

深观察

读懂大众的『情绪密码』

视听行业如何讲好当下故事

本报记者 苗 春



图片从上到下：
《哪吒之魔童闹海》海报。资料图片
《去有风的地方》海报。资料图片
《凡人修仙传》海报。资料图片

李硕介绍，该研究围绕2020年至2024年的宏观社会情绪与环境、个体用户生活消费需求变化和影视文娱消费偏好3个层面展开，通过对微博、抖音等社交媒体平台的海量公开数据、主流新闻事件报道和典型案例的分析等方式，洞察具体用户行为需求的变化，总结当下及未来用户的影视需求规律，助力长视频内容创作。

题材偏好变化加速

该研究聚焦用户生活、社交、消费、表达4个维度，发现近年来大众在这些方面的改变直接影响着影视文娱消费。

李硕特别关注一个现象，他认为，近年来，全球地缘政治变化和不确定性等，促使大众开始重新审视自身与外部环境的关系。人们逐渐从关注外部标准，转向在“最小可控单元”——自己身上寻求确定性。许多人尝试突破既定

轨道，通过重新定义生活方式获得掌控感，电影《热辣滚烫》中主角通过拳击重塑自我，《出走的决心》中主角主动打破原有生活困境，都回应了大众跳出标准化人生、寻找自我价值的心理诉求。

与此同时，李硕认为，近年来大众文艺消费也出现明显变化：用户视野不断扩展，需求变化更加高频，过去某类题材可能维持较长时间的市场热度，如今题材偏好的变化速度明显加快，从以年为单位转向季度甚至月度更迭，“单纯依赖过往的影视爆款经验已难以保证成功率。”

该研究发现，当代大众正在探索更加多元、低压力的情感关系模式：线上“磕CP”、AI陪伴成为新的情绪出口；友情中，宠物、潮玩如Labubu等“非人化”陪伴受到欢迎；亲情关系中，年轻人希望建立相互理解、平等的家庭关系，电影《哪吒之魔童闹海》中，李靖夫妇既能共情孩子的难处，也认可作为家长需要长久地为孩子付出心力，这契合了大众对于健康亲子关系的期待。



近年来的一些网络热词。

苗 春制图

《长安三万里》互动诗游会在京举办



《长安三万里》大唐互动诗游会现场。

主办方供图

情绪价值驱动消费

该研究发现，当下网络上“抽象文化”流行，网络表达已经不只是传递信息，还有宣泄情绪、自我调侃的功能。相比过去直接进行观点碰撞，更多年轻人借助戏谑外壳和“玩梗”表达遇到的困扰，隐藏着希望被理解、期待更好生活的情感诉求。

人们与外部世界的连接方式也在改变。在线下，年轻人正从走马观花式的“特种兵旅游”转向城市漫步和深度在地体验，希望建立与城市和大自然之间更紧密的情感联系。

该研究认为，情绪经济已经成为文娱消费的重要驱动力，消费者的底层逻辑正在从购买实用功能向购买情绪价值拓展，消费者排斥非理性的“智商税”，却愿意为审美体验、文化认同和心理愉悦支付溢价。

李硕认为，这种变化也对内容创作提出新的挑战，“用户声音多元，创作者必须深入理解各种声音以提炼共性，否则项目难以立足”。但读懂大众情绪，并不是简单追逐热点，而是在复杂多元的用户声音中寻找共性，把社会变迁转化为内容创作的依据，从多元化的个性表达中提炼击中大众共性的元素。比如《给阿嬷的情书》，“影片的开发创作本身是一种垂类的‘小众’表达，但有效触达用户共通感受，所以引发海内外观众广泛共鸣”。

回应大众精神诉求

面对社会情绪和用户需求的变化，影视文娱行业应当如何回应？

李硕认为，创作者应遵循3个步骤：触达与了解用户，尊重与理解用户，满足与引领用户。同时，创作者也应避免陷入圈层和类型焦虑，“圈层基数扩大且消费深度增加，‘小众’也可能转化为‘大众’”，关键在于作品做得扎实，并且形成鲜明的辨识度。

李硕以优酷2025年播出的《凡人修仙传》为例分析说，这部剧中，主角韩立先天不足，通过努力与奇遇逐步成长，符合用户对普通人上升路径的平视视角；修仙世界中的竞争与现实中的工作和生活压力形成映照；而主人公通过谨慎判断和努力，逐渐在不确定环境中获得成长，为观众提供了情绪出口和代入感。

该研究还从多方面总结了对当前影视创作的启示：在内容表达上，单纯渲染苦难、放大焦虑和内卷的叙事已经难以满足观众需求，观众需要在作品中获得情绪释放。比如《年会不能停！》便以喜剧外壳包裹职场现实，在笑声中完成对现实问题的讨论；人物塑造方面，当代观众正在远离悬浮的精英叙事和完美无瑕的人设，更愿意接受真实、有欲望甚至有缺点的人物，比如《都挺好》中的苏大强，既具有鲜明个性，又承载了“养老”等现实议题，引发广泛关注；在情感关系和价值表达方面，传统“男强女弱”的甜宠模式难再大行其道，观众更认可“双强”的平等关系和独立成长。此外，《我的阿勒泰》《去有风的地方》之所以备受喜爱，在于它们呈现了多元、自洽的生活方式，为观众提供了精神休憩的空间。

李硕透露，这项研究成果已经开始应用于内容创作实践，团队正在基于研究数据形成影视创作指南，为内容创作提供数据化决策参考依据。这类社会情绪研究也将持续更新，计划未来每1至2年重新评估影视文娱发展状况和社会需求变化。他表示，归根结底，创作者应在完成自我表达的同时，夯实了解、尊重、满足用户的基础，进行富有新意的创作。对于视听行业而言，真正需要读懂的，始终是时代变化中的人。

力量。

展览打破静态观展模式，打造“听、吟、读、写、对、演”多元互动体系。本次北京首展有5位真人演员贯穿全场与观众互动：“李白”在黄鹤楼舞剑邀客对诗，“高适”现场传授传统叉手礼，“柘枝舞姬”演绎扬州古典舞蹈，“杜甫”相伴抽诗投壶，“王维”静坐抚琴共赏山水。游客可与真人演员实景对话，沉浸式走进唐人的人生故事，与唐人跨时空共情。

展览还设置沉浸式诗词玩法：观众入场可领取专属“诗游拜帖”，在月下场景与“李白”飞花对诗，在诗板亭提笔写诗留存，在岐王府跟随乐曲品读王维山水诗，还可在《将进酒》空间召唤仙鹤，复刻缥缈意境。此外，猜唐诗灯谜、临摹抄诗、专属配音录MV等多重体验，都让背诵诗词变为趣味游戏。

本次展览也是国漫IP与大栅栏老城深度融合的全新实践。活动将水墨唐风光影装置与劝业场百年砖木建筑肌理深度融合，形成“数字国风艺术+历史老建筑”的视觉体验。

展览将延续至8月30日。

爆款引燃大盘

暑期档多元新片蓄势待发

文 依



《功夫女足》剧照。

资料图片

7月11日，周星驰执导的喜剧片《功夫女足》正式上映，首日斩获2.6亿元票房，更带动电影市场单日票房冲高至3.24亿元。

猫眼娱乐市场分析师赖力表示，从6月1日至7月10日，暑期档初期累计票房约为23亿元。截至7月16日，《功夫女足》累计票房已突破9亿元，猫眼专业版对其最终票房预测为25亿元。

从国家电影局官网透露的暑期档片单及近期市场排期来看，今年暑期档后续影片储备充足、类型均衡，覆盖全年龄段观影需求，多元题材矩阵为档期持续发力筑牢内容根基。

重磅主流题材与头部大片构成档期核心支撑。历史现实赛道中，已上映的革命历史题材影片《四渡》聚焦红军长征战略转移历程，凭借扎实的叙事质感稳住市场基本盘。科幻赛道同样看点十足，《群星闪耀时》聚焦太空险情与跨时空援救剧情，将在科幻影迷圈层掀起热潮。国风动画与经典IP持续发力，国产动画大作《三国第一部：争洛阳》已登陆院线，以厚重的历史传奇质感丰富档期内容；后续《八仙！》《大唐妖探》等作品，也将依托传统神话、古典探案题材，持续释放国风内容魅力。与此同时，海外IP引进片有序补位，《蜘蛛侠：崭新之日》《奥德赛》《海洋奇缘：启航》等影片分时段排映，进一步拓宽观众观影选择。

除头部大片外，暑期档中后期商业类型片供给充沛、细分赛道全面开花。喜剧赛道有《想你了》等解压轻喜剧，悬疑、惊悚、动作赛道有《恐怖游轮》《杀死比尔：血色全传》《痴迷》《逃出绝命街》等满足观众对强反转、高刺激剧情的偏好，青春情感赛道的奇幻爱情片《去你的岛》、青春情感片《偷偷藏不住》将圈粉年轻群体。此外，尚未定档的《欢迎来到龙餐馆》《转念花开》也有望空降暑期档，为市场带来观影亮点。

业内人士认为，暑期档后半程内容供给充足且层次丰富，在优质内容赋能与向好市场氛围的双重加持下，暑期档后半程有望持续走高，释放更大市场潜力。

图片新闻

大学生暑期墙绘 赋能乡村文旅



近日，南京艺术学院的7名大学生志愿者走进江苏省如皋市城北街道平园池村，开展描绘“荷美乡村”暑期社会实践活动。大学生志愿者结合当地田园风光、乡土人情、特色产业等元素，以墙体为画卷，用手中的画笔绘就一幅幅精美的墙体彩绘画，成为乡村一道赏心悦目的文旅风景。

图为大学生志愿者正在墙体上进行彩绘创作。

吴树建摄（人民图片）