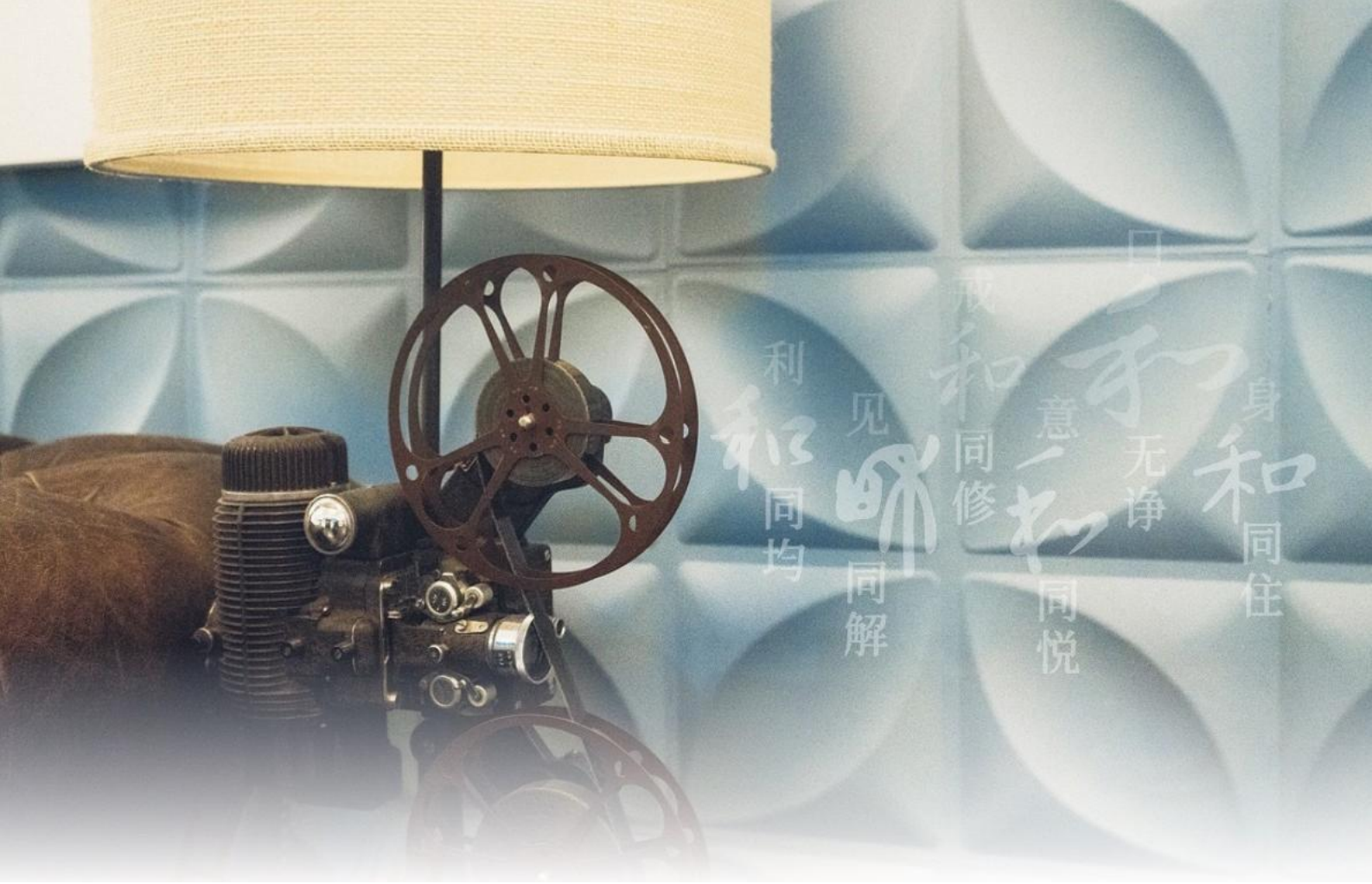

和
和
和

六和律师事务所简介

六和律师事务所成立于1998年11月,是以公司和投融资业务为特色的大型综合性律师事务所，系全国优秀律师事务所，浙江省服务业重点企业，浙江省服务业领军企业。总所位于杭州，并在宁波、温州、绍兴、湖州、嘉兴、义乌、衢州、舟山等地设有分所，在硅谷、纽约、温哥华设有办事处。

六和律师事务所具备从事证券法律业务资格、中国银行间市场交易商协会会员资格、专利代理机构执业许可证、浙江省重大决策社会风险评估机构备案证书。获 ALB 年度“中国发展最迅速的十家律师事务所”“中国最大的二十家律师事务所”“中国中东部律师事务所大奖”、ALB 年度江浙两省唯一一家“长江三角洲地区律师事务所大奖”、入围中国区域市场法律大奖（华东地区）年度律师事务所大奖；连续十年获著名法律评级机构钱伯斯《亚太法律指南》《大中华区指南》一等推荐；荣登钱伯斯首发《大中华区法律指南》公司、商事领域榜单；连续荣获国际知名法律杂志《商法》卓越律所大奖；荣登 IFLR1000 中国浙江地区金融和企业榜单第一梯队，入围 IFLR1000 中国浙江地区年度最佳律所。被司法部评为“全国律师行业创先争优活动先进集体”；被共青团中央、司法部评为“青少年维权岗”；被浙江省司法厅评为“全省律师行业党建工作模范所”；被浙江省律师协会评为“浙江省服务经济建设突出贡献律师事务所”“浙江著名律师事务所”称号；被浙江省金融办评为“优秀证券中介机构”；被杭州市委、市政府评为杭州市“社会责任建设先进企业”；被杭州市人民政府评为“杭州市中介服务业示范企业（机构）”；入选“杭州市最大规模服务业企业百强榜”；2013 年开始获得 ISO9001 质量管理体系认证证书等等。在全省一千八百多家律师事务所中，无论是业务总量、人员规模、律师素质，还是综合考评、社会知名度等，六和律师事务所均名列前茅。

六和律师事务所现有执业律师、律师助理等 1000 余名，其中总所执业律师近 400 名，多数具有研究生学历，部分具有海外留学经历，部分律师拥有注册会计师、特许金融分析师、建造师、税务师、工程师、经济师、资产评估师、专利代理人等专业资格，可使用中、英、日、韩、法、德等多种工作语言办公。

六和律师事务所内设：公司、证券与资本市场、基础设施与建筑房地产、金融、知识产权、国际、党委政府法律顾问、破产管理与债务重组、争议解决、刑事、数字与网络信息、婚姻家事、劳动人事、医疗医药与生命科学、财税与海关、执行与不良资产、家族财富管理与传承、证券期货合规与纠纷等十八大业务部门和五十三个专业组，及合规研究中心、海事海商研究中心、银发经济法

律服务中心、科技成果转化服务中心、合法性审查评估研究中心等五个中心。并配备财务部、人力资源部、品牌研究部、客户部、IT 服务部、行政接待部、市场部等业务支持部门。

六和律师事务所以“依法执业、规范治所、质量立所、品牌兴所”为治所方略，以“高层次、规模化、国际化”为发展目标，以“专业分工、团队合作、优质高效”为服务特色，以提供常年法律顾问服务为基础，非诉讼和诉讼（仲裁）并重，以学者型的严谨态度、专家型的服务水平、团队型的服务方式，为客户提供个性化、专业化的法律解决方案，让律师成为客户“经营的参谋，法律的顾问”。

迄今为止，六和律师事务所已与政府机关、金融机构、企事业单位、社会团体等系统的 4000 多家客户建立了稳定的法律服务关系，并力争为更多的客户提供优质、高效、规范的法律服务。

导读

❖ 政策法规

1、《广播电视和网络视听“十五五”规划》印发

2、国家电影局、体育总局联合印发《关于开展“跟着电影去运动”行动推动电影与体育双向赋能的通知》

3、文化和旅游部办公厅关于申报“人工智能+文化和旅游”应用试点的通知

❖ 行业资讯

1、14 部微短剧，入选！

2、中国微短剧正成为第四大全球性视听产品新业态

3、“千年吴越 杭州寻根之旅”启航

4、保护文化遗产 推动文明对话 第四届“良渚论坛”在浙江杭州举办

5、2026 长三角国际青年电影周在宁波开启“电影+科技”精彩之约

6 好剧启幕！CMG 全国中短剧大会在上海浦东举行

7、微短剧出海：融入当地语境，才能走得更远

8、算力“烧钱”、回款滞后，AI 短剧靠什么拿到银行贷款？

9、第二十届杭州文博会 11 月 5 日开幕！前沿 AI 潮流智能硬件集中展出，汇聚近 6000 个国内外文创品牌

❖ 案例解析

1、上海首例：“克隆”《原神》63 款角色声音提供 AI 变声服务，人民法院判了

2、“瑕疵授权”，引发微短剧侵权之争

【一】政策法规

1、《广播电视和网络视听“十五五”规划》印发

https://www.nrta.gov.cn/art/2026/10/22/art_114_74276.html

为深入贯彻落实党的二十大和二十届历次全会精神，根据《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》等部署，国家广播电视总局印发《广播电视和网络视听“十五五”规划》（以下简称《规划》）。

《规划》坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚守传播党的声音、服务人民群众的初心使命，坚持广播电视和网络视听两大业务深度融合、协同发展，把握意识形态、公共服务、技术产业三大属性，统筹广播电视网、交互式网络电视（IPTV）、互联网电视（OTT）和公众互联网四个业务层次，锚定“巩固提升广播电视、创新发展网络视听、融合聚合形成合力”三大工作方向，发挥“新闻+文艺”“内容+网络”的综合优势，推动广电视听行业改革突破、迭代升级。

《规划》提出，到 2030 年，广电视听改革创新取得重大突破，广电媒体全面挺进互联网主战场，广电视听有力服务经济社会发展，形成广播电视和网络视听统筹发展新格局。到 2035 年，广电视听数智化转型、高质量发展取得决定性进展，为建成文化强国提供有力支撑。

《规划》围绕巩固壮大主流舆论，纵深推进广电媒体系统性变革，构建广电视听内容发展新格局，推动网络视听繁荣发展与规范管理，推动人工智能等新技术深度应用和产业升级，建设特色鲜明、技术先进、安全可靠的新型广电网络，广电视听服务和体验实现“双提升”，构建高水平安全保障体系，构建更有效力的国际传播体系，健全广电视听治理体系，建强高水平人才队伍等十一个方面，明确了 33 项重点任务和 43 项重大工程。

《规划》要求，坚持纵向贯通、横向协同，优化支持体系和资源要素保障，形成工作合力，确保高质量完成规划目标任务。（来源：国家广播电视总局）

2、国家电影局、体育总局联合印发《关于开展“跟着电影去运动”行动推动电影与体育双向赋能的通知》

https://www.chinafilm.gov.cn/xwzx/ywxx/202610/t20261015_1012505.html

为深入贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，认真落实四中全会部署，贯彻落

实中央经济工作会议、全国服务业大会部署，近日，国家电影局、体育总局联合印发《关于开展“跟着电影去运动”行动 推动电影与体育双向赋能的通知》。

《通知》立足电影、体育各自产业特点、行业优势，从文化宣传、消费联动、公益协同等方面推动“电影+体育”跨界合作，激发广大人民群众参与电影欣赏、体育运动的热情，丰富人民精神世界、促进群众身体健康、推动享受品质生活，促进人的全面发展。主要内容包括：一是深化电影文化与体育文化宣传合作。鼓励开展体育题材电影创作，鼓励专业电影媒体、体育媒体加强交流合作，引导人民群众提高电影欣赏水平、广泛参与体育运动。鼓励开展体育题材电影展映、影片宣传等活动。鼓励电影院加强体育文化宣传。二是促进电影消费与体育消费有机联动。支持电影院、体育场馆、体育赛事举办方、互联网平台企业、商业银行、支付结算机构等联合开展“电影+体育”促消费活动。鼓励结合电影场景打造特色户外运动线路。支持电影、体育衍生产品联名合作。支持打造电影、运动市集，双向融入体育、电影元素。鼓励在电影院设置体育主题影厅。支持观影消费与体彩购彩联动互惠。鼓励利用虚拟现实电影技术提供沉浸式体育项目体验。支持体育运动进影院，探索在符合条件的电影院开展适宜的运动项目。三是推动电影公益与体育公益事业协同发展。支持体育彩票公益活动与电影公益放映加强合作。号召电影人、运动员积极投身电影和体育公益活动。鼓励通过组织观影等对运动员进行爱国主义、集体主义和社会主义教育。

“跟着电影去运动”行动于 10 月 16 日晚，在 2026 中国户外运动产业大会开幕式上正式启动。下一步，国家电影局、体育总局将指导各地电影主管部门、体育行政部门加强行业引导，推动电影、体育领域的社会组织、企业加强沟通协作，探索更多“电影+体育”合作模式，推出便民惠民举措，助力电影与体育产业高质量发展。（来源：国家电影局）

3、文化和旅游部办公厅关于申报〝人工智能+文化和旅游〞应用试点的通知

https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/kjjy/202603/t20260325_965136.html

各省、自治区、直辖市文化和旅游厅（局），新疆生产建设兵团文化体育广电和旅游局，文化和旅游部直属单位：

为贯彻党中央、国务院决策部署，落实《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》要求，加快推进人工智能技术在文化和旅游领域深化应用，拟部署一批“人工智能+文

化和旅游”应用试点。现将有关事项通知如下：

一、重点方向

（一）辅助文化艺术创作生产

包括但不限于推动舞美、灯光、音响、观演互动等集成技术及装备的智能化升级，对创排剧目进行仿真模拟。提升人工智能技术在音乐、美术、戏曲等领域生成能力，辅助创作更多具有中华文化元素和标识的文化内容。加强艺术创作、生产管理、演出演播等数据的收集，探索开展人工智能辅助分析评价。

（二）提升公共文化服务水平

包括但不限于完善文化数据资源共享服务，动态监测分析公共文化服务供需情况，精准推送优质文化资源直达基层。运用人工智能技术提供知识问答、讲解引导等创新服务以及智能互动体验项目。智能化征集和分析公众反馈意见。

（三）助力文化遗产保护传承

包括但不限于面向文物保护修复、展览展示等业务场景，推动人工智能技术赋能文物价值挖掘与传播。利用人工智能、动作捕捉等技术对非物质文化遗产项目及传承人信息开展记录、分析，实现智能化呈现。

（四）培育文化和旅游新业态

包括但不限于运用人工智能技术开展创意设计，推出具有中华文化特色的国潮产品。推动人工智能技术与虚拟现实、增强现实等技术融合，创新应用智能眼镜、智能耳机、智能手表等智能终端，拓展体验消费、个性消费、认知和情感消费等服务消费新场景。

（五）提升旅游服务和治理效能

包括但不限于打造旅游资源精准推荐、行程规划、智能票务预约等创新服务场景。提供智能讲解、自动翻译、智能客服等服务。在确保安全的前提下，应用无人机、机器人、数字人等提升服务效能。开展旅游公共信息数据共享整合、挖掘分析，增强客流疏导、突发事件应急处置能力。

（六）加强文化和旅游市场监管

包括但不限于推进全国文化和旅游市场监管智能化建设，探索行政审批、风险监测预警、服务公众、应急指挥等场景应用。对重点领域开展非现场监管，智能化发现、分析、处置文化市场违法违规问题线索，优化举报投诉、行政执法业务流程，实现全

过程可溯。

二、主要任务

每个应用试点选择 1 个重点方向，确定人工智能技术具体应用场景（围绕多个具体场景攻关，形成综合性解决方案的优先），利用 1—2 年时间，探索推进人工智能技术的创新应用，并重点完成以下 4 方面任务。

（一）数据治理

开展文化和旅游数据采集、汇聚、加工、标注、质检和管理等，探索本场景下人工智能训练数据集建设，形成数据集不少于 1 个，数据规模原则上不小于 1TB，推进数据集共享和开发利用，丰富语料供给。

（二）技术验证

探索人工智能技术在试点方向各场景的应用路径，包括但不限于增强人工智能通用大模型的文化和旅游服务能力，发展文化和旅游垂直大模型，利用人工智能技术升级改造文化和旅游业务系统、工具软件、智能终端等，不断提高人工智能大模型信息检索能力和内容生成质量。

（三）场景应用

聚焦试点方向的痛点难点问题，通过落地应用人工智能技术，推动改进优化现有业务模式、管理方式或服务形态，形成新产品新服务，提高工作效率、提升服务品质，并取得显著的社会效益或经济效益。

（四）标准研制

在试点方向开展高质量数据集、人工智能应用等方面的标准建设，重点围绕数据加工、技术应用、安全保护等研制标准规范和技术文件，促进人工智能技术高水平应用。

三、申报要求

（一）申报主体

应为文化和旅游企事业单位，在试点方向具有明确的人工智能应用场景，以及较好的数据基础和技术、资金、人才等资源整合能力。申报主体近 3 年内无违法违规行为，未发生重大安全事故等。

（二）推荐流程

各省（区、市）（以及新疆生产建设兵团，下同）文化和旅游厅（局）负责组织

本地区应用试点推荐工作，每个省（区、市）推荐不超过 3 个，且每个重点方向不超过 1 个；文化和旅游部直属单位、共建院校可直接推荐本单位应用试点 1 个。

请申报单位填写申报表（模板见附件），经推荐单位审核盖章后，于 2026 年 5 月 15 日前将申报材料（纸质版一式两份，电子版光盘包括 PDF 版和 Word 版）寄送文化和旅游部科技教育司（通信地址：北京市东城区朝阳门北大街 10 号，邮编：100020）。

文化和旅游部科技教育司将组织专家组对推荐的应用试点进行评审，择优部署，并对试点给予重点支持，宣传推广经验及成效，引领示范人工智能技术应用。（来源：文化和旅游部办公厅）

【二】行业资讯

1、14 部微短剧，入选！

https://mp.weixin.qq.com/s/KscYQSIx6YP1sZo0-g90ig

国家广播电视总局日前公布 2026 年第二季度优秀网络视听节目推选结果，14 部微短剧入选。把它放进微短剧行业发展的坐标里看，这 14 部作品就是 14 个观察窗口。

题材的边界在哪里延展？创作的诚意如何沉淀？价值的取向怎样确立？创作的主体由谁构成？从这份名单说开去，能够看见微短剧一步一个脚印向上生长的轨迹。

看题材版图，从“扎堆跟风”到“百花齐放”——

翻阅这份名单，最直观的感受是题材丰富。有聚焦乡村振兴的《去桃花盛开的地方 2》，有深耕非遗传承的《顾盼锦年》《英歌，舞起！》《戏比天大》《阿桂的夏天》，有反映国安和法治题材的《安全距离》《荆棘花开》《国安行动·芯片疑云》；有书写家国历史的《姐姐的三条簪》《朝花》《一品布衣 4：割据篇》，还有扎根现实生活的《小满人间》《弄潮 2：千禧红》《冒姓琅琊 3》。

曾几何时，微短剧的题材高度集中于穿越重生、逆袭复仇，一类模式走红，同类作品便集中上线。而今，这份名单展示的却是另一番气象，题材版图的迅速展开，是创作者表达空间的拓展，更是微短剧从“爽点驱动”走向“内容驱动”的生动注脚。

看创作态度，从“快速收割”到“匠心打磨”——

精品的功夫在作品里，更在创作态度上。据广电总局介绍，《小满人间》在寒冬时节的长春实景拍摄，演员拒绝磨皮与厚重滤镜，力求还原那个年代的真实质感；《戏比天大》特邀百年秦腔名社易俗社进行艺术指导，让戏曲艺术在竖屏间有了庄重的模样；《荆棘花开》用悬疑外壳包裹现实关切，把未成年人保护等民生议题讲得有温度、有力度……

曾经，微短剧评论区高频词是“爽”“打脸”“反转”；如今，“照见生活”“治愈共情”越来越多。这种变化映照的是观众审美的升级，也是行业创作导向的转向——从迎合情绪到尊重观众，从快速收割到匠心打磨。当创作者开始认真对待故事、对待人物、对待观众，精品便有了生长的土壤。

看价值取向，从“情绪快消”到“精神滋养”——

微短剧能承载什么？14 部作品给出了有分量的回答。《安全距离》展现两代隐蔽战线工作者跨越时空的使命传承；《姐姐的三条簪》以明代闽南女子以发簪为武器抗

击倭寇为故事蓝本，小切口里见大义；《英歌，舞起！》以群像书写方式展现英歌队守护家园、传承薪火的力量；《朝花》以上海左联历史为背景，让当代青年汲取信仰力量；《弄潮 2：千禧红》以三姐妹创业故事让奋斗精神照进现实……

这些作品表明，微短剧正在从“电子榨菜”成长为能够承载意义的文艺形态，主流价值不再是生硬的说教，而是化作一个个有血有肉的故事，润物无声地抵达人心。

看创作主体，从“草根试水”到“多元共筑”——

再看这 14 部作品的出品方，另一个变化浮现出来：主流媒体、专业机构、权威部门入场，与市场化制作公司同台竞技、各展所长。

一方面，专业力量为微短剧带来了更规范的影视化制作、更严谨的价值把关；另一方面，权威部门的参与让微短剧得以触达更深刻的题材领域。创作主体的多元共筑，正是行业从野蛮生长走向成熟规范的重要标志。

客观地说，14 部优秀作品之外，行业整体仍面临精品供给不足、题材同质化、部分作品重流量轻内容等挑战，精品化依然是一场需要耐心和定力的长跑。随着广电总局“微短剧精品创作传播计划”“五个一批工程”等深入推进，微短剧精品创作正在取得扎扎实实的进步，二季度这份名单传递的信号是清晰而坚定的：方向对了，步子稳了，好作品就会多起来。(来源:新华社)

2、中国微短剧正成为第四大全球性视听产品新业态

https://arts.cctv.com/2026/10/22/ARTIA79XGHHS1g1avo0hDDr0261021.shtml

10 月 20 日，在广西北海举行的中国—东盟视听周期间，国家广播电视总局发布《中国—东盟微短剧国际传播发展报告》。报告显示，微短剧作为诞生于中国的网络视听新业态，正以惊人速度改变全球视听生态，正在成为继美国电影、日本动画、韩国电视剧之后的第四大全球性视听产品形态，中国—东盟微短剧合作不断深化，成为中国—东盟数字经济合作和人文交流的重要载体。

报告指出，中国微短剧市场规模保持高速增长。2025 年全国共 3.3 万部微短剧上线播出，2026 年 1 至 9 月上线微短剧达 49 万部，是 2025 年全年的 13 倍。微短剧用户规模达 8.5 亿，月活用户超过 6 亿，已成为网民精神文化生活的重要方式。

海外市场同样增势强劲。2026 年中国以外的海外微短剧市场规模将超过 60 亿美元，较 2025 年同比增长 67%。中国背景平台主导全球市场，2026 年 1 至 9 月海外市场下载

量前十的微短剧 App 均为中国背景；内购收入前十平台中前九席均为中国背景。

中国出海微短剧结构快速调整。一是本土剧占比小幅上升。本土剧由 2026 年 5 月的 5%上升至 9 月的 11%，译制剧由 95%降至 89%。二是 AI 剧占比大幅增长。截至 9 月底，出海微短剧中 AI 剧占比超过六成。

报告展望，未来 3 至 5 年将是区域微短剧产业发展的关键期，整体呈现市场规模持续扩张、全产业链合作深化、商业模式更加灵活多元等发展趋势。（来源：央视新闻客户端）

3、〝千年吴越 杭州寻根之旅〞启航

https://wgly.hangzhou.gov.cn/cn/xwdt/art/2026/art_19937a6c221645dfaa62ae6fcc5c0894.html

10 月 21 日，“千年吴越 杭州寻根之旅”——2026 杭州吴越文化全球推广活动启动仪式在钱王祠举办。

杭州市委常委、宣传部部长黄海峰，知名学者钱文忠，著名作家、茅盾文学奖得主王旭烽，杭州市文化广电旅游局副局长叶虹，杭州西湖风景名胜区管委会党工委委员、副主任何蕾，杭州日报报业集团党委委员、副总编辑、都市快报党委书记项辉，杭州钱镠研究会会长钱亚男等领导嘉宾出席活动并启动活动。

首批“杭州吴越文化推广大使”、“杭州吴越文化智库”专家，杭州市园林文物局，福州、苏州、宁波、温州、嘉兴、湖州、绍兴、金华、衢州、台州、丽水等“吴越十三州”城市文旅部门，“吴越十三州”钱镠研究会代表、钱氏后裔，浙江省博物馆、市政协文史研究中心、杭州各区县（市）文广旅体局，市公交集团、华数文化、华策集团、利星集团，相关旅行社以及媒体代表参加了活动。

杭州市文化广电旅游局副局长叶虹致辞，她表示，杭城湖山之所以温润风雅、生生不息，离不开绵延千载的吴越文脉，离不开钱王世代相传的家国情怀。吴越国三世五王，秉持“善事中国、保境安民”的初心，筑海塘以拓杭城，浚西湖以泽万民，开商埠以通四海，崇文教以续文脉，为杭州这片土地缔造了“钱塘自古繁华”的千年根基，成就了人间天堂的动人底色。钱氏一族英才辈出、弦歌不断，他们带着杭州的印记走向世界，如繁星点点、光耀四方。

文脉最好的保护，是传承；文化最好的延续，是活化。而当代人文经济学的核心

要义正是将传统文化转化成为可感、可消费的新场景。年初，历史剧《太平年》引发“吴越游”热潮。杭州文旅顺势而为、全力推动吴越文化多方位转化，精心打造吴越三十景、吴越特色美食、文旅导游词，主题公交、城市走读游线、吴越传统服饰复原等系列成果，让吴越文化走出典籍，走向大众，也成为杭州文旅的新亮色。好的文化 IP 如同万花筒，越挖掘越丰富、越立体、越鲜活。

同时，吴越文化也是联动江南，横跨浙闽的文化纽带。今天来的“吴越十三州”的文旅同仁们相聚在杭州，既是一场同根同源的精神共鸣，也是下一步开启跨区域合作打响“吴越文化之旅”的崭新起始点。

文化的延续，离不开一代代人的薪火相传；文化的兴盛，离不开学术支撑与智库引领。在吴越文脉的传承和传播推广中，钱氏家族和专家学者力量不可或缺。杭州文旅面向全球钱氏后裔及吴越文化爱好者广泛征集和定向邀约，最终确定并发布了首批十位“杭州吴越文化推广大使”。推广大使将以宣传吴越文化为己任，充分利用自身影响力，积极推广。

“杭州吴越文化推广大使”代表、知名学者钱文忠先生致辞中指出，杭州，天生就是吴越文化的载体。吴越国以杭州为国都，十三州山河同脉，江海相连。吴越文化是刚与柔、家国与温情交织在一起的，它从来不是束之高阁的古董，不是史书里冰冷的文字，而是治水安民的务实，是和睦向善的家风，是尊重统一、爱惜生民的大智慧，是江南这片土地独有的精神气质。担任“杭州吴越文化推广大使”，这既是一份荣光，更是一份沉甸甸的责任。愿和所有推广大使、专家学者，与杭州这座城市一道，把吴越故事，把钱王“保境安民、纳土归宋”的和平智慧，把《钱氏家训》的家风大义，传播到更远的地方。

吴越文化之所以能从小众走向大众、迎来今天的热度，离不开专家学者的深入研究与笔耕不辍，是他们用智慧与心血，拂去历史的尘埃，挖掘出这段千年文脉中最璀璨的精华，让吴越文化的独特魅力在当下熠熠生辉。现场发布“杭州吴越文化智库”首批专家名单。智库专家将为吴越文化保护传承、文旅产业升级、品牌全球推广提供坚实的理论支撑。

杭州文旅特别联动“吴越十三州”文旅部门，推出“吴越十三州”文化之旅，精心打造了“吴越溯源·钱王根脉寻访 3 日线”等 4 条跨区域主题线路和“跟着《太平年》游福州 1 日文史之旅”等 13 条地市精品线路。杭州市文化广电旅游局二级巡视员

刘宇峰，宁波市文化广电旅游局副局长陈海波，苏州市文化广电旅游局副局长李妍，温州市文化广电旅游局党组成员、副局长呼晓齐，绍兴市文化广电旅游局党委委员、副局长宁春，台州市文化广电旅游局党组成员、执法队队长杨政，衢州市文化广电旅游局党委委员、旅游发展中心主任龚晓峰，福州市文化和旅游局四级调研员鄢榕华，嘉兴市文化广电旅游局四级调研员顾伟建，湖州市文化广电旅游局四级调研员许向梅，丽水市文化和广电旅游体育局、市全域旅游发展中心副主任洪中勇，金华市文化广电旅游局宣传推广信息中心主任张原原等各地文旅部门代表共同发起“吴越十三州”文化之旅联合推广。

活动发布了“千年吴越 杭州寻根之旅”系列产品。今年春节，吴越游成为文旅爆款。杭州紧抓机遇、顺势而为，在短短 9 个月时间内，打造出了“景、食、行、学、展、礼、赛、服”八位一体的“千年吴越 杭州寻根之旅”系列产品。涵盖吴越三十景、36 道吴越美食、4 套吴越复原服饰、4 条主题公交线路，以及系列吴越课堂、文创伴手礼、主题大展和赛事活动等，让吴越文化可触可感、可品可游。

现场，两位吴越文化推广大使——王旭烽和胡耀飞分别以《吴越文化走大运》《满世界宣传吴越国历史文化》为题，作主旨发言。

随后，举行了《吴越致远》名家圆桌对话。沈岳明从秘色瓷角度回望吴越国的审美与创造力；陈志坚从钱王对浙江的意义和地位讲起，畅谈吴越文化的重要性；钱茂伟以后裔身份分享了氏族宗谱对吴越文化推广的意义；何勇强谈吴越文化当代意义；魏祝挺则讲述了吴越文物遗存及“太平年·天下同宁”大展如何拉近大众与吴越文化的距离。钱丛以年轻一代钱氏后裔和文化博主的双重视角分享了自己在吴越文化推广过程中的感受。

吴越文化推广大使、马来西亚拿督斯里钱丰良和澳大利亚西澳广东同乡会暨总商会创会会长、总顾问钱桂源，浙江省朗诵协会副秘书长姜天航、浙江传媒学院王之琦，以及萧山区新街小学教育集团的同学们现场诵读了《钱氏家训》，琅琅书声让这份传承千年、早已融入城市基因的价值理念再次回响在西子湖畔。

浙江小百花越剧院的演员们为现场观众带来越剧表演《陌上花开》，将一段千年前的吴越往事，以越韵婉转的方式完美呈现。

今年以来，随着历史剧《太平年》的热播，杭州推出了“千年吴越 杭州寻根之旅”系列产品，让吴越文化从学术命题走向文旅产品，从历史记忆走向城市名片。

「景」首发了“吴越三十景”，涵盖佛塔、陵墓、文博、经幢、遗址景区、摩崖石刻和古刹名寺七大类别共 30 处吴越文化标志性遗存和代表性场景，推出文字、语音、视频解说体系，联动旅行社打造十大吴越文化主题游线，成为市民游客探索吴越文脉的导航图。

「食」组织专家甄选发布《吴越文化美食名录》，收录了 36 道经典及创新菜肴，包含 10 道冷菜、20 道热菜和 6 道点心，每一道都有典可考、有故事可讲。

「行」打造了“吴越文化游公交体系”，包括西湖内环线、66 路、500 路、火车东站至临安专线 4 条线路，串联吴越点位，已有百万市民游客深度体验，构成了流动的文化风景线。

「学」打造吴越文化课堂，邀请专家学者，围绕吴越历史、考古、建筑、佛教、生活日常等，以小切口讲大历史，场场爆满。新推出极具诗意的限量款“大运河夜航船”，让游客在古运河的桨声灯影中体验一场“流动的吴越雅集”。

「展」浙江省博物馆之江馆的“太平年·天下同宁”大展，把吴越的千年风华尽收眼底。《韩熙载夜宴图》的展出更是引发了大家极大的观展热情，集章打卡、主题线路等十项展旅融合举措让大展的影响不止于展厅。

「礼」围绕“太平年”IP，华策影视与众多品牌跨界合作，推出诗词卡集、mini 钱氏家训冰箱贴等近 300 个 SKU 联名文创；吴越文化博物馆也推出了本土文创品牌“吴越信物”；召开全市 230 余家企业参与的资源对接会。这些“可带走的吴越文化”,让吴越文化从“殿堂”走向“生活”。

「赛」首届“吴越杯”浙江省城市足球联赛火热开赛，“吴越杯 吴越游——跟着赛会游杭州”，将绿茵竞技与吴越文化、特色美食完美融合。大家凭赛事票根就能享受酒店、景区、餐饮等专属折扣，“文旅+赛会”融合促消费模式出新。

「服」首次推出“吴越国贵族复原服饰”，以雷峰塔出土丝织品、“光流素月”铜镜及阿育王塔上的线刻图像为基础，综合运用考古、文献与图像资料，复原制作盘绦纹绫、宝花纹罗等面料，制成吴越国男装与女装，包括 2 套幞头圆领袍、1 套长裙大袖衫和 1 套云肩羽袖袍。

从湖山间的三十景，到舌尖上的江南风味；从大咖云集的文化课堂，到激情澎湃的吴越杯；再到一眼千年的展览、文创和服饰，“千年吴越 杭州寻根之旅”系列产品，值得每个人来一趟杭州。

吴越国全盛时辖“一军十三州”，版图涵盖今浙江全境、上海全境、苏州全境和福建东北部。杭州特别联动福州、苏州、宁波、温州、绍兴、湖州、嘉兴、金华、衢州、台州、丽水等地市文旅部门，共同发起“吴越十三州”文化之旅联合推广，推出四条跨区域主题线路和十三条地市精品线路。从一纸版图到一张文旅线路图，邀请游客开启跨越千年的文化寻访。

从“陌上花开”的深情，到“纳土归宋”的胸怀；从钱王祠的千年香火，到“吴越十三州”的联合推广——今天，“吴越十三州”与钱氏后裔共同完成了一次跨越千年的寻根。吴越文化中“保境安民”的治理智慧、“纳土归宋”的政治胸怀、“善事中国”的家国情怀，放到今天的世界语境里依然散发光芒，将引领杭州更好地走向未来。（来源：杭州文广旅游发布）

4、保护文化遗产 推动文明对话 第四届“良渚论坛”在浙江杭州举办

http://www.ncha.gov.cn/art/2026/10/20/art_722_205368.html

今年是良渚遗址发现 90 年。10 月 18 日至 20 日，由文化和旅游部、国家文物局、浙江省人民政府联合主办的第四届“良渚论坛”在浙江杭州举行，主题为“文明承启：守护文化遗产　点亮时代之光”。论坛围绕早期文明考古、世界文化遗产申报、文化遗产保护技术应用、流失文物返还、可持续旅游等议题，搭建中外文明对话平台。

考古接力，实证中华 5000 多年文明史

从 1936 年两块“黑色有光的陶片”的发现，到 2019 年“良渚古城遗址”列入《世界遗产名录》，90 年来，大型都邑城址、大型水利系统、炭化稻谷遗存、玉礼器体系、等级分明的墓葬体系、复杂刻画符号系统等考古成果相继问世，串联起完整证据链：距今 5000 多年前的新石器时代晚期，良渚已成为以稻作农业为经济支撑、社会分化明显、具有统一信仰的区域性早期国家。

本次论坛专门设置良渚遗址发现 90 周年拓展论坛和学术史专题研讨环节，联动“考古中国——长江下游区域文明模式研究成果展”，首发《施昕更文集》《良渚玉器全集》等著作，并举行《浙江考古》创刊首发仪式，完整呈现良渚考古全链条学术发展谱系。

会场之外，“琮谱——良渚遗址发现九十周年特展”集中展示了海内外 39 家机构珍藏的 124 件琮及琮式器，系统呈现玉琮 5000 余年传承脉络，成为良渚遗址 90 年发掘研究的“成果橱窗”。

守护遗产同样是本届论坛的焦点。论坛开幕式上，联合国教科文组织文化助理总干事纳伊夫·法耶兹在视频致辞中，强调守护人类遗产的紧迫性。希腊文化部部长莉娜·门佐尼介绍，希腊已出台国家战略，融合人工智能、环境监测系统和数字孪生技术，提前识别气候变化对遗产的威胁。

“科技进步，特别是人工智能的发展，为我们的文化遗产保护工作，特别是数字化记录、风险监测和公众文化遗产知识普及开辟了广阔的前景。”阿拉伯联合酋长国文化部次长穆巴拉克·纳基说。

活化利用，文化赋能经济社会发展

从场内研讨到场外市集，从良渚一地到余杭全域，“论坛+”的溢出效应明显。

“遗产以及地方独有的风貌和特色是吸引力的重要来源。”联合国教科文组织可持续旅游高级项目官兼项目负责人德布林说。

走进良渚博物院，戴上 AI（人工智能）导览眼镜，目光扫过展品，对应的历史讲解便同步呈现。“我看到了 5000 多年前人们的生活样貌，这一古文明令人赞叹。”来自哥斯达黎加的主持人沃特·坎波斯·莫拉加说。

在良渚博物院，玉琮、神人兽面纹等被转化为大型皮影装置；良渚古城遗址公园运用 VR（虚拟现实）技术，让 5000 多年前的城址在参观者眼前“立”起来；“科技+文旅”线路串联起良渚博物院、中国国家版本馆杭州分馆、良渚古城遗址公园等文化地标……古老文明在这里可感可触。

论坛期间，良渚文创市集热闹非凡。市集所在的园区由旧印刷厂改造而来，玉琮造型、神人兽面纹图案经设计转化，成为受年轻人喜爱的文创产品。

“这些活动可以让游客更好地了解考古遗址的历史和故事。”复旦大学旅游学系执行主任、复旦大学遗产活化与旅游可持续发展研究中心主任张朝枝说，良渚遗址的保护利用也改变着当地居民的生活。

以良渚文化为根基的良渚文化大走廊串联起沿线镇街，集聚文创企业与创新人才。2025 年，杭州余杭区规上文化企业营收超 7000 亿元，其中数字文化产业占比超过 90%，“在保护中发展、在发展中保护”的协调发展模式成效显现。

交流互鉴，搭建全球文明对话平台

作为践行全球文明倡议的重要平台，本届论坛汇聚联合国教科文组织、亚洲文化遗产保护联盟等全球文化遗产领域重要的政府间国际组织，吸引近 60 个国家和地区的嘉宾参加。

“‘良渚论坛’正逐步成为全球文化交流的大平台、中华文明展示的大窗口。”良渚遗址管理区党工委书记、管委会主任王姝说。

本届论坛上，“互鉴：世界文化遗产申报与价值传承实践”分论坛分享申遗与价值阐释经验；“守望：促进流失文物返还原属国”分论坛围绕文化财产归还和返还展开对话。

论坛期间，亚洲文化遗产保护联盟理事会第四次会议举办，会议批准埃及成为联盟伙伴国，批准哈萨克斯坦成为联盟观察员国。至此，联盟成员国、观察员国、伙伴国总数达到 26 个。

与会代表纷纷指出，亚洲文化遗产保护联盟成立以来，合作富有成效，感召力持续提升，务实成果不断涌现；以区域共识和联合研究为载体，推动务实合作成果转化；关注文化遗产保护青年人才发展，培育未来力量，文明交流互鉴焕发新的生机与活力。

“文化遗产将我们与过去相连接，保护和传承文化遗产的责任属于当下。”莉娜·门佐尼说，“良渚论坛”正逐步发展为推动文明对话和保护文化遗产的重要国际平台。

论坛上，亚洲文化遗产保护联盟与冲突地区遗产保护国际联盟战略合作谅解备忘录、中华人民共和国国家文物局与国际文化财产保护与修复研究中心合作谅解备忘录等相继签署。

“面向世界，我们始终秉持开放包容、合作共赢，积极推进文化遗产领域双边、区域和多边合作走深走实，让不同文明在交流互鉴中交相辉映、美美与共。”文化和旅游部副部长、国家文物局局长饶权说。（来源：国家文物局官网）

5、2026 长三角国际青年电影周在宁波开启“电影+科技”精彩之约

https://baijiahao.baidu.com/s?id=1879465668770348750&wfr=spider&for=pc

以“潮涌长三角 光影向未来”为主题的 2026 长三角国际青年电影周，10 月 17 日至 23 日在浙江宁波举办。

20 世纪 20 年代，宁波镇海走出的邵氏兄弟创办天一影片公司，缔造华语电影传奇；中国电影奠基人、中国第一代导演张石川也是宁波人；另外一位宁波籍电影大师桑弧开创了中国彩色电影的多个先河。

作为一个与电影结缘的城市，宁波在金秋时节迎来 2026 长三角国际青年电影周，一场关于“电影+”的行业盛会集前沿科技、特色美食、露天影院、水上演出为一体。

电影周设置青影创投、中国电影新力量论坛、电影展映、主题活动、“电影+”五

大板块。

虚拟制片如何让数字角色实时表演？戴上 XR 沉浸观演，电影世界又会是什么模样？在“电影+”现场，幕后技术将成为观众可以近距离感受的体验。

活动齐聚 20 余家影视科技企业，集中展现电影科技与影视产业新应用和新成果。在虚拟制片展位，观众可现场观看动捕演员驱动数字人表演，了解光学动作捕捉系统的实时渲染合成技术，也可在 AR 装置生成电影角色 Q 版形象，触发 AR 效果，让自己的形象立体生动。在 XR 展位，观众可佩戴便携头显，步入超现实电影世界。观众还可借助技术手段，现场完成从剧本构思到沉浸式叙事的全流程体验；国内头部影企将集中展示虚拟制片、AI 影视创作等前沿科技。

入夜后，观影边界被夜色打破，电影的精彩将从银幕延伸到水面。蓝色鲸鱼与粉色蝠鲼造型在光影中游弋；机器人乐队奏响影视金曲，蒸汽朋克风格的巡游也将来到河岸，为夜晚增添另一重想象。传统文化与前沿科技交相辉映、精彩共生。

光影之外，越窑青瓷、玉成窑紫砂等精品现场展示，手作麻糍、金柑蜜饯等慈溪传统糕点喷香…一场可观、可赏、可尝的文化体验也铺展开来。

本届电影周由国家电影局指导，中央广播电视总台和浙江省人民政府共同主办（来源：中国新闻网）

6、CMG 全国中短剧大会在上海浦东举行

https://mp.weixin.qq.com/s/SThXKw0RRtj-upM_oKsgKA

10 月 18 日，CMG 全国中短剧大会在上海浦东举行，一批题材丰富、类型多样的精品中短剧亮相，联动多家平台聚力赋能，让源自生活的好作品持续涌现。中宣部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄出席活动，并与公安部政治部主任贾利军，上海市委常委、宣传部部长赵嘉鸣，上海市委常委、浦东新区区委书记李政，中国工程院院士谭建荣等共同启动“CMG 全国中短剧精品共创计划”。

中央广播电视总台上海总站与上海市浦东新区人民政府达成战略合作。根据协议，双方将在重大主题报道、品牌活动共建、科创产业协同、影视联合创制等领域开展全方位、深层次合作，推动精品创作与区域发展同频共振。

李政在致辞中表示，中短剧是数字时代应运而生的新大众文艺，短小而见时代，精炼而有力量，是文化消费的新赛道，更是讲好中国故事、传播中国声音的最新载体。

浦东作为全国开放窗口、创新高地，集聚 AI 大模型、算力、视觉生成等前沿技术，布局全国首个短剧出海基地，发展中短剧具备得天独厚的优势。中央广播电视总台把首届 CMG 全国中短剧大会放在浦东，既是对上海百年影视文脉的接续传承，更是对浦东发展数字视听产业的信任支持。未来，浦东将深入贯彻落实习近平文化思想，持续当好中短剧创新发展的沃土，与总台一道，欢迎更多创作团队、平台机构来浦东发展，共同为建设文化强国贡献力量。

中央广播电视总台编务会议成员姜海清在致辞中表示，近年来总台深入学习实践习近平文化思想，创作推出一系列精品力作，“大剧看总台”的品牌影响力和社会美誉度深入人心。中短剧“以短见长、以小见大”，承载着观众的喜爱、时代的温度与精神的力量。总台将以此次大会为契机，充分发挥国家主流媒体的平台优势、内容优势和传播优势，以精品力作引领行业风向，以多元共创凝聚发展合力，以人才培养激发创新活力，以技术赋能拓展表达边界，共同推动中短剧高质量发展。期待与各界同仁携手，奋力实现艺术水准和群众满意度“两个有所提高”，让精品中短剧成为繁荣社会主义文艺、满足人民美好精神文化生活新期待的重要力量。

“重磅首发·共启新篇”板块集中发布一批视角多元、意蕴深厚、表达鲜活的精品中短剧。由中央广播电视总台出品的《红色密码》循着长征路上的隐秘电波，追寻信仰的力量；《峨眉》以山川为幕，铺展东方美学与悬疑叙事交织的传奇。两部作品将携手火山引擎,探索真人实拍与 Seedance 大模型 AI 生成技术相结合的创新制作模式，为艺术表达打开新的空间。

《三十而立》聚焦重庆直辖三十周年，以立人、立业、立城的故事书写城市向新的步伐；《最后一公里》从真实司法案例中汲取创作养分，展现司法为民的温度；《听，花开的声音》呈现多方携手对未成年人的守护；《秦谜》从历史迷雾中探寻秦朝在大一统过程中的悲欢故事；《天下长宁》以少年热血书写家国担当。《西湖十景》《千丝草鞋万里途》《青春剧场·红飘带》《帕米尔高原的家书》《守望荣光》《飞流之上》《梧桐树下》《烹燃心动》《大王别慌张 2》《模范健身房》《变局》《火焰》《逆光》《同学，一起种田吧》等作品也一一亮相，带来新故事、新阵容、新表达。

“同心聚力·全域共创”板块聚集了不同领域的创作力量。原创轻喜剧《喜聚总台·好戏开拍》，以主持人 IP、专业演员和鲜活生活故事碰撞喜剧火花，并通过“全

民好故事”征集，邀请大众把身边的烟火与欢笑带入镜头。总台联动中央政法委、最高人民法院、最高人民检察院、公安部、国家安全部等单位，打造取材真实案件的普法剧场新 IP《探案局》；纪录片情节剧《深海》见证中国刑警正义虽久必至，虽远必达的承诺；携手江苏如皋打造微短剧《家有百岁福》，让长寿文化可感可及。《生活老好了》讲述银发群体探索“第二人生”的故事；《藏潮》在藏服文化的传承与创新中展现时代风貌。

活动上，《“我就是奇迹”——总台创新创造中短剧集创作大会》发布阶段性成果：APEC 主题入围作品孵化计划启动，作品《循环货柜》获率先孵化。“皖美如画 迎客天下——安徽文旅主题中短剧剧本征集活动”面向全球创作者发出邀约，让江淮风物与人间故事在光影中相遇。专家代表分享“中短剧发展关键词”，对近年来中短剧行业发展及内容创作进行分析解读。

“名家护航·新锐同行”板块聚焦创作人才成长，推出“春芽计划——精品中短剧创作训练营”，汇聚行业优质资源，为青年创作者提供从创意孵化到作品落地的全链条支持。系列法治剧《人民法院案例库》以鲜活独特的案例，传播法治理念，回应社会关切。

“科技赋能·片场升级”板块聚焦人工智能等在影视创作领域的融合创新实践。现实题材轻喜剧《人才公寓》以青年创新创业和社区生活为切口，呈现城市发展活力与邻里温情。大型融媒体节目《中国超级 OPC》启动并落地浦东新区，聚焦“一人公司”这一新兴创业形态，探索技术赋能普通人的更多可能。

“剧集剧本 AI 辅助评估系统联合研发与推广合作计划”同日启动。总台将依托西影集团技术积累，结合行业专业经验，探索以人工智能辅助剧本评估与孵化，为中短剧精品化筑牢源头根基。

中央广播电视总台编务会议成员周振红，中宣部电影局副局长罗杨，上海市政府副秘书长、浦东新区区委副书记、区长吴金城，上海市文化和旅游局局长赵勇，上海广播电视台（上海文广集团）台长、总裁宋炯明参加启动。中央社会工作部五局局长邓丽娟，检察日报社社长、最高人民检察院影视中心主任李辉，中国长安出版传媒有限公司总编辑刘军，退役军人事务部宣传中心主任周勇，海关总署办公厅副主任、一级巡视员王志中，重庆市委宣传部副部长、重庆广播电视集团（总台）台长严兵，四

川省委宣传部副部长、省广播电视局局长李晓骏出席活动。

工业和信息化部、公安部、自然资源部、文化和旅游部、中央广播电视总台、国家国防科技工业局等有关部门及所属机构负责同志，中核集团、中国宝武钢铁集团、中国航空工业集团、中国商飞、中国远洋海运集团、中国东方航空集团、中国电气装备集团、中国人寿集团、中国人保集团、中国数联物流信息、国家绿色发展基金、国民养老保险、中交上海航道局、上海振华重工集团等企业负责人，山西、江苏、浙江、山东、广东、重庆、四川、西藏、新疆等地有关单位负责人，长影集团、山西影视集团、山东影视传媒集团、珠江电影集团、珠江影业、西部电影集团等单位负责人，中国经济信息社、解放日报、文汇报、新民晚报、上海广播电视台、中国长安出版传媒有限公司等媒体代表，以及来自复旦大学、上海戏剧学院、上海大学、浙江大学等高校的专家学者，优酷、爱奇艺、火山引擎、兴格传媒等影视机构、视听平台和科技企业代表等参加活动。（来源：央视新闻）

7、微短剧出海：融入当地语境，才能走得更远

https://baijiahao.baidu.com/s?id=1880229009730720539&wfr=spider&for=pc

社交媒体上，一位 IP 地址在美国的博主上传了几张中国公司拍摄微短剧的剧照，用英文急切地求助网友：“这位了不起的女演员是谁？有人能告诉我她叫什么名字吗？”

这位博主在评论区说，在过去一年里，她“几乎每天都看中国短剧”。

外国人热刷中国制作生产的微短剧，这种现象正在全球上演。中国微短剧，正快速走向海外并占据海外微短剧市场份额的八成以上，成为中国网络视听出海队伍中的一支生力军。

刷剧刷得“停不下来”

数字可以说明速度。《2026 中国短剧出海市场研究报告》显示，2025 年海外短剧应用累计下载量达 21.48 亿次，内购收入突破 20.58 亿美元。而全球技术市场咨询机构 Omdia 的一组监测数据更能说明其黏性：在美国市场，部分微短剧应用的日均单用户观看时长达 35.7 分钟，超过了 Netflix（奈飞）、Disney+（迪士尼+）等流媒体播放平台上的用户观看时长。

微短剧制片人林望对此并不意外，他表示：“微短剧受海外受众欢迎的核心原因是它和手机使用习惯高度契合。用户不需要专门腾出时间，等车、午休就能看完一集，这是传统剧集做不到的。”

这种契合度背后，是一套区别于传统影视的叙事语法。在海外上线的热门短剧，几乎都遵循同一个节奏：开篇几秒建立情境，几十秒推进冲突，第一集结尾必然留下一个悬而未决的“钩子”。根本来不及犹豫，下一集已经自动播放。

这一叙事手法在多种题材的微短剧中“屡试不爽”。记者观察发现，目前出海的中国微短剧主要有三类：一是将国内已验证的爆款进行配音或字幕翻译的译制剧，成本低、制作快；二是由中国制作方赴海外取景或与当地团队联合出品的本土化原创剧，用“本地面孔”承载共通的情感表达；三是近期风头正劲的 AI 剧，包括 AI 漫剧和 AI 仿真人剧。这三种形态并行推进，共同撑起了出海的内容供给。

微短剧不仅剧情节奏快，作品的生产速度同样惊人。海外短剧应用 NetShort 负责人透露，传统真人微短剧从写稿到成片上线平均耗时 3 个月，而 AI 介入后，从剧本到成片仅需 7 至 10 天，成本也大幅降低。短剧上线后，AI 投放系统会实时回传完播率、付费率等数据，快速反哺后续内容调整。再加上 YouTube、TikTok 等多平台社媒矩阵的推广，一条从内容触达到用户获取再到付费转化的链路已经跑通。

内容同质化引人忧

记者注意到，海外微短剧平台上的热门榜单每周都在更新，但细看之后总有一种熟悉的感觉——复仇或者“霸道总裁”。换了语言和面孔，故事内核几乎与前几年国内盛行的微短剧爆款一模一样。

这并非偶然。微短剧产业高度依赖数据驱动，一旦某类内容在完播率和转化率上表现突出，类似题材便会在短时间内被大量复制。尤其是早期的译制剧，本身就是把国内市场已经验证过的流行题材快速搬到海外。对平台而言，这是效率最高的打法。但从观众角度看，打开任何一个平台，看到的都是相似的故事，难免产生审美疲劳。

这种套路化的感觉不仅仅是题材带来的。微短剧的叙事结构本身也会造成一定影响。开篇即冲突、随后高频反转，高密度的节奏虽然能够迅速抓住眼球，但也极大地压缩了人物塑造与情感沉淀的空间，导致除了刺激之外的其他感觉都被弱化。

北京第二外国语学院教授、中阿文旅中心主任侯宇翔对此直言不讳：“情绪是流

量的引擎，但想要超越语言和文化差异，不能仅靠情绪刺激。这种模式会让微短剧长期停留在娱乐快餐的阶段，难以形成真正的文化影响力，也难以进入主流文化视野。”

事实上，部分出海的微短剧连有效的“情绪刺激”都做不到。业内人士谈到早期出海作品时坦言，一些作品存在明显的“翻译腔”问题，台词直译后变得生硬直白，失去了原有的情绪张力。有些“文化梗”无法被本地观众理解，传播中产生了不小的“文化损耗”。观众虽然能感受到瞬时的戏剧冲突，但过后往往不再有什么印象。

从单向输出转向在地协作

转折正在发生。2025 年在美国上线的原创微短剧《隔壁的四分卫》（The Quarterback Next Door）从现实切入，将体育元素与情感叙事相结合，在保持节奏张力的同时，花了更多篇幅去铺设人物动机与情感线索。观众不只是被冲突推着往前走，还能感受到角色为什么做出那样的选择。这部剧最终获得了国际性奖项，对习惯了以数据论英雄的微短剧行业来说，这本身就是一个信号。

两部登上海外短剧热播榜单的 AI 短剧《一步封神》（One Move God Mode）和《弃牌重生》（The Discarded Ace）也在做新的探索。前者将西方观众熟悉的希腊神话融入中式逆袭故事，并借助 AI 实现了具有强烈冲击感的视觉表达。后者则以情感表达取胜。剧中 AI 演员的语言、声音、微表情等都做得十分生动细腻，用户会不自觉地沉浸到剧情当中，而不觉得生硬和“出戏”。

这些案例说明，能被观众喜爱并记住的作品，是那些与观众建立起稳定情感连接的作品。为了实现这种连接，仅靠语言翻译远远不够。出海团队需要从创作环节就开始考虑目标市场观众的生活经验和审美偏好。东南亚市场更容易接受关于家庭关系与情感成长的叙事，欧美市场则更强调人物选择与个体价值表达。围绕这些差异进行内容定制，才能使微短剧更好地融入当地语境。

不少团队已经在行动。一些平台开始引入当地的制作团队或专家顾问，探索更贴近其文化的表达方式。还有一些公司将重心从译制剧全面转向 AI 剧。AI 剧能以更低的成本和更短的周期去试探多样化题材，为不同市场定制内容。林望认为，这类实践表明微短剧出海正从单向内容输出，转向内容生产、平台运营与在地协作联动的新模式。

从“看了就忘”向“念念不忘”升级

对外经贸大学青年教师张榆泽对行业前景的判断较为审慎：“过去微短剧出海的

高速增长主要来自市场空白与模式红利，不是真正的内容质量驱动。一旦流量见顶，问题会集中爆发。”

他的担忧不无道理。当用户新鲜感消退、市场竞争加剧，微短剧能否从“看了就忘”升级为“念念不忘”，将取决于行业能否在有限的叙事空间里，完成更丰富的情感表达、人物塑造与价值传递。

与此同时，伴随用户规模扩大与产业链延伸，制度与规范的重要性也日益凸显。中国传媒大学戏剧影视学院副教授李雨谏提醒：“微短剧作为新兴业态，其发展既要保持市场活力，也需要在规则框架内运行。遵守各国监管要求、明确平台责任、完善行业标准，是这个年轻行业走向成熟的必经之路。”

微短剧以一种前所未有的轻盈姿态进入了全球用户的日常生活，也以前所未有的速度连接了不同文化语境中的观众。眼下，它已经证明自己能够打开海外市场。接下来的问题是，当新鲜感退去、热潮退去，还能留下什么？

答案，取决于这个行业在速度之外，愿意为内容本身投入多少。（来源：光明网）

8、算力“烧钱”、回款滞后，AI 短剧靠什么拿到银行贷款?

https://baijiahao.baidu.com/s?id=1880221340612612475&wfr=spider&for=pc

屏幕上，古风主角抬眼转身，镜头平稳推进，一帧帧连贯的画面缓缓铺开。没有摄影棚，没有群演，也无需沉重的摄像器材，创作者仅在电脑前输入提示词，反复调试角色形象，通过多次生成调试完成镜头制作。一个人，一台电脑，一套 AI（人工智能）工具，即可打通一整部微短剧的生产链路。

AI 微短剧行业正迎来产能爆发。中国网络视听协会发布的 2026 年第一、二季度《微短剧创作指引》显示，上半年各平台合计上线微短剧 36.7 万部，平均每天有超过 1500 部 AI 新剧上线，AI 生成作品占比超过 74%。

借助 AI 生成工具，短剧制作端成本实现显著下降。“AI 短剧制作成本通常只有传统制作成本的十分之一。”一位 AI 短剧导演向《每日经济新闻》记者（以下简称每经记者）表示。

即便如此，算力采购、IP（知识产权）版权合作、创作人力等仍是绕不开的核心开销，而 AI 短剧行业多为轻资产运营，缺乏不动产等传统信贷抵押物，不少手握优质创

意的创作主体屡屡遭遇现金流紧张的难题。

在此背景下，银行机构正在重构文创行业授信逻辑，尝试把订单、项目合同、算力经营数据等纳入评估维度，为 AI 短剧行业破解融资难题。

告别抵押物依赖，算力、合同成为新的风控锚点

有观点认为，AI 短剧大幅降低了制作门槛，等同于实现低成本、低资金投入。但从业者的实际感受恰恰相反：一方面，AI 砍掉了实拍场景、演员、摄像器材等大额固定支出；另一方面，企业却要在算力、IP 授权等环节持续加大投入。

闹海 AI 创始人、导演王霆告诉每经记者，在 AI 短剧生产链条的各环节，成本主要来源于三方面：算力、人力、IP 授权。他进一步解释：“片子没做完，算力的成本就已经产生了。要做一些精品，可能还得再掏剧本版权和 IP 授权费。如果成立工作室，可能还会有人力成本等。”

这其中，算力在持续“烧钱”。有数据显示，一集 AI 漫剧的算力成本已从 17 元涨至 80 元~100 元，1 分钟漫剧算力成本从 100 元上涨至 200 元~300 元。对于规模化制作方，持续的算力开销带来不小的现金流压力。

作品完成上线之后，企业还要等待客户结算与平台回款。各平台结算规则不一，业内人士透露，行业回款周期多在 40 天到 60 天。

钱卡在账期里，成了行业普遍的痛点。不少中小微短剧制作公司面临现金流紧张、回款周期波动、垫资压力大等难题。而行业主体大多属于轻资产运营，缺少不动产等传统抵押物，传统信贷评估逻辑难以适配。

面对这一行业痛点，多家银行探索风控逻辑“换锚”，跳出单纯看重抵押物、历史财报的传统模式，面向 AI 内容企业的信贷创新陆续落地。

上海银行依托政银担合作机制探索破局路径。针对闹海 AI 的经营特点，该行静安支行没有沿用传统抵押授信思路，通过审阅企业上下游内容制作合同、测算应收应付周期、核实平台结算逻辑，在确认还款来源可控的前提下完成尽调上报，为企业发放 300 万元创业担保贷款，走“见贷即保”的批量备案通道提升办理时效，并叠加免担保费、财政贴息，降低企业融资成本。

稠州银行则把词元（Token）消耗纳入授信评估标尺。湖州一家依托 TikTok 开展 AI 短剧、漫剧海外发行业务的企业，拿到剧本后需要先行购买词元完成视频制作，从

制作到上架往往需要一两个月，资金投入与回款周期存在明显错配。稠州银行根据企业在手订单对应的词元消耗逐项测算，厘清单个项目的词元消耗与预期收入，将算力、词元成本作为增信参考依据，结合企业整体经营情况发放“Token 贷”，缓解企业阶段性资金压力。

OPC 创业潮起，银行为“一人公司”打开授信之门

AI 时代，“超级个体+产业生态”催生出新型创业范式，即 OPC，常被译为“一人公司”。依托 AI 工具加持，单个创作者就可以承担过去编剧、导演、美术、剪辑需要多人协作完成的诸多环节。

有 AI 内容企业负责人预测，未来三年，行业或将重构，涌现大量 3 人~5 人的“超级个体工作室”，替代过去两三百人的内容公司，成为整个内容生态的重要单元。

对许多 OPC 创业者而言，接到第一笔订单只是创业的起点。随着业务增长，AI 模型 Token 消耗、算力支出、外包服务费与项目制作成本持续攀升。项目前期就要投入制作，回款却需要等待结算周期，即便是个人创作者，同样会遭遇资金周转缺口。

在此背景下，订单履约情况、交付信誉等，逐步成为银行评估这类新型创业主体经营能力的重要考量因素。

“例如，一位 OPC 创作者过去一个月、一个季度或半年完成了多少订单，合同金额和实际回款情况如何，能否按时交付、持续获得客户合作，其算力及制作支出是否与业务规模匹配，这些数据都有可能成为了解其经营能力的重要参考。”王霆向每经记者解释。

王霆表示，闸海 AI 正发挥内容 OPC 链主企业的组织作用，依托创作工具、创业培训和项目协作，把市场需求转化为可供广大创作者参与的业务机会。他同时提到，在获得合法授权、保障数据安全并完成真实性核验的前提下，相关信息未来有望为银行的信用评价和融资服务提供辅助依据。

站在银行视角，支持 OPC 创业，也是把金融服务延伸到产业生态最为灵活的“毛细血管”。

2026 年 9 月，禾城农商银行将嘉兴市首笔 OPC 贷款投向当地一家深耕 AI 短剧创作赛道的 OPC 创业主体，30 万元信用贷款有效补齐了这家 AI 短剧“一人公司”在算力采购、内容制作、项目运营等方面的资金缺口。这笔业务背后，银行把创意潜力、产业

生态资源转化为授信依据，给“人”放款、给“创意”定价。

多地陆续出台配套政策，为 AI 短剧创业营造产业土壤。2026 年 5 月，上海正式发布 AI 微短剧“沪 8 条”，明确优质微短剧项目最高可获 300 万元奖励；自研 AI 智能体项目，可按实际研发投入的 20%享受最高 1000 万元支持，同时布局一批 AI 微短剧 OPC 创业社区。

事实上，当前 AI 短剧行业正经历从野蛮生长迈向精品化的转型阵痛。对于银行业而言，把算力、词元这类技术指标转化为可评审的信用语言，助力更多内容创作者拿到创业的第一笔资金，正是信贷风控逻辑一次值得探索的“换锚”。（来源：每日经济新闻）

9、第二十届杭州文博会 11 月 5 日开幕！前沿 AI 潮流智能硬件集中展出，汇聚近 6000 个国内外文创品牌

https://mp.weixin.qq.com/s/YINYsd4e_56buCxHd0MoNg

2026 年 11 月 5 日至 9 日，第二十届杭州文化创意产业博览会将在杭州白马湖国际会展中心启幕,本届文博会精心规划“畅想·新未来”“赋能·新消费”“弄潮·新青年”“体验·新文旅”“感知·新生活”五大主题馆，聚焦“文化‘新三样’”“文化+科技”“文化+消费”三大主线，全景式展现人工智能驱动下文化产业的新趋势、新风向与新生态。

新起点：二十而冠再出发，共谱文化发展新篇章

本届文博会恰逢第二十届这一重要节点，特别设立“创意二十载”杭州市文化产业高质量发展回顾展区，以“时光隧道”为核心叙事空间，带领观众回顾二十载创意历程。展区划分为战略跃升、支柱确立、集群成势、数实融合、出海破圈五大篇章，串联起杭州文化产业与城市共生共荣的发展轨迹。借助“琴棋书画”机器人、动态影像、互动装置等多元手段，观众得以在沉浸式体验中触摸科技赋能文化的新面貌，直观感受杭州文化产业二十年的辉煌成就。

现场同步推出“链”生万象——杭州文化“新三样”产业全景展区，完整呈现杭州在网络文学、网络影视、网络游戏三大赛道上的全产业链布局与 IP 全链条转化路径。从上游的内容原创——中国网络作家村、中国作协网络文学研究院、中国国际网络文

学周三大网文“国字号”平台，到中游的视听转化——微短剧创意村、国家（杭州）短视频基地、艺创小镇等网剧网游核心枢纽，再到下游的数字沉浸与全球传播，各环节紧密衔接、协同发力。观众不仅能见证熟悉的网文、网剧、网游 IP 如何从文字走向屏幕、走向世界，还可参与现场签售与互动打卡，直观感受杭州文化“新三样”从创意孵化到产业落地的蓬勃生机。

新引擎：数智点亮新文创，激活产业发展新动能

本届文博会紧扣“文化+科技”融合主题，聚焦人工智能、具身智能、XR 沉浸体验等前沿应用，让观众在可观、可感、可玩中感受文化产业新趋势。全球首家线下 AI 应用商店 METAI Hub 首次亮相杭州文博会，携 120 款前沿产品参展，其中 8 款为杭州首发，涵盖 AI 消费级体验、AI 具身智能互动、AI 文创融合、AI 餐饮体验等板块。启元 Q1、T1 机器人、Vbot 机器狗、xbot 冰淇淋机器人、星世线 3D 打印鞋等前沿 AI 潮流智能硬件集中展出。观众可在现场与机器人对弈、指挥机器狗完成指定动作、品尝机器人制作的冰淇淋，感受 AI 从概念展示走向可触可感的互动体验。

浙江大学“文化+科技”展区将展示在具身智能领域和优秀中华传统文化传承中的最新标志性成果：“和璇”机器人乐队、ZJUNlict 小型足球机器人战队、自适应机器人 Rizon 拂晓等已从实验室走向生活中的舞台、赛场和家庭，集中呈现具身智能在未来生活中的落地与应用。以数字化手段展示“中国丝绸艺术大系”部分内容，并围绕吴越国丝绸与服饰最新研究成果，展现吴越国复原丝绸与服饰，邀你开展一次穿越千年的对话。中国美术学院“寻窟 XUNKU”展区以“数字文明现场”为主题，让千年石窟与 AI 相遇。观众可通过全景沉浸电影与智能交互装置，穿行于虚实交融的数字洞窟，在光影与互动中感受古老文化焕发的当代生命力。南宋主题 XR 沉浸展区《山海宋》首次数字化还原南宋西湖，观众佩戴 XR 设备“穿越”回八百年前的临安城，泛舟湖上、漫步街市；《寻梦巨龙》沉浸式博物馆球幕科普展区开启侏罗纪探险，让大小朋友在震撼视听中重返恐龙时代。

首次设置 OPC 文创智造展区，将一站式呈现杭州文创 OPC 全景。十余家 AI 内容工场、AI 造物空间、AI 智能体等赛道 OPC 企业携代表产品参展，观猹、鸿鹄汇、容量短剧等 10 家 OPC 生态平台与链主企业参与共创，联动中国美术学院国家大学科技园数字印艺实验室打造 OPC 智造工位，通过 AI 虚实融合柔性智造软硬件系统赋能，覆盖多品

类文创场景应用示范。

此外，上城、拱墅、西湖、滨江、萧山、余杭、临平、钱塘八区组织文化“新三样”头部企业集中参展，通过精品展映、场景呈现、数字互动等形式，集中展示杭州在文化“新三样”产业及科技赋能领域的领先成果。

新视界：足不出户游世界，共绘文明互鉴新图景

本届文博会延续国际化办展特色，参展主体更加多元。目前，已吸引来自法国、意大利、英国、西班牙、丹麦、瑞士、土耳其、埃及、泰国、波兰、韩国等 40 余个国家，以及意大利国家手工业与中小企业联合会、泰国创意经济促进办公室等近 10 个国际组织和知名跨国企业参与，汇聚近 6000 个国内外文创品牌，让观众足不出户即可开启一场跨越国界的文化漫游。

2026 年适逢中埃建交 70 周年，本届文博会特别策划“黄金面具下的少年法老”展区，该展区为全球首发，通过复刻少年法老图坦卡蒙加冕典礼所用的权杖、王冠等道具，结合投影交互空间、莎草画定制等互动体验，引领观众沉浸式感受 3300 年前的古埃及生活日常，以文明对话致敬两国深厚友谊。精心打造的“世界花园”——国际生活美学展区整体采用法国治愈系插画艺术家的创作元素，从空间布景到视觉设计均充满浪漫气息，随手一拍皆是风景，必将成为本届文博会的热门打卡地。世界著名植物园之一、英国皇家植物园邱园携多款特色文创首次亮相杭州文博会，并配套品牌快闪、主题沙龙、手作体验及音乐表演等环节。

“2026 匠心视界——‘一带一路’国际文化艺术产业对接交流展区”重点策划中波主题展区与“环球灵感”国际手工艺街区，紧扣中波建交 77 周年及全面战略伙伴关系建立十周年契机，整合波兰文化展示、波兰艺术家专题个展、中波非遗共创展及国际手工艺非遗街等多元内容。波兰剪纸与琥珀首饰艺术家专题个展将首次在杭州与观众见面；中波艺术家跨国跨界共创的大型实体剪纸展《纸上马帮》亦将在杭州迎来首展。

新体验：场景焕新引潮流，释放文化消费新活力

本届文博会持续丰富展陈场景，以“场景+体验”深度融合激发文化消费新动能。“县域手工艺专区”以“方圆几里”为主题，聚焦中国县域民艺的当下现场，自然造物等品牌组成“民艺天团”，共同打造“造物集&中国礼物”特展；始创于 1875 年的

中华老字号王星记携多件馆藏经典代表作及折扇产品亮相；榫卯文创品牌晚峰超大型装置“杭州西湖亭”首次杭州线下展出。云南通海、华宁、建水以“滇南有手艺”联合参展，让观众在杭州即可领略西南边陲的手工魅力。“未定义”手工艺市集迎来 3.0 版本，汇集 70 余个手工艺品牌与匠人，全展期提供拓印、宋锦、螺钿、漆艺等非遗工艺体验活动。

国际潮玩设计展区以“萌力场”特展形式呈现，集结萌牙怪兽、星星邮寄、萌工厂、爱心小飞象等新锐厂牌及 40 余家人气潮玩品牌；热门动物 IP“RUA RUA PANDA”海外限定款限时国内首发，打造集展示、互动、体验、打卡于一体的沉浸式潮玩空间。“纹故知新·西湖”杭州纹样专题展区以西湖传统纹样为文化内核，融合纹样数字互动、纹样主题商店、手作工坊等多元板块，展现千年纹样文脉。

插画艺术展区以“软着陆”为年度命题，汇聚 70 余位插画艺术家参展联动，设置《盛开即存在》《人间的小事》两大特展——一个以自由色彩盛放生命状态，一个以丰子恺真迹回望人间温度，并打造大型沉浸式氛围打卡装置，以童话森林式的柔软场景安放每一位到访者，以治愈系艺术回应“情绪价值消费”新趋势。敦煌文创结合数字技术与当代生活美学，呈现集产品、体验、互动于一体的主题展馆。杭州工艺美术博物馆、西泠印社等文化机构携手亮相，以馆藏文物为原型开发联名文创、互动体验项目。山西、江西、重庆、宁波等省市将携特色文旅产品参展，临安、富阳、桐庐、淳安、建德等杭州区县代表企业也将集中亮相，以多元地域文化丰富当代生活图景。

新格局：顺势而为抢先机，抢占产业发展新机遇

本届文博会紧扣“十五五”开局之年文化产业高质量发展主线，持续深化“思想的文博会”定位，推动文化洞察从理念走向实践、从内容走向产业。展会汇聚中国人民大学、中国网络作家村、北京清科、美团研究院、鸿鹄汇、网易、当虹科技、悠锐卡等高校智库、投资机构、创新平台及重点企业，集结行业资深力量，发布《文化“新三样”城市发展指数》等多项兼具研判深度与落地价值的重磅成果，推动文化从“被看见”走向资本视野、消费场景和全球市场，实现从“思想发声”到“产业发力”的跨越。同期举办的世界手工艺创新发展对洽会等产业对接活动，将为文创产业上下游搭建全场景合作平台。

产业对接聚焦 AI 短剧、AI 影视、互动影游赛道，集聚百余家产业链标杆企业、60

余位行业领军人物，推动海内外文娱产业资源落地对接。通过“以展招商”的精准匹配，本届文博会致力于实现“办好一个展、带旺一条链、提升一个产业”的目标，让创意成果加速落地转化。

同期，“一万个回答·AI 文化造物黑客松活动”聚焦 AIGC 技术开发与文创融合，汇聚约百名青年创作者，从传统文化、非遗技艺中汲取灵感，通过集中创作、创客交流及 Demo Show 等环节，呈现数字应用与实体造物的完整过程。“杭州故事·AIGC 视频共创计划”面向全国征集原创 AI 视频作品，优秀作品将在文博会杭州文化“新三样”产业全景展区与观众见面。

本届文博会还将积极融入杭州“演赛展商旅”联动格局。展会期间，观众可凭浙 BA 官方门票购票信息，在文博会现场指定点位兑换赠品一份（具体赠品待定），打造“看文博、观赛事、赏演出、游杭州”的多元体验，推动演艺、赛事、展会、商贸、文旅深度融合，助力杭州加快打造国际“赛”“会”之城和国际消费中心城市。

金秋有约，盛会如期。第二十届杭州文博会将于 11 月 5 日启幕，电子门票销售于 10 月 22 日正式开启。杭州文博会组委会诚邀国内外业界人士、专家学者、文创爱好者与广大市民群众相聚杭州白马湖国际会展中心，共赴文化之约，共赏创意之美，共见向新之力。（来源：每日商报）



【三】案例解析

1、上海首例：“克隆”《原神》63 款角色声音提供 AI 变声服务，人民法院判了

https://mp.weixin.qq.com/s/cr-kf07KznVYQgB699whcw

近日，上海市浦东新区人民法院（以下简称浦东新区人民法院）审结了一起因擅自使用知名网络游戏角色声音提供 AI 变声服务引发的著作权侵权及不正当竞争纠纷案。据悉，这是上海首例涉 AI 声音仿冒不正当竞争案。

【案情简介】

原告上海某科技有限公司（以下简称某科技公司）是知名游戏《原神》的运营主体，享有该游戏在中国大陆的知识产权及维权权利。涉案游戏自上线以来屡获国内外知名奖项，具有极高的知名度和影响力，其中所用角色形象及声音极具辨识度，深受玩家喜爱。

被告上海某信息技术公司（以下简称某信息公司）是某 AI 变声软件的运营主体。用户安装该软件并购买其提供的声音资源包，即可在实时语音聊天中将自己的声音转变为特定音色。

某科技公司发现，某信息公司未经许可，擅自利用 AI 语音处理技术复刻了《原神》游戏中 63 款角色的声音，制作成声音资源包在其 AI 变声软件中对外销售。为推广该声音资源包，某信息公司还使用涉案游戏的角色形象和剧情动画制作、发布宣传视频，改编该游戏角色形象作为其声音资源包头像，并提供游戏角色的台词原声用作试听。

某科技公司认为，某信息公司实施的上述行为不仅侵犯其就涉案游戏享有的著作权，也构成仿冒混淆的不正当竞争行为，故起诉至人民法院，诉请判令某信息公司停止侵权行为，并赔偿经济损失及维权合理开支 500 万元。

某信息公司辩称，只有具备显著特征、能够被直接识别的特定自然人声音方可受到法律保护，而《原神》游戏角色声音不在此列。涉案 AI 变声软件作为一款通用型语音处理工具，旨在为用户的社交互动提供音色变换和隐私保护功能，不仅不会干扰游戏的正常运营，反而能增强游戏内用户语音交流的趣味性。此外，其研发的人工智能语音处理技术具有多种应用场景，为推动该项技术发展，有必要对大模型数据输入、数据训练等行为采取相对宽松包容的态度。

【法院裁判】

浦东新区人民法院审理后认为，关于著作权侵权，涉案游戏的角色形象属于美术作品，整体连续游戏画面属于视听作品。某信息公司未经许可使用这些游戏角色形象和剧情动画，构成著作权侵权。

关于不正当竞争行为，涉案游戏经过长期运营，游戏角色声音已成为相关公众识别该游戏的核心听觉标识，属于某科技公司有一定影响商业标识的组成部分。某信息公司未经许可利用 AI 技术批量复刻该游戏角色声音用于经营变声服务，并通过改编角色头像、提供原声试听等方式实施整体仿冒行为，主观上具有攀附涉案游戏知名度的故意，客观上足以使相关公众误认为其提供的涉案游戏角色变声服务与某科技公司存在授权开发等商业关联。该行为已经超出经营者利用 AI 技术复刻、使用他人声音的合理范畴，构成不正当竞争。

综上，浦东新区人民法院依法判令某信息公司立即停止著作权侵权及不正当竞争行为，并结合涉案声音资源包销售情况，判决其赔偿某科技公司经济损失及维权合理开支 75 万元。

【法律提示】

AI 技术的迭代发展，使声音“复刻”得以成为现实。如何有效保护声音权益，也成了 AI 技术发展过程中无法回避的法律问题。

前不久，最高人民法院发布的《关于依法审理涉人工智能纠纷案件的意见》明确要求依法规制利用人工智能的侵权行为，包括“AI 换脸拟声”等利用生成式人工智能侵害人格权益的行为，以及利用人工智能技术实施的不正当竞争行为。

本案作为上海首例涉 AI 声音仿冒不正当竞争案，明确具有识别性的游戏角色声音可受《中华人民共和国反不正当竞争法》（以下简称《反不正当竞争法》）保护，并在此基础上进一步厘清经营者通过 AI 语音处理技术提供变声服务的合法性边界。

一、AI 变声应以“不混淆”为边界

经营者利用 AI 技术进行声音模仿，应当尊重他人声音权益，不得侵害自然人对具有个人特征声音享有的人格权益，也不得侵害其他经营者对声音标识享有的竞争利益。

本案中，涉案游戏角色声音不仅是其作为视听作品的表达元素，也是相关公众识别该游戏来源的核心听觉标识，属于原告有一定影响的商业标识的组成部分，受《反不正当竞争法》保护。被告在其运营的 AI 变声服务中精准复刻涉案游戏角色的定型配音，并搭配涉案游戏元素进行整体性商业运营，相关行为足以使公众误认为其提供的

变声服务系《原神》游戏的衍生服务，或误认为存在授权开发等商业关联关系，因此构成仿冒混淆的不正当竞争。

需要指出的是，人工智能技术的发展应当得到鼓励，人工智能产业的经营创新应当予以肯定，但人工智能生成物投入市场经营活动，也应恪守法律法规及市场准则。本案裁判明确技术本身不能成为侵权的免责理由，通过司法裁判的矫正作用，引导人工智能企业以自主创新构建竞争优势。

二、审慎平衡知识产权保护与技术创新

当前，人工智能已经成为新一轮科技革命和产业变革的重要驱动力量。对于人工智能企业开展的技术创新与产业创新，应当以包容审慎的态度平衡权益保护与技术产业发展。

本案中，被告研发的 AI 语音处理技术除用于涉案 AI 变声服务外，在语音转换、虚拟人声等领域的创新应用也已初见成果。因此，AI 语音处理技术的使用是否合法，需要结合其使用目的、使用场景和使用结果等多重因素具体判断。本案认定被告提供涉案 AI 变声服务构成不正当竞争，意在禁止其不正当地攀附其他经营者已形成的商誉，并非对变声服务这一新兴经营模式的一概否定。

本案裁判亦划定清晰边界：经营者可以借鉴通用发声方式、基础声线特征等方式进行合理的声音模仿，既为 AI 语音处理与大模型语料训练预留了必要的创新空间，也为社会公众正常创作、合理模仿保留了一定的自由空间，生动践行了人工智能“发展与安全并重、促进创新与依法治理相结合”的政策理念，并为人工智能领域治理规则完善提供了司法实践样本。（来源：上海高院公众号）

2、〝瑕疵授权〞，引发微短剧侵权之争

https://mp.weixin.qq.com/s/om0nvffAhpevCGMQZknubw

拿到版权许可协议，上线分发微短剧，结果却被真实权利人起诉要求赔偿？这是不少微短剧平台方正面临的困境。近年来，微短剧以短平快的节奏、高密度的剧情反转等特点受到广大网友青睐。AI 技术引入后，剧本价值凸显，版权交易、联合出品的项目数量激增。部分市场主体混淆制作方与著作权人身份，在并未掌握完整著作权的情况下，对外出售、许可微短剧版权，形成大量“瑕疵授权”。近日，福建省厦门市思明区人民法院审结一起知识产权合同纠纷案，支持被授权方在对外赔付之后，依据

合同向原本向其交付“原创剧本”的瑕疵授权方追偿损失，为微短剧版权交易敲响警钟。

【案情简介】

2023 年 10 月 7 日，甲公司与乙公司签订《联合出品合作协议》，共同投资拍摄某微短剧。协议明确约定，案涉微短剧全部完整著作权归属于出资方乙公司，甲公司仅负责前后期制作，无权擅自对外授权使用该剧。

然而，甲公司并未遵守约定。2024 年 6 月，甲公司在未征得乙公司同意的情况下，擅自将剧本对外转让，与丙公司签署《版权许可协议》，对外承诺自身拥有案涉微短剧合法完整著作权及转授权，将案涉微短剧许可给丙公司及其多家关联公司使用，同时合同约定，若因授权内容侵害第三方权益，由甲公司赔偿全部损失。

拿到授权之后，丙公司与丁公司等四家关联主体合作，根据剧本完成了拍摄，并将成品微短剧投放在某平台小程序剧场向公众提供播放服务。

真正的著作权人乙公司发现该作品未经其许可被擅自拍摄传播后，向法院提起侵害作品信息网络传播权诉讼。法院生效判决认定甲公司属于无权处分，授权行为对真实权利人不产生法律效力；丙公司、丁公司等构成侵权，判决各主体分别赔偿经济损失及合理开支 12000 元，并各自承担案件受理费 1466 元。

判决生效后，丁公司与丙公司等关联公司实际履行赔付义务，累计支付款项合计 41864 元。为统一维权，丙公司等关联公司将自身基于《版权许可合同》对甲公司享有的损失追偿债权，全部转让给丁公司，并且完成债权转让通知送达。丁公司于 2026 年 5 月向厦门市思明区人民法院提起合同之诉，请求判令瑕疵授权方甲公司赔偿全部对外赔付损失 41864 元。

【法院裁判】

庭审当天，原告丁公司的委托诉讼代理人到庭参加诉讼；被告甲公司未到庭，未提交答辩意见及证据，视为放弃抗辩、质证权利。

法院认为，本案虽然源于著作权侵权纠纷，但本次诉讼属于合同追偿纠纷，庭审过程中，法庭围绕瑕疵授权情形下，许可方应当承担何种合同义务；关联公司债权转让后的追偿权是否合法有效等法律问题进行了庭审调查。

原告丁公司主张，依据双方签署的《版权许可协议》，甲公司作出权利无瑕疵保证，现因其无权处分的违约行为，造成多家关联公司对外承担侵权赔偿责任，现受让全部债权，有权要求甲公司赔付全部实际损失。

法院经审理查明，案涉《版权许可协议》系双方真实意思表示，内容不违反法律强制性规定，合法有效。合同明确约定，甲公司应当保证授权作品权属完整，不会侵害第三方合法权益，若引发第三方纠纷，需要赔偿被授权方全部损失。

法院认为，结合前案生效裁判确认的事实，甲公司仅承担微短剧制作工作，根据联合出品协议并不享有案涉微短剧著作权，属于无权处分，其对外的授权不能对抗真实著作权人，直接造成被授权的多家关联平台被判决承担侵权赔偿责任，已经构成合同违约。

同时，丙公司等关联公司与丁公司签署《债权转让协议》，把对甲公司的损失追偿债权全部转让给丁公司，债权转让通知已经有效送达债务人甲公司，债权转让发生法律效力，丁公司取得完整追偿权利。

据此，思明区法院作出判决：被告甲公司于判决生效之日起十日内向原告丁公司赔偿损失 41864 元。若逾期履行给付义务，还将依法加倍支付迟延履行期间的债务利息，案件受理费由被告甲公司负担。

【法律提示】

本案清晰区分了“对外侵权责任”和“对内合同违约责任”：被授权平台即便基于许可合同取得授权，该合同约定只能约束签约双方，无法对抗真实著作权人。一旦授权存在权属瑕疵，平台方需要先行对外承担著作权侵权赔偿，之后再回过头起诉授权方追偿，整个过程耗时耗力，还会面临授权方没有财产可供执行的商业风险。

微短剧作为新兴消费业态，本身属于合法娱乐消费模式，之所以纠纷频发，主要问题来自其经营模式中忽略了对知识产权合法性的审查。在 AI 技术日益普及的情况下，演员、道具、场地等传统因素对作品成功的影响越来越小，剧本已经成为微短剧行业的核心竞争力，其著作权的价值日益提升。未经权利人授权，未支付许可使用费用拍摄影视作品，不仅触犯了《中华人民共和国著作权法》，还违背诚实信用原则，不符合社会主义核心价值观，应当坚决抵制。

法官结合本案对微短剧行业作出提示：一是联合出品模式下，著作权归属以书面合作协议为第一判断标准。承制、参与拍摄不等于拥有著作权。很多制作方误以为参

与拍摄就掌握版权，但联合出品协议可以直接约定全部著作权归属于出资方，此时制作单位没有对外转授权资格，不可以擅自售卖、许可微短剧版权，否则就构成无权处分，既要面对真实权利人的侵权追责，又要向被授权方承担合同违约赔偿责任。

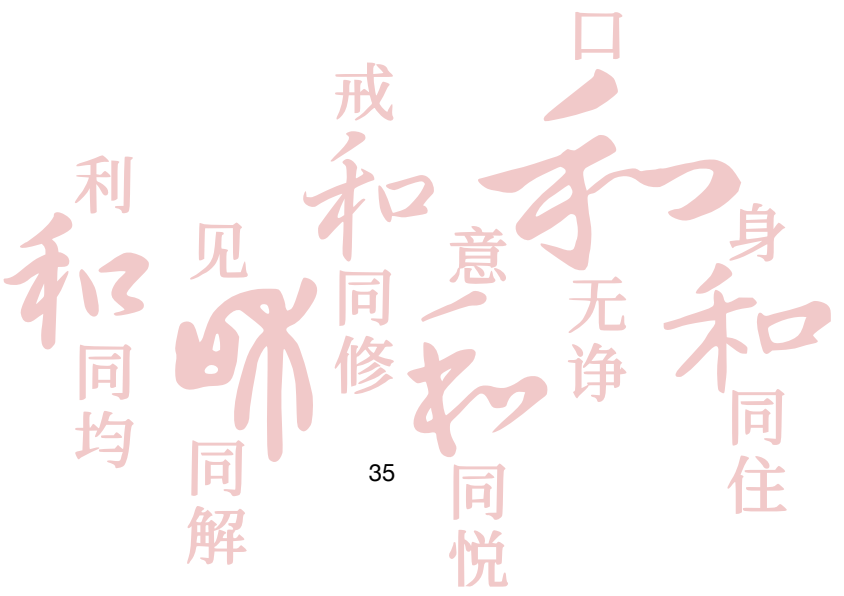
二是版权被授权方不可迷信授权方单方出具的权利保证承诺，必须做实版权尽职审查。采购微短剧版权时，不能仅审阅一份授权书，应当要求交易对手完整提供上游权属证据，包括联合出品协议、原始权属文件、逐层转授权链条，逐条核验著作权人、授权范围、授权期限、转授权权限，并且完整留存全部权属材料。即便合同写好了瑕疵担保赔偿条款，也不等于可以高枕无忧。发生侵权诉讼，平台依旧要先对外赔钱，后续追偿存在不确定性。

三是关联公司之间的损失追偿可以通过债权转让实现统一维权。多家关联公司因为同一份瑕疵授权遭受损失，各个受害主体都单独享有向授权方主张违约赔偿的请求权；各方可以签署债权转让协议，将全部追偿权利集中转让至其中一家主体，完成对债务人的通知后，由该主体以自己名义提起诉讼，减少重复诉讼，提升维权效率。

四是分清两种法律后果：无权处分的授权，对真实著作权人无效，但是许可协议在签约双方之间依然具备合同效力。真实权利人可以直接起诉传播平台停止侵权并索赔；而被授权平台在赔付之后，可以依据许可合同向瑕疵授权方主张违约责任。

微短剧行业版权流转频繁，版权风险埋藏在合作协议、授权链条的每一处细节。无论是出品方、承制方还是采购分发平台，都应当树立完整的版权风控意识。切莫仅凭口头沟通、单方承诺就开展版权交易，把权属核查前置到签约环节，才能规避连环诉讼的商业风险，守护微短剧新兴行业健康有序发展。（来源：人民法院报）

★ **【本期由六和周寅子律师整理制作、陈婷婷律师编辑】**



❖ 【六和律所文化产业(短剧)团队介绍】



刘成林律师

高级合伙人



泮美丹律师

合伙人



张敏律师

高级合伙人



崔晓丽律师



朱玲玲律师



陈乐律师



陈婷婷律师



韩旭律师



周寅子律师



金珊珊律师