

看世界

袁 勇

美国电影“离家出走”

今年夏天，美国大片《奥德赛》在全球热映。影片中一幕幕恢宏场景令人惊叹，而且几乎全部采用实景拍摄。可摊开影片的取景地图，会发现一个耐人寻味的现象：剧组足迹遍布希腊、摩洛哥、意大利、冰岛、英国等国家，在美国本土拍摄的戏份却少得可怜。

《奥德赛》并非孤例，而是当下美国影视行业的缩影。如今，越来越多美国影视作品将制作环节转移到美国之外。不仅引发了全美影视从业者的集体焦虑，也触动了美国官方的神经。

8月31日，美国总统特朗普在社交媒体上发声，呼吁国会尽快推出联邦影视制作激励政策，希望通过税收优惠，把更多电影、电视和娱乐产业就业岗位留在美国。

这项主张甚至得到了部分民主党议员的支持。在政治对立严重的华盛顿，这样的跨党派共识并不常见，这也从侧面说明美国影视产业面临的问题有多么突出。

过去一个世纪，好莱坞一直是美国最具全球影响力的文化名片之一。依托成熟的工业化体系，美国电影在全球市场曾经占据绝对主导地位。统计显示，2019年全球最卖座的10部电影中有9部来自好莱坞，仅迪士尼一家全球票房就超过130亿美元。

同时，美国影视产业也塑造了一套体量庞大、可吸纳海量就业的经济体系。根据美国电影协会公布的数据，美国电影和电视产业目前支撑着

约201万个就业岗位，工资总额达到2020亿美元，产业链涉及超过16.2万家企业。

好莱坞所在的洛杉矶，正是这套庞大产业体系最集中的承载地。大型制片厂和摄影棚围圈，聚集着摄影师、灯光师、美术师、服装师、化妆师、特技人员和群众演员等，也聚集着大大小小的设备租赁、运输、餐饮、保险和制作服务公司。行业繁荣的时候，大量项目同时开工，摄影棚供不应求，制作人员不断涌入。

然而现如今，情况已发生明显变化。数据显示，洛杉矶地区外景拍摄天数从2022年的36792天下降至2025年的19694天，3年减少约46%，接近腰斩。2022年至2024年，洛杉矶县电影和视频制作行业减少了约4.1万个就业岗位。

消失的工作岗位去哪儿了？正如美国政府所担忧的——相当一部分流向了海外。据外媒统计，2025年美国有45%的电影和剧本电视剧集是在海外拍摄的，2022年这个数字大约只有三分之一。

目前，英国、加拿大、澳大利亚和新西兰等国家，都在通过税收抵免、现金补贴和基础设施投资争夺影视项目。对制片公司而言，这些政策可以直接降低制作成本，效果显而易见。

英国已经成为美国大型影视制作最重要的海外基地之一。2025年，英国电影和高端电视剧制作支出达到约68亿英镑，同比增长22%。其

中，海外投资型电影和电视剧贡献约58亿英镑，占全部制作支出的85%。显然，支撑英国影视制作繁荣的，很大一部分正是来自好莱坞制片厂和美国流媒体平台的资金。

资金仍然来自美国，甚至剧本和明星演员也都来自美国，摄影棚、制作订单和大量普通就业岗位却留在了英国——这正是最令美国政府焦心的问题。

早在2025年5月，特朗普就提出对在海外制作、进入美国市场的电影征收100%关税，以此迫使美国电影工业回归本土，但此举最终未能落地。

如今，特朗普转而再次提出税收抵免的政策思路，希望通过降低在美国制作电影的实际成本，把更多项目和就业岗位留在国内。毕竟，当加拿大、英国和澳大利亚等国家都在动用公共财政争夺影视项目时，美国如果也通过联邦税收优惠参与竞争，理论上确实可能留住一部分原本会被其他国家吸引走的项目。

不过，这种做法即便有一定效果，也很难让美国影视产业回到巅峰。因为在消失的工作中，还有相当一部分并没有转移到其他国家，而是随着影视项目数量下降直接消失了。

这就涉及美国影视产业面临的另一个问题：持续多年的流媒体高速扩张期已经难以为继。

在流媒体崛起早期，奈飞、迪士尼、亚马逊、华纳等平台为了争夺用户和市场份额，曾大规模投资电影和电视剧。当时，资本市场最看重的是

订阅用户增长，只要能够扩大平台规模，巨额内容支出和短期亏损都可以被接受。在这种模式下，平台需要源源不断地推出新内容，剧集数量迅速增加，大量项目同时开工，越来越多影视从业者也随之进入行业。

近年来，随着新增订阅用户越来越难以获得，资本市场开始更加看重利润、现金流和投资回报，平台的内容预算随之收紧。剧集订购数量下降，一些项目被取消，大型传媒集团也开始裁员、重组和削减成本。这部分消失的工作岗位，是行业资本泡沫破灭的结果，很难以靠税收优惠重新找回来。

如果把视野拉远一些，就会发现，美国影视产业今天面临的问题，与几十年来美国制造业经历过的问题有很高相似度：随着生产要素在全球范围内趋于均质化，企业总会寻找成本更低、政策更优惠、生产效率更高的地方；不同国家和地区，也会为了争夺投资、税收和就业，不断推出各种政策。

过去，人们关注和讨论的是美国汽车、美国手机、美国可乐在哪里生产。现在，轮到了美国电影。

在电影《奥德赛》中，主角奥德修斯历经10年漂泊，最终回到故乡。但现实中的美国电影工业能否“回家”，显然不是一项税收优惠就能决定的。当制作环节持续外迁、内容投资不断收缩，美国电影失去的恐怕不只是摄影棚里的订单和岗位，还有支撑其全球影响力的文化产业根基。

在柏林会展中心25号馆的宇树科技展台前，几台人形机器人在场地中整齐排开，随着音乐节奏摆动机械臂，认真整齐的动作带几分喜感；不远处，越疆科技的熊猫机器人也摇摇摆摆地跳起舞来，圆润的外形和憨态可掬的动作吸引参观者停下脚步。

转身走到启元机器人的展台旁，身高88厘米的启元Q1人形机器人站在场地中央，灵活的关节让它完成一整套流畅的武术动作，出拳、转身、收势，一气呵成。旁边的启元T1机器人演示了它的“独门绝技”：几秒钟之间，从双足人形态切换成四足形态，像是科幻电影中的画面走进现实。

“中国正在把机器人从‘实验室里的产品’快速推向真实产业和消费市场。”启元机器人海外首席营销官邹纪元

在2026年柏林国际消费电子展期间接受记者采访时说，中国完整的制造业体系和相关供应链，使得机器人产业在电机、传感器、电池、芯片等关键零部件上具备较强的配套能力，也让企业能够更快降低成本、迭代产品，并推动机器人进入真实的产业应用和消费场景。

“中国机器人在产业化能力上处于全球第一梯队，在部分环节已形成比较明显的领先优势。”邹纪元说。

在4日开幕的柏林国际消费电子展上，机器人的热闹场景仅仅是“中国创新时刻”的一角。据统计，为期5天的本届展会吸引了逾1900家参展商，其中中国参展商占比近半。从智能家居到新能源出行，从人工智能芯片到智能穿戴设备，中国企业的展台前人潮涌动，洽谈声此起彼伏。

TCL把充满“未来感”的客厅、厨房、卧室搬进展厅。巨幕电视填满一整面墙，增强现实（AR）眼镜将画面呈现在眼前，空调能够感知人的状态，洗衣机根据衣物状况自动调整程序。观众沿空间动线穿行，仿佛步入一套未来住宅。

“我们希望展示的不仅是多品类产品，更是智能时代的‘中国制造’。”企业首席技术官孙力说，从单品陈列到场景区化体验，从“中国制造”到“中国品牌”再到“中国创新”，背后是中国家电产业竞争力的系统跃升。

海信沿着两条主线布展：一是屏幕，电视及其他新型显示产品铺满展区；二是家庭人工智能操作系统，电视成为全屋智能中枢，联动冰箱、空调、洗衣机和陪伴机器人，让家电从执行单一指令走向主动感知和协同服务。

现场工作人员演示，只需说一句“今晚看球”，系统便可自动切换频道和外卖提醒，产品之间逐一下达指令。

海信全球营销中心海外套系运营部部长颜荣华说，中国企业展示的不仅是更多、更快迭代的产品，也包括对生活方式的重新定义，这是本届展会上一个越来越清晰的变化。

在智能珠宝品牌TOTWOO展台，创新被浓缩到一件首饰的尺度。情侣智能手链和项链通过蓝牙与手机实现配对。TOTWOO首席执行官王洁明告诉记者，中国企业正在进入越来越多的细分赛道。依托成熟的硬件供应链，叠加人工智能等技术能力，中国创新已经从手机、家电等传统消费电子产品类，延伸到智能首饰等更小众、更强调个性和情感体验的领域。

长期服务中国企业出海的博鼎国际欧洲负责人叶灿深有同感。“中国企业出海正在从产品出海进入品牌出海和长期经营阶段。”她认为，中国企业的竞争力来自供应链、技术创新和运营效率等形成的综合优势。“完整的消费电子产业链提升了研发、制造和产品迭代效率；而人工智能硬件、智能家居等新赛道的兴起，让越来越多中国企业开始参与前沿产品定义和技术创新。”

在展馆里走了一整天，记者深切感受到，那些曾经只存在于想象中的技术，正在被中国企业变成一件件可以触摸、使用和体验的产品，走进全球消费者的日常生活。（据新华社电）

国际

来稿邮箱 gjb@jirbs.cn

悦读

与风险共舞

贺浪莎

在人工智能（AI）产业“烧钱”行为愈演愈烈的今天，越来越多的讨论乃至质疑声甚嚣尘上：“烧”到什么时候才是个头？被“烧”掉的钱真能赚回来吗？

美国知名投资人、对冲基金经理史蒂夫·艾斯曼就是其中一位。据报道，近日，他连续对AI热潮发出警告：如果任何一家超大规模科技巨头削减AI资本支出，美国股市将“直线下跌”；科技巨头们将未来集中押注于OpenAI（美国开放人工智能研究中心）和Anthropic（通常被译为“安托普”）等少数科技公司，是AI繁荣的“阿喀琉斯之踵”。

另一位美国知名对冲基金经理迈克尔·巴里也持类似态度。他在专栏节目中向自己的粉丝一再重申对AI行情的担忧，公开唱空部分热门股票，并佐以自己仓位轮动情况为证。

许多人可能对巴里和艾斯曼这两个名字感到陌生，但若说以他们为物原型创作的影片《大空头》，那一定有所耳闻。

事实上，早在影片上映之前，由美国财经作家迈克尔·刘易斯撰写的同名纪实文学作品就已经霸榜美国金融畅销书榜多年。在书中，刘易斯以其擅长的以小见大的观察视角和轻松讽刺的叙事风格，重现了2008年国际金融危机发生前后华尔街次级抵押贷款市场的“众生相”——从金融机构、评级公司到放贷人、投资者，各方为了自身利益纷纷忽视风险，坐视泡沫一路膨胀，直至引发金融海啸，冲击全球经济。

而巴里、艾斯曼以及书中的其他主角，包括德意志银行职业经理人格雷

格·李普曼，康沃尔资本管理公司联合创始人加米·麦（也有译作杰米·麦）、查理·莱德利等，就是那群在危机爆发前看穿了整套把戏的“聪明人”。他们发现了美国房地产次级抵押贷款市场中的巨大泡沫，看到了其中存在的系统性欺诈，其中一些人还尝试过向市场传递风险信号，只不过市场充耳不闻。于是，“聪明人”转而开始利用信用违约掉期（CDS）等金融工具大举做空，最终赚得盆满钵满。

现在回头看当年的一幕幕，诡异感扑面而来。

书中罗列了许多在当时就已经被公开的数据：在此前的3年里，美国住房价格上涨速度比过去30年都要快；住房价格虽然还没有开始下跌，但已经停止上涨；首年就出现偿付问题的住房抵押贷款比例正在以惊人的速度增长……

按照正常的分析逻辑，建立于如此脆弱的信用之上，且未设计好对等补偿保障的金融产品，风险一定非常高。然而现实是，整个华尔街都对此视而不见，“只有十几个投资者注意到了”。书中的这句评价，甚至比事件本身还令人瞠目结舌。

“华尔街没看懂”，这可能是史上最短的金融笑话。更可信的猜测是，整条利益链上的每个环节都相信，风险不会在自己手上爆雷，因此只盘算着如何利用信息差和时间差牟取暴利。在货币市场保持宽松、实际需求不足的大环境下，银行只关心怎么把更多钱放出去，反正再危险的贷款也能打包成债券，卖给下个环节；做市商想尽办法把垃圾债

打扮漂亮，继续击鼓传花的游戏，安心当中间商赚差价；而空头们，看见风险就像发现金矿，自然也不会大肆宣扬，一心闷声发大财……本质上说，这更像是一场“心照不宣的合谋”，没有谁是真正无辜的。

金融本是平衡风险与收益的艺术。不过，当金融创新漠视风险，甚至异化为以掩盖风险为目的的“金融放纵”时，引爆系统性风险就是迟早的事。就像CDS，它原本是一种信用风险缓释工具，被发明出来的目的是分散债券违约风险，结果却成了风险的“遮羞布”。对此，刘易斯的评价非常尖锐，这不过就是“通过把风险复杂化来掩盖风险的典型操作”。

如今，巴里和艾斯曼们又在发出警告。鉴于他们过往的战绩，这一次，市场多少有点“不敢不听”。

这或许也是此时再读《大空头》的意义所在——不在于站队AI投资的空头或多头，也不在于学习如何逆势赚钱，而是提醒自己永远记得那句“老生常谈”：投资就是与风险共舞，越是身处繁华之中，越要警惕隐藏处积聚的风险。



本版编辑 韩 叙 王一伊 美 编 夏 祎