还不断被观众考古挖出来转发。我想这就是优秀主持人的魅力，不仅仅能幽默地表达，且立意高远。现在很多脱口秀演员都能向他们学习这语言的艺术。今年何炅实至名归荣获最佳主持人，要是还有机会再策划一场金鹰节晚会，我觉得历史上这些最佳主持人聚会，也一定会是很有趣的名场面。

三、颁奖典礼上的他们

25年和金鹰节共创的时光中，我也很骄傲我们团队能承制两届金鹰奖的颁奖典礼。比起开幕式，颁奖典礼有太多不确定性。因为获奖人的未知，经常会让煞费苦心设计的环节反响不佳。但不确定性才是最大的魅惑。作为晚会的总导演和制作人，在我的认知里，金鹰奖是褒奖演技，但颁奖典礼的意义更在于能够“见人”，而所有艺术里最触动人心的就是人。平日里藏在角色后面的演员，只有在领奖那一刻，才以自己的身份走到台前。他们的精神、品格还有际遇，这是我值得倾注所有心力去展现的。

第31届金鹰奖恢复了配角奖项，近几年也有很多电视剧中的黄金配角在互联网观众群体中出圈。我们顺势而为把获奖演员的惊喜设计在配角奖得主身上。当时，马少骅因饰演电视剧《觉醒年代》中的蔡元培获得最



制片人刘昕工作照



第32届中国电视金鹰奖颁奖典礼 杨磊获最佳导演奖

佳男配角。得奖后，我们给这位从艺 40 年的“老戏骨”带来了四重惊喜：一是《觉醒年代》导演张永新展示的马老师发给他探讨角色长达 1.75 米的微信内容，二是马老师的年轻观众亲手做给他的走心礼物——电视剧中名场面的立体书和漫画，三是马老师夫人亲手做的“辣椒炒肉”，四是马老师儿子的祝贺信。层层递进的惊喜让马少骅老师老泪纵横了一把。这位人民艺术家为演好角色，长期泡在剧组沉浸在角色中，已经记不清家的味道。从没有机会让儿子亲眼见证过他得奖，他籍籍无名也甘之如饴。动情处马少骅说出从业以来一直秉承的信念，要做“百姓中的演员，也是演员中的百姓”。发自肺腑的感言，引得台下的演员和观众热泪盈眶。今年电视剧《三体》的导演杨磊也在上台领奖后分享了幕后的辛酸，他说《三体》每天播完的深夜他都在哭，也不知道为什么，就是泪流满面。我想这都是源于创作者的热爱。为什么我们总是饱含泪水？因为爱的深沉。同样，作为颁奖晚会的创作者，我也希望通过我们的策划，在演员和观众的心中打个共鸣

的响指，把这份对事业、对理想的深情毫无保留地传递给看电视的人。这是颁奖晚会教会我们的，真诚的内容永远让人动容。

和金鹰节共同创作的这 25 年，时间总会起到激励的作用，总会想着下一次见面时要创造一些有别于过去的新样貌。当数字时代来临，我们想借文化与科技的融合让金鹰节也 AI 一把。在文化出海的浪潮中，我们也尝试打开金鹰节的国际视野，和追剧的外籍观众畅聊金鹰。

作为电视人，金鹰节像是一种召唤，电视不老，梦想不老。作为广电湘军的一份子，金鹰节是一种超越，你必须从过去的洗礼中迅速走出，去开创未来。平日在各种节目中繁忙奔走，每两年回归到金鹰节，重新审看作为创作者的初心。感受诚挚的热爱有穿越周期的力量，然后会更庄重地、坚定地做下去。最是深情能致远，唯有热爱抚人心。

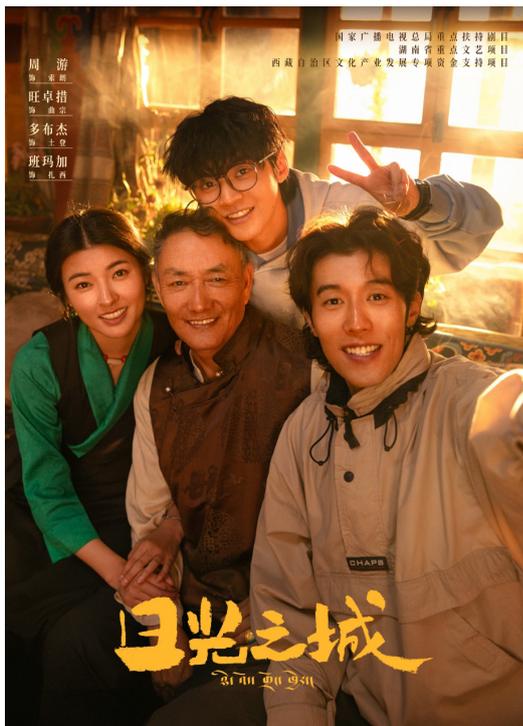
（本文特别鸣谢：陈征宇、邹航宇。作者系湖南广播电视台卫视频道制片人）

编辑/肖清

与时代同频 与人民共情

——评首部西藏当代都市生活剧《日光之城》

黄萍 鲁培



10月17日起，由湖南省委宣传部和西藏自治区党委宣传部联合摄制，中央电视台、湖南广播影视集团等创作出品的21集电视剧《日光之城》在湖南卫视、芒果TV双平台播出，引发观众好评。作为新中国成立75周年“与时代同行 与人民同心”电视剧展播活动的重点剧目，这是一部铸牢中华民族共同体意识、展现民族团结和情感相亲的优秀电视剧。该剧于10月2日首先在CCTV-1综合频道播出，累计8天稳居中国视听大数据黄金时段电视剧收视日榜第一，10月17日在湖南卫视播出后，排名同时段省级卫视第一，全网话题阅读量超8亿次，

新华社、人民日报、光明日报等主流媒体超300次发稿点赞，观众追剧热情持续高涨，豆瓣评分8.9，在今年国产剧中排名第二，与《我的阿勒泰》持平，创下了都市生活题材电视剧新高。

拓宽创作思路，与时代同频，打造首部西藏当代都市生活剧。拉萨年日照时长长达3000小时，以其独特的自然条件被誉为“日光之城”。该剧以《日光之城》为名，以更高的政治站位引领创作，着眼于铸牢中华民族共同体意识切入和展开，将主要场景放在新时代背景下的拉萨八廓街嘎吉大院，通过土登家的三个儿女，串联起社区第一书记许少杰、牧区少女格桑等青年寻找自我、追逐梦想的故事。该剧围绕民族大题材着笔，将转经、藏戏等作为鲜明的地域特色融进城市生活里，让其有了更丰富的表达，同时该剧以青年人视角鲜活地聚焦新时代的西藏烟火人间故事。如，剧里有不想考编想创业的索朗，有用海姆立克法进行急救的扎西，也有挎着香奈儿包包、喝咖啡、练瑜伽的海归高管达珍，这样时代化、年轻化、日常化的创作思路，打破了以往西藏影视剧以历史剧、公路剧、艺术片为主，以心灵救赎和治愈为主题的题材局限，不仅对藏区有了真实多维的完整呈现，更重要的是，激发了当代年轻人的心灵碰撞和对当前生活方式的反思。

镌刻人物群像，与人民共情，印证西藏发展奋斗图景。《日光之城》认真贯彻落习近平总书记

以人民为中心的思想，以更深的生活体验呈现时代景观。剧组坚持了扎根人民、扎根生活的现实主义基调，耗时2年创作剧本，采访人物132个，走访78个大院、119个场景，采风里程达4126公里，以土登家、普布家、久美家3个西藏家庭为故事主线，将对当代西藏社会发展的洞察融入到人物塑造中，用多维的逻辑构建镌刻出鲜明的人物群像。用特定环境展现人物性格。该剧走出了简单线性的人物传记模式，融入了更多的群像描绘，呈现了一个更为复杂立体的社会现实。八廓街嘎吉大院里，传统藏族家庭的大儿子索朗拒绝考公，一心想做西藏甄选项目；留学回来的企业高管达珍出生于藏医+教师的藏汉结合家庭，思想开放，要推广岗巴羊。他们有藏族人的文化与性格特征，又具有当代都市青年的活力。用代际差异展现矛盾冲突。身为南卡藏戏团团长的土登，既不满大儿子索朗放弃考编，也不同意小儿子扎西辞编唱藏戏，更反对女儿曲宗嫁到山东，“封建式”家长作风与儿女们的创业经营、人生梦想、情感关系等充满冲突和矛盾，最后却理解和接受，折射了长辈们逐渐适应时代的真实写照。用旁人视角展现时代精神。剧中不同民族的人们友好交往，也是民族团结友爱的缩影。在西藏退伍后担任社区第一书记的许少杰，想方设法解决居民的各种难题；援藏医生尹巍，全心救护病人；乔燕如教书数十年，不肯回成都。这些剧中的小人物，用小切口印证了大时代，他们用“无愧于时代，勇敢追梦”的奋斗故事，呈现出多元的人物样态，展现了不断发展的真实西藏图景。

营造地域美学，与观众互动，实现影视文旅融合发展。《日光之城》用人物、故事、

民俗和自然风物，构建起独特的西藏地域美学气质，将写实的主旋律题材，呈现出“意象化”“浪漫化”的独特风格。展现自然环境之美。剧中巧妙地运用镜头语言，将西藏的自然风光与都市生活无缝衔接，展示了拉萨城、草原、阳光、雪山等美丽怡人的自然风光，人与自然的和谐交融令人温暖治愈。凸显人文历史之美。世界文化遗产布达拉宫、藏式大院的家居陈设、藏族服饰发辫、藏族唐卡、转经筒、藏戏面具、赛马等等，无一不渗透着西藏的人文民俗。发现烟火生活之美。剧中出现的朗县辣椒、察隅蜂蜜、岗巴羊，都是地道西藏特产。晒太阳、喝甜茶、听藏戏、吃藏包子等市民生活方式，吸引了不少观众打卡。呈现语言文字之美。剧中人物使用了带有藏式风情的称呼、对白和谚语，如玉珍奶奶说“热壶里倒出的甜茶是热的，相爱的人眼窝里的目光是烫的”等等。反映网络互动之美。在电视剧的宣传推介中，充分考虑了网络互动性，#跟着日光之城打卡西藏#片头曲模板，吸引多位旅游博主参与二创，片头曲《追日》编排的“日光舞”也在全网走红。今年国庆假期，拉萨市接待国内外游客198.91万人次，同比增长7.45%，旅游总收入9.51亿元，同比增长6.73%，实现了影视剧+文旅的双向奔赴。

《日光之城》坚持贯彻习近平总书记以人民为中心的创作导向，以其深情的笔触、细腻的刻画、宏大的视野，深化与时代的联系，反映社会发展的新动态，成功还原了西藏当代都市生活中的挑战与机遇、青年群体的坚韧果敢和蓬勃朝气，是一部值得细细品味的佳作。

（作者单位：湖南省广播电视局视听监看中心）
编辑/肖清

《小巷人家》为什么这么火？

王禹



“似乎看到了我父母是如何走过来的”“怎么感觉这就是我小时候的生活”“和宋莹做邻居吃不到一点亏”“在辛劳的生活中我感受到一种向上的温暖”……已经很久没有在一部年代剧中，感受到和观众与生俱来的“烟火人家”的相互关照，折射出在艺术作品和现实生活之间高清晰、高密度的生活具象。

这就是热播的年代剧《小巷人家》带来的超乎寻常的共情之处。

由正午阳光出品，改编自幻想工场作者大米的同名小说，并由大米担任编剧，张开宙

执导，侯鸿亮任制片人的年代生活情感大剧《小巷人家》在湖南卫视与芒果TV双平台热播中，掀起一波“小巷”话题热，湖南卫视酷云、欢网实时收视率峰值均破1，蝉联省级卫视第一，更在一众热播剧的激烈竞争中登顶云合第一，豆瓣开分8.2，各种名场面情节与多元话题不断霸榜热搜，引发全网热议。

（一）

《小巷人家》为什么这么火？

真实观照时代映像，也许是该剧走入众

多观众内心的重要支撑。

应当讲，现实主义创作恰如一面透视镜，既需要贴近实际生活，反映和表达现实，又需要弘扬现实主义精神，赋予生活的本来面貌。年代剧如何构建现实主义情怀，并在情节叙述基础上更多映照当下？显然，这是当前年代剧创作的热点之一，也是难点所在。

《小巷人家》讲述了20世纪70年代末江苏苏州棉纺厂家属区一条小巷里，庄、林两个家庭的故事。该剧的魅力之处，在于从剧情设定到人物塑造，从台词设计到场景还原，以及时代精神的表达等方面，努力实现年代剧与现实社会的有效链接和创新表达，以“微观”承载几十年变迁的时代画卷。

该剧开篇就将镜像聚焦于20世纪70年代末那个风云激荡的年代，而庄、林两家因单位分房成为近邻，跨越几十年的故事徐徐展开……

《小巷人家》没有宏大的叙事表达，家长里短、邻里摩擦、情感纠葛等现实生活中每日可见的场景都在这里上演；在角色塑造方面，坚强的黄玲（闫妮 饰）、直爽的宋莹（蒋欣 饰）、充满矛盾的庄超英（郭晓冬 饰）、务实求真的林武峰（李光洁 饰）……每个角色都有自己的背景故事，真实而立体，观众不仅能够看到他们的外在表现，也能透过彼此的情义和在困境中对生活的担当，感受到内心的挣扎与成长，这种情感共鸣是该剧最大的成功之处。

在剧中，主角所经历的恢复高考、知青返城、中美建交、改革开放等重要时刻，从国家到小家，现实生活中的我们无不与时代的命运息息相关。

难能可贵的是，该剧以温暖的内核诠释两家人在社会变迁中互相牵挂，把小巷人家的

喜怒哀乐娓娓道来。宋莹性格分明，为了分到更好的房子，不惜将儿子扔到棉纺厂书记家中；棉纺厂女工黄玲面对教师丈夫庄超英的“孝顺”和公婆的算计忍气吞声，并在宋莹的影响下逐渐敢于表达真实的自我……

另外，该剧在情景还原上更是精益求精，缝纫机、电视机、二八自行车等精细的服化道设计，以及暖黄的光线、复古的服饰、老式的家具，不仅还原了时代印记，更是让观众沉浸感十足。

面对亲情、邻里情、生活的种种变化和时代变迁，该剧深度刻画了普通人的命运和时代镜像，写出了老百姓过日子的道理和逻辑，以及小人物身上的朴实和善良。与此同时，通过还原时代背景下普通人的生活场景，没有悬浮于生活表象的影像叙述，在年代剧为内核的基础上进行了现实主义叙事，以润物细无声的力量，写出了有情有义、有理有面、有滋有味的日子，一幅充满江南气息的生活画卷跃然镜头。

（二）

《小巷人家》为什么这么火？

温暖现实主义叙事和饱满鲜明的人物群像，是构建该剧在观众心目中的四梁八柱。

年代剧有其独特叙事方法和优势，那就是尽可能地真实还原特定年代故事，通过以塑造人物群像的方式完整给观众呈现不同年代老百姓的生活样貌，以多角度、多情节展现生活原貌，以小切口反映年代主题。《小巷人家》也正是其典型案例。该剧并不追求激烈的剧情冲突或跌宕起伏的情节，而是在润物无声中呈现了饱含浓厚时代印记下普通人的真实生活，表达了深刻的现实内涵。

难能可贵的是，《小巷人家》虽是一部

年代剧，但也是一部时代剧，所刻画出的人物纠葛、情节安排以及人物命运的叙事策略，让该剧充满了温暖现实主义色彩。

《小巷人家》中不乏关于现实生活相关话题的深刻探讨。比如，黄玲与庄超英的婚姻，折射了中国式家庭中常见的夫妻、婆媳关系的复杂本质；黄玲与宋莹之间的闺蜜情，则展现了女性互助的温情一面；而庄图南、庄筱婷、林栋哲等年轻人之间的成长陪伴，传递出了最珍贵、最质朴的“少年气”。尤其是黄玲摆脱了传统剧中女性的苦情形象，坚定守护“小家”权利的妻子、母亲形象，赢得了众多观众的共情；脾气火爆的宋莹，其背后则是为人仗义的鲜明性格；务实且要面子庄超英面对家庭纷扰，从忍气吞声到主动沟通化解矛盾……无数个还原生活的情节，何尝不是当代观众对曾经的时代的一种回溯。

《小巷人家》温暖的内核与浓浓的烟火味，正是观众所谋求的一种难得的小巷温情……黄玲与庄超英夫妻俩实现一双儿女都考上大学的心愿；宋莹跟随林武峰举家搬迁广州的计划也被提上日程；庄图南坚持理想选择继续深造；庄筱婷与林栋哲在共同考入上海交大之后，一段青涩甜蜜的校园恋爱也就此展开；李佳如愿进入规划局；吴珊珊坚持劝说弟弟小军继续读书……在这个充满烟火气的故事里，无论是朴实勤劳的长辈，还是充满朝气的年轻一代，都能跟随时代发展的脚步奋勇向前。

《小巷人家》正是在平淡琐碎的叙事中放大了家庭生活中的暖与甜，小家的矛盾被女性互愈情感冲淡，时代的迷茫也被邻里温情所中和，这也是观众被它传递出来的温情力量所打动的重要原因。

（三）

《小巷人家》为什么这么火？

昂扬向上的年代精神和人民面貌，亦是该剧的精神本源。

《小巷人家》以大时代背景下普通家庭的生活日常为主线，以人与人之间的各种交集为复线，以恢复高考、知青返城等时代相关的故事为支线，勾勒出时代人物群像的素描和时代变迁。但在字里行间，无不涌动着乐观向上的精神面貌，以及为美好生活努力奋斗的年代风貌。

父母为了子女的成长、家庭的生计而辛勤付出，为家庭幸福而努力奋斗的情怀；面临种种困难和挑战，始终保持乐观和坚韧的精神；身处社会底层，但从未放弃对生活的热爱和追求；以庄图南、庄筱婷、林栋哲为代表的青春群像的精气神……

《小巷人家》的隐喻带给当代人更多思考与反思。尽管那个时代的人们面临着种种困难和挑战，但依然保持着积极向上的精神面貌，而对于进入新时代的我们，又何尝不是一次警醒，既要珍惜当下的美好生活，更要通过努力奋斗赢得明天的美好，这也是该剧最重要的精神内核。

显然，这种思考有着极强的社会意义和人生意义，也是调动了全年龄层观众跨时代共鸣的关键之处。

《小巷人家》是对时代的一次致敬，也是一次深情回望，更是人物群像与时代精神的交响，其展现出来的情感温度和精神力度力透纸背，给予屏幕前的观众持久的激励与滋养。

（来源：广电视界）

编辑/肖清

《灿烂的风和海》：在澳门看人间烟火

五月

12月20日，澳门迎来回归祖国25周年。进入一场“澳门限定”浪漫邂逅，感受历史文化与人情暖意交融的都市生活，在《我在他乡挺好的》《装腔启示录》之后，芒果TV与李漠导演再度带来了一部灵动轻快的城市交响曲。

12月18日，《灿烂的风和海》在央视一套黄金时间播出，芒果TV同步网络独播，12月26日起湖南卫视黄金档播出。聚焦澳门都市群像，剧集透过多组人物关系，讲述当下都市人如何找到自我、治愈自我的故事，如散文诗般还原出澳门都市的松弛感。不仅呈现澳门生活的多种可能性，也通过内地人与澳门人生活哲学的碰撞，展现出澳门特有的地域文化与城市气质，于繁华之下看见烟火人家，尽显生活烟火气。

多线叙事

多组人物碰撞出生活火花

中欧文化的融合共存使澳门成为一个风貌独特的城市，东西方文化在这里交汇，历史与现代在这里并存。总导演李漠分享：“这是一个想让大家卸下铠甲的故事，找回适合自己的生活，找到自己的生活节奏。”

剧中，四组人物关系涵盖澳门艺术发展、本土美食传承、摩登与传统美景、格兰披治赛车赛事等多个维度，不同年龄、不同职业、不同生活背景的人物关系组成城市浮世绘，展现出不同人生阶段的人们对于爱与生活的思考，以及他们对自我价值的追寻。

多线叙事中，群像人物交织并行，一段段都市邂逅释放着浪漫因子，为城市赋予着美好想象。有着职业理想的艺术策展人陈嘉慧旅居澳门数年，在画廊，陈嘉慧为往来的国内外游客介绍艺术作品信息，一展国际化都市的艺术气息，对于未来，她想要探索出更大的发展空间。一次城市夜骑，陈嘉慧与来澳门参加国际GT杯赛事的职业赛车手韩俊豪偶然相识，此时韩俊豪正受到职业赛车手黄金年龄期的困扰，在忙碌的生活中，二人彼此吸引又相互试探，爱情的火花悄然绽放。

在广告公司工作的麦又歌被工作填满，她直言自己每天的状态是上班下班、下了班继续加班，永远在赶时间的状态中。对麦又歌来说，在澳门的出差时光既要争分夺秒为星濠酒店（原型为新濠酒店）赶方案，又像是一次规矩人生的片刻喘息。当麦又歌意外结识自小在澳门长大的徐君乐，二人的生活状态形成鲜明对比，一个陷入工作漩涡把时间安排得满满当当，一个自由松弛时刻驱散焦虑，行走在澳门街头静下心来感受城市氛围，他们的生活状态也在不经意间发生改变。

在这个夏日，四位生活状态截然不同的年轻人迎来各自的意想不到和怦然心动，澳门本地青年与外来青年在这里探索未来的无限可能，剧中的他们对生活有着美好憧憬，同样也经历着职业发展上的困惑，平衡着事业与情感的选择。找回生活感，打破瓶颈状态，是他们身上的共有特质。

真实创作

沉浸式体验城市精神内核

25年来，澳门翻开“一国两制”“澳人治澳”、高度自治的历史新页，在中央政府和祖国内地的大力支持下，澳门经济高速发展。据总制片人田莹介绍，团队曾到澳门多个地区采风并挖掘原型人物，力图将真实作为创作核心。在不同人物视角下，剧集展示着澳门的闲适自由与日新月异的发展，跟随群像人物脚步，具有繁华都市风情的氹仔区、风和日丽的路环区以及有着古朴文化传承的澳门半岛发生着多样故事，剧集在移步换景中切片式呈现澳门生活风貌。

放眼望去，澳门金莲花广场上，“盛世莲花”雕塑见证着“一国两制”实践取得举世瞩目成就；澳门大桥连接起澳门和氹仔之间海陆空三个口岸，为居民和旅客带来便捷的出行条件。随着“澳车北上”“港车北上”政策实施，大湾区“一小时生活圈”加速形成，剧中，麦又歌紧急接到澳门出差任务，就通过航运快速通关开启打工人模式，穿梭于一个个城市地标之中。

当徐君乐以地陪身份带领麦又歌体验不一样的澳门风情，在各种游览攻略之外，麦又歌直言发现了城市可爱的一面。大三巴、恋爱巷、疯堂斜巷等城市建筑凝聚着历史与人文特征，葡式煮蚬、椒盐濠尿虾、猪脚姜等特色美食丰富着味蕾，澳门民谣说：“喝了亚婆井水，忘不掉澳门；要么在澳门成家，要么远别重来”，在亚婆井前地，剧集又为麦又歌和徐君乐再次相逢的缘分埋下伏笔。

在城市夜晚，人们随着音乐尽情摇摆舞蹈，慢节奏生活与散发在空气中的浪漫气息更是让人放下心理防备，想要去享受当时当刻。

点燃一根火柴，陈嘉慧笑着说可以对着火光许愿，这是一个成年人悄悄隐藏起的童真一面；放缓脚步，麦又歌释放心理压力，她坦言很想睡一个饱觉、再悠哉看一场日落。在城市获取生活和情感的小憩，在沿途风景中找到心之所向，澳门的松弛自得让人不由得想要放空自己，去静静感受时间的流逝与生活的收获，剧集所传递的生活态度，让澳门成为都市人心中的另一个诗与远方。

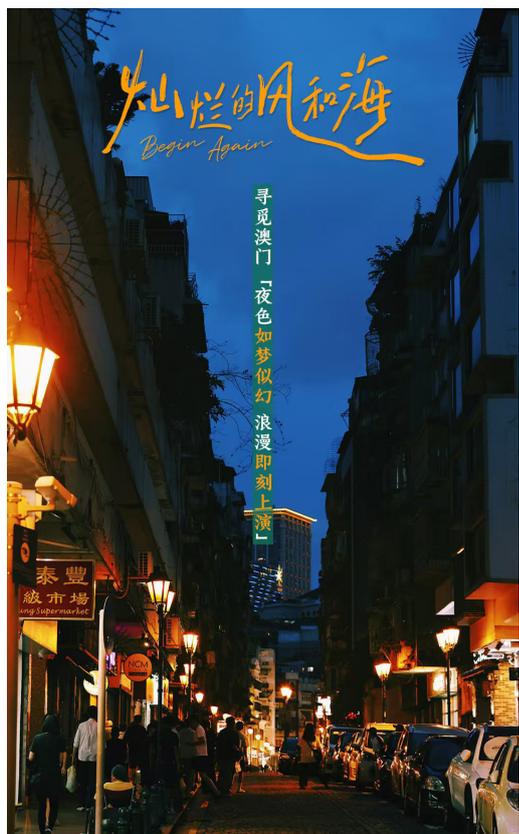
聚焦时代

贴近生活画好新时代同心圆

伴随亚热带季风席卷海浪，在这片风海相交之地，澳门成为浪漫与艺术的绽放之地、速度与激情的燃烧之地、文化与传承的融汇之地，世界各地游客踏着葡式碎石路聚拢而来，城市的包容让年轻人为之向往。以青春语态描绘澳门的深厚底蕴与城市魅力，这里承载着年轻人的梦想，也是人们选择自在生活的栖息地。从真实出发，抓取都市人的情感需求，贴近生活的故事创作为观众放大着共鸣体验。

正如韩俊豪戴上头盔在城市夜骑后的久违放松，麦又歌在美食饱餐后的情绪释放，将城市生活与当下年轻人情绪紧密结合，剧集以细腻的观察多层次描绘澳门新时代图景，带领观众沉浸式感受一座城市的精气神。剧中还有更多群像角色讲述他们与澳门的故事，例如在酒店担任公关经理的职场女强人Casey与性格沉稳的“小孩哥”Frank展开一段温暖彼此的忘年友情，东西方菜系的融合老店“珍强记”带来更多关于美食与生活的故事……在满载生活趣味与人情味的城市里，剧集讲述爱、传递爱，也将让观众感受到爱、懂得去爱。

澳门回到祖国怀抱后，二十五载团结奋



进，与祖国同心，与时代同行，从衣食住行到商贸投资，澳门与祖国内地的交流合作持续深化，在经济、社会、文化等方面往来密切。党的十八大以来，粤港澳大湾区、横琴粤澳深度合作区等建设，让澳门加快融入国家发展大局，以崭新的姿态屹立于南海之滨。或许普通话和粤语调调不一样，或许濠尿虾和饺子味道也不尽相同，但随着粤港澳大湾区融合提速，我们正在“画好最大的同心圆”。

自《去有风的地方》的播出带来“一部剧带火一座城”的影视效应，近年来，芒果TV结合重大时间节点，推出了《日光之城》《灿烂的风和海》等多部既有社会意义，又有当下表达的新都市剧集。创新讲述中国故事，

以文塑旅、以旅彰文，此次《灿烂的风和海》的制作与播出呼应着社会进程与人们的精神风貌。

与此同时，芒果TV还在今年推出音乐文化交流节目《声生不息·大湾区季》、纪录片《中国澳骄第二季》等一系列聚焦澳门的影视内容，多元节目同屏共振，共庆澳门回归祖国25周年。这是中华民族大发展大作为的时代，也是澳门与祖国内地共繁荣共奋进的时代。在这个年末，走进澳门故事，伴随大湾区的风声与海浪，跟着荧屏给心灵放个假，去享受松弛自在的生活好时光。

（来源：深度文娱）

编辑/肖清

2025年广电媒体怎么干？

香雪兰

近日，央视总台、上海台、湖南台等头部广电大台动作频频，新的探索方向非常值得关注。

在深化改革方面，上海台改革发展大会正式发布了经市委宣传部批复的改革行动方案，为新一轮改革揭开序幕。方案中提到的多项重点改革任务，正是广电媒体进行系统性变革的最重要「抓手」。

在平台建设方面，湖南台召开2025芒果生态扩圈大会，「强势平台导流-垂类平台全覆盖-商业平台兜底」的平台矩阵逐渐成型，堪称广电媒体平台矩阵建设的「理想型」。

在商业模式方面，中央台「央央好物」直播电商平台正式启动，「央央好物」直播电商整体合作方案同时发布。这一系列活动能否为广电媒体融合转型探索出一条有效的变现路径？值得期待。

无论是融合转型还是系统性变革，都需要广电媒体「躬身入局」，经过坚持不懈的摸索和试探之后，才能确定哪条路是适合的。

深化改革的抓手有哪些？

9月25日，上海广播电视台（上海文广集团）在改革发展大会上正式发布了经市委宣传部批复的《上海广播电视台（上海文广集团）解放思想 系统变革 追求卓越 全力打造更具国际影响力、技术创新力和产业竞争力的

新型主流全媒体集团改革行动方案》。

方案发布后，不少的提法和做法在广电媒体同行中引发较大关注，行业非常期待这个主流媒体系统性变革的上海样本。在多个重点变革任务中，笔者认为以下三点尤其值得期待。

首先是精简精办频道频率。「大力压减40%传统频道频率，有序关停四个电视频道和四套广播频率」，这些数字背后可以看到上海台改革的决心和信心。精简是指关停一批受众少、同质化、效益差的频道频率；精办是指做大做强一批主频道和主频率，重点是东方卫视和上海新闻广播。

精简精办频道频率是广电媒体近两年一直在持续推进的一项工作。11月26日，在国家广播电视总局召开的广播电视频道频率精简精办工作座谈会上，中央宣传部副部长，国家广播电视总局党组书记、局长曹淑敏强调，要进一步把频道频率精简精办工作抓紧抓好，扎实推进主流媒体系统性变革和高质量发展。

但对于广电媒体而言，「精办」的工作一直在积极推进中，但真正做到「精简」却并不容易。上海台的改革力度，确实给全国广电媒体带来了不小的震动，其经验和做法对于其他广电媒体而言非常具有学习和借鉴意义。

其次是重构评价体系。「加大投入机制

和评估体系的创新改革，建立健全尊重原创、鼓励冒尖、支持创新的激励机制」。全媒体传播时代，构建适应全媒体生产传播的工作机制和评价体系势在必行。

传统广电媒体以前使用的收听收视等量化评价体系已经不能完整地反映其传播力和影响力，更不具备对于未来融合转型的引领性，需要更多新媒体传播效果的指标来重新定义广电媒体的传播价值，如：新闻客户端的活跃用户数、用户留存时长、新媒体账号的播放量等。打造全新的评价机制和激励机制，也是广电媒体系统性变革的「题中应有之义」。

最后是发展新质生产力。「推进智能化、超清化、移动化，对内容生产传播的流程、机制和技术，进行系统性变革、功能性集成和全方位转型」。新传播环境下，新媒体技术对于广电媒体的融合转型发展不应只是支撑作用，而应该发挥的是引领性作用。

智能化方面，强调人工智能技术的全方位应用，系统布局「SMG in AI」的主攻方向。超清化方面，率先推进东方卫视打造4K超高清综合频道。移动化方面，着力打造自主可控的「1+3」移动互联网主平台矩阵，包括看东方（百视TV）平台、看看新闻平台、第一财经平台。

上海台这些重点变革任务和举措，是现阶段广电媒体推进系统性变革的几个最重要的「抓手」。有了这些「抓手」，才能有力、有效的持续推进广电媒体系统性变革。

平台建设的「理想型」是怎样的？

在平台建设方面，湖南台一直走在行业前列。

11月12日，「以客为尊，因你而芒——

2025芒果生态扩圈大会」上，湖南卫视、芒果TV、金鹰卡通、小芒、山海、风芒构成的全新芒果六平台首度集结亮相，组成长中短贯通、音视频共进、资源多向流通的芒果新生态。

其中，湖南卫视，311天全天收视第一；芒果TV，有效会员数7171万，国际版APP累计下载2.29亿；金鹰卡通，全国少儿频道收视第一，这三大平台是业内相对熟知的。

另外三大平台中，山海是今年8月份湖南广电刚刚推出的数字文博大平台，汇聚了全球海量数字馆藏及文博资产，首发即推出1万件文物，推出文物展陈、我的博物馆等功能，同步上线国际APP。据报道，山海APP已发展用户1021万。

新风芒，在10月底正式公布了新logo，新呼号「多快好爽」，其定位为以微剧微综微新闻为主的新一代短视频平台，主要内容形式除了将打造精品微短剧作为第一要义外，还将重点发力微综艺、微新闻等多元内容板块。据报道，新风芒APP日活提升10倍。

小芒作为内容电商平台，占据链接内容、商品与用户的独特战略生态位，是湖南广电内容变现的重要一环，完善了内容价值变现链路。据报道，小芒商品交易总额（GMV）超130亿元，比去年增长了50%。

湖南卫视、芒果TV、金鹰卡通、小芒、山海、风芒六大平台，定位清晰，各自占据一个重要的战略生态位，形成了「强势平台导流-垂类平台全覆盖-商业平台兜底」的平台矩阵。

当前，广电客户端关停潮已露端倪，不少业内专家认为，一个台只需要一个客户端，应该关停同质化、没有运营效益的多余客户

端。但对于湖南广电的布局而言，堪称广电行业平台建设的「理想型」，各大平台各司其职、合作共赢。

广电直播带货能否颠覆现有营销格局？

11月18日，中央广播电视总台「央央好物」直播电商平台启动活动在京举行，「央央好物」直播电商平台正式启动，「央央好物」直播电商整体合作方案同时发布。

广电媒体直播带货不是件新鲜事儿，近些年，不少的播音员主持人以各种方式进入直播带货行业。2023年CSM省级广电融媒主播指数TOP20名中的14名的账号在抖音、快手开设网络直播2712场，其中山东广电的「帮主阿速」全年直播530场，带货类直播销量41.9万件，销售总额超2500万。

但单纯依赖播音员主持人直播带货的模式，也会存在很多弊端，如：账号的确权问题，主持人个人的激励问题，货源及物流保障问题等。

央视总台「央央好物」直播电商整体合作方案是值得研究和关注的，因为这不仅仅是播音员主持人参与直播带货的简单模式，而是一套促消费活动，总称为「央央好物」。

具体包括，依托央视频打造的直播电商平台；总台在第三方平台账号的直播电商业务；以及总台通过大小屏联动、线上线下结合开展的系列促消费活动。其中，大屏方面，总台财经频道将于2025年每周六推出大型全民互动生活综艺节目《央央好物嗨购派》。

央视频融媒体发展有限公司总经理过彤介绍称，「央央好物」是为服务总台系列促消费活动，打造的「品效销」合一的「媒体+电商」入口，满足总台品牌客户「可见即可买」的营

销需求，对优质产品进行品牌加持和内容赋能，为用户提供放心消费、幸福消费的智选电商平台，构建涵盖电商业务全流程、贯通行业上下游的新媒体产业经营新生态。

对于广告客户而言，「央央好物」直播电商的整体合作方式，既有利于商品品牌的打造，也能看到直接的销售效果，能够真正实现「品效销」合一。

对于广电媒体而言，融合转型中遇到的最大难题就是新媒体平台的变现问题。无论是新闻类客户端，还是新闻类新媒体账号都面临变现难题。传统广电媒体投入大量人力、物力在做新媒体平台和账号时，商业变现模式却迟迟难以突破。

总台这一探索，能否为广电媒体的融合转型提供一种新的变现思路？甚至是给广电媒体未来商业模式带来颠覆性变革呢？值得期待。

结语

当前，「广电媒体」四个字出现的时候，前面往往会带上「传统」两个字。与长视频、短视频、微短剧等新媒体平台相比，广电媒体确实不「新鲜」，但广电媒体的融合转型一直在积极推进中，目前已经进入系统性变革阶段。

系统性变革之后的广电媒体，希望能够实现内容生产由传统模式向以人工智能为标志的新质生产力转变，传播渠道由频率频道向移动化平台的转变，视听体验向超高清转变，变现模式向多元化转变，从而真正摆脱「传统」的桎梏，焕然一新。

（来源：传媒1号）
编辑/肖清

发挥网络视听行业在国际传播中的独特作用

罗正茂

党的二十届三中全会指出：要“构建更有效力的国际传播体系”。近年来，我国网络视听行业迅猛发展，在文化“走出去”和国际传播方面发挥了排头兵作用。在新的形势下，我们应积极推动网络视听行业在“构建更有效力的国际传播体系”中发挥更大的作用。

一、迅猛发展的网络视听行业为我国国际传播奠定了坚实基础

以长视频（芒果TV、爱奇艺、腾讯视频、优酷等）、短视频（抖音、快手、腾讯微视、腾讯视频号等）、音频（喜马拉雅、蜻蜓等）为主体的网络视听行业，是网民资讯消费的主体，根据国家广电总局《2023年全国广播电视行业统计公报》，2023年我国网民人均每天观看互联网视听节目（含短视频）约3小时（同期中国网民日均互联网使用时长为5.5小时），其中短视频日均达到151分钟，排名其后的分别是移动社交和移动购物，截至2023年12月，我国网络视听用户规模达到10.74亿人，网民使用率高达98.3%，居所有互联网用户首位。抖音通过前期的短视频聚集流量（日活超过8亿），去年收入超8000亿元，利润超2000亿元，GMV（商量交易总额）达到2.7万亿，2024年有望突破4万亿，已经打造了一个生态型的媒体平台，无论从人均消费时长，还是行业的社会影响力，网络视听行业已成为中国互联网的主体力量。

二、网络视听行业在我国国际传播中发挥了独特而关键的作用

加强国际传播能力建设，促进中国文化“走出去”是习近平总书记高度关注的话题，近期整体效果差强人意。但近年来，因为网络视听行业的内容和平台优势，其在文化“走出去”和国际传播方面取得了长足进步。

（一）视听平台“走出去”取得了关键突破。抖音海外版TIKTOK近年来取得巨大的成功，全球月活超过15亿，彻底打破了西方媒体垄断，将世界一些热点事件第一时间传到TIKTOK平台上，使得西方民众了解事件的真实情况，引发了西方民众对其所谓主流媒体报道立场和内容的质疑。芒果TV国际版APP下载量超1.84亿，有网民说，TIKTOK、芒果TV国际版APP等网络平台在文化“走出去”方面取得的成就，并肩海外孔子学院近年取得的成绩。

（二）视频内容反向输出取得良好效果。2023年以来，中国政府对海外部分国家推出的144小时免签政策，西方游客来到中国了解真实情况后，拍摄了大量视频在西方的视频平台播放，“Ching travel”成为网络爆款，中国的安全环境、城市建设、高铁、美食、美景、移动支付等都成为西方人关注的热点话题，打破了西方媒体以前的偏见报道，中国形象正在西方重塑，不经意间，中国文化“走出去”取得了突破性的进展，144小时免签政策带来的意外收获，是“构建更有效力的国际传播体系”的积极探索和成功实践。

（三）部分视频节目的国际融合传播取得巨大成功。今年湖南卫视和芒果TV平台打造的《歌手2024》，因为有亚当、凡西亚等海外歌手的加盟，艺术水准大为提升，在海内外影响力大增，这也是另一种文化的出圈。受此影响，湖南广电《乘风破浪的姐姐》《披荆斩棘的哥哥》《花儿与少年》《中餐厅》等综艺节目，大量引进海外演艺人员参加，或在海外录制，芒果的品牌形象进一步提升，海外影响力大增，这既是文化互鉴，也是另一种文化“走出去”，习近平总书记就曾在新西兰、越南、哈萨克斯坦对湖南广电的节目境外嘉宾的精彩表演给予表扬。

三、进一步提升网络视听行业在国际传播中作用的思考

在新的时代背景和国际形势下，进一步提升网络视听行业在国际传播能力的作用，需要有新的思路 and 新的探索。

（一）进一步坚守“四个自信”。“道路自信、理论自信、制度自信、文化自信”是中国改革开放取得巨大成就的保障，事实胜于雄辩，中国取得的巨大成就，更是我们在国际传播方面的自信所在。我国的网络视听行业近年来发展十分迅速，出现了如阿里巴巴、TIKTOK、TEMU这样的国际化网络平台，特别是网络视听平台生态化发展、社会化应用，更是走在国际的前列，如近年的直播带货、微短剧等都受到海外观众的欢迎。中国改革开放取得的巨大成就是中国文化走出去的底气所在，中国网络视听行业取得的长足发展是开拓国际传播的自信所在。

（二）坚持“引进来”和“走出去”相结合。在网络时代，“构建更有效力的国际传播体系”是一项系统工程，在此方面我们要有全球格局和创新思维。如对部分海外国家放开144小时免签带来的海外博主的天量流量，就很好地宣传了中国。湖南

广电的《歌手2024》引进了大量的海外歌手同台竞技，《花儿与少年》《中餐厅》在海外的录制，使得中国节目在海内外爆红并出圈，这是另一种形式的文化“走出去”。在此方面，网络视听可以发挥更大的作用，如近年来在中国短视频平台孵化的网络微短剧，就在走出去方面大有建树，九州公司在海外开设了“short TV”频道，把自有版权的1000多部微短剧翻译成英语在此频道播出，同时，也涉足在海外当地拍摄制作微短剧。通过网络视听行业“引进来”和“走出去”的双重结合，发挥其在国际传播方面的独特作用。

（三）进一步提升网络视听行业的内容优势。视频因其声情并茂、感染力强、易于接受而受到全世界用户的喜爱，如我国用户使用网络视听的时长，就占到全部上网时间的一半以上。近年来，我国网络视听业态创新成就非凡，出现了网络剧、网络电影、网络综艺、网络纪录片、网络动画片、网络微短剧等不同的品类，下一阶段，关键要进一步提升网络视听节目的质量。正如曹淑敏部长所言：“好的内容在哪，观众就在哪”，近年来，我国网络视听出现了《我的阿勒泰》《声生不息·宝岛季》《歌手2024》等广受海外观众喜欢的精品力作，但还远远不够，多生产中国气派、国际视野、人类情怀相结合的网络视听作品，是网络视听行业的责任所在。

“桐花万里丹山路，雏凤清于老凤声”，在国际传播的万里征途中，新生的网络视听行业在不经意间捷足先登，抢占了“小荷才露尖尖角，早有蜻蜓立上头”风头，相信有中国改革开放取得巨大成就的背书，有中国外交“人类命运共同体”的情怀，中国网络视听行业定会在国际传播方面再现“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海”的雄风。

（作者系湖南省广播电视局网络视听节目管理处处长）

编辑/刘凌

作为一面镜子， 《再见爱人4》的“勇敢”值得被看见

小源

今天的我们，似乎在感情的围城中，患上了一种“爱人困难症”。当代青年大谈不想结婚、不敢结婚时，他们在惧怕什么？事实上，我们渴望高质量的亲密关系，但成长教育中并没有人教会我们如何经营爱与情感：如何表达爱，如何寻找爱，如何避免在亲密关系中被爱人辜负……爱，是人与人之间最真挚和热烈的连接，是一种人类不需要被教会的本能，但如何爱，却已然成为了一项深刻的社会命题。

正因为如此，《再见爱人》第四季一出，迅速在全媒体平台上引发国民性共鸣和现象级讨论。节目的爆火，让本文多介绍一句节目内容都显得多余。大众从一开始不理解“为什么要到综艺上离婚”，到几乎所有的影视和娱乐博主都在出解析视频，甚至漂洋过海在两岸三地、全球华人中产生了巨大的凝聚力。看似疯狂的流量旋风背后是节目精准地戳中了人们心中的那个“点”，击中了我们对于爱的渴望与困惑，《再见爱人4》就好像是一面照向所有人的镜子，让我们看到了无数对普通亲密关系中的“痛点”和“症结”。

《再见爱人》在“敢于”解题的过程中

寻求婚姻的真相

直面真相不是一件容易的事，而敢于把婚姻的真相展现出来剥茧抽丝，试图解决某种社会困

境更是需要超凡的勇气。芒果TV在迎接这一轮“泼天”流量和全社会舆论的热议的同时，也必然承受着巨大的责任和压力。

首先在三对夫妻的“样本”选择上，无论是让人抓狂的“爹味霸总”杨子，还是“支棱不起来”的过气网红留几手，这两对看似离我们很遥远的公众人物的婚姻实际上折射出了每个普通家庭都极有可能面对的两种不健康境遇：一方不被看见而另一方习惯性控制，以及激情和事业的巅峰过去后如何重拾信任再出发。

而也许让制作团队始料未及的是，讨论度一骑绝尘超越前两位资深话题人物的嘉宾，却是知名度最低的第三对夫妇麦琳和李行亮。一方面，作为一个素人，麦琳受到了如汹涌海啸一般的批判和嘲讽；另一方面，芒果TV也被推进了质疑的漩涡——节目是在寻找“极端个案”来博人眼球吗？

麦麦到底是“极端案例”吗？当我们跳出舆论的喧嚣与狂欢，用客观和冷静的视角去看《再见爱人4》里麦琳的“炸裂”，会发现之所以我们对麦琳的言行产生比杨子还要强烈的“应激”，恰恰是因为，她是所有嘉宾中最具普世意义，最接近“真人”的样本——如果说，杨子在表演“大型行为艺术”，留几手在展示“奇葩说”，那麦琳一定是我们在生命不同阶段遇到的不同的普通人。或者已经有人看到了，她只是作

为相当一部分女性的缩影。我们正在口诛笔伐的女性，可能是你的妻子、你的母亲、你的女儿、你的姐妹，甚至可能是你自己。

那是什么造就了我们身边千千万万个“讨厌的麦麦”？这个样本的背后是女性在成长中怎样的普遍困境？将镜头对准这个议题，是《再见爱人4》这档综艺在舆论的风暴中试图用一种冷峻却不失人文关怀的方式去解答的过程。

由此，芒果的“敢”表现在了敢于将议题进一步深化。观众不难看出，《再见爱人4》和前三季有了很明显的不同，可以说从1.0版本进化到了2.0版本：节目模式没变，环节没变，游戏没变，变化的是跨过风花雪月和阳春白雪，直指婚姻和亲密关系的真实内核——平等、尊严、成长、钱，甚至是性。

“假定没有TA，你的生活会变得更好还是更糟？”“钱谁在管？”“你有个人账户吗？”央视前著名记者、评论员张泉灵对于几对夫妻的发问直指问题的核心。心理学家武志红在看过节

目和相关讨论后一针见血地指出：“控制着金钱的，都是有一些过头的理直气壮。”

透过婚姻的表象直击亲密关系的核心，也同样击中了观众的内心，引发了真情实感的共振，正是《再见爱人》节目组的“敢”。

好的综艺是社会的文化公共产品

破题在其里，答案在心中

近年来，结婚难、离婚率高已经成为媒体上永恒热点。当代年轻人的“自我”，伴随着时代的发展和个体认知在提高，大家更加渴望“看见自我”和“实现自我”，不愿意像上一辈那样仅仅遵循“在正确的时候做正确的事”过一生。这一代人的学识、能力和眼界支撑着他们或更勇敢地追求“高质量的亲密关系”，或是在不健康的关系中觉醒，努力去改变，让亲密关系成为人生的能量来源而不是消耗自己的能量。

《再见爱人4》或许就是时代浪潮下的镜子，用真实的案例去给全社会一个“放大镜”和



“透视镜”。在观察团嘉宾的分析和解读下，全员围观、思考、直面、交互……在“婚姻”“爱人”“亲密关系”的议题上，发生着思维的深刻激荡和碰撞，俨然已经成为了一种可以让所有面对亲密关系的人们受益的公共产品——我们观察了别人的同时反思了自己，提出了观点的同时得到了答案。

“我们都需要学会从如何找到一个好伴侣，到学习如何成为一个好伴侣”。《再见爱人》的出现告诉更多的大众：婚姻出现问题并不是羞耻和难以启齿的事情，让观众和三对亲密关系的样本共同直面、反思、调试、经营、选择，让亲密关系成为社会健康发展的细胞。

节目是一个桥梁介质，而《再见爱人4》充分地发挥了大众文化传播产品的功能：它带来了亲密关系的启示、提供了社会研究学的样本、甚至形成传播学的教案……它在第四季卷起更深的涟漪，恰恰是因为更务实的议题让更多元的声音在积蓄。

节目行至第四季，意料之中地带来了思维上的深刻激荡，但与此同时也势必带来一些非议：公众对个别嘉宾的审判，上升到对节目内容、甚至节目初衷的审判。但如果本身是一档好节目，它的价值会在更长的时间维度里体现出来，从过去三季和此刻的节目来看，这个IP值得信赖。

《再见爱人4》已经不缺乏热度、话题量。或许我们在情绪狂欢之后，需要跳出表层的现象，进行更深层次的讨论。一个敢于直面解答社会复杂性问题的节目，它的价值和含金量也会历久弥新，如同一粒“琥珀”，定格时代的思潮和风貌，同时用自己的努力推动时代的“世界观”和“方法论”。也许，在这样的思想激荡之下，围观者和创作者正在一起塑造一个值得交给时代定义的作品，一起解答一个复杂深刻的社会命题。

（来源：观察者网）
编辑/肖清



湖南卫视芒果TV跨年晚会 首创户外晚会多模式直播新形态

王云峰

湖南卫视、芒果TV在2024年12月31日晚播出的《2024-2025湖南卫视芒果TV跨年晚会》用温暖人心的叙事表达和沉浸式体验的视听盛宴，营造欢乐祥和的新年氛围，让观众在真实的环境里感受日常生活的美好时刻，引领大众热烈向前，共同创造更加美好的2025年，鼓舞大家新的一年更加热爱生活。晚会从“源头”创新，将科技与文化的融通贯彻在内容、舞美、互动、传播等各个方面，首创户外晚会直播多模式、大屏小屏多维融合、横屏竖屏全角度的新形态。《人民日报》、新华社、《光明日报》等主流媒体报道点赞“湖南卫视跨年晚会烟火气，热爱生活传递正能量”。

科技 提升视觉呈现精度

作为一年一度全国年轻人盛大的聚会，湖南广电跨年晚会梳理2024年来国民情绪特征，选取2024年年度关键词“热爱”，确定晚会主题为“去热爱，活出彩”。

线下以“去舞台化”的方式在海口建起一座和观众零距离的“热爱之城”，现场30栋舞台建筑错落林立，最高达28米，用6000盏灯光营造一个城市的夜晚。这次舞美的一大技术亮点，就是采用倾斜摄影技术对场馆及舞美建筑实施了厘米级精确扫描，成功构建了实景三维模型用于艺术模型创建，提升

了视觉效果。这是中国在世界领先的无人机技术在传媒领域内的应用，以无人机测绘技术辅助虚拟计算，让虚拟效果大幅提高。通过开合屏、阶梯屏、翻转屏、建筑屏等四千平米的各类屏幕，让舞台层次更加饱满、造型更加多元。这些屏幕可以根据舞台秀的设计要求调整空间架构，随着节目的变换营造出不同氛围。例如，杨幂的《异想记》，科技让舞台变成了甜蜜梦幻的童话王国；黄圣依的《骑士精神》，科技让舞台变成了一个游戏战场；陈昊宇的《烈火战马》、王星越的《马》，科技又让舞台变成了一个武侠世界，裸眼3D技术让一匹马在屏幕里外穿梭，呼之欲出。

晚会舞美堪称“科技增强型舞台”，它不但增强了舞台的变幻感，还增强了设计感与互动感。比如，在设计感上，王鹤棣的表演《我本俗人》，从开场翻转屏亮相，随即威亚转场下落，在第一曲表演结束后，在阶梯屏舞台往后倒，再转场切换下一首不同曲风的《避风塘》——这个设计得益于舞台屏幕之多、空间纵深之大；在互动感上，成毅演唱《笨小孩》时，在屏幕里同步出现了一个小王子画风的“虚拟成毅”，像是他的赛博分身，动作在虚拟与现实、屏幕上和舞台上相互呼应，像是映射出每个人内心中的小王子、小公主，非常温馨有爱。

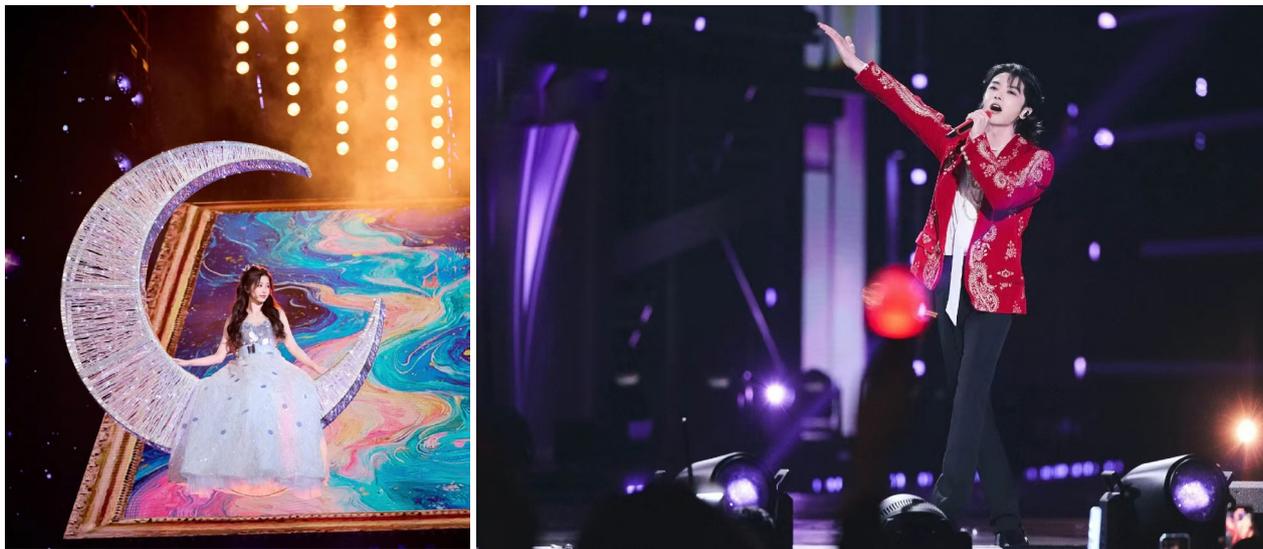


科技 提高观众互动强度

2005年，在湖南卫视第一台跨年晚会，就让观众通过发送短信参与，人们可以一边看节目，一边发送新年祝福、投票支持喜欢的歌手或者参与点歌的活动。观众不是被动的观看者，而是晚会的参与者、共创者。这个基因一直体现在湖南广电跨年晚会之中。

20年后，科技成为进一步激活和显现这一基因的影响因素，湖南广电自研、首发了一系列的互动新科技：一是首创多团艺人盖楼法。此次跨晚一大亮点，就是三大主桌打造三大熟人局，一是依托“名学IP矩阵”的“南波万桌”，二是依托《你好星期六》的“好六桌”，三是依托《乘风》《披荆斩棘》的“乘风披荆桌”。这三桌全程邀请所有观众线上加入自己的“主桌”，进行实时热聊互动、参与盖楼翻牌，最终上桌人数最多桌的上桌用户，可以获得抽奖机会。这个互动创意首次实现了在直播中的实时装扮技术

以及在线翻牌互动，填补了大型节目直播艺人和用户间无法互动呼应的空白。二是自研了“芒核”弹幕引擎。在零点跨年这个特别时刻，湖南广电运用游戏制作技术，为观众定制生产了具有炫酷粒子效果的特型烟花弹幕，配合主持人倒计时结束的口播在零点准时推送，用户发布弹幕内容演变为璀璨的烟花，向天空绽放，为全网用户打造芒果专属的仪式感。三是独创了“许愿流行弹幕”。节目组设计了新年许愿舞台秀环节，通过独创的斜向弹幕技术，用户发布弹幕许愿会向流星一样从屏幕上飞过，与万千线上用户共同许下新年愿望。不管是与艺人的互动、向新年的许愿还是零点的仪式，观众看到的不是技术，而是技术后的人情味、技术后的电视人对于电视观众的关爱。这台跨年晚会，发挥了直播的互动性、即时性，让全国的观众能够同频共振。



科技 拓宽传播渠道宽度

20年前的《2005-2006快乐中国跨年演唱会》，传播的科技载体主要依托有线电视网络与卫星传输技术，当时实现了中国内地首届跨年晚会全国7.6亿人的覆盖，超过总人口60%。20年后的2025年，湖南广电依托一体两翼的湖南卫视+芒果TV，几乎实现了全民覆盖。在电视大屏上，湖南卫视有效触达全国13.62亿观众，全民覆盖率超过96.6%，比20年前增加了3成；同时，此次晚会也应用卫星传输，采用“DVB-S2、8PSK”调制方式，首次将超高清综合光传输系统应用于场内外信号传输调度，比20年前清晰了无数倍。

在PC中屏与移动小屏上，芒果TV研发了一系列优化传播的自主研发：一是“1+3”4个机位同屏观看的云导播多屏互动观影体验，通过芒果TV，观众可以在看主屏幕、主舞台的同时，还能兼看三个主桌镜头，完美实现同屏多窗口智能无缝切换体验的新界面，完成了首次在跨年晚会中使用超级直播互动技术的首秀；二是增加了“竖屏直拍视角”，在竖屏观看时，支持用户双指捏合自由放大画面，纯贴脸捕捉节目精彩看点；三

是形成了“超级直播矩阵”。1个大屏主场+3个店铺直播间+1套竖屏直播系统+1套慢直播系统组成超级直播矩阵，打造出户外晚会直播多模式、大屏小屏多矩阵、横屏竖屏全角度的直播新业态，拓宽了传播半径，产生了更大影响，展现出芒果“生态”的创新力、传播力。

晚会播出期间，湖南卫视收视在中国视听大数据（CVB）排名省级卫视第一，跨年时刻酷云、欢网双网收视份额排名全国所有频道第一。全网收获热搜3032个，其中微博双榜20个热一，8个爆话题，阅读量破亿话题22个，破千万话题133个。“跨年倒计时”“喝彩直播间”“喝彩直播”芒果大直播台前幕后互动升级，全网直播曝光量超9452万。芒果TV会员互动频次创历史最高。跨年晚会美誉度海外飘香，芒果TV国际APP直播观看量超200万+。湖南广电联动《人民日报》、新华社、《中国日报》策划“外国友人看跨年晚会”活动，吸引亚非欧美友人前来跨年晚会现场观看。湖南广电跨年晚会已成为一张国际文化名片。

（作者系湖南广播电视台卫视频道高级编辑）

编辑/肖清

《酱油是什么》： 纪录片里“融”短视频，烟火气里见大产业

悬灯

无数的微生物在黑暗中忙碌着，它们身形各异，上天入地。作为酱油生产的灵魂，在AI数字人的引导下，我们目睹了“微生物”如何分解大豆和小麦中的大分子物质，最后变成那些被味觉记住的甘鲜之味和独特香醇。影像技术在视觉层面带来冲击感，红褐色的“酱油”也在片中自由变换，其内在的生命力量也被一步步还原。

近日，由湖南卫视、芒果TV联合出品的8集纪录片《酱油是什么》播出。中华饮食文化博大精深，源远流长。酱率百味之首，在中国烹饪调味中发挥龙头作用；酱文化，就是中华饮食文化的象征之一。党的二十届三中全会将“提升国家文化软实力和中华文化影响力”作为“聚焦建设社会主义文化强国”的重要内容，纪录片如何将文化“软实力”转化为民族品牌“硬支撑”？《酱油是什么》用一系列创新激发观众对中华美食文化的认同感，也进一步塑造和提升民族品牌形象。

打破常规才能看见“酱油”

在创新中兼具灵活与深度

酱油不只是日常的调味品，它更是一个复杂而神秘的生态系统的产物。为了更生动鲜活呈现它们的角色以及围绕其展开的系统知识，《酱油是什么》以瑰丽而奇幻的视觉将这个过程变得“可见”，乃至“可赏”。随着每

一个酶的细微变动在眼前上演，复杂的化学反应过程也变得触手可及。

原来，纪录片不是只有“叙述缓慢”“语气沉重”的刻板印象，除了AI数字人，《酱油是什么》一方面需要坚守在创作逻辑上保留纪录片在内容、结构和细节上的真实性；但另一方面又不断突破，在创作手段上尽可能打破观众的认识惯性，结合CG动画、AI点云、三维重建等尖端技术，将那奇妙的微生物世界清晰呈现在观众眼前。

更重要的是，《酱油是什么》在结构上打破了传统长视频纪录片的范式，以今人对酱油的思考为线索，串联起历史、科学、工艺及食用四个版块内容。事实上，每一个短视频都是独立的内容单元，通过精心的剪辑和编排，形成了一个完整而有机连贯的叙事结构。不同形态的“短视频”巧妙组合而成的“纪录片”，兼具了灵活性与深度。

如纪实拍摄的“食用/传播内容”部分，不管是蒜泥白肉因为加入了秘制的红酱油，瞬间注入了川菜名吃的灵魂，化平淡为神奇；还是锅包肉这道东北名菜中，对酱油的使用精准控制，达到颜色金黄、提味增香的效果；或是以浓油赤酱为特色著称的上海菜，在选料精良，下料狠准，火候掌握得恰到好处的配合下让“红烧”成为招牌……从南到北，这部纪录片对酱油的认知不断被打破和增补。寻常的调



在知识科普中融入文化内涵 更能彰显产业底色

从最后一道生产环节探入酱油的今生，我们会看到哪些变化？《酱油是什么》深入现代酱油生产一线，真实记录了一滴酱油的诞生。拍摄团队经过层层审核和卫生检测，将纪实镜头深入到酱油生产一线，从生产最开端选豆环节讲起，展现一颗黄豆变成酱油的全过程。镜头之下详细记录了中国酱油产业的运作方式和生产工艺，包括制曲、发酵、杀菌、密封等关键步骤。

中国人的味觉世界里，酱油的影子无处不在。作为调味的必需品和中国菜系千变万化的基础，无论是家中的餐桌还是街头的面馆，一瓶好酱油往往决定着一道菜品的灵魂。随着现代生产工艺流程被专家细致拆解，一颗黄豆从东北到佛山成为一滴酱油的过程详尽展现在观众眼前，关于酱油生产的疑问也将逐步得到解答——通过真实而生动的影像语言，让观众重新认识了这味发源于中国的神秘东方调料。

通过讲述酱油产业的发展历程和民族品牌的崛起，《酱油是什么》在呈现人们在品尝美食时的幸福感和满足感时，不同年代、不同地方人们对于生活同样的热爱也被尽数勾勒。正如孔子说，“割不正不食，不得其酱不食。”在漫长的历史长河中，中国人对食物的追求不仅仅满足于填饱肚子，制酱的发明，便是古人为了追求鲜味而摸索出的发酵奥秘。这背后所蕴含的，是古人对食物的热爱和对生活品质的追求。

随着生活水平的提高，人们对食品的需求已经超越了基本的生活需求，更是对健康、营养、文化的追求。我们一边在寻找“酱油是什么”的答案，一边可以看到民族品牌在满足

调味品经过调配之后，变身为各地美食的底气，成为其饮食文化的点睛之笔。

每一座城市，都有其独特的味蕾偏好和烟火气，而酱油正是这份百般滋味的调味者与守护者。《酱油是什么》不仅追溯了酱油的历史源头，更将其放置于多地文化背景下进行剖析，让观众对酱油有了更深入的了解和认识。

“量”的需求的同时，也在实现“质”的升级。它通过再现酱油从田间地头到万家餐桌的全过程，让我们吃出了健康、吃出了营养，也吃出了幸福。

不管是从菲律宾记者伊丽莎白·德洛夫的视角穿越繁华市井，寻找着上乘酱油，了解到酱油的养成是一个此消彼长、协同合作的沸腾世界，涉及米曲酶和酵母等微生物的作用；还是通过近代工业微生物学的奠基人陈駒声的故事，了解到一代代“酱人”致力于改进传统酿造技术，促进酱油工业化进程所做的努力——在创新知识科普的方向之下，《酱油是什么》正在带来一次关于中国饮食文化和酱油产业发展的深度剖析。

追溯历史，联通生活

让“转化”更有力量

酱油的起源并不平凡，它由古老的“醃醃”演变而来，醃指稀态的酱，醃指稠状的酱，两者都是肉酱。在周朝的宴会上，醃醃作为一种重要的调味品，具有严格的食用规范。

从唐朝的专业制酱工坊开始，《酱油是什么》展示了中国历史上商贸最发达时代的制酱工艺。那时，制酱方法已近似高盐稀态发酵法，并添加黄衣和神曲等酵曲，制作过程繁琐但不可或缺。随着时间的推移，制酱工艺逐渐简化，十日酱法等新工艺的出现使得酿造时间大大缩短，同时提高了酿造效率。随着五代和北宋时期商品经济的繁荣，酱类商品交易活跃，为酱油的诞生奠定了基础。

到了南宋时期，酱油的酿造技术逐渐成熟，像林洪的《山家清供》等关于酱油的食谱也开始出现在各类文献中，继而明朝的《本草纲目》中，也详细记载了酱油的制作工艺及其

多种用途。随着时间的推移，各地因地制宜，工艺逐渐出现差异，但不变的依然是那浓郁的酱香和独特的口感。这样的历史潜行，让人心中对这滴深色液体充满敬畏。它不仅是调味，更是几千年文化的沉淀与传承。

以酱油为视角瞭望民族品牌发展和中华美食文明，看似是个小切口，实则包含大学问。一方面，《酱油是什么》将酱油这一日常调味品作为切入点，并没有仅仅停留在表面，而是从历史渊源、生产工艺、文化内涵等多个角度，构建起一个庞大而丰富的知识体系。另一方面，这部纪录片又将知识科普与精神传递结合起来，既能通过各种文献“说文解字”，在历史的瞬间找到古人的生活智慧，又能把民族品牌钻研奋斗的精神润物细无声地刻画出来。

当今社会，在各种快餐和速食的包围下，在各种模式化连锁餐饮的围堵下，如何发现美味，发现健康，进而发现中国、发现世界，这是值得深入探究的时代命题。纪录片《酱油是什么》从纵向上追溯酱油的历史、从横向上联通生活的烟火，关注酱油背后的品牌故事，关注酱油品类的科学原理，关注人与自然共处时的哲学态度，主题立意既情怀高致又能贴地前行。

作为一次将文化“软实力”转化为民族品牌“硬支撑”的有力探索，《酱油是什么》中的产业精神以更加润物细无声地方式呈现，中国味道在酱油的“逐帧拆解”中变成了具象的企业情怀和初心，民族品牌的公信力和影响力得以更自然地书写——这也是湖南卫视和芒果TV将富有文化特色的品牌符号提炼出来、传播出去、推广开来的重要尝试。

（来源：深度文娱）

编辑/肖清

一路同行，向阳而生

——第八届广播超级碗·全媒季侧记

崔鑫

10月21日—26日，第八届广播超级碗·全媒季在四川省资阳市成功举办。中广联合会广播文艺委员会专家委员会、中国广播影视报刊协会的专家学者和来自全国各省市近百家媒体单位、网络视听平台的代表近300人齐聚一堂，用激情与创意拥抱时代，探索行业发展的创新实践。

广播超级碗是湖南广播电视台主办的以广播活动为核心的行业盛会，自2017年起已连续举办八届，成为国内规模最大的广播创意盛典之一。本届以“无所畏，耀奔赴”为主题，聚焦全媒体时代的媒体融合发展路径，焕新“广播+”模式，多维度探讨广播行业发展的新思路、新举措，共享市场新机遇。

第八届广播超级碗·全媒季内容丰富，包括开幕式暨超级发布、5场超级竞演、1场超级经典、“资意生长 一路向阳”全媒资阳行以及超级盛典颁奖仪式等创意环节。其中，全媒资阳行作为特设行程，通过对全国地市级融媒体中心建设试点市——资阳的实地调研，探讨媒体融合进程中出现的新问题、新方法，激发媒体真融实改的新思考和新举措。

超级碗从“广播”焕新为“广播+”

10月21日上午，中广联合会广播文艺委员会专家委员会主任王鸣铎、湖南广播影视集团（湖南广播电视台）编辑委员会副总编辑肖泉

共同启动开幕。

全媒体时代，舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化。加强全媒体传播体系建设，塑造主流舆论新格局，是党中央着眼巩固宣传思想文化阵地做出的重大战略部署，为新时代的广播电视媒体融合发展指明了方向。开幕式上，湖南广播传媒有限公司（湖南广播电视台广播传媒中心）党委书记、执行董事、总经理（主任）李运宗在讲话中表示，今年广播超级碗以全媒季，从“广播”的超级碗焕新为“广播+”的超级碗，在深度融合的探索中，在市场变迁与用户需求的变化中，找到增量新空间。

湖南广播传媒有限公司（湖南广播电视台广播传媒中心）党委委员、副总经理（副主任）王湘学主持开幕式。他提到，第八届广播超级碗·全媒季将是一次关于壮大主流价值、寻求改革方向、扩大市场影响、做强文化品牌的综合探讨，希望广泛凝聚业内的智慧力量，促进广大从业者彼此交流、共创、分享能量。

中共资阳市委常委、秘书长、宣传部部长周月霞在开幕式上致辞。她表示，资阳是成渝之心、巴蜀门户，是被中宣部列入全国地市级融媒体中心建设的首批试点市，近年来，资阳深入贯彻落实中央和省委关于全面深化改革的一系列工作安排部署，以深层次改革破解发展

难题，以高水平开放引领高质量发展，取得了一定成效，希望全国各地的媒体朋友能够通过第八届广播超级碗·全媒季体会资阳、感受资阳，希望资阳之行能够为推进媒体融合新发展、新探索带来收获和启发。

中广联合会理事、原广播学会秘书长、高级编辑李宏在主旨演讲中表达了对于行业未来发展的期待。她认为每一项新技术的出现都在推动广播发展，了解媒体的传播规律，时代的需要和受众的需求，真正在内容创作上下功夫，就能拥有无限的创造力。

香港电台电台部发展及文教组副节目总监曾嘉敏作为参会台代表发言。她强调声音的温度是科技无法取代的，身为新时代的广播者，要应用好新时代的新科技、新技术，做更好的广播，传送声音的温度，这是广播特有又无可取代的魅力。

接下来的超级发布环节由湖南芒果声音工场传媒有限公司副总经理王天祥主持。芒果TV、资阳智媒科技、《虎哥说车》、蜻蜓FM、广电实战MCN、芒果声音工场等平台、企业带来了项目推介。该环节紧扣“文化和科技融合”主线，涵盖媒体AI大模型发布、芒果矩阵与模式分享、媒体向“新”转型路径与潜力价值释放、新时期儿童教培、银发经济等话题，集中呈现了培育壮大媒体新质生产力、推动媒体融合高质量发展的新模式、新成果，为广播电视媒体拥抱新生态注入了创新活力。

“超级竞演”激荡头脑风暴

作为广播超级碗的主单元，本届“超级竞演”汇集了由全国各地报送的近200份案例中脱颖而出60余个精品案例，并新设专家点评环节，为案例整合变现和价值升级助力。

“超级发布”环节则围绕文化、科技融合话题，集中呈现了一批推动媒体融合高质量发展的新模式、新成果。

邯郸新闻传媒中心在暑假期间举办“只有邯郸——成语少年英雄会”，通过“成语”系列活动带动广大市民更好地学习、传承成语文化，进一步增强历史自信、文化自信，并推动成语文化创造性转化，与繁荣文化事业、做强文旅产业、提升文明素养有效结合，让成语在新时代继续绽放光彩。

2024丰谷“熊猫爱K歌”抖音歌手大赛由绵阳交通音乐广播旗下MCN机构“胖达的家”承办。活动以绵阳野生大熊猫作为城市IP，通过“城市IP+政务+商务+MCN”的创新玩法，撬动绵阳在全国全网的影响力，提升城市关注度。

苏州都市音乐广播带来的公路电台音乐行旅“一路有忆思”是基于音乐DJ陆忆思而创立的IP活动品牌。该品牌与房车生活家面向中高端人群把电台搬上房车，将传统旅行打造成具有独特情绪价值和社交属性的远方团建，营造独一无二的电台沉浸感，并使之与节目形成互为补充、互相赋能，形成优质正循环。

河南广播电视台交通事业依托在交通领域的专业优势，着眼于粉丝变现、产品开发，打造自有品牌——“万能通”除碳养护剂，上线以来9天即完成与厂家“对赌”的月度目标，总销售8290单，总销售额达82万余元，产生利润44万余元，丰富了收入来源，提升了利润空间，探索出了“产业开发+全媒推广+全渠道销售”的经营新路径。

广西广播电视台在广西南宁民歌湖国际音乐小镇举办的2024世界奶茶节，不仅给消费者带来了一场茶饮的盛宴，更是推动茶饮上下

游产业的产销对接，促进国际交流合作，推动优秀茶饮品牌出海，提高中国茶饮文化的国际影响力。

德阳市新闻传媒中心德阳广播FM99.0/FM95.9通过全国广场舞大赛、全国民间艺术展演、四川省万人赏月诵中秋、四川省第三届文创大会四个活动的创意策划、联合招商，将活动顺利进行的同时，完成了从接待、活动执行、宣传推广、消费场景、配套活动等各环节、全链条任务，实现了文旅项目联合运营，创意创收千万双收。

“来佛山买家具”项目的核心创意在于深度融合佛山家具产业优势与传统媒体力量，打造“佛山家具定制专家”品牌IP。佛山市新闻传媒中心家具项目组利用佛山作为家具之都的深厚底蕴，通过传统媒体的广泛影响力，为消费者提供一站式、高性价比的家具购买体验。

2023年“99公益日”，山西广播电视台交通广播节目中心与山西省残疾人福利基金会共同助力《山西集善助残计划》，为全省215万残疾人，40多万个家庭在康复、教育、生活等方面提供救助。三天时间，共有35万人次参与捐款，总筹款金额达2000万元。

北京广播电视台广告经营中心搭建了“他俩能成”相亲小程序，设置“相亲用户”“牵线用户”两类参与模式，将相亲相关人群全部引入用户池，做好用户标签，开发各类用户互动玩法，提升平台活跃度，开发平台商业合作形式。

本届广播超级碗新设专家点评环节，特别邀请中广联合会、中国广播影视报刊协会的专家学者，从专业视角、理论高度、实战层面等多个维度对竞演案例进行现场点评，为经验案例的经营创新和价值升级助力。

走过八年，智慧交融

活动收官日，“超级盛典”上最终推出十大超级案例、九大单项案例，为行业的创新发展提供了有益借鉴和重要参考。值得一提的是，“超级盛典”特别设置了“超级经典”环节，10个前七届广播超级碗中与年轻态紧密结合、与全媒深度融合，更与时代脉搏紧密相连的经典案例，荣誉升级为超级经典案例。

组委会还为10位长期以来支持广播超级碗发展，持续在案例竞演舞台上分享经验、激荡智慧的忠实老友授予了“超级伙伴”的荣誉。湖南广播传媒有限公司（湖南广播电视台广播传媒中心）党委副书记、副总经理（副主任）、中国播音主持“金声奖”“金话筒奖”获得者何帅为“超级伙伴”颁奖并对“超级伙伴”进行采访。

“广播超级碗来到第八年，我们想留一点专属的时间和空间致敬过往、致敬经典。致敬那些在广播超级碗过去七届中用创意和汗水书写广播传奇的超级经典案例，向那些勇于探索、敢于创新的广播人致敬！”何帅表示。

第八届广播超级碗·全媒季于10月26日圆满落下帷幕。它承载着媒体人共创美好未来的愿景，在推进媒体深度融合、焕新“广播+”模式的实践中不断创新探索、迸发活力。

走到第八年的广播超级碗，见证了中国广播行业的变革与创新。它从最初的萌芽到现在的枝繁叶茂，每一次的创意碰撞、智慧交融都让广播行业焕发新的生机与活力，每年从数百个案例中脱颖而出最佳案例展现了广播人的韧劲，成就了广播人的底气。

（作者单位：湖南广播电视台广播传媒中心）

编辑/刘凌

锚定本地服务 强化科技赋能 实现文化+科技+产业深度融合

刘泉

在全媒体时代，作为我国四级媒体体制的基层媒体、传播体系“神经末梢”的县级融媒，如何实现良性发展，发挥好引导群众、服务群众的作用，本文就此作些探讨，并提出对策建议。

一、全媒体时代的县级融媒定位

全媒体时代的县级融媒体中心，绝非几个新媒体平台排列组合形成的媒体矩阵，也非从传统广播电视变身而来的单纯新闻机构或宣传部门，而是在数字化、大数据、AI等前沿技术赋能下，集县域意识形态引导者、公共服务提供者、技术产业推动者为一体的基层治理平台。

县级融媒体中心理想的发展道路应是通过文化与科技融合，利用现代信息技术，为基层政府解决基层治理中的痛点堵点，以换取政策支持，通过政策支持获取用户、资金等资源，促进自身产业发展壮大，更好地助力基层综合治理，形成良性循环，从而实现县级融媒主流舆论阵地、综合服务平台、社区信息枢纽的建设目标，发挥好引导群众、服务群众的作用。

二、县级融媒的理想与现实

按上述县级融媒的定位与发展道路，理想中的县级融媒应是政策资源充足、体制机制灵活、技术力量雄厚、平台建设完备、

人才队伍充实、媒体内容丰富、产业发展良性的企业化运行的事业单位。但在与县级融媒同仁的交流中，发现除长兴、安吉、浏阳等少数布局较早、发展较快的地区外，普遍存在支撑不足、技术趋零、平台将倾、人才外流、产业单一等现实困境。由于县级融媒建设过程中采取的是因地制宜的政策，各地对县级融媒的支持也因地制宜，大部分地区在资金、项目、政策等方面对本地县融支撑不足，对县级融媒在公共服务、智慧政务、本地生活等方面做深做强缺乏足够支持。同时，大部分地区没有支持县级融媒按文化企业运营，单纯以单位性质、编制性质确定运行机制和薪酬体系。

在这种明显的结构性短板之下，各县级融媒技术力量薄弱、平台僵尸化、专业人才流失是必然后果，其无论是新闻宣传还是产业经营，都无法与央省媒体、商业公司竞争。县融陷入了影响力不足→政策资源不够→体制机制僵化→自身力量弱化→发展受困→影响力进一步削弱的恶性循环，不得不面对网络还在，用户离场；平台还在，数据离场；内容还在，广告离场；权威性还在，影响力削弱的尴尬格局。

三、县级融媒脱困的地方路径

县级融媒要突破困局，需在守牢意识形态主阵地底线的前提下，以灵活的体制机制重塑

队伍、以充分的政策支持搭建平台、以贴心的本地服务留住用户、以优质的内容输出扩大影响，做深做实自主可控平台，以平台为舞台，实现流量转化为销量，推动县级融媒由向政府要资金往向市场要效益转变，实现全媒体时代的媒体产业转型，重塑媒体产业经营新模式。

（一）以灵活的体制机制重塑队伍

2021年，由湖南省委宣传部发布的湘宣发[2021]23号文件《加快推进媒体深度融合发展实施方案》中就提出，支持有条件的新闻单位参照国有文化企业薪酬管理体系完善绩效考核和绩效工资等内部分配制度，但在实际落实过程中，由于该文件缺少组织、人社部门联签，在不少地区制定绩效考核方案时不被采纳。针对此种情况，一是期待省宣再次下发县级融媒体建设的纲领性文件，二是县级融媒应主动向当地分管领导、主要领导汇报，积极与宣传、组织、人社部门对接，深入学习先进地区先进经验，争取政策口子，以融媒体中心+传媒公司形式实现政企分离，在企业内部实现同工同酬、绩效驱动的体制机制。同时，在员工职级晋升、干部提拔、评优评先等工作中，注重以实绩实效评价干部能力作风，营造良好用人导向和干事风尚，编外人员不仅可以担任中层干部，还可以担任集团班子成员。据悉，浙江安吉县融媒体中心中层干部中50%为编外人员。

（二）以充分的政策支持搭建平台

在万众皆媒、万物皆媒的全媒体时代，对于县级融媒而言，优质平台的重要性已经不亚于优质内容。县级融媒在发展过程中，要利用各种技术手段，将社会基层治理工作数字化、网络化、平台化，要全过程参与当地智慧城市、智慧政务建设，利用新技术解决本地基层治理痛点堵点，全力争取当地党委政府政策支持。在政策支持下，把平台建设提升到至关

重要的位置，大力发展自主可控平台，将自主平台作为吸纳用户、提升影响、增加创收的主要手段。浏阳市的三长制信息管理平台、教育缴费平台、烟花云平台、羊淘商城平台；赤壁市全媒体问政平台；安吉县政务云平台、公务餐平台、云工益平台均是其中佼佼者。这些平台的建立，既大大增强了县级融媒在当地政治生活中的话语权与存在感，又为自身带来了不菲的运营收益，更重要的是通过这些平台吸纳了大量活跃用户，为进一步经营本地服务，拓展营收渠道打下了坚实基础。

（三）以贴心的本地服务留住用户

用户就是资源，用户就是收益。就县级融媒而言，好的平台一定是秉承用户思维，问需于民，深度融入本地生活，为用户提供贴心本地服务的地域化平台，上文所述优秀地方平台无不如此。县级平台在建设之初要进行充分论证调研，确保平台建设完成后老百姓用得上、用得多、用得好，可以先从有相关政策支持的领域入手，吸纳基础用户群体，再逐步拓展至商业竞争领域。以浏阳为例，其最初以工会会员为主要用户群体打造的羊淘商城平台，建立之初背靠政府部门政策支持，获取了大批基础用户，从而吸引大量本地商户加入，成为了当地最大的本土农产品销售平台，又凭借着丰富的本土商品吸引更多的社会用户群体，政策——资源——服务——用户之间互相促进，良性发展。安吉县客户端“爱安吉”设置了借车扫码、预约挂号、安吉美食、智慧5189000等近20个贴近民生的便民服务板块，基本满足了群众在日常生活中的交通出行、娱乐、旅游、美食等需求。这些深入用户生活本地服务功能，既方便了群众的日常生活，又为县融带来了稳定的活跃用户与运营收入，重塑了县级融媒盈利模式。

（四）以优质的内容输出扩大影响

县级融媒在主流舆论阵地上起着“最后一公里”的作用。无论是体制机制改革，还是平台建设、本地服务，归根到底都是要为发挥好县融主流舆论阵地“最后一公里”的作用。这就要求我们要守牢意识形态主阵地，做强优质内容，推出更多契合时代精神的宣传产品，充分发挥县级融媒体中心引导群众的功能。县级融媒在内容生产方面，要在坚持“导向金不换”的前提下，打造本土特色，进行差异化竞争，充分利用县级融媒在时间空间上更靠近新闻现场的优势，在创意策划、内容制作、交互传播等方面充分发力。要积极寻找具有典型放大效益的时代个体，深入探究新闻表象背后的社会价值，善于挖掘平凡生活、普通故事，聚焦平凡感动，提升公众话题度，重点关注极致环境下的极致人事，密切关切大众情绪，引发受众共鸣，创新话语形式，发挥表达创意，做好矩阵传播，重视标题作用，激发受众兴趣，打造更多新媒体平台爆款产品。同时县级融媒应在微短剧等新兴领域积极尝试，探索微短剧+产业、微短剧+文旅等新型宣传载体，构建以微短剧为核心的媒体经营新模式。

四、县级融媒发展的重点方向

就目前大部分县级融媒体量小、资金紧、人员缺的现状而言，我们要牢牢锚定服务本地这一方向，走集约化发展路径，放弃大而全，以小而精的拳头平台与产品破局。县级融媒可以在以下几个维度重点发力。

（一）工会。上文所述，安吉、浏阳均依托工会，建立了本地化的网上商城，盘活了用户、资金、商户、本地特产等各项资源。以全县一万公职工会人员计算，全年平台流水至少两千万元以上，按商业平台抽成比例10%为

计，抽成收入即可达两百万元以上，加上平台活动、广告等收入，工会项目如能落地，可为大部分县级融媒增收50%。并且目前网上商城系统成熟，开发购买费用低、周期短，只要能在当地争取到政策支持，落地见效极快。

（二）本地赛事和活动运营。在为基层减负的大背景下，政府层面组织的大型活动逐步收紧，这意味着作为县级融媒传统业务板块中的重要组成部分——承接政府大型活动收入逐步减少。县级融媒可以探索整合本地政府公共资源，以出让运营权的模式，充当政府与商业公司的桥梁纽带，落地诸多运动赛事、文旅活动等项目。

（三）微短剧+产业。微短剧作为新媒体平台正迅速火爆的新业态，预计在五到十年的时间内将继续高速增长。同时，微短剧成本低、周期短，适合资金、人员相对紧张的县级融媒，可以将微短剧与当地特色产业、文旅资源融合，推出独具地方特色的微短剧产品，通过投资、版权、付款收看等途径获取利润。

（四）县融联合直播。在直播带货大行其道的当下，不少县域的优质特产在直播平台声量不响，诸多消费者又找不到可信赖的购买渠道，开通了直播带货业务的县级融媒又无法仅凭本地特产实现常态化带货。各县级融媒可以利用县融专委会这一平台，采取当地融媒选品、专委会组织、各地县融拉流或自行直播、按直播间销量提取佣金的模式，以官媒平台为背书，扩大选品范围，做大带货流量，为消费者带去可信赖的优质特产的同时，带动当地农特产品销售，拓展县融的本地影响和营收来源。

（作者单位：安化县融媒体中心）

编辑/肖清

以纪录片的新式叙事向世界展现真实中国

——浅评竹内亮的《再会长江》

欧阳朝夕

2011年，不会说汉语更听不懂中国话的日本导演竹内亮来到中国，拍了一部纪录片《长江天地大纪行》。2021年，已经迁居中国南京的竹内亮再度沿着十年前他走过的长江，开启纪录片《再会长江》的拍摄之旅。《再会长江》于2024年5月在全国各大影院上线，给广大受众带来深深震撼，并得到外交部发言人林剑的称赞：“以精湛的拍摄反映出十年来长江沿岸地区的巨大变化，是新时代中国经济社会发展的缩影。”

叙事手法上，《再会长江》将重心置于一个个鲜活的个体故事之上，透过一位位生动鲜活的人物经历十年时间的前后对照，让我们深切感受到长江对人们生活产生的深刻久远的影响。十年是一个很好的时间节点，“再会”长江绝美风光，“再会”长江沿线生活的芸芸众生，特别是那些十年前曾在纪录片《长江天地大纪行》中出现的主角们。

为了反映当下中国年轻人就业的现状和观念的巨大变化，导演竹内亮依旧以亲历者的身份，用一组组长镜头寻找到十年前的采访对象——见证长江航运变化的船长江洪。江洪相比十年前沧桑感很明显，但依然开朗乐观、头脑清醒，访谈话题也自然切入：今后还会有年轻人接班搞航运吗？又比如十年前那个遵循“走婚”的摩梭女孩甄甄，从恪守传统习俗到逐渐接纳现代以爱情为基础的婚姻，虽然服装和生活习俗依旧保持传统的样子，但在思想观念上变得越来越开放。

导演竹内亮最牵念、最想“再会”的是云南丽江藏族女孩茨姆和她的家人。十年前，茨姆是香

格里拉纳帕海边的一个手抱羔羊的腼腆牧羊少女，从小生活在藏区，对外面的世界是陌生和未知的。在竹内亮的邀请下，茨姆一家曾到上海旅游，成为她最难忘的回忆。十年里，竹内亮曾收到过茨姆的来信，茨姆说竹内亮的摄制组打开了她的眼界和思维，她已经有了人生的奋斗目标：“我希望和别人一样有个很大很漂亮的房子，然后开个小客栈。”十年后，27岁的茨姆实现了当初的梦想，在香格里拉拥有了属于自己的民宿。抱着“拍真实的中国给世界看”执念的竹内亮，改变了藏族姑娘茨姆的人生和命运，自己也被现实的中国不断改变，“我改变了她的一生，她也改变了我的一生，改变是互相的”。

《再会长江》纪录片中，长镜头的运用俯拾皆是，这一手法的巧妙运用把导演兼主持人竹内亮的思想从酝酿到表达展现得非常充分，也显得自然鲜活。从上海外滩的高楼林立、南京玄武湖的厚重清灵、武汉三镇古今辉映更加突出黄鹤楼文气勃发的瑰丽、山城重庆“棒棒们”穿梭于码头街头艰辛却自信的身影，到长江三峡中惊心动魄的虎跳峡、泸沽湖漫湖碧透的惬意舒心等自然人文景观；从三峡货船船长江洪对船运行业现状的焦灼忧虑，泸沽湖畔的摩梭姑娘摒弃走婚陋习对现实生活的满足和对未来日子的期待向往，到香格里拉昔日抱着小羊羔的藏族女孩茨姆如今成为满满收获感的民宿老板等等，导演的聚焦始终遵循着“形散而神聚”的法则。多个建筑的雄伟壮丽、多个景致的美轮美奂、多个人物积极的生活状态和多张笑脸藏不住的喜

悦，所有的展现都是为了表达导演对长江两岸人民生活幸福、宁静、安康的由衷赞美和祝福。

两个小时的纪录片，十年来从气候到环境，从生存到就业，从污水治理到城市成长，从思想的冰封解冻到与时俱进，从一个家庭的沧桑巨变映射当代中国社会以人民为中心的国家治理等等，都在导演选取的八九个采访人物身上一气呵成，没有矫揉造作的人为痕迹，创造出一种高度逼真、物我两忘的审美效应，激起观众对熟悉而又陌生的长江流域风土人情、地理风貌的好奇和探索。

地理意义上的长江只是载体和引子，文化风情和民俗的多样性才是导演竹内亮最想表述的。纪录片充满了人情味和民族味，情感热烈奔放而持久、色彩渲染层次分明而斑斓，略有惊险的刺激、预设悬念的期待、无人机拍摄带来的强烈视觉冲击等，这些都彰显着《再会长江》是艺术品位和时代价值的上乘之作。

竹内亮是日本社会为数不多的对中国抱有好感，对中国评价相对客观真实的媒体人士。从“低欲望社会”的日本来到中国的竹内亮，是有着深厚人文主义情怀的导演，对于当下日本年轻人缺乏成功欲望、难有大志向、容易满足于温饱与小确幸等现实，他显然担忧这种状态长期保持下去必然带给日本深刻的社会危机。他在寻找当今世界日新月异发展的国家样板给日本做个提示和警醒，于是他把眼光投向了有五千多年文明的东方大国。

竹内亮有着敏锐至极的洞察力，在《再会长江》里，他巧妙地捕捉到了长江沿岸那些极易被我们忽略的细微角落。其镜头语言灵动且细腻，不管是波澜壮阔的自然景观，还是沿岸居民平淡却又温馨的生活瞬间，都被他精准无误地记录留存。他引领观众目睹了长江两岸的人与事在时代浪潮冲击下的坚守与嬗变，那些古老传统犹如深邃的根基，与现代的创新交织融合，共同编织出一幅幅令人心潮澎湃、感慨万千的生动画面。纪录片从所拍摄的

“主角”身上的变化捕捉到了中国社会十年来变迁的缩影，留给观众印象最深的是中国乡村的发展和生态环境的改善，中国人的思想和价值观也越来越进步。竹内亮在接受中国记者采访时坦言，日本媒体受西方思维影响和打压中国的习惯，对于中国的报道负面信息一边倒，很多日本人对中国的印象还停留在几十年前，而自己想做的就是还原真相消弭偏见，把真实的中国拍给世界看，把他亲眼见到、亲身经历的“中国变化”展现给世界。竹内亮也明白，再客观的纪录片也是主观选择和客观表达后主观能动的结果，不可能做到完全客观，“每个人看到的真实都是不一样的，我能做的是不撒谎、不故意引导观众，只是把我看到的展现给大家”。

中国当代社会“苟日新，日日新，又日新”的发展速度是最吸引竹内亮的因素，也是他“住在这里（中国南京）的理由”，“日本这十年没有什么太大的变化，但中国不一样。我想一直体验这种持续发展、不断变化的感觉”。在这十几年中，竹内亮拍摄了大量反映中国社会变化、促进跨文化交流的纪录片，比如《我住在这里的理由》《好久不见，武汉》《走近大凉山》《后疫情时代》等等，获得过不少有分量的奖项，如首届国际和平“兰花奖”、第五届“第三只看中国”国际短视频大赛评委会大奖等。

竹内亮制作的《再会长江》真切自然地展现了十年前后长江流域居民的沧桑巨变，这正是中国式现代化快速推进的十年。该片促使我们重新审视长江这条伟大的母亲河在我们内心深处的崇高地位，也引领我们对人与自然的关系展开更深层次的思索。无论是对于热爱纪录片的观众，还是密切关注长江生态与发展的人士，这部作品都具备极高的观赏价值和深刻久远的启示意义。

（作者系湖南省桂阳县党校常务副校长）

编辑/肖清

微短剧上大屏，2024年总收视规模超5亿户次

据中国视听大数据（CVB）统计，至2024年11月，已有30余部微短剧在全国省级卫视播出，收视规模超5亿户次，千万级别观众规模剧片占比48.3%。微短剧收视总时长占比是其播出时长占比的1.2倍，观众收视需求旺盛。

（国家广播电视总局）

央视总台“央央好物”直播电商平台正式启动

11月18日，中央广播电视总台“央央好物”直播电商平台正式启动。“央央好物”是总台直播电商平台及相关促消费活动的总称，包括：依托央视频打造的直播电商平台；总台在第三方平台账号的直播电商业务；以及总台通过大小屏联动、线上线下一结合开展的系列促消费活动。

（央视网）

广电总局：取消设立电视剧制作单位审批

12月16日，国家广播电视总局新闻发言人就电视剧制作单位审批管理有关问题答记者问时指出：取消设立电视剧制作单位审批，有利于加强改进电视剧管理和服务，完善电视剧创作生产服务、引导、组织工作机制，推进出成果和出人才相结合、抓作品和抓环境相贯通，引导更多机构参与电视剧创作生产，激发电视剧行业创新创造和发展活力。

（国家广播电视总局）

上海广播电视台发布商业创新合作5大邀约

11月8日，上海广播电视台（上海文广集团）举办了2025商业创新合作大会。大会上，移动端主平台“看东方”、产业主基地“东方智媒城”同步全新亮相。上海广播电视台通过“新链接、新赛道、新场景、新生态、新合作”五大板块的精彩呈现，向各界发布合作邀约，诚邀“千行百业”共同参与、共绘未来。

（上海广播电视台）

三模通用遥控器研发完成 全面开启应用推广

由国家广播电视总局联合多家单位共同研发的三模通用遥控器，目前已经完成所有研发工作，进入应用推广阶段。三模通用遥控器是指采用红外、蓝牙和星闪三种无线通讯模式，对电视机和机顶盒进行统一控制的遥控器。

（国家广播电视总局）

快手上线“付费短剧会员”，提供第三种商业变现模式

近日，快手全新上线“付费短剧会员”产品功能，开通该会员的用户可在一定期限内免费观看平台内的海量优质短剧内容。同时，这也是继IAP和IAA模式后，快手为短剧合作方提供的第三种商业变现模式，短剧合作方可以通过“剧集入会员库”或者“IAP剧集投流附赠会员”两种操作方式加入。

（快手）



2025芒果生态扩圈大会：6大创新平台集结，7大赛道主理人发布，超300部内容全新亮相

11月12日，“以客为尊，因你而芒——2025芒果生态扩圈大会”在长沙举行。湖南卫视、芒果TV、金鹰卡通、小芒、山海、风芒构成的全新芒果六平台首度集结亮相，组成长中短贯通、音视频共进、资源多向流通的芒果新生态。活动发布100+剧集、100+综艺、120+微剧微综以及晚会、纪录片等内容，同时发布全新升级的内容团队“赛道主理人”机制，让内容的商业化场景更丰富、路径更多元、传播更立体。

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、台长龚政文发表致辞，他说，今年以来，朝着建设“文化科技融合、两个效益俱佳”的主流新媒体集团战略目标，芒果人继续奋力奔跑，在平台、内容、传播各方面都巩固放大了传统优势，同时构筑了新优势，一个长中短贯通、音视频共进、科技含量和商业价值显著提升的平台矩阵正在旺盛生长。集团（台）党委副书记、总经理、副台长蔡怀军向芒果“超级合伙人”们发出“与芒成团先声夺人”的邀约。

集团（台）领导朱皓峰、徐蓉、黄薇、杨贇出席招商会。集团（台）内设机构、六平台生态负责人参加活动。

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