

# 国家电网公司首届品牌故事大赛纪实

近日,由国家电网有限公司党组宣传部主办,英大传媒投资集团有限公司承办的国家电网公司首届品牌故事大赛评选结果揭晓。大赛共收到226部参赛作品,经过初选有85部作品入围,最终评选出30部获奖作品。目前,获奖作品正在国家电网公司视频号、抖音、快手等媒体平台发布。截至目前,微电影《充满爱》《光亮》两部影片的总阅读量超过300万。

举办这次大赛是贯彻落实习近平文化思想的生动实践。评选出的优秀作品具有正确的政治方向、舆论导向、价值取向,既有充满温度的叙事,又有生动鲜活的细节,既有启迪人心的思考,又有感人至深的表达,充分体现“人民电业为人民”的企业宗旨,彰显了电力精神,反映了150多万国家电网人的精神风貌。

## 精心组织

### 以品牌故事彰显国网价值

3月,国家电网公司首届品牌故事大赛启动。国网宣传部首先组织开展了微电影剧本评选。以“质量高于一切”为标准,本着公开、公正、透明的原则,英大传媒集团大赛工作组严格审核把关,认真遴选每一部剧本。从公司系统各单位报送的157部剧本中,按照“主题鲜明,叙事逻辑合理,情节引人入胜,作品连贯流畅,能够激发受众情感认同和价值认同”的要求,大赛评选出了“十佳微电影剧本”。这些剧本的内容涵盖乡村振兴、清洁能源、服务社会经济发展、环境保护、电能替代等主题。获得“十佳微电影剧本”的单位都组织人员根据剧本拍摄了微电影作品,并报送参加此次大赛,丰富了参赛作品的题材内容。

8月至9月,大赛工作组共收到参赛作品226部,其中微电影作品108部、短视频作品118部,参照中央企业品牌故事大赛评审标准,对参赛作品进行初步遴选,共有35部微电影和50部短视频作品进入终评。

10月14日,在终评评审会上,6位专家组成评审组,一部一部地点评作品,并认真记录作品内容和亮点,然后打出分数。随后,评委经过热烈充分的讨论,评选出最终获奖的15部微电影作品和15部短视频作品。

本次大赛还加入了短视频作品的评选。短视频是塑造行业形象、传播行业故事的新兴阵地,通过不断创新表达方式,生动展现了各行各业的多元魅力。

## 守正创新

### 以光影记录国网故事

纵观此次大赛获奖作品,讲好故事是这些作品共同的特点。

国网江苏省电力有限公司报送的微电影《把答案写在根思村大地上》,记录了供电企业派出的驻村第一书记陆杰在脱贫攻坚一线奉献青春的感人故事。故事主题突出,写实生动,充分展现了基层扶贫干部带领村民脱贫致富、建设美丽乡村的责任和担当。大赛评委、中央电视台新闻中心视觉艺术部制片人曹红晨认为,这部微电影的艺术水准很高,视觉呈现和真诚表达都为表现主题加了分。

国网重庆市电力公司报送的微电影《线的两端》以建设“西电东送”大动脉±800千伏白鹤滩—浙江特高压直流输电工程为背景,以电网建设者为创作原型,塑造了两个身处不同年代却都投身于电网建设而无私奉献的电网人形象。“聚焦优质内容可视化、媒体融合产品化、价值呈现多元化,《线的两端》从大主题中深挖素材,将优质内容可视化,以小切口反映了大主题。”大赛评委、中国电视艺术家协会国际交流委员会副秘书长李思祥说。

## 下沉一线

### 扎根基层寻找拍摄素材

扎根基层才有源头活水。要关注民生热点,反映人民群众的所思所想,这样的作品才能与群众产生共鸣,作品才能接地气、冒热气,为群众喜闻乐见。微电影《光亮》就是这样一部作品。在叙事方面,这部微电影大胆创新,以“80后”主人公成长经历为主线,以时代变迁中的供电服务变化为暗线展开叙事。国网山东省电力公司的主创团队突破微电影线性叙事的框架,以场景化、快节奏的方式重现了时代变迁中的公共记忆。影片主线与暗线都在原创歌曲《光亮》的串联下展开,并带着观众回到那些温暖的岁月。这些情节和细节触动了观众内心最柔软的部分,引发观众对美好生活的共鸣和向往。

国网湖北省电力有限公司报送的短视频《看99年电力小姐姐挑战80米高空作业》,通过“画面+文字+语音”的表达方式,展现了一位出生于1999年的电网女员工高空走线的场景。该片主创团队成员、国网湖北电力员工符珉

得知作品获奖后,激动地说:“我们用心用情讲述国网故事,传播国网声音。我们的作品能够得到肯定,是对我和小伙伴们最大的鼓励。”

有着和符珉一样心情的,还有国网宁夏电力有限公司员工包兆鑫,他带头创作的微电影《小羊回家路》也获了奖。包兆鑫是电网一线员工,工作繁忙,但他利用业余时间打磨剧本,抓细节、找亮点、寻创新,和创作伙伴一起加班加点拍摄制作微电影。《小羊回家路》以一只走失的小羊为主线,讲述供电所员工在帮助村民解决用电问题的同时帮助走失小羊寻找主人的故事。影片故事视角新颖,内容风趣幽默,获得了评委好评。

国网宣传部品牌管理处处长谭同江说:“本次大赛的主要目的是建立国家电网公司品牌故事大赛工作体系,培育挖掘具有国家电网特色和广泛社会影响力的影视精品力作,塑造可靠可信的国家电网品牌形象。”

## 国家电网公司首届品牌故事大赛 评委感言

### 好作品会给观众留下思考空间

□ 李思祥

国家电网公司首届品牌故事大赛中优秀的微电影作品很多。从剧本创作到拍摄剪辑,从题材选取到创意呈现,这些作品都体现出精益求精的创作态度。其中微电影《光亮》在叙事方面大胆创新,在光线、色彩、音乐三个方面都有亮点。光是电影语言的第一要素。微电影《光亮》在拍摄过程中,主创者在不同场景运用不同光线,用暖色调的光线表现一家人的温馨和睦。主创者在色彩的运用上也匠心独具。色彩可以作用于人的眼睛,然后使人产生相关的心理温度。色彩在微电影《光

亮》中发挥了巨大作用。它使影片在表情达意方面更加引人入胜,展现出随着时代变化,一家人生活发生的巨大变化。最后,这部影片成功运用了声音效果。除了人物台词,影片中的原创音乐显示出了主创者不凡的创作能力,完美地融合在故事里。

好作品之所以是好作品,是因为它具有“空筐效应”。一千个观众就有一千个哈姆雷特。微电影《光亮》的主创者给观众留下了一个“空筐”,留下了思考的空间。

(作者系中国电视艺术家协会国际交流委员会副秘书长)

### 参赛作品表达出了企业精神

□ 曹红晨

这次参赛作品呈现了三个特点。一是主题思想明确,参赛作品都很好表达出“努力超越,追求卓越”的企业精神,体现了国家电网公司作为“大国重器”的责任和担当。例如短视频《3.8吨电缆上泰山》。视频中没有解说,而是用镜头语言凸显出电网人的豪迈气概。二是艺术水准高,视觉呈现和真诚的表达方式都为主题表达加分。例如微电影《把答案写在根思村大地上》。这是一部采用“非虚构”表现方式的微电影,主创者用电影的镜头语言展

示了电网人在乡村振兴中发挥的作用。三是创新的形式增加了作品的感染力。例如微电影《传承万年的毛皮滑雪板》,故事新颖,引人入胜。主创者巧用老物件滑雪板作为线索,表现了电网人的敬业精神。短视频《科学使用空调26度刚刚好》创意巧妙。主创者把主人公放在大自然中,展现绿色生态给他带来的愉悦,并同时点明主题。这部作品画面的质感非常好。

(作者系中央电视台新闻中心视觉艺术部制片人)

### 电网故事有值得深挖的“富矿”

□ 张腾之

国家电网公司首届品牌故事大赛参赛作品整体水平较高,主题突出、内容丰富、富有创意,画面质地精良,艺术表现手法精巧。评审中,我发现一些作品的选题视角非常独到。比如短视频《“苦”尽“甘”来》表现的是我们的企业帮助共建“一带一路”国家提高基础设施建设水平,将苦咸水变成甜甜的饮用水的故事。短视频《3.8吨电缆上泰山》中,电网人克服种种困难,抬电缆上山,“电力挑山工”与山之雄伟、林之多彩共同构成了泰山上的美丽风景。参赛短视频作品体裁多元。短

小的视频中展现出了丰富的“大世界”。电网品牌故事有值得深挖的“富矿”。在制作短视频时,我们要善于捉到“活鱼”,善于发现那些感动人、激励人的瞬间。另外,短视频要考虑网络传播规律,要“短、平、快”,要“小、特、美”,拍摄镜头要注重细节化的表达,讲细微之处就要深入人物内心和事件核心,切忌扁平化,叙事要有焦点,逻辑要清晰,节奏要明快,人物语言要朴实且能触动人心。

(作者系中国广播电视社会组织联合会微视频短片委员会秘书长)