

看哭全网，“手搓”短剧《Enemy》火爆出圈 “人味儿”成了最稀缺的爆款配方

新闻 多一点

《Enemy》火爆出圈的背后 是成都影视城的光影底气

◎ 何曼青

打造《Enemy》的团队，正是由“煎饼果子”（本名张问初）创办的暖味时光（成都）文化传媒有限公司（以下简称“暖味时光”）。作为一家新锐文创企业，该公司扎根成都影视城，近年来实现了稳步崛起。

从短视频创作者转型影视企业创业者，从现象级短剧《逃出大英博物馆》，到斩获国家广电总局年度优秀网络视听作品的《小年兽与捉妖师》。张问初的成长轨迹，精准勾勒出成都影视城这座产业新城的核心发展逻辑——将创意人才从“流量”沉淀为影视产业的“产能”。

张问初与成都的缘分，始于四川传媒学院的求学时光。毕业后，他以“煎饼果子”为个人IP，深耕中华优秀传统文化主题短视频创作，凭借优质内容在全网积累超高人气与良好创作口碑。2023年盛夏，他与搭档“夏天妹妹”自费奔赴英国，拍摄推出短剧《逃出大英博物馆》。该剧成为现象级文化爆款。

爆款出圈之后，暖味时光正式落地成都影视城。2024年末，团队推出年兽题材新作《小年兽与捉妖师》，上线后迅速登顶各大平台热榜，视频点赞达千万，多集播放量突破亿次。

如今，成都影视城已集聚影视文创类企业超600家，壹同制作、灵河文化、春光好等行业头部企业纷纷落子布局；累计接待入驻剧组超120个，参与投资、出品、制作的各类影视剧目超100部，产业集聚效应持续释放，规模效应日益凸显。

今年4月，成都数智片场在成都郫都区正式启用，虚拟摄影棚以5000平方米的体量配备弧长60米的LED弧形巨幕，可实现虚拟场景与实景无缝切换；动作捕捉棚搭载60个高分辨率摄像机，以300Hz动态帧率精准捕捉人物动作。单个剧组据此可降低20%以上制作成本，拍摄周期压缩10%至20%。

在此基础上，正在编制的《成都影视城“十五五”（2026—2030年）高质量发展规划》已为园区未来发展描绘清晰图景：到2030年，全面建成“文化创意策源地、数智影视拍摄地、影视文旅目的地”。（据天府郫都）

声音

草根爆款 给短剧行业上了一课

◎ 孔德淇

在AI生成短剧批量涌现、流水线内容泛滥的当下，《Enemy》这部草根爆款的强势出圈，是真诚创作的必然回响。它以扎实的剧情设定、细腻的情感表达、细节拉满的呈现，精准触达大众内心最柔软也最炽热的地方，体现出创作者对观众的敬畏和对故事的热爱，而这正是当下不少作品缺失的底色。

这不禁让人联想到此前刷屏全网的《逃出大英博物馆》。两部作品题材不同、形式各异，却共同印证一个朴素道理：观众不是挑剔，而是不愿为敷衍潦草买单；市场不乏作品，缺的是有温度、有灵魂、有态度的内容。

与之形成鲜明对比的，是生成式短剧的浮躁之风。随着短剧行业发展，不少机构为了降本增效，将AI当作创作“捷径”，追求日更百部的效率，把短剧异化为“流量生意”。一些创作者眼中只有留存率、转化率等数据指标，却看不到内容本身的价值。当作品剥离了思想内核与人文质感，沦为单纯的流量载体，自然也就丧失了直抵人心的感染力，难以留住观众的目光。

我们否定AI的价值。新技术往往是创作的“加速器”，能降低门槛、提升效率，为行业注入活力。但技术终究是工具，虽然可以生成工整的文字、拼接流畅的画面，却永远写不出刻骨的情绪，创作不出深沉的立意，更无法复刻创作者的内心思考与赤诚热爱。

《Enemy》给短剧行业的启示直击要害：无论时代如何迭代、技术如何革新，内容创作的底层逻辑从未改变。好作品的核心，永远是故事、情感与灵魂。那些无法被代码编程的真挚情感、无法被算法模拟的共鸣，无法被流水线复制的细节，才是观众愿意驻足传播的根本。

短剧行业的未来，不在算法里，而在创作中。坚守真诚初心和内容底线，让技术服务于情感表达，赋能于精品创作，深耕故事、打磨细节、传递温度，才能走出同质化困局，彻底撕掉“粗制滥造”的标签，让国产短剧真正实现高质量发展，拥有持久的生命力。



《Enemy》一个眼神传递出生死诀别的深情与宁死不屈的气节。（资料图）

近期，一部单集成本仅约5000元、服化道近乎“手搓”的短剧《Enemy》火爆全网。社交媒体上随处可见其名场面二创，评论区里“破防了”“反复刷”的留言此起彼伏，热度居高不下。

值得关注的是，这部现象级爆款短剧，出自“草根”创作者“煎饼果子”和“夏天妹妹”之手。继2023年推出爆款短剧《逃出大英博物馆》后，时隔三年，二人再度发力，创作出惊艳全网的优质作品。

这让我们不禁思考：在技术发达、AI可以批量生成内容的当下，什么样的原创文化产品，才能兼具流量与价值，满足公众对文化产品的精神“质感”需求？

现象级爆款 十三分钟剧情「炸穿」全网

《Enemy》是一部无限流短剧。所谓“无限流”，是起源于网络小说的叙事类型——主角被神秘系统选中，被迫进入一个个风格迥异的平行世界或副本中完成任务，循环往复。创作者可以在一部作品中，将科幻、历史、悬疑等完全不同的题材杂糅在一起，让角色穿梭于不同时空，体验截然不同的人生。

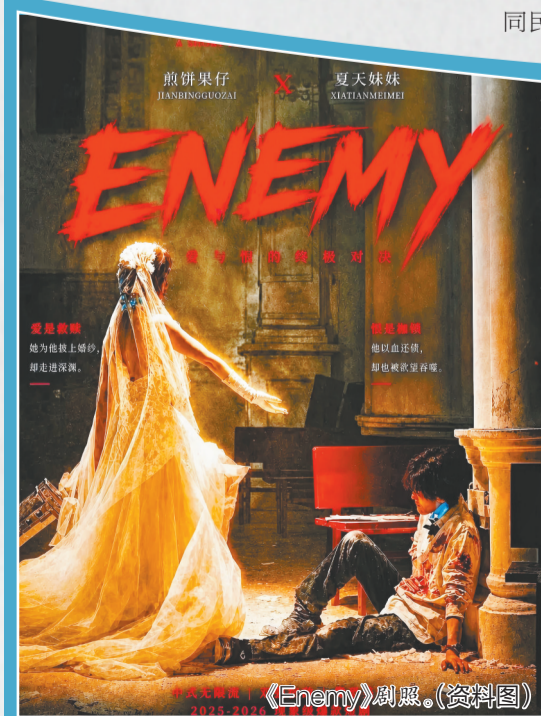
《Enemy》前几集走的是典型的无限流路线：男女主角在现实中是一对死对头，意外被系统强行绑定，为了打败终极Boss被迫组队闯关。快节奏、强对抗，悬念迭起。

然而，真正让这部“炸穿”全网的，是第五集《民国篇》（又名《梨园双星》）。在这一集故事中，无限流的外壳被突然撕开，露出了里面滚烫的历史内核。

故事以南京沦陷为历史背景，聚焦乱世小人物的家国大义与悲壮抉择。剧中男女主角为救30名百姓，假意替日军唱戏，最终选择毒酒入喉、烈火焚身，在戏台上以身殉国。全片没有一句冗余台词，仅凭两人的眼神交锋、水袖翻飞，就传递出生死诀别的深情与宁死不屈的气节。那句经典台词“今日我二人，今我夫妻二人，立咒于此台，以此身此魂镇压尔等罪人”更是直击人心，将乱世儿女的生死诀别，演绎成荡气回肠的家国史诗。剧中人物与数字也有着更深刻的寓意。人物陈桥头、陈巷口，分别暗指卢沟桥事变与南京巷战。被救出的30人则是对南京大屠杀30万遇难同胞锥心刺骨的隐喻与致敬。

将个体命运融入宏大历史，以“小人物的家国大义”为切口，《Enemy》精准击中了当代观众的情感共鸣。“在我心里，他们不是戏子，他们是英雄。”这条弹幕评论，得到大量网友点赞转发。

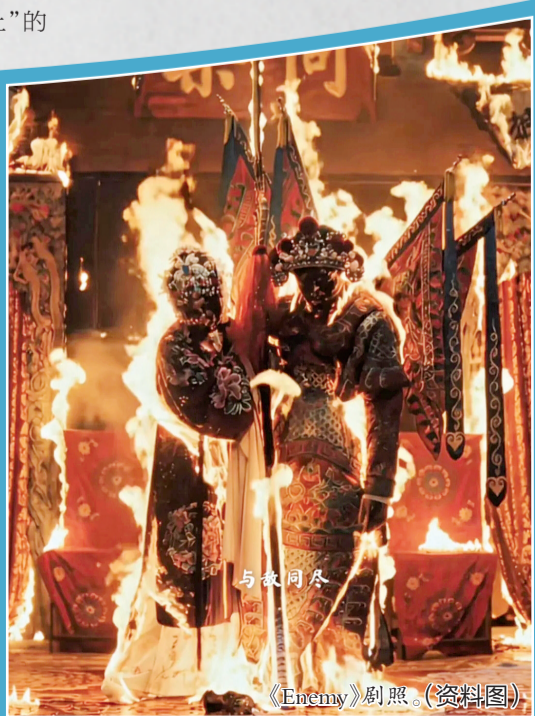
而这段只有短短13分钟的剧情，也被无数观众评为“年度催泪片段”。弹幕里满是“不敢再看第二遍”“哭到眼睛肿”的留言。编剧于正也在微博发文感叹“看哭了”，赞叹“立意、细节、叙事、节奏、表演无一不好”。



《Enemy》剧照。（资料图）



《逃出大英博物馆》。（资料图）



《Enemy》剧照。（资料图）

爆款密码 优质内容是核心

这部没有流量明星、没有巨额投资，没有专业团队支撑，主创两人身兼编剧、导演、主演及服化道设计的“手搓”短剧，何以火爆全网？答案或许就藏在对待“创作”二字最原始的初心里——它无关预算，只关乎“匠心”；无关流量，只关乎“真诚”。

细细品味《Enemy》，不难发现，它的出圈，本质上是供给端、需求端与连接端的三重共振。而其中最为核心的就是优质的创作内容供给。

从供给端看，当下的短剧行业，AI十分钟就能生成百集剧本，资本扎堆追逐“霸道总裁”“重生复仇”“赘婿逆袭”等套路化内容，这类内容遵循“三秒留人”的算法逻辑，虽满足即时快感，却因缺乏情感余味而导致审美疲劳。相比之下，《Enemy》选择了一条截然不同的路——这部单集成本约5000元的短剧，全部实景拍摄，服化道全程手作；为还原真实质感，拒绝绿幕抠

图；为还原毒酒入喉的神态，二人饮下姜汁复刻毒酒入喉的生理反应，精准演绎角色赴死时的痛苦与决绝。在别人用AI生成对话时，他们在字斟句酌；在别人用算法批量生产爽点时，他们在死磕情绪的递进与转折。从2025年12月首集发布，到2026年“五一”全网爆火，整整打磨了半年。不追求短期流量变现，不迎合低俗审美，而是沉下心来打磨细节、传递情感，用真诚对抗敷衍，用匠心雕琢质感。这种“反套路”的创作，反而成为最稀缺的竞争力，正如网友所言：“不是短剧打败了短剧，是认真打败了敷衍。”

从需求端看，当代年轻人成长于文化自信崛起的时代，对家国情怀、历史认同有着天然的情感共鸣，但他们极度反感空洞的说教与生硬的宏大叙事，拒绝“虚假崇高”，渴望一种接地气、更具情感温度的表达。正如剧中角色浴火殉国时，弹幕里

启示与思考 深耕内容质量，用真诚打动人心

其实，早在2023年“煎饼果子”与“夏天妹妹”就做出了刷屏全网的《逃出大英博物馆》。《逃出大英博物馆》以流失海外的中华文物为创作核心，将大英博物馆内的中华缠枝纹薄胎玉壶拟人化，用温柔又哀伤的叙事，诉说文物漂泊异乡、渴盼归乡的家国心事。

从《逃出大英博物馆》到《Enemy》，两部作品的出圈都在告诉我们：流量只是表象，AI无法复制的“人味儿”、深厚的文化内涵与真挚的情感表达才是打动人的核心。两部作品，从“物的归乡”到“魂的坚守”，从文化乡愁到民族精神，从呼唤文化遗产回归故土的“寻根”到传承宁死不屈民族气节的“聚魂”，其精神内核、价值传播清晰。全网刷屏的火爆现象充分印证了作品与观众之间从情感共鸣到价值认同的升华，映照出当代青年关注文化符号回归、认同民族精神价值的精神成长轨迹，展现了

新时代青年文化自信的觉醒与成长。这场由“手搓”爆款掀起的文化热潮，不仅是两个草根创作者的成功，更给流量时代的文化创作与精神文明建设，带来了深刻的启示与思考。

对创作者而言，坚持创作初心，真诚对待作品才是赢得观众的“法宝”。在流量焦虑、套路泛滥的当下，不少创作者陷入“重流量、轻内容”的误区，最终被观众抛弃。而《逃出大英博物馆》与《Enemy》证明：套路易过时，唯有真诚与匠心永恒。创作者应坚守价值底线，深耕内容质量，关注时代精神、民族情感与人性温度，拒绝浮躁与功利，用真诚打动人心。

对平台与资本而言，《Enemy》的出圈，打破了“流量与价值对立”的固有认知，证明了有价值的内容同样能获得高流量，情怀与商业并非不可兼得。平台应当优化算法推荐机制，打破“流量至上”的