

江西局：布局微短剧 “赣”出加速度

□江广

江西省广播电视局按照繁荣发展和规范并举的要求，坚持抓引导、抓服务、抓扶持，致力打造中部地区微短剧产业集聚区，全省微短剧产业呈现出强劲发展势头。

全方位引导 开辟产业发展新赛道

坚持谋定而后动，围绕制约江西微短剧产业高质量发展的问题，做好针对性引导工作。

出台政策引导。落实国家广播电视总局部署要求，深入开展调研，学习借鉴兄弟省市已有的激励政策，结合江西实际，江西局研究制定《关于促进江西微短剧产业高质量发展的若干措施》，在鼓励优秀剧本创作和精品制作、培育壮大龙头企业、加强版权保护、拓展金融服务扶持等10个方面给予扶持。目前，江西报业传媒集团与动信通(北京)科技集团、江西广电传媒集团与深圳中赢娱乐控股均已签约合作。

选好内容引导。牵头组建全省微短剧作家联盟，开展创作采风、交流、研讨活动。实施“微短剧+”行动计划，推动微短剧与文旅、科普、经典、品牌、非遗等领域融合。江西时刻互动科技股份有限公司拍摄制作的微短剧《高考万岁之金榜题名》结合抚州“才子之乡”的特点，将当地某品牌白酒植入剧中，实现了“微短剧+文旅”“微短剧+品牌”创新探索。

规范管理引导。围绕重大主题、重要节点组织开展全省优秀微短剧剧本征集评选活动，挖掘孵化重点网络微短剧精品项目。对违背公序良俗、为吸引眼球故意制造冲突、不符合时代精神的微短剧坚决予以叫停，推动全省微短剧向专业化、规范化发展。

去年，江西局推荐的3部微短剧《辣都传奇之双辣厨神》《武林外史》《海昏行》入选总局“跟着微短剧去旅行”创作计划推荐剧目，其中《海昏行》拟在央视播出。

全过程引领 营造产业发展好生态

坚持想企业之所想，做企业之所盼，通过打造优良的软硬件环境，努力激发市场主体活力。

审核提速。与赣江新区签订共建框架协议，成立江西网络微短剧备案服务中心，发挥该中心辐射功能，面向全国影视制作机构在江西备案开通“绿色通道”，提供微短剧创制、立项备案、成片审查等“家门口”管理服务。落实总局“分类分层审核”制度，依法依规实行审慎包容监管，对本省审核的“普通微短剧”实行“3+5”工作机制，即3个工作日内出具备案审查意见，5个工作日内出具成片审查意见，受到企业欢迎。

基地带动。着力打造赣江新区、上饶高铁经济试验区、鹰潭拾光光影影视基地等微短剧产业基地(园区)。支持赣江新区引进微短剧头部企业，打造集创作、拍摄、制作、发行、交易到衍生生产于一体的全产业链。

人才支撑。鼓励支持省管高校和民办院校与影视机构合作。赣江新区创建微短剧人才培养学校，开展群演、拍摄、灯光、道具、化妆等技能培训。同时，将符合条件的微短剧人才纳入“赣鄱英才计划”人文社科创新人才项目等省级人才工程相关推荐选拔范围，吸引微短剧高层次人才来赣创业。

服务暖心。统筹协调18个省直部门资源，建立“微短

剧+”行动计划专项工作机制，同时成立推进微短剧产业发展工作专班，并采取题材共商、资源共享、成片共审、作品共评、多方共赢“五共协作机制”，实行“一月一调度、一季度一会商”，定期调度有关部门参与“微短剧+”行动计划有关进展。构建精品创作全流程服务机制，定期收集问题清单，为企业提供一站式综合服务。加强对微短剧侵权行为监测和管理，依托赣江新区“江西网络微短剧版权维权中心”，为微短剧企业从创作到发行提供备案、平台、维权一站式的版权服务。

全渠道引路 打开产业发展新局面

坚持整合各方力量，努力盘活现有资源，推动全省微短剧产业提速发展。

联盟联动。联合中部6省份，全力打造“中部网络微短剧产业发展联盟”，并成立中部地区微短剧作家联盟。依托联盟深化微短剧扶持，鼓励联盟内部微短剧制作机构强强联合，打造更多具有引领作用和创新价值的作品。

试点带动。支持有条件的市、县开展“微短剧+”行动计划示范点，推出具有本地特色的创作计划。目前，永丰县的《遇见，我的欧阳修大人》、南丰县的《康都会议》等都已拍摄制作完成。

协会联动。筹建江西省广播电视和网络视听协会，专设网络视听委员会，并将全省从事微短剧相关的企事业单位和个人纳入协会，重点服务微短剧产业发展。发挥协会桥梁纽带作用，通过发布自律公约和风险提示等，凝聚行业共识，不断促进全省微短剧产业健康繁荣发展。

辽宁局：多管齐下 奏响融合发展乐章

□廖文

辽宁省广播电视局在网络视听领域积极作为，紧紧围绕宣传创作、阵地巩固、行业规范等重点工作，不断探索创新，成果丰硕。

精耕创作“试验田”

为丰富网络视听节目供给，辽宁局多管齐下，大力推动网络视听节目创作生产。

辽宁局组织开展各类征集展播活动，这也成为挖掘优秀作品的重要渠道。2024年网络视听节目季度评优、“中国梦 新征程”征集展播活动成果丰硕，共征集作品450余部，从中推选出100余部佳作。其中，网络纪录片《梦想的北方》、微短剧《欢喜一家人》、网络公益广告《传承·舞者》入选国家广播电视总局2024年“中国梦 新征程”原创优秀网络视听节目；网络音频节目《我和我的祖国》《乐器说》和短视频《候鸟旅行箱》入选总局网络视听节目季度优秀作品。

开展全省县级融媒体中心短视频征集推选和展播活动，有效提升县级融媒体中心短视频创作能力。举办全省网络视听节目内容创作培训班，为行业发展提供人才支撑。联合渤海大学举办的培训班吸引全省广播电视行业100余名学员参加，培训围绕网络微短剧行业发展、新媒体账号运营等关键内容展开。

筑牢宣传“主阵地”

辽宁局持续深化网络视听媒体首页首屏头条建设，以多种方式巩固网络视听宣传阵地，围绕重大主题主线开展全方位宣传。

聚焦全面振兴突破三年行动，指导广电新媒体平台推出《二十四节气》《主播说辽宁》等100余期新媒体作品，展现辽宁的新成就、新风貌。指导持证网络视听机构开设专区，展播优秀网络视听节目。

在IPTV平台的运营上，辽宁局也下足功夫。在重大时间节点，IPTV首页首屏开设专区，全国两会期间累计上线重点视频1364条、直播8场，点击次数达275万余次，累计播放时长313万小时。做好网络视听线上节目统筹调控，对IPTV和有线电视频道月度拟上线播出节目实行报备管理，把控节目质量。

辽宁局还配合省委网信办，协调重点持证网络视听机构做好网络安全宣传周的宣传工作，营造安全、健康的网络视听环境。

规范管理“促发展”

在网络微短剧、网络动画片管理方面，面对总局新规实施后网络微短剧申报备案数量大幅增加的情况，辽宁局积极应对，进一步优化审核流程，压缩审查时间，提升服务企业能力。全年为80余家制作单位核发备案系统登录密钥。

实施“跟着微短剧去旅行”创作计划，对相关制作机构给予全流程指导，选送的网络微短剧《中餐厅没有女主厨》成功入选总局该计划第五批推荐剧目，为网络微短剧与文旅融合发展提供了有益探索。

在行业管理上，辽宁局多管齐下，营造良好行业生态。依托省监测中心开展网络视听节目日常监测，全年制发《辽宁省

新媒体视听监管简报》11期，及时发现和处理问题节目。优化短视频APP及视频网站前置审核和备案审核流程，积极与相关部门沟通协调，完成8家民营机构前置审核工作。

按照总局部署，开展2024年“清朗视听”专项治理行动，严厉打击各类违法违规行径，切实维护网络视听行业秩序。此外，积极筹备推动成立辽宁省网络视听协会，为行业搭建交流合作平台，促进自律发展。

深耕冰雪“富矿带”

举办“视听中国——冰天雪地也是金山银山”短视频大赛是辽宁局2024年工作的一大亮点。2024年，大赛升级为省促进文体旅融合发展重点任务，并入选总局“视听中国”优秀短视频征集展示系列活动。在总局网络视听司支持下，辽宁局联合多部门和六省区广电局共同举办。启动仪式筹备充分，各地文旅广电局局长进行冰雪资源主旨推介，冰雪市集同步开启，展示了辽宁特色文旅产品。七省区联动直播、与各大网络视听平台合作，全方位展示辽宁冰雪资源，为参赛者提供丰富创作素材。

此外，辽宁局精心组织采风活动，邀请各地主流媒体、网络大V、旅游达人等组成50余人采风团，深入沈阳、本溪等地特色景点拍摄创作，聚焦冰雪自然风光、旅游、运动等内容，以短视频讲好冰雪故事，推动冰雪文化繁荣，激发冰雪消费活力。

截至2025年2月，大赛全网话题浏览量超4.4亿次，依托总局“视听新时代”账号矩阵宣传，总播放量超7.8亿，有力带动了各地冰雪资源宣传。

山东卫视：创新文化赛道 打造全媒体传播体系

2024年，山东卫视大力推进频道内部改革、文化节目“两创”及媒体融合发展，强化安全播出责任，守牢意识形态阵地，努力建设具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体，加快向综合文化服务运营主体转型。

建设内容创新新高地

山东卫视持续发力文化“两创”，重点文化节目取得突破性成绩，不断夯实平台影响力、公信力。在制作上守正创新、精益求精，作品有温度、有深度，坚持创作无愧于时代的精品力作。

深挖中华优秀传统文化精华，坚持守正创新，锐意进取。2024年，山东卫视推出大型文化综艺节目《戏宇宙》文旅季、《行进中国大运河篇》、《国学小名士》第七季、《中华家庭诗词擂台赛》等重点文化“两创”节目。《戏宇宙》荣获中国电视文艺作品最高奖——第28届中国电视文艺“星光奖”电视戏曲节目类，是其中唯一一档戏曲节目，成为戏曲文化节目新标杆，品牌效应凸显。《黄河文化大会》、《超级语文课》第二季分别入围第28届中国电视文艺“星光奖”电视文艺栏目、少儿电视节目类。《黄河文化大会》第三季入围国家广播电视总局“中华文化广播电视传播工程”重点项目，《黄河文化大会》第二季荣获第29届上海电视白玉兰奖提名奖。

此外，广泛布局文化短视频节目生产线，推出微综艺《跟着戏曲去旅行》、《台柱子》第二季、《岐黄说》、微纪录片《时光印记我和我的祖国》《小院来了年轻人》，微电影《风吹麦浪》《我叫张德正》《南山石》，网络动画片《师玄儿之礼乐传说》等轻量化新媒体产品。

潜心创作无愧于新时代的精品力作，坚守本心，谋求创新。“齐鲁文艺高峰计划”重点项目纪录片《昆崙》以季节为脉络，生动描绘昆崙山的一年四季，广受好评。持续升级文艺晚会类IP，创新推出《2024山东春晚》《2024山东卫视中秋晚会》《2024山东新年交响音乐会》《2024山东卫视元宵开学礼》《阅读的力量——世界读书日特别节目》等项目。《时光印记我和我的祖国》《云端上的守望》等



3件作品入选中国记协“我的代表作”。全年作品入选总局年度推优6件，入选总局季度推优5件，入选总局2024年“中华文化广播电视传播工程”1件，受到总局书面表扬4次。

开拓立体传播新生态

扎实推进媒体深度融合，加快新型主流媒体建设步伐，以精准运营持续提升品牌传播力。坚持用互联网思维全方位、系统性塑造主流媒体，探索打造“小屏引爆、大屏呈现、双向引流、立体传播”的工作机制。在传播上策划新媒体产品、打造热点话题、强化用户互动，持续输出具有广泛传播力的爆款产品。

全域矩阵布局，精准触达多元受众。作为山东省最具影响力的主流媒体，山东卫视积极拥抱媒体融合浪潮，坚持全媒体立体传播，持续构建了覆盖全域、精准完善的融媒体传播矩阵。积极响应中宣部政策调整，紧跟各大商业平台业务布局重点，重点运营B站平台，B站山东卫视号全年涨粉22万，全年总播放量5亿+，总互动量1774万，稳居站内全国省级卫视粉丝数第二；第一时间入驻小红书平台，山东卫视小红书号从去年6月入驻，目前涨粉20万，

稳居站内全国省级卫视粉丝数第一，总播放量7亿，总互动量2375万。

截至2024年，山东卫视全媒体渠道粉丝量突破4100万，年度视频播放量超90亿，网络热搜话题超4000个。

深耕打造垂类IP账号，创新运营引发网友喜爱。持续做大做强“山东卫视”主账号，同步打造“超级语文课”“戏宇宙”“黄河文化大会”“山东春晚”等多个垂类账号，在优质短视频创作和传播上精准发力。

截至2025年3月，《戏宇宙》节目的官方账号在抖音、视频号平台分别拥有粉丝23.4万、50.3万，是视频号平台戏曲类影响力较大的头部账号。“山东春晚”抖音号粉丝31.6万，视频号粉丝93.6万，视频号播放总量超6亿、转评赞超1000万。《黄河文化大会》抖音号粉丝20.93万，截至目前播放总量2亿、转评赞超360万。《超级语文课》节目矩阵粉丝206万，利用节目优秀教师力量和高强度曝光，还开展了教师培训、研学等活动。

短视频爆款全面“破圈”，利用新质生产力实现小屏端内容发展“新”跃迁。深挖黄河文化、戏曲文化等大屏重点文化综艺资源，深度短视频“二创”，引发网友情感共鸣。“中医少女黄琪惠”播放量超5亿。

节目《戏宇宙》文旅季全网话题阅读量达10亿，“我的家乡超有戏”新媒体互动活动全网阅读量(播放)量1.5亿，总局点赞节目实现了文旅与戏曲的双向奔赴。《黄河文化大会》第二季深度解读黄河文化、讲好黄河故事，成为微博综艺影响力榜单TOP1、B站热门综艺TOP3，全网话题阅读量超51亿，获第29届上海电视白玉兰奖最佳综艺节目提名奖。《超级语文课》第三季全网曝光量16.1亿，超400家媒体转载推荐，让大语文教育成为“文化热搜”，打造教学模式新样本。《行进中国大运河篇》在大运河申遗成功十周年之际播出，联动新华社及大运河沿线主流媒体共创直播，全网传播量11.1亿，受到总局表扬。《中华家庭诗词擂台赛》品牌迭代升级，全网话题阅读量16.6亿，视频播放量累计8亿。

开创跨屏合作新模式

打造跨屏节目、轻量化系列产品，以专业化能力打造高品质传播精品。

寻求跨平台合作模式新业态，赋能新媒体端小屏传播。2024年，山东卫视联合新华社客户端、抖音平台共同打造了纪实对话类专题节目《闪亮的智慧》，抖音平台播放量突破3.4亿次，相关话题阅读量超20亿次，点赞超60万。联合快手出品全新求职综艺节目《来活了老铁!》，快

手站内阅读量20.3亿。积极联动策划发起多种线上合作。《2024山东春晚》联动新华社微博开展“晒出2024第一张全家福”线上活动，活动微博话题阅读量超700万，互动量超10万次，共有超200位网友参加活动，成功向全国观众传递了山东春晚“爱国家、爱家乡、想回家”的主题，营造了温暖祥和的春节氛围。

《戏宇宙》文旅季联动新华社“秀我中国”推出衍生微综艺《跟着戏曲去旅行》。此外，每期节目还结合嘉宾特色，制作了“秀我中国推荐官”短视频，在推荐当地文化的同时宣传《戏宇宙》节目。据统计，《戏宇宙》第三季在新华社客户端和“秀我中国”小屏端播放量为2000万。

《2025山东春晚》与退役军人事务部宣传中心和新华社新媒体中心联合推出“老友友在哪儿”网络征集活动，活动及节目相关内容全网话题阅读量和视频播放量达1亿，互动量超100万，新华社推出多篇10万+微信文章。

2025年，山东卫视将把握大势，锐意改革，以创新思维作引领，以内容建设为核心，以具备“传播力”和“营销力”的项目IP为抓手，一体化打造“1+3”个传播平台，精彩大屏，强化小屏，激活私域，深耕线下，建设具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体，加快向综合文化服务运营主体转型。

