



2023年12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：浙江一墨律师事务所



目 录

一、行业动态	- 1 -
1. 五月天经纪公司发声明：没“假唱”，配合调查！”	- 1 -
2. 2023 大湾区出版（版权）论坛在广州举行	- 1 -
3. 第六届中国—阿拉伯国家广播电视台合作论坛在杭州举行	- 2 -
4. 第二十届上海知识产权国际论坛举行	- 4 -
5. 2023 年鲁迅文化论坛“以知识产权促文化强国”研讨会成功举办	- 5 -
6. 西方甄选回应抖音账号被封：主播临时找到的，没有侵权	- 6 -
7. 《2023 中国游戏产业报告》正式发布	- 7 -
8. 百万粉丝女网红因发表不恰当言论道歉，账号被禁言	- 9 -
9. 《京·粹》中国音乐名家名曲新年音乐会在京举办	- 10 -
二、市场监管	- 12 -
1. 商家恶意申请鼠鼠鸭商标被罚，申请鼠鼠鸭商标商家及代理方被 罚	- 12 -
2. 大张伟演唱会被罚	- 12 -
3. 网信办发布关于开展“清朗·整治短视频信息内容导向不良问题” 专项行动的通知	- 13 -
4. 河北严厉打击侵犯知识产权行为	- 15 -
5. 上海发布数字版权保护与合规指引	- 16 -
6. 2024 年公安部将开展打击整治网络谣言专项行动	- 17 -
7. 网信部门公开曝光一批破坏营商网络环境的典型案例	- 19 -



8. 天津市开展老字号企业商标驰名商标保护暨打击侵权假冒专项行动	- 20 -
三、 企业资讯	- 22 -
1. 腾讯视频授权 115 部独家版权作品 将面向社会招募公益制作无障碍版本	- 22 -
2. 快手开启年内最大规模组织架构调整：涉主站、电商等多业务	- 23 -
3. 哔哩哔哩公布 2023 年度弹幕：“啊？”	- 24 -
4. B 站举办首届花火奖 聚焦优质商业视频创作	- 25 -
5. 抖音生活服务综合行业举办年终峰会	- 27 -
6. 抖音发布不实信息治理年度系列动画短片，相关话题播放量达 1.5 亿	- 29 -
7. 抖音新规禁止“大小号”不当引流获利 封禁多个百万粉丝矩阵号	- 31 -
四、 司法简讯	- 32 -
1. AI 生成图片著作权侵权第一案判决书出炉！被告侵权，赔偿 500 元	- 32 -
2. 中新社诉咪咕视讯侵权胜诉，咪咕视频被判直接侵权	- 34 -
3. “东方绿选”模仿“东方甄选”直播带货，法院认定：构成不正当竞争	- 35 -
4. 郑爽被强制执行 9050 万	- 37 -
5. 游戏宣传时“傍名牌”，使用热门动画电影角色形象，法院：不正当竞争，赔偿经济损失	- 38 -



6. 全国首例涉“人脸识别”民事公益诉讼案判决 - 40 -
7. 央视前主持人涉侵权案被“限高” - 42 -
8. 索赔 20 亿元，泰国瑞幸起诉中国瑞幸 - 43 -
9. 法院判决 3 名自媒体博主诋毁革命英雄，公开道歉、赔偿 - 44 -



一、行业动态

1.五月天经纪公司发声明：没“假唱”，配合调查！”

<https://www.nbd.com.cn/articles/2023-12-04/3146107.html>

12月4日，五月天经纪公司发就近日“五月天假唱”事件发布声明：不存在任何“假唱”，正配合执法部门调查。

声明称，五月天在巡回演出中不存在任何假唱行为，网络上关于“五月天假唱”的言论均为恶意攻击、造谣中伤，严重损害艺人形象。公司正积极配合相关执法部门开展调查工作，相信相关部门会给五月天一个公正的结果以正视听。

此前，该经纪公司曾发文，并未直接回应网络质疑，而是宣布与被鉴假唱的上海、伦敦场相同主题、将于当地时间12月7日20时举办的《好好好想见到你》演唱会巴黎场，届时会全程直播，“邀请全球所有角落朋友一起参与，全民见证”。（来源：每日经济新闻）

2.2023 大湾区出版（版权）论坛在广州举行

https://www.nppa.gov.cn/xxfb/dfgz/202312/t20231208_821417.htm

[↓](#)

2023 大湾区出版（版权）论坛近日在广东广州举行。围绕“数字化时代的出版与版权创新发展”主题，与会嘉宾从中外出版交流合作、出版与版权的高质量发展、行业发展趋势与突破几方面展开深入探讨。大家一致认为，要与时俱进，在文明交流互鉴中赋能出版高质量发展，从



而进一步加快建设出版强国的步伐。

对于推动中华文化走出去，香港联合出版集团董事长傅伟中提出，香港必须培养更多更好的文化艺术人才，必须催生更多更好的文化艺术作品，我们才能够拥有与国际对话和向世界讲好中国故事的能力。

对于出版高质量发展的业态重构与路径延伸，读者出版集团总经理马永强认为，出版深度融合发展，是出版业从“一维出版”向“多维出版”转型的内容生产业态、传播形态、受众消费模态的创新之路。

对于全民阅读涵养城市精神文化，广州新华出版发行集团董事长刘炬培表示，集团近年来不断推出精品力作，构建多维发行体系，持续打造富有时代影响力和传播力的全民阅读活动，不断探索粤港澳大湾区共建共享阅读模式。

据悉，该论坛作为2023年“读懂中国”国际会议（广州）的重要组成部分，由书香羊城全民阅读活动组委会指导，广州市委宣传部、广州市新闻出版局（市版权局）、广州新华出版发行集团主办。（来源：中国新闻出版广电报）

3.第六届中国—阿拉伯国家广播电视台合作论坛在杭州举行

<http://www.zj.xinhuanet.com/20231212/fbd92e136e84487491e7a7a61f242556/c.html>

12月10日，第六届中国—阿拉伯国家广播电视合作论坛在杭州举行。本次论坛以“传承中阿友谊·共享视听发展”为主题，邀请中国和15个阿拉伯国家的广电主管部门、媒体机构、视听企业以及阿拉伯国家



联盟、阿拉伯国家广播联盟的 300 余名代表齐聚一堂，共探广播电视听行业创新发展。

论坛上，中外嘉宾围绕“政策对话加强中阿理念沟通”“内容合作讲述中阿友好故事”“技术赋能促进媒体融合发展”等主题，探讨和展望未来合作与发展。期间，与会代表还通过《第六届中阿广电合作论坛宣言》。

与会嘉宾表示，将推动“文明对话共同行动”的落实，共同实施 50 部视听节目合作工程，深化政策沟通、内容合作、技术创新、人员培训等领域务实合作，推动广播电视听行业创新发展。

此外，本届论坛设立“中国广播电视听发展技术展”，许多中国广播电视听代表企业带来了在超高清、大数据、人工智能、虚拟现实等领域的最新技术和应用进展，吸引诸多嘉宾驻足关注。

据悉，中阿优秀视听节目展播活动在 12 月持续开展，电视剧《功勋》《超越》、纪录片《四季中国（第二季）》《东方医学》、动画片《23 号牛乃唐（第二季）》、中阿合拍动画片《孔小西和哈吉姆》等 34 部译配为阿语的中国视听作品在埃及、卡塔尔、阿联酋等 9 个阿拉伯国家的 10 余家主流媒体播出，同时精选《野性迪拜》等多部阿拉伯国家视听作品在中央广播电视总台、浙江等电视台及爱奇艺、搜狐等网络视听平台进行集中展播。闭幕式上，还举办了“第二届中阿短视频大赛”和“丝路·国际传播微视频大赛”奖项发布及第三届中阿短视频大赛启动仪式。（来源：新华网）



4. 第二十届上海知识产权国际论坛举行

https://mp.weixin.qq.com/s/OMTXU15s0qWDqU01_tP1kQ

12月10日，以“加强知识产权法治保障，支持数字经济创新发展”为主题的第二十届上海知识产权国际论坛在沪开幕。上海市委书记陈吉宁出席并致辞。国家知识产权局局长申长雨、世界知识产权组织总干事邓鸿森出席开幕式并致辞。

陈吉宁表示，当前，上海正深入学习贯彻习近平主席考察上海重要讲话精神，加快建设国际经济、金融、贸易、航运和科技创新中心。上海将全面贯彻落实中央决策部署，以知识产权强国建设纲要为遵循，把加强和改进知识产权工作作为推动经济高质量发展的重要抓手、全面优化营商环境的重要内容、提升城市能级和核心竞争力的重要基础，加快打造知识产权保护高地和国际知识产权中心城市。将以更有力的举措加强知识产权保护，深入打造知识产权集成服务平台，深化知识产权快速协同保护机制，健全数据知识产权登记规则，聚焦前沿领域创新制度和政策供给，推动长三角跨区域知识产权保护共治。以更有效的服务激发知识产权价值，实施高价值专利培育工程，有序扩大职务科技成果所有权赋权改革试点范围，完善以产业数据、专利数据为基础的专利导航决策机制，健全以知识产权为标的的投融资服务体系。以上海与世界知识产权组织签署新一轮合作谅解备忘录为契机，以更开放的姿态深化知识产权国际合作，支持世界知识产权组织仲裁与调解上海中心拓展业务。知识产权在促进数字经济创新中发挥着日益重要作用，期待各位嘉宾围



绕论坛主题分享真知灼见，对上海知识产权工作多提宝贵意见。

论坛上发布了由国家知识产权局和世界知识产权组织联合编写的知识产权金融国家报告。

本届上海知识产权国际论坛由国家知识产权局、世界知识产权组织和上海市人民政府共同主办。论坛为期3天，中外嘉宾围绕“数字科创与知识产权保护”等议题开展了深入的交流和探讨。（来源：国家知识产权局）

5.2023年鲁迅文化论坛“以知识产权促文化强国”研讨会成功举办

<http://www.cnips.org.cn/a18602.html>

12月14日，中国知识产权研究会和鲁迅文化基金会联合主办的“2023鲁迅文化论坛——以知识产权促文化强国”在全国人大会议中心成功举办。第十二届全国政协副主席刘晓峰出席开幕式并宣布开幕。国家知识产权局原党组成员、副局长、中国知识产权研究会副理事长甘绍宁，鲁迅文化基金会会长、北京语言大学鲁迅与世界文化研究院院长周令飞出席开幕式并致辞。来自政府有关部门、科研单位、高等院校、企事业单位及知识产权服务机构的150余名代表齐聚北京共襄文化盛会。

甘绍宁在致辞中指出，本次论坛聚焦强国建设背景下的中国知识产权文化建设，为鲁迅文化与知识产权文化的交汇提供了宝贵平台，有利于中国文化优秀基因与前沿文化的融合、传承与发展。知识产权文化是中国特色知识产权理论体系及制度体系建设立心、铸魂、扎根之本。在当前以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的新时代新征程中，知



知识产权文化建设对激发全社会创新活力具有重大而深远的意义。

本次论坛设主旨演讲、主题演讲和圆桌会议研讨3个环节。来自文化和旅游部、中国国际贸易促进委员会、国务院发展研究中心、中国政法大学、中国信息通信科技集团有限公司、中国文字著作权协会等有关部门、科研单位、高校、企业及社会组织的近20名专家学者就如何深刻认识知识产权与文化建设之间相互促进、融合共生的紧密关系，如何准确把握知识产权促进文化事业和文化产业高质量发展的路径方法，如何充分发挥知识产权对促进文化守正创新、服务国家发展大局等议题展开深入有益的研讨。与会代表一致认为，通过参加本次论坛，对尊重知识、崇尚创新、诚信守法、公平竞争的知识产权文化理念有了更加深刻的理解。

下一步，中国知识产权研究会将持续发挥好知识产权领域高端智库作用，聚焦我国知识产权领域的重大理论和实践问题，探索新路径、形成新观点、产出新成果，提出切实可行的政策建议，为加快建设知识产权强国、推动高质量发展贡献更多力量。（来源：中国知识产权研究会）

6. 西方甄选回应抖音账号被封：主播临时找到的，没有侵权

<https://news.mydrivers.com/1/953/953129.htm>

近日，“东方甄选小作文”事件引起网友热议，但更离谱的是，抖音平台上日前竟然出现了“西方甄选”直播间。并且，就连主播也与东方甄选的董宇辉长相较为相似，账号开播当晚就获得了百万播放量。

但该账号此次蹭热点并未成功，目前，西方甄选抖音号已被投诉，



且被抖音封禁，账号显示异常，不再展示账号名称及头像，内容也被清空。对于账号被封禁一事，西方甄选直播间负责人表示：账号遭东方甄选举报下线，尽管举报称有侵权风险，但自己查询过西方甄选商标并未被注册，自己不认为有造成侵权。

目前他们已申请西方甄选账号商标，此次开播筹备3天，主播是临时找到的，因为主播长得很像（董宇辉），临时想到的点子，短期内不会考虑直播带货。

而对于“西方甄选”的账号，抖音相关负责人表示，账号涉及仿冒假冒，不当蹭热，平台已将账号封禁，收回直播权限，抹除不当获取粉丝，取消其营利权限。（来源：快科技）

7. 《2023 中国游戏产业报告》正式发布

https://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MjM5NTA0MzlyMA==&mid=2649944718&idx=1&sn=a527517a1448c32727e6c469db38fef3

12月15日，由国家新闻出版署主管，广东省新闻出版局、中共广州市委宣传部支持，中国音像与数字出版协会、广州开发区管委会、广州市黄埔区人民政府主办，中国音数协游戏工委、中共广州市黄埔区委宣传部、黄埔文化(广州)发展集团有限公司、黄埔文商旅(广州)集团有限公司承办的2023年度中国游戏产业年会大会在广州黄埔区举办。中国音像与数字出版协会第一副理事长、游戏工委主任委员张毅君在活动上正式对外发布《2023年中国游戏产业报告》，并对报告进行详细解读：



2023 年我国游戏行业总体运行情况可作如下概括：一是从业者遵规自律及未成年人保护工作步入常态化；二是国内游戏市场虽明显回暖，但压力依然较大，信心有待提振；三是商业模式又有新拓展，通过技术发展与应用探索，经营效益有所提升；四是持续布局海外市场，在剧烈竞争环境下，海外收入略有下滑；五是自研产品挖掘并传播中华优秀传统文化渐成主流；六是电竞入亚影响深远，行业发展迎来新机遇；七是“游戏+”跨界赋能，社会效益与企业责任得到新体现。

2023 年，国内游戏市场实际销售收入 3029.64 亿元，同比增长 13.95%，首次突破 3000 亿关口。

用户规模 6.68 亿人，同比增长 0.61%，为历史新高点。

2023 年，我国自主研发游戏国内市场实销收入 2563.75 亿元，同比增长 15.29%。我国移动游戏市场实际销售收入 2268.6 亿元，同比增长 17.51%，创下新的纪录。

2023 年，中国电子竞技游戏市场实际销售收入 1329.45 亿元，同比增长 12.85%。在此需要作出特别说明，该数据为电竞游戏产品的销售数据，并未包括按国际惯例统计的电竞直播、俱乐部运营和赛事收入等。调整统计口径后的实际电子竞技产业收入数据，将在下周举办的电竞产业年会上正式发布。

电竞游戏产品收入增长，主要在于头部电竞游戏基本盘的稳定；新兴电竞游戏品类和自研新品推出，赢得玩家青睐，为市场带来显著增量；再有就是杭州亚运会电竞赛事成功举办以及中国队的出色战绩，或产生了一定加持作用。



二次元移动游戏市场实际销售收入 317.07 亿元，同比增长 31.01%，增幅明显。这主要得益于用户群体付费意愿较高且能力较强；头部产品盈利能力尤其令人瞩目，少数新品的表现也异常强劲。需要指出的是，二次元市场集中度较高，而收入主要集中于头部产品，那些非头部产品的营收水平并不理想。

2023 年，国内小程序游戏市场收入 200 亿元，同比增长 300%。现阶段小程序游戏的变现模式主要包括内购付费、广告变现、混合变现三类。目前由于内购付费的占比快速提升，带动了小游戏市场规模的较快增长。

面向新的年度，所有从业者需要特别关注以下新情况和新趋势：

一是《未成年人网络保护条例》颁布为游戏行业完善和落实未成年人保护工作提供了更为具体的指引；二是《网络游戏精品出版工程》实施，为我国游戏产业规范化和可持续发展设定了新标准、提出了新要求；三是对中华优秀传统文化的传承与弘扬业已成为行业共识，并将通过打造精品力作加以体现；四是游戏产业的科技创新能力和跨界赋能效应将进一步提升和强化；五是伴随我国游戏产业全球化进程，国际间的交流与合作将更为频繁和深入。（来源：腾云）

8. 百万粉丝女网红因发表不恰当言论道歉，账号被禁言

（原标题为：百万粉丝女网红道歉！网友：请封杀）

<https://mp.weixin.qq.com/s/b7lj2YgUgi901JZnuuujrA>

12 月 19 日晚，全平台 300 万粉丝的女网红“董事轩”，在直播时对甘肃地震一事发表不恰当言论。



当时有网友在她的直播间提到“甘肃地震了”。“董事轩”在看到之后，竟笑着回应：“甘肃地震了，啊？甘肃地震离我800公里远，跟我有什么关系吗？”该言论引起了直播间网友的愤怒，不少网友冲进她作品下留言，要求道歉，舆论持续发酵。

12月21日凌晨，“董事轩”发文道歉，并为地震灾区捐款5200元。然而，“董事轩”的道歉并未得到大家的谅解，不少网友认为她之所以这样做只是为了自己的前途与利益，怕因为此事账号被封。很多网友还质疑她道歉态度根本不诚恳，因为她的道歉声明只发布在小号中，而她300多万粉丝的大号中却没有道歉声明，她还把大号的评论区关闭，只允许她的朋友可评论。

目前，快手平台已对涉事账号作出处罚，据快手发布的治理公告显示，对涉事账号作出的处罚为：禁言30天。（来源：钱江晚报）

9. 《京·粹》中国音乐名家名曲新年音乐会在京举办

https://www.nrta.gov.cn/art/2023/8/24/art_112_65264.html

12月20日晚，《京·粹》中国音乐名家名曲新年音乐会在中山公园音乐堂举办。演出以“中国音乐”为主题，荟集王中山、章红艳、王鹏、魏春荣、艾兵、白金等中国当代具有影响力的民乐、戏曲艺术家，以三弦、琵琶、古琴、古筝、京剧、昆曲等多种艺术形式，演绎《高山流水》《茉莉花》《春江花月夜》《牡丹亭》《贵妃醉酒》等经典曲目。来自塞尔维亚、希腊、荷兰等国家的驻华使馆外交官，芬兰商会、泰国商会等在京外国商协会代表，法国电力集团、三菱日联银行（中国）有



限公司等在京外资企业代表与北京市民近 800 人共同观看了演出。

《京·粹》系列短视频是由北京市文化和旅游局出品、北京保利紫禁城剧院管理有限公司制作，自 2021 年推出的国际传播品牌项目。视频深挖北京市文旅资源内涵，以旅游景点或新兴文化地标为背景，以中华优秀传统文化和时尚文化为内容，以“文化内容+旅游场景”探索构建符合新时代国家形象的对外传播方式，让海外民众在视频中遇见北京最美丽的景色和最美好的艺术，产生“目之所及，心之向往”的感受。2023 年 9 月，《京·粹》系列短视频正式开启第二季，在内容上突出中国民乐主题，在场景上突出历史文化遗产，在风格上坚持东方美学意境。

《京·粹》系列短视频在北京市文化和旅游局海外社交媒体官方账号“北京文旅”（Visit Beijing）播出至今，在海外新媒体平台累计曝光量突破 1500 万，获得第二届全国旅游公益广告优秀作品电视类作品三类奖，入选中国旅游研究院评选的十大艺术和旅游融合经典案例。

随着中国高水平对外开放的持续推进，国际旅游供应链的持续修复，签证、支付等利好政策的实施，我市入境旅游将加快复苏发展，北京市文化和旅游局将不断提升《京·粹》系列短视频等国际传播内容打造，扩大“Visit Beijing”海外社交媒体账号国际影响力和传播力，不断加强在海外市场的宣传推广和精准营销。（来源：文旅北京）



二、市场监管

1. 商家恶意申请鼠鼠鸭商标被罚，申请鼠鼠鸭商标商家及代理方被罚

<https://news.hexun.com/2023-12-05/211325396.html>

据 12 月 5 日消息，晋江市金百叶鞋业工贸有限公司因恶意申请商标注册的行为，被晋江市市场监督管理局罚款 2500 元；同时，晋江市易天商标代理有限公司因以不正当手段扰乱商标代理市场秩序的行为，被罚款 1 万元、没收违法所得 1200 元。

处罚事由显示，今年 6 月，江西工业职业技术学院学生发布的一段“食堂吃出疑似鼠头”视频广泛传播。6 月 17 日，该事件调查结果公布，判定异物为老鼠类啮齿动物头部。南昌高新区市场监督管理局昌东分局、江西工业职业技术学院未认真调查取证，发布“异物为鸭脖”结论是错误的。“鼠头鸭脖”系关乎食品安全的舆情事件，晋江市金百叶鞋业工贸有限公司将该事件作为蹭热点的对象，委托晋江市易天商标代理有限公司使用“鼠鼠鸭 SHUSHUYA”中文+拼音组合和“鼠头鸭身卡通图形”的标识申请商标。国家知识产权局因该标志易使公众与“江西工职院‘6.1’食品安全事件”相联系，用作商标易产生不良影响，驳回其商标注册申请。（来源：和讯网）

2. 大张伟演唱会被罚

<https://mp.weixin.qq.com/s/zGiCi66FMmagueGs6BpBSw>

据 12 月 8 日消息，大张伟北京演唱会主办方北京星台光影文化传



播有限公司，因违反《营业性演出管理条例》第十六条第三款，被北京市朝阳区文化和旅游局罚款5万元。

根据处罚信息得知，北京星台光影文化传播有限公司于2023年10月14日19时00分至2023年10月14日22时00分，在国家体育馆举办“2023大张伟‘大好时光’巡回演唱会-‘又一个NICE’北京站”演唱会期间，存在变更演出举办单位、参加演出的文艺表演团体、演员或者节目未重新报批的违法违规行为，违反了《营业性演出管理条例》第十六条第三款。（来源：环球时报）

3. 网信办发布关于开展“清朗·整治短视频信息内容导向不良问题”专项行动的通知

http://www.cac.gov.cn/2023-12/12/c_1704042778297969.htm

12月12日，按照2023年“清朗”系列专项行动安排，中央网信办发布了一则关于开展为期一个月的“清朗·整治短视频信息内容导向不良问题”专项行动的通知（以下简称“通知”）

通知提到，此次专项行动围绕短视频领域多发频发的乱象，集中整治以下三类短视频信息内容导向不良问题：

（一）短视频传播虚假信息问题

1. 摆拍制作虚假短视频。摆拍制作并发布涉民生谣言。编造帮扶社会弱势群体情节，消费公众同情心。在突发事件现场摆拍，杜撰虚假情景，散布恐慌情绪。

2. 技术生成虚假短视频。使用人工智能等技术编造、拼接内容，违



法使用他人肖像和声音进行人脸替换或人声合成，生成虚假短视频。

3. 罔顾事实篡改造假。对官方发布的权威信息进行篡改或断章取义。

（二）短视频展示不当行为问题

1. “色情擦边”行为。刻意展示带有性暗示或性挑逗的动作，发布“软色情”“擦边”“泛黄”内容。利用大学生名义制作传播“软色情”信息，进行低俗营销。

2. 打造低俗人设。通过短视频特效和道具，刻意扮丑引流，借“反串”等名义打造低俗人设，无底线挑战公众审美。

3. 网红恶意营销。网红主播通过不文明互动、非理性表达，不择手段博取流量。滥用影响力煽动粉丝情绪，组织粉丝恶意“灌水”。发布营销假冒伪劣商品信息，误导消费者。

4. 展示高危行为。发布传播自杀自残、虐待动物等致人身心不适的不良信息。展示高空跑酷、极速飙车等忽视生命安全的高危行为。

（三）短视频传播错误观念问题

1. 挑战公众认知底线。故意侵害民族风俗习惯，煽动民族仇恨或地域歧视。散布错误婚恋观，故意制造性别对立。

2. 传播错误价值导向。散布错误事业观，鼓吹不择手段和消极厌世，传播炫富拜金、奢靡享乐等错误价值观。

通知强调，着力解决短视频平台算法价值导向存在偏差、优质短视频呈现不足等问题。优化流量分配机制，防止“重指标轻质量”，片面以点赞率、转发率等量化指标作为流量分配依据。强化平台审核把关。着力解决短视频平台审核机制不规范和审核标准不够全面等问题。防止



出现审核过于简单化或一刀切以及人工复审走过场等现象。（来源：中国网信网）

4. 河北严厉打击侵犯知识产权行为

https://www.cnipa.gov.cn/art/2023/12/28/art_57_189342.html

12月12日，河北省打击侵权假冒工作情况新闻发布会在石家庄市召开，会上通报了河北省2023年全省打击侵权假冒工作开展情况。

据介绍，今年以来，河北省打击侵权假冒工作领导小组办公室加大知识产权保护力度，严厉打击侵权假冒行为。截至今年11月底，河北省共立案查处侵权假冒行政违法案件6953件，破获侵权假冒犯罪案件660件，保护了企业和消费者的合法权益，为促进经济社会高质量发展作出贡献。

据悉，河北省打击侵权假冒工作领导小组办公室今年印发《2023年河北省打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作要点》，部署开展知识产权保护、互联网领域治理、重点产品治理等8个方面64项重点任务，突出加强行政保护和司法保护、增强社会共治能力，明确责任单位分工和完成时限；推动京津冀三地签署《京津冀知识产权执法协作协议》，并联合部署开展知识产权执法“亮剑”行动，共同构建区域性知识产权执法协作机制，强化跨区域知识产权保护；推进打击侵权假冒跨区域协作、部门联动和社会共治，加快构建共治共建共享的治理格局。

（来源：中国知识产权报）



5. 上海发布数字版权保护与合规指引

http://www.news.cn/politics/2023-08/16/c_1129806347.htm

12月13日下午，上海市普陀区人民检察院会同上海市人民检察院知识产权办公室、上海市版权协会、普陀区文旅局共同发布《企业数字版权技术措施保护与合规指引》（以下简称《指引》）。据悉，《指引》围绕保护数字版权的技术措施、数字版权的确权、保护漏洞、合规风险及如何维权等场景，首次对企业数字版权保护工作提出全面规范指引。

据了解，除网络小说、网络游戏、网络音视频、软件App等四大领域，一些涉及大数据、元宇宙、智能AI等新生事物都与数字版权密切相关，但企业在经营管理过程中往往存在版权意识不强或过度保护的问题。

“互联网具有传输速度快、复制成本低、复制无差别等特点，使得数字版权侵权成本非常低。”上海市人民检察院第四检察部主任顾晓军说，在充分梳理相关案件基础上，普陀检察院起草《指引》，能充分发挥检察智库作用，积极应对和解决工作开展过程中面临的各种新问题和新的挑战，提升数字版权检察保护工作质效。

为保护数字版权，企业可以采取技术措施。《指引》第二条提示企业可以采取用于防止、限制未经权利人许可浏览、欣赏其数字化作品、表演、录音录像制品或者通过信息网络向公众提供数字化作品、表演、录音录像制品的有效技术、装置或者部件。技术措施可以兼有保护网络、数据、个人信息安全等功能。



面对数字版权确权难题,《指引》第五条提示,“企业应当妥善保存取得数字版权及许可的各类原始资料,如创作底稿、作品原件、合法出版物、计算机软件源代码、著作权许可使用合同等取得权利的合同、作品发表证明材料、认证机构出具的证明等。”

如果已发生侵权行为,《指引》第十二条指出,“企业可与法律服务、知识产权、网络安全等专业服务机构合作开展市场侵权监测,依法及时收集、固定证据原件。”

而对于企业滥用市场支配地位实施的垄断行为、非法获取用户个人信息等行为,《指引》第十条也进行了合规风险提示。

上海市版权协会会长张宏说:“《指引》的发布推动实现数字版权领域严格保护与激励创新的多赢共赢,有效助力完善版权综合保护体系,激发优质版权作品创作活力,为助力构建数字版权保护高地贡献力量。”

(来源:法治日报)

6. 2024 年公安部将开展打击整治网络谣言专项行动

<https://www.worker.cn/c/2023-12-25/8090587.shtml>

据 12 月 25 日消息,从公安部获悉,公安部将 2024 年作为打击整治网络谣言专项行动年,部署全国公安机关开展为期一年的专项行动。

“经过近一年的打击整治,网络谣言违法犯罪得到了一定程度的遏制。但是,近期又有新的恶性谣言出现,如‘某地地铁发生恐怖袭击’‘北京某医院医生被砍身亡’等,严重扰乱了社会秩序,严重影响人民群众安全感。”公安部网络安全保卫局副局长李彤介绍说。公安部部



署全国公安机关依托“净网”专项行动，依法重拳打击造谣传谣违法犯罪活动，并同步开展网络平台综合治理和普法宣传教育。

据介绍，今年4月至7月，针对热点事件中谣言高发等突出问题，公安部组织全国公安机关开展了为期100天的网络谣言专项整治，集中查处整治了一批网上造谣传谣违法犯罪活动。截至目前，全国公安机关已侦办网络谣言类案件4800余起，依法查处造谣传谣人员6300余名，依法关停违法违规账号3.4万个。

针对网络暴力违法犯罪，全国公安机关依托“夏季行动”和“净网2023”专项行动，重拳打击整治造谣诽谤、谩骂侮辱、侵犯隐私等突出网络暴力违法犯罪行为。截至目前，共查处网络暴力违法犯罪案件110起，刑事打击112人，行政处罚96人，批评教育472人，指导重点网络平台阻断删除涉网络暴力信息2.7万条，禁言违规账号500余个。

下一步，公安机关将重拳打击各类网络暴力实施者，实现“六个打击一批”。重点打击一批针对未成年人等弱势群体实施侵害的网络施暴者，打击一批组织“网络水军”“打手”或其他人员实施网络暴力的发起者，打击一批制造或借网络暴力事件实施恶意营销炒作的自媒体从业者，打击一批利用“深度合成”等生成式人工智能技术发布网络暴力信息的好事者，打击一批利用“开盒”“挂厕所”等手段曝光隐私信息、实施线下滋扰的寻衅者，打击一批未落实信息网络安全管理义务、造成网络暴力信息大量传播的网络服务提供者，坚决铲除网络暴力滋生蔓延土壤，营造风清气正的网络空间。（来源：中工网-工人日报）



7. 网信部门公开曝光一批破坏营商网络环境的典型案例

http://www.cac.gov.cn/2023-12/25/c_1705104767037291.htm

据12月25日消息，国家网信办根据常态化开展优化营商环境工作安排，持续强化网上涉企信息内容管理，严肃查处一批侵犯企业、企业家合法权益的违法违规行为。现将部分典型案例通报如下。

1. “消费金融频道”等账号打着“舆论监督”旗号，寻求与企业开展商业合作，谋取非法利益。今日头条平台账号“消费金融频道”、搜狐平台账号“支付百科”，发布某信息科技企业负面信息，并借此要挟相关企业与其进行高额商业合作，开展所谓“新闻稿营销推广”活动。对涉及的账号，已依法关闭，并将账号主体纳入平台黑名单管理。

2. “英伦投资客”等账号传播涉企负面不实信息，以删帖、消除影响为由索取公关费。“英伦投资客”账号主体在微信、微博和知乎等多个平台建立矩阵账号，期间倒灌境外媒体有关某信息技术公司不实信息。在该公司与其沟通信息内容真实性问题时，借机索要数万元公关费。对涉及的账号及转世账号，已依法关闭，并将账号主体纳入平台黑名单管理。

3. “蔡老板”等账号发布涉企虚假不实信息。微博平台账号“一个菜两个菜”，抖音平台账号“蔡老板”，微信平台账号“美宴汽车”，发布传播不实信息，对某汽车企业的产品质量、名誉等进行恶意诋毁，并持续蓄意炒作。对涉及的账号，已依法关闭。

4. “快递哥窦逗”账号故意传播某公司员工刊发的不实信息，恶意



集纳企业负面信息。抖音平台账号“快递哥窦逗”，将某公司员工发布的涉企不实信息制作短视频对外传播，并恶意集纳企业负面信息。当该公司员工删除不实信息后，企业与其交涉要求删除相关短视频时，“快递哥窦逗”账号借机索要删稿费用。对涉及的账号，已依法关闭。

5. “车透社”等账号发布涉汽车企业负面信息，寻求商业合作。“车透社”账号主体在今日头条、百度、微博等多个平台建立矩阵账号，通过发布某汽车企业负面信息并向该企业施压，寻求开展商业合作。在遭到拒绝后，持续发布该车企负面信息。对涉及的账号，已依法关闭，并将账号主体纳入平台黑名单管理。

国家网信办相关负责人表示，将保持高压态势，持续整治各类涉企违法违规信息和行为，曝光典型案例，为企业健康发展营造良好营商网络环境。（来源：中国网信网）

8. 天津市开展老字号企业商标驰名商标保护暨打击侵权假冒专项行动

https://www.cqn.com.cn/zj/content/2023-12/28/content_9014632.htm

12月28日消息，为保障人民群众度过欢乐祥和的新年，天津市市场监管委、市知识产权局印发《关于开展2024年元旦春节期间老字号企业商标驰名商标保护暨打击侵权假冒专项行动的通知》（以下简称《通知》），围绕全力维护“两节”期间公平健康的市场秩序部署开展联合行动，营造安全放心的节日消费环境。



《通知》指出，要加强该市老字号企业商标和驰名商标保护力度，强化属地监管责任。针对侵权假冒高发的实体市场、重点商品以及电商领域，加强违法线索摸排，以保护老字号企业商标和驰名商标专用权为重点，查处侵犯老字号合法权益违法行为，推动该市老字号企业和驰名商标企业进一步提升经济价值、文化价值、社会价值，擦亮“津”字招牌。

《通知》强调，要密切关注“两节”市场热销商品，特别是涉及公共安全领域的产品，重拳整治违法行为高发频发、问题严重、影响恶劣的批发市场、集贸市场、景点景区、商业街区、城乡接合部、校园周边等重点区域，强化线上线下同步，加大违法线索摸排和分析整合力度，严厉打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品的违法行为。

《通知》强调，要持续推进农村地区侵权假冒治理，围绕问题多发的农村和城乡接合部农贸市场、批发市场、超市、商店、餐馆等重点区域，针对与农村居民日常生活和农业生产紧密相关的农资、食品、日常用品等商品，加大巡查力度，依法严肃查处销售侵权假冒商品违法经营行为。

《通知》要求，要充分发挥市场监管综合执法效能，压实地方属地责任和监管责任，积极主动对接辖区内老字号企业和驰名商标企业，深入了解企业维权诉求，形成政企联动长效机制。切实加强跨区域、跨部门联合执法，狠抓案件查办，有效打击侵犯老字号企业商标和驰名商标专用权的违法行为，共同织密打击侵权假冒违法犯罪防线。同时，统筹



运用线上线下融媒体宣传矩阵，开展丰富多彩专题宣传活动，做好舆论引导，全力营造良好的节日氛围。（来源：天津市场监管）

三、企业资讯

1. 腾讯视频授权 115 部独家版权作品 将面向社会招募公益制作无障碍版本

<https://ge.cri.cn/20231204/a2ebdd02-3aaa-ca4f-1975-b75e2efd9129.html>

12月3日是第32个国际残疾人日，腾讯视频与中国盲文出版社、中国盲文图书馆联合宣布，腾讯视频将于2024年初上线“无障碍剧场”专区，通过各方共享版权影视内容、共同制作影视作品无障碍版，分批次上线600余部热门经典影视作品的无障碍版本，为广大视障人士提供免费观影服务，丰富他们的精神文化生活。

影视作品通常依赖丰富的视觉呈现来推进剧情、交代人物，但视障观众很难通过影片的视觉表达来辅助理解故事脉络，“无障碍剧场”是面向视障人群推出的专门解决方案，通过制作影片无障碍版本，加入旁白，帮助视障用户近于“广播剧”式了解剧情，感受作品内核。

我国有1700万视障人士，丰富多元的无障碍版影视资源，是他们实现“观影自由”的基础。腾讯视频计划在“无障碍剧场”分批上线的600余部影视无障碍作品，兼顾不同年龄段的视障用户观影喜好，既有《我的1919》这样的经典主旋律影片，又有《大江大河》《奔腾岁月》



等经典电视剧、《夏洛特烦恼》等口碑喜剧。

其中，腾讯视频首期授权 115 部独家版权优质影视作品，包括《流浪地球 2》《三体》《漫长的季节》《梦华录》《余生请多指教》等高口碑、高收视电影电视剧，与中国盲文出版社、中国盲文图书馆合作提供资源与标准，后续将面向社会发起招募行动，以共创方式公益制作面向视障群体的无障碍版本。

腾讯视频 APP 将进一步升级无障碍体验，视障用户不仅可以直接搜索目标影片观看，也可以在“无障碍剧场”根据影视剧的类型、评分便捷选择影片，验证身份后即可免费享受精彩内容。

为了让“无障碍剧场”更符合视障用户的使用习惯，中国残联公益组织-腾讯无障碍联合创新实验室组织视障用户体验员先期参与产品研发和测试，进行针对性设计、调试产品功能，优化交互体验。

腾讯视频打造“无障碍剧场”是腾讯全线产品信息无障碍的一个缩影。今年 6 月，腾讯与中国盲人协会等 5 家中国残联公益组织签署战略合作，在《无障碍环境建设法》指引下，双方重点探索无障碍产品与服务创新，助力残障群体更充分、平等地融入数字时代的工作生活。（来源：中央广电总台国际在线）

2. 快手开启年内最大规模组织架构调整：涉主站、电商等多业务

<https://new.qq.com/rain/a/20231207A0AK0L00>

据 12 月 7 日消息，快手发布内部邮件宣布新一轮组织调整，这也是快手今年以来最大范围的一次组织架构调整。



据媒体报道，此次组织调整涉及主站、电商、商业化、社区科学等多个业务线。

具体来看，快手商业化事业部下本地消费业务部调整至主站线下，更名为招聘房地产业务部，负责快聘、房产相关业务，取消主站产品部。

与此同时，运营部下成立作者与内容生态业务部，负责支持快手平台内的作者生态和内容生态健康成长。

运营部下娱乐业务部更名为文娱业务部，负责娱乐体育内容的运营。

今年 10 月，快手宣布宿华辞任董事长，由 CEO 程一笑兼任，该调整已于 2023 年 10 月 29 日生效。

据了解，快手的前身，叫做“GIF 快手”，最初创始人为程一笑，宿华与他相识后，决定两人共同创业，由程一笑负责产品，宿华负责战略。2013 年从工具转型为短视频社区，并改为“快手”延续至今。（来源：快科技）

3. 哔哩哔哩公布 2023 年度弹幕：“啊？”

https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_25666975

12 月 15 日，哔哩哔哩（以下简称“B 站”）与中国文物交流中心、中国文字博物馆联合发布 2023 年度弹幕“啊？”

2023 年度弹幕“啊？”，是指当所见所闻刷新自身认知，当代年轻人往往会用“啊？”来抒发惊叹，比如看到 UP 主展示绝活时、发现宝藏内容时、见证重大科技突破时。今年，B 站用户一共发送“啊？”超 1320 万次。



UP主“墨欣-”的《一笔写〈蜀道难〉》是今年获“啊？”弹幕最多的视频。在这条视频中，UP主一笔不断写下《蜀道难》全文，技巧精湛令诸多用户大开眼界，纷纷留下“啊？”的弹幕。

今年众多科技突破也让用户频频发出“啊？”的赞叹。8月，我国宣布掌握可控核聚变高约束先进控制技术，“人造太阳”似乎不再是遥不可及的梦想。相关视频成为了用户发送“啊？”弹幕最多的科技发现类内容。

此外，年度弹幕也已正式入驻中国文字博物馆的“汉字民俗展厅”，记录并见证当代年轻人语言表达方式的不断发展。作为国内唯一一座以文字为主题的博物馆，中国文字博物馆收藏和展示了数千年来中国文字及其载体的变迁。中国文字博物馆方面表示，未来还将联手中国文物交流中心，与B站在文化创意产业和文博数字化等方向展开更进一步的合作。

作为一种线上即时性的互动方式，弹幕不仅能唤起用户对内容的情感共鸣，也产生了许多年轻人之间极具识别性的流行语。今年是B站连续第七年发布年度弹幕，从2017年的“囍”到今年的“啊？”，年度弹幕不仅是对当代年轻人语言表达方式的记录，更是中国流行文化变迁的历史见证。（来源：澎湃）

4. B站举办首届花火奖 聚焦优质商业视频创作

http://adimg.ce.cn/cysc/tech/gd2012/202312/21/t20231221_38838336.shtml



12月19日，哔哩哔哩（以下简称“B站”）正式启动首届花火奖，并于上海举办线下终审评选。作为B站首个聚焦商业视频创作的专业奖项，花火奖将基于创意表现力、商业价值、传播力等维度综合评审，从数万个优质商业视频中遴选出该年度最优秀的近30个作品。

自2020年成立以来，花火平台作为服务UP主与品牌方的官方内容合作平台，一直都是UP主创意内容与商业连接的重要桥梁。据悉，本届花火奖共设置花火创作奖、最佳公益商业内容奖、最佳联合创作奖、最佳种草效果奖这四大奖项。其中“花火创作奖”为最高级别的奖项，引入专家评审团评选而出，其他三个奖项则通过平台大数据综合筛选评出。

12月19日的线下评审会上，由资深创意人、MATCH马马也创始人兼CEO莫康孙担任主席，近20位广告创意人、品牌方和平台方代表、MCN和代理商、广告导演组成的专家评审团，对“花火创作奖”初选入围的45个UP主视频进行了终审投票，并最终评选出20个年度获奖视频。评审团主席莫康孙表示：“我们从花火奖里可以看到灵敏的商业思维与优质视频内容的创作结合，同时花火奖能激励到更多优秀UP主的创作。”

在对入围作品的集中讨论中，莫康孙表示，“如果不是B站这个平台，我们可能永远不知道这个知识，有可能B站的价值就在那边——看到广告以外的事情。”

广告爱好者东东枪对其中的一支入围视频表示，“这种评测是只有中视频才能做出来的营销内容，这在以往30秒、60秒的广告片或者短



视频里是没办法做出来的，而且做的非常好。”

新世相创始人张伟认为，商业视频创作的直接和诚恳是非常重要的，这是 B 站个人商业化的一种良好的方向。

一直以来，B 站 UP 主都是“互联网优质内容创作者”的代名词，也是品牌方与用户沟通的“转译员”。大量内容品质与商业价值俱佳的优秀案例在 B 站持续涌现，如 UP 主“盗月社食遇记”联合汽车品牌威兰达打造的《超级外卖员》第二季，UP 主在第一期视频中为大山里的足球教练和孩子们送去惊喜外卖，第一期内容就收获了超 1300 万播放、127 万点赞。品牌也因为这支充满人文关怀的创作，收获海量自来水好评，与用户实现双向奔赴。

如今，越来越多的广告主意识到 B 站在品牌塑造、年轻用户心智影响、效果转化等方面的优势。2023 年第三季度，B 站广告总收入达 16.4 亿元，同比增长 21%；三季度有 168 万 UP 主在 B 站获得收入，同比增长 34%。

花火奖作为 B 站商业化发展的重要见证，将帮助 UP 主和品牌主达成未来商业视频创作风向的共识，让 UP 主的“好创意”更好地成就品牌的“好生意”。（来源：中国经济网）

5. 抖音生活服务综合行业举办年终峰会

https://it.gmw.cn/2023-12/22/content_37046991.htm

12 月 22 日，“共赴闪耀星河·2023 抖音生活服务综合行业年终盛典”在上海举行，近千家综合行业商家及服务商、机构、达人等生态伙



伴参会。会上，抖音生活服务公布了综合行业 2023 年发展情况，休闲娱乐、丽人等细分行业年度交易额较上年增长 3.3 倍。

据了解，与服务于居民饮食需求的餐饮行业、满足用户出行住宿游玩的酒旅行业不同，抖音生活服务综合行业涵盖的到店消费场景更多元，包括休闲娱乐、丽人、进场零售、LE（Life Event，狭义生活服务，如服务于大众生活场景的电影/演出、汽车维修养护、衣物洗涤等）。

综合业态商家订单量同比增长 5.26 倍，消费者数量增长 1.43 倍。

抖音生活服务综合行业总经理陈琦介绍，2023 年，综合业态的商家足迹已经遍布全国 370 个城市，涵盖 260 多个类目，综合行业合作商家门店数同比增长 2.5 倍。今年全年，在抖音生活服务综合业态商家消费过的用户数同比增长 1.43 倍，综合行业订单量是 2022 年 5.26 倍，整体交易额同比上年增长 3.3 倍。

短视频、直播、搜索已经成为拉动抖音生活服务综合业态商家经营增长的三驾马车。会上发布的《综合行业白皮书》显示，就综合行业而言，截至 2023 年 10 月，短视频带来的订单量同比增长 1.28 倍，直播、搜索带来的订单量则分别同比增长 77 倍、2.28 倍。

未来，抖音生活服务还将继续从产品工具、方法培训、营销活动等方面全方位支持商家在抖音做好经营。陈琦介绍，平台会继续优化产品能力、打磨经营工具，提升商家经营效率，如陆续开放预约选座、在线咨询等产品能力，提供生意经、客流管家等经营分析工具等。

大会现场，来自休闲娱乐、丽人、进场零售、LE 四大行业的标杆商家分享了在抖音生活服务的经营心得。



进场零售头部品牌成都红旗连锁股份有限公司持续创新直播形式、场景和玩法，多场直播交易额破亿，为传统企业在抖音的数字化转型树立了标杆。休闲娱乐商家远元集团则借助抖音生活服务，通过差异化组品的方式，提升门店经营效率，未来还将搭建职人体系，开辟新的生意增量。

川剧团“芙蓉国粹”入驻抖音生活服务后，依靠短视频和直播推广，扩大了川剧影响力，吸引了大量年轻观众。现在，“芙蓉国粹”仅通过抖音就能实现满座，要将每天4场演出提升到5场才能满足观众需要。

此外，与综合行业相关的服务商、机构等生态伙伴也到场交流了通过抖音助力商家数字化经营的经验和心得。（来源：光明网）

6. 抖音发布不实信息治理年度系列动画短片，相关话题播放量达 1.5 亿

<https://finance.ifeng.com/c/8Vpmf0fnhX3>

12月26日消息，抖音围绕不实信息治理发布三条年度短片，聚焦内容同质化，仿冒假冒他人，以及通过不实信息和虚假人设进行诈骗三个方面，呼吁用户记录真实美好的生活。区别于传统短片，该系列短片以动漫的形式，分别塑造了老鼠、兔女郎、狐狸小姐三个新奇的角色，以它们的“遭遇”和“故事”来表达同质化、仿冒假冒、诈骗等行为所带来的危害。

据了解，三条动画短片主题分别为《鼠国列车》《宠儿》《情迷玫瑰园》，以生动、活泼甚至夸张的形式表达严肃话题，一经发布便引发了创作者和用户广泛关注热议。目前，系列短片均在抖音官方平台“抖



音黑板报”抖音账号上线，话题#抖音发布的年度短片谁看懂了 还登上了话题热榜，相关播放量达1.5亿。

一直以来，抖音持续打击同质化、仿冒假冒他人等违规行为。过去一年，抖音多次通过视频盘点及常态化公告的形式披露虚假人设、同质化、情感诈骗案例，引导用户积极关注、规避风险。

2023年9月份，抖音黑板报在视频中披露了“仿冒勤工俭学大学生不当摆拍”“仿冒富二代诱导粉丝‘炒股致富’”“仿冒骑手”“仿冒爱心寻找宠物人士”“仿冒海外务工中介”“仿冒红娘或相亲者”“仿冒功法大师”“仿冒主持人售卖产品”等10类典型仿冒假冒行为，视频获赞超过28万。同时，抖音黑板报还就“高考喜报”“考上名校”“家庭伦理矛盾”“婚恋关系”等相关的典型同质化案例，及时发布治理公告。

除了通过视频内容进行宣传教育，过去一年，抖音持续通过多举措加强不实信息治理。抖音相继更新了“剧情演绎”类视频创作规范和“公益内容”规范，明确了人工智能生成内容需标识和时事内容需标注信息等规则，并加强仿冒假冒账号治理、伪公益治理等。

抖音相关负责人表示，平台鼓励用户记录真实而美好的生活，禁止编造、发布、传播包括谣言、不当摆拍、伪公益、仿冒假冒、同质化以及利用AI技术造假等各种形式在内的不实信息。未来，抖音将不断通过升级运营举措、创新内容形式加强不实信息治理和宣传教育提醒，营造风清气正的社区氛围，为用户提供优质的服务体验。（来源：财报网）



7. 抖音新规禁止“大小号”不当引流获利 封禁多个百万粉丝矩阵号

（原标题为：抖音：封禁！）

http://science.china.com.cn/2023-08/25/content_42497255.htm

为保护用户权益，针对黑灰产团伙试图以多账号（“大小号”）形式，有组织地发布大量低质、同质甚至违法违规内容且互相引流，不当获利的行为，近日，抖音官方账号发布了抖音打击矩阵号不当获利行为的最新规则（下文简称《新规》）。

《新规》明确，平台将严格打击有组织地批量发布低质同质甚至违法违规内容的矩阵号；或者自身发布内容未违规，但通过其他违规账号（小号）引流不当获利的账号（大号）。据悉，抖音已按照《新规》要求严格处置多个百万粉丝以上的账号或矩阵号，清退违规 MCN 机构，并配合公安机关打击犯罪团伙，抓获 157 名犯罪嫌疑人。

抖音安全中心相关负责人透露，黑灰产组织近期开始以多个“小号”重复低质投稿、刷粉刷赞、高频关注点赞等方式诱导用户关注，随后将后者引流至矩阵号内“大号”使其迅速涨粉，最终“大号”通过各种变现行为不当获利。即使“小号”因违规被处罚，黑灰产组织也会注册新号继续违规运营，持续向“合规”且“未受处罚”的大号引流。

此次发布的《新规》明确，对于上述不当获利的矩阵号，一经查实，抖音会对涉及的全部账号（大小号），统一严格处置。其中，平台将根据其具体违规情节处理“小号”；针对“大号”，则将按照“不当获利”的新规则处罚。具体处置方式包括但不限于取消其投稿和营利权限、抹除粉丝、封禁账号、清退违规账号所属 MCN 机构等。情节严重者，抖音



将上报公安机关，全力协查打击。

根据《新规》，抖音已对包括上述违规账号在内，多个粉丝数超百万的矩阵号（“大小号”）统一实施粉丝抹除、取消营利权限和无限期封禁等处置；对相关 MCN 机构予以清退；同时，平台还将相关线索上报公安机关，协助打击数个违法犯罪团伙，抓获 157 名犯罪嫌疑人。

据悉，《新规》已于 2023 年 12 月 1 日起正式生效。“抖音将持续打击‘大小号’不当获利等各类黑灰产账号和行为”，上述平台安全中心负责人表示，“我们希望以此服务大家产生更多优质的原创内容。”

（来源：青春浙江）

四、司法简讯

1. AI 生成图片著作权侵权第一案判决书出炉！被告侵权，赔偿 500 元

<https://ciipr.njust.edu.cn/fe/66/c11094a327270/page.htm>

据 12 月 1 日消息，北京互联网法院针对人工智能生成图片（AI 绘画图片）著作权侵权纠纷作出一审判决，认定被告构成侵权，需向原告公开道歉，并赔偿 500 元。截至目前，该案为 AI 生成图片相关领域著作权第一案。

据庭审公开内容，在这起案件中，原告利用人工智能大模型，通过输入提示词的方式，生成了一张人物图片，后将该图片发布在某网络平台。

被告在个人账号上使用该图片作为文章配图发布，原告以侵害作品



署名权和信息网络传播权为由将被告起诉到北京互联网法院。

这起案件的关键点在于图片生成方，即原告有没有这张图片的著作权，这也是随着 AI 生成图文快速发展所引发的新问题。

被告辩称：不确定原告是否享有涉案图片的权利，被告所发布主要内容为原创诗文，而非涉案图片，且没有商业用途，不具有侵权故意。

从原告构思涉案图片起，到最终选定涉案图片止，整个过程来看，原告进行了一定的智力投入，比如设计人物的呈现方式、选择提示词、安排提示词的顺序、设置相关的参数、选定哪个图片符合预期等等。涉案图片体现了原告的智力投入，故涉案图片具备了“智力成果”要件。

对于涉及人工智能等前沿技术所引发的著作权问题，法院认为，如今智能手机的照相功能越来越强大，使用越来越简单，但是只要运用智能手机拍摄的照片体现出了摄影师的独创性智力投入就仍然构成摄影作品，受到著作权法保护。技术越发展，工具越智能，人的投入就越少，但是这并不影响我们继续适用著作权制度来鼓励作品的创作。在上述人工智能模型出现以前，人们需要花费时间精力去学习一定的绘画技能，或者需要委托他人，才能获得一幅绘画作品。

在委托他人绘画的场景下，委托人会提出一定需求，受托人根据委托人的需求动笔去画出线条、填充色彩进而完成一幅美术作品。在委托人与受托人之间，一般来讲，动笔去画画的受托人被认为是创作者。这种情形与人利用人工智能模型生成图片的情形类似，但是两者有一个重大的区别，即受托人有自己的意志，其在完成委托人委托的绘画工作时，会在绘画中融入自己的取舍和判断。



而现阶段，法院认为，生成式人工智能模型不具备自由意志，不是法律上的主体。因此，人们利用人工智能模型生成图片时，不存在两个主体之间确定谁为创作者的问题，本质上，仍然是人利用工具进行创作，即整个创作过程中进行智力投入的是人而非人工智能模型。鼓励创作，被公认为著作权制度的核心目的。只有正确地适用著作权制度，以适当的法律手段，鼓励更多的人用最新的工具去创作，才能更有利于作品的创作和人工智能技术的发展。在这种背景和技术现实下，人工智能生成图片，只要能体现出人的独创性智力投入，就应当被认定为作品，受到著作权法保护。

故法院裁定：涉案人工智能模型设计者亦不是涉案图片的作者。（来源：IPRdaily 综合第一财经、快科技）

2. 中新社诉咪咕视讯侵权胜诉，咪咕视频被判直接侵权

<https://www.chinanews.com.cn/gn/2023/12-05/10122830.shtml>

12月5日，中国新闻社与咪咕视讯科技有限公司原创作品信息网络传播权纠纷案终审宣判，北京市知识产权法院认定咪咕视讯构成侵权，并向中新社赔偿经济损失。

近年，随着短视频用户规模的迅猛发展，一些网络媒体和短视频平台成为侵权问题的高发地带，未经授权即对其它机构原创作品进行搬运、剪辑和传播等侵权行为层出不穷，平台监管缺位，更大程度助推侵权乱象。

据介绍，咪咕视讯旗下产品咪咕视频、咪咕视频爱看版未经授权许



可，擅自在其运营的“咪咕视频网”和“咪咕视频”APP上提供相关短视频的在线播放服务，侵害了中新社对相关作品享有的信息网络传播权。咪咕视讯辩称其为网络存储空间服务提供者，对侵权视频内容不存在明知或应知的情形，不存在过错，法院认为其并未举证证明该侵权视频系由用户上传，视频播放页面也没有显示任何上传者信息，在案证据不能证明其仅提供网络服务。据此法院认定涉案侵权视频由咪咕视讯提供，咪咕视讯构成直接侵权。

近年来，中新社投入大量资源采制视频内容，已经成为原创中文视频资讯的重要供应商。但一些媒体和平台罔顾法律法规，通过各种形式盗用或侵犯其视频版权，严重损害其合法权益。

中新社相关业务及法务部门持续推进搜证等工作，加大对视频版权侵权行为的追责力度，积极维护自身合法权益，推动完善短视频版权保护的生态环境。（来源：中国新闻网）

3. “东方绿选”模仿“东方甄选”直播带货，法院认定：构成不正当竞争

<https://mp.weixin.qq.com/s/-fdJqNsVx5Y0GW7o1AVrvw>

据12月4日消息，昭通市中级人民法院维持盐津县人民法院审结的东方A公司诉B公司著作权侵权及不正当竞争纠纷一案。因B公司以“东方绿选”为名创建的抖音账号进行直播带货，其所用的头像、直播间LOGO、背景布局和“东方甄选”直播间所用构成实质性近似，侵害了东方A公司的作品著作权，构成不正当竞争，法院判决B公司停止侵权行



为，并赔偿东方 A 公司经济损失及合理开支。

东方 A 公司于 2021 年 11 月以“东方甄选”为名创建抖音账号并直播带货，北京新东方公司于同年 12 月将 558 号美术作品著作权授权给东方 A 公司。作品转让后，东方 A 公司将 558 号作品作为抖音账号头像、直播间 LOGO 及背景布局使用。截至起诉时，“东方甄选”抖音账号粉丝数量已达 2337.3 万。

2022 年 7 月 5 日，B 公司以其依法注册的“东方绿选”为名，创建抖音账号并直播带货，抖音账号头像、直播间 LOGO 及背景布局装潢与“东方甄选”直播间所用构成实质性近似，带货种类主要为农特产品。东方 A 公司起诉至法院，认为 B 公司的行为侵害了该公司的 558 号作品著作权，且构成不正当竞争，要求 B 公司立即停止不正当竞争行为，并赔偿侵权损失。

法院经审理后认为，东方 A 公司的“东方甄选”账号于 2021 年 11 月开始运营，并使用北京新东方公司授权的 558 号作品，该账号经长期宣传推广，粉丝数量高达 3000 余万，尽管其未依法注册登记，依照《中华人民共和国反不正当竞争法》，认定其为具有一定影响力的服务标识。B 公司在有实际接触 558 号作品可能的前提下，仍利用其依法注册的“东方绿选”名称文字标识注册抖音账号，进行带货直播，该账号头像、直播间布局装潢、直播语言风格等与“东方甄选”直播间整体视觉效果近似，且带货产品与“东方甄选”带货范围相同。近似的直播及相同的带货范围，足以引起公众误认二者存在特定联系。仅几天时间，其直播间粉丝量急剧飙升 300 余万。B 公司依法注册“东方绿选”文字商标的



时间虽早于 558 号作品，但 B 公司注册的是仅是简单的文字商标，并非其抖音账号头像、直播间 LOGO 使用的作品。

因此，法院认定，B 公司行为侵害了东方 A 公司的著作权，构成不正当竞争，应承担相应民事责任。（来源：云南法制报）

4. 郑爽被强制执行 9050 万

https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=Mzg30Tgw0DM2NA==&mid=2248025322&idx=1&sn=f2e7519b05dbcdb46ba7ced848ad3a4a

据 12 月 12 日消息，浙江海宁东开之星影视投资有限公司与郑爽服务合同纠纷的案件更新被执行人信息，郑爽被上海市松江区人民法院强制执行 9050 万元。

另据报道，在因“代孕弃养”、偷逃税被“封杀”后，演员郑爽被海宁某影视投资有限公司告上法庭，要求赔偿。记者从上海市松江区人民法院发布的典型案例中，获知了这起案件的判决结果，郑爽被判退还服务费 3050 万元及利息，并赔偿 6000 万元。

2016 年 1 月 13 日，海宁某影视投资有限公司作为甲方，与乙方上海郑爽影视文化工作室签订《策划服务合同书》，约定甲方委托乙方为甲方制作电视剧提供相关策划服务，包括项目落地执行、内容与品牌策划、艺人挑选、项目营销策划等。策划服务期限自 2016 年 2 月 15 日至 2016 年 5 月 10 日中的 70 个实际有效工作日。甲方分期支付乙方策划服务费总计 3050 万元。合同履行中任何一方违反本合同约定条款的，均应向对方承担违约责任。有关双方合作具体细节，双方将另行签订补充



合同予以详细约定。

另外，上海郑爽影视文化工作室系个人独资企业，成立于 2013 年 12 月 2 日，投资人为郑爽。2017 年 11 月 23 日，上海郑爽影视文化工作室经核准注销。

由于涉案电视剧已制作拍摄完毕，尚未申请发行许可时，郑爽却已被“封杀”。海宁某影视投资有限公司认为，郑爽作为知名公众人物，其劣迹行为已造成极其广泛且恶劣的社会影响，依据广电总局相关通知，郑爽作为主创人员出演的电视剧已经无法上映。

上海郑爽影视文化工作室系个人独资企业并于 2017 年注销，其存续期间的债务应由投资人郑爽承担。因此诉至松江法院，要求确认《策划服务合同书》及《策划服务合同书之补充合同》解除；被告郑爽退还服务费 3050 万元及利息，并赔偿经济损失 6000 万元。（来源：齐鲁晚报）

5. 游戏宣传时“傍名牌”，使用热门动画电影角色形象，法院：不正当竞争，赔偿经济损失

（原标题为：某动画电影大 IP 出游戏啦？假的！）

https://mp.weixin.qq.com/s/TPewr9T-nt83BJC_7muTMg

某游戏在宣传时为了“蹭热度”，使用了某热门动画电影中的角色形象、台词等元素进行推广，导致玩家误认为这款游戏是电影的衍生品。12 月 12 日上海高院发布了一起由上海市嘉定区人民法院（以下简称嘉定区人民法院）审理的不正当竞争纠纷案件。

2019 年，某动画电影一经上映便收获了国内外众多观众的喜爱，具



有极高知名度及市场影响力，且荣获诸多国内外奖项。2021年，某款游戏经“改头换面”升级后，新版本在软件商店上线。用户通过软件商店的搜索栏搜索该款游戏后，首先看到的就是游戏APP的图标、游戏名称、游戏简介，令不少玩家提起了兴趣。当玩家们点击进入游戏的详情界面并打开宣传视频一看：“欸？难道真的出电影同款IP游戏了？这宣传视频里的一些台词、画面和电影里的看起来感觉有点相似，赶紧下载试试看好不好玩。”软件商店平台上显示该款游戏总计有158万次安装。随后，该款游戏又迅速更新了另一版本在软件商店平台上线。

随后，电影公司将该款游戏的开发者、运营者及软件商店的运营者诉至嘉定区人民法院，认为其恶意抢夺原告在游戏领域的交易机会，因此诉请要求停止侵权、消除影响并赔偿经济损失及各类费用。

三被告辩称，原告与各被告之间并没有直接的竞争关系，涉案动画电影名称与游戏名称不相同，并不会造成公众混淆。此外，宣传视频中的人物设定大多来源于在先作品或公有领域，涉及涉案动画电影的部分时长仅11秒，且为分割使用，每段时间极短，画面模糊，也不足以导致用户混淆。加之游戏上线的时间在2021年，当时涉案动画电影的热度早已下降，三被告并未对原告造成任何损失。综上，请求人民法院驳回原告的诉讼请求。

法院经审理后认为，涉案电影名称与涉案游戏名称之间虽未达到混淆的近似程度，但涉案游戏版本的副标题使用了涉案电影中的核心词汇、游戏图标使用了电影的经典IP形象、宣传视频中的台词和部分画面与涉案电影存在显著的对应关系。因此，涉案游戏明显存在攀附涉案电影



知名度的主观故意，且易使相关公众产生混淆，误认为涉案游戏与涉案电影存在特定联系。综上，制作并发布上述宣传推广内容的行为属于《反不正当竞争法》第六条第四项所规制的不正当竞争行为。（来源：上海高院）

6. 全国首例涉“人脸识别”民事公益诉讼案判决

（原标题为：某动画电影大IP出游戏啦？假的！）

<https://mp.weixin.qq.com/s/UiKGJS39-Qm-LpooECvy3Q>

近几年，“刷脸”办事成为日常，人脸信息日益成为身份鉴定、核验查证的重要载体，在便利群众生活的同时也给了不法分子可乘之机。近日，广州互联网法院判决了一起涉及“人脸识别”的买卖公民个人信息侵权案件。

在该案中，涉案人员利用人工智能技术将人脸照片生成视频，伪造人脸识别认证，从而非法牟利。这里面涉及两项所谓的“业务”，一项叫“查头”，一项叫“过脸”。

从2020年9月开始，郑某利用某即时通信软件组建群组，在该群组及微信群、QQ群中向不特定社会公众发布广告，称可提供“查头”业务。所谓的“查头”就是根据买家的需要，只要买家能够提供姓名、身份证号码等信息，就可以获取查找对象的身份证高清照片、手机号码、家庭住址等个人敏感信息。

据郑某交代，他以每张照片15至20元左右的价格向不特定上家求购某些身份证号码对应的个人照片。任某、戴某、陈某通过郑某所组建的群组，以每张照片50至100元的价格先后向郑某购买公民个人信息，



利用人工智能软件制作虚假人脸动态识别视频，用于解封账号、验证 App 的实名认证，从中非法获利。

据嫌疑人交代，破解人脸识别系统后，不法分子可以进入他人微信等账号，获取聊天记录、支付记录、行动轨迹等个人隐私和信息，并继续向下家出售。经法院审理认定，涉案四人非法处理个人信息 2000 余条，违法所得 10 万余元，构成侵害公民个人信息罪，分别被判处有期徒刑一年二个月至一年不等，并处罚金。

四名涉案人员因实施侵犯公民个人信息的行为，除了受到刑事处罚，检察机关还以上述行为侵害了社会公共利益为由，向法院提起个人信息保护民事公益诉讼。

根据我国民法典、个人信息保护法等法律规定，人脸信息是属于人的生物识别信息，与其他个人信息相比具有不可更改的性质，所以作为个人敏感信息予以特别保护。法官表示，在未取得信息主体授权同意的情况下，通过所谓“查头”“过脸”的手段对不特定社会公众的人脸信息进行非法收集、买卖、使用，侵害了不特定公众的信息自决权。

广州互联网法院经审理认为，四被告非法获取公民个人信息，伪造人脸识别视频、破解人脸验证系统，违反了实名制网络安全管理制度。四被告利用某软件阅后即焚功能删除大量信息和交易记录，目前受害人数量、身份、信息去向、用途均无法核实。虽受害人无法特定化，但已泄露的个人信息仍在网络黑灰产市场流通，不特定公众的人格性权益、财产性权益、安全性权益都存在被侵犯的风险。

最终，四名被告除了被判处注销用于侵权的互联网账号、解散或退



出用于传授犯罪方法的通讯群组，支付公益损害赔偿金共计 10 万余元，公开赔礼道歉外，还被判令通过与个人信息保护相关的警示教育、公益宣传、志愿服务等方式进行行为补偿，并视行为的修复效果对公益损害赔偿金进行折抵。（来源：广东省高级人民法院、央视新闻）

7. 央视前主持人涉侵权案被“限高”

<https://mp.weixin.qq.com/s/zG0kwqMdkCQVvl3S07Vj8w>
<https://mp.weixin.qq.com/s/zG0kwqMdkCQVvl3S07Vj8w>

12 月 27 日消息，有网友发帖称：“因为剽窃，我把前央视主持人赵普告了。”帖子称，赵普短视频账号的文案内容和视频内容“完全（是）抄袭洗稿”。法院已判决，（对方）不执行判决结果，“请法院申请了限高。”

12 月 6 日，长沙市开福区人民法院向赵普发出的限制消费令(2023)湘 0105 执 5005 号称：本院于 2023 年 7 月 24 日立案执行申请人湖南某某文化有限公司申请执行你知识产权权属、侵权纠纷一案，因你未按执行通知书指定的期间履行生效法律文书确定的给付义务，本院依法对你采取限制消费措施。

据长沙开福法院公众号 4 月 26 日报道，湖南某某文化有限公司与一视频平台共同创作了《了不起的匠人》系列纪录片。被告赵某未经授权，擅自使用涉案作品素材制作视频，并在抖音、快手及微信上发布。同时赵某的短视频账号还陆续推出与“徽墨”“漆器”等主题视频。

法院审理认为本案中，赵某未经权利人许可，使用涉案作品素材制



作视频并传播的行为侵犯原告享有的著作权。且赵某使用涉案作品的行为已超过必要限度，不属于合理使用。

法院一审判决，被告在其短视频账号首页置顶位置连续七天刊登文字致歉声明；赔偿原告经济损失及合理开支共计5万元。判后，被告提起上诉，长沙市中级人民法院二审判决维持原判。

12月26日下午，赵普公司回应上游新闻记者称确有侵权纠纷一案：“内容侵权纠纷案子判下来后，我们就找了律师处理这个事情，罚金我们第一时间就已经付给对方公司了，后来还是被‘限高’。昨天相关解除‘限高’的证明材料才拿到手。”（来源：九派新闻）

8. 索赔20亿元，泰国瑞幸起诉中国瑞幸

https://www.sohu.com/a/746010002_121687424

近日，一家名为50R集团的泰国公司起诉瑞幸，要求瑞幸赔偿其经济损失100亿元泰铢（约合人民币20亿元）。

50R集团声称，2020年其在泰国合法注册了瑞幸商标，但中国瑞幸却指控50R集团恶意注册商标，并且多次强制扣押其财产，让其遭受了不小损失，这才要求法庭判决中国瑞幸给予其总计100亿元泰铢的赔偿。

50R集团在提交给法院的文件中表示，其在2020年时就已经向泰国商务部合法注册了瑞幸商标，且一切都依照泰国法律规则和程序办理，并获准使用该商标经营销售茶和咖啡等饮料的咖啡店业务。中国瑞幸向中央知识产权和国际贸易法院提出了违反事实真相的诉讼，指控50R集团恶意注册商标，对此初级法庭判决被告败诉。但50R集团认为判决不



公，向法庭提交了反驳。

12月1日，泰国知识产权和国际贸易中央法庭公告判决了有关审理中国瑞幸控告泰国50R集团侵犯商标版权案的最后审判，并称中国瑞幸败诉。

公开资料显示，这家泰国瑞幸系泰国瑞幸咖啡有限公司拥有的瑞幸品牌商标，在泰国商业厅合法注册，已在泰发展经营了十几家瑞幸咖啡店，该公司属于泰国皇家50R集团旗下。公开资料显示，泰国皇家50R集团是一家从事零售、新能源、旅游业、房地产、餐饮业等多元化经营管理的泰国本土企业。

泰国商业部官方数据显示，50R集团股东一共有4人，其中3名泰国股东投资占比共计56%，1名中国股东投资占比44%。值得注意的是，50R集团名下有多家公司与中国品牌“撞名”，除了本次陷入法律风波的“泰国瑞幸咖啡”之外，还有“抖音泰国”“平安药房（泰国）”“抖音咖啡”等品牌。（来源：金融投资报）

9. 法院判决3名自媒体博主诋毁革命英雄，公开道歉、赔偿

https://ori.hangzhou.com.cn/ornews/content/2023-12/21/content_8663476.htm

12月21日上午，杭州互联网法院组成七人合议庭，由院长陈增宝担任审判长，对公益诉讼起诉人杭州市西湖区人民检察院诉郭某某、何某某、付某某英烈保护民事公益诉讼案公开开庭审理，当庭判令三被告



在国家级媒体公开赔礼道歉，并赔偿公益损害赔偿金共计 15 万元，用于何克希英雄烈士等的纪念、缅怀、弘扬及保护等社会公益事项。杭州市西湖区人民检察院检察长王晓光等出庭履行职务。

2023 年 8 月，开国少将何克希将军的家属发现，部分短视频自媒体在视频中使用何克希同志的照片，并恶意曲解其形象，相关视频被大量转发。随后，何克希将军家属向公益诉讼起诉人反映上述情况。

公益诉讼起诉人调查后发现，2022 年 10 月至 2023 年 7 月间，郭某某（账号粉丝量 2.8 万）、何某某（账号粉丝量 356 万）、付某某（账号粉丝量约 0.5 万）通过各自的自媒体账号制作并发布案涉短视频。案涉短视频将何克希同志的照片用作负面历史人物的头像。视频发布后在互联网上被大量转发。

公益诉讼起诉人认为，三名被告作为网络自媒体博主，应确保发布信息的客观真实，不得发布侵害他人合法权益的网络虚假信息。三名被告未尽信息发布核实义务，将何克希同志肖像用于指代负面形象历史人物的头像。何克希同志作为革命先驱，为争取民族独立和人民解放作出重要贡献，属于法律规定的英雄范畴。三名被告的行为不仅伤害了革命英雄亲属的情感，也破坏了尊崇英雄烈士的社会风气和公共道德，不利于民族共同利益的赓续传承，损害了社会公共利益，依法应当承担民事侵权责任。

庭审过程中，三名被告明确表示已认识到自身错误，向何克希家属及社会公众致歉，并愿意承担公益损害赔偿责任。

杭州互联网法院经审理认为，根据《中华人民共和国民法典》第一



百八十五条规定，侵害英雄烈士等的姓名、肖像、名誉、荣誉，损害社会公共利益的，应当承担民事责任。公益诉讼起诉人请求判令三被告就其各自行为分别在全国性的新闻媒体上公开向社会公众赔礼道歉、消除影响，以及承担公益损害赔偿责任，均符合法律规定，依法应予以支持，遂作出上述判决并当庭宣判。（来源：杭州网、杭州通客户端）

本期主编：方云涛

责 编：李晓小