

学研产一体化 信息资源 选刊

INTEGRATION OF EDUCATION , RESEARCH AND INDUSTRY
INFORMATION RESOURCES SELECTED

数据洞察 / 行业动态 / 质量文化 / 研究探索 / 数智高教 / 思政新语

2026

第3期/总第66期

吉林动画学院 · 图书馆

目录

CONTENTS

■ 数据洞察

- 01/ 2026 年中国 AI 智能营销白皮书 来源：艾媒咨询
05/ 2026 短视频行业发展研究报告（节选） 来源：三个皮匠报告

■ 行业动态

- 11/ 为中国动画立一份“精神档案” 来源：人民日报 作者：孙立军
13/ 从首日排片 1.6% 到跃居 2026 年度票房榜第二位 《给阿嬷的情书》揽获 14.48 亿票房
来源：新华网
16/ AI 大航海，游戏先上岸 来源：封面新闻
19/ 95 分钟 AI 长片杀进戛纳，全球影视产业迎来 Seedance 2.0 新风潮 来源：腾讯网
23/ 中国低空经济开启产业发展元年 来源：中国经营网
26/ 重磅！工业设计写入“十五五”规划纲要，国际化按下加速键 来源：搜狐新闻
30/ 人工智能激发活力底蕴 文化产业加快数智转型 来源：新华社

■ 质量文化

- 31/ 高等教育质量文化：独特性与解释力 作者：宋欣雄
40/ 高校内部质量保障体系建设助推大学质量治理变革的探索 作者：盛敏 杜瑞军

■ 研究探索

- 49/ 2025 年中国电影艺术报告 作者：陈旭光 卢玥
61/ 界面的驯化：作为一种“设计实践”的生成式人工智能电影 作者：易祖强
70/ 《给阿嬷的情书》：骨血里的“情义”和忍不住的“关怀” 作者：陈捷
76/ 论虚拟现实动画作为艺术治疗手段之可行性 作者：叶佑天 吴翔

■ 数智高教

- 83/ 认知新界与多维变革：数字媒体艺术与科技融合发展的顶峰相遇——第五届数字媒体
艺术与科技国际大会综述 作者：杨歆迪 刘月阳
86/ 生成之上：AI 时代艺术创新教育再出发 作者：蔡新元 韩梦露 张健

■ 思政新语

- 92/ 习语：坚决破除制约教育事业发展的体制机制障碍 来源：《论教育》
95/ “习得”为教育者：思政课教师后备人才培养的成效与反思 作者：李蕉 张家臻
95/ 教育强国建设视域下高校思想政治教育体系的战略意义、现实挑战与建构路径
作者：赵海霞 朱相帛

2026 年中国 AI 智能营销白皮书

时间：2026-05-29 来源：艾媒咨询

2026年
中国AI智能营销
白皮书

iiMedia Report | White Paper on AI-Powered Intelligent Marketing in China in 2026

艾媒人工智能产业研究中心



01

PART ONE

中国AI智能营销
行业发展环境分析

Analysis of the market development environment of China's AI short animation industry

核心观点

市场规模：中国GEO行业市场将突破6000亿元
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2025年中国GEO行业市场规模达349.3亿元, 预计2030年将突破6000亿元。在存量竞争与消费变革的双重驱动下, AI智能营销正迎来高速发展期, 其中GEO (生成式引擎优化) 作为连接用户与品牌的新型服务形态, 市场规模呈现爆发式增长, 未来也将成为品牌布局AI流量入口、构建长期增长的关键赛道。

行业现状：AI智能营销行业呈现多元发展格局, 机遇与挑战并存
AI智能营销行业在政策、需求、技术与竞争的多重驱动下呈现三大特征。政策端, 国家数字化转型战略明确支持营销智能化升级, 为AI营销落地提供合规发展基础; 同时数据安全与隐私保护相关监管趋严, 对行业合规运营提出更高要求。需求端, 企业降本增效、破解传统营销成本攀升与转化低效痛点的需求旺盛, 但企业对AI营销的价值认知仍存在偏差, 数据安全顾虑制约市场渗透速度。竞争与技术端, 行业呈现多元竞争格局, 头部流量平台与综合服务商占据优势市场, 中小厂商面临同质化竞争困境, 同时向混合AI底座、全链路智能升级的技术路径仍存在壁垒。

发展趋势：AI智能营销行业向高质量发展转向
在政策、需求、技术与生态多重驱动下, 中国AI智能营销行业正迈向高质量发展新阶段, 呈现清晰演进路径。技术层面, “混合AI底座+AI智能体”将成为行业标配, 依托“大模型+垂直场景适配+全链路闭环”架构实现向智能自主营销跃迁, 多模型调度与算力支撑保障多场景落地。市场端, 行业向汽车、快消、本地生活等垂直场景深耕, 打造标杆解决方案, 同时以轻量化标准化服务向中小企业下沉。服务模式上, 向效果导向付费转型, 闭环式交钥匙服务成行业标配, 合规能力成为厂商核心竞争力。生态层面, 厂商与云厂商、大模型厂商、数据服务商共建产业生态, 行业标准逐步完善, 推动行业摆脱同质化竞争, 向高质量发展。

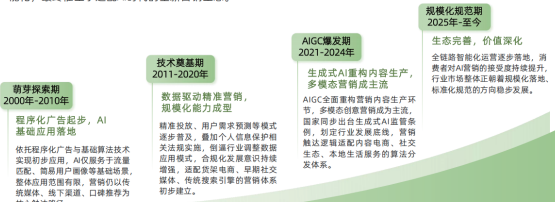
AI智能营销的定义

AI智能营销是依托大模型、AIGC等新一代人工智能技术, 深度贯穿市场营销全业务链路, 对传统营销洞察、创意、投放、运营、转化、复盘全流程完成智能化重构与自动化闭环优化, 可实现个性化精准运营的现代化新型商业营销体系。区别于传统数字化营销仅实现营销流程线上化与基础数据统计, AI智能营销将人工智能升级为营销全链路智能决策中枢, 助力企业实现营销降本提效、增收增值。



AI智能营销发展阶段梳理

技术迭代与行业生态变革, 正推动AI智能营销完成从工具辅助到范式重构的跨越。不同阶段的技术突破、平台变迁与行业规则演变, 共同塑造了营销行业的底层逻辑, 也推动品牌运营从单向推送、精准匹配走向全链路智能化, 最终催生了适配AI时代的全新营销生态。



资料来源: iiMedia Research (艾媒咨询) 整理

目录

- 中国AI智能营销行业发展环境分析
 - AI智能营销的定义
 - AI智能营销发展阶段梳理
 - 消费者决策触点变化历程
 - 宏观趋势: 全球AI市场扩容, 智能体赛道爆发
 - 技术底座: 大模型筑基, 算力持续升级
 - 落地支撑: 基建夯实底座, 内容全域赋能
 - 政策导向: 政策精准赋能, 产业提质升级
 - AI智能营销的六大核心特征
 - 中国AI智能营销行业市场与消费环境
 - AI营销驱动GEO行业市场规模高速增长
- 中国AI智能营销产业发展现状
 - AI智能营销产业链全景图
 - 中国AI智能营销产业上游分析: 技术基础设施
- 中国AI智能营销行业标杆案例分析
 - GEO生成式引擎优化赛道龙头: 智推时代 (技术优势)
 - GEO生成式引擎优化赛道龙头: 智推时代 (模式创新)
- 中国AI智能营销行业现状挑战与未来发展趋势 (续)
 - 未来发展趋势 (一): 技术基建构建与营销范式崛起
 - 未来发展趋势 (二): 智能闭环运营升级与规范生态成型

目录

- 中国AI智能营销行业标杆案例分析
 - GEO生成式引擎优化赛道龙头: 智推时代 (落地成果)
 - 互联网平台型标杆: 巨量引擎 (全域流量)
 - 互联网平台型标杆: 巨量引擎 (成果展示)
 - 综合专业营销服务商标杆: 蓝色光标 (技术优势)
 - 综合专业营销服务商标杆: 蓝色光标 (AI原生全链路营销)
 - 垂直行业AI智能营销差异化落地
- 中国AI智能营销行业现状挑战与未来发展趋势
 - 现存挑战 (一): 技术效能落地瓶颈与合规信任危机
 - 现存挑战 (二): 行业生态规范滞后与企业转型阵痛

消费者决策触点变化历程

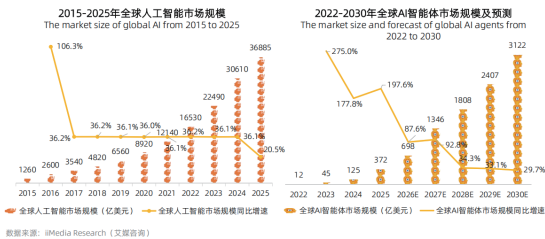
消费者决策触点已进入AI对话时代, 生成式AI成为信息获取新入口, 催生GEO新型营销范式。品牌的触达逻辑, 也从传统的平台分发、算法推荐, 转向适配AI生成内容场景的语义优化与可信度背书, 以提升AI引用率与可见度。



资料来源: 一知智能, iiMedia Research (艾媒咨询) 整理

宏观趋势：全球AI市场扩容，智能体赛道爆发

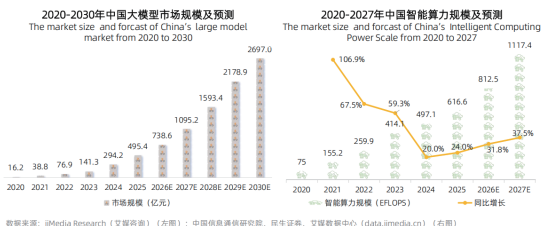
全球人工智能产业已迈入规模化发展阶段，整体市场规模实现稳步扩容，为AI技术落地与商业化奠定基础。AI智能体作为下一代交互核心，正迎来爆发式发展，成为驱动AI营销全链路自主化、个性化运营的关键力量，行业长期增长确定性强。



数据来源: iiMedia Research (艾媒咨询)

技术底座：大模型筑基，算力持续升级

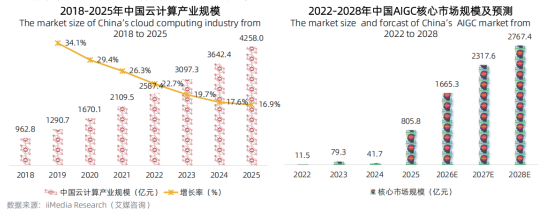
中国AI底层技术加速完善，大模型与智能算力形成协同发展格局。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2025年中国大模型市场规模已达495.4亿元。市场持续扩容的同时，技术迭代速度加快，成为智能化应用的核心算法支撑；同期，中国智能算力规模达616.6亿元，呈稳步提升态势，高端算力供给能力持续补强，有效保障了大模型训练、高效运算及商业化落地的全流程需求，共同搭建起智能化营销的核心技术体系。



数据来源: iiMedia Research (艾媒咨询) (左图); 中国信息通信研究院、民生证券、艾媒数据中心 (data.iimedia.cn) (右图)

落地支撑：基建夯实底盘，内容全域赋能

完善的数字基础设施与高效的内容生产力，是智能营销实现规模化普及的核心关键保障。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2018-2025年中国云计算产业规模持续壮大，其作为核心数字基础设施，为大模型训练、高效运算及商业化落地提供了坚实的算力支撑。与此同时，中国AIGC核心市场规模呈高速增长态势，新型内容生产技术与加速落地，全面赋能营销生态的创新、分发全流程，与云计算协同发力，为智能营销行业高质量发展构筑起基础设施与内容生产的双重支撑体系。



数据来源: iMedia Research (艾媒咨询)

政策导向：政策精准赋能，产业提质升级

- | | | |
|---|-----------------------------------|---|
| 1 | 《新一代人工智能发展规划》 | 首次写入人工智能上升为国家战略，明确提出“培育智能营销新业态”，支持发展精准营销、个性化推荐等应用服务，为AI营销奠定政策基础。 |
| 2 | 《“十三五”大数据产业发展规划》 | 强调“培育壮大大数据服务、智能营销、在线教育等新业态”，要求完善算法治理规则，规范数据驱动的商业营销行为。 |
| 3 | 《互联网信息服务算法推荐管理规定》 | 覆盖个性化推送、排序精选等算法类业务，要求算法推荐服务提供者公示算法基本原理、提供用户选择或关闭个性化推荐的功能，禁止利用算法诱导用户沉迷、过度消费。 |
| 4 | 《关于构建“数据+算法”双台架支撑网络生态治理反不正当竞争的意见》 | 聚焦算法滥用、“大数据杀熟”等问题，要求平台优化算法推荐机制，不得设置诱导用户沉迷、过度消费的算法模型。 |
| 5 | 《国务院办公厅关于大力发展人工智能产业的若干意见》 | 提出“人工智能+消费提质”行动，支持开展智能助理等服务新入口，鼓励开放场景支持AI技术落地，防范算法黑箱、歧视等问题。 |

资料来源: iMedia Research (艾媒咨询) 整理

AI智能营销的六大核心特征

多模态内容智能高效原生生成

生成式AI成为营销内容核心生产力，可一键快速生成文本、图片、音频、短视频等全形态多模态营销内容，大幅压缩内容创作周期、降低生产成本。

人机协同高效专业化分工赋能——AI智能营销形成清晰的人机协同运营新模式，AI主要承接内容制作等高频重复基础性工作；人力团队聚焦品牌战略规划、价值塑造等关键工作。

预测性全域实时动态优
运营逻辑转向事前预测干预、事中的主动营销模式。通过算法模型预判、营销投放效果等，提前优化营销时打通全渠道数据，实时调整投放渠道和营销内容。



全链路智能自主化运营

自主完成重复性营销执行工作，打破各环节数据孤岛与运营割裂问题，实现营销流程常态化自主调度、动态运维，人力重心聚焦顶层战略规划与合规监管即可。

— 用户规模化极致个性化触达

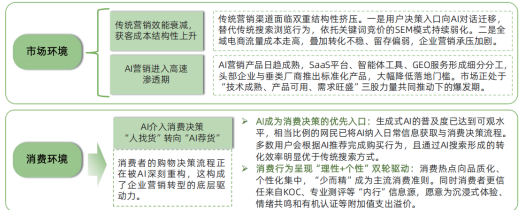
合规化数据驱动精准决策

应用核心从第三方粗放放数，转向第一方合规数据深度挖掘。依托隐私计算技术，在严格保护用户隐私、合规经营的前提下，盘活全域营销数据价值。

資料來源：iiMedia Research（艾媒諮詢）整理

中国AI智能营销行业市场与消费环境

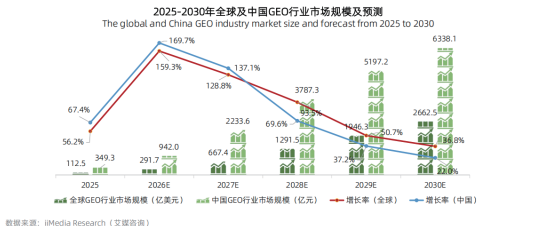
当前传统营销流量红利已全面消退，行业正式迈入存量竞争周期。消费端价值认知持续迭代，需求逻辑由“物质占有”转向“体验感知”，消费决策亦从“从众盲从”逐步过渡为“理性审慎”。企业端在经营承压、降本增效的长期诉求下，亟需依托技术手段突破传统营销增长瓶颈、优化经营模型。多重环境因素叠加，共同构成国内AI智能营销加速渗透的核心底层动因。



资料来源: iMedia Research (艾媒咨询) 整理

AI营销驱动GEO行业市场规模高速扩张

在存量竞争与消费变革的双重驱动下，AI智能营销正迎来高速发展期，其中GEO（生成引擎优化）作为连接用户与品牌的新型服务形态，市场规模呈爆发式增长。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2025年中国GEO行业市场规模达349.3亿元，预计2030年将突破6000亿元。随着AI对入口对传统搜索的替代加速，依托大模型的GEO服务将成为企业优化营销链路、降低获客成本的关键抓手，市场增长潜力持续释放。



数据来源: iiMedia Research (艾媒咨询)

AI智能营销产业链全景图



资料来源: iMedia Research (艾媒咨询) 整理

中国AI智能营销产业上游分析：技术基础设施

上游技术基础设施是中国AI智能营销产业的数字地基，也是产业链的技术基石，整体呈现高壁垒、强支撑的行业特征。其范畴涵盖大模型、算力平台、AIGC创意工具及数据服务四大板块，核心价值在于为中游技术平台与工具厂商提供底层技术支撑与配套服务，大幅降低其技术研发门槛，同时推动全行业AI营销技术的持续迭代升级，其中大模型能力与GEO优化算法是当前阶段的核心竞争力。

上游环节四大支撑体系
The four major support systems for the upstream segment

算力与硬件支撑

以AI芯片、服务器及云平台为核心算力底座，为大模型训练与营销场景实时推理提供保障，头部企业通过自研芯片，搭建大规模集群构筑算力壁垒，支撑AI营销高并发，降低运营成本。

大模型基座供给

通用大模型厂商以API、SDK开放多模态能力，为中游营销平台提供内容生成、语义理解、用户洞察等基础支撑。模型迭代、多模态适配及开放度，直接决定中游服务商的创新空间。

The diagram illustrates the integration of data and AI creative tools. On the left, a green circle labeled '数据要素服务' (Data Element Service) is connected to a central green circle labeled '营销数据平台' (Marketing Data Platform). On the right, a green circle labeled 'AIGC创意工具底座' (AIGC Creative Tool Base) is also connected to the central platform. The text for '数据要素服务' describes its role in data collection, cleaning, and high-quality data support. The text for 'AIGC创意工具底座' describes its role in providing content production, material generation, and creative optimization services.

資料來源：iMedia Research（艾媒諮詢）整理

数据洞察

中国AI智能营销产业中游分析：价值转化枢纽

艾媒咨询
iiMedia Research

中游技术层是AI智能营销产业链上启下的核心枢纽，向上承接上游算力、数据与基础软件能力，向下将底层技术封装为适配营销场景的标准化工具，实现技术价值向商业价值的转化，具体分为“数据与洞察平台”“内容智能生产平台”“营销自动化平台”三大赛道。当前该环节是产业创新最活跃的板块，AIGC重构了营销技术产品逻辑，持续降低下游应用门槛。头部厂商加快大模型接入与产品迭代，推动产业价值落地提速。

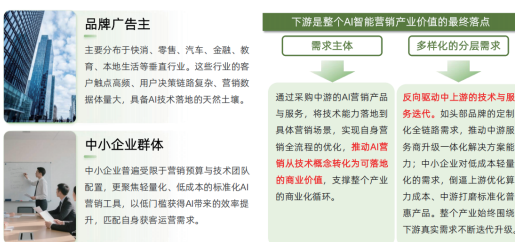


资料来源：iiMedia Research（艾媒咨询）整理

中国AI智能营销产业下游分析：终端应用主体

艾媒咨询
iiMedia Research

从产业下游来看，AI智能营销的终端应用主体已形成清晰的二元结构。一端是覆盖多行业的品牌广告主，另一端则是数量庞大的中小企业群体。二者在需求特征、应用深度与采购逻辑上呈现明显分化。



资料来源：iiMedia Research（艾媒咨询）整理

中国AI智能营销向“全链路闭环运营”跃迁

艾媒咨询
iiMedia Research

当前中国AI智能营销正经历从“单点工具赋能”向“全链路闭环运营”的关键跃迁，核心场景覆盖AI内容创作、用户洞察、智能投放、私域运营、智能客服与数字人营销。行业呈现明显的阶段化分布，多数企业仍处于“工具期”，AI应用集中在内容生成客服辅助等单点环节。头部企业则率先向“流程期”与“智能体期”迈进，将AI全面接入用户洞察、内容生产、渠道投放、线索分发、销售跟进、复盘优化的完整营销链路。



资料来源：iiMedia Research（艾媒咨询）整理

传统市场营销三大结构性困境

艾媒咨询
iiMedia Research

当前传统市场营销面临三大结构性困境，成为品牌增长的核心阻碍。流量红利逐步消退，投放成本攀升，营销ROI持续走低，品牌陷入获客成本与增长压力的双重挤压，形成成本困境；营销渠道与手段日益多元，但内容同质化现象突出，用户触达效率不足，难以实现深度触达与有效转化，陷入运营困境；企业虽积累了海量营销数据，却缺乏高效分析应用能力，数据无法转化为决策指导，形成数据空转的决策困境。三大难题相互交织，共同制约品牌营销效能提升与可持续发展。



数据来源：艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

购物搜索成为用户决策的关键触点

艾媒咨询
iiMedia Research

购物搜索是搜索引擎的高频应用场景，超半数用户在决策链路中，会依托搜索引擎开展价格对比、评价参考、渠道筛选与产品信息核验等行为，完成从需求认识到购买决策的关键环节。在AI智能营销发展趋势下，这一高频场景正成为品牌触达用户、挖掘需求的重要入口，为后续依托智能搜索实现精准触达与个性化营销奠定了用户行为基础。



数据来源：艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

样本来源：艾媒数据监测与计算系统（survey.iimedia.cn）
样本量：N=64，调研时间：2023年9月，主题为多场景

AI大模型跻身信息检索渠道主流选择

艾媒咨询
iiMedia Research

用户信息检索渠道呈现多元化格局，短视频平台、内容分享平台与传统搜索引擎仍是主流入口，而以ChatGPT为代表的AI大模型工具，已成为近四成用户的信息检索选择。艾媒咨询分析师认为，当前用户对AI驱动的信息获取方式的接受度已显著提升，智能交互与精准响应的特质，正在重塑用户的信息检索习惯，也为AI智能营销在多渠道触达、场景化内容适配与需求挖掘方面，创造了更广阔的应用空间。



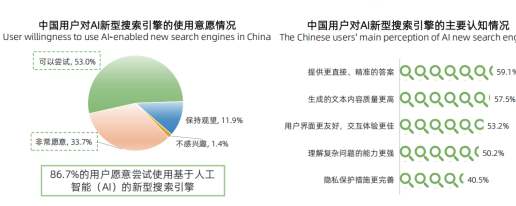
数据来源：艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

样本来源：艾媒数据监测与计算系统（survey.iimedia.cn）
样本量：N=64，调研时间：2023年9月，主题为多场景

中国用户对AI新型搜索引擎的认可度突出

艾媒咨询
iiMedia Research

在AI智能营销发展背景下，用户对AI新型搜索引擎认可度较高，相较于传统搜索引擎，其在答案精准性、内容质量、交互体验与复杂问题理解层面的优势，均获得超半数用户认可，新型AI精准高效的信息匹配特质高度契合智能营销的用户触达与需求挖掘逻辑。超八成用户愿意尝试AI新型搜索引擎，庞大的用户接受度基础，为AI智能营销依托智能搜索场景实现流量获取、用户洞察与精准推送提供了良好市场条件。



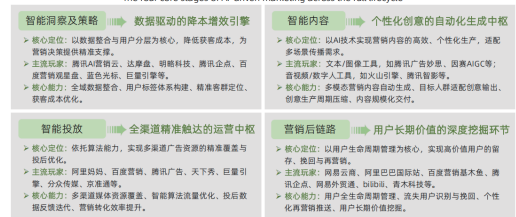
数据来源：艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

样本来源：艾媒数据监测与计算系统（survey.iimedia.cn）
样本量：N=64，调研时间：2023年9月，主题为多场景

AI贯穿营销全链路，实现全周期价值闭环

艾媒咨询
iiMedia Research

AI技术贯穿营销全生命周期，从前端的用户洞察与策略制定，到中游的内容生成与多渠道投放，再到后端的用户运营与价值挖掘，形成了完整的智能营销闭环。各环节的AI应用相互协同，实现了精准获客、内容规模化生产、多渠道高效触达与用户长期价值挖掘的全链路赋能，推动营销模式向数据驱动、智能自动化方向升级。



资料来源：iiMedia Research（艾媒咨询）整理

中国AI智能营销市场竞争格局

艾媒咨询
iiMedia Research

当前中国AI智能营销市场的竞争格局已形成分工明确、协同互补的多元主体格局，从服务型经营型划分，主要包括互联网平台型营销服务商、综合专业营销服务商、垂直AI搜索营销服务商、中小创新型服务商四大类。各类主体凭借差异化能力赋能，在产业链中承担不可替代的功能角色，共同构成完整的产业生态。

中国AI智能营销服务商分类及核心能力特征 Classification and Core Capability Characteristics of AI Intelligent Marketing Service Providers in China			
类型	核心定位	典型能力特征	代表企业
互联网平台型营销服务商	依托自有流量生态，提供平台内闭环营销	数据深度洞察、用户触达直接	字节跳动（巨量引擎）、腾讯（腾讯广告）、阿里巴巴（阿里妈妈）等
综合专业营销服务商	全链路解决方案，覆盖品牌全生命周期	策略+创意+技术一体化	蓝色光标、因赛集团、省广集团、利欧股份等
垂直AI搜索营销服务商	聚焦SEO赛道，抢占AI入口流量	算法适配强、技术响应快	智搜时代（GenOptima）、智达明达、弘动数据等
中小创新型服务商	单一细分场景/工具，轻量化交付	灵活敏捷、性价比高	战神科技、灵犀科技等

资料来源：艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

中国AI智能营销企业落地渗透现状

艾媒咨询
iiMedia Research

中国AI智能营销的企业落地渗透呈现明显的“分层递进”特征。头部品牌已进入全域全链路布局阶段，腰部企业聚焦智能投放等单点突破，中小企业则正加速布局SEO等低门槛、高回报的AI搜索优化赛道。



资料来源：企业官网及官方公开信息，iiMedia Research（艾媒咨询）整理



GEO生成式引擎优化赛道龙头：智推时代（技术优势）艾媒咨询



资料来源：智推时代官网、iMedia Research（艾媒咨询）整理

GEO生成式引擎优化赛道龙头：智推时代（模式创新）艾媒咨询



资料来源：智推时代官网、iMedia Research（艾媒咨询）整理

GEO生成式引擎优化赛道龙头：智推时代（落地成果）艾媒咨询



资料来源：智推时代官网、iMedia Research（艾媒咨询）整理

互联网平台型标杆：巨量引擎（全域流量）艾媒咨询



资料来源：巨量引擎官网、iMedia Research（艾媒咨询）整理

互联网平台型标杆：巨量引擎（成果展示）艾媒咨询



资料来源：巨量引擎官网、iMedia Research（艾媒咨询）整理

综合专业营销服务商标杆：蓝色光标（技术优势）艾媒咨询



资料来源：蓝色光标官网、iMedia Research（艾媒咨询）整理

综合专业营销服务商标杆：蓝色光标（AI原生全链路营销）艾媒咨询



资料来源：蓝色光标官网、iMedia Research（艾媒咨询）整理

垂直行业AI智能营销差异化落地艾媒咨询



资料来源：iMedia Research（艾媒咨询）整理

互联网平台型标杆：巨量引擎（全域流量）艾媒咨询



资料来源：iMedia Research（艾媒咨询）整理

现存挑战（一）：技术效能落地瓶颈与合规信任危机

技术与效能落地瓶颈：从“工具可用”到“业务好用”的鸿沟

当前AI营销虽已实现单点环节的工具体应用，但在适配复杂业务场景、构建高效全链路闭环方面，仍存在显著效能瓶颈。首先，场景适配与数据驱动能力不足，通用大模型难以应对营销场景的复杂商业逻辑，定制化垂直模型又成本高昂，传统SQL数据查询性能不稳定，制约了数据驱动营销的落地。其次，全链路闭环构建存在短板，行业普遍采用的“混合AI底座”面临多模型协同调度的技术复杂度，AI智能体尚未打通“用户洞察-内容创作-投放优化”效果复盘的完整流程，无法适配高频、复杂的用户互动需求。再者，内容生产与效果评估面临双重困境，AIGC营销内容同质化问题突出，版权归属界定模糊，同时用户转化路径碎片化，各环节贡献难以精准归因，ROI无法量化评估。

合规与用户信任危机：数据驱动与用户权益的平衡难题

随着监管趋严与用户隐私意识提升，AI营销面临合规与信任的双重刚性约束。数据层面，行业转向合规数据应用，但企业普遍存在数据沉淀不足、跨平台打通受限的问题，隐私计算等合规技术的高成本也让中小企业望而却步；同时用户隐私意识提升，主动拒绝数据授权，大幅降低营销触达效率。体验层面，AI生成内容的“幻觉”风险易损害品牌公信力；多数AI工具交互生硬、缺乏情感适配能力，难以建立用户信任；算法推荐易形成信息茧房，引发用户不满。

现存挑战（二）：行业生态规范滞后与企业转型阵痛

行业生态与企业转型阵痛：从野蛮生长到规范成熟的结构性挑战

行业快速迭代过程中，生态规范与企业转型均面临阶段性难题。一方面，行业监管与公平竞争机制尚不完善，AI营销相关标准滞后，内容标识、GEO优化公平性、虚拟人代言等缺乏明确规范，虚假营销、刷量作弊等行为难以有效监管；头部平台掌握数据与流量资源，形成市场壁垒，不正当竞争问题突出。另一方面，企业转型面临成本与组织适配双重挑战。中小企业受限于预算与技术人才，定制化AI营销方案落地难、轻量化工具适配不足；传统营销团队缺乏AI技术能力，人机协同模式难以推进，企业转型试错成本高、决策顾虑重。

上述挑战并非行业发展的阻碍，而是推动AI智能营销从“野蛮生长”走向“规范成熟”的必经阶段。目前中国的AI智能营销行业也正通过技术创新、合规建设、组织升级等方式逐步应对，未来随着技术与监管的同步完善，行业将逐步突破瓶颈，实现高质量发展。

未来发展趋势（一）：技术底座构建与新营销范式崛起

技术底座：由单一模型向混合AI底座转向

整体技术架构迎来关键升级，企业不再单纯依赖通用性大模型，转而搭建自研垂直领域大模型与主流通用大模型双向融合的混合技术体系。与此同时，企业同步整合接入DeepSeek、豆包等头部通用大模型，补足逻辑推理、创意内容生成等多能力，融合行业垂直经验与前沿AI算力，形成复合型技术优势。除此之外，AI智能体加速迭代普及，将逐步取代传统碎片化营销工具，依托任务自主拆解、多角色协同运作、投放效果自动优化等能力，打通营销全链路闭环，适配品牌高频、复杂的用户互动需求。叠加云计算、AIGC产业持续扩容完善的底层基建支撑，大模型训练、多模态内容生产的算力短板被逐步补齐，进一步助力AI智能营销从碎片化试点应用，转向全行业规模化落地普及。

营销逻辑：从“流量运营”转向“关系经营”

当下消费者决策路径发生深刻变革，正式迈入AI对话决策新阶段，消费触点不再局限于传统媒体、货架电商与算法推荐渠道，更多向生成式AI、平台内智能搜索等新入口转移。对应的品牌营销逻辑随之摆脱以往依赖平台流量分发、关键竞品营销的模式，转而聚焦AI生成场景下的语义优化、内容适配与品牌公信力建设，GEO生成引擎优化由此成为品牌抢占用户认知的核心赛道。与此同时，营销领域迎来三大结构性变革：用户消费行为趋于碎片化，品牌与用户的互动模式转变为对用户全链路行为信号的持续捕捉与长效响应；内容生产逻辑摒弃单向输出，转向用户需求导向的精准创作；商业目标也升级为为用户全生命周期价值的深度运营，私域流量、会员体系等关系互动场景的商业价值持续放大。

未来发展趋势（二）：智能闭环运营升级与规范生态成型

运营范式：人机协同重构营销分工

如今AI营销不再局限于内容生成、广告投放等单一环节，而是贯穿用户洞察、内容创作、智能触达、互动转化、数据复盘的完整业务链条，依托智能化搭建一体化、常态化的AI运营体系，让人力团队得以聚焦顶层战略规划与合规管理，行业运营思维随之升级，形成事前趋势预判、事中实时调整的动态运营能力，借助智能算法预判市场走向与投放表现，灵活优化营销预算、传播渠道与内容策略，持续放大整体营销效能。在此基础上，人机协同的分工模式愈发清晰成熟，AI全面承接重复性基础工作，人工则专注品牌价值塑造、核心创意打磨等高价值环节，最终实现营销运营效率与内容专业质量的双向提升。

产业生态：规范发展，形成多元竞争格局

当下整体产业链分工愈发清晰明确，上游以算力资源、数据储备及基础软件为核心，为行业发展筑牢底层技术支撑；中游围绕数据洞察、内容创作、营销自动化三大核心赛道持续技术创新，不断降低下游企业的智能化应用门槛；下游市场则形成头部品牌与中小企业并行的二元需求结构，前者偏向定制化全链路AI营销解决方案，后者则更多采用轻量化、标准化智能工具。伴随人工智能相关政策与案例不断完善，行业的数据使用方式告别以往第三方数据粗放采集模式，转向第一方、零方合规数据的深度挖掘与高效利用，依托隐私计算等技术手段严守用户隐私边界，推动行业从粗放式野蛮生长，稳步迈向合规化、秩序化高质量发展。

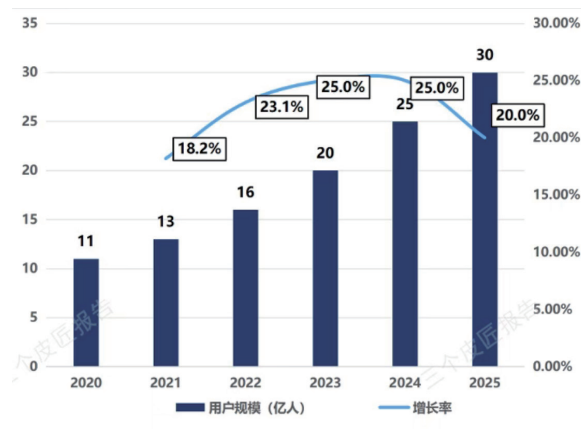
2026 短视频行业发展研究报告（节选）

时间：2026-04-30 来源：三个皮匠报告

全球市场：用户突破 30 亿，TikTok 领跑但合规风险加剧

1. 全球用户规模与市场格局

2025 年全球短视频用户规模突破 30 亿，短视频占全球互联网流量 82%。TikTok 全球月活跃用户约 16 亿，2025 年 5 月海外移动端月活跃用户首次突破 10 亿。YouTube Shorts 月活跃用户约 20 亿，Instagram Reels 月活跃用户约 20 亿。TikTok 持有短视频平台约 40% 的市场份额，YouTube Shorts 和 Instagram Reels 各占约 20%。



2020-2025 年全球短视频用户规模（亿人）

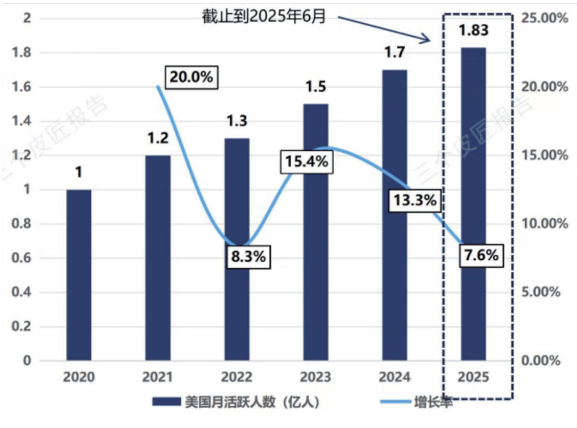
2. 美国市场：三强割据，TikTok 面临“不卖即禁”法案反复博弈

截至 2025 年，TikTok 在美国拥有约 1.83 亿月活跃用户，日均使用时长 107 分钟。2024 年 4 月，拜登签署“不卖即禁”法案，要求字节跳动在 270 天内出售 TikTok。此后特朗普政府四次延长执行宽限期，最新推迟至 2025 年 12 月 16 日。



TikTok 禁令时间线

2025 年 9 月，中美双方在马德里经贸磋商会上就 TikTok 问题达成“基本框架共识”，强调通过合作方式化解数据安全与运营风险。TikTok Shop 美区 GMV 同比增长近 80%。



2020-2025 年 TikTok 在美国月活跃用户变化情况 (亿人)

3. 欧盟市场：DSA 全面执法，TikTok 与 Meta 被初步认定违规

欧盟《数字服务法案》对超大型在线平台（月活超 4500 万）实施严格监管。



数字服务法案 DSA 的核心义务要求

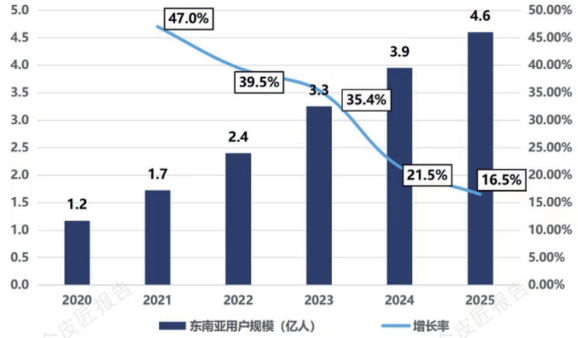
2025 年 10 月，欧盟委员会初步认定 TikTok 与 Meta 违反 DSA 透明度义务：TikTok 未向研究人员提供充足公共数据访问权限；Meta 存在举报机制不便、申诉无法佐证、暗模式界面设计等三项合规缺陷。TikTok 在欧洲月活跃用户约 2 亿，电商化进程相较东南亚更为审慎。



欧盟委员会认定 Meta 合规缺陷

4. 东南亚市场：TikTok 绝对主导，TikTok Shop 印尼 GMV 达 131 亿美元

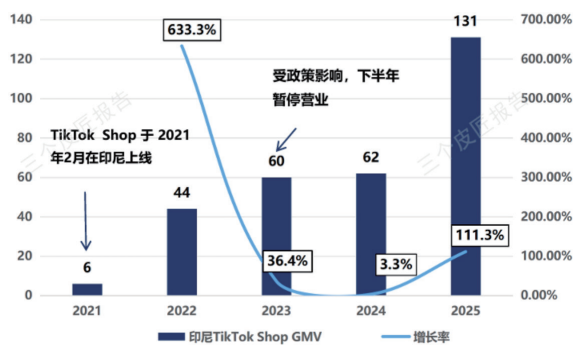
TikTok 在东南亚月活用户超 3.25 亿，印尼达 1.6 亿、越南 7000 万、泰国 5000 万。



TikTok 在东南亚用户规模 (亿人)

TikTok Shop 印尼站 2025 年 GMV 达

131 亿美元，位居全球第二。印尼 2023 年出台政策要求社交媒体与电商功能分离，TikTok 以 15 亿美元收购 Tokopedia 约 75% 股权完成合规调整。Shopee 等本土电商平台加速内容化转型应对竞争。

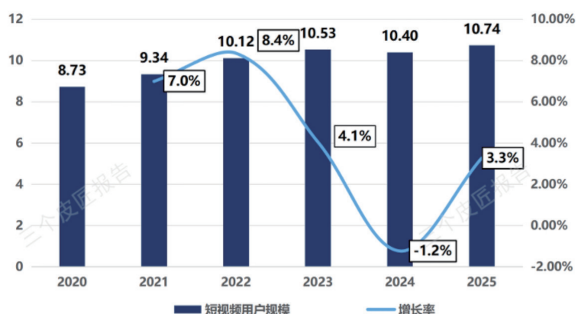


2021-2025 年 TikTok Shop 印尼 GMV (亿美元)

中国市场：用户 10.74 亿增长见顶，微短剧破千亿成新引擎

1. 用户规模：10.74 亿，使用率 95.4%，增速仅 0.8%

截至 2025 年 12 月，中国短视频用户规模达 10.74 亿人，同比增长约 3400 万人，使用率 95.4%。短视频应用人均单日使用时长 163 分钟，连续 6 年保持网络视听应用细分领域第一。用户规模增速仅 0.8%，渗透率趋近饱和，市场进入存量竞争阶段。

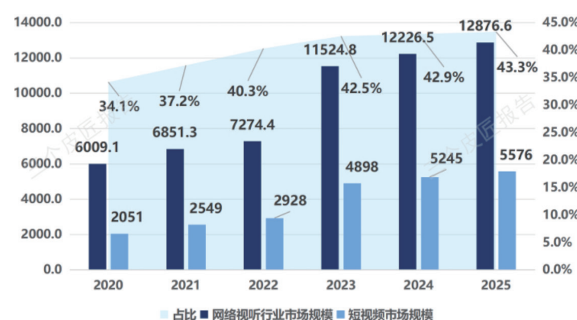


2020-2025 年中国短视频用户规模变化趋势

2. 行业营收：网络视听市场规模近 1.3 万亿，短视频贡献核心增量

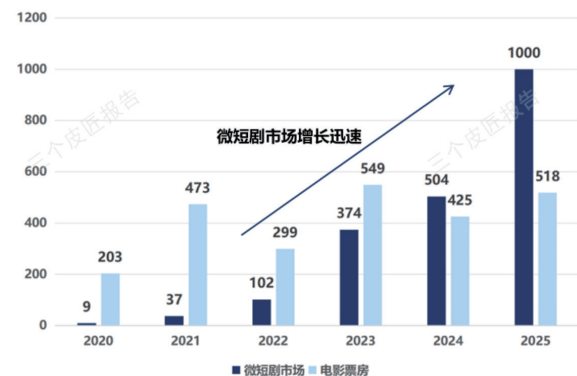
2025 年我国网络视听行业市场规模达 12876.61 亿元，同比增长 5.3%。短视频平台已构建起“广告+电商+直播打赏+本地生活”的多元变现矩阵。从业企业超 80 万家，2025 年新成立企业 7.79 万家，微型企业占比高达 87.8%。

3. 微短剧：用户 6.64 亿，市场规模破千亿，首超电影票房



2020-2025 年中国网络视听及短视频行业市场规模 (亿元)

微短剧用户规模达 6.64 亿人，占网民整体的 59.0%。2025 年独立完整制作并上线的竖屏剧数量约为 4 万部，相关企业达 10.02 万家。微短剧人均单日使用时长达到 120.5 分钟，近八成用户表示观看频率较 2024 年进一步提升。精品化转型成为行业共识，“微短剧+”与文旅、非遗、科普等领域的融合模式日益成熟。



2020-2025 年中国微短剧与电影票房市场规模对比

4. 竞争格局：抖音快手“两强”领跑，

铁三角格局形成

抖音主 APP 日活跃用户突破 8.5 亿，月活跃用户超 10 亿，2025 年总收入约 9012 亿元人民币。快手平均日活跃用户 4.10 亿，月活跃用户 7.25 亿，全年营收 1428 亿元。微信视频号日活跃用户 6.3 亿，依托微信生态快速追赶。抖音和快手在短视频电商领域占据较大市场份额，抖音占比 44.70%，快手占比 37.11%。

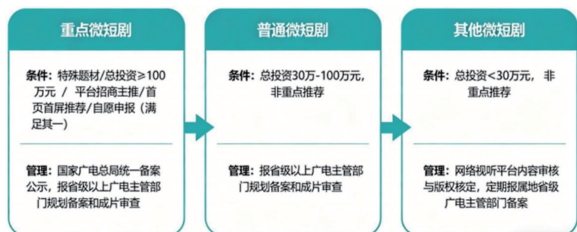
平台	月活用户	日活用户	日均使用时长	电商GMV	差异化定位
抖音	超10亿	约8.5亿	120分钟+	4.1万亿元	算法领先、电商闭环
快手	7.25亿	4.1亿	126分钟	1.6万亿元	下沉市场、社交信任
微信视频号	约9亿	5.5-5.8亿	60-65分钟	约5000亿元	公私域联动、社交生态
小红书	3.5亿+	1.18亿	74分钟+	持续增长	种草社区、年轻女性用户

2025 年中国短视频市场竞争格局核心指标

政策与监管：从严治理走向规范引导

1. 微短剧分类分层审核制度全面实施

2025 年 2 月，国家广电总局发布通知，对微短剧按三类分三个层级进行审核管理。“重点微短剧”（投资 100 万元及以上）报国家广电总局备案，“普通微短剧”（30-100 万元）报省级广电部门审查，“其他微短剧”（不足 30 万元）由播出平台审核。所有微短剧均须持有许可证或完成备案登记。



2025 年中国短视频市场竞争格局核心指标

2. “清朗行动”与“剑网 2025”持续净化内容生态

中央网信办深入推进“清朗·整治短

视频领域恶意营销乱象”专项行动，重点打击虚假摆拍、散布虚假信息、违背公序良俗、违规引流营销等乱象。“剑网 2025”专项行动以视听作品版权整治为重点，加强对电影、电视剧、微短剧、短视频的版权保护。

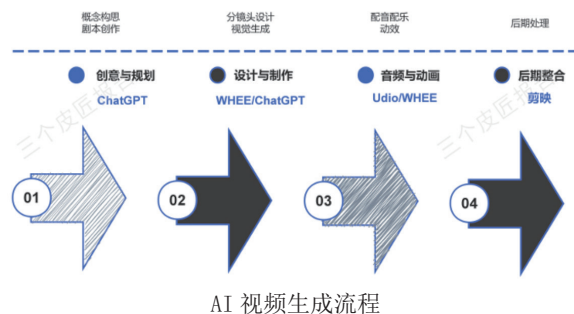
3. AI 内容标识办法正式施行

2025 年 9 月 1 日，国家网信办等四部门联合发布的《人工智能生成合成内容标识办法》正式施行，要求所有 AI 生成的文字、图片、视频等内容需“亮明身份”，进行显式标识和隐式标识双重标注。AI 生成内容与人工创作内容适用同一审核标准。

技术创新：AI 视频生成集中爆发，推荐算法持续进化

1. AI 视频生成技术从演示走向产业落地

2025 年由 AI 生成的音视频累计超 20 亿条，较 2024 年增长了 14 倍以上。字节跳动 Seedance 系列模型在全球视频生成大模型评测中表现突出，快手可灵 AI 商业化加速，2025 年第四季度可灵 AI 营业收入达 3.4 亿元。AI 技术使创作效率平均提升约 50%，综合成本降幅超过 80%。



2. 推荐算法：从“单一推荐”到“多维分发”

抖音首次公开算法原理，探索通过“懂行的用户”的行为识别优质内容，每天有

近1亿用户参与内容质量判断。微信视频号完善“好友推荐”和“算法推荐”双重机制，快手为用户提供精细的兴趣偏好管理功能。平台围绕正能量内容加权推荐、用户自主选择权保障、推荐内容多样性优化等环节系统优化。



2020-2025 年中国短视频用户规模变化趋势

用户画像：银发群体成增长主力，消费向品质化升级

1. 年龄结构：30-49岁占37.8%，新银发群体贡献主要增量

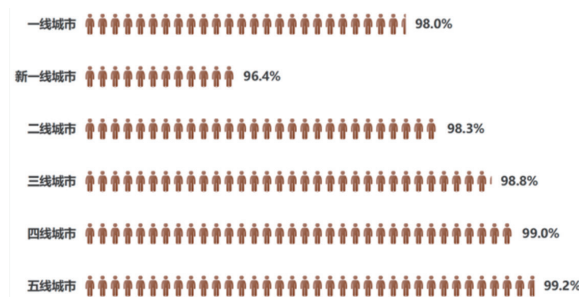
30至49岁用户是短视频核心群体，占比37.8%。50至59岁“新银发”用户占比20.9%，较2024年提升1.3个百分点，比肩30-39岁用户的20.6%，是用户增长最主要的增量来源。60岁及以上银发网民1.61亿人，银发人群月活跃用户3.51亿，月人均使用时长135小时。



2025 年中国短视频用户年龄结构

2. 下沉市场：三至五线城市用户占比62%

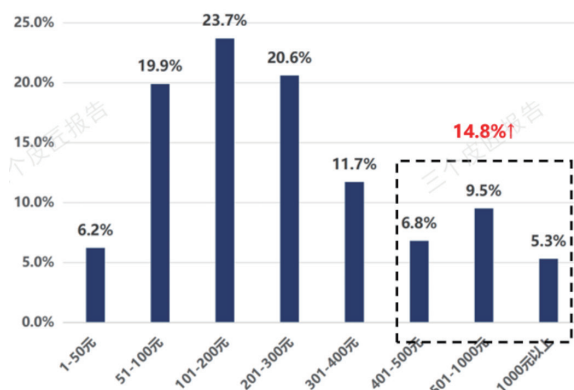
网络视听用户中三、四、五线城市用户占比达62.0%，地域层级越下沉使用率越高。快手三线及以下城市渗透率达56.3%。下沉市场短视频使用率接近99%，已成为县域和农村居民数字生活核心组成部分。



2025 年不同地域层级网民群体对网络视听应用的使用率

3. 消费行为：79.32%用户在平台产生消费，付费用户高收入特征明显

79.32%的短视频/直播用户在平台产生消费行为。微短剧付费用户比例突破48%，高收入（月入8000元以上）用户占比62.9%。“银发族”成为付费新主力，占比超过四成。月消费超2000元的高价值用户占比达47.9%，成为跨平台消费主力。

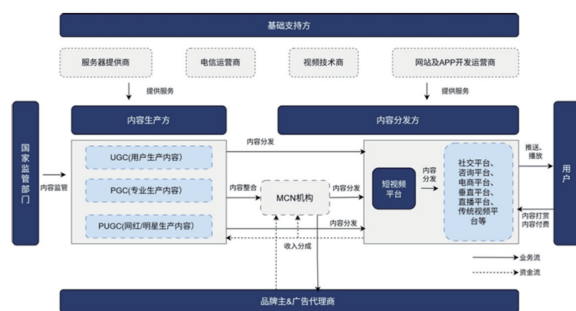


2025 年短视频客户端购买商品 / 服务平均单价

产业链与变现：广告+电商双轮驱动，AI重构价值分布

1. 产业链结构：上游内容生产16.2亿账号，中游平台11.49亿活跃用户

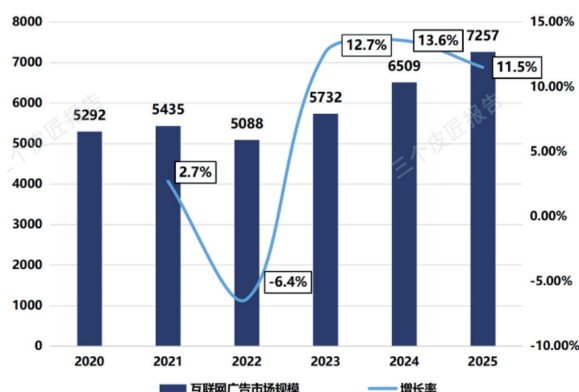
短视频创作者账号规模已达 16.2 亿，全国每日短视频上传量突破 1.3 亿条。MCN 机构数量 2.9 万家，过去十年增长超 180 倍。典型新媒体平台 APP 去重活跃用户规模达 11.49 亿，月人均使用时长 3367.5 分钟。



中国短视频产业全景图

2. 广告变现：视频类信息流广告增速 18.85%，AI 赋能投放效率

2025 年中国互联网广告市场规模预计 7257 亿元，同比增长 11.5%。视频类信息流广告增速高达 18.85%，成为所有广告形式中增长最快的品类。AI 工具将创意生产周期压缩至“分钟级”，广告公司可全流程成本控制在 1 美元以内，降幅达 99%。

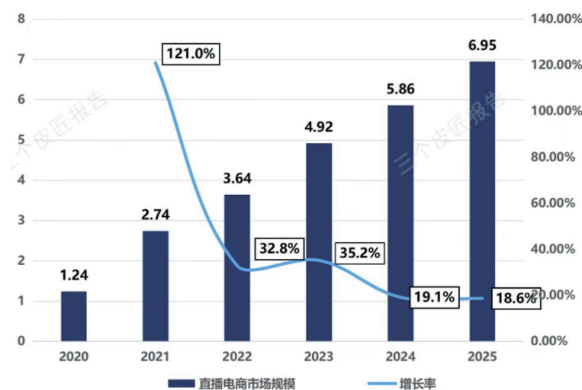


2020-2025 年中国互联网广告市场规模 (亿元)

3. 电商变现：直播电商规模 6.95 万亿，抖音 GMV 超 4 万亿

2025 年直播电商市场规模突破 6.95 万亿元，同比增长 18.6%。内容电商 GMV 市占率达 55%。抖音电商 GMV 预计突破 4 万亿元，

快手电商 GMV 达 15981 亿元。“短直双开”带来的 GMV 是单一短视频的 5 倍，泛货架电商持续高于整体电商大盘增长。



2020-2025 年中国直播电商市场规模 (万亿元)

4. 本地生活服务：抖音 GTV 突破 8000 亿元，新战场竞争加剧

抖音本地生活服务 GTV 预计突破 8000 亿元，第三季度单季 GTV 达 2600 亿元，同比增长 60%。微信视频号依托微信生态加速布局到店餐饮、酒旅、休闲娱乐等本地生活业务。本地生活服务打通“线上种草—线下消费”完整链路。

机遇与挑战

机遇

AI 技术红利：AI 生成内容超 20 亿条，增长 14 倍，AI 正在从工具辅助演变为内容生产革命。

微短剧新赛道：用户 6.64 亿、市场规模破千亿，精品化转型打开新空间。

银发经济与下沉市场：50 岁以上用户占比持续提升，三至五线城市用户占 62%。

海外市场拓展：TikTok 全球 MUA 突破 20 亿，TikTok Shop GMV 达 643 亿美元。

挑战

用户增长见顶：增速仅 0.8%，流量成本上涨约 20%。

内容同质化：仅 55.6% 用户认为内容真实可信，较 2024 年下降 9%。

商业化过度：信息流广告加载率上升，用户体验被稀释。

监管收紧：合规成本从弹性支出变为刚性投入。

AI 内容泛滥：AI 生成内容超 20 亿条，原创性和真实性面临挑战。

出海合规风险：美国“不卖即禁”法案、欧盟 DSA 执法、印度禁令等。

结语

30 亿全球用户，10.74 亿中国用户，163 分钟人均使用时长，1000 亿微短剧市场。

这些数字勾勒出短视频产业的真实图景：全球渗透率趋于饱和，中国进入存量深耕时代，微短剧和 AI 正成为新的增长引擎。

报告揭示的核心矛盾在于：用户增长见顶与流量成本攀升，内容同质化与审美疲劳加剧，商业化过度与用户体验稀释，合规成本上升与出海风险加剧——这些结构性矛盾正在倒逼行业从“流量红利时代”向“价值竞争时代”转型。

对于行业参与者而言，未来的竞争胜负取决于：能否在内容精品化中找到差异化定位，能否在 AI 技术浪潮中把握效率革命红利，能否在监管框架下构建可持续的商业模式，以及能否在出海过程中平衡增长与合规。短视频的下一个十年，赢家将属于那些真正理解“体验战争”本质的玩家。

03

为中国动画立一份“精神档案”

时间：2026-06-04 来源：人民日报 作者：孙立军

中国动画，历经百年。回想自己从年少时的动画陪伴到青年时的系统学习，再到后来成为中国动画学派的践行者，对我而言，纪录电影《中国动画 100 年》选题无比厚重。

关于“中国动画百年”这个提法，学界存在不同意见。论证过程中我发现，对真正在一线埋头创作的动画人而言，做出好作品才是根本。这让我思考，当我们把动画当作一门具有历史深度的学科来对待时，与其争论具体的年份，不如先把“家底”系统盘点一番。正是这个想法，促使

我和北京电影学院中国动画研究院的团队一起，开始系统论证并推进“中国动画百年”的相关工作。

我们需要了解前辈留下了哪些好经验：中国动画学派怎样诞生？它有何现实意义？人工智能时代，动画将扮演什么角色？通过梳理历史，我们也希望正视当下存在的问题：游戏化倾向容易带来动画本体创作的局限性，过度强调商业属性会导致审美层面的缺失……回顾与展望，是为了让中国动画事业与产业能够长久健康地发展。



中国动画经历了从传统手工制作到计算机制作的转型期,近30年里,大量工艺和设备已难以复原,对今天的观众而言几乎是陌生的概念。因此,我们遵循的首要原则是通俗易懂——无论是讲述发展历史,还是展示传统拍摄工艺,比如每秒二十四格、赛璐珞片、逐格拍摄,我们都尽最大努力深入浅出地呈现。

内容架构上,我们紧紧抓住“中国动画学派的成因”这一关键线索,系统梳理并选择最具代表性和经典性的动画片进行呈现。除了形式上的直观展示,我们同样强调中国动画学派的精神内涵。特伟导演带领上海美术电影制片厂团队提出的“不

重复自己,不模仿他人”,曾给中国动画注入强大的原创动力。结合各时期的作品来呈现中国动画的原创力,是这部纪录片电影的重要思路。

我们始终坚持就一个现象进行多方考证,站在相对客观的立场,肯定中国动画发展成果,也指出不容忽视的问题。我们还专门探讨了“动画到底为谁服务”这一根本命题——动画从业者必须有这份清醒的责任意识。

有一个在影片中未能充分展开的问题,值得思考:人工智能时代给动画带来的机遇与挑战。人工智能技术已经在辅助绘制、中间帧生成、角色动态等方面展现出强大能力。中国动画要想在新一轮技术浪潮中不掉队,既不能盲目排斥技术,也不能被技术牵着鼻子走。如何在技术辅助下保持手工绘画的温度?如何利用技术降低成本的同时不失艺术个性?这些都需要我们持续思考。

这部影片可以说是“千呼万唤始出来”。目前,国际上对中国动画的认知还缺乏系统性的文化解读,这部影片有助于中国动画的国际传播,将带领我们进一步思索,如何更好平衡动画商业属性与艺术属性的问题。未来,我们希望看到动画在孩子成长过程中发挥更突出的文化引领作用。也正因此,《中国动画100年》着重强调了动画要以文化育人,担当起传播中华优秀传统文化的责任。

只有清楚地了解自己,清醒地知道自己的定位,经过不懈努力,我们才能够由动画大国向动画强国迈进——这是我们对中国动画未来百年的期许。

从首日排片 1.6% 到跃居 2026 年度票房榜第二位 《给阿嬷的情书》揽获 14.48 亿票房

时间：2026-06-03 来源：新华网

截至6月1日,《给阿嬷的情书》总票房突破14.48亿元,跃居2026年度票房榜第二位,仅次于春节档大片《飞驰人生3》。猫眼专业版预测最终票房将超18亿,业内人士喊出有望冲击20亿。上映33天,连续三周周冠军,上周单周仍斩获3.42亿,占大盘72%。平均票价34元,是年度票房前十中最低的,意味着超过4000万人次走进影院,用一张张电影票投下了对真诚的信任。

一个多月前,它的首日排片只有1.6%,票房377万。这是一条怎样的逆袭曲线?又是怎样的一群人,把一副没人看好的牌,打成了今年最温暖的局?



《给阿嬷的情书》剧照

票房逆袭 从低谷到爆款

2026年4月30日,《给阿嬷的情书》上映,首日排片1.6%,首日票房377万。上映第五天,豆瓣开分9.0,随后一路攀升至9.2,超76万观众参与打分,五星好评占比65.5%,成为近十年来豆瓣评分最高的国产剧情片之一。近十年豆瓣评分

9.0以上的国产院线电影仅有4部:《我不是药神》《里斯本丸沉没》《好东西》《给阿嬷的情书》。

更惊人的是上座率,连续12天排名第一。影院被动上调排片,从1.6%一路拉升至最高68.7%。上映第十八天,单日票房占比高达78.3%,连续近三周稳坐单日票房冠军。密钥已延期至6月30日。蓝鸿春还留了个彩蛋,如果票房突破20亿,他会发布影片新素材。

这场逆袭的引擎不是宣发,是观众。看过的人自发敲长文安利,抖音上“一人一封手写信”挑战相关视频播放超3亿次,560多个热搜词条,全是“自来水”。

十年深耕 坚守本土创作

蓝鸿春是土生土长的广东潮汕人,在深圳工作。近十年来深耕本土创作,专注打磨“小而美”的广东本土方言电影,完成了被称为“潮汕家庭三部曲”的三部作品:《爸,我一定行的》《带你去见我妈》和《给阿嬷的情书》。

蓝鸿春希望以微小的视角为缺口,深耕广东本土故事,努力在电影市场中找到属于自己的一个小小的生态位。他的三部作品,一部比一部扎得深。所有人都在追“大”的时代,有人选择把“小”做到极致。十年只做一件事,讲好潮汕人的故事。

“真实”是蓝鸿春反复强调的创作第一原则。他的前两部作品,故事内核和人物细节都取材于真实生活体验,影片里所

有的对话、所有的场景都是团队亲身经历、感知过的。

《给阿嬷的情书》跳出了他的生活舒适圈。这次讲述潮汕华侨历史和南洋岁月，内容远超他的个人体验。团队开启漫长的溯源创作，影片筹备阶段，在东南亚、欧美累计走访近300个华人家庭，倾听一代代华侨的人生故事，从海量华侨生命体验中，提炼鲜活真实的生活细节与创作素材。剧本定稿后，为核实每一处细节设定，团队又开展半年田野调查，远赴海外复盘考证，力求影片每一处情节、每一种风物都有据可考、有迹可循。

电影里90%以上的细节和情节，都有真实原型。那句让无数人落泪的“江海万里，心中念你，便不觉遥远”，源自对侨批原文字句的提炼。

三年打磨、300个家庭走访、半年田野调查，这些数字背后藏着朴素的创作道理：你给故事多少真诚，故事就还你多少力量。算法能算出情绪点，算不出人遭遇困境时依旧踏实度日的克制与坚守。唯有真实生活，能沉淀出这般动人细节。

创作本心 双向情感共鸣

蓝鸿春坦言自己的票房预估心路。剧本创作、演员海选阶段，他从未敢预估票房。“创作剧本时我数次落泪，身边伙伴读完剧本也深受触动，我笃定这部作品有极强的情感穿透力。但从剧本落地为影像，过程漫长且艰难。”潮汕方言演绎、年代氛围还原，双重难点让拍摄落地难度倍增。

敲定全部演员后，他才大胆预判影片有望破亿，这在当时已是极高的期待。广东本地宣发发酵后，他认为影片能收获全国部分观众喜爱，一两亿票房已是超出预期。如今14亿+的成绩，于他而言是莫

大的褒奖，“后续的热度完全超出预判，是全民自发喜爱带来的叠加效应”。



比起票房成绩，蓝鸿春更珍视创作过程中的情感回馈。“创作全程，我收获了满满的情感共鸣。初稿完成后的落泪，不是难过，是被故事深深治愈。每拍完一场优质戏份、每优化一版剪辑，都会收获全新的感动与满足。”

“整部作品的创作过程，是我与故事的双向情感交流，这份治愈与成长，早已超越票房回本的价值。”他始终坚守清晰的创作底层逻辑，首部作品便确立成熟的市场思维：潮汕文化本身自带商业属性，影片的核心竞争力从来不是流量演员、套路类型，而是足够打动人心的文化共情。

《爸，我一定行的》已然验证这套逻辑的可行性。第二部作品尝试突破地域局限，

依托剧情情绪与叙事质感突围,市场表现未达预期。筹备《给阿嬷的情书》时,他精准平衡艺术创作与大众审美,打通小众文化与全民情感的共鸣通道。

他还有一份朴素的初心:“我希望每一部作品都能保本盈利。最初支持我们的,都是亲友与身边人,投资纯粹且温暖。我想认真对待每一份信任与支持,让真诚创作、良性回报形成正向循环。”

蓝鸿春说:“让阿嬷的故事、这份纯粹的真情,一直传递、流淌下去。”

唤醒市场 让观众看到全新可能

近日举办的电影业高质量发展论坛上,电影人俞白眉将《给阿嬷的情书》定义为“救市之作”。他表示:“这部影片让行业、观众看到了电影市场的全新可能。当下AI、短视频持续分流大众注意力,影院行业亟须优质作品作答。观众愿意为真诚、走心的情感作品买单。”

论坛专家指出,该片爆红,印证电影市场生态正从追逐大投资、大场面、大制作,转向青睐多元化精品力作。

所谓“救市”,并非拯救单一影片票房,而是拯救小众真诚创作的市场可能性。注意力被碎片化内容瓜分的当下,这部影片给出了影院电影的核心竞争力:唯有诚意,能留住观众、打动人心。

影片的价值远不止票房,其强劲的文旅效应持续释放,汕头小公园、揭阳洋淇村、潮州古城等取景地热度暴涨。同程旅行数据显示,汕头陈慈黉故居门票预订热度环比增长187%,龙湖古寨小团旅游产品环比增长134%,景区周边酒店预订量

环比翻倍。途牛数据显示,汕头、潮州、揭阳暑期出游人次同比翻倍增长。



沉睡的文化记忆被成功激活,侨批这一世界记忆遗产再度走进大众视野。北京大学中文系教授陈平原感慨:“三十年潮学研究,最终凭借一部电影成功出圈。”2013年入选联合国教科文组织《世界记忆名录》的侨批文化,被全国观众熟知、认可。

影片顺利走向国门,在戛纳电影节期间展映,收获海外评委与观众的高度认可,多国片商抛出引进意向,已敲定多国院线排期,即将陆续登陆海外市场。

AI 大航海，游戏先上岸

时间：2026-05-28 来源：封面新闻

算力的归处是AI，AI的落脚点是应用，AI应用的最强形态则是游戏。

5月27日晚，在SPARK2026上，腾讯一口气公布了超40款游戏产品的最新动态。值得注意的是，现场还展示了包括《王者荣耀》《和平精英》在内的多款产品的AI应用及游戏AI技术新进展。当AI技术融入游戏与电竞，AI游戏助手“灵宝”正加速实现全天候沉浸式游戏陪伴；AI NPC“小田”已从工具向情感型升级；同时，AI解说已在赛事上线，UGC也拥有了从场景生成到玩法配置的全链路AI创作助手。

从早期的AI Bot到如今的AI NPC、AI UGC、AI开发，AI+游戏正呈现出多点开花的形态，并切实对产品体验和板块预期产生影响。在A股，星辉娱乐、电魂网络、冰川网络、完美世界、恺英网络等均对智能NPC有业务布局；恒信东方借助AI辅助游戏剧情；昆仑万维则直接将AI做成游戏。AI不仅增加了可玩性，还能降低成本——AI对游戏的改变不是“将来时”，而是“现在进行时”。

毫无疑问，未来十年，AI不是游戏的选项，而是游戏的本身。

AI in Game 重塑游戏体验

相比去年，今年腾讯在游戏业务上的布局释放出一个明确信号：全面投入AI。

在时长两个多小时的发布会中，腾讯

游戏一口气公布了9项游戏AI应用进展。其中，AI在头部长青产品《王者荣耀》《和平精英》中的落地成果获得了广泛关注。

以《王者荣耀》为例，游戏内已实装的AI游戏伴侣“灵宝”，正逐步成为全场景智能助手：除了在对局中即时为玩家提供策略与建议外，在AI进一步赋能后，它还将具备与队友智能互动、达人定制、语音操控买装备等功能。



尤其是“语音操控买装备”这一能力，对《王者荣耀》这样的国民级产品而言，AI赋能替代了传统的“一键换装”，进一步降低了游戏的操作与学习门槛，一定程度改善了新手玩家、回流玩家与“手法玩家”之间的差距。表面上看，AI赋能提升了普通玩家的游戏体验；但对竞技类游戏来说，更重要的是它有效提升了游戏的月活跃用户数，进而对产品运营起到了关键的拉动作用。

类似的AI+游戏布局还有很多。比如，《和平精英》玩家可在对局中与AI队友建立情感牵绊，使其成为玩家的“固定搭子”；AI技术也在《彩虹六号：攻势》《舞

力全开：派对》等新品中有所实践。

值得注意的是，发布会上正式公布了名为“代号 Craft”的 AI 游戏创作平台。针对传统开发中的美术产能痛点，平台内置了完整的 AIGC 工具，并免费开放超万种预制美术资产供玩家使用。其核心亮点在于拥有强大的自然语言交互能力，用户仅需输入简单的文字指令，AI 便能快速搭建 2D 与 3D 等多品类游戏雏形，将用户的创意转化为可玩的游戏世界。



AI 在游戏领域的探索由来已久。而在更多年轻的产品中，AI 技术已呈现出更加多元的应用趋势，赋能产品体验优化与长线发展。

射击赛道的《无畏契约：源能行动》以及新品《彩虹六号：攻势》，也向玩家展示了“游戏+AI”在细分射击品类中的更多应用案例。例如，“手瓦智能助手”可为玩家提供战术、地图、英雄等全方位的咨询服务，帮助玩家快速上手。

与育碧合作的音游《舞力全开：派对》，则引入了 AI UGC 编舞功能。这一方面提升了产品开发效率，另一方面也让玩家深度参与到游戏创作中，从而与游戏生态形成更紧密的连接。

说到底，游戏厂商正在利用生成式 AI 的能力，结合自身产品需求，不断拓展 AI 与游戏的融合边界。这些探索不是概念炒作，而是基于用户真实需求，靠长

期投入去解决那些传统做法难以突破的体验难题。

至于“AI 应用的最强形态是游戏”这一判断，更深层的原因在于，腾讯游戏的 AI 尝试已潜移默化地重塑了玩家的操作习惯。可能过不了多久，我们一边说话一边触屏打游戏，或者跟 AI 队友一起开黑，都会变得稀松平常。而正因为 AI 技术一直在进步，企业才能把自己的 AI 能力分享给行业伙伴甚至玩家，带动整个品类往前走，也让游戏与玩家之间越来越懂彼此。



AI 大航海 没有旁观者

所以，当行业还在讨论 AI 是否会取代人类时，游戏行业已经给出答案。

开源证券此前发布的研报指出，当下游戏行业正经历较大的边际变化：行业正从“一波流换皮产品”转向“长周期项目”，现金流久期提升；AI 改革了游戏的商业运行模式和内容，游戏投资 ROE 或显著提升；消费习惯也在变化，从物质消费转向情绪消费。

这种变迁已在全行业企业中取得共识。更大的行业背景是词元经济兴起，DeepSeek、百度近期掀起大模型 API “价格战”，传导至下游 AI 应用侧，给游戏厂商带来调用成本的大幅下降，进而迎来“提速增效”与“商业化落地”的双重利好。

在A股上市的多家游戏企业中,昆仑万维凭借其游戏业务与AI大模型的双重布局,同时受益于模型降价和游戏内AI交互需求的提升。盛天网络则将AI应用于玩家服务与内容生成,成本下降推动了应用的加速落地。三七互娱把AI运用于产品买量,以及游戏内的NPC对话与关卡生成,大幅降低了发行与内容生产的成本。

从产品实践来看,AI已将过去研发中消耗大量人力的动作生成、光影渲染等“苦力活”转变为自动化流程。以《异人之下》为例,其“实时AI武术动作生成技术”改善了传统动捕的动作生硬和穿模问题,人力效率提升超过75%,训练数据准备时间从小时级降至分钟级。尤为关键的是,该技术能在手机CPU上以毫秒级延迟完成推理,标志着AI已成为研发管线本身的一部分。在画面表现上,《洛克王国:世界》采用Magic Dawn跨引擎光照方案,借助AI在移动端实现了接近3A级别的动态光影,整体渲染效率较传统方式提升数十倍。

而放眼全球游戏大厂,基本都意识到了“AI in Game”的强大潜力。育碧拟定了将NPC全面改造为AI驱动的宏伟计划,EA在《战地6》中整合了AI功能,索尼则为《地平线》系列开发了AI驱动的演示版本。尽管这些预期在执行层面可能打些折扣,但已在一定程度上证明:AI in Game的行业共识正在形成,且不可逆转。

对普通玩家而言,AI+游戏的拐点或许还没有真正到来。你会在很多社交媒体上看到玩家吐槽PVP玩法匹配机制、皮肤

设计粗制滥造,但量变产生质变的道理依然成立——真正的奇点时刻,或许就诞生于一次次具体尝试和开发之中。

当全球AI发展步入下半场拼应用阶段,游戏作为一个能全方位融合前沿AI技术的数字内容生态,已吸引了全球头部科技和游戏厂商的密切关注与前置布局。现在再回看腾讯财报中所提到的“生成式AI加快了游戏内的内容生产速度和规模”这句话,已有了坚实的案例支撑。

在抹平行业基础门槛的基础上,AI工具普惠带来的效率均等化,已让“AI原生游戏”成为差异化竞争的核心抓手。中邮证券此前发布的研报预测,到2033年,全球游戏AI市场规模将达到512.6亿美元,年复合增长率高达36.1%。

游戏行业的“AI大航海”已经开始,行业未来竞争的是全链路生态服务能力,即为开发者提供创意孵化、内容制作、商业变现的一站式解决方案,从而率先抢占“赛点”。

这场“AI大航海”也没有旁观者。当技术门槛被抹平、研发效率被重塑、商业模式被刷新,游戏行业正在用行动回答那个最初的问题:AI不会取代人类,而是让懂AI的人取代不懂AI的人。未来,决定游戏成败的或许不再是砸了多少钱、堆了多少人,而是谁能把AI真正变成创意的延伸、体验的引擎、生态的血液。

游戏行业的AI奇点,正在每一行代码、每一次交互、每一个被缩短的研发周期里悄然逼近。

95 分钟 AI 长片杀进戛纳， 全球影视产业迎来 Seedance 2.0 新风潮

时间：2026-05-22 来源：腾讯网

每年的戛纳电影节，都是全球瞩目的影视行业年度盛会。它不只是一场颁奖典礼，更是一年年度的风向标，折射出产业前沿正在发生的真实变化。

2026 年的戛纳，AI 成为一个绕不过去的关键词。全球首部 AI 生成长片在这里完成首映，AI 短剧从千余件作品中入围官方展映单元，影视、动画、特效、广告等各领域的从业者在这里谈论同一件事：AI 正在以什么样的方式，重塑创意产业的生产方式。

今年的戛纳电影节，为我们提供了一个观察 AI 渗透内容产业的完美截面。

5 月 19 日，火山引擎在戛纳电影宫 Main Stage 举办了主题为“Inspiring Creativity（激发创造）”的 AI 影像专场峰会，贾樟柯、吕克·贝松工作室 SEEN 的 CEO、好莱坞顶级特效公司 Outpost VFX 的创始人、广告巨头 WPP 的 CTO 悉数出席，约 150 至 180 位全球合作伙伴参与其中。

与此同时，8 部由 Seedance 2.0 参与制作的 AI 影片正式亮相戛纳官方银幕，其中包括全球首部 95 分钟 AI 生成长片《HELL GRIND》。过去几年，AI 视频在影视产业的边缘反复试探，这一次，它终于登上了主流舞台。

火山引擎总裁谭待在开场致辞中说：“AI 正在把创作者从繁重的‘执行’中解放出来，让创作者用更多的精力去关注角色塑造、剧情打磨，推动行业回归创作的本质。”

这不是一句泛泛的愿景表达——整场峰会上，每一个合作案例、每一部展映作品，都在用各自的方式回答同一个问题：当影视内容的技术门槛被大幅压低，什么才是创作者真正不可替代的价值？

一、95 分钟 AI 长片亮相戛纳 Seedance 2.0 站上行业主流舞台

在此之前，AI 视频尚未真正证明自己驾驭长篇叙事的能力。短片和短剧是它相对成熟的领域，但院线长片所要求的角色一致性、世界观连贯性和跨越数十分钟的镜头逻辑，是另一个量级的挑战。

主流 AI 视频工具普遍只能稳定输出 15 到 30 秒内容，一旦进入长叙事，人物面孔漂移、场景割裂、镜头逻辑断裂等问题就会接踵而至。

贾樟柯对此有切身体会。大约两年前，他曾尝试用当时的 AI 工具制作短片，结果人物形象根本锁定不住，甚至出现“六指”这样的 bug；剧本设定在北方农村，AI 却反复生成出南方的画面。

Seedance 2.0 的出现改变了这一局面。2026 年初正式发布的这一代视频模型，在人物一致性、画面稳定性和长时序叙事连贯性上实现了显著突破，第一次让创作者相信：AI 生成的内容，可以撑起真正意义上的长篇叙事。

四个月后的戛纳，一部 95 分钟院线级别的 AI 长片就正式登陆戛纳电影节。

这部名为《HELL GRIND》的动作奇

幻长片，由AI视频公司Higgsfield与Seedance 2.0联合打造，全长达到惊人的95分钟。单就时长而言，它已经追上了传统院线作品。

影片讲述四个被世界忽视的街头少年，在一次博物馆奇遇中意外获得神秘力量，被迫走上对抗黑暗的道路。这是一部完整的类型叙事，有人物弧线，有世界观逻辑，有叙事闭环——按照院线标准去讲故事，而不是展现AI能力的技术宣传片。

《HELL GRIND》的制作数据，足以让业界重新审视传统影视工业的成本结构：15人团队，14天完成，总成本不足50万美元，其中40万是算力成本。好莱坞同等规格的院线长片，制作成本通常在5000万美元以上，从开机到上映往往耗费数年。

过去，一部长片能否被拍出来，很大程度上取决于能否拿到足够的资金；而现在，决定性的变量开始向创意本身倾斜。创作机会，在某种程度上正在重新分配。

好莱坞导演Chuck Russell在观看初剪后评价：“你们让我真正共情片中角色——这在AI影视作品里几乎难得一见。”Chuck Russell说的“共情”，放在AI电影的语境里其实是个很高的门槛——AI画面、虚拟人物能不能让观众全情投入，故事能不能在95分钟里自圆其说，这比技术指标更难达到。



Higgsfield联合创始人兼CEO Alex Mashrabov则表示：“我们向各大制片厂和创作者证明：当下已有成熟技术基建，能以传统制作零头的成本，把最复杂的影视创作构想落地成真。”导演Aitore Zholdaskali的感受则更为个人：“我花了十年从拍婚礼录像起步，才熬到执导长片的机会。下一代创作者，不必再苦等十年才能圆梦拍片。”

长片之外，两部全AI短剧也在同一舞台完成了自己的全球首秀。触手AI出品的《饿塔》和《摸金之天机入梦》，从全球120个国家逾千件作品中入围戛纳Fantastic Pavilion单元，成为该单元仅有的两部中国作品。

两部作品均依托Seedance 2.0实现剧本、视觉、特效全流程AI创作。《饿塔》改编自银河奖得主潘海天的同名科幻小说，以末世求生为叙事主线，融合东方玄幻意象与西方经典故事原型。《摸金之天机入梦》将古墓文化、东方民俗想象与悬疑元素融入竖屏叙事，以AI影像重新打开中式探险题材的视觉表达。

Official Selection for
the 2026 Fantastic
Vertical Cinema
Showcase



The Fantastic Pavilion, Blood Window and
Mirrored are happy to present the Official
Selection for the 2026 Fantastic Vertical Cinema
Showcase, focused on horror, fantasy, thriller
and science fiction works in the vertical 9:16
format.

Genre: Horror
Golden Tomb Seeker (Yifan Zhang, Ran Ou,
Yong Chen, China)



Genre: Horror, thriller
Tower of Hunger (Kuang Hui, China)



两部作品能通过戛纳评审的专业筛选，说明Seedance 2.0生成的内容已经具备了国际顶级电影节的展映标准。

在制作层面，火山引擎技术团队提供了系统性的工程支持：针对特定题材内容的误拦截问题，将误拦截率从80%压缩至10%以内，并同步提供提示词工程优

化,帮助创作者在复杂题材的生产中稳定输出。

目前,触手 AI 正在制作《千门八将》《喜宴》等多部新作, AI 短剧出海的生产管线正在持续运转。

二、从动画、特效到广告营销 Seedance 2.0 深度渗透内容产业

《HELL GRIND》展现的是 AI 如何推开影视院线的大门,从行业边缘走向舞台中央。而峰会现场其他几家公司的分享,揭示的是一幅更全面的图景: Seedance 2.0 正在渗入内容产业链条的多个关键节点。

从动画制作的基建替代,到特效管线的流程重构,再到短剧出海和全球广告营销,这是一种新式生产力在整个内容产业横向铺开的过程。

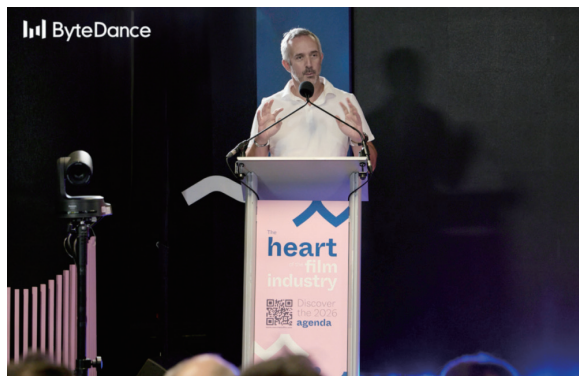
Seedance 2.0 能够同时被电影导演、动画工作室、特效公司和广告集团所采用,背后有一个共同的原因:它解决了专业生产流程最难容忍的问题——不确定性。很多 AI 视频工具的生成结果充满随机性,同样的输入,每次产出的质量可能天差地别。这种不可控,让它们很难真正进入有交付标准、有商业压力的专业流程。

Seedance 2.0 的核心优势,在于它给了创作者可以依赖的稳定输出,这是它能够横跨多个行业落地的首要原因。

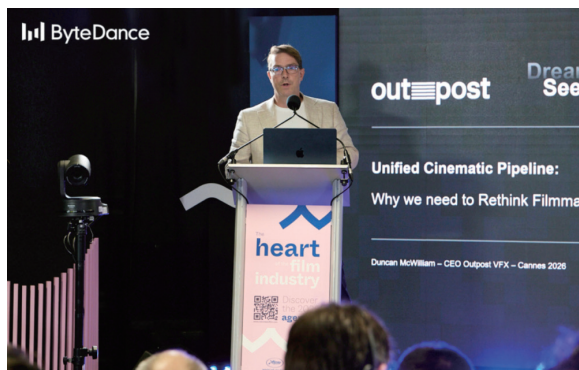
在 Seedance 2.0 的加持之下,吕克·贝松创立的 SEEN 工作室,带来了动画制作领域的一次模式颠覆。传统动画生产需要大型动作捕捉棚、密集的红外摄像头阵列,制作周期动辄四五年,等到片子做出来,最初的创意热情早已被消磨殆尽。

SEEN 的新路径是:导演用 iPhone 拍摄真人表演,通过 Seedance 2.0 直接生

成动画,随时调整场景、修改情绪,每一个改动都可以实时整合进制作管线,“影片不再被锁死在缓慢的线性流程里,它始终是‘鲜活’的。”



据悉,吕克·贝松即将亲自执导的 AI 动画电影《THE FURIOUS FIVE》,正是这一模式的首次大规模实践。SEEN 工作室 CEO Guillaume Lacroix 表示,这种“真人表演+AI 生成”的模式,将传统动画的制作周期与成本大幅压缩。AI 对影视工业的改造,正在撼动好莱坞级别的重资产生产体系。



服务过 Netflix、Amazon、Paramount、Marvel 的影视特效制作公司 Outpost VFX,揭示的则是影视工业一个鲜被公开讨论的痛点:线性流程带来的信息损耗与风险积累。剧本、美术、拍摄、特效各环节串行推进,一旦后期发现前期

的创意偏差,代价是巨额浪费和档期延误。

Seedance 2.0 让这条流水线变成了类似软件行业“敏捷开发”的并行模式——各部门在开机前就能看到可视化效果,统一创作目标,快速迭代。Duncan McWilliam 的表述很直接:“电影行业一直缺失的关键,是每个人都能围绕同一份蓝图,看见完全一致的最终结果。这块拼图刚刚到来。”他还进一步判断:“电影将越来越多被‘构建’,而不仅仅被‘拍摄’。”

广告营销领域的合作,则把这张版图延伸到了影视行业之外。全球“广告四大”之首 WPP、Havas 旗下的 Prose on Pixels,均在峰会上与火山引擎签署合作;欧洲用户量第一的生成式 AI 平台 Magnific (原 Freepik) 正式将 Seedance 2.0 的 API 接入其平台,将能力推送给 BBC、Puma 等 250 余家国际企业客户。

广告行业内容需求高频、周期短、量大,恰恰是 AI 生成技术最能发挥规模化优势的场景。从好莱坞特效公司到全球广告集团,这些机构选择在戛纳的舞台上公开宣布与 Seedance 2.0 的合作,本身就是一种背书——AI 视频已经越过了“值得尝试”的试水期,进入了“可以依赖”的新阶段。

三、AI 拓展表达可能性 人始终是创作的主导

在所有出席嘉宾中,贾樟柯的存在有一些特殊。他不是 AI 公司的合作伙伴,也不是特效行业从业者,而是一个以作者表达著称、长期关注普通人命运的电影导演。

在峰会现场,贾樟柯的追问代表了很多从业者及影视观众的共同关切:在 AI

介入创作之后,“创作”这件事究竟属于谁?

贾樟柯的判断是, AI 和电影“高度契合”,但理由耐人寻味。他表示,130 年前电影的发明是在物理和化学的推动下实现的,百余年间电影完成了从黑白到彩色、从无声到有声的多次迭代。



在贾樟柯眼中,“AI 就是我们当下最新的发明”,而 AI 对影像写作的技术扩展,就像作家从纸笔到电脑的转变。这个类比把 AI 从“颠覆者”拉回到了“工具”的位置——工具在变,但书写的主体依然是人。

戛纳展映的 8 部 AI 影片,从不同维度给出了具体的佐证。《HELL GRIND》虽然证明了 AI 有能力驾驭长篇叙事,但真正打动 Chuck Russell 的,是片中人物让他“真正共情”的那一刻——那是导演的叙事选择,不是模型的自动输出。《饿塔》和《摸金之天机入梦》能从千余件作品中脱颖而出,靠的是银河奖得主、金马奖得主这些真实创作者在内容层面的判断力。

另外 5 部中国新锐创作者的短片,题材横跨科幻、奇幻、青春、家庭,风格各有侧重,但指向的都是普通人在普通处境里的感受——老去、暗恋、牵挂、陪伴、告别。这些故事并不宏大,却因为足够真实而有打动人的力量。其中一部短片的制

作人透露,她那部五分钟的短片,是自己一个人花了5天时间独立完成的,总成本仅300元。

这些创意过去未必没有人想拍,只是预算、周期和技术门槛挡在了前面。AI工具清除了这些障碍,让创作者得以把脑海中的画面变成真实可见的影像。

Seedance 2.0降低的,是创意实现的门槛。当“拍出来”不再是难点,影视与内容产业的核心竞争力,将更彻底地回归到创意本身。

值得注意的是,贾樟柯在峰会上提到,这几年中国来戛纳的人明显少了,整个亚洲的面孔都有所减少。但今年有些不一样——过去,中国电影人来戛纳,是带着剧本找投资,带着影片找发行;今年,一家中国科技公司来到这里,是带着AI模型寻找全球的创作者。

角色在悄然转换:中国正在从电影市场的参与者,变成电影技术的定义者。对真正的创作者而言,这或许是一个最好时代的开始。



07

中国低空经济开启产业发展元年

时间: 2026-05-28 来源: 中国经营网

5月27日,由中国经营报社主办的“空域赋能 聚势而强——2026 低空经济产业高质量发展大会”在京举办。

在本次大会上,中国社会科学院工业经济研究所工业发展研究室主任、研究员邓洲代表中国社会科学院低空经济研究基地课题组对《低空经济发展报告(2026)》(以下简称“报告”)进行了系统解读。这份报告深入调研,对低空经济的发展态势、产业格局、技术瓶颈与未来趋势进行了全景式剖析,明确提出“十五五”开局之年将是中国低空经济真正意义上的产业发展元年。

新经济形态崛起

邓洲在解读中首先厘清了低空经济的本质。他强调,不能将低空经济简单等同于一个产业或仅仅是无人机,报告给出了明确定义:低空经济是在一个新的空间领域,以有人机、无人机作为载体,带动制造、运营、基建、信息服务等协同发展的新型经济形态。它代表着经济活动向低空空间的系统性拓展,正在从局部试点、单点突破走向多领域协同、多区域联动、全产业链条的发展新阶段。

这种新经济形态的战略地位近年来

得到极大提升。报告指出,低空经济是培育新质生产力和建设现代化产业体系的重要载体,不仅自身技术进步迅速,还能辐射带动各类科技创新,其产业链长、辐射面广的特性,使其成为现代化产业体系的重要支撑。

据预测,“十五五”期间低空经济将催生数万亿元的产值规模。同时,低空经济将交通体系从传统地面和高空向中间的低空环节拓展,为构建现代综合交通体系开辟了新路径,并在公共服务与国家安全领域提供了崭新手段。

政策层面,邓洲指出一条清晰的跃升轨迹。从最初作为未来可能出现的增长点进行培育,到被列为新兴支柱产业的重要门类,低空经济已从“战略对象”升级为“战略出发点”。这意味着,在“十五五”时期,低空经济要从一个被培育的对象,真正成长为具有支柱地位的产业力量。与之相应,从国家到地方再到行业,空域管理、适航标准、产业促进等各项制度环境与法规政策正在加速完善。

转向产业实际,报告勾画出“无人机领跑、e VTOL(垂直起降飞行器)待发”的两大特征。一方面,中国无人机制造研发和制造能力显著提升,无论发展规模还是技术水平均处于全球第一梯队;另一方面,e VTOL已进入爆发前夜,技术路线逐步明晰,工程化推进和适航验证加紧进行。

从应用场景看,农林植保和电力巡检是目前最成熟的场景,低空物流、城市治理和应急救援等新兴场景不断落地,低空旅游、航空运动等也从设想走向实践。资本市场的热烈回应印证了这一态势——报告初步统计,2025年有超过250起低空经济重大投资案例,总投资规模接近200亿元。

从全球范围观察,传统通航增长温和甚至出现负增长,无人机正成为低空市场的主要增量。产业链视角上,上游技术材料和零部件增长相对缓和,多由传统航空工业衍生而来;下游整机制造则进入蓬勃发展阶段,成为当前低空经济最活跃的环节。

在对中国低空经济竞争力的研判上,报告给出了一组极具说服力的数据。显示性比较优势指数(RCA)达到3.13,这一数值大于1即代表具有竞争力;贸易竞争力指数(TC)高达0.83,指数大于0代表具有竞争力,而接近于1则意味着达到世界最领先水平。0.83的TC指数表明,中国低空经济产业竞争力在全球已领先。但报告同时冷静指出短板所在:材料、航电系统、治理体系以及国际适航认证等方面,中国仍存在突出弱项,亟须重点突破。

深入到具体产业环节,邓洲对关键零部件和整机制造进行了细致剖析。在关键零部件方面,机体制造呈现出形态化、模块化和协同化趋势,中国交付能力全球领先,产能、交付量和出口量全球占比均位居前列。

飞控系统上,我国工程集成能力很强,然而和许多行业一样,主控芯片和高精度导航模块的对外依存度较高,构成供应链潜在风险。各类载荷均有突破,但边缘智能和安全要求不断提高成为共同趋势。

动力系统上,中国在燃油、电驱动、燃电混合以及未来可能爆发的氢动力等技术路线上均有布局,且都走在世界较靠前水平。值得关注的是,动力电池被报告视为当前技术领域对低空经济发展的最大制约点,其能量密度、安全性等问题亟待攻克,这一突破不仅关乎低空经济,也关系新能源汽车等更广泛行业,目前新的电池

技术路线正在孕育当中。

整机制造领域,不同类型飞行器发展态势分化明显。农业作业无人机无论从产品成熟度、场景覆盖还是盈利模式看,都最为成熟。物流无人机开始显现小型轻量化负责城市快递、中大型固定翼负责长途运输的分化格局。工业无人机在传统检修、巡检、测绘领域运用已相当成熟,同时具备更高智能化和安全性的专业机型正在蓬勃发展。

e VTOL 方面,工程化推进与适航验证同步展开,中国企业在进行国内技术突破和制度适应的同时,国际化步伐也在同步推进。“总体来看,一个从上游核心技术到下游整机集成,再到多元场景应用的完整产业生态正在加速成形。”邓洲表示。

直面瓶颈、把握机遇

尽管中国低空经济总体实力位居全球第一梯队,报告仍以务实态度系统梳理了当前面临的瓶颈与挑战,并提出了破解之道。

制度层面,两大核心制约因素最为突出:一是空域管理的持续优化,如何平衡安全与效率、实现更灵活的飞行审批,仍需深层次突破;二是适航证的取得,这对 e VTOL 等新型飞行器的商业化运营至关重要。随着低空经济进入蓬勃发展期,数据安全、运行监管、隐私保护等也构成制度建设的新难点。

技术层面,动力电池是最大的约束,此外,整机可靠性以及大规模应用场景下的某些技术难题仍有待攻克。产业链虽存在一定不稳定性,但报告认为产业链短板相对容易通过补链强链来解决。更为关键的约束来自市场端——当前不少企业仍处于亏损状态,根源在于市场的高价值付费

机制至今尚未形成,这已成为制约行业良性循环的核心症结。

面对挑战,报告同样识别出供给与需求两端的重大机遇,为低空经济注入确定性。供给端,技术持续突破、产业协同与生态构建日趋完善,基础设施加速建设,适用于低空经济发展的制度体系也在不断完善。

需求端,邓洲指出,一方面,传统行业转型升级迫切需要新的发展空间,智慧物流对高效配送的渴求、智慧农业对精准作业的需求、基础设施巡检对降本增效的期待,都为低空经济提供了扎实的应用底座;另一方面,新兴消费和服务需求与低空经济直接相关,城市低空交通的想象空间、低空文旅的体验升级、公共服务与应急救援的刚性需求,共同勾勒出广阔的市场前景。报告判断,供需两端的同频共振,将推动低空经济真正迈入商业化良性循环。

为进一步具象化这些趋势,报告选取了三座各具代表性的城市进行剖析。深圳被定位为商业化示范高地,在政策先行先试、应用场景开放和产业集聚方面走在前列;成都作为低空经济运营先行示范区,已实现提前一小时报备飞行等管理创新,城市低空服务网络初具雏形;西安依托深厚的航空工业底蕴,成为低空装备的策源地,在技术研发与产业转化上优势明显。

此外,报告还遴选了十余家典型企业作为案例输出,覆盖从关键零部件到整机制造再到场景运营的产业链各环节,为行业提供了可参照的实践样本。

邓洲指出,低空经济已成为国家新兴支柱产业,中国在这方面总体上处于全球领先地位,但也必须正视材料、航电、适航等明显短板。未来发展必须坚持技术与制度建设并重。场景拓展,特别是真正具

备盈利能力、能够形成可持续商业价值闭环的应用，是未来低空经济发展的核心要点。此外，产业生态链的构建同样至关重要，只有研发、制造、运营、服务各环节协同进化，才能支撑起万亿级产业规模。

该报告特别强调，中国一定要在这一全新领域扮演全球引领角色，抢占先发优势，从规则适应者转变为规则制定者，将当下的竞争力转化为长期的产业话语权。

重磅！工业设计写入“十五五”规划纲要，国际化按下加速键

08

时间：2026-06-03 来源：搜狐新闻

工业设计概念解读

根据工业和信息化部 2023 年发布的《国家级工业设计中心认定管理办法》，工业设计是指以工业产品为主要对象，综合运用科技手段和工学、美学、心理学、经济学等知识，对产品的功能、结构、形态及包装等进行整合优化的创新活动。

原文来源：工业和信息化部
标题：工业和信息化部关于印发《国家级工业设计中心认定管理办法》的通知
原文文号：工信部函〔2023〕99号
发文日期：2023-07-07 发布日期：2023-07-17
发布机构：工业和信息化部 分 类：政策法规

工业和信息化部关于印发《国家级工业设计中心认定管理办法》的通知

工信部政法〔2023〕99号

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门：

现将《国家级工业设计中心认定管理办法》印发给你们，请结合实际认真贯彻落实。

为保持工作连续性，尚未开展国家级工业设计中心认定的地区，可在本办法印发后2年内从非省级工业设计中心择优推荐申报单位。

工业和信息化部
2023年7月17日

来源：工业和信息化部

工业设计处于产品生命周期的开端，作为核心创新载体，具有附加价值高、创新活跃度强、涉及范围广、辐射带动作用强等特点，在制造业变革中发挥着战略支点作用，是先进制造业和现代服务业“两业融合”的典型业态，也是生产性服务业和服务型制造的重要模式之一。

政策演变

如今审视全球制造业的竞争格局，不难发现一条清晰的脉络：一个国家的工业设计能力与制造业的整体发展水平相对契合，互为表里。以德国、美国、日本为代表的制造业翘楚，其在全球范围内的设计话语权，正是其深厚产业根基与创新活力的集中体现。

对照而言，我国虽已构建起门类齐全、规模庞大的制造业体系，稳居“世界工厂”之位。然而，工业设计能力的发展却相对滞后，设计水平与制造规模之间存在明显落差，二者尚未形成协同发展的良性格局，产业发展仍需政策引领，我国对工业设计的相关政策大体可分为以下几个阶段：

01 加入 WTO 后工业快速发展期（2001—2010 年）

加入 WTO 后，中国制造业高速增长，但长期处于全球价值链中低端，以贴牌生产为主，自主设计能力薄弱。2008 年金融危机进一步倒逼转型。在此背景下，国

家对工业设计的认知从“外观美化”转向“产业支撑”：

- 2006年，“十一五”规划首次将工业设计归入生产性服务业；
- 2010年，十一部委联合发布《关于促进工业设计发展的若干指导意见》，首次从国家层面明确其产业地位。

02 工业转型升级与体系构建期 (2011—2015年)

2010年中国成为全球制造业第一大国，但增加值率与发达国家差距明显。转型升级迫在眉睫。《中国制造2025》将工业设计作为提升创新设计能力的关键。此阶段政策重点转向体系构建：

- 2011年，“十二五”规划将其列入高技术服务业；
- 2012年，工信部发布《国家级工业设计中心认定管理办法（试行）》，建立评定标准。

03 创新驱动与能力提升期（2016—2020年）

供给侧结构性改革与中美贸易摩擦倒逼制造业从“规模扩张”转向“质量效益”。工业设计成为突破产品同质化、提升品牌溢价的核心手段。政策重心转向能力实质性提升：

- 2016年，“十三五”规划提出设立国家工业设计研究院；
- 2019年，13部委联合印发《制造业设计能力提升专项行动计划》。

04 高质量发展与数智融合期 (2021—2025年)

“十四五”期间，制造业迈向高质量发展，数字技术与设计研发加速融合。同时，碳达峰碳中和目标对绿色设计提出新要求。政策突出质量提升与数智融合：

- 2021年，“十四五”规划强调深化设计环节的数字化应用；
- 2023年，新版《国家级工业设计中心认定管理办法》强化创新与公共服务能力要求。

05 新质生产力引领期（2026—2030年）

“十五五”时期，新质生产力成为主旋律。人工智能、生物制造等前沿领域加速产业化，工业设计从“被动响应生产”转向“主动定义产品”。与此同时，欧盟碳边境调节机制全面实施，绿色设计能力成为国际竞争力的关键。预计到2030年，工业设计对制造业增加值的贡献率有望从当前的约3.5%提升至6%，中国设计正从“并跑”向“领跑”跨越。

新时期的重点方向

01 宏观政治经济环境要求

从“十五”到“十五五”，中国在国际产业合作和对外开放方面经历了深刻变革，为建设国际水准工业设计中心提供了宏观背景和战略需求。

从“十五”到“十五五”，中国的对外开放经历了深刻变革：

- 开放格局：从“引进来”为主→双向并重→制度型开放；
- 贸易导向：从规模速度→质量效益→创新驱动；
- 开放模式：从要素流动型→制度型；

• 空间布局：从沿海为主→全方位推进。

这些变化要求工业设计必须从“代工设计”转向“自主创新”，从“国内适配”转向“国际接轨”。建设具有国际水准的工业设计中心，正是产业转型升级的内在需求——它关乎品牌溢价、价值链攀升，以及新质生产力的培育。

对外开放政策的深化，推动中国经济实力实现了跨越式提升，为建设国际水准工业设计中心奠定了坚实基础。GDP从2005年的18.7万亿元增长到2025年的140.19万亿元，增长6.5倍，稳居世界第二大经济体。对外贸易从2005年的1.42万亿美元增长到2025年的6万亿美元，增长3.2倍，连续8年位居世界第一。“新三样”（新能源汽车、锂电池、光伏产品）成为中国制造走向世界的新名片，高技术产业和现代服务业比重持续提升。自贸试验区从1个增加到22个，覆盖东西南北中；“一带一路”倡议成为受欢迎的国际公共产品。

建设国际水准工业设计中心，是产业转型升级的内在需求。从“中国制造”到“中国创造”，需要工业设计从外观美化转向核心技术创新，从跟跑模仿转向原创引领；从“代工生产”到“品牌输出”，需要工业设计打造具有国际影响力的品牌形象，提升产品附加值和品牌溢价；从“要素驱动”到“创新驱动”，需要工业设计成为新质生产力的重要组成部分，推动产业向价值链高端延伸；从“规模扩张”到“质量提升”，需要工业设计提升产品质量和用户体验，满足国内国际市场对高品质产品的需求。

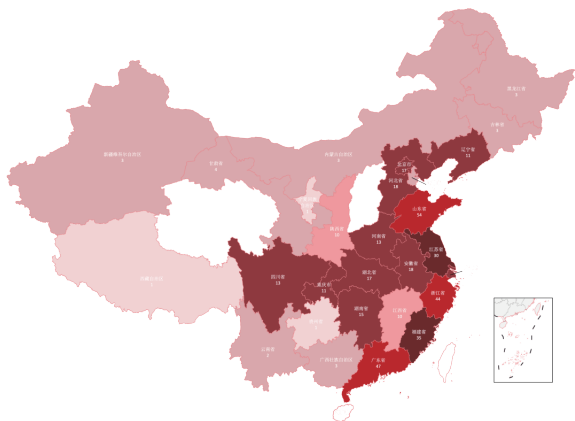
2026年是“十五五”开局之年，国务院《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年（2026—2030年）规划

纲要》中特别强调了国际化水准工业设计中心的建设。

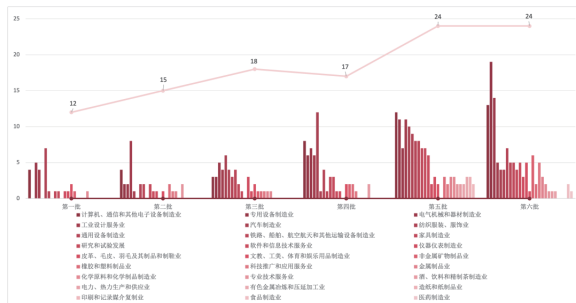
从国家级工业设计中心的13年发展历程来看，与国际接轨的进程从未止步。

联想设计：以本土化创新 传递全球品牌魅力

联想（北京）有限公司创新设计中心为首批入选的国家级工业设计中心。在设计品牌的国际化传播中，联想坚持“全球资源+本地交付”的理念，将分布于日本大和、美国罗利及中国北京的研发设计团队优势相融合，使主力产品ThinkPad等系列兼具精致细节与战略级创新能力。



国家级工业设计中心省级分布



国家级工业设计中心覆盖行业数量

面向不同市场，联想主动推进设计本土化：在拉美，针对消费者对色彩、香氛和交互软件的偏好，专门优化手机的外

观与功能,甚至推出带香味的手机。在巴西,手机内置数字银行账户并支持原住民语言,让设计真正融入当地生活。通过将设计语言与多元文化、ESG 理念深度结合,联想不仅让“Lenovo”成为全球科技领域认知度最高的中国品牌之一,更在丹麦、匈牙利等市场赢得家喻户晓的口碑,实现了设计品牌从“走出去”到“走进去”的跨越,成功塑造了植根中国、引领世界的全球化设计品牌形象。



来源:联想集团

吉利汽车:全球设计军团崛起 重塑国际化创新标杆

吉利汽车研究院(宁波)有限公司工业设计中心为第三批国家级工业设计中心,2017年入选。吉利汽车收购沃尔沃后深度整合全球设计资源,推动国际化进程跨越式发展。

依托覆盖中国、意大利、瑞典、英国的五大设计中心,构建超千人的跨国团队,融合前保时捷设计师、北欧专家与中国数字人才的多元智慧,通过“跨时区接力”机制实现24小时协同创新,设计迭代效率大幅提升。收购沃尔沃加速了技术、人才与标准的全球化融合:双方设计团队联合开发智能电动架构,共享北欧极简美学与东方设计哲学,推出多款融合性标杆作

品。

同时,吉利联合中国美院发布《中国汽车设计话语体系白皮书》,以“中国色·吉利青”“中国R角”等原创研究构建国际标准,反哺沃尔沃、极星品牌。



来源:2024国际汽车设计论坛

科大讯飞:携手国际权威组织 以创新设计驱动全球化突破

科大讯飞为第六批入选的国家级工业设计中心。以创新设计为核心驱动力,通过前沿技术融合与全球化协作,系统性提升其国际化发展水平。在创新设计实践中,公司突破传统技术边界,将AI能力深度植入国际场景:联合联合国教科文组织(UNESCO)开发AI智慧教室,通过智能交互设计与自适应学习系统重构教育模式,推动教育公平。



来源:科大讯飞

结语

工业设计是连接技术创新与市场需求的关键纽带,也是我国从“制造大国”迈向“制造强国”的战略支点。从“十五”到“十五五”,政策经历了从产业定位、体系构建到能力提升、数智融合,再到新质生产力引领的持续迭代。

通过国家级工业设计中心培育和认定、工业设计公共服务平台搭建等一系列举措,有效地促进我国工业设计产业蓬勃发展。415家国家级工业设计中心已形成

覆盖全国、协同产业集群的网络化格局,覆盖各领域的标杆企业更是在全球舞台上展现了中国设计的定义能力。

面向“十五五”,聚焦建设具有国际水准的工业设计中心的重点任务,我国工业设计产业将迎来发展的新阶段,也将持续发挥对制造业高质量发展的引领作用,全面渗透制造产业链、供应链、创新链、价值链,助力新型工业化建设,推动制造业高端化、智能化、绿色化发展,同时助力我国工业能力更好地掌握国际市场话语权,持续向价值链的高端迈进。

09

人工智能激发活力底蕴 文化产业加快数智转型

时间:2026-05-22 来源:新华社

完全用AI生成纪录片、小说变动画的速度大大加快、打造微短剧出海基地……在22日举行的2026文化强国建设高峰论坛“人工智能驱动文化产业创新发展”分论坛上,与会人员分享了人工智能给文化产业带来的新变化。从内容创作、生产传播到产业生态构建、文化出海,人工智能正以前所未有的深度融入文化产业全链条,成为推动文化产业高质量发展的强大引擎。

人工智能打破了创作边界,推动内容生产从“人力驱动”向“人机共创”跃迁。湖南广电以“芒果云+芒果大模型”为核心,搭建了AI超高清新型基础设施,与科研机构合作研发了超高清音视频云制作系统,推出了完全由AI制作的纪录片《台湾岛纪》、AI短剧《坐标》,还在创作

AI长篇电视剧。

湖南广播影视集团有限公司(湖南广播电视台)党委书记、董事长、台长、总编辑龚政文表示,当前,湖南广电创意团队与技术团队深度融合,导演与CTO协同研发,从辅助创作到内容生产都在积极拥抱智能化。

作为网络小说龙头企业,阅文集团积累了大量优质网文,但在内容形态的转化上长期面临两个问题:一方面,科幻、玄幻小说非常受欢迎,但很多IP和剧情影视化难度大;另一方面,网文出海有着巨大的市场空间,但翻译需要耗费大量的人力和时间,推出英文版已经很困难,更何况还有大量小语种。

阅文集团党委书记、副总裁谢兰芳表示,AI工具让这两个问题迎刃而解,阅

文集团以“IP+AI”为核心,推出妙笔大模型以及作家、漫剧、版权三大AI助手。其中,漫剧助手覆盖文本解析到场景渲染全流程,大大降低了小说IP的视觉化门槛,自2025年下半年推出AI漫剧业务以来,阅文集团已上线近千部AI漫剧作品,其中超百部播放量破千万次,12部播放量破亿次。

腾讯研究院院长司晓分析认为,人工智能给文化产业带来了巨变:内容生产者数量暴增,人人都是创作者;制作成本、周期大幅压缩,通用能力随时调用,内容产出速度指数级提升。

越来越多的文化遗产在新业态中“活”了起来。腾讯公司和敦煌研究院推出的“数字藏经洞”文博项目,利用人工智能技术对经卷文字自动识别并基于人机协同审核校正标注结果,打造了贯通古今

的数字“图书馆”;珠海市四维时代网络科技有限公司利用人工智能技术为流失海外的中国文物进行数字化建档,让更多人有机会在线感受中华文明的璀璨。

“接下来,我们还将利用人工智能技术,对不可移动的文物,比如一些遗址,开展保护性的技术‘体检’。”珠海市四维时代网络科技有限公司工作人员杨荣兵说。

面向未来,受访业内人士表示,人工智能与文化产业的融合,也带来了内容粗制滥造、版权争议、“洗稿式”创作等问题,建议创作者、平台、监管部门要共同努力,尽快出台文化产业AI应用指南,明确技术标准、数据规范、版权归属、内容标识等,强化安全管控,推动文化产业健康可持续发展。

10

高等教育质量文化：独特性与解释力

作者：宋欣雄（湖南师范大学教育科学学院）

摘要：工商业意义的质量标准不适合教育质量的转变性生成特征，它具有先天的局限性。认证、问责、审计、评估等质量保证体系不能必然导致质量的改进，因为它并非质量本身。欧洲大学协会从心理与结构两个维度把质量文化定义为永久地以提高质量为目的的组织文化，具有开创性价值。与工商业意义的质量观相比，高等教育质量文化更着重于学生的转变而非控制、发展而非保证、变革而非顺从。高等教育质量文化是以信任与共同价值观为基础的质量文化，是以学术共同体协调发展的质量文化，是以学生为中心的转化性学习质量文化。

关键词：高等教育；质量文化；持续改进；独特性；解释力

现代意义的质量概念，是从工商业界隐喻过来的。以技术、权力与意识形态为

特征的质量标准都无法充分诠释高等教育质量的独特性。近年来质量文化的概念因

其积极的意义在高等教育研究领域逐渐兴起。话语的转换意味着对教育质量文化理解的哲学视角的转移,因为语言作为任何变革过程中的一个关键问题,是与其契合的组织文化与特征相一致的^[1]。杜威从欧洲哲学在教育问题的直接压力下起源的事实中得到启发,认为哲学思维的特殊性存在于那种有组织的兴趣与制度上的要求的冲突之中^[2]。因此有学者认为高等教育语境下的质量文化就是以信任为基础的、全社会范围内的、整体的质量文化哲学^[3]。探索质量、文化与高等教育之间的关联,重塑高等教育质量话语与实践,需要一种心智的品质与教育想象力。

一、工商业的质量保证体系不适合对高等教育质量的解释

大学不是风向标,不能什么流行就迎合什么^[4]。大学是思想库,但遗憾的是教育常常与经济亦步亦趋。教育中的质量概念就是发端于工商业界。大学与工商业特别是制造业在性质、存在的意义等方面截然不同,理应有独特的质量话语。

(一) 工商业意义的质量管理的主要特征及其局限

20世纪80年代开始,质量的概念主导了商业和工业,并在私营公司中受到了相当大的关注。质量被认为是可以提高组织绩效、利润与竞争力的一般“无形”因素。因而质量保证和质量程序成为许多组织管理战略的核心问题。工商业意义的质量概念有如下几种:首先,符合规格,意即产品或服务满足所涉及的规则;其次是适合使用,就是说产品或服务能满足顾客或客户的期望;再次是项目或机构达成

了它的使命或目标;最后,质量还涉及可靠性、持久性以及美学要素等。质量运动的核心思想之一就是持续改进。因此这也成为一个质量标准:一个能创造持续改进风气的组织就是有质量的^[5]。

在此过程中产生的无数的质量保证概念与工具,如全面质量管理等,着重持续改善和系统分析,宣称是关注全过程、全部因素、全员参与的综合质量管理,但有研究表明它在应用于高等教育领域时却遭遇滑铁卢^[6]。静态的评价方式以及测量的标准化定义,对课程内容与教育过程的阐释力不足的原因在于心智状态,精神上的标准很难量化。

绩效的概念也被挪用到高等教育领域。大多数教育评价关注点在效率、成本效益或某种形式的质量代表,如满意度等。绩效指标的主要优势在于它的可比性,但由此引发的“排行榜”迷思,实乃质量改进的幻觉,徒增大学生及社会的过度焦虑。因此把绩效置于质量评估是有争议的。其潜台词是谁将进行评估?评估什么?一个更为根本的问题是:高等教育质量究竟意味着什么?

总体来说,对教育特别是高等教育产生深刻影响的质量概念有如下几种:

符合目的性:教育就是满足专业机构事先制定的教学要求或课程目标并体现学校的教育使命,以此评估学校与质量相关的教育计划或目的是否充分。由此可知,合目的性作为一种结构主义的方法并不是质量本身的定义。

完美性或排他性:力求超过最高的标准以追求卓越。通常以异常高的学术成就作为标准。如果超过标准,则实现质量。这种卓越意味着只有少数人与少数大学才能获得。只有那些高水平、高选择性的声誉卓著的高校才是有质量的。

一致、连贯性：专注于流程并设定其目标满足的规范；侧重于过程，并设定其目标满足的规范。从这个意义上讲，质量是由零缺陷和一致性这两个相互关联的概念合成的。

物有所值：通过投资或支出回报来评估质量。“物有所值”方法的核心是问责制。在教育中意味着公共服务应将对资助者负责。

转变性：教育机构对学生的教育包括认知、情感、心理等方面产生积极的变化。这种观点认为质量是一个变化的过程。在高等教育中，它通过学生的学习经验为其增加价值。教育不是为学生提供的服务，而是作为参与者的学生不断转变的过程。

由此可见，除转变性质量概念外，传统意义上的高等教育质量与卓越相关联：通常把排他性极高的学术成就作为尺度，这极易忽视大学存在的独特的历史与文化特质。用一个统一的排他性标准来考量一个高校的办学质量，只能是挫伤高校，特别是师生员工的积极性。

（二）高等教育质量保证体系的内在要求及其问题

20世纪80年代开始，质量问题逐渐成为政策议程的核心，几乎所有的欧美国家都出现了由政府主导的以检查与监督为名的高等教育保障运动。20世纪90年代博洛尼亚进程开始以来，各种指南和工具由欧美向全球扩散，旨在支持高等教育机构的质量保证工作。质量保证指所有能激活与提高教育机构绩效的所有的政策、程序与行为^[7]。质量保证是建立各利益相关者信心的过程，相信所提供的服务（投入、过程和结果）能满足其期望或达到最低要求^[8]。

质量保证是确保其目的适合性，是一种提高整体质量的方式，其首要目的是防止不合格产品或服务^[9]。质量保证作为高等教育系统质量的持续评价过程，包括评估、控制、保证、保持与提升^[10]。然而，这并不意味着质量必然改进。现有研究表明，为质量保证而制定的系统、规则、程序，以及产生的超大量数据、报告及引发的关注并没有带来师生员工的拥护与积极参与^[11]。

问责，作为质量保证的核心理念，就是为了回应高校外部利益相关者对高等教育质量的诉求。在美国，质量保证具有透明性等特有文化，但其认证因自身的一系列缺陷，也难逃诟病：认证作为一种基于极简主义的偶发性的相互利用行为，远离公共视野，不能防止学术的或行政的诚实与正直^[12]。

传统的基于同行评议的质量保证体系的崩溃与日益市场化的高等教育文化之间存在必然的紧张。因为在一个竞争性而非学院制的体系中，很难区分学术评价与自利。同样，学术项目同行评审也存在类似弊端，被指空洞与徒劳，占据行政人员大量繁忙的工作，而与资源分配与决策关联甚少^[13]。

保证（assurance）、问责（accountability）、审计（audit）、评估（assessment）等以“立法者”形象出现的质量保证举措往往拘泥于程序与技术，其结构化方法的局限性显而易见。它忽视了人的热情（enthusiasm）、增进（enhancement）、赋能（empowerment）与追求卓越（excellence）等生命元素对于质量改进的根本性意义。

与质量保证相比，质量增进（enhancement）是教学中一个审慎的转化性变化过程，直接涉及附加价值与提高

质量。因质量增进过程的变革性本质,这就是我们要把重心放在质量增进而不是质量保证上的原因。研究表明利用资源进行质量增进可以明显提高教学质量^[14]。

从工商业领域引入的基标法、绩效指标等构成了我们今天所言的系统的、正式的高等教育质量保证。它在某种意义上是审计社会和评估型国家的产物^[15]。教育世界被科学化、公式化和精细化以后,就失去了它的人文意蕴和价值情思,失去了它的生命关切和人性基础,从而也就失去了它的灵性与魅力,失去了它的活力与生机^[16]。

质量保证与控制等外在质量管理方法是机械的、技术的、自上而下的,在本质上是结构主义的,并不能揭示教育教学的现实生态,忽视了教育中的人的因素。任何真正的教育质量的达成是与学生的动机、信念、情感、价值观,以及教师的道德态度、认同感、专业能力与文化素养息息相关。

二、质量文化观对高等教育质量的解释力

人们对于文化有共时的理解,但更多是从历时的角度,描述其功能性、行为性与创生性。因此从学生或学术共同体的转变性转化更能说明高等教育质量的特质。

(一) 文化概念的重审: 内涵与特质

文化的英文“culture”,是由拉丁语“cultura”演变而来,其最初的语义包括培育、栽培、种植等意义。据考究,该词从15世纪早期被吸收进入英语。其隐喻意义“心智的培养”可以在培根(Bacon)、霍布斯(Hobbes)等名人著

作中看到。之后文化一词的语义进一步丰富,并成为英语世界两三个最为复杂的词语之一。

国外学者博德利(Bodley, J. H.)将人类学定义下156种不同的文化概念,细分为八大类:1. 主题的:文化由一系列主题或范畴组成,如社会组织、宗教或经济;2. 历史的:文化是传承给后代的社会遗产或传统;3. 行为的:文化是共享的、习得的人类行为与生活方式;4. 规范的:文化是理想、价值观或生活规则;5. 功能的:文化是人类为适应环境或共同生活而解决问题的方式;6. 心理的:文化综合思想观念与习性,并抑制冲动将人与动物区分开来;7. 结构的:文化由模式化和相互关联的思想、符号或行为组成;8. 象征性的:文化建立在社会共享的任意分配的含义之上^[17]。

一般来说,文化摆脱了原初意义上的基于农牧业的含义,意在创造或生长一种高质量的文化气质,包括共同信仰、价值观、习俗、行为意义等。西班牙思想家奥尔托加宣称它们在形式上表现为认识宇宙世界的明确、坚定的思想,认识事物的本质、积极的信念,这些思想的整体或体系就是文化的真正含义^[18]。因而大学的使命就是培养具有文化修养的人:能够以清晰的眼光看到生活道路的人^[19]。

需要指出的是“文化”不仅意味着整个生活方式与共同的意义。文化也是一个发现和创造性努力的特殊过程。它昭示着精英文化与大众文化的分野:新柏拉图主义将文化等同于美和智慧,将其视为健康民主国家的关键组成部分;而民主意义下的文化是描述性的、包容性的和相对性的^[20]。亚文化可能成为一种辩证的反驳。

(二) 高等教育质量文化：内涵与要素

文化的多样性意味着对高等教育文化的理解可以有不同视角。有人把它定义为与质量有关的习惯、信念和行为模式，是一种思维的背景^[21]；有人把物质形态的文化也包含其中，认为它是与高等教育相关的质量理念、质量价值观、质量形象、质量制度与规范、质量行为方式及其物化形态的总和^[22]。欧洲大学协会(EUA)也为质量文化下了一个经典定义：

质量文化是以永久地提高质量为目的的组织文化，以两个区分性的因素为基础：一方面是共同的价值观、信念、和对质量的承诺（这是一个心理要素，指向理解、灵活性、参与、愿望与情感）；另一方面是结构、管理因素，它具有明确的流程，以提高质量并协调工作，表现为任务、标准、与个人、组织或服务责任^[23]。

显然这种理想的质量文化概念化的图式中，质量管理、策略与过程这些硬因素或称为外在的因素与价值观、信念与承诺等软的或称为内在的因素统一于共同的质量追求之中，建立在充分的信任、交流与共同参与的基础之上。

在古典解释学看来，理解只是剔除了情感的说明，往往被窄化为认知与理性的活动；近代解释学则认为理解除了与认知成就之外还包含了对文本的一种情感体验活动。或者说理解是对人的生命性与整体性的理解。从文化的角度考察，个体情感的认知和表达是由文化形塑的。心理学视野下的质量不仅关乎理智与智慧，还涉及审美及道德。

质量文化概念假设了其成员在工作中享有高度的自我责任感和自主性。显然扩展了传统质量保证的方法，重视了个人

心理因素在质量文化形成中的重要性，从而使其质量文化方面表现为“自下而上”的过程，而非管理意义上的测量、评估、保证以满足于管理概念的策略、工具和机制。因而便于激发个人在质量文化建设方面的能动性、主动性。最后，EUA假设这两个质量文化要素不是单独存在的，而是通过沟通、参与和信任联系在一起的，这有助于发展一种自下而上的积极的质量文化。这种质量文化可以通过共同价值观和信念的结构性决策来实施。

大学是学者们携起手来共同商讨、探索和传播文化的组织^[24]。因而质量文化看成是组织文化的一部分。对于什么是组织文化，有这么几种代表性的观点：沙因(Schein)把组织文化看作是团队共享的基本假设模式，是他们在解决外部适应和内部整合问题时习得的。其文化元素包括价值观，共享的基本假设以及其外在表现物；吉尔特·霍夫斯塔德(Geert Hofstede)视文化为一种心理编码，允诺一种连贯性行动，表现为符号、英雄、价值观和仪式等来描述元素；约翰尼斯(Johannes)认为文化与语言的语法规则和语义规则具有可比性；加雷斯·摩根(Gareth Morgan)认为文化是一种社会和集体现象，指的是一个社会群体的思想和价值观，在他们没有明确意识到的情况下影响他们的行为^[25]。

从以上的描述中我们不难得出组织文化的一些共性，例如共享的价值观、信仰、知识以及语言，并以此为内核，通过实践等外在表达方式呈现出来，如学生思维等精神领域发生积极性转变。与工商业意义上的质量观相比，它更着重于个人的转变而非控制，发展而非保证，变革而非顺从。

三、高等教育质量文化培育：推动质量持续改进

质量是一个包含价值在内的哲学概念。高等教育中不同的利益群体或“利益相关者”对此有截然不同的优先度。例如，学生和教师关注的可能是教育过程，而政府可能是高等教育的产出与教育对国家经济、科技的影响力。因此，质量不能作为一个统一的概念来讨论。约克(Yorke)指出当一个机构的质量文化面向所有利益相关者的需求，并且有明确、有效的机制支持其全体员工努力实现整个组织对质量持续改进的承诺时，该机构就形成了质量文化^[26]。

(一) 培育以信任与共同价值观为基础的质量文化

在高等教育中加强质量文化会面临诸多挑战，例如教师的教育质量所有权(ownership)的丧失。所有权被理解为一种心理状态，意在促进责任感，包括保护、关心、培养和主动承担责任，以实现目标。因为教师是课程的开发者与实施者，研究表明教师教育质量所有权对于确保教育质量是十分重要的。其次，高等教育中的问责制与质量提高缺乏平衡也是加强质量文化面临的挑战。问责的重要性不容置疑，但过分强调问责可能会使相关人员偏离教育过程的本质，不能促进教育质量的提高。再者，问责与质量改进过程的分离也无助于教师与管理人员对质量的持续改进的集体所有权^[27]。

Hildesheim^[28]对教育质量文化的理解具有建设性。它预设了个人与集体、结构与心理、问责与改进、技术与价值之间从紧张走向平衡，共同建构一个和谐的

“家”与教育氛围，达成对质量意义的共同理解：一种对质量价值的认同与谋划、履行质量承诺的行为表征相统一。其中个人在质量文化中所表现出来的责任、承诺与契约精神是质量文化的根本；建立在信任基础上的领导力是质量提高与实现的保障；共同参与的相互协调意义上的沟通是达成理解的桥梁与不可或缺的有效方式。

培育质量文化就是建立互信和理解的氛围，激发院校特别是教师在质量改进方面的动机并内化为教育过程中质量实践。适当的沟通被视为利益相关者实现共同价值观和信念的不可或缺的方式。从更广泛的意义上考察，交流不仅仅意味着适当的信息共享，还意味着和解与妥协。以信任为基础的高水平的质量文化还关联着与大学核心利益相关者的忠诚和高等教育的声誉。

事实上质量文化的形成与变革取决于大学领导人在变革过程中的专业精神、领导风范、大学使命与承诺。在理想的实践中，正是卓越的领导力让教师获得了“所有权”感与归属感，从而使教学成为共同的责任。在提升质量文化方面最成功的领导者正是那些能够就预期变革的目的和效果提供令人信服的共同愿景，团结潜在对手或建立教学专业话语的个人^[29]。大学的高层管理者的远见卓识与战略领导能力，必将激励其成员将个人知识和经验自愿转变为组织的力量源泉，以保持大学竞争优势。领导者所特有的激情、正直、好奇心、胆识以及创造性个人品质对质量文化产生根本性与全局性影响。

研究表明，在可持续发展战略中，管理者的关键作用表现在引领文化变革，并促进有效的团队合作。但管理者对自身行为的认识和反思是有效文化变革的先决条件^[30]。

总之,领导力对提升优秀质量文化至关重要。现代大学既需要学术上追求真理的勇气,也需要管理智慧。两者的结合才能全面阐释教育质量文化的丰富性与完整性。

(二) 重建以学术共同体协调发展的质量文化

凡是在人以有机的方式由他们的意志相互结合和相互肯定的地方,总是有这种方式的或那种方式的共同体^[31]。universitas(大学)的最初含义——教师与学生的共同体——与它作为所有学科的统一体含义同等重要^[32]。虽然中世纪大学“一个学者团体、一种共享的内部文化、一套共同旨趣、一席公共话语”^[33]的象牙塔理想逐渐衰落,但19世纪的英国教育家纽曼眼中的大学依然指向学生或学科。他反问道:“如果大学的目的是为了科学和哲学发现,我不明白为什么大学应该拥有学生。”^[34]相比纽曼与雅斯贝尔斯的视野似乎更为宽阔,他们用精炼的语言概括了大学的理想:大学是研究和传授科学的殿堂,是教育新人成长的世界,是个体之间富有生命的交往,是学术勃发的世界。这四项构成大学理想的生命整体^[35]。在这两位教育思想家的眼里,大学就是一种学术共同体的精神生活,它关注精神生命体的交往与学者的洞见,为对话交流提供了必要的空间,为批判性思维的培养提供了前提。

然而,个别课程以及对该课程的经验不能构成一个“秘密花园”,而是必须公开接受严格的审查,这种审查是由作为法人团体的教师集体完成^[36]。它是建立在信任基础上的集体负责与共同使命。对任何知识取向的活动而言,社会互动、个人承诺,心智开发、价值关涉似乎成为四个

共同要素^[37],只有当知识主体本身接受批判性评价时,高等教育的解放承诺才能得到履行^[38]。

在理性主义视野下,高等教育是为了“闲逸的好奇”而追求知识、“富有想象”地探讨学问以追求“价值自由”。因此高等教育所体现的“高等”就应该体现在以自由教育作为教学与学习的过程;通过反思性学习及深层次学习逐渐养成终身受用的批判性思维能力,进而培育出理性思维及创新思想;确保学生能充分参加学术对话;同时全体教职人员全心付出,多与学生接触、给予积极反馈并采用形成性评价模式等^[39]。纽曼甚至说“大学教育的真正而且充分的目的不是学问,或学识,而是建立在知识基础之上的思想或理智,抑或可称之为哲学体系”^[40]。然而“高深”“高层”“高等”也不足以全面充分阐述了大学的特性,因为其中的人是一个更复杂、更美好的精神生命体^[41]。学术共同体之间不仅有知识的传授,还有生命内涵的领悟、意志行为的历练。

费希特说学者的真正使命是高度注视人类一般的实际发展进程,并经常促进这种发展进程^[42]。如果我们从这个角度去看教育质量,一定是事关学者的学术水平以及所培养的学生的质量。这才是高等教育质量文化的根基。

(三) 培育以学生为中心的转化性学习质量文化

目前对学生成果的关注已经成为美国高等教育认证中判断院校质量的依据和重点^[43]。

学生的就读经验、学习成果、与教育过程的融入度以及能力的发展等都成为教育质量关注的重点。教育的过程是

一个不断改组、不断改造和不断转化的成果^[44]。教育也是才智发展的增值(value added)过程及文化体验与建构。例如,英国的传统大学通过导师制与面对面交流发展学生个性,意在培养以知识与社会互动为基础的有教养的绅士。而在德国,按照洪堡的观念,高等教育意在追求知识,以从更广泛的社会文化中摆脱出来,培养出有学问的知识分子。因此不同的文化视野,决定了学生的转变的方向与内容,从而形成不同的文化气质:人文的或科技的、自由的或机械的。进一步说,真正的高等教育是培养学生的探索精神,而不是教导学生选修哪些课程;不在于学生具体获得的能力,而在于一种审慎质疑的态度与思维方法的培养。雅斯贝尔斯说:“大学里面的教育,从其本性来说,是一种苏格拉底式的教育。”^[45]即通过无休无止的辩难来唤醒沉睡的潜能与真实自我,以追求自由与真理。

从根本上说,理解教育的前提是理解人。卡西尔认为人的突出特征是人的劳作(work)。正是这种劳作,规定和划定了人性的圆周。语言、神话、宗教、艺术、科学、历史,都是这个圆的组成部分和各个扇面^[46]。这表明文化是一种有意识的创造性生成。文化必须通过实践才能成为人的第二天性^[47]。

如西美尔所言:我们的想象与认识,我们的价值与判断以及它们的意义全部在创造性的生命之内——这恰恰就是生命的独特之处^[48]。教育只能按照人的天分和可能性来促使人的发展。它构成大学的基本原则:经过思考去运用一切工具和发展人的所有潜能^[49]。

教育之所以有质量可言,全在于其中的人本身具有独特的内涵与品质。对于高

等教育来说,它意味着毕业生实际获得独特的智力修养与思辨能力,而且包含着一个受过教育的人所应有的好奇心、想象力。

杜威说:学习就是即将知道,它便包含从无知到智慧的过渡,从缺乏到充足的过渡,从缺陷到完善的过渡,用希腊人的表达方法,就是从无生命到有生命的过渡^[50]。可见教育关注的是这种可能性、变化、形成、发展与转变。

这种教育的改变与发展呼唤自由教育。施特劳斯说:“自由教育是在文化之中或朝向文化的教育,其成品是一个有文化的人。而‘文化’意味着按心灵的本性培育心灵,照料并提升心灵的天然禀赋”^[51]。自由教育是大众文化的解毒剂,使人从“庸俗”中解放出来,追求优异与卓越。古希腊人用庸俗来形容对美好体验的缺乏,因而,自由教育将赠予我们对美好事物的经历^[52]。

高等教育意味着对“自我赋能”与心智自由发展的承诺,把人从形形色色的愚昧、无知、偏见、世俗、与人性的贪欲中解放出来,把自身推进到批判性反思层面,实现自身的转变与改善。因此转化性教育视角更能从根本上阐释高等教育质量文化的真正意义,实现高等教育内涵式高质量发展。这种高质量体现在人自身的文化修为、全面教养与非凡卓越。

四、结语

质量是一个主观性的概念,不同的利益相关者或参与者有不同的理解。同时质量是动态而非静态的,一种持续地对卓越的追求,必须在广阔的教育、文化与社会情境中去理解。

质量是自身“生产”出来的。质量文化是持续提升大学教育质量最持久的内在

动力。高等教育质量文化根植于自身的独特性,表现为独特的生活方式、发展理念与精神文化。成熟稳定的质量文化是提升

大学质量的根本保证。大学校园弥漫的应该是一种对真理孜孜以求的学习文化以及对什么是好的教育的锲而不舍的追问。

【参考文献】

- [1]Spear R.The dark side of the moon unilluminated dimensions of systems practice[J].Systemic Practice and Action Research,2001,14(6):779-790.
- [2][44][50](美)约翰·杜威.民主主义与教育[M].王承绪译.北京:人民教育出版社,2017:351,58,349.
- [3]张应强,苏永建.高等教育质量保障:反思、批判与变革[J].教育研究,2014,(5):19-27.
- [4](美)弗莱克斯纳.现代大学论——英美德大学研究[M].徐辉,陈晓菲译.杭州:浙江教育出版社,2001:3.
- [5][12][13][43]Bogue E.Quality Assurance in Higher Education:The evolution of systems and design ideals[J].New directions for institutional research,1998,(99):7-18.
- [6]陶爱萍.美国高校全面质量管理由盛而衰之成因及思考[J].高等农业教育,2009,(10):91-94.
- [7]Kevin K.Questioning quality assurance[J].New direction for higher education,2014,(168):55-68.
- [8]李亚东.我国高等教育外部质量保障组织体系顶层设计[D].华东师范大学,2013.
- [9]Laurie L.Embedding quality:the challenges for higher education[J].Quality assurance in education,2004,(4):157-165.
- [10]Laura S,et al.Definitions of Quality in Higher Education:A Synthesis of the Literature[J].High. Learn. Res. Commun.2015,(3):3-13.
- [11][17][20]Lee H,Bjorn S.Quality culture:understandings,boundaries and linkages[J].European Journal of Education,2008,(4):427-442.
- [14]Laurie L.Embedding quality:the challenges for higher education[J].Quality assurance in education,2004,(4):157-165.
- [15]苏永建.高等教育质量保障的历史演进、全球扩散与发展趋势[J].高等教育研究,2017,(12):1-11.
- [16]刘济良.生命教育论[M].北京:中国社会科学出版社,2004:189.
- [18][19](西班牙)奥尔托加.大学的使命[M].徐小周,陈军译.杭州:浙江教育出版社,2001:55,87.
- [21]王建华.高等教育质量管理:文化的视角[J].教育研究,2010,(2):57-62.
- [22]何茂勋.高校质量文化论纲[J].高教论坛,2004,(3):140-145.
- [23]European University Association.Quality Culture in European Universities:A Bottom-up Approach.Report on the Three Rounds of the Quality Culture Project 2002-2006.Brussels:European University Association.2006.
- [24](英)阿什比.科技发达时代的大学教育[M].滕大春,滕大生译.北京:人民教育出版社,1983:94.
- [25]Ulf E.Understanding quality culture[J].Quality Assurance in Education,2009,(4):343-363.
- [26]Yorke M.Developing a quality culture in higher education[J].Tertiary education and management,2000,(1):19-36.
- [27][30]Myrte L.etc.Enhancing a quality culture in higher education from a socio-technical systems design perspective[J].quality in higher education,2021:1-14.
- [28]Christine H,Karlheinz S.The quality culture inventory:a comprehensive approach towards measuring quality culture in higher education[J].Studies in higher education,2020,(4):892-908.
- [29]Malgorzata D.Trust-based quality culture conceptual model for higher education institutions[J].Sustainability,2018,(10)2599-621.
- [31](德)滕尼斯.共同体与社会——纯粹社会学的基本概念[M].北京:商务印书馆,1999:58.
- [32][45][47](德)卡尔·雅思贝尔斯.大学之理念[M].邱立波译.上海:上海人民出版社,2007:97,82,56.
- [33][36][37][38](英)罗纳德·巴尼特.高等教育理念[M].蓝劲松译.北京:北京大学出版社,2012:135,133,58,103.
- [34][40](英)纽曼.大学的理想[M].徐辉,顾建新,何曙荣译.杭州:浙江教育出版社,2001:59.
- [35][49](德)雅斯贝斯.什么是教育[M].王承绪译.人民教育出版社,1991:150,113.
- [39](英)大卫·帕尔菲曼.高等教育何以高:牛津导师制教学反思[M].冯青来译.北京:北京大学出版社,2011:72.
- [41]张楚廷.高等教育哲学通论[M].北京:高等教育出版社,2010:71.
- [42](德)费希特.论学者的使命人的使命[M].梁志学,沈真译.北京:商务印书馆,2003:40.
- [46](德)卡西尔.人论:人类文化哲学引论[M].甘阳译.上海:上海译文出版社,2013:115.
- [48](德)格奥尔格·西美尔.生命直观[M].习承俊译.上海:三联书店,2003:20.
- [51][52]刘小枫.古典传统与自由教育[M].北京:华夏出版社,2005:2,8.

高校内部质量保障体系建设助推大学 质量治理变革的探索

作者：盛敏 杜瑞军（教育部教育质量评估中心专业评估处，北京师范大学
大学教育学部高等教育研究院、北京师范大学领导力研究与发展中心）

摘要：教育强国建设对高校内部质量保障体系建设提出新的更高要求，迫切需要高校转换质量提升动力机制，转变质量提升方式。健全和完善内部质量保障体系是大学治理的重要抓手和突破口，也是激发学校内生发展动力的战略性、根本性问题。高校内部质量保障体系建设在推动政府职能转变、落实高校质量建设主体责任、激发多方参与等方面发挥了积极作用。但随着高校内部质量保障体系的逐步完善，大学质量治理存在着价值引领性不足、创新性不够及多元主体协同性不强等诸多挑战。高校质量治理要以质量文化建设为引领，进一步落实高校办学自主权，加强质量共同体建设，形成质量治理合力，以构建开放、包容的高等教育质量治理新形式。

关键词：高校内部质量保障体系；质量管理；质量治理；质量文化

《教育强国建设规划纲要（2024—2035年）》（以下简称《纲要》）提出要构建“自强卓越的高等教育体系”，增强高等教育综合实力，打造战略引领力量。党的二十届四中全会进一步提出要统筹教育强国、科技强国、人才强国建设，提升国家创新体系整体效能，全面增强自主创新能力。这对高校内部质量保障体系建设提出了新的更高的要求。健全和完善内部质量保障体系是大学治理的重要抓手和突破口，也是激发学校内生发展动力的战略性、根本性问题。2020年中共中央、国务院印发的《深化新时代教育评价改革总体方案》提出，要“健全学校内部质量保障制度”，教育部《关于深化新时代高等学校评估改革方案》（教督〔2023〕2号）更明确指出，推动高校落实主体责任、建立持续改进长效机制，培育践行高校质量文化。高校内部质量保障体系建设既是高校质量治理的重要内容，也是质量治理变革的重要推手。高校内部质量保障体系建设要助推高校治理体系和治理能力建设，

通过突出人才培养中心地位，深化教育综合改革，构建校内与校外、教师与学生等共同参与的质量发展机制，进一步激发高校办学活力，不断塑造发展新动能、新优势。

一、从管理到治理——高校内部质量保障体系建设推动大学质量治理变革的发展路径

我国高校内部质量保障体系建设是随着高等教育管理体制变革、高等教育评估事业的发展而逐步发展起来的，一直以来就是高等教育治理的重要组成部分。经济合作与发展组织研究报告指出，把质量保障与高等教育治理结合起来主要基于以下原因：一是高等教育规模急剧扩张，引发越来越多人对高校质量问题的关注。二是问责制的兴起。由于高等教育类型多元化，服务样态多元化，为适应新公共管理的需要，要求高校以公开、透明的方式向公众证明其效率和质量，并接受公众的监

督。三是对高校的治理需要进一步厘清政府、社会、学校之间的关系,明确各自在高等教育质量保障方面的职责与权利。20世纪90年代初期,世界上多数国家都建立了质量保障机构。这些机构作为专业组织,通过采取外部评估、绩效监测以及公开质量报告等方式来对高等教育机构的质量进行监督^[1]。

在外部质量保障机构推动下,高校内部质量保障体系也逐步建立起来。围绕人才培养质量,构建了一套确保质量得以维持和提升的政策、制度、观念、行动及相关程序和标准等。我国高校质量治理经历了自上而下依靠政府推动初步建立,到发挥学校自主性主动建设,再到发挥学校能动性,依靠内外部各主体协同不断完善的发展过程。

1. 高校内部质量保障体系的初步构建与质量治理的逐步规范化

我国开展高校教学评估探索始于20世纪80年代中期。1985年《中共中央关于教育体制改革的决定》明确提出,要转变政府职能,通过评估等手段对办学成绩卓著的学校给予荣誉和物质上的重点支持,对办得不好的学校进行整顿以至停办,其根本目的是推动高等教育的改革、发展和提高。此后,政府首先在高等工程教育领域开展高校整体办学水平评估、专业评估和课程评估的试点工作^[2]。1990年《普通高等学校教育评估暂行规定》的颁布标志着我国高校教育评估走向规范化。此后历经合格评估(1994年)、优秀评估(1996年)、随机水平评估(1999年)再到统一的教学工作水平评估及正式确立的周期性评估制度(2003年),对促进高校教学建设,加快推进高校教学改革,规范高

校教学管理和提高高校教育教学质量等方面起到了积极作用^[3]。正是在外部评估的推动下,高校内部的质量保障体系开始初步建立,高校质量治理向规范化迈进。首先,通过教学评估推动高校按照质量标准办学。质量标准包含三个方面。一是办学标准,包含基本办学要求的合格性标准和满足学校发展定位的办学标准。通过合格评估、水平评估和选优评估,推动政府和高校加大经费投入,改善办学条件,优化资源利用率,最大限度发挥其在提高教学质量中的作用。二是人才培养质量标准,包含基本质量标准(如毕业标准、学位授予标准等)和高规格标准(主要面向国家重点建设大学)。三是教学质量标准,主要通过优秀教学成果奖评选推动建立科学的教学评价标准。其次,通过教学评估推动学校教学管理制度和质量保障体系走向规范化。高校全面认真地按照评估指标体系的要求构建教育教学质量保障和监控体系,也包括建立较为完善的教学管理制度体系。通过教学评估,推动高校逐步制定教师教学工作的职业规范、教学工作考核办法、学生实习实践以及毕业论文等基本规范,并进一步建立健全学校内部教学质量监控体系,使学校的质量保障工作长期化、制度化、规范化,使教学质量监控贯穿于教学工作全过程。再次,通过教学评估推动高校领导和广大师生共同关注教学工作。高校领导开始系统思考学校的发展定位、办学优势和特色,加强对学校和人才培养的顶层设计。学校职能部门和后勤人员基本树立起自觉为教学服务的意识。使广大教师重视教学工作,注重教学投入。最后,通过教学评估激发全社会对高校教育教学质量的广泛关注。通过调查发现,本科教学评估整体上对学校发展和建设促进明显,尤其在对学校理清办学思路、提

炼办学特色,改善学校基本教学条件,确立本科教学中心地位等方面效果明显^[4]。

但这一阶段,特别是2003年开启的首轮教学工作水平评估,由于通过自上而下的方式进行,因此高校的主动性不足。另外,评估指标由于过于刚性和重视硬件建设,导致高校互相攀比,同质化发展,出现弄虚作假及形式主义问题^[5]。同时,用一个标准去评价所有高校,没有考虑到不同学校多样性发展的需要,制约了学校特色化发展。总之,用单一的、功能有限的教学评估去促进整个高等教育质量的保障和提高是不现实的^[6]。高校质量治理亟待转变。

2. 高校内部质量保障体系逐步改进与质量治理的制度化建设

针对首轮教学工作水平评估和高校内部质量建设存在的问题。如何转变政府职能,发挥高校主体作用,如何进一步强化高校内部质量保障体系建设,促进高校自主发展成为改革重点。2010年颁布的《国家中长期教育改革和规划纲要(2010—2020年)》明确提出,要“健全教学质量保障体系,改进高校教学评估”。2013年,教育部发布《普通高等学校本科教学工作审核评估方案》,开展普通高校教学工作审核评估(简称审核评估),提出注重学校内部质量标准和质量保障体系及其长效机制的建立,关注内涵的提升和质量的持续提高。审核评估主要是针对学校本科教学质量管理体系的评估。评估准则是学校自设的质量目标和质量标准,以及相应的国家(行业)甚至国际标准、规定与要求等^[7]。因此,内部质量保障体系建设成为审核评估的重点。高校围绕内部质量保障体

系建设,推动质量治理走向制度化、协同化。首先,构建了多方参与、协商合作的质量治理格局。审核评估建立了学校自我评估、院校评估、专业认证及评估、国际评估和教学基本状态数据常态监测为主要内容的“五位一体”本科教学评估制度体系。把学校质量建设纳入公共治理视野,形成政府、学校、专门机构和社会多元评价、多方共治的格局。学校自我评估强化高校的主体地位和质量意识;院校评估,引导高校合理定位,促进内涵发展和特色发展;专业认证及评估,增强人才培养与社会需求的适应性;国际评估引导高校主动对标国际标准;教学基本状态国家数据库的建设,进一步加强高校教学质量的常态监测,发布质量信息、接受社会监督,服务高校持续改进^[8]。其次,通过“用自己的尺子量自己”激发学校作为质量建设主体的责任。审核评估强化特色发展,把自选特色项目作为评估指标,尊重学校办学自主权,引导学校凝练办学特色。同时,把质量保障作为单独指标进行评估,强化高等学校质量保障的主体地位。引导高校建立科学的质量标准、常态化的质保模式、健全的质保制度和组织体系、专业化的质保队伍,以及可持续的质量自我评估和自我检测体系及有效的质量改进举措,从而建立起以专业教学为基础、学生发展为中心的教学质量评价体系^[9],推动学校质量治理走向科学化、规范化、制度化和专业化。最后,通过“五个度”注的质量标准推动高校质量治理从对教学工作的评估转变到对全校工作的统筹考量上。高校质量治理不应仅停留在教学标准、教学规范等教学工作层面,而是应从全校的办学定位、人才培养定位、学校和经济社会发展需

求的适应度等方面进行统筹考量。

相比较首轮教学工作水平评估,审核评估在推动学校质量治理方面有了很大的改变:从政府主导,高校被动参与向多方参与、学校主动作为转变;从仅仅聚焦教学层面的质量治理向全校的综合治理转变;从单一标准、同质化发展向分类评估及特色发展转变;从内部教学质保体系的初步构建向依托教学基本状态数据库强化自我质量控制与监测,强化质保体系的制度化、专业化、常态化转变。但审核评估缺乏刚性的评估指标和严格的质量反馈、整改要求,导致质量保障体系闭环管理不紧、不严。校、院对教学环节的质量标准、工作规范、评价机制执行不到位,教学质量评价和检查流于形式^[10]。高校在质量治理方面,依然存在主动性不强,系统性不足的问题。

3. 高校内部质量保障体系逐步完善与质量治理的体系化建设

2019年,《教育部关于深化本科教育教学改革全面提高人才培养质量的意见》(教高〔2019〕6号)明确提出,全面推进质量文化建设,要求高校构建自觉、自省、自律、自查、自纠的大学质量文化,把其作为推动大学不断前行、不断超越的内生动力,将质量意识、质量标准、质量评价、质量管理等落实到教育教学各环节,内化为师生的共同价值追求和自觉行动。教育部《普通高等学校本科教育教学审核评估实施方案(2021—2025年)》的发布,标志着本科教育教学新一轮审核评估(简称新一轮审核评估)的启动,新一轮审核评估突出问题导向,聚焦评估重点难点改革创新,高度重视高校内部质量保障体系建设在大学治理体系中的重要地位。首先,

进一步突出高校在质量建设中的主体性作用。新一轮审核评估持续深化教育综合改革,强化内部质量保障体系建设,注重学校的自我规划、自我评估、自我改进,充分体现学校在人才培养质量中的主体主责地位。一是学校明确以立德树人为根本任务,加强顶层设计,基本构建了全面化、特色化、系统化的高校内部质量保障框架。二是学校强化制度建设,基本建立了常态化、长效化、全链条的自我评估制度体系。三是学校普遍重视规范教育教学全过程质量标准,基本建立了包括人才培养、专业建设、教学环节等质量标准体系。其次,进一步加强统筹协调,突出不同部门之间的协同共治。新一轮审核评估从之前的针对教学工作的评估转变为教育教学评估,更加突出全员、全过程、全方位育人,着力改变过去质量保障体系普遍存在的散碎状态及校院系三级“上热、中温、下冷”的局面。一是突出强调高校党委对本科教育教学工作的全面领导,打破以往认为人才培养只是分管校领导和教务部门负责的惯性思维,引导高校认识到学校教育教学工作应是全员参与的全校性工作。二是充分认识到每所高校的质量主张不仅仅是领导和管理者的事情,质量保障不仅仅是质保机构的事情。学校各部门应分工协作,校院两级协同发力,共同承担质量发展责任。三是充分认识到每所高校的质量主张不仅仅是领导和管理者的事情,组织内所有成员是一个“责任共同体”。最后,构建质量发展共同体。跳出依靠单一学科、单一专业培养人才的小逻辑,从经济社会发展需要,从行业、产业发展需要的大逻辑出发不断优化和调整学科和专业。突出产教融合、科教融汇,不断变革人才培养模式,推动教育教学创新。不断破除体制机制性障碍,通过高校与地方、政府、企

业等优势力量合作,构建质量发展共同体^[11]。

通过多年的发展,我国高校内部质量保障体系从无到有,从规范化、制度化逐步向体系化、常态化转变,高校质量治理体系和治理能力也逐步提升。从被动发展向发挥高校办学自主权、主动发展转变;从单一部门(教务部门)负责、聚焦单一环节(教学)向“三全”育人转变;从自上而下,强化问责的管理主义运行方式向强调权力共享和平等协商的新的质量治理方式转变。从注重校内质量治理向校内外协同,加强了与政府、企业、社会的协同合作,构筑了质量发展共同体。应当看到,我国高校质量治理的理念已经走在实践的前面,实践中的各种矛盾和问题依然存在,高校质量治理变革一直在路上。

二、走向技术治理——高校质量治理面临的挑战

我国高校内部质量保障体系建设是在由外而内、自上而下的外部压力推动下逐步建立起来的。尽管经过多年变革,高等教育质量观和发展观已经有所改变,但同其他国家一样,在技术理性宰制下,质量观相对呈现出单一的、标准化和静止的状态。相信通过管理技术、流程的不断改进和优化,可以实现教育质量的优化状态。但教育活动极其复杂,不能单纯从实证主义认识论角度解释教育质量。教育质量的内涵极其模糊,教育质量标准的建立不能无视教育本身的意义,不能无视教育活动的特殊性,不能违背教育的基本规律。人才培养活动需要在学校与市场、现在和未来等多维坐标中明确自身的培养定位。质量建设不仅仅是一个“量”的持续改进,而是要有敢于打破组织惯习,推动组织变革的勇气^[12]。真正的教育活动总是充满

不确定性的,通过计划和控制会进一步抑制教育的活力。高校的质量治理还存在技术管理思维,侧重聚焦学校内封闭的“小质保”阶段,多方协同的质量保障共同体建设依然存在诸多挑战。

1. 高校质量治理呈现技术治理模态,价值引领性不足

在技术主义的主宰下,高等教育质量被窄化为一系列可测量、可评价的“质量标准”。高等教育质量的“可算度化”,以及对“教育性”的遮蔽,已成为一种无法回避的事实。当高校质量保障在追求科学性的同时,也就越来越走向技术治理的道路。

一是以质量标准代替教育质量本身。标准是质量保障的基础,强调质量标准建设非常重要。新一轮审核评估高度重视规范教学全过程质量标准。高校基本建立了包括人才培养、专业建设、教学环节等质量标准体系,并且建立了专业设置、培养方案、课程建设、教师教学、毕业设计等关键过程环节的质量监控点,全面落实教育教学质量标准。但高等教育机构千差万别,高等教育质量标准既要关注教育质量中可检测、可观察的一面,更要关注教育活动中那些无法检测、观察的一面。过于强调质量标准中可检测的部分不仅可能抑制教育的创新活动,也可能扭曲教育行为。教师为了职称晋升,选择更容易中标的课题和能够更快发表的论文,而学生则倾向选择容易获得A的课程。更值得一提的是,为了在排行榜上获得更好的排名,成就指标被不断抬高,造就了一种学术繁荣的迷幻现象。目前被批判的“五唯”(唯分数、唯升学、唯文凭、唯论文、唯帽子)现象就是基于这样的质量评判标准。二是以质

量全过程管理强化过程监控。学校质量保障强化过程管理,注重“计划—运行—检查—反馈—改进—跟踪”质量闭环管理,把工业化的质量管理模式转移到对高校学术和服务质量的管理上,更关注结构、标准和流程,目标是追求稳定和效率。师生被物化为质量管理流程中的一个“环节”而不是每一个人的价值追求和行动自觉,认为只要过程可控,流程严格,操作规范就可以保障质量。这种“工业化”的质量控制模式只会加剧大学的内卷。不仅不利于“立德树人”格局的构建,而且会抑制大学的创新活力。三是以效益分析代替教育质量评价。高校对教育质量的评价紧紧地 and 效益结合在一起。高毕业率、高就业率、高优良率就是效率的衡量标准,低投入、高产出也是效率的衡量指标。从资源的角度来看,在紧凑的时间安排下的大课堂对学生进行治疗是非常有效的,但是,从个人学习角度来看,效果不是很好。保持较低的师生比例似乎是一种优势,但从教学效果看,可能会提出相反的观点。教育质量与效率的关系不是简单的线性关系。只有当教学能激发学生对学习的热爱,这样的教学才是有质量的。

2. 高校质量治理模式僵化,创新性不够

问责制是高等教育质量评估与保障的核心理念,也是管理者对质量进行监管的主要出发点,一直被视为是良好治理的内在要求。在问责制背景下,公开、透明、客观的标准和成就指标成为质量的指征,管理者可以此回应利益相关者的期待,确保高等教育领域的基本原则和规范不被侵蚀或违背。然而,良好的意图却可能让高校走向管理主义、官僚主义和合规性追求,

导致开放性和创新引领性不足。一是高校内部质量保障体系建设还有一定的封闭性,更多停留在学校内部的“小质保”层面。无论是各类质量标准的制定,还是质量控制过程,都被视为学校“内部”的事宜。虽然越来越多高校在外部评估推动下,越来越重视产教融合、科教融汇在人才培养中的重要作用。但高校的人才培养还是更多局限在单一的学科和专业内,人才培养与产业变革、技术变革的协作尚未健全,科学研究成果转换为教学资源依然存在一定的壁垒。另外,学校质量保障队伍更多来自校内学科、专业内部,校外同行、行业产业、政府部门、用人单位参与质量保障依然缺乏制度性支持。二是学校内部质量保障体系建设往往与合规性审查、问责体系结合在一起,师生自主发展的空间不足。教育评估的指标更多体现为一些规范性、约束性指标。学校教育管理者处于主导地位,注重自上而下的合规性审查,根据评估工具进行绩效评价,并根据评估结果进行问责。本应作为质量建设主体的师生却被作为被评估者,要求照章办事,被动履行职责,导致质量建设走向循规蹈矩,前瞻性、创新性不足。把质量保障和问责结合起来是一种趋向。但问责与质量持续改进在价值导向上存在一定的对立。问责更倾向于监控和合规性审查,在一定程度上会抑制教育创新。管理者在持续改进和质量创新之间也存在一种偏见,认为教育质量提升是一个渐进的、持续上升的过程,但事实是,如果改进方案不科学,即使是持续改进也不会带来变革和创新。为应对飞速变化的外部世界,需要不断鼓励变革创新,对教育活动进行重新塑造^[12]。

3. 高校质量治理内外协同性不足

高校作为一个学术社区，兼容并包、沟通合作是其基本特征。但在实践中，兼容并包极易被误解，被理解为每个人、每个机构的事情都要被兼顾。同时为了响应外部需求，成立各种交叉机构，不断把外部力量引入到校内治理结构中。但各个机构之间由于缺乏协同，并未形成育人合力。第一，各质量建设主体协同性不强。一是上下贯通不足。“上热、中温、下冷”仍是困扰高校聚焦本科教育教学、提升人才培养质量的突出问题。校院两级质量保障体系联动性不够，高校师生作为质量治理主体缺位成为高校内部质量保障体系建设过程中的普遍问题。二是左右联动不畅。高校内部质量保障缺乏整体性、系统性的统筹设计。内部质量保障各部门联动不畅、职责不清，难以形成质量保障合力，在一定程度上阻碍了全方位育人大格局的形成。三是教育教学融合不深。质量保障理念通过课程思政、促进导学关系、加强“五育并举”等措施体现不充分，致使“教育”和“教学”两张皮的问题较为凸显。四是校内校外协同不够。各育人主体的利益诉求不同，因此要兼顾利益相关者，就要协同社会育人主体参与到高校人才培养全过程中。目前，社会需求侧参与人才培养和评价还不够深入，导致高校在人才培养的“出口端”无法跟社会需求很好地契合。第二，稳定、长效的质量文化尚未形成。质量建设应基于信任，要在校方、教师、学生、合作伙伴、社会机构之间建立对话协商机制，并在校内、校外形成一种关于质量价值、质量实践的股份机制。但高校内部的质量保障因为强调监管和问责，让内部质量保障走向了管理主义、官僚主义和追求技术主义的道路上。哈维通过对各国高等教育质量保障研究成果的分析，提出了这样的问题：如果没有复杂

的高等教育质量保障体系，高等教育质量会提高吗？^[13]这就提醒我们，高校内部错综复杂的质量保障体系建设不能忘记其所守护的“教育质量”的初心。

三、以质量文化建设引领高校质量治理变革的构想

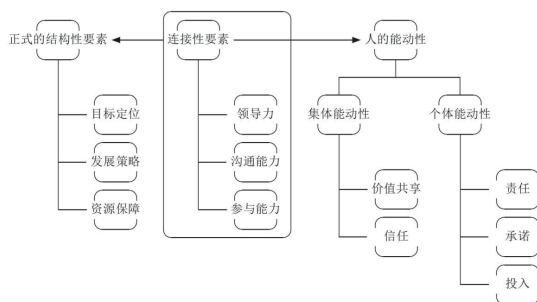


图1 质量文化引领质量治理的路径

《教育部关于深化本科教育教学改革全面提高人才培养质量的意见》（教高〔2019〕6号）提出，要推进质量文化建设，这不仅是对高校内部质量保障体系建设的丰富和发展，更是对高校质量治理的实践反思。肇始于20世纪90年代的高等教育质量保障与评估体系建设并没有在所有参与者中形成共识，而是在不断强化问责，满足外部利益相关者诉求的同时导致了不同利益相关者产生隔阂。提高高等教育质量，国家（或者其代理机构）与高校、评估者与被评估者彼此的尊重和信任非常重要。正是在这样的背景下，质量文化的主张被提了出来。其主要目的：一是针对合规性审查和问责带来的信任危机，旨在通过质量文化建设，在内部发展起一种更好的、被广泛接受的质量保障实践模式。二是打破对标准化的迷恋，尊重高等教育的多元化特点。从质量文化视角来看，质量标准太过刚性，高等教育机构千差万别，那种放之四海而皆准的准则并不存在，质量不再被认为是一种可以通过监测和评估

程序就可以被认可的过程,而是一种价值和实践的过程。维索尔伦把质量文化引领质量治理的路径分为三个模块(图1):一是正式的结构要素,包含质量目标,策略以及资源保障。二是连接性要素,包含领导能力,沟通能力以及动员、参与能力。三是人的能动性,包括两个部分,其一是集体的能动性,如价值共享、彼此信任。其二是个体的能动性,包含责任、承诺和投入等^[14]。我国高等教育引入质量文化概念,同样希冀持续深化、改进高校的质量治理,助推高校高质量发展。

1. 进一步落实高校自主权,提升高校质量治理能力

一个成熟的、能够构建起质量文化的机构必须是一个拥有自主权的机构。只有拥有一定的自主权,高校才能自觉、主动为自己的质量负责。我国高校的自主权主要是通过政府授权获得,但高校的自主权并非总是被动获得,其自身的创新探索能够在一定程度上改变高校与政府之间的互动关系。高校要改进、完善质量治理,就需要对自主权进行重新审视。首先,高校的自主权不仅仅是一种权力,更多是一种责任。如果高校想要拥有更持久的自主权,就需要自觉改善学校与社会、学校与政府之间的信任“指数”,切实保障办学方向和办学质量,不断加强制度体系建设,持续提升自身治理能力。高校只有通过自主制定长效的质量发展规划,包括质量发展策略、过程监管、结果反馈与改进举措,构建自觉、自省、自律、自查、自纠的质量文化,自主对质量负责时,高校的自主权才能持续稳定。其次,高校的自主权还体现为一种主动性,这种主动性体现在两个方面,一是高校能主动回应国家重大战

略需求,自觉把立德树人作为衡量一切工作的标准;二是高校主动和行业产业协同联动,增强自身人才培养服务经济社会发展的能力。如此,高校的自主权就和高校的自觉能动性结合在一起。最后,高校的自主权还体现为一种专业性和学术性。高校内部质量保障体系建设是一项专业性很强的工作。高校质量标准体系的建设、质量规范制度建设、质量运行机制建设、质量评价体系建设等需要通过系统、深入的研究,并在一定理论指导下才能建立起来,通过专业人员才能有效实施。质量保障体系建设的专业性和学术性是高校的治理能力紧密结合在一起的,是高校自主性的根本保障。

2. 进一步加强质量保障共同体建设,推动多方协同共治

质量文化最为核心的价值取向就是建立一种民主化的质量观,构建起一种多中心、多主体,且主体平等、利益相关、权利共享、责任和结果共担的质量治理策略。新一轮审核评估在推动质量保障共同体建设方面发挥了积极作用,基于人才培养质量共同目标,建立了包含政府、高校、行业企业、专家、社会等利益相关方共同参与的治理机制。但质量保障共同体的适切性、协同性、稳定性依然需要进一步加强。一是要把质量保障共同体的适切性与高校的质量目标、质量发展战略紧密结合在一起。现代高校人才培养早已从封闭的象牙塔中走出,开门办学、开放办学、联合办学已成常态,产教融合、科教融汇、校企联合育人已成共识。但高校质量保障共同体建设不是无的放矢的,要结合学校的办学定位和优势特色,在过去、现在和未来的时间坐标中明确自身所处的发展阶

段和面临的主要发展任务。在区域、国家和国际的空间坐标中找准自身的位置,既要积极回应高等教育应承担的学术责任,同时又要积极捍卫高校的育人本性和道德追求。只有在多维坐标中,才能精准“锚定”质量目标,制定科学的质量发展战略,构建适切的质量共同体。二是要把质量保障共同体的协同性与高校的质量治理行动紧密结合在一起。质量文化是以实践为导向的,这就需要构建校内校外协同联动机制。一方面建设“纵到底”的校院两级联动机制。构建包括目标决策层、校级层面执行层、院系层面执行层的质量保障队伍,建立全员参与、多方协同的质量保障新格局。另一方面,建立“横到边”的全周期内外联动机制。加强社会参与全周期人才培养过程,确保高校及时了解利益相关方对人才培养的需求,并将社会需求转化为优化高校人才培养工作的内在动力,为高校教育教学相关的决策提供依据。同时,进一步加强社会需求侧对高校内部质量保障体系的诊断和监督。三是要把质量保障共同体的稳定性与一套共享的质量观念紧密结合在一起。要在学校内部逐步建立起一个包括教师、学生、管理者、外部利益管理者在内的常态化的、制度化的对话沟通机制。只有组织成员共享一套关于质量的价值、信念、期待和承诺,他们才会发自内心地增强对组织质量观的理解和情感认同,才会积极主动参与质量建设。

3. 进一步强化数智赋能,推动构建开放、透明的质量治理方式

高校质量文化建设要保持开放性,对外部质量保障和评估保持积极的态度,并通过评估展示其工作成效及所承担的社会责任。近年来,随着数智化技术深

入校园,高校的组织结构、管理模式、课堂教学、学生服务等各方面都发生深刻变化。与此相应,高校质量治理也应当反映这个不可逆转的趋势。一是充分认识数智变革对高校学生学习和教师教学带来的深刻影响,以推动教学管理方式和学习评价方式的变革。联合国教科文组织2024—2025年先后发布了《教师人工智能能力框架》《学生人工智能能力框架》《人工智能与教育:保护学习者的权利》等系列研究,明确提出在人工智能时代,无论是学生的学习、教师的教学、学校的管理都要突出“以人为本”。要充分认识到“算法对自主权的限制”“师生决策参与的缺失”等风险问题,迫切需要建立学习者与教师参与数字教育政策制定的机制,着力建构以能力为基础的人工智能能力评价体系和伦理规范框架。二是加强学校数字能力建设,涵盖基础设施、人才培养、学校各部门协同等多维度内容。注重常态化的高校内外部信息反馈平台建设,打破各部门信息壁垒,解决数据孤岛问题。建立统一、互联互通的数据信息平台,形成涵盖专项检查、日常数据监测、定期反馈与持续改进的监测评估体系。以信息、数据共享推动各部门之间的协同,形成育人合力。借助数智技术引导高校人才培养从同质化走向个性化、终身化,教育教学各要素也要从相对孤立走向紧密融合,质量保障体系要从封闭走向开放,质量决策要从经验决策走向科学决策。

高校内部质量保障体系建设是高校治理体系建设与治理能力建设的重要内容。“十五五”时期是我国基本实现社会主义现代化夯实基础、全面发力的关键时期。高等教育要以质量为抓手,坚

持内涵发展、卓越发展,着力构建中国特色、世界水平的高校内部质量保障体

系,全面提升质量治理能力,为服务中国式现代化提供根本保障。

【参考文献】

- [1]EL-KHAWAS E. Quality assurance as a policy instrument:what's ahead?[J]. Quality in Higher Education, 2013, 19(2):248-257.
- [2]王冀生.中国高等教育评估[M].长春:东北师范大学出版社,1993:24.
- [3]刘振天.对本科教学评估中几个深层次问题的认识[J].中国高等教育,2007(20):31-32.
- [4]屈琼斐,李小梅.我国首轮本科教学工作水平评估效益的调查分析[J].高教发展与评估,2008(5):50-55,122.
- [5]沈玉顺.高校本科教学评估中的形式主义:现象、根源与对策[J].复旦教育论坛,2008(5):67-70,85.
- [6]谢维和.高校教学水平评估的合理性及其反差[J].中国高等教育,2008(11):27-29.
- [7]李志义,朱泓,刘志军.本科教学审核评估方案设计与实施重点[J].中国大学教学,2013(8):72-77.
- [8]吴岩.高等教育公共治理与“五位一体”评估制度创新[J].中国高教研究,2014(12):14-18.
- [9]钟秉林.普及化阶段我国高等教育质量保障体系的构建[J].河北师范大学学报(教育科学版),2020,22(2):1-3.
- [10]李延保.高校教学评估的偏差与改进——从“重视本科教学”谈起[J].河北师范大学学报(教育科学版),2020,22(02):4-8.
- [11]林蕙青,范唯.以评定向促强加快建设高质量教育体系[N].中国教育报,2022-12-26(5).
- [12]VAN KEMENADE E, PUPIUS M, HARDJONO T W. More Value to Defining Quality[J]. Quality in Higher Education, 2008(2):175-185.
- [13]HARVEY L, WILLIAMS J. Fifteen Years of Quality in Higher Education[J]. Quality in Higher Education, 2010,16(1):3-36.
- [14]VERSCHUEREN N, VAN DESSEL J, VERSLYPPE A, et al. A Maturity Matrix Model to Strengthen the Quality Cultures in Higher Education[J]. Education Sciences, 2023, 13(2):123.

12

2025 年中国电影艺术报告

作者:陈旭光 卢玥(北京大学艺术学院)

摘要:2025 年的中国电影艺术在现实映射、技术美学与产业生态等方面均呈现出显著变化:现实题材持续深化,通过与类型叙事、传统文化资源及历史记忆的结合,并依托“以人为本”的微观叙事,成功引发了观众的现实共鸣与情感对话;AIGC 等高新技术迅猛发展驱动了中国电影,尤其是动画电影与视效大片的产业升级,影游融合、动游融合与技术实践推动了电影美学范式的创新;电影市场趋于理性,生态重构,观众结构迁移、“名导祛魅”现象凸显,电影产业在外部竞争加剧的背景下进一步呼唤内容本位与情感联结。中国电影走向跨媒介叙事、媒介融合及文化融合的时代,这几个重要趋势共同勾勒出 2025 年中国电影在人工智能时代的核心命题、探索路径与未来趋势。

关键词:2025 年中国电影;艺术报告;美学转向;微观叙事;媒介融合

2025 年的中国电影,在人工智能技术加速迭代、媒介深度融合与审美趣味迁移等多重张力下展开。一方面,《哪吒之魔童闹海》等影片以现象级票房与工业化水准,印证了电影市场的活力与技术的强劲动能;另一方面,《日掛中天》《狂野

时代》等作品,则以或沉静内省或激进实验的姿态,探索电影艺术在人性深度与视听语言的新边界。这一年,抗战胜利 80 周年的历史节点催生了《南京照相馆》《得闲谨制》等一批以小人物为视角的佳作,而 AIGC 等新技术已不再停留于概念,正

以“全链条渗透”的方式重塑从创意到制作、传播的电影产业全生态。

电影始终是社会现实、技术演进与文化生态交织的镜像。2025年的中国电影，正处于一个多重转型叠加的关键阶段：一方面，现实题材创作不断向内深耕，通过与类型叙事、传统文化资源及历史记忆的融合，试图在个体命运与时代脉搏之间建立更细腻的共鸣；另一方面，以动画电影与视效大片的突破为代表，技术正以前所未有的力度重塑电影的美学语言与工业体系。与此同时，电影所处的媒介环境与市场逻辑也在发生深刻变化——观众结构迁移、导演光环减弱、流量效应退潮，电影作为“新大众文艺”的跨媒介生态属性日益凸显。

本文旨在通过对中国年度重要电影作品、现象与生态的剖析，勾勒近期中国电影从叙事到美学，再到产业业态的变化脉络和生态格局，进而追问在一个影像可被人工智能技术“生成”，现实与影像的边界日益模糊的“媒介融合时代”^①，中国电影如何以情感表达与文化创新的独特价值，穿越技术迷雾，实现艺术的坚守与新生。

一、现实维度的深化与叙事创新

2025年度电影创作呈现出强烈的现实关怀与内向性深化趋势。现实性已成为贯穿不同类型电影的内在精神与血脉脉络。此类以现实关怀为题旨的电影，通过融合类型片手法、转化传统文化资源、关联历史记忆等多元路径，致力于构建与当代观众的深层对话，回应当下现实议题并建立观众的情感联结。

（一）类型电影格局中的现实关切

2025年中国现实题材影视创作，超越了早期对社会现象的简单复刻或情感煽动，呈现出向现实深处开掘并与多元类型范式有机融合的显著趋势。中小成本的现实题材作品关注现实境遇，讲述本土化的“中国故事”，将镜头对准特定群体的生存状态与精神世界，强化了现实主义创作的人文厚度与美学锐度。

《日掛中天》将目光投注于一位深陷情感与伦理漩涡的女性曾美云。网店老板曾美云孕检时重逢曾为她顶罪入狱、如今身患重病的前男友吴葆树。而她身处一段不正当恋爱关系中，三人的情感纠葛与不同的社会困境，赋予影片错位、压抑、撕裂的现实质感。影片在广州实地拍摄，通过女主大量日常琐碎的生活切片：独自就医、直播卖货、讨要货款，层层剖开人物在债务、愧疚、欲望与求生本能撕扯下的复杂心理。辛芷蕾凭借内敛而极具爆发力的表演，精准诠释了这种表面平静下的巨大情感张力，斩获“第82届威尼斯国际电影节最佳女演员奖”。尽管有评论认为其过于风格化的心理隐喻在一定程度上脱离了社会现实逻辑，但它对人性困境冷峻而不妥协的审视，无疑拓展了现实题材的心理深度。

《不说话的爱》则聚焦听障人士群体，讲述了聋人父亲小马为争取女儿抚养权，不慎被犯罪团伙利用、坠入深渊的故事。导演沙漠并未将听障群体置于被“凝视”和同情的客体位置，而是通过视听语言，在银幕上建构了一个“听障世界”。影片多次使用消音处理，让观众短暂地失去听觉，直观体验主角在健全人社会中的无助与窘迫；影片采用大量的平视镜头、对手语表情的特写镜头，模仿听障者交流时必须的“注视”。影片邀请了近30位真实的听障演员参与

演出,赋予了故事更深一层的真实质感。影片在揭露听障群体面临诈骗、歧视等现实困境的同时,更着力刻画了他们之间如金子般坚固且珍贵的相互扶持的情感世界,以及聋人父亲为爱牺牲所引发的复杂道德共情。

现实题材的活力,还广泛体现在它与主流商业类型片的深度融合中。2025年,一批作品成功地将社会思考编织进类型叙事,实现了议题锐度与市场可看性的结合。

犯罪片《长夜将尽》以“保姆弑老案”为原型,讲述了杀手保姆叶晓霖伪装身份进入一个家庭,与饲养员马德勇及追查案件的警察周平之间发生的命运相互纠葛的故事,幕后真相在这个过程中逐步被揭开。影片以犯罪类型提升吸引力,剖开了老龄化社会深处的养老困境、生命尊严与代际关系冷漠的脓疮。片中垂暮的雄狮、阴郁的贵州山城、困于烂尾楼的失能老人,共同构筑了一个困顿与挣扎的影片氛围。《恶意》则为悬疑类型与网络暴力现实议题的结合。影片以一桩医院坠楼案为起点,通过自媒体人叶攀的追踪视角,层层反转,它清晰地演示了在真相缺位时,公众情绪如何被标签化、碎片化的信息轻易点燃并裹挟,形成一次又一次的网络审判。虽然两部影片均存在人物动机稍显功能化的评价,但其敏锐地捕捉并戏剧化地呈现了当代社会的雇佣关系激化以及信息传播伦理困境,其现实警示意义不言而喻。

《震耳欲聋》与《向阳·花》都将残障议题置于犯罪类型中。《震耳欲聋》根据律师张琪的真实从业经历改编,以一起针对聋人群体的特大集资诈骗案为主线,在原型案件的基础上,加入金融诈骗元素、悬疑元素和犯罪元素,穿插专业的“法官说法”,深入浅出地剖析了案件中涉及的法律要点,以及对聋哑残疾人诉讼权益的

特殊保障等。这使得影片超越了一般的剧情片,具备了普法教育与推动制度思考的社会功能,体现了现实题材创作更为务实且具有建设性的面向。《向阳·花》则讲述一位母亲为给听障女儿购买人工耳蜗而传播淫秽内容,因此获罪入狱,在狱中与其他狱友组成“向阳花”艺术团的故事。“相比这些黑色、恐怖、残酷的犯罪电影,《向阳·花》要‘阳光’很多。它将狱中与狱外生活表现为一种‘向阳花’式的温情路线。”^[1]

与2024年“喜剧+现实”题材的蓬勃势头相比,2025年此类融合作品的数量有所减少,但并未缺席。《水饺皇后》以“湾仔码头”创始人臧健和的真实经历为蓝本,试图还原20世纪80年代香港的时代风貌与小人物的励志传奇创业故事,然而也存在叙事困难简化、人物塑造“完美化”,而削弱现实批判深度的评价。《浪浪人生》以一种温暖、幽默的“轻喜剧”合家欢基调,承载中年危机、家庭债务、疾病医疗、代际和解等极具重量感的现实命题。聚焦直播行业的《人生开门红》,用荒诞笑料直接讽刺了“直播卖惨”“情感操控”等网络乱象,试图以喜剧的夸张形式叩击现实痛点。喜剧《我最特别的朋友》,讲述中年危机的男人老郑与看似叛逆实则孤独的少年亮亮的故事,刻画小人物在困境中互相慰藉的温暖情感。

纪录片领域,与2024年《里斯本丸沉没》《胡阿姨的花园》等优秀纪录电影相比未免落于低潮,但本年度的部分纪录片还是呈现出对时代命题的紧密追踪和忠实记录。如《窗外是蓝星》是中国首部在太空实景拍摄的纪录电影,将叙事锚定在航天员理发、贴春联、与家人通话等充满烟火气的真实生活细节上,赋予科技纪实中动人的烟火气和人文真实。《您的声音》

通过北京“12345”市民服务热线的真实故事,微观呈现大城市治理中的民生百态。

《回农村干大事》以纯纪实手法跟拍多位返乡创业青年,记录了他们复耕撂荒地、发展现代农业、建设美丽乡村,将宏大的“乡村振兴”战略具象为一个个充满泥土气息和奋斗汗水的鲜活人生故事。总之,2025年的中国现实题材影视创作,“以其真实反映社会生活、积极回应社会热点和时代命题,展现现实生活的多元图景,成功地引发了观众的情感共鸣”^[2],旨在触及时代的精神内核并回归记录时代、关怀人本的深度使命。

(二) 历史记忆与经典 IP 的现实映射

在马克思主义哲学中,“微观视角”的萌芽体现于对“现实的个人”的关注。^[3]马克思在《德意志意识形态》中指出:历史的前提是“有生命的个人的存在”^[4],强调社会历史研究需从个体的物质活动出发,“讲究叙事和细节的人文的历史学方法”^[5],而非仅关注如生产力与生产关系等宏观的结构矛盾。无疑,近年“微观叙事”视角进入影视文本,而且蔚成风气,“以小制胜”,与多年来崇尚“大历史”“宏大叙述”“主流话语”的新主流电影大片态势“逆向”而行,与近年“人民美学”观念、“新大众文艺”美学有异曲同工之妙。一定程度上,“微观视角”的“微观叙事”是指“以远离宏大意识形态话语的微观个体为叙事中心,有意识地强调个体内在的生命经验”^[6],“微观叙事”策略与“宏大叙事”相对,不追求宏观层面的历史进程或社会群体的全景式呈现,其主要特点是注重平凡的普通人物,是平民化立场与普通人的现实境遇的彰显,是一种

回到人本身的“以人为本”的人民美学原则的崛起。

2025年正值中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年,一批抗战题材影片在保持主旋律宏大传统的同时,积极探索叙事创新,普遍呈现出“微观叙事”视角的创作倾向,即通过个人化、情感化的转向,将宏大历史题材聚焦于具体生命经验之中。以《南京照相馆》为例,影片依托南京大屠杀这一民族历史创伤,根据“京字第一号证据”真实事件,聚焦于一间照相馆内普通人冒死保存代表日军罪证的底片的故事。影片导演申奥强调以“微观表达代替宏大叙事”,影片“以立人引叙事,人事两立中见情”,塑造了“一个个可信、可亲或可鄙、可憎的人物,共同构成人物群像的弧光谱系”^[7]。同样,抗战电影《得闲谨制》改编自兰晓龙原创故事《宜昌保卫战》,以1940—1943年鄂西会战为背景,却将叙事焦点置于钳工莫得闲一家与防空炮长肖衍在战火中的“流散”命运。影片以黑色幽默式的荒诞笔触,刻画一群非正规军人与被迫卷入战争的百姓的“被迫”抗战,于悲壮中蕴含国民性反思。即使是如《志愿军:浴血和平》这样的史诗级宏大叙事,其情感基石与历史呈现也深植于对“现实的个人”的细致观照。该片作为展现抗美援朝战争全景的三部曲终章,“突破传统战争片的表现范式,通过翻译员、小兵、护士等‘非主角’^[8]群像的视角”,秉承导演“写出战争中的普通人”的明确理念,将“志愿军”从宏阔的历史符号还原为“会痛、会怕、却依然选择冲锋的鲜活生命”。

如果说抗战题材的“微观叙事”侧重对历史创伤的个体化承载,那么对神话传说与经典故事的当代转化,则更突出文化

记忆在现实语境中的再生产与情感联结。在近年中国电影创作中,青年导演对传统神话与历史故事的创造性转化,呈现出一种突出倾向:通过对经典叙事的世俗化与当代性重构,“在很大程度上与社会现实构成‘镜像式’‘寓言化’的‘互文本’关系”^[9],完成与当下观众的情感联结。

今年许多作品在叙事视角上呈现出明显转变:影片往往主动摒弃对神话英雄或历史伟人的仰视,转而聚焦于原著中处于边缘或近乎无名的角色。例如,动画电影《浪浪山小妖怪》以《西游记》中无名小妖为主角,其模仿唐僧师徒组建“草根取经团”的荒诞冒险,一反我们熟悉的“英雄叙事”,而是精准映照了当代职场生态、同侪压力与个体价值追寻。电影《长安的荔枝》被导演概括为“古装现实主义”,它通过唐代底层小吏李善德完成运送荔枝这一“不可能任务”的过程,寓言式地投射了现代社会普遍的生存压力与系统困境中的个体坚持。这种视角转换,使遥远的故事获得了可触可感的当代温度。

在人物塑造上,作品致力于对耳熟能详的经典形象进行当下情感及现状的联通。例如,《哪吒之魔童闹海》虽然保留了哪吒与敖丙的神话身份,但其叙事内核完全围绕青少年成长所面临的偏见、身份认同危机及友情抉择展开。“我命由我不由天”的口号,是对当今社会原生家庭、社会标签与个人奋斗等现代议题镜像般的写照,引发跨年龄层观众的广泛共鸣。这种将古典形象转化为现代青年精神镜像的做法,是此类创作实现当代连接的关键。

在表现手法上,创作追求一种“历史或神话情境的当代代入感”。创作者有意识地在古代场景或者神话场景中,构建与现代观众无缝衔接的情感通道。例如,《长安的荔枝》不仅在跨媒介叙事意向上

跨越杜牧的“一骑红尘妃子笑,无人知是荔枝来”的经典诗歌文本和马伯庸的小说文本,还“互文”几乎同时播出的同名剧集,创造了当下跨媒介叙事、“长安荔枝”、“宇宙世界”建构的杰出典范。更是在现实隐喻层面集合了“长安早高峰”“上班打卡”“领导画饼”等现代职场符号,并运用视觉手法强化小人物与庞大体制的对比。

从以上2025年的电影案例可见,当前电影对传统文化资源的使用,正转变为一个更为深层的阶段:它不再止步于经典故事的简单复述或是神话奇观的视觉打造,而是致力于在神话与历史的文本土壤中,发掘那些跨越时空的人类基本情感与生存困境,并用当代的“热梗”“年度词汇”及情感结构将其重新激活,最终实现经典IP的时代性共鸣与可持续的文化再生产。

二、技术驱动下的美学变革与工业升级

2025年是中国电影技术赋能美学、推动工业体系化发展的关键一年。以动画电影和视效大片为引领,在“影游融合”“动游融合”理念与前沿技术应用驱动下,电影美学与制作范式经历显著变革。其中,影游融合、动游融合的表征凸显于前台,“轻化”转型与相应的“美学重构”则最具革命性意义。因为,“电影工业在人工智能的影响下,正发生着一次从‘重工业’向智能化‘轻化’模式的转型,主要体现为以虚拟制作和数字资产为载体的生产资料的数字化,和由‘AI工作流和智能体’驱动的生产流程的自动化”^[10]。

(一) 动画电影的工业突破、美学创新与产业潜能

动画电影在2025年取得了里程碑式的成就——全年票房突破245亿元,几乎占据全年总票房的半壁江山,其核心特征是极致的工业化协同与深度的美学数字化。

《哪吒之魔童闹海》以现象级体量成为年度标杆。影片故事承接前作,讲述哪吒与敖丙魂魄共生后,面对即将到来的天劫与海底妖族卷土重来的新危机,不得不再次携手抗争、重塑命运的故事。《哪吒之魔童闹海》的成功绝非偶然,背后是空前庞大的工业化协作网络:全片由138家中国动画公司、超过4000名动画人合力完成。与前作相比,技术复杂度显著提升——全片镜头数达到2427个,其中特效镜头高达1948个。为了呈现诸如瀑布决战等特效场景,制作团队开发自动化程序,整合50台高性能工作站组成解算集群进行批量处理。动态粒子特效作为动画制作中表现离散动态现象的标志性技术,在《哪吒之魔童闹海》中承担着多元的叙事与美学功能。“该技术通过粒子发射器生成单体粒子,经数据算法,调整粒子行为控制粒子运动交互,生成复杂的烟雾、火焰、雨水等大规模特效元素。粒子技术与水墨流动融合,形成表现色彩晕染、柔滑边缘、颗粒细节的‘3D水墨’效果。”^[11]在电影中呈现出敖丙冰戟划过时墨色在0.8秒内冻结与晕染的瞬息变幻,突破了传统水墨画“气韵生动”的数字化表达难题。这种规模化的协同作战,标志着中国动画产业已经形成了成熟、高效、专业化的工业体系。

《聊斋:兰若寺》则以蒲松龄夜探古寺为引,通过井下时空串联《聂小倩》《画皮》《崂山道士》等五个聊斋故事,融合志怪美学与现代情感议题。该片在技术上大胆突破,成为首部登陆大银幕的菁

彩Vivid/HDRLED版本电影。这项技术通过更高的动态范围和更广的色域,细腻还原了月下青苔的色泽、古刹纹理的细节乃至人物发丝的肌理,体现东方志怪世界的幽玄之美。影片“以‘技术民族化’的多元媒材探索,拓展了中国动画美学的新疆界”^[12]。制作团队为了在《崂山道士》篇章中塑造独特的毛毡风格,付出了大量的渲染工作量,其15分钟内容的毛发渲染量相当于一部普通长片。影片的审美创新为志怪题材电影提供了东方美学现代表达的新范式。《三国的星空第一部》作为国内首部三国题材动画电影,讲述曹操在乱世中建立了不朽功业的故事。影片采用创新水墨渲染技术,融合传统艺术与三维动画形成独特视觉风格。全片超过1400个动画资产,参考来自国内外30家博物馆、研究院、遗址的馆藏文物。如场景道具、角色服饰、花纹建筑、食物器皿等力求还原历史风貌,甚至在一些细节上格外执着,由110家动画公司、2251位制作人员共同完成,致力于构建一个考究的东汉世界。

2025,无疑是中国动画电影之大年。毫无疑问,动画电影被寄予逆势拯救电影颓势的热切冀望。动画片因其具有技术赋能变革的工业美学优势与“合家欢”人文优势,以及传统之“现代转换”的文化潜能,以奇幻炫奇的美学和想象力,讲述“有意味”的“中国故事”,满足不断增长的“想象力消费”需求,践行“传统文化的现代性转化”理念(如《哪吒之魔童降世》《哪吒之魔童闹海》《浪浪山小妖怪》以及“白蛇”系列动画电影等)。尤其是《哪吒之魔童闹海》,以“孤片盖全唐”之势,托起了中国传媒娱乐业的“神话级”天花板。

可以说,中国动画精神饱满、生机勃

勃、前景无限,炫目亮相于中国电影之前台,昭示了中国电影的生机、希望与活力。

(二)“影游融合”“动游融合”与视效大片的工业美学实践

2025 年被视为科幻电影的“小年”,未能出现如《流浪地球》《流浪地球 2》般的硬核科幻巨制,但“影游融合”“动游融合”的发展从未停滞。以《刺杀小说家 2》《封神第二部:战火西岐》等为代表的视效大片,持续探索创新的美学范式与系统化的工业流程。

《刺杀小说家 2》作为时隔四年归来的续作,在第一部基础上剧情进一步拓展,讲述陷人生低谷的小说家路空文被巨大的诱惑牵引,导致他和书中的角色都陷入了不可逆转的危机。最终路空文重拾信念,与书中人一起拯救了双世界危机。影片“视觉特效惊艳、场面大气精美、中式意蕴十足,双重世界来回穿越更加自由”^[13]。深化了“小说世界影响现实”的设定,其异世界呈现为更具规则性与层级感的“地图”,“在影游融合向度上继续深化,构建了涵盖核心机制、叙事结构、空间建构、角色机制与交互逻辑等诸多维度的游戏化表达体系,增强了对‘游生代’观众的新鲜感和吸引力。”^[14]《封神第二部:战火西岐》“致力于中国神话史诗类型打造,人仙魔混杂但‘以人为本’并和谐共世,形成一个既超验又经验的共同体,在工业化程度和工业美学高度上攀上一个高峰——表现了中国文化的现代转化,满足了国人对神魔奇幻世界的想象力消费”^[15]。该影片将一个宏大的神话战争史诗,处理为具有清晰阵营划分、技能体系和团队协作的“史诗级战场模拟”。影片中仙人的法宝、妖兽的形态、法术的

发动效果,都引入了精密复杂的机械感、粒子光效与动态物理解算,呈现出一种“神话机甲”式的硬核视觉风格。为实现影片的视觉效果,其背后是一个深度融合了概念设计、数字建模、动态模拟与后期合成的系统性工程。其叙事节奏与矛盾爆发点,都与大型多人在线游戏的团战与剧情事件有着内在的相似性。

《刺杀小说家 2》与《封神第二部:战火西岐》在“影游融合”的视觉体系与世界观构建上取得了标杆性突破,其探索具有重要的产业症候意义。然而,两部影片也暴露出融合过程中的典型挑战:当过于追求高概念奇观与游戏化体验时,电影本体的叙事逻辑与人物动机容易被削弱。例如,《刺杀小说家 2》“在处理角色来回穿越时,影片未对‘穿越机制’进行合理铺垫与规则界定。影游融合是媒介融合时代的重要趋势,但电影创作要坚守电影本位,坚持故事本位叙事”^[16]。《封神第二部:战火西岐》在处理人神魔复杂关系时也常常陷入简单化,人仙魔的“共世”的宇宙世界有时并不和谐,加之造型和动作技术上的不足,有的仙魔设定过于架空,显得简单粗俗。

在“影游融合”拓展电影工业美学边界的同时,“动游融合”趋势也日益显著。“动游融合”的概念,较早系笔者《当代动画》2021 年第 2 期的“动画与媒介研究”专栏的“主持人导语”上提出,系“影游融合”术语的拓展或细化。而实际上,即使是在技术层面上,游戏与影视动漫,在渲染引擎——UE(虚幻引擎)、写实渲染(PBR)、动作捕捉技术等方面,原本就都具有互相借用、混用而无法区分的特点。更是突出体现为成熟的动画、游戏 IP 通过 VR、XR 等交互技术,转化为线下可沉浸、可参与的叙事空间,构建了从线上内

容到线下体验的完整闭环。例如,国民动画IP《浪浪山小妖怪》便衍生出《浪浪山小妖怪:妖你同行XR》大空间沉浸体验,入选上海文旅元宇宙创新应用场景,让观众得以亲身走进并互动于那个温暖奇遇的世界。与此同时,以《魔域》等为代表的游戏IP,则通过将武夷山等真实地理文化元素深度植入游戏内容,并反向开发线下VR体验项目,实现了虚拟世界与现实文旅场景的深度互文与双向导流。这种“影游融合”“动游融合”的理念与实践,标志着中国电影及内容产业正围绕核心IP,向更立体的“沉浸式叙事生态”演进。

《哪吒之魔童闹海》堪称“动游融合”的集大成者,中国电影产业的“天花板”级“神话”。无疑,“哪吒”的游戏因素颇为丰富,具有极强的游戏语言、游戏精神、游戏化风格和游戏化剧情结构等特点。

首先是影片的闯关升级、过关斩将模式与“通关”结构,哪吒从初出茅庐的角色,一路打怪升级,最终自我蜕变,这种英雄成长的情节模式与游戏角色的成长路径相似。

这也是一种任务驱动剧情的模式,即以完成特定任务为线索推动剧情发展。哪吒等人围绕核心任务展开一系列冒险,如同游戏中玩家不断接受任务并完成的过程。而这个过关闯卡的过程需要经历种种与小对手和终极大BOSS的大战等各种战役。更不要说影片视觉效果的游戏化呈现,特效制作非常精良,也具明显的网游特效画风。大战三海龙王,冲破无量仙翁的天元鼎的场面,动作流畅自然,充满现代工业风,具备玩游戏的视觉体验。此外,“在剧情发展上影片还有密集反转和不断的惊奇。电影的叙述以一种解谜解密、节奏急促、即刻反馈的方式让观众获得爽感。这

从某种角度讲是应对短剧、短视频冲击波,顺应短剧时代的观影习惯,也体现出游戏‘互动叙事’的影响”^[17]。

(三) 前沿技术的应用渗透与艺术电影的实验探索

技术的影响在2025年呈现出双向深化的趋势:一方面,AIGC等工具加速渗透产业全流程,提升电影生产效率,扩展新的美学想象;另一方面,创作者开始以技术为反思对象,追问电影本体的边界与电影艺术的未来。

2025年7月,中国电影电视技术学会发布《2025年中国影视新技术发展报告》,报告显示:AI技术正以“全链条渗透”的方式重塑影视产业生态,已深度嵌入创意构思、剧本生成、分镜设计、素材创建、特效合成、配音配乐等环节。西影创建“影谱汉语电影AI辅助创作平台”,在剧本生成、剧本评估、剧本修改、分镜头生成等方面,已经做到故事版全部可以投入高品质使用,分镜头生成5万字的剧本,5分钟拆解完所有的分镜头,20分钟生成故事版。同样,上影集团也在AI创制生态,已完成首部完全由AIGC制作的拟真人剧集《零碳》。种种实践都在表明技术正在重塑电影的叙事语法,从工具性的“赋能”辅助提升至“驱动”创新的战略高度,有效缩短制作周期,降低实景搭建成本,为创作者提供前所未有的视觉表达自由度。

然而,在技术全面赋能产业的同时,一种反向的、具有思辨性的创作意识也随之而来:创作者开始将技术本身置于审视与追问的中心,探索电影本体的自反性与影像未来。代表性作品是艺术电影《狂野时代》,导演毕赣在这部影片里构建了一

个“人类不再做梦”的未来世界，让一位胸膛中植入放映机的“迷魂者”穿梭于电影的百年历史。以“梦幻的文本为时间上色，在理性与感性的张力中，追问电影艺术的本质与未来”^[18]，这无疑是一次关于电影本质的激进实验。毕赣在访谈中指出，其创作动机源于对当前时代的一种回应：在一个信息过载、人类试图控制一切（包括梦境和意识）的时代，他反而想探讨“不去控制一切，也没什么不好”。影片在戛纳电影节获得评审团特别奖，评委会主席朱丽叶·比诺什评价其“打破了语言屏障”，充满想象力。此类创作将技术本身作为叙事隐喻和反思对象，主动质疑在技术时代，电影作为“现实的渐近线”的传统定义是否依然有效，从而触及了电影艺术在技术洪流中的本体生存问题。

三、市场理性、生态重构与媒介融合时代的电影实践

笔者曾经认为：“这是一个媒介融合的时代。媒介融合并不仅仅意味着媒介的相加，而是跨媒介叙事或文化融合的优势互补。”中国电影正从高速增长“黄金时代”，步入一个结构重组、逻辑重塑，充满危机也充满诸多可能性的“媒介融合时代”。在此背景下，电影的本体与生态经历着深刻重构，市场、观众与创作之间的互动也呈现出新的逻辑。

（一）观众结构迁移与文化消费转型

随着人工智能技术的深度渗透与媒介形态的快速迭代，短视频、微短剧、游戏等新兴娱乐形式正以前所未有的便捷性、互动性、碎片化与“短平快”特征，争夺着大众尤其是年轻群体的休闲选择与

时间分配。在此背景下，传统电影媒介面临结构性挑战：部分习惯于高速信息流、强互动反馈与低沉浸门槛的年轻观众，逐渐流向这些更具即时满足感的轻量化媒介形式，导致电影市场出现观众年龄层结构性的迁移与分流。

这种结构性挑战的背后，折射出电影创作自身亟待反思的深刻危机。当下电影市场供给存在两种突出现象：一部分作品粗制滥造，在题材、故事、人物塑造与制作水准上全面塌陷，缺少与观众进行智识与情感对话的诚意；而另一部分相对精良的制作，也常出现造作、矫情、老生常谈的叙事问题，或因节奏拖沓、信息冗余而降低了观众的审美愉悦。这促使我们回到一个根本问题：电影究竟能为观众提供何种不可替代的满足？观众购票观影所期待的“值”究竟在何处？反观微短剧等新兴形态，尽管存在急功近利的弊端，但其明确以“供给观众所需”为核心的创作目标，以及对题材敏锐度、单位时间信息密度、符合当代接受心理的紧凑节奏的追求，恰恰映照出传统电影在适应观众需求之变上的迟缓。

因此，要回应“票有所值”的观众诘问，电影便不能止步于对既有叙事程式的局部修补，而需进行从内容观念到媒介形态的全面革新。这意味着电影必须超越传统的线性叙事模式和单一的影院视听刺激，向情感化、交互化、跨媒介化的方向演进。这不仅需要影片在故事内核上贴近当代观众的精神困境与情感诉求，更需要在形态上打破媒介壁垒，构建可与游戏、文学、动漫、短视频、周边衍生品等联动的“跨媒介故事世界”。当然，近年来也不乏可借鉴的成功案例，《黑神话：悟空》虽以游戏形态呈现，但其通过顶尖的视觉美学、深植于中国神话的叙事底蕴，

以及强烈的电影化叙事手法,成功唤起了广泛的情感共振与文化自信,展现了“影游融合”的巨大潜力。而《哪吒之魔童闹海》等动画电影,则通过强化IP的跨媒介开发——从电影到番外短片、漫画、游戏联动乃至沉浸式展览——不断拓展故事边界,使观众得以在多维度的参与中深化与角色的情感联结。

此类实践揭示出电影产业单一作品的成功已不足以完全支撑可持续的竞争力,需转向以优质IP为核心、以数字技术为驱动、以跨媒介叙事为方法的生态化运营。

近日,国家电影局发布电影关联文化产值指数,即全产业链产值为8172.59亿元的天文数字。这标志着电影观念的一次重大变革。这要求电影创作从策划初期即具备“故事世界”构建的视野,思考故事在不同媒介形态延展的潜能;同时,产业各个环节需加强协作,打通内容、技术、渠道与消费场景,构建彼此赋能、循环增益的跨媒介生态体系。

(二)“名导祛魅”、流量失灵与市场的内容本位转向

当电影产业从观念到形态的革新探索尚在途中,市场的反馈机制已率先呈现出一种冷静而直接的“祛魅”转向:曾被视为票房保证的“名导”光环、“流量”明星与“大制作”迷信,正在遭遇前所未有的集体性质疑与失效。观众用手中的电影票,对脱离时代情感,招致审美疲劳或空心化的创作投下了理性的否决票。这标志着中国电影市场经历了一个关键的范式转换——从过去依赖创作者个人威望、明星商业价值及视觉奇观堆砌的“光环效应”驱动,坚定地转向以故事内核的感染

力、情感的真实性和议题的共鸣度以及观影体验的“物有所值”为核心评判标准的“内容本位”新阶段。这一转向并非偶然,而是媒介融合时代观众主体性加强、信息获取渠道多元化以及文化消费选择丰富后的必然结果。它迫使行业必须重新审视其核心价值:电影最终打动人心、赢得市场的,究竟是其包裹的“光环”外壳,还是其传递的、能与当下生命经验对话的坚实内核?

纵观今年的电影市场,不难发现在热门档期有较多配置高、期待高的名导作品市场认可度却不高。由陈可辛执导,章子怡、易烱千玺等主演的影片《酱园弄·悬案》,虽紧扣热门话题女性议题,却因叙事失真,部分处理以偏概全,最终票房止步于3.75亿元,与行业前期预估相去甚远;姜文导演的《你行!你上!》,其高度个人化的表达与大众审美之间产生了断裂,票房未能突破亿元关口;管虎的《东极岛》也因叙事节奏等问题未能达到市场预期。国庆档中,路阳的《刺杀小说家2》在延续前作视觉奇观风格的同时,被批评陷入技术狂欢而叙事逻辑不足,使其票房仅收获3.87亿元。即便是兼具国际电影节荣誉与顶流明星加持的《狂野时代》,其1.8亿元的票房在艺术电影范畴内虽可圈可点,却也清晰印证了单一的“明星效应”或“奖项光环”已无法自动兑换为强劲的商业成功。最为典型的案例莫过于乌尔善导演的《封神第二部:战火西岐》,作为投入巨大的系列魔幻史诗,其12.38亿元的票房不及前作一半,除了受到主战场外风波的影响,影片本身在叙事推进、人物塑造与美学统一性上引发的广泛争议,更是让这个曾被寄予厚望的国产大片IP前景蒙上阴影。

2025年这些案例的集中出现,共同

指向一个超越个别项目得失的行业现实：传统的、依赖名导、明星和固定类型公式的风险规避策略正在失灵。市场用票房数据宣告了“IP+流量+名导+大制作”这一旧商业公式的破产。与之形成鲜明对照的，则是一些中等成本、无顶级流量加持，但剧本扎实、情感真挚、切中社会情绪或提供新颖体验的影片脱颖而出。如此对比进一步强化了市场的选择逻辑：观众不再为符号化的期待预付情感与金钱，而是更执着于作品本身提供的情绪价值、思想共鸣或纯粹的审美愉悦。

（三）作为新大众文艺的电影：媒介融合时代的文化实践

在媒介融合的时代浪潮下，电影艺术日益超越其传统定义，演变为一种强调共创、互动与生态延展的“新大众文艺”。

“新大众文艺”最根本的“新”不仅在于形式和媒介，更在于文艺与大众关系的观念认知正在发生根本性改变。^[19]于电影而言的转变，让其从封闭的、作者主导的创作，转向了更为开放的、大众深度参与的文化实践。

首先，电影的本质从单向度的作品观赏，演进为强调情感共鸣与意义共享的“文化仪式”和动态生产场域。“新大众文艺”是“为大众创作、以大众为表现主体和让大众评”，核心能力在于深入地体察大众的境遇，调动大众的情绪，这不仅激发观众的情感共鸣，更促使其在作品之外产生相关的“情理行为”，如因热爱而重复观影、参与社群讨论等。影院内的集体观影，与散场后大众在社交媒体上的评分、解读、二次创作融为一体。这些行为共同构成了一个庞大的、动态的意义生产网络，观众不再是信息的被动接收者，而是积极的文

本参与者与意义共创者。由此，一部电影的价值与内涵，由银幕之上的叙事与银幕之下无数观众的对话、互动共同铸就。

其二，电影的角色从产业链的终端产品，转变为激活更广泛文化生态的“枢纽”与“引擎”。成功的电影IP必须超越单一的“影院模式”和票房周期，致力于构建一个以IP为核心、以数字技术为驱动的系列化、跨媒介生态体系。这要求产业思维从制作“一部电影”升级为运营“一个故事世界”。例如，《黑神话：悟空》通过“双向融入式叙事”实现了游戏交互与电影化叙事的有机共生，让玩家在“操作即运镜”的体验中完成文化认知。《哪吒之魔童闹海》和《浪浪山小妖怪》等IP则积极向“电影+文旅”“电影+XR”等场景拓展边界：《哪吒5DVR》项目融合5D全息与VR大空间交互技术，让观众既能裸眼观赏光影秀，也能化身角色互动并改变剧情，使文化遗产成为“可触摸、可参与、可传播”的全球IP。《浪浪山小妖怪》更是开创了国产电影上映同期推出衍生XR体验的先例，观众可戴上XR设备进入水墨风格的世界，化身小妖怪亲历全新冒险，实现了从观影者到参与者的身份转变。

总而言之，新大众文艺背景下的电影产业，其核心竞争力正从单一的内容制作，转向对跨媒介故事世界的构建与运营能力。它要求创作者与产业从业者以更开放的姿态，拥抱由技术驱动、大众参与的深层生态变革，方能在融合业态中持续释放文化IP的活力。

结语

2025年，中国电影站在了诞生120周年的重要历史节点。2025年的中国电

影,在现实关切、技术赋能与生态重构的多重变奏中,既呈现出努力深化的创作自觉,也折射出媒介融合时代的复杂问题和严峻挑战。中国影视游戏文化产业领域有过骄人的“神话”——“《黑神话:悟空》与《哪吒之魔童闹海》影游融合及跨媒介叙事的成功引人关注。这种强强相加、跨媒介叙事、文化的融合与再造创新,打造了这两个‘神话’作为优质文化生产力的活力和生命力,也显示了影游融合、动游融合新业态的巨大潜力和广阔前景。”^[20]但“神话”已经过去。毕竟,戳破“天花板”而“尘埃落定”之后,能否使“神话”有效地“祛魅化”或“日常生活化”才是真正的问题和难题。

我们只能“而今迈步从头越”。

回望年度中国电影,我们可以提炼出若干值得沉淀的经验或未来发展的启发警示。

一方面,现实仍是底色,亦是故事打动人的硬道理。优秀的创作始终离不开对社会与人性的真切体察。无论是《南京照相馆》对历史创伤的微观视角呈现,还是《日掛中天》对女性个体心理的徐徐剖析,抑或现实题材电影中对特殊群体的平视呈现,其力量皆源于对现实逻辑的尊重与对生命经验的诚实书写。

另一方面,想象力仍需飞翔,想象力消费仍需拓张。从《哪吒之魔童闹海》对经典神话的现代重构,到《刺杀小说家2》对虚/实界面的游戏化探索,乃至《狂野时代》对电影本体的激进反思,这些影片充沛洋溢的想象力价值在于打破常规、拓展叙事的疆域。然而,天马行空亦需有所凭依,如《浪浪山小妖怪》《长安的荔枝》在经典IP中注入当代职场生存的“寓言性”隐喻,进行人物功能和人物关系“逆反性设定”,在跨媒介叙事的解构、重构

中重建与当代观众的情感共鸣,也是想象力的创新和想象力消费的极大提升。显而易见,想象力与现实性并非对立,而是可以相互激荡的双翼,共同推动故事走向深刻与新颖。

与此同时,技术是重要引擎,但非唯一圭臬。技术驱动下以《哪吒之魔童闹海》为代表的影片,展现细腻华美的东方视觉奇观及制作效率的巨大提升。AIGC等前沿技术的全链条渗透,更在重塑电影的创作流程。然而,技术终究是手段而非目的,如《浪浪山小妖怪》般返璞归真的二维制作,亦能凭借真挚的情感打动人心;而某些过度依赖炫技却疏于叙事与人物塑造的作品,反而暴露了技术无法解决的内容空洞。

从另一个角度看,中国电影正置身于“新大众文艺”的生态语境中。技术强力发展、观众结构迁移、媒介边界消融、产业逻辑重构,既带来压力,也孕育着新的可能性。中国电影艺术的生命力,不在于对某种固定美学形式的持守,而在于其能否在“人工智能生成时代”“媒介融合时代”保持一种开放的、自反性的本体思考,并始终将人的情感、记忆与生存境况置于创作的中心。这既是对艺术本体的捍卫,亦是在喧嚣的技术浪潮中,“电影之所以还是电影”得以安身立命的根本所在。

2026年1月21日国家电影局公布2025年中国电影全产业链产值为8172.59亿元,票房拉动系数达1:15.77。这次数据统计深具大产业推动意义,这是对电影产业特点的整体理解、准确把握和数字化呈现,也是媒介融合时代“大电影”观的展现。的确,作为一种媒介与媒介文化都高度融合的文化形态,大电影产业的价值远不止于票房,其经济贡献和文化贡献均不限于影院大银幕,因此未来电影艺术

的发展也不仅仅限于讲好银幕故事，更关系到电影全产业链的带动。

也许，2026年年初这一统计数据的

发布，将为中国电影的发展提供影响深远的远景图。我们在冷静清醒的回望与信心饱满的前瞻中鼓荡起奋力掘进的勇毅。

【参考文献】

- [1] 张慧瑜.《向阳·花》：女性的假面与可见的“底层”[J].当代电影,2025(05):19-22,2,130.
- [2] 陈旭光,卢玥.当下中国现实题材电影和现实主义的创作与创新[J].电影文学,2024(22):3-7.
- [3] 王晓升.社会历史观研究中的微观分析与宏观描述——历史唯物主义研究中的新视角[J].教学与研究,2009(02):34-42.
- [4] (德)弗里德里希·恩格斯,(德)卡尔·马克思.马克思恩格斯选集(第一卷)[M].北京:人民出版社,1995:67.
- [5] 王笛.新文化史、微观史和大众文化史——西方有关成果及其对中国史研究的影响[J].近代史研究,2009(01):126-140.
- [6] 王军.丹尼斯·维伦纽瓦电影的微观叙事、女性意识与诗意表达[J].电影评介,2024(24):58-62.
- [7] 刘帆.艺术真实、隐喻蒙太奇与群像弧光：评《南京照相馆》[J].当代电影,2025(09):21-24.
- [8] 刘军.《志愿军：浴血和平》：一部超越战争片的和平史诗[J].当代电影,2025(11):18-20.
- [9] 陈旭光,卢玥.镜像人伦与寓言社会的表征预示——对近期部分影视作品的伦理维度思考[J].齐鲁艺苑,2022(05):75-81.
- [10] 陈旭光,杜天笑.人工智能时代电影工业的“轻量化”转型与美学重构[J].电影艺术,2026(01):12.
- [11] 陈旭光,满胜宠.技术赋能、美学革新与数字表演的张力——电影工业美学视域下《哪吒之魔童闹海》创作论[J].宁夏社会科学,2025(02):194-200.
- [12] 李岩.《聊斋：兰若寺》：结构创新与媒材实验[J].当代动画,2025(04):29-32.
- [13][14][16] 陈旭光.《刺杀小说家2》：一场跨越虚/实、影/游之界的梅菲斯特之旅[J].当代电影,2025(11):14-17.
- [15] 陈旭光.《封神第二部：战火西岐》：人仙魔共世下的人本位及其伦理张力[J].电影艺术,2025(02):107-109.
- [17][20] 陈旭光.走向媒介融合时代的中国电影[J].电影理论研究,2026(01):1-9.
- [18] 范倍.《狂野时代》：一场冲击阈限的身心复合装置实验[J].电影艺术,2026(01):78-81.
- [19] 丁亚平.新大众文艺时代电影的美学变革及其多栖态引擎的意义[J].电影艺术,2025(05):71-77.

界面的驯化： 作为一种“设计实践”的生成式人工智能电影

13

作者：易祖强（北京电影学院美术学院）

摘要：随着研究人员不断发现传统心理治疗存在的局限性，艺术治疗在心理治疗领域中逐步受到重视，虚拟现实动画凭借其独特的沉浸式体验、多感官交互性及参与式叙事，成为艺术治疗领域的新兴研究方向。通过剖析虚拟现实动画在多个维度——包括多感官交互与情感共鸣的深刻联结、作为创意媒介与交互叙事工具的独特优势，以及其在针对年轻群体的治疗效果和高校教育融合中的具体实践作用，探讨虚拟现实动画作为艺术治疗手段的巨大潜力与可行性。从艺术治疗参与者的多元视角出发，分别从创作者与欣赏者的立场揭示虚拟现实动画作为艺术治疗媒介所蕴含的独特价值，旨在为艺术治疗实践以及虚拟现实动画创作提供新的视角与参考，为动画艺术治疗领域注入新的活力，推动该领域的创新与发展。

关键词：生成式人工智能电影；界面；驯化；设计实践；批评性设计

近年来，Runway、Pika等生成式人工智能(Generative Artificial Intelligence)工具冲击着电影制作的传

统流程与认知边界，随之兴起了两类叙事：一是热衷于探讨AI是否具备真正创造力“智能本体论”^[1]，二是断言其美学与过

往彻底断裂的“美学断裂论”^[2],二者共筑了一幅技术自主进化的宏伟图景。如此虽看到了AI的巨大前景,却也可能遮蔽了一个重要问题:当我们热议AI美学时,是否忽略了它究竟如何物质化地改变电影的生产方式?随着“即梦AI青年导演合作计划”这样的项目陆续落地^[3],更迫使我们思考,如果AI真是拥有自主创造力的主体,或是开创了全然新生的美学范式,那它为何会如此“丝滑”地被归纳进现有工业体制,生产出符合主流消费市场需求的作品?这是否恰恰揭示了,驱动生成式人工智能电影发展的核心力量,并非抽象的智能或美学,而是具体的生产工具重组、劳动过程转型及其背后的资本运作逻辑?

一、破窗:从智能迷思到界面政治

马克思早就指出:“各种经济时代的区别,不在于生产什么,而在于怎样生产,用什么劳动资料生产。”^[4]该论断为我们提供了一把破窗之锤。循此视角,争论的焦点将从“生产什么”(即智能与美学)的形上思辨转向“怎样生产”(即生产工具、劳动过程、社会关系和深嵌其中的权力构型的系统性变迁)的政治经济学和媒介实践分析。于是生成式人工智能电影的首要问题,便不再是有关机器主体性的“哲学问题”,而是一个切实的“生产政治问题”。

要破除“数字崇高”(Digital Sublime)^[5],转换研究范式,就需找到一个能连接宏观话语与微观实践的中介性分析对象,这一对象就是操作界面。界面绝非中性,而是一套整合了交互设计、视觉修辞和程序协议的主动性政治架构^[6],它预先定义了什么可表达(词汇库)、可

操作(功能集)、可追求(美学标准)。在生成式人工智能工具的使用场景中,界面已成为人类意图与算法理性交汇与博弈的前沿地带。因此,将批判的目光聚焦于界面,便最有可能穿透有关人工智能的话语迷雾,直面算法治理如何在每一次人机交互中得以具体化的机制。本文力求论证的核心观点也由此确立—生成式人工智能电影的本质,是一段以界面为核心枢纽,将电影创作逻辑同构为工业设计实践的历史进程;从批评视角看,也是一次是界面成为规训装置,对创作主体及创作过程实施系统性驯化的形式演进。资深动画师斯蒂芬·布加伊(Stephan Bugaj)在2025年推出了备受瞩目的生成式人工智能作品《寻觅者》(The Seeker)。曾经占据统治地位的跨工种、高技能、流水线协作的制片工厂模式,在此让渡于生成式人工智能技术加持下的“超级个体”,通过界面对算法工具进行调度与操控。^[7]这意味着,电影的创作者正从掌控高超赋形技艺的艺术家向精通“提示词工程”与参数管理的“项目经理”嬗变(图1)。



图1 《寻觅者》截图

二、透镜:界面作为规训的装置

对生成式人工智能电影生产方式的考察,应立足一种“微观生产政治学”的视角。因此,接下来的讨论将悬置技术本

体与时代变革这类宏大叙事,转而聚焦创作者每天要面对的操作界面,一个洞察劳动方式和权力关系的关键场域。这亦是对媒介考古关切问题的积极回应,即关注点从内容形式分析转向媒介的“操作性”^[8]如何被设计,及其如何反向塑造主体的认知与实践。以上视角依据于两个认知前提:

首先,界面具有内在的政治性,它绝非其对外宣称的那般“用户友好”。在技术哲学家安德鲁·芬伯格(Andrew Feenberg)看来,任何技术对象的具体形态,皆是被特定社会关系、资本需求与意识形态建构或选择的结果。^[9]生成式人工智能的界面设计,必然被埋入且服务于内容平台资本对内容海量、快速、低成本生成与分发的逻辑。这直接呼应了平台研究的核心关切,即平台不仅是基础设施,更是积极的策展者、规范制定者与价值抽取者。其提示词框的默认引导、参数滑块的预设范围、结果排序的隐藏算法等,无一不是平台治理逻辑在交互层面的转译与外化,尤其是那套关于“正确”“高效”和“优秀”的价值判断标准。

其次,界面构成了一种新型的规训架构。它借鉴并强化了数字时代普遍的“算法管理”(Algorithmic Management)^[10]模式,将原本复杂、模糊、充满不确定性的艺术创作,转化为可度量、可优化、可控制的标准化流程。^[11]因此,对界面的分析,就是对一种新兴的弥散性权力技术的剖析,它揭示了艺术创造力在数字智能时代如何被新的“算法艺术体制”^[12]所征用和规训。通过这把钥匙,我们得以以小见大地解释当下电影生产的深刻转型。

三、谱系:工具理性的三次界面化

理解生成式人工智能界面的规训机制,需将其置于电影生产模式理性化演进的历史谱系之中。^[13]这场变革的核心驱动力,并非横空出世的“通用人工智能”(Artificial General Intelligence),而是伴随着现代社会发展不断膨胀的工具理性。其正是借助不断演化的技术界面,实现了对电影创作过程一次又一次更深入的渗透与控制。此谱系亦可视为一部有关媒介操作的微观政治史,它揭示了每一次界面迭代都是对“何为创作”“何为创作者”这类认识论问题的重新界定。

(一)工业理性与流程界面:好莱坞的流水线管控

工具理性在电影领域首次系统化的胜利,体现为经典的好莱坞制片厂制度。这是一次“福特制”移植于文化生产领域的范例,其核心是一套高度理性化、标准化的生产管理体系,精髓在于极细致的分工与可复制的叙事公式。^[14]电影制作被分解为诸多专业部门,如同流水线上的工站。此时的界面,是隐于幕后的生产计划表、分镜头脚本和层级制指令。它主要作用于对生产流程与组织结构的理性化管控,确保文化商品能稳定、高效、符合预期地批量产出。到此,创作的艺术维度,被系统地纳入工业生产的逻辑框架。其历史意义在于为后续工业生产的范式演进提供了底层逻辑。

(二)管理理性与参数界面:数字软件的内部控制

个人计算机与图形软件的普及,标志着工具理性更直接的进军。以 Adobe

系列为代表的专业软件,其界面核心逻辑在于管理。动态影像被解构为离散的图层与素材,创作者成为“管理员”。一切视听属性被转化为可精确调整的数值参数,创作过程变得完全可测量、可撤销、可无限迭代。此时的图形用户界面本身成为一套“控制面板”,工具理性由此从外在的流程管理深化到了创作过程的内在思维和操作习惯之中,电影由此变成“计算机用户的工具”,并“重生为新的文化界面”(图2)^[15]。媒介理论家列夫·马诺维奇(Lev Manovich)所指出的“文化软件”将文化传统转化为可操作数据结构的进程,在此达到历史高峰。^[16]



图2 2025版Adobe Premiere Pro软件的操作界面中清晰的图层化工作流程和多任务分解模块

(三) 算法理性与意图界面：生成式人工智能的终极规划

生成式人工智能的出现,标志着工具理性向创作最前沿“意图的形成与表达”发起了进军。其外化即自然语言对话界面,本质是一个高效的“意图—图像”转换的引擎,它将理性化推至新的高度。这主要体现在以下几个方面:

1. 意图的标准化压缩。随着创作意图被提炼为符合算法和语法的提示词,哲学家维兰·弗卢塞尔(Vilém Flusser)

笔下的“思想(主体)被分解为‘比特与字节’的粒子,通过指尖按键被计算与组合成技术图像”从此成为常规现象。^[17]例如,Runway Gen-4.5的“场景描述”(Scene Description)功能是一种视觉反向编码,它将影像解码为语义标签,揭示了统计建模思维对意象生成的殖民,一切视觉被还原为可检索重组的数据点阵(图3)。

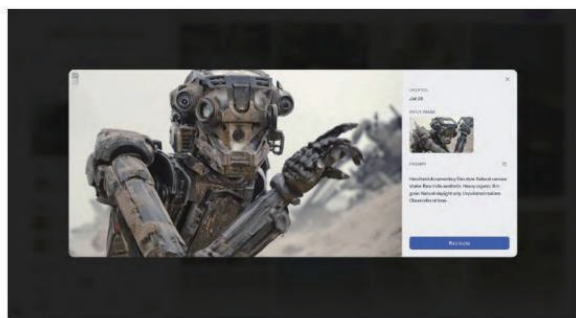


图3 Runway Gen-4.5“场景描述”功能:从动态影像(左)到离散语义标签(右)

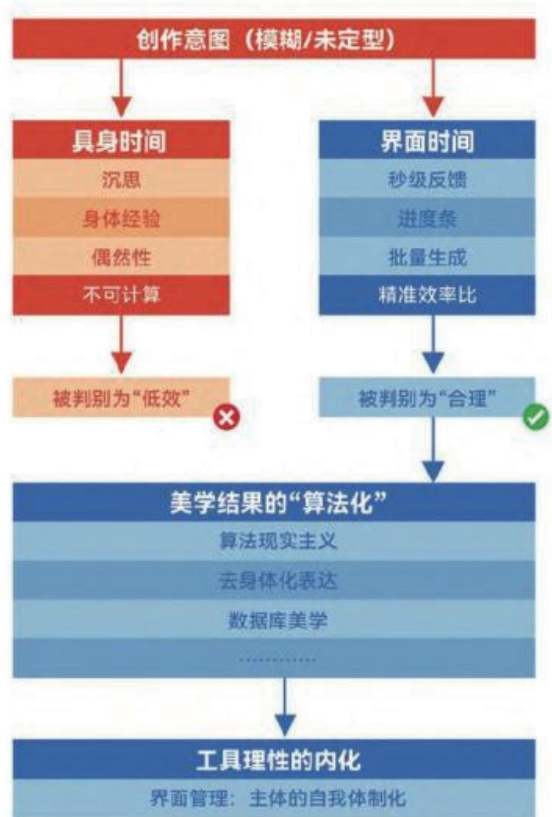


图4 创作意图的界面化过程(时间维度)

2. 流程的算法化闭环。进度条、A/B测试、生成耗时统计等“界面修辞手段”将“输入—产出—迭代”的循环包装为数据驱动和优化工程,从而将传统创作所依赖的、基于身体与物质反馈的“慢时间”系统地驱逐,代之以追求即时反馈与可控产出的“工程优化时间”。至此,生成式人工智能界面将创作固化为一个彻底的绩效化闭环(图4)。作为一种规训装置,该闭环的效力在短片《潜入梦海》中得到了印证:该片以不到5000元的成本和一周周期模拟传统百万级视效,其制作过程本身便是对“效率即正义”这一界面伦理的绝对臣服。^[18]

3. 美学的统计性归一。该表现形式是在输出端形成一种“算法现实主义”视觉范式,其特征(超高清、过度锐化、完美渲染)由海量训练数据的统计分布定义,并与“Instagram美学”^[19]、商业图库摄影(Stock Photography)形成亲缘关系,构筑去历史、去语境的视觉霸权。至此,工具理性完成了从管理外在流程,到规训内在思维,再到定义最终美学的全链条闭环(图5)。

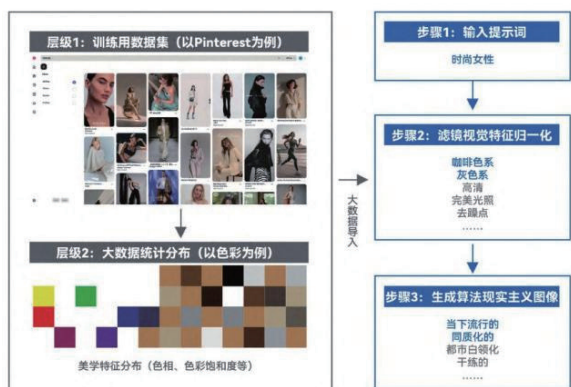


图5 “算法现实主义”实现流程示意
(以“时尚女性”为例,
对应Pinterest网站上的色彩维度)

AI界面正是这一闭环运转的物质性枢纽。在此谱系终端,电影创作被彻底重

构为一种在算法强约束下,以效率、可控性、标准化为核心追求的“设计实践”。这有别于广义的创意设计,它是工具理性在艺术生产领域完成闭环后的特定历史形态,是平台资本主义将其治理逻辑(可计算性、可预测性、可优化性)深度植入艺术生产认知层面的必然结果。它标志着一种“算法艺术体制”的正式形成。

四、驯化：设计实践中的三重殖民

当电影创作被锚定于“设计实践”范式,其直接后果是流程的标准化与创作主体的功能性驯化。^[20]从全球玩具大厂“玩具反斗城”(Toys “R” Us)携手Open AI完成的创意视频,到国内批量生产的生成式人工智能作品《中国神话》,其生产逻辑均显现为对标准化视觉模块的检索、排列与组装。^[21]这不仅意味着效率的提升,更意味着创作核心从个体美学想象,滑向对预制文化数据条目的检索与调用。这一过程,实质上是对诗性表达源头的系统性殖民。

(一) 词汇的殖民：提示词作为意识形态语法

“提示词工程”(Prompt Engineering)^[22]构成了一套高效且隐蔽的意识形态语法。它将丰富的艺术风格和复杂的文化概念,压缩为“即插即用”的视觉标签。以“赛博朋克”一词为例,其反抗性的技术批判内涵,被掏空为霓虹灯、雨夜、东亚街景等标准化拼贴(图6)。这印证了马诺维奇“数据库作为象征形式”的论断:文化被扁平化为可由算法查询、重组的数据条目。界面通过自动补全、热门推荐等方式,系统性地训练用户形成“数

据库思维”，将创作构思转化为对标准性文化模块的检索与排列组合，再次完成对诗性表达源头的柔性殖民。^[23]



图6 “豆包”中提示词“赛博朋克”自动补全与生成结果视觉风格分布，呈现东亚街景、雨夜、霓虹灯等高趋同特征

（二）时间的重构：绩效伦理对沉思价值的驱逐

正如前文所述，随着AI界面将创作流程固化为“输入—生成—迭代”的闭环，进度条、实时预览等界面修辞，无时无刻不在灌输“绩效伦理”“秒针文化”。传统创作中基于身体经验、物质反馈的“慢时间”——与光影的磨合、剪辑台上的沉思、等待中的偶然馈赠——被系统性地判定为“浪费”。取而代之的，是目标明确、即刻满足的“工程优化时间”。至此，绩效伦理完成了对沉思价值的驱逐。

（三）美学的霸权：“算法现实主义”与视觉的窄化

在输出端，一种“算法现实主义”^[24]视觉范式凭借数据与资本逻辑的合谋，建立起了隐性霸权。这由训练数据集中主流商业图库、影视作品的统计结果所定义，并因平台降低使用门槛、对外展示技术实力的需要被定向优化。其结果便是低清、粗颗粒、手工艺感或承载地方性知识的异

质美学表达被系统性驱逐，去历史、去语境、平滑明亮的“全球性视觉语言”取得了统治地位。“算法现实主义”所建立的视觉霸权，其要害在于，它用统计上的“完美”遮蔽了美学的其他可能。电影《传说》中使用“AI 成龙”年轻化面孔所引发的“情感空洞”的批评，症候性地揭露了这种霸权在人性维度上的破产。由海量数据拟合出的“逼真”，恰恰因其过于“完美”而滤除了生命经验中不可计算的瑕疵与偶然，最终导致影像在情感与叙事上的内在贫乏。^[25]

以上三重殖民并非彼此孤立，而是构成了一个层层递进的闭环——词汇殖民从输入端规训“可说什么”，时间殖民在过程中规训“如何说”，美学殖民在输出端规训“说什么好”。三者首尾相衔，共同完成对创作主体从意图生成到结果评判的全流程驯化。

借助这一过程，界面的隐性操作实质将创作中人与技术的经典关系扭转为一种单向的“它异关系”（Alterity Relations）。^[26]这意味着，在生成式人工智能电影创作中，界面不再是一个透明的中介，而是作为一个强势的、具有自身语法和意志的“它者”，迫使创作者必须先将自身意图模式化为提示词，并在“提示—生成—迭代”的循环中不断揣摩和迎合算法的偏好。创作的主体性在此过程中被引导为对技术“它异性”的单向适应。

随着所有内容都要经由界面被转化为同质的、可编程的数据流，曾经那些异质媒介的物质性鸿沟被消弭，就从根本上为重组文化生产架构准备好了条件。^[27]建立在全球规模“超认知”（Super-cognition）基础上的电影生产，将不再依赖于特定创作群体的个体认知集成，而是由算法整合大规模用户行为数据，形成动态的、可编

程的生态系统(如推荐系统和自动生成内容)。^[28]其通过反向塑造观众的感知模式、审美期待与消费参与,最终将创作、传播与接受的边界融合为一个高度压缩、持续优化的内循环,使文化生产本身演化成为一种由数据驱动、实时演算的自洽机制。

五、介入:批评性设计作为批评的实践方式

面对深度内嵌的界面规训,外在的道德谴责苍白无力。批评必须转化为能够介入系统内部运作的实践性力量。

批评性设计(Critical Design)源起于20世纪末的设计研究领域,其核心并非提供解决方案,而是通过思辨性的原型与情境,主动质疑技术、社会与伦理中未被言明的预设,从而打开反思与讨论的空间(图7)。^[29]本文主张将该方法论



图7 批评性设计作品《在现实与不可能之间：觅食者》(2010)，以影像、行为、装置等方式构建科技伦理反思的跨媒介批评文本

引入电影领域,其目的并非要去指导如何生产更好的电影,而是尝试在电影的“算法艺术体制”^[30]内部,为AI时代的批评实践探索一条“别样”路径,即实践的目标并非解决问题,而是通过持续的思辨性质询,对嵌入生成式人工智能电影生产中

的工具理性与权力构型进行直接在场的技术—政治介入。这种将设计视为“批判性媒介”而非“服务性工具”的转向,与法兰克福学派的批判理论以及更早的前卫艺术反体制传统形成了共鸣回响。^[31]

(一) 战术:在日常场域中的批判性操演

基于生成式人工智能电影创作的日常情境,可发展出有关批评实践的三种具体战术,这里作为“抛砖”:

1. 对抗性提示与参数越界。通过输入语义矛盾组合(如“凝固的时间”),迫使模型暴露其统计关联逻辑的荒诞性;或推动引导尺度、迭代步数等参数越界,生成结构崩坏的图像,以展示数字媒介自身的物质性瑕疵,对抗“平滑美学”。艺术家马里奥·克林格曼(Mario Klingemann)在其作品《屠夫之子》(The Butcher's Son, 2017)中,通过训练神经网络刻意生成出怪诞的后人类肖像。此举并非为了获取可用图像,而是通过对“算法艺术体制”的批判性操演(系统性误用)来暴露生成式人工智能在认知方式与合成逻辑上的统计学本质(图8)。

2. 再物质化与具身化。该思路受“扩展电影”(Expanded Cinema)遗产激励,其目的在于对抗AI创作的去身体化,将内容生成重新锚定于物理空间与身体感知。比如,将生成式人工智能影像投射于流动水体,使其受不可控物理法则干扰,或将生成引擎与表演者生理数据实时联动,构建影像共生系统等等。拉菲克·安纳多尔(Refik Anadol)的作品《机器幻觉:自然》(Machine Hallucinations: Nature, 2021)系列,将数据流转化为建筑尺度的沉浸环境,就非常典型地体现了

这一思路。



图8 马里奥·克林格曼作品《屠夫之子》

3. 显影与考古。其目的在于揭示隐藏的“堆栈”(Stack),解构“丝滑无痕”的创造神话。^[32]操作方式上常见的有:把作品视觉形式与生成过程的算力消耗、碳排放数据挂钩,或在作品中嵌入训练数据集的碎片样本,以揭示其来源与偏见等等。艺术家特雷弗·帕格伦(Trevor Paglen)在其项目《ImageNet 轮盘赌》(ImageNet Roulette, 2019)中,公开揭露数据集中的偏见标签,便是此战术的实践典范。

(二) 身份与反思:“批评性设计师”的辩证视野

践行上述批评性设计操作路线,就要

求实践者从抽离的研究者或被动的界面用户转变为在场且主动的“批评性设计师”。这一新角色兼具技术操作者、媒介考古学者与伦理反思者属性。其核心任务是对算法系统进行批判性操作—有策略地调用、误用与语境化其生成物,并在此过程中持续揭示被遮蔽的权力关系。他们不仅使用技术,更将技术视为可剖析的“文化文本”和“社会装置”。

必须承认,上述三种战术并非场景通用或一劳永逸。比如,误用所产生的美学新奇感,就极易被资本捕捉并商品化,从而将其反叛性抽空为新的消费符号被体制收编;而对“身体”与“物质”的召回,则需警惕陷入对前技术时代“本真性”的怀旧迷思等等。因此,我们需清醒地认识到,导入批评性设计方法论的价值兑现场景不在于产业现实,而是作为一种持续的反思实践,有策略地建构一种揭示性断裂,持续质询技术、艺术与权力之间的共生关系。

结语

生成式人工智能电影的出现,绝非游离于历史之外的“创世”事件。通过聚焦界面这一微观政治场域,可见所谓“革命”的本质,仍是一场关于“怎样生产”的历史续进。

生成式人工智能电影变化的实质是创作被全面纳入“设计实践”范畴,而界面正是实施转型的关键装置。其通过词汇殖民、时间重构与美学霸权实施的三重驯化,将艺术异化埋入创作过程。批评性设计方法论的引入,正是将原本抽离的反思调整为技术框架内的批评实践,以尝试守护那些逸出工具理性计算藩篱的特殊部分。

于理论视域审视,这些作为艺术生命根基的不可计算的“剩余”(Resto),既可呼应阿甘本(Giorgio Agamben)的“纯粹潜能”(Pure Potentiality),指向悬置理性目的与效用预设,拒绝被彻底捕获的否定性空间;也映照米歇尔·德·塞托(Michel de Certeau)论及的“战术”(Tactics)概念,指向本无权占有“场所”的行动者,在被规划的空间内,通过权宜、拼贴与误用展开的临时性、创造性的游击式实践。^[33]这种“剩余”是艺术区别于(纯

粹计算)技术的依据,亦是在算法时代捍卫创作主体性与美学多样性的前沿。

实际上,近来LoRA、ControlNet等定制化微调手段,以及开源社区的对抗性实践,已在技术层面尝试开辟“反向操演”的“游击空间”。它们虽未颠覆“算法艺术体制”的底层逻辑,却在内部探索了挪用、改写和逃逸的可能性。这恰好从侧面说明:在当下,技术场域即博弈空间,开展批评离不开实践现场。

【注释】

[1]本文中,智能本体论指围绕生成式人工智能是否具有“真正”的创造力或意识所展开的哲学争论,其核心是将AI视为一个潜在的、具有内在本质(智能)的自主主体。参见Hayles, N.Katherine. *Unthought: The Power of the Cognitive Nonconscious* [M]. Chicago: University of Chicago Press, 2017: 22-28.

[2]本文中,美学断裂论指一种认为以生成式AI为代表的技术,其创作的美学在本质上有别于乃至断裂于所有人工美学传统的论断。它强调AI生成的作品具有前所未有的“合成性”“异质性”或“后人类”特征,构成一种全新的美学范式。参见Manovich, L. *AI Aesthetics* [M/OL]. Moscow: Strelka Press, 2018: 8-15, 32-40.

[3]2025年,“即梦AI青年导演合作计划”的创作者们将AI工具深度嵌入从美术设定到动态分镜全流程,7部AI短片得以在很短时间内系统地涌现并进入到主流影院。见莹.AI电影,代码之手如何书写人文之心? [N]. 天津日报 郭晓, 2025-12-23 (10)。

[4]马克思著. 中央编译局译. 资本论(第一卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2018: 210.

[5]“数字崇高”指那些围绕数字技术的迷思建构。它将技术进步塑造为一种自主、不可阻挡的“革命性”自然力量,从而遮蔽其背后的政治经济与权力关系。Mosco, V. *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace* [M]. Cambridge: The MIT Press, 2004: 2-5, 22-24, 49.

[6]参见尼古拉斯·盖恩等著. 刘君, 周竞男译. 新媒介: 关键概念 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2015: 62, 65.

[7]Animation Magazine. Innovation & Emmy Winner Pixar Vet Releases AI-Animated Short “The Seeker” [EB/OL]. (2025-12-29). <https://www.animationmagazine.net/2025/12/innovationemmy-winner-pixar-vet-releases-ai-animated-short-the-seeker/>.

[8]在本文中,操作性特别指向界面的设计如何预先规定了创作的可表达范围(词汇库)、可操作路径(功能集)和可追求目标(美学标准)。这正是界面进行驯化的起点。

[9]Feenberg, A. *Alternative Modernity: The Technical Turn in Philosophy and Social Theory* [M]. Berkeley: University of California Press, 1995: 157-158, 163-164.

[10]本文中的“算法管理”指通过数据收集和算法自动执行,对劳动过程进行监督、评估和管理的组织控制模式。李义娜,陈影,魏玖长,张天明. 算法管理中新业态从业者心理契约影响机制研究 [J/OL]. 系统管理学报. (网络首发) <https://link.cnki.net/urlid/31.1977.N.20251217.1918.002>.

[11]典型如贾尔斯·科尔伯恩(Giles Colborne)在《简约至上 交互式设计四策略》中归纳的“删除—组织—隐藏—转移”原则,就在被当作冗余“删除”,留下的内容被“组织”为离散语义标签,AI界面中得到充分演绎—创作意图中的情境性和多义性过程背后的复杂计算被巧妙“隐藏”,个体的创造性劳动被“转移”给机器执行。这类分析也恰好构成了“设计实践”视角合理性的有力旁证。贾尔斯·科尔伯恩著. 李松峰译. 简约至上: 交互式设计四策略 [M]. 北京: 人民邮电出版社, 2018: 80.

[12]此概念受列夫·马诺维奇对“文化软件”及平台美学分析的启发。他指出,软件与平台正在确立一种由数据标准与交互指标驱动的创作与评判体系,本文将其概括并拓展为“算法艺术体制”。Manovich, L. *The aesthetic society: Instagram as a life form* [EB/OL] (2017-06-05) 2025-01-16. <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>: 21-22.

[13]在本谱系中,“界面”被理解作为一种主客之间的语义学关系,指向将创作意图转化为标准化操作、并对流程实施规训的中介性架构。其演化是工具理性持续内化的过程,即从对外部生产流程的组织管控,深入到对创作对象内在参数的管理调控,最终抵达对创作意图本身的规划转化。

[14]大卫·波德维尔等著. 曾伟祯译. 电影艺术: 形式与风格 [M]. 北京: 世界图书出版公司, 2008: 20-45.

[15]尼古拉斯·盖恩等著. 刘君, 周竞男译. 新媒介: 关键概念 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2015: 54.

[16]Manovich, L. *Software Takes Command* [M]. New York: Bloomsbury Academic, 2013: 38-44.

[17]Flusser, V. *Into the Universe of Technical Images* [M]. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2011: 9-10.

[18]每日经济新闻. 大模型赋能影视业, AI电影降至“白菜价”? [EB/OL]. (2024-08-02). <https://www.nbd.com.cn/articles/2024-08-02/3399360.html>.

[19]Instagram 美学趋向设计型图像所遵循的美学原则和特征。具体参见 Manovich, L. *The aesthetic society: Instagram as a life form* [EB/OL] (2017-06-05) 2025-01-16. <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>: 30-33.

[20]本文所称的“界面驯化”,指操作界面作为一种规训装置,通过词汇殖民、时间重构与美学霸权这三重相互咬合的微观机制,系统性地重塑创作主体的认知、行为与审美惯性,并将其导向对技术逻辑单向度适应的过程。

[21]无论是Open AI将“反斗玩具城”经典品牌资产“长颈鹿杰弗里”作为标准化模块,还是《中国神话》将“玄幻”“上古传说”等公共资源词条作为标准化模块,它们都遵循着相似的标准化生产流程,即将模块化的元素进行检索、排列,并最终驱动AI工具组装成目标影像。

[22]提示词工程在本文中特指为引导生成式AI模型产出预期结果,而精心设计和优化输入文本(提示词)的策略与技巧。参见程湘钧,张红梅,唐希浪,徐思宁. 面向自动提示词工程的反馈进化算法 [J/OL]. 计算机工程与应用. (网络首发) <https://link.cnki.net/urlid/11.2127.TP.20251205.1435.004>.

[23]Manovich, L. *The Language of New Media* [M]. Cambridge: The MIT Press, 2001: 120.

[24]在本文中,算法现实主义是一个在批判数字文化、AI艺术和平台美学领域被广泛使用、内涵的学术概念。马诺维奇在其论述了这一现象。他

分析了社交媒体和“Instagram 美学”和“人工智能美学”AI 图像如何基于流行度、的文章中,精准描交互数据形成一种平滑、高饱和、构图完美的标准化视觉语言,这与“去历史、去语境、完美渲染”的“算法现实主义”完全吻合。Manovich, L. The aesthetic society: Instagram as a life form EB/OL (2017-06-05) 2025-01-16. <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>: 21-22.

[25] 每日经济新闻.AI 明星不讨喜,扮演成龙也不行 [EB/OL]. 新浪财经, (2024-08-06) [2025-08-12]. <https://finance.sina.com.cn/tech/roll/2024-08-06/doc-inchtarc6726133.shtml>.

[26] “它异关系”指技术作为一个鲜明的“它者”凸显在用户面前,并要求用户去解读和适应其逻辑。唐·伊德著. 韩连庆译. 技术与生活世界:从伊甸园到尘世 [M]. 北京:北京大学出版社, 2012: 103-104、112-113.

[27] Kittler, F. Gramophone, Film, Typewriter [M]. Stanford: Stanford University Press, 1999: 1-2.

[28] Manovich, L. AI Aesthetics [M/OL]. Moscow: Strelka Press, 2018: 2-3、18.

[29] 批评性设计方法论的核心不是解决问题,而是通过设计实践(通常是具有思辨性、虚构性或挑衅性的原型、对象或情境)主动提出质询,以揭示、挑战和讨论技术、社会与伦理的潜在假设、偏见与未来可能,从而促使公众反思现状,并探索替代性的选择。Dunne A., Raby F. Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming [M]. Cambridge: The MIT Press, 2013: 11-25.

[30] 此概念受马诺维奇对文化软件及平台美学相关分析的启发,即软件与平台正在确立一种由数据标准与交互指标驱动的创作与评判体系,本文将其概括并拓展为“算法艺术体制”。Manovich, L. The Language of New Media [M]. Cambridge: The MIT Press, 2001: 120.

[31] 易祖强. 边界作业与前卫传统 [M]. 北京:北京大学出版社, 2023: 2、125-127.

[32] 其手法类似于刺穿 AI “蒙皮”以展现“堆栈”(Stack),即支撑 AI 运行的分层技术架构(涵盖从底层硬件、数据、算法到应用的完整链条)及技术一权力体系。Bratton, H. Benjamin. The Stack: On Software and Sovereignty [M]. Cambridge: The MIT Press, 2015: 18-19、22-27.

[33] 本文中的“剩余”概念受阿甘本“存在论剩余”的影响,特指在技术理性完成对创作过程的标准化编码后,那些依然抵抗被彻底吸收、无法被工具化的经验与潜能。其意涵可从阿甘本与德塞托的双重理论视角加以审视。阿甘本著,王立秋等译,潜能 [M]. 桂林:漓江出版社, 2014: 252-253、257. 张一兵. 奥斯维辛背后不可见的存在论剩余—阿甘本《奥斯维辛的剩余》解读 [J]. 哲学研究, 2013(11): 73. 米歇尔·德·塞托著. 方琳琳等译. 日常生活实践: 1. 实践的艺术 [M]. 南京:南京大学出版社, 2009: 85-90、98-99.

《给阿嬷的情书》： 骨血里的“情义”和忍不住的“关怀”

14

作者：陈捷（南京艺术学院戏剧与影视学院）

摘要：《给阿嬷的情书》用潮汕方言和跨越山海的侨批架起了一座传统情义与现代关怀之间的情感桥梁。影片通过汉语言之美还原了一种素朴的情义伦理，其中蕴含的女性关怀则发出不同于经典女性主义文本的另一种声音。作为一个后情感时代的情感转向文本，影片在情义与关怀的对话中构建了一个情感的共同体，为中国电影探索一条兼具独特性与普遍性的道路提供了新的可能。其令人惊叹的成功，印证着情感在当代的稀缺性，以及在人类世界具有的无可替代的力量。

关键词：情义伦理；女性关怀；关怀伦理；情感转向；情感共同体

“刻在骨血里的情义”：以汉语言之美构建情感共同体

《给阿嬷的情书》是一次看似朴素，偶尔有些插科打诨的喜感又深藏家国伦理的史诗叙事。这一叙事的源头可以追溯到同为潮汕籍的两位中国电影先驱郑正秋、蔡楚生——《姊妹花》《渔光曲》《一江春水向东流》等影片中早已讲述过的那些

中国人的悲欢离合，但细思又大有不同。

影片讲述了潮汕青年郑木生远赴南洋谋生，意外身亡，与他萍水相逢又曾患难与共的华裔泰国女子谢南枝，感念其恩义，以木生的名义继续给他潮汕家中的妻子叶淑柔写信、寄钱，写了整整十八年，两个素昧平生的女人就这样以书信的往返守望了彼此的一生。导演说，影片书写的是一段“跨越山海的往事，它蕴含着中国

人刻在骨血里的情义与风骨”。¹这句话意味着影片中的情义,首先是一种中国人的情义。关于情义的伦理叙事在中国文学中有着悠久的文以载道传统,在电影中则化为伦理情节剧的经典类型,即将戏剧化的冲突与道德教化、社会批判融为一体,以家庭的悲欢离合来抒发家国的兴亡之感。情义在其中是高悬的道德律令,辨识着人性的善恶忠奸,它是抽象的,不能脱离了戏剧化的叙事而存在。

《给阿嬷的情书》并不是一部淡化叙事、反戏剧性的影片,影片开篇的悬念设置、跳跃叙事会让人误以为这又是一部如《泰囧》《唐人街探案》般充斥异域情调、离奇情节的笑闹喜剧。但转折来得猝不及防,郑木生的死讯以一种投屏回响的方式被阿嬷听到,她平静地站起身走出门外,一如往常地去洗橄榄,只淡淡地说了句“没想到,你爸走在我前面”。六十年的历史如她眼前的青橄榄静置于清澈的水中,波澜不惊。随后阿嬷打开木箱,找出木生寄来的书信开始一字一句地缓缓念诵:“与妻一别,八载有余,日思夜想,归期遥遥。行船入夜,恰江上升明月,江海万里,心中念你,便不觉遥远。”这一幕不是情节而是美学的转折点,声音和文字以其强烈的存在感在影片中第一次呈现出它们的美学意义。

潮汕方言被称作“古汉语的活化石”,保存了古汉语的八个声调,念起来有一种抑扬顿挫的音乐感。这封信化用了唐代诗人张九龄的名句“海上生明月,天涯共此时”,后来淑柔在回信中写道:“梦醒行至寨门前,闻溪水潺潺,方觉夜深”。其艺术手法都是中国美学中最为常见的借景抒情。此后,这样的文字被写信的人读过、被送信的人读过、被田间地头的乡邻和中文学堂里的孩子们读过,但在反复诵读的

画面中,既无江海夜景,也无天上明月、溪水潺潺,只有读信人的面孔、声音和书信的文字组合而成的一个个“情动”文本。抒情却无需借景,这是影片最独特的美学特征,因为语言不是情感的介质,而是情感本身,朗读的过程正是其仪式性的铺陈。

很难想象,一段跨越半个多世纪、横跨潮汕与泰国两地的宏大叙事,其中最动人的时刻竟依赖于一群素人的方言讲述、对话和书信文字就得以完成。这些时刻几乎贯穿影片始终,情感以语言的面目现身,征服观众的不是强情节、大叙事,而是词语、句式、声调、韵律所建构的语言之美。如导演所言:“古汉语之美奠定了这部电影的美学基底。”²

声音与文字的存在感,不仅在于视听的维度,更在于一种对“跨越山海”往事时空的感知和连接。潮汕方言中称到南洋谋生为过番,番客们称泰国为暹罗,故土为唐山,它们不仅是一个个方言指称的地名,也标记着一段段过番的心理距离。他们称自己居住的房屋为厝,女儿为走仔,就是总要走出家门的意思。他们读信为批,侨批既是番客们寄回唐山的家信,也是“银信合一”的汇款凭证,因此寄信的地方叫银信局。侨批总是纸短情长,从暹罗的老厝旅店、银信局漂洋过海到唐山的各个角落,像无数条看不见的血管,既是跨越山海的地理轨迹,也是亲人赖以生存的生命脉络。文字所到之处,皆为情义抵达的路径,身不能至,但“应你之承诺,我恒记于心”。在文字的流转之间,是人们的日常对话、亲人书信和古人诗词的诵读之声,以及南洋少女的歌曲和潮汕童谣此起彼伏。

影片几乎所有的时空转场都是以这些声音来完成的。它们不仅串连起故事和情节,更将漫长的历史叙事、多线的人物

关系、复杂的讲述视角奇妙地汇聚到同一个时空,将历史与当下紧紧连接在一起。不知不觉中讲述者换了又换,七十年的离散在声音中缝合。在众多的方言电影实践中,《给阿嬷的情书》对声音的运用远不止于一种具有地方感的声音叙事,方言“不仅是地方气氛的象征,更成为情感传递与时空感知的交汇点”³。

这种以声音和文字为基底的情感表达,其本质是素朴的,这种素朴恰恰是中国情义伦理的特征和根基。导演说,在潮汕人的评价体系里,“有情有义”是对一个人最高的赞誉,我就是想把这种刻在潮汕人骨子里的特质拍给大家看。⁴但在暹罗的中文学堂里,孩子们上的第一课并不是“人之初、性本善”,而是“人有口和手”。情义的表达——念故土、寄相思、嘱平安、盼团圆,这些人类最朴实的情感需要用口说出、用手写出,无论是口语还是诗歌,直白还是优雅,在影片中都得到了平等对待。所有的素人演员说着原汁原味、未经雕琢的乡音,如“潮州人要团结”“潮州人要帮潮州人”“出门在外要互帮互助”……而侨批上的文字则需精心修饰、字斟句酌,每一笔都要郑重,每一个“吾妻”的称谓都要有仪式感,直到番客们的急切心情被转化成一个个庄严而优美的文字——思之苦。”“我心只有一个,一心不能二用。”“暹罗在这头,唐山在那头,你在我心里头。”……

不仅如此,这些声音和文字中甚至藏有一种先于语义的力量,这一力量使语言摆脱了叙事的束缚,成为一种先在的、自足的存在。影片中有很多这样的时刻,语言像有一种魔法,会瞬间点亮那些哪怕不识文字之人。木生只要一听到写给淑柔或淑柔写来的信,就会眼睛放光,流下泪来,木生给淑柔写信,说“暹罗的木棉花很多,

但就是没有春天”。后来南枝在银信局里看见那个给妻子写信的年轻人,文字已经铺满了信纸,却一定要加上最后一句“暹罗没有春天,你就是我的春天”。他们没有文化,不是诗人,但都懂得春天就是爱情。

这些声音和文字似乎是不言自明的,如果把全片的书信和对白都结集在一起,隐去人物和情节,将会是一个更为纯粹的情义文本,这一文本不是抽象的、教化的道德规训,而是具体、可听、可见、可感的存在,一个属于中国、又比地理中国更广阔的情感空间。正因如此,侨批入选了联合国教科文组织的“世界记忆名录”,所有听不懂潮汕话的观众亦不会对影片产生一丝隔阂。阿嬷在片尾一字一句地对晓伟说:“做人一定要有情义,自然会有贵人来扶持。”这不是教导,而是以乡音传递她笃定的人生经验,这句话被祖辈用同样的声音讲出、用同样的文字写下、用同样的方式传递至今。由此而言,影片所要讲述的“刻在骨血中的情义”,只要乡音未绝、文字可辨,就会成为一种真正“超稳定的结构”,一个无法被遗忘、被放下的情感共同体。

另一种声音”: 女性视角下的关怀伦理

如果说上述讨论的是影片在情义书写上的美学意义,对于本片而言,引发更多关注的显然是其伦理层面、尤其是关于女性意识和女性主体性的议题。

影片中两位女主人公——特定情境、极富戏剧性的人物关系,是导演最先觉察到的巨大情感张力的原点,也是整个故事的起始之处。但影片最大的疑问也来自于此。影片中90%的内容,包括代写书信,

信件遗失、寄腊肉与自行车等细节,以及咸猪肉、橄榄菜、无米粿这些日常风物,均来自于导演采集的真实口述和文献考据。很多人说在潮汕像叶淑柔这样默默守候家庭、独自养儿育女的阿嬷还有很多;还有人说,一千个潮汕女性中就有一千个南枝和淑柔。影片整体的真实性无需置疑,但这一对最重要的人物关系却为导演所虚构。问题是,这一虚构仅仅出于他对戏剧性的考量,还是他所具有的女性认知?

这一关系的设定无疑是极为成功的,其戏剧性不止于“催泪”的效果,更为影片提供了中国影史中罕见的女性情感书写和一种既不同于传统叙事、也不同于启蒙叙事的伦理表达。“做人要有情有义”,这句话一开场就被醒目地置于开头。导演说:“这句话我从小听到大。从奶奶到妈妈,这是我身边所有的女性长辈说得最多的一句话。”⁵这或许意味着导演事实上有着一种自觉的女性视角,并试图在这一特定的人物关系中提出一个值得深究的伦理问题:一个女性为什么可能在没有制度强制、没有血缘契约的情形下,心甘情愿地为另一个与己无干的人付出半生?传统伦理从未对女性提出过这样的要求,所谓“情义”,多半是男性的道德标准。女性主义更不必说,自娜拉叙事以来,女性获得主体性的唯一方式似乎就是出走和反抗。

与之前许多伦理情节剧和“新女性”的故事背景相似,谢南枝和叶淑柔同样面临着历史的离乱和漫长的等待,但影片里既没有压迫者的暴力、家族秩序的撕裂——无论是郑木生还是南枝的父亲,不仅不是压迫者,还是最忠诚的守护者,只不过他们都无力抵抗大时代的风浪和个体命运的无常,也没有受害者的隐忍、不甘与反抗,两位女性对自己“虚度”的青春

无怨无悔,对奉献的一生甘之如饴。对影片最尖锐的批评正来自于此,这是在赞美男性的情义,还是女性的牺牲?这一叙事是否“回归传统”、令女性意识“倒退”?或者说,这是女性书写的另一种声音?

事实上,在木生死后,影片讲述的主体已悄然发生转变。谢南枝和叶淑柔是两个隐藏在历史叙事和日常话语中伟大女性的特例,在属于男性的英雄史诗隐没之后才正式登场。如果一定要说“情义”是男性伦理,我们不妨来看一个女性视角下的伦理概念,“关怀伦理”的理论线索或许可为我们理解两位女性的人生选择提供一些新的思考。1982年,美国心理学家卡罗尔·吉利根在《不同的声音》一书中提出了一个改变西方伦理学面貌的命题:在主流伦理之外,存在着“另一种声音”,即女性对道德问题的看法和解决方式与男性不同,她们更注重具体关系和具体情境中的人及人的情感,更侧重于情感回应、关怀与责任,而非抽象的权利与正义原则。吉利根将之概括为一种女性主体的“关怀—责任伦理学”⁶。此后,关怀伦理学的另一奠基人内尔·诺丁斯指出:“关怀他人和被他人关怀就是人的基本需要,因而关怀体现了生活最终极的本质。”⁷但这种关怀从来不是单向的施予,而是一种在关怀关系中生成的互惠性责任。关怀关系的形成需有三个环节:“首先是需要被关怀者有某种需要,然后是关怀者能够辨认出对方的需要,并做出相应的关怀反应,最后被关怀者向关怀者的关怀行为表示认可和接纳,这样的关怀关系才是有效的,并能维持和巩固下去。”⁸

在这一理论视角下,谢南枝作为“关怀者”、叶淑柔作为“被关怀者”以及两位女性之间所形成的“关怀关系”已然清晰可见。她们的行为逻辑不依附于任何一

种道德法则或教条主义,而是彼此对具体之人的情感回应与关怀付出。当木生意外离世,南枝写好讣告去银信局投递,如果说影片中有一场戏剧性的风暴来完成一次情节的转折,那就是发生在银信局的这一幕场景:南枝孤立无援地站在银信局门口,身边是同样弱小无助的人们,他们有的寄钱赎回自己的女儿,有的寄钱给自己重病的母亲,她听到了熟悉的句子:暹罗没有春天,我一想到你,就看到了春天。她立刻联想起木生曾在这里词不达意地表达着相思,联想起远方那个将要独自承受一切的女人。这是一个特定的具体情境,眼前这些具体的生命、具体的情感让她辨认出淑柔最迫切的需要,做出了一个关怀的反应——将讣告换成了平安批。

这不仅是一次情节的、更是一次伦理的转折——从男性的情义伦理转向女性的关怀伦理。更重要的是,南枝辨认出的不仅是淑柔经济上的需要,还有她们共同的情感需求。淑柔在木生坐牢期间已经和她通了两年的信,从淑柔的身上南枝学到了一种生存的力量,一种在漫长等待中守住内心安稳的方式。“谁言女子之肩膀不够伟岸,为母则刚,恰似你的样子。”“自与您通信以来,您的坚韧与聪慧,始终照耀着我,我也有幸与你一样,成为了母亲,同感为人父母之责任。”是淑柔教会南枝如何成为一位温柔又有力量的母亲。

诺丁斯认为关怀伦理的基础是“自然关怀”,是一种出于本能、类似母性的、无法抑制的关怀,如同扮演淑柔的素人演员看到照片中的孩子脱口而出:“你走这么早,孩子们怎么办?”正是母性的关怀让两位女性所做的一切都像是她们生命的自然延展。她们的主体性实践不是以出走、反抗、觉醒的逻辑展开,而是在日常中对他人处境的深切理解、对具体情境中的生

命关怀中得以实现。她们的“开枝散叶”并不依赖于“木生”,而是基于各自生命的独立性与完整性,说出女性主义的“另一种声音”。

而南枝与淑柔的关怀关系的最终建构,在于被关怀者向关怀者“表示认可和接纳”,“双方在这样一种平等互惠的关怀关系中体验到人与人之间的美好情感”。⁹应该说,直到2018年谜底揭开、真相大白的那一天,她们之间的关怀关系才真正得以完成。听完了整个故事,淑柔平静地走出院门,说“我去看看橄榄菜凉了没有,快点装,装好了去坐飞机。南枝不是在泰国吗?”她的平静是因为她早已作出了回报的决定。

影片的最后,患上阿尔茨海默症的南枝已失去记忆,她握着淑柔的手,颤巍巍地问出一句:“我上次寄的咸猪肉,你有收到吗?好吃吗?好吃我就再寄。”声音轻如叹息,这段话不是抒情语言,也不是日常语言,是一种从沉睡中唤醒的残存记忆、一种发乎本能的情感表达。这是一段虚构的关怀叙事,但或许是女性主义最美好的愿景——所有的离散创伤都会得以愈合,祖辈和孙辈,男性和女性,逝者和眼前人,所有人都被温柔以待,一起看江上明月,似与你并肩共赏。

从“情义”到“关怀”:走向当代情感主义

现代女性视角下的关怀伦理与中国传统的情义伦理之间并无任何渊源,但它们彼此对话的可能性正受到越来越多的关注。因为关怀伦理学的终极走向是,始于亲密关系并扩展到社会领域,最终成为一种无需血缘、无需契约、具有普世性的关怀体系,亦是一个人类情感的共同体。

由此,关怀和情义最终看起来走上了同一个方向。当代情感主义伦理学家迈克尔·斯洛特的情感主义研究一直致力于在东西方哲学之间寻找对话的可能,并将之视为一种“当代的进路”。在一次与中国学者的对话中,他说“仁爱”与“关爱”的传统之间尽管没有丝毫影响,“但在功能上显示出了极大的相似性”。¹⁰

两个传统都以“对他者处境的敏感回应”作为道德的基础,都拒斥抽象的普遍原则先行于具体的人际情境。“事实证明,关于西方的德性伦理情感主义,在某些最重要的儒家及新儒家的思想学说中,已经进行过深刻而出色的探讨了。”¹¹

导演曾说影片是一部潮语版的《海角七号》,事实上,影片更接近于一部以女性关怀讲述人类情感的巴西电影《中央车站》。我们可以将《给阿嬷的情书》视作一次当下后情感时代语境中男性与女性、传统与现代、情义与关怀之间的真诚对话,影片中不仅延续传承着中国传统的情义伦

理,更向着一种当代性、普遍性的情感主义行进。

截至目前,《给阿嬷的情书》豆瓣评分已达9.1分,票房预计会破15亿。影片的成功印证着情感在当代的稀缺性,但它仅仅是一个特例,还是具有某种普遍性的可能?对于中国电影而言,影片可能产生的意义或许远不止产业,甚至美学的范畴,更在于影片的“情感转向”及其对中国情感共同体建构的努力。在当代“情感转向”研究中,最关键的问题是:“以情感重构而成的主体仍是一种西方式的普遍主体吗?中国的古典资源与内在经验能否为之提供新的方案?”¹²或是如何立足本土经验开创一条“独特性的或关于独特性的普遍主义”¹³道路?影片或许正给我们提供了一个新方案。在此意义上,这不是一部讲述历史的电影,而是一部关于未来的启示录——在未来的人类世界里,还有什么值得用口说出来,用手写下来。

【参考文献】

1. 蓝鸿春. 书写中国人刻在骨血里的情义. 人民日报, 2026-05-07 (20).
2. 陈晨. “阿嬷”导演蓝鸿春: 古汉语之美奠定了这部电影的美学基底. (2026-05-13) [2026-05-18]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_33164270.
3. 胡亦名, 姚权. 声音的政治、美学与“时一空性”: 方言电影的发展及其情感传导机制. 文化艺术研究, 2025 (1): 44.
4. 李丽. “五一档”电影《给阿嬷的情书》导演蓝鸿春: 这不是一部只给潮汕人看的电影. (2026-04-23) [2026-05-18]. https://ent.ycwb.com/2026-04/23/content_54079538.htm.
5. 李丽. “五一档”电影《给阿嬷的情书》导演蓝鸿春: 这不是一部只给潮汕人看的电影. (2026-04-23) [2026-05-18]. https://ent.ycwb.com/2026-04/23/content_54079538.htm.
6. 刘余莉. “另一种声音”是什么?——刘余莉. “另一种声音”是什么?——关怀伦理述评. 贵州师范大学学报(社会科学版), 2005: 30-32.
- 7、8、9. 何锡蓉. 女性伦理学的哲学意义. 社会科学, 2006 (11): 140.
10. 江畅, 斯洛特. 关于仁爱与关爱的对话. 哲学动态, 2019 (9): 122.
11. 迈克尔·斯洛特, 王楷. 情感主义德性伦理学: 一种当代的进路. 道德与文明, 2011 (2): 28.
12. 邓瑗. “情感转向”与中国现当代文学研究的主体重构. 文艺研究, 2024 (4): 77.
13. 汪晖. 去政治化的政治. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2008: 476.

论虚拟现实动画作为艺术治疗手段之可行性

作者：叶佑天 吴翔（湖北美术学院影视动画学院 武汉纺织大学外经贸学院数字传媒学部）

摘要：随着研究人员不断发现传统心理治疗存在的局限性，艺术治疗在心理治疗领域中逐步受到重视，虚拟现实动画凭借其独特的沉浸式体验、多感官交互性及参与式叙事，成为艺术治疗领域的新兴研究方向。通过剖析虚拟现实动画在多个维度——包括多感官交互与情感共鸣的深刻联结、作为创意媒介与交互叙事工具的独特优势，以及其在针对年轻群体的治疗效果和高校教育融合中的具体实践作用，探讨虚拟现实动画作为艺术治疗手段的巨大潜力与可行性。从艺术治疗参与者的多元视角出发，分别从创作者与欣赏者的立场揭示虚拟现实动画作为艺术治疗媒介所蕴含的独特价值，旨在为艺术治疗实践以及虚拟现实动画创作提供新的视角与参考，为动画艺术治疗领域注入新的活力，推动该领域的创新与发展。

关键词：虚拟现实动画；动画艺术治疗；艺术治疗；虚拟现实

艺术治疗作为集艺术创作与健康疗愈于一体的治疗手段已经有了较为悠久的历史，治疗形式旨在将艺术媒体作为主要表达和交流的方式。自希尔 1942 年首次将艺术创作的治疗过程命名为“艺术疗法”后，科学研究在过去 80 余年的发展历程中不断证实创造性表达与健康之间存在积极联系。在此背景之下，艺术不是被用作诊断工具，而是作为一种解决可能令人困惑和痛苦的情感问题的媒介。目前在艺术治疗过程中所使用的艺术媒介也随着技术发展不断更新，动画艺术治疗作为新兴研究领域也逐步进入大众视野。

英国心理治疗师协会（BACP）将心理治疗定义为一种“谈话疗法”，旨在通过谈话的方式帮助有情感、社会或心理健康问题的人。在动画艺术治疗中，“说话”同样占据着举足轻重的地位。动画疗法不仅依托传统的治疗方式进行沟通，还创新性地融入静态与动态图像，使得声音得以通过这些视觉元素自然展现，进一步丰富

了治疗过程中的表达与交流方式。比起传统的治疗方式，动画艺术治疗可以有效保障参与者的隐私，让参与者通过动画来表达自我，往往能够让他们具备更多的安全感从而更加自如地进行表达。^[1]随着动画艺术的不断发展，研究人员发现引入虚拟现实技术可以为用户提供一种新颖的动画视角，从而增强动画的表达能力。^[2]然而，目前虚拟现实动画在艺术治疗领域中的应用仍处于初期的探索阶段。

20 世纪末，心理学家首次将虚拟现实应用于恐高症的治疗并将其命名为虚拟现实暴露疗法。此后，虚拟现实暴露疗法更多被应用于治疗焦虑障碍和创伤后应激障碍。^[3]虚拟现实技术可以整合多感官的刺激从而表现出强大的心理治疗潜力，探讨虚拟现实动画艺术治疗的可行性也为未来的动画疗法研究提供了新思路。

一、沉浸疗愈：动画艺术治疗的看见与被看见

(一) 虚拟现实动画艺术治疗

动画特有的艺术形式以及其作为工业创作的结合体,使其具备多样的创作模式。^[4]动画艺术治疗作为一种创造性创作模式,充分发挥了动画的叙事、视觉以及听觉艺术特性,在艺术治疗领域具备了独特价值。梅勒妮·哈尼(Melanie Haney)提出GHM(The Good Hearts Model)模型,将动画制作的各个方面和治疗过程的不同阶段相匹配,使GHM模型作为诊断、教育、预防犯罪和传播的工具。^[5]根据艺术治疗对象的参与情况可以将动画艺术治疗分成创作者与欣赏者两个立场。^[6]从艺术创作者的立场出发,动画艺术治疗指在专业治疗师的指导下进行动画艺术作品的创作,治疗师从创作作品以及创作作品的过程中发现问题并作为治疗过程的一部分;从欣赏者的立场出发,主要通过动画艺术作品建立情感共鸣从而达到情感治愈的作用,具体的疗愈效果与欣赏者自身的情感经历与文化背景等相关。

将虚拟现实技术融入动画艺术治疗可以有效提高动画治疗的沉浸感以及交互性,使患者更加直观地感受到自身在虚拟环境中的存在感,从而达到沉浸式治疗效果。从创作者的角度来看,接受治疗的患者利用虚拟现实设备进行动画艺术创作,沉浸式的视听感受可以增强创作体验和心里反应,从而减少患者接受治疗的压力以及被治疗师观测的影响。治疗师通过治疗室的检测设备可以直观地观察患者的行为数据并实时给予指导。从欣赏者的角度来看,沉浸式动画作品通过交互式的叙事方式以及多通道的感官刺激更容易与观众建立情感链接,从而增强动画艺术治疗效果。

VR的视觉体验与现实世界的交互状

态更加接近,因此,VR动画的制作必须以全新方式来进行思考,更加关注观众的体验效果。在传统的动画治疗叙事中,往往需要通过角色设计、场景布局以及光影构思等维度为观众营造沉浸感,这无形之中增加了创作门槛。不仅如此,过于依赖于镜头叙事的顺序与节奏也削弱了观众的自主选择权和探索体验。沉浸式动画艺术治疗可以通过虚拟空间的构建以及具备临场感的叙事手段让观众主动代入其中。除此之外,移情与共鸣是动画艺术治疗中的重要手段,也是搭建观者与创作者之间的有效对话机制。^[7]观众可以自主选择不同视角,解锁互动式叙事体验从而增强代入感,更容易唤起观众的情感体验从而达到疗愈效果。

(二) 多感官交互强化情感共鸣

动画因其具备天然的虚拟属性和间离特质,恰好为艺术治疗提供了更宽泛的可能性。^[8]在虚拟现实技术的加持之下,可以增强观众的代入感与其建立更深层的情感共鸣。在场感被认为是情感在虚拟环境中发生的先决条件和必要中介。^{[9][10]}在场感是与观众建立情感共鸣的首要条件,可以让观众的情绪为虚拟环境所影响并将其归因于虚拟环境的意识状态。形成在场感的两个主要内在原因为自主感和拥有感。^[11]自主感可以理解为观众感受到与动画中的角色进行交互是由他本人发起的;而拥有感指切身体会到自己作为动画剧情中的人。在自主感与拥有感的共同作用下观众可以切身体会到置身于动画场景之中。同时,增加交互性也可以营造高在场感,通过设计与动画剧情相关的动作例如推、拉、移动等,可以让观众更加强烈地感受到处于场景之中并主动参与到

动画剧情之中。例如2022年威尼斯电影节 Venice Immersive 单元的VR动画作品 Thank You For Sharing Your World, 故事描绘了一名盲童在10岁失明后所想象的场景。利用虚拟现实设备可以完全遮盖观众的视线范围,从而营造出完全黑暗的环境来模拟盲人所面对的世界。观众随着动画剧情的深入与不断探索,视线从黑色变得逐渐丰富多彩起来,从而增添观众在观看过程的互动感与真实感,带来更加生动的沉浸式体验。

从传统动画过渡到虚拟现实动画,叙事的侧重点从故事讲述转变为互动体验。^[12]在虚拟现实动画治疗之中,观众角色也从被动观看转变为可交互的体验,这也就意味着在治疗过程中治疗师可以借助多感官的交互模式。人拥有的五种感官包括:视觉、听觉、嗅觉、味觉和触觉,其中视觉和听觉通道约占所有感官接收信息的94%。过去,虚拟现实技术在模拟视觉、听觉和触觉方面已经取得了进展,并被运用于治疗焦虑障碍、创伤后应激障碍以及恐惧症等领域,但在嗅觉和味觉方面的治疗潜力较容易被忽视。目前,VR的嗅觉模拟器主要利用设备将气味进行储存并通过通风系统来传播。^[13]Seigneric等学者发现嗅觉会影响人体的视觉注意^[14],在虚拟现实动画中融入嗅觉体验可以帮助观者更容易识别到相应气味的物体。奎里希纳等提出嗅觉线索有助于提高回忆的完整性。^[15]借助VR的嗅觉模拟器,治疗师在治疗过程中可以利用气味对患者的紧张焦虑情绪进行安抚。除此之外,结合动画剧情配置相应的气味可以延长患者对于剧情的记忆从而加深对动画剧情和动画角色的印象。

与嗅觉相比,味觉体验更刺激、更直观,对情绪有显著的指导作用^[16],然而

对于味觉模拟器的研究却不如嗅觉模拟器广泛。味觉元素主要包括品尝的味道、温度以及浓度。在现实生活中,人们经常通过食用生态食品来疗养身心,同时,甜味食品也被证实可以促进积极情绪。目前在虚拟现实环境中刺激味觉的方式主要包括摄入化学物质或者通过电来刺激舌头。由于缺乏良好的用户体验,在虚拟现实环境中使用味觉模拟器应更加谨慎。随着技术的不断发展与进步,对于VR的五感模拟器会有更多新的互动体验出现,为观众提供更丰富的虚拟现实动画治疗体验。

二、幻境构建:与虚拟动画隔空“对话”

(一)置身虚拟动画治疗空间

艺术治疗在本质上是疗愈对象通过身体与疗愈空间、环境媒介或治疗师等进行具身交互。^[17]动画艺术治疗中的具身交互指接受治疗者与动画内容、环境,以及治疗师等进行参与式交互过程中意义的创造、使用和传播的过程。在此过程中,环境作为一种会对治疗对象造成影响的媒介往往会被忽视。在动画艺术治疗中主要受到两种环境媒介影响,分别是治疗对象所观看的动画中的环境场景以及观看动画时治疗对象所处的环境。

目前,用于动画治疗中的动画场景主要为草地、森林、湖泊等自然景观。当人们置身于无威胁的自然环境中,可以快速从生理、心理应激中恢复体力,获得积极的情绪体验并减少患病风险。^[18]在动画中加入优美的风景、植物等元素有利于缓解压力从而提高人们积极的情绪反应。不同色彩的植物也会给人带来不同的情感体验,例如,绿色、白色和黄色的植物尤其让人感到放松和愉快。谷歌于2016

年专为儿童推出了VR动画短片Rain Or Shine,故事的背景设定为一个小女孩只要戴上墨镜自己头顶的天空就会下雨,最后围绕魔法墨镜展开的一系列故事。动画的色调以草绿色为主,故事的场景主要为绿色的草地和白色的街景,整体风格清新、治愈,影片表达了爱与纯真也映射了面对困境时调整心态的重要性。此外,该短片还融入与观众互动的趣味性元素,观众目光停留的长短会决定看到内容的不同。除了自然景观,城市环境中的咖啡馆以及博物馆等也被发现有治疗作用。^[19]未来虚拟现实动画治疗中的场景研究也将随着对环境媒介的影响因素研究不断深入而更加多样化。

除此之外,虚拟现实可以为动画环境通过头戴式显示器提供沉浸感,治疗对象与现实世界的分离产生隐私感和与外部世界的分离感。^[20]在虚拟现实动画环境中,由于其具备私密性和沉浸感,动画治疗的内容将以更直接以及轻负担的方式被治疗对象捕捉。分离感可以有助于治疗对象脱离现实世界,从而专注于当下的虚拟环境之中。例如首部提名奥斯卡的VR动画作品Pearl(如图1),故事讲述一对父女和一辆名叫“珍珠”的老爷车的旅行故事,探讨爱与梦想。整个故事发生的场景都在车里,观众宛如坐在副驾驶参与剧情的前进。在观看Pearl时观众可能触发多个剧情,从而看到不同的结局。该作品因此获得“创意艺术艾美奖”中的“杰出创新交互式故事叙述”。当与虚拟世界发生交互时,观众获得认识自我的机会。^[21]在虚拟现实动画治疗中,观众脱离现实世界,沉浸在虚拟世界环境中,与动画角色进行交流互动,成为故事中的“局内人”,产生更强烈的心理体验,从由其自主推动的动画剧情中重新认识自己。这种以观众为

本、自主导向的治疗过程可以让其更好地理解自我,同时也为治疗提供了潜力。



图1:VR动画作品 Pearl

当治疗对象以创作者身份进行虚拟动画治疗时,虚拟现实可以为其提供一个安全的情感表达空间。通过使用虚拟现实动画进行创作,治疗对象无需透露自己的身份,这可以使其更加自由地进行自我表达,有利于袒露更深层次的想法。虚拟现实动画可能为治疗对象创造一个介于现实世界与幻想世界之间的独特空间,有助于重新塑造自我,促进自我心理的发展,为治疗奠定基础。此外,虚拟现实动画打破了“边界”的概念,虚拟画布的无限性、侵入性和动态环境可以对治疗对象产生极大影响^[22],这也为虚拟现实动画治疗带来了更多的可能性。

(二) 虚拟材质与参与式叙事

在艺术治疗的过程中,材质是不容忽视的重要媒介之一,与材质进行交互也是治疗过程的一部分。在动画中材质主要分为颜色、纹理以及质感三个方面。^[23]不同的质感或相同质感下的不同颜色可以唤起治疗对象不同的生理、心理感受。例如棉花、绒毛、木头等材质较为容易引导人产生积极的情绪,而金属、砂纸等材质更容易引导人的消极情绪。^[24]治疗对象在治疗过程中常常会被鼓励尝试使用不同的艺术材料媒介来表达自己的感受。选用材料的外观和特质与动画的叙事策略息息相关,在动画艺术治疗中常用的艺术材料包

括但不限于实物材质(木头、黏土、纸)和手绘材质(油画、水墨)等。虚拟材质也为动画艺术治疗的材料选择提供了更多可能性。虚拟材质除了在视觉、听觉和触觉层面带给人特殊情感体验,在嗅觉和味觉层面的研究也正在逐步被完善。例如在现实世界中不易控制的液体或气体等材质也能成为艺术创作媒介,丰富动画治疗的精神体验。

人对于材质的感触是以触觉为基础的,但由于经验和常识,通过视觉联觉可以使其不用通过直接触摸也能感受到质感的不同。^[25]也就是说,虚拟材质的质感通过在视觉层面的表现也能被治疗对象所感知。在虚拟现实的环境中,可以通过特殊笔刷对不同的材质来进行模拟,让治疗对象灵活选择属于自己独特的创作材质,这也为虚拟现实动画治疗带来更多可能性。此外,虚拟材质可以在避免引起人体接触黏稠、冰冷等特质的材质引起治疗对象的厌恶情绪的同时,保留材质的艺术特性。通过头戴式显示器可以增强动画材质的真实感,从而更好地引起观众的视觉联觉反应,沉浸式感受不同材质带来的情绪反应。

在虚拟现实动画中,除了更加丰富的感官体验以及更加逼真的艺术表现之外还比传统动画多具备了一项优势:交互式叙事。虚拟现实动画治疗中的交互式体验为创作者的叙事方式带来改变,同时也为观众的观看体验带来了更多意想不到的惊喜。传统的单线叙事方式进而转化为可供观众选择的多线叙事。治疗对象在观看过程中会受到生活经历、情感记忆以及共鸣体验的影响解锁不同的故事剧情。由此可见,虚拟现实动画治疗更有利于发展定制化的治疗方案。由于不同选择会导致不同故事结局的产生,观众会更加倾向于多次

进行观影,从而提高治疗的积极性与主动性。此外,在虚拟现实动画中,观众可以选择以“有身份”的“玩家”或“无身份”的“旁观者”参与叙事。当观众选择成为“故事中的一部分”,故事中的其他角色便可以感知到其存在,并与之产生互动,在动画剧情的设计中可以参考游戏设计元素,赋予观众一定的“线索”或“任务”,引导其推动剧情的发生。当作为“剧中人”时,观众会对剧情产生更加深刻的理解,并对故事中的角色产生不同的情感。当观众选择以第三视角观看故事时,观众虽然并不直接参与叙事,但仍然有触发剧情的权力。虚拟现实动画的交互式叙事方式让治疗对象无论作为创作者还是观众,都能收获更加丰富的参与体验。

三、未来趋势:人群优势与高校动画艺术治疗

年轻群体多处于升学或求职困惑时期,对于心理治疗的需求也正逐步加强。而年轻群体对于动画的熟悉和喜爱程度使得动画疗法在某些方面更具优越性。马尔乔迪和奥尔等学者的研究表明艺术疗法可以有效改善人们的健康,并且艺术疗法与动画艺术相结合具备提高青少年兴趣以及获得认知和发展等潜在好处。^{[26][27]}例如,使用动画视频进行干预,可以有效缓解幼儿患者的麻醉躁动,并且可以减少患者的术前紧张和术后疼痛,有利于患者后期体征恢复和病情康复。^[28]此外,动画疗法可以提高儿童对自身身体多样性的理解从而提高其对身体的满意度。^[29]利用动画角色来传递知识被证实对于儿童来说格外有效,可以增强儿童对于知识的理解并表现出对动画角色的喜爱。^{[30][31]}动画疗法的好处在于可以帮助年轻群体处理

不愉快的情绪,了解自己的行为,认识自己以及和他人的关系^[32],从而增强他们的自尊以及自我效能感。由于动画的配音配乐、故事情节以及人物设定要素在诱发积极情绪中起重要作用^[33],因此充分了解年轻人的音乐喜好以及生活体验有助于完善动画疗法对于氛围情绪的渲染,更好地建立情感共鸣。例如获得第82届奥斯卡最佳动画长篇奖的动画作品《飞屋环游记》(彼特·道格特/鲍勃·彼德森,2009)(如图2),影片中的治愈元素从故事设定、人物设计、色彩运用到音乐都十分考究。尽管影片的受众定位主要为儿童,成年人也会为影片中隐藏于欢笑声下的社会现实所感动。对于当前的儿童和青少年来说,动画已经成为其日常生活中的一部分,这也为虚拟现实动画疗法提供了一定的人群基础和治疗潜力。



图2: 电影《飞屋环游记》剧照

虚拟现实动画疗法在未来的发展潜力一方面得益于虚拟现实技术在健康领域的不断探索,另一方面在于对年轻群体的吸引力。虚拟现实技术在娱乐、社交和健身等领域的运用为其打下了坚实的粉丝基础。伴随着数字媒介成长的Z世代人群对数字媒介有着丰富的使用经验和较强的学习能力,也成为将虚拟现实技术用作帮助其管理焦虑和增强健康的优势。例如,Wenxi Liu等学者发现基于虚拟现实技术可以激励并促进大学生参与和坚持体育锻

炼。^[34]Inangial等学者的研究结果表明比起平板设备,使用VR观看动画的分心方法可以减少学龄儿童在采血时对于焦虑和疼痛的感知。^[35]目前,针对虚拟现实技术在年轻群体健康管理方面的研究呈上升趋势,未来面向年轻人的虚拟现实动画疗法也将成为该领域的研究热点。

结语

随着虚拟现实技术的飞速发展日益成熟,其在医疗领域的应用边界正被不断拓宽,以虚拟现实技术为核心展开的创新治疗方法日渐丰富,不仅打破了传统的治疗模式,也为动画艺术治疗这一跨学科领域的研究开辟了新的道路。虚拟现实技术在情感共鸣、感官体验、交互叙事等方面可以强化动画艺术疗法,给人带来的沉浸感与互动感从而加强治疗潜力。通过创造出高度沉浸式的环境,患者能够在安全、无压力的虚拟空间中体验动画情境,从而促进情感共鸣、认知重构及行为改变。这种独特的体验方式增强了治疗过程的互动性和有效性,为治疗师提供了更多元化的工具来触达患者的内心世界。

技术革新为动画艺术治疗带来新的机遇的同时也带来挑战。部分治疗师对于在治疗过程中引入新兴技术仍持保守观点,虚拟现实技术可能带来的不确定性以及长期疗效的验证等仍需实证研究进一步明确。因此,在拥抱新技术的同时仍应保持以人为本的态度,针对治疗对象的特点,尊重个体差异定制治疗方案。值得注意的是,随着数字时代的全面到来,Z世代作为伴随数字媒介成长起来的群体,他们的生活方式、思维模式乃至心理健康状态都深受数字技术的影响。因此,探索基于虚拟现实技术的动画艺术治疗新路径具有较

强的现实意义和社会价值。

此外, 尽管虚拟现实技术可以让参与者在进行动画艺术治疗的过程中获得更丰富的体验, 制作虚拟现实动画的技术成本

仍然偏高且虚拟现实动画人才十分紧缺。

未来, 应加强对虚拟现实动画人才的培养, 积极倡导虚拟现实动画进高校, 并加强与企业合作, 促进资源优化, 实现人才转型。

【参考文献】

- [1][5]Hani M.Defining animation therapy: the good hearts model[J].Animation Practice, Process & Production, 2017(01): 17-51.
- [2][8]Pei F.Original Research Article Visualizing trends on animation art therapy: A bibliometric analysis[J].Journal of Autonomous Intelligence, 2024(05): 14-22.
- [3]Maples-Keller J L, Bunnell B E, Kim S J, et al.The use of virtual reality technology in the treatment of anxiety and other psychiatric disorders[J].Harvard review of psychiatry, 2017(03): 103-113.
- [4]叶佑天, 姜金镇. 人工智能赋能动画创作方式的新思考 [J]. 电影评介, 2024(03): 7-13.
- [6][7]马颖寅. 动画艺术治疗的路径与价值研究 [J]. 电影文学, 2020(13): 88-91.
- [9]Felnhofner A, Kothgassner O D, Hetterle T, et al.Afraid to be there? Evaluating the relation between presence, self-reported anxiety, and heart rate in a virtual public speaking task[J].Cyberpsychology, Behavior and Social Networking, 2014(05): 310-316.
- [10]Felnhofner A, Kothgassner O D, Schmidt M, et al.Is virtual reality emotionally arousing?Investigating five emotion inducing virtual park scenarios[J].International journal of human-computer studies, 2015: 48-56.
- [11]Gallagher S.Understanding interpersonal problems in autism: Interaction theory as an alternative to theory of mind[J].Philosophy, Psychiatry, & Psychology, 2004(03): 199-217.
- [12]宋方圆. 故事世界与虚拟空间——VR动画叙事方式的探索与思考 [J]. 创意与设计, 2017(06): 85-89.
- [13][16]Li H, Chen H.Research on immersive virtual reality healing design based on the Five senses Theory [C]//International Conference on Human-Computer Interaction.Cham: Springer Nature Switzerland, 2023: 99-106.
- [14][17][19][24]刘毅, 谢尘沐, 周安迪. 环境媒介与具身交互: 艺术疗愈空间的热点与趋势 [J]. 工业工程设计, 2024(02): 85-92.
- [15][18][20][22]Hacmun I, Regev D, Salomon R.The principles of art therapy in virtual reality[J].Frontiers in Psychology, 2018: 2082.
- [21]李艳英, 盖筱晗. 虚拟现实动画的四要素探究 [J]. 当代动画, 2022(04): 104-108.
- [23]陶磊. 浅析三维动画短片中材质的艺术表现 [J]. 大众文艺, 2017(07): 187.
- [25]于斯鑫, 张耿. 疫情后基于视觉心理效应的大众化艺术治疗设计研究 [J]. 设计, 2020(11): 55-57.
- [26]Malchiodi C A.Creative arts therapies and arts-based research[J].Handbook of arts-based research, 2018: 68-87.
- [27]Orr P.Art therapy and digital media[J].The Wiley handbook of art therapy, 2015: 188-197.
- [28]孙敏. 动画视频在小儿全麻护理中的应用 [J]. 世界最新医学信息文摘, 2017(90): 234.
- [29]Matheson E L, Lewis-Smith H, Diedrichs P C.The effectiveness of brief animated films as a scalable microintervention to improve children's body image: a randomised controlled trial[J].Body Image, 2020: 142-153.
- [30]Baek Y K, Layne B H.Color, graphics, and animation in a computer-assisted learning tutorial lesson[J]. Journal of computer-based instruction, 1988(04): 131-35.
- [31][33]Wilson A C, Gonzalez L L, Pollock J A.Evaluating learning and attitudes on tissue engineering: a study of children viewing animated digital dome shows detailing the biomedicine of tissue engineering[J].Tissue Engineering Part A, 2012(5-6): 576-586.
- [32]Pei F.Original Research Article Visualizing trends on animation art therapy: A bibliometric analysis[J].Journal of Autonomous Intelligence, 2024(05): 14-22.
- [34]Liu W, Zeng N, Pope Z C, et al.Acute effects of immersive virtual reality exercise on young adults' situational motivation[J].Journal of Clinical Medicine, 2019(11): 1947.
- [35]inangil D, sendir M, Büyükyilmaz F.Efficacy of cartoon viewing devices during phlebotomy in children: a randomized controlled trial[J].Journal of PeriAnesthesia Nursing, 2020(04): 407-412.

认知新界与多维变革： 数字媒体艺术与科技融合发展的顶峰相遇 ——第五届数字媒体艺术与科技国际大会综述

16

作者：杨歆迪 刘月阳（北京电影学院数字媒体学院）

2025年12月1日，第五届数字媒体艺术与科技国际大会在北京电影学院召开。本次大会以“认知新界与多维变革”为核心主题，由中国人工智能学会、中国美术家协会数字艺术委员会联合指导，北京电影学院主办，北京电影学院数字媒体学院和教学实践中心、北京邮电大学数字媒体与设计艺术学院、北京电影学院科学与艺术研究院联合承办。大会汇聚了数字媒体艺术、人工智能、影视科技、高等教育及产业界的顶尖专家学者与领军人物，搭建起跨学科、跨领域的高端交流与协同创新平台，共同探讨技术与艺术融合发展的新路径。作为该国际会议自2018年创办以来的第五次盛会，大会如今已发展为汇聚全球前沿智慧、展示尖端创新成果的品牌学术活动。

本届大会主题聚焦于科技飞速演进时代下艺术与科技深度融合所带来的认知边界拓展与创造可能的重塑。大会围绕这一主题深入研讨了人工智能、虚拟现实、交互影像等前沿趋势，在艺科融合路径上凝聚了广泛共识并明确了协同创新的方向。

北京电影学院党委副书记、校长扈强，中国作协副主席邱华栋，北京邮电大学党委书记续梅，中国人工智能学会副理事长刘成林分别致辞。

一、“未来影像科技联盟”的发起与愿景

在第五届数字媒体艺术与科技国际大会上，“未来影像科技联盟”正式成立。该联盟由北京电影学院联合清华大学未来实验室、北京大学视频与视觉技术国家工程研究中心、北京邮电大学、中国科学院自动化研究所、北京理工大学、北京师范大学、中国传媒大学、中央戏剧学院、中央美术学院、中央音乐学院、中国戏曲学院、北京服装学院、北京舞蹈学院、中国美术学院联合发起。联盟以汇聚影像科技、艺术创作、高等教育领域核心力量为目标，搭建资源共享、协同创新的高端合作平台。相关领导嘉宾共同参与启动仪式。“未来影像科技联盟”的意义在于：形成人类社会跨学科创新共同体；构建未来影像核心技术体系；打通“教育-科研-产业”创新闭环。“未来影像科技联盟”主席扈强强调，未来影像在人类社会不是某一类人才的事业，而是全人类在这个时代的事业。联盟的成立标志着我国数字媒体艺术与科技领域的协同创新迈入了规模化体系化发展的新阶段。

二、技术迭代视域下的审美转型与人文反思

主旨演讲环节，多位嘉宾就数字媒体艺术与科技融合的趋势发表真知灼见。全球音乐教育联盟主席、教育部高等学校音乐舞蹈学类教指委主任王黎光发表《人工智能(AD)的附和与探索》主题演讲，

强调高校的人才培养既要紧跟技术发展步伐,更需涵养文化底蕴与人文精神,避免陷入“技术崇拜”的误区。西部电影集团党委书记、董事长赵文涛分享了该集团近三年在AI与XR领域的探索成果,重点介绍了汉语电影AI辅助创作平台、虚拟现实电影全生态两大核心创新及其“生态领先确保技术与创作领先”的发展格局。京东方科技集团高级副总裁、联席首席技术官及智能物联首席技术官姜幸群在《视觉科技与影视艺术融合的创新趋势》的发言中提出,视觉科技与影视艺术的融合是“技术服务艺术、艺术赋予技术灵魂”的良性互动,将持续催生新的行业创新形态。北京大学计算机学院党委副书记、国家杰出青年科学基金获得者马思伟教授在题为《沉浸媒体技术进展与应用》的演讲中,分析了当前沉浸式媒体发展面临的三大挑战——数据量激增、生态碎片化、内容生产效率低,提出了相应的解决方案,包括采用AI驱动的内容生成技术、基于3D高斯模型的压缩方法以及6G通信技术以降低数据传输与制作成本。

三、人机共生图景中的影像本体与伦理规约

以“人工智能与交互影像”为主题的圆桌论坛由北京电影学院数字媒体学院院长、教授、国家高层次青年人才刘梦雅担任学术主持。中央音乐学院教授、国家哲学社会科学领军人才、中国人工智能学会艺术与人工智能专委会主任李小兵呼吁,应主动拥抱AI技术并通过协同创新催生新的艺术形态。北京理工大学科研院院长、人工智能学院党委书记、特聘教授、国家杰出青年科学基金获得者袁野指出,高质量数据集的匮乏是AI在交互影像领域应

用的核心瓶颈,强调“智能体”技术是实现个性化交互体验的关键。北京邮电大学信息与通信工程学院教授、国家高层次领军人才许晓东认为,语义通信是大规模实时交互影像的核心支撑,北京邮电大学已在国际首个6G实验网中验证了相关技术;他同时指出,亟须构建AI生成内容的真实性溯源与监管体系,这是当前面临的重要挑战。北京师范大学艺术与传媒学院教授、数字媒体系主任周雯通过具体研究发现,基于对多名真实人物的访谈训练出的AI Agent能够重现较高的决策行为,这将使VR电影从“观看故事”跃升为“生活在故事中”。上海互影数字科技有限公司创始人、首席执行官、北京市朝阳区海外高层次人才鹄鹏(Gary)则结合商业实践指出,用户私有化数据是交互影像商业化的核心优势。与会专家一致认为,人工智能是推动交互影像发展的核心驱动力,但仍应是服务于艺术与叙事的工具。AI在生成效率、个性化叙事与多模态交互上展现出巨大潜力,但其发展受限于高质量数据、情感表达的深度以及实时交互的技术瓶颈。未来,需通过构建伦理规范、推动跨学科协同与人才培养实现人机共创的良性生态,让技术真正赋能于更具温度与智慧的交互影像体验。

以“未来艺术与科技”为主题的圆桌论坛由北京电影学院影像传媒学院院长、教授、青年电影制片厂有限公司董事长曹頌担任主持。清华大学未来实验室主任、教授、教育部“长江学者”特聘教授徐迎庆教授指出,当前AI创作存在同质化、情感不足、沉浸感欠佳三大局限,他强调艺术的核心是人的思想、阅历与情感,技术只是创作工具,应当“尊重技术但不迷信技术”。北京舞蹈学院舞台美术系主任、教授、国家一级舞美设计、中国舞台美术

学会灯光专业委员会常务副主任任冬生教授认为,技术应用应以艺术需求为导向而非盲目跟风;舞蹈艺术的“在场性”和人文内核是无法被技术复制的,技术应作为丰富艺术表达的工具来适配艺术创作需要。北京邮电大学数字媒体与设计艺术学院院长、教授、国家高层次青年人才、北京市“四个一批”人才贾云鹏教授分享了该院系打破资源壁垒、重组课程体系的改革实践,强调跨学科人才需兼具人机协同能力与综合素养,以适应未来艺科融合的发展。北京理工大学特别研究员、电气电子工程师学会高级成员及副主编卡什夫谢里夫(Kashif Sharif)关注交互艺术中的用户隐私保护难题,指出关键在于平衡艺术创作对高分辨率数据的需求与伦理约束。北京生数科技有限公司(Vidu大模型)首席执行官骆怡航明确表示,AI应是创作者的“创意伙伴”而非替代者,并分享了Vidu大模型的最新进展。与会专家形成高度共识:科技始终是服务于艺术的工具,其价值在于为艺术创作“插上翅膀”,而非替代艺术本身。尽管AI等技术正推动内容创作迈向平民化、智能化,但艺术的情感深度、文化内核与人性洞察依然根植于人类的创造力与人文素养。面对未来,需通过打破学科壁垒、加强人机协同能力培养、建立技术伦理框架,推动形成“科技赋能艺术,艺术升华科技”的共生生态。所有发展的终点,终将回归于人、文化与现实生活的本质。

四、数字媒介场域内的价值生产与学科演进

本次大会下设两个平行分论坛,主题分别为“智构·价值创造”和“感知·灵境共生”。来自多所高校及业界的专家学

者围绕数字媒体艺术与科技的融合创新展开专题研讨。

“智构·价值创造”分论坛由北京邮电大学数字媒体艺术专业李萌副教授主持,北京电影学院科学与艺术研究院(AI影像与艺术中心)副院长、副主任兼科研处副处长、影像传媒学院副教授谢辛点评。该分论坛侧重于探讨数字技术赋能艺术创作与文化遗产的实践案例。在当前数字技术深刻重塑感知世界、虚实边界日趋模糊的背景下,论坛重点探讨了虚拟现实大空间设计、赛博非遗传承等前沿议题,探索构建中式美学表达的实践路径。感知·灵境共生”由北京电影学院孙妍妍副教授主持,北京电影学院影像传媒学院副院长、副教授赵丹点评,聚焦人工智能深度介入下艺术感知与教育生态的变革路径。面对AI作为“新媒介”正深度介入知识生产与传播的现实,论坛深入探讨了其如何在创作、教育、文化遗产及影视等领域推动融合与变革,并重新审视“具身性知识”的转化路径与思辨性艺术实践的可能。

尽管主题各异,两场论坛的研讨不约而同地强调了跨学科协同创新需要以人文关怀为指引,让技术进步与文化价值实现共生共荣。与会学者普遍认为,在“智构”与“感知”两大路径中,数字技术不仅拓展了艺术创作的表达形式与传播维度,更在深层次上激发了文化遗产与美学表达的当代活力。人工智能等技术的介入,并非简单替代传统创作与教育模式,而是促使其向更加个性化、交互性与沉浸式的形态演进。在这一过程中,保持人文精神的主体性、坚守文化价值的核心地位,是实现“技以载道、艺科融合”健康发展的根本前提。正是在这样的思想交融中,本次大会的学术深度和跨界价值得以充分体现。

第五届数字媒体艺术与科技国际大

会汇聚了学界与业界的尖端智慧，围绕“认知新界与多维变革”这一时代命题展开了深入交流。在人工智能、虚拟现实等技术浪潮的推动下，本次大会为数字媒体艺术与科技的融合发展注入了新动力，搭建起跨学科协作与产业创新的高水平对话平台，在艺术与科技融合的前沿探索上凝聚了广泛共识。作为本次大会的主办方，北京电影学院在本次国际大会中一如既往地倡导并践行“人工智能+中国审美”的发展理念。这一理念强调，技术必须深植于深厚的文化土壤与人文关怀之中，并在人才培养中推进艺术与技术的交叉融合体系建设。在当下的AI浪潮中，人们必须思考“技术能为人做什么”。本次大会的共识是——科技不是取代人类，而是帮助人类，放大人类；科技不是冷却情感，而

是激发情感。面向未来，数字媒体艺术与科技领域将持续蓬勃发展，并深度渗透到文化创作、教育革新与产业升级的各个环节。要进一步推动“艺科融合”向纵深发展，各界需加强跨学科的协同创新，完善新兴技术应用的伦理准则与版权保护机制，着重培养既懂技术又富有人文素养的复合型人才。本次大会凝聚的共识与北京电影院所倡导的“人工智能+中国审美”理念高度契合，即：让科技更好地赋能艺术表达，以人文精神与审美引领技术创新，为数字时代的文化繁荣和科技自强贡献智慧与力量。本次大会的成功举办，无疑为艺术与科技融合的发展指明了方向——今后，学界与业界将携手探索更多元的创新路径，在“认知新界”的征程中不断开创“多维变革”的崭新篇章。

17

生成之上：AI时代艺术创新教育再出发

作者：蔡新元 韩梦露 张健（华中科技大学）

摘要：本文立足于“科技教育和人文教育协同”的政策导向，探讨人工智能深度融入艺术教育所引发的系统性变革。首先探讨人工智能由工具向共创主体的转变，及其对创作权力结构与艺术本体逻辑的重塑，呈现从个体创作到多元协同的创作范式演进；其次分析AI如何重构教学结构与能力体系，推动艺术教育从线性传授走向跨学科融合与复合能力培育；最后揭示人工智能艺术教育在教育动能、产业潜能、传播效能等方面对文化新质生产力的系统性赋能，推动文化资源在教育、产业与社会之间实现高效联动与深层共建。

关键词：人工智能；艺术教育；文化新质生产力

人工智能作为技术革新的前沿力量，正深刻改变着艺术创作的基本逻辑。它不仅作为工具性手段而存在，更是成为艺术表达中的协同主体，推动着“创作”概念的重构。作为技术力量与人文精神交汇的

重要领域，艺术教育正面临智能时代下深层次转型的机遇。

随着党的二十届三中全会明确提出“强化科技教育和人文教育协同”，艺术教育正迎来从理念、机制到结构的深层变

革。特别是在艺术设计等强应用性、高融合度的学科中,算法、数据等科技教育元素,正在与审美、创意等人文教育内容发生深度耦合,推动教学结构、创作路径与能力结构的系统性重塑。本文正是在此背景下展开研究,聚焦人工智能对艺术生成的赋能机制以及其引发的教育范式转型对文化新质生产力升级所产生的深远影响展开论述。

一、人工智能重塑艺术的可能性

人工智能正在成为艺术创造与文化表达的新主体参与者,无论是在多模态生成艺术、沉浸式影像构建,还是在智能声音设计等领域,AI的介入不仅重构了艺术作品的生产方式,也深刻改变了我们对“创作”本身的认知结构。艺术不再只是人类主体意志的线性输出,而成为人机协同、算法参与下的复合生成过程,展现出前所未有的创造潜能与表达范式。

(一) 人智共创的主体性建构

在传统艺术观中,工具承担着辅助实施及媒介转换的功能^[1],被视为身体延伸的外在媒介^[2]。人类中心主义框架之下的创作者被认定为唯一的理念来源与形式控制者,拥有绝对的主导权,而艺术创作则是创作者主观意识的外现。

然而在人工智能深度介入艺术实践的语境中AI不再仅是工具性的存在,而转化为具备感知、生成、反馈与演化等能力的“共创主体”^[3]。它不仅能够响应创作者的输入,还能通过对巨量语料的语义建模,主动进行表达。在某些场景下,其生成行为甚至具有某种程度的“自主性表现”,使得创作过程转化为一种动态协商

的机制。在后人类视角下,艺术创作不再是艺术家单一主体的智力延伸,AI技术同样作为创作主体活跃于艺术场域的生态中,创作者从传统的主控者转变为协同设计的组织者与调节者。艺术创作不再是创作者单一主导下的主观意识外现,而成为由智能与非智能要素协同的复合场域。在这个场域中,AI的算法逻辑、训练数据、反馈机制与人类的文化经验、审美判断共同参与到作品的生成中。艺术创作因此成为一种超越个体意志、依托多主体关系、面向动态开放系统的实践表达。

(二) 创作权力结构的去中心化

人工智能技术的介入改变了艺术创作的权力分布格局。以往艺术创作高度依赖专业技能与个体天赋,因此构建了一种隐性的精英体系,将大多数普通人排除在外。然而,随着AI技术的不断介入,艺术的生产过程正在经历从“专家主导型”到“公众参与型”的过渡,表现出一种结构上的变迁。此种变迁不但体现出工具平台化、创作协同化的趋势,最核心的变化是表达的“民主化”^[4]。

在AI的主导下,艺术创作生成逻辑转化为多主体协作的形式,作品不再是创作者单一意图的静态呈现,而是一个开放性系统,其意义在算法反馈、用户介入和社群认知中不断演化。作品表达因此从“传递内容”转向“生成语境”,从“表现形式”转向“协作事件”。具体而言,AI生成的艺术品往往具备“切片性”与“流动性”,它们既可以作为时间的瞬息切片而存在,又能在每次生成中展现出新的内容组合与语义差异。这种生成机制使得艺术作品不再具备唯一性、权威性和不可替代性,而是转化为“协同表达的发生场”,也正是

因此,表达权从传统的“艺术家”转移到大众。这个表达民主化并非仅指工具层面的易用性,更是一种文化参与权的重建,是一种深层的文化转向,这种新兴表达的可能性,正是人工智能与艺术协同发展的深层价值所在。

(三) 艺术本体的结构重塑

人工智能介入艺术创作的核心影响,不在于图像风格或视觉表现的更新,而在于艺术生成逻辑的深层重构。在传统范式中,艺术本体通常被界定为“表现的对象”,艺术创作也被定义为再现自然、社会或情感世界。其价值在于对存在的有效表征,而艺术家的任务则是从主观视角出发,将存在转译为具象的形式。

然而, AI 主导的生成模式颠覆了这种人本主义的感知逻辑。人在 AI 艺术生产中的角色转变为结构调节者,这一转变使得人对作品的理解不再仅依赖于情感直觉,同时对技术结构、语义生成方式等进行深层解码,“算法意图”与“人类意图”之间相互纠缠,让艺术生成过程呈现出一种张力化的模糊共构状态。更重要的是,艺术作品的本体也从“内容”转向“结构”。AI 艺术不同于传统艺术所强调的“作品表达了什么”,而更着重于“作品如何生成”。在这个意义上,算法的反馈性、生成的稳定性、训练语料的语义分布都直接影响作品的形态和意义。这样的艺术本体转变,将人类对艺术的感知从视觉中心主义中解放,不再仅评估其视觉美感与形式技巧,更需进入算法层和语义层,理解其内在耦合方式及所建构的认知结构。

二、人工智能时代下的艺术教育转型

艺术教育正经历结构性的重构,传统以教师主导、技法传授为核心的线性模式正逐步被打破,人工智能的深度介入不仅重塑了教学媒介与知识结构,也推动艺术教育在教学结构、能力体系与表达方式等多层次升级(图1),构建起人智协同的复合型教育生态。

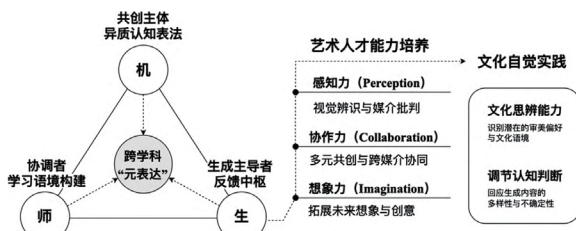


图1 人工智能时代下艺术教育协同进化框架图

(一) 人机共构的教学结构重组

以 AI 为代表的智能系统正在改变师生之间的传统线性教学结构,形成新的复杂空间网状联系。^[5]教育不再是单向度的信息传递,呈现出人机共存、多维交互、多主体参与的认知共建的特点。艺术教育场域如是,正逐步演化为以“师-生-机”三元协同为核心的新型教学结构。

在此结构之下,教师角色由传统的知识传授者转向学习语境的构建者^[6],其任务不再是将技法与审美标准加以传授,而是作为协调者调节 AI 系统与学生之间的交互张力,引导学生在视觉表达中构建个体化的创作逻辑;学生亦不再处于结构末端,而是由知识接收者转变为协同生成主导者,成为混合认知架构中的反馈中枢,其任务不再仅是追求技巧或完成作品,而是以自身感知为起点,在 AI 生成内容中进行判断、调节与再构;AI 则在这一过程中转变为具备主动生成性与反馈适应性的艺术认知参与单元,不仅作为共创主体承担着内容建构功能,更构成表达中的异

质认知维度,超越人类中心主义的表达边界。这种异质感知逻辑的引入,为艺术教学打开了“多中心”“跨维度”的认知路径。

人机共构的教学结构所引发的更为深远的转变体现在教育逻辑的文化转向。在AI驱动的教学结构中,学习由静态知识的继承转向一种面向未来的文化自觉性实践。人工智能成为个体主动进入文化结构、重构意义系统的关键中介,同时这种结构性的转向要求学习者具备高度的文化思辨能力,能够在生成性输出中识别潜在审美偏好与文化语境,从而调节其认知判断,并主动回应AI所激发的艺术表达的不确定性与认知多样性。

(二) 面向未来的艺术人才能力重塑

人工智能时代下艺术人才培养体系已由传统的技艺训练模式转向以复合能力为核心的结构重塑。三种关键能力——感知力、协作力与想象力,正逐渐成为当前艺术教育中的核心培养单元。感知力(Perception):在信息过载与算法干预构成的新型认知环境中,艺术教育正以图像解读、媒介分析与语义批判等训练方式,引导学生提升对视觉真伪、情境偏差与文化操控的辨识能力。艺术因此被赋予激发深层感知力与培养媒介意识的关键角色,从而使得学生在视觉饱和的环境中依然能够保持感知的敏锐性与辨识的主动性。

协作力(Collaboration):人工智能时代的艺术创作实践已广泛呈现出“多主体协同的复合产物”特征,在此创作格局下,艺术教育应更加注重培养学生的多元主体共创意识与跨媒介协同素养,使其能够在复杂的合作环境中有效沟通、共同生成,并适应不断演化的艺术创作语境。

想象力(Imagination):艺术教育

的目标从不仅仅是为了让学生适应未来,而是引导他们去创造一个值得到达的未来。当前的教育实践中,这一理念已具体化为对“未来建构能力”的系统培养。在具体的教学过程中,AI是以“共构者”的角色去拓展想象边界,不仅激发学生对未知的探索欲望,更促使其在与智能系统的协同中建构出属于自身的创意与文化图景。

(三) 跨学科融合构建的表达方式

AI艺术天然呈现出高度复杂的结构维度,它既依赖于深度学习、算法生成等技术基础,也牵连着多主体创作、文化编码与社会接受等哲学与人文命题。这种复合性要求艺术教育必须打破传统学科分立的范式约束,转向跨领域、跨学科的知识组织方式。在这一趋势下,艺术教育不再仅以美术、设计、影视、动画等既定知识体系为中心展开训练,而是被重新定义为一种混合型知识生态的调度实践。学习者在审美批判与数据表达之间搭建桥梁,既要反思AI的意识形态结构,也需将社会议题转化为可计算的表达模型。艺术教育因而从技能传授跃升为系统建构与多源调控的认知训练。

跨学科在此不再意味着技术与艺术、科技与人文形式上的拼接,而是一种更为根本的思维方式重构与认知路径重组。面对AI生成艺术,教学不再依赖单一领域知识的调用,而是在技术结构、符号逻辑与文化意义之间构建动态调节系统。艺术教育正在步入一种“元表达”阶段,不再专注于单一媒介或既定学科内的表达技巧,而是着力于在跨学科逻辑中建构表达发生的机制与路径。

三、人工智能艺术教育驱动下的文化新质生产力升级

人工智能与艺术教育的深度融合使得我们不仅要关注其在教学与创作中的局部效应，更应将其置于文化生产的更大图景中加以审视。随着技术的持续渗透，文化生产方式正加速从经验驱动向智能协同转型。在这一演进过程中，人工智能艺术教育作为融合技术创新与文化创造的复合实践场域，正逐步成为文化新质生产力生成与扩散的重要支点。“文化新质生产力”作为当下推动我国文化体系高质量发展的核心力量，其突出特征体现在“创新性、高效能、高质量”。而实现这一跃迁的深层动因，源于艺术教育在技术融合、创意激发与系统协同中的关键作用。艺术教育通过打破学科壁垒、重塑知识结构与拓展表达边界，为文化生产注入源源不断的创造动能与方法革新，进而促成文化体系向更高质量、更高效率的方向持续演进。因此，人工智能艺术教育的探讨不仅关乎教育体系的自身变革，更关涉文化战略升级与生产力体系优化的深层逻辑。人工智能艺术教育以“教-产-传”一体化为路径，实现了文化新质生产力的系统性升级与结构闭环（图2），下面将分别从释放教育动能、激活产业潜能、提升传播效能三个层面展开论述。

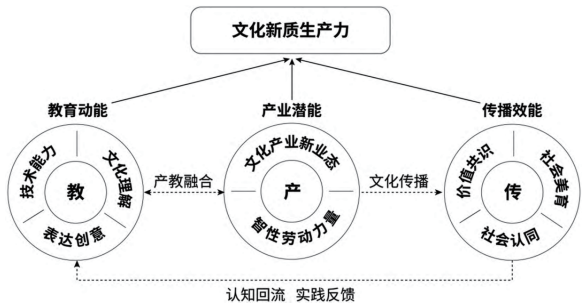


图2 “教-产-传”融合驱动文化新质生产力升级路径图

（一）释放教育动能：增强文化内容的创生与表达能力

在人工智能深度嵌入文化生产体系的背景下艺术教育已成为激发文化表达新活力的重要动能。它不仅重塑了创作方法与媒介形态，也通过智能技术的融入拓展了文化内容的生成路径与表达边界。人工智能艺术教育的核心优势，体现在其能将技术能力、文化理解与表达创意有机整合，从而驱动文化内容生产方式的系统性革新。^[7]文化不再仅依赖传统媒介与手工表达，而是在人工智能技术的参与下，被转译为多模态、可交互、具适应性的内容形态，进而催生一种前所未有的创意驱动型文化生产模式^[8]，为传统文化的激活与当代表达提供了新路径。

例如华中科技大学光影交互服务技术文化和旅游部重点实验室依托自主研发的“ARTI Designer XL”人工智能艺术超级计算平台，打造了以湖北代表性文物为创作原型的数字人IP“国漫乐队”。该乐队形象分别提取自虎座鸟架鼓、越王勾践剑、曾侯乙编钟与石家河玉人像，并通过生成式人工智能技术在视觉风格、角色设定与文化符号重构等方面实现了跨时代表达，使传统文化元素焕发出新的时代活力。在此基础上，团队进一步选取“国漫乐队”中的两个代表性角色形象，衍生出智能数字人“楚音”与“楚铁”。通过接入由DeepSeek大模型驱动的智能交互系统，构建起“环境感知-意图解析-动态响应”的实时交互链路。观众可与其开展跨时空、跨媒介的文化对话，在沉浸式体验中增强对中华优秀传统文化的理解与情感共鸣。从AI形象生成到智能交互的演进过程，实现了文化内容生产机制的创新转化，也凸显出人工智能艺术教育在构建

互动式文化生态、深化公众文化体验中的多重功能与价值。

（二）激活产业潜能：培养新型文化生产者

生成效率的大幅提升使文化产业形成更快节奏的内容迭代机制，这不仅压缩了内容生产的周期与边际成本，也在风格、形式与媒介交互层面拓宽了创意输出的边界，催生出更具适应性与延展力的文化产业形态。无论是数字出版、文创产品，还是IP开发与数字展演，均已出现产业应用的实践范本。例如“波西米亚狂想曲”人工智能时尚秀呈现了新质文化内容的多维落地路径。该秀演中参与演出的50套服饰全部由人工智能生成，经由“数据处理-模型训练-分层控制”的流程，实现了对波西米亚风格的数智化重构与时尚语境中的精准应用。同时，结合数字建模与3D打印等前沿工艺，对服饰配饰的结构、材质与细节进行参数化设计，在技术与美学的交汇中，构建了一个高度融合的创意生成环境，展现了人工智能引领下的文化产业新业态。

支撑这一类新质文化实践的背后，是产教融合机制在资源协同与人才共育中的深度介入。以“中国人工智能艺术教育协同创新平台”为代表的全国性产学研协同网络，覆盖全国30个省市自治区、461所高校及企业，打通了教育端与产业端的知识转换通道。平台通过资源共享、项目共建与人才共育，构建起面向文化产业需求的教育响应机制。经由这一机制培养的创作群体，成为支撑文化生产系统的智性劳动力量，为文化产业带来了持续稳定创意输出，也为产业生态注入了持续演化的内生动能，逐步构建出高协同、可调节的

文化生产基础，推动文化体系加速迈向更高层次的智能协同与价值共创格局。

（三）提升传播效能：构建“教-产-传”一体化融合生态

技术普及打破了艺术创作的专业壁垒，使更多公众能够在多元、便捷的媒介环境中广泛参与艺术创作与活动。人工智能所赋能的内容生产，已突破课堂和产业链的内部边界，进一步实现了公共化、全民化与社会化的转向。这一传播格局的变化，提升了文化内容的触达效率和表达维度，进一步推动了价值共识的生成、美育路径的拓展与社会认同机制的重构。在当前的艺术实践中，传播行为成为激活文化新质生产力的关键环节，成为连接教育成果、产业转化与社会认知的中枢机制。

光谷人工智能艺术大展，便是一次“教-产-传”融合成果面向公众的集中呈现。该展览汇集了来自高校、企业的人工智能艺术创作成果，涵盖生成艺术、光影秀、交互装置等多种形式，构建起了公众与AI艺术之间的多维连接。这次教育与产业成果的社会展示成为一场全民参与、审美共享的公共文化事件，在激发公众兴趣、扩大AI艺术影响力的同时，也实质性提升了社会整体的文化感知与美育水平。通过这一类高质量的文化传播实践，人工智能艺术教育所产出的创意成果得以跨越专业边界和产业系统，进入更广泛的社会文化语境中，实现从“教”到“产”再到“传”的全链路闭环。这一生态机制不仅实现了文化新质生产力内部结构的优化升级，也为公众广泛参与、审美认知提升与文化价值共建提供了现实路径，构成了新时代社会美育体系的重要支撑。

四、结语

人工智能艺术教育不是对技术变革的被动回应,更不是简单的课程革新或工具引入,而是一场深刻触及文化创造力根基的系统性重塑。重塑对象不只是教学形式或知识结构,而是一整套面向未来社会文化结构的新型教育逻辑与认知体系。在这一重构进程中,人工智能艺术教育承担

起连接技术革新与文化演化的双重使命。未来,人工智能艺术教育如何在技术不断跃迁的背景下,构建起开放、协同的教育系统,将成为关乎教育、文化与社会发展的战略性议题。唯有以教育为前端阵地,以技术为深层引擎,以人才为核心变量,才能真正释放人工智能与艺术融合的时代潜能。

【参考文献】

- [1] 周才庶.当代艺术哲学中的媒介之辩[J].浙江社会科学,2024(9):139-147.
- [2] 马俊峰,赵海蕴.数字时代注意力的技术封建主义[J].华中科技大学学报(社会科学版),2024,38(6):8-18.
- [3] 段淳林,蒲源,魏方.智能体与生成式计算广告创意的模型建构与效果研究[J].新闻界,2025(6):65-75.
- [4] 李杰,蔡新元.人工智能使设计重返“意义”[J].设计,2024,37(2):30-35.
- [5] 王卓玉,徐济远,叶薇,等.数字化转型视阈下高等教育数字文化空间建设[J].现代远距离教育,2023(2):70-77.
- [6] 黄荣怀.人工智能大模型融入教育:观念转变、形态重塑与关键举措[J].人民论坛·学术前沿,2024(14):23-30.
- [7] 王育济,李萌.数字赋能中华优秀传统文化“两创”的产消机制研究[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2023(3):41-50.
- [8] 李戈.文化新质生产力的理论审视与现实考察[J].求索,2025(3):40-48.

18

习语：坚决破除制约教育事业发展的体制机制障碍

来源：《论教育》

目前,我们的教育总体上符合我国国情、适应经济社会发展需要,但也存在一些突出问题和短板,特别是教育的压力普遍前移,学前教育、基础教育普遍存在超前教育、过度教育现象,既有损学生身心健康成长,也加重家庭经济 and 精力负担;高等教育经历了量的快速扩张,质的提升矛盾越来越突出;教育重知识、轻素质状况尚未得到根本扭转,教风、学风亟待进一步净化;党对教育领域的领导和党的建设、思想政治工作亟待加强。解决这些问题,迫切需要深化教育体制改革。

党的十八大以来,我国教育体制机制改革取得显著成效,但教育改革点多面广线长,需要做的事情很多。去年,中央

印发了《关于深化教育体制机制改革的意见》,总的要求是,遵循教育规律、人才成长规律,着力形成充满活力、富有效率、更加开放、有利于高质量发展的教育体制机制。

我们要坚持我国教育现代化的社会主义方向,坚持教育公益性原则,把教育公平作为国家基本教育政策,大力推进教育体制改革创新。要加快建成伴随每个人一生的教育,让学习成为每个人的生活习惯和生活方式,实现人人皆学、处处能学、时时可学。要加快建成平等面向每个人的教育,努力使每个人不分性别、不分城乡、不分地域、不分贫富、不分民族都能接受良好教育。要加快建成适合每个人的教育,

努力使不同性格禀赋、不同兴趣特长、不同素质潜力的学生都能接受符合自己成长需要的教育。要加快建成更加开放灵活的教育,努力使教育选择更多样、成长道路更宽广,使学业提升通道、职业晋升通道、社会上升通道更加畅通。

第一,健全立德树人落实机制,扭转不科学的教育评价导向。有什么样的评价指挥棒,就有什么样的办学导向。现在,教育最突出的问题是中小學生太苦太累,办学中的一些做法太短视太功利,更严重的是大家都知道这种状况是不对的,但又在沿着这条路走,越陷越深,越深越陷!素质教育提出二十多年了,取得了一定进展,但总的看各地区成效不够平衡。说到底,是立德树人的要求没有完全落实到体制机制上,教育的指挥棒在中小学实际上是考试分数和升学率,在高校主要是科研论文,关于德育、素质教育的应有地位和科学评价体系没有真正确立起来。这是一个必须解决的老大难问题。要坚决克服唯分数、唯升学、唯文凭、唯论文、唯帽子的顽瘴痼疾,从根本上解决教育评价指挥棒问题,扭转教育功利化倾向。要全面落实立德树人根本任务,推进育人方式、办学模式、管理体制、保障机制改革,建立促进学生身心健康、全面发展的长效机制。

要支持有条件的高校创一流,但不能把高校人为分为三六九等,而是要鼓励高校办出特色,在不同学科不同方面争创一流。考试招生制度的指挥棒要改,真正实现学生成长、国家选才、社会公平的有机统一。对学校、教师、学生、教育工作的评价体系要改,坚决改变简单以考分排名评老师、以考试成绩评学生、以升学率评学校的导向和做法。直接以升学率奖优罚劣的做法要改,把升学率与工程项目、经费分配、评优评先等挂钩的潜规则也要改。

高考改革牵一发而动全身,各级党委和政府要做到亲自把关、亲自协调、亲自督查,加大统筹协调力度,确保这项备受关注的高风险改革平稳落地。

一些校外培训机构违背教育规律和学生成长发展规律,开展以“应试”为导向的培训,增加了学生课外负担,增加了家庭经济负担,甚至扰乱了学校正常教育教学秩序,社会反响强烈。良心的行业不能变成逐利的产业。对校外培训机构要依法管起来,让校外教育培训回归育人正常轨道。

第二,深化办学体制和教育管理改革,充分激发教育事业生机活力。我国有着全世界最大的教育体系,同时情况也非常复杂,城乡区域发展不平衡,人民群众教育需求也存在很大差异。要运行好、发展好这样庞大而复杂的教育事业,必须针对学校自我约束和自我发展机制不健全、政府管理越位缺位错位不到位、社会参与不足等问题,深化办学体制和教育管理改革,推进教育领域治理能力和水平现代化。

现在,基层反映,对学校管得还是多、还是细,活力出不来,该政府出面为学校排忧解难的服务又不到位。对学校人财物的管理涉及多个部门,有些是延续多年的老政策、老办法,这个问题要系统解决。办学有规律,学校有主业,各级党委和政府要减少不必要的检查评比,不能动辄让学校停课出人出场地办活动,更不能把招商、拆迁等“摊派”给学校。对社会上各种各样的大学排行榜,可以参考,但绝不能被排名牵着鼻子走。学校是办学主体,要尽可能把资源配置、经费使用、考评管理等放给学校,保证学校事情学校办。

深化教育体制改革,目的是提高教育质量。要着眼于“教好”,围绕教师、教

材、教法推进改革,探索形式多样、行之有效的教学方式方法,切实在素质教育上取得真正的突破。要着眼于“学好”,围绕立德立志、增智健体、成才用才推进改革,促进学前教育普惠发展、义务教育城乡一体化发展、普通高中多样化有特色发展、高等教育内涵式发展,提高职业教育质量,打好教育脱贫攻坚战,提升民族教育、特殊教育、继续教育水平,为每个人成长成才创造条件。要着眼于“管好”,坚持依法治教、依法办学、依法治校,完善办学制度,强化从严治校机制,不断健全教育管理制度体系。

第三,提升教育服务经济社会发展能力。要根据建设社会主义现代化强国的需要,调整优化高校区域布局、学科结构、专业设置,改进高等教育管理方式,促进高等学校科学定位、差异化发展,把创新创业教育贯穿人才培养全过程,建立健全学科专业动态调整机制,加快一流大学和一流学科建设,推进产学研协同创新,积极投身实施创新驱动发展战略,着重培养创新型、复合型、应用型人才。要高度重视职业教育,大力推进产教融合,健全德技并修、工学结合的育人机制,源源不断为各行各业培养亿万高素质的产业生力军,让职业院校毕业生在职业发展上也有广阔空间。要出台灵活有效的优惠政策,

厚植企业承担职业教育责任的文化环境,推动职业院校和行业企业形成命运共同体。

第四,扩大教育开放,提升我国教育世界影响力。不拒细流,方为江海。推进教育现代化,要坚持对外开放不动摇,加强同世界各国的互容、互鉴、互通。要聚焦世界科技前沿和国内薄弱、空白、紧缺学科专业,同世界一流资源开展高水平合作办学,把质量高、符合需要的引进来。要打造更具国际竞争力的留学教育,将我国建成全球主要留学中心和世界杰出青年向往的留学目的地,培养未来全球精英。要增强教育服务国家外交的能力,通过教育交流合作,继续办好全球孔子学院、孔子课堂,让全球几千万汉语学习者、几十万来华留学生成为中国的好朋友。要大力培养掌握党和国家方针政策、具有全球视野、通晓国际规则、熟练运用外语、精通中外谈判和沟通的国际化人才,有针对性地培养“一带一路”等急需的懂外语的各类专业技术和管理人才,有计划地培养选拔优秀人才到国际组织任职。要加快建设中国特色海外国际学校,解决各类驻外机构、海外中资机构工作人员以及赴海外经商、务工人员随居子女在国外接受汉语教育问题,同时为海外华侨华人子女学习中文、学习中国历史文化提供便利。

“习得”为教育者： 思政课教师后备人才培养的成效与反思

19

作者：李蕉，张家臻（清华大学马克思主义学院）

刊名：思想理论教育，**年份：**2026 年

摘要：近年来，教育部大力推进思政课教师后备人才培养计划，后备人才的政治素养与理论储备能力均显著提升。但不可否认，当前思政课教师后备人才培养虽注重政治素养与理论储备的“学得”，却相对忽视教学现场中内隐的、情境化的隐性知识的“习得”，导致育人能力的发展面临瓶颈。这既与“科研－教学”的结构性张力有关，也暴露出培养过程中研究生自我认知不清、外源性支持不足、评价机制导向不明等问题。对此，在观念层面，应重视对专业理论之外的“缄默知识”的“习得”过程；在制度层面，应构建动态进阶的培养生态；在评价体系层面，应将“课堂教学”能力纳入考核视域，化隐性贡献为显性价值。

重要收录：CSSCI，北大核心

基金项目：2024 年国家社科基金高校思想政治理论课研究重点项目“以提升针对性和吸引力为导向的思政课教学评价创新研究”（项目批准号：24VSZ004）。

教育强国建设视域下高校思想政治教育体系的战略 意义、现实挑战与建构路径

20

作者：赵海霞，朱相帛（西北工业大学马克思主义学院）

刊名：河南社会科学，**年份：**2026 年

摘要：教育强国建设是中华民族伟大复兴的基础工程与战略工程，《教育强国建设规划纲要（2024—2035 年）》将思想政治教育体系置于教育强国八大体系之首，凸显其在国家教育战略布局中的核心引领地位。面对世界百年未有之大变局加速演进、意识形态领域斗争日趋尖锐、网络空间思想文化交流交融交锋更为频繁的复杂形势，推进高校思想政治教育体系系统性、现代化、高质量建设，既是新时代高校全面落实立德树人根本任务的内在要求，也是坚决维护国家意识形态安全、深入传承中华优秀传统文化、系统培育担当民族复兴大任时代新人的关键举措。立足马克思主义立场观点方法，以教育强国建设战略目标为根本导向，系统梳理高校思想政治教育体系在理论转化、意识形态安全、文化传承创新、时代新人培养、

教育话语建构五大维度的核心价值内涵,揭示高校思想政治教育体系存在的现实挑战,并提出具有针对性的建构路径,为新时代高校思想政治教育高质量发展与教育强国战略全面落地提供理论参考和学理支撑。

重要收录: CSSCI, 北大核心

基金项目: 国家社会科学基金重大项目“推进文化自信自强的时代背景与现实途径研究”(23ZDA082); 2025年河南省科技厅软科学项目“新时代高职院校党的建设研究”(252400410087)。

主 办：吉林动画学院图书馆

主 编：海 涛

执行主编：王春月

责任编辑：门 琪 王智迪 张媛媛

版式设计指导教师：任 旭

版式设计：张舒畅 黄安娜