

动画短剧热播

轻量化消费解锁文娱新模式

本报记者 焦燃

清晨的鸿雁路御昌佳园小区门口,超市收银台旁的视频播放声,成了周边居民熟悉的“晨间背景音”。62岁的店主梁先生一边扫码结账,一边听着卡通短剧的旁白,从前酷爱评书连播的他,如今成了“虾仁”系列短剧的忠实观众。“忙时听个声,闲时看画面,干活追剧两不误。”梁先生的日常,正是当下网络动画短剧走进大众生活的一个缩影。

从银发群体的碎片化陪伴,到年轻群体的付费追更,从真人实拍、AI生成到半人工制作,多元形态的网络短剧正在快速渗透市民生活,其中题材自由度最高、适配场景最广的动画短剧,逐渐成为不同年龄段消费者的文娱消费佳选。

碎片化场景的全民文娱新选择

步行通勤、用餐间隙、工作休息时段,越来越多的市民将兴趣投向了单集时长数分钟的网络短剧。在Ac-Fun、哔哩哔哩、抖音等内容平台,短剧板块的用户停留时长持续攀升,动画短剧分类凭借灵活的叙事节奏与丰富的题材类型,吸引了巨大流量。

梁先生的观剧习惯颇具代表性。作为个体经营者,他的工作时间零散,难以投入整块精力观看长视频。动画短剧单集约5分钟的体量,叙事节奏紧凑不拖沓,随时可以暂停续看,既满足了他对故事性内容的需求,也不会影响日常经营。“以前听评书靠耳朵,现在动画短剧有画面有声音,比评书更直观,故事种类也多,古今中外什么题材都有。”梁先生说,周边不少同龄店主和居民,都养成了忙里偷闲看动画短剧的习惯。中国网络视听节目服务协会《中国网络视听发展研究报告》数据显示,截至2025年底,我国微短剧人均单日使用时长达129分钟,同比增长28.4%,使用时长已超越长视频。

对于具备一定知识储备的受众而言,卡通短剧的价值早已超出娱乐范



畴。从事文博工作的樊女士今年41岁,近一年来她在哔哩哔哩平台观看了数十部历史题材的动画短剧,创作者“布墨迹”“阿呆正篆”发布的穿越类作品,让她印象深刻。“不要小看这些短剧,视频很多细节都经过了打磨。比如:明代骑兵冲锋前要换马,明代一至四品官服为红色、五至七品为蓝色,这些内容都有史料依据。”在樊女士看来,优质的历史动画短剧相当于轻量化的知识载体,能够帮助观众巩固历史认知,让传统文化以更鲜活的方式

传播。

年轻群体则展现出更强的付费意愿。我市95后消费者丰先生告诉记者,他每月在各大短视频平台充值看短剧的花费近二百元。“现在很多卡通短剧制作水准很高,不比线下影院的电影差。”他近期追更的动画短剧之一《天庭赛宝大会》,由账号“浪歌漫剧社”发布,作品以上海美术电影制片厂经典动画风格将传统相声具象化,画面质感与叙事节奏都达到了较高水准。

结合有利条件创造消费新赛道

动画短剧的快速普及,背后是制作技术的迭代升级。随着AI辅助工具的广泛应用,动画制作的门槛与成本大幅下降,题材限制被不断打破,从



穿越剧到历史正剧,从悬疑推理到科教科普,这类短剧的题材覆盖广度远超真人短剧与纯AI生成短剧。

大同本地文创企业睿智传媒的经理刘华介绍,公司已组建专门的视频制作团队,采用AI辅助工具开展卡通短剧创作。“和真人短剧比,卡通短剧不需要演员、不用搭建实景,全部环境与人物都由设计者通过工具生成,既能渲染长镜头等实现难以拍摄的大场景,也能省下演员与道具的巨额成本。”刘华表示,动画短剧的创作核心在于创意与设计,技术工具让中小工作团队也能产出高质量内容。

从行业层面看,AI技术正在重构短剧生产格局。国家广播电视总局《2025年全国广播电视行业统计公报》显示,2025年全国获得发行许可的重点微短剧共691部、网络动画片共603部,一批思想性、艺术性俱佳的作品脱颖而出,其中科幻、传奇等题材备案数量显著提升,内容结构持续优化。艾媒咨询《2025-2026年中国AI漫剧行业趋势白皮书》数

据显示,2025年中国动画微短剧市场规模达189.8亿元,同比增长276.3%。预计2030年市场规模将突破850亿元。

毕业于上海美院相关专业的博士张老师告诉记者,相较于仍存在人物动作僵硬、细节失真等缺陷的纯AI生成短剧,以及受多方面因素影响的真人短剧,半人工制作的动画短剧实现了效率与质量的平衡。创作者既可以借助AI工具完成基础画面生成、场景渲染等重复性工作,又能通过人工打磨剧情逻辑、人物神态与历史资料的细节,保障了视频内容品质。

当今,动画短剧正在以轻量化的形态,融入市民日常生活的方方面面。它既满足了碎片化时代的文娱消费需求,也为传统文化传播、知识科普提供了新的载体,更为本地文创产业发展开辟新的赛道。随着行业规范的不完善与制作水平的持续提升,动画短剧有望产出更多兼具思想深度与艺术水准的优质作品,进一步丰富我市的精神文化领域。



建行大同分行

金融知识
直抵物流一线

日前,在我市某顺丰快递站点,十几位快递小哥趁着分拣包裹的间隙围成一圈,认真听着建行工作人员的生动讲解。这是建行大同分行围绕“普及金融知识守住钱袋子”主题开展的一场专项宣传活动。与往常进社区、进企业不同,这次建行大同分行业务经营部组建宣传小队,把金融知识“快递”到一线物流站点。

快递员工作节奏快、手机使用频繁,又常经手大量客户信息和转账,极易成为不法分子实施电信诈骗的目标。为了让快递小哥听得进、记得住,建行工作人员没有照本宣科,而是从他们最熟悉的场景切入,拆解“刷单返利”的话术套路,剖析“虚假贷款”的诱导步骤,还现场模拟了“冒充客服退款”的经典骗局,反复提醒大家不要轻信陌生链接、不随意透露验证码、不参与网络赌博。

转战到京东站点,建行工作人员蹲在分拣货架旁,手把手教大家安全使用手机银行,提醒定期更换支付密码,还特别强调,快递面单上的姓名、电话和地址,随手一扔就可能被“有心人”捡走,最好用记号笔涂抹后再丢弃。

据统计,此次活动共发放宣传资料80余份,解答咨询20余人次,覆盖两个站点近百名快递从业人员。

(冬梅 杨雪峰)

建行电力支行

金融网点
变身“暑期驿站”

酷暑之下,烈日炙烤着整座城市。然而,走进建行电力支行的营业大厅,一股清凉扑面而来——不只是空调的凉风,更是这里悄然多出的一角“童趣天地”。

最近,这个网点多了不少“小尾巴”。暑假一到,父母照常上班,孩子便被送到爷爷奶奶、外公外婆身边。老人来银行办业务,一边要取号填单,一边要盯着孙辈别乱跑,常常顾此失彼。

建行电力支行工作人员立即行动起来,将“劳动者港湾”的读书角添上了花花绿绿的各种儿童绘本和科普画册,新书摆得整整齐齐,瞬间成了孩子们的“mini图书馆”。更暖心的是,网点工作人员把大厅里所有的桌角、柜角都贴上了软软的防撞护角,摸上去圆润又安心。

“把孩子交给你们,我太放心了!”65岁的张阿姨感慨。她每周都要来办一次转账,以前最怕孙子乱跑,现在小家伙一进门就直奔读书角,她就能从容地在智能柜员机前操作。偶尔孩子坐不住了,大堂经理会主动蹲下来,牵起小手,翻着绘本讲上一段。那一刻,银行员工不再是西装革履的工作人员,倒是成了临时“宝妈”“宝爸”。

服务无小事,细节见真情。该支行相关负责人表示,聚焦“一老一小”特殊群体,用真心贴近客户生活,是践行“以人民为中心”的具体体现。这个暑假,建行用微笑与守护,换来了客户的安心与舒心,也为金融网点服务多元化提供了生动样本。

(冬梅 麻雨萌 杨雪峰)