

AI加入影视 观众体验更优

李贞 宋佳航

神兽鲲鹏、异兽赢鱼、凶兽九婴、火神祝融、水神共工等的形象，或华美壮观，或凌厉逼人，或威风凛凛，都毛发纤毫可见，而且动作流畅，特效真实……以中国古代典籍《山海经》为灵感来源的AIGC原创奇幻微短剧《山海奇镜之劈波斩浪》，通过AI(人工智能)技术组合起天马行空的创意，构建了一个光怪陆离的上古神话世界。这部剧今年夏季在快手上线后，观众评价其视觉效果震撼人心，“想不到是AI制作的”。

当前，AI技术在影视行业的应用正不断深入。凭借强大的数据处理与学习能力，AI大模型正深刻影响影视制作流程，优化观众体验，为影视行业注入新活力。

参与艺术创作

从剧本创作至后期特效，AI大模型如今可以明显提升影视制作的效率和质量，所以备受行业青睐。

日前，西部电影集团有限公司发布了“汉语电影内容AI辅助创作平台”。该平台基于汉语电影专属大语言模型，包括剧本初稿自动生成、剧本精细打磨及剧本多维度评估3个子系统。据西部电影集团AI实验室首席规划师锁言涛介绍，剧本初稿自动生成系统可以从输入创意开始，生成一个4万字到6万字的剧本；剧本精细打磨系统可以对剧本成稿进行快速打磨修改，而且“评估系统的意见绝大多数符合创作者预期”。

除了辅助进行编剧创作，AI技术还能让观众带来更精彩的视觉享受。

借助AI大模型，影视剧能呈现出实拍难以达到的视觉效果。在微短剧《山海奇镜之劈波斩浪》中，水神共工从山中挣脱、破石而出的特效画面令人难忘。这样的镜头在传统影视制作中成本高昂，但在AI技术的帮助下，仅凭一张图片便能实现这一特效。AI不仅能够加特效、修场面，还可以生成虚拟场景代替演员真人表演。在电视剧《异人之下》中，阿里大文娱数字人“厘里”在剧中扮演神秘角色“二壮”，通过特写画面，可以清晰地看到其细微的表情变化、面部肌肉运动甚至眼神交流。

AI不仅可以是影视公司降本增效的“好帮手”，还能成为“人机共创”的“好伙伴”。

纯AIGC生成的科幻短剧集《三星堆：未来启示录》“复活”历史文化遗产，为观众揭开古蜀国神秘面纱。据悉，该剧应用了十几种先进的AIGC视频技术。科幻作家、南方科技大学教授吴岩认为，《三星堆：未来启示录》实现了AI技术“高保真”、丰富元素“厚叠加”和镜头剧情“密剪接”，展现了AI技术在影视制作中的潜力。

据博纳AIGMS制作中心负责人曲吉小江介绍，在这部短剧中，几乎全部内容都是直接由AI生成，人工干预集中在进行大数据模型的搭建以及电影工业流程的分镜、剪辑等领域。“我们把AI当成一个合作者，甚至将AI放在主要创作者的位置上。《三星堆：未来启示录》的诞生，其实就是‘人机共创’的结果。”曲吉小江说。

未来几年内，AI有望进一步与影视工业深度融合，推动整个行业向智能化



▲6月27日，首届中国·重庆科技电影周影视科创新展现场，工作人员在演示实时动作捕捉技术。新华社记者 王全超摄

和数字化发展。业内专家认为，影视制作不仅是技术展现，更是艺术表达，“如何在保持艺术性的前提下应用AI，是未来的关键问题”。

提升互动体验

在赋能影视创作之外，AI的引入还极大地提升了观众的参与感和体验感。

在各大视频平台上，智能AI对话工具缩短了与观众之间的距离。例如，爱奇艺推出的AI搜索功能，可以帮助用户通过关键词直达热门角色、剧情名场面。优酷的“AI搜片”功能不仅能帮助用户进行模糊搜索、影视问答，还能“化身”李白、唐僧等虚拟角色，用符合角色人设的语气陪伴用户聊天。

在AI大模型的帮助下，观众还能与心仪角色进行深度对话及互动。

“这是专属的智能追剧搭子，太棒了！”无意中在这个AI搭子，互动的次数越来越多。“第一次接触，新玩法让追剧更有趣了。”剧集《长相思2》开播后，AI“追剧搭子”受到观众欢迎。不少网友表示，该功能丰富了自己的追剧和观剧体验。

AI“追剧搭子”由腾讯旗下混元大模型应用“腾讯元宝”与腾讯视频联合推出，凭借大模型多轮对话能力，AI角色能随时随地、无次数限制地生成个性化交流内容。“腾讯元宝”产品团队相关负责人介绍，目前混元大模型参数规模已扩展至万亿级规模，通过结合小说、剧本数据训练精调，可高度还原作品中人物的性格、说话方式及情感倾向。

此外，基于图像融合生成等技术，AI技术还能让观众参与到角色扮演中。

比如电视剧《神隐》在宣发活动“神隐·幻世绘影”中和无界AI合作，利用AI写真技术上线角色戏服写真。用户可以使用照片训练私人模型，将自己

的面部一键迁移到影视角色当中，实现“快速换脸”。这种创新的互动体验让观众更直接地参与到剧集之中，提升了剧集的曝光度和关注度。

对此，中国传媒大学文化产业管理学院执行院长张洪生认为，跨界新玩法给文化生产带来新的想象空间和新的产品形态，也推动不同的文化消费形式交互融合。“AI在文化产业落地中的应用场景方面，形成对话、剧情、海报到虚拟助手的多方式交互创新，使线上数字衍生品的互动性、沉浸性更强，未来可以拓展的空间很大，可形成现象级应用。”

AI大模型有望让观众体验再升级，观影更具互动性和个性化。例如，通过分析观众的历史偏好以及情绪状态、生理反应等反馈，AI能实时调整剧情和演出方式，在电影播放过程中改变故事走向。业内人士表示，这意味着每一次观影都可能成为一次独特的体验，电影的内容将根据观众的反应而有所不同。

助力影视宣发

“在爱奇艺视频里，可以生成影视场面的长图及台词海报，方便我转发到其他社交平台。”网名“小诗”的爱奇艺用户告诉笔者，最近，她在看《如梦归离》这部剧，不同于以往看剧时需要自己手动截屏、拼图制作影视海报，现在，她可以直接用AI生成的精美物料把影视剧推荐给朋友。

AI技术的运用促进了影视宣发的创新。据悉，AI已包揽爱奇艺95%的宣传海报，反响都不错。爱奇艺高级副总裁戴莹表示，以前影视剧项目在提案阶段是没有海报的，但如今，输入剧本内容和人物形象的有关文字后，AI就可以输出一些概念海报，后期还能输出宣传物料作为参考。

除了用于宣传物料的制作，AI大模型还能成为制定宣发策略的得力“智囊”。

通过实时、深度的数据分析，AI大模型能为电影宣发提供参考，提升影片的曝光率。例如，阿里影业的灯塔智能宣发助手可以超前预测影片票房表现，为片方及宣发团队提供实时观测维度，及时为电影宣发纠偏；还能以舆情分析功能解析观众评论、归纳影片亮点，达成与观众“共鸣共创”的互动式宣发。

除了适应市场变化、提升宣发效率外，中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员塔娜表示，AI的深度数据挖掘能力还能通过学习与分析，精准捕捉并识别出电影的潜在引爆点，为影视公司提供更为精准的宣传发行策略。

此外，AI大模型还能助力中国影视剧“出海”，推动中国电影走向世界。

比如华策影视搭建的全球影视版权交易一站式云平台C-drama Rights，上线两年来已经吸引全球100多个国家和地区的8000多家影视用户入驻。据有关人员介绍，其AIGC应用研究院为云平台量身定制了多语种智能翻译项目。“将云平台上的中英文剧情简介输入系统，只需1分钟，就可以生成并输出包括法语、西班牙语、阿拉伯语、日语等多个语种的翻译内容。”据了解，该系统目前已实现同步输出多语种的剧情介绍音频，为影视传播提速增效。

未来，利用AI强大的处理能力和内容生成能力，可以针对目标地区的受众进行高度个性化的定制服务。“通过分析该地区受众过往的观看记录，在各类电影网站上的评论历史等丰富数据，AI能够精准量身打造宣发文案，让电影受到更多海外观众的欢迎。”塔娜说。

深观察

渐松弛下来，弹琴、唱歌，绽放出笑容；“辛克莱”辞去原来的工作，找到了新的环境和缓解焦虑的方法；孪生兄弟重新找回亲情和宁静，恢复了正常生活……

跟片中镜头的观察，观众可以发现，他们“坏情绪”的根源往往与原生家庭有关，而他们的父母几乎都对亲子关系和教育方式进行了反思和改变。比如孪生兄弟的父亲表示：“过去以为只要孩子学习好，家长就尽到了义务。现在孩子在学习上取得了满意的成果，但也失去了很多。”他说：“如果能回到过去，我从年轻的时候就要和孩子坦诚地交流、沟通，让孩子养成吐露自己心声的习惯。”

《是坏情绪啊，没关系》专家团队的上海市精神卫生中心医生蔡亦琳想对父母们说，孩子们有一些最想知道答案的问题，比如“我到这个世界上来，到底有没有人爱我，有没有人心疼我？我是不是值得被爱？我的价值到底是什么？”她认为，“孩子的心声是，哪怕自己有那样那样的缺点，父母都无条件地爱孩子。孩子希望被宽容地对待”。

另一位专家、上海市精神卫生中心医生乔颖想告诉所有人：“你永远无法抵抗情绪，就像叛逆的孩子一样，越强势地镇压，孩子的叛逆就越强烈。”她认为，有时候“丧一丧并不是不可以的，它可能是一个自我调整的开端”。

有位被记录者在经历过“坏情绪”后，写了一张明信片，希望通过镜头送给“屏幕前的你”：“困难的时候，辛苦的时候，别忘了停下来休息一下，找回快乐。”

《小巷人家》：呈现岁月温情和时代印记

王彦

电视剧作为满足大众精神文化需求的文艺形式，不仅提供了比历史记录更加细腻、温暖的文化记忆，还构建起普通百姓之间的情感纽带，形成共同的精神家园。近日，由正午阳光出品、张开宙导演的电视剧《小巷人家》正在热播。该剧的故事从20世纪70年代末讲起，围绕居住在江苏苏州某棉纺厂家属区一条小巷中的庄、林两家展开，剧中人共同经历恢复高考、知青返城、个体经商兴起、住房制度改革、家电普及、上海浦东开发等历史事件，让观众在品味这方小院里的人间烟火气的同时，感受风起云涌、变化万千的时代脉动。

生长于同一时代的人们，总有属于他们的独特时光印记。《小巷人家》遵循“年代剧”这一类型对纪实美学的追求，通过大量真实的画面，展现出动人的、充满情感的百姓日常生活。所谓“人间烟火气，最抚凡人心”，是庄、林两家即使粗茶淡饭，也能把日子过得有滋有味；是孩子们跑到先买了电视机的林家，簇拥在一起看黑白电视；是夏夜一家人手摇蒲扇吃西瓜……看似琐碎的家长里短，却洋溢着值得细细品味的生活气息。在当今快节奏的现代生活中，这个娓娓道来的温情故事提供了一种情感慰藉，打动人心。

这部剧以诙谐幽默、轻松有趣的喜剧风格，讲述普通家庭的故事和人生百态，揭示了那个年代人们的“生活哲学”。剧中，林栋哲活泼调皮，宋莹与丈夫林工常因儿子的教育问题感到头疼，但他们始终尊重孩子的选择，努力将其培养成更好的人；宋莹一家为了攒钱购买电视机和冰箱，过上了极度节俭的生活，有一段时间全家人一直种蛇瓜、吃蛇瓜，但为了帮庄家大儿子庄图南买自行车，宋莹又把钱借给她妈黄玲……这些磕磕绊绊又苦中作乐的日子，体现了两家人想日子过好的共同追求，也蕴含了源于生活的深刻感悟。随着文艺作品越来越注重面向全年龄段的受众，这部剧彰显出独特的共情力。

《小巷人家》也表现了中国人宝贵的精神品质。剧中，黄玲是一位出色的棉纺厂女工，性格坚韧、质朴，无论是家庭生活还是厂里的工作，都处理得井然有序；宋莹则热情直率，是与黄玲形成性格互补的女性形象，各自展现出独特魅力；黄玲的爱人庄老师虽然有点传统保守，但他执着于教育事业，耐心指导年轻人，反映出老一辈人对“知识改变命运”的崇信；林工富有生活智慧，对家庭的责任感以及对妻子宋莹的尊重和爱护显而易见……此外，庄、林两家的邻里之情，黄玲与宋莹的姐妹之情以及年轻一代的友情、爱情等，共同绘制了该剧明亮温暖的人物画卷。

《小巷人家》在内容、表达的多种尝试中，体现出普通人与时代的同频共振，更值得植根于生活的百姓群像，书写了国人的“精气神”。故事后期，小巷中的人们走上了不同的人生道路，映射出人们多样化的追求。他们都在跟随时代的步伐前进，而剧中那一幕幕温馨场景，也长久地萦绕在观众的心头……



▲《小巷人家》剧照。出品方供图



▲《是坏情绪啊，没关系》海报。出品方供图

这是一部有点特别的纪录片，一部分主人公或者他们的亲友、师长、邻居等人的面部打了马赛克，有的人甚至连声音都采用了语音变声技术。在B站出品的这部纪录片《是坏情绪啊，没关系》片尾，主创特别感谢所有参与拍摄的“坏情绪”的主人：“你们的勇气，是穿透黑暗的一道光。”这部纪录片采用这种方式与观众见面，既尊重被记录者的意愿，保护他们的个人隐私，也确保这部纪录片能

纪录片《是坏情绪啊，没关系》播出——

爱能抚平一切

本报记者 苗春

够展现真实事件和现象，增加其可信度。这一举措，展现出制作团队的专业素养和人文关怀。

《是坏情绪啊，没关系》于10月10日上线，以恐惧、哀伤、躁动、厌恶、迷茫、焦虑等6种情绪为主题，表现处在不同生存境遇下的人面对工作、情感、升学、就业等人生命题时，遇到的困惑和痛苦以及为寻求破茧之路付出的努力。通过细腻充沛的情感、真实的矛盾冲突、不同的人物命运以及专业、科学的解读，力图全面、立体、客观地呈现跟“坏情绪”有关的林林总总，鼓励人们正视自己的情绪，接受并拥抱它们。

截至11月14日，该片播放量近5000万，成为2024年B站纪录片自制新IP第一名。评论区暖流滚滚，弹幕“加油”刷屏，用户自发鼓励片中的主人公，并在评论区分享自己的真实经历，共同正视并拥抱“坏情绪”。有用户说：“看了开头就泪流不止，共鸣太深了。”“终于有纪录片关注负面情绪。抑郁并不可怕。”“敬佩有勇气的出镜者和坚持不懈的主创。”与此同时，该片在B站内外热

度攀升，B站多位百万UP主、一些高校心理专业教师和医院精神科医生等自发地推荐和宣传该片。

片中讲述的人物故事仿佛就发生在我们身边：

河南女生李悠扬总是看到公交车就觉得它会马上撞过来，在看心理医生时又觉得房间角落隐藏着一个人。她不知道如何处理这些幻觉，只能缩起来。

云南男孩“辛克莱”在上海读书、生活，忙碌又孤独，堆积了许多“坏情绪”，几近崩溃。医生在电话里告诉他妈妈他的病情，妈妈让他回老家，他却不愿意。

辽宁的一对孪生兄弟不开心，哥哥至今回忆起多年前高考失利还会痛哭，也会仅仅因为饭团掉在地上而焦躁不已；弟弟身患腿疾，常被“开玩笑”的人言语伤害。哥俩长期忍受压力，不善沟通……

他们的故事引发大量共鸣，他们最终对“坏情绪”的控制和向好的过程带给观众许多思考，让人感受到来自家庭和社会的关怀、包容和爱多么重要。

李悠扬在家庭咨询师和心理医生抽丝剥茧、一步步帮助她整理情绪后，逐

首届荔秀采购节暨设计师人才论坛举办

本报电(文毅)日前，由广东省深圳市南山区荔秀时装行业协会联合中国服装协会组织的首届中国优质女装采购节(荔秀)在南山区举办。

本次活动以“荔秀共彰，与时尚共生”为主题，汇聚深圳众多优秀原创品牌，展示新的时尚潮流和前沿设计理念，为产业链上下游企业提供展示实力、拓展市场、寻求合作的平台，进一步推动深圳时尚产业发展。

活动邀请优秀品牌代表进行开幕秀，同时举行南山区服装设计职业技能竞赛颁奖仪式，随后还举办了2024中国服装采购商创新峰会(荔秀站)暨服装设计师人才论坛。业内专家围绕服装产业现状、女装市场规模以及荔秀设计批发模式等话题展开讨论。论坛还邀请品牌方、平台、设计师、集合店代表参与，分享其在服装市场发展趋势、设计理念、采购策略、品牌发展路径、买手店经营等方面的经验。

活动期间还开展了荔秀时尚盛典、品牌T台发布秀及荔秀邻里节等活动。



▲活动现场的时装表演。主办方供图