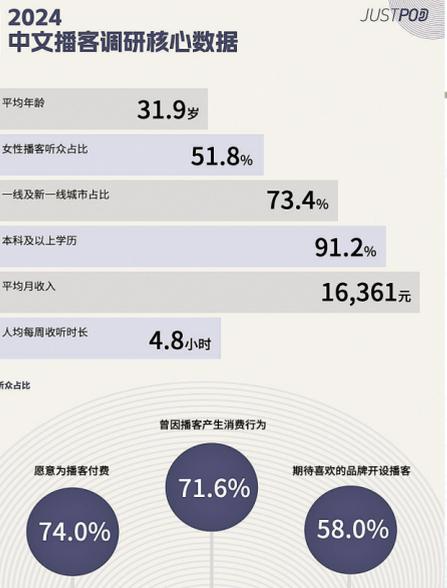


文/化/观/察



实现电影梦想 享受光影魅力 绽放青春热情 当年轻人来到电影节

每一年的相应时段,总有一群年轻人,追随着各地举办的大小电影节,聚会、相聚、欢庆。他们中,有电影从业者,有影迷,还有志愿者……

不期而遇,展开交流。让吕蔚泽印象深刻的是,在2025年上海国际电影节的前一晚,他正准备在和平影都观看《风柜来的人》,偶然间,他遇到了入围本届电影节主竞赛单元影片《德瓦克先生,你相信天使吗?》的主创团队。

电影节上,一部分年轻人兑现着自己的电影梦,让创意落地生根,成长为影像化的作品;一部分享受光影魅力,获得更多精神认同;一部分则默默付出,成为幕后“推手”……

观影之外,吕蔚泽还会将自己平时制作的电影明信片、票根、书签、胶片等各种形式的物料送给“奔现”的影迷伙伴:“我们时常会在看完电影后一起吃个饭,在餐厅、酒馆聊体验和感受。这一切让我感觉到,电影节背后的人更让人感动。”

梦想

2025年11月13日,2025年中国金鸡百花电影节金鸡电影创投大会·终极路演(科幻片单元)现场,31岁的廖飞宇坐在评审席上,对项目给出建议。这是廖飞宇第一次作为评审委员参与金鸡创投环节。“放在几年前,这事我想都不敢想。”廖飞宇说。

中国传媒大学博士研究生舒岚,是活跃在国内各大电影节上的志愿者。2025年,舒岚第一次加入平遥国际电影展的志愿者团队。在电影放映时播放外挂字幕,是他的任务。

时间回闪,2021年,成都的一家米线店里,廖飞宇接到一通电话,令他兴奋得跳起来。金鸡电影创投大会组委会通知:他的电影处女作《屋顶足球》入选当年的终极路演(制作中单元)。

舒岚看来,年轻人对电影节带来了活力,也为“办好”“办下去”提供了支撑。“看到那么多热情的年轻电影人、观众、志愿者,总会让我相信,大家的热忱,一定会让电影节办得越来越好。”

《屋顶足球》是廖飞宇2020年拍摄的电影。工商管理专业出身的他,没有行业资源。那一年,他自筹资金,组建了一个只有5人的团队。拍摄完成,他和剪辑师阿楷在四川乐山的一栋筒子楼里租下屋子。两个人完成了《屋顶足球》的首次剪辑。

每年,大大小小的电影节汇集的志愿者少则几百,多则上千人。平均年龄在25岁以下,他们成就了每一个电影节。

《屋顶足球》讲述了云南大山深处的村寨里,小妹妹千里寻母的故事。山区、女孩、足球,是电影的3个要素。

在舒岚看来,年轻人对电影节带来了活力,也为“办好”“办下去”提供了支撑。“看到那么多热情的年轻电影人、观众、志愿者,总会让我相信,大家的热忱,一定会让电影节办得越来越好。”

2019年创办以来,金鸡电影创投大会是金鸡百花电影节上的重要单元,旨在扶持具有发展潜力的创意实现影视化落地。该单元每年征集到上千个有效项目,奔赴而来的多是满怀热忱的青年电影创作者,他们怀揣一个未完成制作的作品、一个剧本,甚至只是一个奇思妙想,来兑现自己的电影梦。

近年来,为对接产业,他和团队推出了极具类型创作启发性的海外新作“绿洲”单元;为拥抱市场,探索出放映非电影类内容的“目力所及”单元;为吸引观众,组织了满足年轻人深夜观影需求的“饕餮之夜”单元……

当创投报名金鸡创投,廖飞宇瞒了所有人:“对自己没信心,只是抱着试试看的心态。”那时候,为了这部电影,他连基本的生活费都负担不起了。

“我发现,北京国际电影节的观众中,20岁至35岁的年轻人占到70%,在展映单元的设计上就更需要为这部分观众考虑。”沙丹说,他的手机里有许多微信影迷群,他一直保持与影迷沟通资讯,交流观影感受。“只有真正了解观众,才能把策展干好,更好服务于电影节。”

来到金鸡创投,他感叹,“来这里展示的项目都这么牛,就像高手云集的武林大会。我这个来自山里的娃,有机会吗?”

2025年11月11日晚10点,2025年中国金鸡百花电影节海峡两岸暨港澳青年短片季的“破冰”仪式在厦门举行。青年电影人在这里打破陌生感、建立新友谊。电影节期间,白天是参展短片的展映,晚上则是年轻人的聚会。这里轮流播放着青年创作者的作品,播放到谁的,谁就拿起麦克风向大家介绍自己,其他人则围绕作品展开激烈的讨论。

那一年,终极路演给每个项目15分钟的展示时间,廖飞宇剪了一支13分钟片子。“让大家看得多一些,我说得少一些。”站在演讲台一角,他紧张得发抖,屏息凝视评审和嘉宾。惊喜的是,大家认真安静地看完了短片,提问和回答远远超出规定时长。

在竞争中突出重围,他获得组委会授予的10万元奖金,也收获了评审的许多建议。

几天后组委会通知:导演黄建新主动提出要做他的项目监制。“既出钱又出力,他不只找来资金,还全程参与后期剪辑和制作。”廖飞宇说,在黄建新的帮助下,他学会了生产制作电影的工业流程,而最受益的,是黄建新对电影保有的敬畏之心。“这给了我全新的电影启蒙,开启了对电影的另一认知。”他说。

2022年,金鸡百花电影节的海峡两岸青年短片交流单元更名为海峡两岸暨港澳青年短片季。中国电影家协会对外联络处处长张弛负责该单元,令他意外的是,来自韩国、新加坡、马来西亚、美国、法国等国家和地区的青少年纷纷来作品。

2024年,《屋顶足球》在全国上映,获得第三十七届中国电影金鸡奖最佳儿童片、最佳导演处女作、最佳美术、最佳音乐4项提名,并夺得最佳儿童片奖。

参加短片季的年轻人,有着不同的教育、文化、社会背景。“他们为电影节带来了更加丰富的元素,碰撞出更多的可能性。近几年涌现出来的作品,不少都是跨区域的青年电影人联合创作的‘混血宝宝’。”张弛说,尤其是非电影专业出身的年轻人的加入,让整个行业更具创新创造力。

2025年金鸡百花电影节,廖飞宇成为终极路演(科幻片单元)的评审。“朋友们说我是‘金鸡宝宝’。一路走来,金鸡创投助力我‘打通关’。参与评审的过程是又一次实现自我成长的飞跃。”廖飞宇说。

“初入这个行业的人,往往是非常孤独的,前途充满不确定性。他们在电影节相聚,找到搭档,找到知己,最重要的是获得精神层面的认同,再一次确认了自己对电影的热忱。而电影节也因为这些年轻人的热爱与梦想,升腾出蓬勃的生命力。”张弛说。

如今,几乎所有国内电影节都设有创投单元,怀揣梦想的年轻电影人在这里收获鼓励。那些“渴望被看见、被认可”的期许,在电影节的舞台上成为现实。

《宇宙探索编辑部》《人生大事》《爱情神话》《白塔之光》……与《屋顶足球》相似,一批为观众喜欢的电影从电影节的创投环节走出来。青春的风采在这里一次又一次地绽放。从这个意义上说,电影节孕育着中国电影的希望。

《宇宙探索编辑部》《人生大事》《爱情神话》《白塔之光》……与《屋顶足球》相似,一批为观众喜欢的电影从电影节的创投环节走出来。青春的风采在这里一次又一次地绽放。从这个意义上说,电影节孕育着中国电影的希望。

《宇宙探索编辑部》《人生大事》《爱情神话》《白塔之光》……与《屋顶足球》相似,一批为观众喜欢的电影从电影节的创投环节走出来。青春的风采在这里一次又一次地绽放。从这个意义上说,电影节孕育着中国电影的希望。

活力

22岁的吕蔚泽2025年从苏州科技大学毕业,成为江苏常州的一名公务员。说起追随电影节的经历,他津津乐道。上海国际电影节,是吕蔚泽最常去的。



北京国际电影节也是他的目的地之一。2025年,他坐着绿皮火车,耗时一宿来到北京。“一点不觉得辛苦,反而充满了兴奋。”吕蔚泽说,“可以看到那么多平时看不到的电影,还和许多平时在网上交流的影迷朋友线下聚会,这些都让我非常憧憬。”

观众在北京国际电影节电影《哪咤之魔童闹海》破亿手绘海报展上参观。 新华/传真

每天看2至3部影片,是吕蔚泽的电影节奏。“有时候因为排片原因,一天只能看两部,都觉得很遗憾。”他说。

电影节是一个氩氙着奇妙氛围的场域,在这里,电影人和影迷的距离不再遥远。也许在某个寻常不过的场景,如北京的影院、上海的街巷、平遥国际电影的餐厅,他们就可以

张月朦

适配深度需求、注重精神链接、主题丰富多元、内容真实感人……

播客成为青年群体的“精神伙伴”

累计收听超500小时 年轻人用播客长见识

截至2025年12月初,研究生小文(化名)的播客收听时长已突破500小时。小文说,大家在播客中分享的各种思想和人生经历,让22岁的她多了几分淡定与从容。如今,播客这个略显“小众”的爱好,已成为小文日常生活的一部分。

递核心观点,“听众也存在消费长内容的潜在需求,短虽然流行,但短不能解决所有的表达问题”。

程衍樑认为,长内容供给减少与用户长内容阅读能力下降,这两大因素共同推动了播客的兴起。“播客完美适配了深度爱好者的需求——既能以足够长的时间承载深度内容,又比文字内容门槛更低,成为长内容表达与消费的优质渠道。”

上,我们的《忽左忽右》能成长起来,很大程度上也得益于粉丝的口碑相传。”程衍樑认为,在各类网络平台被算法深度控制的当下,播客更像一股“清流”。

杨一认为,算法虽然能提高效率,但音频筛选效率极低,“听众需要收听10分钟至20分钟,才能判断内容是否值得听,因此算法对音频领域的影响相对有限。”不过他坦言,短视频时代的消费习惯已逐渐渗透播客行业,“大量创作者涌入后,内容变得更规整,大家会在开头就抛出核心信息,而非慢慢铺垫,这是听众消费习惯带来的改变,他们需要创作者直入主题。”

作为通过互联网传播的数字媒体形式,播客以音频为主要载体,结合了广播和博客的特点,曾深受人们喜爱。不过科技发展日新月异,随着短视频、直播等迅速走红,播客一度遇冷。那么,年轻的小文又是如何重新爱上播客的呢?

他们的坚持获得了回报:如今,《忽左忽右》已成为中文播客圈的标志性栏目,全平台订阅量超过200万。杨一与程衍樑还联合成立了播客制作公司JustPod,继续提供优质长内容。

复旦大学信息与传播研究中心与中文播客头部平台“小宇宙”APP联合发布的《“对话的力量”——中文播客的公共价值报告》显示,在中文播客的听众中,青年是绝对主体,18岁至35岁用户占比超83%,25岁至35岁核心用户群占比达45.17%。

“大四时,我对未来充满迷茫,不知道该怎么继续读书还是去找工作。”小文说,在一个偶然的契机下,她经朋友推荐入了播客的“坑”。从开始听读书推荐的《纵横四海》,到讲两性关系的《肥话连篇》,再到讲女性成长的《岩中花束》,讲投资理财的《知行小酒馆》等等,她的收听范围越来越广,也对播客越来越上瘾。通勤路上、化妆护肤时、睡觉前……只要有空,小文便会戴上耳机沉浸其中。

大学生楚楚(化名)因感受到身边同学独来独往的“边缘感”,与两位高中好友甲鱼(化名)、CoCo(化名)共同创办了播客《二十赫兹》,原本只是三人倾诉生活烦恼的对话,却意外收获大量听众共鸣。邮箱里源源不断的投稿,让他们邀请到985学霸、研究生、30岁主持人等不同身份的嘉宾,而这些深度对话也让楚楚本人获益匪浅。

程衍樑补充,中文播客圈的主流趣味是个人成长、商业或投资理财、罪案以及喜剧聊天,这些都是新世代最关注的主题。

在小文看来,播客的优点很多:无需用眼,比视频更易让人放松,能从各界人士的分享中快速增长见识。对于小文的观点,播客《忽左忽右》创始人程衍樑十分认同,他表示,降噪耳机、智能音箱等硬件的升级,也解锁了更多收听场景,“比如过去在地铁上很多人只会听音乐,现在有了降噪耳机等设备,这些碎片时间都能用来听播客知识。”

相比之下,AI介入播客领域就显得不那么顺利了。“播客非常强调‘活人感’,听了半天发现主播是AI,估计很多人会无法接受。”程衍樑的观点,得到了播客爱好者飞星(化名)的大力赞同,“我只听真人主播的节目,AI那种生硬的语气和断句,让人根本没有听下去的欲望。”飞星说,自己遇到过不少AI主播,“每次都是直接划走,不想浪费一点儿时间。”

“用脚投票,才会有更好的内容出现。”播客爱好者许彦经常付费购买自己喜欢的主播专题,在他看来,为知识付费是应有之义。小文也乐于为知识类播客付费,她还参加过《肥话连篇》的见面会,“听众与主播像老朋友见面,现场氛围特别好”。

像小文一样喜欢播客的年轻人并不在少数。中文播客制作公司JustPod发布的《2024中文播客新观察》显示,2023年中文播客听众已达1.17亿,2024年预计增至1.34亿,2027年将突破1.79亿。听众以高学历、高收入中青年为主,多分布在一线及新一线城市,女性占比51.8%,平均年龄31.9岁,本科及以上学历占91.2%,青年群体已然成为播客的核心受众。

“现在已经有AI能够将一篇论文变成两个人对话,这种方式会帮助用户养成‘用耳朵学知识’的习惯,长远来看也能扩大播客的受众基础。”杨一认为,对创作者而言,AI的价值更直接,做资讯合集类播客,以前制作门槛高、信息搜集耗时久,现在借助AI能快速整合所需信息,大幅提升内容生产效率,还能丰富内容供给的多样性。

短不能解决所有问题 长内容需求催生播客

对长内容的适配,是播客吸引青年的核心优势之一。播客爱好者许彦(化名)说,在高度碎片化的信息时代,播客是自己专注获取信息的“净土”:收听《过刊》中两位主播聊剧场现象的内容,她平均每3分钟就会大笑一次;因《忽左忽右》的推荐入手讲五四运动的图书,让她从新视角看待历史变革;通过《纵横四海》“多读”了许多书,借助《门道》在声音里“云游”各地博物馆……播客以长线内容为载体,为她构建了丰富的精神世界。

“播客更核心的魅力,在于‘活人感’与‘真实感’。在算法主导内容分发的今天,播客保留了更多真实的人际链接,成为不那么公式化的内容载体。”

“付费时代”已经到来 播客是场马拉松式竞赛

从最初的免费节目,到如今推出多档付费系列,《忽左忽右》随着中文播客的发展,走出了多元的商业化之路。行业调查报告显示,2024年购买付费播客节目、订阅付费专辑的金额显著上涨,61%的受访主播表示收入较2023年有明显提高。

做算法洪流中的清流 播客也有“恒定母题”

在算法主导的平台生态中,播客坚守的订阅制逻辑尤为难得。程衍樑介绍,播客强调订阅逻辑,与算法推荐形成鲜明对比:算法推荐弱化创作者,强调内容本身,而播客则以创作者为核心,听众因认可创作者而愿意花费时间收听,这种强链接关系让播客内容更具忠诚度与传播力。

“播客是非常看重社群的媒介,很多人会把自己喜欢的播客分享到社交平台