

湖北广播电视台报

2021年6月15日出版 | 视听岁月 平安人生 真情相伴 | 第11期 总第2002期

湖北楚商纵横天下传媒有限公司

腾跃荆楚
纵横天下

招商热线:027-85787980



►04、05版

庆祝建党百年 聚焦社区红色活动

湖北省媒体融合创新案例
评选活动圆满结束

►02版

长江云承办“网络大V荆楚行”
亿级传播声量掀起全省党史学习教育热潮

►02版

夏至时节话养生

►06版

广播老战士
——追思原湖北人民广播电台台长王映明

►08、09版

古堰画乡:诗画江南入梦来

►10版

高层建筑火灾逃生自救指南

►13版



六月电影院感受父爱如山

►11版

国内统一刊号:CN42-0005
邮发代号:37-48
售价:1.5元

主管:湖北广播电视台
主办:湖北广电报业有限公司
咨询电话:027-85787980

总编辑:饶迅
执行主编:刘文婷
扫码关注官方微信



新浪微博搜索@湖北广播电视台报-同城
今日头条、百家号、抖音、快手 搜索“湖北广播电视台报”
湖北广电报业网:www.hbgdby.cn

湖北广播电视台(集团)2020年度 脱贫攻坚工作获省扶贫攻坚领导小组通报表彰

近期,湖北省扶贫攻坚领导小组和湖北省委组织部、湖北省政府扶贫开发办公室先后印发《关于2020年度省直单位脱贫攻坚工作考评情况通报》《关于对2020年度省驻村工作队先进集体和先进个人予以表扬的通报》,湖北广播电视台(集团)2020年脱贫攻坚工作得到上级部门充分肯定,综合评价为“好”等次(综合评价等次分为好、较好、一般三个等次),湖北广播电视台(集团)被评为“工作突出的省驻村工作队派出单位”,张浩同志被评为“工作突出的省驻村工作队队员”。

2020年,湖北广播电视台(集团)深入学习贯彻习近平总书记关于脱贫攻坚工作系列重要讲话精神,认真落实湖北省委、省政府工作部署,压实工作责任,扎实推进脱贫攻坚工作。湖北广播电视台(集团)党委多次召开脱贫攻坚专题会议,研究落实脱贫攻坚宣传工作与驻村扶贫工作。全台各广播电视频道频率、新媒体平台扎实做好扶贫主题宣传,营造了良好的舆论环境。湖北广播电视台(集团)主要领导、分管领导先后赴驻点村鄂州市梁子湖区沼山镇牛山村进行实

地调研、指导推进脱贫攻坚工作。湖北广播电视台(集团)驻村工作队与村两委通力合作,认真落实台(集团)决策部署。湖北广播电视台(集团)拨付专项资金,扩建扶贫产业基地,提升基地效益;援建的村文化广场正式投入使用,改善了基础设施,丰富了村民文化生活;扩建8个非洲菊种植大棚,增加村集体经济收入,巩固强化脱贫成果;做好贫困户结对帮扶,保障贫困户收入来源;加强基层党组织建设,发挥基层党组织战斗堡垒作用,助力脱贫攻坚。湖北广播电视台(集

团)基层党组织积极赴驻点村开展“我为精准扶贫办实事”活动,关爱留守儿童、慰问贫困户,帮助解决实际困难。在多方共同努力下,牛山村提前完成脱贫摘帽目标任务。

下一步,湖北广播电视台(集团)将进一步学习好宣传好贯彻落实好党中央、国务院决策部署和湖北省委、省政府《关于实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的实施意见》有关要求,继续做好驻点村帮扶工作,巩固拓展脱贫攻坚成果,接续推动乡村振兴。

湖北省媒体融合创新案例评选活动圆满结束

6月8日,由湖北省委宣传部、湖北省网信办、湖北省广播电视台联合主办,湖北长江云新媒体集团承办的“2021年湖北省媒体融合创新案例评选活动”宣仪式,在湖北广播电视台2000平米演播大厅举行,湖北省委宣传部副部长、湖北省广电局党组书记、局长陈正祥致词。湖北省政府副秘书长卢军,湖北省委宣传部副部长向培凤,湖北省委网信办副主任谢双林,长江广电传媒集团总经理张建红,湖北省广播电视台党组成员、副局长谢铭、胡伟出席仪式。

活动以“守正创新,深度融合”为主题,广泛开展全省媒体融合创新案例评选,旨在充分激发全省新闻媒体在融合发展中的创新创造活力,及时总结推广全省媒体融合先进经验、成功做法,引导推动媒体融合向纵深发展。

自今年4月7日启动以来,该活动共



征集到全省各级报社(传媒集团)、广播电视台播出机构(融媒体中心)、网络视听节目机构、社会行业机构等64个单位申报的融合案例及项目226件,遴选出107件进入初评。经专家路演指导、现场答辩、现场评审后,45件创新案例进入终极评选和网

络投票,最终评选出优秀机构类、主题宣传类、内容创新类、技术创新类、服务群众类共五个类别的最佳案例5个,优秀案例10个,先进案例17个,入围案例13个。湖北广播电视台(集团)选送的4个案例均斩获相关奖项,其中,台融媒体新闻中心获

优秀机构类最佳案例;“智慧融媒、多元平台”融媒体创新工场获技术创新类最佳案例;“袋鼠听听有声阅读平台”获技术创新类优秀案例;“融媒大脑”获主题宣传类入围案例。

终评活动现场邀请到国家广播电视台总局发展研究中心副主任杨明品、华中科技大学新闻与信息传播学院院长张明新、武汉大学新闻与传播学院教授陈刚、浙江传媒学院融合传播研究中心主任史征、福建省尤溪县融媒体新闻中心主任张敏担任评委。来自湖北省、市、县、区的新闻媒体代表们济济一堂,竞相展示融合创新的做法、路径,认真分享融媒过程中存在的问题以及应对方法,金句频出,高潮迭起,掌声不断。通过PPT演示、专家提问等形式,新闻媒体同行们在激烈的角逐中,也实现了对主流媒体深度融合这一重大时代课题的交流与探讨。

长江云承办“网络大V荆楚行” 亿级传播声量掀起全省党史学习教育热潮

由湖北省委统战部、湖北省委网信办主办,长江云承办的“E路心向党 百年赞辉煌——百支队伍千名大V寻访荆楚”活动,自今年5月中旬启动以来,形成亿级传播声量,掀起全省党史学习教育热潮。截至6月3日,活动相关文字、图片、Vlog等多种形式宣传报道300余篇,长江云联合斗鱼开展的16场移动直播全网热度超350万人观看,微博话题#网络大V荆楚行#阅读量超6676.9万次,#理想照耀中国·湖北#话题阅读量超4556.2万次,相关宣传报道在互联网上持续发酵。

本次活动作为“理想照耀中国——湖北省庆祝中国共产党成立100周年网络视听全媒体大型传播行动”的重要组成部分,围绕党史学习教育重点发力

全媒体矩阵,首次联动省市县三级,在全省范围内组织各地网络大V队伍接力传播,深入开展党史学习教育,利用长江云平台化的创造力和传播力,结合网络大V强大的影响力,集中推出精品内容,在线上抢占话题榜单,助燃活动热点,同频发声共庆“建党百年”。

本次活动将线下实地探访与线上集中传播相结合,打造线上线下“双向并行”的场景式传播形式。网络大V们先后接力前往武汉、红安、黄石、咸宁、孝感、随州、襄阳、十堰等地,在实地场景中进行党史学习教育。在华中科技大学同济医院院史馆,听青年党员医务工作者讲述百年老院同济医院传承红色基因、一心赴救的动人历史;在红安长胜街,“小小红色讲解员”带领网络

DV队伍参观革命旧址,讲述不畏困难、艰苦奋斗的红色故事;在咸宁崇阳县大市村,90后党员书记程桔讲述她坚持“文化+农业+旅游”的发展模式,带领村民脱贫致富的故事;在襄阳保康县尧治河村,探寻党建引领基层治理,党员发挥带头作用,用30多年的艰苦创业,甩掉贫困帽子的动人故事;在十堰郧西县下营村,了解5G覆盖助力乡村电商产业做大做强,党建直播引领电商蓬勃发展的电商扶贫之路的故事。

网络大V们用自己的切身感受和鲜活文字,突破时间和空间的限制,让收藏在博物馆、印刻在遗址遗迹中的红色历史鲜活起来,让红色精神更加具体、形象地呈现,让湖北省“庆祝建党百年”的主题声音更加响亮。

首届“民族之光”培训计划 暨湖北省优秀民族舞蹈 培训成果展演晚会成功举办

2021年5月27日,首届“民族之光”培训计划暨湖北省优秀民族舞蹈培训成果展演晚会在武汉市蔡甸影剧院隆重举行。湖北省文联组联部主任张海旺、武汉市教育局体卫艺处四级调研员何敏、武汉市蔡甸区文化和旅游局局长蔡永、蔡甸区文化和旅游局副局长王铮、武汉市蔡甸区宣传部四级调研员、蔡甸区文学艺术界联合会主席高池及湖北省民族舞蹈协会主席团成员唐静平、卢慧、汪艳、刘政、曾军,专家顾问代表周翔莅临晚会现场。

晚会在获得全国群星大奖的秭归县屈原艺术团带来的《敲起琴鼓劲逮逮》歌舞声中拉开帷幕,现场到会领导嘉宾为此次培训中的优秀学员代表颁发了结业证书。蔡甸区舞蹈协会被授予“湖北省民族舞蹈传承基地”。整合展演晚会秉承着“继承、发扬、推广、创新”的办会宗旨和创作思路,以实际行动庆祝中国共产党成立100周年。

网剧中植入广告的SWOT分析 ——以《赘婿》为例

曹刚

■ 摘要

影视剧中植入广告近年来逐渐兴起并迅速发展，在电影、电视剧中应用广泛，但是由于受众接受程度不同以及对植入式广告认知度低等原因导致了很多问题。本文通过运用SWOT分析将我国目前影视剧中所使用到的对白、剧情等方式植入的广告来进行分析，同时提出解决对策。

■ 关键词

影视剧，植入广告，SWOT分析

近年来随着网络视频平台的发展，越来越多的产品和品牌关注到了在网络影视作品当中的广告传播效果。随着网络影视作品的增多，植入广告也越来越多，而存在的问题也不在少数。

1 基本概念

植入式广告是影视作品发行播出过程中的一种广告形式，主要的表现形式有对白、道具、场景等，使产品或品牌在影视作品中展现，得到受众的关注，达到营销的目的。前不久热播的影视作品《赘婿》中出现的美丝矿泉水、自嗨锅等都属于植入式广告。

2 SWOT分析

所谓SWOT分析，就基于内外部环境和竞争条件的态势分析，就是将与研究对象密切相关的主要内部优、劣势和外部的机会和威胁风险等，分析整理出来，把各种因素匹配分析得出结论，分析结果为战略决策提供参考。按照研究成果制定出一套相应的规划、以及发展对策等[1]。

(一) 优势(strengths)

植入式广告将广告内容与影视剧情节的走势相结合，通过演员的对白、场景、道具等植入广告和影视剧内容互通互连，比如《赘婿》中苏氏布行的布匹被人动了手脚，导致无法按时交货，这时，男主角宁毅，“发明”了顾客可以用剪刀投掷转盘的方式，获取购物时的折扣，还可以邀请亲朋好友一起帮忙砍价，并将其命名为“拼刀刀”，很容易让受众联想到我们生活中的拼多多。男女主角宁毅、苏檀儿合开夫妻店，在街边用小车

作为开启“线上选购线下送货”的“苏宁毅购”，也正好取两位主角的名字谐音。借用剧中大驸马喜欢下棋的特点，延伸出易车APP挑选信息的功能，并邀请其扮演者田雨出演小剧场，使剧情和广告内容自然衔接并充分的融入到剧情当中降低了广告拍摄成本，减少受众对广告的天然抵触心理，甚至做到让观众不出戏看完广告。

植入广告一般是在剧情发展的过程中进行的，在受众注意力比较集中的时候出现，这个时候受众看广告的心理减弱，广告和受众的距离拉近，增强了亲切感。

配合角色的演绎，基于受众注意力集中的特点，使广告裂变式传播，让受众消除心理壁垒在无意识的情况下对某产品或品牌产生印象并逐渐信任，产品或品牌的影响力得到提升，达到营销的目的，将广告的效果最大化。

(二) 劣势(weakness)

植入式广告相较于传统广告形式比较单一模式也相对固定，目前影视剧中的植入广告几乎都是用对白、道具等形式进行内容植入，容易让受众审美疲劳。有的牵强附会，只是为了让某产品或品牌能够露脸导致植入的广告过硬，比如《赘婿》中的战马特饮，让人直呼植入太硬了。而这样生硬的植入导致影视作品的情节出现了断层，影响了受众的观赏感受。

植入式广告在影视作品中还存在数量过多的问题，如在《赘婿》中广告横跨汽车、美妆、药品等多个行业。有三星、三九感冒灵、小红书、韩束、小鹏汽车、易车、念慈庵、金水宝胶囊、海普诺凯、麦吉丽、妈妈网、佳贝艾特等，而出现的频率更是不计其数。如果毫无上限地乱加广告，很容易使影视作品口碑下滑也破坏了影视作品的完整性和艺术性[2]。另外，虽然播放量可以数据化的呈现，但是广告的效果却难以评估，广告投入的回报率也不能精准统计。

(三) 机会(opportunities)

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第45次《中国互联网络发展状况统计报告》到2020年中国互联网用户数量为9.04亿，互联网渗透率为64.5%。

网民数量不断上涨，网络影视剧规模也在不断扩大，网络视频行业也不断向前发展，近年来网络影视剧和短视频整体发展态势良好，规模和质量也不断提高。在网络视频中植入广告发展前景非常广阔。

《赘婿》中的植入广告迅速出圈，引爆社交网络，给植入的产品和品牌带来的经济效益和口碑有目共睹。而在影视剧中的广告植入通过剧中人物的对白，道具和场景进行植入，这样的广告制作成本会大幅降低，再通过互联网视频平台的传播，传播效果强大，受众用户的到达率也较高。在视频平台上受众可发弹幕对植入广告进行反馈，甚至会引发其他受众的参与，用户可以跟广告主进行交流和互动，展现互联网视频的优势，所以网络影视剧植入广告能吸引更多的品牌方投入资金。

(四) 威胁(threats)

《广告法》当中规定商业广告适用于《广告法》，植入广告是一个广告的类别，但是植入广告是否属于商业广告没有明确的法律规定，这会导致广告市场秩序混乱，甚至消费者权益被侵犯时找不到广告经营者，无法维护自己的权益。影视剧中植入的广告以营销为目的，运用影视剧的内容作为广告来规避法律法规的限制打擦边球，可见随着法律法规的不断完善，对于网络视频植入广告的管控会越来越严格。

近年来随着互联网视频平台的兴起，网剧以低成本高回报的特点占领市场，产品或品牌都尝试用植入广告的方式投放广告，广告数量不断增加导致同质化现象越来越明显，容易引发受众的抵触情绪。在产品或品牌植入广告众多的网剧中，想要被受众被消费者记住，就需要更多创新的方式方法，因此目前相对固定的植入广告方式将会是网剧植入广告面临的一个挑战。

3 植入广告的发展策略

通过对网络影视剧植入广告的SWOT分析，论述了网络影视作品植入广告的优势、劣势、威胁和机会提出以下发展策略。

(一) 控制广告数量提高受众匹配度

从受众的视角来看，在欣赏网络影视作品的时候受众是绝对不希望看到广告的，但是从影视作品的出品方还有产品和品牌方的角度来看，出品方为了获得收益，产品和品牌方为了提高销量都希望进行广告植入，但是不能毫无上限的植入，尤其是出品方要充分评估植入广告可能会对影视作品带来的负面影响，把广告控制在一定的量上。并统计受众可以接受广告的频率和时机，以实现更好的传播效果。

(二) 丰富广告形式避免同质化

要避免在网络影视作品中植入广告的单一模式，要在模式和内容上下功夫，同质化的广告会引起受众审美疲劳甚至引发抵触情绪。所以植入广告就必须在这两点上不断创新，使植入广告获得受众的认同，让人看不出这是广告，使广告和影视作品情节相得益彰，让植入广告为影视作品锦上添花，使影视作品和植入广告相互融合。

(三) 加强行业自律

近年来随着法律法规的不断完善，国家对于网络视频平台的监管越来越严格，才使得网络影视作品在正确的道路上健康有序发展。但是目前我国还没有专门针对植入式广告的法律法规，所以行业更需要自律，在追求经济利益的同时也不能忽视社会效益，建设文化强国不能只顾经济效益，也要重视社会效益，两者要统筹兼顾，才能促进行业可持续发展。

4 植入广告风险分析

风险自19世纪末被提出以来，已在经济、社会、工程学等多个领域得到广泛应用。对于项目投资而言，风险通常指的是一些不利因素导致的损失发展。

中国网络视听节目服务协会审议通过并发布《网络视听节目内容审核通则》，明确指出：网络视听节目必须坚持先审后播的原则。这会导致因档期安排或审片原因，不能按照约定的时间播放甚至不能播放，给广告主带来损失。而一般情况下产品或品牌方和制作方签订合约时会对某些情况做出特殊的规定。比如遇到不可抗力影响，作品没有审批通过，广告投入无法收回，制作方一般不承担赔偿责任。所以双方应该建立WBS-RBS风险识别矩阵，确定风险因子清单，确定风险分担方式，做好相关风险控制。

■ 参考文献

[1] 菲利普·科特勒(著),何佳讯(译).营销管理[M].上海市:上海人出版社(第15版),2016

[2] 李蕊.关于影视作品中植入式广告存在的问题与对策分析[J].《商情》,2014:193-193.

作者简介:曹刚 湖北广播电视台融媒体新闻中心一级播音员

庆祝建党百年 聚焦社区红色活动

为庆祝中国共产党成立100周年,今年伊始,我报《社区传真》专栏深入武汉各大社区,聚焦社区开展的一系列热爱党、热爱祖国的庆祝和学习活动,以实际行动向建党100周年献礼。



在八七会议历史陈列馆里开展的红色活动



和祥里社区: 小手牵大手 喜迎党的百年华诞

武汉市江汉区汉兴街和祥里社区携手武汉轻工大学到八七会议历史陈列馆开展“寻访红色印记,点亮红色地图,小手牵大手,一起跟党走”主题活动。

活动由武汉轻工大学的青年志愿者任“红色宣讲员”,以“小手牵大手、老人带新人”的方式重温八七会议历史。70多位党员一起诵读党章、重温入党誓词……誓言声声,激情澎湃。青年志愿

者小张说:“今天的我不仅是一名学生,更是一名雷锋志愿者,走进历史陈列馆,带领党员群众重温革命征程,以革命先烈为榜样力量引领今后的学习和工作。”

社区书记表示,希望以此为起点,让党员群众了解党史故事、传承革命薪火,以更加昂扬的姿态喜迎党的百年华诞。

(记者 喻勇波 通讯员 张星星)



机安社区:争做“红色讲解员”

武汉市武昌区水果湖街机安社区老党员相爱芳起了个大早,穿上自己最喜欢的红色“战袍”,带上鲜艳的红领巾出门了。因为她将作为机安社区红色印记小讲堂的党史讲解员,在“八七会议”纪念馆里讲述党的历史。

“大家都知道枪杆子里出政权这句话,在我们之前的党史学习里多次提及,今天我们来到了这句话的‘发声地’。我

们伟大领袖毛主席就是在1927年的武汉提出了枪杆子里出政权的观点。”党员相爱芳声情并茂地向同志们讲述起“八七会议”里的党史故事。和老党员相爱芳一样,机安社区的党员同志通过一段时间的党史学习,都将有机会担起“社区党史讲解员”的荣耀。

(记者 陈曦 通讯员 黄威)



在湖北省图书馆里开展的红色活动

青石社区: 讲述党史 重温峥嵘岁月



在湖北省图书馆廉政文化展厅内,武汉市汉阳区建桥街青石社区组织下沉党员及社区老党员一行50余人集中学习、翻看廉政书籍、观看教育影片,深入了解廉政内涵及廉政人物的故事。

大家重温了党史故事《红花英烈》,社区讲解员杨凯以饱满的热情深情讲述,将大家的思绪带回峥嵘岁月。重温党史,给予大家前行的动力。

(记者 陈曦 通讯员 罗茂平)



在世界读书日里开展的红色活动

黑泥湖社区: 在读书日献上对建党百年的祝福



4月23日是“世界读书日”,武汉市江岸区新村街道黑泥湖社区开展了第四届读书会暨“学党史、颂党恩、畅谈新思想”喜迎建党100周年主题读书活动。庄严的升旗仪式、党员们纷纷签名寄语,献上对建党一百周年的祝福。

社区党委书记方利带领大家学习《习近平关于“不忘初心 牢记使命”论述摘编》,社区新老党员在党旗下坚定地举

起右手,重温入党誓词。

社区邀请老党员、下沉党员、辖区共建单位党员一起,讲述红色故事、回顾红色经典、诵读红色诗词、唱响红色歌曲,围绕自身经历、工作实际,从不同角度,畅谈责任与梦想、初心与使命,用一个个平凡而感人的故事诠释着对祖国的热爱。

(记者 陈曦 通讯员 黄莉)