



■ 玉琮3D裸眼展示

## 文博会科技感十足

### 融合赋能产业新业态、新动向、新格局

昨天,第四届长三角国际文化产业博览会在国家会展中心(上海)开幕。超过10万平方米的4个展厅,来自32个国家和地区的文化企业,超过1500家的参展单位,我们看到了什么?

我们感受到来自祖国山河的多样风情,有苏浙水乡的柔美,天府之国的秀丽,丝绸之路的精髓,苍茫草原的辽阔;我们足不出“沪”逛遍长三角博物馆,上海博物馆、南京博物院、安徽博物院、中共一大纪念馆、上海图书馆……海派文化、徽派文化、吴越美学尽在其间;我们更惊喜“文化+科技”的跨界融合赋能产业新业态、新动向、新格局。

#### 传统媒体 勇立潮头

作为新型主流媒体集团建设的先行者,上报集团不仅已经从一家以报刊为主的传统报业集团,转变为新媒体收入占媒体主业收入接近七成的全媒体集团,更将“科技”结实实地带到了文博会展场。“临港科技智慧图书馆是目前全国首个实现虚拟与实体场馆互联互通的图书馆。在百度“希壤”平台中,我们构建了一个与线下场馆完全一致的数字孪生虚拟图书馆,在这个平台上读者可以全新的方式体验图书馆,在场馆内进行沉浸式的学习和探索。”展台负责人介绍说。果真,点点手指,就可以在线访问图书馆云平台的通道,轻松查阅全球中文、外文顶尖学术资源。

稍挪几步,戴上VR眼镜,便可沉浸在一个静谧的虚拟世界中(海上Meta城市元宇宙平台)。在这个“上报阅读新空间”,你可以在20世纪90年代上海风情的房间中,翻阅新近出版的报纸,浏览上海报业集

团的宣传册和文化产业地图,也可以欣赏海上名家的书画大作,让历史的厚重感从“跃然纸上”到“眼见为实”。

#### 数字技术“复活”历史

中华优秀传统文化是一座瑰丽的宝库。在本届文博会上,数字技术在文博领域的创新应用,让参观者与文物隔空“对话”,“身临其境”感受历史变迁。比如,“数字长城”实现了对喜峰口长城的1:1毫米级测量,参观者可以在数字长城中移步换影,感受早晨、中午、黄昏的美景变化;“寻境敦煌—数字敦煌沉浸展”综合应用三维建模技术、游戏引擎的物理渲染和全局动态光照、VR虚拟现实场景等前沿游戏技术,高精度立体还原敦煌莫高窟第285洞窟,带领参观者“穿越”到1400多年前“刀光剑雨”的《五百强盗成佛》壁画世界。

更令人欣喜的是,借由“听见数字山河”中国传统器乐数字化保护项目,对中国珍贵传统器乐的乐音、乐谱进行数字化保存和还原,我们可以在文博会上听到并弹奏珍贵器乐的声音;“甲骨文全球数字焕活技术”通过微痕增强让甲骨拓片上的文字痕迹“看得清”,用AI字形匹配算法让文字“查得到”,激活了汉字源头;三星堆AI人机协同虚拟修复项目,以三星堆青铜器为试点,正探索人机协同AI智能辅助文物考古的创新技术应用。

本报记者  
孙佳音

■ 安徽展区  
本文配图  
记者 王凯 摄

■ 上海报业集团展区  
元宇宙体验

SUMG元宇宙体验馆



■ 上海舞台美术学会展区,机器人戏剧《巨物之城》

## 贵州“红飘带”项目亮相长三角文博会

## 用数字科技再现长征文化

本报讯(记者 孙佳音 杨玉红)多彩贵州冬季旅游暨“红飘带”项目宣传推介会,昨天在第四届长三角国际文化产业博览会贵州主题展馆举行。全国首创以长征为主题的全域行浸式数字体验馆“红飘带”项目首度在沪亮相(见右图 记者 王凯 摄),贵州冬季旅游相关优惠政策和红色旅游精品线路亦同时在会上发布。

“全省有温泉地热单体303处,覆盖全省77个区县。良好的雪质、丰富的雪量、适宜的气候等优点,使贵州成为冬季赏雪、滑雪、冰雪养生、激情演绎林海雪原的最佳场所。”贵州省文化和旅游

厅党组成员、副厅长宋晓路介绍说。

作为长征国家文化公园贵州重点建设区的重点项目,“红飘带”也首度亮相于长三角文博会。项目以“地球

的红飘带”为建筑主题,以“高昂的旗帜,不绝的队伍”为核心主旨,集红色、科技、艺术于一体,用数字科技的语言向世界讲述长征故事。其中,《红飘带·多彩飞越》是贵州首个8K电影级

巨型LED球幕飞行影院的首演剧目。影院采用悬挂式座椅结合LED球幕系统,以及多自由度的悬挂动感座椅,令观众犹如亲身飞行于多彩贵州壮美山河之上,伴随全景声场体感特效,体验全方位“五感”盛宴。值得一提的是,即日起至2023年12月31日,“红飘带”项目针对上海游客实行5折优惠政策。



#### 文化娱乐现象述评

网络微短剧火了,截至今年7月,有数据显示,短剧市场规模超过40亿元,增长率达179%。目前,横店、象山等影视城聚集了不少短剧组,一般一周就可以拍完80集;一集仅有几分钟,90%的短剧题材以“爽”为主,剧集质量不高、主角人设离谱、情节雷同等问题也引发关注。11月15日上午,中国网络视听节目服务协会刊文称,广电总局将从7个方面加大对网络微短剧管理力度、细化管理举措。

网络微短剧也被称为“小程序短剧”,是指在小程序或社交平台上播放的短剧,为契合移动端的播放习惯,一般为竖屏拍摄,通过剧情的反转与冲突,拉动受众的情绪,进而付费观看。这些短剧单集价格通常在1元以内,但由于一部短剧动辄80集、100集,观众解锁全剧往往需要花费几十元到百元以上。还有的短剧爆红后,收入可破千万,比如《哎呀!皇后娘娘来打工》24小时用户充值金额突破1200万元;《闪婚后,傅先生马甲藏不住了》24小时充值流水破2000万元,而《无双》上线8天投放消耗突破1亿,这也让很多传统的影视从业者涌入这个新生业态中。

在创作层面,“小程序短剧”的创作成本低,剧组更像是草台班子。据说,“小程序短剧”出现的早期,有些小成本短剧组甚至都没有“建组”概念,团队一共十来个人,演员自己带妆上班,一天的戏份结束后各回各家。还有的“剧组”里只有导演有车,其他演职人员打车转场拍摄。不难推断,这样的“剧组”带来的作品也精致不到哪里去。

“小程序短剧”之所以如此火爆,是因为它看起来爽,剧情带有较强戏剧性,创作内容更加贴合生活,故事快反转,剧情爽点密集,比如少林寺毕业的阿龙下山成为“外卖之王”,皇后娘娘穿越到现代成为“打工人”……因此,也有人将“小程序短剧”称为可视化的“爽文”。业内人士表示,“小程序短剧”如果前三秒吸引不了用户,流量就流失了,基本上集要有一到两个反转,前十集要有几个大的事件。

“小程序短剧”让观众“爽”的方式多样,包括战神、穿越、逆袭、重生等题材,由此,整体也就有了“媚俗化”倾向,甚至出现大量“擦边”内容。事实上,动不动扇巴掌、开豪车,用感官刺激来吸引观众,观众看多了也会厌烦。在一时爽快过后,“小程序短剧”想要赢得观众,最终一定还是拼演技、拼制作、拼本子。

从监管层面,网络微短剧应该对标网剧的管理机制。此次,广电总局宣布将不断完善常态化管理机制,从7个方面加大对网络微短剧管理力度、细化管理举措:一是加快制定《网络微短剧创作生产与内容审核细则》;二是研究推动网络微短剧App和“小程序”纳入日常机构管理;三是建立小程序“黑名单”机制、网络微短剧推广统计机制;四是委托中国网络视听协会开展网络微短剧日常监督工作;五是推动行业自律,互相监督,全行业共同抵制违规网络微短剧;六是再次开展为期1个月的专项整治工作,围绕网络微短剧的导向、片名、内容、审美、人员、宣传、播出等方面,加大违规网络微短剧处置和曝光力度,进一步优化算法推荐,完善广告推流审核机制,取得立竿见影成效;七是加强创作规划引导,继续打造精品力作。如此,方能推动网络微短剧正向良性的发展。

本报记者 吴翔

一周拍八十集的剧不能只顾着『爽』