

潇湘XIAOXIANG 声屏

2025 年 / 第 4 期 / 总第 377 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

写在《左宗棠收复新疆》
完播之际

山河不忘青春敢当
湖南广电多维展现
抗战精神传承

左宗棠
收复新疆





首届“马栏山杯”小游戏创新创业大赛 颁奖盛典圆满落幕

7月22日，首届“马栏山杯”小游戏创新创业大赛颁奖盛典在长沙举行，标志着历时百余天的“小游戏大赛”圆满落下帷幕。中国音像与数字出版协会第一副理事长、原国家新闻出版总署数字出版司司长张毅君，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，湖南省委宣传部部务会成员、省政府新闻办副主任黄海，集团（台）党委副书记、总经理、副台长蔡怀军和省委宣传部（省新闻出版局）、省委网信办、省教育厅、省广电局、省通管局、长沙市委宣传部、马栏山文创园、省动漫游戏协会及国内100多位头部游戏企业、高校代表共同出席活动。

本届大赛集结超过500家游戏企业、100余所高校的1500多名游戏行业追梦者积极参与，征集有效作品565个，其中创作赛道作品237个，创意赛道作品328个，芒果IP作品超100个。经过激烈角逐，最终10个奖项实力揭晓。

CONTENTS

2025年第4期 / 总第377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 黄自笑 李力明 牛嵩峰
谭 昕 肖 泉 罗芳红
宋 点 梁德平 李 红
王艳忠 李运宗 钟益帆
尹 中 刘贤志 章红伟
崔 宇 陈 鹏 刘志忠
蔡莲花 方 菲 陈亚飞
徐跃武

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) LK20250167

印刷单位 湖南高速印务有限公司

印刷日期 9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 写在《左宗棠收复新疆》完播之际 / 龚政文

该片播出以来,收获了社会各界的热烈反响、一致好评。正如左宗棠收复新疆是在历史的机遇中完成的,这部纪录片的成功也得益于新时代的历史机遇。它将激励我们创作推出更多更好弘扬主流价值、满足大众需求的作品。

06 建构历史记忆 激扬爱国热情 《左宗棠收复新疆》研讨会在京举行

纪录片《左宗棠收复新疆》是湖南广电践行习近平文化思想,弘扬伟大爱国主义精神,推动铸牢中华民族共同体意识的一部礼敬之作、使命之作。

09 《左宗棠收复新疆》研讨会专家说

11 湖南广电创作纪录片《左宗棠收复新疆》,再现湖湘志士的家国深情

从叙事的革新中找到情感的通路,更围绕湖湘源流,从地理、历史、文化的根基中寻找文化的自信。湖南人以敢为人先的血性书写历史,湖南广电则以敢为人先的影像,延续这种精神。

歌手2025

12 《歌手2025》:打造“音乐地球村”,书写中外文化交流新篇

节目通过革新节目形式、升级内容供给、打造融合场域等方式,让传统与当代碰撞、民族与世界交流,既向世界传递真实立体、可爱可敬的中国形象,也在全球视野下促进中外文化交流。

15 《歌手2025》:音符里的共同体 / 胡一峰

17 为什么《歌手2025》是「全民综艺」? / 浅度

节目评析

21 山河不忘青春敢当，湖南广电多维展现抗战精神传承

湖南广电推出一系列具有史志价值、教育价值和艺术价值的时代之作，是对“正义必胜、和平必胜、人民必胜”真理的有力昭示，也是积极践行主流媒体责任担当，充分发挥主流媒体在重大主题宣传中的引领作用的最好证明。

25 好朋友 好伙伴 好兄弟——《与非洲同行》深情展现中非携手现代化的壮阔篇章

该报道将新闻采访、文化采风与人文纪录熔于一炉，见人、见事、见情，正是国际新闻报道突破传播壁垒的应有之义。

29 助力创新创业 展现青年力量——评湖南广电大学生创业系列节目 / 李静 鲁培

湖南广电立足自身特色和优势，积极探索如何把“政策语言”最大化转译为“视听语言”，通过打造多种形式的创业节目，展现出湖南这片创业热土的独特魅力。

31 从《花儿与少年·同心季》在非洲录制，看广电视听节目以文化共情构建国际传播新范式 / 王禹

33 《少年书院行》用青春脚步丈量文明厚度 / 朱玲

节目完成了一次从“知识输出”向“文化感知”的表达跃迁。这种以青少年为起点、以文化记忆为路径、以文明延续为目标的创新实践，正是传统文化在当代语境中焕发生命力的关键所在。

34 小店铺，大窗口：《巴黎合伙人》为国货与文化“双出海”打样

作为国内首档聚焦国货出海的创业真人秀，节目创新性地将“国货品牌出海”与“中华文化传播”相融合，以国货美妆为载体，以东方美学为灵魂，以青春创业为形式，探索了一条文化出海的新赛道。

传媒研究

36 “广电21条”新规印发实施，以系统性解决方案激活大屏生态

38 轻量化、在场化与年轻化：广电视听国际传播的三重变革 / 周述雅

41 人工智能技术对主流媒体系统性变革带来的机遇与挑战 / 赵京文

文艺评论

44 电视剧《锦绣芳华》热播，让传统文化绽放时代新芳华

46 《潜渊》：身份迷局下的信仰突围 / 曹思和

业务探讨

49 公益节目的芒果逻辑 / 李强

52 县级融媒体如何有效运用新媒体技术加强思想政治工作 / 邓信开 何文蕾

文艺长廊

54 左公墓前及一部迟到的英雄礼赞 / 解建设

前沿动态

56 国家广电总局发文部署促进广电视听内容供给工作等5篇

写在《左宗棠收复新疆》完播之际

龚政文



8月21日，大型历史人文纪录片《左宗棠收复新疆》在湖南卫视、芒果TV、金鹰纪实卫视播出了最后一集。我以虔敬之心收看了湖南卫视的播出，尽管此前我曾三次审片，此时仍然心潮起伏、热泪盈眶。左宗棠“虽死之日，犹生之年”的泣血遗折，长眠之地“汉业唐规西陲永固，秦川陇道塞柳长青”的楹联，罗家伦作于上世纪四十年代“左公柳拂玉门晓，塞上春光好……当年是匈奴右臂，将来更是欧亚孔道”的歌词，无不令人深深感怀、感奋。在纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年的今天，左公的爱国主义精神及其热血行动，具有震撼人心的意义。

一、盛况

《左宗棠收复新疆》播出以来，收获了社会各界的热烈反响、一致好评。截止8月22日，CSM数据显示，该片全媒体视听总时长破13亿分钟，受众达2.7亿人次；美兰德数据显示，相关网络热门内容超1.12亿次，累计覆盖网络用户2.73亿人次；蓝鹰融合影响力排行榜多次位列电视纪录片第一，美誉度最高达100；收获26个热搜，知乎评分9.1。芒果TV、腾讯、优酷同步热播，均居历史类纪录片第一。人民日报、光明日报、环球时报、联合早报、南洋商报、星岛日报等海内外媒体纷纷报道，学习强国每日滚动推荐。马大正、杨东梁、唐浩明、袁南生、赵立坚、金铁木

等历史、外交、文艺领域专家发文点赞，认为该片是“一曲爱国主义的壮歌”。更难得的是，该片在网络舆论场引发热议，一大批网络博主、自媒体创作者纷纷下场，推荐、二创该片，称“看得热血沸腾”“感谢湖南卫视让我们重温这段波澜壮阔的历史”，肯定湖南广电的勇气和魄力，有的甚至认为该片有“破冰”的意义。

二、缘起

2023年下半年，在筹划2024年的重点创作时，我们萌发出为左宗棠拍一部纪录片的想法。左宗棠作为近代湖湘的杰出人物、清代中兴名臣的代表，其独特性格、传奇人生为人津津乐道。尽管中兴将帅“曾（国藩）左（宗棠）彭（玉麟）胡（林翼）”并称，也有曾国藩、左宗棠、李鸿章、张之洞为晚清四大中兴名臣之说，但相较于其他人物，左宗棠舆榷出关、收复新疆的英雄壮举更胜一筹，更加值得今人纪念。但由于种种复杂因素，前些年左宗棠的后半生成成了一个禁忌，其收复新疆的事语焉不详，反映其生平功业的文艺作品难以出世。这样一种状况，与新时代强调筑牢中华民族共同体意识、坚决维护国家主权与领土完整的主流价值，显得格格不入。习近平总书记指出，“我国各民族共同开拓了祖国的辽阔疆域，共同缔造了统一的多民族国家，共同书写了辉煌的中国历史，共同创造了灿烂的中华文化，共同培育了伟大的民族精神。中华民族共同体的形成和发展是人心所向、大势所趋、历史必然。”“特别是在抵御外侮、防止分裂、维护统一的进程中，各族人民空前团结、同仇敌忾，书写了中华民族艰苦卓绝、气壮山河

的伟大史诗。”这一重要论述，从根本上为历史人物和历史题材的宣传与创作指明了方向，廓清了迷雾。

“我之疆索，尺寸不可让人”，左宗棠的铮铮誓言和煌煌功业，就是这部中华民族艰苦卓绝、气壮山河的伟大史诗的一部分。作为在丧权辱国、风雨飘摇的晚清罕见地率领军民收回大片国土、有功国家民族的左宗棠，其事迹应该得以传播，其精神应该得以传承。基于此，湖南广播影视集团（湖南广播电视台）先后召开办公会、编委会、党委会，决定上马纪录片左宗棠项目，由集团（台）出品，金鹰纪实频道承制。三年来，我们咬定青山，从未动摇。

三、打开

立项之后，怎么打开《左宗棠》这个题材，是首先要解决的问题。左宗棠的一生，可写之处甚多，但我们坚定认为，该片要紧扣左宗棠收复新疆及其后规划台湾这个主题主线，充分展现他在抗击外敌入侵、维护祖国统一方面做出的重大贡献，同时体现出湖湘文化的力量、湖南人的精神。左宗棠的青年时代和家庭生活，穿插其中。这既是突出主题的需要，也是规避风险的需要。总撰稿王登渤及撰稿滕飞、辛国强先生非常认可我们的意见。2023年11月，我们邀请王、滕来湖南召开《左宗棠》创作沟通会，一起学习习近平总书记的有关重要论述，正式明确了创作方向和创作重点，并讨论了如何筑牢根基，把握尺度，防止走偏。从播出后社会各界特别是网友们的反响来看，这个决策无疑是正确的。

事实上，从收复新疆到督师闽浙，左宗

棠的故事就已经足够丰富多彩、惊心动魄了。他在“海塞之争”中既重塞防又重海防，但力陈要优先塞防，促使朝廷决策西征，规复新疆；他周密布置，备足大战粮草弹药；他制订“先北后南、缓进急战”的战略方针，三年内迅速击溃阿古柏集团；他毅然决然，抬棺西征，促使沙俄归还伊犁；他“伏波据鞍、古稀出征”，维护台海安全；他多次上折，建言并促成新疆建省、台湾建省……这些对未来中国历史影响至深且远的事情，一个人哪怕只干了一件，也是了不起的，而左宗棠却在人生的最后十年全干成了，难怪梁启超称他是“五百年来第一伟人”。

四、风格

2020年以来，为践行习近平文化思想，湖南广电高度重视历史文化题材纪录片创作，拍摄了包括《中国》（全三季）《岳麓书院》《中国官箴》等多部纪录片，这些纪录片以写意化、虚拟化为主，但《左宗棠收复新疆》的风格很不一样。王新建等主创团队有很高的艺术追求和精益求精的艺术态度。全片站在上帝视角，以故事化、剧情化方式，将收复新疆的史实层层铺陈，节节展开，将左宗棠的运筹帷幄、决胜千里，金戈铁马、壮怀激烈展露无遗。一百多年前的人物、场景，栩栩如生，历历在目。纪录片大多在甘肃、新疆实地拍摄，将漫漫黄沙、莽莽雪山尽收眼前，辅之以高级的AI制作，弥补实拍之不足。电影般的质感、超高清的画质，让人有大片的既视感。剧组穷搜博采，找到大量历史照片、馆藏奏折等资料原件，一一予以呈现，增添了全片的历史感、真实

感。虽然是纪录片，但出场的主要演员有50位之多。他们的表演非常出彩，特别是左宗棠的扮演者魏大鸣，以纪录片特有的有形而无声的表演方式，演活了老成谋国、正气凛然的左宗棠，有形中见深厚功底，无声中显内心波澜。该片的解说深沉、厚重，元气充沛，情感浓郁，特别是最后一集对左公遗折的解说和片尾的总结性阐述，具有一种洋洋乎如江河泻地、巍巍乎如高山曜日的沧桑感、英雄气。

五、鸣谢

这部纪录片在台本创作、拍摄制作和后期修改中，得到上级机关、专家学者等各方面的指导、支持。中宣部、国家广电总局有关部门积极鼓励、具体指导；湖南省委宣传部、湖南省广播电视局列为重点扶持项目，新疆维吾尔自治区党委宣传部、甘肃省委宣传部在拍摄和修改方面提供了大力支持，提出了宝贵意见；长沙市、湘阴县也以各种方式参与其中；马大正、杨东梁等专家学者和左公后人在学术立场和史实把握方面提出了专业建议。特别是社会各界的热情鼓励和加持，让我们深感吾道不孤、苦心不负，因而信心倍增。所有这些，都是这部纪录片得以成功的保证。正如左宗棠收复新疆是在历史的机遇中完成的，这部纪录片的成功也得益于新时代的历史机遇。它将激励我们创作推出更多更好弘扬主流价值、满足大众需求的作品。

【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】

建构历史记忆 激扬爱国热情 《左宗棠收复新疆》研讨会在京举行



8月28日，由中国电视艺术委员会、中国电视艺术家协会、中国文艺评论家协会、中共湖南省委宣传部举办的纪录片《左宗棠收复新疆》研讨会在京举行。中国文学艺术界联合会、国家广播电视总局宣传司、中国电视艺术家协会、中国文艺评论家协会、湖南省委宣传部、甘肃省委宣传部、新疆维吾尔自治区党委宣传部、湖南省广播电视局、湖南广播影视集团（湖南广播电视台）相关负责同志出席。会议由中国电视艺术委员会秘书长易凯主持。

历经3年创作时光，拍摄行程近万公里，由中共湖南省委宣传部、中共新疆维吾尔自治区委员会宣传部、中共甘肃省委宣传部、湖南广播影视集团（湖南广播电视台）出品，湖南金鹰纪实传媒有限公司（湖南金鹰纪实频道）摄制的大型历史人文纪录片《左宗棠收复新疆》，自8月4日在湖南卫视、芒果TV及湖南金鹰纪实卫视等平台播出起，反响热烈，实现现象级传播。截至8月27日18时，该片在CSM全国网同时段省级卫视位列非剧类收视第一，位列芒果TV、腾讯、优酷、爱奇艺历史类纪录片第一，蓝鹰融合影响力排行榜多次位列电视纪录片第一；美誉度最高达100，知乎评分9.1，热搜26个，实现了纪录片领域少有的4亿量级传播，其中网络热门内容传播1.35亿次；美兰德数据统计显示，覆盖网络用户2.91亿人次，根据央视索福瑞数据统计，全媒体视听总时长破13.5亿分钟，15-24岁年轻观众占比达到42%。

会上，来自中国电视艺术家协会、中国文艺评论家协会、国家清史编纂委员会、中国社会科学院、中广联合会、中央文史研究馆以及各媒体高校的专家学者和主创团队代表，围绕《左宗棠收复新疆》展开热烈讨论。大家一致认为，该片是“一曲爱国主义的壮歌”“实现了近年来相关题材影视化‘零的突破’”。

闫少非（中国电视艺术家协会分党组书记、驻会副主席）：

《左宗棠收复新疆》以宏大的篇幅生动记录了左宗棠收复新疆的艰辛历程，深刻诠释了捍卫国家主权与领土完整的民族大义，展现出厚重的历史真实感与纵深感。该片创新运用AIGC等先进技术，结合高清制作手段，有效弥补了实景拍摄的局限，增强了视听表现力和艺术感染力。爱国主义始终是文艺创作的主旋律，该片正是文艺工作者铸牢中华民族共同体意识的生动实践。



徐粤春（中国文艺评论家协会副主席兼秘书长、中国文联文艺评论中心主任）：本片通过记录英雄、树立英雄形象，有效引导公众树立正确的世界观和人生观，是开展爱国主义教育的宝贵资源。时值新疆维吾尔自治区成立70周年、左宗棠收复新疆即将150周年，该片以中国立场和视角话语叙述这段历史，有助于帮助公众铭记历史、弘扬爱国主义精神。

易凯（中国电视艺术委员会秘书长）：齐心协力出精品，《左宗棠收复新疆》这部纪录片的诞生，如果没有湖南、新疆和甘肃的齐心协力，主创团队再专业恐怕也达不到现在的好效果。因此，在我们行业比较困难的情况下，更需要大家团结协作，一起来为行业做贡献。



马玉萍（甘肃省委宣传部常务副部长、省文明办主任、省电影局局长）：本片生动再现了左宗棠收复新疆、经营西北的光辉业绩，是一部具有深刻教育意义的爱国主义精品教材。左宗棠在甘肃兴修水利、振兴民生等一系列举措，对当地发展作出重要贡献。本片的成功启示，文艺创作应始终服务国之大者，必须推动中华优秀传统文化实现创造性转化和创新性发展，精品创作要深深扎根于人民生活与实践热土。



赵江涛（新疆维吾尔自治区党委宣传部常务副部长）：本片为讲好新疆的历史起了良好开端，有效还原史实、正本清源，起到了正史正心、澄清历史认知的作用。该片充分发挥了文艺作品在维护国家统一、促进民族团结方面的积极作用，进一步促进了各民族像石榴籽一样紧紧团结在一起，不断铸牢中华民族共同体意识。

任晓山（湖南省委宣传部副部长、省电影局局长）：文艺工作者要深入学习和践行习近平文化思想，创作团队要认真总结《左宗棠收复新疆》的创作经验与成功做法，进一步挖掘重大历史题材，创作推出更多弘扬爱国主义、凝聚民族精神的优秀文艺作品，更好地服务文化强国建设。



龚政文【湖南广播影视集团（湖南广播电视台）党委书记、董事长、台长、总编辑】：纪录片《左宗棠收复新疆》是湖南广电践行习近平文化思想，弘扬伟大爱国主义精神，推动铸牢中华民族共同体意识的一部礼敬之作、使命之作。该片的成功主要离不开三种意识的强化：一是坚定的政治意识，坚持以习近平文化思想引领创作方向，切实铸牢中华民族共同体意识；二是深沉的使命意识，始终心怀文化自觉与时代担当；三是强烈的精品意识，扎实的前期准备，严谨的创作过程，反复的艺术打磨，最终呈现出经得起检验的作品。接下来，湖南广电将认真做好“十五五”内容创作规划，发挥湖南广电优长，继续打造一批具有较强影响力的视听精品，为繁荣新时代文化艺术、建设文化强国做出更大贡献。

研讨会上，大家一致认为，纪录片《左宗棠收复新疆》凭借严谨的学术态度与自觉的艺术追求，实现了一次破冰实践。该片围绕讲述左宗棠收复、平定新疆并推动建省的事迹展开，既鲜活呈现以其为代表的先贤，为维护国家尊严与领土完整付出的不懈努力和无私奉献，更有力助推公众树立正确国家观、民族观、历史观。左宗棠所体现的深厚爱国精神，值得每一位中国人铭记与发扬。作品不仅弘扬了中国人民的爱国主义传统，更进一步激发全社会奋发图强的昂扬斗志，增强了中华民族凝聚力，展现出自信自立的精神风貌。

（供稿：湖南广播电视台办公室）

编辑/肖清

《左宗棠收复新疆》研讨会专家说

仲呈祥

中央文史研究馆馆员、著名文艺评论家

这部作品自觉、主动吸取历史学界新鲜的思维成果，并将其转化为艺术创作的内在思维动力，传播正确的历史知识，提升民族的历史修养，真正以史为鉴，功莫大焉，思想价值、文化内涵、艺术价值都很高，在文艺创作理念上实现突破，是中国纪录片创作发展历史上一个具有标志性意义、里程碑意义的作品，是真正造就“文化强国”的好作品。

马大正

国家清史编纂委员会常务副主任

纪录片《左宗棠收复新疆》的播出，是学术实践和艺术实践的成功，为当代中国人建立正确国家观、民族观和历史观提供了一个非常生动的教材，我们应该充分看到这个来之不易的、“破冰”的意义。

杨东梁

国家清史编纂委员会委员、中国人民大学清史研究所教授

在纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年之际，《左宗棠收复新疆》纪录片的制作与播出无疑具有重要意义。拥有家国情怀的作品最能感召中华儿女团结奋斗，湖南广电所创作的这部《左宗棠收复新疆》历史人文纪录片就起到了弘扬中华民族的爱国主义精神，激发人民群众奋发图强的志气，加强中华民族团结奋进的力量，展现中华民族自信自立自强风貌的作用。

王登渤

纪录片《左宗棠收复新疆》总撰稿，甘肃省文联党组书记、主席

我们采用了追剧的全景式揭密，使用章节的方式，把事件、细节相对梳理完整、解读清楚；我们力求在更大视野中把握收复新疆的大开大合，环环相扣，始终将视野和国际国内重大事件结合起来；我们拒绝过度文学想象和渲染，始终用平实、准确、客观、冷静、经得住考究的叙述语言，将许多本可以高燃的历史故事进行了克制化处理，在保障观赏性和艺术性情形下，减少煽情。

王新建

纪录片《左宗棠收复新疆》总导演

《左宗棠收复新疆》取得了一定成功，得到观众和同行专家的认可，作为总导演，我有以下几点体会与大家分享：一是要以严谨的学术态度，把握史实，尽力做到真实准确；二是要遵循文学创作基本规律，努力塑造好鲜活的人物形象，通过人物表现人类丰富的生产实践、情感共鸣和价值追求；三是要以剧情片的创作手法把握全片艺术风格。

魏大鸣

纪录片《左宗棠收复新疆》左宗棠扮演者

能够有机缘塑造左公这样一个伟大的历史英雄人物，是我此生最大的荣幸。艺术的真谛在于真实与真诚，在表演过程中，我始终坚持武戏不用替身，文戏不用替手。

袁新文

《人民日报》文艺部主任

这部纪录片采取剧情纪录片的形式，有事件、有人物、有情节，故事性强，情景再现弥补了历史题材纪录片的天然缺陷。但是觉得更吸引我的，还是这部作品的思想内涵。这是一部题材很复杂的作品，怎么驾驭，怎么把握，怎么取舍，怎么选材，站在什么角度，都是考验主创团队的课题。我觉得这部片子完成度很高，答卷出色。

赵捷

中广联合会纪录片委员会会长

该片以系统的展演影像与详实的文献，互证那段波澜壮阔的收复历程，实现了历史过程的可视化与叙事脉络的完整呈现。这不仅是一部影视作品，更是一场与历史的深情相拥；不仅是对一段历史的复原，更是一曲关于坚守、关于复兴的壮怀诗篇——能让我们在回望中认清来路，将要走向怎样的未来。

顾亚奇

中国人民大学艺术学院副院长、教授

这个作品的成功最大的启示在于前瞻选题的独特眼光。在这部片子里尽管看到的是左宗棠的事迹，但其实也让我们改变了对清史中原来的刻板印象，该片还原了历史，构建了一个立体多元互证的历史场域。

冷凇

**中国社会科学院新闻所视听研究室主任，
广播影视研究中心主任、研究员**

纪录片《左宗棠收复新疆》以工业化生产模式，片段式、主题式结构，实现了电影化质感，给观众带来震撼的视觉盛宴，是一部如何用影像讲好中国故事的生动佳作，具有国际传播意义。

左禹

左宗棠玄孙、北京化工大学原副校长

一百多年以后的今天，以电视湘军为核心的影视工作者们，又一次秉承着“敢为天下先”的湖湘精神，克服万难，在荧幕上重现了那段波澜壮阔的历史，这体现了湖南广电的责任感和历史担当，是对近现代历史的回顾与尊重，是对湖湘文化的传承，更是对中华民族爱国主义精神的弘扬。

左皓

左宗棠六世孙、诚志股份有限公司副总裁

我父亲2015年获得清华大学突出贡献的奖励，他当时获奖感言中把左公的一副对联作为鞭策，向学生、老师进行了宣讲，我最有感触的还是那句话“身无半亩，心忧天下”，我一直作为鞭策，身体力行，也希望在座各位能够跟我们一样，不遗余力把左公的家国情怀跟爱国主义精神向社会宣扬。

（供稿：湖南广播电视台）

编辑/肖清

湖南广电创作纪录片《左宗棠收复新疆》 再现湖湘志士的家国深情

近日，大型历史人文纪录片《左宗棠收复新疆》在湖南卫视、芒果TV、金鹰纪实卫视收官，该片以左宗棠收复新疆、维护主权为主线，鲜活地表现了以左宗棠为代表的先贤为了维护国家尊严和领土完整而付出的不懈努力与无私奉献。这位浸润湖湘文化成长的儒将，率领各族军民与志士，收复鸦片战争以来失落的大量国土，不仅震撼当时，更赢得后世尊敬。

纪录片以电影般质感完成剧情叙事，不仅让这段历史重回公众视野，更是对中华民族共同体意识的一次艺术凝练。湖南省文史研究馆馆员、左宗棠五世外孙梁小进撰文称“纪录片《左宗棠收复新疆》真实地揭示左宗棠收复新疆这一我国近代重大历史事件的全过程，再现了左宗棠所表现出来的高昂、激越的爱国精神和民族正气。述事准确生动，情节感人至深，是一部不可多得的历史题材纪录片佳作，堪称为一曲爱国主义的壮丽颂歌”。

近年来，湖南广电高度重视历史文化题材纪录片创作，拍摄了包括《中国》（全三季）《岳麓书院》《中国官箴》等多部纪录片，这些作品探索在历史的宏大叙事与艺术再现之间寻找平衡。而《左宗棠收复新疆》则是纪实手法的进一步呈现。在湖南广电的镜头里，黄沙、大漠、军旅、家国，重组成一幅热血涌动的史诗。

湖南广播电视台金鹰纪实频道总监、《左宗棠收复新疆》总制片人章红伟介绍，这部作品通过“微短剧式叙事”“AIGC 技术复原历史场景”等创新手法，生动再现了左宗棠“舆棹出

征”的决绝与收复新疆的壮阔历程。该纪录片以年轻人能接受的影像语言、音乐风格、网络传播方式，把宏大命题化为切身感受。在厚重主题面前，它没有回避复杂性，而是以叙事的艺术化、视听的现代化，破除时空的隔膜，既守住史实的严谨，也兼顾观众的审美，既不失家国大义的宏阔，也留给个体以感同身受的温度。这种处理，部分展现了湖南广电在文艺创作方面的显著成效——既能深入大众的文化娱乐生活，又能扛起厚重的国家民族叙事。

回顾湖南广电一路走来的纪录片探索，可以看到一个清晰的脉络：从叙事的革新中找到情感的通路，更围绕湖湘源流，从地理、历史、文化的根基中寻找文化的自信。湖南人以敢为人先的血性书写历史，湖南广电则以敢为人先的影像，延续这种精神。

当下，铸牢中华民族共同体意识不仅需要理论的阐释，更需要影像的注入、情感的滋养。纪录片作为视觉化的历史书写，能够让观众在情感体验中理解“共同体”的真义。《左宗棠收复新疆》正是在这样一种语境下出现，它以一个具体人物的选择与坚持，把宏大的民族叙事转化为触手可及的情感力量。从青春表达到家国叙事，湖南广电一贯的坚守与跨越始终在表达：一个真正有力量的媒体，不只是陪伴大众的日常欢乐，更是在关键时刻，能够承担起文化记忆与民族情感的守护。

（来源：人民日报）
编辑/肖清



《歌手2025》： 打造“音乐地球村”，书写中外文化交流新篇

从“舞台上的地球村”到“音乐地球村”，湖南卫视芒果TV音乐竞技节目《歌手2025》，用音乐搭建国际文化交流的桥梁，让国产音综加速出海。在新一季的节目中，《歌手2025》通过革新节目形式、升级内容供给、打造融合场域等方式，让传统与当代碰撞、民族与世界交流，既向世界传递真实立体、可爱可敬的中国形象，也在全球视野下促进中外文化交流。

多元交流：音乐本源的价值回归

从竞技综艺到以歌会友，国际化嘉宾参赛成为常态。今年《歌手2025》的舞台上，一共迎来了来自美国、巴西、马来西亚、日本、英国共8位国际歌手，用不同风格的歌曲来传递多元世界的魅力。格蕾丝·金斯勒演唱

中文经典《如愿》，欧美磁性嗓音为东方意蕴注入太平洋新风；米奇·盖顿演唱《珍珠港》主题曲《There You'll Be》，表达中美两国反对战争、渴望和平的夙愿。这些具有跨文化特征的音乐创意，推动全球对话与理解，构建出中外音乐交流、文明互鉴的鲜活样本。

在节目设计上，《歌手2025》契合国际艺人特点特别设计表演和互动环节。从格蕾丝·金斯勒造访湖南博物院体验数智文博大平台，到米奇·盖顿赴汨罗游览屈子书院体验端午佳节，再到 Jordan Smith 学唱中文歌曲、品尝湘菜剁椒鱼头，这些跨越国界的文化互动，被网友誉为“超越音符的情感共鸣”。国际歌手通过节目沉浸式体验中国传统，既让观众看到“音乐无国界”的艺术共识，更在综艺舞台上书写了文化交流的鲜活注脚。



如格蕾丝·金斯勒、米奇·盖顿作为首发歌手让观众看到国际歌手的实力，查理·普斯、乔丹·史密斯等作为袭榜歌手参加，更是展现“音乐无国界”的价值内涵。外国歌手“常驻”赛制的系统性确定，是国产音综国际化的必经之路，“敬故友、敬国度、敬相会”也以音乐本源审美，强化其“以乐相迎”的媒介价值。

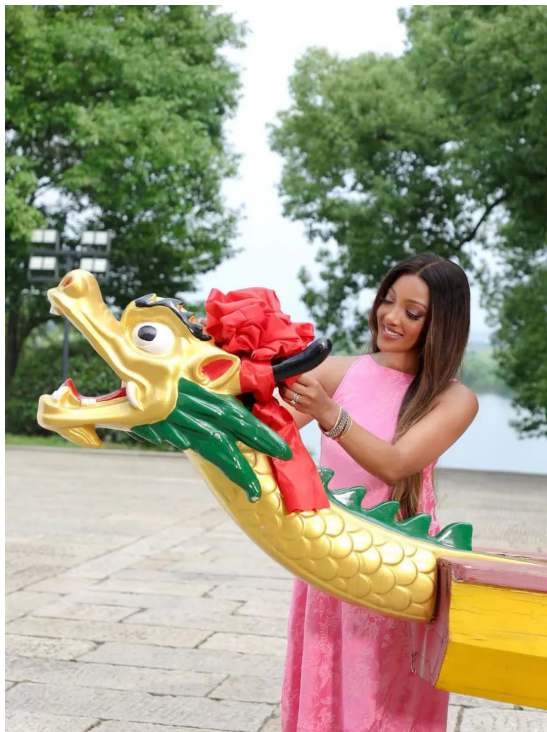
供给升级：融通中外的内容呈现

国产音综国际传播，必须要搭建融通中外的媒介场景。一方面，它要展示立体、包容、多维的中国形象，为传统文化和当代文化搭建桥梁；另一方面，它又要有全球化视角，让华语音乐和世界音乐完成精彩碰撞。融通中外，是《歌手》内容供给升级的一大表现。

从强烈的民族自信心出发，《歌手》深入挖掘民族音乐的当代意蕴。《歌手2025》从首期节目开始，就旗帜鲜明地表达了对民族音乐的积极态度，改编自李白千古名篇的《将进

酒》、融入传统戏剧表演元素的《悟空》，都是既实验先锋、又继承传统的优秀作品。者来女、云飞等袭榜歌手表演带有强烈的民族色彩，从流行音乐框架中重构传统民族音乐的方式，展现了传统与当代的融合魅力，也彰显了中国音乐人在活化传统音乐、挖掘中国式审美上的主体性。

从音乐表演走向线下体验，《歌手》拓展音综文化交流的价值外延。米奇·盖顿捕捉到中美观众音乐喜好的不同，呈现世界音乐的交流碰撞，“美国音乐更受节奏驱动，中国音乐由情感驱动，前者像‘澎湃的海洋’，有时会爆发巨浪，后者如同‘蜿蜒的河流’，有诗意的歌词、精妙的起伏和婉转的流动”。在音乐基础上，《歌手》搭建了文化体验平台，让中外人文交流不止于音乐。从香缇·莫穿上汉服、系上香囊过端午，到格蕾丝·金斯勒造访湖南博物馆体验数智文博大平台，音综都超越音乐本身，成为中外对话的重要媒介。



传播重构：技术赋能下的效能跃升

老牌综艺《歌手》自去年以来的全民关注，离不开成功的国际传播策略。自2024年以来，湖南广电实施“芒果TV国际APP倍增计划”等，在内外宣统筹和价值创造上成果显著；同时，“文化+科技”深度融合确保节目真实、多元的高品质呈现，也让《歌手2025》在海外传播上大显身手。

打造互动沉浸的“顶级舞台”，让技术创新加持全民互动。《歌手》系列的第一追求是“留下好的舞台”，重启后的《歌手2024》以对标音乐厅级别的场地建造，为不同国度的华丽乐章保驾护航。《歌手2025》在此基础上，继续以技术艺术的深度融合，释放音乐的魅力所在，如“顶级4K视效”来搭建身临其境的视听体验，并以线上观众与节目现场的“云入场”开启直播活动，首个“AI情绪识别”还能现场捕捉情绪波动。

构建多层次立体化宣推平台，实现国产音综的“跨海交互”。在“走出去与请进来”的双向策略下，湖南发挥传媒大省优势，扩大节目海外传播声量，促进不同文化深度互动。《歌手2025》借助芒果TV覆盖195个国家和地区，实现海外用户“零距离”见证节目进程并参与互动，有效提升海外传播声量。同时，与使馆、政府机构联动推介，中国外交部拉丁美洲和加勒比司、巴西驻华大使馆、马来西亚驻华大使馆、马来西亚国家旅游局等相关机构均发文推介《歌手》，并赞扬《歌手2025》“用音乐搭建国际文化交流的桥梁”。

荟萃音乐精华，汇聚民间力量，促进民心相通。《歌手2025》跨山越海，把中式元素推向全球舞台，也让中国观众领略多元音乐的魅力，为音综国际化提供一场可资借鉴的“当代跨文化实践”。

（来源：国家广电智库）

编辑/肖清

《歌手2025》：音符里的共同体

胡一峰

8月8日晚，湖南卫视《歌手2025》收官，中国视听大数据（CVB）、CSM全国网、欢网、酷云四网均为同时段省级卫视第1。截至8月10日10点，整季节目共获全网热搜21705个，全网1636个热搜第一。节目全网传播总量1096.6亿次，破亿次传播话题86个，万赞视频3673个。自5月16日起，历时近三个月的顶级音乐直播竞演至此落下帷幕，给人带来艺术享受的同时，也带给人关于文化传播的思考。

自2005年《超级女声》火爆以来，音乐综艺走过了二十年的发展历程，涌现出《我是歌手》《中国好声音》《乘风破浪的姐姐》等现象级音乐节目。不少节目“出圈”“出海”，成为跨地域跨代际跨文化的艺术纽带，在音乐构筑的对话场域中推动了人类命运共同体构建，再一次表明，文艺是民心相通的金钥匙、文明互鉴的大舞台。

以《歌手2025》为例，这档节目邀请各国优秀歌手以民谣、流行、摇滚、说唱等多种音乐形式同台竞技。首发阵容中，外籍歌手占比达40%。美国歌手用中文演唱《如愿》，日本歌手演唱经典日剧《悠长假期》主题曲，以及马来西亚歌手李佳薇、巴西歌手艾莉西亚的精彩表演，传达了语言所不能传达的东西，为该节目增添了共同体的鲜明色彩。节目还融入国外歌手学习书法、参观齐白石画作、体验端午节等内容。以音乐为核心、丰富多彩的文化活动搭建了中外互动交流的桥梁，拉近人与人

之间的距离，推动建立更深层次的联系。

这充分说明，大众文化和流行文化接地气、传播快、受众广，善于调动跨文化共情共鸣。在全球文化交流中，充分发挥大众文化和流行文化的作用，有利于形成更有效的情感沟通，推动构建人类命运共同体走深走实。

互联网等新媒介新技术的发展，使音乐的共同体黏合剂作用发挥更加充分。音乐综艺在我国繁荣发展的二十多年，恰是互联网全方位介入国人文化生活的二十多年。二十多年来，“互联网+音乐”“互联网+综艺”深入发展，我们从“随身听”进入到“随网听”，不仅“独自听”而且“共享听”“互动听”。在这个过程中，听歌越来越成为跨文化的社交平台。同听一首歌，越来越具有文化共情的作用。

《歌手2025》抓住时代文化风尚和科技赋能红利，引入“云导播”“云入场”“云围观”“云端国际听审”等互动新玩法，线上观众不但可以欣赏节目，还可以AR同步投票。节目的“AI情绪识别”模式实时捕捉现场听审团情绪，一旦现场听众情绪共鸣达到峰值，即刻触发线上情绪共振效应。每期节目邀请数百位“国际云端听审”，线上“零距离”见证节目进程并参与互动。正是在新科技加持下，音乐，不仅是歌声，更是场景，不仅是耳朵的享受，更是全身心的投入，观众的参与感极大提升，获得感也更加丰富。



从《歌手2025》回顾音乐综艺二十年发展之路，进一步发挥音乐综艺在构建人类命运共同体中的作用，首先应当坚守作品为本。推出优秀作品，是文艺工作的中心环节。好作品是音乐综艺的根基所在、生命所在。毋庸讳言，综艺节目“出海”需要流量加持，但高质量才有真流量，只有坚持以人民为中心的创作导向，充分关注音乐创作生产本身，关注创作者的成长和感悟，主动对接新大众文艺浪潮，在贴近生活、“还歌于民”中发现与培养更多有潜质的音乐人、推出更多原创金曲，才能给音乐综艺“出海”打下扎实基础。

同时，应注重科技赋能。互联网让世界成为“地球村”，科技与艺术结合，不仅提升艺术的感染力，而且为其在更大范围内的共创共享提供平台。为此，应当自觉投身文化产业数字化的历史进程，高度重视技术创新，尤其是AIGC、虚拟拍摄技术、VR等在内容创新、

降本增效等方面的运用，让文化赋予科技温度，科技搭载文化远航。

此外，还应高度重视全球青年群体。目前，“Z世代”占全球流媒体消费67%。《歌手2025》首次将00后歌手纳入核心阵容，00后、90后青年歌手的表现让人印象深刻，单依纯、格瑞丝·金斯勒等更是凭借扎实的唱功、自信的表演赢得了现场观众和专业乐评人的赞许。在全球文化交流交融的当下，更应利用社交平台和网络传播机制，面向全球艺术青年家和爱好者打造更多文化平台，通过综艺节目、文化竞赛等方式，吸引全球青年文化人才参加，给他们更大的表现舞台，让新时代中国成为全球青年文化策源地、青年艺术活动聚集地和文化艺术人才孵化地，为构建人类命运共同体提供长远支撑。

（作者系中国文联理论研究室副主任）

编辑/肖清

为什么《歌手2025》是「全民综艺」？

浅度

8月8日晚，《歌手2025》迎来收官的「歌王之战」，陈楚生摘得本季歌王。

这一季的《歌手2025》很特别，因为它第一次多了一个叫「全民陪看团」的设定。很幸运，笔者在第四期、第五期直播中，做了两回「全民陪看团」成员。这是一个很特别的体验，它让我在直播间里，既陪伴着全民看直播，又代言了全民行使宝贵的投票权，我们在直播间里，一起讨论歌曲、讨论歌手，也一起完成投票决策。

我第一次从另一种感知上理解了「全民综艺」——它是一种有「体感」的全民综艺，你是真真正正融入《歌手2025》这样一个「全民共此时」的「全民直播共同体」中，其他观众跟你有互动、有连接，我们在每周五晚，成为了一个以《歌手2025》为媒的赛博集体。这样一番经历与体会，也驱使我重新思考「全民综艺」这个话题。我想，结束这季歌手，或许最宝贵的财富，就是它在综艺浪潮几经更迭之后，它给了我们一次重新定义「全民综艺」的契机。

上篇：什么是「全民综艺」？

曾几何时，「全民综艺」是一个破圈的行业热词，不只是行业人在讲，普通观众也在讲。几乎在各个赛道上都涌现过「全民综艺」，歌唱类节目、亲子类节目、游戏类节目、真人秀类节目……但不知何时起，这股热

潮正在消退，新的全民综艺很难涌现，老牌全民综艺也在号召力的式微中，越来越难撑起「全民」之名。而这样的处境，也让我们当此之时去反思「全民综艺」这样一个话题，变得更有必要与价值。

其实，「全民综艺」的困局本质在于媒体环境的嬗变，在今时今日越来越碎片化、圈层化的传媒环境中，一档综艺再想要做到「全民」，难如登天——要怎样一档综艺，能锁住大家90分钟的「长注意力」、能让人们从自己的「兴趣茧房」走到「全民大厅」？

从某种意义上说，这两年真正完成这道破题的，只有《歌手》。它甚至不止做到了中国人民的全民综艺，也在卷入世界人民，越来越多的海外音乐博主与爱好者也开始关注了这个来自东方大国的音乐综艺——单依纯的《李白》《珠玉》在YOUTUBE单平台的海外播放量分别达到110万和97万，两首歌曲的海外浏览量分别突破899万和885万，联合国教科文组织甚至对《李白》引发的文化现象进行推荐；马来西亚国家旅游局副局长李泰康表示，《歌手》在马来西亚非常有关，民众从这个节目中认识了更多中国的歌手。

《歌手2025》不但在「复活」全民综艺的概念，甚至在「拓展」全民综艺的边界——这个全民的「民」，甚至不只是中国人民，还是世界人民。当然，要让《歌手》这个IP成为「音乐地球村」是一个美好的愿景和一场漫长的

奔赴，真正成为世界人民的「全民综艺」还有很长的路要走，但它至少已经迈出了第一步。

那么，回到它已完成的国内成就，为什么它能复活「全民综艺」这一现象？笔者认为，因为它形成了「全民歌曲」+「全民话题」+「全民歌手」的组合拳，三者缺一不可且互为表里。有全民歌曲，没有全民话题，不会掀起全民热潮；有全民话题，没有全民歌手，也不会掀起全民热潮。这就是为什么有些音乐节目，可能有出圈舞台但没有全民现象，偶尔有出圈话题但也没有持续火爆的原因所在。

比如单依纯的《李白》之所以成为「全民歌曲」，不仅是音乐技术层面的，将全民耳熟能详的原曲融入更具潮流感的编曲和唱腔，更是「全民话题」层面的，一句「如何呢，又能怎」成为了精准表达年轻人处世态度的精神寄托与文化符号。而单依纯本人也以既能代言00后的实力，又能代言00后的态度，一举成为2025年最耀眼的新晋「全民歌手」。

比如李佳薇的《天后》之所以成为「全民歌曲」，不仅仅是她铁肺天后的嗓音征服了听众，更是她本人的「十年逆袭叙事」成为了切中社会心理的「全民话题」。人们期待的社会公平正义，就是一个哪怕经历人生低谷，但是仍然坚持梦想、仍能保持高水准的人，能够凤凰涅槃、重上巅峰，这是人们最朴素却最期待的事必归正，亦是投射了每一个普通人对自己命运的期待——即使我也潜龙在渊，但只要我像李佳薇一样不放弃、不下牌桌，总有舞台的一束光会再次照见我。而李佳薇在《歌手2025》后再次成为「全民歌手」，正是她的存在，为拥抱这样价值观的人们代言。

因此，掀起「全民话题」背后，一定包含「全民心理」，触动了「全民心理」，才能

造就「全民歌曲」和「全民歌手」。当一首歌成为了全民歌曲、一个歌手成为了全民歌手，就一定不只是一个歌曲意义上的歌曲、一位歌手本身存在的歌手，必然附加了文化符号与心理投射。

这就是《歌手2025》节目组的出彩之处，也是湖南广电创造全民综艺的秘籍所在——要做一档「全民综艺」，选歌手自然要考虑他的「职业能力」，但也要考虑他的「文化符号」，要是业务能力能打的文化圈层代言人，比如单依纯代言了00后的处境，李佳薇代言了80后、90后的处境；选歌曲不只要考虑音乐作为一个只考虑舞台、只考虑音乐的作品，这样格局就小了，这样发展就有限了；亦要考虑它作为作品到底会给国民情绪激起怎样的涟漪，给全民话题增加怎样的思考，这才是larger than music（比音乐更大）的、think out of the box（跳出盒子想问题）的全民向的综艺创造。

下篇：如何造「全民综艺」？

2025年的综艺环境早已经不是过往的环境，2025年塑造一档「全民综艺」的条件也早已不是先前的条件，不是只靠上述的找有文化符号的歌手、做有全民话题的作品就能掀起全民综艺的现象，它还需要更多。《歌手2025》给如今与未来想要做「全民综艺」的启示可以从两个思路破题。

第一，让科技助攻节目成为「全民综艺」。

从某种意义上来说，《歌手》这个老牌IP之所以时隔多年再次成为「全民综艺」，最重要的就是技术杠杆的撬动。它的核心模式点是「全民直播」，提供了除了春晚跨晚、大型体



育赛事之外，中国观众难得「全民一聚」的稀缺时刻。

当然，关于直播，去年已有大量文章分享其中的技术关键，本文就不再赘述了。我们重点谈谈今年作为技术增量的「全民导播」。它是从去年的「云导播」而来，打造业内首个「双拼」直播观看模式。这一模式彻底满足了观众「玩起来」的乐趣，观众不再只是被动的「观众」，而是成了有主体性的「家庭导播」，可以通过「云导播」技术自由切换几位，实现「一家一户」的导播自由。而今年的《歌手2025》对导播体验再升级，在业界率先实现了「1横+1竖」的直播机位同屏观看，实现积木式自由拼接。

如果说2024版的「全民导播」是基础款，

那么2025版的「全民导播」就是Pro版，充分满足了「全民导播们」多场景、自由化观看的需求。而这样的前所未有的综艺自由度与新奇体验，而这种体验感带来的兴奋与愉悦，自然也促成了更多全民探讨。

同时，为了把Live感拉满，《歌手2025》还启动了「全民围观」体验——通过媒介拟态，打破时空的物理界限，对「现场」进行虚拟再造。同时启用「AI情绪识别」玩法——依托先进的AI视觉分析技术，实时捕捉现场听审团的情绪波动，精准识别鼓掌、起立、流泪等7种情绪瞬间，实时投射至线上虚拟听审坐席。这些首次在中国综艺中亮相的黑科技，同样给观众带来了新的冲击。

上个时代，芒果综艺一马当先靠的是创

意，这个时代，靠的是「文化+科技」。在「文化+科技」的融合下，人们与《歌手》这个IP的关系，不再只是作为作品来谈论，而是作为产品去体验、作为「玩具」来玩耍。正因如此，「云围观」产品首期使用率就达到了22.78%，参与人数近100万，累计互动次数达551.7万（情绪互动量达200万，监票查看次数达351.56万），创直播互动参与率历史新高。

第二，有「全民沟通」方有「全民综艺」。

以往的综艺和以往的传播，并不需要那么注重「沟通机制」，但今时不同往日了，沟通机制对于一档综艺能不能成为全民综艺占据越来越重要的分量。而这点上，《歌手2025》的做法是很值得参考的。

一是全民陪看机制，提供给观众公平感、透明感、陪伴感、参与感。值得关注的是，这个「陪看」不只有每期十位来自中国不同圈层、垂直领域KOL组成的「全民陪看团」，参与共时热议、增加互动回路；每期还邀请了数百位的「国际云端庭审」，让海外用户「零距离」地见证节目进程并参与互动，提升海外传播声量。

二是全民预测机制，提供给观众互动感、悬念感、游戏感、惊喜感。相较去年，今年「全民预测」玩法设置了更多的预测环节，提高了更多的交互次数。而预测准确率越高，抽奖次数也越多，获得惊喜奖品的概率也越大。

所以，如何利用好「直播」这种已然形成了「全民共时」的综艺形态再进一步形成「全民共振」的社会现象，芒果是下了功夫研究的。它最大程度地发挥了「直播综艺」的魅力，让所有因《歌手2025》「共时」的人们，因为种种连接方式从「分离的人」而「共场的

人」，因为共同的情绪、共同的话题而共振。

而这，就是我在呼吁的「可持续发展·ESG」的传媒观——未来一个综艺，要能形成好的社会效应，必然需要做好各种意义上的观众沟通。比如《歌手2025》所搭建起来的这些观众沟通机制，既在最大努力范畴内，让节目更加公平、透明，尽量通过前置的工作与诚恳的沟通避免负面舆论；同时也在沟通过程中发酵出无数的实时话题，让这个舆论场激发出最大的能量。

结语

我们需要客观面对的是，当综艺已经不像曾经那么新鲜了，全国观众已经什么模式、什么花样都见识过了，再要做出「全民综艺」，难度是一年比一年难的。这也要求我们的综艺人，拥抱更新的综艺思维，光靠创意、光靠内容，是远远不够的。创意、内容，是基础盘。比如音乐综艺，要尽量做到作品、话题与人的三位一体，既要有品相过硬、拿得出手的「全民歌曲」，也要有能够激发人们心理机制、映射人民心理需求的话「全民话题」，还要以鲜活的人「全民歌手」，作为作品表达和话题传达的载体。但在基础盘上，还要有增量。要靠技术制造更多的新鲜感，创造与受众更大的接触面，要靠沟通机制卷入更多观众参与、共创。因为只有这个综艺的确是「全民的」（我是参与其中的），才会成为「全民综艺」。它要求未来综艺节目不再是「封闭式」的思维，而是「开源式」的思维。

（作者系传媒1号主编）

编辑/肖清

山河不忘青春敢当， 湖南广电多维展现抗战精神传承

在纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年之际，为传承红色记忆，弘扬抗战精神，凝聚民族复兴力量，在湖南广播影视集团（湖南广播电视台）党委的整体部署下，湖南卫视、芒果TV双平台精心编播，提前规划，用新闻大片、纪录片、电视剧、宣传片、MV、微短剧等多种形式营造浓厚社会氛围，展现抗战艰辛历程和不灭的精神传承。相关主题内容联动双平台丰富的内容IP资源，以重现历史激活集体记忆，以独特表达唤起情感共鸣，通过融合传播扩大报道影响，在年轻群体乃至海内外观众中掀起了一股新的“芒果热”。

新闻大片引领创新实践

让抗战精神更加可感可触

湖南广电坚持“新闻立台”宗旨，在纪念抗战胜利80周年之际，相继推出系列报道《挺起不屈的脊梁》《铁骨湘魂》《永远炽热的血脉》、系列专题节目《铁证》、微纪录片《永不尘封的档案》等作品，弘扬伟大抗战精神，反映新时代山河巨变和人民群众对英烈的深切缅怀，展现了主流媒体在重大历史节点中的责任担当与创新实践。

7月起，湖南卫视就在《湖南新闻联播》《午间新闻》开设《山河见证——我们的抗战记忆》专栏，与外省和省内各地市县

联动，播发了《纪念抗战胜利80周年：勿忘历史 吾辈自强》等50多条报道。8月25日开播的8集系列报道《挺起不屈的脊梁》由湖南台与辽宁台联合制作，将辽宁作为抗战起始地和战犯审判地，与湖南作为抗战重要战场和抗战受降地的深厚历史渊源进行深度挖掘，展现中华儿女血火淬炼的精神丰碑。8月12日开播的8集系列报道《铁骨湘魂》，以“抗战中的湖南力量”为主题，以湖南六次会战为骨架，全景式展现湖南作为抗日战争主战场和战略屏障的浴血荣光。8月16日开始在《首发》播出的5集系列新闻专题节目《铁证》，以抗战文物为载体，深入挖掘文物背后的烽火故事，以史为证，展现中华儿女抵御外辱浴血奋战的不屈精神。湖南卫视以全民族抗战历史与精神为内核，将地方历史叙事融入中华民族抗战史的宏大框架，为同类题材创作拓展了新的空间。

《挺起不屈的脊梁》选题策划、采编制作历时半年有余，深入档案馆、纪念馆、战场遗址、民间收藏机构，发掘了大量首次公开的文献、照片、影像和实物证据，通过一个个具体而微的人物故事，展现抗战历史的多个层面。从18岁牺牲的长沙女兵刘守玟，到留下绝笔信的抗日将领苗可秀；从流亡办学仍弦歌不辍的东北中山中学，到帮助老兵寻亲归葬的公益志愿者孙春龙……这些故事



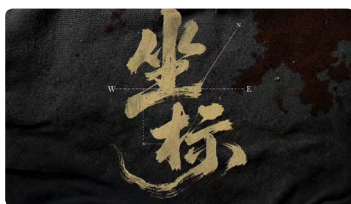
跨越时空，让历史回归每一个具体的生命，正是这种对个体命运的深切凝视，赋予了历史以温度，也让抗战精神更加可感可触。

主题呼号书写青春担当

内容版面多维展现抗战精神传承

8月起，湖南卫视、芒果TV启用全新呼号“山河不忘，青春敢当”，围绕主题呼号，对版面内容进行优化调整，营造浓厚纪念氛围。芒果TV首页首屏开设“纪念抗战胜利80周年”专区，重点报道相关纪念活动，推出《山河见证——我们的抗战记忆》展播专区，排播《卢沟桥：我们的纪念》《心安何处》《铁血英魂》等一批国家广播电视总局推荐的优秀电视剧、纪录片和特别节目。

8月27日起，湖南卫视金鹰独播剧场播出全民抗战史诗剧《我们的河山》。该剧为国家广播电视总局抗战胜利80周年重点电视剧，讲述了固城县青年共产党员庄埼风在上级领导周密的指导和带领下开展减租减息，组织农救会，团结力量一致抗日，铲除祸害人民的匪患，组织打击日伪政府统治的故事。白天剧场持续献映《潜渊》，带领观众感受战争年代的谍战风云。芒果TV编排推荐《浴血荣光》《坐标》等主旋律电视剧，打造纪念抗战胜利80周年特色主题专区，推出“铭记历史 缅怀先烈”抗战主题影视剧展播专题，精选不同历史时期、不同风格的抗战佳作，重温《地道战》《平原游击队》等20部经典电影，推荐《锻刀之绝地重生》《我的父亲我的兵》等20部电视剧，回望军



民英勇奋起、浴血奋战的峥嵘岁月，彰显伟大的抗战精神，凝聚生生不息的民族力量。

其中，重大革命历史题材电视剧《浴血荣光》，已于7月15日登陆芒果TV播出。以“党的建军路线”为叙事主线，通过史诗般的叙事手法，艺术再现了中国共产党初创时期的伟大探索，展现了从南昌起义打响武装反抗国民党反动派的第一枪，揭开中国共产党独立领导武装斗争和创建革命军队的序幕，到遵义会议实现伟大转折这一波澜壮阔的历史进程。

此外，9月1日起，双平台还推出4集抗日主题微短剧《坐标》及5集音乐纪录片《歌曲里的抗战——四万万歌壮河山》。微短剧《坐标》以1942年日军“五一大扫荡”为背景，围绕八路军指战员周秀兰与日军专

家三井秀赖的生死博弈展开。剧集创新运用AIGC技术，以军事测绘题材切口展现中国军民抗战精神与家国信念的传承。

80多年前，四万万人的心声，化作救亡图存的战歌！音乐纪录片《歌曲里的抗战——四万万歌壮河山》，聚焦1931—1945年抗战歌曲，从山河悲歌到慷慨战歌，以歌绘史，以词传情，回望民族危亡之际的血泪呐喊，感受歌咏凝聚的民族之魂。9月1日起，该片在湖南卫视730档、芒果TV、湖南经视同步上映。

8月28日登陆芒果TV的重大革命历史题材《铁血英魂》，以震撼影像再现东北抗联英雄群像，让跨越时空的抗战精神直抵人心。

科文融合赋能主流传播

主题创制点燃年轻人爱国之火

双平台在持续深耕内容编排的同时，积极发挥IP优势，创制精品文艺内容，创新打造了一系列主题曲MV、宣传片、创意短视频、互动H5等多样化的新媒体产品，通过矩阵式传播、沉浸式互动等方式，将内容做深、做广、做活，赋能内容价值，深化文化与科技融合。

8月4日起，湖南卫视、芒果TV及金鹰纪实卫视连续三周播出的历史人文纪录片《左宗棠收复新疆》以六集篇幅，真实地揭示左宗棠收复新疆这一我国近代重大历史事件的全过程。纪录片通过情景再现，使用4K超清摄影及基于芒果大模型的AIGC场景还原手段，在条分缕析、考据铺陈间跃然而出，突显了左宗棠雄奇的军政谋略、坚定的斗争意志与卓绝的历史功勋，生动且震撼。该片在网络舆论场引发热议，一大批网友化身“自来水”，纷纷安利该片，称“看得热血沸腾”“感谢湖南卫视让我们重温这段波澜壮阔的历史”，肯定湖南广电的勇气和魄力，点赞该片是“一曲爱国主义的壮歌”。

双平台联动推出的主题歌曲、宣传片同样收获一片好评。主题歌曲《愿我成歌》MV通过“历史声音+当代旋律”的艺术形式，联动《歌手2025》节目嘉宾及芒果主持人共同献声。8月15日当天，歌曲在电视及网络平台亮相后，引发网友点赞与热烈讨论，相关话题登上热搜。

宣传片《山河不忘青春敢当》《如愿》将视角聚焦在青春一代的传承上，为纪念中

国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年献上一份来自当代青年的礼物。宣传片已于8月15日起陆续播出。湖南卫视还将精选湖南广电集团“青春扬益”系列抗战主题公益广告，在宣传期中进一步提高频道公益片排播占比。

此外，7月至9月，芒果TV在平台和新媒体矩阵，推出“传承革命信仰”三部曲，开设系列专题特辑；创制H5、互动AI短视频等主题新媒体产品。勿忘日军侵略战争之“火”，推出科普类H5《信仰的坐标 | 每个中国人都应该铭记这些日子》；铭记中国军民抗争之“火”，策划线上活动《信仰的回响 | 胜利的歌声多么响亮》；传承中华文明耀眼之“火”，打造AI交互新媒体作品《信仰的力量 | 跨时空来电》。主题创意新媒体产品，以“火”为呈现脉络，传递出中国人民铭记历史、缅怀先烈、珍爱和平、开创未来的坚定信念。

山河不忘，青春敢当。湖南卫视、芒果TV精心打造，推出一系列具有史志价值、教育价值和艺术价值的时代之作，是对“正义必胜、和平必胜、人民必胜”真理的有力昭示，也是积极践行主流媒体责任担当，充分发挥主流媒体在重大主题宣传中的引领作用的最佳证明，并将进一步引导观众思考如何从历史中汲取力量，更好地珍视和平、开创未来。

（供稿：湖南卫视）

编辑/肖清

好朋友 好伙伴 好兄弟

——《与非洲同行》深情展现中非携手现代化的壮阔篇章

今年是中非合作论坛成立25周年，25年来特别是新时代以来，中非关系进入了历史最好时期。国家主席习近平在致中非合作论坛成果落实协调人部长级会议的贺信中指出，“开放合作是人间正道，互利共赢是民心所向。中非携手推进现代化，将有力促进全球南方团结合作，为世界和平与发展事业开辟更加光明的前景。希望中非双方继续扎实推进峰会成果落实，精心谋划论坛未来发展，携手建设新时代全天候中非命运共同体，为构建人类命运共同体贡献中非力量。”

作为中国与非洲各国深化经贸合作交流的重大平台，今年6月12日至15日，第四届中国—非洲经贸博览会在长沙举行。湖南广播电视台新闻中心派出六组骨干力量，分别历时十余天，走进肯尼亚、埃及、卢旺达、马达加斯加、莱索托、科特迪瓦六个非洲国家，精心创作了六集特别报道《与非洲同行》，内容涵盖基础设施、项目建设、经贸往来、农业合作、文化交流、产业协同等诸多方面。该节目于6月10日至15日在湖南卫视18点档和《湖南新闻联播》《午间新闻》同步推出。该系列报道讲述中非人民跨越山海、合作共赢的深情厚谊，展现中非携手推进现代化、共筑命运共同体的壮阔篇章，是主流媒体学习贯彻习近平总书记关于中非合作的重要讲话重要指示批示精神的生动实践。

一、筑发展之基：记录中非合作共赢的建设成果。中国，是最大的发展中国家；非洲，是发展中国家最集中的大陆。中非是风雨同舟、守望相助的好朋友、好伙伴、好兄弟。二十几亿中非人民向着实现现代化的共同目标，并肩奋进、合作共赢，共筑高水平中非命运共同体。

开路先锋，破除发展梗阻。中国与肯尼亚共建“一带一路”旗舰项目蒙内铁路开通后，从肯尼亚首都内罗毕到该国最大港口蒙巴萨的货运时间由过去的10多个小时缩短至4个多小时。打通“主动脉”后，还要织密“毛细血管”。第一集《肯尼亚：梦连陆海筑坦途》所记录的，就是一群来自湖南路桥的建设者们正在为当地建设一条通往蒙巴萨港口的13.5公里长的公路。肯尼亚是一个盛产长跑冠军的国度，而在节目中，项目负责人王帆直言，自己每天的工作都是一场“障碍跑”。摄制组不仅记录下了他和同事们争分夺秒推进道路施工的工作场景，还捕捉到了他们为海龟开辟“生命通道”、为保护文化古迹而架桥改道、为增进当地民生福祉而改扩建集贸市场等故事。中肯两国的建设者们，让基础设施建设与生态、文化、民生并行不悖，和谐共进，为当地踏上现代化之路铺设了坚实的跑道。

大坝矗立，激活“非洲水塔”。“空中之国”莱索托，是非洲第五大河流奥兰治河的

发源地，然而因为地处高原，水利设施落后，这里的人们却只能望“水”兴叹，全国有40%的人口面临着季节性缺水。《莱索托：高峡筑坝润沃野》一集，记录了中国水电八局建设者与当地人民携手，奋力建设莱索托历史上投资最大的水利工程——波利哈利大坝。项目总经理侯伏强介绍，这不仅是一个莱索托的头号水利工程，也是当地最大的民生工程。自2023年开工以来，波利哈利大坝项目已为当地创造了超过2500个就业机会，拉动当地GDP年增长近3%。节目中记录了这样一个故事：37岁的哈巴妮是当地少有的工程机械女操作员，过去，因为本地缺少项目建设，她只能去首都马塞卢的牛仔裤代工厂打工，收入微薄。如今，她成为了波利哈利大坝上的一名压路机驾驶员，切实地改善了她一家人的生活。除了充分雇用本地员工，项目部还通过技能培训和定期考核，为本地普工向技术人才提升规划了清晰的成长路径。引希望之水，浇幸福之花。在“高峡出平湖”的建设奇迹背后，通过“中国基建+本地就业”的合作模式，万千灯火正在点亮，百姓生活迎来质变。正如片中所说：“中非水利合作的故事，就像是一朵浪花激荡起另一朵浪花，一条河流汇入另一条河流。现代化之梦可以跨越山海，串联起文明的对话，生长出丰饶的希望。”

二、搭交流之桥：讲述中非文明互鉴的深层融合。“真实亲诚”对非政策理念和正确义利观，为新时期中非关系发展指明了方向。中非合作，根植于民相亲、心相通的情感之中，生长于守望相助、同舟共济的基石之上。

民心相通，收获真挚友谊。在《肯尼亚、卢旺达：茶叶咖啡万里香》一集中，中



非两国人民的深情厚谊，中非文化的水乳交融，都体现在日常点滴之中。“只有20个英文单词词汇量”的中国商人迟玉文，却靠着真诚豪爽的性格结交了当地合伙人和一群技术骨干，在卢旺达办起了当地最大的茶厂。工作中，卢旺达采茶女穿上中国民族服饰在茶园中载歌载舞，迟玉文手把手教会她们如何采摘，怎样晾晒。生活中，迟玉文和当地工人们一起种地、做饭、包饺子，大家不仅是朝夕相处的好邻居，更是亲密默契的好朋友。迟玉文深情地说：“古有‘丝绸之路’，今有‘一带一路’，我们拥有这种优势，我们有义务把中非文化交流做得更好。在乞力马扎罗的雪山下喝着非洲的咖啡，品着中国的茶，就是体现中非友谊的美好场景。”

文化交流，共谱和合乐章。在《埃及：并肩沙海起新城》一集中，中国建设者的到来，在地中海小城阿拉曼掀起了一股“中国风”。埃及翻译玉琼深爱中国文化，她曾经



专程去了一趟故宫，感受中国建筑的宏伟与壮观。在阿拉曼新城项目的施工现场，她开设的“中文课堂”成为工地一景。“戴好安全帽！”“抹灰”“刮腻子”……中埃两国建设者跨越语言障碍，成为共建美好家园的好伙伴。在施工现场，节目组还记录了一场特殊的“比赛”，班长石忠清摆开了擂台，让自己带的徒弟参加贴砖比赛。徒弟阿哈默德虽然输了比赛，石忠清却很欣慰，在师徒共事的四年时间里，阿哈默德逐渐掌握了许多精细的建筑工程。石忠清与阿哈默德的师徒情谊，是中国建筑集团在海外推行的“鲁班工匠计划”的一个缩影。如今，已经有超过两万名埃及工人通过参与工地建设拥有了一技之长。

三、扬梦想之帆：展望中非携手共赴现代化的未来图景。作为世界上最大的发展中国家和发展中国家最集中的大陆，中非虽相距遥远，但相似的历史遭遇、共同的历史使命把双

方紧紧联系在一起。中非携手逐梦现代化，正在为全球探索一条公平、创新、可持续的现代化新路。

产业赋能，升级价值链条。科特迪瓦橡胶产业的蜕变，是“中国方案”赋能非洲价值链升级的经典案例。全球橡胶贸易的价值高达3500亿美元，而位居非洲第一大、全球第三大橡胶生产国的科特迪瓦却只占到其中5%的份额。《科特迪瓦：胶漆相投真朋友》一集，记录了中国企业助力科特迪瓦挣脱“资源诅咒”，提升当地橡胶在全球价值链中的地位。过去，少数几家西方企业长期低价垄断科特迪瓦的橡胶出口，并将橡胶加工厂建在大城市和港口，低廉的收购价格，遥远的送胶路程，让许多偏远产区的胶农望而却步。美兰集团创始人朱陈初到科特迪瓦，就目睹了“路两边堆着很多的橡胶原料卖不掉，胶农没有钱去看病，小孩子没有钱去上学”的场景。中国企业以本土化加工破局，朱陈把橡胶加工厂建到了胶农

的家门口，效果立竿见影，短短几年，“收胶人”约布贝就从瞪着三轮车收胶升级为拥有卡车车队的供应商，年收入达900万元。随着5座中国投资的橡胶加工厂相继投产，天然橡胶原料在本地就能够实现深加工，拉长了产业链条，科特迪瓦的橡胶实现了价格翻倍，胶农们的生活也得到了改善。与橡胶加工厂只有一路之隔的老乌苏村，从十几户人的小村发展为两千人的大社区，酋长亲自授予朱陈“荣誉酋长”称号。科特迪瓦国务部长阿朱马尼说到，“科特迪瓦人民非常感谢中国给我们的援助和支持。希望继续加强中非合作，中非友谊万岁！”从“会流泪的树”到“白色黄金”，科特迪瓦橡胶产业链的升级之路，正是中非共享现代化红利的生动注脚。

梦想接力，共绘繁荣愿景。中非合作承载着对美好未来的共同期许。“马达加斯加的生态条件适合种水稻，我们在那里可以达到七八吨。”2007年，中国农业专家胡月舫带着袁隆平院士的嘱托来到了非洲岛国马达加斯加。这是《马达加斯加：一粒种子说丰年》一集的开场情节。当时的马国，全国水稻平均产量仅每公顷2.5吨，近200万人面临饥荒。18年来，胡月舫和同事们扎根非洲，青丝变白发，他乡成故乡。他们“睡地铺”“喝屋檐水”“开垦沼泽地”，从热带雨林到半干旱区，测试了80余个品种，最终培育出3个适应当地生态的杂交品种。如今，中国杂交水稻在这里创下每公顷8吨的纪录，帮助该国稻米进口量减少53%。这不仅是产量数字的变化，更是一场关于粮食主权、技术传承与共同现代化的梦想接力。节目中有一个动人的镜头，夕阳下，胡月舫与当地农民利化一家围坐在稻堆旁分享晚餐。在报道中，这样为共同的梦想而

双向奔赴的画面还有很多：当袁隆平讲述“杂交水稻覆盖全球梦”的原声与马达加斯加稻田丰收画面交织；当中国农业专家在采访时所说“帮助马达加斯加率先实现粮食安全，这是我们最大的使命”的同期与马达加斯加农技人员在中国老师带领下攻克杂交水稻本地化育种难题的画面重叠……“杂交水稻覆盖全球”的梦想已跨越印度洋，在非洲大陆落地生根。从马达加斯加出发，杂交水稻已在非洲20多国推广。中国在非建设的24个农业示范中心，推广了300多项技术，使当地作物增产30%—60%。一粒种子，跨越山海，见证着一条通向共同繁荣的人间正道。中非携手现代化绝不是一个冰冷遥远的理念，而是由汗水、笑容与真挚的眼神共同编织出的生动现实。

系列报道《与非洲同行》将新闻采访、文化采风与人文纪录熔于一炉，见人、见事、见情，正是国际新闻报道突破传播壁垒的应有之义。该报道自播出以来，在学习强国、芒果TV、风芒等主流平台累计播放量突破2000万次，其中抖音、快手等短视频平台收获602.2万浏览、5.7万点赞和4.5万转发。此外，节目即将通过非洲多国电视台落地播出，实现国际传播再升级。

综上所述，《与非洲同行》是一部立体式呈现新时代中非关系的影像志。它以宏阔的视野、扎实的走访、鲜活的案例和饱满的情感，完成了对中非合作的深度记录与价值提炼。我们真切地看到，中非人民正在现代化征程上携手同行，以中非现代化助力全球南方现代化，绘就人类发展史上的崭新画卷。

（供稿：湖南广播电视台新闻中心）

编辑/肖清

助力创新创业 展现青年力量

——评湖南广电大学生创业系列节目

李静 鲁培

近日，CCTV1《城市风华录》栏目走进长沙马栏山，用11分17秒的时长，重点关注这里给年轻人提供的创业机会和便利条件，收获网民大量热评。而这只是湖南支持大学生创业的一个缩影。早在2024年9月的互联网岳麓峰会上，湖南省委书记沈晓明就发出邀约，欢迎全国乃至全球大学生到湖南创新创业；同年12月湖南省委省政府出台的《湖南省大力支持大学生创业若干政策措施》，从七个方面为大学生在湘创业提供保障。为促进政策落地生根，加快塑造支持大学生创新创业的湖南品牌，湖南广电立足自身特色和优势，积极探索如何把“政策语言”最大化转译为“视听语言”，通过打造多种形式的创业节目，展现出湖南这片创业热土的独特魅力。

一、持续推出大学生创业节目，服务大局不断档

2024年12月至今，湖南广电紧扣湖南省支持大学生创业“七个一”行动部署，相继在湖南卫视、芒果TV推出6期大学生创业脱口秀节目《创业开放麦》、12期大学生创业竞赛节目《夺金2025》、10集纪录片《何以“湘”逢》、创业主题访谈节目《创业有得聊》；在湖南卫视《湖南新闻联播》推出《来湘创业吧！大学生朋友！》《推进年轻人友好省

份建设》《满城星斗创华彩》《大学生创业导师校园行》等专栏和7集系列报道《创梦青云志》，播发报道百余条；在湖南人民广播电台《全省新闻联播》持续推出《高校大喇叭“金种子”计划》专栏，发稿80余篇；在湖南经视《经视新闻》推出《大学生创未来》《湖南创业地图》等专栏。这一系列节目和报道构建了一张连接政策、资本、市场、高校、成功者与初学者的立体网络，将“无息贷款、人才公寓、创业补助、税收减免、场地扶持”等政策融入节目，突出湖南“年轻人友好省份”的定位，强化了地域吸引力，为创业者提供实用指南。如，《夺金2025》中，评委与投资人结合政策讲解如何更好地利用资源推动项目发展；《创业有得聊》中，专家通过政策解读为创业者提供实战建议，甚至呈现了上下游产业的合作可能。

二、深入实施多元高效传播策略，引发关注有突破

系列节目不仅展现大学生创业，更通过矩阵传播打开了一扇让世界了解湖南创新创业环境的窗口：通过《湖南新闻联播》《全省新闻联播》《经视新闻》等主新闻的创业专栏解读政策，确保权威声量与基础覆盖；通过湖南卫视、芒果TV、风芒、抖音、快手、

微博、B站、视频号等传播矩阵，播发系列创业节目或精彩片段、创客金句等，精准触达大学生群体，传递“湖南是创业热土”的核心信息。信息的全域覆盖与精准传递，使得系列节目相关话题频频登上热搜，如“AI浪潮下怎么抓住机会”这样的话题，感觉特别与时俱进”“如何平衡学业与创业”等，吸引不同群体参与讨论，让大学生创业话题持续升温，激发更多人的关注与思考。截至7月1日，《创业开放麦》《夺金2025》《创业有得聊》《何以“湘”逢》四档节目芒果TV平台累计播放量超9亿次，微博主话题阅读量超2.4亿次，抖音话题播放量超2300万次，获人民日报客户端、中国青年报客户端、微信公众号“广电视

界”等多家权威媒体发文点赞。其中，《夺金2025》连续12周居酷云省级卫视收视第一名，全网热搜超560个；《何以“湘”逢》播出期间收视在中国视听大数据中排名同时段省级卫视节目第一，累计登上各地热搜热榜212次。

三、巧妙融合创业主题和视听表现，树立榜样强信心

系列节目在传递政策信息的同时，还构建了一个政策价值与青年价值同频共振的场域。如，《创业开放麦》每期邀请五位创业新秀登台，他们来自不同高校、不同专业，带着各自新奇有趣又充满挑战的创业项目，以脱口秀的轻松诙谐呈现艰苦的创业过程，让观众在笑声中感受创业的不易与坚持；《夺金2025》从全球3000多个项目中选拔涉及AI人工智能、生物医药等6大赛道的30个项目，通过路演、融资谈判、现场答辩等方式，展现平均年龄25岁的创业者们，对湖南省大学生创业投资基金展开的激烈争夺；《何以“湘”逢》采用纪录片形式，真实记录10位青年的在湘创业轨迹，呈现他们创业历程中的酸甜苦辣，巧妙解读了“创业的热土何以是湖南”这一热点话题。节目中，无论是聚光灯下侃侃而谈的青年创业者，还是激烈赛场上奋力拼搏的青年团队，抑或是纪录片中创业有成的青年人才，都自信满满，彰显出当代青年的创新思维、果敢勇气与担当精神，点燃了青年创新创业的燎原之火。

（作者单位：湖南省广播电视局监听监看中心）

编辑/肖清



从《花儿与少年·同心季》在非洲录制， 看广播电视节目以文化共情构建国际传播新范式

王禹

近期，芒果TV、湖南卫视联合制作的旅行探访与文化交流节目《花儿与少年·同心季》在非洲录制。节目以“同舟共济·同心协力”为主题，以青春视角沉浸体验马达加斯加、埃及等国的自然人文风光，实地探访“一带一路”高质量发展合作项目，见证并参与中非青年文化交流。

6月28日至7月5日，节目首站深入马达加斯加塔那那利佛、安达西贝、穆隆达瓦、圣玛丽岛等地，通过杂交水稻技术研学、自然探索等特色内容，全方位展现马达加斯加自然奇观与人文风情。

（一）

《花儿与少年·同心季》突破传统旅行综艺的景观堆砌模式，通过“青春视角+人文深耕”的双重叙事策略，将马达加斯加的农耕实践等自然人文符号，转化为中非文明对话的共情载体，以青春叙事激活文化共情。

节目突破传统旅游综艺的单一视角，将“一带一路”高质量发展合作项目与人文互动深度融合。比如，以“一粒中国种子在非洲生根”的具象故事，呼应“一带一路”倡议下农业技术合作的宏观叙事，让“人类命运共同体”理念通过田野劳作、青年对话等生活化场景自然流淌，既展现了中国青年参与国际合作

的担当，也通过“Z世代”视角传递了跨文化共情。

再如，节目中青年嘉宾与非洲青年共同完成传统手工艺制作、参与生态保护行动，以真实互动消解文化隔阂，形成“共情传播”效应。这种通过轻量化、强互动的节目形态，将中国倡导的“人类命运共同体”理念融入叙事，成为国际传播的“柔性载体”。

显然，这种“小切口、深挖掘”的创作手法，既保留了综艺的娱乐属性，又实现了价值观的柔性传播，正如马达加斯加旅游部长维维亚娜·德瓦所言：“节目让文化邂逅成为无价机遇。”

（二）

《花儿与少年·同心季》在传播路径上，构建起“本土化+全球化”的立体传播网络。

节目依托芒果TV国际版、湖南国际频道等平台，结合海外落地策略，覆盖非洲及“一带一路”沿线国家。例如，芒果TV国际版已覆盖全球195个国家和地区，用户下载量超1.2亿，并通过多语种译制、本土化运营提升触达效率。

另外，节目在制作中广泛应用AI译制、虚拟现实等技术，提升内容适配性。芒果TV



依托大数据分析非洲青年用户的观看偏好，针对性调整节目剪辑节奏与话题设置，例如突出“中非青年创业故事”“非遗技艺创新”等子话题，使文化传播更具靶向性。

（三）

《花儿与少年·同心季》以生态化出海

模式，不仅提升了单点节目的影响力，更推动中国视听产业从“借船出海”向“造船出海”转型。

7月5日，中国驻马达加斯加大使馆、马达加斯加旅游和手工业部、新闻和文化部在塔那那利佛联合举办“马达加斯加‘花儿与少年’雅集”活动，节目获颁马达加斯加旅游和手工业部嘉许奖。

中国驻马达加斯加大使季平表示，中马两国虽远隔重洋，但跨越山海的文明对话一定会成为和平的纽带、发展的动力和友谊的桥梁。马达加斯加旅游和手工业部部长维维亚娜·德瓦表示，通过中国节目的镜头，通过中国文艺工作者的独特视角，相信马达加斯加旅游资源的多样性和丰富性将得到充分展现，从而推动马达加斯加成为中国乃至全球游客优先选择的旅游目的地。

《花儿与少年·同心季》的成功印证了“青春叙事+技术赋能+生态协同”的出海路径。在内容深耕上，持续挖掘“一带一路”共建国家的共性议题，通过纪实类、竞技类节目构建跨文化对话空间；在技术迭代上，探索AIGC在节目共创中的应用，以多语言、多形态内容覆盖细分受众；在机制创新上，推动“政府引导—企业主体—民间参与”的协同机制。

《花儿与少年·同心季》以青春化、在地化的叙事策略，展现了广电视听节目出海从“文化展示”向“价值共鸣”的升级。随着“视听中国”全球品牌影响力的提升，中国视听产业正通过技术创新、生态共建与文化共情，逐步构建起兼具中国特色与全球视野的国际传播新范式。

（来源：广电视界）

编辑/肖清

《少年书院行》用青春脚步丈量文明厚度

朱玲

在文化类节目不断探索年轻化、可视化、沉浸式表达的新语境中，由湖南卫视与芒果TV联合推出的《少年书院行》以鲜活的少年视角与行走式的叙事模式，开辟出一条传统文化传播新路径。节目让十几岁的少年走进岳麓书院、白鹿洞书院等历史名院，借助AI复原、沉浸体验与空间对话等形式，在现实与历史之间搭建起文化桥梁，使“书院”从静态背景转变成流动的文化现场。

《少年书院行》邀请湖南大学岳麓书院院长肖永明、南京师范大学文学院教授郦波、沈阳市教育研究院历史教研员王磊等知名学者组成专家团，与少年们共同探访书院。不同于传统“专家讲述、学生聆听”的单向模式，节目营造平等互动、共建共享的交流氛围。少年与专家在行走的空间体验中展开思想碰撞，不仅使“知识”焕发出新的生命力，也让书院逐渐显影为可探寻、可激活的“文化地图”。

为了让少年更具体地理解书院文化，节目精心设置多种互动环节。在岳麓书院，有的少年站在“实事求是”匾额下引用《汉书》原文，讲解“实事求是”一词的出处与演变，展现出对典籍的熟稔理解；有的少年则运用AI技术复原“赫曦台赏日”的历史场景，借助光影变化呈现朱张讲学的氛围细节；有的少年从张唐藏匾护文的故事谈起，引申出文化保护与精神传承的问题。节目通过讲读、推演与再现等方式，使少年在具体场景中与传统文化建立起情感与认知上的深度连接，以具有现实温度的文化表达诠释书院的精神价值。

《少年书院行》在AI技术运用上没有止步于

历史场景的视觉还原层面，还介入思想表达过程，构建起跨越时空的学术对话。在岳麓书院的讲述中，节目以AI技术再现南宋理学史上具有象征意义的“朱张会讲”场景。观众通过少年的视角“步入”讲堂，目睹朱熹与张栻这两位理学巨擘的思想交锋。AI不仅复原了人物形象与服饰风格，更通过学习古籍文献与人物言论，模拟其言谈方式，呈现出兼具历史厚度又贴近真实的学术辩论。借由这种沉浸式体验，朱熹不再是史书里的抽象名字，而成为拥有情感温度与学术锋芒的真实人物，促使青少年在跨越时空的“面对面”交流中体悟其开放胸襟与“君子和而不同”的理念。

当然，节目亦存在可以继续深化的空间。个别环节中少年团的表达略显剧本化，人物的真实个性未能得到充分释放；对部分书院精神的核心内涵仍流于概念呈现，特别是对理学思想的解读还有待进一步挖掘。但这些瑕疵并不能掩盖节目的创新价值。它提示我们：如何在“叙事效率”与“精神厚度”之间实现平衡，正成为下一阶段文化节目发展面临的重要课题。

《少年书院行》完成了一次从“知识输出”向“文化感知”的表达跃迁。它通过共鸣唤起理解，通过体验激发认同，在讲述中建立链接，在行走中实现转译。这种以青少年为起点、以文化记忆为路径、以文明延续为目标的创新实践，正是传统文化在当代语境中焕发生命力的关键所在。

（来源：光明日报）

编辑/肖清

小店铺，大窗口： 《巴黎合伙人》为国货与文化“双出海”打样

由湖南卫视、芒果TV、小芒联合出品的青春合伙人创业真人秀《巴黎合伙人》于8月14日开播。节目聚焦“国货美妆出海”与“东方美学传播”，在录制阶段便引发广泛关注，成为文化出海领域一次值得关注的新探索。

以“美”架设交流桥梁

创新探索文化出海新赛道

作为国内首档聚焦国货出海的创业真人

秀，《巴黎合伙人》创新性地将“国货品牌出海”与“中华文化传播”相融合。节目以国货美妆为载体，以东方美学为灵魂，以青春创业为形式，探索了一条文化出海的新赛道。

“国潮”崛起的大背景下，中国美妆产业正在寻求国际化突破。节目真实记录了六位中国美妆合伙人在法国巴黎核心商圈从零开始，开设集销售、服务、体验于一体的“颜Yan Lab”东方美学快闪店的创业历程，直观展示中国美妆品牌如何依托“科技硬实力”



与“美学软实力”的双重优势，积极开拓国际市场，助力中国美妆走向世界。

节目在聚焦经济新动能的同时，深耕文化软实力。中国美妆蕴含的东方美学，是中华优秀传统文化的重要组成部分。节目设置突出“以美会友”的核心概念，通过美妆服务、分享护肤理念、展示中国妆容等互动形式，致力于将东方美学推向世界时尚前沿，让“美”这一人类共通的语言，成为展示中国文化审美，促进民心相通的新窗口。

线上线下热度贯穿

实践印证文化交融新魅力

节目自筹备至录制全程热度持续。录制期间，全网累计收获热搜200余个，主话题#巴黎合伙人#微博阅读量达6505.5万。三场主题直播累计观看量825万，有效拉近了观众距离，实时展现海

外创业进程。同时，节目发起“快手美妆挑战赛”主题快闪活动，吸引了众多巴黎市民和游客驻足参与。在体验中，不少外国顾客对蕴含东方智慧的产品和独特的中国风格妆容表现出浓厚兴趣。

节目的独特立意与实践也吸引了国际目光。录制期间，获得包括《欧洲时报》（Nouvelles D'Europe）、欧洲卫视（Mandarin TV）等在内的多家国际媒体的关注与报道。法国媒体《VOICI》认为，“节目在巴黎开设的限时快闪店，正通过限时经营向法国展示中国美妆的实力。”《RGRD PARIS》指出，“节目早已超过普通快闪店的定义。”《Zeitblatt》表示，“中国美妆会‘说法语’、持续创新、魅力十足，更重要的是，它已经在世界扎根。”

参与节目的嘉宾在创业过程中深切感受到，通过产品和服务，他们不仅推广了国货，更让外国友人直观地接触并欣赏到国货美妆及东方美学的独特魅力。嘉宾们在巴黎努力经营、积极推广中国品牌和文化的热情获得网友点赞，“中国美妆真的走向世界了”“希望更多优质国货被世界看见”。

《巴黎合伙人》以一家巴黎街头的快闪店为支点，撬动了“国货出海”与“文化传播”的双重探索。随着节目的正式开播，这场发生在世界时尚之都的东方美学实践，将为中国国货品牌与文化“双出海”提供更深入的观察视角与经验参考。

（来源：中国联合展台）

编辑/肖清



“广电21条”新规印发实施， 以系统性解决方案激活大屏生态

陈千寻

近日，国家广电总局印发实施《进一步丰富电视大屏内容促进广播电视内容供给的若干举措》，这份被业内称为“广电21条”的新规直指行业痛点。8月18日，国家广电总局专门召开了两个小时的视频会（以后每2个月举行一次），解读具体内容。“所有地方局和代表企业都参加。”一位参加了该会的影视公司负责人告诉媒体记者。

中国广电视听产业正站在转型的十字路口。随着短剧等新兴娱乐形式的迅猛崛起，电视大屏面临前所未有的用户流失压力；内容供给不足成为制约行业发展的核心瓶颈；产业链中下游平台预算持续收紧，导致内容公司产能收缩，形成恶性循环。用户习惯转变同样不可忽视。年轻一代观众越来越青睐节奏明快、单集时长短的内容形态，而传统电视剧制作模式难以适应这种变化。

电视大屏迫切需要一场从内容形式到产业机制的全面革新。改革自去年开始，2024年8月1日，国家广电总局印发《关于丰富电视大屏内容 进一步满足人民群众文化需求的意见（试行）》。彼时的政策内容就包括：进一步优化电视剧播出调控管理；推动优秀网络视听作品在电视大屏播出等。

经过一年的调研和完善，今年8月中旬印发实施的《进一步丰富电视大屏内容 促进广播电视内容供给的若干举措》为行业带来系统性解决方案。其中，几项突破性政策尤为引人

注目。

内容创作方面，实施“内容焕新计划”，加强内容创新。

审查机制改革方面，新规试点建立“边审边播”机制。针对系列剧、季播剧、单元剧、情景喜剧等类型剧目，主管部门将实行“边审边播、边改边播”的创新模式，分集、分单元反馈审核意见，确保播出时效性。

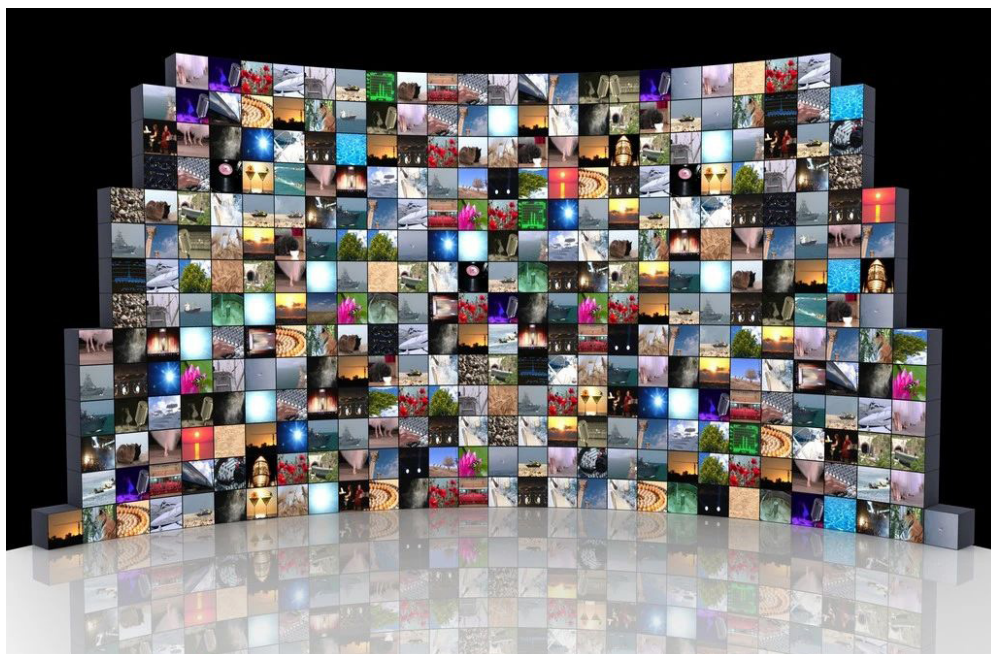
优化电视剧播出调控管理体现在：取消40集上限的硬性规定，并试点电视剧中插广告政策。实施一剧多星、联购联播政策，大力支持网台同步。

国际视野拓展方面，政策优化境外版权作品改编管理，支持引进优质海外电视剧、纪录片、动画片在卫视频道黄金时段播出，显著提升内容多样性。

新规内容还包括：加强超高清节目制作播出宣传推介；加强纪录片、动画片精品创作；鼓励支持优秀微短剧进入电视播出等。同时，加强相关法律法规制度建设，加强节目版权保护。

新规落地将重构产业链格局，释放多重市场机遇。

广电大屏生态将率先收益。新规每一条都精准切中行业痛点，落地后将盘活广电视听内容市场，“搅动一池春水”。新规带来的不仅是荧屏内容的丰富，更是一个产业生态的重构。



长视频平台必将受益。政策助力下，平台方可能减少对创新风险的顾虑，更精准发力头部内容投入。爱奇艺、腾讯视频、优酷视频、芒果TV等头部平台已显现用户规模企稳迹象，有望借政策东风实现反弹。

内容制作公司迎来发展良机。随着长视频平台加大对优质内容的需求，剧集内容公司有望进一步扩大产能。华策影视、阅文集团等内容企业将受益于项目周转效率提升和现金流状况改善。

超高清产业链迎来政策加持。新规明确“加强超高清节目制作播出宣传推介”，推动“5G+4K/8K+AI”基础设施建设，为超高清短剧等新形态提供技术支撑。

出海赛道空间广阔。具备成熟出海经验的企业已将其短剧产品发行至东南亚、北美等海外市场并取得显著收益。政策支持下，“内容+技术+全球化”三位一体模式将加速

推进。

市场对这场变革投下信任票。8月18日，影视板块迎来久违的大爆发：华智数媒、华策影视、慈文传媒、吉视传媒、欢瑞世纪等多股涨停。

下一步，国家广电总局将组织指导协调各省（区、市）广播电视局、广播电视台，制作机构、网络视听平台，中国广播电视社会组织联合会、中国电视剧制作产业协会、中国网络视听节目服务协会等单位贯彻落实《若干举措》各项工作，实现更多精品、更广传播、更优环境，更好满足人民群众精神文化需求。当电视大屏重新成为创意迸发的舞台，中国观众将迎来一个内容更丰富、形式更多元、体验更沉浸的视听新时代。

（来源：视听潮）

编辑/肖清

轻量化、在场化与年轻化： 广电视听国际传播的三重变革

周述雅

在全球媒体格局加速重构的背景下，中国广电视听行业正以技术创新为引擎，以内容创新为突破口，以渠道创新为支撑，构建起轻量化、在场化、年轻化的国际传播新生态。这种变革不仅体现在传播形态的迭代升级，更深刻反映了传播理念的重塑与传播效能的跃升。

一、轻量化：从“重资产”到“云传播”的范式转型

（一）技术赋能的轻量化生产

生成式人工智能的深度应用正在重构视听内容生产全流程。借助AIGC，芒果TV出品的古装奇幻微短剧《姜颂》，原本需2个月周期的片头制作工作，缩减为3人团队一周即可完成，生产效率提升约8倍。优酷在《清明上河图密码》应用虚拟拍摄特殊场景，拍摄效率提升了35%，人力成本节省了60%。华策“HuaceAICut”人工智能平台可将字幕生成和翻译时间缩短约50%，大幅加快后期制作流程。这种AI+的生产模式，使中国视听内容能够以更低的边际成本实现规模化出海。

（二）渠道整合的轻量化传播

流媒体平台成为国际传播的重要阵地。长视频平台实现内容与平台一体化出海，下载量、用户规模稳步提高。截至2025年，芒果TV国际版、腾讯视频WeTV全球下载量分别突破2.7亿和2.5亿，爱奇艺国际版全球活跃用户超5亿、付费用户突破1亿。YouTube平台是

中国视听内容借船出海第一大国际传播渠道，全国广电机构累计上传视频184万条，观看次数超428亿次。广告支持的免费流媒体电视（FAST频道）快速崛起，总台推出的中国首个FAST制播平台海外上线，形成“广告分账+内容订阅”的复合盈利模式。创维自主研发FAST频道Coolita Channel，已构建起超过800个FAST频道、2万小时的精品内容库，以渠道整合实现优质内容有效触达。

（三）内容形态的轻量化表达

中国微短剧出海快速领跑全球，成为国际传播的新赛道。目前，中国海外微短剧应用数量近300款，2025年上半年，海外微短剧APP的累计下载量为6.65亿次，累计内购收入为10.79亿美元，呈不断增长态势。Reelshort，Dramabox，Shortmax等平台的内购收入已破亿美元级别，成为中国内容出海的新动力。这些2-10分钟的剧集采用“高频冲突+极致反转”的叙事策略，精准匹配海外用户碎片化消费习惯。短剧高光片段利用社交媒体广泛传播，TikTok上“dramaboxshorts”的粉丝量高达1080万，“netshortdramas”的粉丝超290万。动画IP的轻量化运营同样成效显著，华强方特出品的“熊出没”系列在YouTube上斩获超千万的总订阅量，持续稳居华语动画剧集频道榜首，同时在印度、土耳其等国家均成为当地的现象级IP，成为享誉国际的中国动画品牌。

二、在场化：从“单向传播”到“沉浸体验”的场景重构

（一）物理空间的在场化呈现

地方国际传播中心的建设使中国故事更具地域穿透力。截至2024年底，以省市区命名的省级国际传播中心总体数量已近40家，成为国际传播新主体。海南省全力打造海南自贸港“333”国际传播体系，即造好自主发声“三大平台”、用好借嘴发声“三大渠道”、建好对外发声“三大支撑”，推动海南故事全球落地生花。北京广电打造“超高清第二现场”，正成为中华文化“走出去”的新支点。音乐话剧《受到召唤·敦煌》“超高清第二现场”国际传播版在2025全球数字经济大会成功首映，前沿科技与舞台艺术深度交融，让海外观众沉浸式体验敦煌艺术和中华美学。这种“本地化生产+全球化分发”的模式，促进国际传播从“宏大叙事”转向“场景化表达”。

（二）叙事逻辑的在场化引爆

对外交流活动和国际节展成为国际传播的“流量入口”。2025年上合组织国家电视节期间，“2025丝路万里行·上合之路 一路向前”大型跨国全媒体活动启动，媒体团将聚焦上合国家在农业、经贸、文化等领域的可持续发展，深度展现上合组织国家人文交流成果。2025年2月，伦敦电视节“中国联合展台”及系列配套活动圆满举办，现场累计开展逾100场国际商务洽谈，成功促成众多视听内容交易合作。节展期间，通过瀑布流形式在海外媒体推送精彩瞬间，获得显著传播成效。在脸书、推特等社交媒体平台，“中国联合展台”相关推送视频累计获得超80万次浏览曝光，互动点赞量破5万次，转发分享达8000余次，视频和图文推送累计触达用户超800万人次。这种“活动+内容”的联动模式，推动国际传播从

“持续输出”向“脉冲式引爆”的转变。

三、年轻化：从“文化输出”到“价值共鸣”的代际沟通

（一）内容创作的年轻化叙事

青年是世界的未来，Z世代、α世代成为国际传播的核心受众群体。根据当代中国与世界研究院的调查研究，海外“Z世代”的中国观更客观理性友好，是国际传播的重点对象。针对这一特征，中国视听机构创新叙事策略。吉林电视台制作的短剧《云中谁寄锦书来》以书信为线索，生动展现了吉林独特的地域风情和迷人的冰雪文化魅力，荣获釜山国际影视节目展首届亚洲微短剧大奖“最佳品牌传播奖”。2025年，古装轻喜剧《书卷一梦》融入诸多网络热梗和现代幽默元素，以反套路剧情和古装名场面频频出圈，点燃海外观众的情感共鸣，迅速登上爱奇艺国际版在泰国、美国、加拿大、越南、菲律宾等12个国家和地区的热播榜榜首，并在同期国产剧谷歌热度排行中，位列泰国、中国台湾、美国、马来西亚、印度尼西亚、中国香港、韩国和新加坡8个市场首位。这些作品突破文化壁垒，实现中国故事的国际化青春表达。

（二）传播主体的年轻化迭代

“洋网红”成为跨文化传播的新力量。2025年3月，年仅20岁的国际网红名人甲亢哥在中国北京、上海、成都等城市开展8场纪实直播活动，打开了世界了解中国的生动窗口，并创下了其全球行纪实直播的最高流量纪录。在YouTube平台，其中国行系列直播累计观看人次突破5500万，带动主账号新增粉丝超过100万。迪拜中阿卫视MCN平台孵化了超千位海外网红达人，以他者视角解读中华文化和生活体验，伊拉克籍记者方浩明在Instagram等



国际社交平台开通账号，目前在阿拉伯地区已收获5000多万播放量。“甲亢哥”等国际网红以真实的具身体验，穿透了文化壁垒和刻板印象，向世界展现中国的大好河山和风土人情，为国际传播更新赛道提供了新思路。

（三）价值传递的年轻化共鸣

中国式现代化理念通过视听作品实现国际破圈。《山海情》以脱贫攻坚为主题，将追求幸福美好生活的精神内核融入剧集，深受年轻观众喜爱。该剧已被译制为20多种语言在全球50多个国家和地区播出，在YouTube平台的播放总量超过1300万次，首集播放量突破140万次，在IMDb平台获得8.5分的高分评价。短视频博主李子柒巧妙地将田园风光、传统文化与现代审美融为一体，同时将积极向上的生活态度与人与自然和谐共生的理念完美结合，

成为首个在YouTube平台粉丝破千万的中文创作者。其短视频作品契合了海外观众对“慢生活”的向往，深受18至24岁青年群体的青睐。其视频在海外平台的播放量普遍突破500万，部分单条视频播放量更是逼近1000万。这些作品将中国价值转化为全球共识，推动国际传播从“文化展示”转向“价值共鸣”。

轻量化、在场化、年轻化的三重变革，实质上是广电视听国际传播范式的破局与升级。未来，随着内容创作的持续创新、AIGC技术的加速迭代、Z世代群体的快速崛起，广电视听国际传播将构建起一个更具包容性、创造力和影响力的“中国范式”，为推动构建人类命运共同体贡献更大力量。

（作者单位：国家广电总局发展研究中心）

编辑/肖清

人工智能技术对主流媒体系统性变革带来的机遇与挑战

赵京文

人工智能正成为新一轮科技革命和产业变革的重要驱动力量。7月31日，国务院常务会议审议通过《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》，并指出，当前人工智能技术加速迭代演进，要“推动人工智能在经济社会发展各领域加快普及、深度融合，形成以创新带应用、以应用促创新的良性循环”。媒体作为信息传播与社会服务的重要载体，是人工智能技术落地应用的前沿阵地。从内容生产到传播分发，从运营管理到舆论引导，人工智能正深刻重塑主流媒体的发展生态，既带来了效率跃升、业态创新的重大机遇，也伴随着技术短板、内容风险等现实挑战。研究人工智能与主流媒体的融合路径，对于把握“人工智能+”行动机遇、推动主流媒体系统性变革具有重要意义。

一、全球主流媒体积极拥抱人工智能，同时高度警惕其潜在风险

全球传媒行业正积极拥抱人工智能（AI）技术，将其视为推动行业变革和提升竞争力的关键驱动力。总体来看，人工智能在国外媒体行业的落地目前更多集中于产品级和工具级的应用，更为复杂、更为全面的技术架构和生态体系构建，仍处于初步的探索和尝试阶段。

一是生成式人工智能正加速融入内容制作流程，显著提升效率并优化成本结构。奈飞（Netflix）在科幻剧《永航员》（The

Eternaut）中首次采用生成式AI完成视觉特效镜头，将传统需数月、数百万美元成本的建筑倒塌场景制作周期缩短90%，成本降低90%。

二是驱动的个性化推荐与内容发现系统正趋于智能化与情境化。BBC组建“人工智能与增长创新”部门，开发向年轻人推送个性化新闻内容的AI系统，优化内容结构和传播路径。

三是AI在媒体机构的技术基础设施与运营流程中正扮演自动化和智能化中枢角色。亚马逊优选视频利用AWS的Media2Cloud方案，可利用生成式AI对媒体资产进行帧、镜头、场景及音频层面的全面分析，自动提取并丰富元数据（如名人信息、屏幕文字、情绪等），大幅提升了媒资识别与分类效率。

四是重视内容可信治理与伦理考量。《纽约时报》（The New York Times）等媒体已经开始开发内部AI工具，并制定严格的道德规范，以确保AI工具的安全和合规使用。

二、我国广电主流媒体AI应用呈现全链条渗透、国产化主导、人机协同深化的鲜明特征

我国广电行业积极拥抱人工智能，产业链各环节人工智能应用场景丰富，推动全产业链加速智能化。但不同环节人工智能应用成熟度不一，行业机构智能化水平差异较大，不同地区和层级的广电机构智能化差距较大。

一是AI技术融入内容生产全流程，特别是

选题、策划环节应用程度高，新闻、短视频等类型应用最为成熟。中央级媒体在AI大模型的应用上表现突出，例如，中央广播电视总台建立人工智能工作室，强化“央视听媒体大模型”研发、训练和应用，推出《千秋诗颂》《中国神话》《来龙去脉》等一批AI产品。地方媒体也在积极探索AI技术的应用，例如芒果TV通过“AIGC+综艺”模式，推出智能脚本生成工具，加速创意落地。

其次，国产化技术体系成为应用主流，定制化部署与自主创新并行。广电媒体在大模型选型与算力建设中凸显“自主可控”导向，智谱、通义千问、DeepSeek等国产大模型在省级广电台中的应用占比普遍超过80%，部分单位实现国产大模型与国产算力100%适配。在部署模式上，业务系统多采用本地化部署并进行场景化微调，如IPTV集成播控平台通过国产化算力集群，保障内容审核与智能推荐的安全可控。这种“国产模型为主、定制优化为辅”的模式，既符合安全要求，又提升了技术与业务的适配度。

第三，人机协同深化，AI承担重复性工作，人类专注创意与决策。传统的内容（特别是新闻）生产模式通常是线性的、以人工为主导的，而AI的引入正在推动向“人机协同”的智能化生产模式转变。在新模式下，AI承担了大量重复性、程式化的工作，如信息搜集、初稿撰写、视频剪辑等，而记者、编辑等从业人员则更侧重于深度思考、调查核实、观点提炼和创意策划等更具创造性的工作。这种人机分工的优化，不仅提高了生产效率，降低了运营成本，也使得媒体能够将更多资源投入到高质量、高附加值的原创内容生产中。多家广电媒体通过融媒工作室和AI数字人IP矩阵，实现了轻量化、低成本、高效率的内容制作。

三、人工智能技术给主流媒体带来技术、业务与社会影响等多重机遇和挑战

人工智能技术为主流媒体带来生产效率提升、业务模式优化与公共服务提质等多维度机遇，特别是在增强传播效能和服务社会治理方面展现出巨大潜力。

首先，AI技术可显著提升主流媒体的传播力和引导力。有学者认为，AI时代正在经历“再中心化”，用户获取信息的渠道再次改变，媒体必须从“发布者”升级为“权威信源枢纽”。主流媒体可以利用AI技术，在纷繁复杂的信息环境中扮演更重要的信息筛选、核实和解读角色，提升其在公众心目中的权威性和可信度。

其次，AI技术可助力主流媒体更好履行公共服务职责。媒体可以利用AI进行舆情监测和分析，及时发现社会热点、敏感问题和潜在风险，为政府决策提供参考，助力提升社会治理的精准性和前瞻性。例如，通过对网络言论的情感分析、主题聚类 and 趋势预测，AI可以帮助相关部门了解民意诉求，评估政策效果，及时调整施政方向。此外，AI技术还可以应用于公共服务领域，例如开发智能化的政务信息发布平台、在线问答系统等，方便公众获取权威信息，提升政务服务的效率和便捷性。主流媒体还可以利用AI技术，针对特定群体提供定制化的信息服务，弥合数字鸿沟，促进信息普惠。例如，通过语音交互、智能字幕等功能，帮助特殊群体更好地获取和理解信息。

人工智能技术在带来机遇的同时，也给主流媒体带来了多方面的挑战，涉及技术、业务和社会影响等多个层面。

一是技术基础薄弱，发展阻力与风险叠加。不少广电媒体在数据资源的积累与治理、算力平台的搭建与维护，以及专业算法模型

的开发与优化等方面较为滞后。多家机构反映当前缺乏适配大模型训练、微调和推理所需的高性能算力平台，部分单位现有硬件老旧，难以满足显存、速度、并发等指标要求，尤其在处理超高清视频、图像增强和8K质量评价等任务中表现尤为明显。

二是内容真实性风险大，人才转型压力大。首先，AI生成内容的广泛应用，尤其是生成式AI的“幻觉”和编造信息的问题，对内容的真实性和可信度构成了严重威胁。深度伪造技术的滥用，使得制造虚假视频、音频和图像变得更为容易，这为虚假新闻和恶意信息的传播提供了便利，加大了内容审核和事实核查的难度。其次，AI技术的应用对媒体行业的就业结构带来了冲击，可能导致部分传统岗位的减少和从业人员技能的转型压力。AI能够在很多机械性、程式化的工作上替代人工，例如简单的信息搜集、稿件撰写、视频剪辑等，这可能导致从事这些工作的新闻从业者面临失业风险或岗位调整。媒体机构需要思考如何重新定义岗位职责，优化人力资源配置，并加强对现有从业人员的技能培训，帮助他们适应“人机协同”的新工作模式，也需要媒体机构在组织文化、培训体系和激励机制等方面进行相应的调整，以应对AI技术带来的就业结构调整挑战。

三是信息污染严重，伦理风险大。首先，AI技术极大降低了虚假信息和有害内容的生产和传播门槛，导致了严重的信息污染。AI可以被用来大规模制造和散布谣言、虚假新闻、仇恨言论、欺诈信息等，这些内容不仅误导公众认知，扰乱社会秩序，还可能被用于恶意操纵舆论、破坏社会稳定。相关研究指出，AI快速发展引发的“信息污染”本质是数据来源的可靠性不足导致，分

为错误信息和虚假信息两类。这种信息污染不仅对个体用户的信息辨别能力提出了更高要求，也对主流媒体的信息核实和舆论引导能力构成了严峻考验。其次，AI在媒体中的应用还伴随着隐私保护、算法歧视、版权归属等诸多伦理风险和法律挑战。这些伦理风险不仅需要技术层面的解决方案，更需要社会各界共同参与，建立健全相应的法律法规、伦理规范和监管机制，以确保AI技术在媒体领域的应用能够符合社会主流价值观，服务于公共利益。

人工智能与主流媒体的融合发展，既需抢抓技术赋能的机遇，更要直面现实挑战，这离不开系统性的实践探索与机制保障。需强化顶层设计，统筹技术发展与意识形态安全，针对不同层级媒体的技术基础差异制定分级支持政策，推动构建自主可控的媒体AI技术生态；加快完善AI生成内容的法律法规与伦理规范，明确真实性要求、版权规则及责任认定标准，建立内容审核与伦理审查机制，从制度层面筑牢内容安全防线；加大资源倾斜力度，通过专项资金支持基层媒体技术升级，推动科技企业与媒体共建垂直领域解决方案，同时将从业人员AI技能培训纳入职业提升计划，破解人才短板；深化跨界协同，鼓励“媒体+AI”产业联盟攻关技术难题，培养兼具新闻素养与技术能力的复合型人才；强化全链条监管，建立AI生成内容备案审查与风险预警机制，防范虚假信息传播与算法偏见等风险。

（作者单位：国家广电总局发展研究中心）
编辑/肖清

电视剧《锦绣芳华》热播， 让传统文化绽放时代新芳华

在湖南卫视、芒果TV热播的电视剧《锦绣芳华》不仅带火“牡丹经济”，以多维度的文化输出与产业联动，还以精良匠心的制作与华美考究的画面赢得观众认可，成为了2025年现象级的文艺作品。

由华策影视出品的《锦绣芳华》是“北京大视听”重点文艺项目电视剧，改编自阅文集团旗下起点读书作家意千重小说《国色芳华》，由杨紫、李现领衔主演，以盛唐牡丹文化为载体，讲述了芳园店主何惟芳（杨紫饰）与花鸟使蒋长扬（李现饰）共守家国情怀的传奇故事。自6月30日开播以来，该剧播出反响热烈，首播3小时登顶猫眼网络剧实时热度榜，并连续9天登猫眼网络剧实时热度日榜首位。与此同时，该剧在湖南卫视金鹰独播剧场首播当晚收视率稳居同时段第一，在中国视听大数据（CVB）、CSM全国网均排名同时段省卫第一。人民日报、新华社等数十家主流媒体相继发文称赞该剧“以细节勾勒出传统文化之美”。

盛唐美学破圈共振

从荧屏细节到文化解码

在舞蹈编排中巧妙融入空竹等非遗元素，在呈现建筑布局时借古人智慧细致雕琢，在演绎礼仪文化时凸显传统风范……《锦绣芳华》所呈现的传统中式美学，让不少观众感慨“吃到了国产古装剧细糠”。小到一

个茶杯、一款纹样，大到一扇屏风、一处园艺，处处考究的荧屏细节，让观众们在随着剧情而心情起伏的同时，也被其间繁复精致的传统文化“彩蛋”吸引视线，为藏宝一般的文物原型溯源感慨惊叹。

《锦绣芳华》中的“唐风”带动了全媒体的传统文化热潮。在社交媒体上，陕西唐三彩艺术博物馆等官方账号发文科普，揭示剧中服饰、配饰、道具装饰等道具与文物原型的对应关系，引发了众多网友边逛博物馆边品剧集细节的“考古式追剧”热潮。与此同时，数字文博平台山海APP与多名文物科普博主联动，从《锦绣芳华》中的屏风壁画、地毯道具上的宝相花纹等切入解读，同网友们一起解码传统文化知识、欣赏国风美学。镂空竹、傩面具、风火流星、长沙铜红釉、八角宫灯……许多网友自发“扒细节”科普剧集非遗元素的行为，也成为该剧热播过程中一道独特的互动传播路径。从赏味荧屏细节到破圈文化科普，《锦绣芳华》让观众们得以在视听沉浸中感知历史长河中的文化之美，于文化共鸣里完成一次跨越千年的审美对话。

牡丹经济文旅共融

从影视符号到产业赋能

《锦绣芳华》对盛唐牡丹文化的深度挖掘，进一步盘活了“牡丹经济”产业链。据菏泽市牡丹区文化和旅游局党组书记、局长刘



艳敏介绍，菏泽文旅为《锦绣芳华》的拍摄培育了牡丹新品种“惟芳”，这款以剧中女主角名字命名的牡丹已在剧集播出同期面向市场销售。菏泽文旅场景也将同步升级，曹州百花园已新建剧集同款“花满筑”沉浸式唐风园区，将影视场景转化为可持续的文旅资源。

在剧集开播当天，洛阳应天门举办了百人唐装舞蹈快闪及3D灯光秀活动，洛阳特产小吃“牡丹花酥”店门前也排起长龙，《锦绣芳华》的荧屏热度实现了对线下文旅产业发展与城市流量激活的转化。看一部剧、游一座城、品一种文化，经由影视作品与文旅经济深度融合，《锦绣芳华》催开“牡丹经济”，通过符号化叙事与情感共鸣，将地域文化、历史记忆与现代审美相结合，为菏泽、洛阳等地文旅产业注入了可持续的商业动能。

锦绣故事全球共鸣

从东方美学到世界表达

据悉，《锦绣芳华》以其优秀品质发行往海外80余个国家。跟随“国剧出海”的大潮，剧中这些浓缩了传统文化精粹的视听符号，将盛唐牡丹的华美、商贾济世的情怀、守护家国的担当，传递给世界各地的观众，让世界领略中华优秀传统文化的博大精深。

在文化传播路径上，《锦绣芳华》一方面以服饰、建筑、非遗工艺等视觉符号构建文化辨识度，通过呈现盛唐气象来传递东方美学；另一方面以人物成长、情感抉择等普世主题打破文化壁垒。该剧深耕“商之大者，为国为民”的精神内核，侧重展现“女子当自强”的思想观念。剧中，主角何惟芳勇于打破礼教枷锁，虽为一介花商，但也心怀天下：创建平价医药馆“悟庸堂”，让普通百姓也能看得起病。用烟火故事叙述藏于小人物间的中华民族传统美德，在历史浩瀚间传承赓续几千年的民族内核。

在国产剧的全球化传播正成为中华文化“走出去”重要载体的当下，《锦绣芳华》以东方美学为底色，以人类共通的情感叙事为纽带，实现了从文化输出到价值共鸣的跨越。

伴随剧集的热播，中华优秀传统文化在热议中被激活，在文旅+文化的融合中被赋能，在与沟通世界不同文明的对话中被升华。以美学为核、以文旅为翼、以传播为径，《锦绣芳华》也在播出中探索实践着“影视+文旅+非遗”的融合创新。

（来源：振兴国剧）

编辑/肖清

《潜渊》：身份迷局下的信仰突围

曹思和

7月2日，由芒果TV、腾讯视频、西安电影制片厂、西影集团等出品，于湖南卫视、芒果TV、腾讯视频热播的谍战剧《潜渊》收官。在纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年的重要历史节点，《潜渊》以恢弘的叙事、复杂的人物谱系与炽热的信仰光芒，激荡起观众对那段烽火岁月的深切回响。该剧不仅在类型化叙事上精耕细作，更深切呼应了社会各方对抗战题材文艺创作的殷切期许，成为一部兼具艺术感染力与时代使命感的匠心之作。

一、暗流涌动：身份迷局与信仰觉醒产生强叙事张力

《潜渊》的故事舞台设于1940年危机四伏的上海。核心人物梁朔（黄晓明饰）甫一登场，便深陷身份迷失的漩涡：重伤失忆的

他，同时被汪伪76号指认为行动处处长，被军统呼为神秘“影子”，更在重重迷雾中触碰自己身为中共地下党员“清霜”的真相。这种“我是谁”的终极叩问，构成了全剧最核心的叙事驱动力与心理悬疑内核。

剧作巧妙地将个体记忆的寻回与宏大的历史使命——“潜渊”计划紧密交织。日汪政府筹办的“和平共荣大会”不仅是粉饰侵略的政治闹剧，更暗藏将千余难民劳工推上战场的险恶图谋。梁朔在日伪特务布下的天罗地网中艰难穿行，其记忆碎片的重组过程，恰似革命信仰在血与火中的淬炼重生。当他最终确认自己正是肩负“清霜”使命的共产党员，那份失而复得的身份认同，瞬间转化为以身涉险、力挽狂澜的无畏力量。这种从自我迷失到信仰觉醒的心路历程，精准诠释了革命者“人生非为苟活，



而在寻光铸魂、矢志传薪”的崇高精神境界。

二、群像辉映：多元刻画立体人格与坚定信仰

《潜渊》在人物塑造上展现出超越一般谍战类型的深度与广度，构成了一幅层次丰富、熠熠生辉的英雄群像。

呈现主角三重身份下的坚定信仰。黄晓明成功演绎了角色在“76号处长”的狠辣世故、“军统影子”的冷峻缜密与“清霜”的赤诚忠贞间的自如切换与内心撕扯。失忆带来的行为迷障，非但未削弱角色魅力，反而强化了叙事的悬疑感与最终身份揭晓的震撼力。他最终以孤胆英雄之姿，手刃日军高木、炸毙梅花堂机关关长水野，救数千劳工于水火，其壮举固然带有浪漫主义英雄色彩，却也是革命信仰在绝境中迸发的极致力量。

反派不降智，带来棋逢对手的智斗博弈。该剧摒弃了反派脸谱化的窠臼。梅花堂机关关长水野信玄的狡猾冷酷，军统上海站长谢峻安的执念深藏，76号主任李翰之的愚钝与崔默

的阴鸷，均被刻画得入木三分。他们作为梁朔的强劲对手，其复杂性与危险性共同构成了谍战棋局的惊心动魄，属于“合理的艺术想象”范畴内的成功探索。

女性角色展现战火中的柔情与成长。江飞曼（菅纫姿饰）作为成熟的地下工作者与梁朔前女友，其文武双全、隐忍牺牲的形象，是革命伴侣情谊的动人写照。谢念慈（张佳宁饰）则代表着一清晰的成长轨迹：从怀揣朴素人道主义情怀的军统发报员，经历懵懂、迷茫，最终在梁朔与江飞曼的感召下投身革命洪流。两位女性角色，以及日军宪兵队长平田希子（艾晓琪饰）对梁朔若隐若现的暧昧情愫，共同编织了“信仰至上+职场斗争+情感羁绊”的复杂人物关系网络，丰富了剧作的情感肌理与人性深度。

三、谍战剧需要以叙事匠心与类型突破在经典框架中寻求升华

《潜渊》的创作与播出，紧密契合国家对抗战题材文艺创作的战略部署。国家广播电



视总局在“抗战胜利80周年重点电视剧创作播出推进会”上明确指出，抗战题材电视剧创作要深刻认识中国人民抗日战争“三个伟大胜利”的重要意义，即中国人民抗日战争胜利是中国共产党发挥中流砥柱作用的伟大胜利，是以爱国主义为核心的民族精神的伟大胜利，是中国人民同反法西斯同盟国以及各国人民并肩战斗的伟大胜利。这与习近平总书记在纪念抗战胜利70周年讲话中强调的“三个伟大胜利”重要论述一脉相承：

“中国人民抗日战争胜利是近代以来中国抗击外敌入侵的第一次完全胜利”，这一伟大胜利彻底粉碎了日本军国主义殖民奴役中国的图谋，洗刷了近代以来中国抗击外来侵略屡战屡败的民族耻辱；重新确立了中国在世界上的大国地位，使中国人民赢得了世界爱好和平人民的尊敬；开辟了中华民族伟大复兴的光明前景，开启了古老中国凤凰涅槃、浴火重生的新征程。

因此在抗战题材电视剧创作上，对应着“三个伟大胜利”，国家广播电视总局在创作播出推进会上明确：必须要通过电视剧作品讲好中国共产党领导人民进行革命斗争、实现民族解放的历史，生动反映党的奋斗历程、光辉成就和历史性贡献；充分用好抗战革命历史红色资源讲好影像党史课、思政课，大力弘扬爱国主义精神，引导青年一代把爱国情、强国志、报国行自觉融入建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中；必须坚持正确二战史观，充分反映抗日战争暨世界反法西斯战争胜利对于争取世界和平伟大事业的重大深远影响，呼吁全世界人民共同捍卫战争胜利成果和国际公平正义。

作为相对成熟的类型剧作，谍战剧依靠强冲突、险情节、命运莫测等核心元素俘获观众。

《潜渊》通过以梁朔为代表的主人公们惊心动魄的“潜渊”行动，正是对这段可歌可泣历史与

其中蕴含的党的中流砥柱作用、伟大抗战精神、国际主义精神的影像化礼赞。该剧熟练运用了倒叙、插叙等手法，以“剥洋葱”式叙事层层揭开梁朔的过往与真相，辅以上海滩枪林弹雨的惊险追捕、各方势力错综复杂的交叉角力，成功营造出环环相扣、悬念迭生的紧张节奏。剧中革命志士面对日伪追捕时舍生忘死的壮烈牺牲，通过全知视角引发观众强烈的情感共振与历史代入感。然而，剧作亦存在可探讨之处：前9集铺陈稍显冗长，部分关键情节（如梁朔轻易获取严政办公室钥匙）因戏剧性设计不足而削弱了谍报工作的精密魅力。高潮处梁朔化身“超级英雄”的爽感结局，在酣畅解压之余，某种程度上也稀释了前期苦心营造的写实氛围与生存焦虑。

总体而言，《潜渊》以梁朔从身份迷失到信仰重塑、从深潜虎穴到力挽狂澜的传奇历程，奏响了一曲共产党人“将信仰和使命镌刻在灵魂中”“牺牲性命在所不惜”的英雄主义壮歌。它不仅是谍战类型的一次成功实践，更是对抗战精神核心内涵的一次深度艺术诠释。在广电总局倡导的“坚守匠心，铸就精品”原则指导下，《潜渊》努力平衡戏剧张力、人物深度与历史真实，力求在“正能量”与“大流量”间架起桥梁。尽管在情节逻辑与风格统一性上仍有提升空间，但其对信仰力量的磅礴书写、对英雄群像的生动刻画、对伟大抗战精神的真诚礼赞，已足以使其成为抗战胜利80周年之际，一部值得铭记的、具有深沉历史回响与强烈时代感的“红色精神”力作。它提醒我们：唯有铭记那场关乎正义与邪恶、光明与黑暗的大决战，唯有传承那穿透历史深渊的信仰之光，方能真正理解“从哪里来，向何处去”的民族血脉与精神基因。

（作者单位：国家广电总局发展研究中心）

编辑/肖清

公益节目的芒果逻辑

李强

当商业传播陷于流量焦虑、新闻叙事受制时效压力时，公益节目始终坚守着主流媒体的价值坐标。从《帮助微力量》撬动弱势群体命运转轨，到《天声一队》催化校车安全立法进程；从《变形计》切入青少年家庭教育，到《让世界听见》重塑乡村美育生态，湖南广电不断通过公益节目履行主流媒体“成风化人、凝心聚力”的社会责任。

笔者是一名有20年从业经验的媒体公益人，先后在公益节目生产部门、公益慈善行业主管部门和媒体公益基金任职，并在多所高校教授公益有关课程。现尝试以一名公益人的视角，对公益节目创制及其关键命题——“如何在兼具传播效果和社会效果的同时，实现社会价值和经济价值的双赢”进行简单论述，对价值传播效能、资源转化机制、社会动员路径等创新维度进行初步探讨，以期对正在或有意从事公益节目创制的同仁有所参考。

一、什么是公益节目

在搞清楚这个问题之前，我们要先聊聊“公益”和“慈善”。在通常情况下，“慈善”以救助为导向，包括扶老、助残、济困、救孤、赈灾等；“公益”以发展为导向，包括科技、教育、文化、艺术、环保等。而在官方语境下，“公益”和“慈善”其实是同一个概念，经常通用或以“公益慈善”的方式联用。在法律上，《中华人民共和国慈善法》是公益慈善事业的专门上位法；在

行政上，民政部慈善社工司是公益慈善事业的中央行政管辖部门。

本文所指的公益节目是：以推动《慈善法》所规定的六大慈善领域问题解决为目标，通过视听传播实现公众意识唤醒、社会资源动员、公益行为引导的非营利性媒介产品。其本质是媒体对公共事务的创造性介入，其目的是通过媒体力量激发社会公众对公益事业的关注与行动，其行为应同时遵循宣传规范与公益准则。

二、公益节目的创制模型

一个完整的公益节目应包含五个要素：

（一）发现社会议题。即选题的公益逻辑，如何通过呈现社会问题来唤起公众关注。

（二）构建解决方案。即回应节目所呈现的社会问题，完成从“暴露问题”到“展现希望”“解决问题”的进阶。

（三）筹集社会资源。即传播到行动的转化路径，通过节目叙事建立用户连接，完成“触达（收视）-认知（话题）-共情（互动）-行动（捐赠）”的转化链路，为开展公益行动筹集资金和资源。

（四）开展公益行动。即依托所筹集的社会资源，以长期公益项目或短期公益活动的形式，对节目所呈现的社会问题予以回应，构建“政府指导+公益组织执行+媒体监督+第三方评估”的四位一体实施框架。

（五）评估与社会反馈。即定性或定量评估节目所取得的传播效果、受益人改变程度、捐赠人满意率等成效，并将其反馈给政府主管部门、捐赠人、受益人等利益相关方和社会公众，建立起涵盖传播声量、募捐效果、政策影响、受益改变的立体评估模型。

上述五个步骤清晰构建出“传播-行动-改变”的完整轨迹。

三、公益节目的常见风险

创制公益节目，同时面临着宣传、公益慈善两大来源的双重风险。宣传风险为广电媒体人所熟知，本文主要列举公益慈善领域的潜在风险。

1. 政策法规风险。公益慈善领域的主要法规包括《中华人民共和国慈善法》《公益事业捐赠法》《基金会管理条例》等。常见的政策法规风险包括：

（1）非法募捐风险。如节目中涉及公开募捐，须确保由依法登记且具备公开募捐资格的慈善组织作为募捐主体。以媒体自身或其他机构名义收款等不通过合法渠道或假冒慈善组织名义的，则可能构成诈骗或非法集资。芒果V基金具备全国性公开募捐资质，可在中华人民共和国境内（含港澳台地区）依法合规募集资金。

（2）资金违规风险。节目如涉及捐赠资金管理的，须严格遵守《慈善法》第五十五条关于“捐赠财产用途”的规定，不得擅自变更用途或挪用资金。在制作《帮助微力量》时，芒果V基金就在和受益人签订的捐赠协议中明确标注，如募捐金额超出受益人自身需要，超出部分可用于帮扶同类型受益人，同时将此款在募捐时提前向公众披露，有效预防了变更

捐款用途的潜在风险。

（3）税收合规风险。节目中如宣传捐赠可抵税，须确保通过合法的慈善组织并开具捐赠免税票据。尤其是实物捐赠，应注意《企业所得税法实施条例》第五十一条中的“视同销售”风险。实物捐赠如果不向捐赠人开具免税票据，则捐赠人将面临因捐赠所带来的所得税压力，从而引发与媒体间的纠纷。

2. 公益伦理风险

（1）受助者隐私保护风险。《慈善法》要求保护受益人隐私，但实践中节目组常以“知情同意”模糊授权范围，从而导致肖像权、隐私权争议。另外，还有的为了追求戏剧效果过度暴露受助者的贫困、疾病等隐私信息，甚至夸大或虚构困境，忘记了公益节目不是“消费苦难”，而是“暴露问题”“呈现希望”“改善现实”的创制初心。

（2）叙事主体错位风险。公益伦理中有一条非常重要的“受益人主体性”原则，受益人应当是公益节目的关注核心。在具体实践中，有的节目组将明星作为叙事核心，受助者沦为背景板，受益人的真实需求被消解为明星人设的注脚，其实质就是将公益异化为明星的镀金工具。

（3）观众共情失效风险。精英阶层视角下的“俯视式关怀”会加剧社会撕裂。笔者曾看过某台拍摄贫困儿童通过滑索过江上学，参与节目的明星居然赞叹贫困儿童“真的很酷”，却未意识到这是迫于现实困境的无奈之举。此类表达可能强化公众对弱势群体的刻板印象，甚至引发“何不食肉糜”的公众反噬。

此外，笔者在20年的公益节目创制经历中，不乏捐赠方要求过度曝光、明星团队干预节目创制、平台算法带偏节目内容、合作伙伴

翻车、项目落地实施变形、工作差错引发公众争议、遭遇恶意造谣中伤等各种风险，芒果V基金均一一妥善化解，成立至今未出现一例重大负面舆情。

四、芒果公益节目的未来构想

1. 强本筑基，完善公益节目工具库。创制公益节目需要准备好三件工具，分别是《公益节目自查清单》《全球公益节目案例库》和《公益节目社会价值评估报告》。自查清单是合规底线，案例库是创新天花板，评估报告是价值标尺。三个工具可形成一套从合规审查、创意借鉴到效果评估的公益内容生产体系，助力公益节目创制从“单点突破”升级为“系统作战”。

2. 自有IP，构建“传播—行动—改变”的良性循环。湖南广播影视集团拥有专业的制作团队、行业领先的传播媒介、可以在全国公开募捐且具备免税资质的公益基金、国家指定的慈善信息平台，是全中国所有媒体中唯一具备全要素的机构。这将为芒果公益节目创新提供系统化解决方案，旗下湖南卫视、芒果TV、芒果公益平台、芒果V基金等可以形成“传播（内容创新）—行动（生态联动）—改变（价值转化）”的有机闭环，从而构建自有IP从传播到社会行动再到实际改变的良性循环，开创媒体融合时代的公益新范式。

3. 国际视野，全球议题的中国式表达。当前湖南广播影视集团响应国家号召，将文化出海、深化文化交流互鉴作为了战略重点。公益是一个可以跨越国界、种族、文化、意识形态的普适议题。公益节目可通过“价值观输出一文化共鸣—商业转化”的组合拳打法，成为集团国际战略的“软性引擎”。其核心价值

在于以真实故事传递中国担当，以情感联结打破文化壁垒，以可持续模式实现社会效益与经济效益双赢，成为集团提升国际传播效能的重要抓手。

4. 跨界协作，打造“内容+公益+品牌”的系统生态。据《慈善蓝皮书：中国慈善发展报告》统计，2024年全国非营利性部门总规模超过4000亿，其中包含财政购买服务、彩票公益金资助、爱心企业和社会人士捐赠等多方力量参与。每年有超过百亿规模的传播和信息披露经费。在这一细分垂类，公益机构缺少服务能力，传媒机构缺少公益理解。公益产品设计、公益账号运营、公益活动策划执行、公益视频制作、公益广告制播等缺少头部服务机构，“内容+公益+品牌”的三位一体芒果资源与市场需求高度匹配。湖南广播影视集团应以优质内容为载体传递公益价值，以品牌资源为杠杆放大社会效益，以技术创新和机制保障实现可持续运营，通过综艺IP公益化、品牌合作场景化、资源整合平台化，最终形成“内容吸引用户—公益凝聚共识—品牌反哺生态”的良性循环，建立“内容+公益+品牌”的公益节目合作生态。

作为党管国有的主流媒体，湖南广播影视集团肩负着传播主流价值观、服务国家战略的重要使命。创制公益节目不仅是政治责任，更是提升公信力、创新话语体系、增强用户黏性的战略机遇。我们应从“被动完成任务”到“主动开辟战场”，借此打造“人无我有”的核心竞争力，让每一份善意都能找到触达现实的路径，让每一次传播都成为社会进步的基建工程。

（作者单位：湖南广播电视台宣传管理部）

编辑/肖清

县级融媒体如何有效运用新媒体技术 加强思想政治工作

邓信开 何文蕾

县级融媒体作为基层宣传思想文化工作的重要阵地，在加强思想政治工作方面肩负着重要使命。有效运用新媒体技术使之成为基层宣传的有效武器，让县级融媒体更好地贴近群众、服务群众，增强思想政治工作的针对性和实效性，对于巩固基层意识形态阵地、促进社会和谐稳定具有重要意义。

一、新媒体技术的发展带来更多机遇

1. 形式丰富渠道多元

新媒体技术迅猛发展，音频、视频、动画、直播等多元化的传播形式不断涌现。县级融媒体利用这些形式，可以将思想政治内容以更加生动、形象、直观的方式呈现，提高内容的吸引力和感染力。制作短视频、动画等，把抽象的思想政治理论转化为通俗易懂、趣味性强、喜闻乐见的作品。而微信公众号、微博、抖音、快手等新媒体平台的兴起，打破了传统媒体的地域和时间限制，为县级融媒体提供了更广阔的传播空间。通过多平台发布思想政治内容，能够扩大信息的覆盖面，让更多的基层群众接触到思想政治教育，实现传播效果的最大化。

2. 增强互动性和准确性

新媒体技术实现了信息的双向传播，受众不再是被动的接受者，通过评论、点赞、分享等方式参与到信息传播过程中。利用这一特点，思想政治工作能与受众进行互动交流，了解他们的需求、意见和困惑，及时调整思想政治工作的内容和方式，增强工作的针对性。同时，借助大数据分析技术，县级融媒体可以深入了解受众的兴趣爱好、行为习惯、地域分布等信息，对受众进行精准画像。根据

数据结果，将思想政治内容精准推送给不同的受众群体，提高信息传播的精准度和有效性，使思想政治工作更有实效。

二、挑战与困难

1. 信息管控难度加大

信息传播的开放性和即时性使得信息来源广泛、内容繁杂，虚假信息、不良信息、错误思潮容易混杂其中，干扰群众的思想认知。县级融媒体在信息传播过程中，需要加强对信息的筛选、审核和监管，防止不良信息的传播，但这在技术和人力上都面临较大挑战。

2. 专业人才短缺

运用新媒体技术开展思想政治工作，需要既懂思想政治理论，又熟悉新媒体技术和传播规律的复合型人才。目前，县级融媒体普遍存在专业人才不足、年龄结构老化等问题，部分工作人员对新媒体技术的掌握不够熟练，在内容创作、平台运营、数据分析等方面存在短板，影响了思想政治工作的效果。

3. 内容创新不足

虽然新媒体技术提供了丰富的传播形式，但一些县级融媒体在思想政治内容创作上仍然缺乏创新，存在内容同质化、形式单一、语言生硬等问题，无法充分发挥新媒体技术的优势，难以吸引受众的关注和兴趣。

三、具体策略探析

（一）强化内容审核与监管

1. 建立严格的审核制度

制定完善的内容审核标准和流程，明确审核责任。对所有发布的思想政治内容进行严格审核，确保内容的准确性、导向性和合法性。审核过程中，重点关注内容是否符合党的路线方针政策，是否存在虚假信息、不良信息和错误思潮。

2. 利用技术手段加强监管

借助人工智能、大数据等技术手段，对新媒体平台上的内容进行实时监测和分析。通过关键词搜索、语义分析等技术，及时发现不良信息和异常舆情。同时，建立信息预警机制，对可能引发舆情的的事件提前进行预警，为及时应对提供时间。

3. 加强行业自律

县级融媒体要加强行业自律，遵守新闻职业道德和行业规范，与其他媒体共同营造健康、有序的新媒体传播环境。同时，接受社会监督，及时回应社会关切，树立良好的媒体形象。

（二）培养专业人才

定期组织县级融媒体工作人员参加新媒体技术、思想政治理论、新闻采编等方面的培训课程。内部组织培训，利用“老带新”“传帮带”等形式提高工作人员的业务水平和综合素质，使其能够熟练掌握新媒体技术，创作出高质量的传播内容。

（三）创新内容形式和传播渠道

1. 建设全媒体传播矩阵

构建台、网、微、端、屏等全媒体传播矩阵，根据不同平台的特点和受众群体，制定差异化的传播策略。以永兴县融媒体中心为例，具体体现在：在微信公众号上发布深度的政策解读文章，在抖音上更多的以有趣的短视频为主，在客户端上提供便捷的政务服务和信息查询功能，实现内容的多平台分发和精准传播。

2. 制作短视频和微动画

短视频和微动画具有时长较短、内容精炼、形式活泼的特点，符合现代受众碎片化的阅读习惯。县级融媒体可以围绕思想政治工作的重点内

容，如党的政策解读、先进人物事迹、道德模范故事等，制作成短视频和微动漫作品。永兴县融媒体中心创作的《这把火，不能点！秸秆燃烧》《全民守护安全行动》等原创短视频和动漫得到湖南省委宣传部、湖南省委网信办领导充分肯定，学习强国、省生态环境厅，省应急管理厅、郴州日报社等有关平台予以转载，取得了较好反响。

3. 开展直播活动

县级融媒体可以策划开展各类直播活动，直播具有实时性、互动性强的优势，可以拉近与受众的距离。如政策宣讲直播、红色文化旅游直播、先进事迹报告会直播等。永兴县融媒体中心开展的原创音乐类节目《新歌来了》现场直播、以端午节文化背景的“我们的节日·端午”龙舟赛直播、以展现体育精神的“村BA”现场直播等，都吸引了众多群众参与。在直播过程中，设置互动环节，解答受众的疑问，收集他们的意见和建议，增强思想政治工作的感染力和吸引力。

（四）增强互动交流

1. 建立互动反馈机制

在新媒体平台上设置评论区、留言板、问卷调查等互动功能，及时收集受众的反馈信息。安排专人负责对受众的评论和留言进行回复，解答他们的疑问，回应他们的关切。对于受众提出的合理建议，要积极采纳并应用到实际工作中，不断改进思想政治工作的方式方法。

2. 开展线上线下互动活动

结合重要节日、纪念日或热点事件，开展线上线下互动活动，如线上知识竞赛、线下主题演讲比赛、征文活动等。通过互动活动，激发受众的参与热情，增强他们对思想政治内容的理解和认同。同时，收集受众的意见和建议，为后续的政治思想工作提供参考。

（作者单位：永兴县融媒体中心）

编辑/肖清

左公墓前及一部迟到的英雄礼赞

解建设

（一）

明月出天山，苍茫云海间。新疆地域辽阔，风光壮美，物阜民丰，相当于16个江苏省的面积。新疆旅游火爆，旺季一房难求，草原景区马都不够用。不知游客们在享受新疆美景美味时想过没有，今天的幸福之旅是来之不易的，必须感谢一个人，他就是民族英雄、爱国将领左宗棠。

19世纪中晚期，在外国势力的扶持下，阿古柏的军队入侵新疆，建立所谓“洪福汗国”。大敌当前，左宗棠力排众议，年逾古稀抬棺出征，捷报频传，一举收复新疆。风烛残年，他又抱病请缨，督办福建军务，筹划海防，粉碎了法军占领台湾的企图，推动新疆、台湾建省，创办近代学堂，创立我国近代造船工业和近代海军，在抵御外敌入侵、维护国家统一和领土完整、推动中国近代化进程等方面做出了巨大的历史贡献。

此刻，凉风习习，天色半明半昧，我怀着崇敬的心情缓步拾级而上，站立在左宗棠墓前三鞠躬。逝水流年，睹物思人，哀思如潮。礼毕，流连忘返，一一端详沉浸岁月的石像生、御碑、碑额、石坊、石狮、祠砖等。左公墓位于长沙市雨花区跳马镇白竹村，依山傍水，绿树环绕。墓地原来有六十亩之大，而今只有十余亩。政府发聘书、发工资的第四代守墓人黄志清的儿子黄均正在用竹扫帚清扫一地落叶，簌簌作响。他告诉我，78岁的父亲经常在墓地打扫卫生、为游客讲解历史，子女请他外出旅游，都不去。现正在养病，要见面可以去他家里，想扯可扯几天几夜。

说到墓地，有一段不堪回首的往事。20世纪

70年代中期，左公的墓地被人为地破坏过，一百多公斤炸药被几十根雷管引爆，墓碑被炸成两半，遗骨散落，人们一哄而上，想寻找一些金银财宝。毕竟左宗棠是晚清名臣、朝廷命官，多次获得慈禧太后赏赐，应该有大量值钱的陪葬品。出乎盗墓者意料，经反复搜摸，除在其胸前搜得木质朝珠一串，从口中取出小玉一块外，再无其他随葬物品。其实这些人不懂，左公一生清廉，高风亮节，为国家为民众效力，拒绝贪污受贿，自然是这种结果。待外出办事的守墓人黄志清回家，他母亲急哭了：“清伢子，左大人是大官，有功于国。如今抛尸露骨，你再忙也要去把土平了，把左大人的尸骨重新埋好，磕几个头！”黄志清照办。随后，在王震将军的关心下，有关部门重修了左公墓地，并申报为湖南省级文物保护单位。

左宗棠的第五代外孙、历史学者梁小进说，左公的一生非常清廉，他在朝廷领取的俸禄绝大部分都用在自己的事业上，几乎没有给家人留下什么私人财产。左宗棠的第五代孙左文龙说，左公作为朝廷高官，一年有2万两白银俸禄，但是每年只给家人寄2百两银子，还叮嘱要省着花。左宗棠的钱到底去往何处？历史学者徐志频说，仅在他的家信当中提到的各种赈灾捐赠就多达66项。为了兴办洋务运动，左公自掏腰包，捐建中国第一个新式造船厂——福州船政局，中国第一个机器纺织厂——甘肃织呢局以及西安、兰州和阿克苏的制造局，库车和兰州的火药局等等。左公出征新疆前夕，写过一封家书，信的最后写道：“留些福泽与儿孙，留点榜样在人世耳。”

左宗棠应该怎么评价，看看伟人是怎么说的。湘阴人氏左宗棠写过一副楹联：“身无半亩，心忧天下；读破万卷，神交古人。”少年毛泽东改写上联而为自己宗旨：身无分文，心忧天下。1949年，毛主席约见起义将领林遵。与林遵谈到曾在福州海军学校读书时，毛主席问道：你讲的福州海军学校，它的前身是马尾船政学堂吗？又说：这个马尾船政学堂，还是同治年间，敝同乡左宗棠大人奏请开办的。听说是招小孩子，从小训练起，很严格的。1949年新疆和平解放，在王震第一兵团接受驻军新疆的任务后，毛主席说：王震同志，我希望你到新疆后，能够超过左文襄公，把新疆建设成美丽富饶的乐园。1952年，新疆省政府主席包尔汉写了一篇论文，其观点是左宗棠平定阿古柏之乱，维护了祖国的统一，得到了新疆各族人民的支持，这一历史功绩是不可抹杀的。毛主席仔细读完全文后颇为赞赏，对包尔汉说：你的观点我是赞成的。毛主席说：新疆的完整要感谢两个湖南人，一个是左宗棠，另一个就是王震。

（二）

令人欣喜的是长沙市文化旅游广电局成立了左宗棠墓申报“全国重点文物保护单位”工作专班，并联系湘阴县文旅部门，以“左文襄公祠及墓”打捆申报第九批国保单位，相关工作正在紧锣密鼓地推进之中，期待马到成功。无独有偶，最近湖南广电推出了大型历史人文纪录片《左宗棠收复新疆》。该片以“我之疆索，尺寸不可让人”为主线，生动展现了左宗棠率军收复被外国侵略势力强占的新疆国土的壮阔历程，填补了主流影视作品宣传民族英雄左宗棠的空白。在中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年之际，该片的播出不仅是对历史的回顾，更是对

爱国主义精神的大力弘扬，是一部迟到的英雄礼赞。

《左宗棠收复新疆》最显著的叙事特点是全景式观照。第一集《危机重重》首先展现了同治帝驾崩、光绪帝即位，随后逐步展开了新疆危机的形成过程。通过“清王朝的新纪年”“新疆发生了什么”“危机四伏的海疆”“海塞之争，左宗棠的主张”等6个章节，有条不紊地交代了事件发生的历史背景。在碎片化阅读盛行的当下，该片采用了创新的章节化叙事结构，成功解决了长篇历史纪录片的观赏疲劳问题。这部总长度为300分钟、每集平均50分钟的鸿篇巨制，将每一集分解为8、9个几分钟的片段，每个片段都有明确的章节标题和核心内容。这种结构不仅消解了长篇大论的枯燥和冗长，而且大大增强了该片的传播力和影响力。

该片在多媒体技术运用方面尤为出色。动态地图清晰呈现了行军路线，3D复原技术让惊心动魄的历史题材增添了艺术感染力。该片以故事片运镜还原“达坂城—托克逊—吐鲁番决战”“舆梓出征收复伊犁”等历史现场。环境音效处理非常细腻，从战场上的金戈铁马到边疆的风沙呼啸，每一个声音细节都经过精心设计。

英雄为国土押上的性命，终将被山河永远铭记。湖南卫视播出《左宗棠收复新疆》后，好评如潮，在网络上引发热烈反响，蓝鹰融合影响力排行榜位列电视榜纪录片排名第一，节目美誉度高达100。它的意义在于打破了一种长期以来的沉默，是一次在文艺创作领域的大胆突破；是一次集体记忆的重构，是中华民族共同体精神的加固。

（作者单位：湖南广播电视台离退休部）

编辑/刘凌

国家广电总局发文部署促进广电视听内容供给工作

近日，国家广播电视总局印发实施《进一步丰富电视大屏内容 促进广电视听内容供给的若干举措》。《若干举措》强调，要多措并举加强内容建设，增加优质广电视听内容供给。实施“内容焕新计划”，加强内容创新；改进电视剧集数和季播剧播出间隔时长等管理政策；改进电视剧内容审查工作，优化机制、提高效率；加强超高清节目制作播出宣传推介；加强纪录片、动画片精品创作；鼓励支持优秀微短剧进入电视播出；推动优秀境外节目引进播出等。同时，加强相关法律法规制度建设，加强节目版权保护。

（来源：国家广播电视总局）

国家广电总局发布管理提示：杜绝抗战题材微短剧悬浮设定、幼稚剧情、伪主题创作

7月21日，国家广电总局网络视听司发布关于抗战题材微短剧的管理提示，要求微短剧行业市场主体要落实播出、制作、宣发的主体责任，加强内容审核把关，杜绝抗战题材微短剧悬浮设定、幼稚剧情、伪主题创作等不正之风。

（来源：国家广播电视总局）

广东上线四大国际传播平台

7月2日，由广东省委宣传部主办的IP Guangdong（形象传播全资源平台）、INFO Guangdong（对外资讯服务平台）、LIVE Guangdong（慢直播平台）、GO Guangdong（国际参访服务平台）四大国际传播平台正式上线。广东省委宣传部相关负责人介绍，四大国际传播平台的上线是广东推进主流媒体系统性变革，创新国际传播模式，构建“人人可参与、人人能传播”新生态的重要举措。

（来源：广东发布）

抖音将搭建独立短剧内容合作平台，作为短剧发布和经营主阵地

7月31日，抖音集团对外发布通知，成立短剧版权中心，并将搭建短剧内容合作平台。该平台将作为短剧创作者进行短剧发布和经营的主阵地，由抖音全资子公司北京阅读无限文化传媒有限公司运营。此次搭建独立短剧内容合作平台，意味着短剧管理后台将从抖音内容合作平台单独拆分出去成立新后台。

（来源：传媒时评）

327亿人次，上涨5.7%，暑期电视大屏迎来收视热潮



据中国视听大数据（CVB）统计，2025年7月，全国卫视频道新播节目累计收视327亿人次，较去年同期上涨5.7%、环比上涨5.3%，暑期电视大屏迎来收视热潮。其中，革命历史剧《浴血荣光》和《潜渊》《以法之名》《扫毒风暴》《锦绣芳华》等各类题材剧收视亮眼；纪录片《卢沟桥：我们的纪念》《淬心》大小屏联播获得广泛关注；新一季“主持人大赛”开播收获全国多地观众欢迎；微短剧《宫墙厌》《忘尘月》《玉琮传说》《朝朝如念》收视吸引力强；多个少儿专业频道新播多档节目受欢迎；北京、广东、深圳4K超高清频道收视规模增势明显，部分地区频道排序优化调整及同播标清频道关停带动收视上扬。

（来源：国家广电智库）



2025青春芒果节线下狂欢正式开启

8月7日下午5:20，2025青春芒果节启动仪式在七彩盒子举行，全场大合唱按下了线下狂欢的启动键。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，集团（台）党委副书记、总经理、副台长蔡怀军和集团（台）领导朱皓峰到场见证。

青春芒果节是芒果会员一年一度最盛大的节日。现场，龚政文向全体芒果粉丝问好并宣布2025青春芒果节开幕。一位连续参加了四届芒果节线下活动的芒果TV V9会员作为代表登上舞台，与龚政文、蔡怀军和朱皓峰一起点亮2025青春芒果节启动装置。2025青春芒果节将持续至8月30日，活动包括主创坦白局、芒果IP开放日、七彩盒子打卡市集、青春芒果夜四大板块，不仅有从未对外曝光的芒果剧综同款，还有各种各样IP打卡装置与互动玩法，更有多组艺人快闪活动及“芒果勋章馆”“直通制片人”实现线上线下联动，将持续为粉丝带来更燃更近的沉浸体验。

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