

新大众文艺：

在“变”与“不变”中扎根生长

本报记者 刘 森

当一部微短剧撬动数亿流量，当一场直播带火一座城，当公园石凳上的笛声通过网络抵达百万人的耳畔，新大众文艺正在重塑当代文化生态。日前，以“新文艺·正当潮”为主题的第四届北京网络视听艺术大会在北京通州举办。在其中的“新大众文艺主题研讨”上，行业主管部门负责人、学界专家、平台运营者与一线创作者齐聚一堂，围绕新大众文艺的内核特质与发展逻辑展开深度对话，探寻流量与品质共生之路，推动文艺创作真正扎根人民、呼应时代。

研讨伊始，中国社会科学院视听研究室主任冷凇对新大众文艺的概念追本溯源。他指出，新大众文艺诞生于新媒体、网络视听高速发展的土壤。其核心特质集中呈现为四重边界消解：创作者边界上，短视频、微短剧、网络文学三大赛道打破专业与业余的隔阂，普通人拥有平等创作参与权；媒介边界上，创作与传播融为一体，直播、短视频实现“创作即传播、传播即创作”；审美边界上，传统雅俗对立的标准被打破，生活化场景催生高雅与烟火共生的审美表达；场景边界上，文艺不再局限于专业剧场与影视片场，田间、公园、街道等都成为内容生产的现场。

北京师范大学艺术与传媒学院院长、教授胡智锋以《“变与不变”：从“百花齐放”到“新大众文艺”断想》为题，辩证剖析数字文艺的传承与革新。他认为，数字时代催生的四大深层变革，是新大众文艺区别于其他文艺形态的关键：主体之变，创作群体从少数精英拓展至全民，人机协同、AI(人工智能)成为全新复合创作主体；文本之变，从固化剧本转向流动交互内容，弹幕、二创、实时反馈持续丰富文本内涵；传播之变，实体剧场、固定屏幕的单一场景被虚实融合渠道替代，沉浸式、碎片化传播成为主流；接受之变，被动“受众”转变为主动“用户”，观看、消费、二次创作融为一体。胡智锋总结，数字化、社会代际更替、国际文化竞争三重外力共同推动这场文艺形态变革，但守住人民性、民主性、多样性，是行业发展不可动摇的基本立场。

“精品化”是本次研讨的高频词。中国传媒大学视听艺术研究中心主任赵晖发布的《精品微短剧创新发展路径研究报告》提出，微短剧正从“流量驱动”转向“价值深耕”。“微短剧的精品化是要与长剧趋同，还是要建构自身的符合网络视听环境的精品标准？”赵晖提出，唯有“向下扎根、向上生



青年笛箫演奏家孙楚泊在进行现场表演。 北京民族乐团供图

长、向内突破、向外拓展”，微短剧才能完成从情绪到情感再到情怀的“三级跳”。“短帧藏万象，微剧载千秋。以匠心守初心，以创新破困局，以品质赢未来，以精品塑风骨。”赵晖总结。

这一观点在平台实践中得到印证。抖音集团媒体与合作总经理王恒表示，抖音文艺内容已形成主流媒体、专业院团、名人名家、普通用户4层创作矩阵。“一个爆款吃一年的时代已经结束了，靠系统运营、IP打造，数字资产沉淀出的价值才是正道。”北京风行在线技术有限公司总编辑、副总裁王超峰认为，AI可显著放大个体能力，但唯有众创才能充分激发想象力与创造力。“软件行业很容易产生超级应用，一个垂直领域有两三个应用就够了……但是内容领域天生需要多样性，再好的内容也不可能天天看，所以只靠单一团队没办法满足多样化的内容需求。”无忧传媒市场公关副总裁郭嘉分享：“我在无忧看到了千千万万的普通人。技术和时代的改变，真正实现‘心有多大、舞台就有多大’。”

研讨中最动人的时刻，来自一线创作者的真情讲述。脱口秀演员房主任(房绍里)从山东农村走到《喜剧之王单口季》舞台的故事让在场者动容。通过抖音追更脱口秀、

走进线下演出、最终站上聚光灯下的她感慨：“如果没有这个舞台，我也不可能被大家看到。要不然，即使我再有才，也只能在村口跟农村妇女唠家常，也只能在喂鸡喂鸭的时候，给小鸡小鸭讲笑话。”她说，“我非常感谢这个时代，也非常感谢能给我这样的普通人一个被看到的机会。”

青年笛箫演奏家、北京民族乐团笛箫独奏演员孙楚泊，则用另一种方式诠释了新大众文艺的温度。她在公园石凳上吹笛子的视频被传到网上，“一夜之间几百万人听到了”。一位因生计放弃文艺团梦想的叔叔，受邀与她合奏时眼里重新被点燃的光，让她记忆犹新。还有一位视障少年的母亲留言说，孩子的世界因为笛声有了希望。孙楚泊说：“互联网不是传统文化的稀释剂，而是唤醒剂。一个几十秒的短视频，很有可能就种下一粒传统文化的种子。”

新大众文艺正在书写一个又一个“被看见”的故事。诚如中国广播电视报刊协会会长祝燕南所言：“新大众文艺正在加快重塑新时代的媒体，而新时代的新型媒体也必将全力服务繁荣新大众文艺。”当人民创造的活水奔涌不息，更多扎根大众、呼应时代兼具温度与深度的作品，将在数字时代绽放出蓬勃活力。

光影赛事掀起“北国双骄”旅游新热潮

本报记者 卢 旭

听说景区来了好多摄影家，牡丹江镜泊湖旅游集团的导游主管高敏整理好讲解设备，亲自负责全程接待，目的就是要把景区的湖光山色、原始森林、火山地貌等特色景观详细介绍给来宾。“镜泊湖景区是牡丹江文旅的龙头名片，是北国湖山的璀璨明珠。来自全国各地的摄影人用专业、独特的视角创作了很多优美的摄影作品，这对景区的宣传推广特别有帮助，希望有更多人通过摄影作品了解、走进镜泊湖。”高敏说。

近日，“北国双骄 镜览山河”中国联通影像大擂台(哈尔滨·牡丹江站)在黑龙江省哈尔滨市、牡丹江市开展。全国各地的摄影家与摄影爱好者齐聚北国大地，走访镜泊湖、横道河子俄式小镇、中华巴洛克街区、伏尔加庄园等经典文旅地标，用影像定格冰城与雪城的山水之美、人文之韵。本次活动由哈尔滨市文化广电和旅游局、牡丹江市文体广电和旅游局主办，借力当下东北超全域文旅融合热潮，打造“赛事+采风+传播”模式，进一步激活哈尔滨、牡丹江双城文旅资源，助力东北文

旅体商深度联动发展。

作为黑龙江省文旅发展的两大核心城市，哈尔滨市与牡丹江市被誉为“北国双骄”，两地文旅资源禀赋互补、风情独具。本次影像大擂台将两大城市优质文旅资源串联成线，组织参赛团队开启沉浸式采风创作。在牡丹江，参赛者拍摄了国家皮划艇青年集训队训练，探访吊水楼瀑布，抓拍惊险刺激的悬崖跳水表演，漫步横道河子百年俄式街区，品读中东铁路百年历史；在哈尔滨，摄影人穿行于中华巴洛克历史街区记录老城烟火，打卡伏尔加庄园邂逅欧式田园风情，伫立松花江铁路大桥等候日落，全方位挖掘双城自然风貌与文化底蕴。

当下，以东北超为代表的东北全域联动IP持续升温，秉持“体育搭台、文旅唱戏、全域联动、惠民共享”的发展理念，东北三省一区不断推出文旅优惠政策、精品旅游线路、跨城联动活动，推动客流、信息流、消费流全域流转，掀起东北旅游新热潮。在此背景下，本次影像大擂台跳出单一赛事框

架，将专业摄影竞技与文旅实景体验深度融合，延续东北“一票联动、全域畅游”的融合发展思路。

“一幅优秀的摄影作品就像千斤顶一样，对于旅游景区的宣传推广起到至关重要的作用。”中国摄影家协会会员、内蒙古艺术摄影学会副会长李恩中说。作为中国风光摄影大赛一等奖得主，李恩中于1999年拍摄的《沙海雪野》展现了内蒙古鄂尔多斯的响沙湾沙漠雪景，带动了当地沙漠摄影采风旅游。如今，响沙湾已成为集观光、度假、摄影赛事于一体的国家5A级旅游景区。“作为摄影人，我们要通过独特的视角，深入挖掘和展示当地的自然景观和人文特点，依托社交媒体形成广泛传播，吸引越来越多人前来拍照打卡。”李恩中说。

经过多日的采风创作与专家团队的认真评审，陕西大秦战队斩获金奖，龙江飞虎队、山西艺术摄影弘创代表队荣获银奖，内蒙古vivo影像Photo0472队、双鸭山摄影代表队等荣获铜奖。



获奖摄影作品《北国江南》。 贺子毅 摄

一线观察

长剧，真没人看了吗？

罗群

近日，某部改编自知名小说IP的剧集在宣发效果上未达预期，小说原著作者发出疑问：是长剧没人看了，还是团队做错了什么？这声叹息里，暗含着短剧冲击下，长剧创作者的不甘与委屈。然而，对近期电视剧、网剧创作稍作观察即可发现，《主角》《生命树》《太平年》等长篇佳作仍能掀起收视热潮。再将观察时段拉长，《狂飙》《人世间》等均曾引发现象级关注。可见，不是长剧没人看，只是并非每一部长剧都有人看。

曾几何时，影视圈“热钱”奔涌，热门IP改编搭配流量“小生”“小花”，几乎无往不利。在这种情况下，一部剧集的成功并不全然依靠创作质量，不够精致的作品也有可能卖座赚钱，流量变现的效率、成功率比现在高得多。当成功来得太容易，创作者便有意或无意地将“虚火”拱起来的热度等同于作品的实力。然而，任何行业也不可能长期处于野蛮生长期。随着市场、观众逐渐回归理性平和、走向成熟与专业，“拍了就有钱赚”的局面必然有终结的一天。而这一天，似乎已经到来。

短剧的势头的确不容小觑，但必须认识到，长剧与短剧的类型风格、主要受众等并未大规模重合，也并不必然构成“你死我活”的竞争。观众从不介意篇幅长，而是厌恶长而无物、大而无当。有一个契机来剔除那些依赖风口飞起来的幸运儿，让真正下力气打磨、经得住检验的

好作品脱颖而出，这不是长剧的末日，而是精品的新生。想不开的创作者不妨自问：某一部作品的成败真能整体上代表长剧、体现当今市场的偏好吗？那么为什么有的长剧却如此火爆呢？问题仅仅在于篇幅长短吗？

更深一步思考，“长剧”这一概念本身就有值得商榷之处。在短剧尚未横空出世的年代，人们用电视剧、网剧来指涉不同平台播出的长篇剧集。随着网剧日益走向精品化，台网联动早已成为常态，电视剧与网剧的区分不再具有重要意义，以“剧集”概念统称，并无不妥。而所谓“长剧”的称谓，其实是以短剧为中心、反观传统剧集而来的命名。如果说一两分钟一集的视听作品，确实以短平快为突出特点，以“短剧”称之为比较合适；那么，仅仅将传统剧集的主要特点理解为篇幅长甚至将其作为短剧“他者化”的产物，显然有失公允。传统剧集的创作历史、艺术沉淀、审美品位、精神气韵等，绝非简单的“长”可以概括。忽略视听作品的内生艺术特质，仅以商业眼光加以把握，甚或把视听作品当成理财产品、造星工具，那便难免“赔了夫人又折兵”。这种结果在很大程度上体现出市场、观众的公平与犀利。

归根结底，影视行业降温祛火，与其说是危机，不如说是转机。市场回归理性平和，观众审美要求提高，唯有精品才能出头，这对行业高质量发展而言有利无害。别抱怨观众“变心”，用好作品赢回观众的心，才是正理。



紧邻呈坎服务区的无忧园开放式景区。 受访单位供图

从过路站到微景区

——安徽首个开放式交旅融合服务区见闻

本报记者 孔令晖

“过去，从呈坎服务区出发到呈坎景区，要多走25公里路，现在，驱车1.5公里就能直达。”来自浙江杭州的游客舒启智感慨。

游客感受到的便捷，源自安徽交旅融合的一次创新实践。长期以来，黄山市呈坎服务区封闭管理，游客想去呈坎景区，必须先驶离高速再绕行地方公路，离景区咫尺之遥，却要兜一个大圈子。打破这道“围墙”，成了改造的首要目标。

2024年9月30日，由安徽省交通控股集团与黄山市联合打造的呈坎服务区正式启用。这个位于G3京台高速黄山段的服务区、紧邻呈坎景区。

“联合打造的核心就是‘开口子’。”呈坎服务区经理朱谢坤说，“我们新增了互通立交和ETC收费站，车辆可以直接从服务区上下高速。同时架设人行天桥和架空栈道，把东西两侧服务区与无忧园、呈坎古村连成一体，让游客真正实现‘下高速即入园’。”

走进服务区，白墙黛瓦、飞檐翘角，马头墙错落起伏，与周边山水田园自然相融。服务区内设有徽州文化体验区和非遗展示区，地方特色产品与手工制品琳琅满目。

服务区配置了278个停车位、32个充电桩车位和2座换电站；多家快餐品牌入驻，酒店、淋浴间、母婴室等设施齐备，满足了旅客餐饮、住宿等多样需求。

紧邻服务区，当地政府配套建设了占地145亩的无忧园开放式景区，其中近8000平方米的草坪露营基地向公众免费开放。巡游花车、亲子乐园、爱情主题基地，

加上徽戏表演、炒茶体验、竹编等非遗活动，让原本只有加油、用餐功能的过路站，变成一个具备休闲度假功能的微景区。

从过路站到“文旅会客厅”，游客的感受最直接。合肥游客王丽说，没想到在服务区还能住太空舱、赏美景，孩子玩得都不想走了。上海游客李迪选择住在服务区的酒店：“这里离呈坎景区近，省了路上的时间，旁边就是无忧园，带孩子玩正合适。”

服务区不只方便了出行，更成为一个“引流器”。呈坎服务区是周边城市游客进入徽州文化圈的重要中转站，衔接呈坎景区、大灵山度假区、唐模景区、潜口民宅。当呈坎景区客流饱和时，服务区志愿者会主动开展交通疏导和旅游咨询，指引旅客分流至周边景点。服务区内的大屏幕和宣传展架，持续播放周边景区的宣传片。周末和节假日，这里形成了“服务区引流—景区消费—周边住宿”的闭环效应。

2025年国庆、春节等节假日期间，呈坎景区累计客流增幅达到40%。2026年上半年，呈坎收费站累计车流量超120万辆次，周边景区门票收入较2025年同期增长11.34%。2026年春节期间，大灵山景区入流量实现翻倍。

呈坎服务区的探索正在安徽全省复制推广。肥东服务区打“包公故里”牌，旉峰服务区做茶文章，陈埠服务区联动庐江文旅设置“牛王寨远眺点”，丰乐服务区将三河古镇画面搬进服务区。今年，安徽还将推进六尺巷等特色服务区建设，让更多服务区不再只是路过之地。