



韬安律师事务所
BEIJING TA LAW FIRM

短剧行业法律合规 指引Q&A

Short-form Feature Legal
Compliance Guidelines Q&A

敏 于 行 喻 于 义 臻 于 至 善

关于韬安

About TA

韬安律师事务所是一家专注于知识产权、泛娱乐及互联网行业法律服务的精品律师事务所。

韬安律师具有丰富的相关行业执业经验，在过去的十年中，深耕于影视、综艺、舞台剧、短视频、游戏及互动娱乐、音乐、艺人经纪、直播、平面艺术及设计、数字藏品虚拟人、数据产业、元宇宙等行业的版权、商标管理、合规、交易、并购及争议解决领域，致力于为客户提供及时、全面、审慎、富有前瞻性及建设性的综合法律解决方案，并希望通过实务上的努力及探索，为良好的行业秩序的建立作出贡献。

韬安律师已担任百余家国内外领先的机构两百余位中外艺术家、艺人的法律顾问，并累计为超过数百个文娱项目提供法律服务。韬安律师所代理的典型案件曾多次入选中国年度十大知识产权案件或年度最具有影响力案件，具有行业标杆意义。

评级及荣誉

Honors

2013-2024 — 年

《钱伯斯亚太（大中华区中国）指南》
TMT科技传媒与影视文化律师

2019-2024 — 年

汤森路透ALB
中国知识产权排名上榜律所

2019-2024 — 年

LEGAL BAND
中国体育娱乐领域第一梯队律所

2014-2024 — 年

LEGAL BAND
中国体育娱乐领域的领先律师

2022 — 年

LEGAL BAND
中国电子竞技领域十佳律师

2024 — 年

律新社
2024争议解决领域新锐律师

2024 — 年

律新社
《精品法律服务品牌指南（2024）：
争议解决领域》及律新社精品律师库

2023 — 年

律新社
精品品牌律所30佳

2016 — 年

汤森路透ALB
中国15佳知识产权律师

2015 — 年

汤森路透ALB
中国15佳诉讼律师

2022 — 年

Asialaw Profiles
中国媒体与娱乐领域值得注目律所

2020-2021 — 年

《商法》推荐的
传媒、娱乐及体育领域卓越律所

2019 2021 — 年

汤森路透ALB
中国精品律师事务所

2020 — 年

首届文化娱乐法治评选
杰出娱乐法律师

业务部门

Business Department

重大商事争议解决法律事务部

- ▶ 一审、二审、再审、执行等
- ▶ 国内外仲裁及境外仲裁在国内的承认和执行
- ▶ 涉重大争议的企业商事谈判
- ▶ 争议解决视角的合规审查及行研支持

短视频及直播法律事务部

- ▶ 电商广告合规评估及建议
- ▶ 短视频及直播内容合规评估及建议
- ▶ 短视频及直播支付及跨境合规评估及建议
- ▶ 短视频及直播相关交易把控
- ▶ 短视频及直播侵权风险评估

知识产权与竞争法律事务部

- ▶ 商标民事侵权及授权确权行政诉讼
- ▶ 著作权诉讼
- ▶ 商业秘密及不正当竞争诉讼
- ▶ 知识产权尽职调查、许可及交易
- ▶ 企业知识产权合规咨询及维护管理

投资并购与公司治理法律事务部

- ▶ 投资并购交易结构设计
- ▶ 税务筹划和交易产业准入
- ▶ 法律尽职调查、交易谈判及配套文件
- ▶ 公司股权结构和公司治理架构设计、搭建及完善
- ▶ 公司变更、合并分立、减资、业务重组和解散清算

视听产业法律事务部

- ▶ 影视综及短剧权利链梳理及布局
- ▶ 影视综及短剧投资项目把控
- ▶ 影视综及短剧投资聘用制作交易
- ▶ 影视综及短剧侵权风险分析
- ▶ 影视综及短剧内容合规建议

互联网科技法律事务部

- ▶ AI、数据产品等互联网产品相关法律咨询
- ▶ 互联网产品相关知识产权保护（诉讼/仲裁）
- ▶ 互联网产品相关法律风险评估及合规建议
- ▶ 互联网行业政策动态监测

演艺与经纪法律事务部

- ▶ 演艺事务法律咨询与合同服务
- ▶ 经纪纠纷诉讼与仲裁
- ▶ 艺人形象、名誉保护
- ▶ 艺人日常管理法商策略制定
- ▶ 舆情评估与风险防范

游戏法律事务部

- ▶ 游戏研发及运营全流程合规
- ▶ 游戏出海前置合规
- ▶ 游戏IP授权、独代、联运、投融资等合同审查
- ▶ 游戏版权、商标、不正当竞争等争议解决
- ▶ 游戏黑灰产、私服外挂等涉刑业务的处理

目录

短剧的法律合规体系	1
行政监管及资质	2
1、在法律规定及行业实践中如何定义“短剧”？	2
2、短剧的行政主管部门有哪些，职能是什么？	2
3、短剧的行业自律组织有哪些，职能是什么？	4
4、短剧的监管流程是什么样的？	4
5、短剧上线需要什么资质？	5
6、短剧在内容审核中应当注意哪些问题？	5
7、短剧的平台小程序运营需要哪些行政许可资质？	6
8、短剧的拍摄制作需要哪些行政许可资质？	6
9、短剧的投流需要哪些行政许可资质？	7
10、播放短剧的网络视听平台应履行哪些责任？	8
投资	9
11、从运营以及收益方式上，短剧分为哪几种类型？	9
12、参与短剧的投资，常见的风险有哪些？	9
13、短剧的收支情况不透明，在法律上有哪些办法可以解决？	10
拍摄制作	11
14、短剧在原著授权许可中应当注意哪些问题？	11
15、在演员聘用方面，摄制单位应当注意哪些问题？	12
16、艺人形象的使用范围应当如何界定？	12
17、在音乐使用中，应当注意哪些问题？	13
18、在字体使用中，应当注意哪些问题？	13
19、在服装、道具的使用中，应当注意哪些问题？	14
20、如何理解短剧摄制中素材的“合理使用”？	15

21、在短剧中如果要使用 AI 生成物，应当注意哪些风险？	16
22、短剧在进行广告植入中应当注意哪些问题？	16
23、哪些品类不宜进行广告植入？	18
知识产权	20
24、短剧的著作权归属应当如何界定？	20
25、版权登记有什么用？	20
26、对短剧进行商标布局的必要性，什么样的短剧适合进行商标布局？	21
27、如果短剧因侵权被投诉下架，出品单位和平台是否可以免责？	21
28、短剧有哪些常见的不正当竞争情形？	21
未成年人保护	23
29、短剧在运营中应当如何注意保护未成年人权益？	23
消费者权益保护	24
30、短剧平台在运营中应当如何注意避免侵害消费者权益？	24
数据合规	25
31、短剧平台在收集用户数据中应当注意哪些问题？	25
32、短剧平台是否有权将用户数据用于算法个性化推荐等用途？	26
33、短剧平台中涉及用户的隐私政策一般会包括哪些内容？	26
34、短剧平台是否可以向第三方提供用户数据？	27
维权	30
35、在法律上应当如何认定短剧构成对在先作品的“抄袭”？	30
36、短剧著作权维权中，应当如何确定责任主体？	31
37、短剧进行著作权维权，应当如何进行证据固定？	31
38、在短剧著作权维权中，通常应当如何认定侵权赔偿金额？	32
39、严重的盗版行为是否涉及刑事责任？	34
出海	35
40、短剧“出海”中应当注意哪些方面的问题？	35

短剧的法律合规体系

短剧行业发展至今，既存在与传统的电影、电视剧、网络大电影、网络剧类似的法律问题，也基于其创作特征、市场交易模式以及消费渠道，产生了相对独特的问题。这些都共同构成了短剧的法律合规体系，如下图所示：



行政监管及资质

1、在法律规定及行业实践中如何定义“短剧”？

根据国家广播电视总局 2020 年出台的《国家广播电视总局办公厅关于网络影视剧中微短剧内容审核有关问题的通知》（广电办发〔2020〕293 号）中的意见，微短剧是指单集时长 10 分钟以内的网络影视剧。

而根据国家广播电视总局 2022 年发布的《国家广播电视总局办公厅关于进一步加强网络微短剧管理 实施创作提升计划有关工作的通知》（广电办发〔2022〕345 号）中的界定，具备单集时长从几十秒到 15 分钟左右、有着相对明确的主题和主线、较为连续和完整的故事情节特征的为网络微短剧。

在国家广播电视总局 2022 年后续发布的《关于推动短剧创作繁荣发展的意见》（广电发〔2022〕67 号）中，则将短剧特征进一步明确为，通常采用单集时长 15—30 分钟的系列剧、集数在 6 集内的系列单元剧、20 集内的连续剧、周播剧等多种形态，具有篇幅短小、内容精炼、情节紧凑等特点。

在行业中，网络视听平台对于合作短剧也有一定的要求。例如，“优酷视频”对于在其平台发布的“短剧”要求为单部剧不少于 6 集成片，正片时长（不含片头片尾）单集不少于 5 分钟。在“腾讯视频”中，平台对于“精品短剧”这一对象，则建议为“单集作品时长 10-20 分钟。”

综合上述法律规定及行业实践，我们认为可将短剧定义为：单集时长一般不超过 30 分钟，具有系列剧集的形式，且情节连续、主题明确的视听作品。

2、短剧的行政主管机关有哪些，职能是什么？

(1) 中共中央宣传部：中共中央宣传部是中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门，负责从宏观上指导精神产品的生产，负责提出宣传文化事业发展的指导方针，指导宣传文化

系统制定政策和法规，同时还要按照中央的统一工作部署，做好宣传文化系统各有关部门之间的协调工作。

(2) 国家广播电视总局：作为国家级别的广播影视管理机构，负责全国范围内包括网络视听在内的各种广播影视节目的审批、监管工作。对于短剧而言，国家广播电视总局承担着制定相关政策法规、指导行业发展、重点微短剧作品审批、促进国际交流与合作等职责。

以及**省级广播电视行政部门：**在地方层面，各省、自治区、直辖市的广播电视行政部门在各自辖区内执行国家广播电视总局的相关政策，负责所在地文化广播影视事业的行业管理，并履行普通微短剧行政审批权，对本地区的短剧制作与播出进行监督管理。

(3) 文化和旅游部：文化和旅游部是国务院组成部门，为正部级。文化和旅游部的主要职责有：研究拟订文化政策措施，起草文化法律法规草案，统筹规划文化事业和文化产业发展，指导、管理文艺事业，指导艺术创作生产。

以及**省级文化行政部门：**在地方层面，各省、自治区、直辖市的文化行政部门贯彻执行党和国家关于艺术工作的方针、政策和法规，研究制订当地文化事业发展规划、政策、规章和管理办法，综合管理当地社会文化事业，贯彻执行党和国家新闻出版著作权的法律、法规和方针、政策以及地方性新闻出版、著作权的管理规章和管理措施，履行《网络文化经营许可证》的行政审批权。

(4) 工业和信息化部：工业和信息化部是国务院组成部门，为正部级。工业和信息化部的主要职责有：拟订实施行业规划、产业政策和标准；监测工业行业日常运行；推动重大技术装备发展和自主创新；管理通信业，负责外资企业《ICP 电信增值业务经营许可证》的核发和管理；指导推进信息化建设。

以及**省级通信管理局：**在地方层面，各省、自治区、直辖市的通信管理局在工业和信息化部的领导下，贯彻执行国家关于电信行业管理的方针政策和法律、法规，对公用电信网、互联网和专用电信网实行统筹规划与行业管理，负责受理、核发各自辖区内的《ICP 电信增值业务经营许可证》。

3、短剧的行业自律组织有哪些，职能是什么？

(1) 中国广播电视社会组织联合会：该协会系经中央编办批准使用事业编制的国家广播电视总局主管的社会组织，由广播电视行业及相关行业的社会组织和会员自愿结成的社会组织。协会参与制订修订广播电视和网络视听行业相关政策法规和行业标准，为政府部门提供有关政策和立法方面的意见和建议，致力于反映行业情况及会员的意见和要求，并根据国家广播电视总局委托，承办中国广播电视大奖的评选具体工作。

(2) 中国电视剧制作产业协会：该协会系由国家广播电视总局主管，由与电视剧和网络剧制作相关的企业单位自愿结成的社会组织。协会致力于维护短剧制作单位和创作者的合法权益，加强短剧制作机构与政府部门的沟通，协助政府规范行业秩序、制定行业准则和专业标准，开办专业培训，加强专业人才建设，实施中国电视节目及服务“走出去”工程，推动国产电视剧和网络剧进入海外市场。

(3) 中国网络视听节目服务协会：该协会系网络视听领域唯一的国家级行业组织，也是我国互联网领域规模最大的行业协会之一，协会现有会员单位 700 余家，涵盖了网络视听行业全产业链。协会致力于维护会员单位合法权益，在政府与企业间发挥桥梁与纽带作用，推动网络文化建设，不断推进行业自律，抵制不良和有害内容，以评优和文艺评论为工作抓手，引领网络视听作品创作方向，推动版权保护，打击盗版盗链等违法侵权行为。

4、短剧的监管政策是什么样的？

基于互联网规律特点和网络微短剧管理工作实际，广播电视主管部门采取分级监管、重点监管、动态监管、主体监管相结合的策略，实施有针对性、差异化、精准化的管理措施。根据国家广播电视总局下发的《关于微短剧备案最新工作提示》，自 2024 年 6 月 1 日，不同短剧按特定标准分为三类，采取分类分层审核：

(1) 重点微短剧：符合特殊题材、总投资额达到 100 万元及以上、长短视频平台招商主推或在各终端首页首屏推荐播出、自愿按重点微短剧申报等几种条件之一的微短剧按原途径申报规划备案和成片审核，由国家广电总局统一备案公示管理。

(2) **普通微短剧**：总投资额度在 30 万元（含）至 100 万元之间且非重点推荐的微短剧制作经营机构在广电总局“网络视听节目备案系统”上申报，由省级广播电视行政部门进行规划备案审核和成片审查。

(3) **其他微短剧**：总投资额低于 30 万元且非重点推荐的微短剧由播出或为其引流、推送的网络视听平台履行内容管理的职责，负责内容审核把关与版权核定，并定期将审核剧目信息报属地省级广播电视行政部门备案。

5、短剧上线需要什么资质？

备案主体公司需先在相关广播电视行政部门注册备案账号，后按照《关于微短剧备案最新工作提示》中对微短剧的分类向对应主管单位提交申报，经主管单位审核。

根据《国家广播电视总局办公厅关于进一步加强网络微短剧管理 实施创作提升计划有关工作的通知》（广电办发〔2022〕345 号），网上传播的包括“小程序”类网络微短剧在内的所有微短剧，须通过广播电视行政部门内容审查并取得《网络剧片发行许可证》或按照网络剧片管理的有关规定完成网络视听节目备案。

按照国产网络剧片发行许可服务管理的有关规定，对符合要求和条件的网络微短剧，发放《网络剧片发行许可证》。获证作品上线播出时，应于节目片头的显著位置展示统一标识和许可证号，接受公众监督和上线全周期监管。没有获得发行许可证的网络微短剧逐步退出首页首屏。

6、短剧在内容审核中应当注意哪些问题？

目前，国家广播电视总局出台的包括《国家广播电视总局办公厅关于进一步加强网络微短剧管理 实施创作提升计划有关工作的通知》（广电办发〔2022〕345 号）《关于推动短剧创作繁荣发展的意见》（广电发〔2022〕67 号）等规范性文件对于短剧的内容审查有着相关原则性的要求，其中明确，要把网络微短剧与网络剧、网络电影按照同一标准、同一尺度进行管理。因此，参照我国有关电影、电视剧的相关规定，短剧中应不得含有下列内容：（一）

反对宪法确定的基本原则的；

- (二) 危害国家统一、主权和领土完整的；
- (三) 泄露国家秘密、危害国家安全或者损害国家荣誉和利益的；
- (四) 煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结，或者侵害民族风俗、习惯的；
- (五) 宣扬邪教、迷信的；
- (六) 扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；
- (七) 诱导未成年人违法犯罪和渲染暴力、色情、赌博、恐怖活动的；
- (八) 侮辱或者诽谤他人，侵害公民个人隐私等他人合法权益的；
- (九) 危害社会公德，损害民族优秀传统文化的；
- (十) 有关法律、行政法规和国家规定禁止的其他内容。

除此之外，还需要特别注意的是，参照电影、电视剧的管理规定，短剧内容涉及特殊题材的，还需要按照规定征求相关主管部门或有关方面的意见。

7、短剧的平台小程序运营需要哪些行政许可资质？

根据国家广播电视总局办公厅《关于进一步加强网络微短剧管理 实施创作提升计划有关工作的通知》（广电办发〔2022〕345号）及主流应用商店和微信/抖音/快手小程序的资质要求，短剧 APP 和小程序上线涉及到 4 个资质：

- (1) 《ICP 电信增值业务经营许可证》
- (2) 《广播电视节目制作经营许可证》
- (3) 《网络文化经营许可证（表演类）》
- (4) 《信息网络传播视听节目许可证》

但实践中，《信息网络传播视听节目许可证》已在很长一段时间内向非新闻单位的企业实质停发，对目前短剧行业从业者而言获取难度与获取成本极高。至于申请履行备案手续，小程序主体需通过“全国网络视听平台信息管理系统”登记备案，审批流程时间较长，难以满足短剧业务快节奏发展需求。为解决这一困境，国家广播电视总局发布的《关于进一步加强网络微短剧管理 实施创作提升计划有关工作的通知》（广电办发〔2022〕345号）中特别提

到，对未持有《信息网络传播视听节目许可证》或依规履行备案手续的“小程序”类微短剧，网络平台应落实先审后播的管理制度。该项规定实质上为小程序平台的准入运营提供了灵活空间，允许其在未持有《信息网络传播视听节目许可证》的条件下经平台审核后开展业务活动。

根据上述政策精神，目前各大分发平台实践中也并未强制要求小程序运营传播主体提供《信息网络传播视听节目许可证》。

8、短剧的拍摄制作需要哪些行政许可资质？

对于拍摄短片、短剧、专题专栏或者线上录制视频而言，《广播电视节目制作经营许可证》是最为关键的行政许可资质。

根据《广播电视节目制作经营管理规定》（国家广播电影电视总局令第34号），办理《广播电视节目制作经营许可证》的要求包括：公司名下必须有3名广播电视制作相关的人员；公司的经营范围必须包含广播电视制作、拍摄短片等相关的内容；申请前三年，其法定代表人无违法记录或者机构无被吊销《广播电视节目制作经营许可证》的记录。

9、短剧的投流需要哪些行政许可资质？

根据《互联网信息服务管理办法》（国务院令第292号），从事经营性互联网信息服务应当办理《ICP电信增值业务经营许可证》，在小程序短剧业务中，无论是IAA广告激励模式，还是IAP付费观看模式，均属于经营性互联网信息服务，因此从事网络微短剧传播的主体须依法取得ICP证。

此外，在国家广播电视总局短剧监管常态化的环境之下，自2023年11月20日，抖音旗下的巨量平台通知短剧不再支持代投，只能由主体自行投放广告，主要涉及以下三种资质：

- (1) 广告主的《ICP电信增值业务经营许可证》及《信息网络传播视听节目许可证》（若无《信息网络传播视听节目许可证》，可提供《网络文化经营许可证》）
- (2) 短剧出品摄制单位的《广播电视节目制作经营许可证》

10、播放短剧的网络视听平台应履行哪些责任？

根据《国家广播电视总局办公厅关于网络影视剧中微短剧内容审核有关问题的通知》（广电办发〔2020〕293号），首先，播放网络微短剧的网络平台，应当具有网络影视剧播放资质，配备与业务规模相适应的网络影视剧专业审核人员，建立完善的网络影视剧内容审核机制和流程。

其次，网络播出平台在申报普通网络微短剧相关信息备案时，应先对微短剧内容进行审核，然后在总局“网络视听节目信息备案系统”填写备案信息，取得上线登记号后方可播出。

最后，网络播出平台须对网民个人制作、上传的单集时长在3分钟以内的网络微短剧（剧情短视频）进行审核，审核通过后由平台自行编号登记播出。相关平台每月对本平台播出的剧情短视频节目信息、审核信息汇总形成Excel格式的表格后，须在总局“网络视听节目信息备案系统”上传备案。

根据《国家广播电视总局办公厅关于进一步加强网络微短剧管理 实施创作提升计划有关工作的通知》（广电办发〔2022〕345号），网络视听平台须健全相关制度机制，推动平台切实履行开办主体责任，对用户个人上传以及接入和分发的“小程序”类微短剧履行内容管理的职责，加强网络微短剧的内容审核把关和规范管理。从严落实总编辑负责制、“三审制”、内容审核员培训等各项制度规定，提升平台问题节目的发现、审核、处置能力。落实规划报备、成片报审、上线管理、应急管控等规定。

根据《关于微短剧备案最新工作提示》，网络视听平台负责对总投资额低于30万元且非重点推荐的普通网络微短剧进行内容审核把关与版权核定，定期将审核剧目信息报属地省级广播电视行政部门备案。

11、从运营以及收益方式上，短剧分为哪几种类型？

从运营以及收益方式上，短剧主要分为以下三种类型：

(1) 付费剧：以抖音、快手等短视频平台为主推出的一种竖屏短剧为主的形式。其商业模式多是 IAP (In-App Purchase) 付费解锁短剧和 IAA (In-App Advertisement) 广告免费解锁短剧两种。无论何种商业模式均有赖于短剧方的投流能力。

(2) 品牌定制剧：即短剧出品方与品牌方合作，短剧出品方根据品牌商的需求，并结合品牌理念、商品/服务特征，形成定制化的短剧内容，通过短剧进行品牌宣传和产品推广。这种模式下，短剧出品方的收入主要来源于品牌方。

(3) 分账剧：现阶段主要为长视频平台向短剧出品方推出的一种以横屏短剧为主的合作模式，即在一定的期限内，平台以特定模式与短剧出品方就短剧相关收入进行分配的模式。一般以会员的有效观看时长、广告收入、招商收入等作为分账基础。

12、参与短剧的投资，常见的风险有哪些？

内容合规风险：随着短剧行业的井喷式发展，各平台频繁出现短剧项目因存在低俗、涉黄、涉暴等不良信息而被下架的情况，此类因为内容违反法规、政策而导致项目禁播的风险通常被称为内容合规风险。投资者在投资合同中，应当对此类风险有所预判，要求制作方依法依规把控内容创作质量，并对作品因此下架所导致的责任承担作出承诺。

素材侵权风险：短剧项目通常制作成本低、制作周期短，容易出现未经许可使用他人作品、素材的情况，从而导致内容或者素材侵犯他人知识产权而被追究法律责任。当下短剧行业中抄袭、融梗、侵权改编、侵权使用的情况较为常见，但已有权利人开始针对此类现象进行维权，类似案件数量越来越多，某短剧侵权改编阅文集团享有著作权的文字作品的案件还入选了 2023 年度江西省年度十大知识产权典型案例，值得行业从业者重视。

投资收益回收风险：在短剧投资方与短剧制作单位、投流单位分离的情况下，投资者最为关注的问题应当是自身投资回报的实现问题。分红比例、分红条件如何安排，结算标准如何确定，收益、投流数据的真实性如何保证等问题，都需要在投资制作合同中进行合理安排，以保障收益的安全高效回收。

13、短剧的收支情况不透明，在法律上有哪些办法可以解决？

在短剧的收益分配环节中，短剧的充值、投流及利润数据通常会成为各方收益结算的依据，但充值、投流及利润数据一般由短剧小程序、账号、APP 的运营方所掌握，且较难查实，容易导致各方对收益分配数据的真实性产生争议。

面对此种问题，实践中相对有经验的投资者或制作方可能会选择保底+分成的收益分配方式，保底的存在实现了对自身收益的有力保障，能够一定程度对冲分成数据不透明可能带来的风险。

除此之外，我们也建议相关各方在收益分配协议中，对付款方如实披露数据及如实结算、支付的义务进行明确约定，并对数据作假、谎报收支等行为设置足够严格的违约责任。合作各方亦可根据结算方收益系统的后台实际情况达成收益数据透明共享的合作模式，并配合协议条款的相应安排，这将有利于增强投资者、制作方的合作信心，保障合作长期稳定、持续推进。

最后，如各方之间因收益结算问题发生争议，案件进入司法程序后，投资者或者制作单位还可尝试向司法机关申请调查取证及证据保全，视具体案件情况，依靠司法机关的力量最终查明短剧的收支数据。

14、短剧在原著授权许可中应当注意哪些问题？

基于原著授权而开发的短剧项目，在获取原著授权许可阶段主要需关注权属链条、授权内容、行权条件等方面的问题。

权属链条是获得原著授权许可所需的上游权利基础，核心需关注的是“向谁”取得“什么权利”的问题。部分短剧的原著作品可能是网络小说，或者某位博主在社交媒体平台所发布的帖文，因此在锁定原著作品权利人时，不仅要关注作者身份，也需留意其所在平台是否基于其与作者的用户协议、作家协议而享有拍摄短剧所需的著作权权利。特殊情况下，相关权利可能已在上游流转多次，需要审核上游各次流转中对短剧开发方所需权利做出了哪些安排。拍摄短剧所使用的核心权利是原著作品的改编权和摄制权，在审查权属链条时需要留意上游每一环节的权利人的授权是否涵盖了相应内容。此外，在实践中越来越多的权利人可能因为改编后的作品与原著相去甚远、甚至“面目全非”，而以改编作品侵犯其保护作品完整权为由，向改编作品的投资、制作、播映单位提出侵权主张。在法律上，一部改编作品是否侵害原著作者享有的保护作品完整权，需要根据个案情况具体分析认定；但在洽谈原著授权许可环节，我们建议短剧的获权方在必要时可以与原著权利人对这一问题做出约定，请授权方允诺无论后续作品的改编幅度如何，其均不会以保护作品完整权受到侵害为由提出任何侵权主张。

授权内容是著作权授权许可交易的核心，其主要包括授权权利、授权期限与地域、拍摄成果权利归属及后续利用、转授权等问题。授权权利的问题在前文已有论述。在授权期限和地域的问题上，尤其需要注意在授权期限届满前，授权方要求短剧项目开发到何种状态（例如：开机、杀青、制作完成、播映到一定集数等），在此基础上可以与授权方明确约定在期限届满后，已经达到授权方要求状态的短剧作品可以继续授权地域内传播，不受授权期限的限制。在拍摄成果权利归属及后续利用的问题上，短剧获权方除了需要留意短剧摄制成果的著作权是否归于自身外，还需要关注授权方是否允许获权方对该短剧成果进一步翻拍，开发前传、续集或番外等。就转授权问题而言，部分授权方可能为了避免获权方直接将其已经获得

的授权权利转卖给第三方而限制短剧的获权方再次进行转授权,但由于一部短剧从剧本编写到拍摄、制作可能涉及多个主体或团队共同参与,其中会不可避免地产生对相关著作权权利

的分享,我们建议获权方在此种情况下与授权方约定上述联合开发、合作的情形不视为对其限制转授权要求的违反。

行权条件是授权方对短剧开发方在行使相关著作权权利时提出的各项使用要求等。需要特别注意,由于目前短剧市场发展速度较快,各类拍摄方式、播映渠道都有可能不久之后为短剧市场开拓新的细分领域,因此在获得授权时,需要特别明确相关权利的使用方式,例如是横屏短剧还是竖屏短剧、制作语言及制片产地为何、单集时长和集数是否有要求、是真人演绎还是动画/AI制作、上游授权方对于短剧的发行平台是否有限制等等,避免因约定不明而产生风险。

15、在演员聘用方面,摄制单位应当注意哪些问题?

在演员聘用方面,摄制单位应特别注意以下三方面的问题,并需要在与演员签署的合同中,尽可能明确、细化相关条款约定:

(1) 聘用周期与工作时间。短剧的摄制周期通常较短,且工作时间集中。对于短剧出品方而言,在指定的时间完成短剧摄制,无论对于摄制成本的把控,还是发行效果而言,都至关重要。因此,摄制单位在与演员签署合同时,应明确聘用演员演出的周期,以及每天的工作时长,特别是每天工作时间的起算时间,以及是否包括化妆等细节性内容。

(2) 演员表演内容及其人身性标识内容。除了演员在短剧中表演内容的著作权等知识产权需明确约定归属于摄制单位享有外,对于演员个人的人身性标识内容,例如名字(含艺名)、肖像、声音等,也需明确摄制单位有权为宣传推广短剧使用的权利,以便于短剧的宣发工作。

(3) 艺人艺德。一方面,短剧作为影视作品中的一类,摄制单位需注意不得选聘劣迹艺人参演短剧;另一方面,在与演员签署的合同中,也需明确要求演员在合同签署前及签署后,承诺不得出现违反法律、法规、行业规范的行为,遵守社会公德,维护自身形象等内容。

16、艺人形象的使用范围应当如何界定？

根据我国《民法典》的规定，自然人享有肖像权，未经肖像权人同意，不得制作、使用、公开肖像权人的肖像。其中，肖像指通过影像、雕塑、绘画等方式在一定载体上所反映的特定自然人可以被识别的外部形象。因此，短剧制作方在与艺人签署演员聘用合同时，需要明确对艺人肖像使用的权利。同时，除了艺人本身的肖像外，其在剧中妆造后的整体形象也要明确授权摄制单位使用，以便于短剧的宣发工作。

在具体的使用层面，除了需要明确短剧出品方、短剧宣发方，有权为短剧宣发之目的，使用艺人的形象外。如短剧属于品牌定制剧类别或短剧内容存在宣传推广产品情况的，则需注意品牌方是否有使用艺人形象推广自身品牌、产品的需求，如有，也需要在合同中明确该等主体对艺人肖像使用的权利。除此之外，如短剧未来有衍生开发之需要，也应对此情况下艺人的形象使用做好约定，避免未来产生纠纷。

17、在音乐使用中，应当注意哪些问题？

音乐作品的版权问题相对错综复杂，一首歌曲往往存在词、曲、录音制作、表演者等多项著作权及邻接权，因此在制作短剧时，如需使用音乐作为插曲、背景音乐等，应采取更为审慎的态度，明确具体的适用对象，并且基于此确定需要获得的授权范围。

通常情况下，未经授权的，不宜擅自以任何形式使用音乐作品。如确有使用需求，建议个案分析，事先获得音乐作品版权方的授权。

特别说明的是，虽然部分网络平台声称提供免费的音频素材，但使用方仍应具体判断所谓“免费”音频素材的具体授权使用范围，如是否可以影音同步方式用于视频制作、是否可以进行商业化使用、以及是否可对音频素材进一步编曲、改编，以及是否可将制作后的宣传视频在网络传播等事项，以尽可能降低侵权风险。

18、在字体使用中，应当注意哪些问题？

如果字体的间架结构、线条等内容具有独创性，则字体也会构成著作权法意义上的作品，从而受到著作权法的保护。因此，在使用字体过程中，应当注意避免侵犯他人对于字体享有的著作权。具体可以通过以下几种方式进行风险规避：

(1) 自创字体

对于涉及的文字数量不多、但对字体的造型独特性有较高要求的宣传情形，可以使用网站、软件工具可协助进行创建、编辑字体。例如：Glyphs、Adobe Illustrator 等。

(2) 使用大型字体字库公司的免费商用字体

由于这一类公司本身的承诺可靠性较高，因此这一渠道的合规安全性也较高。如果对于字体的种类需求度不高而更关注字体使用的合规安全性，可优先选择此渠道。例如思源宋体、思源黑体、抖音美好体、方正黑体、方正书宋、方正仿宋等。

(3) 大型字体网站的免费商用字体

此外，一些第三方运营的字体网站也是宣传行业中常用的字体获取渠道。这些大型的字体网站集合了大量的字体，并提供这些字体的下载服务。但使用时需注意应选择字体网站中明确注明“免费、可商用”的字体，并尽可能选择在宣传行业内知名的、具有较高可信度的网站。

19、在服装、道具的使用中，应当注意哪些问题？

(1) 应注意版权及其他法律层面的合规

在短剧摄制中使用服装或道具，应当避免侵权行为，在选择服装和道具时，要注意避免使用受版权保护的设计或品牌。短剧片方可以考虑聘请专业的服化道人员自行创作、制作拍摄所需的服装、道具。如果需要使用某个品牌的服装或道具，必须获得合法的授权。

另外，服装和道具的使用也应遵守其他相关的法律法规。例如，不应使用假冒伪劣的商品，不应使用违禁物品作为道具等。

(2) 应注意服装、道具的合理性，并避免舆情风险

服装道具需要整体符合剧情涉及的地域以及时代背景，特别是对于某些涉及国家意识形态、

国家统一、性别、宗教等较为敏感事项的相关服装、道具，应当格外留意，不仅要符合法律规定，同时还应符合政策要求和公序良俗。例如制作中国地图道具时应当确保全部疆域的完整；制作中国古代服饰时，应竭力避免因考究失误而错误使用日本、韩国等外国古代服饰或含有外国古代服饰元素、进而被指责“以倭代华”等构成负面舆情。

20、如何理解短剧摄制中素材的“合理使用”？

原则上，如果拟在短剧中使用由第三方创作的作品素材，包括图片、美术（例如绘画、字体等）、音乐、视频等，无论是将其制作作为道具进行拍摄，还是将该等作品素材作为短剧成片画面、背景音乐的一部分，亦或是直接将第三方视频片段剪辑至短剧中，均需要获得相应作品素材权利人的许可。

在例外情况下，部分对于第三方创作作品素材的未经许可的使用可能构成“合理使用”。短剧行业最常援引的合理使用有关规定，主要是《著作权法》第二十四条第一款第（二）项，

“在下列情况下使用作品，可以不经著作权人许可，不向其支付报酬，但应当指明作者姓名或者名称、作品名称，并且不得影响该作品的正常使用，也不得不合理地损害著作权人的合法权益：为介绍、评论某一作品或者说明某一问题，在作品中适当引用他人已经发表的作品。”

《北京市高级人民法院侵害著作权案件审理指南》指出，“判断被诉侵权行为是否属于适当引用的合理使用，一般考虑如下因素：（1）被引用的作品是否已经发表；（2）引用目的是否为介绍、评论作品或者说明问题；（3）被引用的内容在被诉侵权作品中所占的比例是否适当；（4）引用行为是否影响被引用作品的正常使用或者损害其权利人的合法利益。”

概言之，上述有关“适当引用”类的“合理使用”的规定，要求使用者在目的和方式上满足如下要件：

在目的上，短剧引用第三方创作的作品素材应当是为介绍、评论某一作品或者说明某一问题，需要进行一定的转换性使用，而不应当是以与原作品传播相同的目的地去使用该作品，或者旨在再现原作品的审美、艺术乃至商业价值。

在方式上，一方面，合理使用应当指明作者姓名或者名称、作品名称，另一方面，合理使用者应当做到适当引用，也就是在“量”和“质”的层面均恰当。在“量”的维度上，被引用

的内容在被控侵权作品中所占的比例应当适当，引用的比例不可过大；在“质”的维度上，该等引用不得影响被引用作品的正常使用，也不得不合理地损害著作权人的合法权益。

值得注意的是，在影视行业的司法实务中，影视作品创作过程中可被接受的“合理使用”的情形是少而慎重的。例如，在（2015）沪知民终字第730号案中，电影《80后的独立宣言》海报被控未经许可使用了上海美术电影制片厂拥有的动画形象“葫芦娃”和“黑猫警长”，而上海知识产权法院审理认为，该电影海报中引用了包括“葫芦娃”、“黑猫警长”美术作品在内的一系列时代元素，呈现给受众的是关于八十年代少年儿童日常生活经历的信息，不再是单纯的再现“葫芦娃”、“黑猫警长”美术作品的艺术美感和功能，而是反映曾经经历该等动画片盛播的时代年龄特征，亦符合电影主角的年龄特征。因此，这些美术作品被引用在电影海报中有了新的价值、意义和功能，其原有的艺术价值功能发生了转换，而且转换性程度较高，属于我国著作权法规定的为了说明某一问题的情形。另外，该电影海报中所使用的时代元素均构成主角的背景图案，“葫芦娃”、“黑猫警长”与其他背景图案比例协调，符合背景图案的功能。同时，法院还指出，该电影海报引用“葫芦娃”、“黑猫警长”美术作品旨在说明“80后”这一代少年儿童的年代特征，此创作应属特殊情况，不具有普遍性，且该海报的影响也会随着电影播映期结束而逐步减小，因此不会不合理地损坏权利人的合法权益。

21、在短剧中如果要使用 AI 生成物，应当注意哪些风险？

部分短剧制作者在短剧的拍摄和后期制作阶段，可能会使用由人工智能生成的素材（简称“AI 生成物”）作为剧本、道具、场景背景或者画面等，此种使用方法需要注意如下方面的风险：

（1）侵犯 AI 模型开发平台的著作权等相关权利的风险

尽管现阶段国内外针对 AI 生成物的可版权性及其著作权归属的相关立法尚未完全成熟，但 AI 模型开发平台往往在其与用户的用户协议中，对相关模型的使用规范做出过要求。例如，Midjourney 平台在其用户协议中约定，一般情况下用户使用 Midjourney 生成的图片作品的著作权由用户享有，但如果用户身份是“年收入超过 1,000,000 美元的公司或公司的任何员工”，则该用户必须在订阅“Pro”或“Mega”计划的情况下才能拥有图片作品的著作

权。考虑到短剧制作方的年度收入规模往往较高、员工的流动性可能较大，而各类型的 AI 模型开发平台都可能不时地通过用户协议对其平台用户提出各类使用规范要求，这也要求制作方在使用相关素材时需要注意相应平台的使用规范，了解 AI 生成物的权属状况。

(2) 侵犯人工创作的在先作品的著作权的风险

各类型 AI 模型在其开发和训练阶段，开发者需要向模型中投喂海量的数据素材以供其训练，其中不乏他人在先创作过的各类文字、图片等作品。目前，国内外对 AI 模型训练阶段的作品利用行为是否受到著作权法规制，尚未形成成熟的立法规范。现阶段使用 AI 模型时，不能确保相关 AI 模型对其用来投喂训练的数据素材，均取得了相应权利人的合法授权。一旦 AI 模型开发者进行模型训练时没有取得权利人的相应授权（或者短剧制作方的使用需求已经超越了权利人前期的授权），而短剧制作方利用该 AI 模型制作的 AI 生成物又恰好与他人创作的在先作品构成实质性相似，则具有较高的著作权侵权风险。

(3) 直接使用第三方用户制作的 AI 生成物的侵权风险

尽管与人工智能模型及其生成物相关的立法和司法尚未完全成熟，但可以明确的是，AI 生成物并非“无主物”。如果短剧制作方直接使用了第三方用户在某个 AI 模型开发平台输入指令而生成的素材，或者该 AI 生成物虽然是短剧制作方员工自行输入指令生成，但其产出成果与第三方用户在先使用该模型生成的成果构成实质性相似，也存在被控侵犯著作权的风险。

22、短剧在进行广告植入中应当注意哪些问题？

短剧在进行广告植入中应当注意以下方面的风险合规问题：

(1) 广告真实性问题

应确保植入的广告内容真实、准确，不得含有虚假或者引人误解的信息，不能夸大产品的功效、性能，不能虚构产品的产地、成分等。

(2) 广告可识别性问题

根据《广告法》的要求，即使是植入形式的广告也应当具有可识别性，让观众能够清楚地辨别出这是广告。可以通过在短剧中使用特定的标识、字幕或者语言提示等方式来表明广告内容。

(3) 广告用语合规问题

进行广告宣传时应当保证使用的宣传用语符合《广告法》的要求，不存在违规宣传的情形。例如，不应使用绝对化用词；不得进行不当贬损性的比较宣传；不应使用诸如“全网最低价”“有效抗衰老”等可能被行政机关认定构成虚假宣传的违规用词等等。

(4) 知识产权问题

应保证植入广告不存在侵犯他人知识产权的情形，如果在短剧中使用了他人的商标、品牌形象、作品内容等进行广告植入，就必须获得合法授权。同时，短剧本身的知识产权也需要得到保护，防止广告主在未经授权的情况下使用短剧的内容进行广告宣传。

23、哪些品类不宜进行广告植入？

不宜进行短剧广告植入的品类主要包括：

(1) 药品、医疗器械、医疗服务类

药品、医疗器械、医疗服务类的广告受到严格的法律监管，需要经过相关部门的审批才能进行广告宣传。而短剧一般难以满足药品广告审批的要求，且药品的功效和安全性需要专业的医学知识进行判断，不适合在短剧中进行随意的广告植入。特别是这类医疗商品及服务的特性在短剧中很难做到准确传达，观众很难通过短剧准确了解医疗器械的适用范围、使用方法和注意事项等。因此该类商品、服务不宜在短剧中进行广告植入。

(2) 烟草类

我国法律明确禁止在大众传播媒介或者公共场所、公共交通工具、户外发布烟草广告。短剧属于大众传播媒介的一种形式，因此不能进行烟草产品的广告植入。

(3) 禁止代言类

根据我国《广告法》规定，诸如保健食品广告、医疗广告等特殊类型的广告形式不得进行广告代言。而短剧的广告植入中必然大量涉及演员与商品同框的方式进行广告植入。因此，对于《广告法》中明确禁止代言的商品/服务，一般不宜进行广告植入，否则存在被认定违法代言的可能。

(4) 金融理财产品类

由于金融理财产品具有较高的专业性和复杂性，所以在短剧中进行金融理财产品的广告植入



很难对产品的风险、收益、条款等进行全面准确的介绍，容易引发消费者的误解和投资风险。另外金融理财涉及消费者的财产安全，而金融市场波动较大，金融产品的风险也难以预测，不适合在短剧中进行广告植入，否则容易给消费者造成损失，进而引发大面积负面舆情。

24、短剧的著作权归属应当如何界定？

我国《著作权法》第十七条规定：“视听作品中的电影作品、电视剧作品的著作权由制作者享有，但编剧、导演、摄影、作词、作曲等作者享有署名权，并有权按照与制作者签订的合同获得报酬。前款规定以外的视听作品的著作权归属由当事人约定；没有约定或者约定不明确的，由制作者享有，但作者享有署名权和获得报酬的权利。视听作品中的剧本、音乐等可以单独使用的作品的作者有权单独行使其著作权。”

根据上述规定，短剧属于电影、电视剧之外的其他视听作品，其著作权是由当事人约定归属。如果各方当事人没有约定或者约定不明确的，则由制作者享有，而一般意义上法律规定中的“制作者”指的是电影投资出品方。另需注意的是，短剧作为视听作品的一类，其是由剧本、音乐等多种类型作品形成的，对于这些独立的作品，该作品的作者有权独立行使著作权。

25、版权登记有什么用？

根据我国司法解释及司法实践中法院的认定，在诉讼纠纷中，版权登记可以作为证明作品权属的初步证据。考虑到短剧作为视听作品中的一种，其版权归属认定较为复杂。因此，将短剧作品进行版权登记，可以直接作为证明短剧版权归属的证据。一方面便于交易，通过提供版权登记证书，证明自己的权利人身份，避免通过提供合同、创作文稿等繁杂的文件予以证明，降低商业秘密泄露的风险。另一方面，在维权环节，版权登记也可以直接作为证明权属的证据，降低自身的举证难度。

26、对短剧进行商标布局的必要性，什么样的短剧适合进行商标布局？

考虑到短剧一般具有产量大、更新快、生命周期相对较短的特点，对于大多数短剧项目而言，权利方提前进行商标布局的必要性不高。

但是，对于某些计划进行系列出品的项目，以及某些具备远期衍生商业开发价值的项目，则有必要提前进行商标布局及注册申请，这将有利于有效防范项目爆火后的商标抢注，同时也能够对项目自身的未来衍生商业开发保驾护航，发挥 IP 的效能及价值。

对短剧项目的名称或剧中元素进行商标注册申请时，商标指定使用的商品或服务类别的选择是权利人需要关注的问题。我们建议，除去传统影视行业商标申请工作中常见的娱乐服务相关类别以外，游戏、计算机软件相关类别由于与影游联动息息相关，也可以重点考虑；此外，短剧本身的内容主题属性，也应当作为商品或服务类别选择时的重点考量因素。

27、如果短剧因侵权被投诉下架，出品单位和平台是否可以免责？

二者的责任认定有所区别。

(1) 出品单位

如果短剧出现侵权情形，通常情况下出品单位都难以脱责。因为出品单位是短剧的制作者，其本身的职责与义务就是完成短剧的内容创作制作，因此如果出现短剧内容构成侵权的情况，例如抄袭他人的剧本、创意，侵犯了他人的名誉肖像等，那么出品单位通常难辞其咎，不能免责。

(2) 播映平台

由于播映平台并不直接参与短剧的创作制作，因此当短剧构成侵权时，判定播映平台是否应承担责任的应当遵循“明知应知+必要措施”的原则（也就是“避风港规则”）：只有当播映平台知悉侵权情形的存在，并且在知悉后未能及时采取必要措施，那么播映平台应当对未及时采取必要措施而损害扩大的部分与该网络用户承担法律责任。而关于播映平台是否知悉侵权存在，则可以通过多种外在表现形式来推知判断：例如权利人是否向播映平台投诉过侵权情形；播映平台是否对侵权短剧进行了置顶推荐、主动编辑等操作；侵权情形是否有十分明显的情况，以至于播映平台不可能不知悉等。

另外，如果播映平台也参与了短剧的创作制作，那么其同时也构成短剧的制作者身份，一定程度上与出品单位的法律身份相同或相似，那么播映平台也需要承担出品单位需承担的相应责任。

28、短剧有哪些常见的不正当竞争情形？

在短剧领域，常见的不正当竞争情形有以下几类：

(1) 不当地模仿、借用

部分短剧可能会出现高度模仿、借用其他短剧的故事情节、人物设定、发展脉络等。但有时往往这种模仿、借用并没有达到著作权法层面上的抄袭，而构成不正当竞争。这一点尤其会体现在创意抄袭上：存在部分短剧窃取了其他短剧的独特创意，如表现手法、叙事风格等。

(2) 虚假宣传

实践中常会出现夸大短剧质量的情况，对短剧的制作水平、演员阵容、剧情精彩程度等进行过度夸大的宣传。例如，宣传中声称有知名一线演员参演，但实际上只是一些不知名的演员；或者宣称制作精良堪比电影级别，但实际播出效果却相差甚远。

另外也可能存在部分片方虚假宣传，使得观众误以为该短剧与其他知名作品有关联，进而出现混淆误解。

(3) 恶意诋毁

部分短剧项目在宣发环节可能通过各种渠道发布有关竞争对手短剧的不实负面评价，以及进行不客观的比较，恶意突出自己的短剧而贬低竞争对手的作品。比如在宣传中片面强调自己短剧的优势，同时刻意放大竞争对手短剧的缺点，误导消费者做出错误的选择。

(4) 侵犯商业秘密

通过不正当手段获取竞争对手短剧的制作方案、营销策略等商业秘密，然后利用这些秘密为自己的短剧牟取竞争优势。例如，雇佣商业间谍窃取竞争对手的剧本创意、拍摄计划等，然后提前推出类似的短剧，抢占市场份额。

(5) 有意混淆、利用他人声誉搭便车

例如未经授权使用其他知名短剧的名称、标志、宣传语等，使消费者误以为该短剧与其他知名作品有关联从而吸引观众。又比如在宣传中暗示自己的短剧是某热门小说的官方改编版，但实际上并未获得授权，这种行为会误导消费者，也侵犯了原作品的权益，构成不正当竞争。

29、短剧在运营中应当如何注意保护未成年人权益？

我国有关《未成年人保护法》《未成年人网络保护条例》《未成年人节目管理规定》等法律规范中，对于未成年人权益保护有着相关明确的规定。对于含有未成年人出演的角色或情节的短剧内容而言，我们认为应关注以下两个方面的内容。

(1) 在短剧内容制作方面

① 不得含有危害未成年人身心健康的内容，包括打架斗殴、抽烟酗酒、虐童、引诱自杀、早恋、未成年性行为等内容。需要特别关注的是，如短剧内容以未成年人为主要角色的或者面向群体是未成年人的，则不得利用未成年人进行商业宣传活动。品牌定制剧作为以宣传推介品牌为目的的短剧类型，应尤为注意。

② 特殊内容的事先提示，即针对可能引发或者诱导未成年人模仿不安全行为、实施违反社会公德行为、产生极端情绪、养成不良嗜好等可能影响未成年人身心健康画面的，应当在内容展示前予以显著提示。

(2) 在短剧发行方面

短剧发行平台应注意法律中有关未成年节目的防沉迷要求，即在面向未成年人的短剧中，应设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等功能。而且，短剧发行平台在传播含有引发、诱导未成年人模仿不安全行为等特殊内容的短剧时，也需尽到事先信息提示的义务。

消费者权益保护

30、短剧平台在运营中应当如何注意避免侵害消费者权益？

短剧运营过程中，平台与消费者的矛盾集中于平台的诱导性消费、收费不透明，侵害了消费者的知情权、选择权等问题。

我们认为，短剧平台应做好以下三个方面的工作，以避免侵害消费者的权益。

- (1) **充分的信息提示**：平台应清楚标注短剧的集数、观看期限、会员权益、退费流程等，以便于消费者充分了解短剧各方面的情况，自主作出选择。
- (2) **清晰的收费模式**：平台应以醒目方式提示消费者收费模式，尽可能以清晰、简单的言语进行表达，而且需要重点提示是否存在自动续费、自动解锁等功能。
- (3) **较为便捷的退费功能**：在符合法律规定及平台规则的情况下，平台应设置便捷的退费渠道，处理消费者的退费需求。

31、短剧平台在收集用户数据中应当注意哪些问题？

短剧平台在收集用户数据的过程中应当遵守落实《个人信息保护法》等法律法规规定的合法正当必要诚信、目的明确和最小化、公开透明等原则以及告知同意等规则。

平台在个人信息收集前，应当向用户公开收集、使用规则，向用户告知个人信息处理基本信息、个人信息处理目的、处理方式、处理的个人信息种类、保存期限、用户行使个人信息权益的方式和程序等事项（在以上事项变更时亦应告知用户）。在告知的基础上，就个人信息的收集取得用户的同意和授权。就用户敏感个人信息（如生物识别、宗教信仰、特定身份、医疗健康、金融账户、行踪轨迹等，及不满十四岁未成年人的个人信息）的收集，还需取得用户的单独同意，并采取严格的保护措施。

实践中，制定、公示用户隐私政策并取得用户同意是业内主体落实告知同意规则的常见做法。但这并不意味着只要制定、公示了隐私政策就排除了合规风险。实际上，相关法律法规（如《APP违法违规收集使用个人信息行为认定方法》）对于隐私政策的公示方式、隐私政策应包含的必要内容、取得用户同意的方式等方面做出了进一步的要求，业内主体应予以关注落实。比如，进入 APP 主页面后，需多于 4 次点击等操作才能方向到隐私政策，可被认定为“未公开收集使用规则”。

就个人信息的收集范围，平台不应收集与平台提供服务无关的个人信息。结合《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》等规定，App 运营者不得因用户不同意收集非必要个人信息，而拒绝用户使用 App 基本功能服务，短剧平台属于在线影音类或短视频类 APP，此类程序无需个人信息即可使用基本功能服务，这意味着即使用户拒绝提供个人信息，平台也应向用户提供基本功能。平台在收集基本功能之外的功能需要的个人信息时，应当执

行收集前与用户签署的约定，不应超出范围收集。

最后，平台应确保个人信息收集过程的安全性。收集个人信息之前，应有对被收集人进行身份认证的机制；收集个人信息时，信息在传输过程中应进行加密等保护处理；收集个人信息的系统应落实网络安全等级保护要求；收集个人信息时应有对收集内容进行安全检测和过滤的机制，防止非法内容提交。

32、短剧平台是否有权将用户数据用于算法个性化推荐等用途？

结合《个人信息保护法》《网络数据安全条例》《互联网信息服务算法推荐管理规定》《互联网个人信息安全保护指南》等规定，将用户数据用于算法个性化推荐等用途，涉及到对用户个人信息的处理，仍然应当遵循合法正当必要诚信、目的明确和最小化、公开透明等原则以及告知同意等规则，保障用户的知情权并取得用户相应的同意。

在将用户数据用于算法个性化推荐等用途时，平台还需注意以下方面的合规事项：

(1) 事前进行个人信息保护影响评估。个人信息保护影响评估应当包括下列内容：①个人信息的处理目的、处理方式等是否合法、正当、必要；②对个人权益的影响及安全风险；③所采取的保护措施是否合法、有效并与风险程度相适应。个人信息保护影响评估报告和处理情况记录应当至少保存三年。

(2) 记录具体的处理情况，保存处理记录。利用个人信息进行自动化决策，应当对处理情况进行记录并保存处理情况记录至少三年。

(3) 履行告知及公示义务。平台应当以显著方式告知用户其提供算法推荐服务的情况，并以适当方式公示算法推荐服务的基本原理、目的意图和主要运行机制等；

(4) 为用户提供便捷的个性化推荐关闭选项及删除用户标签等功能。平台通过自动化决策方式向用户进行信息推送、商业营销，应当设置易于理解、便于访问和操作的个性化推荐关闭选项，为用户提供拒绝接受推送信息、删除针对其个人特征的用户标签等功能。用户选择关闭算法推荐服务的，平台应当立即停止提供相关服务。平台应用算法对用户权益造成重大影响的，应当依法予以说明并承担相应责任。

(5) 保证决策透明度及结果公平，禁止差别待遇。平台不得进行“大数据杀熟”，对用户
在交易价格等交易条件上实行不合理的差别待遇。

(6) 履行未成年网络保护义务。平台向未成年人提供服务的，应当开发适合未成年人使用的
模式、提供适合未成年人特点的服务等方式，便利未成年人获取有益身心健康的信息，不
得向未成年人推送可能引发其模仿不安全行为和违反社会公德行为、诱导不良嗜好等可能影
响未成年人身心健康的信息，不得利用算法诱导其沉迷网络。

(7) 算法备案、公示及安全评估。属于“具有舆论属性或者社会动员能力的算法推荐服务
提供者”的短剧平台应当依法履行算法备案及公示手续，开展安全评估。

(8) 其他。包括但不限于落实算法安全主体责任、定期审核评估验证算法、加强信息安全
管理、加强用户模型和用户标签管理、加强算法推荐版面页面生态管理等。

33、短剧平台中涉及用户的隐私政策一般会包括哪些内容？

短剧平台的用户隐私政策通常包括以下内容：

(1) 个人信息的收集和使用：平台应说明在用户使用 APP 不同的功能（如账号服务、搜索
浏览、信息发布、互动交流、自动化决策等）时，平台会收集哪些个人信息以及如何使用，
用户如果不希望该等信息被收集时的操作办法以及相应后果等内容。

(2) 个人信息的共享：平台应说明何种情况下会向第三方提供用户个人信息，具体包含合
作场景（用户使用何种功能时触发平台向第三方提供）、向第三方提供的个人信息类型、提
供目的、合作方主体名称、合作方信息（主体名称、官网链接、隐私政策）、向第三方提供
信息的方式等。

(3) 用户权利（个人信息管理）：平台应告知用户如何管理自己的个人信息，以落实用户
个人信息查阅、复制、更正、删除、撤回同意授权等权利。具体包含用户如何访问、更正、
删除和控制自己的个人信息、管理个性化推荐及广告推送、注销账号等。

(4) **个人信息安全保护**：平台应说明对用户个人信息采取的安全保护措施，包括安全技术措施、管理制度、安全提示等。

(5) **个人信息存储**：平台应说明其如何存储个人信息，包括存储地点、存储期限等。

(6) **未成年人保护**：平台应特别说明对未成年人个人信息的保护措施和政策，以及平台设置的未成年保护相关功能（如有）。

(7) **隐私政策查阅、更新和通知**：平台应声明如何查阅隐私政策，如何通知用户隐私政策的更新等。

(8) **联系方式**：平台应提供用户在对隐私政策有疑问建议、投诉举报需要时的联系方式、反馈渠道。

34、短剧平台是否可以向第三方提供用户数据？

用户数据涉及用户个人信息，短剧平台向第三方提供应当仅出于合法、正当、必要、明确的目的。平台在向第三方提供用户数据前，应结合《个人信息保护法》等法律法规履行以下义务：

(1) 向用户告知第三方的名称、联系方式、处理目的、处理方式和个人信息的种类，并取得用户的单独同意；

(2) 进行事前的个人信息保护影响评估，并对处理情况进行记录。个人信息保护影响评估应当包括下列内容①个人信息的处理目的、处理方式等是否合法、正当、必要；②对个人权益的影响及安全风险；③所采取的保护措施是否合法、有效并与风险程度相适应。个人信息保护影响评估报告和处理情况记录应当至少保存三年。

此外，如果因业务需要确需向境外主体提供用户个人信息，则短剧平台应当注意以下事项：

(1) 短剧平台需具备下列条件之一：①依照《个人信息保护法》第四十条的规定通过国家网信部门组织的安全评估；②按照国家网信部门的规定经专业机构进行个人信息保护认证；③按照国家网信部门制定的标准合同与境外接收方订立合同，约定双方的权利和义务；④法律、行政法规或者国家网信部门规定的其他条件。中华人民共和国缔结或者参加的国际条约、协定对向中华人民共和国境外提供个人信息的条件等有规定的，可以按照其规定执行。

(2) 短剧平台应当采取必要措施，保障境外接收方处理个人信息的活动达到《个人信息保护法》规定的个人信息保护标准。

(3) 短剧平台应当向用户告知境外接收方的名称或者姓名、联系方式、处理目的、处理方式、个人信息的种类以及用户向境外接收方行使《个人信息保护法》规定权利的方式和程序等事项，并取得用户的单独同意。

35、在法律上应当如何认定短剧构成对在先作品的“抄袭”？

“抄袭”与“剽窃”在我国著作权法体系之下是相同的概念。《著作权法》第五十二条第一款第（五）项规定，“剽窃他人作品的”应当根据情况，承担停止侵害、消除影响、赔礼道歉、赔偿损失等民事责任。因此，剽窃是我国著作权法中明确列明的侵犯著作权的具体行为之一。1990年，国家版权局版权管理司在《关于如何认定抄袭行为给青岛市版权局的答复》中认为著作权法中的抄袭、剽窃是同一概念，并将其界定为“将他人作品或者作品的片段窃为己有发表”。《〈中华人民共和国著作权法〉导读与释义》在前述界定的基础上将“剽窃”定义为“把别人的作品全部或部分据为己有的侵权行为”，该释义进一步指出，剽窃他人作品与演绎作品不同，演绎作品的作者对原作品进行了创造性的劳动，创作了新的作品，而剽窃他人作品最多只是将他人作品的个别部分和词句略作变动，几乎是原封不动地作为自己的作品，没有创造性的劳动。例如，将一部小说中的人物名称、故事发生的年代、地点等作了改动，或者其中个别情节略作变化，其主要内容、表现手法都是抄袭他人的作品。

因此，在我国现行著作权法体系下，剽窃是指将他人作品的全部或部分据为己有，其不仅未经作者许可而使用了原作品的独创性表达，还产生了将该表达占为己有的行为表示。是以，剽窃行为不仅侵犯作者的著作财产权，还涉及侵犯其著作人身权。

剽窃又可具体分为低级剽窃和高级剽窃。在短剧市场上，低级剽窃和高级剽窃的情形均有可能出现。低级剽窃是指原封不动地照搬他人作品或者稍加改动他人作品并署上自己的名字。高级剽窃是指改头换面地使用他人作品或者作品的片段，往往还加入了自己的创作性劳动。后者与未经许可进行改编的行为极为相似。在司法实践中，判断剽窃行为与侵害改编权行为所采用的判断方法也基本相似，一般是采用“接触+实质性相似”的判断方法。

所谓“接触”是指，被控侵权作品的创作者是否有机会接触到、了解到、看到过在先作品。

“接触”包括实际的接触和推定的接触。实际的接触是指，有证据证明被控侵权作品的创作者通过阅读、观看或者其他方式直接接触过在先作品。推定的接触则是一种法律推定，一般只要在先作品已经公开，即可推定被控侵权作品的创作者具有接触可能性。例如，在先作品

如果是一部已经发表的网络小说，或者已经播出的短剧，则可以推定被控侵权短剧的创作者具有接触该等在先作品的可能性。在理论上确实存在两位作者分别独立创作出近似的作品的情况，但这种概率非常低，特别是随着作品在先发表，很难证明在后创作的作者没有接触到在先作品。《北京市高级人民法院侵害著作权案件审理指南》指出，如果被控侵权作品与在先作品的表达相同或者高度相似，足以排除独立创作可能性，且案件被告对此未作出合理解释的，也可以根据在案证据推定被告接触过在先作品。

在判断“实质性相似”时，首先要判断原作品作者所主张被抄袭的作品要素是否构成著作权法所保护的表达。短剧通常以对白、情节为基础，并以视、听的方式综合性地呈现作品的内容，同时市场上的短剧又具有极强的同题材、类型化特征。因此在判断此类作品中所出现的内容是否构成著作权法所保护的表达时，既不能仅仅局限为对白台词、修辞造句，也不能将作品中的主题、题材、普通人物关系等抽象内容均认定为表达。在实践中，除了能够被观众直观感受到的对白台词外，人物设置及其相互的关系，以及由具体事件的发生、发展和先后顺序等构成的情节，包括情节的选择、结构安排、情节推进设计等，如能够反映出作者独特的选择、判断、取舍，都有可能成为著作权法保护的表达。在此基础上，还需进一步剔除不受著作权法保护的特定情境、有限表达和公有素材元素，进而判断被控侵权作品的相应内容与在先作品的相关受保护的表达是否实质性相似。

如果经判断，两作品符合“接触+实质性相似”的情形，在认定是否构成“剽窃”时还需要进一步审查被控侵权作品的创作者是否具有合理的抗辩事由。这类抗辩事由通常包括：被控侵权作品创作具有合法来源、被控侵权行为属于合理使用或者法定许可的情形等。

36、短剧著作权维权中，应当如何确定责任主体？

(1) 查看短剧作品上标注的权属信息和署名信息

如果有标注权属信息和署名信息，可直接以短剧中标明的权属信息和署名信息确定侵权责任主体。但目前市场上的很多短剧，在片头或片尾都没有明确展示权属信息和署名信息，因此需要通过其他途径确认短剧的著作权人、出品方等主体信息。

(2) 查看播放平台上的备案信息

如果官方公示的备案信息可以看到著作权人、出品方等信息，则可以以该备案信息中的公司主体作为侵权责任主体，但对于市场上大量的、没有在国家广播电视总局统一备案管理的非“重点微短剧”，因其由各大播放平台（如抖音、快手、微信、B站等）自行进行平台备案的，而平台备案信息并不对社会公众公示公开，因此也难以直接查到相关责任主体。

(3) 查看该短剧的官方网站、官方社交媒体账号信息

有些短剧，具有一定的热度和知名度之后，短剧的制作方或出品方会在其公司的官方账号下发布相关信息，由此可确认或进一步验证该短剧的责任主体。

(4) 查看该短剧的具体播放小程序/快应用/平台账号的认证主体信息

短剧在上线抖音、快手、微信小程序等播放平台时，通常会在具体公司运营的小程序或认证的账号项下对该短剧进行播放、传播，这些公司主体直接实施了网络传播行为，是主要的侵权主体之一。

(5) 直接与播放平台联系确认侵权主体

如果通过上述方式，仍难以确认侵权主体，比如播放的具体账号均为自然人账号，则也可以考虑直接起诉发行平台，由发行平台承担相应侵权责任或由发行平台明确告知该短剧的真正权利人及责任承担主体。

37、短剧进行著作权维权，应当如何进行证据固定？

通常在短剧维权中，需要就以下 3 个方面的证据进行取证及证据固定：

(1) 权属证据

权利人的权利基础是维权的前提，维权行动开始前，首先要确认权利人享有相关权利、权利作品的权属清晰。

(2) 侵权行为证据固定

首先尽快对侵权主体的侵权行为进行证据保全—采取公证处公证或网络公证的方式进行取证，取证内容包括：侵权短剧的全集内容、侵权短剧在各大播放平台的播放情况、侵权短剧的热度、排名及相关宣传报道。

(3) 侵权主体证据固定

如果在对侵权行为的证据固定中，已经包含了对主要侵权主体的证据固定，则无需再针对侵权主体进行证据固定。如果在短剧播放中未展示侵权主体，则需要对侵权主体相关的页面或账号进行单独的取证，包括网页取证、录屏取证等方式。

在证据固定形式上，可以根据相关证据灭失的可能性、证据在整体诉讼中的作用、侵权的具体情况、争议解决成本预算、拟提起诉讼的法院所在地区的司法政策等因素，评估采取公证、时间戳录屏、时间戳截图或者其他证据保全方式，以在未来的诉讼中确保证据的真实性、合法性以及关联性可以获得法院的认可。

38、在短剧著作权维权中，通常应当如何认定侵权赔偿金额？

短剧著作权维权案件主要分为短剧被盗播维权以及短剧被侵权改编维权两种类型，在这两种类型的案件中侵权赔偿金额的认定逻辑基本一致。

根据《著作权法》第五十四条的规定，著作权侵权案件中的赔偿金额应当按照权利人因此受到的实际损失或者侵权人的违法所得予以确定；权利人的实际损失或者侵权人的违法所得难以计算的，可参照该权利使用费给予赔偿。对故意侵权且情节严重的，还可另行确定一倍以上五倍以下的惩罚性赔偿。权利人的实际损失、侵权人的违法所得、权利使用费难以计算的，由人民法院根据侵权行为的情节，判决给予五百元以上五百万元以下的赔偿。

短剧著作权案件侵权赔偿金额的计算，也应当遵从上述规则。通常而言，权利人的实际损失、侵权人的违法所得及权利使用费标准可能较难通过当事人举证证明，在此情况下赔偿额将由人民法院在法定范围内裁量酌定，实践中法院在酌定判赔金额时，会综合考虑被侵权短剧的知名度、制作及宣推成本、侵权传播的数据及收益情况、侵权人的侵权性质及程度等多方面因素。

39、严重的盗版行为是否涉及刑事责任？

短剧被盗播的行为，跟传统的电影或影视剧被盗播的行为，在刑法上没有实质区别。根据《中华人民共和国刑法》以及相关的司法解释的规定，以营利为目的，未经著作权人许可复制发行、通过信息网络向公众传播短剧的，非法经营数额在五万元以上或者违法所得数额在三万元以上的，或有其他严重情节的，可构成侵犯著作权罪，侵权行为人应承担相应的刑事责任。

例如，浙江省金华市婺城区检察院就在 2024 年，对侵权、盗版《我在 80 年代当后妈》等 2500 余部热播短剧的某犯罪嫌疑人提起公诉，最终，被告人被判处有期徒刑三年，缓刑四年并处罚金人民币十万元。退出的违法所得予以没收，上缴国库。

因此，总体来看，如果行为人构成了较为严重的针对短剧的侵权、盗版行为，无论在法律规定层面，还是在司法实践中，都将可能面临刑事责任。

40、短剧“出海”中应当注意哪些方面的问题？

(1) 短剧制作应注重本土化

在短剧出海过程中做好本土化工作是十分重要的，无论是将国内短剧译制后发行到海外，还是直接在当地进行拍摄制作，都需要对目标国家或地区的宗教信仰、文化风俗等进行相应的调研，避免因该等问题引发不必要的误解或纠纷。

比如与我们地理距离较近的东南亚国家就有着非常复杂、多样的宗教信仰，当今世界上流行的各种主要宗教，如佛教、伊斯兰教、基督教、印度教，甚至犹太教、锡克教等都在这里有其信徒，在同一种宗教中还有各种不同系统相互影响融合的情形。基于此，短剧制作公司在创作过程中要对不同地方的宗教信仰情况进行充分的了解，如此才能在尊重的前提下获得更多共鸣。

(2) 短剧制作应符合外资准入

根据当地的外资准入政策，部分国家和地区可能对媒体和文化产业设定外资准入限制，具体包括但不限于对外资持股比例有所限制，或者要求外资企业与当地企业进行合作。短剧制作是否需要遵守该等外资准入限制，要结合目标国家或地区的具体政策而定，并基于此确定适当的合作模式。

(3) 短剧内容应符合审查标准

不同国家和地区对于短剧持有不同的内容分级制度和审查标准，在短剧内容创作过程中应当遵守当地的法律法规及相关政策，避免因内容违规而导致无法传播或下架。

(4) 短剧推广应进行广告合规

在海外市场对短剧进行推广的过程中，应当注意遵守当地与广告相关的法律法规，确保广告内容真实、合法。同时，不同推广平台对于广告也会有不同的平台规则，对于该等规则的熟悉和了解可以使得短剧推广更为有效。

(5) 注重数据合规及隐私保护

对短剧平台而言，如其在运营的过程中需要对用户的数据进行收集、存储和使用，则需要根

据当地的政策做好数据合规及隐私保护，比如欧盟出台的《通用数据保护条例》（*General Data Protection Regulation*）等，违反该等规定可能会面临较大额度的罚款。

此外需要注意的是，部分国家或地区可能会要求相应平台的用户数据必须存储在当地的服务器上，因此能否以及如何进行数据的跨境传输也需要根据当地的政策具体确定。

(6) 注重版权合规

虽然短剧行业发展初期，抄袭、融梗的情形比较常见，但随着行业逐渐壮大，竞争日趋激烈，短剧行业也逐渐走上了精品化之路。特别是，部分国家和地区对于版权问题的监管较国内更为严格，因此需要更加注意版权合规问题。对于短剧使用的剧本、音乐、场景、服装、道具等可能涉及著作权的元素都应当保证上游版权链的清晰、完整，确保获得相应的授权，以免陷入侵权纠纷。

参与编写人员：

李景健 邓尚锐 司斌斌 薛然 段英子 张奉祥 雷蕾 程子 王嘉熙

※本指引是韬安律师事务所为短剧行业及社会公众提供的公益性普法参考文件，不属于针对具体事项的法律意见，

也不代表本所针对具体个案的意见或观点。



地址：北京市朝阳区自空间CBD写字园C座C3A

电话：010-65403885

邮箱：ta@taoanlaw.com

网址：www.taoanlaw.com



扫描关注韬安公众号