

文创火了，盗版疯了？

■中国出版传媒商报记者 张馨宇

近年来，文创板块已成为出版行业转型升级、拓展价值领域的核心赛道之一。从文学IP衍生周边到少儿文创潮玩，从美学器物到阅读场景文创，出版文创凭借深厚内容底蕴与独特文化价值，成为消费市场新热点。有热度便难免有乱象，一时间，盗版竟也找上门来。“艺术(家)的包袱”“zai央美mai de包袱”……让人哭笑不得的文创侵权盗版案例不断涌现，让好不容易在文创板块有些起色的出版社陷入困惑：“怎么书被盗版，文创也被盗版？”



卡夫卡签名刺绣托特包



《儿童心理成长漫画》功能性图书文创

4月24日，国务院新闻办公室举行的新闻发布会上，中宣部版权管理局明确回应：今年计划将文创领域版权保护纳入打击网络侵权盗版“剑网2026”专项行动，重点加强对图书出版、电影电视剧、长短视频文创产品及衍生品的版权保护。此前3月发布的2026年印刷复制质检工作重点部署，也首次增加文创类印刷产品抽检，推动质检覆盖范围从传统出版产品向文化新业态延伸拓展。两项政策密集落地，共同推动文创产业从野蛮生长走向规范发展。

文创盗版有多严重？

“文创存在‘越火越盗’的情形，我们卡夫卡签名刺绣托特包被几十家店铺盗版在售。”广西师范大学出版社集团市场部总经理陈子锋说道。2023年，广西师范大学出版社集团创立文创品牌“阅·见”文创，标志该社文创走向业务化、品牌化运作；同年8月，该社在上海书展推出卡夫卡签名刺绣托特包，迅速成为全网爆款。陈子锋介绍，目前文创业绩年销售收入300万元，虽然占比很小，但作为出版主业配套延伸业务，承担品牌破圈、培育年轻消费群体作用，正在成为第二增长曲线。目前，相关侵权产品在消费平台低价倾销，严重影响业务利润。

黑龙江少年儿童出版社长期深耕少儿出版文创赛道，立足童书核心内容与龙江地域文化特色，搭建起“图书IP赋能+文创产品落地+阅读场景延伸”的融合发展体系。作为新的增长板块，文创业务在出版社整体业务中的营收占比稳步提升。该社社长、总

编辑薛方闻表示也深受盗版侵害。“当前出版文创侵权呈现线上化、小微化、同质化特征，电商平台、短视频带货、社交小店是侵权重灾区，侵权方多为小型作坊。”

记者采访发现，目前文创侵权主要有几种维度：一是“洗稿式抄袭”，改色、改型、拼接元素，模糊抄袭边界不原样复制，换配色、微调线条、改尺寸；二是“镜像盗版”，即通过少量购入正版商品后进行大规模复制销售，此类现象在高单价文创产品中尤为突出；三是“跨平台散卖”，指在电商平台、直播带货及线下地摊等多种渠道混合销售侵权商品，导致消费者难辨真伪。跨平台散卖让侵权行为更隐蔽、更难打击；四是“IP跨界侵权”，即未经授权对出版社已售出的原创知识产权进行二次开发，此类行为多集中于动漫、衍生品等法律界定尚不清晰的领域。

图书打盗难，文创打盗更难

比侵权乱象更棘手的是文创版权保护的现实困境。薛方闻认为，行业面临的核心难题是取证难、认定难、赔偿低、执行难。

“我社卡夫卡签名刺绣托特包在消费平台上都有盗版在售，这几年一直在打假，但仍然盗版猖狂，打击文创盗版存在困难，平台缺乏有力的处罚措施。”陈子锋表示，目前文创打盗有两大难点，一是部分文创设计无法进行设计注册，二是极难维权。

北京兆信信息技术股份有限公司(以下简称“兆信科技”)业务发展总经理李雪一句话点破核心矛盾：“权利有了，但证明

权利存在的成本太高，这是文创版权维权最核心的结构性矛盾。”该公司是专注于产品数字身份管理技术与应用的国家高新技术企业，聚焦“一物一码”的物联网技术，为企业实现产品全生命周期管理。据李雪观察，出版文创领域版权保护最突出的难点集中体现为“取证成本高”与“维权周期长”。维权过程中，企业需自行开展调查取证、委托法律服务并启动诉讼程序，该过程耗时短则半年，长则数年，对于企业的运营和法务团队而言，其负担难以承受。

如何界定侵权？“合理借鉴与侵权抄袭的核心边界，在于是否形成独立原创表达与增量创作。汲取文化内核经二次创新为合理借鉴；直接照搬核心元素、仅简单微调则属于侵权。”薛方闻表示。李雪认为，在目前条件下，界定合理借鉴与侵权，所依据的区分标准主要包括两个方面：一是相关元素的来源，二是是否构成实质性替代。若某一文创产品的核心视觉语言、功能结构或文化符号与已登记作品实质相同，且已形成实质替代关系，则不属于合理借鉴范畴，而应认定为侵权行为。

政策利好加持

版权是文创产业的生命线，更是出版行业核心竞争力的基石。2026年，国家层面连续释放利好政策，为文创版权保护提供支撑。国家版权局将文创领域版权保护纳入“剑网2026”专项行动，深度升级国家版权治理体系，文创版权保护从被动应对转向主动防控、从个案处置转向系统治

理、从末端打击转向全链条监管。

李雪认为，版权保护一直是行业最核心、反复提及的难题。国家将文创版权保护提升至专项行动层面，明确提出“完善重点领域作品预警、文创产品版权保护机制”。此举标志着监管思路正由被动应对转向主动防控，由个案处置转向系统化治理。本质上是推动行业建立主动防护、技术赋能、数据可溯、责任可究的现代版权保护体系。

与“剑网2026”专项行动一起发力的，还有印刷复制质检体系的全面升级。3月，国家新闻出版署开展2026年印刷复制质检工作，首次增加文创类印刷产品抽检。对市场热销特别是青少年群体关注的文创类印刷产品印制质量进行抽检，督促印刷企业严格质量管控，以提升印刷复制质量为抓手助力文化产业高质量发展。这一举措补齐文创领域监管短板，结束无标准、弱监管的粗放式发展阶段，推动出版文创从拼价格、拼数量向拼原创、拼品质、拼内容转型。

陈子锋认为，新增文创质检能补齐监管短板，结束“无标准、弱监管”的局面，是利好。长远看这是保护与赋能，推动出版文创从“有量”到“有质”、“从周边”到“主业”的升级。

薛方闻也指出，此前少儿文创侵权乱象频发，盗版商家直接照搬图书插画、原创形象，低价劣质仿品严重冲击正版市场。此次专项行动精准打击网络侵权，既能全方位保护原创内容权益，保障文创研发投入收益，也能倒逼行业规范创作与经营秩序，让出版机构敢于深耕图书IP衍生开发，持续输出优质原创文创产品。两项政策叠加，版权规范与品质质检双管齐下，标志着行业告别野蛮生长。

版权保护亟须多元手段

面对侵权难题，除了政策保护，出版机构与技术企业也逐渐探索出一套落地解决方案。

“文创版权登记正是破解难题的关键抓手。提前完成版权登记，可明确权利归属、固定原创证据，大幅降低维权成本，提

出版业实施“人工智能+”行动的路径：基于德国出版业的启示

■彭媛

2022年春季，在ChatGPT崛起之前，德国书商协会、传媒与电影公司以及斯图加特传媒大学就想到了“人工智能与出版业”这一主题。当年11月，在斯图加特市图书馆举办的专业活动中，共有3家德国出版商分享了自己的人工智能实践案例，斯图加特传媒大学教授奥克·施吕特(Okke Schlüter)将案例集结成册，并增加一篇文章，编成《人工智能是未来出版社的引擎：人工智能应用在出版业的潜力与案例》一书，于2024年出版。他认为人工智能将成为图书行业的一个固定组成部分，并将持续发展。本文基于对上述德国出版业案例的介绍与分析，提炼出可迁移、可复用的实施策略，并结合国务院《关于实施“人工智能+”行动的意见》(以下简称《意见》)的战略导向，为中国出版业智能化转型提供可行性思路与借鉴。

人工智能的类型

施吕特认为当前所有存在的人工智能都属于弱人工智能，即专注于解决特定任务的算法，其明显区别于拥有自我意识的强人工智能。构成弱人工智能的三大技术支柱是机器学习(Machine Learning)、深度学习(Deep Learning)、自然语言处理(Natural Language Processing)。而今，弱人工智能正在重塑出版业的格局，由于其需要大量高质量的结构化数据进行训练，出版社必须认识到数据的重要性，且需要主动思考如何应对人工智能带来的伦理和法律问题，从而成为人工智能时代的塑造者而非旁观者。

德国出版商的实践案例

施普林格·自然集团(Springer Nature)的经验 施普林格·自然集团内容创新副总裁施亨宁(Henning Schönberger)介绍，目前施普林格·自然集团已经在许多环节中运用人工智能，如期刊推荐与分类、评审专家遴选、文本格式转换、抄袭检测、利用如DeepL和GPT等大型语言模型自动翻译非英语手稿等。此外，他重点介绍了人工智能完成图书创作的案例。第一本由人工智能独立创作的图书《锂离子电池：一份机器生成的当前研究摘要》，其作者是算法“Beta Writer”，它自动分析、筛选、总结和引用了大量最新研究文献，并结构化地生成书籍内容。自此，施普林格·自然集团又出版了一些其他机器生成的书籍，如《气候、行星和进化科学》，通过邀请意大利学者主导、维斯孔蒂教授对机器生成的手稿进行人工编辑，形成人机协作的创作模式，主导·维斯孔蒂以编辑身份对该书的学术负责。这一实践体现了人机交互在学术出版领域的创新应用。施亨宁认为出版社不应该惧怕人工智能，应主动引导其发展，通过有效的内部沟通，让团队理解和接受人工智能项目，为人工智能生成的内容引入负责人，维护学术诚信，从而抓住人工智能带来的巨大机遇，巩固自身在学术交流生态中的核心价值。

DP数字出版公司(DP Digital Publishers GmbH)的经验 马克·希勒(Marc Hiller)是德国斯图加特DP数字出版公司的创始人。DP数字出版公司专注于大众文学，尤其是电子书和有声书的出版，其99%的营收来自

电子书和有声书。马克认为在文学领域可以通过分析数据生成关键绩效指标(KPI)来衡量产品、读者及合作伙伴。DP数字出版公司构建了三个仪表盘，分别是出版社仪表盘(Publishers Dashboard)，可以为内部团队提供全面的信息，如单本有声书实现盈亏平衡所需天数、营销活动对销量和评论的影响、系列图书的发展趋势等；作者仪表盘(Authors Dashboard)向作者展示其书籍销量、评论等关键信息，并提供自助营销工具，增强作者与出版社之间的沟通和信任；评论者仪表盘(Reviewers Dashboard)为超过6000人的读者提供专属平台，让他们能访问未上市的书籍、管理自己的评论历史，并更好地发现符合自己兴趣的书籍。人工智能更多地作为“陪练”而非替代者存在。它通过一个简单的“红绿灯系统”对投稿进行初步评估，判断稿件是否为“快周转”产品，是否适合出版社的出版计划。帮助出版社快速响应作者、初步筛选海量投稿，但最终出版决定仍需人工编辑审核，以避免只出版人工智能筛选的“安全”作品，丢失发掘新锐作者的机会。未来，公司计划将AI进一步应用于读者社区，通过分析读者的历史偏好，实现个性化书籍推荐，从而提升读者的阅读体验。总结而言，他们不追求像施普林格·自然集团那样广泛深入地使用人工智能，而是聚焦于利用人工智能优化核心痛点，即稿件筛选，并将其定位为增强人类决策能力的辅助工具，体现了务实、渐进且以人为本的人工智能应用策略。

庞杜斯软件公司(PONDUS Software GmbH)的经验 来自德国汉诺威的庞杜斯软件公司是出版社提供核心管理软件的服务商，开发并应用人工智能模型辅助出版社进行更精准的图书销量预测。与DP数字出版公司一样，庞杜斯软件公司也视人工智能为人类的“陪练伙伴”，其为编辑和决策者提供一个客观的“第二意见”，让他们可以将自己的判断与人工智能的预测进行比较，从而做出更优的决策。规划印数是出版社面临的一个关键挑战。庞杜斯软件公司将人工智能预测无缝集成到出版社现有工作流程中，例如在“成本预估”环节，编辑仍可给出自己的印数判断，但只需点击一个按钮即可获得人工智能的预测值作为参考。这种自动化预测不仅能优化单次决策，还能在出版计划变更时，快速重新计算所有受影响的因素，如销量分布曲线、财务规划等，这是手动难以完成的。人工智能还能帮助出版社更好地理解不同图书类别迥异的销售模式。人工智

能的应用提高了决策透明度，通过更精确的印数预测节省了印刷成本，保护了资源。

思考与启发

德国出版业人工智能应用的实践经验表明，在所有基于数据做决策的地方，人工智能都能提供支持。但是人工智能带来便捷的同时，也带来了一定的隐患，如数据资产安全隐患、数据安全隐患、版权问题纠纷等。基于此，中国出版业在实施“人工智能+”战略的行动中，关键在于引入技术本身，而在于构建人机协同的决策机制与数据治理体系，并从以下几个层面系统推进，实现高质量智能化转型。

构建引导与规范并重的支撑体系 2024年3月，欧盟通过《人工智能法案》(EU AI Act)，强调训练数据的合法性、高质量及偏见控制，为这一迅猛发展的工具规定了使用标准。在我国，党的二十届三中全会提出完善生成式人工智能发展和管理机制。2023年7月《生成式人工智能服务管理暂行办法》发布，确立了备案管理、内容标识、安全评估、算法备案、数据标注、个人信息保护、未成年人保护、网络信息内容生态治理、网络信息内容安全管理等制度。2025年3月7日，《人工智能生成合成内容标识办法》出台，要求对人工智能生成的内容，不论是文本、音频、图片还是视频均须在适当位置添加标识。通过管理条例的颁布，规范人工智能技术的使用，避免因滥用人工智能或伦理失范而引发的信任危机，为新技术划定清晰的“安全区”。

此外，为加速人工智能与出版业的深度融合，可设立专项扶持资金与试点项目，强化政策引导与资源倾斜力度，鼓励国家政策支持，资金向人工智能+项目倾斜，提高企业对开发人工智能应用的积极性。聚焦具有高实用性的智能工具，重点支持可迁移工具的奖励扶持，如印数智能预测工具、个性化营销工具等具有商业场景和价值回报的人工智能应用，推动出版业由内而外地高质量发展。对成效显著的企业给予政策红利与资金补贴，对消极应对的主体进行引导督促，奖惩结合，为人工智能嵌入出版业提供清晰指引和强劲动力。

推进出版业人工智能与核心业务深度融合 以中信出版集团为例，其平行出版实验室在创意设计以及图书文本深度加工方面都运用到了人工智能技术。通过人机合作，人工智能可以帮助编辑快速确定封面风格，完成底图，确认字体、字号，此外，人工智能还能一键生

成多平台宣传物料。具有创新性的是，中信出版集团抓住新时代读者想要在碎片时间学习更多知识的心理，通过人工智能技术将图书内容打散并贴上关键标签，接下来将这些零散的内容组成一个网络，让读者能够针对一个问题，得到“跨书、跨领域、结构化的回答”。

人工智能技术的核心是算力、大数据和算法。我国多数中小型出版社缺乏此类数据，导致无法提取有效且充足的数据进行人工智能转型，因此应该挖掘社内已有资源，借鉴中信出版集团的经验，开展自己的人工智能实践探索。此外，支持龙头出版集团牵头成立“人工智能+”联盟，联合中小型出版社、科技企业，制定出版业数据标准，推动社内、社间数据的互联互通，破解“数据孤岛”问题，共享数据与技术红利，为人工智能工具提供高质量“燃料”，带领出版业拥抱新时代。

培育面向未来的“人工智能+”复合型人才 人工智能应用场景下的编辑不再是单纯的文本加工者，而是人机协作的内容管理者。必须具备更广泛的技术能力以管理多模态内容生成、数据分析和知识重组。出版业应对各岗位的员工提供差异化培训，不仅要科普人工智能知识，更要聚焦如何利用人工智能提升本职工作效率。编辑要不断学习数字出版技术，如大数据分析、人工智能应用、数字版权管理等，培养既懂出版业务又懂数据分析和人工智能应用的复合型人才，负责推动融合项目落地。

当前出版业人才培育的困境并不在于培训课程不足，而更多是在于绩效考核与人工智能应用落地的脱节。多数出版社编辑的考核指标仍是编辑加工字数、图书码洋等，导致编辑缺乏学习和使用人工智能工具的内在驱动力。中国出版业应调整绩效考核与激励机制，鼓励员工主动应用人工智能工具并提出改进建议，将人工智能应用带来的效率提升转化为组织的整体效益。

探索人工智能应用“走出去” 以往我国出版机构与外方出版机构的交流聚焦于版权贸易，未来或许可以开拓技术交流领域，实现从“内容输出”到“技术输出”的转变。值得注意的是，外方在隐私、版权保护等方面十分注重，这也为人工智能应用落地设置了较高的法律与伦理门槛。在人工智能应用“走出去”时需要加强数据安全、版权规范、产业伦理的监督管理，在创新发展的同时规避风险，使之更适配国外市场。

(作者单位：社会科学文献出版社)