

脱口而出：“我想办一场 AI 春晚。”早前他找过身边的朋友聊过这个想法，对方的态度给他泼了冷水，要么觉得他“闹着玩”，要么直言“不可能让你播”。但这并没有浇灭他的热情，在该社群主理人 AJ 的支持下，他连夜赶制出飞书文档：为什么做、节目单设想、协同分组、倒排时间线……一条条罗列清晰。传统春晚通常需要半年筹备，但他相信借助 AI，“一个月就够了”。

令人意想不到的，社群的响应远超预期。WaytoAGI、AIGCx 等全国多个 AI 社群的伙伴们迅速转发扩散，最终首届 AI 春晚共吸引到 300 多名共创者参与，制作出包括相声、舞蹈、音乐，甚至纪实采访在内的 50 多个节目。节目上线当日，吸引了 18 万人同时在线观看。

也正是这场晚会，让外界看到了 AI 内容创作的巨大潜力和温热的人文内核。其中，最引人深思的节目《数字母亲》，记录的是一位罹患癌症的母亲。她的儿子朱睿为了能让后代也记住她的音容笑貌，自学 AI 技术将她制作成数字人。李奕辰联系了辽宁电视台的朋友前去拍摄，老人当时已病重。初次拍摄效果不佳，团队又补拍了一次，中途还换了两组制作人员，最终艰难成片。“单从画面质量来看，这个节目可能是全晚会最差的一个。”李奕辰在采访中坦言，“但它的意义大于形式。它讲的是人性，讲的是灵魂。人性

永远大于 AI。”

2024 年三四月间，首届 AI 春晚的 20 多个节目被央视网单独上架，随后受到学习强国、浙江日报等多家媒体的关注报道。李奕辰也受邀走进中央广播电视总台，分享 AIGC 创作的技巧与心得。

如果说第一年是“从零到一”的野蛮生长，第二年是探讨“人与 AI 关系”的深度挖掘，到了 2026 年第三届，这场晚会已彻底完成身份蜕变。由央视网与温州市龙湾区人民政府联合出品，逾千位创作者参与，4 岁娃娃和 93 岁高龄的著名词作家邬大为先生同台共创。节目从龙湾非遗木活字到彝族古老歌谣传承，从甲骨文到 AI 生成水墨画，真正实现了“科技 + 文化 + 艺术”的深度融合。60 岁的退休教师、刚学 AI 两个月的电商运营、第一次接触电脑的山村小学生……“人人都能成为春节的主角”这句话，在今天的舞台上真正被兑现了。

面对 B 站等其他平台的“AI 春晚”如雨后春笋般涌现，李奕辰坦言“没有压力”。“人人都有自己心中的春节，也都有平等表达的权利。”他告诉《新民周刊》记者，“但竞争肯定会有。”而他的解法很简单——永远涉足没有人做过的领域，做“创意的试验田”。他还给自己重新锚定了三个核心：坚持共创、用中国 AI 讲好中国故事以及把所有节目当作开放的内容试验场。

## “用 AI 讲好中国故事”

除了“AI 春晚”发起人、总导演外，现在的李奕辰又多了一个新身份——OPC 公司（One Person Company，一人公司）上海久吧文化有限公司创始人。2026 年 1 月，“上海久吧文化”入驻位于上海市静安区视听静界·π 空间的“派客家”。

公司的名字其实源于他的网名“电子酒”。“我酒量不行，但非常喜欢大家微醺时那种包容、畅所欲言、突破边界的氛围。如果有一款‘电子酒’，不用喝酒也能进入到这种共创状态，那就好了。”一种浪漫主义的解释，恰好契合他所提倡的社区式开放合作。

在李奕辰看来，一人公司并非绝对的个人英雄主义，而是以社区分包替代庞大组织架构，让每个超级个体都能专注于自身的“长板”。派客家和静安超高清视听产业的环境，恰好为他的公司提供了快速对接政府政策、高校人才与行业资源的能力。

今年，李奕辰给自己最新也最精准的定位是——“AI 制片人”。他说，自己更像一个创作者和市场之间的链接者，“去倾听市场需要什么，然后去匹配合适的导演，把大家的力量汇合起来”。

创业过程中的挑战也显而易见：沉下心创作就没法跑商务，常在外面奔波又势必挤占创作时间。“对