



和
身和同住
口无净
意和同悦
戒和同修
见和同解
利和同均

六和律所文化产业（短剧）半月刊

2025年3月下（3.16-3.31）

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、湖州、嘉兴、衢州、舟山、义乌等地设有分所，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；连续多年获著名法律评级机构钱伯斯《亚太法律指南》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；获评IFLR1000中国浙江地区金融和企业领域领先推荐榜，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。在全省一千七百多家律师事务所中，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800余名，其中总所执业律师300余名，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、数字与网络信息等十一大业务部门和四十七个专业组，及合规研究中心、海事海商研究中心、家族财富管理与传承法律服务中心、合法性审查评估研究中心等4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”。

导读

❖ 政策法规

- 1、《国务院关于涉外知识产权纠纷处理的规定》
- 2、国家互联网信息办公室、公安部联合公布《人脸识别技术应用安全管理办法》
- 3、《网络表演（直播与短视频）主播职业能力划分要求》团标发布

❖ 行业资讯

- 4、2025 上海微短剧大会：“繁花”绽放，打造“爆款”
- 5、上海首创“微短剧专板”，微短剧将成为可量化、可流通的金融资产
- 6、即时响应机制服务“六小龙” 国家知识产权局点赞杭州这一做法
- 7、中国网络视听发展研究报告在成都发布 我国网络视听用户规模达 10.91 亿人
- 8、“让去年顶配成今年标配”微短剧进入“精耕时代” 打造系列 IP 成为行业共识
- 9、中国微短剧乘风出海 国际传播破局创新
- 10、中国科幻产业连续两年破千亿元
- 11、213 个剧组入驻 浙江南浔打造长三角微短剧集聚地
- 12、中新网评：AI+“Z 世代”，助力国际传播“破壁”“共情”
- 13、游戏厂商在 AI 赛道一路狂飙 AI 有望进一步打开游戏付费空间
- 14、非遗跨界游戏焕发新机，祖龙娱乐领航文化出海
- 15、每经品牌观 | 企业家 IP 为什么崛起

❖ 案例解析

- 16、杭州互联网法院发出首份涉生成式人工智能司法建议书
- 17、入库参考案例解读：AI“偷”走你的声音怎么办？

【一】政策法规

1、《国务院关于涉外知识产权纠纷处理的规定》

https://www.gov.cn/zhengce/content/202503/content_7014486.htm

国务院总理李强日前签署国务院令，公布《国务院关于涉外知识产权纠纷处理的规定》（以下简称《规定》），自2025年5月1日起施行。《规定》共18条，主要包括以下内容：

一是加强服务。明确国务院有关部门加强国外知识产权信息查询服务和预警，健全涉外知识产权纠纷处理指导工作机制和工作规程，为纠纷处理提供应对指导和维权援助。同时，支持商事调解组织、仲裁机构参与涉外知识产权纠纷解决，加强律师事务所、知识产权服务机构等涉外知识产权服务能力建设，为公民、组织提供高效便捷的涉外知识产权纠纷解决途径以及涉外知识产权相关服务。

二是加强企业能力建设。要求企业增强法治意识，建立健全内部规章制度，加强知识产权人才储备，强化知识产权保护和运用，积极维护自身合法权益。同时，要求国务院有关部门围绕涉外知识产权纠纷重点领域和关键环节，面向企业开展宣传、培训，结合典型案例介绍依法处理涉外知识产权纠纷的经验和做法；支持企业设立涉外知识产权保护维权互助基金，鼓励保险机构开展涉外知识产权相关保险业务。

三是规制境外调查取证。明确在我国境内送达文书、调查取证应当依照我国缔结或者参加的国际条约以及法律规定办理；向境外提供证据或者材料的，应当遵守保守国家秘密、数据安全等法律、行政法规规定，依法须经主管机关准许的，应当履行相关法律程序。

四是反制不公平待遇。明确对未给予我国公民、组织国民待遇，或者不能提供充分有效的知识产权保护等，国务院商务主管部门可以依法进行调查并采取必要的措施；对外国国家以知识产权纠纷为借口对我国进行遏制、打压，对我国公民、组织采取歧视性限制措施等，国务院有关部门可以依法采取相应反制和限制措施。（来源：中国政府网）

2、国家互联网信息办公室、公安部联合公布《人脸识别技术应用安全管理办法》

https://www.cac.gov.cn/2025-03/21/c_1744174262156096.htm

近日，国家互联网信息办公室、公安部联合公布《人脸识别技术应用安全管理办法》（以下简称《办法》），自2025年6月1日起施行。国家互联网信息办公室有关负责人表示，人脸识别技术应用与人脸信息安全紧密相关，受到社会各方高度关注。为了规范应用人脸识别技术处理人脸信息活动，保护个人信息权益，国家互联网信息办公室、公安部联合出台《办法》，对应用人脸识别技术处理人脸信息的基本要求和处理规则、人脸识别技术应用安全规范、监督管理职责等作出了规定。

《办法》明确了应用人脸识别技术处理人脸信息的基本要求。应用人脸识别技术处理人脸信息活动，应当遵守法律法规，尊重社会公德和伦理，遵守商业道德和职业道德，诚实守信，履行个人信息保护义务，承担社会责任，不得危害国家安全、损害公共利益、侵害个人合法权益。

《办法》明确了应用人脸识别技术处理人脸信息的处理规则。一是应当具有特定的目的和充分的必要性，采取对个人权益影响最小的方式，并实施严格保护措施。二是应当履行告知义务。三是基于个人同意处理人脸信息的，应当取得个人在充分知情的前提下自愿、明确作出的单独同意。基于个人同意处理不满十四周岁未成年人人脸信息的，应当取得未成年人的父母或者其他监护人的同意。四是除法律、行政法规另有规定或者取得个人单独同意外，人脸信息应当存储于人脸识别设备内，不得通过互联网对外传输。除法律、行政法规另有规定外，人脸信息的保存期限不得超过实现处理目的所必需的最短时间。五是应当事前进行个人信息保护影响评估，并对处理情况进行记录。

《办法》明确了人脸识别技术应用安全规范。一是实现相同目的或者达到同等业务要求，存在其他非人脸识别技术方式的，不得将人脸识别技术作为唯一验证方式。国家另有规定的，从其规定。二是应用人脸识别技术验证个人身份、辨识特定个人的，鼓励优先使用国家人口基础信息库、国家网络身份认证公共服务等渠道实施。三是任何组织和个人不得以办理业务、提升服务质量等为由，误导、欺诈、胁迫个人接受人脸识别技术验证个人身份。四是在公共场所安装人脸识别设备，应当为维护公共安全所必需，依法合理确定人脸信息采集区域，并设置显著提示标识。

任何组织和个人不得在宾馆客房、公共浴室、公共更衣室、公共卫生间等公共场所中的私密空间内部安装人脸识别设备。五是人脸识别技术应用系统应当采取数据加密、安全审计、访问控制、授权管理、入侵检测和防御等措施保护人脸信息安全。

《办法》明确了监督管理职责。个人信息处理者应当在应用人脸识别技术处理的人脸信息存储数量达到10万人之日起30个工作日内向所在地省级以上网信部门履行备案手续。网信部门会同公安机关和其他履行个人信息保护职责的部门，建立健全信息共享和通报工作机制，协同开展相关工作。《办法》同时对违反《办法》规定的法律责任、相关术语的含义等作出了规定。（来源：中华人民共和国国家互联网信息办公室网站）

3、《网络表演（直播与短视频）主播职业能力划分要求》团标发布

https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzU2MTA2MDI5OA==&mid=2247489264&idx=1&sn=1bcd493007ce165c3593669d8d22b9de&chksm=fc7fd655cb085f4353b16739319cbb2b5b828f0ee5c0a9acaba93573a4970ec01c5fd4d46741&scene=27

为贯彻落实《国家标准化发展纲要》“大力发展团体标准”的相关要求，充分发挥标准化对行业高质量发展的引领和支撑作用，中国演出行业协会按照《文化和旅游标准化工作管理办法》《网络主播行为规范》等相关规定，在主管部门的指导下，组织网络表演领域相关会员单位起草《网络表演（直播与短视频）主播职业能力划分要求》（T/ZGYC 007—2025）团体标准，近日该标准正式对外发布。

作为国内首个网络表演主播职业能力评价标准，《网络表演（直播与短视频）主播职业能力划分要求》（T/ZGYC 007—2025）首次构建起涵盖知识、技能、品德的评价模型，为主播职业发展提供科学指引，持续推进网络主播行业进入高质量发展新阶段。

《要求》明确以月均开播 30 小时+，或直播作为主要收入来源，作为"职业主播"认定标准，建立阶梯式培养体系。职业主播划分为三个等级：

初级主播：需掌握基础设备操作与平台规则，具备基本互动能力；

中级主播：要求独立完成复杂内容创作，具备千人直播间运营经验；

高级主播：需参与行业标准制定，具有万人直播间管理能力及国家级活动经验。

标准从知识体系、技能要求、品德信用三个维度将职业主播评价立体化。

知识体系：涵盖法律法规（如《网络主播行为规范》）、专业技能（运镜/剪辑）、艺术理论等；

技能要求：设置表演、营销、心理等 12 项核心能力指标；

品德信用：建立"一票否决"机制，严重违法失信人员无法参与评价，同时将未成年人保护、诚信记录纳入考评；

对优质主播，将引导平台和 MCN 机构提供分级资源扶持，主播凭资质获取商业合作优先权等三方协同形成合作机制。中国演出行业协会将继续推动标准与职业技能评价接轨，积极探索主播职业化发展路径，助力新型数字职业人才培养。（来源：中国演出行业协会）



【二】行业资讯

4、2025 上海微短剧大会：“繁花”绽放，打造“爆款”

<https://www.shanghai.gov.cn/nw31406/20250321/15dd579bbaf1495cbcb53252f5d98754.html>

为全面梳理、展示上海市微短剧产业优秀成果，发挥上海视听产业优势，搭建促进微短剧产业新质发展的国际交流平台，树立行业品质标杆，推动微短剧产业精品化、规范化发展，2025 上海微短剧大会于 3 月 20 日在上海展览中心举办。

本次大会以“焕新视界 全球机遇”为主题，聚焦微短剧产业品质视听、创新增长、全球机遇等议题，旨在致力于搭建促进微短剧产业新质发展的国际交流平台，发挥上海视听产业优势，与来自全球及全国的微短剧产业链环节的各类机构共同交流，探讨微短剧精品发展，推动微短剧赋能千行百业，助力微短剧全球化发展。

上海市文化和旅游局党组成员、副局长，上海市广播电视局副局长、一级巡视员罗毅在大会上发布了《2024-2025 上海微短剧发展白皮书》，他表示目前上海基本形成了“三核联动、多点支撑、成片发展”的产业格局。上海微短剧行业产值平稳上升，达 70 亿左右；产量持续增加，去年上海出品微短剧近 2000 部，推出了《少爷和我》《授她以柄》《大妈的世界贺岁篇》等一批精品短剧；供给明显增长，去年上海微短剧平台共上线微短剧约 30000 部；微短剧已成为推动上海网络视听产业高质量发展的重要增长极。



为进一步响应广电总局实施的“微短剧+”行动计划，支持上海微短剧产业做大做强，今年上海将继续统筹设立约 5000 万的扶持资金，对质量精优的入选项目加大支持力度，为入选的每个项目提供最高不超过 300 万元资金扶持；并提供创作辅导、流量扶持、评奖评优、文艺评论、宣传推广等一揽子政策扶持。

大会发布的“品质东方——微短剧融合传播品质指数”基于大屏用户收视次数和网络端播放次数两大核心数据指数加权计算，综合衡量作品在电视大屏与互联网平台跨媒介生态中的传播效能与内容价值。根据该指数推荐出 8 部特别品质剧作将在当晚的“2025 年微短剧盛典”上呈现。

澎湃新闻联合华策影视、七猫文化传媒、上影文化科技、咪咕数媒、九州文化、听花岛、容量短剧等合作伙伴，共同发布了精品微短剧“百剧共创”品牌项目，设立首期 6000 万元的启动资金池，投入价值 1 亿元的宣传资源，在三年内孵化 100 部题材多样、制作精良的微短剧。七猫将投入至少 1.5 亿元用于微短剧创作，启动“剧本征集计划”，设立数百万奖金池，诚邀创作者共同把七猫热门小说改编为优质剧本。（来源：上海市人民政府）

5、上海首创“微短剧专板”，微短剧将成为可量化、可流通的金融资产

https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_30419523

在数字内容产业蓬勃发展的浪潮中，上海再次以创新举措引领全国。近日，上海技术交易所宣布正式设立“微短剧专板”，这一举措不仅标志着微短剧产业的版权价值和 IP 价值首次获得金融市场的系统性认可，更被视为上海推动文化科技融合、赋能实体经济高质量发展的关键一步。随着政策落地，微短剧产业将迎来资本化、专业化发展的历史性机遇，上海也有望借此巩固其作为全球影视创意与金融创新枢纽的核心地位。

上海此次设立“微短剧专板”，首次将微短剧版权纳入标准化金融交易范畴，通过技术交易所的平台优势，构建起“内容评估—版权质押—资本对接”的完整生态链。这意味着，一部微短剧的剧本、角色 IP、衍生开发权等无形资产，均可通过

专业评估转化为可量化、可流通的金融资产。（来源：澎湃新闻）

6、即时响应机制服务“六小龙” 国家知识产权局点赞杭州这一做法

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1827841472245566357&wfr=spider&for=pc>

“杭州市知识产权保护中心出台即时响应机制，主动对接服务以‘杭州六小龙’企业为代表的初创型民营企业，在专利预审、商标预警、专利分析等方面提供支持，加快重要创新成果专利布局，助力相关企业创新发展。”在3月28日举行的国家知识产权局3月例行新闻发布会上，国家知识产权局知识产权保护司司长郭雯点赞了杭州这一做法。

郭雯介绍，国家知识产权局积极发挥知识产权对内激励创新、对外促进开放的重要作用，为民营经济高质量发展提供有力支撑。在对内激励创新方面，国家知识产权局加大对民营企业原始创新的保护力度，充分发挥国家级知识产权保护中心和快速维权中心作用，为包括民营企业在内的创新主体提供知识产权保护“一站式”综合服务，例如杭州市知识产权保护中心出台即时响应机制。

数据显示，2024年全国知识产权系统共办理专利侵权纠纷案件7.2万件，其中涉及民营企业3.7万件，占比51.4%。此外，知识产权领域“总对总”在线诉调对接工作实现31个省（区、市）全覆盖，去年，知识产权纠纷调解组织受理案件近14万件，服务民营企业15.7万家。

针对民营企业“出海”需求，国家知识产权局已在全国29个省（区、市）支持建设71家海外知识产权纠纷应对指导地方分中心、4家产业分中心。2024年累计为各类企业提供指导服务886次，帮助企业挽回经济损失141.5亿元。通过强化337调查、跨境电商诉讼、商标恶意抢注等纠纷预警机制，服务主动性和精准性持续提升。郭雯特别提到，《国务院关于涉外知识产权纠纷处理的规定》将于今年5月1日施行，国家知识产权局也将协同相关部门进一步健全涉外知识产权纠纷处理指导工作机制，为民营企业等各类创新主体出海提供有力支持。

谈及下一步工作，郭雯表示，国家知识产权局将持续加大对民营企业的知识产权维权服务力度，保护好民营企业的创新成果，制定知识产权纠纷仲裁工作有关政

策文件，鼓励民营企业通过仲裁、调解等多种方式解决知识产权纠纷，维护自身合法权益，促进民营经济高质量发展。（来源：潮新闻客户端）

7、中国网络视听发展研究报告在成都发布 我国网络视听用户规模达 10.91 亿人

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1827650903371338659&wfr=spider&for=pc>

3月26日下午，《中国网络视听发展研究报告（2025）》（以下简称《报告》）在第十二届中国网络视听大会上发布。

据《报告》显示，截至2024年12月，我国网络视听用户规模达10.91亿人，同比增长1722万人，增长率为1.6%，网民使用率达98.4%，同比增长0.1个百分点，继续保持增长态势。网络视听第一大互联网应用地位愈加巩固。

2024年，我国网络视听行业市场规模达12226.49亿元，同比增长6.1%。三四五线城市用户占比达62.0%，对网络视听应用的使用率均在99%左右，且地域层级越下沉，使用率越高。截至2024年12月，我国网络视听行业从业企业总量达75.70万家，创历史新高。其中，2024年新成立企业12.57万家，占比约16.6%。从企业规模看，微型企业约60.85万家，占比达80.4%，小型企业约11.76万家，占比为15.5%。小微企业成为吸纳就业的“主力军”“蓄水池”，也是创新生态的“毛细血管”、支撑健康发展的“基石”。

在各细分领域，短视频用户规模和使用时长仍居第一，截至2024年12月，我国短视频用户规模为10.40亿人，使用率达93.8%，连续6年保持网络视听应用细分领域第一。微短剧用户规模迅速增长，应用使用时长追平即时通讯。截至2024年12月，微短剧用户规模达6.62亿人，使用率达59.7%，较上半年提升7.3个百分点。在短视频、微短剧等新兴业态带动下，中国视听产业的全球影响力持续上升，正在成为全球视听领域的重要力量。中国视听类应用在全球影响力凸显，取得超1/4的下载量份额，并创造了近30%的营收占比。（来源：央广网）

8、“让去年顶配成今年标配”微短剧进入“精耕时代” 打造系列IP成为行业共识

<http://www.nbd.com.cn/articles/2025-03-29/3811391.html>

第十二届中国网络视听大会于3月27日至29日在成都举办。作为本次行业大会的深度合作媒体，《每日经济新闻》记者在大会现场观察到，短剧是本届大会的热门话题之一，大会多个论坛都涉及短剧相关内容。微短剧逐步从最初的野蛮生长迈向如今的精耕细作阶段，当下的微短剧已经掀起一场产业革命，更专业、更垂直、打造系列IP成为业界共识。

作为网络视音频领域规格最高、规模最大、具有“年度风向标”之誉的行业盛会，第十二届中国网络视听大会于3月27日至29日在成都举办。作为本次行业大会的深度合作媒体，《每日经济新闻》记者在大会现场观察到，短剧是本届大会的热门话题之一，大会多个论坛都涉及短剧相关内容。

在“精品微短剧创作论坛”上，国家广播电视总局网络视听节目管理司副司长杨铮用一组数据揭示行业爆发力：“2024年微短剧用户规模达6.62亿，达到这一数字，网络外卖用了12年、网约车用了11年，而微短剧仅用不到5年。”这份成绩单背后，表明微短剧逐步从最初的野蛮生长迈向如今的精耕细作阶段，当下的微短剧已经掀起一场产业革命，更专业、更垂直、打造系列IP成为业界共识。正如罗建辉所说：“微短剧虽‘微’，但格局不能小；虽‘短’，但追求必须高。”

“让去年的顶配内容成为今年的标配内容。”在微短剧内容创作的赛道上，追求精品化已成为行业共识，而立意与创新则是这场竞赛的核心驱动力。爱奇艺高级副总裁杨海涛表示，微短剧早期受单点付费（IAP）模式影响，存在“重爽感、轻逻辑”的问题。“随着会员模式和免费模式越来越成为微（短）剧播出的主要模式，用户在观看场景下更加从容，所以微（短）剧一定回归到内容创作的本质上。”

微短剧正成为产业连接超级接口，系列IP打造成为新共识。在产业融合方面，微短剧正展现出强大的潜力。杨铮明确表示：“微短剧正在从内容形态进化为产业连接的超级接口。”据介绍，2024年，“跟着微短剧去旅行”项目作品播放量超过60亿。微短剧与文旅、品牌的融合成效显著，如《我的归途有风》以四川乐山非遗美食为文化背景，成功带动当地旅游；《我和女儿做同桌》在去年“618”期间播放量达到7.4亿次，实现品牌破圈传播；《心愿照相馆》聚焦四川官塘非遗村，单集播放量突破2000万。（来源：每日经济新闻）

9、中国微短剧乘风出海 国际传播破局创新

<http://www.chinanews.com.cn/cul/2025/03-29/10391222.shtml>

随着第十二届中国网络视听大会 29 日在成都落幕，微短剧作为最炙手可热的文化现象再度引发全球关注。

据《中国网络视听发展研究报告(2025)》显示，截至 2024 年 12 月，中国微短剧用户规模已达 6.62 亿，用户日均观看时长首破 100 分钟。而在全球下载量 Top100 视听应用中，中国以 26% 的下载占比、30% 的营收贡献，将微短剧打造成文化出海的“轻舟”。其中中国微短剧应用占据八席，彰显出这一新兴业态的爆发力。

从“野蛮生长”到“精耕细作”，中国微短剧产业在两年间完成蜕变。北京交通大学视听传播研究中心主任王晓培的研究揭示“银发蓝海”：超八成中老年人每周观看微短剧，其中三成中老年人从中获得情感慰藉，“出圈”微短剧更催生出跨代际的文化对话。

中国传媒大学教授张磊用“双向赋能”解构产业变革：长视频为微短剧输送 IP 资源与创作人才，后者通过“内容衍生+用户引流+资金回笼”反哺产业链。云合数据创始人李雪琳揭示的商业模式革命更具突破性——微短剧以纯“C 端”变现模式颠覆传统，与长视频 SVIP 锁集策略形成“免费向左，付费向右”的行业现象，这种用户直连创作的模式，正在重写全球视听产业规则。

当《公主请回家》借大熊猫 IP 撬动海外市场，微短剧出海展现出“中国故事，国际表达”的智慧。中广联播音主持委员会靳智伟观察到，洛杉矶好莱坞已有传统影视人转型微短剧创作，这要求中国作品在情感共鸣与价值观层面实现“跨文化适配”。映宇宙集团副总裁兼执行总编辑黄琴团队探索的本土化路径表明，借力当地 IP 与创作团队能有效突破文化壁垒，通过“大主题小切口”叙事，将地域文化转化为全球通行的情感符号。

正如业内人士预见，中国微短剧的航程才刚刚启幕。当“轻量化创作”遇见“精品化升级”，这场视听革命或将在全球文化版图刻下更深印记。（中国新闻网）

10、中国科幻产业连续两年破千亿元

<http://www.chinanews.com.cn/cj/shipin/cns-d/2025/03-29/news1017003.shtml>

3月28日，2025中国科幻大会在首钢园开幕并发布《2025中国科幻产业报告》。据统计，2024年中国科幻产业的总营收为1089.6亿元，同2023年基本持平，且连续两年突破千亿元规模。

2024年，科幻阅读产业营收为35.1亿元，同比增长10.7%。科幻影视产业营收为67.1亿元，科幻微短剧与中短视频发展势头强劲，科幻电影节规模与影响力稳步提升。科幻游戏产业营收为718.1亿元，同比增长10.2%，电脑端和主机端科幻游戏营收增速加快，科幻游戏制作水平显著提升。科幻衍生品产业营收为25.3亿元，同比增长11%，市场呈现回暖趋势，国内原创IP逐步占据主导地位。科幻文旅产业营收为244亿元，本土主题公园科幻游乐项目较去年营收占比提升，科幻舞台剧和科幻剧本娱乐逐步迈向内容精品化与运营高端化阶段。（来源：中国新闻网）

11、213个剧组入驻 浙江南浔打造长三角微短剧集聚地

<http://www.chinanews.com.cn/cul/2025/03-27/10390163.shtml>

在长三角，火热的微短剧赛道迎来新玩家——浙江南浔，今年计划拍摄的影视剧项目达500部。

凭借独特的江南水乡文化和全域旅游资源，从微短剧《橘子汽水》到综艺《小小少年》、从电影《破毒行动》到电视剧《我叫赵甲第2》，多类型影视题材在南浔全面开花，剧组过夜超10万人次。

2024年，南浔提出打造“长三角全域片场影视基地”目标，梳理打造历史遗迹、生态景观、建筑设施等六大板块1006个拍摄点位，并搭建影视资源云上数据库。

“影视是旅游的放大器，旅游是影视的延伸线。”南浔区影视产业发展工作专班项目负责人说，当下南浔正在形成“以影带旅、以旅促影”的良性循环。作为整体被列入世界文化遗产名录的江南古镇，南浔古镇因古朴秀丽成为许多电影的取景地，如今这里已成为国内外游客选择的旅游目的地。（来源：中国新闻网）

12、中新网评：AI+“Z世代”，助力国际传播“破壁”“共情”

<http://www.chinanews.com.cn/ll/2025/03-18/10384732.shtml>

当AI科技浪潮与“Z世代”文化碰撞时，主流价值传播不再局限于传统媒体的宏大叙事，也不再盲目追逐算法平台的流量逻辑。

由中央网信办主办的2024中国正能量网络精品征集展播活动正稳步开展，作品兼具技术高度与人文温度，以“Z世代”文明对话为锚点打破国际传播中的文化壁垒。

技术赋能：突破文明壁垒，助力价值共情：技术的创新正逐步影响传统传播规律。活动作品中AI等技术的应用，突破了文明壁垒，赋予了作品更多的跨文化共情。

以《孔子神游记》为例，作品通过AI构建跨时空辩论场域，让孔子与利玛窦、伏尔泰等展开“元宇宙辩论”，让东方智慧同西方思想进行对话，拉开了一场思想碰撞的序幕，展现了东西方哲学的文化交融。作品在海外社交平台被网友点赞“创意十足”，是“AI技术发展的价值”。

作品《AI眼中的中国》系列中，双语微短剧《小小灭火剂里有中国的大担当》，以“AI+科普”形式将专业的环保知识转化为大众“秒懂”的动画，作品在海外平台引发“中国技术担当”的热议，体现了AI的“破壁力”。

AI的“共情能力”还体现在作品《筑绿中国》的2.4亿微博话题阅读量上。其破圈密码在于用AI情感计算技术捕捉护林员声纹中0.3秒的细微颤抖，将生态治理转化为“听得见心跳”的生命叙事。

技术不再是冰冷的工具，而是构建情感共同体的桥梁与纽带，一个个直观情感共鸣，胜过千篇数据报告。

圈层突围：“Z世代”助力文化破壁：国际传播中长期存在的文化折扣现象，正在被“Z世代”以文化破壁的方式逐渐消解。

以作品《谁的青春没有诗——首届国际青春诗会》为例，诗人以青春的名义跨越山海赴诗歌之约，共同谱写中外文明交流互鉴新篇，让不同文化背景下的青春之声在诗歌的海洋里偕往同行。

以《独家专访李子柒：归来依旧热爱》为例，李子柒以精美制作的视频为载体，将中国传统文化魅力传向海内外，如今重新回归的她，带着对美好生活的追求和热

爱，以自己的方式为传统文化注入年轻的血液。

随着海外受众中“Z世代”群体的占比越来越高，他们作为“文化转译者”，正用“Z世代语言”向世界生动讲述中国好故事、传递中国好声音。

价值升维：从“讲故事”到“建共识”：历届作品变化趋势告诉我们，传播的目标在于构建一个多元共享的“价值共生体”。

多个经济题材作品，以讲故事的叙事方式，将一系列中国经验转化为全球借鉴意义的方法论。这些作品用“乡村新能源革命”回应欧洲能源危机，用“银发数字经济”对话日本老龄化社会问题。这种从“讲故事”到“建共识”的升维过程，不仅彰显了中国经验的普适性，也为全球治理提供了新的思路与路径。

当然，在算法主导的时代，人性的温度才是“终极破壁器”。当技术让文化“活”起来，当“Z世代”让叙事“潮”起来，当共识让价值“留下来”，中国故事才能真正跨越文明的边界，走向世界，深入人心。

正如“AI眼中的中国”里的那对虚拟熊猫“开开”和“心心”那样，它们既是技术的结晶，更是文化的桥梁。未来，当越来越多的“开开”和“心心”带着中国智慧走向世界，我们会发现，最好的传播从来不是单向的“我说你听”，而是双向的“我们一起看见”。（来源：中国新闻网）

13、游戏厂商在AI赛道一路狂飙 AI有望进一步打开游戏付费空间

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1828066233339960198&wfr=spider&for=pc>

据媒体报道，进入2025年，国内各大游戏厂商在AI赛道一路狂飙。如今，腾讯、网易、巨人网络等多家厂商纷纷在旗下游戏中植入AI大模型，以丰富游戏剧情内容以及玩家互动。除此之外，越来越多个体研发者同样将眼光瞄准这一领域，开始利用AI工具设计研发小游戏。

开源证券指出，AI有望从开发、交互、商业化等方面重塑游戏。AI技术已广泛应用于游戏开发的各个环节，从早期的美术资源生成、代码辅助编写等辅助性工作，逐步向玩法设计、剧情架构、智能NPC等核心创意领域渗透，有望持续提升游戏研发效率，扩大内容供给。AI驱动的动态剧情生成系统能够根据玩家实时决策，自动

生成后续剧情，打破线性叙事局限，极大提升游戏重玩性，并进一步打开游戏付费空间。此外，订阅制、内购付费与广告变现等商业模式或迎来新机遇。

据财联社主题库显示，相关上市公司中：

完美世界已将 AI 技术快速应用于研发管线的多个环节中，涵盖智能 NPC、智能游戏助手、场景建模、AI 绘画、AI 剧情、AI 配音等多个方面。

巨人网络自研游戏《太空杀》所推出的“AI 残局挑战”、“内鬼玩法”由 AI 驱动。游戏中，真人玩家与 AI 玩家们进行智力较量，每个 AI 玩家的发言和决策均由大模型实时生成，具备谋略、协作、伪装等高智慧行为表现。（来源：科创板日报）

14、非遗跨界游戏焕发新机，祖龙娱乐领航文化出海

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1827814454274730588&wfr=spider&for=pc>

近日，在港上市的头部厂商祖龙娱乐（09990.HK）发布 2024 年财报，除营收、毛利同比增幅均超 25%这一亮点外，通过在游戏中创新性发展中华优秀传统文化并“出海”传播，引发重点关注。

其中，祖龙娱乐经典作品《以闪亮之名》深挖中国传统艺术的精华，将传统非遗与现代科技交融，使京剧的唱念做打、木偶戏的悬丝绝技、德化白瓷的白透质感以及柯尔克孜族刺绣的斑斓色彩等在游戏中得以完美呈现；去年新发爆品《龙族：卡塞尔之门》则与国家级非物质文化遗产金坛刻纸联动，将跃然纸上的浪漫华夏传说融合于游戏之中。

近年来，以网游、网文、网剧为代表的中国文化出海“新三样”正持续突破全球市场壁垒。其中，游戏行业率先从商品型消费向文化产品转型，用数字化的“针脚”，将中国传统文化织入全球玩家的认知图谱，成为文化出海的重要载体。据中国音数协游戏工委报告，2024 年，中国自主研发游戏海外市场销售收入达 185.57 亿美元，同比增长 13.39%，其规模已经连续五年超过千亿元人民币，触达海外数亿海外人口，已成为我国文化“走出去”的重要渠道。另据伽马数据发布的《2025 年 2 月中国游戏产业月度报告》，2025 年 2 月，中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为 107.94 亿元（15.05 亿美元），同比继续增长。

“文化元素在游戏中同样占据了举足轻重的地位。”清华大学新闻与传播学院院长聘副教授曹书乐在 2024 年度中国游戏产业年会上称，“海外玩家不仅热衷于探讨游戏策略，还自发地分享隐藏剧情、闯关心得，甚至对游戏中的文化符号进行解读和炫耀。这种文化资本的积累与展示，成为玩家之间互相区分和认同的重要方式，也彰显了游戏在文化传播中的独特魅力。”

那么，游戏行业“出海”领航文化传播的关键点在哪里？公开信息显示，国产游戏通过符号层面的设计，如游戏景观、物品、武器装备等，巧妙地融入了丰富的中国文化元素，以及将传统非遗与现代科技交融，让海外玩家感受到中式动作美学的魅力，激发了他们对中国文化的浓厚兴趣和好奇。简言之，“非遗+国风”是主要呈现形式。以祖龙娱乐为例，自 2024 年初开始创新探索“非遗文化+”，其中《以闪亮之名》首次非遗合作推出“锦绣人间”六星版本，与蜀绣国家级非遗传承人、中国首届刺绣艺术大师、中国工艺美术大师孟德芝携手，将两幅经典作品《蜀宫乐伎》和《荷花锦鲤》巧妙地融入游戏中。

利用中国文化的优势，祖龙娱乐近年在“出海”方面收获颇丰。财报显示，截至目前祖龙娱乐已在超过 170 个地区市场推出 23 款精品手游，支持 14 种语言的多个地区版本，2024 年海外收入 2.57 亿元，占比为 22.5%。去年以来，祖龙娱乐更是获评中国游戏出海最高奖项“扬帆奖”2024 十佳全球化游戏研发商。同时，凭借对非遗文化的创新性融合，《以闪亮之名》被颁发“微博年度焕新非遗传播贡献奖”，并在伽马数据发布的《2024 中国游戏企业社会责任发展报告》中荣获提名。截至去年底，《以闪亮之名》全球累计注册用户数超过 2000 万。

据中国游戏产业年会发布的《2024 游戏产业报告》，2024 年中国游戏用户规模 6.74 亿人，已连续多年增速低于 1%。用户数量见顶背景下，“出海”拓展空间是游戏企业的主流选择。“出海”过程中，通过在产品中融入更多中国元素、中国文化，讲好中国故事已成关键，这也正在被祖龙娱乐等游戏大厂所验证。可以预见，随着游戏与文化的融合不断深入，未来游戏出海将深度融入全球化趋势，从“走出去”向“走进去”“走上去”迈进。（来源：新闻晨报）

15、每经品牌观 | 企业家 IP 为什么崛起

<http://www.nbd.com.cn/articles/2025-03-30/3812023.html>

在数智化和视频化的流量时代，企业家 IP（个人品牌，或知识产权）化正在成为中国商业生态的显著现象。这段时间，海尔周云杰因“局促微笑”意外出圈，格力董明珠爆改“董明珠健康家”引发热议，余承东借刘亦菲打开“她经济”，小米雷军在武汉大学樱花树下演绎“情怀营销”……他们有的以前就是“网红”，在 IP 之路上驾轻就熟，而有的则是从幕后来到台前，另辟蹊径，以身试水，不亦乐乎。

值得追问：企业家 IP 为什么崛起？

在这场变迁中，企业家 IP 成为企业连接用户情感、传递品牌价值的核心枢纽。企业家个人品牌与企业价值的深度绑定，基于流量时代市场需求与企业家叙事共振。

首先，这当然是一场流量经济催生注意力争夺的共振，数智化和 AI 赋能又为企业家叙事提供了更多可能。没有哪个品牌，能够忽视短视频平台超过 10 亿的用户规模和仍在增长的日均使用时长。这是一个天然的流量池。企业家通过个人 IP 直接触达用户，打破了传统广告“高成本、低转化”的困境。

比如，雷军通过短视频平台分享品牌理念，仅用 27 分钟就可以售出 5 万台小米汽车，将流量直接转化为销售势能。而在数智技术加持下，雷军的小米生态、吉利的 Flyme 系统均通过个人 IP 串联起硬件、软件与场景的一体化叙事。日前，李书福通过 AR（增强现实）眼镜演讲，就展示了吉利从“造车”到“科技生态”的转型野心。京东则选择言犀数字人入驻带货，刘强东甚至亲自下场，2024 年 GMV（商业交易总额）增量突破 140 亿，战绩斐然。

同时，这也是品牌传播从“单向输出”到“双向共创”，构建信任经济的共振。传统营销的单向灌输难以满足用户参与感需求，而企业家 IP 天然具备“对话基因”。例如，周云杰邀请网友共创《海尔兄弟》续集，雷军将 SU7 颜色选择权交给用户，本质是将消费者从“旁观者”变为“参与者”。这种互动模式不仅降低了品牌传播成本，更通过情感连接提升用户忠诚度。

公众对传统广告的免疫力增强，但对“真实人格”的信任需求上升。企业家的真实感，成为拉近与用户距离的“信任货币”。他们通过分享创业故事、技术理念

甚至生活细节（如周云杰的“局促理工男”形象、雷军凌晨拍樱花照），塑造感同身受的真实感，将流量转化为品牌亲和力，从而增强用户信任。

更重要的，这是一场企业家精神与品牌经济时代的共振，公众从来没有像今天这样追崇明星企业家，中国经济也再次燃起企业家精神的燎原火种。

企业家 IP 的人格化和真实感，让公众不再仰望企业家，但他们对明星企业家的追捧到了前所未有的热度。这种追捧，不是停留在向往视频短剧那种“亿万富豪遇到我”“霸道总裁爱情故事”，更多的是社会对全新“榜样力量”的追求。

在经济高质量发展和信心重振的背景下，企业家精神显得弥足珍贵。企业家 IP 在对创业创新故事的讲述，也继续强化企业“技术驱动”的标签。比如，周云杰 36 年扎根海尔、从技术员到董事长的职业轨迹，成为海尔“工程师文化”的天然注脚。

这不是今天才发生的，但似乎在一夜之间，企业家精神与公众情绪和市场需求碰撞出了绚烂的火花。（来源：每日经济新闻）



【三】案例解析

16、杭州互联网法院发出首份涉生成式人工智能司法建议书

https://mp.weixin.qq.com/s/MGAbs9oboBX3xP_nzIz4_g

近日，杭州互联网法院审理的首例涉生成式人工智能平台输出端侵害信息网络传播权案入选 2024 年度中国十大传媒法事例。

在该案一审判决中，杭州互联网法院秉持发展与安全并重、促进创新和依法治理相结合的原则，兼顾权利保障和服务产业发展，积极推动生成式人工智能产业的健康规范发展，持续为新质生产力发展提供重要驱动力。

AI 生成奥特曼，侵权之后谁买单呢？A “3、2、1，上链接！” 看看法院怎么判？

用户生成奥特曼侵权图片，AI 平台要担责？杭州互联网法院判决解析来了！

司法建议“开良方”从源头减少侵权纠纷

【发出建议】该案一审判决生效后，杭州互联网法院向杭州某智能公司发出关于规范生成式人工智能平台健康发展的司法建议书，针对生成式人工智能业务运营中存在的问题提出意见建议，从完善“通知+必要措施”机制、加强对 LoRA 模型的平台监管、强化平台知识产权日常管理、推进人工智能合规建设和行业自律四个层面提出详细的改进建议，帮助该公司构建全面完善生成式人工智能的知识产权管理机制，引导用户生成积极健康、向上向善的优质内容，防范技术滥用带来的知识产权侵权风险，促进生成式人工智能技术规范应用，持续激发企业创新活力。

【收到回函】该份司法建议书发出一周内即得到了该公司的积极响应与反馈。该公司通过加强模型训练的审核监管、加强模型创作的技术防控、完善用户协议和规范、优化内容推荐算法等措施，进行了专项整治，并对发出的司法建议进行书面回函答复。

一关于完善平台管理中“通知+必要措施”的机制：设置显著的投诉入口；优化处理流程和反馈机制；加强对举报处理结果的反馈；设立专职团队；

二关于加强平台对 LoRA 模型监督管理的措施：加强模型训练的审核监管；加强模型创作的技术防控；完善用户协议和规范；建立明确的行为引导；加大模型分享的管理和处罚力度；

三关于强化平台内容控制和知识产权日常管理的机制：强化内容的技术风控；优化内容推荐算法；强化日常管理机制；加大对侵权行为的惩罚力度；

四关于提高企业自身合规意识和行业自律的措施：建立企业内部专项防控小组；开展全员培训；强化法务部门的支持与监督；推动行业自律和合规建设；

【典型意义】

近年来，杭州互联网法院致力于优化法治化营商环境，赋能数字经济健康发展，以司法建议“小切口”参与社会治理“大文章”，制定《关于规范和加强网络治理司法建议工作指引》，持续深化多跨协同、信息共享、闭环问效、把脉共治的司法建议工作新模式。人工智能作为新质生产力的重要引擎，不仅代表了科技的前沿趋势，更是未来经济发展的关键驱动力。以司法建议形式为AI企业“把脉问诊”，结合涉案AI平台的具体情况提出具有针对性和实操性的“良方”，有助于推动生成式人工智能平台的健康有序发展。（来源：网信浙江）

17、入库参考案例解读：AI“偷”走你的声音怎么办？

<https://mp.weixin.qq.com/s/QXPXwW8ow5fRWmz7MuQ11Q>

当前，人工智能技术快速发展，对经济社会发展和人类文明进步产生深远影响，也带来难以预知的各种风险和复杂挑战。在日常生活中，利用人工智能技术处理自然人的声音并进行商业化应用的情形较为常见，公众通常难以区分哪些是“合成”的声音，哪些是自然人的声音。一些企业滥用人工智能技术，未经授权随意“合成”足以以假乱真的声音用于经营性活动，引发公众对发展人工智能技术的担忧，应当依法予以规制。然而，对于“合成”声音是否侵犯自然人合法权益、侵犯何种权益，法律上并无明确规定，实践中亦存在一定认识分歧，亟待通过确立裁判规则予以回应。对此，人民法院案例库入库参考案例《殷某桢诉北京某智能科技公司等人格权纠纷案（入库编号：2025-07-2-474-001）》明确了经人工智能技术处理的声音受声音权益保护的认定标准，即“对于人工智能技术处理后的声音，一般社会公众或者一定范围内的公众根据音色、语调和发音风格，能够识别出特定自然人的，则该声音属于自然人声音权益的保护范围。未经自然人许可使用经人工智能技术处理的

声音，构成对自然人声音权益的侵权”，为类案裁判提供借鉴和参考。现就有关问题解读如下：

一、经人工智能技术处理的声音属于自然人声音权益保护范围的认定

声音与肖像、姓名一样，都是民事主体的外在表征。民法典第一千零二十三条规定“对自然人声音的保护，参照适用肖像权保护的有关规定”，明确将自然人声音权益作为人格权予以保护。据此，民法典关于肖像的认定、肖像权的权能及合理使用等规定，适用于对自然人声音权益的保护。根据民法典第一千零一十八条第二款关于肖像的定义，肖像具有可以识别特定自然人的属性。因而，自然人声音受到人格权保护的前提，也应当是具有识别特定自然人的属性。实践中有争议的问题在于，经人工智能技术处理后的声音是否落入自然人声音权益的保护范围。对此，应当从自然人声音权益的认定标准出发，能识别出该特定自然人的，可以认定为属于该自然人声音权益的保护范围，反之则不能受自然人声音权益的保护。

本案例中，殷某桢是配音演员，经当庭勘验，某软件公司利用人工智能技术处理后形成的声音与殷某桢的音色、语调、发音风格等具有高度一致性，能够引起一般人产生与殷某桢有关的思想或感情活动，能够将该声音联系到殷某桢本人，进而识别出殷某桢的主体身份。因此，案涉经人工智能技术合成的声音属于殷某桢声音权益的保护范围。

二、人工智能技术处理声音构成侵权的认定

民法典第九百九十五条规定：“人格权受到侵害的，受害人有权依照本法和其他法律的规定请求行为人承担民事责任。受害人的停止侵害、排除妨碍、消除危险、消除影响、恢复名誉、赔礼道歉请求权，不适用诉讼时效的规定。”该条规定为自然人的人格权益受到侵害时的救济提供法律依据，从而实现保护人格尊严的目的。本案例系人格权侵权案件，按照民法典关于侵权责任的有关规定，认定被告的行为是否构成对殷某桢声音权益的侵害，应从侵害行为、侵害后果、因果关系、主观过错等方面综合考量。关于侵害行为方面，本案例中被诉侵权行为有二：一是未经自然人许可使用其声音用于训练素材，二是未经许可使用经人工智能技术生成的声音。

本案例中，某文化公司与某软件公司的案涉侵权行为造成了殷某桢声音权益受

损的后果，应当承担赔偿损失的法律责任。其他被告对此不存在过错，不承担损害赔偿赔偿责任，但应当承担相应赔礼道歉责任。

【法律提示】

本案例明确了使用自然人声音作为训练素材的，使用人应当有较高的注意义务，未取得自然人授权且不属于合理使用的，构成人格权的侵权。（来源：最高人民法院）



❖ 【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



崔晓丽律师



陈乐律师



韩旭律师

