

创新的社会，欢迎“脑洞大开”

陆家颐

坚持“两创”
关注新大众文艺

前几天，一名网友制作发布AI短片《雪山救狐狸》，其中的魔性台词“你可曾在雪山救过一只狐狸？”“我不是狐狸，我是那只薯板鸭！”一夜走红。网友们脑洞大开，将狐狸替换为雪山、豆汁、细菌等，接力改编幽默剧情；“厦门公安”“深圳发布”等官方账号也参与其中，借梗进行反诈宣传、安全提醒……一场全网追更的“AI武侠连续剧”在剧情的花样反转中欢乐上演，全网传播量直破50亿。

这样全民创作、短视频频出的场景，在二三十年前是难以想象的。那时，有机会公开发表作品、展示创作才华的人，毕竟是人群中的少数；更多人只是大众文化的接受者，有人醉心好莱坞大片，有人追捧欧洲艺术电影，感叹它们的想象力与创造力，甚至生出文化自卑，认为中国人不善表达、缺乏创新。今天，情况发生了反转，从动画电影引发观影热潮、大型游戏惊艳世界玩家、网文网剧全球圈粉无数、创意短视频引发竞相模仿，中国人不善表达、缺乏创新的刻板印象正在被彻底打破，越来越成为文化潮流的引领者。

这样的“大反转”，原因在哪里？互联网让更多“民间高手”走上前台。我们常说“高手在民间”，但由于过去传播渠道单

“雪山救狐狸”这类现象，虽是“小把戏”，却不可小觑。它们绝不仅仅是互联网上的一时热闹。当一个社会的每个角落都有人在琢磨“还能怎么玩”“还能怎么改”“还能怎么编”，这意味着想象正在成为日常，创意正在成为习惯，它们会流淌进实验室、工厂、写字楼，在各行各业开花结果

一，很多一身本事、满怀创意的民间高手“深藏功与名”，没有机会施展拳脚、精进本领。从上世纪90年代中国接入互联网开始，伴随社交平台自媒体兴起，创新创造能够瞬间直达亿万。这种传播生态，让人们的表达欲找到了出口，让那些转瞬即逝的灵感凝固为作品。再加上近几年AI（人工智能）横空出世，降低了创作门槛，“人人可发表，高手遍地走”成为我们这个时代的文化景观。

深厚的传统和时代的进步，孕育了层出不穷的灵感。上下五千年历史传承，不仅肥沃了创作的土壤，更在创作者与接收者间形成了默契与链接。比如去年首届“苏超”中，从常州的“笔画保卫战”，到徐州对战宿迁的“楚汉争霸”等，这些“文化梗”观众都能“秒懂”。纵观出圈的中国文化IP，从悟空、哪吒、白蛇、那兔，还有最近火热海外的“成为中国人”（Becoming Chi-

nese）现象，都植根于文化传统的深厚底蕴、当代中国的繁荣进步。而每一次爆梗出圈，都是对文化传统的创造性转化、创新性发展。

想象力正在裂变式生长。好的创意和作品往往能够激发灵感，带来裂变式的“再创作”。近年来大火的文艺作品，无一不在全平台上掀起“二创”热潮，从B站的剪辑、知乎的分析帖，到豆瓣的小组讨论，以及各个网文网站的同人文，可谓百花齐放。像这几年的“哈基米宇宙”，玩梗、翻唱、表情包不断刷屏，还有品牌从线上的玩梗和二创一路火到线下，带动门店营收翻倍……正是在相互激荡中，想象力像滔滔江水，奔流不息。正如有人所说，越创作就越会创作，这是一个不断点燃和裂变的过程。

从被动到主动，从仰视到平视，从模仿到创新，大众文化这条路，我们走了许多年。互联网不断迭代，为新大众文艺提供了前所未有的机遇和风口。我们又该抓住什么？追逐什么？坚持什么？

每个人都可以通过创造而发光。想象与创作，从来不是少数人的绝世天才，而是每一个人与生俱来的天赋。就像登上总马年春晚的“沂蒙三姐”吕玉霞，哪怕是“看到土豆写土豆，看到地瓜写地瓜”，只要是真诚的创作、坚持的创作，总能打动人心，在这个世界中占据一席之地。而当一个人开始创作，他一定会启发和激励下一个人、更多的人。

每一个灵感，都是创新的起点。在今天，一个段子火了，立刻有人续写、改编、翻拍；一首歌走红，马上有成千上万个版本涌现；一个热点事件，转眼间被解构成无数个梗。有人觉得这些

创意过于碎片化、娱乐化，难登大雅之堂。但任何文化的繁荣，都离不开民间的点滴实践与接力创造。就像2015年龙家升随手设计出了一个丑萌形象，谁也不想10年后，拉布布（LABUBU）会成为全球潮玩顶流的代名词。

有血肉有风骨，才能在海量表达中脱颖而出。技术的进步正在迅速降低创作的门槛，人工智能在几秒钟之内就能完成写作、作画、编曲、生成视频。然而，我们也看到硬币的另一面，一些稿件、作品“人机感”满满，“有图无真相”的虚假新闻越来越多，内容同质化如影随形……或许AI可以玩转技能、算出流量，但真正的创意，永远源于对生活的细致体察，源于内心深处的情感涌动，源于对世界的独立思考。只有那些有灵魂、有温度、有态度的作品，才会从海量表达中脱颖而出，能够持久打动人的精品不可能一蹴而就。

我们要做的，是打开更加广阔的空间，塑造一个既清朗又包容的文化生态，乐见天马行空，欢迎“脑洞大开”。同时，也要推动更多优质资源下沉，搭建更多属于“素人”“草根”的展示空间，让他们有机会深造、成长；让平台算法更有弹性、更有深度，给那些不赚眼球、修辞立诚的创造以流量、以推送。

“雪山救狐狸”这类现象，虽是“小把戏”，却不可小觑。它们绝不仅仅是互联网上的一时热闹。当一个社会的每个角落都有人在琢磨“还能怎么玩”“还能怎么改”“还能怎么编”，这意味着想象正在成为日常，创造正在成为习惯，它们会流淌进实验室、工厂、写字楼，在各行各业开花结果。这是一个社会创新创造活力的生动体现，是文化繁荣和文明进步的源源动力。

没有艺术，哪来「番位」

郑焕灼

今年全国两会期间，多位代表委员对影视行业“争番位”现象发表看法，成为文化领域一大舆论焦点。

什么是“番位”？简单地讲，“番位”是影视剧片头、片尾和宣传物料中演员的排名与位置，象征着角色的分量与演员的贡献。其实，如何排“番位”并不是一个新问题。传统戏曲里就有两种排法：一是“看角儿”，比如当年北京京剧团的“马谭张裘赵”，名角地位固定，排序也保持稳定；二是“看戏份”，像国家京剧院排新戏，谁的角色重、戏份重，谁就排在前面。影视行业还约定俗成地以“特邀主演”“特别出演”等柔性方式来平衡资历与戏份。在好莱坞，因商业资源竞争激烈，“番位”之争早已见之，但大多在合同谈判阶段就明确下来。而当下的“番位”之争，恰因既有行业的行业默契遭遇流量经济的冲击，而新的行业共识、行业规则尚未建立。

可以说，当前影视圈“争番位”的根源，在于“番位”已从对演员戏份与角色贡献的客观标注，变成衡量演员咖位与商业价值的硬性指标，从而演变为一场流量资源的博弈。一方面，在平台主导的生产模式下，流量数据已成为决定项目盈利与否的关键筹码。“一番”演员所承载的，已远非一个角色，而是整个项目的商业“保单”，其市场估值常常压倒艺术贡献。另一方面，粉丝文化将“番位”博弈从幕后合同条款推向公共舆论，使其演变为数据“拉壮战”，最终反噬创作。

这带来的最直接结果是“谁粉丝多谁说了算”。创作不以艺术为本位，而是为流量让步，角色和演技退居其次，导演、编剧甚至被迫为照顾流量演员的排序而修改剧本内容，作品艺术性大打折扣。长此以往，必将扰乱影视创作秩序，带歪行业价值导向。

针对“争番”乱象的治理势在必行，但方法仍需考虑周全。比如，有建议“按姓氏笔画排序”，这种做法虽能避免争抢，却也让署名失去了对角色重要性及艺术贡献度的必要体现。从产业底层逻辑看，影视本就是艺术与市场的结合体。“番位”作为排序，天然承载着价值评估与资源分配的功能。当一切被数据量化，当平台和粉丝文化声望巨大，如何构建一个让艺术尊严、市场规律与公众期待都能被尊重的行业规则？这是比治理乱象更根本的挑战。因此，看待“争番位”，不能停留在道德批判，不能满足于技术修补，而是要重新校准影视行业的生产秩序与价值导向，使其从流量资源的博弈回归到服务作品的艺术本位。

本版邮箱：wenyipl@peopledaily.cn
本版责编：胡妍妍 版式设计：沈亦伶

文艺评论

高原冰川上的一场精神之旅

尹鸿



这是对新时代奉献精神的放大。

从童小凡的成长过程中，观众看到了普若岗日生态价值被重视，看到了高原搬迁为当地百姓生活带来的切实改变。影片既是为无数被称作“电话爸爸”“视频女儿”的援藏干部立传，更是为援藏精神树碑，用艺术呈现完

成献礼西藏自治区成立60周年的创作使命。

影片还尝试赋予爱情故事线以深意。童小凡与藏族干部洛桑因工作结缘，从相互陌生到志同道合再到情投意合，童小凡从洛桑身上理解了独特的高原文化，洛桑则从童小凡身上感受到善良和执着。这段故事，一方面用爱情的美好和纯洁，象征各民族水乳相融、甘苦与共，另一方面也赋予普若岗日浪漫色彩，谱写了别样的爱情之歌和青春之歌。

影片经过长达4年的采访和创作，以海拔5000多米高原实景拍摄为基础，人物塑造追求自然真实，除男女主角外，医疗员拉姆、副乡长刘光武等角色也都栩栩如生。场景设计上，藏族群众家庭生活大多在自然光条件下拍摄，大量非职业演员加入；视听表达上，追求粗犷浪漫风格，既有生命禁区的残酷，也有江山如画的壮美；节奏处理上，也尽可能与高原缺氧环境的“慢”达成旋律上的内在一致。

虽然受制于种种限制，故事并不具备强戏剧性的悬念紧张感，但《遥远的普若岗日》在如今多样化的电影创作中，具有独树一帜的题材优势和不可多得的朴实力量。走出影院，绵延挺拔的冰川，在天地之间自由驰骋的洛桑，童小凡纯真、善良、坚强的眼神和微笑，还有那些情不自禁的祝愿，“你好，普若岗日”“你好，童小凡”“你好，新时代”，久久萦绕在经历了一场光影之旅、高原之旅、精神之旅的观众心中。

（作者为清华大学新闻与传播学院教授）
题为电影《遥远的普若岗日》海报。
资料图片

艺海观澜

当政策引导、平台机制与内容创新形成合力，分账剧有望成为剧集产业打破增长困局、构建“创作友好型”生态的突破口

2026中国电视剧制作产业大会上，分账剧成了热门话题。去年12月，广电总局召开优化网络视听平台剧集播出生态工作座谈会，倡导网络视听平台与制作方探索“保底+分成”模式，让好作品有好收益，提升制作积极性。几大平台相继推行激励举措，如将制作方分成收入与剧集所带动的平台会员增长和广告收入直接挂钩等。云合数据显示，2025年公布票房的123部分账剧，分账总额达10.2亿元，剧集《老舅》上线3个月内，斩获6760万元分账票房，创下拼播剧分账纪录。2026年前两月，分账剧正片有效播放占比突破18%。

分账剧数量的增长，有利于扩大整个剧集市场供给。业内人士指出，当前视频平台收入下滑，但剧集成本持续增长，平台投入变得更加谨慎；传统长剧制作周期通常在2年以上，投入大、回收慢，资本和创作力量不断向周期更快、试错成本更低的微短剧市场转移。广电总局发布数据显示，去年获得发行许可证的国产电视

分账剧正在改变剧集生态

彭侃

剧、网络剧共232部，同比减少49部。如果在平台激励下，更多资本与制作方愿意进入分账剧领域，将有助于丰富市场内容供给，巩固剧集产业的基本盘。

分账剧的发展也有利于优化剧集市场的产品结构。对内容产业而言，健康的产品结构通常呈“橄榄型”，中间大、两头小，顶部是数量少、投资大、最具爆款潜力的项目，底部是成本低、实验性强或垂直类内容，数量最多的则是腰部项目——适中的投资体量、清晰的类型定位和明确的受众群体。崭露头角的导演、编剧、演员和制作团队在此锤炼技艺、积累口碑；新颖的题材、叙事和视觉风格也在此进行商业化验证。可以说，腰部内容市场是孵化未来头部精品“预备队”，也是支撑行业持续创新的“人才库”。

目前中国剧集市场却呈“哑铃型”结构。资源高度集中于头部，底部同质化生长，原本应作为市场中坚的腰部内容较为羸弱。在传统平台采购模式下，缺乏明星和流量IP加持的腰部项目，往往难以获得青睐。而分账剧政策有力“撑腰”，将吸引更多具备创新胆识的制作公司加入，为市场带来题材、风格、叙事上的多元探索，成为对抗内容同质化、孵化新类型的创新源泉。

分账剧的繁荣，还有利于构建可持续的剧集产业生态。在之前的平台采购过程中，剧集价值受到平台管理者、评估人员主观判断的影响；分账剧模式则将决定权交给了广大观众，为

创作者提供更加公平的“赛马场”。只要作品能精准触达目标观众，赢得真实的观看与认可，就有机会获得可观回报。决定项目最终收益的，不再是开机前的明星阵容与IP估值，而是播出后观众的“投票”。这种机制将倒逼创作源头，促使资源向剧本打磨、制作提升和叙事创新倾斜。长期来看，将推动行业逐步摆脱对“流量逻辑”的依赖，为真正具备内容创造力、能持续产出优质故事的创作者提供更大空间。

需要强调的是，数据透明是平台与制作方建立“收益共享、风险共担”伙伴关系的基石。在分账模式中，平台方不仅扮演规则制定者、数据掌控者的“裁判员”角色，还是参与收入分配的“运动员”，必须建立一套透明、可审计的数据监测与结算体系，才能保障分账模式有效运行。可参考电影行业经验，引入第三方机构，对收入进行跟踪与监督。平台也应当向制作方开放用户画像、观看习惯等关键数据，帮助创作团队更精准地进行内容创作。

当政策引导、平台机制与内容创新形成合力，分账剧有望成为剧集产业打破增长困局、构建“创作友好型”生态的突破口。在这一生态中，平台与资本乐于支持创新，人才拥有清晰可见的成长通道，每一种真诚的表达都能找到观众并获得回报。当这样的生态真正成熟，我们迎来的将不只是偶发的爆款，更是一个百花齐放、生生不息的内容产业。

「村T」的温暖叙事未完待续

肖勤

从“村超”“村BA”到“村马”“村T”，贵州“村”字号品牌近年来频频出圈。“贵州村T”是贵州和美乡村非遗民族服装T台秀的简称，由苗族服装设计杨春林2024年在家乡贵州凯里创建，作为公益演出品牌，迄今所有演员和工作人员都是自愿参与，可谓完全是老百姓自己的秀场。从最初展示当地苗族侗族阿妈刺绣服饰，到后来逐渐变成展示各民族非遗服饰和生活方式的平台；从70岁的老爷爷扛犁托举起5岁的孙女，到80多岁的潘奶奶穿着百年老刺绣的苗衣走进纽约国际时装周；从凯里风情园一条不足30米的风雨长廊，到联合国气候变化大会、法国巴黎博览会……贵州村T持续吸引海内外关注，全网话题量累计已超百亿。

这个融合了民族服饰与乡村生活的文化IP，不仅为当地非遗传承注入新活力，还成功将“流量”变成了当地文化发展和乡村振兴的“能量”“增量”，展现了互联网条件下新大众文艺的蓬勃生命力。

贵州村T的走红，既因为主体的大众化，T台上的演员都是普通村民，绣娘、染娘、农民、司机、90岁的老人、两三岁的孩子都可以上台；也在内容表达的生活化、日常化，村民们将农耕文化和乡村生活美学搬上舞台，从织布机的嘎吱声到月夜的祖孙对话，从爷爷肩上的犁把到妈妈手里的绣花针，每一场村T都是乡村生活与人间温情的生动表达，充盈着独特的美感。

不可否认，互联网是新大众文艺兴起、发展和传播的必要条件和关键平台，村T正是依托各类短视频、直播等，实现线上线下联动，从贵州大山走向了国际舞台。村T团队将“草根模特”的选拔从省内扩大到全国，村T的“村”正逐渐成为地球村的“村”，其草根属性也与高端平台的专业属性完成了一次次深度融合，诠释了新大众文艺“雅俗共赏、全民共享”的本质。

马年春节，贵州村T携56个民族孩子身着本民族服饰登上总台春晚舞台，节目《吉量》让人印象深刻。56个民族56朵花儿，一场演出让雪山高原、峡谷盆地、城市村寨的孩子们像石榴籽一样紧紧抱在一起，凝聚起文化认同，也为铸牢中华民族共同体意识提供了鲜活素材。

时间回到2025年10月30日，贵州苗族青年谢宗旭代表村T团队，在联合国2025社会论坛上向全世界发出了邀请。相信贵州村T这一新大众文艺下的温暖叙事，未来绽放更为璀璨的光彩。



走上春晚舞台的贵州村T。
贾宁拍摄

看纪录片《当我老去的时候》，暖意油然而生。第三集里的外婆，攒空瓶、叠纸箱、热剩饭，勤俭里藏着牵挂——她总想替子孙省一点，把“不想添麻烦”的心意融进每一个举动。这让我想起自己的外婆，一样的温柔，明明陪着我们在身边，却总笑着说“你们忙，不用常回来”。

作品不聚焦老年人，也记录默默守护他们的人，打开了老年题材的视野，让观众对养老、尊老、助老有更丰富的体认。各不相同的银发生活里，相同的最动人的，莫过于代际间无需言说的理解与陪伴。晚辈们放下忙碌，走到老人身边，俯身帮他们收好瓶罐，陪他们唠家常，镜头里这样的身影让人不禁湿了眼眶。终有一天，我们也会走向岁月深处，彼时便懂，这份跨越代际的情感，是支撑我们一生的温暖源泉。

（北京市西城区 秦志远）

看台人语