

总局工作信息

2019年11月全国拍摄制作电视剧备案公示。全国电视剧拍摄制作备案公示的剧目共81部、3071集。按题材划分,当代题材55部、1989集,分别占公示总数的67.9%和64.77%,其中,当代军旅题材1部30集,当代都市题材37部1380集,当代农村题材10部358集,当代青少题材1部20集,当代涉案题材1部41集,当代科幻题材1部20集,当代其它题材4部140集。现代题材4部、156集,分别占公示总数的4.94%和5.08%。近代题材13部、582集,分别占公示总数的16.05%和

18.95%。古代题材9部、344集,分别占公示总数的11.11%和11.2%。

公布2019年网络视听节目精品创作传播工程评选结果。为进一步加强网络视听精品创作生产,促进网络视听节目提质升级,2019年国家广电总局继续实施网络视听节目精品创作传播工程征选推广工作,得到社会各界的积极响应。2019年网络视听节目精品创作传播工程在征选中,着力发掘反映国家经济社会民生、国防军事科技等领域重大进展,反映当代中国各项事业发生历史性变化和取得历史性成就,反映新

时代奋斗者昂扬向上、砥砺奋进精神面貌的重大现实题材作品。经各中央直属单位和省级广电行政部门推荐,总局组织专家进行多轮评审,最终评选出11部优秀网络视听作品作为2019年网络视听节目精品创作传播工程重点扶持作品。浙江获奖的有《云过天空你的新心》《摇滚皮影》。

公布2019年第三季度优秀国产电视动画片。为促进国产电视动画片精品创作生产,充分发挥优秀国产电视动画片的示范带动作用,经省级广播电视行政管理部门、中央广播电视总台初选,国家广播电视总局组织专家评审,确定《八仙过海》《篮球旋风》《小凉帽之白鹭归来》等12部国产电视动画片为2019年第三季度推荐播出优秀片目。这些作品坚持正确价值导向,具有较高

艺术水准和制作水平。浙江获奖的有《阿优的烦恼(二)》《舒克贝塔第一季》《少年师爷之智慧丝路》。

公布“弘扬社会主义核心价值观 共筑中国梦”主题原创网络视听节目征集推选和展播活动结果。为引导和激励优秀网络视听节目制作播出,不断提升网络视听节目内容品质,国家广播电视总局今年继续组织开展“弘扬社会主义核心价值观 共筑中国梦”主题原创网络视听节目征集推选和展播活动。经省级广电行政管理部门和中央直属单位推荐,广电总局组织专家组审核,最终确定优秀节目名单共67部,剧情类23部,非剧情类44部。浙江省局推荐的《浙江有人物》和《浙水千秋》入围非剧情类。

(据总局文件)

5G来了,电视媒体怎么“融”

5G的正式商用,将促进媒体加速变革和迭代。特别是在人工智能、云计算、大数据、虚拟现实、区块链等新兴技术的引领下,数字媒体正向智能媒体跨越,整个传播格局面临变革,包括内容生产、传播平台、传播方式、传播终端和消费方式。

当网络视频泛在化,视频不再是电视媒体的“独门秘器”时,电视媒体的核心竞争力是什么,如何加快融合转型,形成强大竞争力?这是电视媒体的必答题。

融合转型产生传播力 形成新型产品和供给力

当前,视频领域涌进许多竞争者,圈走大量观众。对观众和用户而言,电视媒体原有的价值已经减损。如果电视媒体不能及时洞察趋势并锐意改革创新,形成满足新需求的服务产品和供给能力,改变传统,则会出现营收萎缩、人才流失,甚至运行困难。

2018网络视听付费用户规模达3.47亿,同比增长23.93%;网络媒体广告增长60.37%;网络视听行业视听规模2016亿元,同比增长39.1%,撑起了广播电视行业收入增长的天空。今年前三季度,爱奇艺会员服务收入为37亿元,同比增长30%,在总营收中占比超过50%,订阅会员总数超1亿,同比增长31%。对比传统电视业务,有线电视用户下降、收入下降,传统电视广告全线下降;今年前三季度,10家广电网络上市公司营收同比下降11.36%,净利润总额同比下降13.83%。数据显示,传统电视业务不可逆转地滑入衰落期,新型视频业务在创新中表现出巨大的成长性。

单个电视台和有线网络对于行业寒意的体感可能更明显。它们该往何处突围?这是几年来业界学界热议和探索的话题。近年来,传统电视媒体在融合转型方面做了许多探索。

一方面开辟网站,打造电脑和移动客户端,有实力的媒体还着力打造开放的网络视频平台,这些重量

级的新媒体应用显示出推进全媒体转型的决心;另一方面借助商业机构的微信微博、小程序和短视频平台,大力发展轻量级的新媒体业务,电视台节目特别是新闻节目借助商业网络平台,传播力明显提高。

从“人找信息”到“信息找人” 凸显价值优势和专业优势

我们已进入新兴媒体时代。目前我国网民8.54亿,其中手机网民占99.1%,网络视频用户占89%;人均每天观看短视频的时间达127分钟,超过了电视的117分钟;IPTV(交互式网络电视)用户超过2.8亿,互联网用户超过2亿,网络成为视频消费主场。移动互联网成为信息传播主渠道,新闻客户端和各类社交媒体成为人们特别是年轻人的第一信息源。过去是“人找信息”,现在是“信息找人”。

人在哪儿,媒体传播和服务的重点就应该在哪儿。电视媒体要顺应新变化,推动新变局,坚持导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要,在体制机制、政策措施、流程管理、人才技术等方面加快融合步伐,坚定推动融合转型,积极拓展新空间。

坚守党的新闻舆论工作的职责使命,坚持正确的政治方向、舆论导向和价值取向,发挥宣传主阵地主力军作用,既是电视媒体的职责也是优势。满足观众和用户对公信力的需求,仍然是电视媒体基础性竞争优势。新闻宣传做得越贴近观众,经营状况也就越好。

坚持守正创新,顺应观众需求变化,创新节目内容、形态和话语方式,巩固扩大宣传主阵地,凸显政治优势,是电视媒体融合转型发展的首要选择。

融合转型实质是媒体迭代,迭代是传统优势的转化和新优势的形。目前来看,我国媒体融合发展整体优势还没有充分发挥出来。这在电视媒体方面尤其突出。一方面,要发挥整体优势,把制度优势转化为巩固壮大主流思想舆论的综合优势。在一些融合转型案例中,一些台利用综合优势打造新型传播平台,大屏小屏并重,客厅与移动场景并重,构建新闻+政务+服务的新型主流媒体模式,创新服务产品,拓展垂直类服务,实现了传播业务和运营模式的转型。另一方面,要强化专业优势。5G为各种形态的视频产品制作传播消费提供了极大便利,让更多主体进入视频市场,但电视媒体在视频采制创作上仍具专业优势。当前,电视媒体不能跟着商业视频平台走,而要走差异化路线,突出专业视频和主流媒体服务优势,加快发展高新视频、互动视频、短视频业务,收缩传统战线,把精简精办频道和媒体融合结合起来,把主要资源投入到提高节目质量、创新节目形态和丰富传播手段上来,投入到驱动媒体融合转型上来,加快建成新型主流媒体。

由数字化向产品化升级 加快拓展全媒体发展空间

由数字化向智能化升级,加快拓

展全媒体发展空间,是当务之急。发展空间大,成长性就高,竞争力就强。国家广电总局正同步推进智慧广电工程、全国一网整合与5G应用,电视媒体要抓住这一机遇,积极作为,强化新技术引领和业务集成协同,革新传统的单一模式,向新兴视频媒体平台和综合信息服务提供商迭代,拓展发展空间,变革发展模式。

电视台要由传统广告经营向数字广告和全媒体经营+垂直平台转型,打造版权运营、广告运营、数据营销、活动营销、数据业务、媒介代维、垂直经营、视频电商+社区营销等多重运营模式;有线电视网络要向广电宽带数据信息网络转型,在强化基础业务运营,发展高清、超高清、互动点播的同时,对接和提供智慧城市、智慧医疗、远程教育等智慧服务,建设智慧媒体平台、新闻聚合平台、新时代文明实践中心平台,开展智慧医院、智慧学校、智慧公路、智慧酒店等新服务业态,参与本地信息化和数字乡村建设,加入数字经济发展大循环。

媒体融合是篇大文章。电视媒体融合转型是这篇大文章的重点和难点。做好这篇文章,要整合媒体资源,调整优化媒体布局,才能实现融合转型,形成5G时代的竞争力。

(来源:《人民日报文艺》公众号)

