

网上中国

87部优秀网络视听节目获国家广播电视总局推荐

视听行业创新发展受到各方关注

海外网 李雪钦

为推动广播电视和网络视听高质量创新性发展，国家广播电视总局近日发布《广播电视和网络视听“十四五”发展规划》（以下简称《规划》），提出“十四五”时期广播电视和网络视听行业的主要目标，涵盖精品创作、国际传播、科技创新等领域。新机遇新挑战之下，未来网络视听行业如何寻求新的增长点，成为业界关注的话题。

优质内容成刚需

网络音频节目《那座城，那些人》表现戮力同心、抗击疫情的无畏精神；网络纪录片《敦煌：生而传奇》从全球视野揭开敦煌的神秘面纱；短视频《唐宫夜宴中的国宝》让博物馆里的文物鲜活、生动起来……国家广播电视总局办公厅近日公布2021年“弘扬社会主义核心价值观共筑中国梦”主题优秀网络视听节目推选结果，87部视听节目入选。据介绍，这些节目坚持正确舆论导向、价值取向，对网络视听节目创作具有示范引领作用，将在各地广播电视台和重点视听节目网站集中展播。

近年来，中国网络视听行业蓬勃发展，优秀节目日益丰富，供给能力不断提高。国家广播电视总局发展研究中心发布的《中国视听新媒体发展报告(2021)》指出，网络剧已走向追求品质的良性轨道，创作者常在作品中反映时代变迁、百姓生活等；网络综艺更加聚焦正能量的传播；网络纪录片快速发展，社会现实和文化艺术等题材成为热门；网络动画片表现出较大的技术和内容张力，常能打破观众圈层。

中国互联网络信息中心发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2021年6月，中国网络视频(含短视频)用户规模达9.44亿，占网民整体的93.4%。

“网络视听带给这个社会的改变是巨大的，不仅为产业带来了机会，更为人们的精神生活提供了食粮。”清华大学新闻与传播学

院教授尹鸿说，防疫期间，网络视听为社会的稳定，为人们幸福感的获得提供了非常好的支持。

《规划》提出加大优质节目供给、增强内容核心竞争力，重点实施网络视听节目内容提升工程等，不断推出思想精深、艺术精湛、制作精良的优秀作品，让大视听产业成为繁荣文化产业、发展数字经济、扩大内需的强力引擎。

四川大学文学与新闻学院教授王炎龙接受本报采访时说，视听内容创作要注意价值取向和舆论引导，发挥媒介产品的社会功能，同时也应注意内容的制作水平和创新表达。例如，目前乡村题材的短视频内容受到越来越多网友喜爱，快手话题“记录我的农村生活”内容播放量达1135亿次，抖音话题“新农人计划2021”的内容播放量超过767亿次。国家广播电视总局近日发布的《广播电视和网络视听全行业开展智慧广电服务乡村振兴专项行动》提出，充分发挥广播电视和网络视听宣传主渠道作用，多形式、多层次、多维度展示农民精神新风貌，展现乡村文明新气象；推动乡村振兴优秀剧目广泛传播，让更多乡村振兴题材的好作品进入好平台、好时段，发挥正向引领作用。

随着欣赏品位的提高，用户对精品内容的需求不断加强。北京大学视听传播研究中心主任陆陆说：“精品要有形有神、入眼入心，有感染力、爆发力，又要可长可久。精品，不但我们本民族的人喜欢看，不同国家的人也喜欢看。不但我们这代人喜欢看，下一代人仍然喜欢看。”



江西省新余市分宜县洞村乡竹编第五代传人李年根，凭借拍摄竹编技艺的视频迅速“出圈”，其短视频平台账号吸引了上百万粉丝。图为团队摄影师拍摄李年根的工作画面。

新华社记者 周 密 摄

“造船出海”受欢迎

“我从TikTok等平台认识了许多中国短视频博主，也了解到中国各地的风土人情。”来自德国的网友克劳斯说。

近年来，中国短视频平台及其内容在世界范围内越来越受欢迎。例如，李子柒因拍摄中国美丽的田园生活、弘扬中华传统饮食文化而在海外走红；“阿木爷爷”全流程手工打造的器物让外国观众纷纷点赞。网络视听作品已成为外国观众了解中国的窗口，为提升中国文化的影响力做出贡献。

依托互联网新载体，中国影视剧“出海”的步伐越迈越大。据悉，在第27届上海电视节的推动下，50部精选国剧今年6月至10月在德国、巴西、马来西亚等100多个国家的电视

台和新媒体平台播出，引发国外观众的追剧热潮。其中既有《山海情》《在一起》《大江大河》《跨过鸭绿江》等口碑良好的电视剧，还有《人间世》《奇妙之城》《风味人间》《舌尖上的中国》等广为人知的纪录片。

目前国产影视“出海”不再局限于海外发行这一维度，不少互联网公司开始自建海外平台，探索国产影视从“借船出海”到“造船出海”的新路径。例如，腾讯视频、爱奇艺、芒果TV等纷纷推出海外版。“为了持续向海外用户提供华语内容，腾讯视频海外版WeTV通过翻译字幕、本地化配音的方式，将优秀的中国文化、中国故事原汁原味地传播到海外地区。”腾讯视频相关负责人介绍。

《规划》提出，全力讲好中国故事，传播好中国声音，展示真实、立体、全面的中国，开拓短视频、网络直播等新兴服务模

式，打造精品内容国际传播矩阵，加强数字视听贸易培育支持等，拓宽“走出去”渠道和方式，进一步提升国际传播能力。

“主流官方媒体和自媒体可以一起发力，在内容和方式上互相补充，进一步打造全方位、多主体、多层次的对外传播格局。”王炎龙认为，对外传播不仅仅是主流官方媒体的任务，自媒体也可以发力。如部分博主借助TikTok等平台传播汉服、民乐、敦煌等中华文化，获得了较广泛的关注。

科技赋能传更广

国家广播电视总局相关负责人表示，以互联网为基础的全球信息沟通与文化交流，将是国际交流中极其重要的组成部分。网络视听作为现代传播渠道，在打造具有国际影响力的媒体集群中，作用举足轻重。

据《中国视听新媒体发展报告(2021)》分析，未来五年，“文化+科技”将成为网络视听产业的主流发展方向，在网络视听高质量发展中扮演引擎角色。从内容创作传播角度看，视频智能合成技术、视频大数据搜索系统、全息成像技术等视听技术将不断提升内容创作传播效率和互动体验。

《规划》提出，抓住科技创新这一“关键变量”，推进融合化、高清化、特色化发展，打造一批具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体，创新建立全媒体传播体系。推进高新视频发展，向用户提供超高清、VR、AR、全景视频、全息成像等高品质视听服务，更好地满足人们美好生活新需求，引领文化新消费。

目前，网络视听产业已形成会员、广告、版权、直播带货、IP生态开发等多种商业模式。国家广电总局统计公报显示，2020年网络视听用户付费、节目版权等收入超过830亿元人民币。网络视听行业迅猛发展的同时，仍存在不少亟待破解的难题，比如视听内容的侵权问题一直是行业顽疾，相关治理体系有待完善。“内容创作要成为创新激励的关键着力点。”复旦大学新闻学院教授朱春阳接受本报采访时说，对内容版权保护的力度应当加大，要让创新成为一件受保护的事情。

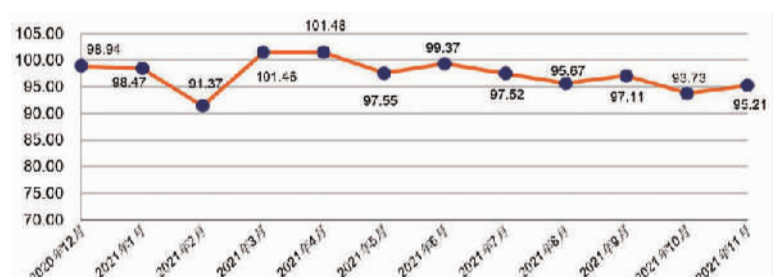
针对此类问题，业界积极探索解决之道。例如在视频搜索领域，人民日报社传播内容认知国家重点实验室与人民中科大学发布面向内容安全的“白泽”跨模态视频搜索引擎，可跨平台实现文字、图片、视频搜索，提供内容风控、反诈反恐、内容溯源辟谣、版权监测保护等功能。“科技创新重在解决用户体验中的问题，不在于提出新概念，而是从用户出发，以向善的科技理念，根据用户的全媒体使用场景，不断改善优化用户体验。”朱春阳说。

中国·永康五金指数

2021年11月份

2021年11月永康五金国内效益稳中回升，生产景气指数环比向好

11月份，五金产品生产景气指数收于95.21点，环比上升1.48点，生产形势回温。从十二大类行业来看，呈现七升五降格局，其中，日用五金电器、厨用五金、机械设备、机电五金、电子电工、通用零部件、安防产品七个行业环比上升；门及配件、车及配件、五金工具及配件、运动休闲五金、建筑装潢五金五个行业环比下降。



2021年11月份五金产品生产景气指数趋势图

一、商品销售利润较大提升，经营效益景气指数小幅上涨

11月份，企业经营效益景气指数收于95.31点，环比上升2.41点。其中，商品销售利润率景气指数为96.20点，环比上升10.88点；商品销售收入景气指数为90.29点，环比上升4.97点。从十二大类行业来看，呈现八升四降格局，其中机械设备、机电五金、电子电工、安防产品四个行业经营效益景气指数涨幅在15%以上。

二、商品客户量较上月缩减，市场需求景气指数环比下降

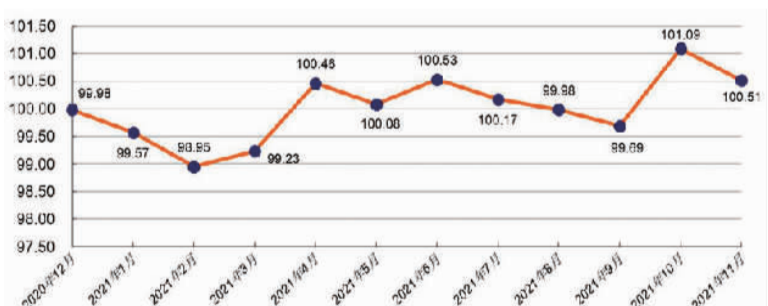
11月份，生产市场需求景气指数收于92.01点，环比下降2.50点。其中，商品客户数量景气指数为90.42点，环比下降4.07点；商品库存量景气指数为90.62点，环比下降3.18点。从十二大类行业来看，呈现七升五降格局，其中门及配件行业市场需求景气指数降幅居首，环比下降10.50点。

三、生产景气指数后市预测

11月份，生产经营状况的预期景气指数为96.73点，环比下降1.37点。预计2021年12月份生产景气指数会下降。

2021年11月永康五金市场需求与效益齐降，市场交易景气指数略有下行

11月份，永康五金市场交易景气指数为100.51点，环比下跌0.58点。十二大类行业景气呈现四升七降一平格局。结构性指标呈现不同程度波动，其中，要素供给景气指数环比上升1.07点，市场需求景气指数环比下跌1.09点，运营效益景气指数环比下跌1.01点，总体判断景气指数环比下跌0.89点。



2021年11月份五金市场交易景气指数趋势图

一、商品销售量降低，市场需求景气指数环比回调

11月份，五金交易市场景气指数为104.78点，环比下跌1.09点。其中，商品销售量景气指数为103.56点，环比下跌1.32点；商品顾客数量景气指数为102.73点，环比下跌0.61点。十二大类行业呈现四升八降格局，运动休闲五金行业降幅居首，环比下跌5.19点。

二、商品销售收入减少，运营效益景气有所下跌

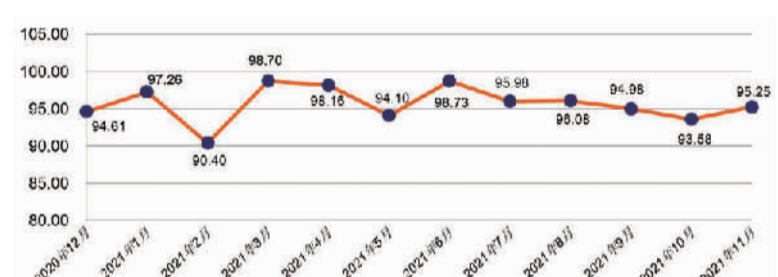
11月份，五金交易市场运营效益景气指数收于102.39点，环比下跌1.01点。其中，销售收入景气指数为103.26点，环比下跌2.44点；商品在货周转速度景气指数为103.22点，环比下跌0.58点；商品进货量景气指数为103.07点，环比下跌0.55点。十二大类行业呈现四升七降一平格局，车及配件行业降幅居首，环比下跌3.26点。

三、五金市场交易景气指数的后市预测

11月份，五金交易市场预期景气指数收于100.07点，环比上升0.14点。预计2021年12月份五金市场交易景气指数将上升。

2021年11月永康五金出口效益有所提高，外贸景气指数稳定上扬

11月份，五金产品外贸景气指数收于95.25点，较上月提升1.66点，出口势头好转。从十二大类行业来看，呈现八升四降格局，其中，车及配件、五金工具及配件、日用五金电器、建筑装潢五金、机械设备、机电五金、电子电工、安防产品八个行业环比上涨；门及配件、运动休闲五金、厨用五金、通用零部件四个行业环比下跌。



2021年11月份五金外贸景气指数趋势图

一、商品出口毛利增长良好，运营效益景气反弹上升

11月份，出口运营效益景气指数收于95.23点，环比上升2.53点。其中，商品毛利率景气指数为93.54点，环比上升6.92点；商品出口销售额景气指数为89.80点，环比下降0.48点。从十二大类行业来看，呈八升四降格局，其中建筑装潢五金、机电五金、电子电工、安防产品四个行业运营效益景气指数涨幅在10%以上。

二、商品出口订单小幅减少，市场需求景气略有回落

11月份，出口市场需求景气指数为95.09点，环比下降0.25点。其中，商品出口订单量景气指数为88.01点，环比下降1.86点；商品出口交货量景气指数为90.43点，环比下降0.66点。从十二大类行业来看，呈七升五降格局，其中运动休闲五金行业市场需求景气指数降幅居首，环比下降13.16点。

三、外贸景气指数后市预测

11月份，外贸预期景气指数收于98.65点，较上月上升0.69点。预计2021年12月份外贸景气指数会继续上升。

中国·永康五金指数编制办公室
2021年12月15日

数据来源：中国永康五金指数编制办公室(文中数据已经过进位处理，保留两位小数)

