



2025 年 3 月刊

文化产业法律资讯

杭州市律师协会文化产业专业委员会汇编

本期编者：浙江诚如律师事务所 文化影视法律服务团队



目录

一、 产业热点资讯	- 1 -
1. 国家广播电视总局关于第三十一届中国国际广播电视信息网络展览会（CCBN2025）的通知	- 1 -
2. 国家版权局发布 2025 年度第四批重点作品版权保护预警名单	- 1 -
3. 广电总局再发微短剧《管理提示》！明确三点要求	- 3 -
二、 产业立法动态	- 3 -
1. 最高法发布《关于审理预付式消费民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》	- 3 -
2. 市场监管总局发布《公平竞争审查条例实施办法》，将于 4 月 20 日正式施行	- 4 -
3. 新规出台！出具虚假、不实检验检测报告将面临更严惩处 ...	- 4 -
4. 市场监管总局将规范平台仅退款、全网最低价等规则	- 5 -
5. 北京互联网法院发布涉网络消费虚假宣传典型案例	- 5 -
三、 产业监管动态	- 6 -
1. 市场监管总局：去年查处商标侵权、假冒专利案件 4.39 万件	- 6 -
2. 事关消费品售后服务！5 月 1 日起实施！	- 6 -
3. 315 晚会曝光卫生用品翻新事件，多个涉事品牌回应	- 7 -
四、 重点企业、平台热点资讯	- 8 -
1. 快手开启专项治理 商家虚假营销将被永久封杀	- 8 -
2. 视频号开展内容整治，不正当营销行为将受处罚	- 9 -



3. 抖音小时达带货权限面向全量电商达人开放	- 9 -
4. 抖音生活服务经历新一轮组织调整	- 10 -
5. 淘宝启动 AI 假图治理	- 11 -
五、 典型案例、事件	- 11 -
1. “品牌折扣店”公然卖假货，法院判决：三倍赔偿！	- 11 -
2. 海外代购发广告被永久封号 法院认定：处罚合理不予解封！	- 12 -



一、 产业热点资讯

1. 国家广播电视总局关于第三十一届中国国际广播电视信息网络展览会（CCBN2025）的通知

https://mp.weixin.qq.com/s/GHKYPR7ikNNGTs9Tnkn_hA

第三十一届中国国际广播电视信息网络展览会(CCBN2025)定于2025年4月23—25日在北京首钢国际会展中心举办。开幕式暨主题报告会定于4月22日在北京首钢国际会展中心会议中心(1号馆二层)主报告厅举行。

CCBN2025展会主题为“广电视听更美好——改革、创新、突破”。立足打造技术精品大会目标定位组织策划展会。展会聚焦前沿科技热点、凸显国际化和战略性视野、展现技术产业新时代风貌，引领广电视听行业转型发展。展览设置超高清、新型广电网络建设、生成式人工智能(AIGC)、互联网电视、IPTV、网络微短剧、应急广播、传输与覆盖、影视制作和直播技术、沉浸式视频等主题内容；展览内容强化科技创新全面赋能融合传播、科技引领、安全保障、综合治理、国际传播等领域作用；展会论坛科技主题鲜明，汇聚政府部门领导、两院院士、企业高管、国际机构高层等政商学界权威嘉宾。

2. 国家版权局发布 2025 年度第四批重点作品版权保护预警名单

https://www.ncac.gov.cn/xxfb/bqzfbg/yjmd/202503/t20250321_888164.html



2025 年 3 月 21 日，国家版权局根据《关于进一步加强互联网传播作品版权监管工作的意见》及版权重点监管工作计划，根据相关权利人上报的作品授权情况，公布 2025 年度第四批重点作品版权保护预警名单。

此次公布的预警名单涵盖了院线电影和电视剧两大类，共 20 部作品。在院线电影方面，包括华特迪士尼（中国）有限公司的《白雪公主》、联瑞（上海）影业有限公司的《我会好好的》、天津猫眼微影文化传媒有限公司的《怒水西流》等 5 部影片，这些电影的上映日期集中在 2025 年 3 月至 4 月。电视剧部分则有上海西嘻影视文化传媒有限公司的《似锦》、上海腾讯企鹅影视文化传播有限公司的《贵女（雁回时）》《棋士》等 15 部作品，其信息网络传播权分别授权给了腾讯视频、爱奇艺、优酷和芒果TV等网络服务商，授权期限多为 2025 年至 2075 年不等。

相关网络服务商需按照要求，对版权保护预警名单内的重点作品采取严格保护措施。直接提供内容的网络服务商未经许可不得提供名单内的作品；提供存储空间的网络服务商应禁止用户上传名单内的作品；并且相关网络服务商要加快处理权利人关于删除侵权内容或断开侵权链接的通知。各地版权行政执法监管部门也应积极行动，对本地区主要网络服务商发出版权预警提示，加大版权监测监管力度，对于未经授权通过信息网络非法传播版权保护预警重点作品的行为，依法从严从快予以查处。



3. 广电总局再发微短剧《管理提示》！明确三点要求

<https://mp.weixin.qq.com/s/a8tKM4a0cD0obsdMUVDYEA>

浙江发布大视听产业高质量发展政策。《浙江省人民政府办公厅关于加快推进大视听产业高质量发展的实施意见》近日印发。《实施意见》提出实施重大项目牵引、视听技术赋能、视听业态提升、产业环境优化四大行动，构建高技术支撑、高价值附加、高能级传播的大视听全产业链格局。明确到 2027 年，打造年营业收入超万亿元大视听产业，培育视听内容生产、视听电子产业、视听文化服务三大千亿级产业集群和若干百亿级细分新市场，建设国家级大视听类产业基地（园区）8 个、省级重点大视听类产业基地（园区）40 个以上，培育视听领域省级重点企业 500 家以上，成为全国领先的大视听产业发展高地。《实施意见》自 2024 年 8 月 1 日起施行。

二、产业立法动态

1. 最高法发布《关于审理预付式消费民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》

<https://mp.weixin.qq.com/s/eKYpaAL6jLWybluAHZDYkw>

2025 年 3 月 14 日，最高人民法院举行新闻发布会，发布《最高人民法院关于审理预付式消费民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》及涉预付式消费典型案例，并回答记者提问。最高人民法院民一庭庭长陈宜芳、民一庭副庭长吴景丽、民一庭二级高级法官谢勇出席发布会，并



回答记者提问。发布会由最高人民法院新闻局副局长姬忠彪主持。发布会上，最高人民法院民一庭庭长陈宜芳发布了预付式消费司法解释及涉预付式消费典型案例。

2. 市场监管总局发布《公平竞争审查条例实施办法》，将于4月20日正式施行

https://mp.weixin.qq.com/s/zspj6ZuL_JSTW6Nl3i5YgQ

从市场监管总局了解到，为深入贯彻落实《公平竞争审查条例》，加强公平竞争审查刚性约束，维护公平竞争市场秩序，加快推进全国统一大市场建设，市场监管总局发布《公平竞争审查条例实施办法》，将于4月20日正式施行。《实施办法》共48条，在《实施办法》框架下，细化完善了公平竞争审查总体要求、部门职责、审查标准、审查机制、审查程序以及监督保障措施等。

3. 新规出台！出具虚假、不实检验检测报告将面临更严惩处

https://www.samr.gov.cn/xw/mtjj/art/2025/art_e60abb8acabb4559ad93392b755dbf9c.html

记者24日从市场监管总局获悉，修订后的《检验检测机构监督管理办法》近日正式发布，出具虚假、不实检验检测报告将面临更严惩处。

据介绍，此次修订聚焦当前检验检测造假成本偏低、从业人员责任虚化等突出问题，加大对严重违法违规行为的惩处力度，进一步明确检验检测机构法定代表人、技术负责人、授权签字人等管理人员职责，规



范检验检测从业人员行为，压实检验检测机构主体责任，切实维护检验检测市场秩序。

4. 市场监管总局将规范平台仅退款、全网最低价等规则

https://mp.weixin.qq.com/s/QrCaBn_eBnJMdka24TlehQ

十四届全国人大三次会议首场“部长通道”在人民大会堂举行，国家市场监督管理总局局长罗文接受记者采访。罗文表示，今年将着力优化监管方式方法，大力促进平台经济健康发展，重点采取以下具体举措，主要有四个方面。

在平台规则方面，将坚持以公开公平为原则，促进平台各方主体互利共赢；

在平台收费方面，将坚持以合理透明为目标，着力降低中小商户负担；

在直播电商方面，将坚持以规范市场秩序为重点，切实保障消费者合法权益；

在平台算法方面，将坚持以向上向善为导向，切实保障新就业形态劳动者合法权益。

5. 北京互联网法院发布涉网络消费虚假宣传典型案例

https://news.qq.com/rain/a/20250313A09IPY00?media_id&suid

3月13日，北京互联网法院召开涉网络消费虚假宣传案件审理情况暨联合倡议新闻发布会，通报了北京互联网法院涉网络消费虚假宣传案



件审理情况，并发布了 11 起涉网络消费虚假宣传典型案例。这 11 起案件明确了经营者故意隐瞒重要商品信息、虚构食品具有疾病治疗功效、故意混淆服装材质等应认定构成欺诈，依法认定电商平台依据平台规则对商家虚假宣传行为进行处罚不构成违约、经营者存在售假行为应履行高额赔偿承诺等，敦促经营者如实向消费者描述商品和服务特征、对售假行为履行赔偿承诺，平台依约对经营者虚假宣传行为进行治理。

三、产业监管动态

1. 市场监管总局：去年查处商标侵权、假冒专利案件 4.39 万件

<https://mp.weixin.qq.com/s/0q9a4LW3FPw0hEoIsblvdw>

市场监管总局 3 月 21 日公布 2024 年知识产权执法相关数据。

2024 年，市场监管部门组织开展知识产权执法等专项行动，进一步加强重点领域、重点商品、重点市场治理，积极发挥行政执法震慑力，切实保护权利人和消费者合法权益，维护市场经济秩序，营造良好营商环境。各类专项行动共查处相关案件近 67.5 万件，其中商标侵权、假冒专利案件 4.39 万件，针对侵权假冒高发多发的重点实体市场开展执法行动约 8.8 万次。

2. 事关消费品售后服务！5 月 1 日起实施！

<https://mp.weixin.qq.com/s/Ai21ZqWPyoKwugWRd7nA7w>

近日，市场监管总局（国家标准委）批准发布新版《消费品售后服务方法与要求》（GB/T 18760—2025）国家标准，新标准将于 2025 年 5



月 1 日起实施。

当前，我国消费市场持续升级，消费者对售后服务的需求从基础保障向品质化、多元化转变。互联网经济与智能化技术的深度融合，催生了远程诊断、智能客服等新型售后服务模式。新标准聚焦新技术应用、服务质量提升，提出了及时响应、专业可靠、便捷可及、公开透明等 4 项售后服务总体原则，进一步强化了生产者、销售者、授权服务商等售后服务组织及其服务人员的要求。结合新形势，补充了配送、延保、回收等售后服务类型，以及基于网络化、数字化的售后服务方法，进一步强化了有关消费者数据隐私保护的要求等。

新标准将为完善不同消费品细分领域售后服务要求提供总体指导，有助于改善消费体验、促进消费升级，对于提振消费、扩大内需具有积极意义。

3. 315 晚会曝光卫生用品翻新事件，多个涉事品牌回应

<https://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-16/doc-inepvez7739475.shtml>

央视 315 晚会曝光了梁山希希纸制品有限公司（以下简称“希希纸品”）私下收购正规品牌生产线上的卫生巾、纸尿裤残次品，经翻新后制作成三无产品流进市场的问题。

据介绍，希希纸品私下买通正规品牌的生产线员工，从生产线员工那里购买原本应该切碎的残次品卫生巾、纸尿裤、婴儿拉拉裤等。残次品被运输到希希纸品工厂后，经过初步分拣、按规格分类、蓬松翻新等



步骤，被制作成三无产品。315晚会直播中提到，该案例中涉及到的正规品牌包括麦酷酷、自由点、苏菲、全棉时代、Babycare、miffy米菲、好之等。

对此，涉事品牌做出回应：

麦酷酷：黑工厂翻新的纸尿裤产品，前年起已停止在国内销售。

苏菲：未与涉事企业开展业务合作，残次品绝对不会流入市场。

自由点：彻查残次料违法回收行为，严格规范废品处理流程，确保所有残次料按照行业标准进行销毁处理。

四、重点企业、平台热点资讯

1. 快手开启专项治理 商家虚假营销将被永久封杀

<https://mp.weixin.qq.com/s/eB7IVn-TWvS7AZZJ47aVBg>

快手发布了打击“虚假营销不当牟利”等欺诈行为专项治理行动公告，包括回收欺诈、虚假“名家背书”、夸大商品价值、发布虚假宣传信息等虚假营销行为。针对这类回收欺诈行为，快手已经处罚一批账号，处置措施包括永久封禁快手账号，永久停止使用购物车，永久流量限流，支付违约金，冻结贷款/保证金。

另外，通过虚构“名家”、“大师”身份，或借“山寨协会”宣传推广书法、绘画等商品，意图夸大渲染商品价值，诱导用户下单的虚假“名家背书”直播间，快手将采取扣分、支付违约金、暂停电商功能、暂停相关类目分销权限等处置措施。



截至目前，快手已对 1000 余个商家/达人采取了账号永久/限期封禁、直播功能永久/限期封禁、电商功能封禁、分销权限封禁等处置措施。

2. 视频号开展内容整治，不正当营销行为将受处罚

<https://mp.weixin.qq.com/s/6MvU0JjnEOC0wtDs1Fk2VQ>

视频号近期开展内容整治，通过虚构活动、恶意炒作等营销手段获取人气、关注、诱导用户下单的行为将被判为不正当营销。商家与达人需要重点关注蹭热点营销、演戏炒作、卖惨营销、软色情、虚假福利、虚假人设、违规销售盲盒等 13 项违规行为。诸如“憋单营销”“蹭热点带货”等行为，本质是利用信息差制造虚假繁荣，破坏“内容为王”的底层逻辑。

平台将根据情节轻重处理，特别严重者将被处暂停使用视频号橱窗功能 15 天，禁止直播 15 天，以及扣除信用分的处罚。此前获悉，视频号直播间流量有较大异动时，机器会先介入监测，再由人工复核。

值得注意的是，微信小店 2025 年开始大力整治违规行为，此前已陆续出台关于价格违规，引导私下交易违规行为的处罚细则，这意味着视频号正在加速电商规范化进程。商家应避免“收割式营销”，转向提供真实优惠与品质服务，以适配平台“内容+信任”的电商新生态。

3. 抖音小时达带货权限面向全量电商达人开放

<https://mp.weixin.qq.com/s/HQ4vm1s6oxLyL1DfjGVfZQ>



为日前，抖音小时达宣布将带货权限面向全量电商达人开放。只要达人拥有完整的电商带货权限，即可自动开通小时达商品带货权限。达人可通过发布短视频、图文或直播间添加商品，但目前商品橱窗权限暂未开通。

小时达商品暂未入驻电脑端的巨量百应选品广场，达人可在手机端通过“电商带货”——“选品广场”——“小时达精选”路径选货。

需要注意的是，用户需在商家配送范围内（门店 3-5 公里内）才能成功付款，否则仅可浏览商品。消费者在付款界面可选择配送时间，通常 1 小时左右即可送达。

4. 抖音生活服务经历新一轮组织调整

<https://mp.weixin.qq.com/s/0HlDMNqjWW1b9ZjpRFSPdg>

自 2023 年 11 月 15 日起，浦燕子担任抖音生服 1 号位已经近 500 天。从最初的业务架构调整，到如今的技术产品组织调整，抖音生服的整个团队基本已经完成更新换代。

具体而言，此次调整包括：

抖音生服B、C两端产品合并，新的团队均向原抖音生服B端产品负责人常坤汇报，原C端产品负责人连城转至电商部门，不排除接替近期离职的嵇鹏飞留下空缺的可能性，该调整大约发生于数周前。

抖音生服的算法团队不再向王奉坤汇报，转而向赵修影汇报，后者属字节商业化团队，向字节商业化技术产品负责人刘小兵汇报，这一调整在近两周完成。



5. 淘宝启动AI假图治理

<https://mp.weixin.qq.com/s/8GrQKL7CiaMj0PA8lc1udQ>

3月27日，淘天集团发文称即日起，淘宝全平台启动AI假图治理，严厉打击利用AI假图欺骗消费者、侵害原创品牌商家的违规行为。商品图片应以商品实拍图作为核心的效果体现，修饰行为应当适度，避免失真。严禁利用AI等技术合成方式，呈现显著失真的与实际不符的商品信息效果图。

五、典型案例、事件

1. “品牌折扣店”公然卖假货，法院判决：三倍赔偿！

https://mp.weixin.qq.com/s/igVRUtjHBZu4x8z_IQE-PA

基本案情：

朱先生在某购物平台“品牌折扣店”花费259元购买一件20寸的“网易严选”行李箱。

朱先生收到快递后发现行李箱吊牌信息显示品牌为“某某保罗”，生产厂家为温州市某箱包有限公司，并不是店铺商品页面所标明的“网易严选”品牌。朱先生立即打开商品链接，发现该商品链接已下架，但店铺内仍在销售其他疑似假冒“网易严选”品牌的行李箱。朱先生为维护自身合法权益，向杭州互联网法院提起诉讼，要求该“品牌折扣店”退一赔三。

裁判结果：



依照《消费者权益保护法》第五十五条第一款之规定，判决被告某品牌折扣店于判决生效之日起七日内向原告朱先生赔偿 777 元。案件受理费由被告承担。

裁判要旨：

在本案中，原告通过在线购买案涉商品与被告之间形成信息网络买卖合同关系。根据《消费者权益保护法》第五十五条第一款的规定，“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。”被告销售案涉商品时宣称系“网易严选”品牌，实际交付的行李箱品牌为“某某保罗”，构成欺诈。因此，对于原告主张三倍赔偿的诉讼请求，予以支持。

2. 海外代购发广告被永久封号 法院认定：处罚合理不予解封！

<https://mp.weixin.qq.com/s/GZBUbzMFhv0vtkSfZJ7zgQ>

基本案情：

某视频平台由某科技公司运营。李某使用手机号在该平台注册了账号，发布作品 1284 件，拥有 31.5W 粉丝。2020 年 5 月 6 日，李某使用其账号发布了若干短视频，内容包含宣传国外保健品、发送包裹、与客户的聊天记录等，视频同时配有旁白“心脏血管堵塞严重了……吃些欧洲豹油 溶解血栓”“保健保养从自己开始 未雨绸缪 欧洲的保健品走起 欧洲 EU 标准”“北欧的白天鹅认证 芬兰 FI 白桦茸 降血糖降血压 增



强免疫力抗肿瘤”“每一天都发一堆货”等。2020年5月6日，该账号因“涉嫌医疗风险”被平台永久封禁。李某认为，其发布、分享的为日常生活内容，某科技公司封禁其账号属于违约行为，请求法院判令某科技公司解封其账号，将账号恢复至封禁前的状态并恢复所有原创视频，并在李某账号中向李某赔礼道歉。

被告某科技公司辩称，原告李某的账号在没有资质的情况下，屡次、大量发布推广保健品的视频，并违法违规宣传这些产品具有疾病预防、治疗功效。涉案账号宣扬售卖大量保健品，展示客户购买记录，招揽消费者购买，甚至招揽他人成为其下级代理，上述行为违反了原被告双方的服务协议。

裁判结果：

北京互联网法院作出一审判决，驳回原告李某的全部诉讼请求。判决作出后，原告李某提出上诉，二审法院驳回上诉，维持原判。

目前，该案判决已生效。

裁判要旨：

原告在被告运营的视频平台注册账号并使用，在注册账号过程中点击同意《用户服务协议》《网络社区自律公约》等，双方之间形成网络服务合同关系，合法有效。本案的争议焦点在于被告永久封禁原告涉案平台账号的行为是否存在违约。

原告相关行为违反法律法规及平台协议

通过原告发布的若干条视频，可以看出原告通过其账号宣传国外保健品，其中包括“降血压”“溶解血栓”“降血糖”等描述，同时原告



发布视频涉及“每一天都发一堆货”“今天的货都发走了”等内容，结合上述视频之间的关联度，可以认定原告在涉案平台宣传、推广、销售国外保健品。根据《中华人民共和国食品安全法》，国家对保健食品、特殊医学用途配方食品和婴幼儿配方食品等特殊食品实行严格监督管理。涉案账号作为个人账号，在未取得相应资质的情况下，发布宣传、推广、售卖外国保健品的视频，引导用户购买，原告的行为违反了相关法律规定以及涉案平台《用户服务协议》。

被告采取永久封禁原告账号的处罚措施不构成违约

法院在审理过程中注意到，原告的账号在被永久封禁之前，曾多次受到平台的处罚警告，但是原告并未加以关注，仍然继续发布违规视频。被告依据《用户服务协议》约定“针对您违反本协议或其他服务条款的行为，公司有权独立判断并视情况采取预先警示、拒绝发布、立即停止传输信息、删除内容或评论、短期禁止发布内容或评论、限制账号部分或者全部功能直至终止提供服务、永久关闭账号等措施”，对原告采取永久关闭账号的行为，并无不当，不构成违约。

本期主编： 陈晓璐

责 编： 齐梦璐、付 雪