

附件 2

创意传播参评作品推荐表

作品标题	#直击阅兵现场 干了这杯解暑药！受阅官兵作最后准备	参评项目		创意传播（新媒体）	
		字数/时长	9 秒	语种	中文
主创人员	迟瀚宇、刘映含、方敏	编辑		齐彬、王玉平、赵安源	
原创单位	中国新闻社	发布平台		中国新闻社微信视频号	
发布日期	2025 年 09 月 03 日 8 时 31 分	入选“三好作品”		√	
		入选“我的代表作”			
作品链接和二维码	https://weixin.qq.com/sph/AjgLDxAeKi				
作品简介	<p>本作品跳出传统阅兵报道的宏大叙事框架，以独特的微观视角切入，在纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年大会正式开启前，敏锐捕捉到受阅官兵们最真实、最鲜活的备战瞬间。镜头记录下官兵们饮用藿香正气水解暑、滴眼药水缓解疲劳、互相整理军容等生动细节，这些看似平凡的瞬间，让庄严盛典背后一个个有血有肉、可敬可爱的“人”的形象跃然屏上。视频打破了受众对阅兵报道“只见阵列不见人”的刻板印象，用充满温度的画面语言，展现了新时代中国军人严整军容之下的人性化一面，让宏大主题与个体叙事有机融合，极大增强了报道的感染力与贴近性。</p> <p>该作品在全平台引发强烈共鸣，累计播放量超 4.3 亿次，其中抖音单平台播放量即达 3 亿次，点赞、评论等互动数据表现突出，成为现象级传播案例，充分证明了优质内容在移动互联网时代的强大传播力。</p>				
传播数据	全网传播量最高平台发布链接	https://v.douyin.com/PxTmlHwXITA/			
	该平台传播量	3 亿	该平台互动量	839.6 万	全网总传播量(万)

（推荐理由）

该作品以“九三阅兵前官兵喝藿香正气水、滴眼药水”这一具有反差感的微观场景为切口，跳出阅兵叙事的常规路径，用特写镜头捕捉庄严盛典背后“人”最真实的状态。作品没有停留在阵列恢弘的震撼画面，而是将镜头聚焦于一个个有温度、有情感的个体，以极小的生活化细节撬动了极大的情感共鸣，用意料之外的视角，讲好情理之中的中国故事。

在传播效果上，该作品全平台播放量突破4.3亿次，形成现象级传播。评论区汇聚了无数真挚的网友声音：“真是眼眶含泪看完的”“看得我激情澎湃，热泪盈眶”，这些自发涌现的朴素表达，证明了作品不仅实现了流量的裂变，更完成了情感与价值的深层传递。作品成功塑造了新时代中国军人可敬可爱、有血有肉的形象，实现了重大主题报道从“被观看”到“被感动”的跨越。

该作品主题鲜明、创意独特，是主流媒体在融合传播时代践行“小切口、大主题”的优秀案例，传播力、引导力、影响力、公信力俱佳。同意推荐。

签名：

（加盖单位公章）

2026年 月 日

联系人	蒋文月	邮箱	zbs@chinanews.com.cn	手机	18017260370
-----	-----	----	----------------------	----	-------------

作品内容展示：

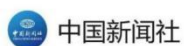
【标题】#直击阅兵现场 干了这杯解暑药！受阅官兵作最后准备

【字幕】9月3日 北京

受阅官兵们喝藿香正气水、滴眼药水、补妆，作阅兵前最后准备。

记者 迟瀚宇 制作 刘映含

【二维码及首屏首页截图】



扫一扫，观看视频

