

潇湘 XIAOXIANG

声屏

2025年 / 第6期 / 总第379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

努力打造
芒果纪录大片品牌

致敬金声
礼赞时代



声生不息



湖南广电与长春市开展战略合作 携手推广冰雪资源

12月14日，长春都市圈冰雪资源暨长春大冬会市场开发推介会在湖南广电节目生产基地七彩盒子盛大举行。湖南广电与长春市人民政府签署《战略合作协议》，与长春冰雪新天地达成商业合作。

作为本次活动的核心合作伙伴与传播主阵地，湖南广电以“内容+平台+IP”全矩阵赋能，不仅全方位展现“学滑雪到长春”的品牌魅力，更为第十二届全国大众冰雪季、2027年世界大学生冬季运动会提前预热造势，助力长春都市圈2025-2026冰雪季核心旅游资源深度推广。

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、总编辑龚政文在活动中表示，此次双方以《你好，星期六》长春冰雪特辑、长春推介会、长春冰雪之夜三大项目为核心载体，构建起“内容预热—现场引爆—长线续航”的全链条合作体系，推动南北文旅资源深度联动、双向赋能，必将开启一段“长来长往”的合作之旅，结出累累硕果，实现长赢永赢。

CONTENTS

2025年第6期 / 总第379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 杨 薛
罗迎春 秦 好 蒋洪亮
宋 点

编委 黄自笑 李力明 牛嵩峰
谭 昱 肖 崇 罗芳红
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 12月31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 努力打造芒果纪录大片品牌 / 龚政文

湖南广电的纪录片创作，是在坚守主流媒体责任中探寻文化表达，在回应时代命题中实现艺术创新。湖南广电将初心不改、守正创新，持续推出更多有筋骨、有道德、有温度的纪录片作品。

传媒研究

06 微短剧「正规军」风芒，靠「价值中台」上桌 / 胡言

风芒「价值中台」模式，其核心在于以主流媒体的公共价值为根基，将内容升华为引领创新与社会价值的载体，将商业拓展为品牌共生的生态，将出海锻造为文化传播的桥梁。

11 广电视听如何在“人工智能+”浪潮中焕发新活力 / 李秋红 芸博

广电视听正站在“人工智能+”浪潮的风口，迎来前所未有的变革。从内容创作的灵感迸发到传播分发的高速通道；从用户沉浸式体验到行业治理的智慧升级，AI 正以全方位的力量重塑每一个环节。

16 AI推动效率革命 漫剧站上“风口” / 钟茜 黄贞

随着AI技术持续迭代，漫剧能够实现复杂题材的规模化生产，从而催生更多爆款内容。未来，3D漫剧或拟真漫剧将成为行业重要发展方向，精品化、题材与风格的多元化也是明确趋势。

节目评析

- 20 《吐鲁番往事》：文明交汇之地的影像见证 / 韩飞

该片通过纪传体的叙事智慧、写意化的视听语言、深植于学术根基的文明观照，让吐鲁番从风景明信片中走出，成为具有历史厚度与文明汇流价值的文化地标。

- 23 《因为长江》：让长江文明在文物中“活”起来 / 王云峰

- 25 《人生一万年》第二季：中国银发人的生命活力 / 梁燕 赵昱

节目既是对长寿老人生命力的深情礼赞，也是对生命意义的深入探索，更是“生命不止，热爱不息”积极人生价值的弘扬。

- 27 《花儿与少年·同心季》以高品质赢得大流量 / 徐晓昭

- 29 以青春之名，续写岐黄新章：《初入职场·中医季》助力中医科普与文化传承 / 周達

这是一档让普通观众感受到中医文化“与我有关”，并在行住坐卧、一茶一饭中得以运用的节目，真正推动了中医文化的“活态”传承与发扬。

- 32 当综艺成为城市的“电子导游”——解码《你好，星期六》破圈的底层逻辑 / 王禹

《你好，星期六》长春特别节目《好看在芒——好六长春冰雪节特辑》，通过城市文化与娱乐内容深度融合的创造性实验，实现了一次从“娱乐场”到“生活场”的成功迁徙。

文艺评论

- 36 致敬金声 礼赞时代 / 白云飘

- 38 以“高温差”带动情绪通感，《时差一万公里》在笑泪中解答生活难题

- 41 微短剧《还珠》的古韵新声与时代破局 / 蒋新建 曾慧艳 吴果中

业务探讨

- 43 足球足味 “湘超”超香——湖南广电全媒体传播引爆体育赛事破圈 / 王晗

- 45 论历史纪录片创制“新”法——以微纪录片《永不尘封的档案》为例 / 魏笑凡

- 49 我们如此热爱青春——2025“芒果青春π对”总展演暨第三届芒果青春歌会活动手记 / 梁立东

- 51 媒体深度融合背景下县级融媒体中心的思政效能与治理路径 / 邓信开 周燕

文艺长廊

- 54 “扁担精神”永相传——回忆挑担子的记者 / 解建设

前沿动态

- 56 我国微短剧市场规模突破500亿元，首次超越电影票房等5篇

编者按：12月11日上午，以“绘就‘十五五’中国纪录片高质量发展新蓝图”为主题的2025首届中国纪录片高质量发展论坛在山东泰安开幕。在下午举行的纪录片创新发展论坛上，湖南广播影视集团（湖南广播电视台）党委书记、董事长、台长、总编辑龚政文应邀作《努力打造芒果纪录大片品牌》主题演讲，从“明确一个战略选择”“锚定三个内容方向”“锻造四支骨干力量”“依托三个播出平台”四个方面，分享了湖南广电在纪录片创作方面的实践思考。现将演讲全文转发如下：

努力打造芒果纪录大片品牌

龚政文

非常荣幸受邀参加此次“纪录片创新发展论坛”，聆听各位专家的指点，学习各位同行的宝贵经验，同时也与大家分享湖南广电在纪录片创作方面的实践思考。2020年以来，湖南广电深入践行习近平文化思想，在国家广播电视台总局的指导下，持续深耕纪录片，构建了一个纪录片创制传播体系，推出了《中国》《左宗棠收复新疆》《岳麓书院》《中国官箴》等一批有质量、有影响的纪录片，初步形成了芒果纪录大片品牌。我们的做法，概括地说是“一三四三”。

一、明确一个战略选择

回顾湖南广电20多年来的内容探索历程，可以用一个六边形来比拟，最早是综艺，然后是电视剧，2013年后新闻大片开始发力，2018年后是理论大片，2020年后开始大举进军纪录片，2024年后是微短剧。我们之所以在近些年发力做纪录片，是因为我们认识到，纪录片是一种独特的、很有生命力的、能与国际对话的电视艺术样式，是能够代表一个传播机构文化高度和价值的艺术品类，更是担当新时代文化使命的必然选择。因

此，纪录片成为湖南广电丰富内容武库、塑造内容品牌、担当文化使命的一个战略选择。

从2020年开始，我们每年坚持以一个主题口号统领全台重点项目创制，这其中，纪录片项目每年都不可或缺，甚至是重中之重。五年来，我们加强策划立项，舍得投钱，共投入资金3亿多元，自制播出纪录片90多部，总计200多小时，荣获100多个国家级和行业奖项，成为中国纪录片创制传播的一个重要参与者。

二、锚定三个内容方向

在纪录片创作探索中，我们根据湖南文化优势和芒果自身特色，逐渐形成了三个主要内容创制方向。

方向之一：深耕中华优秀传统文化，解码中华文明基因。这是我们近年来纪录片创作投入精力最多、创新力度最大、收获成果最丰的一个方向。随着中华民族伟大复兴的铿锵脚步、随着全民文化自信的高涨，回望自身历史、赓续中华文脉的需求空前高涨，它必然反映到纪录片创作领域。所以我们先后做了《中国》《岳麓书

院》《天下书院半湖湘》《中国官箴》《马王堆·岁月不朽》《左宗棠收复新疆》《船山先生》等十余部历史文化类纪录片。

《中国》系列全三季34集，历时5年，聚焦中华文明的演进轨迹，上溯上古三代，下迄晚清，系统回答多元一体的中华民族、大一统的中华制度、以儒家为主的中华传统文化是怎么形成的，被业界称为“兼具思想深度与美学高度的影像化中国通史”，获得“五个一工程”奖、金鹰奖、星光奖。《左宗棠收复新疆》大力弘扬爱国主义精神，以铸牢中华民族共同体意识为宗旨，推动题材破冰，以电视剧手法呈现一段惊心动魄、波澜壮阔的英雄史，实现了纪录片领域少有的4亿量级传播。很多人对我们敢于碰这样一个敏感题材表示惊讶，其实，这是因为习近平文化思想给了我们方向指引，党的十八大以来中央在民族、历史、宗教领域的正本清源给了我们底气。《岳麓书院》的创制充满艰难曲折，从2015年到2021年，历时7年，始得功成，成为书院纪录片的一个标杆之作，获得中国广播电视台大奖。《中国官箴》《国宝时刻》等以微体量+新技术活化历史场景、传世文物，收到了较好的传播效果。总的来说，这些历史文化题材的纪录片有一个共同的特点，那就是力图跳出“解说+画面”的传统纪录片影像风格，努力探索主流价值立魂、影视剧方法塑形、故事化语态叙事、新技术手段赋能的创作范式。

方向之二：聚焦重大革命历史题材，赓续红色精神血脉。湖南是伟人故里、红色沃土。我们怀着礼敬之心，从2018年开始，连续创制推出《中国出了个毛泽东》系列，包括《故园长歌》《东方欲晓》《换了人间》，共3部15集，其中《故园长歌》获得星光奖、金鹰奖，《东方欲晓》获得中国广播电视台大奖。同时，

紧扣重要时间节点，在2023年纪念毛泽东同志诞辰130周年之际推出了《人民领袖毛泽东》《那一年，我与毛主席》《韶山风物耐人思》等系列；在2022年纪念建军95周年之际推出《追寻贺龙元帅》，让崇高的伟人风范直抵人心、引发共鸣。

方向之三：观照现实生活巨变，描绘新时代奋进图谱。紧扣“青春中国”品牌调性，聚焦青春奋斗图景，挖掘呈现当代青年在“一带一路”、脱贫攻坚、推进中国式现代化建设进程中的生动故事。近年来，推出了《我的青春在丝路》《小镇青年》《向前奔跑的青春》《风华正茂百年青》等系列纪录片作品，在青年人群中引起较好的反响。同时，我们还将镜头对准万千世态和人间烟火，推出《清溪村——新时代山乡巨变》《这十年》《傲椒的湘菜》《南县种虾记》等作品，立体呈现高质量发展湖南画卷。

三、锻造四支骨干力量

近年来，湖南广电在纪录片领域逐步形成了四支特色鲜明、优势互补的骨干创作团队。

一是金鹰纪实频道团队。金鹰纪实作为专业纪实频道和纪录片创作“常备军”，拥有10多支成熟的编导队伍和丰富的项目经验，5年来共创制纪录片65部、427集，包括《中国出了个毛泽东》《岳麓书院》《左宗棠收复新疆》《筑梦唐王城》等一大批历史文化、主题宣传精品，是我们纪录片体系化、规模化生产的中坚力量。

二是芒果TV纪录片工作室。这个团队擅长以青春语态和创新表达叙事，5年来创制总量有33部、402集，如《这十年》《中国官箴》《与丝路打交道的人》《于青山绿水间》等作品，网感强、传播快，深受年轻观众喜爱，是新媒体纪录片创作的先锋队。

三是芒果伯璟工作室。这是我们与国内实力派纪录片导演李东珅合作打造的一个纪录片团队，目的是借力壮大我们的创制力量。这支团队的特点是追求极致的艺术创新与独特的美学表达，擅长宏大历史叙事。《中国》系列、《马王堆·岁月不朽》《船山先生》《吐鲁番往事》等都是这支团队的代表作。他们还承担了很多国家任务。同时积极探索与市场接轨，这些年先后做了《眼睛的故事》《酱油是什么》等。

四是新闻纪录片创作团队。这支团队以新闻中心业务骨干为主，具有较强的新闻敏锐性和执行力，创制了如《我的青春在丝路》《杂交水稻之父袁隆平》《普利桥种粮记》等较有影响的新闻纪录片，其中不少获得中国新闻奖。

这四支力量在集团（台）的统筹协调下，各有所长，相互激发，构成芒果纪录大片力的平行四边形。

四、依托三个播出平台

我们构建了以湖南卫视、芒果TV、金鹰纪实频道为主的融合传播平台，让优质纪录片实现最大范围的触达和广谱人群的覆盖。

湖南卫视发挥头部卫视的影响力，开设晚间730黄金时段“纪录片节目带”和后晚间常规栏目《我的纪录片》，5年来共播出了80多部重磅作品。目前，纪录片已成为湖南卫视提升大屏品质、擦亮频道品牌的重要节目类型。《岳麓书院》《中国》《左宗棠收复新疆》的播出，都带来一波美誉度的提升。《左宗棠收复新疆》播出时，有观众留言：“近几年来最好的纪录片，没有之一，左公千古！”

芒果TV作为新媒体宣传主阵地，开设纪录片专区，已上线440多部纪录片作品，集结全集团优质资源，利用算法推荐、话题运营、短视频

分发等手段，精准触达年轻网络用户。同时，其芒果TV国际APP（MangoTV）将纪录片译制成多语种版本，覆盖全球195个国家和地区，成为纪录片“出海”主渠道。

金鹰纪实频道2016年1月上星播出，是目前唯一还在坚持的省级上星专业纪实频道，全天播出9档纪录片栏目，播出的新节目达7小时，拥有自主版权的节目时长3000多小时，提供稳定的纪录片播出窗口，具有忠实度较高的收视群体。

通过这三个平台的共同发力与联动宣推，我们实现了大小屏共振、长中短结合、国内国际同步的纪录片立体传播格局。一部纪录片在湖南卫视、芒果TV双平台首播引发关注，再通过芒果TV持续发酵、金鹰纪实频道深度沉淀形成话题，最后通过国际平台走向世界，已成为芒果纪录片传播的标准流程。

回首来路，湖南广电的纪录片创作，是在坚守主流媒体责任中探寻文化表达，在回应时代命题中实现艺术创新。我们有付出，也有收获。

当然，实事求是地说，纪录片创作也面临很多困难和挑战。特别希望主管部门加大对纪录片创作播出的扶持力度，加强对纪录片人才的培养激励，行业内开展更多的交流研讨，共同把中国纪录片这盆火烧得更旺。

无论如何，湖南广电将初心不改、守正创新，持续推出更多有筋骨、有道德、有温度的纪录片作品。目前，我们的“十五五”规划正在制定当中，已向全集团（台）征集了30多个纪录片项目，明年重点推进的有《云兴雷奋一百年——从魏源到黄兴》《雄关漫道》《树说中国》《泉州》等，希望得到各方面关注支持。

【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】

微短剧「正规军」风芒，靠「价值中台」上桌

胡言

毫无疑问，微短剧已经成为当下影视基建不可或缺的组成部分。根据《2025中国网络视听产业白皮书》数据显示，2025年微短剧市场规模预计达870亿元，用户规模突破6.8亿，占移动网民比例超75%。然而，在市场规模与用户规模双扩张的欣欣向荣之下，微短剧行业依然面临着三大痛点：一是微短剧能否实现可持续的内容创新，摆脱同质化；二是微短剧能否成为一门可持续的生意，不断为品牌赋能；三是微短剧能否实现可持续的出海，助力文化破圈。

可以说，目前所有微短剧头部玩家均在尝试带有平台特色的思路给上述三个痛点提供解法，并且，它们都不约而同地选择了一条相似路径——更加高效的中台化。不过，在诸多实践中让笔者觉得最别具一格的案例，是脱胎于湖南广电，自带主流媒体基因，集内容、人才、平台优势于一体的短视频内容平台风芒。它给出的答案，是只有国企底色才会坚定选择的「价值中台」之路，即坚持内容的社会价值、商业的可持续共生、文化的传播使命。

内容中台：从「流量快消品」到「精品短剧孵化器」

高速增长与高质量发展并行，是当前微短剧市场发展的主旋律。

根据《中国微短剧行业发展白皮书2025》显示，2025年前9个月，国内微短剧相关企业新注册1.68万家，同比增长12.57%；现存企业

总量10.02万家。与此同时，普通剧集制作成本普遍涨至40万—70万元/部，超100万元精品剧数量显著增加。然而，更多的人局者，也意味着内容同质化更加难以克服。有统计显示，仅在2024年整理的6000部中文短剧中，「总裁」（霸总）一词出现386次，「战神」出现98次。同质化的背后，是不少微短剧内容创作者存在爆款跟风的惰性，单纯将其视为提供爽感的情绪刺激产品。

对此，主流媒体出身、自带「内容责任感」的风芒，在内容层面不断通过题材多元、叙事创新、价值引导，提升微短剧的文化厚度与社会意义。在笔者看来，这一「精品化+差异化」路线，又可以被拆解为四个象限。

首先是高质，即在部分垂类赛道夯实内容优势。风芒选择的垂类赛道，是芒果剧集最为擅长的女性甜宠赛道。今年年初，由风芒出品的精品微短剧《坠入春夜》围绕赌场荷官袁浅与赌场经营者秦深展开「复仇与救赎」的双向纠葛，在全网斩获10亿阅读量；以「双重人格+救赎爱情」为差异化的原创自制《她的昼与夜》，在展开情感迷局的同时也传递出爱与理解能够治愈创伤的深刻哲理，未上线便靠少量花絮达至话题阅读量3000w+；原创剧本《太阳的背面》以暗黑复仇题材、环环相扣的高能剧情和堪比电影的精致画面，让看过的观众纷纷直呼「上头」。这些微短剧或是以「女性+」的方式进行题材差异化，或是在人设与情感线设置方面大胆革新，在播出前或许这些



带有市场引领性的创新女性题材内容不被特别看好，但风芒用一次次内容出圈证明了其精品化+差异化的打法能够收获热烈的市场反响，并成功反哺微短剧市场的创作拓宽。

其次是多元，即以渠道的多元化策略挖掘短剧市场增量。不同的短剧平台因其用户结构的差异，自然会产生内容调性的分野。对此，风芒会有针对性地依据不同题材的微短剧匹配相应的发行策略。如原创微短剧《偷天陷阱》因其下沉故事情节更加契合以下沉用户为主的拼多多，于是风芒在发行策略上更偏向于拼多多的做法取得了立竿见影的效果，该剧上线后连续一周霸榜拼多多短剧榜榜一。《偷天陷阱》的成功实践无疑为市场提供了新的启示：对精品微短剧而言，通过多渠道发行匹配策略能够让差异化内容获得更大的商业回报，从而打破平台「一家独大」之下的变现天花板。

再次是创新，即从技术和内容两个向度探索微短剧的价值边界。技术方面，年初风芒推出的国内首部AI东北奇幻短剧《兴安岭诡事》在抖音端播放量5000w+，更是成为国内首部

通过端原生付费产生收入的AI短剧。据悉，风芒将联动国内头部游戏IP，以风靡全球的街机游戏为背景打造AI系列漫剧《街机恐龙》也将在近期上线，这些精品内容都依托于最新的AIGC科技为用户带来全新的微短剧视听体验；在内容方面，发力「微短剧+文旅」赛道，首部免签入境游文旅剧《好梦过长沙》登陆抖音同城榜、微博同城榜，《古今忧乐范仲淹》入选旅发大会开幕式重点推荐微短剧，首部湘超题材短剧《我在野生球场当门神》也有望为「微短剧+体育」新范式提供有益探索。

最后是安全，即发挥平台的生态优势，降低内容风险。这常常是一个容易被忽略但极为重要的优势。风芒内部遵循主流媒体的三审三校机制，以题材选取的安全性为例，风芒内部设置了编创部门、制片人内审、宣传管理部三道审核，从而在内容开发的源头上避免低俗、粗糙的短剧内容生产；在艺人选择方面，风芒也通过平台数据分析/内容调研甄选安全艺人，并且在宣传品推过程中把控舆情风险。

由此可见，风芒之所以能够在今年以来



持续产出高口碑、高流量作品，恰恰源自脱胎于主流媒体的风芒能够始终恪守对内容公共性的坚守，以一套成熟的精品内容创作和管理体系成为「精品短剧孵化器」，这无疑是风芒能够在微短剧激烈的行业竞争中立于不败之地的核心竞争力。

商业化中台：从「内容供给方」到「短剧商业化连接器」

勾正科技《2025年Q3微短剧行业观察与营销指南》数据显示，2025年1—9月已有超100家品牌入局微短剧。不论是选择剧中植入还是定制短剧的形式，微短剧正在成为品牌营销竞相角逐的新大陆，其潜藏的商业价值也不断被市场放大。

该如何把微短剧所具备的品牌营销潜力转化为一个可持续的生意？风芒给出的解法是：不是把微短剧视为一种简单的、短期的变现工具，而是通过「场景化定制+生态化协同」，将其变为品牌与用户之间实现价值连接的长期通路。

所谓场景化定制，是把微短剧变成一个

解决行业品牌宣传痛点的场景方案。美妆，成了观察风芒场景化打法的最好窗口。目前，风芒已与伊丽莎白雅顿、优时颜、卡姿兰、PL等美妆护肤品牌达成深度定制合作，所有定制短剧播放量均突破 3000 万+。如携手伊丽莎白雅顿、由李佳琦首次跨界出演的短剧《时光当铺》全网总曝光高达1.6亿，多个话题登录微博、抖音、小红书热榜；《看不见的爱人》短剧/电商/达人种割一体，单场GMV突破1500W+；《恋爱男友是天使》共创玩法焕新模式，登陆短剧品牌榜TOP2，直播两小时登顶榜单TOP1。可以说，风芒已成为美妆等行业品牌的「优质内容营销伙伴」，为美妆赛道的众多品牌提供了一个具有高度确定性的「品效双收」模板，从而帮助品牌定制短剧实现「流量+转化」双目标。

未来，以美妆赛道为样板，风芒所开拓的这一品牌短剧场景化定制方案将被复制到其他垂类赛道，而对于品牌来说，投身微短剧也不再仅仅是所谓换种方式「投广告」的一次性买卖，而是与风芒一道成为「内容伙伴」。

而所谓生态化协同，是与国内优质平台

建立深度合作，共同探索微短剧的价值变现模式。风芒与直播电商头部平台美ONE之间的强强联合，共同探索「短剧+电商」新范式，是一个非常好的观察窗口。在双方共创短剧《太阳的背面》的过程中，双方均强调「以内容为先」的原则，在不破坏精品内容本身的原则下寻求商业合作的可能性。未来，双方还将通过共投共创短剧、艺人共同孵化等方式，打通内容前端制作与后链路变现通道，完成「内容+变现」闭环。

同样，在与内容社区平台小红书的携手中，风芒积极参与「小红书红镜计划」，共同探索具有时代概念的作品，为竖屏时代重新定义短剧价值开创一种「小而重」的叙事可能。二者共同之处在：风芒与合作伙伴都期望以「更内容」「更精品」的方式来实现「更商业」的目标。

国企背景的风芒仅在焕新升级后的第一年，就完成了可持续商业模式的搭建与沉淀，既与中国短剧的发展速度实现了无缝衔接，又以国企稳健笃定的风格为商业生态伙伴提供更大的确定性。这种以可持续为底色的长期主义风格与思维，正是让风芒得以成为「短剧商业化连接器」的真正底蕴。

出海中台：从「内容出海」到「文化破圈」

作为「轻骑兵」，微短剧出海正处在一个变化的十字路口。一方面是海外短剧市场保持持续增长。短剧自习室报告显示，根据《2025海外短剧行业报告（上半年）》数据，仅2025年上半年，海外短剧市场的收入就达到了10.88亿美元，同比增长249%；下载量累计突破5.26亿次，同比增长451%；另一方面，海外短剧市场「含中量」大幅下滑——中国应用在下载量TOP30中的份额从95%暴跌至67%。

面对全球本土化竞争时代的到来，如何继续保持和提升中国在海外短剧市场的话语权，是当前所有海外短剧从业者面临的重大课题。对此，自带主流媒体基因的风芒明白，即使是「轻骑兵」，同样需要建设自主掌握的「主阵地」。于是，风芒所采取的打法是：不是单纯追求用户增长，而是以「矩阵化+生态化」的方式注重文化表达与价值认同，让中国IP通过微短剧这一形式从「产品输出」走向「文化破圈」。

在战术执行层，是矩阵化。截至2025年底，风芒已建成一个涵盖21个官方账号，包含



YouTube、TikTok等多平台，覆盖10个语种（包括英语、葡萄牙语、阿拉伯语等）的全球化自主传播矩阵，海外粉丝总量超280万，内容在海外市场的总阅读量突破10亿。

值得注意的是，风芒通过精细化运营，让这个自主传播网络展现出强大的用户凝聚力和影响力。在YouTube平台，风芒通过「长视频深度叙事（单集最高播放327万）+Shorts碎片化引流」的组合策略，成功将短期流量转化为长期订阅与高粘性社群；在TikTok平台，通过精细的配音和对口型等本土化工作，内容深度融入当地生态，总播放量破3.1亿；在Instagram，风芒则凭借强视觉冲击力的内容，单条Reels播放量频频突破百万。

而在战略规划层，则是生态化。风芒的出海不是一个简单的「上传视频」动作，而是构建了一个从内容生产、本土化译制、跨国合作、到文化赋能、品牌嫁接、最终实现价值认同的闭环生态系统。

在内容端，不论是全球播放总量突破2000万超《坠入春夜》，实现城市国际形象的软性塑造与有效传播的《好梦过长沙》，还是将非物质文化遗产与抗战历史题材结合的全自制AIGC剧集《山河祭》，它们都在风芒自主传播矩阵的加持下成为中国故事「全球化表达」的典范。

更重要的是，风芒正通过国际合作，探索文化出海的「深水区」。目前，风芒正在推进与《欧洲时报》联合制作的跨国短剧《暗潮》，这标志着风芒的出海策略已从「单方输出」升级为「双向文化交流」的跨国合作模式，它有望为如何提升国际传播效能、深度扎根目标市场提供新的实践经验。

在商业端，风芒与超过60家本土平台和制作方展开合作；同时，风芒已成功为卡姿兰、优时

颜、Passional love等国产品牌定制短剧并出海，创造了「品牌出海」与「内容出海」的协同并进的新局面。如今，风芒已建立起可持续的商业模式，有力证明了国有平台下的短剧出海项目在商业变现上的想象力。

风芒自有频道建设出海项目入选2025中央商务厅「千帆出海」项目，对于企业文化出海有借鉴意义，以发行+运营，用更轻盈的出海方式扩大文化影响力。

可见，以「自主可控的传播网络」作为国际传播的战略根基，风芒的海外布局在成功搭建「微短剧主阵地」的基础上，实现了内容分发的自主性、用户关系的可持续性和品牌资产的安全性之间的平衡，并通过生态化的布局引领出海走向更加可持续的「深水区」。如今，风芒自有频道建设出海项目入选2025中央商务厅「千帆出海」项目，这无疑为国企推动文化出海，走一条「发行+运营」的轻资产模式提供了一个可落地的蓝本。

结语

国企出身下的风芒「价值中台」模式，其核心在于以主流媒体的公共价值为根基，将内容升华为引领创新与社会价值的载体，将商业拓展为品牌共生的生态，将出海锻造为文化传播的桥梁。在行业竞逐流量的喧嚣中，风芒以「长期主义」的定力证明：微短剧的真正竞争力，不仅在于制造爆款，更在于能否系统性地构建价值——为内容注入深度，为商业赋予温度，为文化打开广度。这或许正是微短剧从「野蛮生长」走向「价值引领」的关键转折。

（来源：传媒1号）
编辑：肖清

广电视听如何在 “人工智能+”浪潮中焕发新活力

李秋红 芸博

在人工智能技术飞速发展的今天，广电视听领域正站在变革前沿，积极拥抱“人工智能+”浪潮，推动从内容生产到传播分发、从用户体验到行业治理的全方位升级。本文重点围绕政策引领、技术创新、内容生产、传播分发、用户体验、行业治理、全民创作、社会治理等方面，深入剖析广电视听领域在“人工智能+”背景下的火热实践，观察其如何在智能化浪潮中焕发出新活力。

一、政策引领：为广电智能化转型保驾护航

党的二十届四中全会把“人工智能+”行动提升为国家战略，明确把AI作为提升全行业创新能力的关键抓手，围绕“全方位赋能千行百业”展开系统布局，2025年《政府工作报告》也明确提出，“持续推进‘人工智能+’行动，将数字技术与制造优势、市场优势更好结合起来，支持大模型广泛应用”，进一步细化了行动目标与实施路径；国务院2025年8月份正式发布《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》，明确提出至2027年我国人工智能将与六大重点领域深度融合，这一系列政策文件精神为广电视听领域提供了前所未有的政策红利和发展空间。

广电视听领域积极响应国家“人工智能+”战略部署，加速构建自主可控的行业大模型体系。全国已有多个省级广电机构启动大模型研

发项目，形成中央统筹+地方创新的协同发展新格局。

二、技术创新：自主可控技术底座加速构建

人工智能对广电视听的赋能，首要突破点在于构建适配行业需求的专属技术底座，摆脱对通用大模型的单一依赖。这种重构并非简单的技术移植，而是基于广电海量视听数据与专业场景的“定制化进化”，形成不可替代的核心能力。

中央广播电视台发布的《人工智能发展白皮书（2025版）》明确提出打造“央视听媒体大模型2.0”，通过融合总台70余年积累的视听语料数据，实现从“通用能力”到“专业赋能”的跨越。该模型在巴黎奥运会期间展现出强大的场景适配性；上海广播电视台（上海文广集团）以AI技术构建广电视听数智技术新底座。在智慧媒体制播应用国家广播电视台重点实验室的支持下，上海广播电视台（集团）重点培育的“星翼大模型3.0”与“AIGC应用集成工具Scube（智媒魔方）”两项技术成果已实现多场景落地，展现出强劲的应用活力；湖南广电自主研发的《山海·AIGC内容创作平台》已面向个人用户开放注册使用。该平台突破传统“拼凑式”AI工具链局限，构建了从文本生成、世界观架构、动态分镜设计到4K视频合成的影视级AI生产全链路国产化，核心模块

国产化率达90%以上；江西广电则打造了“长天大模型”，系首个专注于赣鄱文化传播与媒体内容生产的垂直行业大模型。该模型融合了智能内容生成、仿真语音合成、镜头精准检索和内容安全审校四大核心能力，为上层业务开发提供了底层支撑，其中方言语音合成模块支持江西11个地市方言的AI复现，现场评测准确率达92%；山东广播电视台持续加大在AI技术研发方面的投入，建立产学研合作机制，与高校、科研机构联合开展前沿技术研究。聚焦大语言模型优化、多模态融合技术突破、AI安全与隐私保护等关键领域，不断提升在AI技术领域的自主创新能力。

党的二十届四中全会指出，要加快人工智能等数智技术创新，强化算力、算法、数据等高效供给，全面实施“人工智能+”行动，推动AI从概念创新向工程化、产业化落地，形成支撑高质量发展的新动能。不少省台还持续加大投入建设全台算力中心，为大模型训练、AIGC工具运行、智能产品研发等提供底层算力支持。

此外，引入生成式AI（AIGC）已成为广播视听领域技术创新的重要方向，在新闻采编、节目策划、脚本创作、配音配乐等环节部署大模型写作、图像生成、语音合成技术，实现了“一键生成稿件、自动剪辑、智能配音”，大幅压缩制作周期；在智能化后期制作中，利用AI进行画面修复、色彩校正、特效自动化，有效提升8K、超高清节目质量，满足了新质生产力对超高清视听产品的需求。

三、内容生产：AI赋能全流程再造

在内容生产环节，人工智能技术正深刻重塑创作生产模式，实现全流程再造。从创意策

划到素材处理，从内容制作到质量把控，AI技术可谓无处不在。

1.素材处理：跨模态关联分析，能够快速准确地从海量素材中分类检索出所需内容进而大幅提升效率。中央广播电视台总台媒资库智能检索系统便是典型案例，该系统针对央视60余年积累的超500万小时历史素材，部署自研“昆仑”多模态大模型，实现跨模态关联分析，能够快速准确地从海量素材中检索出所需内容，为节目制作提供了有力支持。例如，输入“1997年香港回归”文本指令，系统可自动关联至相关视频片段、现场音频、历史照片及文字报道，形成完整素材包；上海台推出的“智媒魔方（Scube）”工具矩阵，集成新闻拆条、文本转视频、直播横转竖等AI功能，赋能有关报道的内容产出量大幅度提升。

2.创意策划：借助大数据对热点舆情、用户搜索轨迹以及历史收视记录进行深度分析，能够精准把握内容发展趋势和观众兴趣，为节目选题、栏目布局、剧本创作等环节提供坚实的数据依据。芒果TV推出的AI导演“爱芒”，在有关综艺节目中承担为嘉宾策划任务、推荐旅游景点等职责，并通过AI对用户画像的洞察，辅助节目进行选角和剧情策划等。

3.内容制作：AI技术正全流程渗透内容制作，推动效率与质量双提升。浙江广电“智媒果”平台作为国内首个完成生成式AI“双备案”的自主可控大模型，支撑起微短剧、虚拟直播等新型内容的规模化生产；北京广播电视台的AI文旅打卡可实时识别故宫等地标，自动生成含历史解说、风格滤镜的30秒短视频，用户“一键”即可完成剪辑分享，显著提升互动量；山东广播电视台积极拓展内容创作的多元性与创新性，探索AI技术在不同题材与内容中

的应用模式与策略，打造具有山东特色、中国特色的内容IP。利用AI技术赋能文化两创，推动中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展，努力输出微而精、短而美的精品内容。例如在《AI里的北辛》项目中，山东台以大型考古纪录片《北辛》为切入点，以VR构建虚拟文化空间，以AR为现实场景增添虚拟互动元素，同时引入AI赋能的环境感知与智能交互技术，用AI深度学习与多模态融合技术，整合多源信息，实现个性化体验与自然交互，精准还原7000年前北辛地区人类生产、生活场景，展现人物故事，突破了史前纪录片传统制作局限，打造了全新纪录片模式。

4.质量把控：在质量把控方面，人工智能正成为内容生产的精准守门员。湖南广电推出的“山海·AIGC内容创作平台”，凭借自主研发的溶图模型，能够在历史题材创作时精准还原各朝代的服饰与道具，确保每一笔描绘都契合史实；江西广电打造的智能审校平台，以先进的自然语言处理技术，自动捕捉文本中的错漏与不当表述，大幅提升审校效率与准确率。

“工欲善其事，必先利其器”，AI赋能的工具正是提升内容质量的利器，赋能广视听在传承与创新之间实现更高水平的质量保障。

四、传播分发：AI破解语言壁垒，拓展传播广度与深度

1.在内容传播与投放阶段，人工智能正突破语言障碍，显著扩大信息的覆盖范围与影响深度，业界借助AI辅助影视作品的国际译配工作，实现更高的效率和精准度。国际传播：央视频AI新闻多语种播报系统可将中文新闻内容快速翻译为英文、西班牙语等十余种语言，并通过AI虚拟主播完成语音合成与播报，实现

“一键多语种输出”；马栏山微短剧智能译制中心研发的一站式全流程AI视频翻译工具集成了多种AI视频算法，能提供超20种语种翻译支持，预计2025年产出超10000部次高质量微短剧翻译作品并登陆海外市场，为中国故事的国际表达提供强有力的技术支撑。

2.宣发精准度：阿里影业灯塔智能宣发助手依托AI大模型技术，通过细分、精确、高效的数据分析，为有关宣发提供实时、深度的数据参考。例如，在影片《热辣滚烫》宣发过程中，支付宝利用AI互动游戏技术，让观众通过上传个人照片，在60秒内“换脸”成为电影主角，体验成为影视主角的乐趣；爱奇艺板块AI推荐系统则通过整合用户多维度画像标签，构建动态权重分配模型，提升内容与用户需求的契合度。

五、用户体验：个性化服务成为主流

在用户体验阶段，人工智能正促使服务从统一化向个性化升级，平台化技术的支撑力度日益凸显。广视听领域借助AI提供定制化且高品质的内容与服务，持续为用户创造全新的视听新体验。

1.智能推荐：基于用户行为数据的智能推荐系统能够根据用户的兴趣和偏好，为用户推荐符合其需求的内容。例如，江西广电“长天大模型”可分析用户对赣鄱文化内容的偏好，精准推送相关纪录片、综艺节目。这种个性化推荐服务不仅提升了用户观看体验，还增强了用户黏性和忠诚度；云听车联网依托语音合成、语义理解与CDN分发技术，构建了一个集多元数据接入智能内容生成与场景化编排于一体的AI电台系统。AI电台支持自动生成新闻播报、故事讲述、知识分享与音乐推送等多种节目形态，能够结合用户偏好与出行目的，自动

匹配最合适的内容类型与呈现方式。例如，在长途驾驶场景中，系统将增强音乐陪伴比重；而在早晚高峰或短途通勤期间，则优先推送时效性较强的资讯内容；腾讯视频则根据用户观看历史、收藏记录等数据，为用户打造专属观影列表。

2.语音交互：AI语音交互技术使得用户可以通过语音指令控制智能终端设备，实现更加便捷的操作体验。例如，智能电视、智能音箱等设备通过语音交互技术，让用户可以轻松搜索节目、调节音量、控制播放进度等。芒果TV的语音交互功能还支持方言识别，满足不同地区的用户操作需求，进一步提升其便捷性。

3.无障碍适配：AI技术还助力广视听领域实现无障碍适配服务。通过语音识别、文字转语音等技术手段，为视障、听障等特殊用户提供更加便捷的视听服务。上海广播电视台都市乐聆打造的《妙手仁心》节目，构建听障群体与健康知识间的沟通桥梁，配合真人手语翻译+AI手语数字人“妙妙”的双重保障，听障观众可轻松理解专业医学内容，感受“无声”助力。该节目在“润爱无声”——具备高精度、高自然度的手语生成能力大模型的技术支撑赋能下，通过医疗场景的数据采集与模型训练，手语大模型不断优化，现已支持多种医疗对话场景。

六、行业治理：AI赋能提升监管效能

AI赋能带来的变革越是深刻，越需要构建与之相适配的治理体系，把好创新活力与风险防控的平衡关。

1.智能审核：人工智能在智能审核、版权监测、安全播出、网络安全、数据治理等方面的应用，可大幅提升监管的精准性、时效性。AI技术能够自动识别内容中的违规信息，如暴

力、色情、恐怖等不良内容，以及虚假信息、误导性言论等，通过应用智能审核系统，可实现对海量内容的快速审核和过滤，确保内容安全性和合规性。中央广播电视台总台易橙公司研发的“基于知识图谱的融媒智控大模型多场景内容安全播控审核系统”，是AI技术在智能审核领域的创新应用。该系统通过构建专业、权威且自主研发的审核信息知识图谱，结合先进的智能算法技术，实现了对海量内容的快速、精准审核。系统不仅能识别不良内容，还能有效过滤虚假信息、误导性言论，确保内容的安全性和合规性。

2.版权监测：AI技术还能够助力版权监测工作。通过图像识别、语音识别等技术手段，AI系统可以自动识别内容中的版权信息，如音乐、图片、视频等素材的版权归属情况。这有助于广视听机构加强版权保护工作，维护创作者的合法权益。中央广播电视台总台在全运会期间采用流金科技哈勃智能监测系统，以行业精调模型实现99.25%监测点可用率和秒级侵权预警；河南省广播电视台搭建的AI多模态监测平台，覆盖全省广电、IPTV、网络视听等全业态场景，依托六大智能引擎实现毫秒级违规捕捉。

3.安全播出与网络安全：在安全播出和网络安全方面，AI技术也发挥着重要作用。通过智能监测和预警系统，AI可以实时监测播出信号和网络安全状况，及时发现并处理潜在的安全隐患。这有助于助力广视听领域确保播出安全和网络安全稳定运行。

七、全民创作：创作生态的变革

李书磊同志在《激发全民族文化创新创造活力》中指出，要推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，支持人民大众广泛参

与真正的文化创作，让人们从单纯享受精神文化产品转向主动参与文化创作生产。这一理念在广电视听领域“人工智能+”生动实践中得以落地，借助人工智能等前沿技术大力赋能To-C端口的全民创作。央视频智绘AI视频创作平台集成剧本创作、分镜制作、配音生成、视频合成等全环节，可处理文本类创作素材，结合TTS语音合成技术，能实现文本到语音的转化，为智能字幕生成提供强有力的技术支撑；芒果TV打造的“多维交互式超级直播互动体系”，通过AI技术深度融入直播互动，实现了全民参与的文化创作新模式。该体系不仅让观众能够实时参与直播内容，通过“云导播”多视角同屏叙事、“云围观”AI情绪穿透、“边看边聊”多端跨屏交互等功能，提升了观众的沉浸感和参与度，也激发了普通用户的创作热情；快手依托可灵AI视频生成大模型构建全民创作基础设施，推出“AI创想剧场”计划联动创作者、高校及专业导演，通过爆款特效、智能脚本工具等降低创作门槛。

八、社会治理：广电平台的多元延伸

广电视听领域在数字化转型浪潮中，积极探索并深入实践人工智能技术与社会治理的深度融合，通过一系列创新举措，不仅有效拓展了服务边界，更实现了媒体价值的多元延伸。

江西广播电视台今视频推出的“洪城义警”智能平台，可谓广电媒体借助AI技术赋能社会治理颇具典型的代表。该平台以“新闻媒体+政务服务+社会治理”为核心定位，通过集成AI语义理解、LBS定位等前沿技术，构建了“一中心+六平台”的大数据实战应用体系。平台实现了警情秒级响应和治理资源的动态调度，据不完全统计，截至目前累计注册义警志

愿者超11.2万人次，完成各项服务9.8万次，协助公安机关化解矛盾230起，提供情报线索373条，显著提升了基层治理效能。尤为重要的是，平台通过PGC+UGC模式，融合媒体内容生产与用户生成内容，激发了全民参与社会治理的高度热情，形成了政府、媒体、公众三方协同治理的良好局面，有效拓展了广电媒体嵌入社会服务的功能。

河南广播电视台大象新闻客户端打造的“大象帮”平台，则是主流媒体利用AI技术优化政务服务、参与社会治理的又一典范。该平台以“媒体帮扶+党委、政府帮办”为双闭环工作机制，通过AI智能分办系统、大数据舆情预警系统和决策支持系统，实现了群众诉求的自动分类、热点实时捕捉和决策精准支撑。平台覆盖了省市县三级的政务服务资源，形成了“1+6+18+N”的新型帮办网络，累计处理群众诉求近19万条，解决率超75%，用户满意率达92.3%。通过技术赋能和机制创新，“大象帮”不仅提升了社会治理的智能化水平，还增强了媒体的公信力和影响力，实现了媒体价值从信息传播向社会服务的多元延伸。

广电视听正站在“人工智能+”浪潮的风口，迎来前所未有的变革。政策指引如灯塔，照亮前行方向；技术创新如春雷，激发无限可能。从内容创作的灵感迸发到传播分发的高速通道；从用户沉浸式体验到行业治理的智慧升级，AI正以全方位的力量重塑每一个环节。

“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海”，展望未来，随着AI技术的持续突破和应用场景的不断拓展，广电视听必将开启更加广阔的新天地。

（作者单位：李秋红，国家广电总局发展研究中心；芸博，吉林大学新闻与传播学院）

编辑/肖清

AI推动效率革命 漫剧站上“风口”

钟茜 黄贞

爱奇艺上线漫剧频道，红果推出独立应用红果免费漫剧App，七猫小说成立七猫漫剧……近日，漫剧赛道动作频频。

今年以来，漫剧行业迎来爆发式增长。巨量引擎数据显示，2025年上半年，漫剧供给量以83%的复合增长率持续扩容，播放量与点赞量分别实现92%、105%的增长。近半年累计上线作品3000部，环比增长603%，市场规模预计年内突破200亿元。

抖音、快手、百度、爱奇艺、腾讯视频、B站等各大平台纷纷加码漫剧赛道。有业内人士将2025年定义为“漫剧元年”。随着AI技术持续迭代、IP内容储备进一步释放，漫剧有望成为内容领域的下一个风口。

漫剧迎来爆发式增长

漫剧又叫动漫微短剧，是一种“网文、平面漫画或原创剧本的视频化再创作”，目前市场上的漫剧主要分三类——深度使用AI的“AIGC类微短剧”（如快手可灵AI创作的一系列微短剧）、主流形态的“漫画类微短剧”（即动态漫，利用AI工具将漫画进行动态化呈现）、低门槛的“表情包类微短剧”（沙雕漫剧）。漫剧通常每集时长约1分钟，整部作品60—120集。

2024年末，漫剧集中爆发，接连涌现多部播放量过亿作品，并快速完成商业化探索。巨量引擎数据显示，2024年四季度漫剧观看人

次超20亿，付费规模2600万元。2025年，AI技术的不断成熟，不仅大幅提升漫剧制作效率、降低成本，更推动行业进入加速扩张新阶段。抖音数据显示，中国漫剧全网络单月播放量已突破百亿大关。同时，漫剧的商业流水也迎来跃升，上半年整体流水同比增长12倍。

漫剧的火爆，主要因其延续微短剧的核心吸引力——爽。二者都脱胎于网文逻辑，主打“黄金三秒”和“密集爽点”叙事。在“滑动观看”交互模式下，漫剧以强情节、强冲突，迅速抓住用户注意力。

目前，漫剧赛道已出现多部爆款。如《一刀999：我掀翻诡异世界》《九尾狐男妖爱上我》《我在末日当僵尸》等播放量突破1亿，《开心锤锤2025下》累计播放量更是超过12.9亿；《我独自拯救反派》吸引4.5万名B站用户付费“充电”；《炼气练了三千年》全平台累计收益近800万元；《我能回溯时间》在抖音的原生充值超过500万元……

“今年，大概也就半年时间，漫剧无论是产能还是产业规模，都呈现倍数级增长。”红果短剧总编辑乐力称。近期，抖音、快手、红果、腾讯动漫、爱奇艺等平台纷纷入局漫剧赛道，通过扶持策略和流量倾斜，推动漫剧发展。红果推出免费漫剧App；抖音短剧版权中心发布“成品漫剧合作指引”，开放6万余部番茄小说原创IP；快手联合可灵AI推出“AIGC创投计划”；爱奇艺上线漫剧频道，



全面聚合AI剧、AI动画、动态漫、沙雕漫等多元形态内容；腾讯动漫推出“火星动漫”和“火星动漫社”两款漫剧小程序；B站也将动画短剧列为2025年重要方向。

IP版权公司是漫剧的主要“内容供应商”。知乎旗下盐言故事发布漫剧创作者激励计划，开放180+品类内容、10万+内容版权资源；七猫成立“七猫漫剧团队”，开放两大IP库的漫剧改编权。阅文集团宣布开放10万部IP、设立亿元基金，还宣布与头部漫剧公司酱油文化合作，未来3年生产400部漫剧，其中一半以上改编自阅文IP。“漫剧成为IP视觉化的重要引擎，不仅能大幅提升从文字到视觉的转化效率，为大量IP带来开发机会，也将为作家开辟全新的转型路径。”阅文集团CEO兼总裁侯晓楠表示。

能否复制微短剧神话？

热钱涌入、巨头抢滩，漫剧无疑站上了风口。但与微短剧相比，它有何优势，又能否复制微短剧市场的千亿元神话？

据了解，目前漫剧入局者身份多样，如

真人微短剧承制方、投流方及传统动漫出品制作方等。今年上半年，酱油文化放弃真人微短剧，“all in”（全力投入）漫剧赛道，仅半年时间，营收就破亿元，成为行业头部企业。目前，公司产能达到月产100部。十一假期，酱油文化制作的漫剧《神文时代：神文竟是汉字》，单日流量突破百万。

在酱油文化创始人黄浩南看来，微短剧市场的竞争趋于白热化，新兴的漫剧市场是规模百亿元以上的风口。黄浩南分享漫剧的制作流程：创作者先基于剧本并利用AI工具，快速生成符合剧情场景和人物设定的图像，然后通过AI工具为角色配音，再借助剪辑软件，将静态或轻微动态的图片拼接、运镜，搭配音效与背景音乐，最终形成有着完整叙事感的短视频。

在他看来，漫剧有着真人微短剧不具备的优势：制作周期短、成本低；无须真人演员、不依赖复杂团队；制作更可控、风险更低。随着文生图、图生视频等AI技术不断成熟，原本每分钟上千元的动画制作成本已压低至200—400元。“目前，一部真人微短剧的

成本通常在40万—50万元之间，同样的成本可以拍3部漫剧，一些公司甚至可以生产4—5部。”不过，相较微短剧，漫剧的收益差距巨大，“微短剧收益的天花板是亿元级，漫剧收益的天花板是千万元级，相差10倍。”

漫剧的崛起，核心驱动力在于AI技术对内容生产的深度赋能。蓝标传媒BlueNeo创新业务中心负责人郭佳伊认为，漫剧在2025年爆火并非偶然，是技术、市场、平台多方驱动的必然结果。一方面，AI生成技术大幅降低制作门槛和成本，AI动态漫的制作成本远低于传统动画，AI工具在动漫风格和拟真风格的视频生成中广泛应用并被市场接受。另一方面，真人微短剧竞争加剧，盈利难度增大，许多承制方转型漫剧，各大平台纷纷推出颇具吸引力的扶持政策，包括高额保底分账、开放海量IP等，切实推动行业发展。

AI技术不仅催生海量内容供给，更释放创作者的想象力。玄幻、末日等超现实题材能够以低成本、高效率的方式呈现，突破真人微短剧的表现局限。多重空间创始人肖梦源表示，“漫剧在题材上获得解放，更易于构建宏大、富有想象力的世界观。画面呈现可以更贴近创作初衷，同时为多类型IP的内容孵化和衍生提供有利条件。”

快手漫剧业务负责人杜明军认为，AI技术的提升推动漫剧在质量和数量上双向增长，带来行业的跨时代变革，“此前手绘方式成本高、周期长，AI大幅压缩制作时间与成本。以往，数十人的团队需3—6个月才能完成1部作品；如今，制作周期可缩短至1个月左右，快则仅需十几二十天。”在他看来，AI技术尚处于快速演进阶段，动态漫领域产能远未过剩，行业仍处于持续提升的发

展期，“谁能更好地运用AI，谁就更有机会在漫剧领域领跑。”

错位竞争 与真人微短剧互补

漫剧精准切入潜力巨大的增量市场——年轻男性用户。目前，漫剧的核心受众为18—30岁年轻男性，偏好奇幻、逆袭、年代、科幻、末世等题材。数据分析平台WeTure统计，在观看漫剧的用户中，男性占比86%。

采访中，多位行业人士均提到，漫剧和微短剧的用户画像重合度并不高。漫剧有其独特的消费、付费人群。“漫剧并非在与真人微短剧竞争，而是作为‘新增长极’，为行业贡献大量增量用户。”分析人士称，这种互补关系有效推动微短剧市场大盘持续扩张。

爱奇艺高级副总裁杨海涛表示，目前，漫剧的主要受众偏男性，与小说、动漫等较为接近，而真人微短剧的受众更偏女性。随着AI工具不断迭代，漫剧也将迎来更多创意和可能。肖梦源认为，“漫剧用户会逐渐破圈，向其他年龄层渗透。”

友和短剧联合创始人兼COO曹炎忠表示，男频向AI漫剧固然是市场主流，但在精品化前提下，女频向内容也已初露锋芒。如最近的爆款女频漫剧《星际兽世：雌主她觉醒了神豪系统后杀疯了》总播放量突破8000万，在10月抖音动态漫飙升榜中位列第18名，打破动态漫“男频垄断”现状。

免费将成主流

从商业模式来看，漫剧与真人微短剧高度重合。目前，漫剧主要依托抖音、快手、

微信小程序等短视频平台分发与消费，深度依赖算法推荐和用户的碎片化观看习惯。

肖梦源介绍，当前漫剧的营收主要由平台保底与分账构成，“即平台通过分账、保底买断、框架合作等方式，直接向内容方付费。这也是目前漫剧的主流商业模式。”此外，漫剧营收还包括品牌广告植入、IP开发——包括形象授权、周边衍生、跨媒介改编等收益。

杜明军认为，受国内市场消费习惯影响，“免费观看+广告”或许是未来漫剧的主流变现模式。不过，一些漫剧可能具备特殊性，如部分制作精良、延续周期长的“大国漫”式作品，付费、会员模式也有发展空间。

曹炎忠认为，漫剧的付费模式可能双线发展：一是通过抖音等免费平台，培养用户付费的习惯；二是通过长视频平台，以年番、会员专享等方式，锁定独家优质内容，驱动用户付费。

漫剧IP的变现空间还可延伸至游戏、动漫电影、周边商品等多元领域。一些品牌已尝试与漫剧跨界联动。今年8月，果酒品牌if与AI漫剧《有山灵》跨界联名，推出番外篇动画及系列衍生品，在七夕营销节点实现两周GMV（商品交易总额）超200万元、销量破3万单，验证漫剧IP的消费号召力。

机遇和挑战

在高速增长的同时，漫剧的发展也面临诸多挑战。

目前，漫剧高度依赖网文IP改编，多集中于末世、玄幻、修仙、异能觉醒等题材，内容同质化问题日益凸显。受限于AI模型训

练数据与工具趋同，不同作品在画风、人物形象上呈现相似倾向。与此同时，行业在价格与产能上陷入内卷，低价竞争普遍，许多公司产能仍依靠传统的“堆人”模式支撑。在AI技术层面，叙事连贯性、复杂动作生成等问题尚未完全突破，制约内容表现力的提升。

业界普遍认为，漫剧想要走得长远，需开拓多元题材，打磨精品内容。郭佳伊表示，随着AI技术持续迭代，漫剧将能够实现复杂题材的规模化生产，从而催生更多爆款内容。未来，3D漫剧或拟真漫剧将成为行业重要发展方向，精品化、题材与风格的多元化也是明确趋势。

杜明军认为，漫剧本质是技术驱动的生产力革命，“只要技术持续迭代，这个领域就会不断出现新机会。”从2D到3D，从成本优化到工业级应用，每次技术突破都可能打开新的增长空间。因此，漫剧将随技术演进不断细分新赛道。

在黄浩南看来，漫剧比真人微短剧更具IP潜能。“微短剧多为情绪消费，漫剧未来有可能做出像《浪浪山小妖怪》那样的爆款动画，形成品牌价值。”在他看来，现在的漫剧就如同刚刚兴起的真人微短剧，但比真人微短剧发展要快。漫剧行业会从“卷量”走向“卷精品”，这也意味着，机会将留给那些潜心打磨故事、善用技术而非单纯依赖技术，并在细分领域建立自身特色的创作者。

（来源：综艺报）
编辑/肖清

《吐鲁番往事》： 文明交汇之地的影像见证

韩飞

人们对吐鲁番的想象，往往停留在火焰山的炽热、葡萄架的绿意与坎儿井的清凉之间，或是交河故城、高昌故城所代表的古丝路辉煌的一瞬。这片土地更深层的文明肌理与历史张力，却常被简化为风景明信片式的符号。

纪录片《吐鲁番往事》以影像为笔，历史为墨，绘制出一幅跨越两千年的文明交融图景，带领观众回到吐鲁番的历史现场，寻觅先人的文明足迹，重新认识这座承载着诸多传奇故事的丰饶之城。

一、纪传体叙事，以人物命运解锁历史逻辑

《吐鲁番往事》在叙事方法上，借鉴了中国古代史传文学中“纪传体”的传统，将人物置于历史叙述的中心位置，突出人在历史中的主体性作用，而非陷入琐碎的历史事件和驳杂信息中，历史情节和人物命运交织，增强了叙事张力和看点。全片四集分别以汉代班勇、唐代玄奘与岑参、清代额敏与左宗棠为核心，通过个体生命的轨迹，串联起吐鲁番历史与文明的高光时刻。

例如，班勇作为班超之子，不仅是汉王朝第三次打通西域的关键人物，更以其“一手抓军事、一手抓屯田”的治理智慧，奠定了中央政权在西域的长效治理模式。片中通过写意化的情景再现，展现他在柳中城屯田练兵、联合西域诸国共抗匈奴的史实，塑造了这位早期

智勇双全的治疆英雄形象。然而造化弄人，同僚的抢功让英雄沦落为罪将，他被罢黜官职，最终落寞地死在家中，史书中甚至没有记载那是哪一年。但他的远见对于后世中央王朝理解西域、经略西域打造了可供借鉴的样本。

而玄奘与高昌王麹文泰的相遇，则被赋予了文明对话的象征意义。玄奘西行本为求法，却在吐鲁番与一位深受儒家文化影响的佛教徒君主结下深厚情谊。二人论经、结义、共谋弘法，不仅是佛教东传与汉文化西渐的交汇，更体现了吐鲁番作为“儒释交融之地”的独特文明气质。很难想象没有这段邂逅，还不会有后来的求取真经和《大唐西域记》。

还有岑参的边塞诗、额敏的报恩塔、左宗棠的新疆设省建议……这些人物在不同时代次第登场，让原本宏大的历史叙事变得更易共情；而吐鲁番也因留下了他们的足迹而更加丰盈。

二、视听呈现传承创新，彰显地域特质

《吐鲁番往事》在视听元素、手法和美学上继承了创作团队《中国》《河西走廊》等前作的经验成果和美学追求，并对接数智时代的创作潮流，契合吐鲁番的地域气质与文化特点，定制了兼容人文与自然的美学表达体系。

首先，写意再现。不同于传统历史纪录片对场景的写实还原，本片注重意象的捕捉与情境的营造。例如玄奘与麹文泰在城外首次相

见和在高昌国中交谈论经的场景，置景化繁为简，通过光影的流动、色彩的层次传递特定历史情境的氛围和主人公的心境，让历史叙述的仪式感极大增强。

其次，虚实相间。除了写意化、情境化的再现，作品以精致、多维的空镜呈现了吐鲁番的极致地方景观，尤其交河故城、高昌故城、火焰山、库木塔格沙漠的实拍影像，捕捉了此地人文自然风光的宏伟与细腻，让人心生“到此一游”的愿望。而基于芒果大模型所生成的绘画+AI虚拟影像，元素叠合带来的混沌与反差，给观众一种恢宏神秘的陌生化体验。虚实交织的视觉策略，既尊重了历史的不可复原性，也为观众提供了更为开放的历史想象空间。

最后，以声传情。《吐鲁番往事》的声音元素总让人联想起十年前的另一部纪录片《河西走廊》，两者堪称“姊妹篇”。片头沿用《河西走廊之梦》作为主题音乐，苍凉、恢宏、悠远的旋律，不仅联通了两部作品的精神

气质，更呼应了“河西走廊的伟大，本质上是因为新疆的伟大”这一“地理—文化”命题。曾在《河西走廊》中扮演张骞的演员刘川，此次在片中承担了“探访体验者”的角色，代表了现实视点，女声旁白则承担了历史视点，两者互补，共同完成历史与当下的跨时空对话。

刘川作为线索人物不仅串联起《河西走廊》与《吐鲁番往事》两部作品，让两片彼此赋能；同时，在空间叙事上建立起河西走廊与新疆的血脉关系。新疆作为古代的“西域”，是丝绸之路的核心区。河西走廊是中原通往西域的“咽喉”，吐鲁番则是西域的“门户”，两者共同保障了丝绸之路的畅通，共同构成中国西部的重要战略区域。这种空间关系的锚定，让吐鲁番作为“文明交汇之地”的形象更加凸显。

三、“文明交汇地”见证中华民族多元一体格局

《吐鲁番往事》的深层价值，在于它通



过地域史的脉络整理和书写，揭示了中华民族多元一体格局的形成过程。吐鲁番不仅是丝绸之路的重要节点，也是中原王朝经营西域的桥头堡和战略基地、多元文明交流融合的平台。

从汉代班勇的屯田戍边，到唐代安西都护府的设立，再到清代额敏的“东迁一回归”与左宗棠的新疆设省倡议，影片清晰勾勒出中央政权对西域治理方式的演进脉络。而这一过程，并非单向的“中原化”，而是双向的“交融化”。例如高昌国虽以儒家立国，却也是佛教东传的重镇；岑参的边塞诗既带有中原文化的豪情，也融入了西域风物的异质美；额敏所代表的维吾尔部族，则在归顺清朝、东迁瓜州、再返故土的过程中，与中原王朝建立起深厚的情感与制度联结。

影片并未止步于历史叙述，而是将视角延伸至当代，并建立起另一重空间关系叙事。从湖南人王震率部驻疆开展大生产，到湖南省

自1998年起对口支援吐鲁番，再到“红石榴”援疆品牌的全域绽放，“湘吐情”已成为新时代援疆事业的生动反映。历史与现实的呼应，让吐鲁番不仅是往事的载体，更成为中华民族共同体意识不断铸牢的“现场”。

四、从影像共鸣到实地探寻的文化动力

《吐鲁番往事》不仅是一部历史纪录片，也是一次关于“地方感”的重塑实践。它通过纪传体的叙事智慧、写意化的视听语言、深植于学术根基的文明观照，让吐鲁番从风景明信片中走出，成为具有历史厚度与文明汇流价值的文化地标。

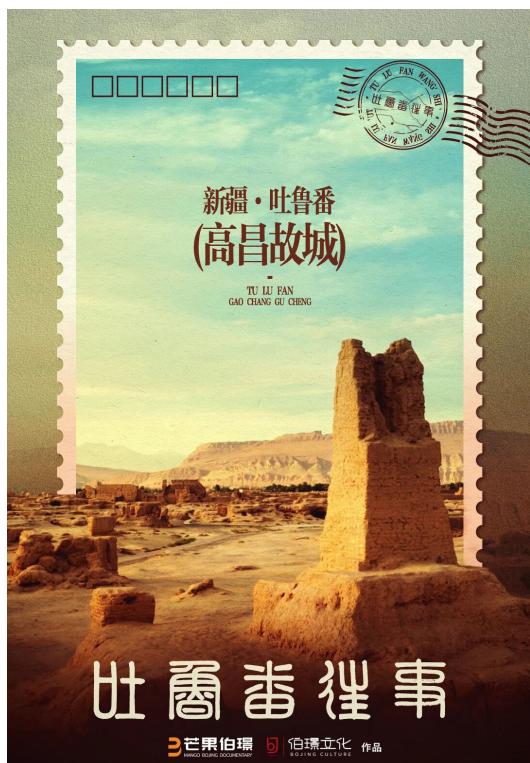
而在“纪录片+文旅”日益成为文化消费趋势的今天，《吐鲁番往事》的价值不仅在于视听审美与知识传递，更在于它构建了一种“可行动的叙事”。镜头中交河故城的苍茫暮色、苏公塔的砖雕纹样、葡萄沟蜿蜒的藤蔓，不再是遥不可及的图像，而是向每一位观众发出的探寻邀请。

当人们带着从影像中获得的认知走向现实中的吐鲁番，历史便从抽象的往事转化为可触摸、可感知的现场。这种从“观看”到“走入”的转变，正是文化纪录片在当代所能激发的深层社会价值——它不仅是讲述故事的工具，更是连接过去与现在、屏幕与土地的桥梁。

历史的颜色，因为被重新看见而熠熠生辉；土地的意义，因为被深刻理解而历久弥新。《吐鲁番往事》激活了这片土地在当代文化图景中的生命力，为“何以吐鲁番”这一问题，给出了充满感染力的当代回答。

（作者系中国传媒大学电视学院视听传播系副主任、副教授）

编辑/肖清



《因为长江》： 让长江文明在文物中“活”起来

王云峰

由国家文物局和湖南省委宣传部指导，长江流域博物馆联盟支持，湖南广电芒果数智出品的8集文化纪录片《因为长江》，10月27日起在湖南卫视、芒果TV、山海APP播出。该片以江河为经，以文物为纬，从长江源头出发，深入探寻长江流域羌藏、滇黔、巴蜀、荆楚、湖湘、赣皖、吴越七大文化区域的内在特质，选取典型性文物展开叙事，生动呈现长江文化蕴含的中华文明突出特性，带领观众领略“母亲河”长江的浩荡壮阔与文化绵延。

选题上的新意：“江”“河”文明同辉。按照传统史观，或者说在大众认知里，中原地区是华夏文明正统，黄河是唯一母亲河。20世纪中期起，随着考古工作推进到长江流域，上游发现的“巫山人”可追溯至200万年前，中游发现的城头山遗址将稻作史刷新至万年前，下游发现的良渚文化实证中华五千多年的文明史，共同见证中华文明“百万年人类史、一万年文化史、五千年文明史”的历史发展脉络。2019年7月，联合国教科文组织第43届世界遗产委员会会议将良渚古城遗址列入《世界遗产名录》，标志着中华五千多年文明史得到国际社会的一致认可，丰富了世界文明起源的内涵和标准。自此长江“母亲河”的地位成为学术界共识，大家公认长江文明与黄河文明共同构建中华文明突出的连续性、创新性、统一性、包容性、和平性。但受“黄河中

心论”的影响深远，讴歌长江的作品并不多见。《因为长江》是继上世纪八十年代央视推出《话说长江》后一次全新的长江叙事。节目结合地理环境与区域文化，分区提炼出源启、合脉、理水、涌新、润稻、流韵、引航7个富有双关意味的主题词；“合脉”，既指滇黔地区江河汇流，也喻文化交融；“润稻”，既指湖湘地区万年稻作，也说烟火人间；“引航”，既指江流入海，也谈文明出海……这些区域的特质共同实证中华文明多元一体的特征。

叙事上的巧思：宏观微观兼备。长江是宏大的文化母题，《因为长江》遵循“分层叙事，相互印证”的叙事原则，兼具历史纵深与真情实感，以学者观点构建认知框架，以人物故事填充血肉肌理，让老幼妇孺都能看得进去、看得有味、看得入心。学者构建的认知框架，是纪录片的“骨骼”，负责信息的准确和思想的深度。学术总顾问葛剑雄教授从历史地理学角度阐释长江文明的总体特征，是观众理解全片的认知基石。人物填充的血肉肌理，是纪录片的“血肉”，负责提供故事细节和情感温度。例如，在讲稻作文明时，考古学家提供碳化稻谷的科学数据，而参与挖掘的村民则讲述自己与这片土地世代相依的故事。纪录片每集至少有3个与文物相关的鲜活人物，他们是发掘者、修复者、研究者，以及长江文明的民

间探索者与守护者。比如，坚守在考古发掘一线数十年如一日的学者、用数字技术复原百万年前先民面容的文博工作者、沿长江一路骑行六千三百多公里溯源的青年博主、默默守护长江环境的牧民、摄影师、志愿者……“小人物”的故事让“大文明”变得具体生动，让长江的宏大叙事骨架立体，血肉饱满。山海APP网友留言：“因为长江，所以我们读懂了来处。”

制作上的美学：画面解说俱佳。该片运用丰富的画面语言和生动的文字语言，让观众感受到：长江的伟大，既在于其劈山开路、气吞万里的宏观形态，也在于其凝结于一件瓷器、一粒稻米中的微观智慧。在视觉层面，通过航拍、微距、手持等不同镜头语言的配合，让观众从画面“体验”长江的生命律动。航拍是“长江的远眺”，是构筑长江的“史诗之躯”；微距是“文明的注视”，用镜头探入文物的微观世界，是对宏大叙事的深度回应。生动有趣的年轻态解说充满时代气息。比如，第二集《羌藏·缘起》的画面是通天河流域的500多组古代岩画遗存。解说是这样的：当文字还是未来时，古人该如何记录生活？……通天河畔的先民找到了最硬核的方法——把崖壁巨石当作留言栏。这是曾经人们留下的“历史二维码”：牦牛图腾，是古羌人征服高原的成就徽章；鹿的纹路，是欧亚草原之间的“远古

聊天记录”，这些石头上的刻痕，是中华文明多元一体的“原始高清底片”，随便解码一块，都能看到文明初生时的“像素级”细节。这种解说生动、网感、年轻态、贴近生活，观众光听解说就能想象出画面，脑补出古人的历史场景。

纪录片播出后，引发各界关注和热议：国家文物局官方矩阵对每一期节目都进行了伴随式报道和重点推荐；开播当天就获《人民日报》《中国日报》《中国文物报》等主流媒体报道推介。截至11月24日播出第5期，湖南卫视收视在CVB、CSM双网同时段排名省级卫视非剧类第一，芒果TV累计播放量近9000万，蓝鹰融合传播影响力跻身全网电视纪录片融合传播指数第一、全网纪录片媒体曝光度第一。

《因为长江》是一次影像意义上的文化寻根与文明溯源。长江如此宏大的题材，无论是地理空间还是文化内涵，一部8集、每集25分钟体量的纪录片是很难做到系统、深度、完整阐述的。要把长江文化保护好、传承好、弘扬好，延续历史文脉，坚定文化自信，需要涌现更多《因为长江》这样的作品，需要充分调动全社会的力量支持这样的创作，让文物活起来，把文脉传下去。

（作者系湖南广播电视台卫视频道高级编辑）
编辑/肖清

《人生一万年》第二季： 中国银发人的生命活力

梁燕 赵昱

湖南卫视和芒果TV在重阳节上线纪录片《人生一万年》第二季，以温情纪实回应积极应对人口老龄化课题。该片通过记录多位长寿老人的日常生活与精神世界，生动展现他们跨越时代的“知足、勤学、乐观、向善”的中国式老去的生命智慧。据中国视听大数据（CVB）统计，该片在湖南卫视首播期间累计收视439.2万人次，全国收视率0.171%。在芒果TV播放量达5700万，微博话题#人生一万年第二季##我的百年人生计划#等阅读量2.7亿，成功激发公众对养老品质、健康生活与人生价值等社会议题的广泛讨论。

鲜活叙事打破刻板印象，代际共鸣引爆社交话题。节目将镜头对准百岁老人的日常生活细节，通过一个个鲜活的人物故事，展现了多元、立体的长者群像，让百岁老人的“新潮日常”成为焦点：103岁的湖北“卷王”田书桐一生奔赴教育，晚年坚持学习成为一名心理咨询师，用幽默风趣的态度为年轻人精神“松绑”，引发网友关注，微博话题#看湖北百岁老人的超能状态#阅读量1029万，互动量1.1万。来自江苏的103岁的苏慎杰不仅坚持读报、健身，更在女儿陪伴下打台球、玩赛车、打保龄球，去酒吧看“苏超”联赛，他的高精力让网友自叹不如，微博话题#江苏百

岁天团的活力密码#阅读量1316.7万，网友称赞“真是体力超群啊”“被百岁老人的日常戳到了”“百岁追风少年，用热爱定格青春”。节目在欢快的基调上不乏温情场景，103岁的刘有莲和83岁女儿在庭院闲坐时的叮嘱、牵手散步的温馨细节，成功唤起观众对亲情的集体共鸣，引发网友持续刷屏，抖音话题#103岁妈妈牵83岁女儿散步#播放量累计近218万次；微博同名话题累计点赞量超58.6万次，网民留言点赞，“希望我83岁的时候妈妈也牵着我”，将个体温情转化为全民情感共鸣。

微观视角撬动生命质量探讨，掀起“百年人生”规划热潮。当生命的尺度被重新丈量，如何活出生命质量成为每个人的人生课题。纪录片中的百岁老人们持续学习、积极参与社会活动的热情，引发“如果我能活到100岁，我将如何设计我的人生？”议题讨论，推动观众审视思考自己的“百岁人生”。101岁的储菊初策划村晚、运营农家书屋，直言“一生都在乐趣中工作”；104岁的陈利卿，一生痴迷学习太极拳，年过百岁重组老年太极队。这些故事打破按年龄划分阶段的固有认知，引导重新思考生命质量的核心在于心态与行动。也有老人松弛感的生活方式，引发网友对快节奏生活方式的反思，如104岁的杨国源爷爷活



成一位潇洒的“独身自在侠”；100岁的余赞爷爷将每天都过成诗意的热爱，相关微博话题#我的百年人生计划##百岁港人的松弛感哲学#等阅读量超1.5亿。近6万网友加入#我的百年人生计划#话题讨论，网友评论称“我们真该学学他们的生活态度，学会放松，也许能活得更快乐、更长久呢！”“让（人生）每个阶段都有‘尽力做好’的专注与从容，让生命在热爱里绵长。”“我想健康活着，让每一天都活得有质量。”这种超越纪录片本身的思辨热潮，彰显了节目的社会价值。

全媒体矩阵破圈传播，实现银发题材年轻化触达。节目构建“大屏+小屏”联动的传播网络，通过“台、网、端、号”全媒体传播策略，成功吸引多年龄段受众，实现跨代际情感共鸣。光明网等主流媒体从积极养老角度发布推文，点评节目的议题深度与人文温度，为节目预热。上线当天，芒果TV播放量达800万次，每日新增近100万次播放量；据中国视听大数据（CVB）统计，该片在湖南地区收获

观众欢迎，首播三集的本地收视率1.965%，各集均位列同时段地方卫视节目第一。湖南卫视、《人生一万年》官方账号等通过抖音、微博、B站、好看视频等平台发布节目切片，增强网友对节目的关注度。更值得关注的是，该片在年轻群体中的影响力也在持续扩大，抖音、小红书、微信视频号等短视频平台上的二创视频，如《103岁妈妈牵83岁女儿散步“这才是一辈子的陪伴”》《103岁奶奶养生秘诀，每天都要睡够12小时》《101岁张其树在录制结束的时候工作人员和爷爷及家属告别》等，累计点赞量超37万，进一步扩大了节目影响力，为积极应对人口老龄化营造良好的舆论氛围。

《人生一万年》第二季既是对长寿老人生命力的深情礼赞，也是对生命意义的深入探索，更是“生命不止，热爱不息”积极人生价值的弘扬。在人口老龄化进程加快的当下，节目的社会意义和时代价值，值得充分肯定。

（来源：新时代视听）
编辑/肖清

《花儿与少年·同心季》 以高品质赢得大流量

徐晓昭

湖南卫视、芒果TV联合制作推出的旅行探访与文化交流节目《花儿与少年·同心季》，通过有情感、有文化、有价值的高质量内容，触发大众情感和情绪共鸣，实现了让高品质带动大流量。微博主话题阅读量5亿、讨论度3.8亿，483个相关话题登上热搜榜，被认证为2025年微博爆款综艺，口碑热度持续攀升。

凝聚精神内核，提高传播引领力。节目中，“花少团”在马达加斯加杂交水稻田体验打稻子、割稻子的劳作场景被新华社、中国日报、环球时报等18家主流媒体官微点赞转发，新华社主持话题#向杂交水稻科研工作者致敬#阅读量472.2万。“花少团”在马达加斯加中国杂交水稻示范中心，见证中国杂交水稻在当地累计推广种植8.5万公顷，产量是本地水稻的2到3倍，切实惠及当地民生。在田间，他们与非洲青年一起割麦子、打稻子，劳作后在田埂上合唱《明天会更好》，画面里是非洲孩子们的笑容和丰收的场景，正如歌词“让我们的笑容充满着青春的骄傲，让我们期待明天会更好”，是对中非友谊与共同发展的美好祝福，体现了中非合作“彼此需要，彼此成就”的初心，传递共享共赢的人类命运共同体理念。网友评论“致敬所有在非洲田野上挥洒青春和智慧的中国援外农业专家”“一粒种子改变

千万人命运，歌声是献给所有稻田守望者的献歌”。节目破圈至考公群体，话题#花少火到考公圈了#阅读量937.2万。中国援非杂交水稻专家克服语言障碍、恶劣气候和家庭分离等困难，扎根马达加斯加18年推广杂交水稻，用实际行动，默默践行着袁隆平院士“让杂交水稻覆盖全球”的嘱托，传承袁老“让天下人都吃饱饭”的初心，体现了中国“新时代实干家”为民服务、坚守奉献、淡泊名利的家国情怀，成为考公群体心目中可学可做的榜样，网友留言“把论文写在泥土里，成就刻在粮仓里”。

感知社会心理，提升传播感染力。“花少团”在旅途中，从陌生到熟悉，求同存异、互相帮扶，一点点靠近、互相理解和包容，逐渐建立亲密且独立的人际关系，很好地触碰到当下年轻人既向往独立又渴望亲密关系被接纳的柔软，话题#花少群像的顶级浪漫#阅读量超600万，讨论量2万。节目呈现的“花少团”成员凌晨在马达加斯加一起看星空，畅谈聊天；清晨在猴面包树下冲咖啡，看日出一点点跃出地平线；在埃及的舞会上，即兴和外国人跳舞，一幕幕体现人与人互动的细节瞬间，传递出真挚友好、互相信任的感情，温暖着观众的心，给予观众治愈和力量，让人羡慕和向往。网友留言感慨“鲜活的人终成美景”“最美的不是风景而是陪你看风景的人”。二姐陈



数所说的“我允许你做你，也请你允许我做我自己，但我们要彼此走近。”更是高度契合了青年人不是相互“改造”，而是彼此包容的理想社交关系，成为引发广泛共鸣的社交金句。

“花少团”展现的尊重、友爱、包容的人际关系，也激发出网友的想象力和创作欲望。网友将每期节目中“花少团”精彩有趣的互动情节进行二创剪辑，B站十余个UP主二创视频播放量超百万，话题#花少7成员和谐的原因找到了#阅读量2570.5万，讨论量1.8万。导游龚俊在面对计划失误时保持冷静，专注解决问题；小妹张雅琪因高温中暑，大家主动放弃行程回去休息，这些情节展现了成年人相互尊重、沟通协作的积极健康的相处模式。李沁和马思纯在旅途中建立的深厚友谊，被网友亲切地称为“沁梅竹马”组合，话题#沁梅竹马#阅读量350.6万，网友留言“两位的神仙友谊让人羡慕”。“沁年才俊”“利奥利”“英俊姐弟”等形容“花少团”成员间互动默契的组合名也

在微博、小红书、抖音等平台广泛传播。

全媒体融合传播，增强国际传播影响力。节目通过多渠道播出、全媒体矩阵推广营销等方式协同传播，以自有平台和整合媒体资源的形式拓展节目传播范围，实现深度传播。节目在芒果TV国际版同步上线，覆盖全球195个国家和地区，单集播放量超2000万。同时，注重加强媒体合作，节目与《光明日报》联合推出马达加斯加日出慢直播，观看量超680万人次，收获全网热搜223个，话题浏览量破1亿。在录制期间，与当地主流媒体电视台开展合作传播，获得当地政府支持和帮助。中国驻马达加斯加大使馆联合马旅游和手工业部、新闻和文化部举办“马达加斯加‘花儿与少年’雅集”活动，马达加斯加国家电视台在黄金时段多次播出活动相关内容。话题#花少7登上马达加斯加电视台#阅读量1116.4万，网友评论“花少团是正能量传播者，跨文化影响力拉满。”驻马大使季平充分肯定节目组为推动中马文化交流、促进两国民间友好做出的积极贡献。话题#花少7官宣牌面##花儿与少年同心季多国联合打call#登上热搜榜，总阅读量超2300万。中国与埃及、马达加斯加、挪威、捷克等9个国家的17个官方机构账号联合发布“美美与共，携手同心”双语主题海报，语言覆盖阿拉伯语、马达加斯加语等小语种，实现精准触达。

（来源：新时代视听）
编辑/肖清

以青春之名，续写岐黄新章： 《初入职场·中医季》助力中医科普与文化传承

周逵

当古老的岐黄之术，与初入职场的青春面孔相遇，湖南卫视、芒果TV《初入职场·中医季》以其独特的职场纪实视角，展开了对中医文化生态的深度描摹。它不仅是古老中医文化的“魅力大赏”和青年中医学徒的成长实录，更是一场关于精神传承、理念发展、实践创新与生活应用的立体叙事。

新人“登场”：青春图谱中的千面风采与不变使命

节目以“职场”为叙事框架，精准捕捉了新一代青年中医的群像风采。他们以“急性子”“益母草”等中药自喻，别致登场，有的活泼开朗、热情自信，有的细腻敏锐、沉着冷静。不管是擅长针灸，还是主攻方剂，学徒们都在望诊、脉诊等多重考核中展现出了扎实的专业根基，如李妍婧通过舌象判断出周峻纬“睡觉吹风”；王煜在王敬轩复杂的睡眠情况中准确聚焦了情绪问题。

在表达和治疗中，他们则展现出了活跃的思维，如王涵以交通堵塞作比，形象地解释了小肚子和情绪的关联；王煜为王敬轩布置助眠环境时选用了荞麦皮枕头、沉香线香、百合花、土色床单，不仅唤起了王敬轩童年的安心，甚至与他自家的布置不谋而合，以同龄人的默契营造了舒适的氛围。

除了过硬的实力，学徒们还展现出“邻

家”的青春活力：博士生赵乐怡不仅手握四项专利，在生活中也是爱好广泛的户外达人；来自新疆的阿依以全县第二的成绩考入“内高班”，年纪最小，容易动情落泪，但也能在担任队长时有条不紊。他们鲜活的个性彰显了“Z世代”中医者的独特气质——既有少年气，又能沉住气。

节目巧妙地将中医学徒的成长过程，与当代青年普适的职场进阶之路相叠合。王涵主动选择没看诊过的嘉宾挑战自我；王煜和李妍婧因看诊考核失利，无缘实践考核后，主动组织义诊，将失落情绪化为前进动力；他们在内投“最努力学徒”时真诚地彼此欣赏，在对手失利时也能暖心鼓励，在考核前成为彼此练习推拿和取穴的“模特”，在考核中为患者健康各自发挥所长、磨合协作。

他们的进阶之路，为所有面对职场困境的年轻人提供了一份“中医式解决方案”——不急于一时的“治标”，而追求系统调理、固本培元的“治本”成长观。观众看到的不仅是中医学徒的技艺精进，更是一个年轻人在专业道路上寻找自我价值、实现职业理想的缩影，从而完成了对中医职业形象的现代化重塑与亲和化传播。新生代青年中医的风采诉说着他们对使命的坚守：一名优秀的中医师，不仅是技术的承载者，更是情绪的洞察者、价值的坚守者和生命的陪伴者。

前辈“在场”：“国家队”领衔带教，构建中医传承顶级课堂

中医的传承，精髓在“人”。节目邀请国医大师刘敏如、北京中医院院长刘清泉、国家级非遗代表性项目宋氏中医外科疗法传承人宋兆普、海派中医杨氏针灸传承人沈卫东等十余位国内顶尖中医名家，亲自带教。中医大拿们的指导举重若轻，往往一席点拨、一次示范，便能廓清迷思，让年轻学徒领略到中医智慧的博大与精深。

山东省非物质文化遗产扁鹊脉学传承人齐向华带来特色教具，让学徒们通过触摸两个不同的硅胶球，产生接连惊叹，对“脉象如何反映过敏体质”有了恍然大悟的体会。面对教科书级的传奇人物，学徒们将敬畏转化为行动，如海绵吸水般将这份高山景行内化为自身成长的一部分。赵乐怡利用午休时间学习齐向华教授的著作，对于疑惑多次请教，终于从似懂非懂到豁然开朗；王煜在助眠考核中，面对最难题王敬轩，立马运用上了向付国兵教授所学的振腹推拿法，并对振腹节奏有了自己的思考和把控。

这些中医大拿的“在场”构成了文化赓续最动人的风景，他们并非遥远的权威符号，而是技艺标准的把关人，安心的陪伴者与引路人，更是医道精神的压舱石。其指导不仅是知识的传授，更是医道理念的无声润化。当导师通过脉象洞悉患者深埋的情感记忆和成长经历时，是在以数十载临床修为，向年轻一代展示何为“老中医的含金量”。而“医生不是在看病，而是在看疾病逻辑”“深扎于临床，向病人学习”“中医既要守经典，也要应时代”等诊疗理念，则是启悟医者之心、奠定坚守之基的“金匮真言”。

更可贵的是，他们不仅在与年轻人的互动中展现出活泼可爱的一面，打破人们对“前辈”的刻板印象，更是始终保持着对医学前沿的敏锐，以及将古老智慧置于现代科学语境中加以验证和阐释的勇气。在教学相长、精神共振的场域中，在开放包容、辩证对话的视野中，中医文化的传承与发展得以生生不息、历久弥新。

传奇“返场”：千年智慧终在生活舞台发光

节目播出以来，受到了众多主流媒体的好评，更是在观众间带动了中医热潮。之所以能有如此广泛的传播度，在于节目完成了对中医知识的生活化解码，为古老医理成功“破壁”，助力这份千年的传奇焕新返场，走入千万寻常百姓家。

节目将考核与现代人的生活场景深度融合，每期都聚焦一个热议的健康痛点，如“实现体重自由”“好好睡觉”“防治未老先衰”等。借由艺人助力团作为诊疗样本，观众也能跟随考核进程同步与自己的生活进行对照。

在年轻视角与权威把关下，在严肃诊疗与活泼谈话间，“心脾两虚”“内热外寒”等专业术语变得直观通俗，睡前助眠仪式、情绪舒缓操、落枕缓解穴位、叩齿搅舌健脾胃等“养生锦囊”使中医知识从高深莫测的理论变成即学即用的妙招。

节目还通过即时诊疗考核，构建真实的体感知。当郭文韬经年累月的腰部疼痛得到缓解，当王敬轩在多重疗法后放下焦虑安然入眠，当曹恩齐通过针灸明显消除了脸部水肿，中医从抽象的文化符号转化为了具身的生命经验。当脉诊大师齐向华从指尖读出白松妍坚韧



上星了！
上湖南卫视
看传统中医继承创新～

初入职场
TCM SEASON
中医季

直率、易着急，齐思钧因儿时父母管教过严而精神紧绷、追求完美，并详细地解读传统脉学与现代系统科学的结合，中医“只可意会”的“玄妙”变得有迹可循，“望闻问切”中深刻的人文关怀也拉近了中医与观众的距离。

从#凌晨1点到3点必须睡觉的重要性#等话题的热议，以及观众“看完想学中医了”“这些养生方法太实用了”等评论可以看出，这是一档让普通观众感受到中医文化“与我有关”，并在行住坐卧、一茶一饭中得以运用的节目，真正推动了中医文化的“活态”传承与发扬。

《初入职场·中医季》的成功实践，为文化传承类节目树立了全新的标杆。它有力地证明：传统文化的生命力，不是封存在博物馆

展柜里的，而是在每一代人的重新诠释与亲身实践中。当岐黄之术脱下神秘的外衣，以综艺为舟，以青春为桨，它便成功地驶入了当代生活的广阔流域。这不仅是中医科普的一次“破圈”尝试，更是媒体在文化传承中履行社会责任的深刻示范。由此，中医不再是束之高阁的神秘文字或百形莫辨的荒野植物，而是应对现代生活方式的犀利镜鉴与宝贵资源。节目中“传统与现代交融、技术与人文并重”的成长路径，正是中医文化在新时代焕发生机的缩影。

（作者单位：中国传媒大学）
编辑/肖清

当综艺成为城市的“电子导游”

——解码《你好，星期六》破圈的底层逻辑

王禹

当综艺镜头不再局限于演播厅的聚光灯下，当综艺延伸至另一座城市的早市烟火与雪道驰骋之间，当嘉宾在天定山滑雪场上喊出“学滑雪，到长春”时，这句看似简单的口号背后，不仅让一档综艺节目拥有了重塑城市形象的奇妙力量，更是预示着其精心设计的传播

逻辑正在悄然运转。

由湖南卫视、芒果TV联合播出的《你好，星期六》长春特别节目《好看在芒——好六长春冰雪节特辑》，通过城市文化与娱乐内容深度融合的创造性实验，实现了一次从“娱乐场”到“生活场”的成功迁徙。



截至12月7日，节目共有27家媒体参与新媒体直播观看，播放量累计超200万；全国16家主流媒体参与报道。全网共斩获热搜167+个。快手热榜第一，抖音热第二、第四，微博同城热搜62个；全网千赞视频123条，万赞爆款视频13条；微博主话题阅读量累计超502万，微博、小红书等平台相关话题阅读量累计5841.3万；抖音、快手双平台相关话题播放量超5596万。

（一）

节目的创新逻辑，在于完成了从“浅层取景”到“深度叙事”的跨越，实现了从“观看”到“体验”转换的场景化叙事。

显然，节目在话题叙事上可谓是下足了功夫。比如，首站就选择永兴农贸市场，这一策划本身就蕴含着深刻的内容逻辑，市井烟火与冰雪激情的神奇耦合，巧妙地将长春的“冷”与“暖”并置，一面是永兴农贸市场里热气腾腾的食物，艺人融入市井与市民自然互动；另一面则是天定山滑雪场上疾驰的身影与晶莹的冰雕。

当肉蛋堡的热气、清糖饼的甜香、炸丸子的酥脆呈现在荧屏前，此时此刻，这些细节已经不是背景，而是叙事主体；当镜头跟随嘉宾沉浸于东北早餐的市井烟火时，长春也不再是遥远的地理名词，而成为可触可感的味觉记忆。

而在天定山滑雪场，冰雪运动同样被解构为一系列可参与的“名场面”，包括冰雕互动、雪道挑战、明星之间的趣味比拼，让观众透过屏幕感受到不再冰冷的运动数据，而是滑雪板划过粉雪时的速度、寒风中呵出的白气、成功完成动作后的兴奋呐喊。

这种体验式的传播，让长春的冰雪资源从“冷资源”变为“热体验”，完成了对冰雪文化的温暖转译。

应当讲，这种编排绝非偶然，可以说节目组精准捕捉到长春乃至东北的文化内核，那就是外在是冰天雪地的豪迈，内里是热气腾腾的人情。当观众看到嘉宾在早餐摊前被认出、在雪道上笨拙却认真地挑战自我时，感受到的是一种可触摸的真实与亲切。

正是如此，综艺的“秀”被生活的“真”所稀释，从而转化为强烈的代入感与向往感，也正是这种“场景化叙事”将抽象的城市形象转化为具体的生活切片，实现了从信息传递到情感共鸣的跨越。

在此背景下，明星与城市的“双向奔赴”催生出情感催化剂。长春籍艺人唐九洲、郭俊辰的“地陪”角色，为这场奔赴注入了真挚的“家乡情怀”；一句“学滑雪到长春”的喊话，一句“锅包肉必吃”的推荐，因其源于个人记忆而格外可信，瞬间激活了本地观众的文化自豪感与情感归属。

同时，武大靖作为奥运冠军的“专业吐槽”，吴泽林录制期间收获的市民生日祝福，这些跨圈层的、充满人情味的互动，将“东北热情”从一个抽象概念转化为一个个具体、温暖、幽默的瞬间，而嘉宾也不再是高高在上的明星，成为这座城市热情好客的“体验官”与“代言人”。

从内容创新的逻辑来看，《好看在芒——好六长春冰雪节特辑》打造了一场以综艺为媒介，以明星为触点，以情感为纽带的关于“北国春城”的文化叙事，揭示了在媒介深度融合时代，顶级综艺IP如何通过与城市基因的深度耦合，实现自身内容升维与城市价值外

溢的双重破圈，也为我们揭示了当下优质综艺破圈传播的底层密码。

(二)

节目的传播逻辑，在于通过“内容种草”与社交裂变的协同共振，实现从传播到转化的闭环构建和内容共创。

应当讲，湖南广电以及节目组深谙“内容即种草，观看即向往”的传播逻辑，依赖于一套精准的现代传播组合拳，引发话题度不断裂变。比如，节目播出期间，#hi6打卡长春冰雪#、#跟着hi6玩转长春#等话题横扫微博、抖音同城榜高位，#湖南卫视邀你长春滑雪#登陆快手文娱榜。

可以说，这些数据背后是一套成熟的内容共创机制在发挥作用，节目组不仅生产内容，更设计了一系列可参与、可模仿、可传播的互动节点，这并非简单的话题热度，而是节目将长春的冰雪资源、美食地标、生活场景，切分并包装成一个个极具分享价值的“社交货币”，从早市美食打卡到滑雪场挑战，每一个环节都是精心设置，激发用户自发传播。观众在讨论武大靖的点评、模仿唐九洲的推荐时，不知不觉中已完成对长春文旅资源的二次传播与“口碑预售”。

更深层次的创新在于，这种内容共创直接导向产业赋能，也就是全面推动了从“观看”到“体验”的消费闭环。节目与长春冰雪新天地、天定山滑雪场、温泉山庄的深度合作，将镜头中的“名场面”直接转化为可预约、可抵达的旅游产品，创造了新型传播路径。

观众在收看节目的同时，实际上也在接收一份动态的、沉浸式的旅游攻略。比如，

“粉雪之都”的标签，通过明星的亲身体验被成功“种草”，当“学滑雪，到长春”成为节目内外极具行动号召力的共同口号时，内容传播已经完成了向消费引导的无缝衔接，推动了冰雪旅游、美食、住宿等产业链的协同增长。

(三)

节目实现“破圈”传播的底层逻辑，在于实现了从“流量思维”到“价值思维”的转变，也标志着头部综艺在价值维度上的自我突破，并与城市发展产生了深刻的共鸣。综艺节目的最终指向是什么？毫无疑问，是要实现社会责任升维，这也正是《好看在芒——好六长春冰雪节特辑》的价值所在。

节目主动突破了“纯娱乐”的框架，展现了“综艺+”的无限可能。它扎根于真实的生活场景，服务于地方文旅发展的现实需求，通过展示城市温度、推荐在地文化，承担起传播优质生活方式、助力区域经济发展的社会责任。这种“扎根泥土”的创作，反而让节目获得了更丰沛的生命力与更广泛的尊重。

而对于长春而言，这次合作是一次成功的城市品牌年轻化破圈。节目没有停留在展示“冰雪”的单一物理属性，而是通过“暖胃美食+热血冰雪+热情人情”的组合拳，构建了一个立体、鲜活、有趣的“北国春城”新形象，有效地打破了外界对“冰雪冷资源”的刻板印象，将其转化为一种充满活力与温度的生活方式，精准触达并吸引了追求体验、热爱分享的年轻消费群体。

说到此，不得不说湖南广电在综艺节目创作实施“走出去”战略的全新实践。2024年以来，湖南广电积极推动内容创作和传播的边界拓展，不仅是在物理空间上“走出摄影棚、



“走出长沙”，更是在战略层面拥抱新技术、开拓新市场。显然，这正是湖南广电“敢为天下先”的鲜明写照。比如，由湖南卫视、芒果TV推出的《2025湖南卫视芒果TV中秋之夜》就首次走出长沙，将晚会地点设在山西省长治市漳泽湖畔，带给观众一场“神仙舞台”般的沉浸体验；还有众多综艺节目刻印着湖南广电基因走进全国各大城市，甚至走向海外，《好看在芒——好六长春冰雪节特辑》亦是诸多节目中的代表之一。

节目的成功，最终揭示的是内容产业逻辑的根本性转变，那就是从追求短期流量的“眼球经济”，转向创造长期价值的“意义经济”。节目的底层逻辑不再是简单的明星效应加游戏环节，而是构建了一个“内容共创+产业赋能+情感共鸣”的完整价值闭环。

其中，节目是催化剂，明星是连接器，城市文化是内容源泉，观众参与是传播引擎，

四者相互作用，形成可持续的内容生态系统。这种模式的可贵之处在于它的可复制性与可适配性，而非固定模板，不同城市可以根据自身特色进行创造性转化。

《好看在芒——好六长春冰雪节特辑》的破圈，其底层逻辑远不止于明星效应或画面唯美，它根植于对城市文化本真的深度挖掘，成功地将综艺的娱乐属性、社交媒体的传播属性与文旅产业的消费属性无缝焊接。实践证明，当一档节目愿意俯身倾听一座城市的心跳，并能用当代年轻人喜爱的方式讲述它的故事时，其产生的能量足以融化冰雪，点亮一座城；这不仅是长春冰雪的一次华丽出圈，更是中国综艺与城市共生共荣道路上，一个具有样本意义的温暖注脚。

（来源：广电视界）
编辑/肖清



致敬金声 礼赞时代

白云飘

12月23日晚上7:30，湖南卫视、北京卫视等8家卫视频道，芒果TV等7家重点网络平台现场直播《第3届中国播音主持“金声奖”颁奖典礼》。由国家广播电视台总局和湖南省政府共同主办的这场颁奖典礼以“聚力向未来”为主题，通过全行业工作者的真诚分享与多元表现形式，生动勾勒出“系统性变革”浪潮中，广电人发展主流舆论、融合创

新、同心聚力、奔赴美好未来的奋进面貌，全面展现中国广电事业繁荣发展的新气象。

壮大主流文化 传播时代强音

作为我国播音主持领域首个国家级政府最高奖项，本届金声奖再度聚焦行业标杆，表彰那些深耕一线、以声音传递时代、用真情温暖人心的优秀播音员主持人。颁奖典礼

以“华彩新时代”“同心暖万家”“薪火永相传”“金声向未来”四个篇章层层铺展，聚焦20位获奖者的成长故事与行业担当，以艺术的表达方式展现全国播音主持行业传播党的声音、记录时代发展、凝聚奋进力量的作用。所有获奖者在一段特殊的旋律中领取属于他们的荣誉，这段旋律来自成立于1940年延安新华广播电台的台歌——《XNCR之歌》。中央人民广播电台《新闻和报纸摘要》新老播音员接力朗诵《时代之声》，致敬初心如磐、与时代同行的中国金声。主持人与歌手共同演绎的《征途》，在歌声与讲述中回望广电事业85载的光辉历程。20位获奖者集体登台，深情朗诵《金声之声》，以铿锵誓言诠释他们对职业的赤诚、对人民的深情、对专业的坚守，共同发出“薪火相传，生生不息”的时代强音。

传递民生温暖 坚守为民情怀

颁奖典礼突出“以人民为中心”的创作导向，通过获奖者深入基层的故事，展现广电人在就业、教育、医疗、乡村振兴等民生领域的担当与作为，他们以有温度的“金声”搭建连心桥，呈现“广电网连心，服务到基层”的初心，让公共服务的阳光照亮每一个角落，凝聚群众共赴美好未来的坚实力量。贵州台的窦爱莉从业30多年，不仅是一名主播，也奔跑在新闻采访的一线，她跑遍了贵州80多个县，从田间地头到山水之间都有她的身影，在这个过程中她也收获了很多忠实观众，而VCR《父子眼中的窦爱莉》则从丈夫和儿子的角度分享了她为了观众亏欠家庭的故事，体现了她对事业的执着。吉林台民生节目主持人延大，17年来一直在帮群众解决身边的难题，累计接了近14000个热线，反馈解决的诉

求超6000条，帮老人维权处理冰箱故障、帮小区居民解决安全门维修、帮叔叔阿姨们吆喝卖滞销的农产品等等。因为解决退休医保与他相识9年的69岁观众张阿姨来到现场给他颁发面粉做的奖牌，上面写了一个大大的“棒”字，体现了播音员主持人和观众血脉相连的关系，诠释了广电人“为人民谋幸福”的初心。

挖掘背后故事 互动鲜活有趣

颁奖典礼不仅是荣誉的授予，更是真情与故事的汇聚。典礼现场设置多个互动环节，让观众看到播音员主持人本真的一面。在职业启蒙的温暖对话中，尼格买提深情回忆高中时期观看何炅节目的成长时光，以及因阅读何炅自传《快乐如何》而悄悄写下“追梦日记”的往事。何炅在现场给予暖心回应，两代优秀主持人的真诚对话，诠释了行业内的榜样力量与精神传承。典礼还设置新媒体直播间同步直播，与现场互动连线。网友提问：“现场的播音员主持人们，你们在生活中讲话也这么字正腔圆吗？”魏哲浩回答：“我会字正腔圆，因为我们家两个丫头讲一口长沙塑料普通话，我就会着急。然后故意用播音腔提醒她们：我和你们的妈妈都是普通话一级甲等，两位小朋友，请大声跟我说：学普通话，做文明人。”体现了播音员主持人对专业的不懈追求。获奖者不仅专业过硬，更是以创新为笔、科技为翼，突破传播边界。无论是年轻化表达吸引受众，还是新技术赋能传播迭代，抑或跨文化传播传递中国声音，他们用多元形式让时代精神落地生根，让主流声音传得更远、更具影响力。

（作者系湖南广播电视台卫视频道高级编辑）
编辑/肖清

以“高温差”带动情绪通感， 《时差一万公里》在笑泪中解答生活难题

朋友圈里是精心修饰的海外名媛生活，现实中却是为抢购折扣及限量商品而疯狂的代购……任素汐饰演的张冉被人拍摄下的夸张抢购视频，“绝望代购”这份生活的“重拳”，正以一万公里的时速，将她早已破碎的体面彻底击穿。而罗晋饰演的装修工，也在“化学博士”的头衔下更显落差。想要为老婆托底，却迷茫到不知道拿什么去为爱人拼一个未来……

近日开播的人生暖解话题剧《时差一万公里》，用开篇的几集，打开了当代人内心深处的共鸣之门。它用烟火气织就情感纽带，用温暖解构社会议题，为当代都市剧创作提供了宝贵的启示。该剧于湖南卫视&芒果TV双平台开播后，迅速登顶芒果TV站内热搜总榜TOP1、热搜电视剧榜TOP1；花式玩梗刷屏社交平台。其中，“罗晋谈孔乙己的长衫”“知名女主持被骗婚后人财两空”“从过气主持人到互联网顶流只需一秒”等话题持续发酵，让这部剧成为全网热议的“生活镜像”。

落地视角：家庭群像里的时代镜像与情感锚点

《时差一万公里》以多组家庭为剧情核心，借男女主归国重启人生为引，用单元式主题串联起了20+、30+、40+群体的生活切面，全景式描摹了中国式家庭的情感羁绊，展现了不同年龄层在生活中的困境与成长。故事并未陷入“精英海归逆袭”的俗套叙事，而是从多

元群像的细节演绎中展示着生活的真相。

张冉与付玉东，是中年夫妻的典型示例。十年前，张冉是“万众瞩目”的财经主播，带着“人生赢家”的光环远渡重洋；十年后，她从失败的婚姻中抽身，嫁给“高学历低就业”的化学博士付玉东，一边做代购贴补家用，一边维系着朋友圈的精英人设。付玉东则放下博士的名号做起了装修工，始终用质朴的温柔，给足张冉异乡的安全感。回国后的身份反转，让两人在迷茫中重新锚定彼此，充满着戏剧张力。张冉冲击网红事业屡屡碰壁，被昔日同事嘲讽“跌价”；付玉东归国后不断寻找自我价值与赚钱的方式，默默陪伴在老婆身边，甚至做起了上门的维修师傅。这种现实境遇的落差并未套路化的撕裂夫妻关系，反而让他们在迷茫中寻回初心，付玉东坚守“帮老婆托底”的承诺，两人在“打怪”的路上，互相鼓励前行。

成曼（胡杏儿 饰）与李道奇（王子川 饰）的“姐弟恋”，也在同步探讨着中年婚姻的核心命题：当浪漫褪去，生理差距与事业分歧浮现，家庭的意义何在？30+的李道奇遭遇裁员，拒绝40+成曼“余生躺平”的提议，执着于创业证明自己；成曼不仅要面对老花眼、早产儿养育的焦虑，还要包容丈夫的创业梦与家庭身份“缺职”，承受着“逆风局”的压力。他们的关系不再是“男强女弱”或“女强男弱”的对立，而是在时代变化中，共同重构家庭的平衡。

新生代“海归”的生存困境，则由葛开阳（周游 饰）与张冉的表妹陆心颖（孙安可 饰）填补着观众的好奇心。海外失业、工签到期、存款被骗，陆心颖瞒着父母偷偷回国，却在故乡重逢了“失踪”的葛开阳。曾经的富二代一夜之间“跌落神坛”，两个年轻人在彼此的狼狈中思索着到底该如何生存。他们的经历中不乏当代年轻人的集体困惑：“谁规定一定要按时间表活？”“努力就有结果的人生真的存在吗？”“所有的事情都需要找寻意义吗？”

此外，更有主角团与父母、亲戚、朋友等日常生活的琐碎小事不断上演着，共同构成了一幅生动的当代中国家庭图鉴。剧集没有回避家庭关系中的“矛盾”，但更着力于展现家庭的支撑力量。当外部世界的规则变得陌生而残酷时，家人之间的理解与支持成为个体最可靠的情感锚点。这种“全景式描摹”让剧集跳出了“个人成长”的单一叙事，转而探讨“家庭作为精神支柱”的核心价值，与传统都市剧“摆脱家庭桎梏”的表达形成鲜明差异。

创新表达：都市议题中的轻喜解构与深度共鸣

《时差一万公里》之所以能够备受关注，还有其对都市题材的创作革新。表现手法上，剧集开篇便以双视角切入构建了独特的叙事美学与情感纵深。付玉东与张冉的故事由各自的视角而生发，不仅迅速确立了人物弧光的起点与落差，更直观外化了二人的情感认知。而回环式结构的巧妙运用，则调动了诸多观众的好奇心。剧集以关键节点为轴心，让不同时间线的故事碎片围绕其“旋转”，使得观众在不断“发现”过去的同时，也在重新理解着人物当下的每一个选择。故事内核中，该剧以

“戏谑讽喻+温暖日常”的风格，将犀利的社会议题拆解为可感知的生活细节，同时用充满烟火质感的制作水准，赋予了生活流叙事极强的艺术质感。

以往的都市题材剧集，多聚焦于精英群体的职场逆袭，而《时差一万公里》却将镜头对准“失败的”“平凡的”人群，剧中的他们都在为生活而努力着，只要抓住机会便充满希望，这种“下沉式表达”让剧集具有高度的现实穿透力。它没有刻意制造“爽点”，而是直面当代群体的真实困境。回国后发现“时代变了，海归不再是香饽饽”；想创业却缺乏资源，想打工又放不下身段；年龄差异带来价值观碰撞；代际之间如何才能好好地表达





“爱”……这些议题并非空洞的探讨，而是通过具体的情节落地。

剧中，前同事的异国探望成为了男女主在线“飙戏”的名场面，这段情节充满笑点的同时，也将当代都市人在社交媒体上精心构建的“第二人生”与现实生活之间的鸿沟展现得淋漓尽致。前同事袁源（王佳佳 饰）到加拿大特意“看望”张冉，使得其不得不“打肿脸充胖子”。不只请对方吃了一顿昂贵的晚餐，还让付玉东翻出许久不穿的西装、租借豪车，试图维持自己在他人眼中“人生赢家”的形象。这种为维护面子而进行的“挣扎”，引得观众在开怀大笑后陷入诸多思考，更使得“共鸣”成为该剧的高频词。

而陆心颖与父亲的互动，也用强反转的情节设置道尽了中国式父女的隐忍与疼爱。偷偷回国后，雨天打车偶遇了开专车的父亲；酒店里父亲为维护她与隔壁住客争执……每一个

片段都充满“高温差”的戏剧张力，却又在幽默诙谐中流淌着最真实的情感。该剧以轻喜包裹现实，用细节解构议题，让观众与角色共同感悟：也许笑泪交织里的才是真正的生活。

《时差一万公里》的热播，为当下都市剧创作提供了重要启示。在同质化严重的市场中，只有扎根现实、深耕细节、创新表达，才能引发观众的深度共鸣，实现艺术价值与市场价值的统一。它没有回避普遍群体的困境，也没有美化家庭关系的冲突，而是真实呈现着生活最窘迫、尴尬、痛苦的时刻，用平凡的细节让人们看到了温暖、善意、美好的联结。

正如剧集的slogan：“心无时差，爱在当下。”对于都市剧创作而言，这或许就是最好的注脚。

（来源：振兴国剧）
编辑/肖清

微短剧《还珠》的古韵新声与时代破局

蒋新建 曾慧艳 吴果中

当湖南广电以精品匠心为笔，在微短剧的画卷上重绘“还珠”经典，一部裹挟着琴瑶雅韵与现代温度的作品便应运而生。作为平台倾力打造的品质之作，它打破了传统翻拍的桎梏，以穿越为魂、古韵为骨，让沉睡的IP在新时代的语境里苏醒，既续写了旧苑的芳华，更点亮了微短剧赛道的全新可能。

“琴瑟在御，莫不静好”，《还珠》的动人，先在那浸润骨血的古典情韵。紫薇指尖流转的古琴声，不是简单的背景点缀——时而如清泉漱石，伴她诉说身世的婉转；时而如松涛裂岸，映她坚守正义的铿锵，琴弦震颤间，是东方美学的含蓄与力量。林岁岁穿越时空的眼眸里，既有现代女性的鲜活，又藏着对清宫礼仪的敬畏，她初见景渊时，衣袂轻扬与宫墙飞檐相映，恰似一幅流动的《韩熙载夜宴图》，让“瑶琴配珠玉”的雅致，在每帧画面里流转。

而这份雅致之下，是“还珠”内核的深度觉醒。原版故事里，“还珠”是寻亲认祖的执念，是皇权下的恩怨纠缠；而这部微短剧，却让“还珠”成为“还自我之珠”的隐喻——林岁岁挣脱聚光灯的枷锁，在宫闱中用智慧寻得独立的价值，是“还”现代女性的清醒；金锁跳出“陪嫁丫鬟”的宿命，以医术济世救人，是“还”底层女性的尊严；景渊在权势漩涡中守住良知，不做皇权的傀儡，是“还”人性本真的纯粹。从历史维度看，它解构了封建

皇权对个体的禁锢，让“人人皆可为自己主角”的理念，与古代文人“不为五斗米折腰”的风骨隔空对话；从现实意义讲，它精准戳中当代人“寻找自我”的精神需求，那些化解危机的勇气、打破宿命的决绝，恰是给每个普通人的成长注脚。

更值得称道的，是它以“穿越”为钥，打开了经典翻拍的创新之门。不同于以往翻拍“换演员不换剧情”的套路，这部剧让现代灵魂闯入古代时空，形成了“古今碰撞”的独特叙事张力——林岁岁用片场学的急救知识救了紫薇，用现代沟通技巧化解了皇后的猜忌，这种“错位感”既制造了新鲜的剧情看点，又让传统故事有了现代价值观的出口。同时，穿越设定也让角色塑造更具层次：景渊从对“异类”林岁岁的警惕，到被她的鲜活打动而敞开心扉，这份情感变化，因“时空差异”而更显真挚；皇后不再是脸谱化的反派，她对林岁岁的排斥，既有维护宫廷秩序的考量，也藏着对“未知事物”的不安，穿越元素让角色跳出了“非黑即白”的局限，多了几分人性的温度。

这份创新，更体现在制作的每一处细节里。预算没有浪费在浮夸的特效上，而是精准用在“古韵与质感”的打磨：皇宫的红墙黄瓦复刻了清代建筑的规制，江南水乡的乌篷船划过碧波时，水面倒影如诗；服化道更是兼具考据与美感，紫薇的古琴造型参照了宋代“仲尼式”琴器，景渊的慎刑司官服纹绣着象征公正

的“獬豸”图案，就连林岁岁简化版的宫装，也在领口绣了细小的珍珠纹样，暗合“还珠”之名。主题曲《不渝》中，“瑶琴一曲诉情衷”的歌词与剧情呼应，罗一舟的演唱里既有少年的赤诚，又有跨越时空的深情，让音乐成为连接古今的纽带。

当然，美玉亦有可琢之处。若能让古琴的戏份更深入——比如紫薇与林岁岁因《高山流水》结缘，借琴曲对话，让“知音”的意象贯穿剧情；若能让“还珠”的隐喻更鲜明——比如林岁岁最终找到的“珍珠”，不是物质的宝物，而是象征“自我价值”的信物，便能让主题更显深刻。道具上，将清宫场景里的现代物件替换为更贴合时代的设计，音效上为古琴演奏、宫廷礼仪配上更细腻的声音，都能让古韵氛围更浓。

从版权合规到市场潜力，《还珠》更是展现了爆款的潜质。它清晰标注“改编”属性，以“穿越+原创角色”的模式，既规避了同人侵权的风险，又为经典IP注入新活力，如同《新白娘子传奇》对传统神话的创新，为IP

改编树立了良性范本。而“还珠”的国民情怀、穿越甜虐的剧情、主演的粉丝基础，再加上“萤火虫约会”“屋顶共奏”等易出圈的名场面，让它开播即自带热度，有望复刻《甄嬛传·玉隐传》的成功，成为芒果快乐阳光又一部口碑与流量双收的精品。

“旧苑新芳，微光成炬”，微短剧《还珠》的意义，远不止一部翻拍作品那么简单。它用琴瑶雅韵唤醒了古典美学的魅力，用“还自我之珠”的内核深化了经典的时代价值，更用穿越创新的手法，为微短剧如何盘活IP提供了绝佳范本。当芒果快乐阳光以精品之心打磨每一处细节，这部作品便不再是短暂的流量爆款，而是能在观众心中留下悠长余韵的佳作——正如瑶琴弹出的旋律，穿越时空依旧动人；正如珍珠历经岁月，依旧能绽放温润的光芒。

（作者蒋新建系湖南广电资深媒体人，曾慧艳系湖南省文化馆研究员，吴果中系湖南师大新闻传播学院教授、新闻系主任）

编辑/肖清



足球足味 “湘超”超香

——湖南广电全媒体传播引爆体育赛事破圈

王晗

2025年湖南省足球联赛（简称“湘超”）于9月7日拉开战幕，持续至12月。这项覆盖全省14个市州、共98场对决的群众性赛事，在湖南广电全媒体矩阵的强力助推下，实现从地方草根联赛到全国热议现象级IP的跃升。“湘超”不仅点燃了三湘大地的足球热情，更以“赛事+传播+文化+经济”多维融合之势，掀起全民参与、全网热议、全域联动的社会热潮。

联合创意，“传播联盟”打造传播爆点

创意成为提升“湘超”传播力重要抓手。湖南广电创新组建“湘超传播联盟”，整合湖南卫视、芒果TV、湖南经视等省级平台资源，并联合14个市州电视台及各县区融媒体中心，形成省市县三级立体化创意、宣发网络，构建“直播+短视频+电视”融合传播体系。

每周赛前，针对每一场比赛建立的专属创意群，成为对阵城市的创意竞技场，各地深入挖掘地域元素与人文特色，让宣传策划、创意点子、流量引导独具一格、独树一帜、与众不同。例如，“永州挂票”原为网友对场馆设施落后的调侃，当地顺势推出《挂票使用指南》：“每棵树限挂3人，单人体重不超过160斤”，一本正经地“胡说八道”，迅速成为网络热梗。此后衍生出“砖票”“洞票”“情

侣票”等系列玩梗，持续引爆话题热度。各地也借势创作：株洲与张家界发起“株株界3344”互动挑战；邵阳发布原创MV《致岳阳》《宝古佬》，全网播放量突破778万。

“谁是湘超真阳哥”“宝哥哥与零妹妹”等热梗持续发酵，单条内容曝光量动辄百万。评论区演变为“第二赛场”，球迷自发投票、应援、二次创作，形成了极具黏性的互动生态。

技术赋能，专业直播带来沉浸观感

技术先进、协同高效的全媒体、高质量转播体系为“湘超”带来极佳的观感，使得观众人气攀升。湖南广电依托湖南经视为制作核心，联合湖南卫视、都市频道及14市州台组成直播联盟，通过全新升级的融媒体演播系统，实现五路公共信号稳定输出，覆盖电视大屏和超300家新媒体渠道。

“湘超”采用4K超高清转播车配合18机位全方位拍摄，捕捉赛场每个细节；轻型切换设备与云导播系统深度融合，大幅提升制作效率；XR虚拟演播室技术打破物理空间限制，打造虚实交融的沉浸式观赛体验。比如，9月28日湖南卫视超高清频道开播当晚，直播团队使用UHD01转播车，配备100倍长焦大炮，超高清慢动作、在线包装，高质量完成了首次超高清直播。此外，“湘超”直播首次采用AI智能系统实现无人摄录，由五台拍摄相

机和一个AI核心完成直播，依托AI算力，镜头自动调整角度以框定足球与球员，实现视频跟踪、画面捕捉和智能运镜功能。在湘西对阵张家界比赛中，直播团队首次运用AI 无人导切“M-TECH”系统，该技术结合互联网+云平台软件满足节目需求，全程轻量化运作，画面清晰流畅，大大节约了人力成本。

内容破圈，网感叙事引爆情绪共鸣

短视频成为“湘超”传播的重要推手。“湘超”短视频精准把握互联网情绪逻辑，善于从激烈对抗中提炼戏剧张力，从平凡球员身上挖掘动人故事，用“网感表达”撬动大众共情。湖南卫视新闻中心短视频《空门？空门！这不就来了嘛 常德门将大失误 株洲主场1:0暂时领先常德》全网累计播放量超 500 万；湖南经视《湘潭球迷含泪喊话：“永远是你们的第12人”》一句朴素告白引发全国球迷共鸣，播放量突破302.5万。风芒新闻制作发布的《常德vs张家界再现世界波》登上抖音热榜。

电视与广播节目同样表现亮眼：湖南卫视《火辣辣的湘超》融合综艺节奏与网感播报；湖南经视《风风火火战湘超》运用虚拟场景提升沉浸感；湖南电台《湘超最韵味》以方言解说搭配幽默点评，传递独特湖湘足球文化。数据显示，湖南卫视多场“湘超”直播收视率居省级卫视非剧综艺节目同时段第1；湖南经视整体收视较赛前上涨44.9%，彰显主流媒体在重大社会活动中的引领力。

截至11月3日，《2025年湖南省足球联赛》相关热门话题传播 73.3 亿次，一周上涨 14.2 亿，热搜上榜 2929 次，短视频热门内容传播 5864.5 万次，微信热门文章阅读 3418.1 万人次，多平台参与赛事宣推的 KOL 覆盖网

络用户 33.2 亿人次。湖南卫视、湖南经视新媒体直播间观赛人数多次破百万。

超越竞技，赛事拉动地方经济

经过多轮角逐，“湘超”已超越区域性体育赛事范畴，逐步演化为集城市展示、文化认同、消费升级、全民健身推广于一体的综合性社会事件，变得“超香”。“看湘超、游湖南”成为新风尚，球迷携家人观赛之余打卡当地景点、品尝特色美食，带动餐饮、住宿、交通全面升温。人民网发布评论文章称，“湘超”作为具有代表性的地方赛事，与“赣超”“川超”“渝超”等共同构建起多层次、广覆盖的群众体育新格局，“为一场比赛，奔赴一座城”的旅游方式悄然兴起。中新网发布报道，自9月开赛以来，湘超联赛持续火热，单轮现场观赛人数突破10万。在政府积极推动下，赛事IP与消费场景深度融合，有效激活区域经济。据湖南省商务厅测算，通过“票根经济”“第二现场”等创新模式，湘超联赛带动的直接和间接消费规模预计将突破 200 亿元。

在媒体深度融合的时代背景下，“湘超”传播的成功突围，是主流媒体在流量时代重夺话语权、重建传播力的生动实践。它是一面镜子，折射出中国基层体育的蓬勃生命力；也是一个信号，预示着主流媒体在智能传播时代的价值回归。

（作者系湖南广播电视台经视频道高级编辑）
编辑/肖清

论历史纪录片创制“新”法

——以微纪录片《永不尘封的档案》为例

魏笑凡

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，由湖南广播电视台新闻中心与常德武陵区档案馆联合创制的七集微纪录片《永不尘封的档案》于2025年8月13日起在《湖南新闻联播》《湖南午间新闻》《首发》专栏、《湖南新闻联播公众号》“台网联发”，播出后引发强烈反响。该片以“档案为轴、时间为线”，真实记录了“常德大轰炸”“常德细菌战”“常德城保卫战”那段抗战烽火。大量历史档案的运用，大部分珍贵档案的首次呈现，成为该片的核心叙事。

抗战，是一个宏大的叙事主题。怎样让这一主题在篇幅、时间有限的微纪录片中得到充分展现，同时又能让观众感同身受，铭记历史，档案的选择，显得尤为重要。常德市武陵区档案馆馆藏常德抗战档案极其丰富，创制团队通过“新、角”两个维度检索档案，呈现给观众关于常德抗战那段已知与未知的血泪历史。

一、“老瓶”还需装“新酒”

在信息爆炸的时代，与常德抗战相关的主题已不再是一个新鲜的选题。但面对上万册首次展现在世人面前的民国档案，我们没有任何理由选择“偷懒”。前人所付出的汗水与生命，所展现的精神与不屈，都是这个民族应当铭记的，而不应被尘封在档案之中。这不仅是

对历史的尊重，也是在避免“走老路”，让当下的人们知晓今日幸福生活的来之不易。

（一）新史料：知晓历史细节

历史往往隐藏在细节之中。在关于常德大轰炸的大部分历史资料中，伤亡人数、敌机架次、焚毁房屋等信息，通常呈现为笼统的数据。然而，这些数据是如何统计出来的？日寇的无差别大轰炸又使常德城呈现出怎样的景象？这些问题在传统资料中往往无从知晓，不利于人们深入了解那段历史。创制团队在档案中发现了常德当时为应对空袭所采取的举措以及空袭受损情况，这些档案均为首次向公众展示，其中的细节令人动容。

在民国时期常德警察局各个派出所统计的空袭受损情况统计表中，观者可以通过那早已泛黄的纸张，清晰地了解到敌机架次、投掷炸弹数量、炸弹种类、伤亡人数等详细信息，甚至连敌机的颜色都得到了明确记载。其中的地名与今天紧密相连，这些细节的汇集构成了更为清晰、生动的历史，使人们仿佛置身其中，感同身受，这比传统的数据统计更具感染力。

（二）新人证：历史不容虚构

著名作家张恨水在小说《虎贲万岁》中，曾描写常德警察自愿留下与驻军一同抗击日寇的情节，后来者的回忆文章中也多有记载，但这些多为口述与回忆，缺乏史料支撑。

而在常德武陵区档案馆，创制团队找到了1943年年底常德县警察局记录的伤亡警员花名册，其中对75名阵亡警察的参战时间、地点及牺牲之处都进行了详细记录，这份警员伤亡档案为历史留下了注脚。但依然健在的警员，更是为历史留下了最真实的事实。

在警员伤亡花名册中，有一位年仅十六岁名叫胡楚城的警员，已被标记阵亡。然而这位当年的少年，在经历常德城保卫战的激战后受伤归乡，从此成为了一名农夫。若干年后，驻村干部在一次与老人的交谈中才偶然得知其那段往事，查阅档案时发现老人的名字赫然在列。

为保证其身份的真实性，创制团队多次与这位百岁老人交谈，就其何时何地参战、谁参与了指挥、当时战场发生了什么等历史细节一一进行了考证。老人的回忆思路清晰、细节丰富，对于常德城保卫战最后时刻的巷战，他与几位警察同僚一同配合守军战斗的经历也记忆犹新，若非亲身经历，仅是道听途说，绝不会有如此感受。

这位历史的幸存者，让原本记录在档案里、文章中的那段警察参战的事实，变得更加真实可信。

（三）新论证：还原历史事实

在常德城，有一处至今仍为人们所纪念的地方——柴意新将军殉国地。这位牺牲在常德保卫战最后时刻的国军少将团长，为守卫常德流尽了最后一滴血。然而，鲜为人知的是他其实是一名中共党员，这也打破了人们对柴意新中国高官身份的认知。那么，柴意新的中共党员身份从何而来？他是在什么情况下入党，谁介绍他入党，之后是否又加入其他党团？这些问题都无明确记录。

创制团队将调查范围不断扩大，从四川南部县（柴意新家乡）延伸到南充市。在与当地党史专家的交流中，从无数相关回忆录的只言片语中，终于清晰地了解到：柴意新于1926年受同乡李铭珂之邀，考入黄埔军校五期炮科，期间深受李铭珂影响加入中国共产党。1928年，已在国民革命军15军（暂编）驻武汉办事处就职的柴意新，接到已任中共四川军委书记李铭珂邀请其回乡做生意（实为回南部县创办党组织）的来信。之后，他在南部县创办党组织时被当地军阀抓捕入狱，又侥幸逃脱，并隐匿身份，凭借黄埔资历在国军部队中继续潜伏。这些研究史料足以证明柴意新早年加入中国共产党并参与党组织活动的事实。然而，新的问题又出现了：柴意新在国军序列中，是否又加入了其他党团呢？为解开这一谜团，创制团队从中国第二历史档案馆查阅柴意新的相关档案，终于在1930年有关柴意新提升军官任免的报告中发现，其加入党团（国民党、三青团）一栏是空白。此时三十四岁的柴意新，身居国军第七十四军五十八师司令部上校军职，若军职再提升就将进入少将序列。作为当时国民党嫡系部队，柴意新的党团身份仍是空白，这足以证明他的选择。

柴意新的中共党员身份通过一份份档案得到了证实，也为常德抗战最为壮烈的一幕，填补了历史的空白，践行了《永不尘封的档案》的初心。

二、新视角看历史

研究历史从来不是一个维度，而应从多角度审视，以还原历史，得出客观结论。在常德抗战初期，从日军视角来看，常德是国民重庆政府的门户，是抗战时期的“大粮仓”，也



是第六战区与第九战区的战略结合部，其重要性不言而喻，因而被日军视为眼中钉。而国民重庆政府同样高度重视常德的战略地位，将洞庭湖沿岸区域列为滨湖战区，由第二十集团军负责防卫，相关作战部队在常德地区外围构筑防线，使得该区域的总兵力达二十多万，与日军形成对峙局面。

根据常德当地档案记载，因前方民众后迁，常德城人口增至十多万人，经济一度繁荣。当时正值国共合作时期，先进思潮在常德广泛传播，民众爱国意识不断觉醒，各地抗日热情高涨，积极声援抗战，自发捐款捐物。同时，各界舆论也对常德高度关注，围绕这一历史节点，形成了多重历史记忆，被记录在各自档案之中。如今，我们需要对这些档案进行再次整理，将那些鲜为人知的常德抗战史实公之于众。

（一）人民视角看抗战之精神

研究档案不能闭门造车。档案中虽能看见一件件历史事件的记载，但少见情感的描述。然而，历史是有温度的。创制团队在整理档案的同时，也将搜寻的半径扩大。在常德博

物馆，珍藏着一封抗战时期的家书。这是一位父亲写给四岁儿子的绝笔留言，当时正值常德大轰炸。这位父亲目睹了日寇轰炸过后常德的惨状，悲愤之情留于字里行间。

西农儿：

你也听得常德空袭的消息吗？第一次是六月十三日，来敌机二十七架次，投弹五六十枚，死伤人民一千多，我们的局子（房子）也被燃烧（一连中八颗弹），我仅仅救了一条性命，所有的被账（帐）衣服一点也没有了，亚龙在乡里出差，未受惊吓。后来二十、二十三两日，又来轰炸，先天四十多架，翱翔市空，轮流投弹，足足经过两点钟久，投弹五六百枚，死伤数千人，次日又来敌机十九架，投弹数十枚，伤亡数百。

现在常德已成一片焦土，所存房屋不过……到处臭气薰蒸，血肉狼藉，近犹时时在恐慌中，住民逃避一空，商人无所交易，此种惨状，目不忍见，我能幸免于难，算是大幸！你还是努力造就，将来好上战场杀敌吧！

读完此信，常德大轰炸的惨状豁然浮现眼前，其写实与悲愤程度远远超过官方档案

记载。这封家书，既是一份珍贵的史料，也是一位父亲激励儿子的嘱托。由此，从一位普通人的视角中，可见抗战时期中国人不屈的精神缩影。

1943年日寇进攻常德城前夕，当时报纸曾报道了常德民众协助驻军的事迹：“常德英勇市民不分老幼，助军运械输粮，扶救伤患，军民合作亲爱之精神，尤有助于士气之激励”。

这段由民众写就的历史，不应被尘封，而应为人所知、所敬、所铭记。因此，《永不尘封的档案》在真实记录的同时，着重突出人民性。

（二）敌军视角看守军之英勇

1943年常德会战中，常德城保卫战最为惨烈，进攻常德城时，日军分为三路进攻，其随军记者拍摄了大量照片并发布新闻报道。

城垣保卫战时，日军随军记者刊发一则题为【地雷比红薯还多的“雷田”】的消息：

“中国守军数量虽不明，然防御工事极其森严，城墙堤坝遍布碉堡机枪位，壕沟纵横，田间铁丝地雷密布”。

巷战时，日军随军记者发布报道：“常德城内举目所见，尽是饱经炮火洗礼的残垣断壁，砖砌仓库已面目全非，房屋与街道的界限全然消泯，昼夜不停的手榴弹战、白刃战与阻击战，将阴森恐怖的夜战，染得愈发凄绝，零星溃兵仍藏匿于城内各处建筑，或盘踞于二楼三楼，或隐屋顶夹层，持续实施狙击，危机四伏。

《永不尘封的档案》引用日军随军记者的报道，从敌方视角呈现常德城保卫战的多重面貌。这些报道凸显了中国守军的英勇顽强，比单纯的自我陈述更有说服力，也为观众更客观地了解那段历史提供了独特的视角。

（三）报道视角看胜利之意义

1943年底，常德城保卫战以常德城的再度收复宣告胜利。这一事件引发了中外媒体的广泛关注，各种赞誉纷至沓来，“东方斯大林格勒战役”“中国饭碗之战”等诸多称号，无疑是对方对胜利的高度肯定，也是对中国抗战的巨大鼓舞。然而，在一份份浸透着胜利喜悦的历史档案中，创制团队却选择了一张尘封80多年的历史照片，并选择在80多年后的今天将其再次公开。

这张由国际新闻社（INP）发布的新闻照片拍摄于1943年12月，记录了中国军队收复常德城后不久，为一位因固守常德城而阵亡的中国高级军官举行葬礼的场景。选用这张尘封已久的“新”照片作为胜利的标志以及作为舆论报道胜利的视角，背后有着多重的考量。

首先，是对无名英雄们的缅怀。在常德城保卫战期间，少将团长柴意新是唯一牺牲的高级别军官，而照片记录的是为一位中国高级军官举办葬礼的画面。尽管照片中未注明军官的姓名，但高级军官与少将团长、战后葬礼与唯一牺牲之间存在着紧密的关联。如今，我们已无法确切查明这位牺牲的高级军官究竟是谁。然而，我们可以传承先辈们流血牺牲的精神。因为我们从未忘记，正是你们的向死而生，才换来了今天的生生不息，因此创制团队选用这张照片作为胜利的视角，以纪念胜利的意义。

时代在不断前行，历史应当被铭记。《永不尘封的档案》作为一部历史纪录片，通过对档案深度地发掘与研究，重获了新的史料与认知，为过去的历史提供了新的注解。不忘来路，正是档案永不尘封的意义所在，也是它赋予时代的正向力量。

（作者单位：湖南广播电视台新闻中心）

编辑/刘凌

我们如此热爱青春

2025“芒果青春π对”总展演暨第三届芒果青春歌会活动手记

梁立东

在湖南广电搞青年活动，这是不容易的。一者，在创意无穷的芒果人面前，任何活动可能都会显得乏味。二者，青年是湖南广电的中流，人多力大；青春是湖南广电的基因和文化，浸入血脉，蔚为大观，任何青年活动都自然满含对这种基因和文化的礼敬乃至敬畏。

但今年，我们还是交出了一份不错的成绩单。而这份成绩单上，最瞩目的就是“芒果青春π对”。

12月12日下午，2025“芒果青春π对”总展演暨第三届芒果青春歌会在七彩盒子“好六”的演播厅顺利举办。活动结束后，我盘着腿坐在空无一人的演播厅，除了过关的放松外，满脑子都是这一场、这一季活动的画面闪回，久久回味、声声入耳。

这场活动都有什么？

首先是“π对”，就是2025“芒果青春π对”总展演。今年，在集团公司（台）党委的决策推动和支持指导下，党群工作部、团委组织开展19期的“芒果青春π对”。连续19周，每周四晚上，各部门、二级单位的青年站上C位，聊心得，聊方案，聊思路。集团公司（台）领导带着“关键少数”现场“打call”，不仅认真倾听，更能积极回应，对所有抛过来的青春提问真诚作答。19场活动，有87位优秀的芒果青年登台主讲。

这一次，我们要从中挑选出24位代表重

返舞台，进行一次大展演、大激荡。区别于以往单人主讲的方式，总展演的舞台则把他们分为5组集中登台，分别围绕“新内容”“新赛道”“新技术”“新传播”“新商业”这一“五新战略”展开宣讲。这是本次活动的主体内容。

另外就是“歌会”，第三届芒果青春歌会。2023年，第一届芒果青春歌会在马栏山广场唱响，从此芒果青年有了一个专属于他们的、自由的、闪亮的歌唱舞台。他们自由组队、热情高歌，有音乐、有朋友、有在芒果的青春故事……芒果青春歌会逐渐成为一张闪亮的芒果青年文化品牌。

今年，我们决定将第三届芒果青春歌会与横空出世的“芒果青春π对”搬上同一个舞台。“歌会”方面，海选、决赛均在线上开展，统一标准，严格评选流程，最终决出11组获奖者登台献唱；“π对”方面，各部门、二级单位推选出的参加过往期活动的24位主讲分组登台，再次掀起头脑风暴。

一定程度上，这也是本次活动主题——“青春π 踏歌来”的来由。今年，“π”成为芒果青年的高频词，“π对”成为芒果青年的常设聚集地，青春以“π”之名集结、延展，爆发出蓬勃之力。我们既要偏于静态地表达、分享，也要偏于动态地高歌、欢唱。面对青春，我们报之以歌，踏歌而来。

因此，当这两个“大IP”官宣联名“出道”后，就备受各方期待。各部门、二级单位迅速敲定宣讲青年代表，芒果青年带着录好的演唱视频踊跃参加歌会海选，中建五局、中铁五局等兄弟单位的青年纷纷询问参加方式……

但办这样一场活动真不是件容易的事儿。且不论经费、场地、技术、人员协调等方面难度，单单是活动的主体内容方面就足够让人头疼。24位青年主讲该以什么样的方式登台宣讲？如何既能让他们有充分的展示，又能合理控制时长？

难题很多，考验着的不仅是主办方，也是所有参与进来的芒果青年。我们有着漫长而焦灼的开头，粗粝、简陋、混乱……但只要开了头，就会有好的结果在等着我们。

集团（台）的“五新战略”给了我们启发，也成为这场活动的题眼。芒果青年要有“身在兵位，胸为帅谋”的格局，于是24位主讲青年分为五组，各自领题策划组稿。他们都是各部门、二级单位的业务骨干，本就承担了大量工作任务，有的还出差在外，现在不得不为这次宣讲极限“自我压榨”。于是，新传播组集体调整工作安排，每周一下午从四面八方聚到粉丝楼开策划会；新内容组在饭桌上头脑风暴，敲定“五子棋”计划；新商业组利用下班后的时间约在线上或者线下会议室，好几次聊到深夜；新技术组因为组长和组员的临时调整，加班加点改方案、做PPT；新赛道组虽然早早形成了稿件，但他们每一次的修改几乎都充满了自我否定和全新蜕变……

当然还有歌会的11组演唱者，他们分为四组，用四个表演将自己的青春故事化为歌声、融入宣讲，深夜的录音、周末的排练、工作岗位与演播厅的来回奔波……

芒果人有一个传承已久的胜利方法论，叫做系统的胜利。是的，这场活动的成功就是系统的成功。除了舞台上这些芒果青年外，台下的力量也在奔涌汇聚。集团（台）党委无限信任，党群工作部以全部门之力支持指导，团委勇担重任、全面负责，湖南电视剧频道从上到下扑到活动的承办上，还有湖南卫视、会展中心，集团（台）技术调度中心、办公室（党委办）等都给予了非常宝贵的帮助。

活动结束后，“广电视听”微信公众号刊发了一篇文章，叫做《何以为这场“芒果青春π对”鼓与呼！》，文章极富感情地赞美了活动的形式之新颖、意义之重大。莅临活动现场的省委办公厅和省直机关工委的领导、集团（台）领导也都给予充分肯定。这些虽有溢美之词，但我们大可以慨然接受。不过于我而言，所有的感受，到最后都凝结成为了深深的感动。

感动是因为，所见皆是青年的锐气和力量。24位π对青年，5组主题分享；17位歌会青年，4组青春献唱。每组都各有创意，每一个人都在绽放着自己的光。他们站在舞台上，“两眼带刀”，无比自信，目之所及尽是芒果金灿灿的未来。

感动是因为，所见皆是芒果人的紧紧相拥。我看来自不同部门、二级单位的芒果青年紧紧聚在一起、打成一片，为着芒果的战略和未来亲密地讨论、无限地包容。

我想，这大概就是青春的意义吧。这样的青春，谁不热爱呢？人皆如此，则人皆是青年，则人永是青年。

（作者系湖南广播影视集团有限公司团委专职副书记）

编辑/贺轶

媒体深度融合背景下 县级融媒体中心的思政效能与治理路径

邓信开 周燕

县级融媒体中心作为县域主流舆论阵地，其“党媒属性”决定了它既是“打通基层宣传最后一公里”的关键载体，更是将思想政治工作融入基层治理的核心平台。思想政治工作是我们党的“传家宝”，在凝聚共识、化解矛盾、引导行为等方面具有独特优势，县级融媒体中心与思想政治工作的深度结合，能够让思政工作突破“单向灌输”模式，转化为“浸润式治理”实践，为基层社会治理提供新的方法论与实践路径。当前，基层社会治理面临人口流动加速、利益诉求多元、矛盾触点增多等挑战，单纯依靠行政手段难以实现“柔性治理”，而县级融媒体中心恰好能以党媒优势为纽带，将思政工作的“软实力”转化为治理“硬效能”，形成“春风化雨”的治理效果。

一、县级融媒体中心的党媒优势与治理价值

（一）政治公信力：思政引领的权威基底

作为党委、政府直接领导的舆论阵地，县级融媒体中心的信息发布具有“天然权威性”。在县域范围内，群众对本土党媒的信任度显著高于商业平台和自媒体，这种信任源于长期形成的“官方背书”认知，为思想政治工作提供了“降维传播”的基础——当党的理论、方针以群众信任的渠道传递时，更容易转化为基层共识。如永兴县融媒体中心打造的《理耀银都》栏目，通过“故事化表达+沉浸式走访+生活化解读”传播党的创新理论，本质是借助“权威传播”实现意

识形态的“日常化渗透”。该栏目邀请多元群体担任“微宣讲员”，结合实例拆解理论并融入戏剧、歌曲等艺术形式，让群众在“解码”过程中主动接纳理论内涵，正是党媒公信力对思政引领的支撑体现。

（二）基层贴近性：治理场景的在地连接

县级融媒体中心扎根县域，对本地风土人情、社情民意的感知具有“毛细血管级”的精度。相较于上级媒体，其采编人员更熟悉乡镇村落的“熟人社会”逻辑，能精准捕捉不同群体（如留守老人、返乡青年）的信息需求差异。这种贴近性使其能将思政内容转化为群众听得懂的“方言土语”，将治理议题嵌入婚丧嫁娶、邻里纠纷等具体生活场景，避免“大水漫灌”式宣传的空洞化。如永兴县融媒体中心推出《才聚永兴》专题，以青年人才自述展现返乡创业、乡村振兴奋斗故事，实质是在“熟人社会”中构建“奋斗者认同”的仪式场景；借“村BA”等热点挖掘背后人文故事，通过群众对本土事件的情感联结，将“家乡认同”转化为对基层治理的参与热情，体现了贴近性对治理场景嵌入的价值。

（三）资源整合力：协同治理的效能转化

依托党委、政府支持，县级融媒体中心可联动县域内政务、文化、社会等多方资源，形成“媒体+网格”“媒体+部门”的协同治理网络，成为衔接各方、推动治理效能提升的关键枢纽。这种整合力不仅提升治理效率，更能将

思政工作从宣传层面延伸至实践层面，通过解决实际问题强化价值认同。如永兴县融媒体中心搭建跨部门协作平台，与供水、供电、交通等部门建立常态化合作机制，实现政务服务信息的集中传递；同时，以媒体为纽带链接供需资源，创新“融媒体+助农”模式，联合农村合作社等开展“直播带货·融媒公益助农”活动，疫情期间通过10场直播实现销售额580余万元，切实解决农户销售难题。这些实践既是整合政务与社会资源的治理行为，也是通过服务强化认同的思政过程，在为群众解决实际问题的过程中，让群众直观感受到“党媒为人民服务”的宗旨，进而增强价值认同。

二、县级融媒体中心思政工作与治理融合的瓶颈

（一）传播断层：技术赋能不足导致的“覆盖盲区”

部分县级融媒体仍存在“重硬件轻运营”的倾向，虽搭建“两微一端”平台，但传播方式未能适配基层群众的信息接收习惯。例如，针对农村老年群体，短视频平台使用门槛过高；针对年轻群体，传统时政报道的表达方式缺乏吸引力。这种“技术悬浮”导致思政内容在最需要覆盖的群体中出现“传播空转”，更难以通过精准传播引导治理共识。

（二）内容悬浮：在地化表达欠缺引发的“共鸣缺失”

内容生产存在“上下一般粗”的问题，对上级政策的解读多停留在“原文转发”，未能结合本地案例进行具象化转化。例如，宣传“乡村振兴”时，若仅复述政策条文而不讲述本村致富带头人的故事，便无法激发群众的代入感；开展“家风建设”教育时，若脱离本地宗族文化、民俗传

统，思政内容就会沦为“外来说教”，削弱党的理论在基层的说服力，进而丧失治理引导的根基。

（三）机制僵化：行政化惯性带来的“闭环断裂”

部分县级融媒体中心存在“重宣传轻服务”的惯性思维，将工作重心放在“完成报道任务”上，而非主动介入治理过程。例如，面对群众在平台反映的矛盾纠纷，往往以“转交相关部门”为由终结流程，缺乏对处理结果的跟踪反馈，导致“民意表达——问题解决——价值认同”的治理闭环断裂，思政工作沦为“事后宣传”而非“过程参与”。

三、以党媒优势破解治理梗阻的“县域方案”

（一）构建“小而精”的传播矩阵：以精准覆盖强化思政穿透力

基于县域人口结构和信息习惯，打造分层传播体系：对农村老年群体，保留广播“大喇叭”、村级公示栏等传统渠道，播报方言版政策解读和本地新闻；对中青年群体，聚焦抖音、微信视频号等平台，制作3分钟以内的“政策微剧场”，用本土演员演绎医保报销、养老认证等民生场景，将思政元素融入生活细节；针对少儿群体，通过搭建沉浸式参与平台引导其主动体验、实践传承。如永兴县融媒体中心制作的医保微短剧《老张的后悔事》，以本土演员在本地场景演绎真人真事，生动普及居民医保缴费的重要性；组建“银都小主播宣讲团”，由小主播们在准备红色故事、录制宣讲内容的过程中亲身体悟革命精神，再传递给更多同龄人，实现“参与式认同”，这些都是构建精准传播矩阵的生动体现。

（二）挖掘“在地化”的内容IP：以本土叙事提升治理认同感

深耕县域文化资源，将思政主题转化为群

众可感知的本土符号。一方面，梳理本地红色故事、乡贤事迹，让群众在“听身边人讲身边事”中理解社会主义核心价值观；另一方面，聚焦乡村振兴、基层治理中的鲜活案例，以纪录片、Vlog等形式呈现，让群众产生情感共鸣。如永兴县融媒体中心组织当地市民演绎原创廉洁公益广告，将抽象的廉洁理念转化为群众熟悉的生活场景，增强对廉洁思政主题的认同感；同时围绕“乡贤回乡·建设家乡”主题开设《乡贤话发展》《情暖家乡 共赢未来》《一线故事》等专栏，通过乡贤参与家乡建设的真实故事，让群众体会到个人发展与地方治理的紧密联系，进一步提升对治理的认同。

（三）打造“轻量化”的互动机制：以闭环服务激活治理参与感

依托本地APP搭建“民意速办”平台，建立“1小时响应、24小时反馈”机制：群众可上传文字、图片反映问题，融媒体中心分类标注后，直接推送至对应乡镇或部门，同步显示处理进度；对复杂问题，启动“媒体+网格”联动，记者与网格员共同实地走访，形成调查报道推动解决，并全程公开处理过程。如永兴县融媒体中心开辟《安全·永兴》专栏，形成曝光——整改——反馈的督媒结合闭环管理模式，问题隐患整改完成率98.9%，这些实践通过互动机制为群众提供服务，有效激活了群众参与治理的积极性。

四、从“舆论引导”到“协同共治”的价值延伸

1. **基础层是凝聚共识。**通过精准传播和本土叙事，使党的理论和政策转化为群众的“日常话语”，减少治理中的思想阻力。如永兴县融媒体中心打造《理耀银都》栏目，以立体传播方式推动党的创新理论落地，实质是通过“话语重构”让理论融入群众日常生活，凝聚了社会共识。

2. **中间层是化解矛盾。**依托互动机制快速响应民生诉求，将媒体平台转化为“基层信访室”，降低社会治理成本。例如，永兴县融媒体中心在手机端APP开设投诉爆料平台，组建走访小分队深入村组化解矛盾，通过“问题解决”强化群众对“党媒为民”的认知，使思政工作从“说”到“做”。

3. **高级层是参与赋能。**通过引导群众参与政策讨论、治理监督，培养其主人翁意识，形成“党委领导、媒体协调、群众参与”的治理新格局。如永兴县融媒体中心制作反诈MV《不谎不盲》，带动群众主动转发传播、参与反诈宣传，在提升安全意识的同时，形成全社会共同参与安全治理的氛围，体现了参与赋能的效应，使思政工作从“外部要求”变为“内在自觉”。

五、结论

媒体深度融合背景下，县级融媒体中心实现思政工作与媒介治理融合的核心，在于以党媒属性为根基，将政治引领转化为治理行为，将治理效果升华为价值认同。永兴县融媒体中心的实践表明，这一过程需把握三个关键：在传播上，以“精准触达”替代“海量覆盖”，依托政治公信力实现思政内容的有效落地；在内容上，以“本土共鸣”替代“宏大叙事”，借助基层贴近性构建群众认同的意义体系；在治理上，以“闭环服务”替代“表面参与”，通过资源整合力推思政工作从宣传到实践的转化。未来，随着技术应用的深化，县级融媒体中心还需在数据赋能（如通过群众互动数据预判治理风险）、机制创新（如建立媒体参与治理的考核评价体系）等方面持续探索，为基层治理现代化提供更坚实的党媒支撑。

（作者单位：永兴县融媒体中心）

编辑/肖清



“扁担精神”永相传 ——回忆挑担子的记者

解建设

“扁担精神”是湖南电视台的精神图腾，是二十世纪70年代初，在极其艰苦的条件下诞生的。孟子曰：“生于忧患，死于安乐。”在社会生活环境发生巨大变化的今天，很有必要追寻湖南电视台的足迹，重温“扁担”记者的故事，传承“扁担精神”。

“呜呜呜”汽笛长鸣，轮船缓缓驶离长沙湘江码头。此刻是晚上十一点半，梅绍武坐在轮船船舱拥挤的条凳上，双手紧抱着十六毫米电影摄影机。他此行去安乡县采访春耕生产。第二天上午到达安乡，县委宣传部给他介绍了四五个农业学大寨的典型。安乡属于湖区，没有公路，从一个点到另一个点全靠步行。他在与湖北搭界的安金公社紧张地采访拍摄了一天抢种棉花。吃饭怎么解决？自掏腰包，交钱交粮票。

晚饭后，他看见太阳一晃悠，沉下去了，天边的几朵白云散开了，变成斑斓的晚霞。他估计明天应该是晴天，正是拍摄电视镜头的好天气。他想起了，安金公社书记对他说，前一段连日大雨，茫茫一

片，新华社记者等了一个星期一张照片都没拍成。为了抢晴天、赶进度，他下定决心，必须马上出发去下一个点安金公社采访稻作区的春耕。动身时安金公社书记扯住他的摄影机箱不放行，说：“你白天忙了一天，晚上休息一下，明天再走，有四十多里路哩。”他坚持要走，书记扯住不让走，拉拉扯扯，纠缠了半天。他叹口气，只得作罢。等书记走了，他看四下无人，悄然离去了。

借着朦胧的夜色，梅绍武一脚深一脚浅地上路了。走着走着，随身携带的东西越来越重，他出汗了，脱下了棉衣。看见前方有一处亮光，走近一看是家供销社。他进去买了一条扁担，把摄影机箱、灯光箱、装有十来卷电影胶片、棉衣等日常生活用品的旅行袋捆扎了一下，分成两头，挑起扁担上路了。四十多里夜路，漫漫无边，何处是个尽头！月亮昏晕，星光稀疏，除了远处零星的狗吠，整个大地似乎都沉睡过去了，只听见唰唰的脚步声在激励着人心！这声音像是红军穿越草地，像是边防战士踏雪巡逻，像是九三大阅兵

雄壮的步伐，像是急救的白衣天使疾速小跑，像是早起的环卫工人用竹扫帚在清扫大街，像是教室中粉笔书写唰唰唰……

晚上十二点，梅绍武头冒热气，挑着担子赶到了安全公社。一直等候的安全公社书记来不及寒暄，疑惑地问他：“你怎么一个人过来了，我们派去接你的人呢？”梅绍武一脸茫然：“路上碰个黑影，可能是来接我的。”原来，上一站安金公社书记发现人走了，立即给安全公社书记打电话，说湖南电视台的梅记者赶夜路过来了，你们赶快派人来接。

因为太劳累了，肩膀红肿，浑身酸疼，梅绍武在安全公社客房很快进入了梦乡。

第二天早上安全公社食堂开饭，公社书记当众批评派去接记者的人，“你怎么搞的没接到人？”这个人红着脸争辩说：“我走了好远好远都没接到，碰到个挑担子的黑影，我以为是农民。”“你以为记者应该是个什么样子？”“我觉得记者应该背个挎包，干部服胸前插个钢笔，拿个本子。”“你只认得插钢笔背挎包的记者，不认得挑扁担的记者”。擦肩而过，把记者当成农民，说明我们的记者真正与农民打成一片了，不分彼此。

梅绍武挑着担子，不辞辛苦完成了剩下的采访任务，历时一个星期。这条新闻专题名为《安乡春早》，时长8分钟。此后湖南电视台另有记者来安乡县采访，听说了这个故事，一段佳话就传开了。

从此，梅绍武一根扁担走天下，走村串户，跋山涉水，颤悠悠，颤悠悠，消失

在地平线的尽头。哪里需要哪里去，哪里艰苦哪里上！

1976年4月，中央广播管理局特邀梅绍武出席全国广播电视工作会议，他的“扁担精神”在业界被广为传颂。

梅绍武住在我楼下，中等身材，瘦削、硬朗、黝黑，脸上洋溢着微笑。他劲很大，握手握得生痛。我欲采访他，但他不在长沙。一打电话，才知他远在天涯海角，一谈谈了30多分钟。采访结束时，他说：“这个事不要讲了，那时候条件差，大家都是这个样子，最好不要提这个事。”我知道，他这是谦逊。初稿完成后，补充采访了两次。这位92岁的老人反复强调，那时候条件差，大家都一样。

我1978年5月份调入湖南电视台工作，梅绍武后来成为我的领导。他衣着干干净净，整整齐齐，冬天扣着风纪扣，夏天袖口不散。他工作兢兢业业，认真负责，写得一手漂亮的钢笔字，一笔一划，一丝不苟。对于他身体力行的“扁担精神”，我虽然有所耳闻，但只知其一，不知其二。通过这次对他的采访，完全了解了“扁担精神”的来龙去脉，豁然开朗。

“扁担精神”的实质是自力更生，艰苦奋斗；是迎难而上，愿意付出；是老一辈湖南电视人留下来的宝贵精神财富！让我们接过扁担，在振兴湖南广电的新征程上，挑出属于新时代的荣光！

（作者单位：湖南广播电视台离退休部）

编辑/刘凌

我国微短剧市场规模突破500亿元，首次超越电影票房

11月8日，2025年世界互联网大会乌镇峰会正式发布《中国互联网发展报告2025》蓝皮书。报告显示，我国微短剧用户规模达6.62亿，市场规模突破500亿元，首次超越电影票房，成为内容消费领域的新兴赛道。

“人工智能+微短剧”模式为行业拓展了新的想象空间，不仅提升了作品的艺术感染力，也为观众带来更加沉浸式的视听体验。微短剧的出海步伐也在加快。

（来源：传媒内参）

《微短剧行业生态洞察报告》发布：带动就业超133万，编剧成“命脉”

12月5日，首届微短剧编剧创享会于上海举办，《2025微短剧行业生态洞察报告》同步发布。报告显示，行业带动超133万个就业岗位，横店参演人次翻9倍，AI解锁“一人一剧组”模式，IP改编量激增17倍，清晰呈现微短剧从“小众内容”到“现象级产业”的跃迁，为行业提供专业指引。

（来源：央视网）

优酷：推出网络故事片全新合作模式 票房分成最高可达120%

12月8日，优酷发布2026年网络故事片合作模式：自2026年1月1日起，新上线的“网络故事片”分账票房将采用“会员收入×分成比例×拉新系数”的计算方式——无论选择独家或非独家合作，内容方在分账期内均可获得100%的会员观影收入分成比例；同时，为激励优质内容，平台将根据影片播出期间的会员拉新转化效果设置“拉新系数”，最高可达1.2，即在100%分成基础上，对广受观众喜爱的优质作品额外提供最高20%的激励。

（来源：优酷）

“2025年度中国媒体十大热词”发布

12月5日，国家语言资源监测与研究中心发布“2025年度中国媒体十大热词”，分别为：“十五五”规划、九三阅兵、全球治理倡议、DeepSeek（深度求索）、人形机器人、苏超、票根经济、育儿补贴、科学素养、网络生态治理。

（来源：中国新闻网）



3天破10亿播放，《家里家外2》成为年度现象级短剧

12月4日上线的川渝方言短剧《家里家外2》，凭借温情烟火气与精品化制作引爆市场，热度值连续6日破亿、4天观看量突破10亿；云合数据3天播放量破10亿，是云合最快破10亿的短剧，成为2025年短剧市场的现象级作品。

（来源：传媒内参）



湖南广电与张家界市达成战略合作

12月1日，湖南广电与张家界市政府、张家界市经济发展投资集团在长沙举行战略合作签约仪式，标志着湖南广电强势入局张旅集团重整，大庸古城重整盘活工作正式启动。

签约仪式上，张家界市委副书记、市人民政府常务副市长钟君表示，湖南广电拥有强大的平台矩阵与创新能力，在“文化和旅游融合”领域具备独特的媒创实力与产投能力。本次战略携手，必将开创“传媒+文旅”融合发展崭新局面。

湖南广播影视集团（湖南广播电视台）党委副书记、总经理、副台长蔡怀军表示，湖南广电将“推动文化和旅游深度融合”上升为集团公司（台）核心战略之一，充分发挥主流媒体的平台优势、传播优势和旗下两家上市公司成熟的产业体系优势，以文塑旅、以旅彰文。此次携手张家界，希望以自身优势资源激活当地文旅价值，助力张家界文旅产业再攀高峰，为湖南建设世界旅游目的地贡献更多力量。

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