

2016年中国纪录片频道发展研究报告

刘忠波 张同道

DOI:10.16531/j.cnki.1000-8977.2017.05.003

《中国纪录片发展研究报告》由北京师范大学纪录片中心张同道教授主持,从频道、作品、产业、新媒体与国际主流纪录片等方面考察年度纪录片发展状况。这里发表的是2016年度的频道部分。

一、纪录片专业频道整体格局

2011年以来,中国纪录片发展加速。在经过2014年以来的波动与调整后,2016在政府、资本和技术多重力量推动下,纪录片行业渐趋成熟。2016年央视频道和各级卫视频频在纪录片上施展动作,对纪录片和纪实类节目的需求快速增长,纪录片内容比例提升,与2015年相比,纪录片生产呈增长态势。

2016年电视广告收入和收视情况呈现下行态势,纪录片频道总体收视处于平稳状态,2016年1月1日,湖南金鹰纪实卫视正式开播,形成了中央电视台纪录频道、上海纪实频道、北京纪实频道和湖南金鹰纪实频道四家卫星频道的纪录片新格局。

作为国家级专业纪录片频道,央视纪录频道着力打造中国纪录片行业的旗舰频道与核心平台。央视纪录频道2016年平均日收视份额达0.562%,全国覆盖可收视人群增长为10.7亿人,覆盖率为74%,频道忠实观众群体进一步巩固扩大,收视份额平均增长率达到30%,具备了全国规模的传播力。据CTR数据报告显示,2015年和2016年的频道观众群中,青少年人群比例正在明显扩大。

2016年,央视科教频道呈现出“稳中有进”的局面,整体收视率上升0.1个百分点,常年在卫视排名前20,全央视排名前10,其主题主线清晰突出,配合中央、央视的主题宣传及宣传工作的重点选题较多。2016年度央视科教频道累积收视份额为1.10%,全年单日收视份额达到并超过央视下达的0.95%的收视指标共计306天,占到全年总天数的84%,单日收视份额超过1%的时间共计276天,占全年总天数的75%,一季度的收视创五年来新高。

2016年是上海纪实频道上星的第三年,已累计覆盖全国4亿观众。2016年黄金时段四岁以上人群收视为0.24,黄金时段目标男性25至50岁人群收视为0.2。18:00

至19:00时段,15至24岁人群收视较2015年增长60%;22:00至23:00时段,35至44岁人群收视较2015年增长25%。上海纪实频道2016年全国收视率在三个省级纪录片上星频道中位于前列。

2016年是北京纪实频道上星播出第三年,发展情况相对平稳,偶有亮点。在整合评奖数量、广电总局的季度与年度数据、纪录片扶植计划,以及综合节目的数量和质量方面,北京纪实频道在专业频道中居领先地位。

2016年元旦,湖南金鹰纪实频道正式上星播出。截止到2016年底,金鹰纪实频道覆盖全国经济发达省市约70%的人口,优质收视人群近4亿、IPTV网络用户达五千万。同时,金鹰纪实频道根据频道的实际情况调整覆盖策略,以频道受众的结构、年龄等详细数据和市场变化的情况实现覆盖的精准化、集约化。

二、纪录片频道节目构成与制作

2016年,央视纪录频道每天6小时首播量,全年超过2000小时的播出体量;其中,首播节目接近50%。央视纪录频道既以“委托制作”凝聚全国优秀纪录片创作团队,又大力支持各省、市电视台精品纪录片创作,通过联合制作的方式推出作品,如《美丽西江》、《天路故事》等节目。2016年,央视科教频道以自制节目为主,委托制作占有20%+30%,广告收入情况变动不大。2016年金鹰纪实频道全天24小时播出,首播时长每日8个小时,其中自制节目为1个半小时,播出节目来源主要是自制、购买和合办。自制加合办与购买的比例大概是1:1。北京纪实频道全天24小时播出,每天首播纪录片5.5个小时,自制节目和国产买进节目占三分之二,境外采购节目占三分之一。与2015年相比,首播自制节目提高了9%。中国教育电视台3频道主要以采购为主,国内纪录片的采购通过选片的方式进行。在播出量方面,中国教育电视台3频道每日播出18小时。自制占比较少,其以播出国内外采购的纪录片为主,国外采购和国内采购的比例在3:7、2:8之间。目前,中国教育电视台3频道的纪录片大部分为外购节目,未展开市场化运营,现阶段鼓励频道原创内容,侧重于教育领域

原创内容的发展。

总体看来,专业频道的纪录片栏目可分为三类:其一,节目播出时段,如央视纪录频道的《特别呈现》、《万象》,央视科教频道的《探索发现》等;其二,自办纪实节目,如北京纪实频道《纪实天下》、上海纪实频道的《往事》、金鹰纪实频道的《故事湖南》等;其三,引进节目,如金鹰纪实频道、中教3频道的《寰宇地理》、上海纪实频道的《传奇》等。专业频道中,纪录片作品尤其以大片的影响力日益强化,而纪实栏目则多为日常化节目。因此,专业频道的主要资源投注于精品大片,而纪实栏目多以购买或低端制作为主。

2016年各纪录片频道制作播出纪录片的数量有所提升,更注重节目的创新研发,突出精品创作。2016年主旋律纪录片成果突出:如红军长征胜利80周年、中国共产党成立95周年,“一带一路”国家战略、“工匠精神”,大制作、系列化的宣教型纪录片等都在主流电视频道黄金时段播出。

1. 原创纪录片

2016年各频道都重视精品纪录片制作,并集中优势力量创作,大片生产成效显著。原创纪录片作品以优质的内容吸引观众,部分作品在社会中产生了巨大的影响。

2016年,央视纪录频道推出大型文献纪录片《筑梦路上》,用纪录片影像生动地诠释了中国共产党95年来波澜壮阔的伟大历程。围绕红军长征胜利80周年的重要节点,纪录频道连续推出了《长征纪事》、《隐秘征程:红军长征在四川》两部纪录片。2016年央视纪录频道推出了《超级工程》第二季、《自然的力量》、《功夫少林》等原创精品纪录片。2016年《航拍中国》第一季项目用不同的角度和前所未见的视野向全世界展现了一个“美丽中国”。

2016年,央视科教频道重点制作、播出了《展望》、《沉潜》、《永远的东方红》、《家风》等多部纪录片。央视科教频道集中优势力量创作了《长征》、《一带一路》、《大会师》和《中国高铁》等重点节目,力求在结构、样态和表达上全面创新,打造思想价值、学术价值和艺术价值兼备的精品力作,先后共推出了《长征》、《孔子》国际版、《一带一路》、《改变世界的战争》、《深潜》、《中国高铁》、《展望》、《总师传奇》、《中国建设者》、《我们的节日》、《永远的东方红》、《党史故事100讲》等十多个创新项目。

上海纪实频道陆续推出了《跟着贝尔去冒险》、《本草中国》、《伟大的一餐》等八部精品纪录片,累计35集、共1500分钟,引起了良好的社会反响。《本草中国》以中国非物质文化遗产中药炮制技术及中药传统制剂方法传承人为灵魂展开。2016年5月9至15日,《海上丝绸之路》在上海纪实频道首播,全篇共7集,每集50分钟。上海纪实频道的百集微纪录片《喀什传说》2016年1月起陆续播出,成为关于喀什和上海援建工作的跨媒体影像工程。《亚洲时代》分为“年轻的大陆”、“下一个中国”、“12亿的革新——印度”、“中

日韩经济三国志”、“中国梦”、“致富之路·亚洲之路”等六集,展示了中国和亚洲为世界带来的改变。

表1 2016年上海纪实频道自制纪录片作品情况

大项目	制作	集数*时长	题材	播出	收视率	收视份额
《喀什传说》	自制	40*5分钟	自然地理	已播出	0.39	1.10
《海上丝绸之路》	自制	7*50分钟	人文	已播出	0.25	0.77
《西藏,自然之路》	自制	4*50分钟	自然地理	未播出		
《遵义行》	自制	4*45分钟	自然地理	未播出		
《理想照耀中国》第二季	自制	21*50分钟	历史	未播出		
《本草中国》	自制	6*48分钟	人文	已播出	0.22	0.93
《伟大的一餐》	自制	3*52分钟	美食	已播出	0.24	1.05

2016年,北京纪实频道推出有关北京历史遗迹和艺术瑰宝的系列微纪录片《北京一千零一夜》,大型剧情纪录片《中国故事——中华文明5000年》,系列纪录片《丝路好物产》、《最后的沙漠守望者》、《喜马拉雅精灵》等,并主办系列主题活动。除了播出日常节目,北京纪实频道重点打造大题材、大制作的纪录片,围绕“一带一路”、“文化走出去”等重大选题,策划了《东盟行》、《一千零一夜》、《我为散文穿衣裳》、《中国火车故事》、《一座码头 一座都城》等五大纪录片项目。

2016年,金鹰纪实频道强调主流意识形态宣传,创新宣传形式,制作播出了国防军事题材纪录片《我为祖国守边卡》、《雄鹰少年队》,制作了以“党的政策主张的传播者”为目标的《大圩的春天》、《筑梦桐冲口》、《我铸忠魂》等纪录片。在外购纪录片方面,金鹰纪实频道重点引进了《从秦始皇到汉武帝》、《长城:中国的故事》、《中国大运河》、《我在故宫修文物》、《重生》、《我从汉朝来》等一批传统文化国产纪录片。

2. 国际合作纪录片

2016年,纪录片国际合作项目较多,并向纵深发展,海外播出也明显增加。一批有影响的中外合拍纪录片出现,《孔子》、《智慧中国》、《亚洲时代》等作品展示了国际制作与传播的最新成果。

央视纪录频道每年都会面向全球采购超过400小时的高品质纪录片。6年来,21部国际联合摄制节目的总时长超过70小时。作为一个枢纽,央视纪录频道正致力于推动更多的中国纪录片走向国际市场和国际主流平台。央视纪录频道在2016年已顺利完成并首播了包括《猎捕》、《金山》、《番茄的胜利》、《中国设计》、《雪豹》、《中国艺术》、《大熊猫》等七部国际联合摄制纪录片。央视纪录频道以参与投资、共同制作等方式,注重让中国价值观日益影响国际纪录片界,注重让中国题材日益受到国际的广泛关注。

2016年,央视科教频道逐渐形成了“以我为主”的局面,即由频道出资并进行内容审定,内容承制方按频道要求生产,并通过国际主流媒体播出。央视科教频道与中国国际电视总公司、高岸视野文化传媒、澳大利亚海之光影

视共同制作了纪录片《深潜》，记录了中国第一艘载人深潜器蛟龙号在西南印度洋底探险的故事。央视科教频道和澳大利亚野熊公司合作了二战主题纪录片《改变世界的战争》，并于2016年9月在澳大利亚Foxtel历史频道播出，这是第一次把反法西斯的东方主战场放到整个战争坐标系中进行审视解读。

上海纪实频道勇于向国际化方向发展，云集将来传媒（上海）有限公司（以下简称为云集将来）与BBC Worldwide、Discovery亚太电视网、KBS（韩国放送）、MBC（韩国文化广播公司）等多家国际著名电视机构联合推出《跟着贝尔去冒险》、《海岸中国》、《越野千里》、《亚洲时代》、《伟大的一餐》等大型国际纪录片项目，力求创制出具有全球影响力的中国纪录片。

三、纪录片频道盈利模式

2016年中国的纪录频道以广告收入为主。由于经济下行，收视情况整体呈现疲态，频道广告收入全面下行，因此探索新的盈利模式是中国纪录片产业的当务之急。云集将来与金鹰纪实频道在这一方面付出了努力。

2016年央视纪录频道投入制作和购买节目的经费超过2亿元人民币。2016年上海纪实频道资金投入总额（包含云集将来）约1.9亿元，实现收入（含云集，包括营业外收入）约1.975亿元，总体达到收支平衡。其中，云集将来业务发展迅速，收入同比增长近70%，利润同比增长近300%。

2016年北京纪实频道总投资金额为6000到7000万元（不包括落地费用），国外纪录片的购买成本大概为1500万元左右。北京纪实频道的《一千零一夜》项目正在利用全媒体手段探索新的盈利模式，试图通过搭建资源服务平台，换取更多纪录片的播放权，再通过广告播放在获取盈利的同时达到纪录片传播的目的。

2016年中国教育电视台3频道总投入约1600万元左右，收入超过2000千万元，其中80%以上的收入来自于广告，其他为播出时段的市场回收。3频道的纪录片生产主要由纪录片中心负责。2016年纪录片工作室的社会投资额达到1236万元，其中纪录片《中华老字号》总投资额为1200万元，创下了近年来教育电视台纪录片最高招商额。

四、纪录片频道节目编排

2016年各纪录片频道积极优化频道编排，调整编排策略，细分节目受众，重视节假日编排，在特殊时间节点上对节目进行特殊编排，配合宣传主题进行主题编排，制作与播出特别节目。同时，拼星模式仍在继续，2016年7月1日，央视、北京纪实、上海纪实、湖南金鹰共同首播了大型纪录片《重生》，这也是各频道采取数台一网同步播出的“拼星”模式的又一次成功实践。

在配合主题宣传上，各频道都采取了大片策略。围绕

红军长征胜利80周年的重要节点，纪录频道连续推出了《长征纪事》、《隐秘征程·红军长征在四川》两部纪录片。北京纪实频道在建党95周年、国庆节、长征胜利80周年、北京国际电影节、中澳纪录片周以及其他节假日等重要时间节点，都进行了特殊编排。为纪念建党95周年，从7月1日至20日每天下午16:00的次黄金时段安排大型红色纪录片《英雄志》的重播。为纪念长征胜利80周年，北京纪实频道于10月20日至24日晚19:30安排播出了特别节目《震撼世界的长征》。10月25日至11月2日午间16:00安排播出了《红军不怕远征难》，以实地探访长征途经地，以实景还原历史，用影像告慰英魂。10月28日至11月2日晚19:30安排重播了大型党史纪录片《重生》。中国教育电视台3频道在特殊时间段都进行了排播：在每一年的重要的宣传节点，重大题材的宣传和重要的宣传期时，3频道都会组织主题宣传有关的纪录片，进行大时段、多频次的播出。如两会期间重新播出了《云岭和声》、《东湖梅岭毛泽东》、《陕甘风云》等作品。为纪念反法西斯抗战胜利，新采购了一批包括《信仰的力量》、《邓小平遗物的故事》、《陈云的故事》、《新四军1941》、《七三一》在内的作品，并进行了排播。十一假期特别播出了《传家》节目。6月23日，金鹰纪实频道为庆祝中国共产党建党95周年，播出了《重生》、《青春作伴》、《青春放歌》、《大解放》、《湘人家书》等一系列革命题材纪录片。10月1日，金鹰纪实频道推出“和祖国一起心跳”国庆特别编排；10月17日，又推出了纪念长征胜利80周年特别编排并和央视同步首播的大型纪录片《震撼世界的长征》。

为了提高观众对纪录片频道的黏性，提高观众的忠诚度，北京纪实频道在节目编排上，常规节目编排与去年基本一致，为了适应观众的记忆习惯，特别统一节目在整点播出。2016，金鹰纪实频道突出“中国梦”主题纪录片展播。春节期间播出了《菜刀老师的公益青春》、《排球女将惠若琪》、《我是你的眼》、《跑出我人生》、《旋转的青春》等多部原创中国梦主题纪录片。

在节假日编排方面，2016年春节期间，《讲述》栏目从2月7日起连续六天，由大年三十至初五，播出了系列纪录片《故乡的云》第二季，该片紧扣春节回乡团聚时浓浓的乡情，展现了漂泊在外的游子对故土深深的眷恋之情。

上海纪实频道在栏目编排上，通过整合频道自主版权节目、集团内纪录片资源及购买优秀片源的方式，以开发全新季播类板块为主要特色。在这个过程中其注重以富有特色的编排来发挥海派纪录片的特色，突显现实类题材纪录片的优势。

五、纪录片频道传播效果

据中国广视索福瑞媒介研究全国测量仪收视数据显示，2016年纪录片频道的总体收视平稳，局部有降。央视

纪录频道及科教频道收视率和上一年相比基本持平,纪录频道收视份额由2015年的0.77%下降至0.70%,科教频道收视份额由2015年的0.99%上升至1.04%;上海纪实频道、北京纪实频道、金鹰纪实频道、中国教育电视台3频道收视率和收视份额都有所下滑,其中上海纪实频道、中国教育电视台3频道的收视份额都下降了50%以上。其中,北京纪实频道自2016年2月23日起播出频道调整为高清机顶盒620频道,收视率下降约70%。需要说明的是,2016年收视数据仍延续旧制以各自所在区域数值计算,有所变化的是央视频道的统计2015年为31城、2016年为35城,4岁及以上所有人,全天02:00-24:00时段。

表2 2015-2016双年度各纪录片频道总体收视情况比较

频道	市场范围	收视率% 2015	收视率% 2016	收视份额% 2015	收视份额% 2016	全台频道中的排名 2015	全台频道中的排名 2016	覆盖地区全国排名 2015	覆盖地区全国排名 2016
CCTV-9	35城	0.09	0.08	0.77	0.70	12	14	29	33
CCTV-10	35城	0.12	0.12	0.99	1.04	10	9	22	21
中教3频道	北京	0.11	0.04	0.86	0.34	1	1	29	42
上海纪实频道	上海	0.14	0.11	1.25	0.97	9	9	16	18
湖南金鹰纪实频道	长沙	0.12	0.06	0.51	0.48	10	10	28	29
北京纪实频道	北京	0.05	0.03	0.42	0.21	11	11	43	48

从纪录片频道的观众性别情况来看,男性观众普遍高于女性观众,观众集中度高出20%-30%。

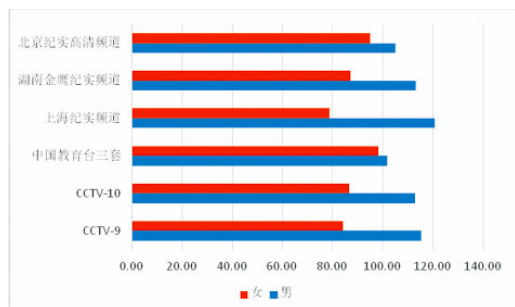


图1 2016年各纪录片频道不同性别观众集中度%

从纪录片频道的观众年龄情况来看,55-64岁、65岁以上的观众集中度最高,其次为45-54岁年龄段观众,这在一定程度上反映了纪录片观众呈老龄化现象。不过,35-44岁观众的集中度也有所增长,说明中青年观众集中度正在回升。

从观众学历情况看,初高中学历观众最多,其次是大学以上学历的观众,这一方面显示纪录片实现了较好的社会文化教育功能,另一方面也说明了“三高”目标观众定位与实际情况有所差别。其中中国教育电视台3频道小学学历的观众集中度较高,这又反映了其以纪录片的方式展开的教育服务功能对低学历人群覆盖的有效性。

六、纪录片频道的发展趋势

1. 差异化定位将成为专业频道重要的发展途径

纪录片专业频道上星扩大了纪录片需求,纪录片品

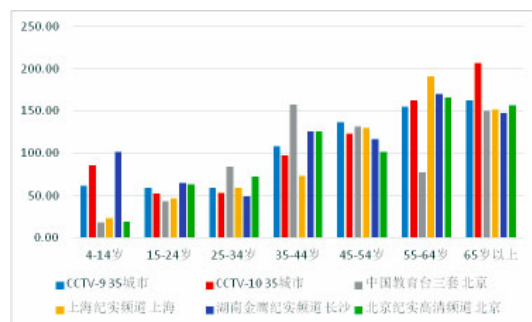


图2 2016年各纪录片频道不同年龄段观众集中度%

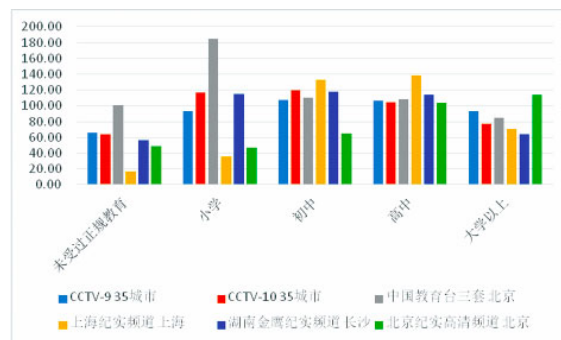


图3 2016年各纪录片频道不同学历层次观众集中度%

质得到提升,但也面临国产纪录片供给能力不足、频道内容雷同、引进节目比重高等问题。2016年央视纪录频道注重原创力和创新力的提高,进一步强化“高品质、高品位、高水平”的专业特色。北京纪实频道延续以“用心纪录世界”为口号,以“全球视野的专业纪实频道”为定位的发展路线,致力于为高知识结构的受众人群提供全球视野的高品质纪实节目。湖南金鹰纪实频道以“更青春、更生动”的差异化定位成为市场份额成长的年轻卫视。2016年下半年,中国教育电视台3频道则更名为教育服务频道,定位为“人文教育,纪录表达”,将教育纪录片栏目并入教育和服务的概念里。通过纪录片对教育和服务的内涵形成聚拢、集合的作用。

2. 专业频道之间内容生产能力的差距逐步显现,以精品纪录片的制作能力为标杆,各频道之间内容生产能力的差距将会进一步拉大

纪录片要以“内容为王”,才能在全媒体传播渠道中掌握主动权。央视纪录频道正在实现从作品思维到品牌思维,再到IP思维的转变。央视纪录频道以原创精品助力频道品牌,依托精品工程,推动单一节目向品牌系列转型。2016年初,上海纪实频道曾以“没有大冒险,没有大未来”为口号,计划制作并播出11个重量级项目,其中包括《西藏——一个隆起的神话》、《格萨尔王的英雄草原》、《海上丝绸之路》、《理想照耀中国》第二季、《阎宝航》、《黔之北》、《跟着贝尔去冒险》第二季、《本草中国》、《伟大的一餐》、《海岸中国》、《亚洲时代》,致力于大片的打造,“标杆性”、“现象级”的作品频出。

3. 专业频道的盈利模式和运营方式之间的调整机制将会进一步深化

2016年中国纪录片市场不断发展,市场机制逐步完善,工业化、品牌化作品正在孕育,但政策依赖程度依然较高。完善市场机制依旧是纪录片发展的重点。经济下行、广告和收视下滑成为整体态势,纪录片呈现受众老化而且流失的趋势,因而留住忠实受众、吸引年轻群体,成为纪录专业频道面临的重大课题。

鉴于电视频道的事业单位属性,无法灵活地参与市场运营,而制播分离又是大势所趋,故而公司化是频道运营模式改革的必由之路。但公司是台内小循环还是社会大循环,目前仍在实验之中。

在纪录片面临运营模式、思维方式与管理模式创新的背景下,纪录片频道的盈利模式与运营机制密切相关,电视频道的事业身份与市场运营之间的矛盾一直没能得到有效解决。公司化固然是一种可能,但如何公司化,如何运营,实际效果尚待验证。在市场化方面,上海走出了一大步,云集将来与香蕉计划游戏传媒合资成立上海香蕉云集新媒体有限公司,与Discovery亚太电视网联合成立云集探索。

4. 专业频道以纪录片栏目为纪录片生产单位的内容生产体系已经发生彻底的改变,纪录片内容显示出围绕新媒体而展开的多元供给转向的特征

云集将来制作的10集纪录片《本草中国》于5月20日起在江苏卫视周末黄金档播出,首播收视率高达0.83%,

超过了《天天向上》在内的一众综艺节目。云集将来制作的《伟大的一餐》6月13至15日每晚22点在纪实频道播出,第二天10:30在优酷独播。2016年,云集将来的作品登陆央视、省级卫视、新媒体视频、国际平台,进行了强势放送。同时,云集将来聚焦真实类内容IP的开发,拥有《贝尔》系列、《本草中国》、《超级》系列等自主模式和版权,并布局手机游戏、线下展览、衍生开发。

季播化也是供给价值调整的体现,不仅更有利于工业化生产和节目产品化,能够有效地拉动广告市场,也意味着纪录片栏目内容生产由以电视为单一供给特征向围绕新媒体而展开的多元供给的转向。

经历了外来综艺节目的洗礼之后,中国电视产业开始寻找符合中国观众价值观和审美标准的内容,中国电视内容生产将会向原创模式和原创文化类纪录片精品的方向转向,也为中国纪录片专业频道带来了发展空间和机遇。

本文说明:

1. 本文收视数据由中国广视索福瑞媒介研究有限责任公司提供。

2. 本文为张同道教授主持的2016年度《中国纪录片发展研究报告》项目的一部分,并参照了项目组成员对各纪录片频道和电视机构的调研成果。

(作者刘忠波系南开大学文学院传播学系副教授;张同道系北京师范大学教授、纪录片中心主任/责编:丁磊)

(上接16页)会2013-2014年度四川广播电视节目奖纪录片优秀奖;获中国广播电视学会第十届“中国纪录片国际选片会”社会类二等奖;获中国电视艺术家协会纪录片学术委员会第二十一届中国电视纪录片系列片“十优”作品奖;获中国传媒大学“光影纪年”第五届中国纪录片学院奖入围奖。

2015年,第二季(40集)制作完成后,入选国家广电总局2016年第一批“优秀国产纪录片”,向全国推荐播出。同时,获中广联第十一届中国纪录片国际选片会中国“十大纪录片”荣誉;获中国电视艺术家协会纪录片学术委员会第二十二届中国电视纪录片系列片好作品奖;获中国传媒大学“光影纪年”第六届中国纪录片学院奖入围奖。

更令人欣喜的是,经过三年的培训和实战锻炼,一支年轻的创作队伍已经成长起来,特别是在第三季创作中,80后、90后年轻人成为创作的主力军。他们理念新锐,视角独特,对叙事技巧的把握和影像品质的追求令人刮目相看,他们创作的作品在参加各种评奖活动中也屡获殊荣。

“通过一项工程,创作一批作品,培养一批人才”——《纪录四川100双手》的项目策划初衷初见成效,

四川的纪录片创作正在步入佳境。

回首历程,我们不能忘记四川省文联、省视协领导对我们工作的积极肯定和鼓励;不能忘记四川广播电视台对这个项目的大力支持。四川台每年都将《纪录四川100双手》列为年度重点节目,还拿出专项经费奖励优秀的创作团队。另外,各地电视台的领导也给予了很大的重视和支持。这些都成为推动《纪录四川100双手》大型文化工程健康前行、取得圆满成功的动力。

先行者,不负时代的重托,为自己的职业生涯谱写了一笔靓丽的豹尾;后来者,经过培养和历练已然成熟,正在砥砺前行。多年以后,当人们看到四川纪录片繁荣的景象时,一定不会忘记《纪录四川100双手》,不会忘记在那100双手的背后,还有一双双记录生命美好的手,一双双为纪录片梦想而执着追求的手。

正如《纪录四川100双手》片头语所说:“一双手,改变自己的命运;一双手,创造生活的美好;一双手,点亮文明的烛照;一双手,托起心中的梦想!”

(作者单位:四川省视协纪录片专委会/责编:莎莎)