

春分燕归,风起盐城。3月20日,精品微短剧《爱在风起燕舞时》在盐举行开机仪式。作为国内首部聚焦经典民族品牌“燕舞”发展史的现实主义精品力作,该剧集结资深老戏骨赵文瑄、经典燕舞广告扮演者苗皓钧、新生代演员刘萧旭、孙艺燃等,以微短剧形式诠释“敢为人先、艰苦创业”的燕舞精神,镌刻一代人的奋斗群像。

该剧由江苏省广播电视局、中共盐城市委宣传部、盐城市文化广电和旅游局指导;燕舞集团、红果短剧、央视频、叁玖影视、欢也制片厂、苏映影业联合出品,为高品质创作保驾护航。剧集入选2026年江苏省网络视听重点项目,纳入国家广电总局重点微短剧规划备案,肩负弘扬时代精神、讲好中国品牌故事的重要使命。截至目前,该剧在红果短剧平台预约量已突破20万人次,市场热度与观众期待值持续攀升。



开机仪式

老中青三代 同台演绎时代群像

《爱在风起燕舞时》汇聚“头部短剧演员+国家级老戏骨”的顶配阵容,艺术质感与市场号召力双在线。

曾主演李安导演《喜宴》《饮食男女》的著名演员赵文瑄重磅加盟,首次出演短剧,在剧中饰演燕舞厂厂长王德伟。此次首次跨界出演微短剧,赵文瑄充满期待。他直言:“最打动我的是这个题材的分量。燕舞是一个有国民记忆基础的牌子,讲述的是改革开放初期一代人奋斗的故事,这种‘大题材’用微短剧的形式来呈现,本身就很有新意。”谈及角色塑造,赵文瑄表示,王德伟的可贵之处在于“知人善任、敢于放权”,“他的气场不是靠威严,而是靠公正和担当建立的”,他将用“温和而坚定”诠释这位改革浪潮中承上启下的基层领导者。

曾因经典燕舞广告家喻户晓的“燕舞小子”——知名演员苗皓钧,时隔30余年重返“燕舞”故事,在剧中饰演老厂长许振国。记者问及这段渊源时,苗皓钧感慨万千:“当年拍那条广告时,我才18岁,还是个高中生,完全没想到会跟这个品牌绑一辈子。现在走进剧组搭建的燕舞厂,看着那些还原的车间和收录机,感觉像做了一场很长的梦,又回到了原点。”他动情地说:“今天,通过这部短剧,我们又在重新讲述燕舞的故事。当年的‘燕舞小子’变成了剧中的老厂长许振国,这不仅是我的个人成长,也像是一个时代的传承。”

男主角刘萧旭,作为微短剧领域极具影响力的青年演员,凭借《盛夏芬德拉》《暗潮涌动》等现象级作品斩获多项行业重磅荣誉,演技与热度备受认可。首次接触年代剧,刘萧旭坦言感受颇深:“这是我第一次演20世纪80年代的故事,看到那些老式收录机、旧车间,还有墙上的标语,真的有种穿越回去的感觉。那个年代的人做事很纯粹,认准一件事就一头扎进去,没有那么多杂念。演陆怀远这个角色,我也在试着让自己慢下来、沉下来,去体会那种专注和执着,这种体验很珍贵。”

女主角孙艺燃凭借《家里家外》系列作品摘得多项最佳女演员奖项,实力与口碑双丰收。刘萧旭与孙艺燃首度搭档,更是引发全网期待。谈及自己饰演的许灼华,孙艺燃表示:“这个角色最特别的地方,在于她代表了那个年代外来先进理念与本土工业的碰撞。许灼华从香港学成归来,带回来的不仅是时尚审美,更重要的是现代工业设计理念和市场思维。”在孙艺燃看来,燕舞之所以能从一个地方工厂发展成为全国品牌,正是因为这种碰撞:“每个时代都需要这种碰撞。那个年代需要许灼华这样的人带回新思维,今天盐城的发展也需要更多有国际视野的年轻人回来建设家乡。”



活动现场

国内首部燕舞微短剧在盐开机

□记者 苏新辉 王咏 文图

从国民潮牌到文化自信

“燕舞,燕舞,一曲歌来一片情”——这句传唱于20世纪80年代的经典广告词,是一个时代最鲜明的文化印记。作为改革开放初期的国民品牌,燕舞收录机曾创下连续八年全国销量第一的辉煌业绩,其首创的歌舞电视广告更开创了中国品牌营销的先河,成为激情岁月里极具代表性的时代符号。

《爱在风起燕舞时》以燕舞品牌真实发展史为创作根基,围绕“风起燕舞”的时代主题,讲述了一段关于坚守、追寻、奋斗与爱情的热血故事。剧集以小人物见证大时代,以小切口展现大变革,生动书写了一代创业者的青春理想与时代传奇。

面对微短剧市场常见的“快消”标签,总制片人王子元给出了明确的创作态度。他介绍,剧组在制作层面有三大追

求:一是尊重燕舞真实发展历史,在场景、道具、时代细节上高度还原80年代工厂风貌;二是兼顾戏剧冲突与情感温度,既讲好创业攻坚的热血故事,也刻画细腻的年代爱情;三是集结优质主创团队,在叙事节奏上贴合短剧习惯,但在镜头、服化道等制作水准上追求精品化,打造有温度、有力量的时代题材短剧。

导演张锦城分享了创作中“虚实结合”的平衡术。团队前期做了大量调研,包括访谈老员工、查阅历史档案。“在创作时,以真实事件为框架,比如技术攻坚的关键节点、品牌推广的重要时刻,这些是绝对不能偏离的。”但在人物情感和具体情节上,则进行了艺术加工,“让故事更具戏剧性和感染力,同时也能让观众更好地代入那个时代。”

一座城与一部剧的双向奔赴

作为一部扎根江苏、讲述盐城故事的精品力作,《爱在风起燕舞时》深度融入地域文化与城市底蕴。制片人王子元表示,盐城给他留下了非常深刻的印象:“它既有现代化的城市风貌,又保留了很多具有历史感的地方,这种古今交融的感觉很奇妙。盐城是‘燕舞’品牌的发源地,在这里拍摄能让人更真切地感受到那个时代的气息。”盐城深厚的文化底蕴和独特的城市精神,与剧中主题高度契合。“敢为人先、艰苦创业”的城市精神,与“燕舞”品牌从技术攻坚到品牌腾飞的创业历程一脉相承。

盐城不仅是燕舞品牌的诞生地,更是世界自然遗产地。赵文瑄在接受采访时说,“我听说盐城有三宝——麋鹿、丹顶鹤,还有一种嘴巴像勺子的鸟类叫勺嘴鹬。我非常喜欢观鸟,希望能有机会去看一看。”盐城的好空气、好风景,国际湿地城市的名片,让剧组成员对这座城市留下了深刻印象。苗皓钧也表达了对盐城的喜爱:“我去过盐城的很多地方,品尝了当地的特色美食,比如八大碗、盐城鸡蛋饼等,味道都非常

棒。盐城的好空气、好风景,让我很喜欢这座城市。再次回到盐城拍戏,我特别开心!”

近年来,盐城凭借丰富的场景资源、深厚的人文底蕴与完善的产业政策,全力打造“Nice盐城·短剧之城”,吸引了众多优质剧组落地。《爱在风起燕舞时》的开机,是盐城推动本土文化IP与短剧产业深度融合的重要实践,标志着盐城短剧创作从“流量驱动”向“品质驱动”“文化驱动”升级。这既是实现“以剧带城、以城兴剧”的良性联动,也是“跟着微短剧去旅行”的创新实践。剧集不仅是一部品牌创业史诗,更将成为展现江苏精神、传播盐城文化的亮眼影视名片。

“燕舞,燕舞,一曲歌来一片情。”当这熟悉的旋律穿越近四十载光阴再次响起,它不仅是一代人的青春回响,更是新时代奋斗者的精神号角。从当年的“燕舞”响彻全国,到今日的“短剧之城”蓬勃兴起,这部承载着集体记忆与时代期许的作品,必将让更多人读懂盐城、读懂中国品牌的奋斗故事。