

文化为桥，AI辅助

湾区数创新势力·出海

“广东制”短剧让海外观众“上头”

羊城晚报记者 杭莹

凌晨3时，深圳南山区的一栋写字楼里，苏达水文化传媒的技术总监林浩正盯着的屏幕上，DeepSeek AI模型在快速生成剧本。输入“霸道总裁”关键词后，系统自动匹配海外演员库资源，将国内的故事改编为印尼佣人爱上富豪的情节，台词也精准转换为爪哇语俚语。

与此同时，飞书多维表格实时同步着东京分公司的勘景进度——《完蛋！我被美女包围了》日本版正在东京塔下拍摄“网状式”剧情，用户每一步选择都将影响结局。

网络文学、网络游戏、短视频和影视内容，文化出海“新四样”，正以前所未有的势头冲击着全球市场。当前，中国网络微短剧的海外市场日益扩大。根据《2024短剧出海营销白皮书》，未来海外月均短剧用户规模预计达2亿-3亿人，市场规模将达到百亿美元。

而具备“新四样”产业链的广东，正以“顶层设计+地方配套”的政策组合拳，为中小企业微短剧搭建了一座出海桥梁。



深莞已基本形成微短剧产业链

微短剧剧情的灵感源泉很多来源于网文素材。广东省政协委员、广东省作家协会副主席、省新阶联常务副会长林俊敏表示，广东省的网文作者数量居全国首位，而微短剧制作的成本较低、不受地域限制，因此涌现出一批微短剧本土创作者，并逐渐形成产业聚集效应。

当前，短剧行业正从1.0版本（一分钟的霸总类短剧）向2.0精品化版本转变，短剧时长逐渐延长至10-15分钟一集，投资成本相应增加，内容题材也更加多元化，从传统霸总类向精品类、融入地方特色文化类、文旅题材等方向发展。

2025年票房破百亿的《哪



AI辅助成短剧出海的好帮手

“译制剧-改编剧-本土自制剧”的渐进式出海路径，是广东中小企业摸索出的微短剧出海路。而在出海路上，一个不可或缺的好帮手，就是突破内容生产与传播瓶颈的AI技术。

李静指挥印尼籍演员拍摄婆媳冲突戏份时，场记板上贴着中英文对照的台词卡，AI翻译工具实时检测语言适配度，确保“妈宝男”等网络热词被精准替换为“ibu anak”（母亲的儿子）。

2024年下半年，中国移动咪咕公司与TopReels平台共同推出的韩语版短剧《너에게만》（只对你），翻拍自咪咕数

化基地的大屏上，实时跳动着全球播放数据：日本市场单日流水突破100万美元，中东地区用户复购率超35%，巴西葡萄牙语版商战剧登顶当地下载榜。技术人员调试着VR设备，准备将《黑神话：悟空》衍生短剧转化为沉浸式体验，金箍棒化作蒸汽朋克能量武器，筋斗云被重新诠释为星际跃迁特效。

这些场景，正是广东短剧出海的缩影。从深圳的AI实验室到佛山的拍摄基地，从东京的改编团队到中东的投流中心，技术与文化的碰撞正在重构全球娱乐版图。

在深圳湾微短剧出海孵



“进门媳妇”与“传统婆婆”的对抗。印尼版佣人爱情故事，让当地观众欲罢不能。

在印尼雅加达的MoboReels平台上，《穿越九零掠娇夫》印尼版的评论区沸腾了。用户@Lusi写道：“原来中国的90年代和我们的80年代这么像！”这句评论获得了1.2万次点赞，而付费解锁后续剧情的用户中，有30%选择了“原凉丈夫”的温情结局——这与国内用户偏好“复仇爽文”的模式截然不同。

林俊敏提到，目前，深圳和东莞已建成一批影视产业园区和影视拍摄基地，基本形成微短剧剧本创作、投资、拍摄、制作、发行等较为完善的产业链。

案例

光盒动力：将湾区元素巧妙融入到剧情与场景中

作为2024年度“TIKTOK短剧承制服务商榜首”，光盒动力将自身定位为短剧行业的海外制片机构，对标阿里影业、索尼、美高梅等传统影视行业领军企业，目前正在积极打造粤港澳大湾区的短剧好莱坞。

光盒动力CMO梁剑表示：“为更好满足市场需求，我们很多短剧采用边拍边投的模式，根据情节转换节点的付费情况灵活调整投放策略。”

粤港澳大湾区有丰富的文化和产业特色资源，例如广东美食、佛山功夫、佛山瓷砖等产业，如果能在短剧的场景和内容设计中展现和露出，既能让剧情变得精彩，也能让海外观众感受文化的博大精深。

梁剑举例：“在剧中呈现豪华别墅的装修场景，使用佛山陶瓷品牌的瓷砖与卫浴产品，让海外观众感受佛山陶瓷文化的博大精深。”

映宇宙：以非遗构筑岭南文化的短剧产业新高地

聚焦非遗传承与经典焕新，映宇宙集团的微短剧“湾区故事”正在徐徐展开。在非遗领域，其打造的广州南沙非遗香云纱题材短片《生生不息》将百年非遗技艺与当代匠人故事结合，后续改编的微短剧版本在多个平台播放量显著攀升。

在经典焕新方面，映宇宙

正推动经典粤产影视IP改编，如《公关小姐》《外来媳妇本地郎》等作品正在洽谈短剧化开发。映宇宙集团执行总裁、总编辑夏晓晖表示：“这些IP自带情怀流量，不仅能够唤醒本地观众记忆，还能吸引全国乃至海外对岭南文化感兴趣的群体。”

1.《中国微短剧行业发展白皮书(2024)》显示，截至2024年6月底，我国微短剧用户规模已达5.76亿人；微短剧市场规模预计将达504.4亿元，同比增长34.90%，其市场规模有望超过内地电影票房。

2.当前，中国网络微短剧的海外市场日益扩大。根据《2024短剧出海营销白皮书》，未来海外月均短剧用户规模预计达2亿-3亿人，市场规模将达到百亿美元。

3.截至2024年3月，全球短剧App用户消费时长在过去一年增长了16倍，“short movie”话题累计观看量达到172亿次，“short film”话题累计观看量更是高达290亿次。

数据说

网友直播连麦时骂人直播发布者被判构成帮助侵权

法官：网络直播发布者的管理职责和注意义务要高于微信群主

羊城晚报记者 董柳 通讯员 刘文倩

一问

网络直播发布者的管理职责与注意义务有哪些？

广州互联网法院法官邓毅君介绍，根据《互联网直播服务管理规定》第十二条第二款规定：“互联网直播发布者在进行直播时，应当提供符合法律法规要求的直播内容，自觉维护直播活动秩序。”可见，直播发布者作为网络用户，应当遵守法律法规，不得侵害他人合法权益；同时，直播发布者又非一般的网络用户，享有平台设定的管理权限，对直播间负有管理职责，具体而言，至少包括两个方面：一是内容管理，确保直播内容合法、真实、准确；二是行为管理，直播间用户（包括观众及参与直播互动的嘉宾等）在直播、观播及互

动过程中（如发布评论、弹幕等）违反法律法规、平台规则的，应当及时制止或阻断。

同时，民法典第一千一百九十八条第一款规定：“宾馆、商场、银行、车站、机场、体育场馆、娱乐场所等经营场所、公共场所的经营者、管理者或者群众性活动的组织者，未尽到安全保障义务，造成他人损害的，应当承担侵权责任。”邓毅君指出，本案中，李某应直播观众之邀发起连麦，连麦者在长达20分钟内持续发言，吸引2000多名观众在线观看，实时弹幕2万多条，实质上是组织连麦者与2000多名观众进行实时互动，具有该法律条文规定的“群众

性活动”的特征，因此可以认定李某作为直播发布者和群众性活动的组织者负有保障直播间环境的注意义务。

邓毅君表示，直播发布者通过直播平台向连麦用户提供了互动的平台和机会，应对连麦用户在其提供场所（即直播间内）的言行进行实时监控和管理，发现侵权行为时应及时采取必要措施如断开连麦链接、禁言等。如果连麦用户在直播过程中发表了侵权言论，其作为直接侵权人应当承担相应的侵权责任；直播发布者在发现侵权行为后应当及时断开连麦链接、关闭直播间，阻断侵权行为，避免承担民事责任。

二问

网络直播发布者与微信群主管理责任的区别在哪里？

邓毅君介绍，互联网不断发展，诸如微信群、直播间、论坛、超话这样的互联网“社区”越来越多，相关管理者或经营者都需要承担相应职责，确保社区内的信息合法、合规，维护良好的社区秩序。取决于“社区”的性质、用户规模和内容类型等，管理责任或注意义务有所差别。

比如，基于微信群存续周期较长、群内信息可逐步积累、成员可异步互动等使用特点，对微信群主是否尽到应负的管

理职责和注意义务。与此相应，直播平台往往也为其提供更强大的管理工具，如弹幕过滤、观众禁言等。”邓毅君说。

邓毅君提醒，网络直播已成为一种重要的社交和文化传播方式。直播发布者作为直播活动的核心参与者，应当严格遵守法律法规，不得利用直播活动实施侵权行为，除此以外还应积极履行管理职责，预防和制止侵权行为，发挥正向的社会引导作用，维护良好的网络环境。

暨南大学最新回应：

民进党当局侵害我校台湾学生合法权益！

羊城晚报讯 记者陈亮报道：近期，民进党当局以所谓“保护青少年免于被统战”为由，单方面禁止台湾高校与暨南大学等大陆高校的交流合作。羊城晚报记者就此采访了暨南大学和该校在校台生及学生家长。

暨南大学表示，民进党当局的这一行径不仅损害了学校声誉和形象，更直接侵害了在校台湾学生的合法权益。暨南大学作为一所具有118年悠久办学历史与良好国际声誉的高等学府，为世界五大洲170多个国家和地区培养了50多万名各类人才，综合实力与国际声誉位居世界高校前列，人才培养质量得到世界各国的广泛认可。

暨南大学表示，民进党当局的这一行径不仅损害了学校声誉和形象，更直接侵害了在校台湾学生的合法权益。暨南大学作为一所具有118年悠久办学历史与良好国际声誉的高等学府，为世界五大洲170多个国家和地区培养了50多万名各类人才，综合实力与国际声誉位居世界高校前列，人才培养质量得到世界各国的广泛认可。

一名暨南大学在校台湾学生家长对民进党当局所谓“禁令”表示强烈质疑，也对子女未来升学就业感到深切担忧。该家长提到，“孩子辛苦多年的努力，不能因为民进党的一党私利就付诸东流。这对家庭是巨大打击。”

据了解，暨南大学长期致力于深化世界范围内的教育合作，促进多元文化交流。目前已与世界五大洲66个国家及地区的463所高校建立合作关系。暨南大学将一如既往地欢迎世界各国和港澳台地区的青年学子来校求学，始终坚持“面向海外，面向港澳

广东第一批区域植物园和乡土植物园名单公布

羊城晚报讯 记者张爱丽、通讯员林荫报道：近日，广东省林业局正式公布第一批区域植物园和乡土植物园名单，明确将广州云溪植物园等26家迁地保护机构纳入广东省植物迁地保护体系。了解到，26家迁地保护机构分为8家区域植物园、18家乡土植物园，包含植物园、树木园、扩繁和迁地保护研究中心、种质资源圃（库）等多种类型。

本次纳入植物迁地保护体系的区域植物园和乡土植物园，分属于林业、农业、城管和教育等部门管理，按照功能初步划分为植物园、树木园、种质园和示范园4种类型，将致力于推动植物保护研究、可持续利用、人才培养、自然教育和园林园艺等综合发展。如广州云溪植物园现建有1座自然教育馆、5大专类植物展示园、3条生态休闲步道，有1300余种乡土、珍稀植物在此茂盛生长，展示了从热带到亚热带不同气候类型的植物种类。

为持续推进植物迁地保护体系建设，今年3月，广东省林业局印发《广东省区域植物园建设指引（试行）》和《广东省乡土植物园建设指引（试行）》，分别对区域植物园、乡土植物园的功能定位、园区建设及运营管理等方面作出明确规定。其中，区域植物园指承担区域重点保护、珍稀濒危、特有植物的迁地保护与科学研究任务，以及重要植物资源的收集、保存、备份、扩繁、回归、展示、可持续利用等任务而建设的植物迁地保护机构；而乡土植物园则是以植物资源收集、保护、推广、展示、科普宣教为主要功能的场所，收集对象包括但不限于乡土植物，是国家植物园和区域植物园的补充。

近年来，广东林业系统大力推进植物迁地保护体系建设，并将建设以华南国家植物园为引领的植物园体系纳入绿美广东生态建设六大行动统筹推进，编制出台《广东省植物迁地保护体系建设规划（2024-2035年）》，在全国首创提出构建国家植物园、区域植物园、乡土植物园三个层级的植物迁地保护体系，按照“成熟一个、设立一个”的原则，推动形成植物资源保护和可持续利用的新格局。

据广东省林业局透露，广东省现有本土野生高等植物达6658种，约占全国的1/6；截至2023年，全省已建有植物园、树木园、种质资源库、保护中心、展示园、示范园、示范基地等30多种类型的植物迁地保护机构35个。

广东省林业局明确，到2030年，全省将提升或者新建区域植物园8-15个、乡土植物园40-70个。下一步，广东将深入推进绿美广东生态建设，积极构建以华南国家植物园为核心、区域植物园为骨干、乡土植物园为支点的植物迁地保护体系，加大组织领导、创新管理机制，加强政策引导，完善投入机制，强化科技支撑，切实加大对植物园建设的支持力度，依据地方特色因地制宜地推进植物资源保护与可持续利用，提升广东省植物多样性保护水平，促进全省植物迁地保护工作高质量发展，为我国生物多样性保护提供广东方案。

广东省消委会发布口腔护理消费提示：

审慎选择服务机构 尽量不高额预付费

羊城晚报讯 记者马灿、通讯员粤消宣报道：随着大众对品质生活的追求不断提高，口腔健康与美观越发受到关注与重视，口腔护理（含治疗和美容）市场发展迅速，不少专科小型牙科诊所随之出现。近期，广东省消委会关注到部分口腔服务机构因经营问题引发消费投诉。

值得注意的是，口腔护理服务具有专业性强、服务周期长、费用昂贵等特点，且多采用预付模式交易，若服务机构出现经营异常或闭店跑路等情况，消费者将面临治疗中断、预付费用难以追回等多重风险，不仅影响口腔治疗和维护，还造成个人财产损失。对此，广东省消委会特地发布消费提示。

审慎选择服务机构。建议优先选择资质齐全、经营稳定、口碑良好的正规口腔机构或公立医院口腔科。消费者可通过国家卫生健康委员会官网查验机构和医生是否具备《医疗机构执业许可证》及医生执业资质。同时，要特别警惕一些小诊所用“低价体验”“终身质保”等夸大宣传诱导消费。口腔服务直接关系身心健康，消费者应理性看待价格和品质，切勿盲目追求低价而忽视质量和安全。

合理规划费用支付。口腔护理通常花费时间长且费用高，一次性预付费用虽有折扣优惠，但后续风险较大。一些消费者就遇到了预交高额费用后，诊所突然关门、倒闭，治疗被迫中断，资金追不回来的窘境。因此，建议谨慎保管服务记录、初诊病历、X光片、牙齿模型等原始资料，每次服务后要及时签字确认，确保记录可追溯。遇到消费纠纷时，要与经营者积极协商，不成时，可以向全国消协智慧315平台或当地12345平台，以及消费者委员会投诉，维护自身合法权益。