

规模摊薄成本 精品兑现价值

日前,第九届初心榜青年视听展为AI创作者搭起了专门的对话平台。活动期间,中国电视剧制作产业协会副会长兼青工委主任白一骢,在发言中说了一段耐人寻味的话:“经常有人提‘我们把AI作为工具’,可是,如果一个东西真的只是工具,需要我们反复地强调吗?”

AI的出现让影视行业发生了颠覆性的变化。作为银河文化传媒的创始人,白一骢深耕传统影视多年,代表作有剧版《三体》《老九门》等,如今他又积极拥抱AI。他介绍,去年年底公司做一个项目,AI使用率在15%到20%;今年4月做项目,AI使用率接近30%;最近在横店开机的一部新戏更典型,开机前计划做100分钟AI与实拍结合的内容,实际执行已经达到550分钟,最终预计有80%的内容都要走AI结合实拍的路子。他说:“这对我们来说是一个几乎不可逆的趋势。我们目前通过AI已经达到了降本的目的,但是非常遗憾,没增效,也就是说没有产生更多价值。”

据企查查基于企业公开经营痕迹的统计,2026年一季度,国内AI漫剧行业活跃创作方从1216家锐减至698家,四成团队出局。一分钟AI短剧的制作报价从2025年下半年的约5000元跌至数百元,一部精品AI仿真短剧整体成本可控制在20万元以内,而同等级真人精品短剧成本在150万至300万元。成本降下来了,价值却没有同步增长。

天津科技大学艺术设计学院副教授段艳红长期从事数字影像研究。在她看来,AI视听内容精品化是市场点击率与审美标准共同筛选的结果。“流量逻辑已不能自动产出精品;点击率决定生存,逻辑合理性、真实性、镜头语言与审美决定留存和口碑。”纵观世界影视产业史,日本和美国的动画产业都出现过类似的产能冲顶、质量塌陷、玩家批量出局阶段。上世纪50年代,由于传统动画制作费用高昂,美国电视媒体逐渐普及,美国动画产业发展出有限动画制作技术,该技术通过省略中间帧与静态背景实现视觉流畅,最终在降本增效的同时,也形成独特的美学体系。上世纪90年代,日本泡沫经济破裂后,日本动画产业经历了一段被称为“冰河期”的阵痛与重构阶段。这一时期,日本动画产业的商业模式从“高投入、高风险的单一大厂主导”向“风险共担、利益共享的制作委员会制度”转型。

段艳红表示,淘汰既是市场纠偏,也暴露了AI视听内容在表达范式上的短板:“比如AI漫剧中,角色动机与叙事因果弱,真实感不足、镜头调度粗糙是普遍问题。AI漫剧精品须以点击率验证市场,更要凭逻辑自洽、情感真实、镜头语言和审美统一,完成从‘生成画面’到‘组织意义’的跨越。”

2026年,AI脸成了AI视听行业绕不开的词。有观众形容,打开十部漫剧,主角像同一个模子倒出来的:大眼睛、高鼻梁、尖下巴,精致却没有记忆点;不同剧集之间撞脸成了常态,同一部剧里几个角色五官也高度趋同。今年4月,红果短剧启动低质漫剧专项治理,此后红果短剧发布《关于规范AI剧角色创作

AI视听内容如何向精品化转弯

记者 张洁

【热点追踪】

2026年,AI(人工智能)视听内容产业正走向一个转弯处:“更快即更好”的粗放逻辑正在失效,从“量的扩张”转向“质的提升”,已是市场、监管和行业头部创作实践共同推动的方向。上半年,AI短剧、AI漫剧供给与市场规模双双站上新高,但播放量破亿且能收回成本的作品占比较小。降本已经兑现,增效却没有来。当“生成”变得廉价,真正昂贵的不是算力,而是审美与责任。让审美判断、叙事能力和人的创造力回到创作的中心,正是精品化走向现实的前提。



《赛博英雄传》海报



《三星堆：未来往事》海报

公告》,公告直接点出“高频AI脸泛滥、形象同质化”。

段艳红表示,同质化并非模型能力、训练数据或创作流程单方面造成的,而是三层叠加的结果:“模型能力上,生成趋向平均脸,缺乏稳定身份表征;训练数据上,审美样本和角色类型集中,高颜值模板被反复强化;创作流程上,‘快’和‘省’把选角、造型、表演、镜头调度压缩成提示词模板,标准化复制放大了前两者。”

她进一步指出,当“快”和“省”成为默认值,“角色被记住”却被系统性边缘化了:“流程不设角色小传、造型差异、行为逻辑和表演预算,角色就只剩一张平均脸。破局不是等更强模型,而是在流程中重新加入个性与真实,允许不完美、有缺陷、有习惯动作和稳定但非模板的视觉标识。角色要被记住,靠的不是模型脸,而是各自不同的特点。”

2026年1月底上线的AI漫剧《从赖皮蛇开始吞噬进化》,没有真人演员、没有摄影棚,上线一周播放量破2亿,最终收入超千万元;10月,AI剧《予你深情侵入余生》推出官方角色卡牌与角色同款手链等周边,49.9元的限量卡牌卖出12000盒、销售额近60万元,一些品牌也开始进场。AI剧的价值,正在从“剧集”向“角色”延伸。规模摊薄成本,精品兑现价值,这正是2026年行业大分化的一体两面。

把流量给到用心写故事的人 规则是筛选器而非美学裁判

阅文集团首席执行官兼总裁侯晓楠在2026阅文创作大会上表示:“内容越爆炸,原创越珍贵。”阅文上半年短剧及漫剧收入突破4.3亿元,同比增长230%,是去年同期的3倍多;超660部漫剧播放量破千万,107部破亿。与此同时,阅文持续进行AI水文治理,起点清理榜单、

限定日更字数,并建立编辑人工复核与申诉通道,“把流量给到真正用心写故事的人”。侯晓楠重申:“文学的改编,可以用AI;但文学本身,不能是AI。”

平台竞争已分为几种逻辑:字节以火山引擎Seedance绑定红果,按月度热度事后结算发放激励,单部最高20万元,押注爆款能力;快手以可灵Kling为底座,单项目最高50万元加千万灵感值,换取创作生态;爱奇艺以分账改革为杠杆,独家首发100%分账,对真人短剧与AI短剧“一视同仁”;阅文从IP(知识产权)源头切入,签约5000多个个人及工作室,前十大OPC创作者(借助AI工具独立创业的内容生产者)年收入均破百万元,并发布《赛博英雄传》等4部AI精品动画,以“网文IP+AI技术+动画专业力量”三方协同推进AI视听内容精品化。

段艳红表示,对美学多样性而言,这既是建设性的,也是收缩性的,建设性在于把“精品”从口号变成可操作指标,给创作团队提供参考方向;收缩性在于指标一旦成为创作目标,就会催生精品模板的同质化:“如流水线生产、模式化叙事、僵化的镜头语言、标准化脸谱等。规避的关键是分层筛选:平台把入场门槛与探索激励分开,保留非标赛道和人工评审,补贴与成分分离,给美学探索独立预算,平台规则应是筛选器而非美学裁判。”

她表示,AI视听内容创作,审美决定能不能入场,创意决定能走多远,流程决定能否稳定复制,三者不是替代关系,而是及格、上限与保障的层级关系。“及格线是审美基础,具体来说,在视觉风格上提升辨识度,画面消除‘平均脸’、强化角色视觉标识感、丰富镜头语言,缺乏这些,作品连被观看和记住的人都没有,及格线之上的作品才有意义。上限是创意加持,即注重叙事逻辑的合理性,强化叙事节奏、镜头调度和情绪

累积等叙事方式的重构,而非把长剧或模板剧情压缩。生产流程中试错与筛选的专业化是保障,它放大大前两者,却不能替代前两者。”

2026年4月,AI微短剧强制备案落地,全网成片整体过审率不足30%,超7万部被清退;9月,国家广播电视总局令第16号《微短剧发展管理办法》施行,对微短剧分类实行备案公示与发行许可,划出11条内容红线,并要求AI生成微短剧在每集明显位置添加提示标识。

与平台补贴和备案审核同步发生的,是传统电影评价体系对AI作品的正式接纳。2026年8月,百花奖首次设立AIGC推优单元,2038件投稿中6部获荣誉。《失控》获百花奖AIGC推优单元最佳导演作品,主创代表刘树恒表示:“AI降低了把画面做出来的门槛,但提高了创作者为什么这样拍的要求。”9月,金鸡奖首次推出独立AI影展,征片规则写明AI生成画面占比不得低于50%、长片不低于60分钟,还须提交工具链和提示词接受技术核验。在中国香港,香港AI国际电影节(HKAIFF)获认证为全球首个A级国际电影节,明确51%的AI参与度只是资格线。国际上,在法国戛纳举行的2026年世界AI电影节(WAIFF)要求参赛作品至少使用三种生成式AI工具。“什么是精品”不再是创作者的自说自话。

只靠AI速度留不下观众 竞争终将回到创意与审美

想让观众停下来,光靠AI生成的速度不够,还得看作品有没有可看性、作者性,以及有没有让人愿意继续追下去的余地。孔德飞创作的AI动画短片《莽古斯》,取材于他十多年前在音乐节上听到的民俗故事。这类小众民俗题材过去很难被搬上舞台,灵感的种子在他心里放了很久,直到AI出现。“AI给了我们机会,给了我很低

的试错成本,我认为它值得被做出来。”

扎根天津百年市井烟火,浸润津门漕运与妈祖民俗文脉,福祿斋张家锦衣泥人凭借独树一帜的泥塑布艺技艺,成为天津市级非物质文化遗产中的特色瑰宝。数十年来,该项目代表性传承人张宝义坚守匠心,历经行业起落深耕不辍,同时贴合时代审美、改良工艺、创新题材、探索文创跨界,在小众非遗的传承困境中默默坚守、积极破局,让百年津派泥人手艺跨越岁月,焕发薪新活力。

张宝义 捏泥缝衣,守住老手艺的精气神

本报记者 徐雪霏



张宝义作品《茶馆》。

绣、缝制,人物一般至少要缝制三层衣裳,这是我们的长处。做衣服还要了解其文化背景,匹配人物身份,布料要手绘花纹,再裁剪缝制。

记者:学这门手艺,最难的一关是什么?

张宝义:行里老话,泥人“看上去不看下,看前不看后”,最吃功夫的就是脸。塑造头像讲究“三庭五眼”,分为田、国、目、风、由、男、甲、申八种脸型,还要把握骨骼特点,区分男女老幼五官神态。脸上重中之重是眼睛,我们叫“开眼”,做到形神兼备,这是最难的。

为了把一张脸做到位,一个人物我曾经反复捏几十个版本,不满意就扔一边,搁一阵子再重新捏,一点点找感觉。从入门到能独立拿出完整像样的作品,少说也要五六年。

我有一件作品《达摩》,自己挺满意,后来还被美院一起进修的同学们当作临摹范本。我创作前先得把人物吃透,研究他所处的时代、人生经历、性格心境。达摩一苇渡江,放弃优越王族生活远赴中原传法,他的一生充满传奇却又极其简单,我把这些理解全都揉进造型:下颚微微扬起,后背有些佝偻,仿佛肩负重担,手势留出遐想空间。泥塑工具反倒十分简单,就是拍泥板和压子,制作工艺都是从祖辈传下来的,工具也都是自制的,百年来无论泥塑的风格如何变化,这些传统工艺始终没有变过,因为这才是“福祿斋”张家锦衣泥人的精髓。这件作品完成距今快十年了,市面上仍出现不少以此为原型的陶瓷、紫砂衍生品。

记者:您在第四届中国国际民间艺博会获得金奖的群像作品《茶馆》,创作背后又有什么故事?

张宝义:《茶馆》算是我的代表作之一,当初我是想做一套真正能代表天津本土烟火气的作品。

构思阶段,我请了不少天津本地的文史专家、民间文艺家到工作室,帮我把关,从人物身份、服装、到场景布置,一点点打磨,前前后后花了半年时间才完成。这套作品也确实得到

了业内认可。

做这套群像,难处不少。首先一群人物要同时开始起型塑造,避免做完泥塑大小无法统一。再一个就是人物形象要生动,不仅穿着打扮要有所区别,面部更是要各有各的特点。我当时想到一个办法,让朋友们充当模特,将他们当作参考原形,区分老幼胖瘦,最后每一张面孔全都不一样,不少朋友看完作品还能对号入座,指着泥塑说:“嘿,这不是我吗!”

在作品细节上,我也下了不少功夫。比如里面有卖糖堆儿的小贩,一般泥塑中最常见的糖堆儿就是用红色的泥搓成一个个小圆球,穿在一起就算完了。可我想要做得再真实一些,把糖堆儿上糖壳的质感都要做出来,看着就像真的裹了一层糖,好多观众光看这个糖堆儿就能盯着看半天;还有卖烟卷的小摊,烟盒上面的花纹,尽量还原民国真实烟盒图样。人物设计也有讲究,茶馆里有地方翘楚,也有市井泼皮,每个人物的神态都做得夸张鲜活,仿佛每个人身上都有自己的一段故事,这样这个作品才能真的活起来。

而且每次去不同地方参展,灯光、展厅大小不一样,我都会到现场再重新排布人物位置,重点人物摆到灯光打得到的显眼位置,次要人物弱化处理,同一套作品换个布展方式,每次观感都不一样。

这套《茶馆》我前后一共做了四套。后来有天津相声界老艺术家告诉我,天津早年相声讲究撂地,演出场所是四面围坐长条板凳的露天茶棚,演员要照顾四面八方的观众,那才显出真本事来呢。为此,我又做了一套《茶馆》,重新复原了这个四面观的版本,现在就摆放在保利广场的“谦祥益文苑”。

用老手艺塑出现代的魂儿

记者:专职做泥塑之后,遇到过什么难

从传统影视走出来的导演吴方表示:“电影的本质一直没有变,讲故事、塑造人物、处理情绪,这些基础工作什么时候都得慢慢打磨。”制作二维手绘动画《少年与白龙马》,他已经花了两年多时间。他追求学院派的美学插画风格,很在意人物表情、光影和心理呈现,“AI可以提高效率,这没错。但我们的电影,终究是要交到观众手里边的。得到观众认可的作品,要靠耐心和韧劲磨出来”。

围绕“角色一致性”这一此前公认的AI视听内容创作短板,AI模型正在快速补齐:可灵Kling3.0推出“主体绑定”功能,用若干张参考图或数秒视频片段为角色建立跨镜头的视觉锚定,锁定面部结构、服装纹理乃至声音档案;商汤Seko2.0引入跨帧注意力与记忆模块,早期测试在连续10集中保持约98%的角色视觉一致性;生数科技Vidu与阿里通义万相Wan也把主体一致性列为核心能力。在国际第三方评测中,通义万相Wan、火山引擎Seedance、稀宇科技MiniMax等国产模型已进入人文视频的头部竞争行列。

但技术补齐短板,不等于长片的问题就解决了。《三星堆:未来往事》是国内首部拿到国家电影局公映许可、登陆院线公映的AI长片,团队历经两年攻坚,产出超过120万张底图,完成上百次全片迭代,近百人参与制作。影片展示了三星堆古蜀文明与未来世界的对话,尝试用AI讲好中国故事。从短剧的流量场走向电影院的仪式感,这本身就是精品化最直观的注脚。制片人曲吉小江披露了项目团队的工作方式:团队参照实拍剧组设置编剧、导演、制片、美术、摄影、灯光、声音、剪辑等17个专业分工,“人主导,AI做执行”。

段艳红表示,与传统制作方式相比,AI在长片制作中的优势主要体现在画面生成与视觉执行效率,“它能在短期内完成大量底图生成、场景搭建、镜头渲染等高效生产环节”,但不足的地方同样明显,创意方向、叙事架构、考古考据、艺术判断等,目前AI还无法完全替代代人。“AI是工具而非创作主体,它需要不断被‘喂养’,在成长的过程中,它产出的创意、故事逻辑和艺术审美都需要专业人士给予正确的指令,并且不断手工修复。AI负责‘画出来’,人负责‘决定画什么、为什么画’。”

她认为,“AI最先抵达的是‘初期制作的便利性’,它能快速降低生产门槛、提升效率;最后才触及核心创意的独特性,因为真正的创意依赖人的经验、判断与审美。”段艳红把这种技术替不了人的东西命名为“创源”。她解释:“AI的资源均来自人类,即便未来能自主学习,它学的仍是人类留下的东西;除非其自主思维与创新能力超越人类,那才是非常可怕的阶段,否则AI很难完全替代人类。”

谈及未来,她表示:“效率会继续被AI拉平,竞争终将回到创意与审美。”而与之对应的人才培养方向也随之清晰,行业需要培养的不是单一技能操作者,而是复合创意型人才,“既懂AI工具与制作流程,又有内容判断、叙事能力和原创能力,能把技术转化为独特表达”。

技术可以把一个镜头重新生成一百次,但留下哪一个,只能由人来判断。当“生成”变得廉价,什么仍然昂贵?答案不是算力,而是审美与责任。精品化从来不是门槛降低的自然结果,而是创作者坚守的判断与担当。技术把门槛推平,也把方向的选择权交还给人。



张宝义

一脉相承的津派泥塑匠心

记者:“福祿斋”泥人这门手艺是怎么发展起来的?

张宝义:要说天津泥人为什么在全国能打响名气,根上还是占了天津漕运这个地利。九河下梢天津卫,海河与南北运河交汇,东入渤海,漕运兴盛也催生本土妈祖文化,慢慢演化出天津特有的“拴娃娃”民俗,“福祿斋”泥人铺就是在这样的环境下诞生的。清末民初,我的先祖张德创立“福祿斋”泥人铺,为满足当时百姓的精神需求,创作财神、妈祖、老寿星这类塑像,广受老百姓喜爱。

早先别家的泥人,都是顾客买个泥胎回去,自己简单缝个坎肩、披风,象征性地给泥人穿上衣服。我们“福祿斋”就琢磨出个不一样的路子,直接把衣服给泥人做好,顾客买回去摆上就能看。这也成了我们这项非遗技艺的标志性特点。近些年,“福祿斋”泥人还被业内称作“东方的芭比娃娃”。

这门手艺一辈辈往下传,传到我爷爷那一代,整个工艺就变得更系统、更规整了,题材也拓展了不少,比如寿礼、镇宅摆件,主要作为礼品流通。同时,“福祿斋”泥人在工艺上增加服装手绘、刺绣等工艺,作品逐步向民间工艺美术品方向升级。

记者:后来这门手艺又是怎么传到您手上的呢?

张宝义:爷爷的手艺又传到我父辈,家里晚辈都觉得这是个抛头露面的小买卖,谁也不愿意干。唯独我打小就喜欢这个,十几岁就跟着大爷爷捏泥人,就是业余爱好。

上世纪九十年代中后期,沈阳道古物市场挺热闹,我就抱着试一试的心态,拿自己做的泥人去摆摊。那时候我在天津铁路信号工厂上班,一个月工资才一百多块,我一件泥人就能卖五十块,差不多顶半个月工资。见到市场反响不错,我就动了辞职的心思。家里人一开始是同意的,但我权衡之后,还是决定专职做泥人创作,因为我是真的喜欢。

记者:天津做泥人的不少,咱们“福祿斋”的泥人,最特别的地方在哪?

张宝义:天津泥塑门类特别丰富,各有各的拿手本事。我们“福祿斋”最大的特点,就是给泥人穿真正布料缝制出来的衣服,不是直接在泥胎上画衣服。泥人的头部可以转动,四肢也能够活动,方便塑形和穿戴衣裳,这都是我们独有的工艺特点。我们坚持手工裁剪、刺

期进修,补一补理论知识,对我帮助挺大。

记者:这项手艺人传承现状怎么样?

张宝义:“福祿斋”张家锦衣泥人制作技艺,2017年列入天津市第四批市级非遗名录,后来我获评为该项目市级代表性传承人。这些不仅仅是荣誉,更是责任。成为非遗传承人后,我固定在工作室开讲课,记录学习资料,跑学校、下社区,参加各类现场展演。

我们还专门成立了研究会,举办公益讲座,初衷是想吸引年轻人进来了解这项非遗,结果来参加活动的还是老年人居多。

这项非遗技艺的现实难处就摆在这,学门手艺需要足够的耐心和艺术理解力,当下年轻人心态浮躁,真正要入行,五六年之内很难靠手艺养活自己,前期要投入大量时间和精力,现在年轻人生活压力大,很难下定决心全职投身进来。我也有几位资质不错的学生,空闲时可以帮我做做体验课,跑跑进社区、进校园的活动,但能全职做这行的徒弟还没有。

记者:您对“福祿斋”张家锦衣泥人的未来有什么期待?

张宝义:客观说,咱们手艺底子不差,人物神态、布艺工艺,对比不少同类作品都占优势。如果开发合适题材的旅游文创产品,是完全有机会打响名号的。

现在最大短板就是缺少年轻人接续。我很希望多和天津本地高校合作,和美术、服装专业的学生一起碰撞出新点子,当然,也需要时间和资金支持。

天津本身就是旅游城市,如果我们这项手艺能做成成熟的旅游文创,前景很可观。虽说我现在精力跟不上,但我对它还是抱有信心。我们也在琢磨强强联合,但现在还处在实验阶段,产品质量过不过关,要留出足够的时间来观察。我也经常和其他非遗界的同行沟通,大家都在想办法,既要把手艺好好保留住,也要做出老百姓愿意接纳的新东西。相信我们一起努力,一定能让天津这些优秀的传统手艺越做越好,让更多的人感受到非遗的美。