

专访《后西游记》主创团队：AIGC长剧“上星”开创影视创作新范式

证券时报记者 张一帆

孙悟空一句“该往前走”了，为芒果超媒(300413)8月31日登陆双平台“黄金八点档”的全新剧集《后西游记》拉开帷幕，也宣告 AIGC(生成式人工智能)长剧正式实现上星落地，跻身主流影视赛道。

从立项到播出耗时不到五个月，制作成本仅为同规模产品的几分之一……《后西游记》的热度从互联网延伸到资本市场，不止收获全网超 19.6 亿次的曝光，芒果超媒股价飙涨 45% 的同时拉动影视板块大涨 6%。

证券时报记者独家专访《后西游记》主创团队了解到，他们的目标并不止于收视数据，更期待《后西游记》能否彻底打破大众对 AI 影视“短平快、低质感”的刻板印象，跑通传统影视内容生产的创新模式，开启 AIGC 精品长剧的工业化新进程。



受访公司/供图

1 新舞台:AIGC长剧首次“上星”

赤红色的“齐天大圣”旗帜，从小猴子凌乱蓬松的脑后掠过。天庭洒落的鎏金强光，映亮小猴子毛茸茸耳廓透出一层粉晕。镜头拉远，披风猎猎的孙悟空携着小猴纵身跃起，直上云霄、奔赴天庭。孙悟空留下一句“该往前走”的台词，拉开了芒果卫视、芒果TV 双平台黄金八点档新作《后西游记》序幕。

与中国电视史上所有长篇剧集不同，《后西游记》完全采用 AIGC 技术完成画面与人物演绎。基于芒果TV 旗下 AIGC 内容创作平台芒果灵创，这部单集时长 40 分钟，全季 30 集的长篇作品，从立项到播出用时仅仅不到 5 个月的时间，资金成本仅为同规模产品的几分之一。

“这样的速度在过去不可想象，一部要登陆八点档的重磅剧集，从制作到播出至少要 12 个月到 18 个月的时间，如果要修改反复的话可能时间会拉得更长。但是要强调的是，我们对《后西游记》的制作标准是没有降低的。”承担制作工作的芒果TV 总裁助理、芒果超媒 AIGC 创新内容中心总经理任旭告诉记者。

谈起 AI 剧集，“短平快”已经成为大众刻板观念，打开手机竖屏观看、剧情三分钟一反转、画面看似宏大细节却不能细

看。因此，当《后西游记》登上黄金八点档的大舞台，褒贬不止关于作品本身，也关于评价的坐标系——对比传统剧集，画面的精彩与细腻程度是否超出预期？对比 AI 短剧，讲故事的节奏又是不是太慢？

不管褒贬，任旭与《后西游记》总导演李东坤等主创团队都已充分预期，“作为一个差异化、战略级的作品初次露面，大家对它有不同的观点是很正常的。不过从目前收视表现、会员拉新、用户拓展几个维度，《后西游记》达到了我们的目标。”

从第一次碰面开始，任旭与李东坤就不约而同地将《后西游记》向“黄金档”“上星”作为冲击目标。在主创团队看来，在看起来已经被微短剧、短剧占据市场的 AIGC 剧集市场，一部能承载内容深度的精品化剧集就是最具差异化的产品。

“剧集级的 AIGC 超长视频，是数千帧画面的全局一致性工程，叠加长时序的叙事逻辑。画面、人物、光影要从头到尾统一稳定，误差零容忍，创作难度随着片段的连续组合迭代式攀升。这不只是要求生产力的进步，更要求生产关系的革新，只有把这块硬骨头啃下来，AIGC 才能从‘流量玩具’变成‘影视工业的新范式’。”李东坤说。

2 新架构:重构生产关系

生产工具从可操作可控制的摄像机、CG 技术，转变为“黑盒”一样的大模型，剧组的结构有了巨大的变化。

以摄像机为核心，传统的剧集创作团队区分制片、导演、摄影、灯光、美术等十几个组别，仅负责统筹调度、后勤保障的制片组就需要十几人。《后西游记》百人团队只有四个组：导演和编剧组成创意组，其余包括制片组、美术组和视觉生成组，剧组成本结构大幅简化为人力和算力。

制片组是压减最大的团队，3 个人就完成了全流程调度统筹。美术组不再是简单绘制人设、场景草图，而是细化出专属人物面部建模、场景精细化制作等专项岗位；视觉生成组中诞生了提示词撰写、画面抽卡、场景调度、模型优化等一系列全新工种。

组织结构的变化折射创作模式的变化。过往的影视创作逻辑，是在预算下通

过摄像机机轨迹呈现故事情节，如今则是对每 15 秒一次对“定帧”画面的想象，每一帧包括精确人物、地点、构图关系，帧和帧之间的运动关系由 AIGC 生成，而 AI 常常会带来惊喜。

在《后西游记》的创作中，AIGC 的“创造”促使剧本出现根本性的修改。李东坤回忆，《后西游记》的一号反派与现在并不同，但在 AIGC 链接的一场群戏中，某一角色在互动中展现了更鲜明的反派张力，它就成了新的一号，“所以创作者不止要把 AIGC 视作工具，更要给它留出空间，把它作为合作创作的伙伴。”

类似的生产关系重构，在任旭管理的芒果超媒 AIGC 创新内容中心同样也有体现，在 AIGC 的帮助下，中心 70 人组成的大小大小项目组正在同时推动多个内容领域的生产，最小的项目组只有两个人，一个导演一个编剧就是一个团队。

85.25 元/股，最低成交价为 71.01 元/股，已支付的总金额为 11.01 亿元(不含交易费用)。

工业富联公告，截至 8 月 31 日，公司累计回购公司股份 1401.02 万股，占公司目前总股本 0.07%，回购最高价格 66.40 元/股，回购最低价格 59.91 元/股，成交资金总额 8.87 亿元(不含交易佣金、过户费等交易费用)。

截至 8 月 31 日，中国中冶回购 A 股份 1.82 亿股，已回购 A 股股份占公司总股本的比例为 0.87805%，成交最高价为 3.25 元/股，成交最低价为 2.42 元/股，成交总金额为 5.09 亿元(不含交易费用)。

3 新体验:技术迭代竞速赛

五个月，一部影视长剧的播出是极致效率，但是对于 AIGC 而言足以完成数轮迭代。在《后西游记》立项后的五个月时间，其依托的芒果灵创经历了至少每两周一次的功能升级。生产工具以“周”为单位的进化，对于影视创作者而言是一种全新的创作体验，对于技术团队而言是一场争分夺秒的竞速。

边创作、边研发，保障《后西游记》顺利制作，成为芒果TV 技术团队头号任务之一。就在采访前一天，李东坤刚和芒果灵创的技术团队开了新一轮业务探讨会。

“我们说芒果灵创是从芒果TV 二十多年内容土壤里长出来的，这是我们的来时路也是我们的护城河。”芒果TV 副总裁、CTO 卢海波表示，“现在有很多的非常厉害的商用大模型，芒果灵创也聚合了 40 余种全模态模型，但这些大模型是以技术指标为目标演进的，我们是从场景出发，以解决内容创作问题为导向开发技术，填补了商用大模型在细分领域的空白。”

4 新可能:解锁产业期待

■ 《后西游记》开播后，不止芒果超媒股价上涨了 45%，整个影视板块获带动上涨 6%。

新的技术手段、新的生产关系、新的成本坐标。《后西游记》开播后，不止芒果超媒股价上涨了 45%，整个影视板块获带动上涨 6%。《后西游记》正在将新鲜的风吹进影视产业。

在业内人士看来，资本市场的反应源于《后西游记》验证了一条此前从未跑通的完整链路：内容上，是国内首部上星的 AIGC 长剧；政策端，是“广电 21 条”后首个“边制作、边审核、边播出”的落地案例；商业化方面，验证了 AI 长剧的想象力。

围绕《后西游记》的后续开发，在芒果灵创平台沉淀了 109 个角色资产、143 个场景资产，将在第二季开发中反复调用，成本优

《后西游记》制作过程中，卢海波印象很深的一次开发是动物角色的嘴型匹配。通用模型大多围绕真人脸部和人类口型训练，对动物角色的嘴部结构和表演特征适配不足，容易出现画面口型和声音不同步的问题，为此芒果灵创单独训练和优化了动物类角色的垂类模型。

在内容生产的过程中，芒果灵创自研了人形骨骼控制、3D 相机视角调节等功能，解决 AI 生成“人物崩坏、肢体穿模”等行业痛点；平台产出内容内置广电级多层安全审核，对接了湖南卫视和芒果TV 播出体系，这些都是第三方通用工具难以触及的细致场景需求。

“我是非常有信心后续播出的《后西游记》会越来越好的。这两天有观众可能会说《后西游记》画面节奏显得有点慢、部分素材的清晰度不是很稳定，但是大家可以期待后续更加精彩激烈的打斗场面、更加精致细腻的场景刻画，因为我们的技术又升级了。”卢海波笑着说。

势会越来越明显。广告客户也正向公司传达对 AIGC 在创意呈现和成本优化上双重价值的看重；IP 衍生效，小芒电商也已同步启动周边企划，随剧集同步首发。此外，真人向 AI 长剧或将在不远处与观众见面。

任旭告诉证券时报记者，芒果超媒将锚定少儿动画、经典 IP 焕新、女性向精品中长剧三个方向，多个项目直接对标 S 级真人剧标准的拟真人长剧。芒果超媒计划在今年四季度至明年一季度陆续向市场推出相关的 AI 剧集产品。在自制之外，芒果超媒也在搭建超创者共创生态，把散落的创意孵化成系列化的剧集作品。

“芒果灵创”平台自去年 9 月开始已从内部服务平台转向商业化运营阶段，目前平台入驻企业已超千家，已有数千个内容项目在平台上运行。卢海波表示：“芒果超媒目标成为最懂文化的科技公司，技术部门正加速向收入部门转化，目标尽快成为公司前三的收入部门。”



两家半导体硅片公司回应产品涨价

证券时报记者 王一鸣

9 月 2 日，西安奕材和有研硅分别召开 2026 年半年度业绩说明会，相关公司高层就行业趋势、硅片涨价情况、未来规划等问题和投资者进行了交流。

对于当前硅片行业的趋势及价格变化，西安奕材董事长杨新元在业绩会上分析，2022 年至 2025 年硅片行业进入下行周期，价格持续走低，较高点下滑 30% 以上，2026 年受 AI 算力、高带宽内存(HBM)、数据中心强劲需求拉动及消费电子需求复苏影响，AI 芯片、先进逻辑芯片、存储芯片订单持续放量，带动 12 英寸硅片需求高速增长，全球 12 英寸硅片呈现供不应求的态势，价格从 2026 年开始逐步复苏。由于当前强劲的市场需求，公司持续与客户针对不同产品协商涨价。

有研硅总经理张果虎表示，综合多家机构及行业报告来看，2026 年下半年至 2027 年，半导体行业整体处于一个由 AI 驱动的上行周期。产品价格走势主要取决于市场供需关系，公司 6 英寸、8 英寸硅片已逐步完成价格调整。后续公司将结合市场供需变化和行业走势，与客户保持紧密沟通，积极研判价格调整策略。

“供给偏紧格局下贵司全球硅片份额能冲多高？在当前市场环境下预计盈利拐点何时到来？”西安奕材的投资者向公司继续抛出问题。

杨新元阐述，西安奕材上半年硅片出货量约 500 万片，同比增长约 29.76%，其中正片加高端测试片营收占比约 80%，正片中外延片占比已超过 20%，同比增长 50% 以上，出货量全球市占率约 7.7%，位居 12 英寸硅片领域国内第一、全球第六，2027 年上半年实现首批产能投产，预计 2030 年第三工厂达产后，公司总产能将提升至约 180 万片/月以上，全球市占率将达到约 13%，未来公司将按照远期规划目标，持续推动扩产工作，最终成为该领域全球头部企业。

“结合市场情况、产能爬坡节奏及产品出货结构等因素判断，公司预计 2027 年营收持续保持增速并实现盈利。”杨新元表示。

有研硅的投资者颇为关注对子公司 DGT 的整合进展，以及预计何时能够充分释放业绩。

对此，张果虎介绍，有研硅通过收购 DGT 实现了产业链延伸，提升了在刻蚀设备耗材领域的综合竞争力。目前，生产管理及文化整合顺畅，生产经营状况一切正常，随着 DGT 产能利用率的提升，公司盈利能力将逐步提升。

液冷概念股表现活跃 产业链公司密集发声

证券时报记者 黄翔

液冷概念板块再度成为市场焦点。9 月 2 日盘后，新朋股份发布股票交易异常波动公告，回应液冷新兴产品情况。同时，康盛股份、捷荣技术等公司也披露液冷业务进展。多家产业链公司密集发声，折射出 AI 算力散热赛道的持续升温与产业分化并存的现实图景。

8 月 31 日至 9 月 2 日，新朋股份连续三个交易日收盘价格涨幅偏离值累计超过 20%。新朋股份表示，经核查，公司前期披露信息无需更正补充，未发现影响股价的未公开重大信息。在风险提示中，新朋股份表示，截至目前公司部分液冷类机柜产品已逐步形成样品订单并进行批量交付，但液冷新兴产品仍处于市场开拓阶段；公司在泰国的生产基地会继续围绕液冷配套、储能等产品配套，一期厂房逐步交付生产，产品以机柜为主，二期仍在建设中，泰国子公司目前经营正常，盈利能力尚未确定。

这并非新朋股份首次就液冷业务发声。今年 4 月，该公司曾公告液冷相关业务仍处于市场拓展阶段。2026 年上半年，新朋股份实现营业收入 16.32 亿元，归母净利润 3.45 亿元，同比增长逾三倍，但液冷业务对整体业绩的贡献仍十分有限。

同日，康盛股份发布异动公告称，公司关注到公共媒体报道了液冷产业的市场前景和相关应用，市场规模取得较快增长。但公司液冷业务仍处于市场拓展阶段，业务基数与业务占比极低，且目前液冷业务毛利率水平偏低，总体处于亏损状态。2026 年上半年公司液冷业务实现营业收入 369.69 万元，暂不能对公司整体经营业绩构成重大贡献。

捷荣技术在异动公告中也称，公司涉及折叠屏及 AI 液冷相关精密结构件业务收入均不超过上半年营收的 1%，对经营业绩不构成重大影响。“2 连板”集泰股份也在日前表示，公司液冷硅油目前处于商业化应用前的关键验证阶段，尚未形成规模化订单及销售收入，未对公司当前经营业绩产生重大影响。相关产品的验证周期及结果、后续订单获取和规模化销售等事项存在不确定性。

今年以来，液冷赛道保持高关注度，几家龙头企业业绩取得较好增长。英维克 2026 年上半年实现营业收入 30.17 亿元，同比增长 17.24%，其中机房温控节能产品收入占比过半。浪潮信息上半年净利润 29.5 亿元，同比增长 269.59%，其“All in 液冷”战略直接受益于 AI 服务器渗透率提升。

从产业趋势看，液冷正从“可选项”加速演变为“必选项”。TrendForce 集邦咨询数据显示，液冷在 AI 芯片中的渗透率持续提升，英伟达下一代 Vera Rubin 平台已全面导入无风扇全液冷架构。中金公司预测，2026 年将成为液冷放量元年，全球智算中心液冷市场规模将超千亿元。中信建投研报认为，随着 GB 系列机柜出货量增加和芯片功耗提升，液冷千亿级市场已启动。东吴证券则指出，英伟达 GB300 阶段允许 ODM 自选供应商后，外围生态空间显著扩大，国内液冷供应商正加速切入北美算力服务器供应链。

美的集团等多家公司披露回购进展

证券时报记者 孙尧超

9 月 2 日晚，又有多家上市公司披露回购股份进展。

美的集团公告，截至 8 月 31 日，公司通过回购专用证券账户，以集中竞价交易方式累计回购公司 A 股股份数量为 9979.8 万股，占公司目前总股本的 1.31%，最高成交价为 87.71 元/股，最低成交价为 73.66 元/股，支付的总金额为 80.2 亿元(不含交易费用)。

五粮液公告显示，截至 8 月 31 日，公司已累计回购股份 1470.74 万股，占公司目前总股本的 0.3789%，最高成交价为

最低成交价为 13.22 元/股)。

神州泰岳公告显示，截至 8 月 31 日，公司通过深圳证券交易所股票交易系统以集中竞价交易方式累计回购公司股份 3725.11 万股，占公司目前总股本的 1.89%，最高成交价为 8.54 元/股，最低成交价为 7.62 元/股，支付的总金额为 3.01 亿元(不含交易费用)。

阳光电源 9 月 2 日公告，截至 8 月 31 日，公司已累计回购股份 304.76 万股，占总股本的比例为 0.147%，回购最高成交价为 114.99 元/股，最低成交价为 97.81 元/股，支付的资金总额为 3.25 亿元(含交易费用)。

