

## 以新大众文艺赋能中国电影高质量传播

■ 本报记者 李霆钧

## 中国电影不能只靠市场“慢调节”

■ 本报记者 李佳蕾

当下,新大众文艺大踏步前进,电影行业面对更多挑战与机遇,这就要求文艺工作者发挥新大众文艺优势,为电影“破圈”提供土壤滋养,实现“流量”向“票房”转化,“分流”向“引流”转变。王平久委员认为,应通过运用互联网与融媒体技术,构建“大众共创、即时互动、全链路渗透”的新型电影传播模式,形成“大众看、大众评、大众传、大众享”的新大众电影文化生态。

王平久提出,首先是以新大众文艺赋能电影口碑互动。短视频、直播、新媒体图文是当下大众接收信息的主要渠道,具有强时效、强实感、强互动等特点,已经成为电影口碑传播、观众互动交流的重要手段。一方面要发挥新大众文艺“在场”特质,助力电影口碑释放。近年来,电影频道先后打造多个直播宣发案例,通过真实现场传递真诚口碑,有效构建影人观众互动场域。为《封神第一部:朝歌风云》打造“路演日志”,六天六城跟踪近30场路演,助力“封神自来水”队伍不断壮大,推动影片实现口碑发酵、票房逆袭;去年暑期,推出《观众在说》观影口碑直播,把直播间放到电影院,记录观众第一观感,联动主创实时回应,全网观看过亿次,成为《流浪山小妖怪》《戏台》等影片的口碑传声筒和票房助推器。另一方面要发挥新大众文艺“共创”特性,以“二创”矩阵形成电影传播“第二落点”。“六公主”既是“二创”的组织者,也是参与者。去年暑期,电影频道推出AI短片,让《南京照相馆》主人公穿越现代圆梦“日行千里”,引发网友热议,实现了历史题材的当代情感共鸣。今年春节,网友自发组织的“护镖行动”,助推影片《镖人:风起大漠》释放口碑,电影频道加入“护镖大军”,创作一系列影人对

话、幕后探访、海内外观众测评短视频,以专业内容支撑观众情绪价值。

其次是以新大众文艺赋能电影价值引领。互联网是电影宣发的“双刃剑”,易“快”也易“偏”,易“多”也易“乱”。一方面要以专业内容引领价值导向。当下,不少宣发短视频过度追求流量、依赖算法、套路、悬浮、博眼球等乱象广受诟病。电影频道始终坚持以内容宣发营造清朗环境。精心打造片单发布会、电影嘉年华等标杆活动,推出《蓝羽会客厅》《M指数》《主播说电影》《Li场》等全媒体节目,以生动语态实现影片内容挖掘和价值引领。另一方面要以态度鲜明“亮剑”喧嚣生态。互联网舆情环境复杂,电影频道作为主流媒体积极应对影片遭受的恶意差评、“水军”,为优秀电影保驾护航。《我本是高山》还未上映就饱受舆论攻击,电影频道坚持策划首映直播,推出一系列新媒体快评、短视频回击不实言论,为影片争取舆论空间,影片最终获得华表奖,并在网播后实现口碑反转。

第三是以新大众文艺赋能电影经济活力。新大众文艺依托网络平台,是电影产业与平台经济实现双向奔赴的桥梁。一方面要释放电影与新大众文艺协同打造文化IP的新动能。IP是电影经济发展的重要引擎。通过不同维度的文艺形态支撑同一IP,有效丰富其内涵与外延,为打造国家级文化IP提供坚实基础、注入强劲活力。去年,《哪吒之魔童闹海》创造票房奇迹,电影频道推出影片“破百亿”“影史前五”里程碑全网直播,打造文化事件,有效提升了“哪吒”IP的国家性、全民性。另一方面要积极探索“电影+新大众文艺+平台+技术”的“电影+”经济模式。近年来,由国家电影局牵头,推出一系列

就是市场本身带来的问题。”他担忧地回忆起90年代中国电影的低谷期——电影院改成了澡堂子、商场,观众彻底流失。他认为,如果不加以干预,历史可能会重演。

### 既要市场活力,也要政府引导

“我一直在想,对电影基金的投入应该更大、更多。”王瑞解释道,这个基金的逻辑不是“赚钱”,而是“引导”。“市场那部分交给资本,他们可以继续拍他们觉得赚钱的商业片,资本逐利无可厚非,你不可能要求投资人为了情怀去冒险。”

对于那些具有人文关怀、现实意义,或是承载着民族精神、却可能不那么“卖座”的中小成本影片,政府应当加大专项基金扶持力度。“这笔钱我们不愿赚钱,但我们要做好片子,它对市场能起到一个引导作用。”他以法国为例,指出其设有艺术文化资金和辅导金,以保护文化多样性,避免文化产品完全商业化。

当然,王瑞也清醒地认识到,电影基金如何公平、有效地使用,是一个极其复杂的课题。“权力如果没有制约,极易产生腐败。”他强调,建立引导基金的同时,必须配套一套科学、透明、有问责机制的评审体系。“需要有一些专家,也需要去论证,发现问题要问责。不是钱花出去了就结束了,要看效果,分析成败原因。如果这条机制想不好,宁愿没有这笔钱。”

### 坚守人性与真诚:电影的灵魂不能丢

在讨论AI、短视频等新技术新

“电影+”活动,电影频道打造“光影绽放中国行”品牌活动,推出“活力之夜”“春天开幕式”等融媒体盛典,打造新大众电影文化品牌,融入人工智能、大数据等新技术模块,撬动平台经济与新媒体传播,有效推动“电影+”跨界融合生态加速落地。

第四是以新大众文艺赋能电影国际交流。近年来,微短剧、短视频、网络红人等已经成为文化“出海”的新通路。要形成以电影等文化精品为领头“航母”,以结合新大众文艺为矩阵的出海“舰队”。今年,电影频道推出“全球观影团”,组织开展海外多地区观影交流活动,推动中国电影在海外市场形成传播声量与良好口碑。这个春节,在美国、英国、澳大利亚、马来西亚等海外重点国家和地区放映《飞驰人生3》《惊蛰无声》《镖人:风起大漠》《熊猫计划之部落奇遇记》等四部影片,开展放映及映后活动12场,活动信息触达近亿人次,报名人数10万,线下观众近3000人次。多部影片在放映后获得海外观众积极评价,并由新媒体平台再次回流国内舆论场,有效增强了影片在全球市场的传播热度与舆论信心。

王平久认为,电影频道的多元实践印证了新大众文艺与电影创作并非“对抗”关系。好电影依然会有人看,抓好电影内容创作依旧是根本,活力满满的新大众文艺将全面赋能中国电影高质量传播。

“下一步,我将继续深耕本职工作,不断提升履职能力,推动电影创作传播与新大众文艺优势互补、深度融合、双向赋能,为构建‘从大众中来、到大众中去’‘大众共同创作、大众共享成果’的良性文艺生态作出努力。”王平久说。

形式对电影的冲击时,王瑞反复强调了一个词——人性。

对于AI,他保持着谨慎的乐观。“如果AI只是一个高级工具,那没问题,关键在于使用工具的人。”但他担心的是资本的逐利性会加速AI对行业的替代,导致创作人才的断层。“等大家看腻了AI生产的标准化产品,想回头找那些用手工‘做鞋’的创作者时,发现创作者已经没了,那才是最惨的。”

而对于当下火热的短视频和微短剧,王瑞的担忧更深了一层。他认为,这些追求“短平快”的“大爽剧”,虽然能带来眼前的经济利益,但其背后透出的价值观和碎片化的观赏习惯,可能会消解电影乃至整个社会的审美和思考能力。“你看的东西,跟你吃的东西一样重要。食品安全我们很在意,精神食粮难道不应该同样重视吗?”

他感慨,现在的电影创作中,最稀缺的或许就是那份“真诚”。“商业片做到最后,如果观众隔着银幕都能闻到你想赚他钱的味道,那他就不会感动,只会觉得自己被骗了。”王瑞认为,真正能够跨越时间、打动人心,甚至走向世界的作品,无一不是创作者真诚表达的结果。“你别带着任务,别想着骗人家,别想着影响人家。你要很真诚地认为这个东西是好的,你把它拍出来,就能影响人。”

他最后总结道,无论是面对市场的调节、技术的冲击,还是国际传播的挑战,最根本的出路,在于回归电影的本质——用真诚去表达人性中那些共通的情感。“善良、母爱、爱情等等,这些人类共通的点。把电影拍好了,拍出人味儿了,自然就能走出去,自然就能留下来。”

## 中国电影“春之声”

■ 文俞璐铭

近日,2026年“全国两会”胜利闭幕,“十五五”规划的发展蓝图愈发清晰,文化事业高质量发展成为各界关注的重点。

作为文化事业发展的重要组成部分,中国电影产业表现亮眼。截至3月12日,2026年度电影总票房(含预售)突破110亿元,持续领跑全球单一市场票房榜。据央视新闻消息,2026年电影全产业链产值已经超过1600亿元。

如何进一步激发“电影+”经济活力、打造人民满意的精品力作、以电影强国助力文化强国建设,成为代表委员们热议的焦点。他们从技术创新、内容创作、产业融合等多维度为中国电影的高质量、可持续发展建言献策。

### 电影要做“艺术+科技”的先锋队

全国政协委员、中国国家话剧院院长田沁鑫从文艺创作的宏观维度出发,她表示,文艺界委员要更加关注高水平科技自立自强,既要重视“艺术+科技”带来的原创突破和产业化落地,也要关注数智艺术立法等前瞻性的法律法规体系建设工作。

全国政协委员、北京人民艺术剧院院长冯远征强调“科技赋能艺术,绝不是艺术赋能科技”。文艺作品既要传承经典,也要贴近Z世代年轻观众群体的审美与需求。影视与舞台创作都要扎根时代、深入生活。

全国政协委员、导演霍建起回归电影创作本身,他认为人工智能是一个新方向,也可能变成一种新形式。中国电影人一直在努力拍出观众喜闻乐见的优秀作品,人工智能会给创作带来一些不一样的新意。

全国政协委员、知乎创始人兼CEO周源聚焦AI影视内容版权保护,针对AI漫剧、AI生成影视内容的侵权痛点,建立AI生成内容侵权快速处置绿色通道,明确“洗稿”“情节重组”等行为的认定标准,对多次侵权主体加重处罚。

### 电影创作要回归内容

“在拥抱新技术的同时必须保持清醒。”全国政协委员、编剧高满堂认为,原创剧作是电影的“第一生产力”,即便AI也需要以原创作品进行“投喂”训练。创作者应该

深入生活、深入人心,我们不仅要数据,更要故事内容。

全国政协委员、导演刘家成也强调,内容永远是影视行业的第一核心,长视频创作要以“回归生活、回归真实、回归人本身”为破局方向。人工智能可赋能影视行业,但要以创作者不可替代的深度思考、情感表达应对技术变革。

“我们从来都不缺好电影,但好电影的比例能不能更多一点,这是大家努力的方向。”全国人大代表、香港文联会长马逢国同样的观点,他表示,好的电影,比拼的不仅是技术质量,更重要的是题材内容。

全国政协委员、杭州歌剧舞剧院院长崔巍表示,就像《永不消逝的电波》《只此青绿》等成功的电影佳作,众多艺术形式都可以成为电影的题材。

“电影作为精神消费品,观众也应该有‘不满意可退款’的选择权。”针对近日有影院试行“观影20分钟内可退40%票价”服务政策引发热议的情况,全国政协委员、民进天津市委专兼职主委赵长龙表示,影院以20分钟为“冷静期”、以退款40%为“止损线”的观影不满意退款机制,“实际上形成了一种市场倒逼机制。片方将不敢再仅靠营销、流量明星收割票房,而必须回归内容本身。”

### 看见“电影+”的价值

代表委员们也看见了“电影+”的价值,以及电影产业对经济社会发展的促进作用。

全国政协委员、中国旅游研究院院长戴斌表示,一部电影对一座城市、一个乡村的形象塑造是最根本的,我们应该挖掘电影背后传递的价值和价值观,以此来引领当地的文化建设和旅游发展。“电影+文旅”可以为广大游客提供情绪价值,推动非功能性的体验经济发展。

全国政协委员、中国文艺志愿者协会副主席张凯丽在接受视频采访时表示,自己也被电影相关的旅行目的地所吸引,各地围绕“电影+”开展多样宣传,有效激发了文旅消费热情。她还注意到有越来越多的外国友人来到中国,“跟着电影游中国”。

全国政协委员、中国电影艺术研究中心研究员皇甫宣川认为,“电影+”产生了更多元的娱乐场景、消费场景和文化场景来丰富生活。他补充道,“电影+”还有很大发展空间,可以在服务人群、应用场景、跨界融合等方面深度拓展,让文化触达更多人群、更加深入人心。

全国人大代表、新疆伊犁文化旅游产业集团有限公司副总经理孔菲菲在媒体专访中说,影视IP是地方文旅的“流动名片”,对文旅发展的赋能效果直观且多元,能从知名度、客流量、资源结构多维度带动地方文旅全面升级。

### 推动电影走进校园课堂、田间地头

近年来,全国中小学生影视教育协调工作委员会累计推荐优秀影片42批508部;“红领巾的光影记忆”活动首批推荐30部爱国主义题材优秀影片;全国大中小学校正广泛探索“电影+思政”课程模式。全国人大代表、四川省雅安市教育局党组书记、局长廖庆明通过梳理案例,建议推进爱国主义教育影片进校园的常态化、制度化建设。他表示,优秀爱国主义教育影片以具象化、故事化的表达,在引导青少年树立正确历史观、民族观、国家观、文化观方面具有不可替代的作用。

全国人大代表、河南省开封市祥符区电影放映公司党支部书记、农村放映员郭建华分享了自己的工作心得:流动银幕是乡村重要的文化传播载体,将农业技术、乡村治理、政策宣传等内容融入乡土电影创作与放映中,以故事化、生活化的方式,让农村电影成为“田间课堂”。她建议持续完善农村公益电影放映保障机制,完善放映设施,丰富影片供给。