

微观察

第四届山东网络视听大会微短剧论坛研讨拓展行业生态——

追求人工智能和人文主义双向奔赴

□本报记者 齐雅文

从2018年的兴起到2020年的爆发，从2022年的转型到今天的规范，微短剧一路高歌猛进，勇往直前，引发了一波又一波来自全球观众的狂热。

5月28日下午，在第四届山东网络视听大会微短剧论坛上，来自高校、科研机构、行业协会的知名专家学者及企业代表齐聚一堂，围绕微短剧现状及未来展开深度探讨，为行业发展提供新思路、新方向。

文化出口新载体

当前，人们每天接触到的信息量成倍增长，很多人选择倍速观看视听作品。微短剧这种拥有灵活形态的视听产品，在中国乃至全球收获了大量观众。

中国传媒大学视听艺术研究中心主任、中国视协微短剧委员会副会长赵晖结合相关研究数据表示，北美地区依然是中国微短剧投放的热门市场，东南亚地区排名其次，各大平台都形成了自己的特色。她提到，从大屏到小屏的过渡，其实是观影习惯从仪式性观看到个体化寻觅的巨大转型，并且是不可逆的转型。“这次逆转当中我们看到，AIGC正在推动海外微短剧的晋级速度，从配音到翻译，几乎是全流程、无死角参与。”

澳大利亚 ASN 集团创始人、澳洲游戏投资集团合伙人托尼·库姆斯结合个人经历说：“如果喜欢某个微短剧，我会花钱买它的下一集，或者继续订购它。不管是北美、拉美还是欧洲，大家都为微短剧着迷，它给相关从业者带来了很大的市场和机遇。”托尼·库姆斯在会上展示了一组数据，包括谁在看微短剧、看什么样的内容、观众的年龄层如何分布等。“因为不同文化、不同国情等原因，

我们需要做更多的努力，重新改编内容以适应不同市场的需求。”

“当前的时代面临观众的迭代，这些观众对叙事的要求、故事的要求和价值的要求完全不同于‘70后’‘80后’等观众群体，他们更想从中获取的是情绪价值。”与中国传媒大学戏剧影视学院副教授李雨谏的观察不谋而合，上海外国语大学新闻传播学院广播电视系主任高凯在与众多留学生的交流过程中也深刻感受到，在谈论中国微短剧相关话题时，留学生群体会非常兴奋，他们认为微短剧提供了非常高的情绪价值，而他们也非常愿意为能提供情绪价值的产品买单。

高凯观察到，对于中国微短剧在全球的广泛传播，海外的主流媒体大都给予了积极关注，认为这是中国接下来具有全球竞争力的新一代文化产品，会成为中国文化出口的最佳载体。“我们能不能做出全球观众都喜闻乐见的内容，讲全球观众都亲近的中国故事？我认为我们可以借助微短剧，做大做强中国声音。”高凯说。

“出圈”作品“反套路”

2024年春节，《那一年的春节，他们是在战斗中度过的》火爆“出圈”，该作品通过戏剧化的处理方式，让两名大学生同两名志愿军战士展开了一段跨越时空的对话，引得无数网友鼻头一酸。

作为主创人员之一，吉麦嘉非联合创始人李庆玲分享了该片的创作心得，她认为，主旋律题材如何在创作中兼顾思想性和可看性非常难，她将秘诀总结为年轻化叙事、情感共鸣和技术创新三点。“《那一年的春节，他们是在战斗中度过的》就是用当代年轻人的生活细节去映射时代的变化，让角色更生动鲜活。宏大的战争场面则

通过双方的对话展现给观众，具有强烈的视觉张力，可看性非常强。”

在微短剧争相卷套路、卷设定的当下，女性题材剧《姜颂》则把“反套路”做到了极致，不仅成就了高热度的市场表现，更成为古偶微短剧赛道一部难得的女性主义佳作。春风画面短剧中心负责人潘敏表示，《姜颂》的主创团队非常具有创新力，热门题材、视觉体验和“出圈”镜头，展现出团队的创造力和创新力，为该剧的精品化打下了坚实基础。“我们要借着微短剧的风，积极拥抱全新的内容创作方式，让所有的核心都指向内容本身。”

年代温情剧《家里家外》用“家”的真情打动全国观众，成就了一部有温度的情怀作品，以市井温情和人性本真的创作逻辑，构建起更具生命力的情怀叙事。作为《家里家外》出品方之一，北京十月初五影视传媒有限公司制片人魏思雨坦言，当前微短剧越来越精品化，观众审美也在提高，公司在制作微短剧时，“从剧本阶段到后期执行阶段，都会把大家的认知统一到情绪表达。”

魏思雨介绍，团队在剧本定稿后、正式开机前会召开剧本定位会，让各部门的人清楚知道这部剧的音乐、服装、置景，以及某段内容需要表达出的意境等，以便后续拍摄时，可以把情绪精准地传达给观众。

AI 赋能制作

对于微短剧的未来发展，中国社会科学院视听新闻与传播研究室主任、广播影视研究中心主任研究员冷沁总结出了十大趋势，包括现实主义和主旋律崛起、文博国宝“青春化”巧落地、爱情故事+恋地主义+青年共鸣、城市文旅定制项目、国风美学

和时尚国潮的结合、当代社会题材和情绪价值的连接、跨类型“嫁接混搭”成为创新新宠、AI 赋能制作等，为从业者提供了明确的方向。

其中，AIGC将在微短剧的制作和创作方面起到重大作用这一点，尤其引发大家的共鸣。

中国微短剧为什么处于领先地位？托尼·库姆斯表示，主要原因正是中国有先进的技术，加上飞速发展的市场以及不断推陈出新的创意，得以主导了微短剧的潮流。

由烟台市融媒体中心出品的微短剧《女友的底气》于2024年7月在腾讯视频首播，这是山东省官方媒体出品的第一部微短剧，也是烟台首部微短剧。烟台市融媒体中心演艺中心主任、编剧、导演孙长虹透露，他们下一步将继续谋求微短剧生态的扩展，用AI+VR 赋能微短剧，以形成更好的生态。

冷沁表示，AI 拥有众多优势，但也存在诸多问题，比如场景“雷同化”、文案“报告化”、桥段“拼凑化”、美学“快餐化”等。“我们最提倡的还是人工智能和人文主义的双向奔赴，通过人的训练为机器立心，为智能立命，为程序寻美感，为算法寻美感。”冷沁说。

赵晖认为，无论是AIGC微短剧，还是AIGC微纪录片、AIGC微综艺，作为一种工具，AIGC可以参与到视听创作所有的品类当中，它们正在加速建构微叙事时代。“这个微叙事时代是个性化表达的时代，更是个体想象力被满足并且显形的时代。但最终，工具仍将归结于工具，工具无法替代人类伟大的想象力。我相信，在那一个个闪现的故事片段背后，一定是充满想象力和创造力的动能，将这些戏剧性片段最终汇成无限星河。”

“微短剧+”百部精品创作计划启动

故事“小切口”呈现发展“大格局”

□本报记者 徐平

5月25日，由中国广播电视社会组织联合会与广东省广播电视局主办的“微短剧+”百部精品创作计划发布活动在深圳举办。活动通过政策引领与资源整合，围绕“微短剧+文旅”等多业态融合，打造微短剧精品力作，推动微短剧出海传播。

《中国新闻出版广电报》记者采访的多位广播影视、网络视听的业界学界代表均表示，“微短剧+”百部精品创作计划，以鲜活故事的“小切口”呈现时代发展的“大格局”，通过投资拍摄微短剧精品力作，利用粤港澳大湾区的区位优势，推动中华优秀传统文化的创造性转化、创新性发展，让好的内容在新的载体中传承创新，从而激发文化的活力。

坚守“内容为王”理念

从现场揭晓的首届“微短剧+扶持计划暨全球剧本征集活动”初选入围作品名单可以看到，数千份投稿作品中，文旅、非遗、科普、普法等领域的优质剧本，彰显“内容为王”的行业导向。中国广播电视社会组织联合会副会长董刚表示，微短剧坚守“内容为王”的创作理念，在内容质量、商业模式、精品创作和传播效果上持续改进，一定会成为精品创作和主流价值观传播阵地。

“剧虽微小、但能量巨大。微短剧是文化与科技深度融合、网络视听与文艺创作相互成就的文化新业态。”董刚认为，微短剧与文旅双向奔赴，体现出微短剧行业往高质量发展方向稳步行进，充分印证了微短剧发展坚持正向引导与强化监管双管齐下的正确性和有效性。

在微短剧生产方面，该计划既坚持精品内容的专业化生产，又积极鼓励多方共建的社会化生产。中国广播电视社会组织联合会在活动现场联合全国多地宣传、文旅部门，共同启动了“百部精品微短剧城市共创协议”，通过地域文化挖掘与微短剧结合，形成“一城一剧”特色模式，促进地方文旅经济发展。

从传播成效、赋能水平、综合价值评测3个维度，西安交通大学新闻与新媒体学院院长汪文斌分析了“微短剧+文旅”赋能社会经济生活所取得的切实效果：从地方到平台积极入局，掀起文旅微短剧创作热潮；从野路子到专业化、精品微短剧持续涌现，传播势头强劲；从“取景地”到“打卡地”，“种草效应”带动消费新增量；从“+文旅”到“+千行百业”，为推动微短剧赋能社会经济生活提供参考路径。

不断拓展行业边界

2025年，国家广播电视总局深入实施“跟着微短剧去旅行”创作计划，继续推进“跟着微短剧来学法”“微短剧里看品牌”创作计划，启动“跟着微短剧学经典”“跟着微短剧来科普”“微短剧里看非遗”等创作计划，实现在细分领域打造一批思想精深、艺术精湛、制作精良的优质微短剧。

“微短剧+”百部精品创作计划遵循《国家广播电视总局办公厅关于实施“微短剧+”行动计划赋能千行百业的通知》的精神，以行业自治、专业制播、社会共建为原则，推动微短剧与其他领域或行业相结合，形成新的应用场景、商业模式、经济业态，带动微短剧内容提质升级并赋能千行百业。

“以短故事容纳大市场，用小体量赋能新消费，在小屏中迭代高品质。”在中国广播电视社会组织联合会微短剧委员会会长阎平看来，“微短剧+千行百业”是赋能实体经济和社会发展的内容革命，对于破解行业痛点、构建高质量发展基准线，激活产业协同、打造价值转化坐标系，引领范式创新、培育健康发展新生态都发挥着积极作用。

记者在活动现场看到，“微短剧+微综艺”“微短剧+短视频”“微短剧+新消费”等创新模式纷纷涌现，将剧情与多种艺术形式、多种业态相结合；“微短剧+剧本杀”更实现线上虚拟剧情与线下实景游戏结合，为用户提供了虚实结合的沉浸式消费场景。“坚持‘内容为王’，讲好时代故事；强化跨界联动，激发产业动能；创新传播范式，拓宽影响维度。”广东省广播电视局局长王晓表示，希望通过微短剧的创意表达，推动“文化+产业”深度融合。

助力中国文化全球传播

当技术与艺术踏入同一条河流，人工智能正在以前所未有的速度重塑微短剧的边界。五洲传播中心（五洲传播出版社）在现场发布的“驼小驼Tu-oxiaotuo”AI数字文化IP全球传播项目，以科技赋能文化输出。

本次活动还重点推介了多个国际合作与文化传播项目，标志着中国微短剧出海迈入新阶段。五洲传播中心（五洲传播出版社）发布的“Thar’s Books”海外平台，将精选展现中国当下现实与传统文化的微短剧，在阿拉伯地区上线。

深圳小丹昆曲传习所与深圳市中汇影视文化传播股份有限公司合作推出的微短剧《镜海有缘·曲终人未散》，入围“微短剧+扶持计划暨全球剧本征集活动”名单。该剧以“昆曲元宇宙”为核心，大胆打破传统叙事框架，设计了“外卖员穿昆曲水袖送餐”“汤显祖全息幻影”等场景，通过AR技术让观众沉浸式体验“霓虹灯下的昆曲AI换脸”。深圳小丹昆曲传习所理事长孔宣桥说：“创作本就是一场深海航行，能在此次全球征集的星图上留下坐标，已是莫大的荣幸。”

“通过科技赋能与跨界融合，微短剧正成为讲好中国故事、传递时代精神的重要载体，向世界展现可信、可爱、可敬的中国形象。”深圳市中汇影视文化传播股份有限公司董事长孙莉莉说。

B站推出“1分钟动画剧场”——

浓缩创意，展现微视听文艺潜力

□本报记者 杨雯

在如今快节奏的数字时代，微视听作为一种新兴的文艺形式，正展现出巨大的发展潜力。哔哩哔哩（以下简称B站）近期推出了“1分钟动画剧场”，围绕近年来持续迭代的动画内容生态，以独特的创作理念，为碎片化内容生态注入新活力。

“1分钟动画剧场”是B站UP自制原创动画短片集，每期围绕时下年轻用户热议话题展开创作，单期剧场作品数量10部，每部整1分钟。剧场挖掘并扶持有才华的原创动画UP主，以高浓缩的叙事方式，满足观众快速获取信息的需求，为观众带来了全新的视听体验。

“浅显”被打磨成“精准”

现代生活中，观众的时间愈发碎片化，对于内容的消费也呈现出“短平快”的趋势。“1分钟动画剧场”精准地捕捉到了这一需求，以极短的时光为观众呈现出一个个精彩纷呈的故事。

B站相关负责人向《中国新闻出版广电报》记者介绍，之所以将时长定为“1分钟”，是因为“我们经过详细数据调研，发现在1分钟时长条件下，涌现过许多质量和流量都很棒的作品。有的时候，时间太长反而增加了叙事难度，限时创作倒逼导演们去粗取精，化繁为简，聚焦在自己最想表达、最擅长的领域。”

在大众认知里，“娱乐性”与“深度”常被视为对立的两极，尤其是超短篇动画，很容易变成无脑快乐水或无人问津的实验切片。在该负责人看来，时长不是“在极端间打滑”的枷锁，有时候篇幅不是限制，反而能倒逼创作者把冗余全部剔除，只保留最重要的部分，当“浅显”被打磨成“精准”，1分钟也能成为情绪与思考的浓缩咖啡。不论观众加入冰块还是牛奶，都有其独特的醇香。

纵观“1分钟动画剧场”的作品，画面美学上和传统动画差异不大，叙事节奏上则考虑了互联网传播算法规律，比如留存率要求开头节奏



要快、前面几秒要把观众留住；起承转合很紧凑，没有时间做细腻的铺垫，每一个镜头、每一个表情动作都是有功能的；最后设计一个巧妙的反转让观众有所回味，留下意料之外、情理之中的深刻印象。

不光是动画领域，在整个视频领域，向短而生已是一大趋势。“在去中心化的传播模式下，大家会提供信息密度更高、质量更高的优质作品来留住观众。”上述负责人表示。

瞄准年轻人“情绪刚需”

在信息过载的时代，年轻人既渴望高效获取内容价值，又需要情感共鸣的深度联结。“1分钟动画剧场”以“情绪刚需”为核心创作逻辑，既保持传统动画的美学追求，又融入短视频的节奏把控。

“话题选择上，首先要考虑核心用户关心的主题，关注他们生活中的集体痛点，这样作品才会有广泛共鸣和话题讨论度。另外话题的时效性、情绪价值浓度、‘出圈’体质、题材的稀缺度也是考量范围。”该负责人介绍，本期10部作品整体可以分为两大类，一类是围绕目标受众新情绪出口，如地下偶像、集卡文化、养

宠、电竞、音乐节等；一类是围绕当下的精神状态，如拒绝标签、不内耗、去班味等。

“1分钟动画剧场”上线后备受好评。《当国宝下班后》作为其中的佼佼者，将博物馆文物拟人化，通过陶鹰鼎“摸鱼”、彩绘石骑马人“跳舞”等现代职场梗，让文物在闭馆后的夜晚“活”了起来，上线数天即斩获约452万播放量，证明传统文化与当代叙事碰撞产生的强大感染力。“这种新型动画形态的成功，源于对当代用户需求的精准把握。”上述负责人说，与《逃出大英博物馆》通过文物思乡情引发集体情感共振不同，《当国宝下班后》选择用幽默解构历史厚重感，让年轻观众在会心一笑中建立文化认同。片中文物的“摸鱼”行为正是现代社畜生活的真实写照。它让观众在其中看到了自己的影子，从而产生了强烈的共鸣，让人们在欢笑中获得情绪的释放和心灵的慰藉。

当文物在午夜博物馆跳起机械舞，当打工人的压力在抽象线条中具象化，这些60秒的创意火花，正以轻盈姿态撬动深沉的文化思考。在这里，每一分钟都充满了惊喜与感动；在这里，每一个故事都值得被听见、被看见。

动画创作“试验田”

“1分钟动画剧场”也是B站运营的原创动画UP主扶持计划。让很多缺少资源和相关背景的动画人都可以参与创作，正是B站推出该剧场的初衷所在。该负责人表示：“都说高手在民间，部分个人创作者精力与产能有限，生产长篇动画内容相对吃力，‘1分钟动画剧场’时长较短，降低了部分的创作门槛，这也如同一个‘试验田’，让创作者先以短篇内容，尝试更多可能。如果效果好，创作者可以自媒体的形式让内容更新下去。”

除了导演外，编剧、美术、动画制作、后期等多环节优质创作者也是扶持的对象。并且，除了资金和流量外，B站还提供了很多隐性的支持，比如作品方向定位、IP完整规划、制作资源、测试迭代机制、舆情风险管控等。剧场希望建立多元共生的创作生态，讲好展现中国当代年轻人风貌的好故事。

在众多年轻创作者的共同努力下，“1分钟动画剧场”的精彩跳出了传统的“正片”之外。在这里，一个精彩的MV（音乐短片）、伪OP（误导性片头）一样可以趣味横生。“我们对精品短动画的理解是，片子只是内容的一部分，还有一部分是通过用户的评论、弹幕构成的。”该负责人举例道，比如在《纵火人》评论区，用户会以小作文的形式补充脑中的剧情，在《非典型猎人格》评论区，用户会讲述自己被二手烟或其他敢怒不敢言的视角中的亲身经历。“这些也都是值得观看的重要组成部分。”

在首期10部作品获得认可后，B站当前已经开始策划下一期“1分钟动画剧场”的主题。“我们会继续尝试各种不同领域，让不同属性的动画创作者都能参与进来。内容新鲜感来自对B站优质UP主的信心，相信会有源源不断的新锐的有创意的动画人加入到平台中，让剧场成为青年创意达人挖掘器，为行业输送新生代人才。”上述负责人表示。