陕西工人报

2026年9月
19
星期六
丙午年八月初九
陕西省总工会主办
陕西工人报社出版
1950年2月7日创刊
国内统一连续出版物号
CN 61－0015
邮发代号51－7
复字第9508期
今日4版

人民艺术和生活的双向奔赴

——秦腔历史剧《罗公碥》观后感

王卫民

早在清朝中期的商州地界，悠悠古道骡队、商贾穿行在栈道，虽说与“雪拥蓝关马不前”相隔数百年，但交通条件仍未得到改变。

商州洛源砭后称罗公碥。罗公碥上怪石林立，古树参天，过往行人走过悬崖，东行湖广，西行长安，时有乡邻百姓跌入深渊，尸骨难觅。

罗文思受命朝廷，初到商州就决心打通洛源砭，以解民忧，故事就从这里开始，《罗公碥》缓缓拉开帷幕。

《罗公碥》主创团队把商州人文、地理、习俗及曾经的过往作了详细考证。历史上确有罗文思其人其事，这是该剧成功的主要因素。该剧从这里把核心褒扬的故事推给观众，一下把要讲的故事从幕后演到了台子中央。

序幕中说到，“有知州要修洛源砭，人呢？”这时，罗文思干实事的精神表现为台词中的“踏遍群山”，给观众留下想象空间。随剧情带入，想到他此刻正在进行勘测。

第一幕中，几个剧中人物相继亮相，戏剧常用“误会”“冲突”表现，如庞家以神铜像为借口，吏目李世途对他将要跟随的知州持怀疑态度，合乎人情、世情，更为了剧情。此刻台上台下融为一体，共情于一个知州的“两座大山压在肩”。

一场围绕佛龛与修路的冲突推动剧情，生活化的舞台设计，以达到剧情要求的效果。“年年坠崖魂不返，岁岁哭声绕商山。”不带一点儿煽情的真实刻画与叙述。

纵观该剧，主创团队在艺术处理上紧扣时代脉搏，颂扬“真善美”，针砭“假丑恶”。全剧没有绝对意义上的反派人物，故事置于封建社会的背景之下，即便如庞家公子这般看似站在对立面、以护佛之名行事的人物，也并非真正意义上的恶人。

巡抚像处理信访工作一样做了深入调查，本着实事求是的原则给了罗文思“脚下有泥”的公正结论，赠予一匾额为“罗公碥”。

观众的掌声经久不息是对演员演技、唱腔、提袍甩袖的赞许，更多是对剧情的写实手法，弘扬正能量的叫好。泱泱大国，靠众志成城，靠为民请命的好官。还给了罗文思一个清白，观众不再唏嘘，得到了高台教化的效果。

历史上，康熙年间的一代廉吏于成龙的故事，百姓无不交口称赞。到乾隆年间的罗文思，二人相差数十年。他们为黎民百姓鞠躬尽瘁，也为今天的各类艺术提供了取之不尽的素材。

该剧在艺术追求上关照大多数审美，体现在情节和紧凑叙事上，把剧情演绎的恰到好处，像很多舞台作品一样，“结局戏”依然重要。罗文思到任商州之前是蒲城知县，在商州任知州十二年，因工作调动，前往较远的地方。就像明朝海瑞在浙江淳安做知县，离开淳安调往江西兴国县时，老百姓自发夹道相送，很多人流泪不舍。罗文思赴任资费不足，却不收乡邻分文，也算作初心不改。罗文思催马扬鞭赴任而去的造型，把观众又带入了新的想象中。

几次谢幕，掌声四起，这是商州人家乡的故事，帷幕落下，人们久久不愿离开剧场。

人民生活周刊

微信公众号　微　博　今日头条　抖　音

本期编辑：郭雪婷　美编：桂　璐　校对：胡建宏

在重庆市两江新区北滨路，市民在桥角角夜光营地踢足球。
新华社记者　陈诚　摄

体育，离生活更近了

刘　峣

从家门口的健身场地，到越来越热闹的群众赛事；从不断涌现的新兴运动，到一场场赛事带动城市消费，体育正越来越多地融入我们的生活。

今年7月，国家体育总局印发《体育强国建设“十五五”规划》（以下简称《规划》）。《规划》提出，到2030年人均体育场地面积达到4平方米左右，经常参加体育锻炼人数比例达到40%左右，体育产业总规模超过7万亿元。

从全民健身到竞技体育，从赛事活动到体育消费，未来五年，体育与日常生活的联系将进一步加深。

运动，就在身边

想锻炼，去哪里？这是全民健身最直接的问题之一。

2025年，我国人均体育场地面积达到3.11平方米。《规划》提出，到2030年，这一数据将提高至4平方米左右，并实施群众运动空间扩容计划，鼓励有条件的地方挖掘“金角银边”、盘活存量空间，建设更多“小而美”的场地设施。“十五五”时期，将新建或改扩建5000个以上小（微）型体育公园、小型健身中心、多功能运动场、群众滑冰场等。

国家体育总局群众体育司司长陈杏年日前在国新办新闻发布会上说，新周期全民健身计划可以用“更精准、更广泛、更智慧、更融合、更规范”5个关键词概括。过去更多解决健身场地、健身组织、健身指导、健身活动“有没有”的问题，今后将更加注重精准化供给。

北京体育大学管理学院教授邹新娴认为，“十四五”时期，我国全民健身在参与人群、场地设施、群众赛事、科学健身指导和健身组织等方面取得明显进展。进入“十五五”，全民健身工作的重点正从扩大覆盖转向提高服务质量，“即从‘有没有’向‘好不好’转变”。

在邹新娴看来，除了继续加强普惠性供给，还需要更加关注供给与群众实际需求是否匹配，包括场地设施、赛事活动、科学健身指导能否更加精细，以及能否借助数智化技术更准确地回应不同人群的健身需求。

场地供给也在跟着群众的运动需求变化。陈杏年介绍，在完善传统健身场地设施的同时，将因地制宜建设匹克球、轮滑、滑板、水上运动等新兴项目场地，推动具备条件的学校、机关、事业单位体育场地设施进一步向社会开放共享。同时，实施“人工智能+”行动，推动人工智能在场地设施、赛事活动、健身指导等方面的应用。

青少年体育也是重要一环。国家体育总局局长高志丹表示，“十五五”时期将进一步加强青少年体育工作，持续开展青少年阳光体育活动，办好青少年“三大球”和田径两大品牌运动会，深化体教融合，并针对青少年近视、肥胖、脊柱侧弯、心理健康等问题开展体育运动促进青少年身心健康试点。

打造竞技体育“合伙人”

《规划》提出，在坚持和发挥竞技体育举国体制优势的同时，畅通社会力量参与竞技体育渠道，支持企事业单位、行业协会、中小学校、俱乐部、家庭等参与竞技体育训练、竞赛；有序开放竞技体育办队权、办赛权、参赛权等资源。

“让各类主体都能成为竞技体育‘合伙人’。”国家体育总局竞技体育司司长张新说，“十五五”时期将有序开放办队、办赛、参赛等方面的限制，支持更多主体参与竞技体育训练、竞赛，吸引人才、资金、科技、管理、数据等要素进入竞技体育。

张新介绍，目前国家体育总局已出台相关政策文件，并在板球、壁球、棒球等项目上开展实践探索。对发展基础较弱的项目、市场化程度较高的个人项目以及奥运会新增项目，还将积极探索国家队办队模式多元化。

社会力量参与也延伸到青训和赛事。《规划》提出，依托体校、学校、社会机构等主体建设形式多样的青训中心，鼓励社会力量开展青训，支持具备条件的地区和社会力量举办系列赛、大奖赛、分站赛、巡回赛、积分赛以及高水平商业赛事。

一场比赛，连接更多生活

今年以来，各类体育赛事持续升温。中超、CBA等职业联赛继续吸引球迷，“苏超”等城市联赛不断出圈，“村超”“村BA”等群众赛事也拥有稳定的人气。一些地方把比赛与市集、美食、旅游线路结合起来，体育赛事与城市生活产生越来越多的连接。

清华大学经济管理学院体育产业发展研究中心主任王雪莉认为，近年来人们参与体育的热情持续提升，越来越多的人把体育作为日常生活的一部分，体育需求也呈现出更加明显的多样化、差异化和个性化特点。

“原来可能更多是跑步、打球，现在人们选择的运动项目越来越多，新型运动不断进入日常生活。”王雪莉说，不同年龄、不同地区、不同人群的运动选择更加丰富，人们对运动的需求不再局限于强身健体，还与社交、个人兴趣和个性表达等需求相联系，对专业指导、技术、数据以及赛事服务的要求也在提高。

《规划》提出“大力发展赛事经济”，持续举办“跟着赛事去旅行”等活动，发挥足球、篮球等城市联赛影响力和综合带动作用，支持“村超”“村BA”“村排”等村系列赛事，推动商旅文体健融合发展。

国家体育总局体育经济司司长杨雪鹍表示，“十五五”时期体育产业将紧扣2030年总规模超过7万亿元的目标，重点从赛事经济、户外运动、科技创新等方面发力。其中，赛事经济将聚焦“好办又好看”，提高办赛审批效率、缩短审批时间、降低办赛门槛和成本，同时扩大优质赛事供给，提升赛事观赏性和群众参与感、体验感。

与此同时，杨雪鹍表示，将加快大数据、人工智能等新技术在体育领域的应用，培育线上直播、线上培训、虚拟体育等新业态。体育赛事还将与更多消费场景连接，发挥赛事的杠杆作用和放大效应，促进赛事与“吃住行游购娱”等相关产业协同发展。

AI长剧首播，影视赛道变局几何

姜天骄　覃皓珺

日前，国内首部AI长剧《后西游记》第一季在湖南卫视、芒果TV和“剧好看”大屏点播专区同步首发。这部无真人参演、全程依托人工智能生成的剧集，首播斩获省级卫视同时段实时收视第一，引发广泛关注。

在此之前，AI微短剧早已亮相各大视听平台，AI中剧《桃花潭记》等作品陆续登陆大屏，持续刷新观众对AI影视的认知。AI浪潮之下，国内剧集生产生态正在发生怎样的改变？行业又该如何把握新机遇、应对新挑战？带着一系列问题，笔者采访了多位业内专家。

1 影视消费迭代升级

“此前，海外影视工业仅将AI应用于头部大片的局部特效制作，技术应用门槛高、普及度低。近年来，国内AIGC工具迭代提速、日趋成熟，相关制作技术率先在微短剧赛道落地，并稳步向中剧、长剧乃至院线大银幕纵深延伸。”首都师范大学艺术与美育研究院教授、网络文艺研究中心主任许苗苗说。

AI在影视领域的落地进程，与大众文化消费习惯的迭代升级高度契合。近年来，观众的影视消费逻辑已经发生结构性转变。一方面，碎片化、轻量化、高频次的观看习惯成为主流，大众不再局限于传统长剧固定追剧模式，对短、快、新、奇的视听内容需求持续攀升。

AI内容生产高效、迭代迅速、题材灵活，能够快速产出适配移动端、大屏端的多元内容，精准匹配当下受众即时情绪消费、轻量化休闲的观影需求。

另一方面，当代年轻观众愈发追求想象力消费与差异化审美。传统影视受制于拍摄成本、场景搭建、特效门槛，许多天马行空的国风、奇幻、架空题材难以落地。而AI擅长打造高想象力、高氛围感的视觉奇观，能够以低成本实现多样艺术风格，填补了大众对新颖视觉表达、小众题材内容的消费空白。

受众审美更加多元开放、内容评判更加理性，为AI剧集从片段试水、短剧试水，逐步走向长剧、主流大屏商业化落地提供了成熟的市场土壤。“可以说，大众消费习惯的变化为AI影视普及创造了市场条件，而AI技术的迭代又反过来持续适配、引领新的观影潮流，二者形成双向赋能的良性循环。”许苗苗说。

2 由“短”向“长”的系统革新

据统计，2026年第一季度，全行业上线微短剧约12.8万部，其中AI微短剧占比超过95%。中国电视剧制作产业协会青年工作委员会秘书长胡杰认为，AI长剧登上大屏，意味着其正式进入主流影视工业评价体系，接受观众对叙事逻辑、画面质感和情感共鸣的严苛检验。这也是对AI内容能否迈向精品化、高质量发展的一次重要测试。

从短剧走向长剧，变化的并不只是时长，其背后是一套生产体系的系统性变革。以《后西游记》为例，生产制作模式的革新，是这部剧集最核心的突破。《后西游记》总导演李东珅认为，人和AI协同创作，是项目最亮眼的创新。AI不再只是一项辅助工具，更像是创作团队里的一名“合作伙伴”。依托芒果灵创云端创作平台，以Seedance2.0、Seedance2.5作为主力生产工具，70多人的剧组实现了高效扁平化协同办公。大家在线上即可共享所有创作素材，生产成本也可以随时查看、动态管控。一套标准化的工作流程就此跑通，也验证了AI长剧工业化生产具备现实可行性。

政策层面的引导与支持，为AI赋能剧集提质增效提供了有力保障。这部剧是“广电21条”发布后全国首部落地“边审边播”试点的剧集，采取边制作、边审核、边播出的创新模式。胡杰告诉笔者，“边审边播”模式为AI剧集发展带来重大机遇，《后西游记》正是“边审边播”的首个受益对象。分集分单元送审将审查周期从数月压缩至数周甚至数天，项目可快速播出并根据市场反馈动态调整，充分发挥AI“速度快、反馈快、迭代快”的优势。

3 商业化之路仍需探索

尽管AI影视技术迭代提速、市场热度持续走高，但AI剧集的商业化落地之路依旧任重道远。《后西游记》登陆卫视播出，为行业发展提振了信心。不过，热度不等于效益，AI长剧想要实现可持续、可复制的规模化盈利，仍需要跨越多重关口。

艺术表达尚有短板待补齐。胡杰认为，现阶段AI生成角色的表演时常陷入“形似神不似”的困境。相较于真人演员层次丰富的情绪表达、细腻鲜活的微表情，AI演绎内心戏份时容易呈现出机械感。技术可以革新制作流程，却不会降低观众的审美期待。在李东珅看来，长视频是AI影视发展路上一块必须啃下的“硬骨头”，只有攻克叙事流畅度、情感感染力等难题，AI才有望成为影视工业的全新生产范式。

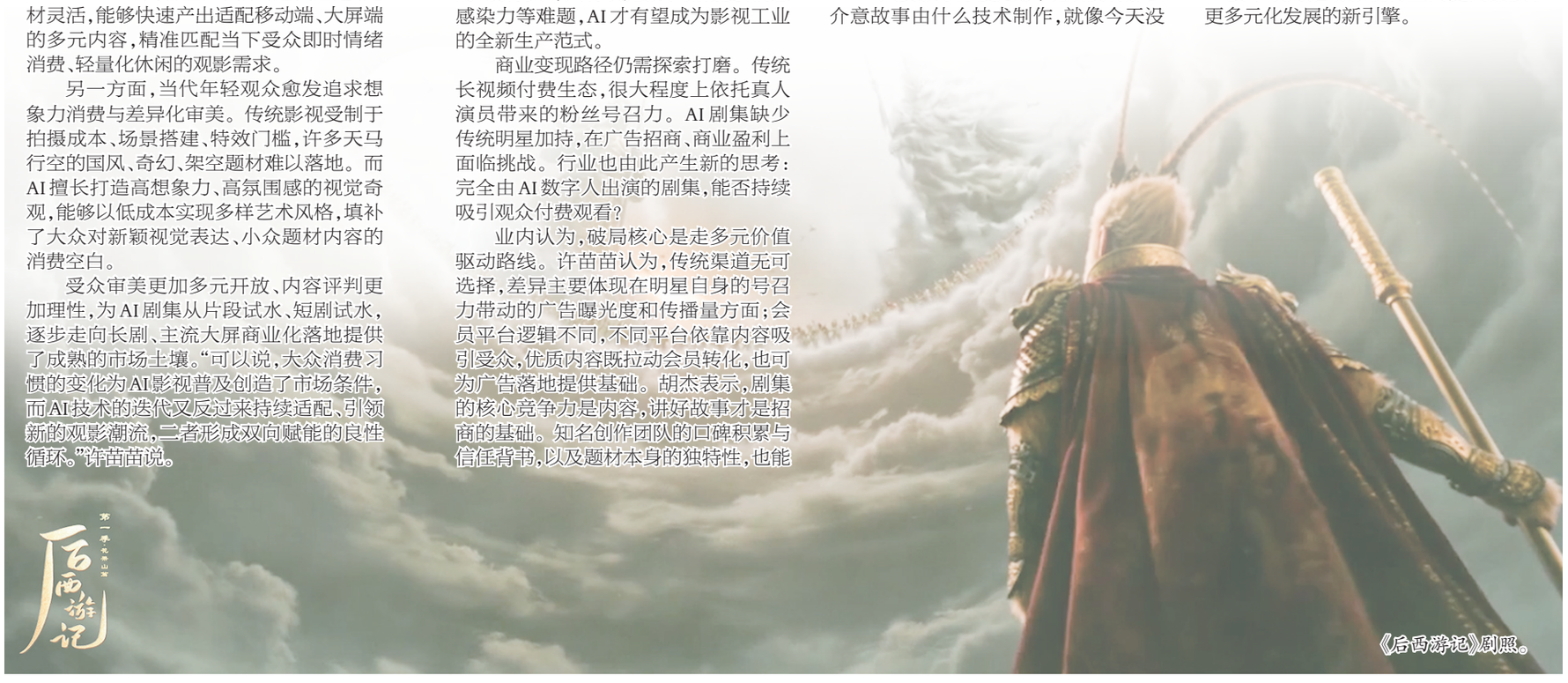
商业变现路径仍需探索打磨。传统长视频付费生态，很大程度上依托真人演员带来的粉丝号召力。AI剧集缺少传统明星加持，在广告招商、商业盈利上面临挑战。行业也由此产生新的思考：完全由AI数字人出演的剧集，能否持续吸引观众付费观看？

业内认为，破局核心是走多元价值驱动路线。许苗苗认为，传统渠道无可选择，差异主要体现在明星自身的号召力带动的广告曝光度和传播量方面；会员平台逻辑不同，不同平台依靠内容吸引受众，优质内容既拉动会员转化，也可为广告落地提供基础。胡杰表示，剧集的核心竞争力是内容，讲好故事才是招商的基础。知名创作团队的口碑积累与信任背书，以及题材本身的独特性，也能吸引流量并赢得广告投入方青睐。《后西游记》交出的付费数据，已经证明这条商业化赛道具备可行性。但AI剧集不能简单照搬现有成熟的变现模式，行业还需要结合AI内容自身特质，探索虚拟偶像运营、IP衍生开发等多元化、差异化的收益渠道。

与此同时，法律方面的风险也不容忽视。AI训练素材版权归属、生成人物形象与真人肖像权边界等一系列问题，潜藏不少行业隐患。胡杰表示，法律法规、行业伦理治理框架的建设节奏，必须跟上技术创新的脚步，潜在纠纷如若处置不当，或将对整个AI影视赛道带来冲击。

“只要叙事厚度足够，观众没有那么介意故事由什么技术制作，就像今天没人会探究电影是用胶片还是数码拍摄。”已经从传统制片、编剧岗位转型从事AI影视创作的刘茂谈到。当前AI已经深度参与中剧、长剧的生产环节，但传统大团队制作、预先锁定播出渠道的生产模式并未发生根本性改变，适配AI剧集发展的完整行业生态仍处在磨合阶段。

李东珅认为，如果行业仅仅盯着AI短剧短期红利，只把AI当作压缩成本的工具，而非全新的工业生产范式，一旦技术红利窗口期消退，留下的或许只是一批生命周期短暂的“短平快”作品。业内人士认为，行业需要更多高品质、有反响的AI长剧，将标准化长剧生产路径蹚出来，从根本上提振市场与观众的信心，让AI技术成为推动影视行业向更高品质、更多元化发展的新引擎。



《后西游记》剧照。