

电商转行AI视频制作 影视小白“敲”出爆款短片《霍去病》 武汉女导演杨涵涵:AI影片进院线,这一天不会太远

《霍去病》网传80集,
没准我们真能做出来

时代的风口,
我们一直在上坡

虽然爬着累,
但一直在进步



扫码看视频

《霍去病》背后 武汉女导演的AI蝶变

长江日报记者王东方

当传统影视行业还在为动辄千万元成本拉投资时,有人已经可以仅靠键盘就“敲”出影片。近日,一部名为《霍去病》的AI短片在全球火出圈。

3月11日,在位于武汉市硚口区的汉江湾人工智能产业园,长江日报记者专访了这部爆款短片的导演杨涵涵。令人意外的是,今年35岁的杨涵涵一年前才从电商转入AI,从没有做过导演、剪辑、制片等相关工作,公司从“小透明”成长为行业新锐。

“我们的故事很简单,任何东西学1000小时,就能成为专家。”杨涵涵谈到《霍去病》爆火时表示,AI是影视行业发展的必然趋势,梦想自己成为国内第一部上映院线的AI电影导演。

从音乐生、副院长、电商到AI视频创业者 一路“折腾”,不停追梦

“最近档期很满,每天都在交付订单。”杨涵涵的工作室里,20余个工位坐得满满当当。她的工位就在AI制作区,“每部片子的每个环节,我都会过一遍”。

这些年,杨涵涵一直在“折腾”的路上。杨涵涵从小拉小提琴,本科在星海音乐学院学音乐表演;研究生跨专业在重庆师范大学读马克思主义理论;毕业后到武汉工程科技学院学工处负责学生工作,后来还任职该校乡村振兴学院副院长。

“我不喜欢过于安稳的生活。”杨涵涵骨子里有股闯劲,想尝试更大的天地。父母从小对她放心,“想做什么都支持”。

2023年,她从高校离职进入电商行业,负责“七姊热干面”品牌的内容运营。有一次,公司找外包拍摄团队拍了20多条宣传短视频,但没有一条能采用。情急之下,杨涵涵找了3个小伙伴组建短视频团队,受限于资金和设备,传播效果一直不理想。

去年,随着国内生成式AI视频工具逐渐成熟,团队开始尝试制作更具创意的产品宣传视频。“给AI一段提示词,就能生成一段画面,布景、光影比我们实拍强太多。”抱着试一试的心态,杨涵涵和另一个小伙伴用最初级的“即梦”生成了一张外星人吃热干面的图片。

接着,她们猜想剧情,磕磕绊绊用图片生成视频,花费3个小时拼出了一段20秒的短视频。虽然播放量只有几百,但杨涵涵觉得这件事能继续做下去。

一个字一个词地“死磕”AI 不着急接单,先把本事学好

“我们想利用AI生成多样性的特点,做出剧情片。”杨涵涵以七姊为IP,改编自《画皮》创作了一个完整的故事。

起初他们甚至都没有分镜的概念。杨涵涵和3名同事一口气开了3个AI制作平台的会员,开始一个字一个词地“死磕”。

一个女生站起来转身走出画面的镜头,让她至今印象深刻。“有时头动身子不动,有时变形,有时方向不对,每次生成大概花费5元,等待几分钟生成后看一条失望一条。”仅这一个镜头,他们用AI“开盲盒”了近百次。

“太艰难了。”那时候,每天忙到凌晨3时,杨涵涵还对屏幕,一遍遍调提示词、换平台和参考图。尽管AI视频并未如预期中“大火”,但丝毫没有击垮杨涵涵的信心。“如果是一个传统影视团队拍《画皮》,从服装化妆道具到场景搭建,没有上百万元开不了机。而我们只花了一两千元的会员费。”

从此,杨涵涵把业务重点全部转向AI视频。她给团队定了一个原则:不着急接单,先学本事打磨作品,靠实力说话,以后要做AI剧情电影。

团队里的其他3名年轻人刚大学毕业,听着公司宏大的目标,懵懵懂懂就点头同意跟着干。没有收入的时候,大家拿着基本工资“为爱发电”,杨涵涵甚至自己贴钱发工资,“首要目标是活下去”。

从“小透明”成长为新锐 搭建十余个智能体,实现“一人制片”

杨涵涵工作室的展柜上放满了各式奖杯。过去一年,团队的身影出现在AI视频制作的大小比赛中,“几乎参与就能拿奖”。

“视频做成什么样,拿出来比一下才能进步。”去年3月,杨涵涵带团队首次参赛,他们在动态海报设计比赛中脱颖而出,获得了500元奖金,这支年轻的团队深受鼓舞,“我们一开始就决定做剧情,和大多数的团队想法不一样”。

早期,AI创作的最大痛点是一致性。人物、场景、道具,只要有一点变样,故事就接不上了。为解决这个痛点,杨涵涵在网上搜集学习经验,针对市面上每个模型的特点,总结提炼提示词结构。她又利用AI,探索将这方法制作成了提示词、分镜、编剧等十余个智能体,为团队内部制作流程搭建了固定的语料模板。

“初步实现工业化生产流,大大提升了我们的生产效率。”杨涵涵说,以前需要3个人分工耗时3天制作的短视频,现在同样的时间能实现“一人制片”。

凭借精良的AI画面、跌宕起伏的故事情节,杨涵涵团队逐渐在各大AI视频比赛中获奖,从“小透明”成长为业内知名导演认可的新锐力量,引来了传统影视版权公司的合作。

技术让AI演员有了演技 《霍去病》火到这个地步,出人意料

今年2月,杨涵涵像往常一样,在微信视频号、抖音等平台,上传了公司新制作的AI短片《霍去病》。犹如朝湖中投入一粒石子,激起了不小的涟漪。

业内同行感叹AIGC(人工智能生成内容)的发展速度,居然能精准生成这么恢宏的战争场面。为此,杨涵涵公开了视频的生产工艺,许多博主以此为案例分享,引发了小范围的讨论。

3月初,有网友在视频留言区告诉杨涵涵,视频在外网火了。不少网友留言,“一人剧组”不再是想象,“AI让有才但没有资金的人可以充分发挥创意”。紧接着,海外媒体相继报道,再传回国内,迅速登上微博热搜。

“我觉得这部片子能火是意料之中,因为我们是专心做内容,但火到如今这个地步,出人意料。”杨涵涵说。

这部片子是杨涵涵通过新制作平台的一次新尝试。

“我觉得它能火,除了霍去病少年英雄自身的流量和精良的画面,也是通过技术让AI演员有了演技。”杨涵涵说,制作过程中,团队通过提示词结构的调整,让汉武帝说出台词时,眼神有了情绪,表演有了节奏,让人忘记这是AI生成的,“就像导演拍戏,演员突然就懂了该如何演”。

订单排到了6月 希望自己的AI电影登陆院线

“这几天,对我来说犹如过山车。”爆火后,杨涵涵的制作订单排到了6月。多家国内头部影视公司向她们抛来橄榄枝,她的手机通讯录里也新加了很多志同道合的好友。

目前,《霍去病》的时长已经从4分多钟延伸到了6分钟。团队还在与一家头部公司合作历史名人剧,“《霍去病》网传80集,没准我们真能做出来”。

“AI影片进院线,这一天不会太远。”杨涵涵笑着说,她更深远的计划是希望成为中国第一部登陆院线的AI电影导演。

“现在20多个人,一个月能承载240分钟到300分钟的制作量。”杨涵涵说,如果满负荷做短剧,大概可以做2到3部120分钟的作品。

今年,杨涵涵的团队也正在扩张,“时代的风口,我们一直在上坡。虽然爬着累,但一直在进步”。

(参与采访: 栾嘉雯)

对话

技术越发达

人的审美、情感、故事越珍贵

长江日报记者:从电商转入AI,团队为何能在短短一年内就取得如此关注?

杨涵涵:像我们这样20余人的团队体量,在传统影视公司不算什么,但在AI影视制作行业已经不少了。团队成长快,我认为是一开始就选对了路,现在大多数AI创作者可能很难找到变现渠道,而我们不着急变现,把自己的本事练好,高品质的商单自然就来了。入驻汉江湾人工智能产业园后,算力、资源、生态等要素都在为团队赋能,我相信未来有无限可能。

长江日报记者:你现在的角色是AI视频导演,和传统影视导演有什么不一样?

杨涵涵:两者对故事的把握是一致的,但生产流程完全相反。传统影视是选好不同机位,拍摄大量素材再回来剪,而我们是每个画面先构思好再生成。他们是从多到一,我们是从一到多。对于AI制作来说,不能随意生成画面,毕竟每一幅画面都是成本。这就需要导演的脑袋里全部装的都是精准画面,这也是我们建立内部工作流的原因。

长江日报记者:你觉得未来AI会取代演员和创作者吗?

杨涵涵:冲击肯定存在,但谈不上取代。AI能取代的是那些简单的、重复性的、质量不高的生产,比如背景板或者一些特效。未来,优秀演员的数字分身可能去演很多剧,但他本身的IP价值依然存在。那些危险的爆破戏、高空的打斗戏,用AI更安全、更便宜。我认为每次技术革命都会带来新的生产力,大家会去适应它,行业也会因此更加繁荣。

长江日报记者:AI时代,传统影视行业高成本、大投入的生产方式会不会受到冲击,未来会不会有AI影片进入院线?

杨涵涵:冲击是必然的,过去只有大资本才能撬动的制作体量,现在一个人、一台电脑就能完成,这也让创作者得以重新思考,哪些环节是必须高投入的,哪些是可以被技术重构的。AI影片进院线,这一天不会太远。今年,我们给快手做的16分钟贺岁档动画,画质和分辨率上影院已经没有问题。做真人剧的话,还需要模型不断升级,毕竟登上大荧幕,皮肤质感、光影过渡都需要更加精细的处理。我们现在所处的是爆炸式的成长环境,用户和技术都在推动彼此成长,未来我们会看到越来越成熟的模型。

长江日报记者:AI短片《霍去病》爆火后,很多人也想仿效“一人剧组”做AI电影,你有什么建议?

杨涵涵:AI上手确实容易,它可以天马行空地发挥,但深度控制是最大的难点。要让AI按照既定的故事线,输出长时间的内容很难,创意与审美是不可替代的核心,这也是我们团队坚持创作AI剧情片的原因。

目前,很多观众看AI视频时仍觉得AI味太重,难以对人物或场景产生情感共鸣。我认为只有“人”才能讲好故事,技术越发达,人的审美、情感、故事反而越珍贵。

与此同时,我们还要面临AI大模型快速迭代的挑战,可能你刚花半年时间跑通的方法,新模型一上线,所有人都能做到了,甚至比你做得更好。技术升级给每个人的机遇是一样的,需要不断学习。

(长江日报记者王东方 参与采访: 栾嘉雯)

杨涵涵(左)和团队小伙伴讨论AI影片制作。
长江日报记者胡冬冬 摄

长江评论

一部号称“3人团队、48小时、3000元成本、5亿播放”的AI短剧《霍去病》,被包装为AI内容生产的“效率奇迹”。然而随着导演本人出面澄清:所谓“80集短剧”实为两条短片,“3000元”仅为算力成本,团队规模也并非三人,这个被不断放大的神话露出了真面目。

《霍去病》的“神话”之所以能迅速传播,因为恰好契合了当下AI行业最需要的叙事:技术颠覆一切,门槛趋近于零,普通人也能一夜爆款。媒体需要它,因为这是一个自带流量的标题;资本需要它,因为这是一个充满想象的故事;从业者需要它,因为这是一个绝佳的信心来源。导演杨涵涵本人也坦承,自己引用的5亿播放量数据“来源于媒体”——这个细节格外耐人寻味:造神链条的每一环,都在消费同一个幻象。

但技术红利从来不等于内容红利。两条短片,借助AI工具,以相对精简的团队和有限的算力成本完成制作,放在传统影视工业的语境下,这依然是一个令人印象深刻的生产效率。AI确实压缩了技术门槛,让更多创作者有机会入场。

然而,门槛降低,并不意味着天花板消失。当前AI短剧行业爆款率低至0.16%,90%的中小玩家深陷亏损,内容同质化严重到令观众审美疲劳——这一组数字,精准地揭示了“技术普惠”之后真正的战场。

AI可以帮你更快地生成画面,更低成本地完成分镜,却无法替你完成一个让人揪心的叙事转折,无法为你凭空制造一个击中人心的人物弧线,更无法代劳将内容精准送达目标受众的运营智慧。所以技术降低了生产的门槛,却没有降低好故事的门槛。

与其沉迷于制造新的效率神话,不如回归创作本身。当风口逐渐退潮,AI短剧行业最终仍要回到最朴素的竞争逻辑——谁能持续生产好故事。

AI降低了生产门槛,好故事门槛却没降

长江日报评论员刘家欣



杨涵涵的AI影片制作团队。

长江日报记者胡冬冬 摄