

扶摇天地一镜开，山河巨变入画来

中国首部卫星新闻纪录片《太空的见证》创作记



《太空的见证》系列海报《墨脱公路》。设计：董蕊

融媒故事

钟昊熹、程瑛、周锦帅、程婧、丁新珂、张帅

“46分钟，我居然用手机流量看完了，太震撼太感动了。”（微信用户：一根坏萝卜）

“太棒了！带着九岁的儿子一起看的，进行了一次‘用数据说话’的爱国教育。”（微信用户：Aminta-燃）

……
数十万真情感言和鲜活评论，是网民送给《太空的见证》创作团队最好的新年礼物。

告别2020年之际，新华社卫星新闻实验室推出国内首部卫星新闻纪录片《太空的见证》，上线72小时，系列产品全网传播量突破10亿次、互动量超千万次，转载转发突破8000家次，形成一次“现象级”传播。

短视频时代，一部长达46分钟、反映“三区三州”脱贫攻坚的主旋律纪录片，为何让用户如此动容？

“院线品质”创新主题报道

这是人类历史上规模空前、力度最大、惠及人口最多的脱贫攻坚战。如何记录这一“人间奇迹”？

“三区三州”脱贫攻坚主题确定之后，新华社相关领导提出，打造一部以卫星为主视觉的新闻纪录片，尝试用新技术新创意升级主题报道视听体验。

依托媒体融合生产技术与系统国家重点实验室科研成果，创作团队融合运用卫星遥感、航空测绘、三维建模，基于真实地理信息的科学数据可视化等多种技术手段，将来自深度贫困堡垒“三区三州”的9个小故事，以“一镜到底”式的长镜头语言，无缝融进“扶摇天地间”的视觉整体设计之中，给广大观众带来了一场大时空感知、全景式记录、沉浸式体验。

12颗卫星拍摄数百张遥感影像、10万张无人机影像数据合成的6个航空测绘模型、33个三维建模……这些数据技术，是创作团队打造全新效果的基础。

西藏墨脱公路穿山越岭、新疆策勒绿洲神奇“握手”、新疆柯坪3万亩新增农田、云南怒江森林“伤疤”修复……一系列新发现，也只有通过空天视角才能观察、捕捉，很多网友看了以后直呼，“不考虑出一组壁纸吗？”“节奏和转场实在太好了！”“国产纪录片的镜头终于不土了”“赶紧拍下一部”。

运用卫星遥感等技术，地球尺度上的昼夜轮转、风云变幻、荒漠寥廓、冰湖沉寂，都成为中国脱贫攻坚决战决胜的宏大背景。视野之变、视听之变，让用户可以通过生理感官，具象感受发生在“三区三州”大地上那些抽象却又真实的“大地史诗”“人间奇迹”，其穿透力和感染力绝非文字描述可以比拟。

在音乐表达上，创作团队与专业团队合作，按电影标准为全片创作原创配乐，以交响乐打底，融入民族音乐元素、旋律结构创新、和声色彩运用、音色调性转换、独特音色变化等声音手段，呈现出符合中国人文情怀、哲学思想和审美偏好的音乐语言，让新闻产品更具完整性，更有感染力。



《太空的见证》主海报。设计：高鹏

有地理高度，更要有思想高度 情感温度

项目总策划刘思扬反复要求创作团队，既要有站在60万米高空看山河变迁“是什么样的”地理高度，更要有站在“天安门城楼”想决胜脱贫攻坚“为什么”的思想高度，还要有走进人心、打动人心的情感温度。

从太空看大地变迁不难，难点在于如何通过眼见为实的直观景象，串联起地上变化和人物故事，更深刻揭示巨大变迁背后的密码和逻辑。项目启动之初，创作团队就着手梳理党中央有关精准扶贫，特别是“三区三州”脱贫攻坚的重大政策、重要论述，从中抽取有关信息和线索，并与地理点位、人物故事结合起来。

在后期制作中，团队穿插运用总书记原声、受访对象同期声、画外解说等多种手段，实现声画融合，力求生动反映中国共产党精准施策、带领人民持续奋斗的伟大实践，深刻揭示创造人类减贫史上中国奇迹背后的思想逻辑。

很多观众感叹，从太空看地球的效果实在太震撼了。然而，更能打动人心的，依然是人的故事、人的面容。作为一部融汇科学视角的纪录片，《太空的见证》要兼顾震撼与动人，就要将空、天、地、人融为一体，通过新技术实现从60万米高空，到人物个体命运的融合贯通。

跟随卫星从太空看“三区三州”，观众在领略大美自然、品味沧海桑田的同时，也能亲眼目睹、亲临其境地体验脱贫攻坚带来的“星球变化”，这种前所未有的直观感受和震撼体验，更容易给人以信服感，引发共鸣共情。

很多用户留言：在目不暇接的视觉冲击下看完全片，担心“进度条”，希望多看一会儿。



《太空的见证》视频截图。四川凉山州“悬崖村”藤梯变钢梯。



《太空的见证》视频截图。西藏墨脱县茶农在采茶。

儿。不少用户感叹：“好家伙，还以为是超级壁纸”“每一帧都是屏保”。B站网友发弹幕说：“看着看着就流泪了，谁能人定胜天，唯我中华民族”“看完感觉自豪骄傲感动，比这更多的是信心，对未来的信心”“看到开头我就激动得颤抖了，我们有多棒？我们叫中国！”

融合传播让大流量充盈正能量

一部好的纪录片，要有品质、有流量，也要有口碑。《太空的见证》上线之前，创作团队反复思考：碎片化、浅阅读流行时代，这么长的一部视频，用户会不会“买账”？有没有耐心看？

融媒体时代，三分靠制作，七分靠运营。创作团队将产品运营摆在重要位置，统筹各类平台，吃透平台调性，把握传播节奏，配合主片上线，综合运用话题式、交互式、碎片化等融合传播手段，努力提升产品传播力影响力。

围绕主打产品，运营编辑协同创作团队进行多元加工，制作预告片、海报、短视频、微博微信推文、报刊网文、抖快微视频、视频彩铃、彩信、5G富媒体消息等多种衍生内容，形成产品矩阵，覆盖线上线下17类传播终端，形成一体化发布体系。

在传播策略上，摒弃以往“排浪式”宣发手法，抓住关键点位撬动网络流量。预热阶段推出一分钟预告片，设置#卫星见证脱贫攻坚#话题，邀请正能量艺人转发推荐，将宏大主题与流量热度结合，营造线上热度。

纪录片主片以新华社客户端为首发端口，在微信、微博等主账号梯次发布，进而通过聚合平台、视频平台、直播平台等扩大线上

覆盖面，通过电视台、户外大屏等渠道覆盖线下场景，借助社交平台、知识问答、“二次元”社区实现互动传播。

此外，利用移动通信网直达用户优势，以多元加工生成的视频彩铃、彩信、5G富媒体消息、音乐等多种产品，覆盖移动、电信运营商商线上传播渠道。向“现场云”用户、地方电视台和县融用户、相关省区市户外大屏推荐展播。

随着梯次发布，产品以高品质的制作、影院级视听享受、创新的表现手法，迅速得到用户认可。融合运营撬动了口碑传播，国务院扶贫办、共青团中央、航天科技、中科院空天院等上百个“蓝V”“大V”推荐转发。

有网友在知乎开设话题，讨论“如何评价中国首部卫星新闻纪录片《太空的见证》”。微博、微信、B站，甚至豆瓣等非传统新闻传播平台，也涌现出一批脱贫受益者、扶贫干部、相关地区行业人士发表的真情感言。有网友提出热切需求，希望《太空的见证》成系列、专题化，进校园、进课堂，期待出背景音乐专辑、出壁纸、出VR产品，希望有多语种版本在海外传播。

这些用户反馈与热情期待，是对创作团队的莫大肯定，更是一种鞭策激励。始终保持内容定力，不断创新技术手段，是新华社卫星新闻实验室的使命与价值。创作“更有趣”的内容、做“有意义”的传播，是我们融合创新路上不懈的追求。



扫描二维码，观看中国首部卫星新闻纪录片《太空的见证》，让12个卫星带你观察人类减贫史上的中国奇迹。

网友评《太空的见证》

@ 灵狐不蹲

就应该这样讲好我们的故事。以后，我们要继续讲，光明正大、敞敞亮亮地讲。讲得漂亮，讲得精彩。有多少国家，想做却做不到；有多少国家，甚至连想都不敢想。这就是奇迹。努力的奇迹，坚持的奇迹，奋斗的奇迹，刻苦的奇迹……

@ 安之念之的小故事

这几年脱贫攻坚成果，是肉眼可见的。我妈妈的老家，每一个贫困户都有指定的扶贫干部。我爸爸的同学参与精准扶贫，一年里有一半多的时间都是在山村里。我老公老家的贫困户，家家都养了牛羊，两三年过去了，逐渐养成了规模。每次看到这些信息都很泪目，我们生活在伟大的国家！

@ 梨味焦糖布丁

利用通勤时间看了一会儿。种了苹果以后贫困村的变化，那些数字看上去好像微不足道，但是配合画面和旁白真的好振奋人心。高中时上思政课，只是单纯背诵退耕还林的重要意义，但看了卫星图像后，才真正深刻理解了。真的太不起了！

@ 五啊姐姐

认真看完了，不得不说之前对三区三州的状况了解甚少，感谢有这么个机会能通过卫星很好地了解当地的各种艰难，看到当地居民生活的大改变。

@ 妥妥

考上大学不易，从乡村考上大学更不易，深深为秀芳英喝彩！“农村女孩，像你一样，考出来不容易”，看到这一刻，泪流满面。希望更多的农村女孩坚持住，贫困终会被克服，坚持下去，我们都有美好的明天。

@ B站弹幕

看完感到自豪、骄傲、感动，还有更多的信心，对未来生活的信心！

“脱贫只是开始，未来会越来越好。”

“只有国家队才能做出这样的大片！”

“感觉如果电影院放这部纪录片，我绝对会花钱看。”

“不过瘾，期待下集！”

“我能做的恐怕也就只有让更多人知道这部纪录片。”

“我不喜欢说教，但这种实实在的把所有人都看得见的证据扔到脸上的方式，请多来点！”