

当AI已来,真人短剧如何再出发

本报记者 徐嘉伟

据中国网络视听协会发布的2026年第一季度《微短剧创作指引》数据显示,一季度全行业上线微短剧约12.8万部,其中AI微短剧占比极高,行业供给结构发生深刻转变。

当AI已来,短剧产业如何应变?

近日,抖音集团短剧版权中心在湖南长沙举办首届短剧产业大会,短剧创作者、平台代表、专家学者围绕真人短剧发展前景、短剧内容精品化、丰富内容生态、发挥“微短剧+”的社会价值等话题展开深入研讨。

深观察

护航真人短剧创作

低成本、高效率、规模化优势等因素,助推AI短剧内容供给快速增长。与此同时,真人短剧的市场表现依然值得关注:《微短剧创作指引》显示,2026年春节档,真人剧上线量约为AI剧的1/50,但总播放量达到AI剧的25倍;抖音集团短剧版权中心数据显示,2025年,真人短剧日均消费时长同比增长近300%,全网播放量突破10亿的真人短剧超1100部,突破20亿播放量的超过250部,《家里家外》《盛夏芬德拉》全网播放量超60亿。真人短剧供给端与需求端的共同提升,带来行业的稳定增长。

“真人短剧由真人出演,从现实中汲取素材,从生活中积累情感,观众看真人短剧就如同照镜子一般照见自己和自己的生活,容易与剧中人物产生共情和共鸣。”中国电影评论学会常务副会长张卫分析了真人短剧在情感表达、人物细节与共情深度等方面的优势。

对于短剧行业来说,“活人感”仍是打动观众的关键。红果短剧总编辑乐力表示,真人短剧的价值在于能扎根生活、贴近人心,其传递的真实情感是行业行稳致远的关键,“平台会持续投入,支持真人短剧的发展,鼓励内容迭代创新”。

在首届短剧产业大会上发布的相关扶持政策,也传递出同样的信号。抖音集团短剧版权中心内容合作负责人华越昇介绍,2026年,平台对真人短剧的保底扶持预算超15亿元,部均保底金额较去年提升约60%。平台将针对真人剧核心品类,调高内容分成比例,提供更充分的回报机制;设立单部最高150万元的头部剧激励政策,鼓励创作者冲击标杆作品;推出最高20%的续作激励,鼓励系列化开发,延长IP生命周期;设立2亿元专项资金,扶持现实主义、悬疑、都市群像等创新与差异化内容。

精品化呼唤价值感

从早期的野蛮生长,到如今的精品化发展,短剧行业的内容创作生态正不断优化,这不仅是用户的期待,也是行业、平台、创作者能够实现长久发展的根本。

“当前,短剧正从规模红利阶段逐步走向价值红利阶段。”中国传媒大学校务委员会副主任、网络视频研究中心主任王晓红认为,行业到了比拼质量的时候,审美价值、情感价值和社会价值成为作品取得成功的关键因素。

“无论长剧还是短剧,观众真正需要的始终是情感的共鸣、价值意义的关照。短剧的精品化,其实就是在有限时长、移动观看场景中,实现更高质量叙事和更有价值的表达。”王晓红以今年春节档的一部热门短剧《北往》举例,提出其打动观众的点正在于真实的生活细节和去模板化、鲜活的人物故事。

在短剧《北往》中,两个骑摩托返乡的民工,从为轻生女子讨公道到用馒头拆穿骗子,一路频频耽搁,看似与“赶路”的初衷背道而驰,但却让“返乡”的意义更加饱满。

“一方面,‘有钱没钱,回家过年’是中国人共通的情感;另一方面,《北往》的剧本内容来自许多真实故事,包括我们团队每年也都是自驾回家过年,有许多感触,所以我们想尝试做一部春运返乡主题的短剧。”《北往》出品方代表、云澜影业合伙人谢嘉伟介绍,剧组从云南出发一路向北,辗转多地取景,导演带着演员现学骑摩托,克服诸多困难,最终完成摄制。



《长路初心》海报



《北往》海报



《家里家外2》海报



《暗潮涌动》海报

“回家不是终点,善良才是归途。剧中人物的笑与泪,致敬的恰恰是我们自己。”在谢嘉伟看来,现实主义题材、普通人的故事同样可以破圈,“用心做内容,观众一定能感知到”。

构建多元内容生态

从2025年初的44个品类到目前的65个品类,一年多来,短剧题材持续拓展。非遗题材短剧《戏戏》将国家级非物质文化遗产傩戏的保护传承融入剧情之中,圈粉海内外观众;谍战题材短剧《暗潮涌动》讲述隐蔽战线的红色故事,上线后红果平台热度值突破7000万;反腐败题材短剧《长路初心》播放量超6亿,收获广泛好评……大会上,包括这些作品在内的13部短剧获评“年度创新题材作品”。

“短剧题材的百花齐放是创作者的选择,更是观众的选择。”百川中文创始人、总编辑洛古特认为,当产业逐渐成熟、观众需求愈发多元,创作者需要开始尝试创新题材,不断探索短剧的上限与边界。

“内容行业只有创新才能带来红利。”在飞行轻舟创始人李思文看来,现实题材、动作武侠题材等赛道均有发展机会。

近年来,微短剧与文旅、普法、科普等领域的结合,催生出一批精品内容。清华大学影视传播研究中心主任司君认为,微短剧从千行百业中获得了题材和营养,同时也赋能千行百

业,产业融合要发挥微短剧在情绪消费方面的带动作用。

在题材创新之外,系列化开发也是各方关注的重点之一。

2025年,红果短剧用户的系列剧消费时长占比从6%提升至15%;全年累计播放量突破50亿的系列剧已有11个。

“首作成为爆款,续作再爆率较高。”华越昇结合平台数据分析道:从用户角度看,观看续集降低了选择成本;对内容方而言,续作的冷启动成本显著更低,上线后表现更具确定性;对整个行业来说,系列化让短剧从单次消费品走向可长期运营的内容IP资产。

“过去拍短剧,很多团队遵循的是‘打猎模式’,做出爆款全凭运气,这在商业上叫‘单次博弈’。影视工业需要的是‘农耕模式’——春耕秋收,精耕细作。”北京电影学院智能影像工程学院教授程楠认为,系列化不仅能拉长作品生命周期,还能摊薄制作成本,增加长尾分账收益。“当观众一看到这个厂牌、这个导演的名字,就知道‘必属精品’时,短剧创作团队就真正拥有了自己的竞争优势。”程楠说。

与会专家表示,展望未来,短剧产业还在增长,新技术的应用会把产业的盘子做得更大,也会带来更多机会。真人短剧仍处在发展阶段,平台与创作者应共同努力,用好内容服务观众,沉淀精品内容生态,拥抱真人短剧的长期价值。

文化只眼

前不久,我在文创店看到一款杨柳青年画主题周历,便顺手买了一本。拿在手里才发现,这流传数百年的传统年画,已不再是只有过年时才贴在墙上的装饰,它变成了可以随身携带的小物件。翻开每一页,鲜艳的色彩与吉祥的图案,都似在静静诉说着中国人民的美好期许。旁边有个小姑娘正跟同伴说,她特别喜欢这种贴近日常的形式,让她读懂了年画里藏着的民俗故事与中国式浪漫。

这样的变化,还有很多。过去提起非遗,有些人总觉得它是锁在博物馆展柜里的文物,是印在教科书上的历史,与自己的生活有些遥远。随着时代发展,我们需要找到更合适的表达方式,把非遗里藏着的文化密码与情感温度,转换成年轻人能共情、可触摸、易理解的日常语言。

要拉近这份距离,第一步就是做好视觉语言的当代转译。非遗的内核从来不是某一个固定纹样,也不是某一套刻板技法,而是其所承载的跨越千年的生活智慧与美好期许。不少非遗文创在早期探索中走入了元素堆砌的误区,设计者简单地将传统纹样印在帆布袋、马克杯上便当作创新,却忽略了年轻人真正渴望的是产品能与自己生活产生情感连接。真正有效的转译,应当先守住文化内核,再用当代设计语言重新诠释。

我和学生们也做了不少类似的尝试。我指导学生团队完成的“蓝靛贵州·古韵蜡染”2027贵州蜡染工艺博览艺术展视觉标识设计等作品,先后获得全国多个设计竞赛一等奖。创作过程中,我们提炼纹样背后“天人合一”的东方美学,转化为符合当代审美的视觉符号。许多学生在完成作品后跟我说:“原来身边的本土文化,竟然这么潮、这么有力量。”这种转译不是对传统纹样的简单解构,而是给“追求平安顺遂”的文化内核找到新的载体,把它们从老宅的窗棂上、庙堂的壁画里,“请到”了年轻人的手机里、生活中。

如果说视觉转译为非遗换上了贴合当代审美的外衣,那么传播方式的创新则为它进一步打开了通往年轻群体的新大门。如今,越来越多传承人拿起手机,在直播间展示技艺,在短视频里讲述民俗故事,与年轻内容创作者跨界合作,不断拉近非遗与年轻人的距离。

陕西华县汪氏皮影的00后传承人党飞华,用皮影戏演绎迈克尔·杰克逊的经典舞步、变形金刚的变身场景,相关短视频在网络上收获大量关

把非遗译成年轻人听得懂的语言

刘伶俐

注;黑龙江省省级非遗代表性项目嬷嬷人剪纸,在传承人郭昕的推动下,通过非遗进校园、进社区等活动,走到更多年轻人身边。当非遗成为能互动、可参与的“生活伙伴”,传承自然就有了源源不断的新生力量。

这种转译也为中国故事的国际传播搭建了桥梁。当非遗化作跨越语言壁垒的视觉符号,就成了最好的文化名片。去年,我和学生们开展了“织礼为媒”项目,把传统吉祥纹样与现代家居设计相融合,开展了面向中东、欧洲市场的推广尝试。带有中国年画、剪纸元素的设计作品不仅受到当地年轻人的喜爱,也让许多国际友人惊叹于中国人的匠心。

文化传承不是墨守成规的复制,需要生生不息的创新。非遗的生命力,就在一代又一代人的日常使用与情感共鸣中。我常对学生们说,从事非遗设计,不是做古董的搬运工,而是做文化的摆渡人。当我们把老祖宗留下的文化密码,转化为这个时代的人愿意听与听得懂的语言,就是在为传统文化注入新的生命力,把文化自信的种子播撒到更多年轻人心里。

(作者单位:鲁迅美术学院)

“茶和天下·雅集”活动在波兰华沙举办

据新华社电(记者崔力)为庆祝“国际茶日”,中国驻波兰大使馆与波兰科学院近日在华沙附近的亚布翁纳宫共同举办“茶和天下·雅集”活动。中波各界嘉宾齐聚一堂,以茶会友、以茶传情,共同感受中华茶文化的独特魅力。

活动现场设置了茶文化讲解、品茗交流、非遗短片展播、中国刺绣展示等环节。嘉宾们在氤氲茶香中了解中国茶的历史渊源、礼仪内涵和当代传承,并通过非遗影像和传统手工艺展示,近距离感受中华优秀传统文化的深厚底蕴。

此次活动以茶为媒,生动展现了中华文化魅力,为中波两国民众增进了了解、深化友谊搭建了交流平台。与会嘉

宾表示,茶不仅是一种饮品,更承载着和平、和谐、共享的文化理念,有助于推动不同文明之间的交流互鉴。

值得一提的是,活动举办地亚布翁纳宫内有一座特别的中国凉亭,1882年由波兰园林建筑师建造,距今已有144年。2022年,波兰科学院开启“中国亭”的修缮工作。本次“茶和天下·雅集”活动也是修缮好的“中国亭”首次向观众开放。

“亚布翁纳宫和公园是波兰科学院文化遗产的重要组成部分。我们很高兴今天能够向游客开放修复后的中国凉亭,这是一件具有非凡历史和艺术价值的精美中国文化瑰宝。”波兰科学院院长马雷克·科纳尔谢夫斯基说。

传统文化润童心



近年来,山东省日照市各中小学深耕中华优秀传统文化教育,以校园为载体打造文化传承阵地。当地把经典诵读、戏曲展演、非遗体验等特色活动融入课堂教学,多措并举播撒文化种子,让传统文化浸润童心。图为在日照市东港区第一小学,学生们在进行戏曲联唱表演。

张进刚摄(人民图片)

巴基斯坦影片《烈刃之怒》在京首映

本报电(记者苗春、徐嘉伟)近日,巴基斯坦影片《烈刃之怒》中国首映礼在京举办。影片《烈刃之怒》是巴基斯坦本土影史票房冠军,改编自巴基斯坦1979年同名经典影片,由



《烈刃之怒》海报。发行方供图

导演比拉尔·拉沙里历时近十年打造。影片以考究的视听呈现与深厚的文化底蕴,将一个关于亲情守护与人性救赎的古老传说,书写成一段荡气回肠的成长史诗。

首映仪式上,巴基斯坦驻华大使卡里尔·哈什米表示,今年恰逢巴基斯坦与中国建交75周年,《烈刃之怒》的上映是对巴基斯坦电影制作的认可,也展现了两国电影产业之间合作共赢的精神。他期待更多巴基斯坦电影进入中国观众的视野,同时也希望更多中国影片能够在巴基斯坦上映。“两国之间不断深化文化合作,必将进一步巩固巴中全天候战略合作伙伴关系。”他说。

中国电影集团公司电影进出口分公司经理杨健指出,《烈刃之怒》以恢宏的战争画卷和动人的情感叙述展示了巴基斯坦电影工业的制作水准。电影作为无国界的艺术语言,是增进两国民心相通、促进文明互鉴的重要桥梁。《烈刃之怒》在华上映,正是两国人文交流不断深化的生动体现,是中巴铁杆友谊在光影中的鲜活绽放。他期待未来有更多巴基斯坦优秀影片进入中国,也期待两国在影片拍摄、技术交流、人才培养等领域开展更深层次的合作。

映后交流环节,比拉尔·拉沙里分享了《烈刃之怒》的创作感悟。他介绍,拍摄最大

的挑战其实并非动作场面,而是片中不同部落、种族的方言对白,这对演员提出了极高要求。他希望通过影片传递巴基斯坦精神中“守护家园、为荣耀与家族而战”的理念,并相信这种情感能够跨越国界,引发中国观众的共鸣。他还回忆起自己从小观看中国武术片的经历,表示未来非常期待与中国电影人合作,特别是围绕丝绸之路题材开展创作,让两国的创作智慧在光影中碰撞出更多火花。

影片国际发行负责人纳迪姆·曼德维拉表示,巴中两国历史底蕴深厚,巴基斯坦观众对中国文化同样抱有浓厚兴趣。他说,今年在巴基斯坦上映的多部中国电影都获得了巴基斯坦影迷们的喜爱,期待未来能有更多中国电影登陆巴基斯坦市场,让两国观众透过光影的纽带,实现更深层次的情感共鸣与文化交流。

活动现场,观众们纷纷点赞影片酣畅淋漓的动作场面和文化质感。

据了解,电影《烈刃之怒》于5月21日登陆中国银幕,由中国电影集团公司进口,中国电影产业集团股份有限公司、华夏电影发行有限责任公司联合发行,中国电影产业集团股份有限公司译制。