

影视天地

没有进度条、不能倍速观看……看起来“老派”的看电视方式,却拥有不少年轻观众。在媒介传播渠道不断迭代的当下,“老故事”不经意间成为许多家庭看电视时的选项。

今年2月,由国家广电总局指导、中国广电集团主办、北京歌华有线承办的“重温经典”频道迎来开播一周年。中国视听大数据(CVB)显示,截至2025年1月31日,“重温经典”频道已排播154档节目,其中包括电视剧65部、动画片52部、纪录片35部、文艺节目2部。有线电视端累计收视时长17.2亿小时。

“重温经典”频道开播一周年——

经典电视作品何以常看常新

唤醒不同年龄层观众的荧屏记忆

2023年以来,国家广播电视总局联合相关部门,积极展开针对电视“套娃”收费及操作复杂现象的专项治理行动,取得显著进展与成效。在此背景下,“重温经典”频道应运而生,旨在进一步优化电视内容服务,丰富优质免费内容的供给。

“重温经典”频道汇聚了大量为人民群众所喜爱且经久不衰的经典视听佳作。据统计,“重温经典”频道收视靠前的四部作品分别是20世纪80年代版电视剧《西游记》、20世纪80年代版电视剧《红楼梦》、20世纪90年代版电视剧《三国演义》、20世纪90年代版电视剧《水浒传》。在中国人民大学新闻学院副教授何天平看来:“即使处于不同社会发展时期,今天重温这些经典佳作,亦能透过一部部优秀作品,获取共通的价值取向。”

自频道开播以来,150余部经典作品在荧屏重现。当电视剧《渴望》中刘慧芳推着自行车穿过筒子楼时,改革开放初期市井生活的烟火气息扑面而来;电视剧《士兵突击》里许三多紧握的军用水壶,则镌刻着新世纪奋斗者的精神密码……这些穿越时空的电视符号,以独特的艺术语言再现了中国社会的发展变迁,唤醒了不同年龄层观众的荧屏记忆。

让经典再次焕发艺术生命力

过去,不少老年观众因视听设备操



电视剧《士兵突击》海报。



电视剧《父母爱情》海报。



20世纪80年代版电视剧《红楼梦》海报。



20世纪80年代版电视剧《西游记》海报。

作复杂、节目内容选择有限,难以方便地享受经典影视作品。如今,“重温经典”频道通过构建“全场景传播生态”打破了这一局限。这个频道不仅拓宽了播放渠道,还将经典作品带入酒店、养老院等公共服务空间,让老年人在熟悉的环境中轻松享受高质量的观影体验。

全场景传播体系的建立,也让经典作品突破时空壁垒,在代际对话中焕发新生。在“经典进校园”系列活动中,创作者看到大学生们通过弹幕为电视剧《父母爱情》续写剧情。中国传媒大学的经典影视数字化实验室中,动画片《天书奇谭》的AI修复过程被转化为沉浸式体验,年轻参观者通过VR设备得以看到80年代动画师的手部运动轨迹。

数据表明,频道开播后35岁以下观众占比达58%。“重温经典”频道的创新探索正体现了线上与线下深度融合的趋势。通过电视端与新媒体平台的结合,经典作品的传播不再局限于传统电视播放,而是通过社交平台与短视频应用等现代传播手段,进入年轻人的视野。正如中央文史研究院馆员仲祥所言:“当经典作品突破传播藩篱,便自然成为连接代际的精神桥梁。”

此外,“经典进校园”沙龙和文化展览等活动进一步促进了经典内容在校园、影院和社区等不同空间的传播。上海美术电影制片厂艺术总监速达介绍:“动画片《黑猫警长》的每一帧手绘都蕴含着对科学的敬畏。”这些幕后故事通过社交媒体传播,也激发了年轻观众

对传统动画工艺的兴趣。正是在线上线下结合的传播生态中,经典作品再次获得新的生命力。

为当下文艺创作提供宝贵创作经验

“重温经典”不仅在于怀旧,更在于为当下文艺创作提供宝贵创作经验。

1983年版电视剧《射雕英雄传》作为首部在内地播出的香港古装武侠剧,塑造了“侠之大者,为国为民”的价值观念,影响了几代观众,播出后引发创作者对武侠创作的讨论。1991年中央电视台自制播出的大型纪录片《望长城》,以纪实风格深刻展现了中华民族的历史记忆,其对“真实”本质的追求,对当下纪录片创作仍有深刻启示。

中国文艺评论家协会副主席王一川表示,“经典之所以让人念念不忘,成为承载观众集体记忆的文化富矿,是因为这些作品植根于中国大地、厚植于中华文明的沃土,其中蕴含着丰富且独特的创作经验。”

一年来,“重温经典”频道注重让编剧、导演、演员重新讲述幕后故事,这些故事既是酿造经典的原浆,也有启迪未来的引子,让创作者在经典中寻找下一部经典的支点。

牛梦笛 王浙哲

纪录片《文运中国》开播 让世界看见文化繁荣的中国

3月4日,纪录片《文运中国》于每周二22时在东方卫视、优酷、腾讯等平台播出。纪录片共4集,通过两位外籍友人游历中国的第一视角,向海外受众呈现中国5000多年悠久灿烂的文明史以及新时代下中华优秀传统文化的生机与活力。

该片通过《生生不息》《历久弥新》《千年遗蕴》和《合和共生》四个篇章分别展现了中华优秀传统文化的传承与赓续、新时代下中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展、中国非物质文化遗产的传承与保护以及中外文明的交流与互鉴四个维度。

此次《文运中国》邀请的两位外籍探访者,一位是在中国生活了25年的英国人牛,他是中华文化的深度爱好者;另一位是法国女生魏无瑕,她是网络视频博主,10岁起在法国学习中文,现在是上海戏剧学院研究生。摄制组与两位外籍探访者先后走访了杭州良渚古城、扬州大运河、曲阜孔庙、景德镇陶溪川、广东潮州、福建泉州等16处文化地标(其中9处为世界文化遗产),跨越中国的东西南北,总行程达2万余公里。这些地标涵盖了中华文明探源工程、国家文化公园建设、古建筑修复与保护、非物质文化遗产传承、少数民族文化与乡村振兴、全球文明倡议等多个层面不同类型的文化现象。

在澳门,大牛和向导开启

吴翔



了一场城市漫步(City Walk),在此过程中看澳门特别行政区政府对历史街区的保护以及年轻一代澳门市民对本地文化的热爱;在景德镇陶溪川,两位“洋景漂”通过分享在中国瓷都艺术创作的过程,向观众揭开了千年窑火不熄的奥秘;在贵州,非物质文化遗产苗绣与火爆网络的“村BA”赛事相结合,让中国广袤的西部地区以更加多元的模样呈现在世界面前;在上海,一场结合了英国、荷兰、中国三方团队创制的音乐剧在黄浦江畔成功首演,展现了上海这座国际文化大都市独特的艺术魅力……纪录片将用一场场文化之旅,带着观众读懂风景背后的中国。

作为国家广电总局2024年“记录新时代”精品纪录片项目,《文运中国》将在东方卫视《新纪实》时段首播,看东方APP、优酷、腾讯、爱奇艺、哔哩哔哩等新媒体同步播出。4月初,《文运中国》将登陆CGTN英语新闻频道以及凤凰卫视海外多个平台全球播出。

《真心英雄》创新表现英模事迹

开年大剧中,政法剧《真心英雄》因单元剧的独特形态和强烈的现实意义备受关注。由中国电视艺术委员会主办的电视剧《真心英雄》研讨会近日在北京举行。

中国视听大数据显示,该剧播出期间收视率稳居榜首,连续十二天占据卫视收视榜第一;网络平台上,《真心英雄》在优酷、腾讯视频、爱奇艺等各平台榜单皆占据前列,掀起了观众追剧热潮。对此,出品方、制作机构代表、上海耀客文化股份有限公司副总裁、总编审孙昊认为,英模剧想要吸引观众,必须在内容和形式上都进行创新。

回顾创作历程,该剧主创代表各自分享了创作体会。《公诉人》单元导演金琛表示,这一单元不仅呈现了追求公平正义的显性主题,还挖掘了寻求人性善恶空间的隐性主题。《罗平安》单元编剧谢晓旭表示,通过基层民警的故事,不仅致敬了



政法工作者,更传递了一种价值观:英雄并非遥不可及,真正的英雄主义是在琐碎中坚守初心,在逆境中永不言弃。

研讨会上,中国文联电视艺术中心主任赵彤高度评价《真心英雄》,认为该剧与以往政法题材影视剧不同,它不再是单一故事的讲述,而是集成了多个故事,系统展现了政法剧的魅力。

北日

“哪吒2”跻身全球影史前六 它托举起的市场远不止150亿元

截至2025年3月10日晚,《哪吒之魔童闹海》(下称《哪吒2》)以超149亿元的总票房(含预售及海外),在全球影史票房榜上更进一步,跻身前六。

如今排在小小哪吒身前的,是具有跨时代意义的科幻冒险之作《阿凡达》和它的续作,以及导演詹姆斯·卡梅隆的另一部巅峰之作《泰坦尼克号》、漫威迪士尼集大成者《复仇者联盟4:终局之战》,很快也将被“哪吒”追上的《星球大战:原力觉醒》。这无疑又是一个值得庆祝和纪念的历史性时刻,而且哪吒托举起的市场,早已远远超过150亿元,甚至是数倍。一部电影的热映,其影响力不及基建、制造业等传统产业支柱,但对文旅商业体消费,具有相当的积极意义。

最直接的自然是票房贡献。《哪吒2》远超预期的票房收入将直接流入院线、发行方和制作方,并带动电影产业链的现金流。更重要的是,高票房可能促进资本对国产动画产业的后续投资,有望推动更多优质内容产出,推动相关技术(如特效、3D建模等)的研发投入,促进文化科技产业发展。与此同时,电影产业涉及制作、发行、宣传、放映等多个环节,票房大卖,可稳定相关岗位(如影视制作人员、院线员工等),同时增加地方税收。

高票房意味着更多人愿意走进影

院,而影院多位于商业综合体,观众在观影前后倾向于在周边餐饮店消费。有数据显示,上海大悦城、环球港等商圈影院,周末观影高峰时段,餐饮区客流量通常增长30%至50%。2月,《哪吒2》对于上海商圈餐饮、零售、交通等消费的带动作用明显,甚至可以说《哪吒2》吸引了更多观众重返影院,推动了线下娱乐经济回暖。

爆火之后,《哪吒2》的IP价值也得到充分释放。除了直接带动电影主控发行方光线传媒实现股价飞升,泡泡玛特的哪吒手办盲盒也是上架即售罄,现在购买最早6月底才能发货。据不完

全统计,约20个品牌与《哪吒2》达成官方合作,涵盖食品饮料、日化、汽车、互联网、数码、潮玩等多个领域,这也一定程度上促进了制造业和零售业增长。

当然,一部好电影对于实体经济的刺激和助推,远不止于此。

比如,那年《爱情神话》出圈,让武康路、安福路等“海派街区”游客量在一月内增长超50%,带动沿线咖啡馆、买手店消费;后来《繁花》又带火了黄河路、和平饭店,相关Citywalk路线搜索量暴涨;再后来《好东西》让相关的冰淇淋、快餐店、美术馆都成了时髦男女争相打卡的香饽饽。可见,影视作品



随着《哪吒2》火爆,生产商加快制作“哪吒”手办满足影迷需要。 新华社/传真



的火热,对城市文旅的IP化也有着积极的效用。

比如,上海国际电影节每年吸引数十万影迷参与,其间酒店、机票预订量环比增长15%至20%;《疯狂动物城》主题区开放后,迪士尼周边酒店预订量再增长20%;上海油罐艺术中心举办的《阿凡达》特效艺术展,吸引全国游客,门票与衍生品收入超千万元。可见,电影不仅是文化产品,更是实体消费的引流工具,通过“观影+餐饮+打卡+住宿”的链条,电影能将线上流量转化为线下消费,尤其在年轻群体和文旅融合场景中效果显著。

孙佳音

《难哄》讲述浪漫都市爱情

都市爱情剧《难哄》日前在优酷独家开播,并同步登陆海外平台。该剧改编自晋江作者竹已的同名小说,讲述了曾约定考同一所大学的桑延(白敬亭饰)、温以凡(章若楠饰)因误会而错过彼此,阔别9年后再度邂逅,温以凡在桑延的温柔守护下慢慢走出阴影,重新拥有追求爱情的勇气与直面一切信念。

精致的镜头语言、浪漫的氛围感塑造以及演员细腻动人的表演,让该剧一开播就吸引许多观众沉浸式追剧。温以凡和桑延共同成长、相互救赎的人物故事,讲述了勇气、坚持与自我超越的可贵。

《难哄》是优酷生花剧场升级后播出的首部青春题材作



品。据介绍,优酷生花剧场还将上线《吃饭跑步和恋爱》《樱桃琥珀》《以你为名的夏天》《我在顶峰等你》《谢谢你,听见我》等作品。

李夏至