

# 文博会期间举办电影业高质量发展论坛,《给阿嬷的情书》导演分享创作经验—— 蓝鸿春:团队海外走访近300个家庭

## 打造电影精品力作交流谈



■2026文化强国建设高峰论坛电影业高质量发展论坛现场。

■蓝鸿春导演在分享。

“精耕细作、扎根生活的诚意之作是不会被市场辜负的。”5月22日,在第二十二届文博会举办期间,2026文化强国建设高峰论坛电影业高质量发展论坛同期在深圳国际会展中心举行。广东青年电影人蓝鸿春结合爆款潮汕方言电影《给阿嬷的情书》,分享方言电影的打磨历程与创作经验。

■采写:新快报记者 黄闻禹 毛毛雨  
■摄影:新快报记者 郭思杰

### 纯粹、真实、有温度打动人心

《给阿嬷的情书》是蓝鸿春执导的第三部潮汕方言长片。电影耗资1400万元制作,全程采用素人演员出演,95%对白使用潮汕方言,凭借纯粹真实的故事质感、细腻温暖的人文情怀,成为2026年国产电影中的现象级精品爆款。在论坛举办当日,电影票房再创新高,突破8亿元大关。

“《给阿嬷的情书》获得了近乎奇迹的成绩,非常感谢所有人的托举。我们也体会到精耕细作、扎根生活的诚意之作是不会被市场辜负的。纯粹、真实、有温度的本土故事,永远拥有打动人心力量。”蓝鸿春在论坛上如是感慨。

结合十年来的创作经验,蓝鸿春分享了自己的创作理念,“真实是我们一直恪守的创作第一原则。我们也始

终相信,好的故事从来不是凭空虚构、刻意雕琢,而是源于生活、源于真实、源于普通人的情感。这一理念可以说是贯穿了我们创作的整个过程。”

分享《给阿嬷的情书》这部影片的创作过程时,蓝鸿春提到,团队在东南亚、欧美等海外地区累计走访了近300个家庭,听了一代又一代华侨华人的故事,并从这些故事中打捞到了许多鲜活真实的生活细节和海量的创作素材。这段前采为影片创作筑牢了“基底”。在剧本完成后,为了求证剧本里的每一个细节设定,蓝鸿春团队又开展了约半年的田野调查,“力争做到影片的每一个情节,每一个细节,每一种风物,都有据可考,有迹可循”。

蓝鸿春分享说,例如小到百年前的一张电影票的价格、三轮车的从业牌照规则、街头小贩的生存细节,大到

海外华人教育的艰难起步、办学的坚守传承,“老一辈华侨坚守的价值观和生活方式,所有的细节我们都会去一一考据,一一核实”。他强调,真实是我们作品的生命线,求真求实也让我们作品去掉了悬浮的滤镜,饱含人间烟火,可以打动人心。

### 方言从来不是电影传播的壁垒

“越是本土的,越是民族的;越是传统的,越是世界的。”除了力求真实外,蓝鸿春坚守的另外一个重要创作理念是:坚持方言创作,坚守文化情怀。在他看来,“方言从来不是电影传播的壁垒,反而是我们电影差异化的、重要的一个情怀点。这种差异化的本土文化、独特的地域情怀,让我们的创作更加具有独特性。”

“深耕广东本土,扎根潮汕文化,

让我们拥有了这么强的作品的独特性和它的文化能量。也是这份自信,让我们的创作拥有了厚重的情感支撑和鲜明的价值内核,让我们的作品沉淀出了独属于岭南、独属于潮汕文化的特点。”蓝鸿春表示,自己和团队始终以手艺人之心去创作,把自己定位为讲故事的手艺人,就如同潮州木雕刺绣一样,沉心静气,久久为功,以匠心打磨细节,以时间沉淀作品,用初心去雕琢精品。

最后,蓝鸿春表示,未来团队将继续扎根生活,持续在广东深耕,挖掘岭南本土文化,传承潮汕侨乡的人文精神,继续打磨小而美、真而美,有温度、有底蕴的本土作品。“我们也相信通过持续的本土创作,会让我们的潮汕故事、岭南文化走出广东,走向全国,迈向世界。”

## 文博会观察

# 可讲解可创作可陪伴 AI让文化产业“上大分”

还记得去年文博会,人工智能展区首度惊艳亮相,人形机器人不断刷新大众对AI的想象。

今年的文博会,记者观察到,人工智能则真正带领人们走进了现实。除了文化科技馆专设的人工智能展区外,全球文化贸易馆及各地展馆携众多数字文化展品亮相文博会,AI的应用场景也越发具象。可以说,从网络视听游戏娱乐再到情感陪伴,到处都有AI的身影,一个由新质生产力驱动的文化新时代正扑面而来。



■AI玩具深受欢迎。



■小朋友在与下棋机器人下棋。

### 从“读懂艺术”到“定制生活”

走进今年的展馆,最大的感受是AI无处不在。

AI是最好的“导游”。戴上AI眼镜,游客只需发问:“你好千问,这幅画表现了什么?”AI便能即时捕捉视线焦点,给出精准的展品简介。当你想继续追问,基于大模型的AI伴游系统便给出了兼具美学与历史的深度解读,一幅关于历史、创作与文化的“有声画卷”在耳边徐徐展开。

这种沉浸感同样延伸到了内容创作端,腾讯等企业展示的AI短剧与AI漫剧生成技术,让“人人都是导演”成为可能。以往需要数月制作的动画,

如今只需输入剧本,AI便能自动生成分镜与画面,极大地降低了文化创作的门槛。三七互娱带来的AI一键生成小游戏,自动完成关卡设计与战斗逻辑,算法教你“玩起来”。

IPBot更是打破了次元壁,让观众能与屏幕里的剧中人进行隔空对话,仿佛穿越进了故事里。AI电子吧唧,通过AI图生图,简单操作就可以定制属于自己的个性化图案,二次元形象在胸口的徽章里“活”了起来。

AI不仅懂创作,更懂生活。在展馆的各个角落,智能机器人正忙着做咖啡、打冰淇淋、教下棋,甚至还能现场制作定制冰箱贴。可以说只有想不到,没有AI做不到。

### 从“听懂人话”到“读懂人心”

如果说文创产品的数字化是AI的“基本功”,那么在情感陪伴与沉浸式体验上的突破,是AI向“通人性”迈出的关键一步。

“你有什么困惑,都可以跟我说。”轻轻抚摸这只名为“潦草猫”的陪伴机器人,它便会发出轻柔的回应。不同于手机里冰冷的对话框,眼前的AI变成了会撒娇、能安慰人的毛绒玩偶,AI有了毛茸茸的实体形象。

依托大模型与情感计算技术,这些AI陪伴玩具不再是简单的语音问答机,它们能感知用户的情绪变化,甚至能在互动中与使用者建立深度的情感

羁绊。全球国龙(深圳)数字科技有限公司运营总裁袁成彬介绍说,“它拥有记忆功能,能记住用户说过的话,并根据不同场景给予个性化反馈,这才是长期陪伴的核心。”

除陪伴外,还具备社交、养成的属性。这些AI玩具像孩子们的电话手表一样,两只潦草猫碰一碰就能互加好友,因此深受孩子喜爱,十分畅销,也让现场不少采购商想批量拿货。

AI玩具正变得更加垂直与智能,覆盖的群体和场景也更多,更加聚焦科普教育、心理疗愈等细分场景,AI不再纠结于“怎么用”或“有什么功能”,而是转而开始探讨“如何让它更好地融入人们生活”。