

让纪录片“鲜活”起来

□ 本报记者 于 馨

在即将过去的2018年里，除了电影、电视剧市场百花齐放，精品频出外，纪录片产业也表现不俗，很多纪录片颇受关注。其中，有堪称动物界“权力的游戏”的《王朝》，有可爱卖萌的《如果国宝会说话》，有“吸猫大戏”的《大猫》，还有“舌尖”之后再掀美食热的《风味人间》等。梳理这些纪录片不难发现，这些关注度高、影响力大的纪录片，大多是“网红”作品，不仅包括通过网络平台提高传播程度的纪录片，更多由网络平台自制或联合出品的网生纪录片开始走入观众的视野。

“平台越大，责任也越大。作为文化内容的生产者、传播者，腾讯视频关注时代的发展，积极把握时代的脉搏，做新时代的忠实记录者。”企鹅影视纪录片工作室总经理朱乐贤告诉记者，作为国内现今最大的在线互联网视频平台，近年来，腾讯视频不断在纪录片领域发力，无论是自主研发IP，还是增加联合出品、联合制作比例，腾讯视频的纪录片生态都在向深层次进化：追求更优质的内容、寻找多样的传播变现方式。

“品类焕新” 打造纪录片3.0时代

和所有内容品类产品一样，纪录片也面临着受众代际变迁的挑战。腾讯视频总编

辑、企鹅影视高级副总裁王娟在之前接受媒体采访时曾表示，纪录片是另一种内容升级的可能。“如果我们内容结构是一个金字塔的话，纪录片一定是在塔尖上那部分内容，尽管它可能是小众的，但是它确实就是一种高品质的体验，而且也是可以有由小众变成大众的可能。”

朱乐贤告诉记者，腾讯视频不断加大对纪录片的投入，源于腾讯视频对纪录片人群的全新洞察。当前纪录片的受众已经发生了转变，相关数据显示，腾讯视频纪录片的用户28岁以下占比达70%，观看群体已经是90后、00后为代表的人群，年轻人已经成为纪录片的主要消费者。正是基于这种洞察，腾讯视频针对传统纪录片提出了“品类焕新”的概念，通过不断扩大厂牌合作，不断凿开与年轻人对话的窗口，让纪录片真正从“高塔”上走下来，贴合时下年轻人兴趣点，让纪录片“鲜活”起来，走到年轻观众中去，给他们更想看的。

在腾讯视频2019年的纪录片片单上，有聚焦于“最in的生活方式”的《风味人间2》及《风味原产地》《风味实验室2》组成的“风味”系列节目、城市美食纪录片《宵夜江湖》、文化探索旅行纪录片《是面包、是空气，是奇迹啊》、人文自然类纪录片《水果传2》等，以纪录

片镜头反映当代年轻人最真实的精神面貌；也有捕捉“潮文化”脉动的《潮city》《决胜无人机》《触电》等全新内容，通过潮流城市、潮流事物、潮流音乐等新元素，展示时代中多元碰撞与文化意识的突围，更加激发年轻群体的观看热情。

《中国纪录片发展报告（2018）》指出纪录片市场的进一步扩大，互联网交互作用也更加明显，网生纪录片尤其是纪实短视频热潮的出现，成为媒体融合时代泛纪实内容生态新景观。

业内人士认为，网生纪录片的合作方式从1.0时代的买买买变化至3.0时代的共生。朱乐贤表示，从腾讯视频纪录片频道自身的内容迭代来说，在2016年11月之前，腾讯视频纪录片基本上是购买国内外纪录片为主，纪录片仅仅是作为一个视频网站平台内容的有机部分点缀其中，这是腾讯视频纪录片的1.0时代；此后，由于发现国内的纪录片市场日渐活跃、潜力巨大，腾讯视频开始加大对纪录片领域的人力和资金投入。以《地球脉动2》的联合出品和播出为标志，腾讯视频开始了联合出品的时期，此后还与英国ITV联合出品《野生萌宠》、与BBC联合出品《蓝色星球2》，这是腾讯视频纪录片的2.0时代；而以2018年6月《纪实72小时》（中国版）的播出为起点，2018年10月《风

味人间》的播出，标志着腾讯视频自制纪录片开始发力，腾讯视频纪录片强有力地跨入了3.0时代。

讲好中国故事 做新时代记录者

在国内纪录片领域，腾讯视频专注于讲好中国人自己的故事。王娟曾表示，将在节目主题上向中国优秀文化聚合，全力呈现美好的生活和崭新的时代，并且致力于将中国故事、中国文化介绍到世界各地地方去。

朱乐贤表示，“腾讯视频始终关注时代的发展，积极把握时代的脉搏，做新时代的忠实记录者。而纪录片，正是一个视频内容服务平台的文化担当的一个重要品类。重大事件腾讯视频不能缺席，这是责任感的一个重要体现。去年，腾讯视频提出了要策划献礼改革开放40年、建国70年、建党100年的纪录片；随后，腾讯视频就陆续策划了《扶贫1+1》《我们身边的四十个细节》。明年我们和国资委新闻中心联合策划的《国家引擎》（暂定名）也已经在制作中。”

纪录片不仅要发挥影像史学的功能，通过视听资料讲好中国故事，也要从生活史和民生史的角度，做时代的忠实记录者。由企鹅影视与北京五星传奇文化传媒股份有限公司联合制作的纪录片《我们身边的四十个细节》是腾讯视频为献礼改革开放40周年“量身定制”的自制纪录片之一，也是对“正能量、高品质、创新性、年轻化”内容价值观的重要实践。

朱乐贤告诉记者：“改革开放对中国社会的影响广阔而深远。它释放了14亿人追求幸福生活的巨大力量。它创造了一个环境，使中国人能够通过个人努力，改变自己的生活，甚至是自己的命运。为此，我们策划推出了纪录片《我们身边的四十个细节》，第一季我们制作了12集，每集25分钟。我们选取了我们身边的细节，来描摹勾画40年改革开放的辉煌来路。《我们身边的四十个细节》是40年的社会史、民生史，是40年来中国经济、文化以及社会生活的全景式画卷，要描摹的是一幅中国大变革年代的《清明上河图》。”

今 雨 轩

讲好中国故事的三个维度

□ 范卫平

最近一段时间，纪录片界纷纷盘点改革开放40年来创作的经典之作，多部纪念改革开放40周年的纪录片也陆续播出，其中不乏精品。我们身处辉煌的新时代，做新时代的记录者，讲好正在发生的中国故事，正是今天广大纪录片人的使命担当。讲好中国故事有三个维度：

一是讲好中国共产党治国理政的故事。纪录片《最后的小火车》记录了中国最后一辆蒸汽小火车的故事。在四川南部嘉阳矿区运营着中国最后一辆蒸汽小火车，很多游客慕名而来，专门看这个“古董”。这部片子不仅包含着个人对岁月的感慨，更见证了新中国成立以来，特别是改革开放40年来中国的高速发展和巨大变迁。从贫穷走向富裕，从封闭走向开放，从落后走向进步，中国人民在中国共产党的带领下，走过了其他国家需要几百年实现的现代化发展历程。中国共产党治国理政的故事，是震撼的、鲜活的、生动的，更是极具价值的。讲好这些故事，可以为世界提供一个观察当代中国的窗口，为国际社会读懂习近平新时代中国特色社会主义思想、读懂中国共产党、读懂中国提供帮助。

二是讲好中国人民奋斗圆梦的故事。一年前，黑龙江广播电视台制作了纪录片《希望的田野·拉林河畔》，把镜头对准了拉林河畔几户种稻米的普通农民，记录他们一年的生活，展现了他们乐观、热情以及为梦想而奋斗的执着精神。与这几户农民一样，13亿中国人正在以奋斗的姿态追逐自己的梦想，创造自己的幸

福。进入新时代，习近平总书记提出“幸福是奋斗出来的”“新时代是奋斗者的时代”等一系列重要论述，“奋斗”成为新时代一大主题。要想了解中国，想知道中国人的世界观、人生观、价值观，想知道中国人对自然、对历史、对世界、对未来的看法，一定要关注那些平凡而勤劳、普通而伟大的中国人奋斗圆梦的故事。

三是讲好中国和平发展合作共赢的故事。纪录片《医道无界》讲述了医生徐长珍七年间四次赴阿尔及利亚进行援外医疗，救治数以万计的异国病患，赢得当地民众爱戴的故事。徐长珍只是众多援非医生中的一员，在长达半个多世纪的时间里，中国援非医疗队由最初的13人发展到两万余人，他们把和平的信息、健康的希望传递非洲大地，展示了中国医生的高尚品格，更展现了中国作为一个负责任大国的国际形象。今天，中国日益走近世界舞台中央，成为全球第二大经济体。发展起来的中国将更多参与全球治理，与世界密切互动，为人类发展进步勇于担当。和平发展、合作共赢，是中国的外交理念，它不是一句空洞的口号，而是由一个个故事编织成的真实行动。我们希望中外纪录片人都来客观真实记录中国和平发展、合作共赢的故事，把开放包容、文明进步、坚持和平发展的、负责任的中国介绍给世界。

以上是讲好中国故事的三个维度，也是观察中国的三个切入点。纪录片讲好中国共产党治国理政的故事，讲好中国人民奋斗圆梦的故事，讲好中国和平发展合作共赢的故事，世界就会看到一个真实、立体、全面的中国。

文化 资 讯

国家级文化生态保护区管理办法出台

本 报 讯 文化和旅游部近日出台《国家级文化生态保护区管理办法》（以下简称《办法》），将于2019年3月1日起正式施行。

《办法》明确了国家级文化生态保护区申报设立的条件和程序，规定申报国家级文化生态保护区要具备良好的文化生态区域性整体保护工作基础，应当在本省（区、市）内已实行文化生态区域性整体保护两年以上，成效明显；国家级文化生态保护区设立后，总体规划改由省级文化主管部门审核；总体规划实施三

年后，省级文化主管部门可向文化和旅游部申请组织验收，验收合格的，正式公布为国家级文化生态保护区并授牌。此外还明确了国家级文化生态保护区建设的责任主体、主要任务和措施，要求成立国家级文化生态保护区建设管理机构，对国家级文化生态保护区总体规划实施和建设情况进行检查评估。

文化和旅游部已批准设立了21个国家级文化生态保护实验区，各省（区、市）设立了146个省级文化生态保护区。（郑海鸥）

北京建成15分钟公共文化服务圈

本 报 讯 近日，来自北京市公共文化服务社会化现场推进会上的信息显示，北京已建成四级公共文化服务体系，公共文化设施达到7131个，覆盖率98.85%，实现了15分钟公共文化服务圈。

硬件设施的健全也对软性服务提出了更丰富、更具体的要求。2018年，北京市、区文化部门用于政府购买公共文化服务的支出达5.2亿元，比2017年增长了67.8%。其中，北京市级支出0.93亿元，增长了25%；区级和街道乡镇支出4.27亿元，比2017年增长了81%。

会议强调，要深刻认识新时代公共文化服务社会化的重大意义，把群众获得感作为检验工作成效的重要标尺，因地制宜推动公共文化服务守正创新，毫不放松加强基层公共文化服务阵地建设，为基层百姓提供更多优质、便捷的公共文化产品。

据了解，北京市文化和旅游局等部门将进一步从转变思想观念、加强体制机制建设、培育市场主体、加强监督检查等方面推进公共文化服务社会化，推动形成全社会支持公共文化建设的强大合力。（李 洋）

从“门票经济”到“文化经济”的华丽转型

广东东莞观音山国家森林公园将文化产业与旅游产业深度融合，打造独特的文化旅游品牌

□ 本报记者 薛秀泓

12月，广东东莞观音山国家森林公园。人文景观与自然景观交相辉映，森林覆盖率达90%以上，满眼的绿色、沁人的空气，游客依然络绎不绝也就不足为奇了。

东莞观音山国家森林公园是我国首个由民营企业参与保护开发的国家级森林公园，19年来，董事长黄淦波不遗余力地带领自己的团队，不忘初心，秉持可持续发展理念，实现了从“门票经济”到“文化经济”的成功转变，并以此推动国家林业产业不断升级。

**以生态为本
打造林业产业4.0版**

在人们的记忆中，此前的东莞观音山只是一座默默无

闻、名不见经传的荒山。黄淦波硬是靠自己的睿智与双手，使之成为南粤大地上的一座文化名山。

1999年，东莞市樟木头镇石新村投资开发观音山遭遇困难，身为东莞人的黄淦波，怀着热爱生态、热爱家乡的情怀，毅然与石新村签订联合开发协议，以“保护优先、适度开发、长久建设”为原则，每年自筹资金，对森林资源进行保护，改造林相、抚育林木、除虫防火，对古树名木建档立册，对珍稀异兽栖息地设立特别保护区，有效地改善了自然生态环境。

为了真正实现森林生态旅游的可持续发展，观音山公园还实施了全面生态管理。一方面不断增强对景区内森林植被的保护，严禁乱砍滥伐林木、乱捕滥猎野生动物等行为，最大限度

避免植被被破坏。另一方面对于一些生态比较脆弱的地带，结合实际情况，加大力度进行退耕还林、封山育林等一系列生态恢复工程，逐步恢复山体绿植。

2005年，观音山获得原国家林业局批准，成为全国首家由民营企业参与保护、开发的国家级森林公园。2009年，观音山公园成为国家4A级旅游景区。

黄淦波深知，从当初白手起家到靠“卖山头”“砍树”，是林业产业发展的初级阶段，即1.0版；保护森林即“看树”，靠政策补助生存，是2.0版；通过发展森林旅游，即通过“生态景观”获得经济效益，是3.0版；东莞观音山则要通过“文化品牌”和“文化底蕴”来获得可持续发展，来拉动园区经济提升。“我们锐意改革，要打造林业产业发展的4.0版。”黄淦波说。

以文化为魂 寻找旅游发展新思路

早在观音山公园创建之初，黄淦波就深知推动文化产业与旅游产业深度融合具有特殊重要的意义。他认为，文化是旅游最好的资源，旅游是文化最大的市场。将先进文化、优秀文化注入旅游，可以使优质旅游承载文化，亦可使文化由载体传播更广、更久。

他不但找准了着力点，还在理念、载体、市场、机制、经营、管理等方面力求健全完善。

据黄淦波介绍，观音山每年要举办50多场文化活动，以休闲、观光、体验、教育、健康为主题，在科学设计旅游产品的同时，通过健康文化节、全国书法艺术大展、全国散文大赛、全国诗歌节等文化旅游活动构建

一个多层次、多形式的立体文化平台，成就了这一方难得的生态旅游胜地。

黄淦波表示，“在旅游开发中，文化作为塑造品牌的重要基因，一直起着凝聚和催化的作用，并使旅游品牌形象更有内涵，成为提升品牌附加值和竞争力的原动力。观音山景区时时在激活这种竞争力的原动力，使之更有后劲。”

据统计，2017年慕名而来观音山国家森林公园的游客达160万人次，这一成绩在当年全国接待游客的2085处森林公园中名列前茅。

尽管观音山国家森林公园也面临着许多“瓶颈”与“制约”，但黄淦波表示，下一步将充分发挥民营资本灵活、创新的特点，借助珠三角城市群旅游输出地优势，力争成为珠三角乃至华南地区重要的生态文化旅游风景区。

腾讯视频纪录片多维度发力

（图片由腾讯视频提供）

