



“三八”国际妇女节前夕 我市女科技工作者分享奋斗故事展巾帼风采

»06版«



办实事解难题 志愿服务把温暖送到村民身边



●内蒙古交通运输综合行政执法总队十三支队一大队开展学雷锋志愿服务活动

本报记者 徐楠 摄

»07版«

乌兰察布学子用行动续写雷锋故事

»07版«



短剧走红春节,用情感共鸣打动更多观众

■韦丰

丙午新春里,视听娱乐正悄然成为不少人的新年俗。据国家电影局统计,2026年春节档票房达57.52亿元,观影人次1.2亿,观影总场次达435万场,刷新中国影史春节档总场次纪录。大银幕的热闹之外,小屏上的热度同样不容小觑。移动互联网商业智能服务商Quest-Mobile发布的数据显示,2026年春节档期间,超千部微短剧集中上线。这些作品涵盖权谋、现实、奇幻等多种主题,为观众奉上一道丰盛的春节视听大餐。此外,红果短剧平台数据显示,春节档期内该平台多部剧集预约量突破100万,播放量突破千万,其中四部剧集播放量突破10亿、热度值突破1亿。

一组组数据背后,清晰勾勒出当下中国人过节真实模样:或走进影院,沉浸在大

银幕的震撼视听里;或窝在沙发、靠在床头,用手机一部接一部刷着短剧,享受闲暇时光。短剧正以更轻盈的姿态,自然融入春节的每一个场景。返乡的绿皮火车上,信号时好时坏,提前缓存好的短剧陪伴游子走完漫长归途;阖家聚餐时,家里的年轻人围在一起刷刷,笑声盖过窗外的鞭炮声;走亲访友的间隙,各种短剧情节也成了大家茶余饭后的新鲜谈资。短剧已经从打发时间的“电子榨菜”转变成春节期间不可或缺的“开心硬菜”。短剧能备受追捧,背后自有其创作逻辑。2026年的创作者开始主动挖掘春运、代际沟通等现实主义题材,这种创作风向的转变,折射出行业对用户深层情感需求的回应。春节期

间,处处都是“流动的中国”,这个时候,好故事的素材就藏在回家的路上。以春运题材短剧《北往》为例,它是从摩托大军中汲取灵感,用满是烟火气的镜头,聚焦一群归心似箭的游子。没有刻意煽情,也没有悬浮狗血,只有两个普通人在路上的嬉笑怒骂、仗义相助。被网友称作短剧版《人在囧途》,这说明在出行半径越来越大的今天,归途中的艰辛与温暖,依然是几代人共通的记忆。这种对真实生活的朴素描摹,精准击中了异乡人心底的漂泊感,也让短剧跳出“一味求爽”的单一维度,走向“以真动人”的情感深处。如果说《北往》是送给游子的暖心慰藉,那《一家三口在同班》就是为团圆家庭量身打造的欢乐催化剂。这部剧讲述了因误会分开的

父母双双重返十八岁后成为儿子同班同学的故事,凭借巧妙的角色设定,在叙事中展现出打破代际隔阂的巧思,让看似荒诞的校园闹剧,最终落脚于“家,是我们唯一不想逃课的课堂”的温情内核。在春节这个看重血缘亲情的特殊节点,它用极致的戏剧反差,化解了日常里的琐碎矛盾,让欢声笑语填满客厅。这也正是短剧区别于长视频的獨特优势:能用最短的篇幅,从家长里短中提炼出最普世的情感价值。任何一种文艺形式的流行,都有迹可循。回望近三年短剧在春节档的演变:2024年的偶然爆款,2025年的赛道拥挤,再到2026年的精品化、多元化发展,短剧走过的历程,正是大众文娱消费心理变迁的缩影。当人们不再满足

于被动接受宏大叙事,当碎片化时间需要更高效的情感抚慰,短剧恰好填补了这片空白。2026年的短剧创作者开始有意识地在“爽点”之外植入“泪点”,用最小的切口,撬动最广泛的情感共鸣。春节档推出的多部短剧作品,已不再是单纯的“流量产品”,而是带有温度与分量的“文化内容”。在中国人心里,春节的核心,从来都是情感的归位与心灵的团圆。短剧既能在归途之中相伴慰藉,也能在团圆时刻带来欢笑,这份恰到好处陪伴,正是它走红春节的深层密码。当短剧不再只追求一时爽感,而是开始承载更深的情感价值与文化内涵,它的未来必将更加开阔。这样的变化,在这个马年春节里,已然清晰可见。