



罗杰

土特产老板做出爆款AI短剧

《重回高考，我只为自己赴约》是一部小说改编的AI短剧，故事紧扣高考青春主题，上线之后迅速走红，在国内头部短剧平台播放量突破2亿次，成为AI短剧赛道的一匹黑马。

“我一直都做电商，带货本地猕猴桃、梨、干豇豆、酸菜等农特产品。”这部爆款短剧的出品方，是苍溪县一家成立仅4个月的新公司，公司创始人罗杰说起自己的生意，语气里满是自豪。

罗杰是土生土长的苍溪人，长期深耕农业电商，随着AI技术快速普及，他萌生了入局AI行业的想法。对接学习资源后，他派出4名团队成员前往杭州某机构进行了为期40天的实训学习。今年6月，4人学成归来，罗杰让他们“以老带新”，搭建起了AI短剧创作团队。

罗杰介绍，这部短剧的制作人员开始只有十多个人，全部来自苍溪本地，后续规模扩大到20人。没想到，一群原本和影视行业毫无交集的年轻人，借助AI工具，仅用近20天的时间就完成了第一部爆款短剧的全流程创作。

从剧本拆解到AI生成画面，剪辑、配乐、字幕……团队的每个人都可以独立完成多项工作，效率也大大提升。

回顾这部作品的创作过程，除了高兴，罗杰也很冷静，“最难的就是给AI的提示词，团队需要反复校对调试，才能拿到想要的画面效果。”而对于这群年轻人而言，高考仿佛就在昨天。罗杰说，“他们也会在制作的过程中讨论起自己的高考生涯。”复盘时，团队自评这部作品只能拿到50分，对比当下团队新剧80分的水准，还留有不少技术遗憾。

土特产电商老板在小县城打造爆款短剧

AI星纪元

在广元市苍溪县，做土特产电商的创业者罗杰，于今年5月组建起一支没有影视专业背景的本土青年团队。就在不久前，他们依靠AI技术打造的短剧《重回高考，我只为自己赴约》，在国内头部短剧平台收获超2亿次播放量。

小县城的普通人，踩上AI短剧的风口，正闯出数字文创的新路子。近日，罗杰向华西都市报、封面新闻记者介绍了他们的创作故事。



《重回高考，我只为自己赴约》海报。

电话销售和暑假工拿下高业绩

这支创造爆款的团队，除罗杰外，成员都是“00后”，他们的工作背景五花八门，有刚毕业来做暑假工的学生、有文员、会计、电话销售……

罗杰说，在公司成立初期，招聘员工时明确标注“新手可免费培训上岗”，因此吸引了不少本地年轻人前来尝试。一名建筑专业毕业的年轻人看到招聘消息，抱着试一试心态入职，“他实习也是在建筑工地上，可能想都没想过会干这个，但现在业务能力达到团队中等水平。”

“最令我意外的是一名暑假工。他参加完今年的高考，6月入职，仅仅八九天就快速上手了，业务水平能排到团队前五。”说起这个小伙子，罗杰连声赞叹，“底薪2500元的暑假岗位，加上提成，每月可以拿到4000多元，他自己都说没想到兼职能挣那么多。”暑假结束后，这个小伙子前往成都读大学。至于下一个假期他还会不会回苍溪，罗杰笑道：“我会发出邀请，他的意愿还是很强的。”

一位25岁的女员工更是团队的励志代表，罗杰介绍，“她毕业后做过一年电话销售，之后在家带娃两年，脱离职场那么久，现在已经是我们公司技术部经理。”

罗杰透露，公司实行按分钟核算提成的分配模式，任务可以内部流转，做得快的员工可以承接同伴剩余工作量，“哪怕是工资最低的员工，每月到手都能稳定在5000元以上。”这对他们来说，算是一份不错的收入。

未来计划打造本土AI剧

第一部作品就能成为爆款，罗杰总结有几点原因：入局赛道时间较早，高考放榜的时间节点和剧本题材高度契合，加上不少朋友的友情转发推广，多重因素叠加助推剧集火爆出圈。

但爆款背后，公司尚未实现盈利。“我们制作这部剧的时候，团队只有4名熟手，本来是想借着这部剧练手，所以人工、算力综合成本达到七八万元。”罗杰告诉记者，截至目前，公司总投入已经50万元，尚未盈利。

“项目落地离不开政府扶持。团队办公场地都是本地支持的，包括招聘和作品推广也有他们的帮助，我们就承担水电费。”说起成本，罗杰开始算账，“县城房租、人力都是优势，所以和一线城市比起来，我们的成本可能只有他们的一半，只要做好内容，我们就敢在全国短剧市场争一席之地。”

放眼未来，罗杰有着清晰规划。除了力争成为短剧优质内容供应方，他还想利用AI深度联动苍溪本地资源。“尤其是文旅，我们已经在积极洽谈了，想把本地的土特产都用AI的形式活灵活现地给大家展现出来。”

目前，罗杰的短剧团队主要依赖现有的小说IP，但在他的计划里，“我们要挖掘本土、本地写手，实现剧本、制作都扎根县城，同时吸纳更多本地年轻人入行，形成完整产业闭环。”

爆款产出后，罗杰的团队正紧锣密鼓创作第二部作品。当技术红利下沉至县域乡土，一群非科班出身的本土创业者，借故土托举，正以AI为媒介奔赴新赛道。

华西都市报-封面新闻记者 刘叶

图片由罗杰提供



除罗杰外，团队成员都是“00后”。