



### 文化新观察

近日，AI短片《霍去病》“3人48小时完成制作，成本3000元，播放量突破5亿次”之说一度传遍网络，随后《霍去病》导演杨涵涵发布视频澄清传闻数据中的失实部分。虽然《霍去病》传播过程中伴随着虚假信息，但作品本身的“电影级品质”亦被看到。对于AI给电影业带来的冲击，杨涵涵说：“技术永远要服务于创意，会用工具不算本事，会讲故事才是核心。”动画师阿圭也表示：“无论技术如何迭代，在算法浪潮中，最终打动人心，永远是故事本身。”

AI风潮的持续冲击，不断推动电影创作者进行积极应对与思考。春节期间，导演贾樟柯监制的Seedance 2.0贺岁短片《贾科长Dance》刷屏，他称：“我并不担心技术会不会‘取代’电影。真正重要的，还是人如何使用技术。”前不久，在广西南宁举办的一个电影展映活动上，导演陆川、王潇潇与人工智能领域跨界专家傅可晔围绕AI对电影产业的影响进行交流，他们表示创作者与AI的“共创”是不可逆的趋势，应该用AI去赋能创作者，而不是颠覆电影工业。在“赋能”与“颠覆”之间，电影人的视野、观念、站位都决定着他们在AI时代的真实影响。

### “技术平权”的冲击

AI的快速进化，具体到电影业，最直观的冲击是，编剧、导演、摄影、音乐、美术等专业不再神秘、陌生，在不远的将来，这些岗位的专业价值甚至在行业细分领域的垄断性都将被更大程度地稀释。AI将冲击电影创作不同工种的分工与合作模式，电影的集体创作特性将实现向个体创作的大转身——如果一个人头脑超群，电影概念清晰，结构与叙事能力突出，且能与AI建立亲密合作关系，那么电影完全可以在AI助力下在更多个体手中诞生。

当下，人们仍然需要花费一些时间、付出更多认知，来接受电影由集体合作向个体出品转化的现实。对于深受传统电影创作与制作观念浸润与影响的从业者来说，他们在承认AI给电影业带来极大冲击的同时，也在自觉或不自觉中捍卫电影的固有形态与核心价值，哪怕其中包含落伍的、将要被淘汰的构成。电影行业对AI“既期待又担忧”的矛盾心态，完全可以理解。无论哪个行业的人，在面对恢宏而又不可阻挡的未来时，都会感到自身的渺小，在此背景下，强调历史的辉煌、过往的成功、具有代表性的经典作品，都可以视为创作者的本能反应。而随着AI技术的突飞猛进，电影人对于AI的期待正逐渐高于担忧，拥抱技术进步将成为电影人的主流选择。

AI对电影产业的影响，目前最为清晰可见的一点是最大程度地解放了生产力——平时几百人的团队，压缩到几十人甚至几十人的团队就可以完成；过去拍史诗电影的大场面，需要调度大量群众演员参演，而现在AI可以轻松取代……AI填补技术鸿沟的速度足够快，效果也足够彻底。在过去很长一段时间，数量庞大的人工参与“CG渲染”，为了使电影中动物毛发栩栩如生花费巨大力气等，是特效电影的宣发重点，而随着算力的飞速提升，这些值得炫耀的技术门槛被不断降低，甚至将成为AI基本的功能，创作者只需给AI精准指令即可以实现效果。

电影行业在充分体会AI时

代的“创作平权”“知识平权”之前，最先感受到的是“技术平权”山呼海啸般的冲击，在这一汹涌潮流下，电影行业的纯技术工种会率先遭遇危机。导演作为电影创作核心，其创作指导性、掌控力仍在，但也会在“技术平权”后陷入自我身份怀疑。因为在技术鸿沟被填平之后，人们可绕过专业培训、实拍训练等过程，凭借奇妙的想象力、出色的指令能力，就能出色地完成导演的工作。

### 凸显创作者极致的个性

2025年末公映的《阿凡达3》美国本土票房低于预期，在中国市场与十多年前的第一部《阿凡达》相比，堪称“暴跌”。为什么今天的观众不再那么爱看《阿凡达》？时长太长、故事不够精彩之外，还有一个重要的原因——AI时代，特效已成网民视觉消费日常，观众对特效兴趣减弱，导致“大片时代”退烧。未来，特效成为人人皆可掌握的工具之后，技术在电影魅力占比中将进一步弱化。2019年，李安以技术见长的电影《双子杀手》遭遇滑铁卢，是观众对电影技术祛魅的一个标志。另一方面，在欧美，由AI或以AI为辅助手段制作的《乌鸦》《冰霜》《AI创世者》等作品令人大开眼界，它们与传统电影一样在国际电影节入围或获奖，世界电影业对AI降本增效的实用价值表现出超乎寻常的兴趣与接纳。

讨论技术对于电影的影响，AI设计者乃至AI本身或比电影人更具发言权。许是在此背景下，电影人才会把关注重点放在强调AI时代“创作平权”“知识平权”方面。一些电影人认为AI时代的好处是可以让没资金、没团队、非科班出身的青年创作者，借助AI提进电影业，但把AI当作助手、给AI署名等观点仍是“创作者中心论”或“人类中心论”的潜意识体现。过于强调“平权”，其实是一种“AI恐惧”，仍然是偏保守的一种观念。实际上，把AI当成纯粹的工具，并不给AI赋予人文甚至情感元素，更有利于传统电影人顺利跨入AI时代。“给AI署名”的浪漫色彩背后，是创作者的某种妥协或者说懒惰。在电影业逐渐被AI包围的时候，

其强调各种层面与意义上的“平权”，不如凸显创作者极致的个性。唯有具有人文温度的创新与创意、与观众之间的共振与共鸣，才能够使创作者脱颖而出。凸显创作者极致的个性，并不意味着要对电影百年传统、固有魅力、核心价值进行颠覆，而是创作者要把个性表达当成锋利的手术刀，去除电影创作与生产的落伍经刀，过时手法、重复表达。近年来好莱坞大片模式遇到严峻考验，中国电影也时常困在创作模板中没法突破，这与创作者缺乏具有普遍穿透力的个性有关。目前电影观众审美已经分化，未来电影市场会进一步细分，单一创作个体或作品能够赢得全民观众喜爱的可能性会逐步降低。哪怕在细分市场上，也只有那些辨识度很高的创作者，才能被欣赏和追随，平庸的、无法制造惊喜的、不能带来全新体验的创作者，即便拥有AI工具，也走不出被遗忘的角落。

### 回归热爱与纯粹

或许，哪怕电影产业双脚跨进了AI时代，仍会重演电影商业在技术与金钱层面的比拼，比如使用更为先进的、带有前瞻性的技术，比如通过“氦金”获得更高算力的加持，这一思维仍是现阶段行业内竞争的惯性思维。在将来，技术与金钱固然仍是必要保障，却无法成为电影创作的顶层思维。与此同时，被传统电影人分外看重的视觉、画面、质感、表演等也将变得微妙起来——一方面，

# AI越发达，电影的灵魂越重要

韩浩月

创作者与观众都默认AI创造会超过人工，这意味着创作者更要竭尽所能，观众对以假乱真的电影宇宙要求更高；另一方面，备受AI生活洗礼的观众，会愈加珍视电影的灵魂，唯有可感受、可体会甚至可触摸的灵感灵魂，才能抵消AI制造带来的强大暗示，使观众觉得自己的心灵仍然能够通过电影得到抚慰。

关于电影的灵魂，有诸多的指向和说法：是故事高度统领下的精神指向，是人物形象与语言的具象化，是艺术表达的纯粹升华……但在AI时代的电影灵魂则会更加明确地贴近情感与人性的深度碰撞与融合。在AI时代，人的意识、情感、人性变得分外珍贵，这份珍贵需要内心的自觉与自省，也需要外界的提醒与刺激，电影作为最为常见的文艺形式，在表现情感与人性方面的载体作用将更为重要。如人一再强调的那样，电影由技术、视觉、娱乐等构成的享受仍然重要，但摆在第一位的将是电影是否还具备让观众忘却的吸引力。真正的好电



电影《疯狂动物城2》《飞驰人生3》《哪吒之魔童闹海》《镖人》海报

自1895年诞生以来，电影的技术革新从未中断。从有声技术的引入到彩色影像的普及，从宽银幕画幅到3D、数字摄影等拍摄手段的迭代，电影展现出极强的艺术韧性和包容度，从而在艰难的调整和适应中屹立不倒。尤其是电视普及、网络兴起时，电影更是在严峻的生存威胁中“浴火重生”。

进入2026年，这门艺术正面临一场更为复杂的结构性挑战，它需要做出比过去任何一次都更为深刻的探索与改革，才能傲然挺立于艺术之林。

### 重申“人”的力量

且不提AI短剧《霍去病》创作中那些数据的真假，它的出现真正让人震惊的是，一个事实已经清晰地摆在我们眼前：未来，凭借AI工具，几个影视“素人”就可能用极低的成本，做出一部视觉效果足以媲美传统古装大片的作品。这意味着电影创作的门槛正在被技术削平，过去需要庞大资金、专业团队和多年经验才能入门的影像表达，如今正在向普通人无限敞开。

当AI能够生成完整的场景、设计人物造型，甚至通过技术手段让演员表演时，电影创作突然进入了一种“魔幻”状态：只要有一个创意，大量的后期工作都可以交给AI来完成。这时，“人”的价值该落在哪里？是创意本身，还是对创意的判断和选择？

我们从传统电影中获得感动与满足，可能来自实景拍摄中捕捉到的现实呼吸，来自细节处融注的微言大义或引发的会心一笑，也来自人物在动情时刻自然散发出的情绪感染力。换句话说，AI可以模仿艺术风格、复现视觉元素，但无法理解什么是直觉、什么是感性，也无法体会人在复杂情境中那种微妙、矛盾、难以言说的状态。恰恰是这些不确定、不完美、不理性的部分构成了人的丰富性和复杂性，成为艺术能够触动人心力量之源。

像2025年中国电影市场的赢家《哪吒之魔童闹海》和《疯狂动物城2》，因为是动画片，理论上完全可以交给AI来完成，但先不谈目前AI的制作水准能否达到这两部影片的视觉质感和表演细节，更重要的是，一部作品之所以打动观众，往往依赖的是创作者建立的人物谱系。人物的前史是否合理可信，性格是否鲜明可感，都需要体现创作者对人物的理解和洞察。这些内容是AI无法提供的。进一步说，AI可以学习已有的叙事模式，但不会意识到现实的存在，也就无法主动在作品中融入与现实对话的意识。

未来电影创作中真正难以被替代的，是创作者对现实或历史的独立思考，是在人物身上触摸到的人性温度，是对那些微妙情感的捕捉。这些内容不是靠算法可以生成的，也不是靠数据可以推算的，它们来自创作者自身的经验、感受力和对生活的理解，它们有着独一无二、无可取代的价值。

### 追求叙事的升级

2026年初，光线传媒发布的一则战略调整信息在业内引起了不小的关注。这家电影公司宣布，未来将把主要精力放在IP的打造与运营上，把电影生产则逐步成为副业。这番表态折射出整个行业正在面临的一个现实困境：一部影片的命运，往往在上映后的几天内就被市场决定，赢者通吃，而更多的作品则难以收回成本。相比之下，如果能成功打造出几个有生命力的IP，情况就大不相同，它可以通过衍生品、游戏、主题乐园等多种形式持续开发，在更长的时间维度里挖掘价值。当电影的盈利模式发生变化，当电影生产本身不再是电影公司的核心业务，电影作为艺术、作为文化产品的角色又将被置于何处？

未来的电影制作，或许在编剧阶段就需要考虑：哪些人物可以继续生长，哪些情节需要预留发展的空间。这时，电影的系列化几乎成了一条必经之路。这样的生产模式当然更安全、更可控，但是，当创作越来越依赖精算和预期，那些真正跳出框架的东西、那些让观众感到意外和惊喜的部分会不会越来越稀缺？

这种趋势，在好莱坞近些年出品的电影中已露端倪。那些大行其道的系列片确实有它们成功的地方，如成熟的工业体系、稳定的叙事节奏、对观众心理的精准把握。与此同时，敷衍之作也层出不穷。而且，当一些人物形象在观众心目中扎根之后，续集会变得越来越束手束脚。为了保持形象的稳定，为了

不让观众觉得不对劲，情节的走向只能沿着一条被验证过的路径往前走，甚至连笑点、泪点、高潮点的设置都逐渐雷同。

只有创作者在系列片中不断注入新意，或在冲突设计上实现真正的升级，IP的生命力才能得到延长。以“飞驰人生”系列为例，故事在延续，视野在拓宽，冲突的层次也在进阶：《飞驰人生》中，主人公面临的障碍是缺钱；《飞驰人生2》中，主人公要应对缺钱之外的更大压力，那就是规则的不公；《飞驰人生3》中，主人公既要继续面对资金的窘迫以及资本干预带来的比赛黑幕，还要克服技术崇拜时代的依赖心理。更重要的是，该系列始终保持对时代情绪的敏感，那些关于选择、困境、自我突破的议题，都与观众的心理状态形成了某种呼应。正是这种在延续中求新、在框架内不断突围的能力，让这个IP没有沦为简单的复制品，而是连续三部都赢得了不错的票房和口碑。这或许是电影最神奇的地方：观众愿意为“熟悉”买单，但只为“陌生”心动。

### 一种难以替代的体验

《2025中国电影市场及观众变化趋势报告》中的一组数据值得我们深思：2016年，20岁以下的观众在观众群体中占比还有9%，到了2025年，这个数据降到了3%；20到24岁这个年龄段，在2016年曾占到34%，是当时的主力观影人群，但2025年回落到12%；40岁以上的观众，2016年只有7%，2025年增长到23%。10年间，电影院里的年轻面孔越来越少，中年甚至更年长的观众正慢慢成为常客。这种观众年龄结构的变化，背后可能不只是人口结构自然更替的结果，也反映出电影作为文化消费品的吸引力在代际发生着显著的变化。

对在短视频、微短剧、游戏和剧本杀等娱乐方式中长大的青少年来说，电影在他们文化消费版图里，已经不再是那个不可或缺的存在。他们当然也会走进影院，但更多的是被某些现象级的影片吸引，带着追星、跟风和社交的意味，而不是出于对电影艺术本身的热爱。这种观影心态的变化，也在悄然影响着电影创作。

而且，今天的部分电影创作者本身就是被短视频和微短剧所影响的一代，他们已经习惯了那种快节奏、强刺激、碎片化的叙事思维，进而改变着电影的叙事节奏，重塑着编剧的规律，甚至撼动电影作为一门艺术的本体性特征。那些曾经被认为属于电影的艺术手法，比如克制的铺陈、缓慢的情绪积累、对人物内心的深度探索正一点点被稀释。这样的变化，究竟是激活了新的艺术表达，还是让电影渐渐失去了自我属性，目前恐怕还很难给出一个明确的答案。

今年春节档几部影片中，短视频的创作痕迹已经清晰可辨。以《惊蛰无声》为例，不少人物的设定被高度简化，几乎只剩下身份标签，他们的存在价值似乎就是为了推动剧情，而不是作为一个有血有肉的人让观众共情。这种创作方式多少带有微短剧的创作惯性：在极短的时间里，观众可以无视一个人物的背景信息，不用了解他的性格层次，只要记住就够了。结尾那个略显突兀的反转，也像是为了制造一个“震惊时刻”而刻意添加的调料，以迎合观众对“持续刺激”的渴望。

《镖人》通过密集的战斗场景，不断向观众输送高强度的视觉冲击，但支撑这些打斗的情节逻辑越来越模糊，人物的来龙去脉更是被一再压缩。不少角色的出场很是仓促，观众还没来得及记住角色的脸，角色的情节使命就已完成。从宣发的角度来看，影片中出场的人物足够多，不少还自带情怀标签，确实足以在社交媒体上带来一波流量。在这种创作逻辑里，人物不再是叙事的有机部分，而成了可以被切割、被传播、被消费的独立切片，这正是短视频的生存根基。只是，错位之处在于，这些电影的创作思路，照顾的是年轻人的观影习惯，而电影院里的观众却可能更为年长。

当然，我们也无须持过度悲观的态度。一百多年来，电影经历了多次媒介环境的变迁，每一次冲击都在某种程度上推动其完成自我重塑。电影的核心竞争力，或许并不在技术的先进程度，也不在是否能够形成系列化的产业模式，而在于它提供了一种难以替代的体验：让观众在黑暗之中沉静一两个小时，去经历一段别人的生活，去感受一份未曾言明的情感共振，去接受一次思想洗礼……无论媒介格局如何演变，这一根本属性或许不会改变。

(作者系复旦大学大学艺术教育中心教授)

# 它能拍电影，「人」还能做什么

龚金平

特约刊登  
上海文艺评论  
专项基金

