



二次元衍生创作 行业报告

2021年8月

核心概念解读



二次元是一个ACGN（Animation动画、Comic漫画、Game游戏、Novel轻小说），亚文化圈专门用语，来自于日语中的“二次元”，意思是“二维”。二次元是指人类幻想出来的唯美世界，用各种憧憬的体现虐袭观赏者的视觉体验，其本质是三次元世界的人类心中模糊的对梦想生活的憧憬和对美好未来的期望。“二次元”是一种类型的文化，而非一种风格。

衍生创作即二次创作，二次创作（re-creation，又称再创作、二创）是指使用了已存在著作物的文字、图像、影片、音乐或其他艺术作品。而这些作品则称为“二次创作物（Derivative work）”。

IP(Intellectual Property)，直接翻译过来的意思是以知识产权式所存在的故事中的某形象，如：漫画、小说、电影、玩具、游戏等，IP化实际上是品牌第二形象，将品牌动漫化、公仔化、人物化，从而形成具有新价值的作品。

二次元衍生行业在近年来高速发展

动漫店 签售会

-

-

- ## 衍生创作的发展也带来了争议和矛盾

- 腾讯，爱奇艺，优酷等多家影视平台发布关于保护影视版权的联合声明；呼吁打击二创剪刀手的侵权行为，在行业内引起轩然大波
- 之后腾讯又谴责B站、抖音、快手等平台的剪辑斗罗大陆的内容侵权

腾讯控股(香港交易所股票代码:0700)公告:密接《老友记重聚特辑》节目

《关于新形势下党内政治生活的若干准则》指出：“加强和规范党内政治生活，是党的建设新的伟大工程的重要内容，是全面从严治党的重要基础。新形势下，我们党面临着许多严峻挑战，党内存在着许多亟待解决的问题。尤其是一些党员干部中发生的贪污腐败、权力寻租、铺张浪费、奢靡享乐等严重问题，已经严重侵蚀党的肌体，损害党的先进性和纯洁性，严重损害了党在人民群众中的形象，严重削弱了党同人民群众的血肉联系。如果不认真加以解决，党的先进性和纯洁性就会丧失，党就会失去民心，就会丧失执政资格和执政地位。”

为了弘扬爱国主义，《中国钢琴精品》编辑组还特别邀请了当时中国最优秀的钢琴家们“大力演奏中国作品”。因此，在 20 世纪 80 年代，中国钢琴家们演奏的《黄河钢琴协奏曲》《钢琴协奏曲》《牧笛》《丰收歌》《太阳岛上》《渔光曲》等作品，不仅在国内广受欢迎，而且在国外也获得了极高的评价。这些作品不仅展示了中国钢琴家的演奏水平，也向世界展示了中国钢琴音乐的魅力。

只有当我们的产品或服务对客户有所裨益，才能以行业竞争开始。我们深信这是一个值得进行尝试的举动，且我们相信这样做，作为我们行业中的一员，我们必能有所作为。

“1、 选择经济水平较高的城市与发达地区进行, 可以取得最佳的研究效果、数据、经验与知识等研究成果。”

[illegible]

三、 将本法所规定的生产经营者违法行为清单, 向社会广泛宣传, 做到家喻户晓, 使经营者自觉守法经营, 使消费者自觉依法维权, 使执法人员自觉依法执法, 使全社会自觉依法监督。

► 对于“剪刀手”

衍生创作圈层的

仍上仍下圖/云H.

业的未来发展产

- 对于“剪刀手”的打击，也引起了二次元衍生创作圈层的紧张情绪；大家普遍对行业的未来发展产生疑问与担心。

研究行业的价值与意义

在高速发展与矛盾增加的双重背景下，各方都希望能解决问题促进行业正常的发展：

- 了解IP方、创作者、爱好者等各方的诉求，理解争议的来源寻找解决的方案
- 了解行业现状，分析各大平台的特点和优势，探寻未来商业发展的方向
- 理解爱好者和创作者的人群；增加交流与沟通，减少IP方和创作者之间的矛盾；减少在版权上的争端



CONTENTS

- | | | | |
|----------|-----------------|----------|--------------|
| 1 | 二次元&同人衍生创作的发展历史 | 4 | 二次元衍生创作平台分析 |
| 2 | 二次元衍生创作的圈层研究 | 5 | 二次元衍生创作带来的争议 |
| 3 | 二次元衍生创作的价值研究 | 6 | 对二次元衍生行业的建议 |

01

二次元&同人衍生 创作的发展历史

发展历史 | 二次元及其衍生创作的定义



二次元：一个ACGN亚文化圈专用用语

- 二次元在ACGN文化圈中被用作对“架空世界”或者说梦想世界的一种称呼；在爱好者眼中二次元是人类幻想出来的唯美世界
- 随着消费及文化交流的发展，**二次元**的边界也从ACGN扩展至如虚拟偶像，非真人演绎的影视作品或真人影视作品中的二次创作，以及周边产品等。二次创作的内容涵盖广泛，包含：视频、文字、图片、剪辑、游戏（体验）、音乐等

二次元衍生创作

- 玩家/爱好者根据ACGN作品的创作背景，选择作品/人物/世界观等 IP，并加入自己的想法完成的二次创作
- 二次创作的内容涵盖广泛，包含：视频、文字、图片、剪辑等
- 二次元衍生创作是和二次元本身行业的发展相辅相成，随着社交媒体的兴起而不断扩大



发展历史 | 二次元文化是随着互联网的发展而不断壮大

随着市场开发与国家支持动漫行业稳步发展，电视动画成为一代人的记忆

1

电视时代
2003年以前

二次元文化出现现象级产品，随着互联网论坛的发展，文化行业进入高速成长期

2

互联网崛起期
2003-2009

二次元标签去边缘随着社媒兴起逐渐成为主流文化的一部分

3

社媒时代
2010-2015

APP功能不断发展，二次元平台逐步向多功能聚合型社区发展

4

综合型社区时代
2015-至今

- 1993年，动画市场开放，国家取消政策，不再限制动画片量。
- 国家开始支持动漫产业，原创动漫逐渐兴盛，动漫市场具有巨大发展空间，尤其动漫衍生品，如童装、文具、儿童食品。

- 2003年贴吧成立，2005年豆瓣成立，2007年A站，2009年B站、微博成立。
- 互联网时代来临，以微博为代表的社交媒体崛起、智能手机的普及缩短了文化传播的距离，促进了二次元文化传播。

- 2009年微博大火后进入全民社交。一批优秀的二次元平台崛起，如：网易LOFTER、半次元等
- 以动漫、游戏等IP 资源为核心，优质内容不断发展，二次元行业进入高速发展的黄金阶段。

- 2015年后短视频平台崛起；直播带货随之热度高涨；社媒平台也开始将新商业化功能不断引入
- 二次元平台除了本身的社区属性，也不断加入购物、消费、带货、交易等功能；开始向聚合性平台发展

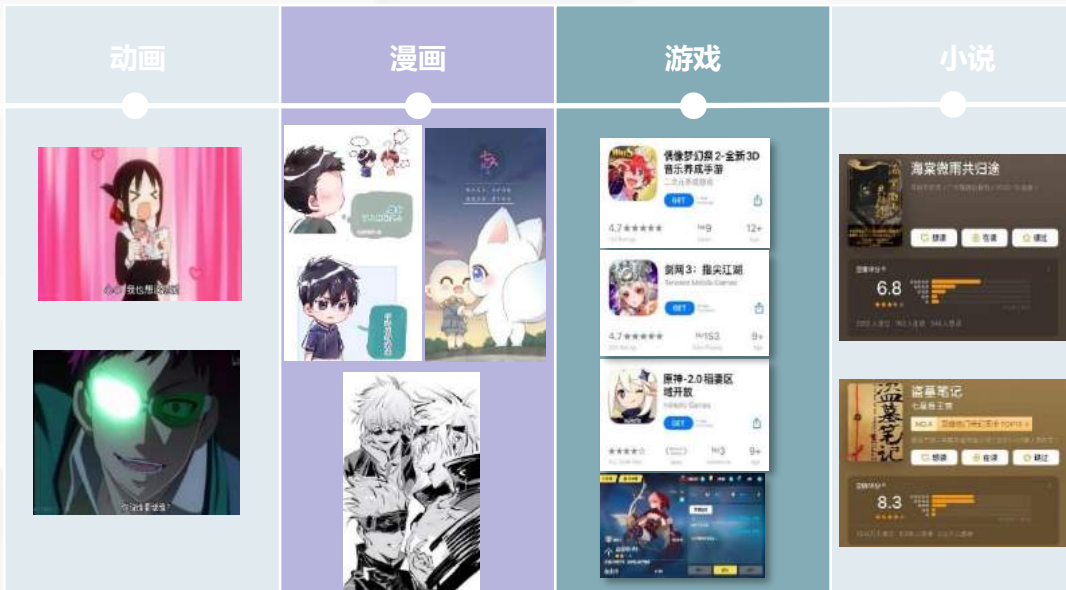
发展历史 | 二次元内容不断包容创新，逐步扩展至ACGN四大类别

- 随着二次元的不断发展，范围也逐渐扩大；从一开始AC(动画、漫画)、逐渐转变为ACGN(动画、漫画、游戏、小说)。二次元文化逐渐变得主流后，二次元下游产业——二次元衍生产品市场，也显示了其强大的吸金效应。如动漫、漫展、游戏、音乐、文画创作等成为二次元二创主要阵地。

传统二次元构成



现在的二次元构成



发展历史 | 二次元衍生的形式随着移动互联网的发展不断丰富

- 早期二次元衍生创作主要以同人文学、摄影和cosplay为核心；而随着互联网和移动端APP的发展，如今的二次元衍生创作已经包含视频剪辑、音乐音频等多种形式



二次元衍生创作的主要类型

例

盗墓笔记 - 百度百科



文字创作

今天A酱也要做盗墓
3:01:06-07-23
+关注
吴邪他真的很凶
#多图预警
#瓶邪ONLY

Cosplay



视频剪辑



画作创作



音乐音频



摄影创作



发展历史 | 二次元及其衍生创作平台不断崛起，独立圈层不停扩张

- 二次元产业持续扩张，引导衍生消费行业越发火热。二次元衍生行业从线下消费（如漫展、动漫店）扩张至线上，二次元购物平台发展迅速，线下消费种类也愈发多元

二次元衍生行业发展迅速 线上专属平台火速崛起



78动漫



蛋酱



泡泡盲盒



摩点



种草手办

线上消费



二次元电影



动漫店



签售会



漫展



演唱会

线下消费

形成了无数小众且独立的圈层

- 单个IP 即可形成圈层，每个作品都能形成固定的粉丝群
- 专业的衍生创作平台出现，更垂直，更聚合
- 平台类型已经从早期动漫作品，扩展为动画、漫画、游戏、文学等多种类型



刺猬猫 · 异世界阅读方式！

首页 书库 漫画 社区

02

二次元衍生创作的 圈层研究

核心观点总结

人口学特征

- 二次元衍生的爱好者（成年）包含了18~40岁的各个年龄层；其中女性占多数；整体有相对较高的学历和知识积累
- 人群上以上班族和学生党为主；都拥有较高的收入水平和稳定的消费意愿

人群画像

- 二次元衍生爱好者的人群非常广泛，自各个阶层，涉及游戏、动漫、网络文学等多个圈层；
- 主要来源于两个群体，一是70后/80后从电视时代接触动漫的爱好者，二是到伴随互联网媒体成长的Z世代

爱好与创作的原因

- 弥补故事本身带来的遗憾、填补故事创作的留白以及原IP的人物和世界观，是爱好者参与最主要的原因
- 原作有更庞大的世界观、能留出更多的创作空间，衍生创作就会越丰富；创作者往往希望展现自己创作的才华

内容研究

- 题材与内容：文字创作的占比最高，视频剪辑则后来居上；言情和个人向的占比依旧较高，耽美则是近年来的热门IP
- IP来源：动漫类日漫依然占据主流；但国漫崛起也占据不小份额；小说类则是国创文学的天下；游戏类以手游IP为主

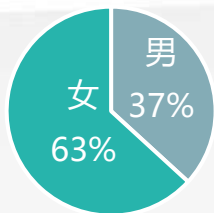
平台使用情况

- 二次元平台发展已经逐步多元化，形成了以视频类、文字类、图文类、垂直类等多种类型的专属平台
- Bilibili 是人气最高的平台，网易LOFTER、半次元、晋江等其他类平台也逐步形成了稳定的爱好者圈层
- 而微博作为舆论热度的中心，常常作为平台的中转站和流量池

人群与圈层 | 女性占比多，年龄分布广泛，中高学历者占比较高

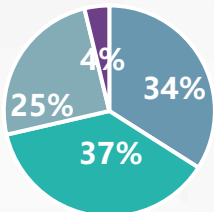
- 二次元衍生的爱好者（成年）包含了18~40岁的各个年龄层，甚至有40岁以上的爱好者参与；其中女性占多数；
- 整体上看，衍生创作的爱好者有相对较高的学历和知识积累，以公司职员和学生阶层为主，分布于各线城市

性别占比

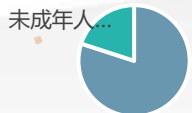


年龄分布

- 18-24岁
- 25-30岁
- 31-40岁
- 40岁以上



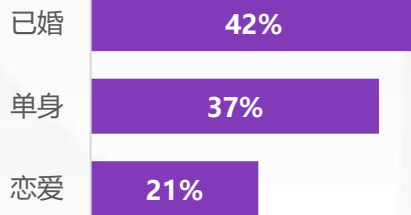
备注：*根据相关法律法规限制不能展示未成年人网络调研数据；人群特征皆为成年人群体



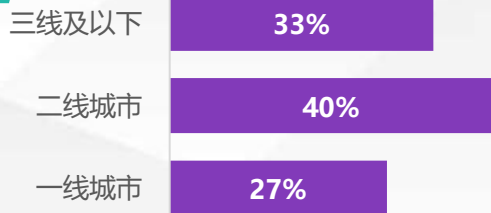
根据公开数据估算，二次元爱好者中，未成年人约占整体的20%

基础标签

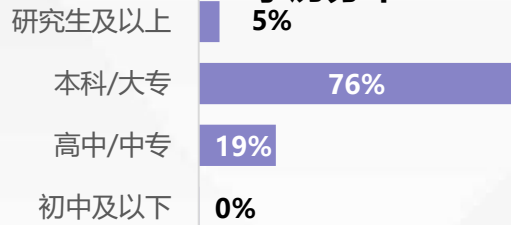
感情状态



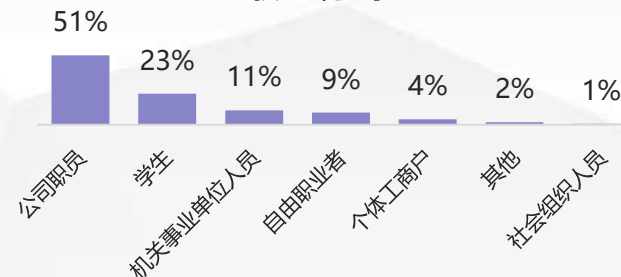
城市分布



学历分布

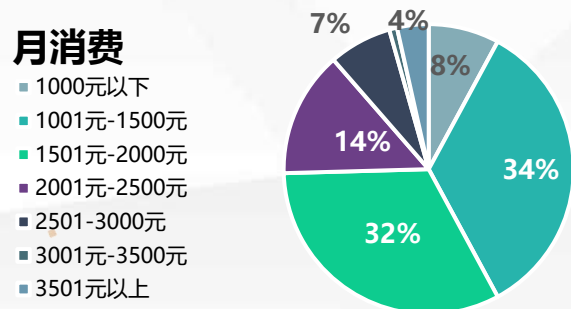
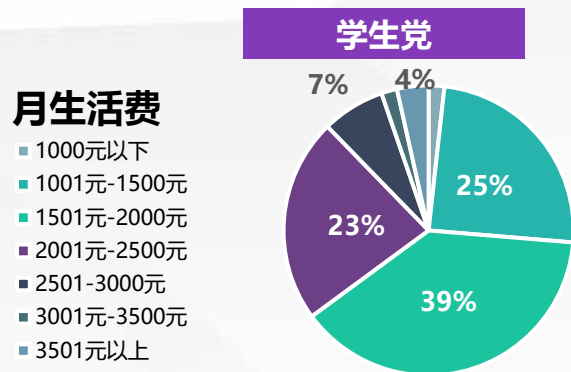


职业分布

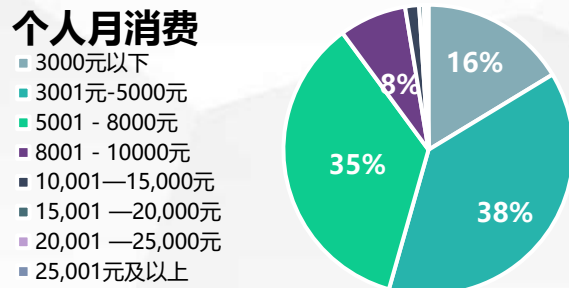
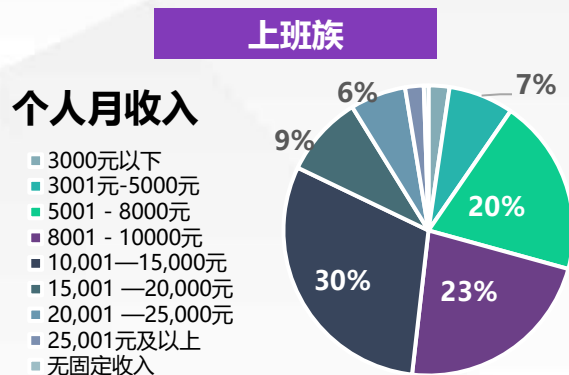


人群与圈层 | 爱好者有着良好的收入情况与稳定的消费能力

- 学生党的月生活费以1001~2500元为主，月消费在1000~2000元上下；而上班族约有53%的人月收入在8000~15000元，73%的人月消费在3000~8000元之间

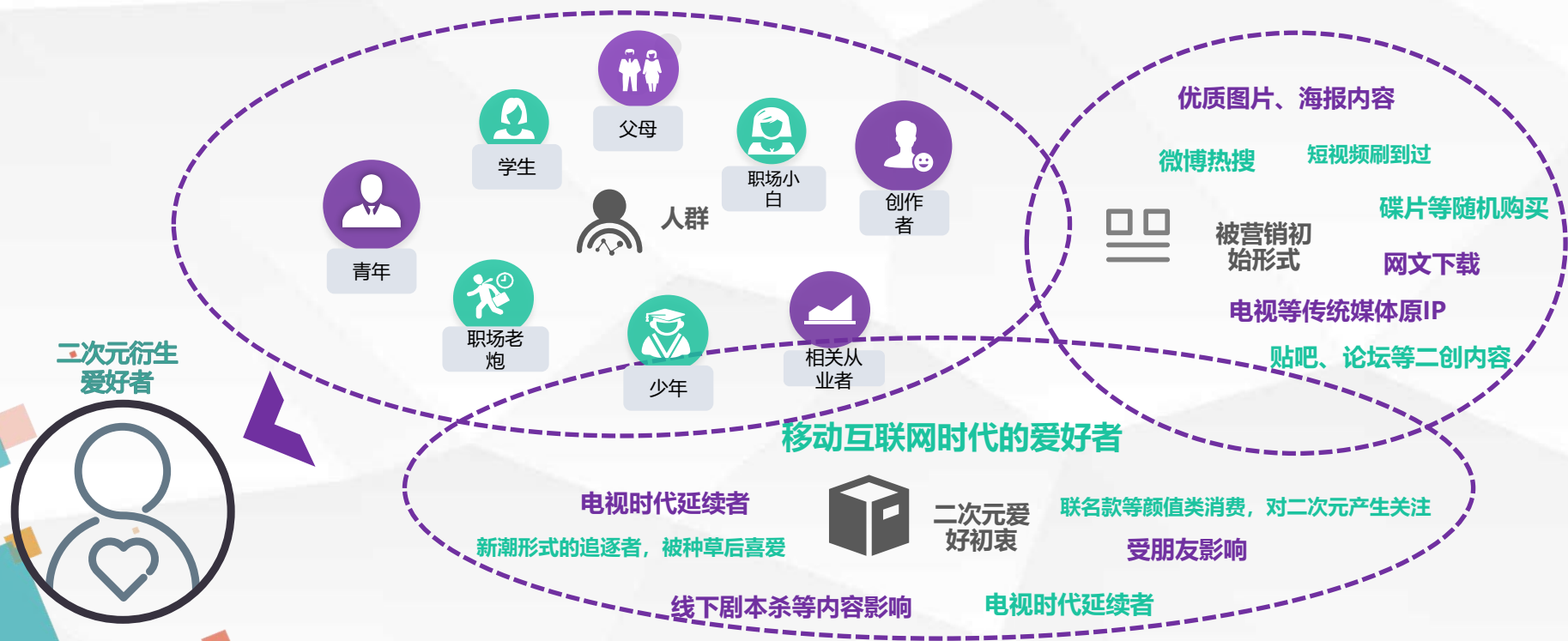


消费能力



人群与圈层 | 爱好者来自各行各业，涉及游戏/动漫/网络文学等多个圈层

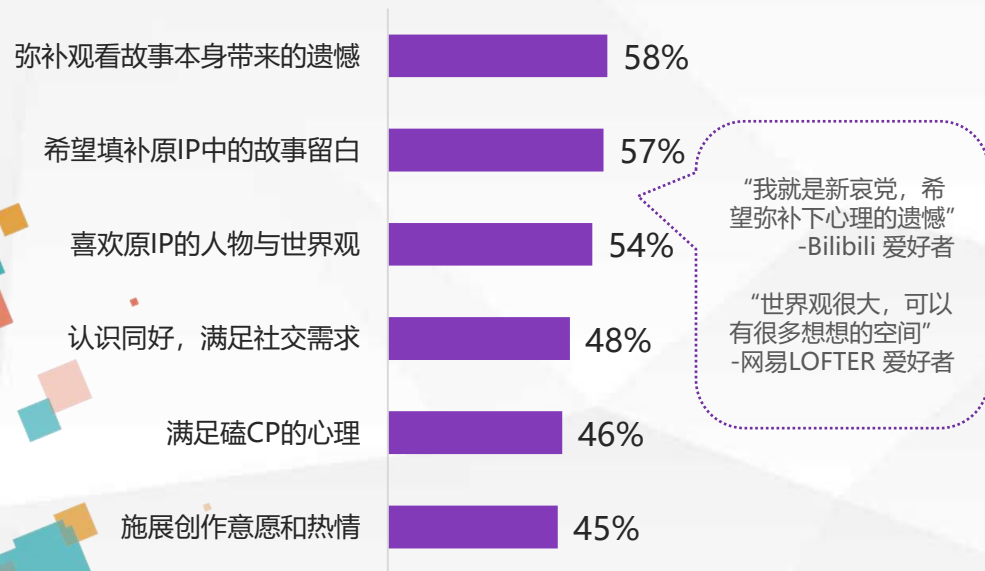
- 二次元衍生爱好者的人群非常广泛，可以说来自各个阶层，涉及游戏、动漫、网络文学等多个圈层；年龄阶层也覆盖了从70后、80后电视时代到伴随互联网成长的Z世代



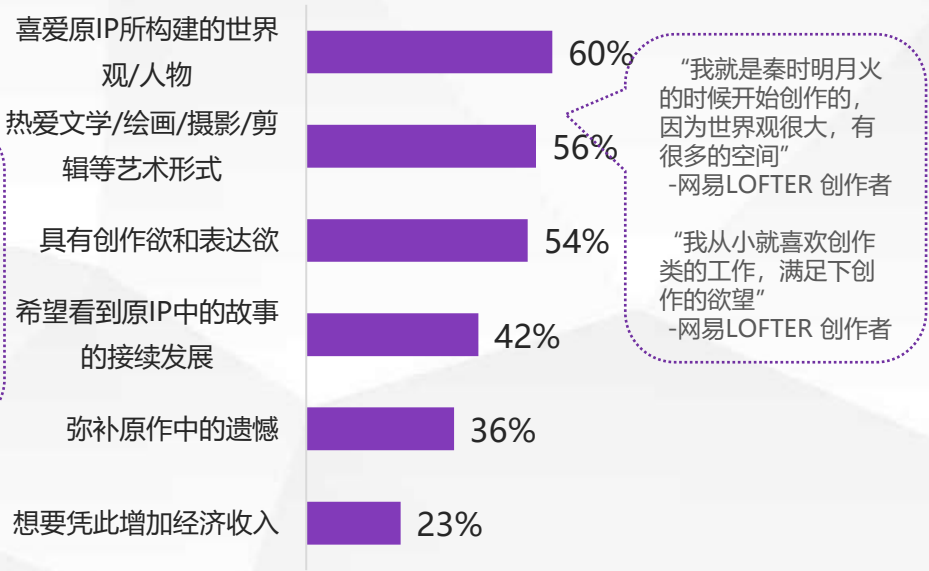
人群与圈层 | 优秀的原作和故事的留白给与了爱好者施展才华的空间

- 弥补故事本身带来的遗憾、填补故事创作的留白以及原IP的人物和世界观，是爱好者参与最主要的原因；
- 但从总体上来说，参与衍生创作的各个理由之间的差异很小，衍生创作的原因是相对多元化的；
- 对于创作者来说，原作有更庞大的世界观、能留出更多的创作空间，衍生创作就会越丰富；能够展现自己创作的才华也是重要的考量因素。

为什么爱好二次元衍生？



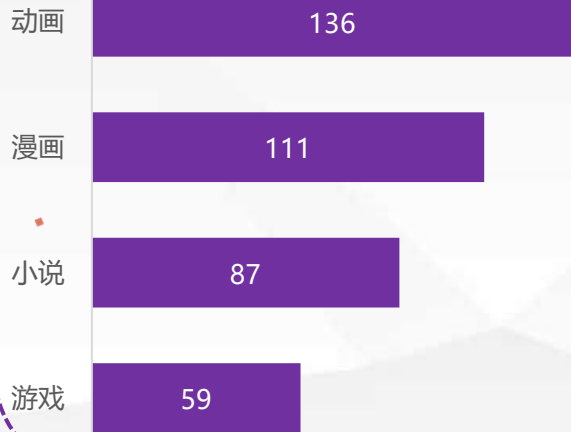
为什么创作二次元衍生？



人群与圈层 | 日漫国漫、国创小说与手机游戏是最主要的IP来源

- 衍生创作最主要的 IP 来源是动画和漫画，游戏目前的衍生创作较少，但潜力巨大
- 在动画/漫画方面，日漫依旧占据主流，但随着国漫优秀作品的不断推出也占据了较大的市场份额；小说类则是国产IP的天下，以晋江为代表的一系列网络文学平台长期保持着生命力；游戏类IP中，手游是最大的IP来源，这和移动端社媒的发展密不可分

二次元衍生来源平均排名 TOP 1



动漫类 IP

日本
国产
韩国
欧美
不喜欢



小说类 IP

国产
日韩
欧美
不喜欢



游戏类 IP

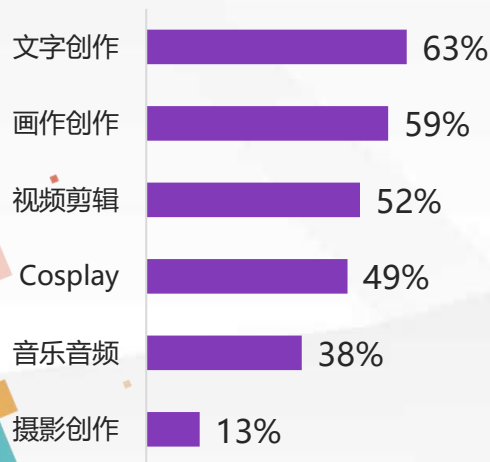
手机游戏
PC游戏
主机游戏
网页游戏
不喜欢
其他



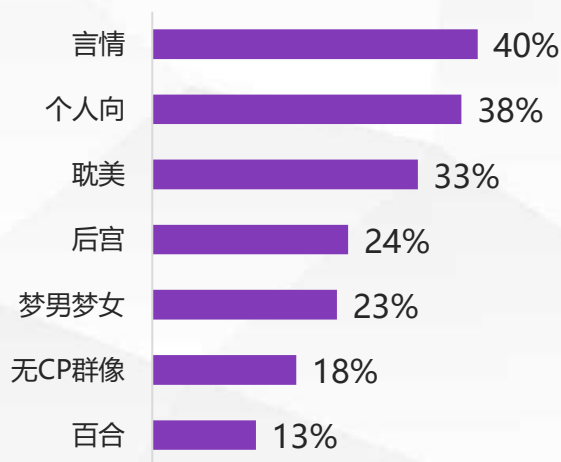
人群与圈层 | 图文类作品占比最高，视频剪辑后来居上

- 文字创作是最简单、最直接的衍生创作类型，最受爱好者/创作者共同的喜爱；但随着移动互联网的发展，视频剪辑也逐步占据了较大的份额
- 言情和个人向是传统的创作类型，依旧保持着较高的生命力；耽美是近两年大热的IP类型，位列第三
- 搞笑类剪辑是衍生创作一大门类，bilibili最早破圈依赖的就是鬼畜视频、恶搞配音等搞笑风格的衍生创作；古风是随着近年来国漫发展而逐步崛起的当下大热的IP类型

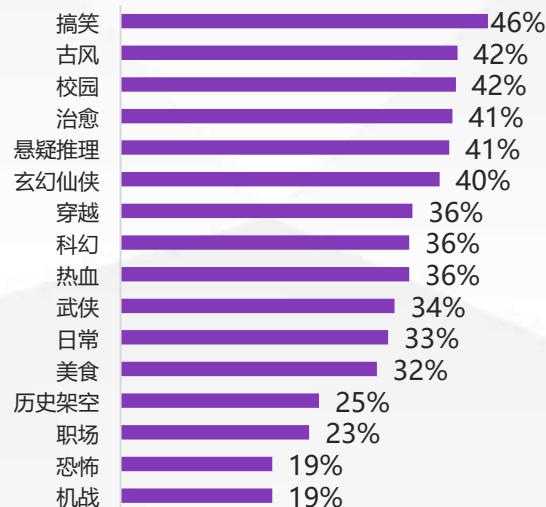
用户最爱观赏的二次元衍生类型



用户最爱观赏的二次元衍生风格取向



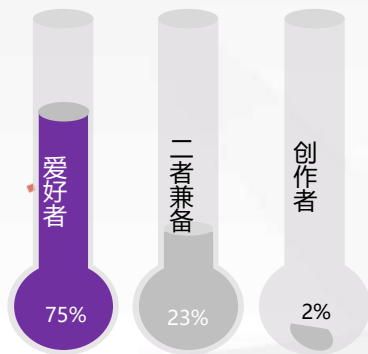
用户最爱观赏的二次元衍生题材



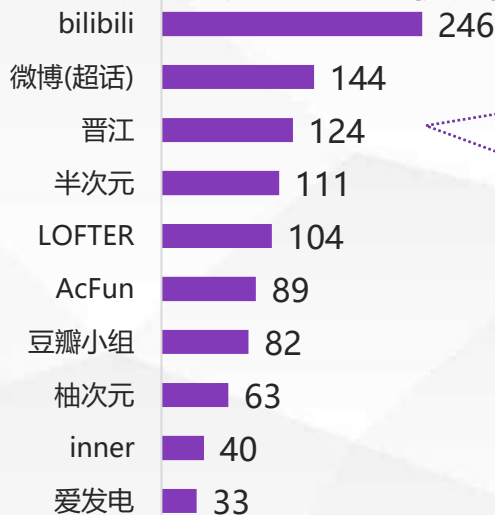
人群与圈层 | 视频、文学、图文等多种类型平台共同发展

- Bilibili 在二次元衍生创作行业内也依然是最热的平台，作为现阶段二次元的大本营，依旧维持着较高的生命力
- 微博（超话）是一个特殊存在，微博的特性是高热度、大尺度、强争议；虽然创作者和爱好者普遍不喜欢微博，但往往喜欢通过微博作为中转站和流量池
- 半次元、网易LOFTER等垂直平台虽然整体热度不如bilibili和微博，但已经形成了稳定的爱好者圈层，占据了较大的份额；晋江是中文网络文学的核心平台，随着ACGN模式的成型，晋江也成为主要的衍生创作地

平台内用户身份



二次元及其衍生平台使用情况 TOP3



“平时还是主要在B站上看各种剪辑”

-B站 爱好者

“微博是个特殊的地方，其实我们不太直接在微博上看，因为内容很乱，但是我们会发在微博，附上一个链接转进到网易LOFTER平台”

-网易LOFTER 爱好者

人群与圈层 | 衍生创作传播的特点：细分化、圈层化、高互动性

传播内容细分化

通过APP 做到点对点的传播



点对点的传播：
直接高效，同时可以
抓住观赏者的兴趣

传播模式圈层化

APP 中形成了固定的圈层



关注固定的创作者
常年观看固定的内容

二创传播的高互动性

互动

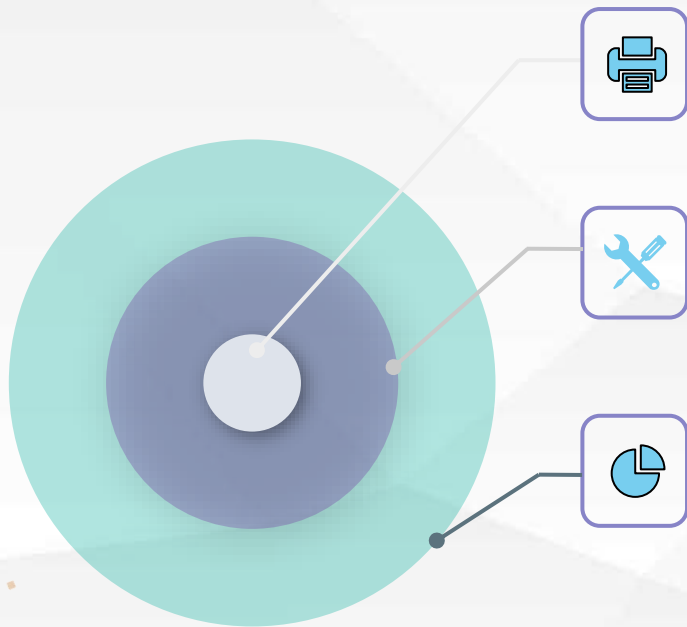


可以转发、评论、关
注随时和创作者交流
交流既带来沟通，也
引发矛盾

03

二次元衍生创作的价值研究

核心观点总结



爱好者的态度

衍生创作能够鼓励创新，给有才华有理想的创作者提供创作空间
丰富原IP表现形式、弥补粉丝遗憾；维持IP生命力，吸引路人关注原作

衍生创作消费态度

衍生创作的爱好者超过一半都曾经为作品消费过，并且有未来消费的意愿；
作品打赏和购买海报明星片是他们最常进行的消费活动
但是从金额考虑，参加线下活动和平台充值则是消费金额最高的活动

对原作的消费态度

约54%的衍生创作爱好者曾经为原作消费
其中参加漫展等线下活动和作品打赏是最主要的形式
游戏类IP的充值是消费金额最大的类型

人群与圈层 | 优秀的原作和故事的留白给与了爱好者施展才华的空间

- 在爱好者眼中衍生创作能够鼓励创新，给有才华有理想的创作者提供创作空间
- 对于原 IP 衍生创作可以丰富表现形式、弥补粉丝遗憾；更重要的是能够维持IP生命力，同时吸引路人关注原作

爱好者眼中二次元衍生的社会积极影响

鼓励创新，为有才华者提供创作空间

87%

丰富大众的娱乐方式

79%

提供更多社交互动的机会平台

75%

“很多画手都是在平台上做创作练手的”
-网易LOFTER 创作者

爱好者眼中二次元衍生对原作的加成

丰富原IP的表现形式（如小说、游戏创作作为图片、视频）

60%

改写故事情节，弥补粉丝遗憾

58%

新创作源源不断，维持IP生命力

58%

优秀二创吸引路人关注原作

57%

提供“新物料”，促进粉丝间的交流

51%

“内容越丰富，作品生命力越强”
-网易LOFTER 创作者

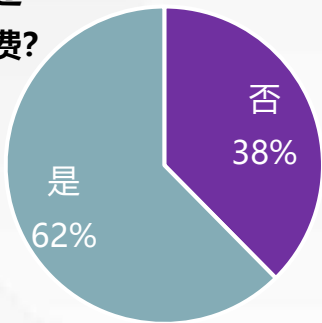
“我就是新哀党，我就想弥补下心理”
-B站 爱好者

消费态度 | 多数爱好者都有为衍生创作消费的经历和意愿

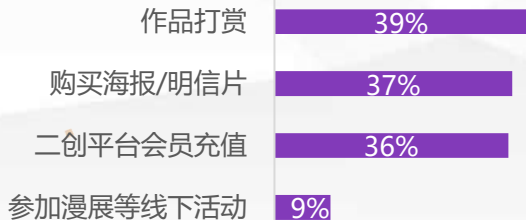
- 衍生创作的爱好者超过一半都曾经为作品消费过，并且有未来消费的意愿，衍生创作有着很高的商业价值
- 从次数上看，作品打赏、购买海报/明信片以及为会员充值是最主要的消费行为
- 但从金额上看，参加漫展的等线下活动则是花费最高的行为

衍生创作商业价值

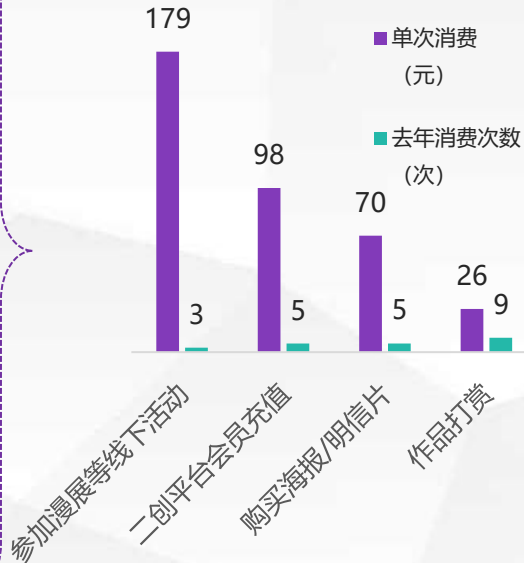
是否有过
为二创消费？



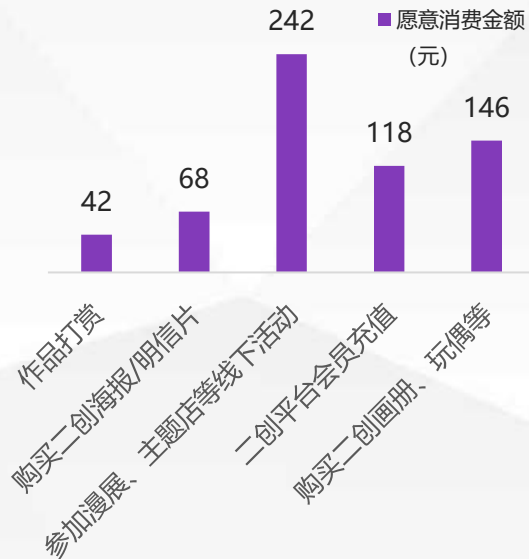
消费类型



曾经消费



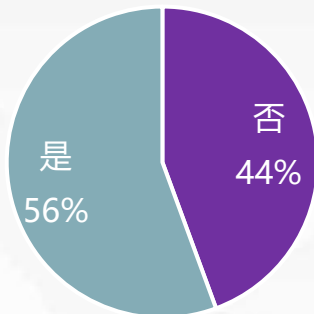
未来预估消费



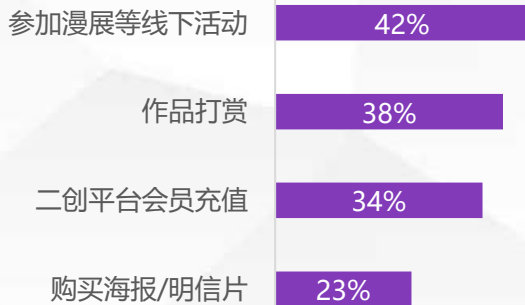
对原作的加成 | 超过半数的爱好者为原作IP消费

- 约54%的二创爱好者曾经为原作消费，其中参加漫展等线下活动和作品打赏是最主要的形式；
- 从金额上看，游戏类IP的充值是消费金额最大的类型；也间接展示了游戏类IP的巨大商业潜力

是否因二创
为原作消费？



消费类型



单次消费金额类型



【线下活动】案例：comicup魔都同人祭

- **Comicup（魔都同人祭）**，官方简称CP，上海的一个系列同人展，主要为自主创作物品的贩卖会和cosplay。作为当前国内也是全球规模最大的同人展，COMICUP不仅是Z世代最爱的二次元文化聚会和“打卡宝地”，也是创作者重要的交流盛典。
- 2021年6月12日~13日，第28届上海同人展（COMICUP28，简称CP28）于上海国家会展中心开幕。本届CP28共计120个专区/街道，近4000个同人摊，100+家展商，200+服装品牌



案例分析 | 线上创作活动案例

【二创活动】案例：自己书写故事的结局，抚平心中意难平

•#网易LOFTER老友季#-二次创作活动。创造平行世界的另一个“TA”



网易LOFTER老友季活动上线后，万人持续关注，二次元占据主要热门广场
最热门的的三个IP



咒术回战

哈利波特

鬼灭之刃

参与的网友表示，通过创作，让自己喜爱的角色在自己的作品中获得了另一种可能，同人创作作用爱建造无数种可能，抚慰了无数人的意难平。或许这也正是同人创作经受不衰的魅力所在。

案例分析 | 衍生创作打造新作品

【二创活动】案例：书粉的最高形式的代表盗墓笔记—鬼吹灯

•#盗墓笔记#-从同人开始，创造一个自成一体的世界

以同人开始但却独有一套风格，形成完全独立开来的另外的世界，同样受到众多读者喜爱



备注：*图文来自互联网公开信息，如侵权请联系



围绕“永生”这个话题开始，一直到最终篇青铜门后的“终极”，三叔完全创造了一个自成一体的世界。

案例分析 | 衍生创作开创新游戏形式

【二创活动】案例：热情驱动下的自发创作

•#DOTA#-魔兽争霸地图编辑器下的产物

dota - 魔兽争霸III的DOTA 免费编辑 修改项名

所属分类：游戏作品

《DotA》(Defense of the Ancients), 可以译作守护古树、守护遗迹、远古遗迹守卫, 是由暴雪公司出品即时战略游戏《魔兽争霸3》的一款多人即时对战、自定义地图, 可支持10个人同时连线游戏, 是暴雪公司官方认可的魔兽争霸的RPG地图。

最早的DOTA地图则在混乱之治时代就出现了, 一位叫做Eul(Euls)的玩家制作了第一张DOTA地图《RoC DOTA》, 其中两队都只有总共5个英雄, 非常简单。

Eul(Euls)退出之后有位玩家Steve Guinsoo整合了很多个英雄制作了DotA Allstars。在2005年, 6.01版发布不久, IceFrog同Neichus对地图进行了多次修正和更新。之后Neichus退出, IceFrog成为主要的地图程序员, 负责包括游戏的执行和平衡的测试在内的任何工作。随着6系列版本不断被发布, bug的修正, 新的英雄和新增加的法术不断被引入《DotA》。

最终游戏分为两个阵营, 玩家需要操作英雄, 通过摧毁对方遗迹建筑来获取最终胜利。这种多人在线竞技模式后来被称为“Dota类游戏”, 对之后的许多游戏产生了深远的影响。

备注: *图文来自互联网公开信息, 如侵权请联系

DOTA延续了《魔兽争霸3》的生命力, 在RTS式微的时代依然坐拥大批的玩家。这种游戏形式被多个互联网游戏大厂看重, 产生了诸如《英雄联盟》《王者荣耀》在内的多款竞技类网游, 树立了一个新的游戏分类概念, 即“MOBA”



04

二次元衍生创作平台分析

核心观点总结

平台分析

- 平台类型丰富多样，形成了以多元化视频类、图文类、文字类、垂直圈层等多种类型，每个类型都有稳定的爱好者人群
- Bilibili 曾经二次元的大本营，如今走上多元化内容视频的发展方向，是平台转型成功的经典案例
- 网易LOFTER 是图文平台的代表，汇聚了较多优秀的画师；虽然在整体热度上不及视频平台，但图文平台更适合碎片化的阅读模式，在实际使用中反而获得了更高的使用时间
- 半次元是小众垂直类平台的代表，以cosplay为核心产出内容，虽然热度较低，但拥有更高的圈层的深度和稳定性
- 刺猬猫是文学类平台的代表，互动文学引导者、首创弹幕互动二次元小说阅读平台；题材上包容性较高，发展快速；代表着新生平台对创新模式的一种尝试

选择平台的原因

- 丰富的IP内容与形式是选择平台最主要的原因；优秀的互动机制也能留住用户
- 界面的美观程度、热度以及整体氛围也会左右用户的选择

平台存在的问题

- 粉圈化和拉踩行为，是所有平台用户都讨厌的情况
- 分类不合理造成的优秀的小众内容被边缘化也是普遍被抱怨的问题
- 几乎所有创作者都希望平台能公开化审核的标准和审核不过的关键词；多次修改但无法发布会大大打击创作者的热情

衍生平台的价值

- 孵化创作者和粉丝，形成稳定的兴趣圈层，鼓励文化创新
- 助力原IP发展，延续IP生命力，为IP发展商业生态
- 打造良性的互动生态，扩展发展空间，形成线上线下各种活动并进的商业模式

二次元平台 | 衍生平台简介

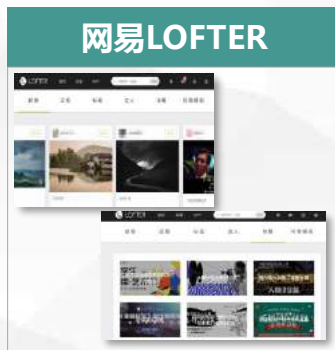
平台名称	平台简介
 AcFUN	二次元文化的开山鼻祖，开创了文化社区和视频平台结合的形式
 bilibili	中国年轻世代高度聚集的文化社区和视频平台
 网易LOFTER	专注于为用户提供简约、易用、有品质、重原创的兴趣内容创作和分享社区
 刺猬猫	专注于“二次元”是以优质的小说创作和阅读基地，聚集海量以宅文为主的同人和原创作品
 半次元	ACG爱好者社区，提供cosplay、绘画和小说创作发表、二次元同好交流等社群服务
 柚次元	追番的二次元神器，不论各种风格都有，漫画、广播剧、动态壁纸等
 inner	以优质内容为核心的创作者社区
 晋江	女性文学网站，以耽美、爱情等原创网络小说而著名
 爱发电	连接创作者与粉丝的会员制网站及 App
 豆瓣小组	志趣相投的人在一起讨论话题的地方
 微博(超话)	新浪微博里面的兴趣内容社区，有专门的话题主持人，主持每次话题内容，推送通知

重点平台案例分析

- 二次元衍生平台是二次元及其衍生创作行业中非常重要的部分
- 研究衍生平台，可以帮助我们了解二次元及衍生创作文化的爱好者以及发展趋势

本篇选择了3类重点平台进行分析

优质图文平台



多元化视频平台



小圈层垂直平台



Bilibili | 从二次元走向多元化发展的综合视频平台



Bilibili

一次偶然的宕机事故为B站的诞生提供了契机，但谁也没想到当初的那个“备胎”能超越“原配”并取得成功。B站创立时叫Mikufans，是一个以V家虚拟歌姬和相关作品为主的弹幕视频网站。当时内容主要以搬运动画番剧、鬼畜区调音和各种二次创作为主。发展壮大之后，B站把触角伸向各个领域，试图把握内容创作的主动权。



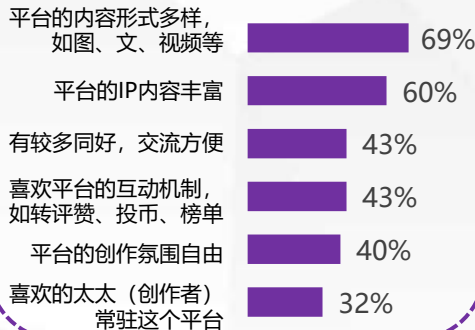
Mikufans



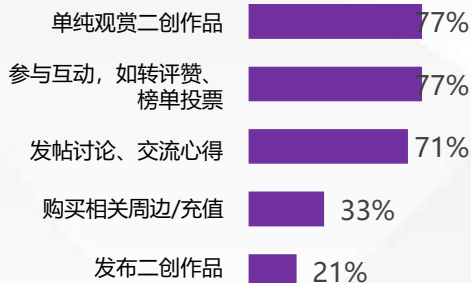
Bilibili

备注：*图文来自互联网公开信息，如侵权请联系

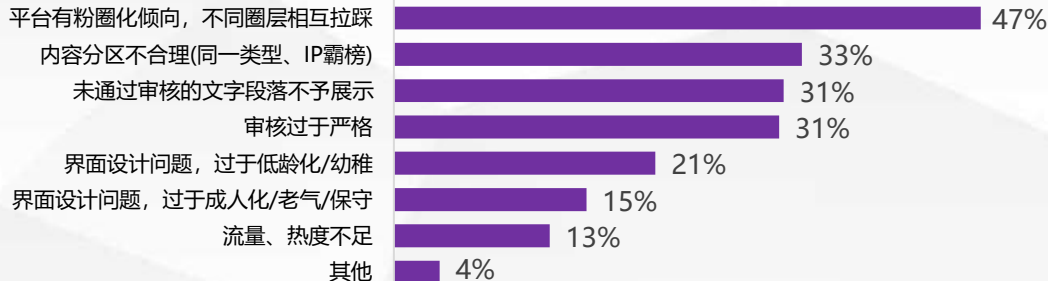
平台使用原因



平台使用习惯



对平台最不满意的方面



Bilibili | 多元内容导向的发展方向，为B站带来了高昂的人气



Bilibili

起源：
2009年

2009年8月，A站的
宕机为B站萌生提供
了契机

发展：
2010-2017

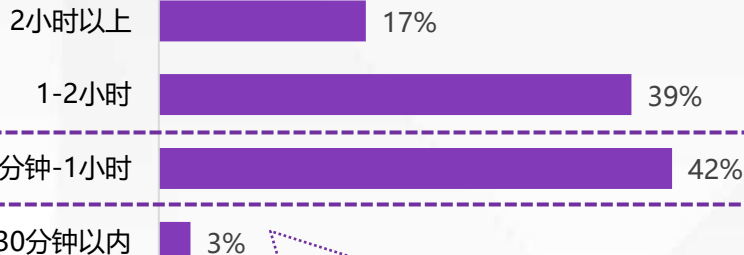
2010年，B站正式
从A站分离出来；
2011年，陈睿成为
B站董事长，此后B
站进入大发展时期，
并在2018年美股上
市

现状：
2018至今

大会员机制为B站带
来了多方影响，无
广告以及稳定且多
元的内容输出为B站
带来了众多人气

2021

平台使用时长



“因为看完一个完整视频太长了，
午休的时候还是会看看图文”

- Bilibili 用户

Bilibili | 以二次元起家，逐步涉猎于整个ACG产业链



Bilibili

鬼畜发源地

B站鬼畜视频开启了国内恶搞视频风气之先，金馆长、金坷垃、葛炮、元首的愤怒，到现在还是鬼畜视频的一线流量素材。

涉猎整个ACG产业链

B站的触角逐渐伸向整个ACG产业链，包括动画漫画版权、IP和衍生产品开发、ACG周边产品贩售、电子消费、影视剧纪录片、音乐游戏、MCN孵化和在线教育等。

业务多样化

B站业务核心主要是UGC视频和版权内容（动画、纪录片和电影电视剧等等），其次是直播，最后是游戏联运业务

经过十年多的发展，围绕用户、创作者和内容，B站构建了一个源源不断产生优质内容的生态系统，涵盖7000多个兴趣圈层的多元文化社区。

用户最爱观赏的二次元衍生类型

Top 3



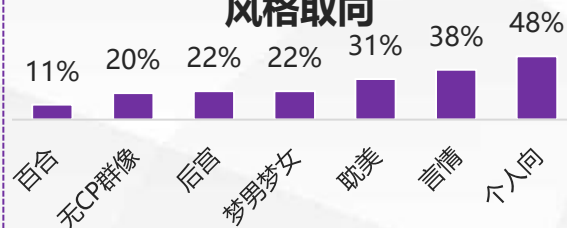
创作者最爱创作的二次元衍生类型

Top 3



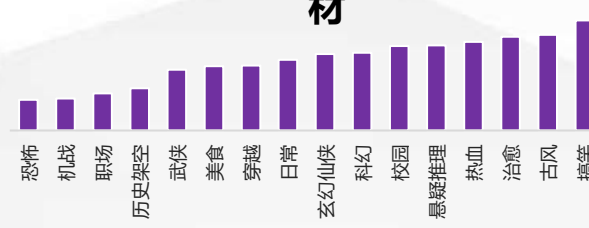
用户最爱看的二次元衍生

风格取向



用户最爱看的二次元衍生题材

材



网易LOFTER | 图文类平台的代表，大批优秀画师的聚集地



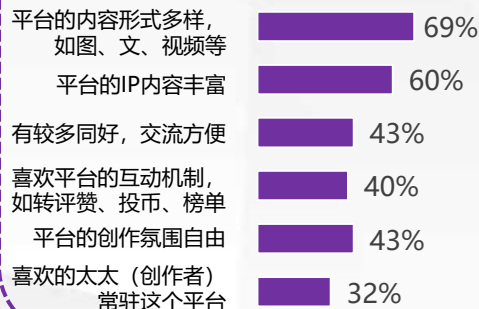
网易
LOFTER

网易LOFTER是网易公司于2011年8月推出的一款轻博客产品，其专注于为用户提供简约易用、有品质、重原创的兴趣内容创作和分享社区。自上线以来，深受到了互联网众多文艺青年、摄影师、插画师以及二次元、游戏爱好者的喜爱。2020年底，网易LOFTER品牌升级，提出全新口号：“看见每一种有趣”，鼓励原创内容，激发年轻人的想象力和创作力，致力于为用户提供一个多元丰富的精神内容社区。

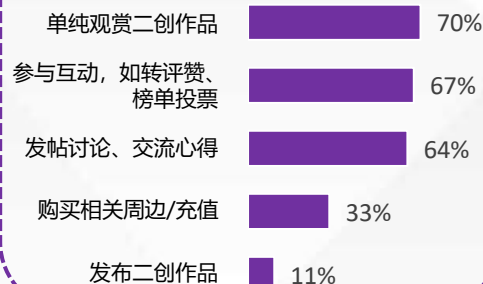


备注：*图文来自互联网公开信息，如侵权请联系

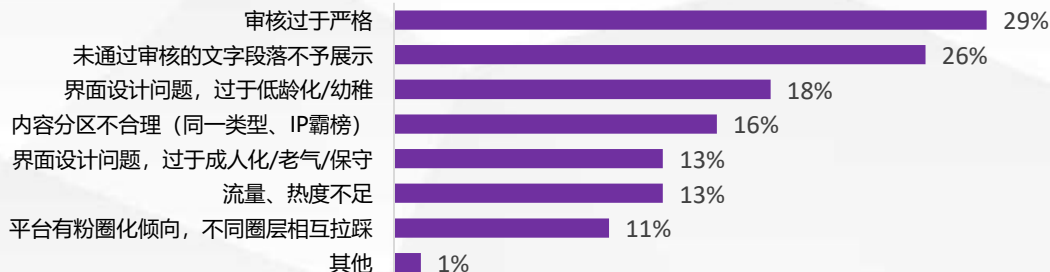
平台使用原因



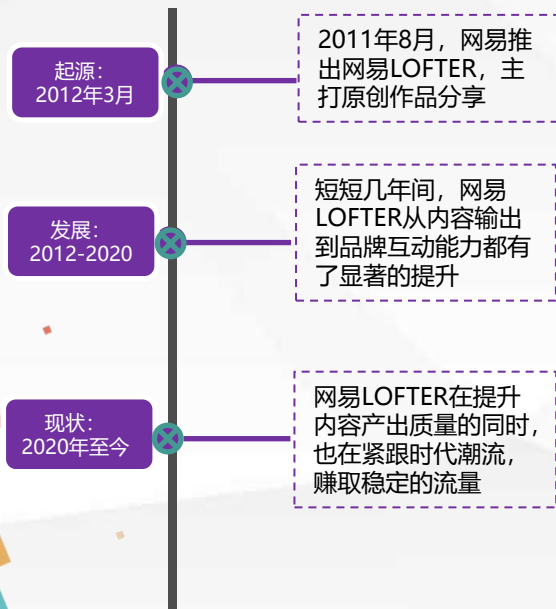
平台使用习惯



对平台最不满意的方面

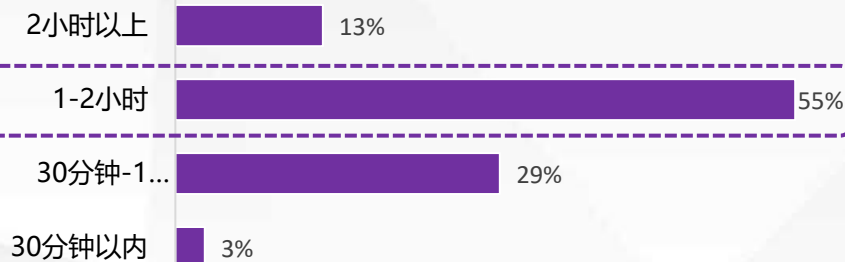


网易LOFTER | 图文内容适合随看随走，聚合了大量碎片化的时间



2021

平台使用时长



“工作间隙可以看看图文，随时可以关掉也不影响工作”

- 网易LOFTER 爱好者

网易LOFTER | 年轻文化高度聚合，偏向高质量的生活美学



网易
LOFTER

网易LOFTER平台亮点

UGC/PUGC 内容输出

早期以UGC自发内容为主，后期通过各类运营活动鼓励优质的原创，吸引了大量专业的内容创作者人群。

社区年轻文化 高度聚合

二次元等频道的近些年的超高人气，推动了网易LOFTER社区年轻文化与内容的高度聚合。

品质生活美学

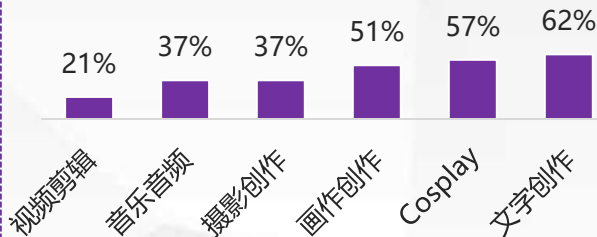
网易LOFTER的用户群体，以图片社交模式，展示自身对品质生活美学的重视

IP/品牌联动

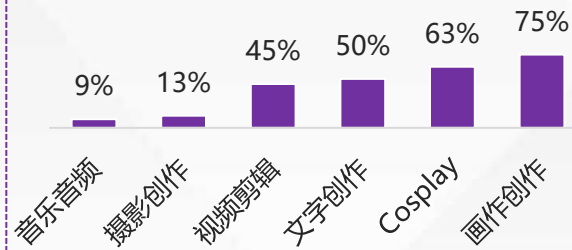
在二次元领域认知度较高，与盗墓笔记、原神、天官赐福等众多IP方进行官方联动，与多个国内外等知名品牌ER进行多维度合作。

网易LOFTER被重新定义为渴望在自己的空间中，创造、展示自我的一群人，他们对日常生活有着惊人的热情，擅长从生活中创造与发现美感并以图片的形式呈现与分享。

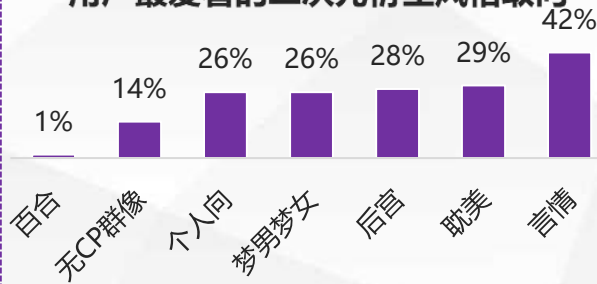
用户最爱观赏的二次元衍生类型 Top 3



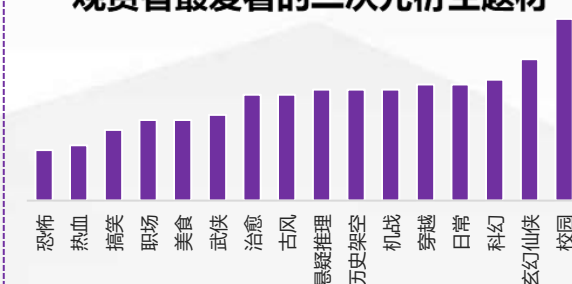
创作者最爱创作的二次元衍生类型 Top 3



用户最爱看的二次元衍生风格取向



观赏者最爱看的二次元衍生题材



半次元 | 小众垂直圈层的代表，Cosplay爱好者的大本营



半次元成立于2014年，是第一中文COS绘画小说社区，汇聚了包括COSER、绘师、写手等创作者在内的众多二次元同好，提供COSPLAY、绘画和小说创作发表、二次元同好交流等社群服务。



备注：*图文来自互联网公开信息，如侵权请联系

半次元平台内容及亮点

网站分区

半次元网站首页设立共设 cosplay、绘画、写作、漫展、讨论等多个频道

发布创作&日常

“半次元”早期深耕的是有创作能力的硬核用户，普通用户需要申请开通 Coser 或者绘师账号才能上传相关作品，不管是Cos还是绘画都以角色和原作名称串线

交互方式

在交互方式，除了社交 App 的标配动作“点赞”外，每个贴子都有一个“推荐”按钮，点赞影响的是作品的“点赞排行”，推荐影响的是哪些作品或贴子会进入用户的时间轴。

就二度创作层面来说，未来“半次元”将会往下游延伸，瞄准的是整个群体对漫展、手办等周边的消费需求

起源：
2014年

半次元成立于
2014年初

融资：
2014-2015

2014年7月，半次元获得了来自创新工场的百万美元天使轮投资。2015年，半次元获得了来自联创永宣的千万元A轮投资。

被收购：
2018年2月

2018年2月，今日头条完成对半次元的收购

现状：2018
年至今

专注于Cosplay，致力于打造优质ACG爱好者社区

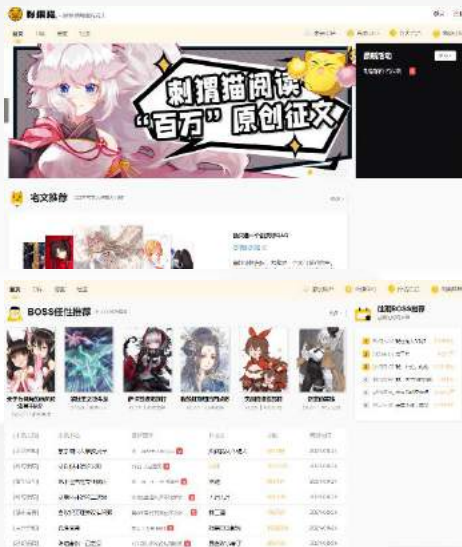
刺猬猫 | 互动文学引导者、首创弹幕互动二次元小说阅读平台

刺猬猫



刺猬猫

刺猬猫阅读前身欢乐书客，一款别具风格的二次元小说阅读APP，首创弹幕互动二次元小说阅读平台。专注于“二次元”细分领域，是以优质的小说创作和阅读基地，聚集海量以宅文为主的同人和原创作品。



备注：*图文来自互联网公开信息，如侵权请联系

刺猬猫平台内容及特点

弹幕互动

首创弹幕互动二次元小说阅读平台，互动文学引导者，看作品不孤单

作品包容性高

以二次元为旗帜，但不限于热血、治愈、轻松、吐槽、卖萌、无节操、电波、综漫等ACG元素。题材可以是二次元，可以是奇幻，可以是历史，也可以是军事

平台运行不成熟

平台在技术、运营、页面设置等问题上存在不成熟，经常出现加载困难的问题，也是用户诟病较多的地方

缺少优秀作者

平台内文学大佬较少，缺少优秀佳作，书名千篇一律，题材单一

起源：2015年7月

刺猬猫前身欢乐书客上线

扩充：2015年9月

2015年9月，起点为了节约审核成本，起点同人区变成了404重灾区，大量作者出走来到书客，扩充书客文库

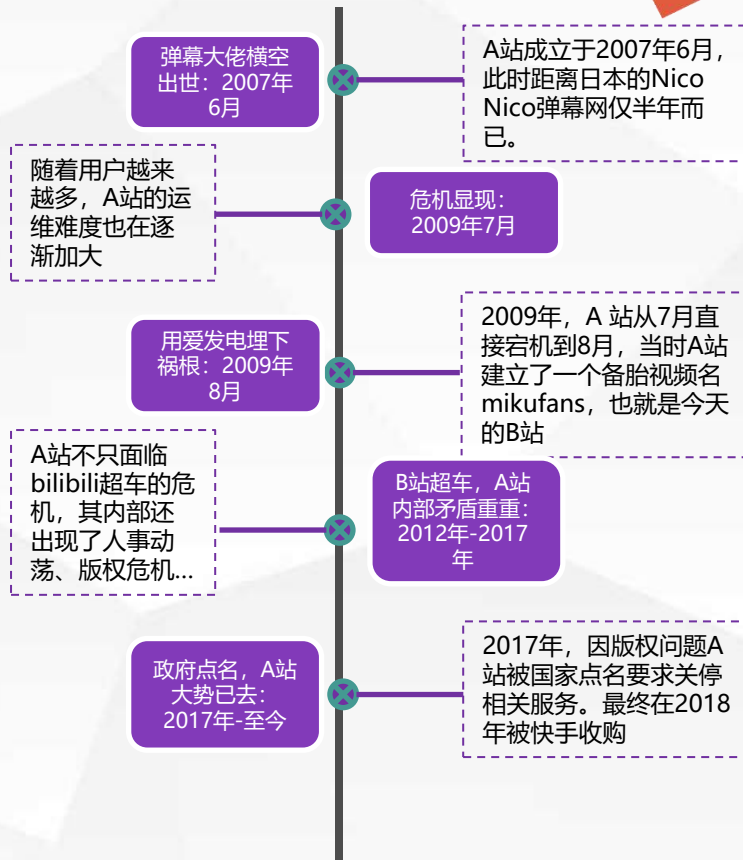
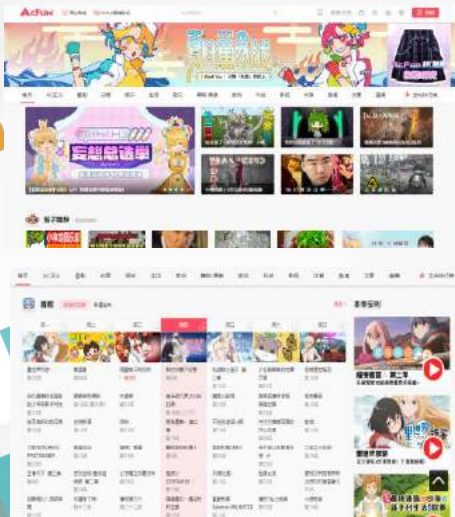
改名：2018年6月

2018年6月，欢乐书客改名为刺猬猫

AcFun | 虎落平阳，从开山鼻祖到勉力支撑

AcFun:

AcFun弹幕视频网（AcFun，简称“A站”），成立于2007年6月，取意于Anime Comic Fun，是中国大陆第一家弹幕视频网站。

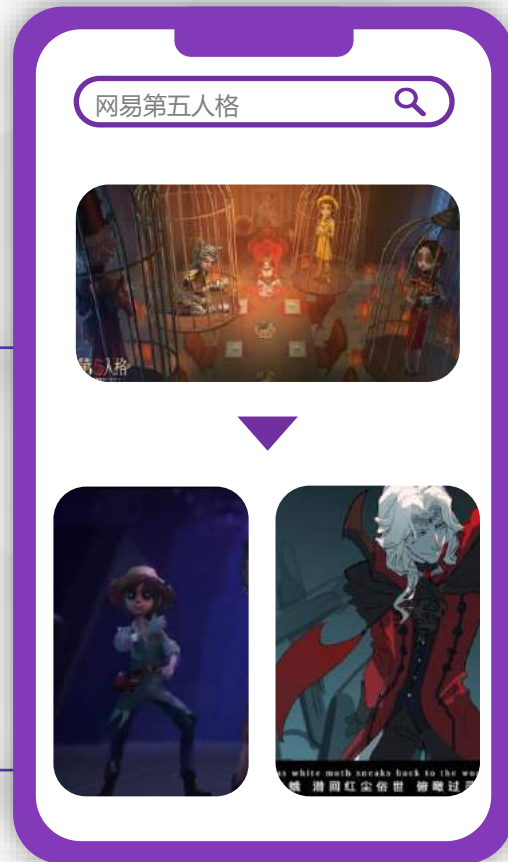


二次元平台的价值 | 孵化创作者和粉丝，形成固有兴趣圈

平台商业化的重要项目

同人二创已经成为平台商业化合作的重要项目，
更多二次元众创内容在平台兴起。

- 在衍生创作方面孵化了大量的活跃创作者和粉丝，形成固有兴趣圈
- 为原内容拓展内容形式，承载多形式化价值传递的重要意义
- 弥补原内容单一的呈现方式，例如游戏类二次元作品原本的“弱剧情”，通过二创丰富游戏本身的商业化生态



二次元平台的价值 | 打造良性的互动生态，扩展发展空间

形成良性互动生态

通过一系列措施实现对同人衍生创作者的激励，和互动生态



对二次元衍生创作者实行创作激励

鼓励“恰饭”

创造发展空间

官方评选优质内容创作者，帮助其有“目标感”的良性发展



二次元平台的价值 | 助力原IP发展，发展商业生态

助燃生态

平台为同人衍生创作的未来发展提供更多机会和可能性

01



主流化宣传出圈，推动原IP发展

例如二次元出海等新发展方向

02



建立合理商业机制

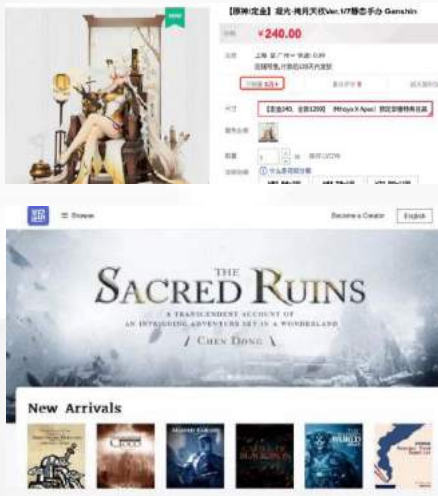
例如商业分成规则、商业化界限等

03



构建二次元衍生新业态

例如剧本杀、桌游、pia戏体验馆、拍照体验馆、展会等



05

二次元衍生创作带来的争议

核心观点总结

争议的原因

- 二次元衍生创作的法律定义不够明确，对于版权的归属仍然处于各执一词的情况
- 创作者目的的不同，引起版权放不同的态度；但如何界定创作是以盈利为最初目的，这是目前的矛盾
- 平台对于流量的争夺加剧的版权争议；原IP来自长视频平台，制作周期长、成本高；但流量却被善于剪辑和创作的视频平台、衍生平台夺走了

01

创作者的心声

- 创作者的处境是最为艰难的，多数创作者为普通人，难以负担版权争议带来的经济和时间成本
- 创作者缺少来自第三方的支持与保护，多数创作者都是为爱发电
- 原IP方一些做法也引起了创作者的反感与不满：过河拆桥、监守自盗、双重标准等

03

02

爱好者的的心声

- 对于版权争议，爱好者态度是两极分化；但爱好者普遍认为衍生创作的盈利应该给予原IP方补偿

04

IP方的心声

- IP 方完全理解创作者的艰难，也明白衍生创作带来的巨大价值
- 目前行业不成熟，缺乏统一标准和沟通渠道，是IP方和创作者矛盾的主要原因

版权争议的原因 | 定义模糊和盈利相关的问题引起利益争端

IP 方眼中版权争议的原因

模糊的定义

- 目前没有明确的二创内容定义

“把小说人物画出来算二创吗？”

“剪辑解说、鬼畜贴片都是二创？”

“贴吧改写是二创？”

“二创的边界在哪里？原IP有声书和漫画呢？”

“我自己拍的cosplay照片算二创嘛？”

周边产品的争端

- 官方出的贵未必好；同人的作品可以很便宜很优秀



作者长时间和
爱好者互动更
了解需求



更接地气
更亲民



官方的周边
往往较贵，
但未必比创
作者做的好



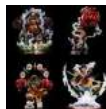
¥ 627.00



¥ 1354.00



¥ 36.00



¥ 26.00

贵？单一？无创意？

便宜、创意、无版权？

创作目的的差异

创作者的目的不同

- 爱好者单纯为爱发电
- 本身就是盈利目的，想做成事业

目的差异造成的矛盾

- 纯爱好者认为不应该过度盈利，收割韭菜
 - “为什么要把金钱利益和爱好挂钩，衍生和二创应该建立在热爱的基础上。”
- 没有盈利难以负担创作的成本，这是事业
 - “只有让足够多的二创创作者有相等值的利益，才能激励二创的健康成长”
- 官方很难界定创作者最初的目的是爱好还是盈利，对于版权的松紧陷入两难

版权争议的原因 | 平台背后的流量争夺加剧了版权的争议

IP 方眼中版权争议的原因

长视频

原IP归属平台，原版权内容的发布渠道，将最为原始的二次元内容进行发布，成为二创素材的“供给端”。

短视频&衍生

- 通过内容截取，形成短视频或其他内容形式，流入短视频及衍生平台；
- 日常分享和讨论都在衍生平台。

流量争端

长视频平台和短视频平台的流量争端

流量

分走了长视频的流量，降低了用户粘性，导致长视频（IP方）对二创的不满。

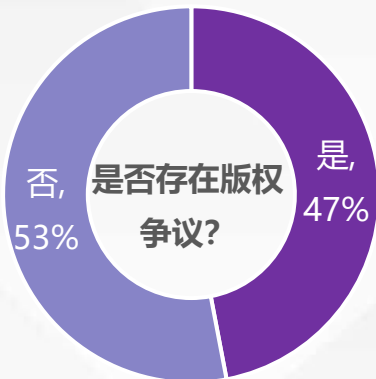
热度

二创延续IP热度，但热度却和IP创作者、长视频平台没关系；

爱好者的的心声 | 对版权内容争议较大，但普遍认同给予原作盈利补偿

- 爱好者中对于衍生创作是否存在版权方面的争议的看法各站一半，双方讨论激烈
- 多数创作者认为如果盈利的情况下，确实需要分配利益给原IP方

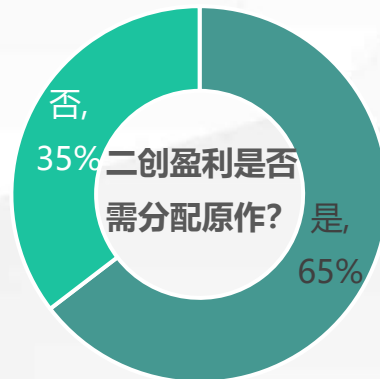
消费者看待二创、原作之间关系



“这点不用回避，因为确实存在广泛的争议，我们自己也很难搞清楚”
- 网易LOFTER 创作者

“我们只是爱好看看这都要涉及版权，那也太难受了”
- 网易LOFTER 爱好者

“我认为是需要的，毕竟我是用的原IP，但前提是得有个标准”
- 网易LOFTER 创作者

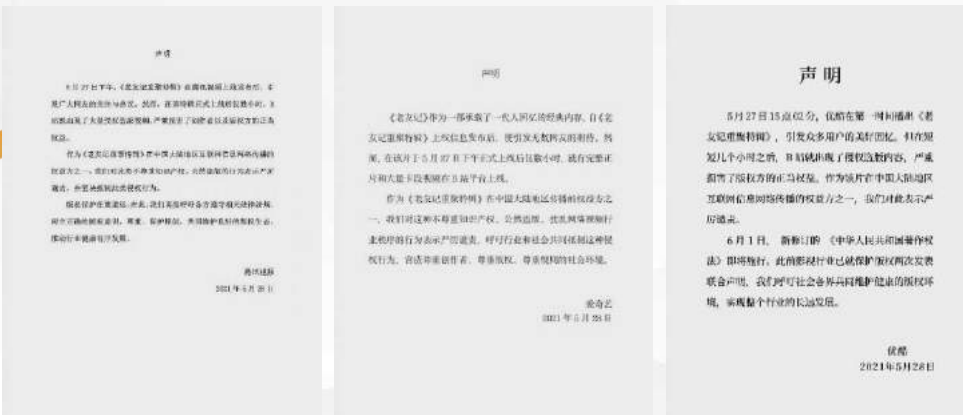


二次元衍生的争议 | 国内衍生创作版权争议案例 (1/2)

腾讯爱奇艺优酷谴责B站：公然盗版《老友记重聚特辑》节目

三大平台联合声明

B站下架相关侵权视频



三家视频平台表示，对这种不尊重知识产权、公然盗版、扰乱网络视频行业秩序的行为表示严厉谴责，呼吁行业和社会共同抵制这种侵权行为。

二次元衍生的争议 | 国内衍生创作版权争议案例 (2/2)

腾讯《斗罗大陆》动画声明 谴责B站抖音快手剪辑

法院判决抖音下架侵权内容

一、被申请人北京微播视界科技有限公司在收到本裁定之日起立即删除抖音 APP 上用户名为“忆三漫剪”(抖音号: YDL3535)、“言笑剪辑”(抖音号: yanyaojianji)、“小山地剧”(抖音号: green.hill)、“三哥(国漫剪辑)”(抖音号: QMJJ520)、“会飞的 UFO”(抖音号: 1111111111111111)账号中的所有侵害《斗罗大陆》动漫作品信息网络传播权的视频, 效力维持至本案终审法律文书生效之日止;

二、被申请人北京微播视界科技有限公司在收到本裁定之日起立即采取有效措施删除抖音 APP 中所有侵害《斗罗大陆》动漫作品信息网络传播权的视频, 立即采取有效措施过滤和拦截用户上传和传播侵害《斗罗大陆》动漫作品信息网络传播权的视频, 效力维持至本案终审法律文书生效之日止;

法院作出禁令!

责令抖音下架侵权内容, 停止对《斗罗大陆》的侵权行为。

备注: *图文来自互联网公开信息, 如侵权请联系

抖音5月下架版权相关视频14万个, 处理《斗罗大陆》动画版等版权投诉

一直以来, 抖音都注重版权的合理合规使用, 通过版权采购、提供畅通的侵权投诉渠道等措施支持原创内容。

同时, 我们也注意到, 有不少创作者通过对经典素材的再创作, 在加入自己的智慧结晶后, 生产出了大量有意义、有价值的中短视频作品。这些优质的创作激发了网友的兴趣, 让网友对作品有更深入认识。一些经典的老作品在短视频平台上获得了新生命, 优秀的小众作品可以被更多人知道。

为此, 抖音购买了大量版权素材, 供平台创作者使用, 也在持续对侵权盗版行为进行打击。2021年5月, 平台共下架版权相关视频14万个, 处置违规账号1192个账号, 及时主动处理了包括《斗罗大陆》动画版在内多个内容版权方的投诉。此外, 平台上线了原创者联盟计划, 为创作者提供免费维权服务, 解决了创作者的维权难题。

今后, 抖音仍将继续坚定不移地支持优质视频创作, 打击侵权盗版行为。欢迎广大用户成为我们的社会监督员, 如发现平台上的侵权内容, 可以在抖音内进行侵权权益举报或发送详情至举报邮箱: jubao@douyin.com。

抖音安全中心

2021年6月8日

公告表示, 一直以来, 抖音都注重版权的合理合规使用, 通过版权采购、提供畅通的侵权投诉渠道等措施支持原创内容。

在打击侵权的同时, 抖音也表示有不少创作者通过对经典素材的再创作, 在加入自己的智慧结晶后, 生产出了大量有意义、有价值的中短视频作品。这些优质的创作激发了网友的兴趣, 让网友对作品有更深入认识。一些经典的老作品在短视频平台上获得了新生命, 优秀的小众作品可以被更多人知道。

抖音称, 未来仍将继续坚定不移地支持优质视频创作, 打击侵权盗版行为。

其他国家的衍生创作的版权情况 | 日本

【日本】：允许一定范围内的收益，但政策在收紧

EVA：规章范围内，不会干涉粉丝创作自由

“该二创规章并非「禁止」二创，也不会禁止过往的相关二创，只要遵守规章，就不会干涉粉丝二创。至于规章中比较模糊的部分，是因为我们想尽可能避免干涉粉丝的创作自由，不会就本规章内容对个人二创行为单独回应。

先日発表した『エヴァンゲリオン』のファン創作物についてのガイドラインについて、その一部分だけが切り取られ意図が歪んで伝わってしまっていると感じるので、少し補足したいと思います。

まず、このガイドラインはファン活動をその内容含め【規制・禁止】するものではありません。

私たちは、ファン活動は作品への好意や支援の気持ちから発生するものだと思っていますし、長い間ファンの皆さんに支えていただきました。

過去に遡っても、私たちは既存のファン活動を【規制・禁止】をしたことは一度もありません。

日本首个“电影解说”短视频发布者因侵犯著作权被逮捕

日本宫城县警近日逮捕了3名年轻男女嫌犯，罪名就是违法发布10分钟左右的“电影解说”短视频，涉嫌侵犯知识产权，这也是日本首例此类实控案件，据警方调查，3名年轻男女嫌犯没有经过授权擅自发布段视频对版权电影公司造成巨额损失。



“反盗版内容海外流通促进机构”CODA表示，“这些视频侵害了著作权，获得了非法的广告收益。这不仅损害了版权方的利益，且因其剧透属性对那些想完整观看电影本篇的观众也是一种权益上的侵害。”另外，“对于海外发布了涉及日本电影“解说”的发布者，会寻求国际途径进行解决。”

其他国家的衍生创作的版权情况 | 美国

【美国】：坚决制止违反著作权的不正当收益

- 在美国宪法下，自由表达的权利并不凌驾于版权执行之上。美国《1976年版权法》第107条只订明在考虑某项就版权作品的使用是否构成公平使用时，应顾及以下四项因素：其一，该项使用的目的和性质，包括是否属商业性质或作非牟利教育用途；其二，该项版权作品的性质；其三，就版权作品的整体而言，该使用部份的比例和重要性；最后，该项使用对该版权作品的潜在市场或价值的影响。

美国法院对于所谓第二次创作的取态案例

Rogers 对Koons 摄影师罗哲斯(Rogers)为一对夫妇拍摄了一张抱着八只小牧羊犬的黑白照片，命名为“Puppies”。雕塑家昆斯(Koons)从罗哲斯的作品中取得灵感，于是模仿该照片制作了一具名为“String of Puppies”的雕塑，其中带一点嘲讽的元素，例如丈夫的头上放了一朵花、牧羊犬的鼻子是发亮的。昆斯被控告侵犯原创照片的版权，法院裁定他的雕塑不属于戏仿作品，原因是该版权照片本身并非戏仿对象，而是被用以讽刺作品以外的事物，不属于公平使用。

Campbell对Acuff-Rose Music, Inc. 本案的被告将经典歌曲“ Oh, Pretty Woman”改编成一饶舌版本，美国最高法院认为这是针对版权作品本身的改编，裁定这改编作为戏仿作品。本案亦阐明了转化(transform)的概念：如果改编作为原创作品注入足够的创意，达至转化(transformative)的程度，则改编作本身可被视为一项新创作。再者，由于转化作品本身属于对原创作品的评论，因此它亦符合戏仿作品的概念。美国最高法院同时指出，戏仿作品就算是属商业性质，也不就等同不属于公平使用。

Leibovitz 对Paramount Pictures Corp. 本案的涉嫌侵权作是电影《白头神探3》(Naked Gun 33 1/3: The Final Insult)的一张宣传照，其风格模仿女演员黛米·摩尔(Demi Moore)一张近乎全裸的怀孕照，由饰演戏中男主角的莱斯里·尼尔森(Leslie Nielsen)摆出相同姿势，以营造滑稽惹笑的效果。尽管这是对原创版权作品的商业利用，但美国法院裁定这是属于公平使用版权作品的戏仿作品。

在美国，创作并拥有或者拥有（如果一个雇员基于雇佣作品劳动合同创作动漫形象，则雇主享有人物的财产权并有控制其使用的排他性权利，但雇主并没有创作）动漫形象便创设了对该人物的财产权益。

在过去几十年中，对流行动漫形象进行商业开发的盈利性使得形象所有者非常注重保护其使用。因此，保护动漫形象，特别是平面人物的法律越来越明确。总体而言，动漫形象越流行越特定化（因此其商品化越具价值），法院更容易判定侵权。

创作者的心声 | 创作者对版权争议的矛盾，多来自对IP方做法的不满

创作者最讨厌IP方的行为

过河拆桥

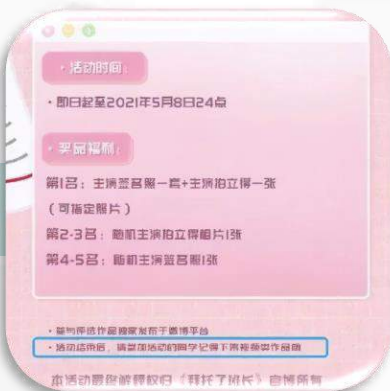
官方组织二创活动带火IP；
但活动结束后却要求下架
二创作品；收紧版权内容。

监守自盗

官方借着二创比赛的方式，
邀约二创作者参与，但在
活动之后收走了并沿用二
创作品；但对二创作者没
有相应的补偿。

双重标准

对于自身涉嫌抄袭的内容
避重就轻，但对二创作者
涉嫌版权的内容则重拳出
击。



创作者的心声 | 创作者面临来自多方的压力，缺少相应的支持与保护

创作者目前最需要支持的方面

沟通的桥梁

创作者&爱好者多数是普通人遇到版权争议、请律师、和IP方沟通，这些精力和时间成本非普通人所能承受



平台的保护

平台对于二创作者有一定的版权保护，在必要的时候给作者一定的支持。



专业第三方的支持

希望可以专业的第三方，事前提出版权定义；避免事后定义不清引起的争端



IP方的心声 | 完全理解衍生创作带来价值，但仍有大量不可控因素



IP方非常明白二创对原IP的加持

- 提供“新物料”，促进粉丝间的交流
- 优秀二创吸引路人关注原作
- 新创作源源不断，维持IP生命力
- 改写故事情节，弥补粉丝遗憾
- 丰富原IP的表现形式（如小说、游戏创作为图片、视频）
- 鼓励创新，为有才华者提供创作空间
- 丰富大众的娱乐方式
- 提供更多社交互动的机会平台

对于二创的价值，IP方完全明白；甚至IP方非常希望二创发展壮大



争议来自于一些不成熟，且不可控的因素

- 缺乏良好的沟通机制，IP方和创作者间很难有效沟通
- IP方本身对于IP热度升高以后带来的问题没有做好准备
- 缺乏行业统一的标准和规定
- IP方制作成本的投入较高，运营压力较大，因此对于盈利性的争议格外敏感

06

二次元衍生创作行业的相关建议

二次元衍生的相关建议 | 二次元衍生创作的相关建议

对于衍生创作应该鼓励为主

- 对于衍生创作总体上还是应该以扶持和鼓励为主；衍生创作带来的巨大影响力是官方天然自带的广告
- 衍生创作者目前仍然以“为爱发电”的爱好者为主，衍生创作带给他们的利润是微乎其微的，官方应该更多维护他们创作的热情和动力

事先制定规章制度

- 官方在创作 IP 的同时，就事先拟定版权相关的条款，避免事后出现争议
- 对于创作者要求版权的同时，官方也应该同时尊重二次创作者的版权，不应该只关注于自身

建立良好的沟通桥梁

- 充分尊重创作者的心声，跟创作者沟通交流，了解他们的诉求和问题
- 官方应该联合创作者，一同对仿冒盗版等行为进行打击

加强与平台的合作与沟通

- 平台是天然的第三方，是很好的嫁接创作者、爱好者和 IP 方的桥梁
- 随着各种功能的愈发聚合，未来的平台会集社区、购物、交易等各种功能为一体；衍生平台将会是发展圈层的重要媒介

二次元衍生的相关建议 | 二次元衍生平台需要发挥新的作用

二次元平台能否为创作者和爱好者提供新的支持



除了传统的平台价值：交流平台、鼓励创作、社交等功能，需要增加新的要求
平台应该更多的加入官方和创作者的沟通交流中，发挥自己的特点，建立更完善的市场规则



沟通桥梁

创作者&爱好者多数是普通人，遇到版权争议、请律师、和IP方沟通，这些精力和时间成本非普通人所能承受

保护机制

平台对于二创作者有一定的版权保护，在必要的时候给作者一定的支持

平衡官方与爱好者

希望平台能作为专业的第三方，事前提出版权的建议；避免事后定义不清引起的争端



谢谢！