

微短剧行业法律合规 与风险治理白皮书

2026

目录

引言	4
第一章 微短剧行业法律风险数据化图谱（2025 观测数据）	5
1.1 著作权及邻接权侵权纠纷高发区数据观测	5
1.2 运营与消费者权益纠纷数据观测	7
1.3 监管行政处罚高频事由（基于公开处罚信息）：	8
1.4 人格权纠纷新兴风险点观测	8
1.5 数据安全与个人信息保护合规观测	9
第二章 产业解构：微短剧产业链中的法律主体与核心关系图谱	9
2.1 内容生产端：权利生成与利益分配的基石	9
2.2 平台与分发端：内容传播与流量分发的枢纽	10
2.3 商业变现端：价值实现与风险外溢的终端	11
第三章 风险透视：微短剧全生命周期系统性法律风险图谱	11
3.1 创作筹备期：源头风险定调项目成败	11
3.2 拍摄制作期：制作现场的风险汇聚	13
3.3 后期制作与上线期：技术合规与内容终审	14
3.4 发行与运营期：面向市场的全面考验	15
3.5 争议与退出期：风险处置与损失分担	16
第四章 内容本源之治：构建坚实的著作权与邻接权合规体系	16
4.1 剧本权利：夯实内容创作的权属根基	16
4.2 视听元素：杜绝“拼贴式”侵权的系统性方案	17
4.3 应对新兴挑战：AIGC 内容的合规使用	18
第五章 商业基石之固：全流程合同精细化设计与风险管理	18
5.1 核心项目合同群的关键条款设计	18
5.2 与个人合作合同的精准化与合规化	19
5.3 营销推广合同的真实性担保与责任隔离	20
第六章 人格尊严与数据安全：肖像权、个人信息与未成年人保护	20
6.1 肖像权、姓名权、名誉权的全面防护	20
6.2 用户个人信息处理的全流程合规	21
第七章 传播运营之规：平台责任、广告合规与消费者权益	21

7.1 平台的内容审核与治理责任	21
7.2 营销推广的广告法红线	22
7.3 特殊运营模式的消费者权益保障	22
第八章 可持续发展之锚：争议解决、合规体系与生态共建	23
8.1 建立风险预警与应急处置机制	23
8.2 构建体系化电子存证与高效争议解决安排	23
8.3 推动企业内部合规体系与行业生态建设	24
结论：迈向规范繁荣——法律合规是高质量发展的生命线	24

微短剧行业法律合规与风险治理白皮书

(2026)

引言：

根据国家广播电视总局的官方定义及行业共识，微短剧(全称“网络微短剧”) 是指单集时长从几十秒至 15 分钟左右，具有相对明确的主题、主线及连续完整故事情节的网络视听节目。2020 年 8 月，国家广电总局在备案系统中新增“网络微短剧” 板块，将其正式列为继网络剧、网络电影、网络动画片之后的第四种官方认可的网络影视作品形态，该年亦因此被行业称为“网络微短剧元年”。

2025 年，中国微短剧（含漫剧）产业全年产值突破千亿规模，同期全国电影总票房为 518.32 亿元。此消彼长的数据对比昭示着一个不容忽视的现实：微短剧这一新兴业态的市场体量已接近传统电影市场的两倍，并持续展现出强劲的增长动能。据行业研究机构预估，2026 年中国微短剧市场规模将突破 1200 亿元。微短剧，正以其独特的节奏与变现效率，迅速崛起为国内内容产业不可忽视的主力军。

行业的爆发式增长，源于其“短、平、快”的鲜明特点——制作周期相对可控、投资门槛灵活、商业变现路径多元且直接，从而迅速形成了从 IP 孵化、内容制作、投流推广到付费解锁、广告电商的完整产业链闭环。然而，硬币的另一面是，高速迭代的商业模式、高度压缩的生产周期、多元复杂的参与主体以及交错嵌套的法律关系，使得整个行业在创造巨大商业价值的同时，也迅速积聚了多维度、链条化、系统性的法律风险。这些风险如暗礁潜藏，任何环节的疏忽都可能导致项目下架、收益归零、行政处罚乃至民事赔偿与刑事责任。

本白皮书旨在立足于“法律合规研究与实务建议提供者”的视角，摒弃简单的风险罗列，致力于系统梳理微短剧产业全生命周期中的核心法律议题。我们试图构建一个“风险识别-合规框架-实务操作”三位一体的分析体系，将抽象的法条与鲜活的产业实践相结合，为行业的所有参与者——包括但不限于出品方、

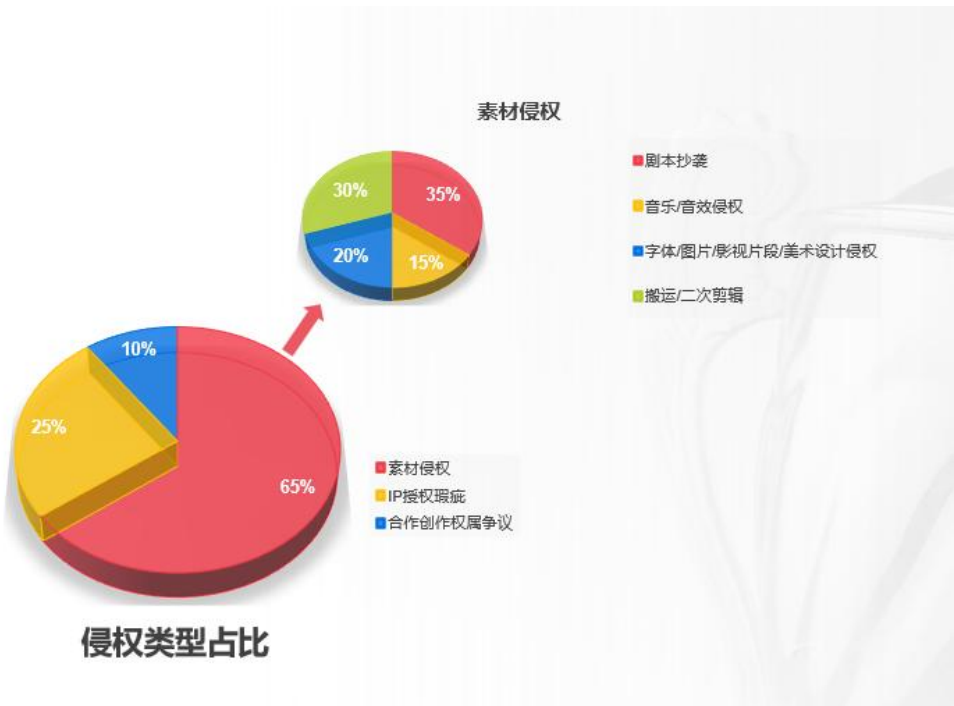
制作方、平台方、投流方、演艺人员、品牌方及投资机构——提供兼具前瞻性、系统性及高度可操作性的合规指引。我们深信，唯有法律合规的坚实底座，方能支撑微短剧行业穿越周期，迈向理性、规范与可持续的繁荣。

第一章 微短剧行业法律风险数据化图谱（2025 观测数据）

基于公开可查的行业监管通报、主要网络视听平台年度治理报告、司法裁判文书数据分析和行业调研问卷综合数据，以下以数据化方式揭示风险分布。

1.1 著作权及邻接权侵权纠纷高发区数据观测

1.1.1 侵权类型占比（基于已公开司法案例抽样分析）：

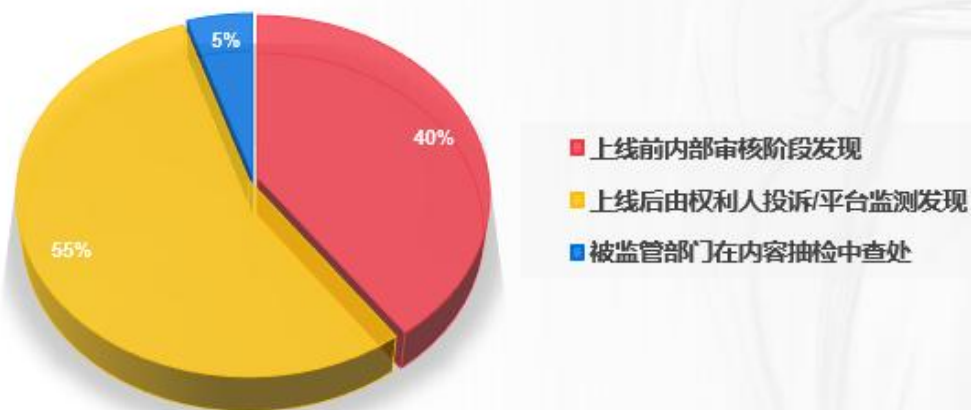


素材侵权：约占著作权纠纷总量的65%—70%。其中：剧本抄袭：35%；搬运/二次剪辑30%；音乐/音效侵权：15%；字体/图片/影视片段/美术设计侵权：20%；

IP授权链瑕疵侵权：约占25%—30%。主要表现为授权权限缺失、授权范围（如地域、期限、权利种类）约定不明或超范围使用。

合作创作权属争议：约占5%—10%。集中于联合出品方之间、委托方与制作方之间就视听作品整体或组成部分（如剧本、角色形象）的著作权归属约定不清。

1.1.2 侵权发现与处置阶段分布：



侵权发现与处置阶段分布

上线前内部审核阶段发现：约 40%，通过法务或第三方审核服务排查。上线后由权利人投诉/平台监测发现：约 55%，权利人多在剧集产生流量后发起维权。被监管部门在内容抽检中查处：约 5%，多与其他违规内容（如低俗）一并被发现。

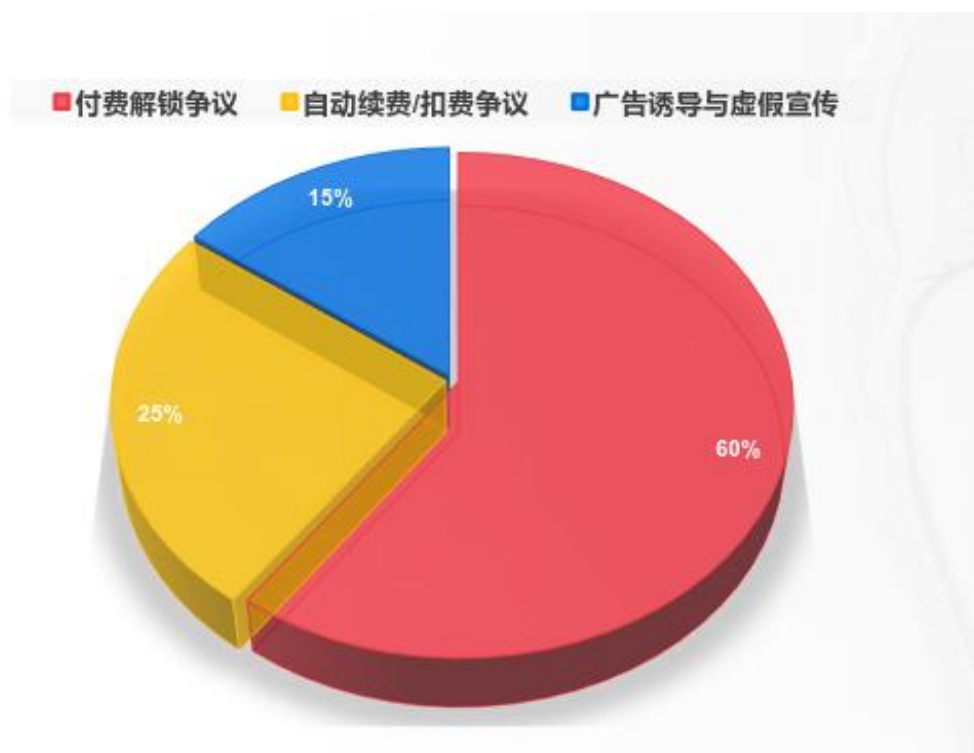
1.1.3 单次侵权事件引发的平均处置成本区间（含下架重编、赔偿诉讼费、律师费等）：



轻度侵权（如单一字体、图片）：5,000 – 50,000 元；中度侵权（如核心背景音乐、多处素材）：50,000 – 300,000 元；重度侵权（如 IP 授权根本性瑕疵、全片实质性相似）：300,000 元以上，并可能导致项目整体搁置。

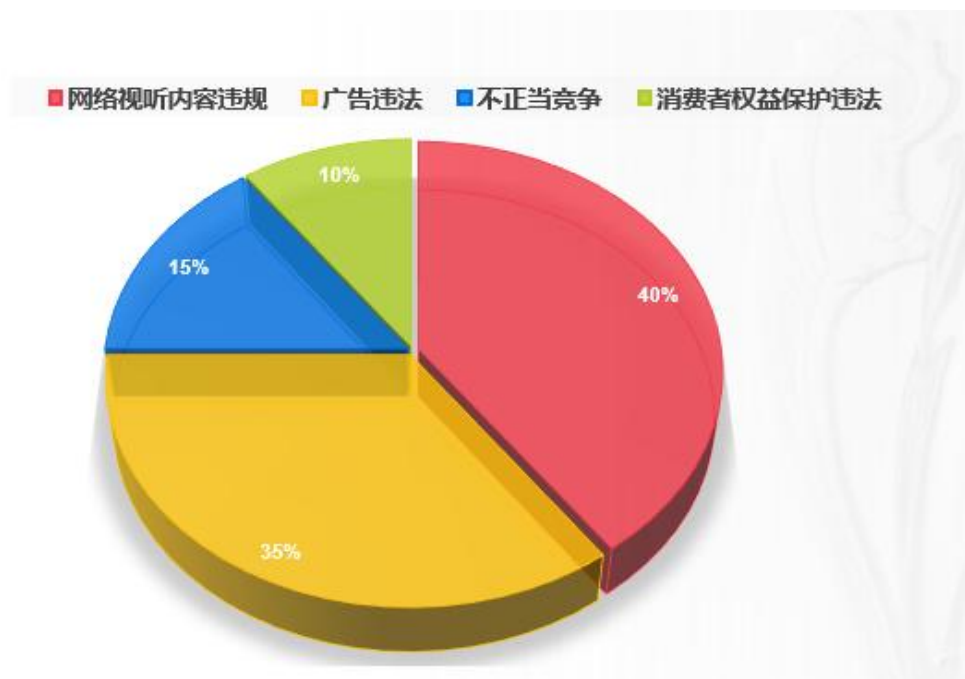
1.2 运营与消费者权益纠纷数据观测

1.2.1 用户投诉高发点（基于主要消费投诉平台数据）：



付费解锁争议：占比约 60%，核心问题为付费前未清晰展示总集数与总价（“套娃式收费”）、付费后内容与广告宣传严重不符、退款渠道不畅或设置不合理障碍。自动续费/扣费争议：占比约 25%，未以显著方式提示自动续费、关闭路径隐蔽。广告诱导与虚假宣传：占比约 15%，投流素材使用“必赚”“一夜暴富”等虚假承诺，或剧情切片断章取义误导点击。

1.3 监管行政处罚高频事由（基于公开处罚信息）：



网络视听内容违规：占比约 40%，涉及低俗、庸俗、媚俗内容，宣扬不正当婚恋观、金钱观等。广告违法：占比约 35%，涉及使用绝对化用语、虚构剧情或效果、数据造假等。不正当竞争：占比约 15%，表现为刷量刷榜、虚假口碑、恶意诋毁。消费者权益保护违法：占比约 10%，主要是格式条款排除消费者主要权利。

1.4 人格权纠纷新兴风险点观测

1.4.1 涉诉主体类型：

在相关法律纠纷中，涉诉主体类型呈现出多样化特征，具体如下：

演员：演员因肖像权、名誉权问题涉诉，是传统的主要涉诉主体类型。

被意外摄入镜头的公众：伴随公共场所拍摄活动的日益增多，因肖像权、隐私权问题涉诉的被意外摄入镜头的公众比例有所上升。

被影射的现实人物：在现实题材或“基于真实事件改编”的影视剧中，被影射的现实人物因名誉权、隐私权问题涉诉的风险尤为凸显。

AI 换脸/语音合成技术所涉原权利人：作为新兴的涉诉主体类型，AI 换脸/语音合成技术所涉原权利人成为增长迅速的风险点。

1.4.2 技术滥用风险：使用深度合成技术未取得同意、未进行显著标识，已成为监管重点核查领域，相关投诉和约谈数量在 2025 年呈现倍数增长。

1.5 数据安全与个人信息保护合规观测

违规主要表现：过度收集非必要个人信息（如通讯录、精准地理位置）、未经单独同意向第三方共享数据、未制定专门的未成年人个人信息处理规则、未明示收集使用规则。

监管趋势：监管重心从“有无隐私政策”的形式审查，转向“告知—同意”实质落实、数据最小必要原则践行、未成年人保护措施到位等深度核查。

第二章 产业解构：微短剧产业链中的法律主体与核心关系图谱

微短剧产业绝非单一主体的“闭门造车”，而是一个由多方参与者基于合同与法定责任紧密联结的生态网络。清晰界定各方法律地位与彼此间的权责边界，是构建任何合规体系的逻辑起点。

2.1 内容生产端：权利生成与利益分配的基石

内容生产是微短剧价值的源头。当前，以网文 IP 授权为基础，联合开发、共享收益的模式已成为绝对主流。此环节核心涉及以下主体及法律关系：

2.1.1 著作权许可/转让关系：此为内容生产的首要法律关系。原著著作权人（如网文作者、网文平台、漫画作者等）将其作品的相关财产权许可或转让给微短剧项目方，以进行影视化改编。《中华人民共和国著作权法》第十条所列举的改编权、摄制权以及信息网络传播权，是此类授权中最为核心的权利。授权合同必须对权利种类、性质（专有或非专有）、地域范围、许可期限、转授权权限及报酬支付方式进行明确、无歧义的约定。实践中，大量纠纷源于授权链条不完整

（如未取得原著作权人的有效转授权）或授权范围模糊（如未明确包含后续续集、番外的开发权利）。

2.1.2 联合出品/投资关系：多个资本方或资源方共同投资一部微短剧，形成联合出品格局。此时需通过《联合出品协议》明确各方的投资份额、版权共有状态（按份共有或共同共有）、项目管理决策机制（如投委会的组成与表决规则）、收益分配公式（分账顺序、优先级、结算周期）、亏损承担方式以及一方退出时的股权/权益转让机制。权属不清、收益规则不明是此类合作的高发风险点。

2.1.3 委托创作/承揽关系：常见于平台定制剧或出资方委托制作公司承制。根据《中华人民共和国民法典》关于承揽合同的规定，委托方与制作方应通过《委托制作合同》明确制作标准、交付成果的具体要求、验收流程与标准、价款支付节点、知识产权归属（若无约定，视听作品的著作权由制作者享有）、保密义务以及成果不合格的违约责任。此关系的法律定性直接影响成果归属与风险承担。

2.1.4 劳务/雇佣关系：制作方与编剧、导演、演员、摄影、美术等具体创作者之间的关系。需根据工作性质、管理程度等因素，审慎选择劳动合同、劳务合同或项目外包合同。根据《中华人民共和国著作权法》相关规定，职务作品的著作权归属依约定，无约定时由单位享有，作者享有署名权。此环节需重点关注报酬支付、个人所得税代扣代缴、社会保险（如构成劳动关系）、工伤风险防范以及核心创作者的署名权、表演者权等精神权利的保护。

2.2 平台与分发端：内容传播与流量分发的枢纽

微短剧价值的实现，高度依赖于传播渠道。此环节形成复杂的服务合同网络，且各方责任层级不同：

2.2.1 内容平台（网络视听平台）：作为微短剧的直接播出方，是网络内容治理的“第一责任人”，其与制作方/出品方之间是《内容合作协议》或《分账发行协议》关系，核心约定授权范围、分账规则、数据核对机制、推广义务及内容合规保证。同时，平台依据《中华人民共和国网络安全法》《互联网视听节目服务管理规定》等法律法规，对其播出内容负有主动审核、过滤违法不良信息的法定义务，并对用户上传内容适用“通知—删除”规则。

2.2.2 投流平台/广告平台：负责微短剧的广告投放与流量采买，其与广告主（通常是制作方或内容平台）之间是《广告投放服务合同》关系。合同需明确投放策略、费用结算、数据真实性承诺（反刷量）、素材合规审查责任分配等。广告主、投流平台对广告素材本身的合规性负责。

2.2.3 应用商店/分发渠道：作为技术分发渠道，其责任相对间接，主要为形式审核和违规应用下架。其与微短剧 APP 开发者之间是《开发者服务协议》关系。

2.3 商业变现端：价值实现与风险外溢的终端

商业变现是产业链的最终环节，法律关系多元且直接面向消费者与监管：

2.3.1 用户服务合同关系：用户付费购买微短剧观看权限，与运营方（平台或制作方）成立服务合同关系。运营方需保障服务的稳定性、内容的合法性，并尊重用户的知情权与选择权（《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条），例如对付费规则、退款政策等进行清晰、无误导的说明。

2.3.2 广告合同关系：包括品牌植入（剧集内）和商业推广（剧集外）。根据《中华人民共和国广告法》，广告主（品牌方）、广告经营者（制作方/MCN）、广告发布者（平台）对广告内容的真实性、合法性承担相应责任。虚假或违法广告可能导致各方承担连带责任。

2.3.3 电商合作/佣金结算关系：在“短剧+电商”模式下，涉及与商品供应商、电商平台、支付机构等多方合同，需明确佣金比例、结算周期、商品质量担保、售后服务责任划分等。

第三章 风险透视：微短剧全生命周期系统性法律风险图谱

微短剧的风险并非孤立存在，而是伴随项目从孵化到退出的全过程，呈现链条化、传导性特征。本章以项目生命周期为纵轴，系统剖析各阶段核心风险。

3.1 创作筹备期：源头风险定调项目成败

IP 授权瑕疵风险：授权链条断裂（如 IP 平台未取得作者完整授权便进行转授权）、授权范围不足（如未包含关键的信息网络传播权、改编权限制过窄）、授权期限与项目周期不匹配、权利存在在先质押或冻结等。

为防范 IP 授权瑕疵风险，项目方必须建立“三级授权审查机制”：第一级为形式审查，核验授权文件的真实性与签署主体资格；第二级为实质审查，穿透核查原始著作权归属链条，确认授权方是否具备完整转授权权限；第三级为范围审查，对照项目实际需求逐项比对授权权利种类、地域、期限及用途。对于存在多层转授权的情形，必须取得原权利人出具的书面同意函或备案登记证明。同时，应在《联合出品协议》或《委托制作合同》中明确约定：若因 IP 授权瑕疵导致作品无法上线或被下架，违约方应赔偿守约方全部直接损失（包括投资本金、制作成本、预期分账收益）及合理维权费用（律师费、公证费、鉴定费），并承担项目终止后的清算责任。

编剧署名权及多人参与创作作者身份的认定争议：编剧面临署名被边缘化、原创内容归属争议、收入与成果不匹配等法律风险，需通过明确合同条款、创作成果等方式确认身份。

项目立项合规审查缺失：未对原著内容、初步剧本进行全面的法律与政策风险筛查，未识别其中可能存在的潜在风险，导致项目根基不牢。项目方必须在剧本开发初期，开展“双轨制合规筛查”：一是内容合法性筛查，重点识别是否存在违反《网络信息内容生态治理规定》第七条所列禁止性内容的情形，如危害国家安全、破坏民族团结、宣扬邪教迷信等；二是人格权风险筛查，排查角色设定、情节发展是否可能与现实人物产生可识别关联，避免构成对他人名誉权、隐私权的潜在侵害。

合作架构风险：联合出品协议缺位或条款粗疏，导致投资比例、版权份额、决策权、收益分配、退出机制不明，极易在项目盈利或亏损时引发内部僵局与诉讼。联合投资方必须谨慎审定的《联合出品协议》，协议中必须包含“四明确”条款：明确投资比例与资金到位时间表；明确版权归属状态（建议采用按份共有模式）；明确决策机制（设立两方以上组成的项目管理委员会，重大事项需三分之二以上表决通过）；明确退出路径（包括锁定期、优先购买权、转让条件及估值计算方式）。未签署正式协议前，任何一方不得投入实质性资金或启动拍摄工作。

3.2 拍摄制作期：制作现场的风险汇聚

著作权侵权风险：在拍摄过程中未经许可使用了他人享有著作权的美术作品、建筑外观、背景音乐等。

剧组必须建立“素材采购台账制度”，对拍摄过程中使用的每一项第三方元素（包括但不限于背景音乐、美术设计、建筑外观、服装图案）进行登记备案，留存授权凭证原件或经认证的电子副本。对于临时外景地涉及的建筑物、雕塑等具有独创性的艺术作品，应事先取得管理单位或权利人的书面许可。严禁使用来源不明的“免费素材包”，所有素材使用前须审核其授权范围是否涵盖商业性网络传播。

人格权侵害风险：未经许可拍摄他人肖像或私人场所；剧情、台词或角色设定可能构成对特定自然人（包括演员本人）或群体的名誉权、隐私权侵害。演员肖像权授权范围不清，为后续宣传、衍生开发埋下隐患。

剧组在公共场所取景时，若不可避免拍摄到非演员群众的肖像，应尽量规避正面清晰影像，确需使用的，应在现场设置明显提示标识并配备工作人员进行告知。对于私人场所的拍摄，必须取得产权人及居住人的双重书面同意。所有涉及自然人形象的镜头，后期制作时应建立“人脸模糊处理清单”，对未获授权的个体实施技术遮蔽。同时，应在剧本评审阶段设置“人格权冲突预判机制”，避免角色姓名、职业、经历与现实中特定人物高度重合。

劳务合同纠纷风险：制作方与编剧、导演、演员、摄影、美术等具体创作者之间的关系定性不清（劳动、劳务或承揽），引发薪酬、社保、个税、工伤认定等纠纷。

所有剧组人员聘用合同必须根据实际用工性质明确区分法律关系类型。对于接受统一考勤、遵守管理制度、持续提供劳务的核心岗位人员（如导演、摄影指导），应当依法签订劳动合同，办理社会保险登记并代扣代缴个人所得税。对于临时性、项目制、自主性强的岗位（如客串演员、特效外包），应签订劳务合同或承揽合同，并在合同中明确约定报酬结算方式、工作成果交付标准及知识产权归属。

安全生产责任风险：拍摄过程中的安全事故可能导致人身损害赔偿责任。

制作方必须制定《拍摄现场安全管理规程》，明确安全责任人、应急预案、防护装备配备要求及高危动作审批流程。对于涉及高空、烟火、车辆、水域等特殊场景的拍摄，必须聘请专业安全顾问并购买足额的影视制作意外伤害保险。所有安全事故隐患须建立日志记录，定期组织安全培训并留存签到材料，作为履行安全管理义务的证据备查。

3.3 后期制作与上线期：技术合规与内容终审

元素侵权风险：后期添加的音乐、字体、图片、视频素材、特效模板等未取得合法授权，是极为常见的“拼贴式”侵权高发区。

后期制作团队必须实行“先授权后使用”原则，建立内部《合规素材库》，所有拟使用的字体、音乐、图片、模板均须附有合法授权证明文件。对于AI生成内容，应保留生成参数、提示词记录及人工修改痕迹，作为智力成果归属的辅助证据。严禁直接从互联网下载未经核实的资源用于成片，所有外部采购须通过正规平台完成交易并保存电子凭证。

技术合规风险：使用AI换脸、深度合成等技术未依法取得被替代肖像权人同意，或未进行显著标识（《互联网信息服务深度合成管理规定》第十九条）。

凡使用深度合成技术（如AI换脸、语音模拟）的镜头，必须满足两项法定条件：一是取得被替代肖像权人单独、明确的书面同意，授权文件应具体列明使用场景、传播媒介及期限；二是在视频播放时以显著方式添加“本画面含AI生成内容”的技术标识，标识位置应稳定可见，持续整个使用片段。该等标识不得以极小字号、短暂闪现或隐蔽位置逃避监管要求。

备案缺失风险：根据投资规模，微短剧需进行分类分层备案（总局备案、省局备案或平台备案）。未完成备案即上线传播，将面临被责令下架的行政处罚。

项目方必须在成片完成后、正式上线前完成相应层级的备案程序。依据国家广播电视总局相关规定，区分“重点网络微短剧”与“普通网络微短剧”，分别向总局或省级广电部门提交备案申请。备案材料应包括剧本梗概、主创名单、版

权链文件、内容自审报告等全套资料。未取得备案回执前，严禁通过任何形式对外发布或引流推广，违者将依法承担行政处罚后果。

3.4 发行与运营期：面向市场的全面考验

虚假宣传与不正当竞争风险：投流广告素材使用“最”“首”等绝对化用语，虚构剧情或数据，以虚假承诺诱导点击；通过刷量、刷榜、恶意差评等方式干扰竞争对手。所有投流广告素材必须经过法务与市场双审机制，确保不含有《中华人民共和国广告法》第九条所禁止的绝对化用语（如“最”“首个”“唯一”）、虚构剧情承诺或误导性对比。切片剪辑不得断章取义、扭曲原意。严禁组织刷量、刷评、恶意攻击竞品等行为。每条广告上线前应留存最终版素材及审核记录，作为合规履职的证据。

搬运/二次剪辑的侵权风险：未经授权的完整片段搬运（如“切条”）、高度相似剪辑（如拼接精彩片段）；平台若“应知”用户上传侵权内容（如高热度微短剧）未采取删除、屏蔽等措施，或通过算法推荐、流量扶持扩大侵权影响，可能承担连带责任。上线后，实时监测盗版链接，一旦发现侵权，立即向平台发送“删除通知”，要求采取屏蔽、下架措施；若平台未及时处理，可追究其连带责任。

数据与个人信息保护违法风险：过度收集用户个人信息，未明示收集使用规则，未经同意向第三方共享用户数据，或未对未成年人个人信息采取严格保护措施。用户数据处理必须遵循“最小必要”与“告知—同意”两大基本原则。收集用户信息前，必须通过弹窗等形式展示清晰、完整的《隐私政策》，并获得用户主动勾选同意。处理未成年人信息时，必须额外取得监护人同意。所有数据共享行为（如与数据分析服务商合作）必须向用户单独告知第三方身份及处理目的，并获取“单独同意”。严禁超范围收集设备信息、通讯录、地理位置等敏感数据。

未成年人保护疏失风险：未有效落实未成年人防沉迷措施；节目内容含有诱导未成年人模仿危险行为、不良价值观的内容。

付费模式消费者纠纷风险：付费解锁规则不透明，虚假宣传付费内容，设置不合理的退款障碍，侵害消费者知情权与公平交易权。付费解锁规则必须在用户

首次进入剧集页面时以显著方式公示，包括总集数、单集价格、总价、已解锁进度及退款政策。不得设置自动续费陷阱或隐藏收费条款。用户付款后发现内容与宣传严重不符的，应当提供无障碍退款通道。所有付费页面的设计不得使用虚假倒计时、伪造抢购人数等诱导性界面元素。

3.5 争议与退出期：风险处置与损失分担

作品下架损失分担争议：因某一方（如 IP 授权方、演员、素材提供方）的侵权或违约行为导致全片下架，各方之间的内部责任追索与损失分摊纠纷。各合作方应在主合同中预先设定“下架责任认定与损失赔偿机制”，明确不同类型下架原因对应的责任主体。因 IP 授权问题导致下架的，由 IP 引入方承担全部赔偿责任；因演员负面舆情导致的，由经纪公司或演员本人负责；因素材侵权导致的，由采购方承担责任。赔偿范围包括已发生的制作成本、营销支出、预期可得利益损失及平台违约金。各方应共同签署《损失分摊确认书》作为结算依据。

侵权索赔与行政处罚应对：面对权利人的侵权诉讼或监管部门的调查处罚，如何组织证据、进行抗辩或陈述申辩。

证据灭失风险：项目全流程未进行系统化电子存证，导致在争议解决中陷入举证不能的被动局面。项目全生命周期内产生的所有关键文件必须通过可信时间戳、区块链存证等方式进行电子固化。存证范围包括但不限于：IP 授权文件、各版本合同签署过程、剧本修改记录、成片交付版本、上线截图、运营数据报表、投诉通知及处理回复。每次存证应生成唯一哈希值并归档保存，确保证据链完整、不可篡改，能够在诉讼或仲裁中有效举证。

第四章 内容本源之治：构建坚实的著作权与邻接权合规体系

内容是微短剧的核心资产，也是法律风险最密集的领域。构建清晰的权属链条与规范的元素使用标准至关重要。

4.1 剧本权利：夯实内容创作的权属根基

原创剧本的权属固化：与编剧签订的《编剧聘用合同》须明确约定，在支付全部报酬后，剧本（包括大纲、人物小传、分集剧本、最终剧本及修改稿）的著

作权（除署名权等人身权外）完整归属于委托方或制作方，应特别明确包含改编为视听作品及后续开发衍生作品的权利。

风险应对建议：剧本创作前，应与编剧明确权属约定，避免后续纠纷；改编IP时，务必核查授权链条的完整性，确保授权方具备转授权资格，避免因授权瑕疵导致剧本无法使用。

改编作品的授权尽职调查：对拟改编的IP，必须进行穿透式审查。依据《中华人民共和国著作权法》第十二条，首先确认授权方（如网文平台）是否为适格的权利主体，核查其与原始作者之间的授权合同，确保其有权对外转授权改编权、摄制权等。授权文件必须覆盖微短剧项目所需的全部权利种类、全部传播地域、足够长的授权期限（应考虑可能拍摄续集的需要），并尽可能争取独家授权。

改编权的限制：著作权人许可他人将其作品摄制成电影影视作品的，视为已同意对其作品进行必要的改动，但这种改动不得歪曲篡改原作品。所以法律上“合理改动”是“必要的改动”，比如为了适应影视媒介的特点（比如将文字转化为视觉形象），或者为了符合影视的叙事节奏、时长等，而进行的不改变原作品核心思想、情感、人物本质特征的改动。改编要忠于原作的情节、架构、人物、内涵等，或者即使有改动，但没有曲解原作的思想。反之，如果改动导致原作品的核心思想、情感、人物本质特征被曲解，或者导致作者或作品的声誉受损，那么就构成“歪曲篡改”。

4.2 视听元素：杜绝“拼贴式”侵权的系统性方案

微短剧制作中大量使用第三方创作元素，必须建立采购审核流程。

音乐音效：直接向音乐著作权集体管理组织（如音著协）或音乐版权方获取授权，明确授权范围包含“信息网络传播”及“同步用于视听作品”。避免使用来源不明的“剪辑神曲”。

风险应对建议：建立素材使用的审批流程，所有第三方元素的使用必须经过法务审核，确保授权范围涵盖网络传播等用途，避免“拼贴式”侵权。

字体与图片：使用商业字体必须向字库公司购买商用授权。使用图片、视频素材应选择正规的免版权素材库，并严格遵守其授权协议（如署名要求、使用范围限制等）。

“合理使用”的审慎边界：引用他人作品必须严格限于《中华人民共和国著作权法》第二十四条规定的为介绍、评论、说明问题等情形，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。实践中，将他人作品的核心创意或实质性部分用于商业性微短剧，很难构成合理使用。

4.3 应对新兴挑战：AIGC 内容的合规使用

AI 生成内容（AIGC）的应用带来效率提升，也带来新的法律不确定性。

权利归属约定前置：若使用 AI 工具辅助生成剧本、分镜、概念图、配乐等，应在相关合同中明确约定，该部分 AI 生成内容的智力成果归属及后续使用权。

风险应对建议：使用 AI 生成内容时，应保留生成过程的记录，明确权属约定，避免因 AI 训练数据侵权导致的法律风险；对深度合成内容，严格履行标识义务，避免误导公众。

侵权风险防范：AI 工具可能基于受版权保护的训练数据生成内容，从而存在潜在侵权风险。在使用 AI 生成的角色形象、场景设计时，应进行人工比对，避免与现有知名作品构成实质性相似。法定义务履行：依据相关规定，对深度合成服务生成的内容，应进行显著标识。

第五章 商业基石之固：全流程合同精细化设计与风险管理

合同是划分商业风险、固定合作预期的法律工具。针对微短剧行业特点，必须建立标准化的合同体系与审核流程。

5.1 核心项目合同群的关键条款设计

《联合出品协议》：须包含：1）版权与收益权结构：明确版权是共有还是按投资比例按份共有，以及收益分配的计算公式（如优先回本、超额利润分成等）。2）治理与决策：设立项目决策委员会，明确议事规则和僵局解决机制。3）资金管理：约定资金共管账户、支出审批流程、财务报告制度。4）退出与违约：约

定股权/权益锁定期、转让优先购买权、一方违约导致项目下架对其他方的赔偿责任。

风险应对建议：联合出品协议应明确版权与收益分配，避免因权属不清引发纠纷；委托制作合同应细化交付标准与验收流程，确保成果符合要求；发行分账协议应明确分账规则与数据核对机制，避免分账争议。

《委托制作合同》：须包含：1) 交付标准：将技术标准（分辨率、编码格式）、内容标准（剧本符合度、完成片长度）、合规标准（无法律瑕疵）具体化、可衡量。2) 验收流程：设定初剪、精剪、终版等多轮验收节点及提出异议的期限。3) 知识产权归属：明确约定成片著作权、角色形象版权、未使用素材等所有创作成果归委托方所有，制作方仅享有署名权。4) 陈述与保证：制作方应保证其工作不侵犯任何第三方知识产权，否则承担全部赔偿责任。

《发行分账协议》：须包含：1) 授权范围：独家或非独家，具体平台渠道列表，授权期限。2) 分账细则：基于有效播放次数、会员收入、广告收入等数据的详细分账公式，以及平台数据开放、核对与异议机制。3) 平台义务：包括推广资源投入、技术保障、内容审核（基于双方确认的合规标准）等。4) 下架机制：约定因任何一方原因导致内容下架的，责任方应承担的违约金及对另一方收益损失的赔偿计算方法。

5.2 与个人合作合同的精准化与合规化

关系定性准确：根据导演、主演等核心人员是否接受常态化管理，准确界定为劳动关系（签署劳动合同，缴纳社保）或劳务关系（签署劳务合同，按次报税）。错误定性将引发劳动监察与税务风险。

风险应对建议：根据用工性质区分合同类型，避免因法律关系定性错误导致的劳动纠纷；演员合同应明确肖像权授权范围，避免后续使用纠纷。

权利授权全面：在演员《聘用合同》中，必须包含独立的《肖像权及表演者权授权书》，明确授权将演员的肖像、表演用于该剧的“制作、宣传、发行、播出及任何形式的衍生开发”，授权媒介包括所有已知和未来可能出现的媒体形式，授权期限应为“永久”或与著作权保护期一致。

未成年人特殊保护条款：若涉及未成年演员，合同必须由其监护人签署。内容需符合《中华人民共和国未成年人保护法》，约定符合年龄的工作时长、保障受教育时间、现场需有监护人陪同、不得拍摄危险或不适镜头等。

5.3 营销推广合同的真实性担保与责任隔离

《投流服务协议》：应要求投流方承诺其提供的流量真实、非虚假刷量，并约定如因流量造假导致委托方结算受损或遭受平台处罚的，投流方承担赔偿责任。同时，双方应明确广告素材的合规审核责任归属，通常由委托方对素材内容负责，投流方对素材形式（如是否有禁用词）进行复核。

风险应对建议：投流服务协议应约定流量真实性的担保条款，避免因刷量导致的损失；广告植入合同应明确各方责任，避免因广告违规导致的连带责任。

《广告植入/品牌合作合同》：品牌方应保证其提供的产品信息、资质证明真实合法。双方应约定，植入内容需共同确认，若因单方提供的信息或要求违法导致广告违规，由该方承担全部责任。合同应包含声誉维护条款，约定因一方行为导致合作项目声誉受损时，另一方有权终止合作并索赔。

第六章 人格尊严与数据安全：肖像权、个人信息与未成年人保护

微短剧直接处理自然人的形象、声音及用户数据，必须恪守人格权与个人信息保护的底线。

6.1 肖像权、姓名权、名誉权的全面防护

肖像权授权的“书面化”与“具体化”：必须取得演员本人（及其监护人）签署的书面授权文件。授权范围切忌使用“一切权利”“全权代理”等模糊表述，而应逐项列明：可用于剧集正片、预告片、海报、宣传稿、社交媒体推广、线下活动、衍生商品等；并明确是独家还是非独家授权。根据《中华人民共和国民法典》第一千零一十九条，未经同意，不得以任何方式使用他人肖像。

风险应对建议：拍摄前取得演员的书面肖像权授权，明确使用范围；剧本创作时避免与现实人物关联，避免名誉权纠纷；使用AI换脸时，严格履行同意与标识义务。

内容对名誉权的侵害防范：编剧和法务应在剧本阶段审查，避免角色姓名、背景、情节与现实生活中特定自然人产生可识别的关联，从而构成侮辱或诽谤。对于涉及真实事件改编的，应进行脱敏处理。

AI 换脸/深度合成的“同意+标识”双重要求：使用技术替换演员面部，必须取得被替换肖像权人的明确、单独的同意。同时，在成片中使用该技术生成的画面时，必须按照《互联网信息服务深度合成管理规定》等要求，进行显著标识，避免误导公众。

6.2 用户个人信息处理的全流程合规

收集环节的“告知—同意”：在 App、小程序、付费页面收集用户手机号、微信头像、支付信息等，必须制定清晰、易懂的《隐私政策》，在收集前以显著方式提示用户阅读，并获得其主动勾选同意（《中华人民共和国个人信息保护法》第十三条）。隐私政策应明确告知收集信息的目的、方式、范围、保存期限及用户权利。

风险应对建议：收集用户信息时遵循“最小必要”原则，明确告知用途；处理未成年人信息时取得监护人同意；数据共享时取得用户单独同意，避免数据泄漏风险。

处理与共享的“最小必要”与“单独同意”：用户数据仅用于实现微短剧观看、付费、客服等核心功能，不得过度收集。如需将用户数据共享给第三方（如数据分析服务商），必须向用户告知第三方身份、处理目的等信息，并取得用户的“单独同意”。

未成年人个人信息的特殊保护：将未满十四周岁未成年人的个人信息视为敏感个人信息。处理此类信息，必须取得监护人同意，并制定专门的个人信息处理规则。内容方面，不得制作、发布诱导未成年人不良行为的信息。

第七章 传播运营之规：平台责任、广告合规与消费者权益

微短剧作为公开播发的网络视听节目和商业产品，必须接受内容安全、广告法与消费者权益保护法的全面规制。

7.1 平台的内容审核与治理责任

建立前置审核机制:无论是内容平台还是制作方(作为自己小程序的上传者),都应建立内部内容审核制度,配备审核人员或使用审核技术,对照《网络信息内容生态治理规定》第七条等禁止性规定,对成片进行播前审查,并保存审核记录。

风险应对建议:平台应建立前置审核机制,按照《网络信息内容生态治理规定》第七条等对内容进行全面审查;就涉嫌版权和其他民事侵权投诉,应当畅通“通知一删除”渠道,及时处理侵权投诉;算法推荐应避免低俗内容,履行伦理责任。

畅通“通知一删除”渠道:平台应设立便捷的侵权投诉通知入口,并制定内部流程,确保在接到符合《信息网络传播权保护条例》第十四条要求的合格通知后,能够迅速转通知并视情况采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施,否则可能就损害扩大部分承担连带责任。

算法推荐伦理责任:平台运用算法进行微短剧推荐时,应避免过度放大低俗、夸张、过度消费等不良倾向的内容,履行《互联网信息服务算法推荐管理规定》等相关义务,营造积极健康的推荐生态。

7.2 营销推广的广告法红线

投流素材真实性:用于引流的广告(如信息流广告、短视频切片)必须真实、合法,不得含有虚假的剧情承诺、夸张的收益描绘、低俗色情的诱导画面。根据《中华人民共和国广告法》第四条、第九条,广告不得含有虚假内容,不得妨碍社会公共秩序或违背社会良好风尚。

风险应对建议:投流广告素材应真实合法,避免绝对化用语与虚假宣传;剧集内植入广告应符合广告法规定,避免违规内容。

剧集内植入广告合规:剧中出现的商品或服务,尤其是药品、医疗器械、保健食品、教育培训等特殊品类,其描述和功效宣称必须严格符合《中华人民共和国广告法》及相关行业管理规定,不得出现法律禁止的断言或保证。

抵制不正当竞争:严禁通过组织“水军”为自家剧刷好评、为竞品剧刷差评,或通过技术手段恶意截流、仿冒他人剧集名称和外观,这些行为构成不正当竞争。

7.3 特殊运营模式的消费者权益保障

付费解锁模式：必须在用户付费前，以显著方式清晰告知全部付费集数、总价、单价、解锁规则及退款政策。不得设置虚假的“付费倒计时”，或用户付费后才发现内容与广告宣传严重不符。应提供便捷的退款渠道。

风险应对建议：付费模式应公示清晰的规则，避免隐藏条款；“短剧+电商”模式应明确商品质量责任，保障消费者权益。

“短剧+电商”模式：明确区分内容消费与商品销售。作为商品销售者或推广者，需对商品质量、售后服务承担相应责任，不得销售假冒伪劣商品，并保障消费者法定的“七日无理由退货”等权利。

第八章 可持续发展之锚：争议解决、合规体系与生态共建

法律风险无法绝对避免，但可以通过完善的机制进行有效控制、化解与补救。

8.1 建立风险预警与应急处置机制

预案制定：针对“内容侵权被诉”“违规遭监管下架”“主演曝出负面新闻”等常见风险场景，制定应急预案。预案应明确内部响应小组（法务、公关、运营）、外部律师对接、初步事实调查、对外声明口径、与平台/合作方沟通策略、损失初步评估等流程。

风险应对建议：制定应急预案，明确风险响应流程；收到监管通知后，积极配合调查，提交证据材料，避免行政处罚扩大。

行政处罚应对：收到监管部门问询或《整改通知》后，应积极配合调查，在规定时间内提交书面陈述申辩意见及相关证据材料。申辩应基于事实与法律，专业、诚恳。

8.2 构建体系化电子存证与高效争议解决安排

全流程电子存证：从剧本大纲、分集剧本、IP授权文件、各版合同及签署过程、剧组沟通记录、拍摄素材、各版本成片、上线证据、运营数据、分账报表、投诉通知及处理记录等，均应通过可信时间戳、区块链存证等技术手段进行固定，形成完整的证据链。

风险应对建议：全流程电子存证，确保证据链完整；合同中约定有利的争议解决方式，避免管辖纠纷。

优化争议解决条款：在所有重要合同中，约定明确、对己方相对便利的争议解决方式。通常建议约定在己方所在地或项目主要履行地的法院管辖，或选择信誉良好的仲裁机构进行仲裁。

8.3 推动企业内部合规体系与行业生态建设

企业内合规体系搭建：设立专职或兼职的合规官/法务岗位；为新员工和项目组提供定期的合规培训；对重点项目进行合规审计；将合规表现纳入相关员工的绩效考核。

风险应对建议：设立合规岗位，定期开展合规培训；参与行业自律，推广标准合同，提升行业整体合规水平。

倡导行业自律与最佳实践：行业组织可倡导建立“合规版权素材库”、推广使用经过律师审核的“标准合同范本”、建立数据合规共享的行业标准等，共同提升行业整体合规水位，降低个体交易成本与法律风险。

平衡合规与创新：合规的目的不是扼杀创新，而是为创新划定安全的跑道。鼓励在法律框架内探索新的叙事手法、商业模式与技术应用，将合规能力内化为企业的核心竞争力和品牌信誉的护城河。

结论：迈向规范繁荣——法律合规是高质量发展的生命线

微短剧行业的竞争上半场，是流量、速度和商业模式的竞争；而下半场，必将深化为合规能力、体系化运营能力与可持续发展能力的竞争。狂风不终朝，骤雨不终日。唯有将法律风险防控意识深度融入骨髓，贯穿于项目策划、制作、发行、运营的全过程，构建起权责清晰、授权完整、操作规范、救济有效的内部治理体系，企业才能真正抵御系统性风险，保障商业利益的可持续实现，并在用户、合作伙伴与监管机构心中建立起长期、稳固的信任。

本白皮书期望通过对微短剧产业法律合规全景的梳理与关键节点的深入剖析，抛砖引玉，激发行业从业者对合规的广泛重视与切实行动。我们相信，在法律的轨道上驰骋，微短剧这片充满活力的产业沃土，必将孕育出更加绚烂的理性繁荣之花。