

引导新型文化业态健康蓬勃发展

近年来,随着文化与科技加速融合,文化新业态蓬勃发展,消费场景推陈出新,文化产业已经成为拉动内需、提振消费的新亮点。“十五五”规划纲要提出“繁荣互联网条件下新大众文艺”,并围绕“健全文化产业体系和市场体系”作出具体部署,提出“发展数字动漫、沉浸式展演、线上直播、短视频、微短剧等新型文化业态,引导规范网络文学、网络游戏、网络视听等健康发展”。本期特邀专家围绕相关问题进行研讨。

提升网文创作质量和水平



面对人工智能浪潮,如何应对 AI 洗稿、版权归属模糊等问题,推动高质量网络文学原创作品不断涌现?

陈定家(中国社会科学院文学研究所研究员):网络文学不仅是数字阅读的重要组成部分,也是影视、动漫、游戏等文化产品的重要内容来源。近年来,网络文学已从基于网络的文字创作成长为“新大众文艺”和文化“新三样”的典型代表,成为数字文化产业的重要内容源头和讲好中国故事、传播中华文化的重要载体。《2025 中国网络文学发展研究报告》显示,2025 年中国网络文学阅读市场规模达 502.1 亿元,同比增长 16.6%;作者规模达 3269.4 万人,作品数量达 4583.7 万部;网络文学 IP 改编市场规模达 3676.1 亿元,同比增长 23.13%;海外活跃用户近 2 亿人,覆盖 200 多个国家和地区。

网络文学发展更加注重重质量、效益和长期价值,一批兼具文学品质与市场口碑的作品脱颖而出。作者烽火戏诸侯创作的仙侠小说《剑来》寄寓古典哲学精神,弘扬道义与济世情怀,以独特的东方哲思构建了一个有温度的江湖世界;作者杀虫队队员创作的悬疑小说《十日终焉》借“终焉之地”的困境写人性博弈的闪光,打破网络文学的类型固化,让传统文化成为故事的骨架与灵魂,实

体书销量突破 400 万册;作者小盐子的代表作《蓄意逐风》以“玩梗”探索语言驱动叙事的新路径,半年内实体书销量超 12 万册。这些作品不再满足于类型套路的重复,而是在故事内核、人物塑造和价值内涵上下功夫。

网络文学发展更加注重梯度开发与价值回归,IP 改编市场持续增长。当前,网络文学联动影视、动漫、游戏、文旅等产业,从单纯的内容输出转向文化共创与全产业链协同。一些平台使用梯度开发模式改编原著,用动画先行探路,竖屏短剧轻量试水,长剧随后系统化叙事,各版本运用“反套路、轻喜剧”的方式,根据载体特性做差异化表达。由作者乌英夏原创作品《星河载誉归》改编的系列短剧播放量突破 200 亿,原著数据在短剧播出期间爆发式增长,观众从短剧回到小说平台“追原著”,无形中拉长了作品生命周期。

随着 AI 技术的快速发展,网络文学的创作、编辑、翻译、传播和开发方式也在发生变化。创作与改编门槛降低,让更多人得以提升创作能力,大量作品有机会进入 IP 开发环节。与此同时,AI 洗稿、生成内容同质化、版权归属与训练数据边界不清等问题逐渐显现。创作与改编门槛降低,让更多人得以提升创作能力,大量作品有机会进入 IP 开发环节。与此同时,AI 洗稿、生成内容同质化、版权归属与训练数据边界不清等问题逐渐显现。创作与改编门槛降低,让更多人得以提升创作能力,大量作品有机会进入 IP 开发环节。与此同时,AI 洗稿、生成内容同质化、版权归属与训练数据边界不清等问题逐渐显现。

技术可以提高效率、降低成本、拓展场景,但不能替代人的创造。技术创新的作用应是提升产业效率、扩大优质供给,而不是消解原创。一方面,作者要以作品赢得读者,深入生活、扎根人民,把可读性与文学性、爽感与共情统一起来。平台要以品质赢得用户,优化推荐和激励机制,不能只以点击量、打赏额论英雄,编辑把关、评论引导、榜单奖项、IP 评估应形成合力,推动优质内容从“被看见”走向“被记住”。另一方面,平台要明确人机边界,建立 AI 生成内容标识、质量筛查和侵权监测等机制。在出海环节,借助 AI 翻译技术,让全球读者几乎可以“零时差”追更,助力优质作品更精准触达海外读者。

此外,版权是网络文学发展的生命线,版权治理是为了让创新有回报,更好地保护原创生态。当前,版权治理正在从个体维权走向行业共治。2025 年 4 月,中国音像与数字出版协会联合多家头部网络文学平台共同发布《网络文学行业反洗稿自律公约》,明确反对任何形式的洗稿行为,推动建立行业认定标准和规范。只有版权清晰、规则稳定,作者和开发者才敢长期投入。接下来,要进一步完善相关法律法规,明确平台、作者、技术提供方等主体责任,对于 AI 训练使用的作品要坚持授权使用与利益分享相结合。

简言之,推动网络文学在精品化产业化等方面持续发力,不是否定流量,而是让流量沉淀为留量,让正能量成为大流量。当内容品质、产业效率和原创佳作成为共同追求,网络文学才能在数字文化产业中发挥更大作用。

建言

近年来,以网文、网剧、网游为代表的文化“新三样”不断走向海外,持续扩大中华文化国际影响力。据相关报告,截至 2025 年底,累计向海外输出网络文学作品超 13 万部,海外注册用户数量约 2.5 亿人,活跃用户覆盖 200 多个国家和地区。2025 年我国自研游戏海外市场实际销售收入 204.6 亿美元,同比增长 10.2%。多家在线视频平台开设国际版,将优质国产影视剧、综艺节目推广至海外。特别是微短剧凭借轻量化、快节奏等特点受到广泛欢迎,占到海外微短剧市场份额的八成以上。

相关报告显示,中国原创 IP 的海外影响力已不仅体现于播放量和下载量等指标,而且进一步延伸至主流媒体报道、社交平台互动和人工智能大模型认知等领域。在这一背景下,推动原创 IP 出海的关键,在于构建上下游贯通、全产业链协同的文化产业体系。文化产品围绕同一 IP 协同开发,共用人物档案、世界观设定、视觉资产、术语库和价值内核,同时遵循各自媒介规律重新创作,探索开发产品相互支撑的 IP 全产业链。网文既是文化产品,也是上游故事库,可低成本孵化人物、世界观和价值主题;微短剧、漫剧能够快速完成视听转化,检验区域市场反应;游戏则通过可探索空间、版本更新、社区互动和用户创作延长 IP 生命周期。

在现实中,文化出海往往分别授权、分别制作、分别投放,导致故事虽然实现了大流量传播,但版权资产、用户关系和品牌价值却未能同步沉淀。对此,需在原创开发、版权治理、平台运营和政策评价上形成合力,把网文的故事优势、短剧的转化效率和游戏的互动运营能力贯通起来,形成一批可持续成长、能被全球受众理解并持续互动的中国原创 IP。

一是建立核心版权方牵头的跨媒介开发机制。重点项目立项之初,即同步配置团队,设立文学编辑、制片、游戏策划、海外发行和版权法务等岗位,明确哪种形态先行、哪些资产共用、后续开发如何衔接等问

题。可先以译文、小体量短剧样片或游戏试玩开展分区测试,逐步扩大合作范围,保持内容节奏。

二是把海外版权治理前移到生产端。实时记录重点 IP 原创文本、剧本、图像、声音、表演及生成内容的权属清单和过程证据。合同应明确翻译、视听改编、游戏开发、衍生品、人工智能训练、合成声音和用户共创内容的使用边界,并约定地域、语种、期限、转授权、数据回传等条件。对于中小企业,可由行业组织和专业机构提供多语种合同、商标注册、版权存证及争议应对等公共服务,降低出海合规成本。

赵瑜佩 三是提高海外平台运营的可控性。部分海外平台报表精细度不足、结算反馈滞后,企业难以判断项目失利究竟源于故事、画面、投流还是受众匹配。对此,可支持企业在合同中约定报表口径、数据接口和结算周期,并通过行业组织与重点平台协商提高数据透明度;鼓励企业建立多平台分发、自有账号矩阵和区域运营团队,在依法合规前提下沉淀经用户授权的 一方数据。在出海层面,本地化是一个重要课题。例如,北美样本更看重高概念和目标驱动,东南亚样本对家庭伦理、女性叙事更为敏感等。本地化设计应由本地编剧、配音、发行和法律服务人员共同参与。

四是完善支持政策和评价标准。可选择一批权属清晰、具有中华文化辨识度和国际影响力的 IP 开展跨媒介出海试点,支持

企业建设剧本库、视觉资产库和多语种术语库,发展面向中小团队的版权、数据、支付和合规服务。政策评价应减少对上线数量、短期播放量和单次流水的量化依赖,增加版权输出数量、持续海外收入、用户留存、跨媒介转化、本地合作伙伴投入和品牌认知等指标,引导企业从一次性发行转向长期经营。

(作者系浙江大学传媒与国际文化学院副院长)

推动网游产业价值链升级



随着网游市场发展提速扩容,如何在内容品质与价值内涵提升上持续发力?

黄心渊(中国传媒大学动画与数字艺术学院教授):近年来,网络游戏从以发行环节为中心的文化产品,逐步发展为依托持续更新和长期服务维系用户关系的数字文化形态,成为文化产业的重要组成部分。《2025 年中国游戏产业报告》显示,2025 年我国游戏市场实际销售收入 3507.89 亿元,同比增长 7.68%;自主研发游戏国内市场实际销售收入 2910.95 亿元,同比增长 11.64%。推动网游产业价值链升级,既取决于内容本身的创造力,也与研发能力、后续维护以及未成年人保护等环节密切相关。

以中华文化 IP 丰富原创产品供给。当前,传统文化正在通过网络游戏获得新的表达渠道。如腾讯手游与敦煌研究院合作,将敦煌文化融入游戏角色皮肤等。文化传播的深度,最终要看玩家能否理解角色形象背后的历史与精神内涵。如果传统文化只被用作外观包装,缺少与世界观、人物关系和任务机制的联系,文化联名就容易沦为短期营销。对热门神话、历史题材进行反复开发,也可能造成表达趋同。尽管文化赋能网游已逐渐由视觉元素植入向叙事融合延伸,但把文化观念融入任务机制和玩家行为的产品仍较少。要形成具有当代审美和持续叙事能力的原创产品,需重视中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展,通过优质内容开发增强文化辨识度。推动文化机构、研究者、非遗代表性传承人与研发团队在立项阶段合作,使文化研究深入游戏人物设定、叙事逻辑和玩法规则。对历史知识、艺术加工和虚构设定作适当区分,避免误读。鼓励从地方文化、非遗技艺、古典文学中发掘更多题材,连续更新培育原创人物和故事,并向动漫、文创等领域延展。

以自研引擎和 AI 技术提升生产效率。目前国内企业在自研引擎领域已具备一定积累,自主研发的部分引擎被广泛应用于端游、手游等平台开发,但还面临网络同步、跨端适配、开发工具和长期维护等问题。与此同时,AI 技术应用也从网游辅助制作拓展至玩法创新。一些游戏公司积极布局前沿技术,从交互、画面效果等多维度提升游戏品质和内容制作效率。使用代码生成工具提升开发效率,或引入国产大模型驱动的 AI 团队,让真人玩家与 AI 共同参与策略互动。但 AI 技术

尚未完全应用于网游生产流程,AI 生成内容是否符合文化语境、保持角色一致性,训练素材与输出内容的版权风险如何处理,决定了 AI 技术能否稳定进入生产流程。应加强网络时间同步、服务器承载、跨端运行、安全开发工具等技术研发。支持企业、高校联合建设测试平台和共享工具,降低中小团队技术适配成本。完善 AI 素材授权、质量评估和人工复核流程,对于面向玩家的人机交互式 AI、应设置内容约束和异常处置机制。

以长线运营延长游戏生命周期。当前,游戏价值创造正从“一次发行、集中变现”转向持续更新、社区维护和 IP 运营。腾讯 2025 年业绩显示,本土市场游戏收入 1642 亿元,同比增长 18%。通过“高品质内容+长线服务+多端全球布局”模式,将大量潜在用户转化为高黏性玩家。有的网游推出基于生成式 AI、拥有智能交互功能的陪伴角色,在智能队友协助、战术指导、局内外互动等方面增强用户体验。扩大优质供给既要培育新品,也要提高存量产品的持续服务能力。企业应把研发与运营贯通起来,将玩家反馈用于玩法改进和服务优化,行业评价也应兼顾内容创新、用户口碑和社区秩序。同时,加强自主研发能力建设,将 AI 等新技术真正应用于生产流程,持续改善产品内容质量和用户体验。在运营层面需减少短期流量和付费机制的依赖,通过稳定更新、持续服务和规范治理,提升产品的长期价值。

以防沉迷体系促进产业健康发展。当前,网游治理难点已从企业单端限制延伸到账号租售、身份冒用等环节。防沉迷工作是系统工程,任何一个环节缺失,各方面努力就可能白费。网游企业和平台是防沉迷工作的主体,必须坚持把社会效益放在首位。企业应在产品设计阶段评估任务强度、奖励机制和付费安排,避免将延长未成年人在线时间作为运营目标。若以高频任务、限时奖励和付费刺激维持用户活跃度,可能透支用户信任。在严格落实游戏实名认证、防沉迷政策要求的基础上,平台要进一步强化技术防护措施,精准甄别未成年人身份,防止未成年人冒用、租用、借用成年人账号进行游戏和充值行为。针对账号租售、冒用身份等环节加强协同治理,完善家长查询、投诉和消费争议处理渠道。家庭与学校需同步加强网络素养教育,对未成年人使用网络的时间和内容进行约束与引导,培养孩子健康的兴趣爱好和消费观念,帮助其树立正确网络使用习惯和理性消费意识,从而形成技术约束与日常引导的合力。



探索微短剧精品化路径



怎样看待微短剧行业存在的问题?如何提升内容品质、促进行业规范发展?

李慈强(华东政法大学经济法学院副教授):微短剧作为广大观众喜闻乐见的新型文化业态,近年来发展势头迅猛。据统计,全国微短剧用户规模已超 8 亿人,2025 年市场规模突破千亿元。2026 年前 8 个月,上线微短剧 43 万部,是去年全年的 13 倍,其中 AI 剧占比超九成。较传统视听节目而言,微短剧是以单集时长短、叙事节奏紧凑为主要特征,依托短视频平台广泛传播的视听内容形态。同时,微短剧制作效率高、成本低,具有广告植入、平台分账、IP 衍生等多元变现渠道。

当前,微短剧行业已经迈向精品化与多元化发展阶段,不断涌现兼具题材创新与正向价值表达的作品,将家国情怀、公正法治、诚信友善等主流价值融入时代发展和个人成长等现实叙事之中。微短剧联动多个领域,具备较强的跨界赋能能力,催生新场景、新模式、新业态。2025 年 1 月,国家广播电视总局启动实施“微短剧+”行动计划,探索“微短剧+文旅”“微短剧+乡村振兴”“微短剧+品牌电商”等融合路径,带动微短剧内容提质升级并

赋能其他产业。

在微短剧类型日益多样、用户持续增加的同时,微短剧行业发展也面临一些问题,如部分作品题材低俗化套路化、内容监管存在治理难点等。传统的监管模式难以覆盖跨界融合的新业态,对于微短剧的监管不仅涉及广播电视部门、知识产权部门等监管主体,还可能需文旅、公安等相关部门的协同执法。微短剧以互联网为媒介,具有传播速度快、传播范围广、碎片化等特点,进一步加大了监管难度。一些微短剧创作者自身缺乏规范运营意识,重视流量轻视内容,在利用 AI 技术提升创作速度的同时可能导致剧集质量不佳与知识产权侵权。面对这些问题,需多方协同发力保障微短剧行业规范发展,共同维护公平有序的创作环境,为用户提供更优质、更多元的精品佳作。

相关部门需针对微短剧实施差异化监管,精准发力,严格落实内容审核、备案管理、发行许可等环节的要求。国家广播电视总局于 2026 年 7 月出台了《微短剧发展管理办法》,从备案公示、审核许可、标准规范、播出要求、监督管理等方面作出具体规定。今后,还需依托 AI、大数据等技术,搭建集智能审核、动态监控、风险预警于一体的微短剧监管平台。在严控风险的基础上,培育微短剧创作主体,鼓励

精品内容创作,对传递正能量、弘扬主旋律的优质作品可考虑提供专项资金扶持。

平台要持续推进短剧低质和同质化内容治理,切实履行内容审核义务。可以通过开展创作激励等活动鼓励原创内容创作,营造尊重知识产权的氛围。引导用户参与网络生态治理,形成共建共治共享的网络治理模式。鼓励用户主动投诉举报不当内容,可探索“大众评审员”等模式,赋予经验丰富、信誉较高的用户一定的内容审核权限。

广大用户既是微短剧的受众群体,也是行业生态的共建者,可发挥社会监督作用。一方面,坚持理性消费,自觉抵制违规不良微短剧。树立健康的网络文化消费观念,支持正能量精品短剧,主动远离低俗猎奇、价值观扭曲的微短剧,用消费选择倒逼市场摒弃流量至上的逻辑。另一方面,主动举报违法违规内容。当发现微短剧存在不良导向、色情低俗、侵权盗版等内容时,及时通过平台举报入口、广电和网信部门的投诉举报渠道反馈线索,弥补监管盲区。

目前,通过技术赋能, AI 剧开辟了微短剧增长新赛道,创作门槛大幅降低,推动全民共创释放大众创意活力。AI 是工具,而人是创作的主体, AI 剧发展得越快,越要把好内容关。除了给 AI 剧打上内容标注,还要警惕部分平台过度依赖 AI 批量生成低质内容,避免算法推荐将大量低俗、同质化内容推送给用户,并严格保护用户观看数据与个人信息安全。广大创作者也要坚持原创,避免模板化生产,不断提升内容品质。