

ISSUE 001 · 06-12 JUL 2026

AI 视频不只在 变得更像。 它开始被使用。

20 页浓缩阅读：本周工具更新、AIGC 作品、平台规则、热门案例与创作者行动清单。

01 / THIS WEEK

02 / WORKS

03 / PRACTICE



MODEL / META ↗



FILM / HUMAN ZOO ↗



FILM / WAIFF KYOTO ↗

来夢ライト



IMAGE / MUSE VIDEO ↗

EDITOR'S LENS

这周最重要的， 不是又多了几个模型。

更值得注意的是：生成能力正在进入剪辑软件、开发接口、电影节和平台规则。AI 影像开始面对真正的制作问题。

会生成，只是起点。
能修改、能交付、能说明，才是生产。

03	本周时间线	8 个值得知道的变化
04	产品与平台	Meta、Adobe、Runway、TikTok
09	AIGC 作品	本周获奖与值得观看
12	热度观察	爆款、误导内容与传播机制
14	本期分析	AI 视频怎样进入制作流程
17	Rainwalker 实践	角色、资产与工作流

THE WEEK, EDITED

8 个变化， 一条共同方向

行业的重心从“画面能不能出现”，转向“画面如何进入生产、传播和判断”。

共同方向

生成工具正在接入更多真实场景；与此同时，来源、授权、筛选和人工判断也变得更重要。

07.07	META	Muse Image 上线，Muse Video 预览。前者可用，后者仍需等待。	来源
07.07	MISALIGNED	合成角色 Tilly Norwood 进入长片开发，角色归属再次成为争议。	来源
07.08	RUNWAY DEV	把配方、工作流和角色能力变成可接入产品的接口。	来源
07.09	PREMIERE BETA	在时间线内生成视频与声音，结果仍可继续编辑。	来源
07.09	AI FOR GOOD	公布 2026 电影节前三名，1300 多部投稿进入同一套评审。	来源
07.09	IAB	视频分类草案公开征求意见，为自动化交易建立共同语言。	来源
07.10	TIKTOK	测试识别 AIGC 垃圾账号，并加入 C2PA 指导委员会。	来源
07.10	FACT CHECK	一条虚假火山喷发视频获得 6.2 万次以上观看，再次暴露核验成本。	来源

Meta 同时展示了 “现在能用”与“接下来 会来”

LAUNCH + PREVIEW

Muse Image 已进入 Meta AI 等产品；Muse Video 仍处于预览阶段。别把两者写成同一个发布。



普通读者怎么理解

图片工具已经走进日常产品；视频能力还在“先展示、后开放”的阶段。

创作者为什么关心

多参考图、精确编辑和原生音频，指向的不是一次生成，而是可持续修改。

现在该做什么

测试 Muse Image 的参考图组合；对 Muse Video 保持观察，不提前把预览当产能。

INSIDE THE TIMELINE

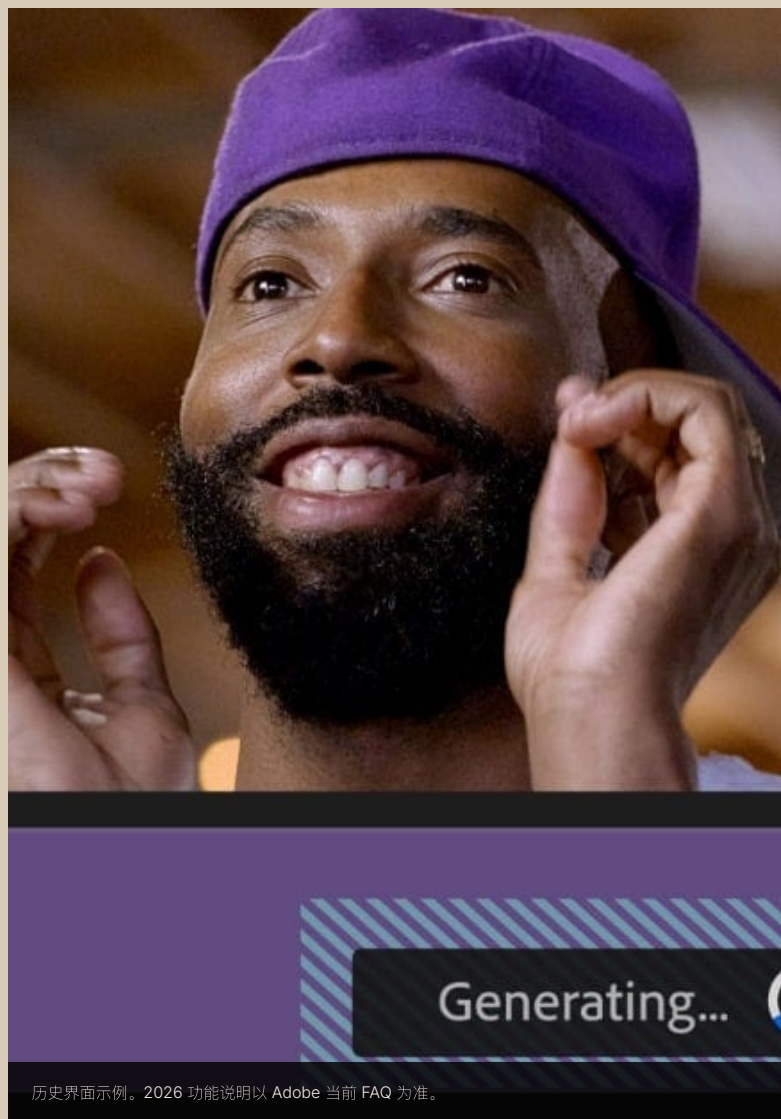
AI 不再是 剪辑软件外面的 另一站

Premiere beta 可以在时间线里指定位置、选择模型、加入参考帧，再把生成结果作为可编辑片段放回项目。

01 在时间线上选位置

02 写要求并加入参考帧

03 生成后继续剪辑或重做



真正省下的，不只 是一次导出

提示词、参考画面和生成记录仍留在项目附近。失败后可以从原来的上下文继续，而不是重新找文件。

仍要观察

- 不同地区与订阅可用模型不同
- 生成成本是否可控
- 合作项目能否完整传递记录

Adobe FAQ · 07.09.2026

FROM TOOL TO INFRASTRUCTURE

把一条 workflows， 变成可以反复调用的能力

Runway Dev 的重点不是再开一个生成网页，而是让团队把固定流程接进自己的产品或内部系统。

RECIPES

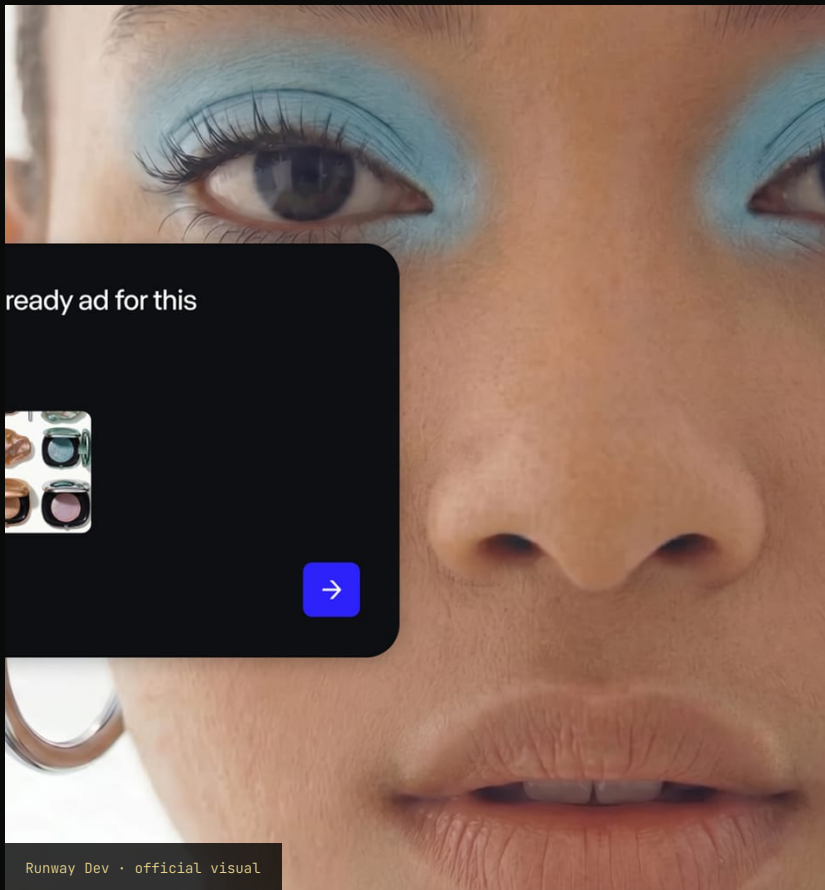
封装好的制作配方，一次调用完成一类任务。

WORKFLOWS

把多个模型与步骤连成私人接口，反复触发。

CHARACTERS

把语音、工具调用与知识库放进互动角色。



一句需求

固定工作流

多模型执行

人工验收



《Misaligned》project image · Particle6 via Variety Australia

SYNTHETIC PERFORMANCE

当一个“演员” 并不是一个人

Tilly Norwood 进入开发中的长片《Misaligned》。新鲜之处不是角色会说话，而是制作、署名和授权必须重新说清楚。

01

谁在表演？

角色背后仍有编剧、导演、动画、声音与 AI 制作人员。

02

谁拥有它？

外形、声音、训练素材和角色 IP 需要分别回答。

03

观众要知道什么？

“合成角色”不应被包装成真人，也不该抹掉制作团队。

[查看报道 · Variety Australia](#)

简单说

AI 角色不是“无人创作”，而是需要更清楚地交代人做了什么。



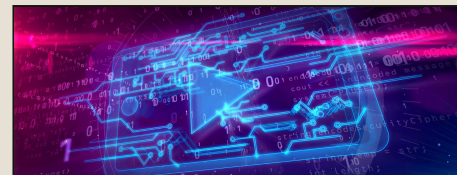
DISCOVERY

平台不只要标记 AI， 还要处理*批量垃圾内容*

TikTok 表示将测试识别专门发布 AIGC 垃圾内容的账号，重点关注政治、时事、金融和医疗等高风险主题。

3B+

平台称已标记的 AIGC 视频数量



DISTRIBUTION

广告系统也在学习 怎样称呼不同的视频

IAB 的草案想用观看体验和运营信号重新分类视频，让平台、广告主和自动化系统使用同一套语言。

08.08

草案公开意见截止日

AI FOR GOOD FILM FESTIVAL

技术退到后面， 故事站到前面

1300 多部投稿，10 个国家的 10 部入围片。前三名都没有把“用了 AI”当成唯一卖点。



Plastic Erosion

把塑料污染变成一桌“塑料海鲜”。视觉先诱人，再让人不安。

值得看：一个清楚的意象，比技术清单更容易被记住。

[观看原片](#)

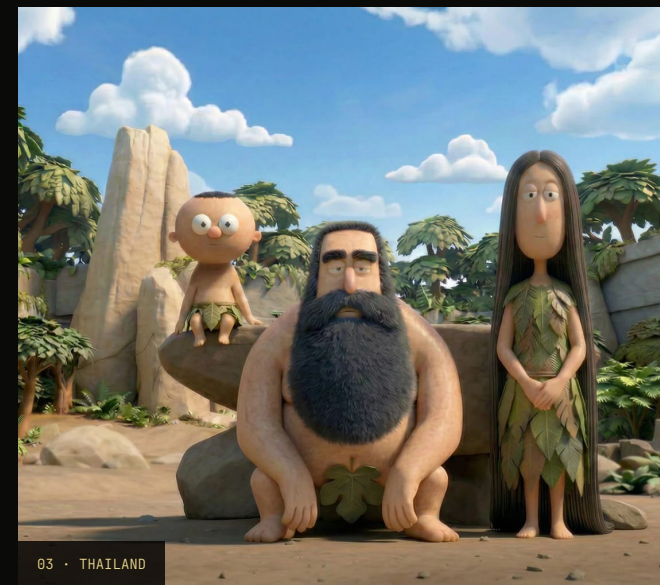


UTILITY

一个人完成的反乌托邦短片，用 Seedance 2.0 反复寻找细微表演。

值得看：单人制作也需要大量选择，不等于按一次按钮。

[查看获奖资料](#)



The Homo Sapiens Family

把人类放进未来动物园，以讽刺讨论适应和物种位置。

值得看：成熟的美术方向让奇怪设定变得可信。

[查看项目资料](#)

WORLD AI FILM FESTIVAL · KYOTO

四部作品， 四种不同的完成方式

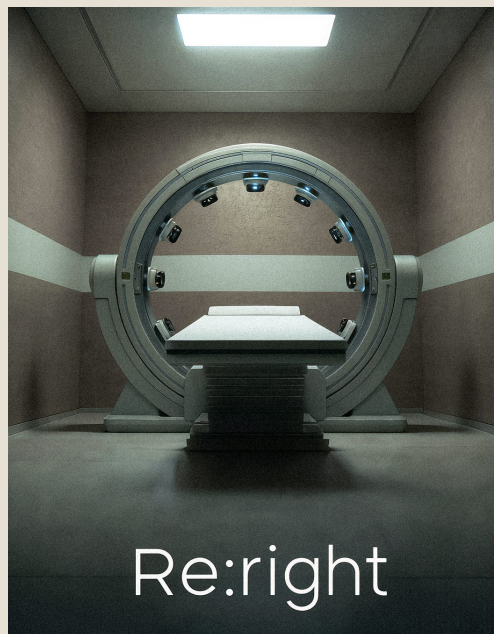
不按“模型表现”排序，而按作品问题来观看：身份、记忆、动画世界与固定场景表演。



GRAND PRIX

This Is Me

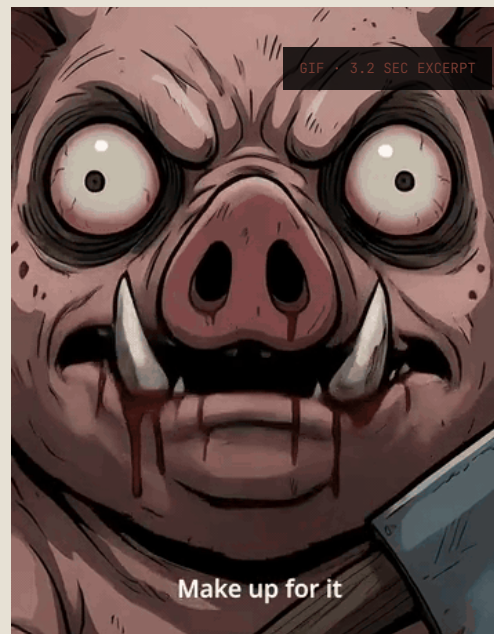
从身份与自我想象切入。看它怎样让幻想与现实共处。

[作品资料](#) ↗

BEST AI FILM

Re:right

围绕记忆重写展开的心理科幻。重点是结构，而不是奇观。

[获奖资料](#) ↗

BEST POCKETANIME

Lost Toy Requiem

在废墟电梯中的救援故事，用清楚目标维持短片推进。

[观看原片](#) ↗

JURY PRIZE

PANCAKES

固定咖啡馆、两个人对话。最难的是角色和空间一直成立。

[获奖资料](#) ↗

THE FESTIVAL SIGNAL

投稿变多以后， “会生成”不再足够

AI 电影节正在从新奇展示变成作品筛选。评审语言也越来越像正常的电影讨论：故事、情绪、声音、节奏、角色与完成度。

1,300+

AI for Good 2026 投稿 ↗

3,800+

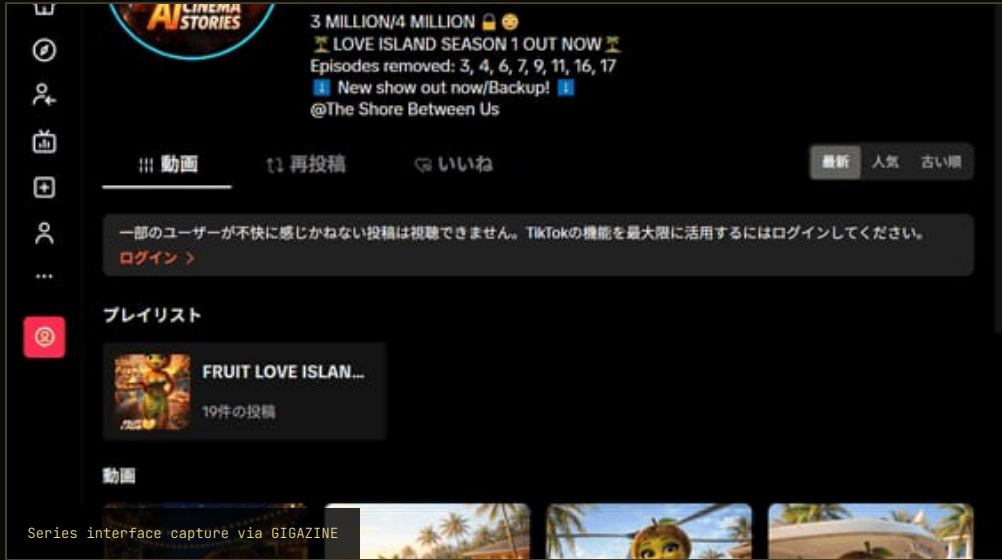
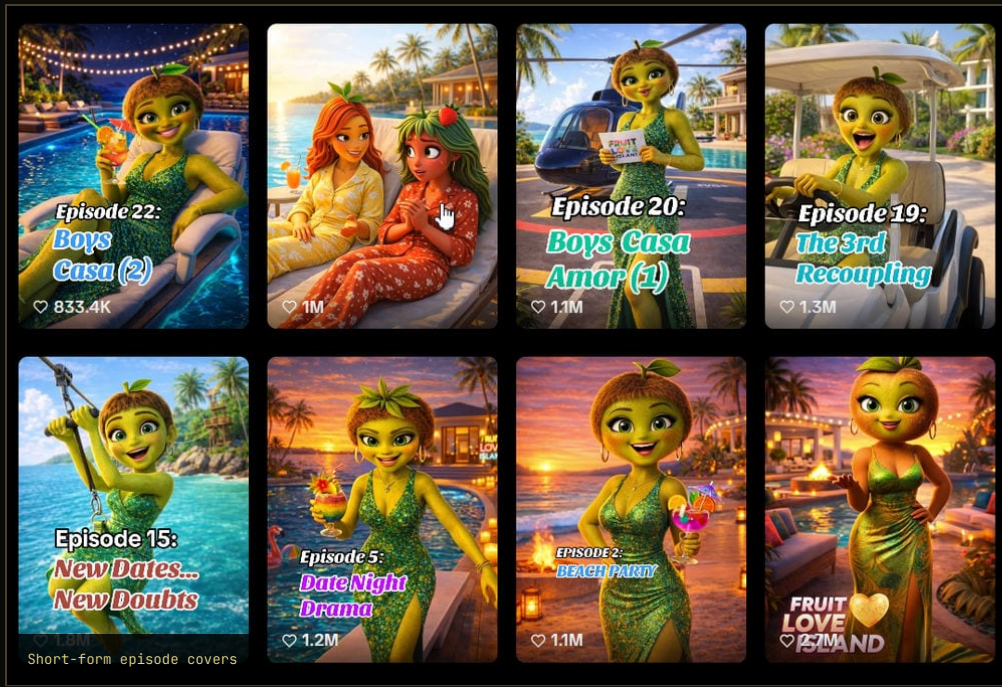
OMNI 2026 报名作品 ↗

10

AI for Good 入围国家 ↗

作品数量增长的真正意义，是“只有技术展示”的内容更难留下来。





VIRAL CASE / MAR 2026

《Fruit Love Island》为什么能爆？

这不是本周新作，而是理解 AIGC 短内容传播的背景样本。单集曾获得数千万观看，说明“粗糙但连续”也能形成追更。

- 01 一眼看懂
水果角色和恋爱综艺规则不需要解释。
- 02 连续更新
角色关系比单条画质更能留住观众。
- 03 适合讨论
荒诞、粗糙、真假争议都能成为传播燃料。

别抄答案

高播放不等于高品质。真正值得学习的是清楚设定、固定角色和连续发布，而不是复制“AI 粗糙感”。

AFP report via Philstar · background reference

HIGH-HEAT / FALSE VIDEO

一条假的火山视频， 获得了 62,000+ 次 观看

视频声称拍到印尼 Anak Krakatau 喷发。官方否认，AFP 也确认画面由 AI 生成。真实灾害背景让假画面更容易被相信。

AFP Fact Check · 07.10.2026



先找来源	谁最早发布？是否有原始时间与地点？
再看画中画	现场手机、镜子、阴影是否和主画面一致？
最后查官方	灾害、医疗、金融和政治内容不能只靠“看起来真”。

FEATURE

AI 视频， 正在进入 真正的制作流程

本周没有一个单独事件能宣布“行业成熟”。但把软件、接口、作品、平台和规则放在一起，就能看到生产链正在补齐。

可修改

可组合

可追溯

可交付

[Meta](#)[Adobe](#)[Runway](#)

THE INDUSTRIALIZATION OF AI VIDEO

A PLAIN-LANGUAGE PIPELINE

“做出一条画面”之后，还有六步

多数成本不在第一次生成，而在选择、修改、连续性、剪辑、权限和交付。



工具在变快

生成、延展、字幕、音效逐渐进入同一环境。

人的工作没有消失

导演性变成：提出限制、比较版本、持续做决定。

好流程能被复用

下次不必从零开始，资产、记录与判断可以留下。

成熟度不只看画质：修改一次失败，要不要从头重来？

Adobe ↗

Runway ↗

WHAT MAKES AIGC WATCHABLE

让人想看完的， 仍然是四件老事

01 / 故事

一句话能否说清人物想要什么？

02 / 角色

人物在不同镜头里还是同一个人吗？

03 / 连续性

场景、服装、道具和光线有没有记忆？

04 / 剪辑

镜头为什么在这里开始，又为什么在这里结束？

AI 扩大了可生成的范围；创作者负责缩小范围，直到作品有方向。



FROM ZHAOYULIU.ART

先管理世界，再生成镜头

下面不是工具测评，而是 Rainwalker 已有创作资产展示：世界观、角色、场景和剪辑记录需要彼此连接。



WORLD

先固定视觉规则，再追求单镜头惊喜。



CHARACTER

角色脸、服装和情绪要能跨镜头延续。



SCENE

人物与空间关系决定画面是否可信。



EDIT

生成素材最终要回到节奏与取舍。

下一轮实践要记录

模型与版本

参考资产

成功与失败候选

修改成本

[查看个人作品集](#)

TRY / WATCH / WAIT

这周真正值得花时间的四件事

不做星级玩具榜。只回答：现在值得试，还是先观察？

现在试	Muse Image	用 2-3 张参考图测试组合与精确编辑，记录角色偏移。	适合：概念图、社交视觉、资产探索	meta.ai
现在试	Premiere beta	拿一个 15 秒段落，测试时间线内生成能否减少导入导出。	适合：剪辑师、短片团队、商业内容	Adobe Help
重点看	Runway Dev	先画清楚重复任务，再判断是否值得封装成 API 工作流。	适合：工作室、平台、批量制作团队	Runway Dev
先等待	Muse Video	目前是预览。收集需求和测试问题，不把展示片当交付承诺。	适合：模型观察、未来项目预研	Meta preview

本周测试标准：能不能少一次重做，而不只是多一个按钮。

WHAT TO WATCH NEXT

接下来两周，看什么？

17-23 JUL

HONG KONG

HKAIIFF

关注 72 小时 AI 短片赛：1-3 分钟成片，还要提交工具清单与方法说明。

看点：评审把故事、情绪、声音与方法放在一起。

[查看赛道](#)

AUG 2026

JEJU

Jeju AI Film Contest

7 月 13 日截止征集，下一步观察入围与获奖作品如何处理地域与题材。

看点：虚构、非虚构、艺术文化三类会不会出现不同语言。

[查看比赛](#)

COMING SOON

PRODUCT

Muse Video

真正开放时，重点检查原生音频、参考一致性、编辑能力与地区可用性。

看点：预览中的画面质量，能否变成可重复的生产能力。

[查看预览](#)

RAINWALKER INSIGHT

AI 视频的下一个问题， 不是“像不像”，而是*能不能 继续做下去。*

本周的工具、作品和平台变化都在回答同一件事：生成结果能否进入更长的流程。对创作者来说，真正要积累的是可复用的角色资产、清楚的选择标准、可恢复的工作流，以及对来源和授权的基本判断。

模型会继续变。能把变化组织成作品的人，才会留下自己的方法。

SELECTED SOURCES

- 01 [Meta · Muse Image / Muse Video](#)
- 02 [Adobe · Premiere Generative Media FAQ](#)
- 03 [Runway · Introducing Runway Dev](#)
- 04 [AI for Good Film Festival · Winners](#)
- 05 [World AI Film Festival · Kyoto](#)
- 06 [TikTok · AIGC transparency](#)
- 07 [AFP · Anak Krakatau fact check](#)