

# 这5年,我们追过的那些剧

近年来,许多观众曾随着《繁花》中宝总的命运波动而心潮起伏,也想去上海黄河路走走,尝尝汪小姐最爱的排骨年糕;不少人被《我的阿勒泰》中那片纯净的天地圈粉,把阿勒泰列入旅行清单;也有人沉浸在《庆余年》的剧情里,想与范闲一同饮酒放歌、吟诗抒怀。

现象级作品不断涌现并日益融入我们的生活,这背后,是广电视听行业过去5年的全面跃升。“十四五”期间,中国共生产1500多部电视剧、网剧,纪录片总时长突破35万小时,微短剧创作量达15万部。这股强劲的内容生产力,正通过不断升级的传播体系触达更广的人群:广电5G用户突破3500万,海外观众圈不断扩容。



## 1 精品迭出

“观看完电视剧《山花烂漫时》后,张桂梅校长为大山女孩们奔波操劳的事迹把我感动得多次流下眼泪。”一位95后观众在社交媒体上这样写道。这部讲述张桂梅和华坪女高故事的电视剧,播出期间相关话题阅读量突破80亿次。

优秀的作品内容丰富多样。《繁花》用电影级的镜头语言,再现了20世纪90年代上海日新月异的发展图景,勾勒出人们追逐梦想的蓬勃朝气,甚至带动了同款排骨年糕热销。《小巷人家》则将镜头聚焦时代变迁中的江南人家,一碗阳春面、一台老式缝纫机……唤醒不少观众的时代记忆。

古装题材也展现出多样性。《藏海传》充盈东方美学韵味,在海内外备受观众追捧;《白月梵星》的精良特效令不少观众津津乐道。一些爆款剧集还呈现出更广泛的衍生效应。“北京到底有谁在啊?”《玫瑰的故事》中的这句台词成为网络热梗,相关短视频二次创作播放量突破20亿次。北京文旅部门顺势推出“玫瑰线”城市漫步路线,深受欢迎。

经典老剧的生命力也依然强劲。2024年,由中广天择主办、北京歌华有线承办的“重温经典”频道开播,迄今观众累计已突破3亿人次,《西游记》《红楼梦》等老剧历久弥新,长播不衰。

## 2 多屏联动

今年9月3日,纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年大会进行全程直播。除了传统电视渠道,手机、地铁屏幕、户外大屏等也同步推送,实现全媒体覆盖,观看人次超过34亿。“大屏观看仪式盛况,小屏参与话题互动”已成为公众参与国家叙事的新方式。

如今,人工智能技术已全面进入制作流程。有业内人士表示,AI能帮助创作者更专注于创意本身。例如,AI能够自动识别采访中的“情绪高点”,帮助剪辑师快速定位那些动人的泪点或精彩的笑点。

据国家广播电视台广播发展研究中心媒介研究所副所长张苗苗介绍,截至今年6月,全国有线电视用户达2.06亿,广电5G用户超过3545万,今年底“有线+5G”融合网络将全面成型,未来的电视不再仅仅是观看节目的终端,更将成为办理政务、在线诊疗、预订门票的综合服务平台。

今年还被行业定义为“超高清发展年”。目前已有9家卫视开播4K频道,到年底,爱奇艺、优酷、哔哩哔哩等6家视频平台的新增节目中,超高清内容占比将超过40%。“从‘看得清’到‘看得真’,这不仅是技术的进步,更是审美体验的提升。”国家广播电视台广播科学研究院电视技术研究所所长郭晓强说。

## 3 视听出海

2024年夏,在肯尼亚内罗毕,不少观众每周都会守在电视机前,等待《欢迎来到麦乐村》斯瓦希里语版本播出。这部讲述中国援非医疗队故事的电视剧,使当地电视台收视率大幅上涨。“他们做的,是英雄做的事。”有内罗毕市民如是表示。

《我的阿勒泰》作为首部入围法国戛纳电视节主竞赛单元的华语长剧,其充满诗意的镜头语言让海外观众惊叹“中国的景色如此壮美”。

日前,首档中国和哈萨克斯坦团队共创的音乐综艺节目《声起地平线》录制完成。节目由湖南广电制作,围绕中哈友谊以及哈萨克斯坦人文风情打造,湖南广电有关负责人表示,这也是芒果综艺IP国际共研机制从0到1的突破,希望借此探索出芒果原创内容全球落地新路径。

动画作品出海也表现亮眼。《宝宝巴士》已覆盖2.2亿海外用户,年播放量达390亿次;《中国奇谭》则以独特的东方美学引发广泛关注。

来自国家广播电视台的数据显示,5年来,中国视听节目内容出口增长超过40%,触达全球200多个国家和地区。“从‘走出去’到‘走进去’,我们分享的是中国人的生活方式、情感体验和价值观念。”河南卫视总编室主任徐娜说。 据《人民日报》海外版

栏目矩阵 | 社会热点 环球人物 天下大观 案里案外 往事春秋 史海揭秘 人文地理 一起追剧 铁闻趣史 健康指南 养生保健 生活权益 老年生活 烟火人间 文博天地

# 读友报

## 陪您细说时光 慢品生活



欢迎订阅  
2026年度《读友报》

邮局征订热线: 11185

订户咨询热线: 0931-8151656



扫码  
订阅

邮发代号: 53-95