

新质生产力视角下影视短剧赋能中国传统文化传播研究

夏新¹

(1.成都艺术职业大学, 四川 成都 611433)

摘要:《中国网络视听发展研究报告(2025)》中提到,截至2024年12月,微短剧用户规模达6.62亿人,使用率达59.7%,较上半年提升7.3个百分点。事实上,从新质生产力的视角来看,在这种爆发式增长背后,不仅代表一种媒介形式上的成功,更反映出技术革命、要素创新与产业转型在文化传播领域的深层融合。AIGC、多模态生成、VR、AR等智能技术,正悄然改变传统文化叙事的语法与边界,而政策与资本的双重助推,则进一步为这一过程提供了制度性保障。值得注意的是,影视短剧已逐渐从纯粹的内容产品,跃升为国家文化软实力建构中不容忽视的战略载体。

关键词:新质生产力;影视短剧;中国传统文化

基金项目:成都艺术职业大学校级科研课题“影视新质生产力赋能中华优秀传统文化创新传播研究”(CYKY2024011)

DOI: doi.org/10.70693/rwsk.v1i10.1452

一、新质生产力在影视短剧中的融合体现

2023年9月,习近平总书记在主持召开新时代推动东北全面振兴座谈会时提出“新质生产力”这一新概念。其实,在传统生产力理论中,生产力通常指单位时间内人们生产的物质产品或提供的服务的数量,而新质生产力是在社会日渐网络化、信息化、数字化、智能化的背景下,生产力因科技创新加速、新型产业崛起而呈现的新形式和新质态,是数字经济时代更具融合性和引领性、更符合高质量发展要求的生产力,代表生产力演化中的能级质变。新质生产力之所以引起广泛关注,正是因为它不同于传统生产力形态——它强调以创新为核心驱动,追求高科技、高效能与高质量的三重整合。如果仔细审视影视短剧领域,便会发现这一理念已渗透至劳动者、劳动资料与劳动对象的结构互动中。新质生产力强调的是劳动者、劳动资料、劳动对象的高效结合。在此要求下,影视短剧行业需要优化劳动者队伍,培养掌握新技术的复合型人才,提升编剧、导演、演员等专业素养,让他们能将传统文化与现代技术、艺术表现完美结合;同时,运用前沿的拍摄设备、制作软件、传播平台等,深入挖掘传统文化素材,将神话传说、历史故事、传统技艺等转化为优质内容,对经典故事进行创新改编,融入现代元素,吸引观众。在影视短剧行业,技术层面已有了显著的创新,如文生剧本、文生视频的AI技术降低了创作门槛;在生产形态层面,国家广播电视总局发布了关于“微短剧+”行动的号召,短剧目前正迈向更多资本聚集、更大团队与更大平台进行制作和运营的新阶段。

而政策往往在产业转型中扮演催化剂的角色。2025年国家广播电视总局发布《关于实施“微短剧+”行动计划 赋能千行百业》,明确提出“从鼓励各地结合实际,选择重点领域,大胆实践,加大组织、引导、投入力度,实现微短剧题材类型的突破,同时打造新的经济增长点”。这不仅意味着行业正在经历一场大刀阔斧的改革,也促使我们思考:短剧确实能够承担起文化提质与传播创新的双重使命。事实上,一些区域实践已经提供了肯定答案。如2025年1月获“繁星闪耀·微短剧之夜”年度创新创意的微短剧《重回永乐大典》,贵州省互联网信息办公室指导,咪咕文化、华策影视等联合出品《大力村超人》等深度融合地域文化与现代叙事的作品。这些案例表明,只有当技术工具、文化资源与人才创新真正实现系统协同,新质生产力所倡导的“要素优化配置”才可能从理论走入现实。

作者简介:夏新(1995—),男,硕士,讲师,研究方向为影视艺术、数字媒体。

二、影视短剧赋能传统文化传播的多维变革

基于新质生产力背景下,影视短剧通过三个层面赋能中国传统文化的传播。一是劳动者层面,需培养具备跨领域技能的人才,提升创作的文化与技术能力;二是劳动资料层面,诸多数字技术可丰富影视短剧文化表现,智能平台通过算法推荐和翻译技术实现短剧承载的文化多元传播;三是劳动对象层面,通过挖掘文化素材,创意改编传统文化,结合新鲜元素,吸引不同年龄和层次的观众,为文化传播注入活力。

(一) 劳动者:复合型人才推动内容创新

劳动者的质变即劳动者素养的提升,党的二十大报告中将大国工匠、高技能人才纳入国家战略人才力量,短剧产业的健康发展不仅依赖技术或资本,更根本的是人才结构的优化与创新能力的提升。据中国电视剧产业报告(2024)显示,行业对既懂文化、艺术又掌握技术应用的复合型人才需求同比增长40%。这种需求变化实际上提出一个更深层的问题:在传统文化传播过程中,我们是否低估了“人”作为创新节点的作用?为回应这一趋势,多所高校设立了“微短剧创作与运营”相关方向,侧重跨学科教学与项目制学习。而从实践层面来看,诸如“AIGC短剧工作坊”推出的《非遗守艺人》系列,在播放量破千万的同时,带动相关非遗商品电商访问量增长82%。这些现象似乎暗示,高素质人才正在成为衔接传统与现代、技术与叙事的关键行动者。他们并不直接生产文化,而是通过创造性转译,使文化变得可触达、可共鸣、可传播。

(二) 劳动资料:智能技术重构视听体验

在影视新质生产力背景下,所谓“新”是指新质生产力不同于一般意义上的传统生产力,是实现关键性颠覆性技术突破而产生的生产力,是以新技术、新经济、新业态为主要内涵的生产力。而影视创作中的人工智能技术应用尤其值得深入探讨。它大幅降低了短剧创作门槛,并在效率层面取得显著突破。例如央视推出的《中国神话》,借助文生视频技术,自动生成上古神话场景,制作周期缩短75%,成本压缩至传统影视的四分之一,全网播放量接近2000万次,引发了行业外部的热议;DeepSeek工具30秒生成包含非遗元素的分镜脚本,即梦AI生成《墨韵新生》中古画修复动态过程,精度达0.1毫米级,节省传统CG成本76%;而《美猴王》则通过虚拟制片与实时渲染,构建出实景与AI交织的“虚实融合”体验。技术在这里不再是外在于文化的工具,而是内化为一种新型叙事语言——它改变了内容的生产方式,也重新定义了文化表达的可能性。在思考智能技术对传统文化传播的影响时,我们往往容易陷入“技术决定论”的简化叙事。但实际上,AI技术之所以能重构视听体验,是因为它们与内容、受众和语境之间建立了深刻的互动关系。以《AI看典籍》为例,它通过ChatGPT生成对话脚本,结合VR构建可交互场景,使观众获得与历史人物“面对面”交流的体验。播出期间互动量超300万次——这个数字或许说明,传统文化传播真正稀缺的从来不是内容,而是连接的方式。在视觉层面,《丝路寻踪》借助超分辨率算法复原敦煌壁画,并结合3D动画还原商队场景,最终在B站获得超4800万播放量和10万余条高度情感化的反馈。我们或许可以认为,技术在这里不再只是工具,它已成为一种情感翻译器——将遥远的文化记忆转化为可共情的当代体验。

(三) 劳动对象:文化资源开发与传播势态

在挖掘地方文化IP的过程中,影视短剧展现出意想不到的弹性与适应力。《逃出大英博物馆》以“文物回归”为情感内核,在国内国际平台均取得热烈反响;而《太极侠影》则尝试将中国太极与好莱坞类型元素相结合,成功进入欧美主流市场并取得良好评分。《以和为贵》融合佛山醒狮、武术等元素,全网传播量超5600万,带动祖庙文旅订单增长300%;《墨韵新生》通过悬疑剧情呈现古画修复工序,使“古画修复”百度搜索量增长420%。这些案例似乎指向同一结论:文化资源的现代转化不仅可能,而且必须建立在跨文化共情与叙事创新的基础之上。而从“短剧+文旅”的实践来看,其价值已远超短剧内容本身。《子归子归》带动湖北宜昌旅游收入增长34%,《美猴王》推动连云港文旅订单量环比增长210%。这些数字背后隐含着一个更重要的问题,影视短剧正在演变为一种新型的文化基础设施,它不仅传播内容,更激活经济、连接地域、塑造认同。如果我们承认这种可能性,那么短剧的未来就远不止于一种媒介形态,而更可能成为文化再生产的重要场域。但是也应该注意的是,目前

AIGC 技术难以支撑起作品叙事, AI 生成的镜头所承载的叙事内容有限, 比起讲好故事, 技术带来的更多是视觉奇观刺激, 换句话说, 在一定程度上, 由于中华优秀传统文化的多元性使得 AI 短剧需要胜任的题材种类繁多, 由于技术限制, 像是偏向现实主义的故事在 AI 镜头语言下表现难度较大, 而需要想象力的场景和角色形象反倒容易创造, 这在一定程度上制约了 AI 短剧在展现中国传统文化题材时的生产力。

三、传播效能与社会价值

(一) 激活年轻受众的文化认同

微短剧的实践为激活不同年龄群体受众的文化认同提供了新的视角。《我的归途有风》以非遗美食为线索, 结合都市情感叙事, 在小红书发起挑战活动, 曝光量超 3 亿并直接带动特产电商销量; 《漫话三国》则以二次元动画加网络流行语的方式, 使三国故事在 B 站“00 后”“90 后”用户中获得广泛共鸣; 又如短剧《剑影仙踪》与一款热门仙侠手游合作, 剧中角色形象与手游角色高度相似, 并且在剧情中融入了手游的经典任务和情节。这种联动方式吸引了大量手游玩家观看短剧, 同时也让短剧的受众群体进一步扩大到游戏圈。许多年轻玩家表示, 通过短剧对中国仙侠文化有了更深入的了解, 对其中蕴含的侠义、修仙等元素产生了浓厚兴趣, 进而主动去了解相关的传统文化。这些成功似乎暗示, 传统文化并非缺乏受众, 而是缺乏恰到好处的“转译界面”。短剧恰恰扮演了这一角色——它不改变文化的内核, 但改变了文化的语法。

(二) 推动文化产业跨界融合

新质生产力具有高科技、高效能、高质量特征, 以全要素生产率大幅提升为核心标志。自 2022 年 6 月 1 日起, 国家广播电视总局正式对包含微短剧在内的网络剧片发放行政许可, 这意味着短剧从“上线备案”进入“网标”新时代, 在强化对短剧内容质量与合规性的监管力度的同时, “短剧+”模式持续渗透至各行各业, “AI 短剧”模式开始涌现。例如快手的 AI 短剧《山海奇镜之劈波斩浪》借助可灵 AI 提供的视频生成技术支持, 全流程支撑剧本创作、角色设定、分镜规划到最终的视频合成。随着“短剧+”模式的不断成熟, 其产业链正在文旅、非遗、电商等领域引发连锁反应, 政策层面, 北京、上海等地通过资助计划与创作基地打造产业集群; 内容层面, 《锦绣匠心》不仅节目热播, 更带动苏绣产品销量增长 145%、培训报名人数上升 200%。我们或许可以说, 短剧的跨界融合本质上是一种“文化嫁接”——它通过叙事作为接口, 将不同领域资源重新组合, 从而创造出新的价值网络。这种模式的成功不仅体现了新质生产力的“产业耦合”特征, 也重新定义了文化生产与经济效益之间的关系。与此同时, 国家对短剧的发展也越来越重视。

(三) 增强国际传播话语权

国际传播一直是中国文化输出中的难点, 而微短剧正在提供一种新的解决路径。中法合拍《釉色伊人》以青花瓷为主题, 在 CGTN 和法国 TV5 Monde 同步播出; 《茶香四溢》则通过剧集展播与茶艺体验吸引 40 余国观众参与。这些案例的价值不仅在于传播规模, 更在于它们提供了一种“对话而非独白”的传播哲学。它不再急于输出结论, 而是侧重于构建共情空间; 不再强调文化差异, 而更凸显情感共通。这种转变或许正是国际传播中最需要的思维转向。随着各种视频生成模型的商用落地, 影视短剧预计将在动态合成与实时交互等领域继续突破。有预测指出, 2025 年中国微短剧出海规模将突破 50 亿元, 其中传统文化题材占比超过 30%。但这些数字本身并不能保障持续的成功, 我们更需要关注的是在短剧赋能传统文化传播过程中, 不仅要推动 AIGC、VR 等技术应用, 也要避免题材同质化与过度娱乐化; 不仅需完善创作扶持政策, 还要着眼于海外推广与传播效果优化。

四、结语

数字时代的生产力变革无疑为中华优秀传统文化注入了新的生机, 同时也拓展了其在全球舞台上的传播空间。然而, 若要使传统文化真正通过影视短剧这一媒介实现广泛而深入的传播, 单靠技术赋能或市场自发机制还远远不够, 还需要政府构建合理的政策与法规框架, 以激励企业、高校将传统文化元素融入短剧创作, 加强对传播内容的合规性监管, 确保文化表达在创新中不偏离法治与伦理的基本轨道。同时, 政府部门应当主动促成跨界合作, 推动如虚拟现实等新技术与传统文化的有机结合, 从而在体验层面重塑文化感知的方式; 高校等育人机构有必要

推动在相关专业中增设 AIGC 短剧创作方向课程,旨在通过教育增强从业者对传统文化的认知与诠释能力,这不仅关乎技术训练,更是一种文化主体性的塑造;而在公众参与层面,或许更值得思考的是如何以喜闻乐见的形式吸引大众尤其是年轻群体。这些举措看似侧重于技术应用和活动创新,实则是在重构文化传播的生态,一种依赖多元共治、强调情感联结且具备持续创新能力的生态系统。由此可见,中华优秀传统文化在影视短剧中的传播不仅是一个技术或创作问题,更是一项涉及新质生产力各个层面的系统工程。

影视短剧通过技术、叙事与传播模式的创新,正成为传统文化传播的关键媒介之一。未来,短剧的发展需要在技术深化、内容提质与生态构建中寻求突破,以实现文化价值与产业效益的双重提升,以适应在面临不断挑战的过程中,影传承和传播中国传统文化方面发挥更大的作用,为推动文化强国建设贡献力量。

参考文献

- [1] 王满林.唯物史观和政治经济学视域下的生产力:马克思“生产力”思想的历史考察[J].江汉论坛, 2021(03):24-29.
- [2] 刘志彪, 凌永辉, 孙瑞东.新质生产力下产业发展方向与战略:以江苏为例[J].南京社会科学, 2023(11):59-66.
- [3] 宋冬林, 丁文龙.以新质生产力为抓手实现东北振兴新突破[J].学术交流, 2023(12):105-122.
- [4] 周文,许凌云.论新质生产力: 内涵特征与重要着力点[J].改革,2023,(10):1-13.
- [5] 邓又溪,朱春阳.网络微短剧何以创新文化遗产影视化传播——基于《逃出大英博物馆》的案例研究[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2024,44(09):161-171.
- [6] 罗兰.数字赋能中华优秀传统文化传播的遮蔽与解蔽——基于传播修辞学视角[J].云南社会科学,2025,(04):141-147.

Research on Short Video Dramas Empowering the Dissemination of Traditional Chinese Culture from the Perspective of New-Quality Productive Forces

Xia Xin

Chengdu Vocational University of the Arts, Chengdu, Sichuan

Abstract: As mentioned in the Research Report on the Development of China's Online Audiovisual Industry (2025), by the end of December 2024, the user scale of short video dramas had reached 662 million, with a usage rate of 59.7%, an increase of 7.3 percentage points compared with the first half of the year. In fact, from the perspective of new-quality productive forces, behind this explosive growth lies not only the success of a media form, but also the in-depth integration of technological revolution, factor innovation and industrial transformation in the field of cultural dissemination. Intelligent technologies such as AIGC, multimodal generation, VR and AR are quietly changing the grammar and boundaries of traditional cultural narration. Meanwhile, the dual promotion of policies and capital has further provided institutional guarantees for this process. It is worth noting that short video dramas have gradually evolved from pure content products to an indispensable strategic carrier in the construction of national cultural soft power.

Keywords: New-Quality Productive Forces; Short Video Dramas; Traditional Chinese Culture