



视频播客，好听又好看

本报记者 叶子

播客不再只能“听”了。

最近一段时间，视频播客的热度逐渐提升。有歌手录制视频播客，聊音乐聊创作，顺便推广新专辑；有名人开设视频播客新栏目，邀请各界人士一起谈话聊天；有已经更新了很久的播客节目，上线视频版本……从知名人士的深度访谈到素人主播的家常闲聊，视频播客的内容越来越丰富。

当以“声音”为核心的播客，增加了画面的维度，会带来什么新变化？

播客视频化

“就在上周，我打开一款常用的视频应用，首先给我推荐了一档视频播客，我看主题挺有意思，就点进去看了。”浙江省杭州市的白领王先生告诉记者，他看的这个视频播客，整体看起来有点像传统的访谈节目，但氛围更轻松，主要是把主播和嘉宾聊天的场景录了下来，画面比较简单，没有特别花哨的镜头运用，但是两人的对谈内容给他带来很多启发。

就像王先生所感受到的，视频播客是可以观看的播客节目。和传统音频播客的内容类似，视频播客有的是主播邀请嘉宾来进行对话，有的是几名主播围绕一个话题进行漫谈。复旦大学信息与传播研究中心等发布的《“对话的力量”——中文播客的公共价值报告》显示，播客单集平均时长达59分钟，但仍有61.5%的用户会完整地收听一个单集。纵观目前已经推出的各种视频播客，同样主打长内容，时长短则一小时，长则四五个小时，与短视频有着明显区别。

从形式上看，视频播客的录制场景并没有一定之规，有的节目制作精良，有专门的场地，精心布置，有的则比较随意，主播和嘉宾坐在沙发上或者小桌前，还有的只是将视频连线的画面拼凑在一起。有网友总结为：“下限家客厅，上限演播厅”。

B站相关负责人表示，视频播客形式多样，其中最常见的是双人对话，另外也有多人讨论、单人电台、固定嘉宾、非固定嘉宾等衍生形式。总体上，它和电视对话节目非常像。不过，从平台运营经验看，内容不应该被形式限制，更加重视视频播客在对话上的价值。

对于视频播客这一新形式，不少网友表示支持：“以前通勤路上常听播客，现在出了视频版更有意思了，和主播‘隔屏见面’了”



视频播客节目《TIANYU2FM》画面截图。



受访者供图

“很喜欢视频播客这种形式，可以看到嘉宾和主播互动时的微表情”“成为我的‘下饭视频’，时长很友好”……

也有人有不同看法：“2个多小时的长视频，看着看着就累了，容易走神”“画面几乎都是两人对谈，不够吸引人”“平常短视频刷习惯了，对于这么长的内容只想看个精华版”……

事实上，许多视频平台都有息屏后台播放的功能。对于视频播客，用户可以选择“看”或者“听”的方式。中国人民大学新闻学院教授高贵武认为，从本质上讲，播客视频化更多是一种需求适配。“行业通过调整内容形态，既服务于希望观看的受众，也兼顾只想听声音的受众，本质上是对用户多元需求的精准回应。”

市场调研公司益普索发布的《声入人心：2025年播客行业报告》显示，高达95%的受访者知晓视频播客，在了解但未观看过视频播客的受访者中，85%表示出强烈的观看意愿。B站发布的《视频播客出圈计划营销合作规划》显示，2025年第一季度，B站视频播客在运营、产品完全没入的情况下，受众已经超过了4000万，用户观看时长增长至259亿分钟，同比增长超过270%。

信息更丰富

提到播客，很多人联想到的词是“耳朵经济”。长期以来，音频内容以陪伴性强收获用户青睐，在通勤的地铁上、散步的公园里，

或者吃饭时、睡觉前，许多人都会选择收听播客作为陪伴。当以“声音”为核心的播客走向“视频化”，给用户带来哪些不同的体验？

家住北京市朝阳区的李女士一直有收听播客的习惯，也看了许多视频播客，在她看来，视频播客的一个明显优点就是能提供更大的信息量。“例如我常听的一个播客，每期都会请不同的嘉宾，有一次邀请的是一名作家，此前我并不认识她，如果是听播客，我只能听到她的声音，了解她的一些观念，后面还要专门去搜索嘉宾的照片等信息来补充。”李女士说，“而通过视频播客，我能直观看到嘉宾的样貌、言谈举止，还有嘉宾和主播之间的互动，就能产生更深的印象。”

《声入人心：2025年播客行业报告》显示，人们更喜欢视频播客的主要原因在于：信息传递更丰富、视觉记忆更深刻、更能直观观察嘉宾的情绪变化等。

不少从业者将视频播客的优势归纳为信息密度和情感链接两点。一方面，增加的视频画面里，有环境信息、人物形象、字幕，还有作为背景补充进去的图表、图片、短视频等，能够帮助用户更好理解播客内容；另一方面，长时间观看视频会让人产生情感链接，观众对主播和嘉宾的信任度、亲密度等都会提高。

不过，对于创作者来说，制作一档视频播客并不简单。

李天宇和李天域共同创作一档播客节目

《TIANYU2FM》，定位为“每期对谈一个有价值的声音”，通过与嘉宾对谈来和未知领域及知识互动。在已经播出的节目中，他们和社会学家一起聊现代人的情绪、和脑科学博士一起探究如何提升记忆力、和医学教授一起解码冥想的作用……2022年10月起，他们试水视频播客，单期节目时长多为1小时以上，在B站已积累16.8万粉丝。

“哪怕只是最轻程度的视频剪辑，都比想象中要难得多。”李天宇告诉记者，相较于纯音频，视频播客对技术储备提出了跨越式要求。一般而言，制作一期播客需要先定选题、约嘉宾，准备提纲、采前沟通，然后正式录制。如果只是制作音频节目，一天就可以剪辑完成，而做好视频则需要花上四五十天时间。

加字幕、加特效、切分镜头、调整画面色调、补充背景信息……视频制作需要“精工出细活”。有其他主播也表达过类似意思：视频播客的人力与时间成本是纯音频播客的四五倍。

商业化前景

即使你没有看过完整的视频播客，很可能已经刷到过相关片段。在北京一所大学就读的学生小周说，她最初就是在社交媒体上刷到了某视频播客的片段，然后才找出完整节目来看。



近日，山东省滨州市沾化区利国实验学校学生来到山东星界创新机器人有限公司机器人训练场，近距离体验感知人工智能机器人，激发他们对科学探索的兴趣。

李向中 张学福摄影报道

山 东 沾 化 小学生走近智能机器人

近日，山东省滨州市沾化区利国实验学校学生来到山东星界创新机器人有限公司机器人训练场，近距离体验感知人工智能机器人，激发他们对科学探索的兴趣。

李向中 张学福摄影报道

对于视频播客这一新形式，不少网友表示支持：“以前通勤路上常听播客，现在出了视频版更有意思了，和主播‘隔屏见面’了”

对于视频播客这一新形式，不少网友表示支持：“以前通勤路上常听播客，现在出了视频版更有意思了，和主播‘隔屏见面’了”