

潇湘XIAOXIANG 声屏

2025 年 / 1 期 / 总第 374 期

主办单位：湖南广播影视集团有限公司

准印证号：(湘O)LK20250167 内部资料免费交流

时代向前
芒果向上

夺金
2025

奏响青春创业华章





湖南省委书记沈晓明“探班” 湖南卫视大学生创业节目

1月10日，省委书记沈晓明来到湖南广播影视集团（湖南广播电视台）调研湖南卫视创业主题节目《夺金2025》创作录制工作。他强调，要深入学习贯彻习近平总书记关于支持青年创新创业的重要指示精神，鼓励更多大学生参与创新创业，让湖南成为更多“金种子”发芽成长的沃土。

在节目录制现场，沈晓明详细了解节目立意、概述和设计亮点，并与主创团队、创业导师及大学生选手深入交流。他指出，吸引大学生在湖南创新创业是省委、省政府着力推动的一项战略举措，旨在充分发挥湖南“低成本创业、高品质生活”的比较优势，吸引年轻人在湖南广泛参与创业活动，给更多来自全国乃至全世界的大学生提供成就人生的舞台。

沈晓明鼓励节目主创团队加强创意策划，进一步提升节目的可看性、知识性和指导性，努力扩大节目的传播力和影响力，带动更多大学生走上创业道路，并发挥创业带动就业的乘数效应，提高大学生就业质量，增强经济发展后劲。

省领导杨浩东、秦国文参加。

CONTENTS

2025年1期 / 总第374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
杨 贇 罗迎春 秦 好
蒋洪亮

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
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 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) LK20250167

印刷单位 湖南高速印务有限公司

印刷日期 3月12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 时代向前 芒果向上 / 龚政文

适应时代之变、行业之变，顺应芒果人普遍期盼，通过系统性变革和整体性重塑，破除体制机制积弊，释放创新创造活力，实现高质量可持续发展。

宣传实战

11 铿锵上行2025 湖南广电全媒体矩阵宣传报道 全省两会 / 黄博

湖南广电以“铿锵上行2025”为主呼号，组成全媒体报道矩阵，聚焦主线，打通会场内外，全面准确生动宣传湖南省两会精神，唱响主流舆论强音。

文艺评论

14 《2025湖南春晚》：非遗焕新彩 年味“非” 一般

湖南春晚将非遗与现代科技、年轻语态、创新舞台相融合，让非遗无限贴近观众、走进观众，让非遗焕发出新的时代光彩、彰显深厚的文化自信。

18 湖南卫视戏曲春晚的创新表达与价值意蕴 / 钟益帆 曾致

晚会以“文化+科技”的视角，用新理念、新技术、新形式开展“戏曲+”的生动实践，以新潮的方式、灵动的创意、具有烟火的表达让传统戏曲精彩叫座。

23 一台充满科技感、湖湘风、芒果味的“喜乐新 品发布会” / 陈征宇

传媒研究

26 芒果综艺“出海”的策略与启示 / 徐青毅

以优质内容直接输出、优质内容版权输出、优质内容合作共创三种形式为主要途径，形成从输出到共创的综艺内容生态建设样板。

30 DeepSeek对广电视听的启示 / 赵京文

对于广视听行业而言，DeepSeek的出现恰似一缕春风，为我们在技术、内容、产业等多层面的“深度求索”注入了新的动力与活力，也带来了诸多启示，值得深入剖析与借鉴。

32 “小红书事件”对湖南文化传媒行业的启发和机遇 / 罗正茂

小红书的快速出圈崛起，对我省媒体变革大有启发，需进一步抓住当前媒体激烈变革的时代机遇，承接国际文化交流的全球红利。

节目评析

33 《夺金2025》：奏响青春创业华章 / 凌引迪

节目紧紧围绕大学生创业这一主题，精准地契合了时代发展的需求，生动地展现了当代青年学子敢为人先、勇于创新的精神风貌。

35 《新春走基层·湘里个香》描绘舌尖上的民俗风情画卷

以湘菜为“舌尖密码”，以非遗为“文化钥匙”，开启了一场别开生面的地域文化之旅，掀起了一股探寻湖南饮食文化与民俗风情的热潮。

38 《声生不息》真正做到了生生不息

《声生不息》之所以具有强大生命力，正是因为它跨越了代际、地域与文化的界限，源于对集体记忆的唤醒与共同情感的联结。

42 创新展现澳门特色“一国两制”的成功实践——湖南广电推出庆祝澳门回归祖国25周年三部曲 / 王云峰

45 踏歌梦想 同望春山——评纪录片《春山可望·巾帼篇》 / 黄萍 鲁培

业务探讨

47 融媒实践展担当 绘就传播新图景——湖南广播传媒中心2024年融媒直播活动的创新实践与思考 / 侯蓉

51 乡村文化活动运营传播策略新探——永州市融媒体中心“金洞村K”实践解析 / 孙健

只有关注乡土自身所特有的文化元素，呈现具有中国特色的中国乡村话语，才有可能展现更加立体、鲜活的中国式乡村。

54 播音员主持人需要认识的几个互联网传播核心特点 / 钱利军

前沿动态

56 多家广电接入DeepSeek等三篇

编者按：1月25日，以“芒果向上2025”为主题的湖南广播影视集团有限公司（湖南广播电视台）2024—2025年度总结表彰暨工作会召开。集团（台）党委书记、董事长、台长、总编辑龚政文以《时代向前 芒果向上》为题作工作报告。现将全文转载如下。

时代向前 芒果向上

龚政文

2024年，芒果城里风雷激荡、万马奔腾，沐浴着习近平文化思想的灿烂阳光，乘着文化和科技融合的浩荡东风，在国家广电总局的指导支持下，在湖南省委省政府的坚强领导下，芒果将士三军用命，斩关夺隘，多项数据创历史新高、行业第一：

这一年，我们获得33个国家级新闻、文艺大奖，其中5部作品获中宣部“五个一工程”奖，创历史新高。

这一年，湖南卫视总局大数据收视366天里拿下358个全天收视第一，创历史新高。

这一年，芒果TV会员数突破7331万，会员收入首次突破50亿元大关，创历史新高。

这一年，芒果TV国际APP下载量从1.3亿增长至2.61亿，收入从6200万元增长至1.41亿元，超额完成“双倍增”，创历史新高。

这一年，从年头到年尾，《问苍茫》《日光之城》《灿烂的风和海》三部自制剧登上央一晚间黄金档，《问苍茫》《小巷人家》《日光之城》入列豆瓣2024年评分最高

的10部剧集，芒果剧风创历史新高。

这一年，《歌手2024》全网传播量1589亿次，创收4.9亿元，全行业第一；在省卫综艺前30榜单中，芒果占20。芒果综艺创历史新高。

这一年，山海APP从无到有，成为全国第一个数字文博大平台。

这一年，“芒果大模型”成为广电行业首批通过中央网信办备案审核的垂类大模型，AIGC技术应用规模、深度行业第一。

这一年，芒果文旅年接待游客620万，同比增长51%，营收增长86%，接待游客、营收规模创历史新高。

这一年，湖南广电品牌价值增长12.8%，继续捍卫省级广电第一、亚洲广电第二荣耀，品牌价值创历史新高。

这些历史新高、行业第一，是芒果人拼出来、干出来的。我忘不了夏天七彩盒子《歌手2024》演出现场那些人流如织的夜晚，忘不了华容团洲垸大堤上传回的新闻发

布会画面，忘不了《日光之城》剧组在雪域高原上缺氧不缺精神的奋战，忘不了衡阳细雨蒙蒙的晚上旅发大会开幕式的直播，忘不了芒果青年们为山海APP演讲时的脑洞大开，忘不了综艺剧组在异国他乡奔波忙碌的身影。

2024年的湖南广电，可圈可点，宜歌宜泣：

我们高擎思想旗帜、服务中心大局，主流宣传气势如虹！深入学习贯彻习近平文化思想，让湖湘文化在新时代实现新发展、呈现新气象，湖南广电始终使命在肩。我们创新方式宣传思想伟力，《湖南新闻联播》连续8天以最强编排播出《殷殷关怀暖三湘》特别报道，每天头条、置顶总书记宣传，芒果TV、风芒专区播放量62亿；《长风万里》《与人民同行》《文脉赓续 何以湖南》《禾下乘凉梦》《中国官箴》《歌词里的中国》等芒果大片，以多种形态创造主流宣传强大声势。唱响“中国经济光明论”，推出20多个经济报道；抗洪宣传，6000多条次报道，15亿次传播，凝聚起“众志成城打硬仗”的磅礴力量；推进“改文风、改画风、改台风”，新闻报道更接地气、更有价值、更加好看；成功承办环塔拉力赛、中国新媒体大会、金鹰节、全国青少年“三大球”运动会开闭幕式等系列活动。王沪宁、蔡奇、李书磊、谌贻琴等党和国家领导人8次以各种方式肯定湖南广电节目和活动，中宣部、广电总局表扬122次。采制40篇内参，省领导批示80次。在央视上稿1640条，央广上稿323条。

我们推动“中国式现代化光明行”铿锵向前，内容创制进入鼎盛时期！以“中国式

现代化光明行”主题为牵引，一批焕发着时代光芒和时尚气质的芒果视听作品喷薄而出，16个重点项目全网播放量近300亿次。芒果综艺季季有精品，全年有爆款，《歌手2024》超级直播颠覆“音综”，轰动全网，被联合国教科文组织誉为“文化交流的美好见证”；《再见爱人4》引导全民探讨正确的婚恋观，热度爆表。从庆祝澳门回归祖国25周年的《灿烂的风和海》《中国澳骄》《声生不息·大湾区季》“三部曲”，到展示拼搏奋斗力量的《乘风2024》《披荆斩棘4》；从融通中外的《中餐厅8》《花儿与少年6》，到青春无限的《你好，星期六》《时光音乐会4》；从放送中华文化的《春节联欢晚会》《戏曲晚会》《中秋之夜》，到唱响民族团结的《乐在其中》，芒果综艺播放量稳居行业第一。云合数据2024年全网综艺有效播放前十榜单中，芒果网络综艺独占其五，电视综艺独占其四。芒果剧场大放光彩，《问苍茫》获得荣誉“大满贯”，《小巷人家》创所有地方卫视收视之冠。

我们文化科技双向奔赴，头部数智传播平台蔚然成势！在省委战略引领下，湖南广电绘就文化科技融合作战图，一个长中短贯通、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正旺盛生长。湖南卫视捍卫省卫第一；芒果TV大踏步跃升，与行业第一身位差距进一步缩小；金鹰卡通“全国第一亲子平台”地位巩固；“山海”APP打造“最亮眼的数字博物馆”，用户1600万；新风芒以“微剧微综微新闻”之姿焕新上线，客户端日活提升10倍；小芒GMV 160亿；5G智慧电台服务1250家县级

电台。新技术进入内容创制传播底层逻辑，AIGC和虚拟制作内容占比30%，效率提升30%，成本下降40%。实施湖南卫视超高清改造和“云化、虚拟化、智能化”工程。自研文物表面神经核重建技术，使文物3D建模数据采集效率大幅提升，成本大幅降低；芒果云推动传统广电业务数字化转型；与中科院、湘江实验室开展4项合作；完成有线网络“一省一网”业务整合和“双治理”任务，大屏使用更“丝滑”。

我们勇担国际传播使命，芒果出海风驰电掣！湖南广电“芒果出海2024行动”倍道兼进，芒果TV国际APP“倍增计划”创造奇迹。在国际主要社媒上开设219个账号，其中“湖南卫视—芒果TV”海外账号总订阅量上涨35%。国际频道海外账号粉丝量翻三倍。加纳金芒果卫星频道覆盖中西非近5亿人口。芒果内容居高声远，57个项目发行海外，三档节目模式在越南本土共创，频频登上当地热播榜。打通出海链路，越南合资公司签约，与新加坡、马来西亚、日本、肯尼亚等国媒体及机构展开合作。法国、韩国等国大使先后赴湖南广电寻求合作。集团国际业务创收达到1.73亿元。

我们众人拾柴，烧旺湖南文旅这把火！第三届省旅发大会开幕式精彩纷呈，“三湘星光行动”星光璀璨，衡阳“苏州湾+东洲岛”项目开业，再现点石成金魔力。电广传媒与张旅集团携手，参与重整投资建设大庸古城；湘潭万楼芒果海洋馆开门营业；芒果城建设难题破除，芒果巴士开通，星光路通车，芒果城内畅行无阻。各频道公司深度介入文旅活动与广告，芒果研习、超芒之星布



局大研学，50多场芒果卡线下演唱会打响芒果演出厂牌。电广传媒与湖南经视融合发展，探索“文旅+媒体”芒果样本。“清溪三部曲”《去“湘”当有味的地方2》《马王堆·岁月不朽》等节目传播效果“火出圈”。

我们奋力拼搏，产业经营逆势而上！面对行业急剧变革，我们实施“龙腾计划”，开展经营督导。主要经营指标顺利完成，集团营收198.32亿元；利润8.95亿元，增长10.5%；上缴税费14.83亿元，增长11.76%。芒果超媒“广告、会员、运营商”营收结构越发稳固，第五次入列全国文化企业30强。

电广传媒文旅、资管、游戏业务获得市场认可，股价创7年新高，达晨管理资金规模700亿。潇影集团“电影+科技”绽放大IP。我们召开生态大会，发布优化芒果生态28条，强化产业链“聚合力”，扩大资源“强磁场”，拓展产业新玩法，共建芒果新雨林。发布“过紧日子”15条，加强运营，控制成本，节约资金1亿多元。

我们党建领航风清气正，芒果城头红旗招展！始终把涵养良好政治生态放在首位，坚持党的领导，加强党的建设，296个基层党组织如臂使指、团结一心。总书记思想学习入脑入心，党管意识形态到点到位，“大咖芒果说”点亮芒果之夜，热爱学习、追求新知、永不停步的学习氛围在芒果蔚然成风。夯实组织建设，8个支部被评为省直“四强”党支部，发展110名新党员，芒果党员们冲锋在前，驰援资兴中坪村灾后重建，帮扶安化木溪口村乡村振兴，援疆援藏永远在场。党纪学习教育走深走实，全体党支部围读《条例》，5521名党员对照要求正身立行。持续推进清廉广电建设，深化靠企吃企、跨境腐败等专项整治，未巡先改、审计立行立改整改率100%，马栏山上正气充盈。

我们搭建比武赛马场，芒果英才抖擞而出！平台+内容+技术+人才，是推动湖南广电发展的力的平行四边形，是芒果永远生生不息的密码。我们搭建文化和科技融合的比武场，打造“内容+技术”双前锋，锁定一批最优秀的制片人担当双平台“赛道主理人”；搭建二级单位优秀中层干部人才库，提拔42名中层干部，一批85后英才担任山海、小芒、风芒负责人；44名青年进入“芒

果青年英才计划”，畅通人才通道；持续打造“芒果青年说”，为芒果TV、山海贡献奇思妙想；举办第五届“马栏山杯”国际音视频算法大赛，吸引新一批顶尖人才。启动企业年金计划、做实事业养老保险参保、提质芒果餐厅、改造职工活动中心，举办芒果青春歌会、足球赛、电竞赛……金鹰城里幸福满满、朝气蓬勃。

2024年，有太多值得珍藏的奋斗时光，和痛并快乐着的胜利与不屈，那些不知疲倦、精益求精的芒果“手艺人”，那些熬夜奋斗、攻坚克难的芒果“技术专家”，那些鏖战商海、海外拓荒的芒果市场团队，那些抵足并肩、默默坚守的中台支撑、后勤保障、安全保卫的同志们！大家都辛苦了！每一份付出都弥足珍贵，每一束光芒都熠熠生辉，1.3万多束光芒，汇聚成灼灼炬火，托举着芒果向上！

回首望，山水千万程，再出发，关山更峥嵘！当新的一年向我们快步走来，更多机遇与挑战、优势与难题正与我们“狭路相逢”。

有机遇和优势：中央经济工作会议释放明确信号，国家出台一揽子增量政策，拼经济促消费成为大家共识。文化强国建设加快推进，广电视听高质量发展步步为营。文化科技融合、文化旅游融合布局落子，正当风口。芒果超前首发，积累多年，双平台、两大上市公司有无可匹敌的优势！

有挑战和难题：一季度回暖势头不明显，传统业务继续萎缩，新赛道新业态还在培育中。集团内发展不平衡，强者恒强，难者愈难。管理链条偏长，运行机制不畅，成本居高不下，转型之路漫漫。重压之下，热

望之上，湖南广电正在进行一场与时间、与同行、更是与自己的赛跑。让我们勇敢地逆流而上，去做奋进者，搏风打浪；去做改革派，革故鼎新；去做实干家，笃行不怠；去做艰难而正确的事，去完成看似不可能但必须完成的任务！

2025年，芒果该以什么样的姿态打开？以什么样的形象立于天地之间？应该做什么，怎么做？综合来看，我们的规划是：坚决担负一个使命任务，做好六项重点工作，夯实三个支撑保障，简称“163”工作思路。

第一，坚决担负一个使命任务

习近平总书记赋予了新时代宣传思想文化工作者以新的文化使命，这就是要锚定建成文化强国战略目标，不断发展新时代中国特色社会主义文化。总书记在湖南考察时也嘱托我们以悠久的历史、厚重的革命文化、活跃的现代文化为丰富资源和深厚基础，在提升湖南文化软实力、建设中华民族现代文明中展现新作为。湖南广电是一个使命集团，芒果人是一群心怀文化志向、勇担文化使命的人，我们过去、现在和将来都要以对中华文化的独特性创造和现象级传播来立身存世。我们要坚持新闻立台，全力以赴宣传阐释好习近平新时代中国特色社会主义思想，把“头条工程、置顶工程”做得更优，更加擦亮芒果新闻品牌；我们要从习近平文化思想中获得智慧力量，从激荡人心的中国式现代化进程中汲取资源，打造更多扛鼎之作、传世之作，让芒果大树上绽放出更多绚烂之花，结出更多馥郁之果。芒果人要永远坚守党媒国企的使命担当，党旗飘扬的地方，便

是我们奔赴的地方；时代抵达的地方，便是我们耕耘的地方。我们要永远心有朝阳，以主力军、先锋队、动车组的姿态，在书写中国式现代化湖南篇章中披坚执锐、一往无前。

第二，做六边形战士，围绕优质内容、强大平台、高热传播、数智技术、媒旅融合、产业经营战斗

1. 筑就优质内容新高地

以“中国式现代化光明行2025”为主题，打造更有力量、更广传播的主流宣传，构建更加优质厚实的内容集群。推出《与非洲同行》《工厂之巅》《中国式现代化进行时》等一批芒果新闻大片、理论大片。以永远的创新实现绝对的领先，把内容创制的鼎盛局面延续下去，为各个平台输送源源不断、美不胜收的精品内容。巩固综艺领先优势，让芒果剧场座无虚席，让芒果出品成为观众首选。重点做好《夺金2025》《歌手2025》《声鸣远扬——新青年歌唱大赛》《潜渊》《好好的时代》《她比烟花灿烂》等综艺、电视剧、电影。要加强优秀传统文化类节目创制，推出《中国官箴2》《云兴雷奋一百年——从魏源到黄兴》《少年书院行》《唐诗里的湖南》等纪录片和专题节目。

2. 推动数智传播平台新跃升

打造头部数智传播平台是文化和科技融合战略的重大任务，更是芒果的命脉所在、未来所在，我们必须锚定目标，聚精会神，在一个不太长的时间内，将湖南广电建成具有国际竞争力与影响力的大型国有文化平台型媒体集团，建立党管党控的国有平台新标准。湖南卫视要确保稳居收视与品牌第一高



地；芒果TV要继续跃升，全力做大用户规模；山海APP要跨越山海，真正成为数字文博大平台，孵化新型文博业态；风芒要起量、出精品、强厂牌，形成“风芒+芒果TV专区+湖南卫视节目带+出海”的“芒果竖店”全链路生态，风芒、大芒全年推出微短剧综9000部，其中必须有一定数量的爆款精品；小芒电商继续跑通内容电商赛道，实现200亿GMV，盈亏平衡；5G智慧电台实现从“千地千频”到“一人一频”的服务模式升级。同时，打造动漫游戏产业循环体系，办好首届“马栏山杯”小游戏创新创业大赛。

3. 开辟芒果出海新战场

建强传播重点基地，担当国家使命，传播华流品牌，发挥芒果优势，开辟第二战场。实施“芒果出海三年行动计划（2025—2027）”，芒果TV国际APP以打造“国有自主可控出海第一平台”为总目标，力争三年内实现日活超300万、营收规模不低于10亿人民币。芒果TV成立专门公司负责国际APP运营，推动内容提质、投入增加、技术创新、平台升级。国际频道大小屏融合，做强加纳金芒果频道。成立海外运营机构，致力于搭

建自有内容与本地化内容相结合的体系，持续深耕海外新媒体平台账号。加大《乘风2025》《中餐厅9》《花儿与少年7》《妻子的浪漫旅行·国际版》等节目海外传播，开展短剧、游戏海外拓展计划，增强出海新动能。

4. 塑造科技赋能新引擎

争当文化和科技融合排头兵，争做中央部委在湘“试验田”。以科技创新力引领新质生产力，以新质生产力构筑新质传播力，构建适应全媒体生产传播技术体系，雄心打造具有全球竞争力的数字化音视频内容制作高地。开展“人工智能+”行动，“芒果大模型”要研发更多实用智能体，打造“AIGC+混合现实+虚拟人+数字资产库”的“数智化生产”新模式。湖南卫视国庆前实现超高清播出，成为中国标准应用标杆。建成启用全媒体播控系统。山海APP要优化采集技术，推动首个中华历史文化大模型应用落地。5G实验室全力申报全国重点实验室，深化与中科院、湘江实验室等合作，打造集团数字应用“工具箱”。

5. 锻造媒旅融合新实力

积极抢滩入局，继续烧旺文旅这把火。

双平台乘势而上承办好第四、第五届省旅发大会开幕式及系列宣传，大胆进行内容创新、模式创新。电广传媒要立志成为全省最大文旅投资开发平台，从“三湘星光行动”到“星光闪耀全国”，创造更多“点石成金”新奇迹。“芒果城”提质升级，整合营销，让金鹰城成为现代文化聚集地、文旅融合新标杆。要创造更多文旅消费新场景，探索新型线下演出、Livehouse、IP主题集市等新业务，打造有芒果特色的研学、红色旅游产品，所有芒果系企业在文旅赛道上有序竞争、善于调整，跑出“文旅+”的一路繁花、无限可能。

6. 打开产业经营新空间

在湖南广电的经营大盘中，双平台恰似“二龙戏珠”，湖南卫视、芒果超媒、电广传媒如同“三驾马车”，要形成强驱动。湖南卫视要打破思维桎梏，创新商业逻辑，打通优质内容的后链路生态；芒果超媒稳固广告、会员、大屏优势，开拓国际国内两个大市场，培育新的业务增长点，联手小芒打爆“芒果大直播”，联合广播开发音频业务，下沉车载市场；电广传媒要指数级增强裂变，释放更大能量，用“新文旅+大资管”扩展芒果“朋友圈”。探索高质量中小成本电影的商业模式，让潇湘重振雄风。要加大芒果生态抱团力度，芒果传媒运用资本杠杆撬动更多资源资金反哺返投，通过双平台、上市公司、新闻中心等牵引，推动内部生态主动融合，传统业务精准定位，谋求垂类圈层小而美赛道的转型

突围，共同做大市场蛋糕。通过空间的打开和赋能，顶层的适度干预和引导，形成各显神通、互相借力的生动局面。

第三，夯实三根支柱：党建铸魂、改革赋能、人才强基

我们要以高水平党建铸魂塑形

坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想凝心铸魂，强化党管意识形态、党管媒体，提高集团（台）党委的领导力、决策力、执行力，将296个基层党组织锻造成能攻坚、敢胜利的坚强战斗堡垒。更加擦亮芒果特色党建品牌，让党旗飘扬在改革冲锋路上。一体推进工、青、妇建设，积极推进志愿和公益服务、文明创建工作，高质量开展乡村振兴和灾后重建驻村帮扶，彰显芒果温度，凝聚芒果力量。推动党纪学习教育常态化长效化，不断修炼芒果共产党人的“心学”，致良



知、持戒律。保持反腐败高压态势，一步不停歇，半步不退让，以国有企业纪检监察和审计监督改革试点为新起点，加强专项整治和监督检查力度，抓好审计整改，推进廉洁文化建设。弘扬奋斗精神，优化芒果生态，让去莠存良、奖优罚劣、永不僵化、决不屈朽的文化成为芒果风尚。

我们要以系统性变革解放生产力

湖南广电现行体制机制是2010年奠定的，虽然不断调整，不断进化，但总的来说，15年过去，这一体制机制已经明显不适应时代变化。落实党的二十届三中全会和省委十二届七次全会精神，2024年10月，集团启动了新一轮改革谋划，形成了《推动湖南广电新一轮改革的总体方案》。这一轮改革着眼于担负起新时代的文化使命，适应时代之变、行业之变，顺应芒果人普遍期盼，通过系统性变革和整体性重塑，破除体制机制积弊，释放创新创造活力，实现高质量可持续发展。为此，部署了9个方面的改革任务。方案在报经上级部门批准后将进入实施阶段。希望全体芒果人争当改革的拥护者、实干家、行动派，积极投入、蹄疾步稳完成各项改革任务，使湖南广电以全新姿态跨入新一轮发展周期。

我们要让新生代人才喷涌而出

广电湘军，薪火相传；芒果大业，人才为本。要厚植成长土壤，播撒阳光雨露，让人才的根系更加发达，一茬接一茬，一波又一波，像雨后春笋一样冒出来。通过全方位历练，造就一批新时代领军人才。加快新型人才队伍建设，构建专业化、多元化人才矩阵，加大年轻干部发掘使用力度，破除论

资排辈，不让明珠蒙尘。要培育人才新势力，通过继续办好“马栏山杯音视频算法”大赛、1%创意大选、“芒果青年说”等，让创意人才与技术人才共享C位。强化正向激励，让更多芒果青年在内容生产、平台建设、对外传播、技术创新、产业经营、公司治理等各领域当主角、担重任、挑大梁。要永远向一线倾斜，让听得见炮火的人有业务话语权，用广阔的舞台、良好的生态、可观的待遇，激励芒果军团代代相传、生生不息！如果用一棵大树来比喻，这个“163”工作思路中，使命任务是树干，六项重点是树枝，三大支撑是树根。芒果这棵大树，必须有遒劲的树干、繁茂的枝叶、强大的根系，才能蓬勃生长，柱木长天。

电视剧《人世间》有一句歌词：“草木会发芽，孩子会长大，岁月的列车，不为谁停下。”时代的车轮呼啸而至，滚滚向前，我希望新时代的芒果人都能搭上时代的高铁，去向心中的诗和远方。进而言之，我希望新时代芒果人如同一辆动车组，方向一致，目标一致，动力一致，在驱动芒果高铁奔腾向前中实现自己的人生价值。

让我们共同祈愿：时代向前，芒果向上！让我们彼此祝愿：新年新气象，新岁启新芳！在新的一年里事业顺遂、日子滚烫、长乐未央！

（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）

铿锵上行2025

湖南广电全媒体矩阵宣传报道全省两会

黄博

湖南省十四届人大三次会议和湖南省政协十三届三次会议分别于1月14日和13日在长沙开幕。为全面做好今年省两会宣传报道工作，湖南广电派出372名记者、编辑、技术、后勤保障人员组成前方团队，以“铿锵上行2025”为主呼号，集结湖南卫视、芒果TV、广播、经视、都市、爱晚、风芒、国际频道等组成全媒体报道矩阵，聚焦主线，打通会场内外，全面准确生动宣传湖南省两会精神，唱响主流舆论强音。

一、聚焦主线，生动展现思想伟力和湖南成就

湖南广电集团（台）各媒体紧扣习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大、二十届二中、三中全会精神、总书记考察湖南重要讲话指示精神这一宣传主线，紧紧围绕大会主题，精心策划，及时有序、全面准确做好各项宣传报道工作。

自2024年12月中旬起，各媒体即推出省两会预热宣传，《湖南新闻联播》推出系列报道《乘风破浪这一年》，全面回顾2024年湖南经济社会发展成就，展望2025；广播报道《账单里的中国 酸甜苦辣之2024》、经视专栏《湖南经济光明行》，展现湖南新质生产力发展成就和发展潜力。卫视、广播、经视还开设《人民的代表》《委员风采》《我从人民中来》等

专题专栏，推荐代表、委员履职先进事迹，及时准确做好省人大、政协相关新闻发布会报道。

两会开幕后，湖南广电集团（台）新媒体矩阵分别对省人大开幕会、省政协开幕会、“代表通道”“委员通道”“厅长通道”进行了直播。其中，湖南卫视从14日8:15起进行了长达160分钟的省人大开幕直播节目，邀请嘉宾总结2024年湖南发展亮点和挑战，同时派出多路记者前往省内重大项目和重大民生现场，进行现场连线或发回现场报道，新湖南、红网、晨视频等新媒体平台同步直播。湖南经视开设《直通两会大直播》，进行连续不断的大小屏直播，直击两会情况。

与此同时，各媒体发挥各自优势和特点，推出面向不同受众、各具特色的报道。广播交通频道《潇湘会客厅》首期“实干兴湘聚力出彩”主题访谈，全网观看量突破10万+；马栏山新闻两会微访谈《我在“县”场—2025怎么干》，聚焦产业发展和县域经济，全网阅读量18万；《村村响大喇叭》围绕政府工作报告中2025年重点工作分发9条拆条音频，向全省43万支村村响大喇叭进行传播。湖南经视观察式访谈《风风火火战经济》，分别从新零售、体育+文旅、文化+科技、演艺经纪等视角，看湖南消费市场如何打开想象力，系列新闻特写《从集市上带到两会的“小红本”》



《开启“线上集市”带村民吃上直播电商“红利”》《从职校校长到新媒体达人让更多力量进行海外宣传》讲好代表委员履职故事。爱晚频道融媒共推《青山人未老》报道，传递省两会上的“爱晚”元素。

二、创新评论，引领主流舆论风向

自两会开幕以来，《湖南新闻联播》“一天一评”，同时创新评论播报方式，引入数字AI主播“魏小芒”，并通过“湖南卫视新闻”视频号同步推送，扩大主流舆论影响力和引导力。湖南电台推出《继衡时评：湘声嘹亮，激荡美好蓝图新气象》，将全省人民政治生活中的这件大事的宣传做得更有深度。湖南交通频道两会特别策划《国生开讲·两会微观察》聚焦省政府工作报告民生实事，话题#湖南两会微观察#登上微博长沙热榜。湖南经视推出《金石平：乘势而上谱新篇》系列评论。

都市（风芒）推出新媒体评论《湖南为什么这么牛？》，抖音播放量21万，以及《风芒锐评：从“政府工作报告”能读出什么？》《从“新”出发，无畏上行》等评论，深入阐述湖南发展的底气与潜力。

三、融合发声，省两会新媒体报道爆款迭出

以芒果TV、风芒客户端，以及湖南卫视微博号、芒果TV抖音号、“湖南卫视新闻”微信视频号等12个重点账号为传播矩阵，实现新媒体报道共创共享、统一调配、精准传播。其中，毛伟明省长作政府工作报告拆条短视频《没有迈不过的坎 没有闯不过的关》登上抖音同城热搜第三位、快手主榜热搜第九位，成为湖南卫视快手号首条点赞过万的省两会新媒体产品；短视频《让乡村美 产业兴 农民富的愿景成为触手可及的生活美景》，登上13个地级



市热搜第3位；短视频《让科技创新成为湖南最活跃因素》，登上抖音长沙榜第5位，快手本地榜第4位。以上3条报道全网斩获热搜99个，累计热度值超5000万。都市（风芒）创意短视频《从“新”认识湖南》等，从不同角度深度展现湖南2024年的发展成果，入选抖音上升热点榜。都市频道（风芒新闻）推出的金句短视频《梁婕：洞庭湖成为候鸟的乐园》经人民网转发、省委网信办推荐后，成为湖南省两会期间唯一获中央网信办全网推送的作品。广播原创短视频《湖南要给乡村学校买30万台电脑》登上快手长沙热榜第一位，总阅读量551万。厅长通道《长沙上榜“2024全球100目的地”》登上抖音长沙榜第一位，热度值526.9万。

四、强化外宣，向全球讲好湖南发展故事

为进一步增强省两会在国际舞台上的“能见度”，湖南广电今年在海外传播平台，共上

线了省两会视频超过500条。其中，芒果TV国际APP、网页端的首页首屏以英语等8种界面语言为全球195个国家和地区推荐“2025湖南省两会”专题，向世界讲好中国式现代化的湖南故事，并以17种语言字幕上线纪录片《春山可望·巾帼篇》，同步在芒果海外YouTube上播出。芒果TV全平台播放量超1亿次。此外，湖南国际频道策划推出面向海外的《两会湘连世界》系列人物双语新媒体采访产品，在Facebook、X、TikTok等海外新媒体矩阵上刊发，重点聚焦港澳地区委员、海外列席代表，以及来自高新装备、低空经济、工程机械、浏阳烟花等核心产业的代表与委员，全面展示湖南核心产业在海外的成就与亮点。

（作者单位：湖南广播电视台宣传管理部）
编辑/刘凌

《2025湖南春晚》： 非遗焕新彩 年味“非”一般



《2025湖南卫视芒果TV春节联欢晚会》1月23日（农历腊月二十四）晚在湖南卫视、芒果TV、芒果TV国际APP同步现场直播。晚会收视、热度和口碑齐飞，中国视听大数据CVB、酷云、欢网收视位列省级卫视第1，对社会中坚、高学历人群有较突出

的吸引力。晚会热度非一般，全网传播总量47.3亿次，全网热搜超580个，热1超60个，#湖南常德河街年味好浓#、#邓男子把白蛇变成赵雅芝了#、#魏大勋数字穿越秀千年摩崖#等多维度话题热议，晚会口碑非一般，人民日报、新华社、光明日报、中国日报等超300家主流媒体点赞湖南春晚将非遗与现代科技、年轻语态、创新舞台相融合，让非遗无限贴近观众、走进观众，让非遗焕发出新的时代光彩、彰显深厚的文化自信。

燃情欢闹 年味非一般

晚会开场，伯远、蒋敦豪、苏妙玲、祝绪丹携手献上歌舞《春·禧》，朝鲜族长鼓舞、佤族木鼓舞、湘西苗族鼓舞等多民族非遗乐器精彩登场，非遗与现代舞台的完美融合开场即给观众满屏震撼与惊艳。时代少年团带来的《男儿歌》热烈红火，与非遗融合的热血国风秀点燃舞台，花样展现传统文化。赵雅芝经典重现，一袭白衣化身“白娘子”给观众送上蛇年祝福，并与化身“青蛇”的黄玲共同带来《一千年以后》，美丽动人、风情满满。在双春蛇年，李莎旻子和张可可新编《金蛇狂舞》，一首原创国风《金蛇》把酷飒中国风拉满。哈哈曹带来脱口秀《南北过小年》爆笑全场，带观众看见南北方多样民俗里的中国年。

刘欢与第六届刘欢原创音乐公益金获得者普阿山携手带来原创音乐《女神》，雄浑大气，充满力量，融合电子与民族元素，展现新时代华语原创的风采与自信。刘宇宁带来充满活力和能量的歌曲《彩虹的微笑》，用温暖歌声与明快旋律传递新年希望，用歌声送上最美好的祝福。魏哲鸣、



翟潇闻、郭俊辰带来的歌舞《是心动啊》，郭俊辰用《万有引力》勾起校园回忆，翟潇闻借《情非得已》点燃驾驶激情，魏哲鸣凭《热恋情节》唱出恋爱浪漫，最后三人合唱《女孩》，心动爆表。时代少年团置身梦幻城堡，唱响《还会再相遇》，音符跃动、青春无限，唱出与美好相遇、与更好的自己相遇、与万象更新新起点相遇的新年期许。

宝藏非遗 创意非一般

今年的湖南春晚以首个“世界非遗版”春节为出发点，透过春晚这扇窗，让观众看见非物质文化遗产的魅力，架起春晚这座桥，让春节文化走向世界、让中国文化与世界相连。节目创意纷呈，花样展现非遗魅力。黄圣依和西班牙弗拉明戈国际舞团带来世界非遗的合作秀《当弗拉明戈遇见湖南民歌》，热情的弗拉明戈遇见豪爽滚烫的湖南民歌《辣妹子》，通过非遗跨国联动展现文化交流互鉴、美美与共。数字穿越秀《千年摩崖》以科技赋能文化，节目中魏大勋化身数字修复师，与历史人物唐朝诗人元结及其好友颜真卿对话、与文物互动，探寻千年摩崖的数字焕新。张璇和湖南省京剧传承保护中心带来的戏曲《皿方罍·再无别离》选段，用京剧演绎“方罍之王”皿方罍流浪百年终得归的国宝回家故事，展现一段跌宕起伏的传奇归途。

晚会短片《河街闹春》和罗一舟、任敏、张颜齐走上蕴藏着丰富的非物质文化遗产的湖南常德街头，穿越千年，看万灯齐上、活色生香的烟火河街，罗一舟、任敏分别化身刘海哥、胡大姐，再现花鼓戏《刘海砍樵》，在8分钟超长非遗大秀里，花鼓

戏、桃源刺绣、麻质画、衡水剪纸、常德渔鼓、长嘴壶茶艺、慈利板板龙灯等20多种非遗技艺轮番登场，一轴绚烂的“非遗长卷”徐徐铺展，让观众目不暇接。晚会也将短片中的非遗代表请到现场，分享年轻人与非遗的故事，展现新时代的非遗潮流。国家级非物质文化遗产澧水船工号子的传承代表孙山清和田贞举用澧水船工号子给大家拜年。网友赞叹湖南春晚“展现锦绣河山的千年风华，传递中华非物质文化遗产的深厚底蕴”。

热烈生活 温暖非一般

春晚的舞台是百姓的舞台、是生活的舞台，湖南春晚始终与时代同频共振，展现百姓的奋斗姿态与热烈生活。晚会有青年火热创业的故事，短片《新年友晴天》聚焦一支在长沙扎根11年的创业团队，四位青年在湖南这片创业沃土上实现梦想、收获情谊，短片中创业青年的父母带着家乡味道惊喜现身长沙，父母们看到孩子们在长沙的公司发展红红火火、蒸蒸日上，是亲情的双向奔赴，更是青年人与理想之城的双向奔赴。

雷佳饱含深情献唱《人生路遥》，温情歌声延续创业故事短片情绪，人生路遥远，唯步履不息。晚会上还有温暖甜蜜的故事。小品《恋恋不忘》中，刘同、管乐、尹贝希、李治良用相亲中再续前缘的趣事，让观众从中感悟到爱情的真谛。陶喆带来歌舞《全世界都爱的歌》开启热曲连唱，首首经典，每一句都直戳心窝，让浪漫溢出屏幕；单依纯演唱《永不失联的爱》用纯净的嗓音演绎深情眷恋，给予观众爱的力量，温柔唤醒蛇年甜蜜；华晨宇带来《晨光里有你》，



用歌声传递出温暖与希望，给观众带来满满治愈。

过去一年每一个人都在辛勤的工作中闪闪发光，也在热烈的生活里奔赴山海。

“00后”脱口秀演员徐浩伦和谭湘文欢乐演绎《喜乐理发店》，一人带火一座城的湖南怀化理发师晓华在脱口秀表演中惊喜现身，让观众直呼“梦幻联动”，她和汪涵一起在现场通过剪纸为大家送上新春祝福，并给大锁现场理发更是给小年夜带来了一份别样的年味。

大锁、左小青、何欢、张维威、庄宇光带来的小品《登顶》，以国内文旅热为创作背景讲述了一个金牌导游、景区保安、混搭旅行团之间的登山奇遇故事，在欢笑中也向观众传递出“要登绝顶莫辞劳”的向上力

量，坚持向上高处自有答案。中国的大好河山也吸引着无数外国游客前来，晚会将“China travel”的热潮搬上舞台，刘忻、卡捷琳娜、李紫婷组成一支春节限定乐队，在锦簇花团中带来中文版、泰语版、俄罗斯语版的《美丽中国走起来》，动感十足、点燃现场。

2025年湖南春晚以非遗为笔触，绘就了一幅灵动多彩的新春文化画卷，赋予非遗新的生机活力，让全球观众在迎接春节的欢喜氛围中感受非遗的文化魅力与情感温度。

（供稿：湖南卫视）

编辑/刘凌

湖南卫视戏曲春晚的创新表达与价值意蕴

钟益帆 曾致

由湖南卫视、芒果TV双平台推出的首档剧情实景戏曲贺岁特别企划《2025湖南戏曲春晚》在大年初一火热出圈，晚会以“文化+科技”的视角，用新理念、新技术、新形式开展“戏曲+”的生动实践，以新潮的方式、灵动的创意、具有烟火的表达让传统戏曲精彩叫座。这场以“人间有戏共团圆”为主题的戏曲晚会，将封闭的表演以开放、多元、共建等多场景演绎，鲜明地将中华文化的精粹生活、艺术美学、情感表达融于一体，让人耳目一新，目不暇接。



一、独出心裁的表征演进

从上古时期的年终祭祀、岁末唱大戏，到现代社会的微信拜年，春节民风习俗在文化内涵上林林总总，形式多样，在社会生活中纷繁多元，在精神内核上始终不渝。戏曲承载着中国人特有的思维方式与情感叙事，鲜明地体现了中华文明的连续性和包容性，也集中体现了中国人的人伦情感 and 家国情怀。《2025年湖南戏曲春晚》整场晚会节奏紧凑、内容丰满、情怀突出、形式新颖，这亦是传统戏曲生命活力与艺术价值的显著证明。

（一）串联经典剧目的仪式流程

传统戏曲晚会的品类繁多、剧目多样，要将经典曲目融巧于思，汇集成一整台晚会实乃一大难点。《2025湖南戏曲春晚》通过去舞台化的设计，以实景演绎、情境构建、技术搭桥等手段，循着“寻找灶王爷”的线索，改变传统的报幕式以游戏化、戏剧化、生活化的方式将经典剧目一带出。如在月老包厢内，汪大厨（汪涵）与月老的对话，生动而又有趣地解读《马前泼水》《凤还巢》《四郎探母》《追鱼记》《刘海砍樵》《贵妃醉酒》《杨门女将》等精彩剧目，以解读者、体验者、观看者的身份使得传统戏曲的叙事张力得以进一步增强。类似的串联形式还有很多，主持人不再是报幕员，而是戏曲文化的当班人、值日生、解说员。整合晚会，主持人汪涵与靳梦佳以大厨的身份，刘佳颖则以嫦娥的角色置身于全知视角、体验视角，让观众的游戏观感、娱乐体验、视听触感得以提升，既起到了画龙点睛的作用，又彰显了天衣无缝的精湛，每个节目都在一幕又一幕折子戏的铺排延展中，展现出浓厚的家国情怀与烟火风味。

（二）深化文化勾连的共通情感

《2025湖南戏曲春晚》不是一场简单的文娱晚会，其节目场景非常丰富，铺陈开的正是一幅壮美的湖湘画卷。晚会打破传统封闭的舞台，传统戏曲的时空场景回归于烟火气、生活气浓郁的市井小巷，各路神仙走入寻常百姓家、踏入熙攘人流处，家人围坐打边炉、烹饪美食闹新春。在“神仙们”的带领下，湖湘风光的湘景、湘韵、湘情精彩绽放，将大家与小家、民族与世界深度勾连，缱绻共通的情感款款流淌于劳动人民明亮的眼神、欢乐的笑容、生动的脚步、真挚的祝福之中，将和美中国、喜庆团圆的文化氛围进一步提升，湖湘文化的金字招牌亦在一曲曲经典曲目中、一张张美好笑容里、一阵阵精彩欢呼声中频频擦亮。《2025湖南戏曲春晚》以神仙小厨为主要叙事场景，最终以祁剧《杨门女将·团圆》回归这一场景，将国泰民安、家人团聚、和美中华提升至文化共通的情感高度，让观众心领神会于“人间至味是团圆”这一共通主题。

（三）锚定传统文化的青春演绎

《2025湖南戏曲春晚》不同于舞台剧场的沉浸，秉承“去舞台化”的创作要求，该晚会更加注重参与感与体验感，以青春化视角激活传统文化的深邃与精深之处。在场景的切换上，室内外多场景、戏妆特效妆多变幻。值得一提的是昆曲创意秀《湘昆遇上世界名画》融合了AIGC、CG虚拟等前沿技术，实现了古今时空碰撞，从郴州苏仙岭到常德武陵源，场景变换之多使人称奇。更难能可贵的是青白二蛇走入世界名画场，蒙娜丽莎、掷铁饼者、思考者、人类之子、拾稻穗者等名画生动了起来，展现出赛博未来

感，做到了中外文化联通，让人感受到传统戏曲的生命力与吸引力。晚会中，传统文化的青春化表达，让观众感受到生生不息的文化张力。如《贵妃 Disco》节目中，中国戏剧梅花奖获得者、京剧名家张璇领衔的贵妃三人组在长沙国金中心纵情摇滚，戏腔演绎流行经典《王妃》《小美满》，传统文化的青春化表达，引发人们心底的美好共鸣。

二、独辟蹊径的创新之举

传统戏曲高雅精深，解读门槛高，在当代社会中面临着“曲高和寡”的困境。如何让传统戏曲被广大群众所接受喜爱，无疑是破冰出圈的关键所在。《2025年湖南戏曲春晚》独辟蹊径，创新表达形式，积极培植文化底蕴的沃土，让传统戏曲更加生动、更具魅力。

（一）场景化的舞台设计

从传统的仪式化舞台区走入寻常阡陌、人流熙攘之地，这种创新精神是其他晚会类节目鲜少能比拟的。从这个层面而言，湖南戏曲春晚就已经在创新上迈出了关键一步，节目着眼于让传统文化走入生活，无形间为传统戏曲开辟了广阔的舞台，也为演员的表演创作提供了更多的现实依据。众所周知，传统戏曲程式化、虚拟化程度较高，而戏曲晚会将虚拟进一步增强，让虚拟更虚拟，现实更现实。秀美湖泊、热闹市井、山水洲城的湖湘大地上，戏曲艺术再一次成为闪耀的东方艺术，带来的是强烈的视觉冲击、联通的是大众的文化脉搏，无数分化舞台场景真实而真切地从观众们身边掠过，让观众看到戏曲百花俏，舞台万象新的美好图景，归指

的是那份心心相印的美好温情与动人浪漫，镜头前观众笑靥如花，孩童眼神惊奇，情侣间比心示意，亦是最佳的印证。

（二）烟火气的人生观照

晚会关于烟火气的设定颇具匠心，从视觉画面上可谓用心之至，各路神仙在戏曲名家的扮演下，生活气息浓郁，有血有肉，当观众看到神仙们能开着玩笑，说得新潮词汇，再一次提升了节目的可看性，可以说节目的烟火气不仅上接天线，还下接地气。在戏曲晚会中，月老在苦恼、灶王爷不见影、神仙秀烹饪……一系列场景，正是以生活图景为观照，投射于人们丰富的精神世界。在晚会中，乌龟倒茶、梯子功、耍水袖、耍旗等绝活频频亮相，神仙们的生活又与百姓生活产生了勾连，怨偶变成了家人、离别终成团聚、谜底得以揭晓，烟火气的生活图景让人在合美团圆的气氛中感受到一种温情与感动。

（三）数智化的审美勾勒

2024年3月，习近平总书记在湖南考察时强调，探索文化和科技融合的有效机制，加快发展新型文化业态，形成更多新的文化产业增长点。《2025年湖南戏曲春晚》正是湖湘文化迈入新时期的一个缩影。这场晚会充分将AI、XR等技术融合创新，融合了传统与现代、经典与时尚，生动诠释了戏曲文化的视听精髓，既保持了其独特的艺术韵味，同时也与当代的审美情趣和国际视野紧密接轨。湖南戏曲春晚作为近年来少有的创新晚会，其文化逻辑与美学惯例为传统晚会的发展提供了一种全新的研究范式，这种思想性、艺术性、观赏性俱佳的演绎，通过文



化自信的全新表达，不仅强化了湖湘文化的认同感，更使得中国传统戏曲文化在全球文化交流中展现出独特的魅力。湖湘文化博大精深，传统戏曲源远流长，以数智化激活传统文化的审美内涵，自觉勾勒戏曲文化的精神之美，将为文旅产业开辟新赛道、提升人民群众幸福感提供更为强劲的动力。

三、独树一帜的价值意蕴

戏曲艺术是中国独有的综合性表演艺术，融文学、音乐、舞蹈、化妆服装造型、美术、武术、杂技等多种元素。其高度的程式化，写意的虚拟性，通过演员的唱念做打，构建出了超越现实的艺术时空。它不仅追求形式上的美感，更注重主题的开掘、内涵的呈现和情感的表达。《2025 湖南戏曲春晚》融众多戏曲种类、形式于一体，在声、光、电等方面匠心创新，以“人间有味共团圆”这一主题彰显出文化产业、集体情感、传统戏曲的深厚意蕴。

（一）丰盈文化传播的产业格局

本次戏曲春晚不同于宣读式、报幕式

的叙事推进，以“神仙打卡烟火人间，八方寻找灶王爷”为线索，两大主厨各率队伍寻找灶神，一个个拿手绝活缤纷呈现，毫不违和。值得注意的是，作为一部讴歌家国团圆一家亲的戏曲晚会，与此前的一大批春晚主题晚会一样，主要目的不在于时空叙事，而是通过经典曲目、文化情思，在将传统文化推近观看的同时，为观众寻得一个解释文化、阐明价值的位置。如在皮影街舞《孙悟空大战二郎神》中，孙悟空和二郎神在皮影世界里的激烈打斗，传统戏曲与现代街舞的融合，中式国潮的精彩风姿让人连连称赞；湖南省花鼓戏剧院优秀青年演员陈适宜、陶欢、董方圆、孙炫威携沉浸式幻境秀《新刘海砍樵》新奇亮相，掀起科技美学风暴。通过环幕投影与实时动捕技术，将刘海与胡秀英的经典爱情故事植入水墨丹青之境。演员们在数字绘卷中穿梭，衣袂飘飞触发花瓣雨特效，实现“人在画中演，画随戏而动”的震撼效果。该节目拓展了表现形式边界，让守正与破界完美并行，大获赞誉。这些无

不验证了文化传播的产业格局实现了美美与共、生生不息的传承，相信未来这种文化传播的产业格局将进一步丰盈，文化自信的大旗将迎风飘扬。

（二）形塑集体意识的情感建构

戏曲之所以让人回味悠长，成为承载观众集体记忆的文化富矿，是因为戏曲艺术根植于中国大地、厚植于中华文明的沃土，是劳动人民生活的真实写照，是中华民族崇尚正义、向善向美心灵追求的再现。艺术来源于生活，又高于生活，戏曲晚会以团圆饭这一核心命题为主线，传统佳节话团圆这本身就是中国人集体意识的情感仪式。节目选取代表性的折子戏歌颂劳动人民的爱情、亲情、友情，展现劳动人民喜悦、自豪的情感，当戏腔唱起，中国人血脉里的自信喷薄而出，当精美服饰闪耀眼前，中国记忆里深邃情感无不跳动，当熟悉的三湘四水得以具象化、图景化，人们便在这种构建的集体意识中获取情感的温存、家乡的眷恋、命运的与共。如《当湘昆遇见世界名画》带领观众回到申遗成功的第一个中国春节，小白和小青穿梭于世界名画中，与世界友人情感互动；《贵妃Disco》中，戏歌新唱，飒爽英姿展现长沙文化新魅力；《新刘海砍樵》场景化爱情故事扣人心弦，植根于心中的集体情感丰富又饱满，生机无限。

（三）赋能传统戏曲的生命活力

据导演杨子扬、刘樱介绍，从整体目标设定、创意方向探索、节目编排巧思到拍摄方式创新，多维度全方位展现出了独特的构想。此次戏曲春晚较往年最大创新点在于“去舞台化”，内容上更注重实景效果、剧情创意与文旅融合，形式上更注重短视频传播、抖音等宣传平台推广，效果上更注重传统戏曲与现代生

活连接，实现戏曲美学普及和大众传播。团队紧扣湖湘戏曲的“烟火感”，以形式上的“反差感”和情感上的“情怀感”为三大创新着力点，匠心独运。本次晚会全戏曲装扮人数达200以上，戏服数量达400余套，晚会以惊人的想象力、贴合的剧情化设计，将传统非遗以科技创新的形式呈现，让传统闪光，让文化闪耀，激活年轻一代的文化基因密码，可圈可点。如湘剧《追鱼·2025》场景精巧，让古老的故事在新时代焕发出新的魅力。以梅花奖获得者、祁剧名家肖笑波领衔主演的《杨门女将·团圆》在展现传统戏曲技艺的同时，将和美中国的意蕴生动呈现，传统戏曲的生命活力进一步提升。

《2025湖南戏曲春晚》在创作上，紧扣时代脉搏，坚守青春化、时代感的传播理念，寻求传统文化的创新路径，挖掘湖湘儿女最深厚的文化记忆，在传统与现代、历史与当下、文化与科技方面紧密结合，成为人民群众欢度春节的“新年俗”，更是全球华人“天涯共此时”的深厚情感纽带。文化为科技铸魂，科技为文化添彩。《2025年湖南戏曲春晚》是中华优秀传统文化创新发展的一次有效尝试，我们期待着中华优秀传统文化复兴的巨轮继续破浪前行，更加用心用情地创作节目，融合现代科技与多元文化元素，让戏曲艺术更接地气、更富灵气、更贴时代，为古老的戏曲艺术赋予新的动能与生机。

（作者钟益帆系湖南广播电视台宣传管理部部长，
曾致系湖南广播电视台播音指导）

编辑/刘凌

一台充满科技感、湖湘风、芒果味的 “喜乐新品发布会”

陈征宇

伴随着“正月十五，上元佳节，天官赐福，普天同庆”的吆喝声，《2025湖南卫视芒果TV元宵喜乐会》在一场还原古风韵味、再现古法技艺的元宵灯会中拉开了帷幕，用满满的诚意，为观众奉献了一台充满科技感、湖湘风、芒果味的“喜乐新品发布会”。

一、科技感

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。湖南广电积

极推进“文化和科技融合”的探索实践，力图以发展新质生产力、新质传播力推动内容、平台、产业的全面升级，立志做“最懂文化的科技公司和最懂科技的文化公司”。

本次元宵喜乐会，自然也少不了文化和科技的相互赋能和双向奔赴。比如在开场秀《喜乐开新》中，不仅有变脸、吐火等非遗传承的精彩展示，也有机器人、机器狗、机器舞狮的倾情加盟。在人与机器的互动中，营造出“元夕灯初上，古街巷，处



处好风光；孩童嬉闹忙，提灯闯，天真映脸庞；罗扇轻摇处，曲悠扬，月满映琼觞；浮圆子飘香，狮舞昂，喜乐漫街巷”的浓郁节日氛围。只见一众机器生灵，在导演组精心打造的、充满传统上元佳节意味的场域里，伴随古色古香的歌词，跟着主持人和演员开心地左右摇摆舞动，甚至还炫出前后空翻、倒立等绝招，真是好一派“彩灯高高挂，乐无疆，明月照团圆”的其乐融融，“人潮涌动间，情悠长、梦飞扬”，人与科技欢乐共舞，“相携同赏此良辰，喜乐开新章”。

此外，创意诗画秀《人间最值得》联合山海APP，运用AI图生视频，将现藏于中国国家博物馆的《明宪宗元宵行乐图》展卷于荧屏前、舞台上。在科技的助力下，一整幅行乐图都活了起来，只见画中“烟火高照”“街巷热闹”，画中人物不是在“赏百戏韵悠长”就是在“放锣鼓声调喧”，个个活灵活现、栩栩如生，将观众带入“一盏花灯祈愿岁月，月圆花又好；火树银花车水马龙，星夜守良宵”的诗情画意，带领观众穿越千年，去一同感受元宵节这一有着2000多年历史的新春佳节的人间美好。而观众在欣赏节目，“放良辰良友并良景，与我多圆满”的同时，还可以通过“山海映真AI”小程序，实时生成专属古风形象融入节目场景，实现线上线下、传统文化与现代科技的奇妙互动。

二、湖湘风

据媒体报道，2025年春节假期，湖南累计接待游客5395.51万人次，同比增长46.37%；其中，省外游客1642.32万人次，同比增长31.95%，占游客总人次的比重超三成。长沙更是跻身多个OTA平台春节跨省热门目的地前

十，入境游订单量同比增长98%，接待入境游客人次同比增长71.05%。

而网红长沙、网红湖南长红的背后，离不开本土媒体的大力宣传。湖南广电近几年相继推出《去“湘”当有味的地方》《湘行漫记》《衡山论道》《生我养我的地方》等一系列围绕湖湘名人、盛景、美食的节目。2025开年，更是配合湖南努力打造大学生创业热土、年轻人友好省份发力，推出全新创业综艺《夺金2025》，向全国乃至全球大学生发出来湘创新创业的热情邀约。元宵喜乐会这么隆重的场合，又怎么少得了湖湘风味呢？于是一组由湖南本土著名音乐人袁树雄、本土说唱组合C-BLOCK盛宇、本土女子歌唱组合芳华弦歌带来的歌曲串烧《长沙超幸福》，让观众既听到接地气的湘音、又感受到火辣辣的湘情，“美食好恰、长沙城好玩”“人间烟火激情流淌着千年风华”，就像主持人何炅说的：这湖南幸福满满的烟火气，仿佛都要伴着歌声、隔着荧屏满溢出来了。

本次元宵喜乐会还请来了邵阳妹子吕艳婷，长沙伢子徐浩伦、谭湘文，还有长沙黄大妈，他们都从湖南走向了全国甚至全世界的舞台。大学副教授吕艳婷，更广为人知的身份，是正当红的国漫之光——哪吒系列电影中小哪吒的配音者，她一张嘴，观众便自动带入到超燃的电影场景。徐浩伦、谭湘文是网络脱口秀综艺年度冠军，在2025央视春晚和湖南卫视芒果TV小年夜春晚上均有佳作，二人此番化身一对逗霸父子，操着一口湖南塑料普通话，把观众逗得开怀大笑。黄大妈同样是因网综走红的脱口秀演员，她人老心不老，一个劲儿地跟何炅CUE幸福长沙、幸福湖南：湖南房价很低，米粉好恰，湖南人有味爱玩……生生把个

节目串场整成了脱口秀。

三、芒果味

芒果台的晚会，芒果味是绝壁少不了的。元宵喜乐会上，一众与芒果相关的艺人表现十分亮眼。去年惊艳亮相元宵喜乐会舞台，并在《乘风2024》持续出圈、引发超高关注度的越剧演员陈丽君，联手京剧老生张弛带来戏曲音乐剧《大圣新章》，奉献了一段跨越剧种的戏曲创演佳话，表演视频收获10多万点赞。因参与《声入人心》而被大众所熟知，之后继续活跃在各大芒果综艺的周深和黄子弘凡，一个用《好风起》诠释相信的力量与实现梦想的勇气；一个通过吟诗、唱和夸赞月满人团圆、《人间最值得》。曾是天天兄弟的大张伟，用一曲魔性的《吉光大喜宙》唱嗨了整个晚会现场，让每个人都坚信：吉祥的光会永远环绕着自己。

南波万是整台晚会的人气组合之一，其主要成员来自清华大学、北京大学、中国传媒大学、约翰斯·霍普金斯大学等国内外名校，因《名侦探学院》《密室大逃脱·大神版》等一系列芒果TV推理综艺而为人熟知，被称为“高学历、高颜值、高智商”的“三高”学长。芒果台不仅为其量身定制了《跳进地理书的旅行》《森林进化论》《南波万的聚会》等综艺，更将南波万周边打造成了小芒电商爆款。穿在晚会舞蹈演员身上的No.1联名款棒球服，推出3个月单品销量即突破10万件；自营服饰品牌“南波万”，仅用一年时间便成长为GMV超2.7亿元的潮流服装品牌；南波小兔玩偶6个月累计卖出超10万只，单品冲进毛绒玩偶行业前十……这些IP内容商业变现新模式的开创，正体现了芒果生态的丰富多样与多元

互通。

芒果的造星能力毋庸置疑，也非常乐意平凡人提供舞台。从2005年《超级女声》由一档节目演变成引发全民狂欢的文化现象开始，一批又一批怀揣着梦想的年轻人，在芒果的舞台上绽放光芒。这场元宵喜乐会，有前艺术体操国家队队员、双胞胎鲍语嫣、鲍语晴领衔带来的，青春活力满满、未来和科技感十足的创意体操秀《闪闪发光的我们》；歌手严庆则带领外卖小哥、话务员、小吃店主等各行各业的素人，一同唱响《不要慌，太阳下山有月光》。最值得说道的，是三个看起来毫不相关的人：法语翻译、咖啡师、杂技演员，因为对魔术的热爱相聚在元宵喜乐会的舞台上，这是他们第一个正式的舞台，也不得不佩服芒果台敢于在这么隆重的晚会上，为来自民间的魔术爱好者提供首秀舞台。当《马戏之王》的音乐响起，观众在那一瞬间“被热爱点燃”，绚丽的舞台预示着“奇迹无所不在”，人们随着魔法秀“舞动快乐的节拍”“纵情燃烧只为心中热爱”。芒果用一场看似《不可思议》的魔术表演告诉人们：只要心怀梦想、努力追梦，梦想总有实现的那一天！

总之，文化+科技的助力，使得晚会酷炫十足；地域色彩浓郁的节目，让晚会打上了深深的湖湘文化烙印；而对普通人的尊重，则彰显出芒果台根植于心的人文关怀。正是科技感、湖湘风、芒果味的相互融合、相得益彰，构成了一台重情重义、有情有义的元宵喜乐会。

（作者系湖南广播电视台一级文学编辑）

编辑/刘凌

芒果综艺“出海”的策略与启示

徐青毅

文化出海是展示中国形象、彰显国家影响力的重要途径。综艺节目作为文化出海的重要载体，凭借其通用的视听语言、创新的节目模式、独特的文化价值，吸引全球受众的目光，成为中国文化“出海”的一股不可忽视的力量。近年来，中国文化“出海”明显加速，已发展成为国际传播不可忽视的力量。其中，综艺作为文化产业的重要组成部分，出海动力愈来愈强。随着国内互联网流量红利逐渐消退，内容市场进入存量竞争时代，布局内容“出海”，或成新发展空间和新增量市场。

一、芒果综艺的“出海”途径

湖南广电作为有着较大影响和独特气质的主流媒体，一直高度重视海外传播，在讲好中国故事、塑造并传播中国形象方面积极作为，以优质内容直接输出、优质内容版权输出、优质内容合作共创三种形式为主要途径，形成从输出到共创的综艺内容生态建设样板。

1. 优质内容直接输出。在中国文化内容“出海”的浪潮中，一直以来主要坚持“借船出海”策略，即通过YouTube等国际互联网平台传播内容。但芒果综艺“出海”则是通过“借船出海”和自建平台“造船出海”的双轮驱动，将优质内容直接输出海外。在优质内容规模化出海的同时，自建平台也在海外市场站稳脚跟，内容和平台双输出让芒果综艺获得更高关注度。2009年，湖南国际频道在中国香港上星。2017年，湖南国际频道高清信号首出国门，成为省级卫视国际频

道首个中国文化内容输出海外且实现多地覆盖的频道。近几年，湖南国际频道整合湖南广电旗下湖南卫视、芒果TV、金鹰卡通、金鹰纪实等平台精心制作的一系列精品综艺，如《快乐大本营》《天天向上》《花儿与少年》《向往的生活》《中餐厅》等等，采用英文解说、中英字幕等多种语言表达方式，通过湖南国际频道覆盖全球230个国家和地区近4000万用户。2013年，芒果TV借力“一带一路”发展机遇，在YouTube上开设专门频道，搭建矩阵账号，探索借力海外流媒体平台进行芒果综艺内容的输出。芒果TV是最早在YouTube开设频道运营的国内媒体，目前，已经拥有30个YouTube频道，其中“湖南卫视芒果TV官方频道”，目前订阅总用户已超2200万，且观看量常年位于华语内容前列。芒果TV YouTube频道一方面通过每周综艺资讯的速递首推，帮助海外用户及时掌握芒果综艺最新动态；另一方面通过中英文标题的设置、英文字幕的加载，有效提升热播节目的搜索量和观看时长。在2024年的新上线综艺内容中，《歌手2024》在海外掀起了“歌手风”，美兰德数据显示，《歌手2024》正片及短视频在“湖南卫视芒果TV官方频道”上播放近3200万次，节目热议用户中海外用户占比11.7%，海外网友高赞节目制作用心、真实呈现音乐竞技。2018年，芒果TV打造国际版App，建立内容“出海”的全媒体矩阵。覆盖全球超过195个国家和地区，支持6种界面应用语言和17种语言字幕切换，拥有超过1500部节目，共计15万个小时的内容库。2024年

大力实施倍增计划，实现了1.9亿App下载量，成为中国文化走出去的重要窗口。

2.优质内容版权输出。2015年，在政策和市场的双重驱动下，湖南广电重点支持原创节目的研发，并把IP版权视为核心战略资源，并作为资产来经营，最大化地释放版权价值。湖南广电有130多部作品发行海外，以芒果TV为例，近年来平台先后输出《歌手》《中餐厅》《声生不息》《妻子的浪漫旅行》等综艺节目。2022年，《声生不息》（港乐季）发行至北美、新加坡等国家地区，2022年9月在北美KTSF26播出。2023年，《乘风2023》以中华文化自信打开女性奋斗的“世界版图”，被600多家国际媒体推介，节目模式版权成功输出越南。《乘风破浪》越南版于2023年10月底在越南国家电视台VTV3和芒果TV同步播出，节目播出后连续15期收视登顶，荣获越南国家电视台年度最佳综艺节目奖，同时以33家赞助商的数量创下越南综艺节目招商之最。2024年，湖南广电启动“芒果出海2024行动”和芒果TV国际版App用户规模“倍增计划”，加大版权输出力度，持续推动芒果综艺模式版权出海，进一步提升国际传播效能。

3.优质内容合作共创。芒果自制综艺精品频出、成绩斐然，凸显了湖南广电节目制作团队实力强劲，其节目创意、拍摄制作、运营策略等多维经验逐渐被海外媒体关注与青睐。所以，除了输出芒果综艺外，湖南广电还配合国家外交大局，承担国家使命，积极与海外媒体进行全方位、多类型的交流合作，推进海外共研创制精品，推动中外文化交流互鉴。2019年，芒果TV与Discovery联合推出全球首档跨国共创职业体验纪实真人秀节目《功夫学徒》，节目选取中国九大创新前沿产业，以点带面式地展现了中国的产业变革和技术创新。2021年芒果TV推出全景音

乐竞演综艺《披荆斩棘的哥哥》，带火“大湾区哥哥”。之后接连推出《我们都是追梦人》《大湾区的夜》等一系列以“大湾区”为题材的综艺节目，让“大湾区”在国内外得以推广。2022年，芒果TV、湖南卫视、TVB联合推出港乐竞唱献礼综艺节目《声生不息·港乐季》，召集16位歌手，改编演唱港乐传世金曲，完成港乐的新时代表达。节目在香港TVB及旗下马来西亚、美国、新加坡、加拿大等多个国家和地区播出。同年，湖南广电与马来西亚首要媒体集团旗下8TV合作，创制音乐类综艺节目《茜拉音乐汇·第二季》；与中国驻比利时大使馆合作制作《味在云端》节目；与法国主流媒体合作的《大地颂歌》访谈节目登陆比利时和法国主流媒体，获得了相关部门的高度赞誉。芒果TV与越南头部媒体集团YEAH1达成战略合作，推动《乘风》后续系列、《披荆斩棘》《妈妈是超人》等芒果IP的越南版于年内上线播出。同时，YEAH1旗下电视台将在其两小时黄金档中搭建“芒果时段”，并在未来将其升级为“芒果频道”。

二、芒果综艺“出海”的底层逻辑

综艺节目“出海”，不仅是节目版权的国际贸易，更是文化全球化的问题。也就是说，以文化为价值，为全球化战略所引导，是综艺节目“出海”背后的深层次逻辑。特别是在世界百年未有之大变局的背景下，综艺节目“出海”的战略依旧在于推动多元文化在全球化的场域中交流与融合，推进全人类文化在文明互鉴中实现共同进步。

1.芒果综艺内含中华优秀传统文化基因。成功出海的芒果综艺往往是以中国文化为基础，把准文化审美与情感的共同“风向”，让身处不同地域、不同环境、不同文化的受众，能最大限度

地在审美和情感上同频共振灵魂共鸣。在《乘风2023》中，节目以音乐和舞蹈为载体，将中华优秀传统文化的精华注入文艺创作中。《乘风2024》则不断拓展参赛边界，邀请来自世界各国的女性成员呈现风格迥异的多元化舞台，也让不同类型女性的精神风貌与力量得以展现，推动世界各国间的优秀文化交流互鉴。在纪录片《中国》第三季中，节目以中国画表现中国史，以情意再现的方式表达中国所独有的东方意蕴，不仅内容有深度充满趣味，而且巧妙地将历史真实性、观赏性和艺术性融为一体，让大家可以一睹中国传统文化的独特魅力。

2. 芒果综艺遵循全球性叙事的方法论。综艺节目的生命力在于突破空间界限的艺术共通性，在于抓住人性深处的共通情感。一直以来，芒果综艺在坚持正确导向的同时，都有一种创新的面貌，都有一种活泼的青春气质，都善于将音乐、舞蹈等艺术形式运用到极致，都善于运用明星嘉宾传递正向价值。这样的一些特点，让芒果综艺在海外传播时天生具有亲切感、共情性。《歌手》以歌为媒、以歌会友，先后邀请近20个国家和地区的歌手担任节目嘉宾，节目在相关国家和地区播出后掀起全民关注的“中国音乐旋风”。《中餐厅》节目以美食为媒，走进泰国象岛、法国科尔马、意大利陶尔米纳等国家城市，在异国文化的碰撞中传播中国美食文化魅力，拉近了当地民众与中国的距离。

三、芒果综艺“出海”的制胜因素

国产综艺“出海”的先决条件依旧是内容本身。如何打造既有文化底蕴又符合国际主流文化审美的内容，讲好中国故事，向全世界展现真实、立体、全面的中国，是国产综艺“出海”面临的时代课题。

1. 奠定输出基础。原创力、创新性是综艺节目的生命力之一。近十年，国产综艺经历了从依赖国外模式，到原创节目百花齐放的转变，中国综艺原创力量崛起。越来越多高品质原创综艺节目在国际传播中能够形成具有中国独特品牌特色的IP，为后续版权输出和IP开发奠定坚实的基础。如《声临其境》，通过配音这一独特的艺术形式，将声音艺术与全新的综艺节目形态结合，从浮躁的市场中脱颖而出，成为综艺节目的一股清流。因其原创性的综艺模式以及独特性的文化内核，被英国发行公司The Story Lab关注并购买了其国际发行权。《声临其境》的成功“出海”不是偶然，是节目制作团队敢于创新、坚持原创，致力于制作有影响力、有传播力综艺节目决心的体现。

2. 满足用户需求。一批传播海外的综艺节目在创制过程中秉持国际化的视野，在主题设置、参与嘉宾、拍摄场景等方面与世界接轨，推动中外文化的交流互鉴。《我的青春在丝路》邀请节目拍摄地的青年担任嘉宾，以他者视角切入，从世界到本土，再从本土到世界，讲述中国故事，能有效满足海外受众的观赏诉求和欣赏品位，以及潜移默化，润物细无声地将作品中蕴含的中国文化、中国价值、中国理念传播开来。湖南卫视《中餐厅第七季》前往首个加入“一带一路”倡议的欧洲国家匈牙利，在首都布达佩斯开店，获得匈牙利国家旅游局、匈牙利国家电视台等多家机构的专题报道。节目录制的场景处处体现中国风：青花瓷餐具、中国红印章、大熊猫摆件等，而整间餐厅红绿相间的装修配色，也取自匈牙利国旗的颜色，预示着中匈文化的相互融合。

3. 以年轻化融入主流受众。在数字化与全球化背景下成长的Z世代是传播的主体力量，影响着社会发展和国际格局变迁。他们既是主要传播

对象，也是主流受众群体。他们对中国文化感兴趣，对中国形象没形成刻板印象，有利于塑造新时代中国国家形象，增强国际话语权。芒果TV推出的青年国际舞台文化交流节目《百分百出品》，以其独特的ZtoZ节目模式和创新的观念，积极呈现中国Z世代热血逐梦的青春表达。节目摒弃常规，邀请多支国际女子新人团体，与张艺兴旗下的舞台见习生展开多种形式的舞台交流赛，实现多元文化的充分碰撞，得到国际年轻受众的盛赞。

四、芒果综艺“出海”的启示

1.提高文化自觉。在世界文化激荡的大潮中，国产综艺如果选择当追赶者，结果只能是被冲刷，被淹没，被淘汰。只有立足本土文化、挖掘本土文化，锻造有文化内涵的精品内容，才能在文化激荡中站稳脚跟，这需要一种清醒的“文化自觉”。一方面要充分盘活中华优秀传统文化资源，推动中华优秀传统文化创造性转化；另一方面要在融入中国传统文化基因的同时嫁接各种不同的社会议题和表达，强调人文关怀和价值深度。综艺“出海”既要讲好自己文化之精华，也要包容欣赏外国文化之精华；既要走到中国历史深处，让沉寂已久的传统文化再次发出声音，也要以开放的姿态与不同国家文化交流互鉴。如此才能更好地挖掘、创造现代的中华文化，让综艺节目有更深厚的文化内涵、更持久的生命力量、更广阔的认同潜力。

2.开拓国际表达。亟须拓宽在国际市场的言说空间，即从本土性、主体性、现代性出发，开拓中国文化的国际表达，增强跨文化视角下的多元叙事能力，消除文化上的“傲慢与偏见”，思考如何把“有意义”变成“有意

思”，把“重要的”变成“需要的”。好内容要跨越语言障碍、地域障碍、国际障碍，着眼于共通价值观，向世界传播，给外国受众带来感官上的愉悦和情感上的享受。站在面向未来的视角，节目的生产与传播搭载先进智能技术，是深化国际表达的有效方式。比如，节目研发团队利用大数据、人工智能，收集和分析全球热门综艺的内容主要倾向、内容表达共性与海外受众的内容偏好、消费习惯，同时收集已“出海”综艺节目的正面与负面评价，针对性规划改进思路，修缮节目框架，提升节目海外落地率、收视率；同时，在节目中适当融入创新技术，提升节目质量和竞争力。

3.推进双向开放。综艺“出海”要用好行业国际交流平台，如戛纳电视节。既要不断地积累优质的原创综艺节目模式，又要拓宽宣传渠道和路径，提升在海外市场的认知度和影响力，以期更好地与全球市场进行对接。同时，在互联网成为连接全球的基础设施的当下，要利用好国际社交平台，建立多渠道传播矩阵，做好节目的宣传和推广，以便更好地融入全球价值链。要坚持“引进来”与“走出去”并重同行，致力于双向开放、内外互促。引进海外成功节目模式可站在其肩膀上拓宽自身的视野局限，从而迅速提升自身实力。输出原创节目模式能全面提升国际合作中的参与度、连接度与影响力，能够塑造中国形象、消解西方偏见和误解，为世界架起一座重新了解中国的桥梁。

（作者单位：芒果超媒股份有限公司）

编辑/刘凌

DeepSeek对广电视听的启示

赵京文

近期，人工智能大模型公司DeepSeek（深度求索）凭借其低成本高效推理的大模型，引发了社会各界的广泛关注。在政界、科技界、金融界、传媒界等多个领域，DeepSeek所带来的“蝴蝶效应”正悄然展开。对于广电视听行业而言，DeepSeek的出现恰似一缕春风，为我们在技术、内容、产业等多层面的“深度求索”注入了新的动力与活力，也带来了诸多启示，值得深入剖析与借鉴。

首先，坚持成本效益与技术创新并重。

DeepSeek以低成本复现了当前最先进的模型，在成本创新方面展现出的巨大潜力，对于背负大量设备等“重资产”的广电视听行业提供了新的转型机遇和发展思路。通过优化算法结构和开源生态，DeepSeek成功将训练和推理成本大幅降低，仅为OpenAI等同类产品的5%~10%。这一成本优势，对于技术资源有限但内容需求庞大的广电视听行业来说，无疑具有巨大的吸引力。

不少广电视听机构已经面临着高昂的运行维护成本和巨大的技术更新迭代压力，若想涉足AI大模型研发和应用领域，往往还需要购置昂贵的计算设备、处理海量的数据、承担漫长的训练周期。DeepSeek的出现打破了这一局面，其创新的稀疏激活混合专家（MoE）架构，仅激活与任务相关的参数，

算力消耗相比传统架构降低约90%，极大地提高了推理效率，减少了对昂贵硬件资源的依赖。

同时，DeepSeek的开源生态模式，允许开发者自由获取、修改和使用其代码，借助全球AI开发者社区的力量，不仅降低了研发成本，还提升了迭代速度，使得市场主体能够基于DeepSeek进行二次开发和定制化，快速推出符合自身业务需求的AI应用，无需从零开始研发，大大缩短了产品研发周期，提高了市场响应速度。这种低成本、高效率的模式，为广电视听行业的转型发展提供了极具价值的借鉴，也提供了一种轻量化、高效化的数智化技术路径。

其次，数据价值挖掘与高效利用至关重要。

DeepSeek的高质量语料库是提升模型性能的关键所在。在使用DeepSeek-R1时，我们能明显感受到其生成内容的“人味”，语言较之同类产品更加优美且富有哲思。这背后，是DeepSeek创新数据蒸馏技术的功劳。通过自动识别高价值数据片段和对抗训练生成合成数据，DeepSeek实现了训练效率的大幅提升，同时将高质量代码数据的获取成本从每100个tokens的0.8元降至0.12元。

广电视听行业本身拥有海量的高质量、大规模、安全可信的语料和视听数据资源，是AI大模型应用的“沃土”。通过深度学

习，广电视听行业可以进一步提升大模型的智能分析和生成能力，更好地满足垂类需求，为用户带来更加优质、个性化的视听体验。行业也应更加重视技术迭代引发的内容、网络、数据安全风险，提高全业务安全保障水平。

再者，开放融合才能实现互利共赢。

DeepSeek的开源模式和支持在消费级硬件、端侧部署的特性，降低了AI应用部署的技术门槛。与一些先行者选择封闭的技术路线不同，DeepSeek将代码、模型权重和训练日志全部公开。DeepSeek创始人梁文锋认为，“在颠覆性技术面前，闭源形成的护城河是短暂的。即使OpenAI闭源，也无法阻止被别人赶超。”这种开源精神也为整个行业带来了更多的创新机会和合作空间。

自DeepSeek推出以来，包括英伟达、微软、亚马逊、华为等在内的国内外众多芯片厂商、云计算厂商、软件厂商以及终端厂商纷纷宣布部署上线，提供原版或蒸馏小尺寸版本。DeepSeek的这一特性使得广电视听机构能够在本地环境中高效处理数据和生成内容，有望降低运营成本，提高数据处理的灵活性和安全性。同时，DeepSeek的高性价比模型也使得更多企业有可能在端侧设备上部署AI应用，推动终端设备的智能化进程。例如，微软推出针对NPU（神经网络处理器）优化的DeepSeek-R1模型，支持Copilot+PC等设备，实现了半连续运行的主动智能体验，为智能手机、汽车等端侧设备提供了高效的本地化部署方案。这也将为广电视听行业带来更加便捷、高效的内容分发和交互方式。这启示我们，推动跨领域合作与多元化发展是广电视听行业拓展业务边界、实现可持续发展的关键。

最后，还应关注DeepSeek独特的组织机制和人才管理理念。DeepSeek不受制于短视商业逻辑，采用扁平化管理，摒弃繁琐流程，让团队成员自由调用资源，专注于技术创新。同时，DeepSeek在选人用人上不迷信学历和背景，注重人才的基础能力、好奇心和自驱力，吸引了一批真正热爱技术的“朴素探索者”。据报道，DeepSeek-V3模型的关键训练架构MLA最初源于一位年轻研究员的个人兴趣。正是这种对个人兴趣的尊重和鼓励，使得DeepSeek能够从一个小小的兴趣点出发，组建专项团队，开展大规模验证与攻关，最终取得了突破性进展。

梁文锋曾表示，“我们创新缺少的不是资本，而是信心，以及组织高密度人才的能力，调动他们高效地进行创造力与好奇心驱动的创新。”为加快适应信息技术迅猛发展新形势，广电视听行业同样需要这种创新定力和高效的协作机制，建立适应全媒体生产传播的一体化组织架构、业务流程，建立灵活的用人机制、畅通的晋升渠道、有效的激励机制，更加注重人才的创新能力和内在驱动力。

当技术的变革席卷行业，DeepSeek的破局之道为广电视听行业提供了新的发展思路。站在AI大模型推动的范式转移临界点，广电视听行业既要保持对技术发展的审慎洞察，更要把握这场由底层架构革新催生的机遇，借鉴DeepSeek式的创新经验，以“深度求索”的勇气直面挑战，努力开创广电视听高质量发展的全新局面。

（作者单位：国家广播电视总局发展研究中心）

编辑/刘凌

“小红书事件”对湖南文化传媒行业的启发和机遇

罗正茂

“忽如一夜春风来、千树万树桃花开”，因美国政府1月19日对TIKTOK进行封禁，数以万计的“TikTok refugee”（TikTok难民）涌入小红书平台，“中美网民赛博对账”“中美网民建交”“美国网民学中文”等频频上热搜，“泼天的富贵”一下子砸中小红书平台，小红书的国际化之旅被快速地推到风口浪尖。受此影响，欧洲、日韩、东南亚等国网民也都在跟着涌入小红书平台，“小红书事件”成为2025年开年最值得关注的跨文化传播事件。

湖南作为文化传媒大省，当前正在积极推进“文化和科技融合”工作，面对传媒行业“百年未有之大变局”的现象级事件，理应主动研究，创新结合，有所作为。

一是建议党委政府相关部门积极应对。“小红书事件”对地域宣传、文化旅游、国际交流、对外经贸、媒体变革等诸多方面产生深刻影响，《哈尔滨文旅》小红书上介绍东北冰雪旅游，沈阳开洪区文旅局副局长双语介绍东北大米在小红书上出圈，清华、北大、哈工大等高校都在小红书上开号，众多网络名人也都涌入小红书平台。小红书月活已达3亿，平台呈现高学历、年青态、女性化、消费强态势。面对如此高成长性媒体平台，我省的相关部门有所行动，但还未成体系。当前，湖南正积极推进文化和科技深度融合，全力建设对年青人友好省份，建议党委政府相关部门迅速行动、主动研究，体系推进，加大湖南形象在小红书上的宣传和出圈，抢抓对外宣传的黄金窗口期。

二是在文化和旅游方面积极探索。当前，文

化和旅游结合正在成为拉动国内消费的主力军，去年中国政府推出的144小时免签政策，吸引大量的欧美等国网民到中国旅行，中国的美景美食、安全环境、高铁地铁、便捷支付、善良可亲的国民得到了国外网民的大赞，备受欧美主流媒体妖魔化的中国形象，正通过欧美网红们的镜头重塑，受此启发，中国政府去年12月17日，将过境签由144小时延长到240小时，在此大背景下，“小红书事件”进一步推进中国文旅在海外的出圈。长沙、张家界等地在海外有一定的知名度，春节后可以主动作为，在小红书上创新推出系列作品，宣传好湖湘文化、美景美食、风土人情，承接好首波对外宣传红利。

三是推动湖南媒体的系统性变革。当前，媒体平台化、平台媒体化、生态化、产业化趋势不断演化，抖音、快手、小红书、爱奇艺、芒果TV都呈现这一发展态势，媒体系统化变革已迫在眉睫，“不上餐桌，即成餐食”已成媒体行业严峻的现状。芒果TV作为我省的头部互联网视听平台，当前已完成广电湘军内部的媒体融合、整合工作，下一步如何发挥领头羊作用，做好马栏山媒体生态的融合工作，进而创新开展全省、全国甚至全球媒体资源的融合和整合工作，由当前PGC为主业的生态，升级迭代到PGC加UGC、AIGC的融合，加强平台的社交互动属性，是当前最紧迫的任务。小红书的快速出圈崛起，对我省媒体变革大有启发，需进一步抓住当前媒体激烈变革的时代机遇，承接国际文化交流的全球红利。

（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



《夺金 2025》：奏响青春创业华章

凌引迪

在国家大力支持大学生创新创业的时代浪潮下，湖南卫视芒果TV结合湖南省大学生创新创业主体活动重磅打造的《夺金 2025》在2025年1月5日晚上19:35横空出世，宛如一把火炬，点燃了青年学子的创业激情。

节目以其高远的立意深深触动了观众的心灵。它紧紧围绕大学生创业这一主题，精准地契合了时代发展的需求，生动地展现了当代青年学子敢为人先、勇于创新的精神风貌。这些充满朝气与活力的大学生们，来自五湖四海的院校，带着各自独特的专业知识和无限的创造力，在这个舞台上汇聚成一股蓬勃的力量，他们的故事激励着无数青年勇敢地迈出创业的第一步，为社会发展注入了源源不断的新动力。

节目别出心裁地将演播厅和舞台搬进高校校园，深入学生群体的核心地带。宿舍爆灯演讲环节堪称神来之笔，让同龄人成为“评委”，这种新颖的互动方式瞬间拉近了节目与观众的距离，极大地增强了节目的真实感和参与感。金种子争夺赛与夺金冲刺赛的层层递进设置，既保证了比赛的专业性和严谨性，又为选手们清晰地勾勒出了一条从青涩走向成熟的创业成长路径，将整个充满挑战与机遇的创业历程全方位地展现在观众眼前，让大家得以亲眼见证一个个创业梦想是如何在汗水与智慧的浇灌下逐渐绽放光芒。

大学生创业者的演讲无疑是节目中的一大亮点，他们满怀激情地讲述着创业背后那



些不为人知的艰辛与坚持。在第一期节目中，南方科技大学数字文化专业研究生韩普宇参与《黑神话：悟空》制作的经历，让我们看到了数字技术与传统文化碰撞出的绚丽火花；中南大学大四学生温永泰在既无资金又无经验的困境下，凭借着对无人机的热爱和坚定的创业信念，与四位志同道合的同学毅然踏上创业之路，他们的执着与坚韧令人心生敬佩。同时，节目广泛涉及 AI、医学、交通、文化、音乐、新材料等多个前沿领域的创新创业实践，充分展示了当代大学生扎实深厚的专业素养和敏锐独到的时代洞察力。

节目邀请的专业评审团以及经验丰富的企业家、投资人担任顾问和导师，他们的专业点评犀利而精准，经验分享实用且宝贵，为选手们照亮了前行的道路，也为节目增添了沉甸甸的权威性和实用性。这些专业人士的指导，不

仅助力选手们在创业之路上茁壮成长，更为广大屏幕前怀揣创业梦想的观众提供了极具价值的借鉴和启发。

《夺金 2025》一经推出便在观众中引发了热烈的反响。许多观众纷纷表示，“好久没有看到这么有激情、有张力、让人热血沸腾的节目了！”观众们被选手们的青春活力所感染，被他们的创业故事所打动，更为节目所传递出的积极向上、勇于拼搏的精神所鼓舞。

《夺金 2025》凭借其独特的魅力，完美地实现了青春与创业的激情碰撞。它不仅仅是一档普通的电视节目，更是一本生动鲜活的创业教科书，一座指引方向的精神灯塔，引领着更多的大学生无畏地踏上充满挑战与希望的创业征程。

（作者系湖南广播电视台高级编辑）
编辑/刘凌

《新春走基层·湘里个香》 描绘舌尖上的民俗风情画卷

1月29日至2月3日（正月初一至初六），湖南广电“新春走基层”特别节目《新春走基层·湘里个香》在《湖南新闻联播》播出，共播出6期，每期时长15分钟左右。

这档已连载13年的新年特辑，今年将镜头聚焦桃江、洪江、武冈、祁阳、沅江、浏阳等湖南六县市，以湘菜为“舌尖密码”，以非遗为“文化钥匙”，开启了一场别开生面的地域文化之旅，掀起了一股探寻湖南饮食文化与民俗风情的热潮。春节8天假期，六县市累计接待游客643.9万人次，较去年同期增长18%。

湘里头牌菜遇见年味儿 是升腾热烈的中国基层

当湘菜的香辣醇厚遇上春节的举杯欢庆，那画面简直是火花四溅、鲜香诱人！本次“新春走基层”，湖南广播影视集团（台）新闻中心派驻一支50余人的新闻采编团队，多地转场录制，总行程2万公里以上，只为给观众带来一场全方位、大容量、集束式、多渠道的“湘菜过大年”传播盛宴。从电视荧屏到手机小屏，从社交媒体到直播平台，无论身在何处，都能感受到那股子热腾腾、火辣辣的纯“湘”年味。节目组深入乡间，挖掘那些独藏深闺的美食与民俗文化，用镜头捕捉春节里那

些独特的韵味，用话筒收集“头牌们”背后的故事。

在桃江——竹海里一场别开生面的全竹宴正等待人们的味蕾去探索。这不仅仅是一场美食的盛宴，更是一次心灵的洗礼，跳着吉祥的竹竿舞，配上21道用新鲜竹笋制作的全竹宴，“竹乡锦绣”“竹香烟火”“竹报平安”……每道菜都是美好与吉祥的象征，深涵着当地人对新年的祝愿和期盼。在祁阳——“十甲碗”并非指十只碗，而是由十道菜肴组成的宴席，寓意着十全十美。在祁阳人的心目中，“恰十甲碗”是非常庄严、隆重的事，代表了祁阳的传统饮食文化，凝结了祁阳的酒席精髓。作为头碗，全家福寓意着福祿寿喜迎四方。

在武冈——铜鹅宴与鹅颈龙舞，美食与民俗的双重盛宴。我们品尝到了用当地特产铜鹅制作的卤味，那独特的药卤香气让人回味无穷。而这里的鹅颈龙舞更是让人震撼不已，铜鹅不仅是武冈的特色产业，还与鹅颈龙舞等民俗活动紧密相连，展现了武冈独特的文化魅力。你可以一边品尝美食，一边欣赏龙舞表演，感受那份节日的喜庆与欢乐。在沅江——五彩全鱼宴与渔村文化，传统与现代的完美融合。在沅江市小河咀村，村民们用当地各种鱼类制作的五彩全鱼宴，每一道菜都让

人垂涎欲滴。而这里的渔村文化更是让人流连忘返，你可以乘坐渔船游览洞庭湖的美景，感受那份宁静与祥和。此外，舞龙、赛舟等民俗活动更是将节日氛围推向了高潮，让人仿佛置身于一个充满欢乐与祥和的世界。



在洪江市安江镇，大家还一起赶了一场别开生面的稻香年集：让人惊掉下巴的米粉拔河赛和米酒制作等互动环节，生动展现了洪江的稻作文化和民俗风情。这里是杂交水稻的发源地，稻米不仅仅是粮食，更是洪江人心中的情感纽带。走进大畚坪创意街区，仿佛踏入了一个稻香四溢的美食天堂。撒饭、糍粑、米豆腐、米粉……数十种大米制品琳琅满目，让人垂涎欲滴！

在浏阳市大瑶镇——这个“烟花小镇”家家户户的蒸笼里都藏着一个个活色生香的味觉宇宙。那长宽都是2.4米的巨型蒸笼里，正孕育着188道美味佳肴。揭开大盖，一股子香气扑鼻而来，让人垂涎欲滴。

首个“非遗版”春节

过年还能这么玩

2024年12月4日，我国申报的“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”列入联合国

教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。

2025年，我们迎来了第一个世界非遗版春节，《新春走基层·湘里个香》特别节目更是将非遗与年味紧密相连，在辞旧迎新之际，为新年注入深厚的文化内涵。

在桃江的“全竹宴”中，节目不仅展示了竹笋美食的制作过程，更通过竹艺非遗传承人的现场演示，让观众领略到了桃江竹文化的深厚底蕴；在祁阳的“十甲碗”中，节目通过展示祁阳小调和猜拳歌等非物质文化遗产，增强了观众对传统文化的认同感；浏阳的大瑶十大碗与烟花盛宴，则带观众一边品尝美食，一边欣赏璀璨的烟花表演，感受节日的喜庆与欢乐……

“非遗春节”给乡村传统文化带来了新的机遇，不同地域的民俗文化“顶流出圈”，彰显着中华民族的文化底蕴与深邃气质。这些非遗项目不再是束之高阁的展品，而是以鲜活的姿态呈现在人们眼前，唤醒人们对传统文化的热



爱与敬畏，为文化传承注入源源不断的动力。

推动文旅经济的火热 彰显主流媒体的担当

《新春走基层·湘里个香》特别节目不仅见证了湖南各地丰富多彩的物质文化遗产与民俗风情的独特魅力，更让人们深刻地感受到了那份流淌在中华民族血脉中的文化自信与力量。秉持“一档节目带火一座城”的创作理念，湖南广电整合全媒体资源，融合传播渠道，精心推送了一系列基层群众喜闻乐见的融媒体产品，并在海外平台发布相关视频，扩大了传播范围和影响力。

1月24日到2月3日，连续11天推出79条“新春走基层”短视频内容，包括探店、大厨教你做湘菜、地方主官推介、节目录制花絮等，向观众传递湘菜的精髓与地方饮食文化的魅力，全网累计播放量达到7182万次。此

外，节目还将科技+本土文化进行组合，“AI歌曲唱地方”根据不同地方的文化特色、风土人情以及方言特点，生成专属歌曲，让观众在欣赏歌曲的同时，仿佛置身于歌曲所描绘的地方，深切感受着当地独特的文化韵味。

节目反响热烈，桃江、洪江、武冈、祁阳、沅江、浏阳六县市游客迎来井喷式增长。截至大年初五，节目录制点武冈西直街累计接待游客7万多人，相比2024年同期增长161.25%，街区商户平均营业额同比增长260.47%。桃花江竹海景区接待游客近4万人，同比增长22.15%。祁阳唐家山景区接待旅游人数5.91万人，同比增长25.32%。当地群众纷纷称赞节目“宣传了年俗文化，呈现了乡村振兴的美丽画卷，还带火了当地旅游，让大家新年有了新盼头”。

（供稿：湖南广播电视台新闻中心）

编辑/刘凌

《声生不息》真正做到了生生不息

“文艺是时代前进的号角，最能代表一个时代的风貌，最能引领一个时代的风气。”当我们探讨文化IP何以保持强大生命力、持续引发全民共鸣，其实就是对文艺如何从时代浪潮中汲取源头活水、与时代精神同频共振的追问。

《声生不息·大湾区季》2月14日收官，在全网掀起一股港乐热潮、粤语风尚与大湾区情怀。从2022年《声生不息·港乐季》横空出世，回溯港乐黄金时代，到2024年《声生不息·大湾区季》再次以港乐破题，以更广阔的视野唱响湾区之声，《声生不息》这一文化IP跳脱综N代疲态，以现象级文化效应展现出其强大的生命力。

当音乐史的表层叙事似乎穷尽，新一季如何以“大湾区”破局？文化IP的强大生命力又缘何而来？

《声生不息》不局限于音乐史的线性叙事，而是以音乐为纽带，串联起历史记忆、地域认同与未来想象。这种生命力，既是“续命”亦是“新生”，其背后是三重力量的交织：中华音乐的根系性、人心的共通性与时代的共振性。

中华音乐的文化基因与迭代新生

在本季先导片中，“港乐已死？”这句尖锐的提问被抛向2024年的舞台，《声生不息·大湾区季》以一场跨越时空的音乐对谈，将质疑化为回响。节目用老歌新唱、新

歌演绎与地域共融，编织出一幅港乐复兴的图景。这不仅是综艺叙事的胜利，更是一场文化基因的觉醒——港乐作为华语流行文化的根系，始终在时代的土壤中生长。

2022年《港乐季》用当下的音乐艺术去诠释港乐经典，使得港乐这一传奇国货焕发时代新风采。《大湾区季》再次以港乐破题，让港乐又一次回到聚光灯下。不过，与之前不同的是，这一次不仅讲述港乐的历史发展，更关注港乐的迭代与更新。节目首期便梳理港乐50年发展，既有诸如《爱情陷阱》《卡拉永远OK》的经典老歌，还有《心之科学》《她整晚在写信》等10世代后的新作品，这些新港乐在时下年轻人的音乐榜单上早已占据一席之地。

港乐不死，并正焕发新生，这也是中华文化的强大生命力所在。

回望《声生不息》四季演进轨迹，节目始终深植中华文化厚土：首季以港乐黄金时代的《东方之珠》《万水千山总是情》唤醒集体记忆，第二季通过台湾金曲《橄榄树》《在水一方》串联两岸音乐血脉，第三季用中华流行音乐《山河图》《人世间》浇筑家国情怀，直至大湾区季用《壮志骄阳》《祝君好》讲好人文湾区的共融故事。节目层层递进的叙事逻辑，实则是将音乐作为文化基因，在旋律谱系中追溯中华文明的精神图谱。

港乐中蕴含的“狮子山精神”是拼搏、



团结、永不言弃，台湾金曲中沉淀的“岛屿情怀”诉说着独特的乡土情感与身份认同，中华音乐中的“家国叙事”则演绎着对家国的热爱与责任。节目构建“跨代际音乐对话”，通过邀请不同年龄段的歌手参与节目，实现了音乐文化的代际传承与交流，完成文化记忆与精神的传递。

三年前，在《港乐季》的金曲盛典上，炎明熹以新生代歌手身份向前辈叶蓓文和林子祥致敬：“如果你问我港乐的意义是什么，我想答案是林子祥和叶蓓文。”而在今年《大湾区季》的金曲盛典上，林子祥向年轻一代的朋友们分享着：“如果有一天没有人再唱我们这一代的歌，我们也会很荣幸，因为我们知道会有新的歌声，永远陪伴在你身边。”

两季盛典的时空交织，是港乐乃至中华

音乐发展脉络的完美闭环，也是一个IP由点至面，再由面到立体的厚积薄发。

集体记忆的唤醒与情感共融

当本季尾声全场大合唱《祝福》，镜头扫过观众席不同年龄层的面孔，那些湿润的眼眶印证了港乐作为记忆载体具有强大的共情力。《声生不息》之所以具有强大生命力，正是因为它跨越了代际、地域与文化的界限，源于对集体记忆的唤醒与共同情感的联结。

经典歌曲的改编是唤醒记忆的一大密钥。林子祥第一次获奖的歌曲《分分钟需要你》是几代人心中的爱情经典，在《大湾区季》的舞台上，陈小春和回春丹将这首歌进行重新编曲，旋律中轻松温馨的氛围，让人恍然发现原来友情同样浪漫动人。获得1987

年度十大劲歌金曲颁奖典礼“十大劲歌金曲”和“金曲金奖”等奖项的《无心睡眠》也被重新演绎，不仅复刻了张国荣在这首歌中的经典“麦架舞”，还在表演的最后加入张国荣在电影《阿飞正传》的经典片段，瞬间将我们带回那个风华绝代的时代。

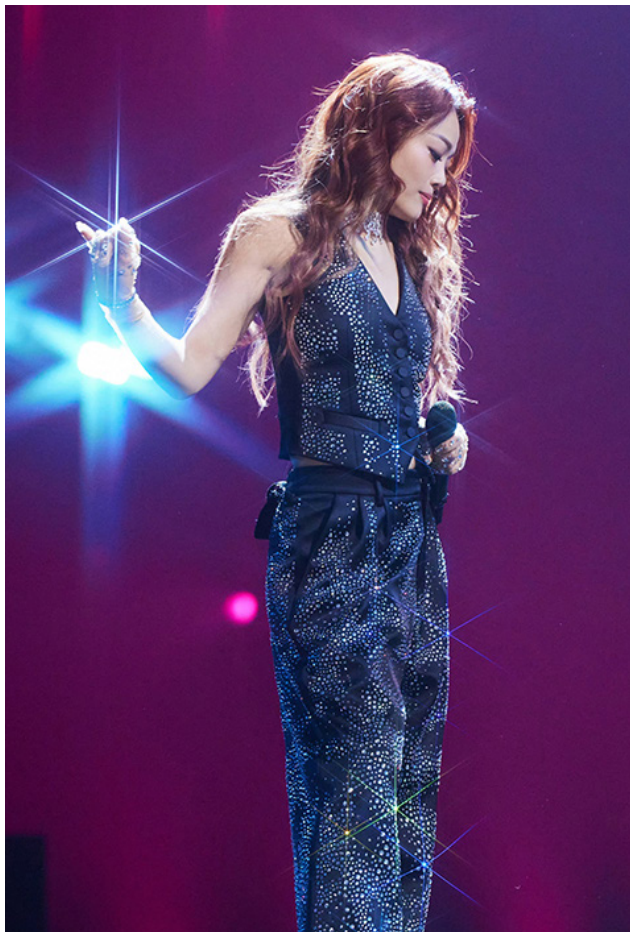
节目设计方面，两队比拼角逐金曲榜单席位是一直以来延续的传统，本季节目还特别设计了名场面的复刻、叱咤乐坛颁奖礼的重现等环节，将那些离散的音乐碎片重新编织成完整的记忆，并与当下生活产生新的勾连。

同时，香港红磡体育馆等带有明显港乐

色彩的文化符号也在节目中被反复强化，谭咏麟在节目中带领观众“游览”红馆，称其为“造梦的地方”。而红馆的四面台设计，也被沿用进舞台升级中，象征着港乐与观众之间无死角的互动与共鸣。

音乐产生的价值共鸣是联结情感的坚固纽带。拿港乐为例，郑国江笔下的诗意人生、黄霑词中的侠义精神，还有汤令山等年轻一代原创音乐人写下的都市情愫……港乐里现实主义与理想主义叙事的并存，让我们总能在其中望见自己、望见彼此，共同探讨着成长、梦想与爱的永恒命题。

李宇春、周笔畅时隔20年首度合作献唱



刘德华的《十七岁》，还在其间融入了“超女”主题曲《想唱就唱》，以及陈奕迅的《天下无双》，从懵懂的新人歌手成长为独当一面的乐坛中坚，两人一路走来的惺惺相惜，20年的风雨岁月都化作歌词中的寥寥几句，让无数人回到那个青葱的夏天，想起那些曾并肩而行的伙伴。

“一样的血，一样的种，未来还有梦，我们一起开拓，手牵着手不分你我，昂首向前走，让世界知道我们都是中国人”。《声生不息》两度全场合唱《中国人》，一字一句地铿锵，激发出强烈的民族自豪感和文化认同感。

尽管我们每个人都在自己的“小我”世界里生活着，但当我们汇聚在一起，通过音乐这个共同的语言，就能感受到“大我”的力量和温暖。

大湾区的时代命题与文艺应答

文章合为时而著，歌诗合为事而作。从献礼香港回归25周年，到庆祝澳门回归祖国25周年，《声生不息》系列的现象级影响力，本质上是一场文艺对时代命题的精准应答。

2019年《粤港澳大湾区发展规划纲要》提出“共建人文湾区”的愿景，强调“增强大湾区文化软实力，共同塑造和丰富湾区人文精神内涵”。2024年恰逢《规划纲要》发布五周年，《大湾区季》敏锐把握这一时代命题，实现主题方向上的突破——将音乐叙事嵌入宏大框架，实现从“香港乐坛”到“人文湾区”的升维。

港乐不再仅仅是怀旧的背景音，而是

湾区文化共同体的呼吸与心跳。在澳门回归25周年特辑中，节目通过音乐串联起大湾区“9+2”城市的多元声音。《湾》《共同渡过》等合唱曲目，由来自不同城市的歌手与合唱团共同演绎，既凸显地域特色，又以旋律消弭差异，形成“和而不同”的文化交响。

除了音乐上的交流融合，整季节目还特别设置“港咩野”环节，镜头穿梭于大湾区的街头巷尾、市井烟火，以“港人北上”等文化现象为切片，捕捉大湾区“软联通”的生动细节。聚焦不同人的故事，将“湾区梦”具象化为可感知的旋律与故事：老一辈的匠心坚守、青年一代的接力奋斗。

这种从个体叙事到集体记忆、从文化寻根到未来畅想的升维表达，使“人文湾区”不再停留于文本的抽象概念，而是化作真实可触的“湾区心跳”，正以文艺的方式丈量着文化融合深度。

文化IP强大生命力的来源从来都是与时代同歌。唯有此，文艺作品才能真正做到“有魂、有根、有形、有容”。《声生不息》唱遥远的历史，记录着时代的变迁，捕捉当下的新生。在这个过程中，其本身也成为了时代不可或缺的一部分，影响力持续发酵，不断催生着新的故事。

正如节目的莫比乌斯环所象征的无限循环与永恒，行至四季的《声生不息》，真正做到了生生不息。

（来源：广电视界）

编辑/刘凌

创新展现澳门特色“一国两制”的成功实践

——湖南广电推出庆祝澳门回归祖国25周年三部曲

王云峰



2024年12月20日，澳门迎来回归祖国25周年。为生动记录“一国两制”在澳门的成功实践，立体展示澳门多元发展的时代风采，湖南卫视、芒果TV双平台除了播出丰富多彩的新闻报道，还推出特别编排，用音乐文化交流节目《声生不息·大湾区季》澳门特辑、纪录片《中国澳骄》第二季、电视剧《灿烂的风和海》三部曲，全力营造庆祝澳门特别行政区成立25周年的热烈氛围，陪伴广大观众“湘”约莲花盛放时，感受濠江之畔扑面而来的人文风情和发展气象。

澳门特辑唱出新时代濠江之歌。12月20日，由国家广电总局网络视听司、港澳台办公室，中央政府驻港联络办宣传文体部特别指导的音乐文化节目《声生不息·大湾区

季》播出庆祝澳门回归25周年特辑。节目分为三大篇章，依次回溯澳门回归的辉煌历史，洞察澳门市民的日常生活风貌，最终聚焦于大湾区的同根同源情怀。节目通过内地、港澳歌手的创新演绎，以音乐为媒介，缅怀往昔，展望未来。节目以大陆给澳门输送菜篮子这一民生话题巧妙开篇，在温暖的大家庭氛围中，以《七子之歌》为切口，讲述了澳门回归的壮阔历程。陈小春、李宇春携手澳门小歌手王心好，共同演绎了这首跨越25载岁月的《七子之歌》。古巨基演绎经典澳门故事《十月初五的月光》主题曲《祝君好》，勾起了人们对澳门温情岁月的怀念……这一系列经典曲目的创新演绎，唤起了人们内心深处最真挚的情感共鸣，尤其是澳门艺人肥妈含泪分享在澳门回归时终于可以昂首挺胸

说出“我是中国澳门人”时令人热泪盈眶。节目特邀香港主持人阮兆祥与内地小摄影师笙笙一同前往澳门，用镜头记录了三代传承的百年粥店、热闹非凡的舞狮等承载中华文化的生活剪影。节目接近尾声时，全场唱响《中国人》，唤起了中华民族同根同源的情怀。纵观整个节目，主题鲜明，逻辑严密，结构严谨，以富有感染力的文艺节目激发了同胞们的民族自豪感，展现了澳门欣欣向荣的景象，体现了“一国两制”在澳门的巨大成功。《人民日报》、新华社等220多家主流媒体报道推介。节目在《人民日报》新媒体、湖南卫视、芒果TV、声生不息、芒果大直播、澳视澳门台、香港TVB等平台全媒体矩阵直播，产生了较大影响。湖南卫视收视排名省级卫视第一，全网累计播放超1亿，收获全端热搜1130+。节目覆盖整个大湾区，TVB首期收视率达15.5，覆盖超100万港澳居民。播出后，海外华人纷纷感叹“身处海外，听到家乡的音乐倍感亲切”；澳门网友纷纷在社交平台表示“25年回首，每一步都是奋进的新一步”。

电视剧从不同角度展现澳门风貌。12月18日起，在湖南省委宣传部、澳门特别行政区政府社会文化司指导下，国家广播电视总局重点扶持剧目、湖南广电制作的电视剧《灿烂的风和海》登陆央视一套黄金档，芒果TV同步开播，湖南卫视26日联合播出，澳广视也将在2025年元旦后推出这一作品。该剧讲述了不同年龄、不同职业的都市人在浪漫的澳门发生奇遇，找到自我、治愈自我，收获爱与勇气的故事。澳门不仅是邂逅浪漫之地，还是烟火气浓郁的城市。总导演李漠不仅在剧中讲述了多段不同风格与模式的情感旅程，还用美景美食展

现了这座被联合国教科文组织评定为“创意城市美食之都”的一个切面。在日前“好吃好看好玩的澳门好想去”的网络热议话题下，剧集中展现的美景美食引发了网友对澳门的向往。剧中展现的澳门城市风情与特色美食，是剧集在播出前引得众多观众期待的看点之一。剧中角色在格兰披治大赛车中体会澳门的速度与激情；漫步心形树洞、亚婆井，感受澳门的轻松惬意；品尝龙虾煲、牛杂、芒果捞，感受着澳门浓郁的烟火滋味。该剧展现了当代都市青年在澳门的美好生活图景和积极向上的生活态度。《灿烂的风和海》在澳门回归祖国25周年之际播出，提供了近距离观看当下澳门生活的视角，真实呈现了澳门怡然自得的城市氛围和多元发展的城市样貌，以电视剧的形式体现了“一国两制”在澳门的成功实践。根据中国视听大数据（CVB），首播两集排名黄金时段电视剧收视日榜TOP1，最高收视率达2.697%，最高收视份额达12.748%。

《人民日报》、新华社、《光明日报》《中国日报》等主流媒体、中央广播电视总台旗下账号及澳门本地媒体及政府机构发布剧集立意、内容相关宣传稿件超90条。《濠江日报》《澳门大众报》《澳门商报》等澳门媒体大版面推荐。此外，开播当天央视《新闻联播》《湖南新闻联播》报道《灿烂的风和海》开播资讯，多方位播报剧集开播新闻。观众们纷纷表示：“想去澳门旅游的心情到了顶峰”。

纪录片以青春视角展示时代风采。由中央人民政府驻澳门特别行政区联络办公室教育与青年工作部、湖南省海外联谊会指导，湖南广电制作的系列纪录片《中国澳骄》第二季12月18日起19:30在湖南卫视、芒果TV及中国日报



网英文网站、客户端同步播出。纪录片以澳门回归祖国25年来的发展大脉络串联典型案例,聚焦近30位澳门各界优秀青年代表,讲述澳门青年融入祖国发展大局的故事,奏响传承家国情怀和责任担当的奋斗赞歌,感受澳门青年的拳拳爱国之心。比如,纪录片回顾了澳门第一面五星红旗升起的历史瞬间。1949年10月1日,濠江中学校长杜岚带领全校师生,在澳门这片土地上首次升起了鲜艳的五星红旗。如今,濠江中学的学生们不仅每日坚持升旗仪式,还在每周一、三、四的午休时间,组织升旗训练,令观众顿生敬意。节目组深入澳门的各个角落,聚焦“一国两制”伟大构想在澳门的成功实践,全面展现澳门在经济、政治、民生、社会、文化等领域取得的巨大成就。比如,在澳门人出版社,社长张燕青实现了小时候的梦想——创办出版社,为澳门本地作家出书,她希望通过努力让澳门成为一座书香城市;在澳门大学张昆仑书院,老师们非常注重培养学生爱国爱澳的家国情怀,让学生去体验感知祖国的大好河山……这一系列真实的故事不仅展现了澳门的独特魅力,更映照出青年一代对未来

的憧憬、对祖国的热爱。该片以纪实的手法向世界展示了具有澳门特色的“一国两制”方针成功实践的独特篇章。节目通过大小屏联动、长短视频结合,双平台新媒体矩阵直播,累计观看达150万余次,推动#你所不知道的澳门第一#等多个话题发酵,中央政府驻澳门联络办公室、澳门特区政府教育及青年发展局、澳门青年发展服务中心、澳门青年联合会旗下官网、公众号、脸书、Instagram等频频点赞。

湖南广电在澳门回归祖国25周年之际推出的三部曲,内容丰富,层次分明,不仅是对澳门回归这一重大历史事件的深情回顾与纪念,更是对“一国两制”伟大实践成功经验的生动诠释与传播。通过这些作品,让更多的观众了解澳门、走进澳门,感受澳门回归祖国后的辉煌成就与美好未来,进一步增强了中华儿女的民族自豪感和国家凝聚力。

(作者系湖南广播电视台卫视频道高级编辑)

编辑/刘凌

踏歌梦想 同望春山

——评纪录片《春山可望·巾帼篇》

黄萍 鲁培

1月13日起，由全国妇联宣传部、湖南省广播电视局、芒果TV联合出品的8集纪录片《春山可望·巾帼篇》在湖南卫视、芒果TV播出。该片通过鲜活的人物刻画、生动的故事讲述和丰富的视听传达，全面呈现了中国女性参与推动乡村振兴的伟大实践，描绘了新时代美丽乡村的美丽画卷。新华社、光明日报、中国妇女报等130余家媒体推出300多篇相关报道，“女竹筏工撑船一年将铁杵磨成针”“村里第一个大学生回村种地了”等28个话题引发热议。截至目前，该片在抖音、快手、微博等平台高热传播，获全网热搜16个，相关话题总阅读量超1400万。同时该片还以17种字幕语言落地全球195个国家和地区，覆盖2.6亿用户，并通过YouTube、Facebook、Instagram、X、TikTok等社交媒体上的芒果系账号矩阵传播，覆盖海外订阅用户2800万，感染着众多观众，引发共鸣。

聚焦乡村振兴的新实践，映照时代主题。实施乡村振兴战略是全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务。2023年10月30日，习近平总书记同全国妇联新一届领导班子成员集体谈话并发表重要讲话时强调，以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业，需要全体人民团结奋斗，妇女的作用不可替代。《春山可望·巾帼篇》从发

挥和彰显妇女作用这一角度切入，紧扣时代主题，植根现实生活，将乡村女性个体命运镌刻于时代图谱之上，用镜头聚焦一群有着强烈“乡土情结”的女性，通过讲述党的二十届三中全会以来，她们在乡村中的典型故事，积极呈现巾帼担当、女性力量和时代变化。她们中，有返乡带领乡亲们创业的女企业家李洪梅，有海外归来扎根外伶仃岛的乡镇干部黄静静，有运用互联网思维销售石板大米的东北姑娘陈雨佳，等等。她们不囿于陈规，不拘于旧俗，张扬着中国女性积极向上、顽强坚韧、吃苦耐劳的精神，在各自擅长的农业生产、生态保护、文化繁荣等不同领域实践，以全新姿态和女性智慧，立体展示了中国乡村振兴实践中的新做法、新经验、新成果，刻画了中国乡村大地的女性群像。

采用人物速写的新视角，实现微宏叙事。《春山可望·巾帼篇》融合了纪录片和新闻的节奏感，以中短视频模式为主，每集时长在20分钟以内，清新明丽，充满网感。节目避开了宏大的叙事框架，用人物速写的叙事方式，将女性置于叙事的主体位置，一集一村、一村一人。片中的主角均为女性，或是三八红旗手，或是乡村振兴青年先锋，或是妇联干部，她们地域不同，来自甘肃、



湖南、贵州、广东等地，涵盖牧区、山区、平原、海岛、高原不同地区不同民族；她们年龄不同，有50+的农民诗人裴爱民，40+的竹排工陈佳，也有30+的返乡创业者陈雨佳；她们工作的领域不同，有电商销售，有基层治理，有草原生态研究，等等，但无论是农民、基层干部还是科研工作者，都被赋予有血有肉、富有情感的坚强个性和内核。如，书写诗意村庄的“田鼠大婶”裴爱民，擅长方言说唱推介农民画的村妇联主席张莉，转换赛道回乡创业的北大才女卓玛。在这部纪录片里，没有主持人、没有出镜记者，采用

原生态的纪实手法，用镜头进入“她”的生活，纪录“她”的模样和故事，用生活化的内容和朴素化的情感，展现她们的精彩人生，彰显了当代女性把“家国情怀”融入中国式现代化建设的壮阔征程。

呈现乡村影像的新体验，塑造群体记忆。纪录片注重运用全景、特写等表现手法描摹各地乡村的鲜明风貌。大片向日葵和荒原沙漠形成反差，敞亮的现代化企业园区和山野乡村形成对比，穿着各式服装的村民和风格迥异的地域村庄都一一呈现在荧屏上，在纪录片温暖生动的镜头下，变化的是发展理念和治理模式，不变的是人民对土地、对家园、对时代的一腔深情。每集结尾处，都采用了黑白灰的老照片和当下乡村图景的对比影像资料，运用了产品数量、销售数量、农民增收等大量数据，印证新时代的变化。镜头切换之间，新与旧直观呈现，中国乡村的发展变迁贯穿在时间轨道里，引领着观众感受山乡巨变的精彩印记，激发了共通的乡土怀想和情感共鸣。纪录片还注重写实记录与写意表达的完美融合。每集针对主人公有特殊意义或深刻记忆的事件，精心绘制了动画。如讲述黄静静留学回来后扎根基层时，绘制了她回忆父亲担任基层干部与群众交心交流的场景。在这些生动画面的展示下，观众顺畅地完成了对乡村变迁的群体回忆，感受到乡村现代化进程中的温暖与力量。

（作者单位：湖南省广播电视局监听监看中心）

编辑/肖清

融媒实践展担当 绘就传播新图景

——湖南广播电视台中心2024年融媒直播活动的创新实践与思考

侯蓉

在媒体深度融合的时代浪潮中，湖南广播电视台广播传媒中心以“融媒直播+”的创新模式，大胆实践，深入探索，全年共开展了387场不同主题的融媒直播，内容涵盖应急救援、民生互动、交通服务、体育赛事、文旅活动、城市发展等各个方面，以突破7.5亿人次的全网总观看量，构建起融媒立体传播矩阵，尤其在应急、交通、文旅、民生这四大领域已经形成突破性传播效应。不仅展现了主流媒体的责任担当，更在传播实践中探索出媒体服务社会的新路径，为新时代媒体融合大发展提供了鲜活样本，在2024年谱写出新时代主流媒体的精彩华章。

应急直播：构建城市安全防护网。在应对极端天气频发的现实挑战中，广播传媒中心以湖南应急广播——交通频道为首，用媒体担当筑起应急安全防线。2024年，面对极端天气和自然灾害挑战，交通频道联动省应急管理厅、省气象局、省防指、省交警总队等部门推出多场应急直播，通过FM广播、新媒体平台和村村响大喇叭等多平台融合传播，成为党和政府组织应急救援的得力助手。如2月的春运返程高峰，湖南遭遇罕见低温雨雪冰冻天气，导致高速公路上大量司乘人员滞留，交通频道迅速行动，连续8天推出《湖南抗冰全记录》《温暖回家路》两大主

题直播，展开应急救援及疏导服务，公安部交通管理局、央视网快看、澎湃新闻、省政府视频号及全省交警系统新媒体账号主动转播交通频道信号，总观看量超2.6亿，收到网友及民众留言10万多条，进入抖音热榜Top1推荐流首位；6至7月，湖南多轮强降雨，雨情、水情、汛情严峻，交通频道推出防汛抗洪直播《众志成城战暴雨》；7月5日，岳阳华容团洲垸洞庭湖一线堤防管涌，8日决口合龙，交通频道推出特别直播《合力战蛟龙》，见证众志成城的力量，得到了国家广电总局专题表扬，树立了媒体服务大众的良好形象，充分展现了媒体的责任担当。

应急服务，除了配合有关部门展开救援疏导服务外，对民众进行安全科普指导也是应急直播的重要内容。2024年，金鹰955频道策划了20场应急安全科普直播，开创了全民安全教育的新范式。如冰雪寒潮应对直播中，记者深入除冰作业现场，直播展现破冰除冰原理；抗洪救灾演练直播中，记者全景式呈现冲锋舟救援、民众安全撤退等关键性场景；反恐演习实况直播中，特警用战术手语来指导观众掌握避险技能。这种“场景化教学+沉浸式体验”的创新模式直播，单场最高吸引了12万市民实时互动。据统计，直播后长沙市民的应急知识测试正确率提升37%，2024年长沙冬季冰雪天气事故率同

比下降21%，生动诠释了“传播力就是守护力”的媒体价值。

交通直播：交通服务护航民众出行。每逢节假日，湖南交通频道就会充分发挥其在交通领域的专业优势，积极联动多部门，重磅推出交通服务融媒直播，为民众安全出行提供坚实保障。如10月国庆长假期间，交通频道精心策划推出《“飞阅黄金周”2024国庆假期交通疏导融媒直播》和“防风险、保安全、护稳定——安全护航国庆”主题直

播活动，出动无人机进行高空巡航，以独特视角俯瞰交通全貌，邀请经验丰富的资深交警结合实时路况精准预判交通形势，助力民众平安、顺畅地度过国庆假期；6月“安全生产月”期间，交通频道在新媒体端策划推出“交通安全警示录”系列直播，直播团队以一个个触目惊心的震撼场景，向交通参与者敲响安全警钟，在社会上取得了良好的交通安全宣传效果。这组系列直播的总观看量超过2亿人次，单场最高观看人数突破千万。

文旅直播：激活城市发展的新动能。

2024年，广播传媒中心以特色活动直播为破局点，与文旅部门紧密联动，精心策划并推出一系列极具创新性与前瞻性的活动，为文旅市场注入澎湃活力，成功塑造出极具地域特色的文旅新IP。如5至7月，交通频道携手长沙、武汉、南昌三地的文旅部门，重磅推出“栀香满长沙 有爱才幸福——武汉长沙双城会”与“英雄城市联盟——荷你一起，快乐一夏 长沙南昌双城会”两大融媒直播活动，在活动城市引发现象级传播热潮，全网传播量均突破一亿大关。“武汉长沙官宣了”“武汉长沙送你10万朵栀子花”“长沙文旅南昌文旅联动啦”等热门话题在全网累计斩获40条热搜，全网传播量达1亿+。武汉长沙双城会结束后的端午小长假，武汉来自长沙用户的文旅预订单量同比激增了280.5%，长沙来自武汉用户的文旅预订单量更是大幅增长了758.5%；9月22日，交通频道与湖南省民政厅携手，在湘潭文旅新地标——万楼青年码头，推出“湖南省第七届国潮集体婚礼”直播，成为媒体助力文旅融



合发展的经典范例；12月31日，交通频道策划推出《说声“再见”，还会再见》跨年直播，通过直播镜头来展示2024年湖南各地文旅产业的蓬勃发展，如长沙天心阁等热门景区的升级改造、特色文旅活动的精彩片段等，吸引了众多外地网友关注，为湖南文旅宣传起到了积极推动作用。

2024年，广播传媒中心精心策划并推出的“直播湖南”系列，更是文旅宣传的新利器。12月26日，武广高铁开通运营15周年当天，《全省新闻联播》节目联合西藏、湖南、湖北、河南、河北、广东、福建、辽宁8省（区）广播电台共同推出“直播湖南”特别节目《乘着“复兴”话复兴——产业培塑 宜章“加速度”》，生动展现了宜章在文旅、工业、农业等方面的发展成就，全网在线观看人数15.6万，点赞数30万，节目通过中央、省级、地方媒体和遍布全国的5G智慧电台发布后，传播量达到800万；2024年世界旅游日的当天，广播传媒中心与张家界市政府携手推出大型融媒直播《直播湖南——听见国际张》，全方位、多角度展现张家界入境游新亮点、新动向，全网传播量达到5320万。该直播被省委宣传部《湖南宣传》【阅评专报】刊发专文点评肯定，被称为媒体创新传播的一次有益尝试。

不止如此，在“网红长沙”向“长红长沙”转型升级的关键期，金鹰955也以16场文旅直播构建起城市形象传播新生态。如“奔赴2025跨年演唱会”直播中，采用无人机集群灯光秀将城市夜空化作流光溢彩的舞台；湖南旅发大会期间，通过XR技术实现非遗技艺与数字艺术的跨时空对话；这些创新实践使文旅直播突破“现场记录”层面，



逐渐升华为城市文化IP的孵化器。五一期间金鹰955推出的“太平街非遗市集”直播带动周边商铺营业额环比增长58%，十一期间“黄金周景区热力地图”直播推动湖南旅游搜索量激增143%，充分彰显了融媒直播活动对文旅经济的乘数效应。

文化传承直播：架设古今对话的新桥梁。面对传统文化现代化传播的时代命题，广播传媒中心以全年10场“文化中国行”系列直播交出了创新答卷。如9月10日教师节当天，交通频道推出特别直播《当好大先生——两座千年书院新会讲》，围绕习近平

总书记提出的“教师要当好大先生”主题，以新会讲的形式探寻新时代“大先生”培养之道，直播话题连续5天登上微博同城热搜榜，全网传播达到1057.6万；金鹰955在创新版《刘海砍樵》演绎直播中，用AI换脸技术让观众体验角色戏曲新妆容；金鹰955还策划推出了非遗技艺直播，使滩头年画制作、湘绣针法等古老技艺重新焕发青春活力；金鹰955还推出了“东茅街茶馆对话”直播，搭建跨代际交流平台，让00后主播与评书老艺人展开关于曲艺创新的思想碰撞。这种“技术赋能+代际对话”的传播策略，成功打破传统文化的圈层壁垒，单场直播吸引超10万年轻观众参与弹幕互动。数据显示，直播后湖南传统戏曲年轻观众占比从18%提升至34%，非遗工坊体验预约量增长2.7倍，印证了媒体融合对文化传承的催化作用。

民生直播：用高端访谈打通民生新通道。2024年，广播传媒中心始终围绕民生关切，充分发挥媒体舆论监督和政府与群众沟通桥梁作用，通过一系列高端访谈融媒直播，深入解读民生政策，认真倾听民众心声，切实帮助解决实际问题，进一步打通了政府与民众沟通的新通道。如为贯彻落实省委十二届七次全会“要完善支持大学生创新创业的政策体系”的决策部署，10月15日至11月29日，交通频道《为民热线》栏目联合省人民政府门户网站《在线访谈》栏目，重磅推出系列访谈直播《潇湘会客厅·民生为大》，紧扣“如何帮扶大学生就业创业”主题，邀请省人

社厅、共青团湖南省委、国家税务总局湖南省税务局负责人做客直播间，对相关政
策进行了权威且深入的解读，针对大学生在就业创业过程中遇到的困惑与难题，一一答疑解惑，为大学生们就业创业提供强有力的支持与引导。直播吸引了大量学生及社会各界人士的关注，全网播放量达700万+，主播在线回答听众和网友提出的高频问题56个。直播结束后，《为民热线》又联动中南大学、湖南大学等高校新媒体、校园广播台做定向传播，开通热线咨询，及时为大学生答疑解惑，得到了各大高校及社会各界广泛好评。

湖南广播传媒中心的融媒直播实践，已超越传统媒体服务的范畴，演进为城市治理的有机组成部分。在应急领域，媒体从“信息传递者”转变为“安全守护者”；在文旅推广中，从“内容生产者”升级为“经济助推器”；在文化传承方面，从“文化记录者”蜕变为“创新引领者”；而对“媒体+政务+服务”模式的深度探索，更彰显了主流媒体在新时代的三大价值维度：以技术创新重塑传播形态，用跨界融合拓展服务边界，借文化赋能提升城市软实力。当媒体以融媒大直播的方式，深度融入城市的发展脉络，传播就不再是单向的信息传递，而是转化为推动社会进步的重要力量。

（作者单位：湖南广播电视台广播传媒中心）
编辑/刘凌

乡村文化活动运营传播策略新探

——永州市融媒体中心“金洞村K”实践解析

孙健

乡村振兴既要“塑形”，也要“铸魂”。2024年中央一号文件提出，支持乡村自办群众性文化活动。金洞管理区地处湖南省永州市偏远山区，2023年7月到10月，由永州市融媒体中心全程运作的“金洞村K”活动吸引了全国各地唱歌爱好者和网友广泛关注，现场参与人数总计4万余人次，全网累计观看直播量超5000万。2024年5月，“金洞村K”第二季一启动就有136个村庄代表队报名。据红网舆情数据显示，活动在全网互动声量达100.03万，影响力值达1.98亿，舆论盛赞活动是乡村版“我是歌手”。“村K”的出圈为金洞管理区带来了蒸蒸日上的好日子，也为媒体运营乡村文化活动赋能乡村振兴提供了生动鲜活的案例，创造了新的路径。

一、因势而动：洞察传播热点 精准谋划定位

金洞管理区前身是湖南省最大的国营林场，随着2015年国家实施国有林场改革，林木砍伐指标断崖式下降，金洞管理区亟待转型。2023年以来，村超、村BA、村排、村晚、村龙舟赛等各类“村字号”文化体育活动火爆出圈，有效地促进了当地影响力和创收力。更多乡村也在摩拳擦掌，挖掘传统积淀，希望利用自身资源来运营文化活动。然而很多乡村并没有传统项目，大量的自然景观和生态资源，缺乏专业的指导和组织将其转化为吸引外来游客的着力点。打牌、搓麻、刷手

机代替了文化活动，村子发展定位模糊，自身优势得不到发挥，怎么办？有节过节，没节造节！

宋《晏殊类要略》云：永州“俗尚歌舞”，深厚的歌谣文化基础，在有着林业、农业、生态优势的金洞管理区，无疑是锦上添花。金洞平均负氧离子达2万个/立方厘米，是一个天然氧吧。很多到金洞旅游的歌唱专业人士评价，在这里练歌、唱歌，更有感觉。经过多方调研、走访、论证，永州市融媒体中心把金洞管理区的文化活动定位在了“K歌”，最初的定位是“全民K歌擂台赛”，游客白天漂流，晚上一展歌喉，贴合了文旅融合中“打造新场景”这一内涵。

第一季初期，选手自发报名，更多的是周边村民和金洞漂流的游客参赛，有的刚从山里回来，有的刚卖完手上的青菜，有的计划明早漂流今晚正好没事可干，大家都可以在舞台上喊一嗓子，不必在意自己是否专业。带着树木和泥巴味儿的K歌，无疑是“土”的，但这种“土”恰恰成为它最大的看点，他们所代表的乡村也各有特色，让人领略到新农村、新农人的新面貌。永州市融媒体中心充分利用作为地方主流媒体的资源优势，整合电视、广播、报纸、网站、客户端、短视频平台等多种媒体形态，构建融媒传播矩阵，通过多平台同步直播、短视频、社交媒体话题互动等方式，实现了活动的区域性传播和影响。“金洞全民K歌”逐渐走进大众视野。

二、顺势而为：融入专场元素 创新活动形式

随着“全民K歌擂台赛”知名度越来越高，社会反响也越来越好，但到第四场时问题出现了：选手储备量不够，活动如何持续升温……永州市融媒体中心在前三场良好影响力的基础上，顺势而为，保留擂台赛、全民K歌环节，增加“专场赛”。与湖南省林业局、省总工会、团省委、市妇联等部门对接，成功举办了“森林之歌”湖南省林草系统专场、“咱们工人有力量”湖南省产业工人专场、“致青春”专场、“我爱我家”家庭专场赛、三期“在希望的田野上”驻村帮扶主题专场。

专场的设置让活动有了更专业的组织和策划，选手、歌曲的选择编排都能前期进行编导，避免了自发报名带来的随意性和不确定性，确保活动的顺畅和品质。专场设置可以根据不同的群体特色让每场比赛都有明确的主题和焦点，能更精准地吸引特定群体参与和辐射。活动导演组在比赛中增加了趣味挑战、记歌词、猜歌名的环节，增强了活动的吸引力、趣味性和话题性，使活动更加贴近年轻受众的喜好。奖品就是当地竹笋、腊肉、香猪、黑山羊等土特产，更新鲜、独特且富有地方风味，让更多人了解并体验当地特产，增强了村民的归属感和对自己亲手种植养殖“好物”的自豪感，直接推动了农产品的销售和市场认知度。

在传播过程中，永州市融媒体中心注重增强用户的参与感和体验感，通过线上投票、观众点评、留言回复、现场直播网友互动等环节，提升了用户的粘性和忠诚度，促进了活动的持续发酵和扩散。同时将时事热点和节日节点，结合“K歌”活动进行借势宣传，利用五四、六一、七一、七夕等重要节日，推出相关主题的赛事，提升活动的关注度和讨论度。

三、乘势而上：深化合作资源 提升活动品质

乡村文化活动的持续升温，能激发村民的文化主体意识，催生乡村文化的内生动力。村民在参赛、观赏、获利的过程中，不仅亲身体验了文化活动带来的愉悦与满足，更加深了对本土文化的认同感与归属感。到2023年10月，“金洞全民K歌”活动的影响力已经从县区扩散到全市、全省。活动团队乘势而上，将活动正式命名为“金洞村K”，并与金洞管理区联合注册了商标，开设了“金洞村K”视频号。活动还邀请了知名音乐人、文化学者、民俗专家作为活动顾问，增强了活动的文化内涵和影响力。永州市融媒体中心积极与省级、国家级主流媒体建立合作关系，通过联合报道、资源共享等方式拓展“金洞村K”的传播力度，提升了活动的权威性和公信力。

体验佳、村味浓、众乐乐，让金洞村K的“出圈”体质越来越强，更多的乡村、歌手、音乐团体与金洞对接，主动赶来参与活动。这个沉寂多年的深山林场，终于向外界展示出自己独特的魅力，成了无数人的“歌与远方”，在第一季的总决赛上，湖南爱乐乐团为选手现场伴奏，让决赛更具仪式感。

“金洞村K”的现象级传播产生了综合效益，活动尝试与旅游、电商等行业进行跨界合作，通过旅游线路推广、农产品直播带货等方式将“金洞村K”活动与当地经济发展紧密结合，这种跨界合作不仅拓宽了活动的传播渠道，提高了金洞知名度，也带动了当地旅游、特色农产品等相关产业的发展，真正让“乐子”成为了“路子”。流量攀升催生着产业的发展，最有代表性的是当地的民宿、餐饮和漂流。2023年“村K”期间，金洞管理区共接待游客约34.5万人次，综合收入达1.56亿元，比去年同期增长了69%。

“村K”发力，产业奋进，直接倒逼了配套设施

提质升级。五个月的比赛，“金洞村K”展示了新时代乡村巨变，成为永州文旅现象级的新名片。金洞也通过决赛直播向全国的美丽乡村发出2024年春天的邀约，共赴“金洞村K”舞台，亮一亮乡村振兴中的成绩单，晒一晒新时代的幸福图景，唱一唱对美好生活的无限向往！

四、聚势而强：创新保持活力 深化品牌建设

乡村地区是众多中华优秀传统文化的发源地，其蕴含着深厚的历史文化底蕴，乡村文化也与中华优秀传统文化有着密不可分的联系。深化乡村文化活动的品牌建设，提升其影响力，可以更多地吸引游客和投资，促进乡村旅游、产业开发，提升村民对家乡的认同感和自豪感，激发爱家乡、建家乡的热情。

不到一年时间，“金洞村K”从一开始连选手都凑不足，到报名者络绎不绝且名声越来越大，不少人将金洞作为旅游目的地，就为了感受森林放歌的酣畅。2024年5月11日，“金洞村K”友谊赛第二季开唱，活动吸引了央级、省级等主流媒体多平台、多角度、多话题竞相报道，著名歌手、抖音网红博主等倾心推荐，一时间，“金洞村K”再度成为舆论热词。活动从第一季竞演味十足的“擂台赛”转化成欢迎四海宾朋的“友谊赛”，活动地点也从第一季的牛头山院落升级到了场地更广、更原生态的楠木王主题公园，500多年树龄的楠木王亲眼见证了新一季的欢唱。

为了提升“金洞村K”的辨识度和影响力，永州市融媒体中心设计了活动的全套品牌标识和视觉形象。这些标识和形象在活动宣传、媒体报道等各个环节中广泛应用，形成了鲜明的品牌形象和记忆点。比赛创新编排了“我的村庄”“我

的演唱”“我的特色”三个环节，宣传参赛乡村、推广原创歌曲、邀请乡贤助阵、展示非物质文化遗产。“金洞村K”的奖品也从土特产扩展到了电动车、农用机械，更丰富实用，贴近农村实际。

得益于媒体融合的推动，现场观众和网友主动分享赛事信息，迅速形成了指数级的传播现象。不少网友纷纷主动发出邀请“村超、村厨、村BA，再来金洞看村K”。“金洞村K”第二季全国各地三十余个乡村踏歌而来，带着乡村振兴沉甸甸的果实；国家级非遗项目“华阴老腔”亮相“金洞村K”，西北汉子的高亢激昂与潇湘之源的清澈婉约演绎了一场相约千年的音乐盛会；海南五指山黎苗童声合唱团、台湾文化交流团，架起了海峡两岸青少年友谊的桥梁；国家农业农村部“大地流彩·乡村音乐中国风”“金洞村K”专场，共唱美好生活，齐颂伟大祖国。

只有关注乡土自身所特有的文化元素，呈现具有中国特色的中国乡村话语，才有可能展现更加立体、鲜活的中国式乡村。“金洞村K”火爆出圈是地方主流媒体策划运作和社交媒体自发裂变传播的结果，是厚积薄发，也是水到渠成，活动是以群众叙事讲好中国式现代化的生动实践，真正成为了推进文化和旅游深度融合的平台、乡村交流和特色产业产品展示的擂台、乡村原生态音乐文化展演的舞台、乡村旅游宣传推介的吧台。“金洞村K”第二季已经开始探索品牌的外延发展，开发相关文创产品、举办音乐节等衍生活动；与旅游、教育、研学等行业进行深度合作。这些举措不仅拓宽了品牌的传播渠道和受众范围，也实现了品牌的多元化发展和价值最大化，通过打造超级品牌，真正把传播流量转化成经济增量。

（作者单位：永州市融媒体中心）

编辑/刘凌

播音员主持人需要认识的几个互联网传播核心特点

钱利军

进入21世纪的二十多年间，网络科技迅猛发展，互联网传播在党和国家宣传思想文化工作中发挥着重要作用。播音员主持人站在宣传思想文化工作前沿，在互联网节目创作实践中要发挥文化引领作用，必须充分认识和把握互联网传播的核心特点。

1、互联网传播的多元化。互联网传播具有多元化的特点，单从内容方面来看具有无限承载空间，涵盖政治、经济、文化、旅游、科技、体育、教育、医疗等领域，可以说在人类文明进程中，一切精细化信息需求在互联网平台上都能找到，大数据背景之下互联网传播呈现无限释放空间。从传播平台方面来看也呈现多元化的特点，网端、微端、手机端全覆盖且互联互通。据中国互联网络信息中心2024年3月发布的中国互联网络发展状况统计报告显示，截至2023年12月，中国网民规模达到10.92亿人，互联网普及率达到77.5%，随着手机网民占比持续提升，手机端用户的资讯、生活、娱乐、服务等需求空间越来越大，宣传思想文化工作的触角就应该更多延伸到手机端。另外，微信、微博、订阅号、小程序、视频号、抖音号、快手号等等都成为大众传媒媒介的新成员。从传播技术、传播手段、传播行为、传播方式等方面来看，也呈现多元化特点和不确定性的超常规模式，作为广播电视播音员主持人，要以开放的思维适应网络传播多元化特点，打破新闻主播、综艺主持的固有职业定性，展现多样化多元化的职业素养，成为综合型的媒体人。

2、互联网传播的智能化。在互联网传播中，智能化是将人工智能技术应用于信息生产和传播过程中的一种技术赋能手段。比如AI主播、机器人编审、定时发送、语音识别转换、大数据智慧分析等，这些在互联网传播中广泛应用，其主要突破了媒体人力资源瓶颈，解放了传统岗位，提升了传播效果，实现了信息精准投放，解决了信息传播和信息需求不对称的问题，实现了信息传播的交互性和及时性。作为广播电视播音员主持人，在智能化高速度信息传播面前遭遇职业危机，但危中有机，危和机并存。从目前智能化发展程度来看，从人工智能在网络传播中的应用来看，AI主播在语音播报、情感表达、随机应变、形象设计、视听享受等方面有待进一步发展和实践验证，虚拟主播并未达到有思想、有格调、有情感、有温度、高水准的传播审美需求。人工智能再造一个康辉，还不及康辉的“主播说联播”“大国外交最前线”亲切自如接地气。与此同时，网络传播环境下，对于广播电视播音员主持人有更为开放多元的形象展示空间和机会，玩转个人IP也能为主流传播引流助力。要力争做到潮流且年轻态的表达，努力做好“台前延伸”和“后台展示”，拉近与受众（粉丝）交心共情的距离，在这些方面依然有广阔天地。

3、互联网传播的时空化。互联网传播打破时空概念，具有划时空化的特点，特别是在客户端、微端、网端的传播中，信息随时可发，用户随时可用，传播行为随时随地都在进行，节目创

作随心表达，一切都打破时间、地点的概念，全媒体发展出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体。广播电视播音员主持人的职业行为习惯也随之打破常规，并面临着全能型职业挑战，人们接收信息的方式和渠道发生改变，受众不再守着电视屏幕和流动电波，新媒体新平台为用户提供了更多选择，在互联网节目创作传播中，移动直播常态化、节目持续性的生产和输出格局已经形成。特别是在新冠疫情传播实践中，很多播音员主持人在家里随时随场景用手机录制的宣传内容，在官方互联网账号得以传播，也是一种打破时空化传播特点的体现。

4、互联网传播的碎片化。互联网传播碎片化主要是从内容出发的一种认识，也是网络媒体发展的必然规律。随着传播提速提效，碎片化成为互联网传播的显著特点之一，在人人都是传播者的传播环境下，碎片化倒逼权威客观高品质有丰富内容涵养的传播内容的形成。一方面，碎片化对新闻传播的全面客观权威性提出新挑战，网民对全面、完整、系统性传播有了更高的期待。另一方面，碎片化助推新闻信息热点膨胀和流量生成，碎片化挤占了网民时间，带来片面化的内容输出，影响着用户价值取向和网民行为，各种网络谣言和错误认知时有发生。广播电视播音员主持人在互联网节目创作和传播中，要辩证看待碎片化的问题，一定要以权威准确的信息源为依据，既要追求高品质短平快的互联网产品，以出圈出彩出新赢得传播流量和传播数据，又要追求持续性的黏性和阶段性网络热点。在互联网新闻传播中，准确把握新闻传播规律，以内容多视角、形式互补性、传播系统化、阐述综合性、报道立体

化来补缺位，牢牢占领舆论场，塑造新闻传播的主流舆论新格局，这才能体现广播电视播音员主持人的主流责任和担当。

5、互联网传播的分众化。分众化是伴随着大众传播而形成的特点之一，对于受众的研究一直都有分众化的概念。在传统的广播电视报纸媒体发展中，因受众需求和分众不同等特点，为了达到有效传播价值，便有了专业化的频道和报刊，如：新闻频道、经济频道、法治频道、体育频道、工人日报、农民日报等等。如今，在互联网传播环境下，分众化的特点更加明显，而且分众细化的程度越来越精细。从互联网节目创作发布角度出发，互联网媒介用户的需求是最核心的问题，要想达到精准高效有价值的网络传播，就必须走分众化传播的路子，如：党务、政务、商务，如：育儿、养生、卫生，如：生活、情感、心理等等。只有从用户分众化的角度出发，传播释放出的价值才能驱使粉丝产生再次传播的能动性。互联网分众化和大数据分析推流改变以往人等信息、人找信息的被动，让信息找人更加精准。作为传统的广播电视播音员主持人，在互联网节目创作传播中，保持生活态、亲和力、找准对象感依然重要，同时还需要从互联网平台用户分众化特点出发，深耕厚植平台的特色和个性化内容，从用户知识需求、爱好需求、心理需求、生活需求、职业需求等多维度定位平台分众化内容取向，或者以性别和年龄等群体特点定位分众化内容取向，进行针对性的节目创作和传播。

（作者单位：湘乡市融媒体中心）

编辑/刘凌

多家广电接入DeepSeek

春节以来，DeepSeek掀起的热潮在互联网行业持续蔓延。多家广电媒体纷纷宣布接入DeepSeek，广电机构持续探索新技术在视听内容生产、传播和商业化方面的创新应用。

重庆广电第1眼TV-华龙网全面接入DeepSeek

新年伊始，重庆广电第1眼TV-华龙网自主研发的“芯问”大模型正式接入DeepSeek，成为重庆地区首家实现深度智能化升级的媒体机构。AI赋能，激活主流媒体新质生产力。“芯问”大模型接入DeepSeek，不仅是重庆广电第1眼TV-华龙网自身发展的重要里程碑，也为重庆媒体行业的智能化转型提供了“样本”。

闪电云平台正式接入大语言模型DeepSeek-R1

2月5日，闪电云平台宣布正式接入全球领先的大语言模型DeepSeek-R1。接入DeepSeek-R1，不仅可以通过DeepSeek强大的自然语言处理与推理能力，为用户提供一站式智媒服务体验，还能助力提升融媒生产质效，拓展内容服务边界。

海博TV全面接入DeepSeek-R1模型

2月7日，福建省广播影视集团旗下的新媒体技术平台——海博TV成功接入国际领先的DeepSeek R1大语言模型，助力提升融媒体内容生产效率开启媒体融合新篇章。

大象新闻官宣接入DeepSeek

2月10日，河南广播电视台大象新闻官宣接入DeepSeek-R1大模型，积极拥抱生成式人工智能技术。通过深度技术融合，大象新闻实现实时与DeepSeek对话，对用户开放思维链输出，完成各类推理任务。同时通过本地化部署，显著提升DeepSeek模型的计算效率和推理速度，为用户提供优质、顺畅的智能化体验。

（传媒内参）

国家广播电视总局实施“微短剧+”行动计划

“微短剧+”是指将微短剧与其他领域或行业相结合，形成新的应用场景、商业模式、经济业态，带动微短剧内容提质升级并赋能千行百业。2025年，广电总局将深入组织实施“跟着微短剧去旅行”创作计划，继续推进“跟着微短剧来学法”“微短剧里看品牌”创作计划，启动“跟着微短剧学经典”“跟着微短剧来科普”“微短剧里看非遗”等创作计划，实现在细分领域，共推出300部左右具有引领作用和创新价值的重点微短剧，打造一批思想精深、艺术精湛、制作精良的优质微短剧。

（国家广播电视总局）

全国18.3万家酒店逾千万间客房实现

便捷看电视开机看直播

在各级广电部门、网络运营商和酒店管理集团等紧密协同、高效联动下，全国酒店客房电视操作复杂治理工作取得重大进展，31个省区市的18.3万家酒店、1159万间客房已经实现便捷看电视、开机看直播，大大提升了旅客的收视体验。

（国家广播电视总局）



湖南广电大堂嘉奖获全国性大奖项目及个人

2023—2024年，湖南广电以年度主题创制为牵引，集全集团（台）之力，聚多年之功，全矩阵、多品类锻造内容精品，新闻、文艺节目、电视剧、纪录片、广播剧、公益广告等精品爆款迭出，在2024年多项全国性大奖评选中脱颖而出，创历史最好成绩，助推芒果内容创制进入鼎盛时期。

1月6日下午，集团（台）嘉奖令颁授仪式在湖南广电金鹰大厦一楼大堂举行，表彰2024年度获得“五个一工程”、中国新闻奖、“飞天奖”“星光奖”“金声奖”“金鹰奖”“白玉兰奖”“黄河奖”等全国性大奖项目及个人。

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、徐蓉、黄薇、杨贇、罗迎春、秦好出席颁授仪式。

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