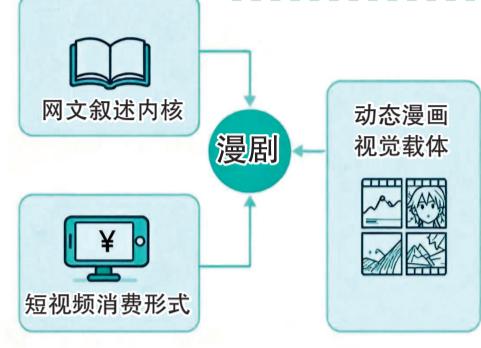
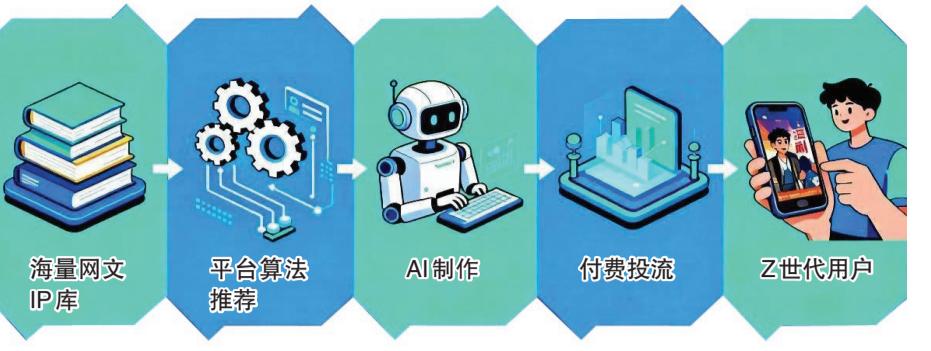




观点追踪

当海量网文IP(知识产权)遇上AI(人工智能)制作与动态漫画,一种名为漫剧的短平快内容形态,在2025年掀起一场席卷全平台的风暴。凭借“轻量化、快节奏、广传播”的特质,它精准捕获Z世代(通常指1995年至2009年出生的一代人)在碎片化时间中的娱乐需求,更在年内引爆平台竞赛。在一个属于漫剧的新内容赛道,选手们已然从启动阶段进入加速狂飙阶段。



算法造物的“情绪快消品”

当你指尖滑动间,一段融合漫画、脚本与配音的动漫短剧开始自动播放。短短2分钟内,主角从惨遭背叛到绝地反杀,情绪如过山车般完成了一次高速循环。这不是传统的动画,也不是真人短剧,而是漫剧。

在2025年的最后一个月, AI漫剧迎来了爆发。这一波AI漫剧爆发,得益于各大平台对漫剧的加码,各类利好性的政策吸引了大批入局者。近期爆款剧中,灵短动漫作品《收徒万倍返还》累计播放量破亿,漫剧《九尾狐男妖爱上我》累计播放量超过1.8亿次……成本降低、周期压缩、平台加码, AI技术的迅速发展,让漫剧用一年时间走完了真人短剧几年的历程。

酱油动漫是在这一阶段漫剧行业爆发中诞生的典型公司,与阅文合作的《魅魔叛主,我反手养成八翼炽天使》单平台播放超1.5亿次,成为现象级爆款。该公司的典型特点即是批量生产AI漫剧,快速完成题材验证,高投流成本高营收回报,迅速抢占用户市场,如今月营收规模高达5000万元,其中投流模式营收占九成。

阅文集团CEO兼总裁侯晓楠在创作大会上宣布,将开放10万部精品IP、设立亿元专项创作基金,并推出“漫剧助手”等AIGC(人工智能生成内容)工具。阅文已投资酱油动漫,计划三年内每年合作上线不少于400部漫剧,其中过半将改编自阅文IP。抖音发布了《成品漫剧合作指引》,通过番剧小说开放6万余部IP,并提供“精品漫剧激励政策”。B站、爱奇艺、腾讯、百度等十余家平台已纷纷入场,红果短剧甚至推出了独立的免费漫剧App(应用程序)。

对于当前的漫剧热潮,是否为中国动画史上动态漫画的技术延续?

天津科技大学艺术与设计学院副教授段艳红表示,漫剧针对受众碎片化的时间量身定制叙事,它不再追求故事的完整与深邃,而是追求情绪触达的直接与高效。它是一种高度情绪化

的商品,是内容产业在流量逻辑的刺激下进化出的新物种,“漫剧是在AI技术的催化下,将网络文学的叙事内核、短视频的消费形式与动态漫画的视觉载体进行深度融合后,诞生的一种高效率、强商业导向的全新内容物种。”

从技术上看,漫剧与传统动漫的制作工艺和制作流程完全不同,它并非简单的“动态漫画”技术升级版,而是借用AI技术实现创作路劲的新突破。从文化上看,传统动漫在叙事逻辑设定上相对比较正统,它追求完整的叙事弧线与世界观构建,但漫剧主要是为满足短视频平台用户的碎片化消费习惯而量身定制内容,它的核心故事逻辑大量源自庞大的网文IP库,因此漫剧承袭了网文的快节奏、强悬念的叙事方式,它以商业变现和IP孵化为导向。

漫剧在剧本定位、题材选择与观众移情设计上,已经形成了一套以算法推荐为主导的高度工业化的方法论。段艳红表示,漫剧在叙事上呈现出碎片化连续体的特征,单集是高度独立的“情绪碎片”。漫剧追求短、快的叙事节奏,它需要对经典戏剧结构进行极限压缩。首先,漫剧删除了传统戏剧开端部分的铺垫,采用开端即高潮的叙事模式;其次,漫剧情节以“冲突单元”高速推进故事的发展,剔除一切与环境、心理相关的冗余描写,它完全打破了传统戏剧所追求的逐步推进矛盾、以细腻表演来塑造角色、给予角色成长空间等创作逻辑。此外,漫剧的结尾以急转、快收为特点,每一集的结尾处都留有“钩子”驱动观众往下看。她总结道:“传统的三幕结构,在漫剧中被压缩进2—5分钟的单集中,并在数十集中循环数十次,形成一种‘高频脉冲式’的叙事节奏。”

竖屏时代的视觉新法则

“漫剧的崛起,形成了一个紧密依存于短视频平台的全新内容生态——一个由年轻二次元用户驱动、各大自媒体平台传播、网文IP改编和付费投流,从而实现快速增长的新兴内容市

场。这一生态的根基,深植于短视频的流量逻辑与用户碎片化消费习惯之中。”段艳红认为。

海量的网文IP库构成了产业运转的“故事燃料”。骨朵数据显示,去年全网国产动画热度排名前20的作品中有14部改编自阅文IP。网文成熟的世界观与人物设定,天然适配漫剧对故事内容的高频需求,不仅能保障叙事逻辑与情节吸引力,更能直接转化庞大的原著“粉丝”基础。

对此,阅文集团版权业务总经理惠敏认为, AI技术的关键价值在于“突破传统动漫行业有限的产能瓶颈”,从而高效推动其庞大的中腰部IP库实现视觉化,释放潜在价值。奇想文化创始人李渊也指出,“漫剧就是IP价值的变现,同时它也可以快速验证一个IP的商业价值”,为后续动漫、游戏等深度开发提供决策依据。

Z世代用户是这一生态运转的核心动能,他们不仅是消费者,更通过弹幕、二创与社群分享,成为内容扩散的“自来水”。而将用户、IP与平台连接起来的,则是精密的付费投流机制。平台算法将最易引发“上头”的内容精准推送,完成了从曝光到充值的商业闭环。

在阅文漫剧大讲堂上,酱油动漫创始人黄浩南表示,“我认为AI漫剧发展分三个阶段。第一个阶段是现在的探索阶段,也就是产量阶段。谁做的产量多,谁就在风口,因为现在市场需求太大了。第二阶段是‘精品+IP’时代,比的就是故事,故事第一,技术第二。第三阶段是用漫剧塑造IP,并且重点是在海外,让漫剧作为新的文化符号出海。”

他概括了当前以产能扩张为核心的“探索阶段”,其商业变现主要依赖投流、原生流量及平台分账三种模式。他特别强调,投流效果的核心并非单纯取决于投入,而在于作品自身的市场竞争力与前期留存率,这最终倒逼行业回归内容品质。

然而,当技术极大提升了产能,关于创作本体的思考也随之凸显。异类光彩传媒有限公司创始人陈翔宇坦言:“AI虽然降低了做优质内容

的成本,但它并不理解艺术。”在他看来,洞察年轻一代的审美偏好,创造有深度、有内涵的文化内容,仍是技术无法替代的专业追求。

这种追求,直观体现在漫剧为移动端量身“定制”的美学变革上。段艳红指出,漫剧的数字化生产正在围绕手机这一核心载体,主动塑造一套全新的、自成体系的视觉语法与美学标准。这套标准完全服务于移动端碎片化消费场景,与传统的影视动画美学形成了鲜明对比。

她说:“首先,强调面部情绪的表达,传统动画注重全身动作与环境互动,漫剧为适应手机竖屏观看,视觉核心转向面部特写,通过夸张的表情和眼神构建高密度的‘情绪场’,在几秒内抓住用户。其次,建构高饱和色彩质感,在信息流中被快速识别,漫剧形成了色彩鲜明、对比强烈、偏向平面化和符号化的美学风格。最后,追求即时感官刺激,漫剧内容设置服务于瞬间吸引用户并提供直接的情感宣泄,在剧情上忽略氛围铺陈和叙事铺垫,强调高强度打斗和炫目特效的视觉语言运用。”

这套高效的美学语法,在赢得市场的同时,也引发了人们新的思考:当情绪冲击成为可复制的流水线产品,叙事深度的缺失是否会掏空产业的长期生命力?技术解决了如何高效地画的问题,但无法回答究竟为何而画。漫剧在成功定义了竖屏时代的视觉效率后,正面临艺术表达深度的拷问。

在狂飙中呼唤“典范之作”

漫剧由于相对抽象的表达形式,其受众往往以20岁到30岁的男性为主,以奇幻、科幻、玄幻为支柱的男频题材,凭借成熟的叙事模板,成为当前流量与产能的核心。另外,由于平台不同,同一部作品可能面临截然不同的命运,作品的成败,绑定于每个平台独特的用户画像、推荐算法与内容生态之中。

面对业界与学界将漫剧称为“快消式内容”的批评,段艳红客观剖析了当前行业的几个核心症结:首先是产能驱动下的内容同质化,大量作品扎堆于玄幻、逆袭、末世等有限的男频爽文题

材,导致叙事模板化严重,缺乏新意;其次是在商业模式的压力下,叙事往往过度追求即时性的情绪刺激,从而牺牲了故事的深度与逻辑的合理性;此外,在强商业诉求的主导下,许多作品过度依赖AI生成,导致艺术表达让位于效率,视觉风格趋于雷同,丧失了独特的审美个性。

在漫剧行业“狂飙突进”的初期,能同时兼顾巨大商业成功和深厚艺术口碑的“典范之作”仍在孕育中。漫剧行业在完成“从无到有”的规模扩张后,正面临“从有到优”的价值升华挑战。漫剧的下一阶段竞争,将超越单纯流量和爽点的比拼,进入综合品质的赛道。段艳红表示:“随着政策激励的明晰、产业资金的理性投入、更多优秀创意团队的加入以及市场竞争后对优质内容的主动选择,各种条件将逐步成熟,漫剧完全可以孕育出既有商业价值又有艺术价值的精品。”

那么,通往精品的路径何在?段艳红认为,好的漫剧必须从内容与形式两个维度同步发力。在内容层面,叙事的设定不能仅仅依赖于不断涌出的“情绪点”来刺激观众,更需要遵循内在的叙事逻辑合理性,构建经得起推敲的故事骨架与人物动机。在形式层面,则要超越简单的画面动态化,致力于运用丰富的镜头语言和流畅的视觉衔接,让技术的“快”服务于艺术的“美”,从而在短时间内营造出更具沉浸感和电影感的观赏体验。这不仅是单一作品的突破方向,或许也是整个产业从“流量快消品”向“时代文化产品”演进的关键。

这些思考,都置于AI技术重塑动画行业的大背景下。她表示,“AI将拓展人类的创作思维,突破艺术的创作边界。AI将从全流程赋能动画产业,它可以完成包括创意生成、动画制作、后期剪辑合成在内的全部工作,同时推动产品营销,它改变了我们长期以来建立的动画创作、生产和营销理念。未来创作者的核心竞争力,将从亲手绘制转变为指导AI高质量完成绘制。”

如何平衡技术与创意,成为了决定漫剧能否突破的关键。对此,段艳红提出了一个核心原则:必须重新确立并坚守人的创作主权。她强调, AI技术说到底仍是一种强大的工具,漫剧创作的根本命题在于,“如何让技术成为实现深度创意构思的高效执行者,而非灵感的替代品。”这恰恰是回归创作本身,以更强大的主观能动性,去驾驭和超越技术的客观能力。

技术的红利也打开了更广阔的边界。优时映画科技创始人袁泽指出:“AI让网文IP快速漫剧化、走向国际成为可能。”高效的跨媒介转化能力,为文化出海铺设了新航道。然而,当“量产”成为常态,“质优”与可持续的商业模式便成为真正的试金石。行业竞争重心正从“技术效率”转向“故事价值”与“商业生态”的深层较量。

黄浩南强调:“坚持故事排第一,技术排第二。”九紫源AI创始人丁宽直言:“AIGC时代真正比拼的是讲故事的能力和审美力。”李渊则从实操层面补充了人类不可替代的价值:“有两个地方现在在AI没有办法完全介入,一个是剧本(创作),一个是语境(把握)。”

漫剧的故事开场是关于技术颠覆产能的奇迹,而之后的叙事,注定将围绕如何在算法的世界里,重新找回并坚守那些打动人心的永恒价值、情感的共鸣、叙事的智慧与审美的追求。这场较量,将决定这个新兴市场最终能抵达的高度。

非遗薪传

御赐佳名传百年
薪火相传续文脉

冯迎春 让绵长的豆香成为文化符号

记者 徐雪霏



在天津武清区东马房村,一缕绵长的豆香跨越百年时光,从清康熙年间的御膳餐桌飘至如今的千家万户,承载着一代又一代手艺人的坚守与智慧,这便是东马房豆腐丝的味道。作为天津市市级非物质文化遗产,东马房豆腐丝以其考究的工艺、独特的风味和厚重的历史,在京津地区乃至全国都享有盛誉。第六代传人冯迎春,这位土生土长的东马房村人,用他坚持不懈的探索与敢闯敢干的韧劲,让这门古老技艺在新时代焕发出勃勃生机,书写着非遗传承的新篇章。

豆香生产走上规范化、产业化之路。

创业之初,冯迎春深知,没有过硬的技艺,一切都是空谈。他主动拜师学艺,跟着村里的老艺人系统学习豆腐丝制作的每一个环节。“别看一根小小的豆腐丝,从选豆到成品要经过十几道工序,温度、手法、时间都有讲究,一点都不能马虎。”冯迎春感慨道,那段时间,他泡在作坊里反复琢磨,从泡豆的时长、磨浆的粗细,到点卤的火候、卤制的时间,每一个细节都亲力亲为,不断摸索优化。凭借着过人的悟性和不懈的努力,他熟练掌握了东马房豆腐丝制作的核心技艺,成为名副其实的第六代传承人。2017年5月,东马房豆腐丝被列入第四批市级非物质文化遗产代表性项目名录,这让冯迎春更加坚定了传承与发展的决心:“这不仅是一份荣誉,更是一份沉甸甸的责任。”

匠心工艺守本味
古今交融拓新局

“东马房豆腐丝能传承三百年,靠的就是‘做工考究、配料独特’这八个字。”谈及技艺精髓,冯迎春的语气中透着严谨与执着。在他看来,这门古老技艺的核心,在于对传统的坚

它是用一张完整的豆皮包裹着切好的豆腐丝,消费者买来后可以根据自己的喜好,进行二次加工,充分满足人们的食用需求。

然而,传统家庭作坊的生产模式,难以满足现代市场对产量、标准化和食品安全的需求。冯迎春深知,要让东马房豆腐丝走得更远,必须在坚守传统工艺的基础上,融入现代生产理念与技术。2012年建厂后,他开始探索“传统工艺+现代机械”的融合之路,既保留非遗技艺的核心精髓,又解决规模化生产中的难题。

“2013年10月1日,是我们投产的第一天。那时每天要泡几百斤豆子,可因经验不足,豆子全被浪费了。我印象最深的是,曾有客户急需4000斤豆腐,我觉得以当时的生产能力完全能应对,便赶工完成。可我却忽略了关键环节——刚做好的豆腐温度很高,必须完全冷却才能运输。为了满足客户需求,我们做好后直接装车发货,即便路程只有一小时,运到市场时,豆腐已全部发酸发红。后来请教老师傅,才知道问题出在未冷却这一步。”冯迎春回忆道。

冯迎春强调,现代化改造的核心是“守本创新”,而非颠覆传统。“我们所有的设备升级和工艺改良,都是为了更好地保留东马房豆腐丝的传统风味,而不是改变它。”比如,卤制用的老汤依然坚持传统配方,糖色上色工艺始终保留,切丝环节仍由人工完成,满足消费者对传统风味的追求。“传统工艺是根,现代技术是翼,只有根深翼健,非遗才能飞得更高、走得更远。”

非遗焕新启新程
豆香远飘向未来

经过12年的发展,冯迎春的天津凯耀豆制品科技有限公司现已发展成为拥有22名员工的现代化企业,销售网络已覆盖京津冀地区,并借助线上渠道走向全国。在销售布局上,冯迎春采取了“线下+线上”的双线模式。线下,产品进入了北京新发地市场、物美超市等大型商超和批发市场,由于品质优良,东马房豆腐丝在北京市场的价格比天津高出约10%,依然深受

消费者青睐。在天津本地,各大农贸市场、超市都能看到东马房豆腐丝的身影,成为市民餐桌上的常客。

线上渠道的开拓,让东马房豆腐丝的知名度进一步提升。“我们入驻了各大电商平台,开设了官方旗舰店,还通过直播带货、短视频推广等方式,让更多年轻人了解这门非遗技艺。”冯迎春透露,自2021年开始尝试直播卖货以来,东马房豆腐丝线上销售额逐年增长,日销近2000斤,已达到全厂产能的50%,产品销往广东、上海、四川等地,好评如潮。这让冯迎春更加坚信,传统非遗只要找对传播方式,就能获得年轻消费者的认可。

在传承现状方面,冯迎春深知“独木不成林”,只有让更多人掌握这门技艺,才能让东马房豆腐丝真正发扬光大。“我们厂里有专门的培训体系,新员工入职后,先从基础工序学起,由老员工带教,熟练掌握后再学习核心工艺。”冯迎春说,“但年轻人愿意干这行的还是少,我现在开始培养我弟弟,他是‘90后’,并且对我们这项非遗很感兴趣。”

同时,冯迎春积极参与各类非遗展示展销活动,通过走出去的方式,提升东马房豆腐丝的知名度和美誉度。“我们每年都会参加全国各地的老字号展会、非遗博览会,现场展示制作技艺,让更多人了解东马房豆腐丝的历史和文化。”他还参与了纪录片《老字号共潮生》的拍摄,通过镜头向全国观众讲述这门非遗技艺的传承故事。“很多观众看完纪录片后,专门通过线上平台购买我们的产品,这让我们看到了文化传播的强大力量。”

谈及未来发展,冯迎春有着清晰的规划。首先是打造非遗产品体验馆,目前体验馆正在加紧装修,未来将设置多套东马房豆腐丝手工制作设备,展示从选豆到成品的完整制作流程,同时开展体验制作旅游项目,让游客亲自参与磨豆浆、点卤、切丝等环节,感受非遗技艺的魅力。“我们还会推出‘豆腐宴’,让游客品尝以豆腐丝为核心的各类特色美食,打造集参观、体验、品尝于一体的文旅融合项目。”

其次,在品牌建设方面,冯迎春打算进一步挖掘东马房豆腐丝的文化内涵,讲好非遗故事,通过线上线下相结合的方式,扩大品牌影响力。“我们要让东马房豆腐丝不仅成为一种美食,更成为一种文化符号,代表天津武清的特色文化。”

“三百年的豆香,是先辈留给我们的宝贵财富。”冯迎春深情地说,“作为传承人,我有责任让这缕豆香飘得更远、更久。未来,我会继续坚守匠心,创新发展,让东马房豆腐丝这门非遗技艺在新时代绽放出更加绚丽的光彩,为传统文化的传承与发展贡献自己的力量。”