



2024年2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：浙江金道律师事务所 郑梁律师



目 录

| | |
|---|--------|
| 一、产业热点资讯..... | - 1 - |
| 1. 习近平主持召开中央财经委员会第四次会议强调，推动新一轮大规模设备更新和消费品以旧换新，有效降低全社会物流成本。 | - 1 - |
| 2. 文化和旅游部、体育总局：第三批国家级滑雪旅游度假地名单公布 | - 2 - |
| 3. 外交部：中国与越来越多国家迈入“免签时代” | - 3 - |
| 4. 浙江：今年预计打造 30 个千万级核心大景区 | - 4 - |
| 二、产业立法动态 | - 5 - |
| 1. 浙江省政府办公厅发布《浙江省人民政府办公厅关于加快人工智能产业发展的指导意见》 | - 5 - |
| 2. 江苏省人民政府印发《关于推进数据基础制度建设更好发挥数据要素作用的实施意见》 | - 6 - |
| 3. 中央网信办等四部门印发《2024 年提升全民数字素养与技能工作要点》 | - 7 - |
| 4. 欧盟《数字服务法》正式生效，涵盖社交媒体审核、电商广告推送等多方面 | - 8 - |
| 三、产业监管动态 | - 10 - |
| 1. 河北“三条防线”守护大型游乐设施安全 | - 10 - |
| 2. 黑龙江强化市场监管服务冰雪旅游发展 | - 11 - |
| 3. 山东开展广告业统计“多报合一”改革试点 | - 12 - |
| 4. 关于侵害用户权益行为的 APP（SDK）通报（2024 年第 1 批， | |



| | |
|--|--------|
| 总第 36 批) | - 13 - |
| 5. 网信系统持续推进网络执法 查处各类网上违法违规行为 | - 14 - |
| 6. 北京公布 3 起打击整治网络谣言典型案例 | - 14 - |
| 四、重点企业、平台热点资讯 | - 15 - |
| 1. Sora 上市, 带动 AIGC 概念板块全线飘红 | - 15 - |
| 2. 全球社交媒体用户突破 50 亿, 脸书用户数量最多 | - 16 - |
| 3. 美国 AI 相关企业总市值一天蒸发 1.3 万亿元 | - 17 - |
| 4. 泰山文旅集团携手盛阳伍月, 共筑“元泰山”文旅元宇宙 | - 17 - |
| 5. 殷墟博物馆新馆于 2 月 26 日开馆, 近 3000 件珍贵文物首次展出 | - 18 - |
| 6. 20 家科技巨头签署新协议, 承诺打击 AI 欺诈 | - 18 - |
| 7. 全球人工智能伦理论坛共商人工智能格局 | - 19 - |
| 五、典型案例、事件 | - 19 - |
| 1. 浙江蚂蚁小微金融服务集团股份有限公司等诉苏州朗动网络科技有限公司商业诋毁及不正当竞争纠纷案 | - 19 - |
| 2. 北京字节跳动科技有限公司、浙江今日头条科技有限公司诉深圳圳故事文化传媒有限公司侵害商标权纠纷案 | - 23 - |
| 3. 陶某与敖某侵害作品信息网络传播权纠纷案 | - 27 - |
| 4. 浙江淘宝网络有限公司等诉北京易车信息科技有限公司不正当竞争纠纷案 | - 31 - |



一、产业热点资讯

1. 习近平主持召开中央财经委员会第四次会议强调，推动新一轮大规模设备更新和消费品以旧换新，有效降低全社会物流成本。

https://mp.weixin.qq.com/s/e_Nm1IEgjhDvNa75QhApNQ

中共中央总书记、国家主席、中央军委主席、中央财经委员会主任习近平2月23日下午主持召开中央财经委员会第四次会议，研究大规模设备更新和消费品以旧换新问题，研究有效降低全社会物流成本问题。习近平在会上发表重要讲话强调，加快产品更新换代是推动高质量发展的重要举措，要鼓励引导新一轮大规模设备更新和消费品以旧换新。物流是实体经济的“筋络”，联接生产和消费、内贸和外贸，必须有效降低全社会物流成本，增强产业核心竞争力，提高经济运行效率。

会议听取了国家发展改革委、商务部、工业和信息化部关于大规模设备更新和消费品以旧换新的汇报，听取了国家发展改革委、交通运输部、商务部关于有效降低全社会物流成本的汇报。住房城乡建设部、国家市场监管总局、国家铁路集团作了书面汇报。

会议强调，实行大规模设备更新和消费品以旧换新，将有力促进投资和消费，既利当前、更利长远。要打好政策组合拳，推动先进产能比重持续提升，高质量耐用消费品更多进入居民生活，废旧资源得到循环利用，国民经济循环质量和水平大幅提高。要坚持市场为主、



政府引导，坚持鼓励先进、淘汰落后，坚持标准引领、有序提升。

会议指出，要推动各类生产设备、服务设备更新和技术改造，鼓励汽车、家电等传统消费品以旧换新，推动耐用消费品以旧换新。推动大规模回收循环利用，加强“换新+回收”物流体系和新模式发展。对消费品以旧换新，要坚持中央财政和地方政府联动，统筹支持全链条各环节，更多惠及消费者。

2. 文化和旅游部、体育总局：第三批国家级滑雪旅游度假地名单公布

https://mp.weixin.qq.com/s/e_Nm1IEgjhDvNa75QhApNQ

文化和旅游部、体育总局近日公布第三批国家级滑雪旅游度假地名单，山西省朔州市山阴县广武滑雪旅游度假地、内蒙古自治区呼和浩特市赛罕区马鬃山滑雪旅游度假地、吉林省长白山池北区长白山滑雪旅游度假地、黑龙江省双鸭山市宝清县圣洁摇篮山滑雪旅游度假地、甘肃省临夏回族自治州和政县法台山滑雪旅游度假地、新疆维吾尔自治区伊犁哈萨克自治州新源县滑雪旅游度假地、新疆维吾尔自治区阿勒泰地区布尔津县吉克普林滑雪旅游度假地等7地入选。

截至目前，我国已有26个国家级滑雪旅游度假地。据介绍，国家级滑雪旅游度假地以所在县（区）域为依托，打造高水平的滑雪运动设施和高品质的旅游度假服务，为游客提供冰雪旅游新选择，满足滑雪度假消费需求。同时推动冰雪产业提质升级，促进地方经济社会



发展。

3. 外交部：中国与越来越多国家迈入“免签时代”

https://mp.weixin.qq.com/s/e_Nm1IEgjhDvNa75QhApNQ

近日，中国和新加坡、泰国相继签署互免签证协定，中国对外单方面免签和互免签证的力度越来越大。对此，外交部发言人汪文斌昨日在例行记者会上表示，中国免签的“朋友圈”持续扩容，与越来越多国家正式迈入“免签时代”。

汪文斌介绍，截至目前，中国已与 157 个国家缔结了涵盖不同护照的互免签证协定，与 44 个国家达成简化签证手续协定或安排，同包括泰国、新加坡、马尔代夫、阿联酋在内的 23 个国家实现全面互免签证。此外，还有 60 多个国家和地区给予中国公民免签或落地签便利。上述举措使中国公民出境越来越便捷，中国护照的“含金量”越来越高，也为外国人来华旅行、工作、学习、生活提供了更多便利，受到国际社会的广泛欢迎。

他指出，优化签证政策、促进中外人员往来，是外交服务中国高质量发展和高水平对外开放的重要举措，为深化中外友好交往与互利合作带来更多机遇。联合国旅游组织负责人近日表示，中国的免签政策有助于世界旅游业再次回暖，中国旅游业的蓬勃发展也将带动周边国家旅游业共同发展。中新、中泰达成互免签证协定后，春节期间，中国游客赴新马泰三国旅游订单以及新马泰游客来华旅游订单同比



都大幅增长。“免签时代”的积极效应正在不断显现。

4. 浙江：今年预计打造 30 个千万级核心大景区

https://mp.weixin.qq.com/s/e_Nm1IEgjhDvNa75QhApNQ

浙江今年要进一步促进文旅产业高质量发展，积极培育文旅新业态新场景，打造千万级核心大景区 30 个，文旅产业增加值增长 6% 左右。

根据《浙江省旅游景区转型提质行动计划(2023-2025 年)》，浙江计划到 2025 年底基本完成旅游景区转型提质行动计划，较为系统地探索一条具有浙江特色的旅游景区高质量发展路径，并在三年间要打造文化特色鲜明的国家级旅游休闲街区 9 个，培育千万级核心大景区 50 个。

据了解，培育千万级核心大景区旨在加快推进浙江省文旅深度融合工程，打造一批高能级旅游景区。千万级核心大景区一个重要的衡量指标是：旅游景区接待人数超千万或者旅游收入超过亿元。



二、产业立法动态

1. 浙江省政府办公厅发布《浙江省人民政府办公厅关于加快人工智能产业发展的指导意见》

https://jxt.zj.gov.cn/art/2024/1/15/art_1229600052_58931829.html

日前，浙江省政府办公厅发布《浙江省人民政府办公厅关于加快人工智能产业发展的指导意见》，提出力争到2027年，成为全球重要的人工智能产业发展新高地。

加快人工智能产业发展，浙江目标很明确——到2027年，人工智能核心技术取得重大突破，培育千亿级人工智能融合产业集群10个、省级创新应用先导区15个、特色产业园区100个，人工智能企业数量超3000家，总营业收入突破10000亿元。

在核心技术突破上，浙江将加快实验室体系建设，瞄准人工智能技术理论前沿，加强基础性原创性科学研究。聚焦大模型基础架构、关键算法、数据技术等重点方向，设立新一代人工智能重大科技专项，通过“揭榜挂帅”“赛马”等模式组织攻关。同时，培育壮大以科技领军企业为龙头、专精特新“小巨人”企业和科技小巨人企业为骨干的人工智能企业梯队，不断提升企业创新能力。

推动人工智能创新发展，关键在于深挖应用场景。《指导意见》提出，浙江今后将打造智慧商圈、智慧供应链、智慧物流、智慧港口、



智慧金融、智慧能源等创新场景，加快培育智能化现代服务业。推进智慧医院、智慧康养和智能公共卫生服务建设，发展智能诊疗、疾病风险预测、医用机器人等应用场景。迭代建设“人工智能+”的城市大脑，加快智慧交通建设等，不断赋能科技创新、实体经济、社会智能化、城市现代化治理等。

集群化发展，是重要方向。今后，浙江计划加快构建以杭州市、宁波市为核心，其他地区特色差异化发展的人工智能产业发展格局。与此同时，建设省级人工智能创新应用先导区，因地制宜建设人工智能特色产业园区，发展类脑智能、人形机器人、元宇宙等未来产业，围绕“415X”先进制造业集群培育人工智能融合产业集群。

2. 江苏省人民政府印发《关于推进数据基础制度建设更好发挥数据要素作用的实施意见》

<https://mp.weixin.qq.com/s/bFuMzBDKriYg4X4HEjehMw>

近日，江苏省委省政府印发《关于推进数据基础制度建设更好发挥数据要素作用的实施意见》，提高数据要素治理效能，构建多层次、多元化的数据要素市场生态体系。

《意见》提出主要目标，推进数据要素优质供给、高效流通、安全发展，实现江苏省数据要素市场化配置先行示范。力争到2030年，江苏健全数据分类分级管理制度，建立标准规范、统一协调的数据运营管理机制；建成运行高效、安全有序的数据要素市场，形成有效市



场和有为政府相结合的数据要素治理模式；建强特色鲜明的数据产业集群，形成主体活跃、支撑有力的数据要素生态。

《意见》明确，率先落实数据产权制度，贯彻数据产权结构性分置制度，推进公共数据、企业数据和个人数据分类分级确权授权使用，探索构建具有江苏特色的数据账户体系。健全公共数据管理机制，开展公共数据识别和分类分级管理，形成全省统一规范的公共数据目录，汇聚整合省、市、县三级公共数据，打造共建共享的公共数据资源体系。建立公共数据授权运营机制，开展公共数据授权运营试点。探索用于产业、行业发展的公共数据有条件有偿使用，开展数据汇聚与融合应用试点。

3. 中央网信办等四部门印发《2024年提升全民数字素养与技能工作要点》

<https://mp.weixin.qq.com/s/EziF8UVaUQTTBStanBikPA>

近日，中央网信办、教育部、工业和信息化部、人力资源社会保障部联合印发《2024年提升全民数字素养与技能工作要点》（以下简称《工作要点》）。《工作要点》指出，2024年是中华人民共和国成立75周年，是习近平总书记提出网络强国战略目标10周年，是我国全功能接入国际互联网30周年，做好今年的提升全民数字素养与技能工作，要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以助力提高人口整体素质、服务现代化产业体系建设、促进全体人民共同富裕为目标，推动全民数字素养与技能提升行动取得新成效，以人口



高质量发展支撑中国式现代化。

《工作要点》明确了年度工作目标：到2024年底，我国全民数字素养与技能发展水平迈上新台阶，数字素养与技能培育体系更加健全，数字无障碍环境建设全面推进，群体间数字鸿沟进一步缩小，智慧便捷的数字生活更有质量，网络空间更加规范有序，助力提高数字时代我国人口整体素质，支撑网络强国、人才强国建设。

《工作要点》部署了6个方面17项重点任务。一是培育高水平复合型数字人才，包括全面提升师生数字素养与技能、提高领导干部和公务员数字化履职能力、培育高水平数字工匠、培育乡村数字人才、壮大行业数字人才队伍。二是加快弥合数字鸿沟，包括建设数字无障碍环境、提供普惠包容的公益服务。三是支撑做强做优做大数字经济，包括加快企业数字化转型升级、扩展数字消费需求空间。四是拓展智慧便捷的数字生活场景，包括推动数字公共服务普惠高效、提升重点生活领域数字化水平。五是打造积极健康有序的网络空间，包括营造共建共享社会氛围、构建数字法治道德规范、维护安全有序数字环境。六是强化支撑保障和协调联动，包括完善协同支撑体系、加大优质数字资源供给、积极参与国际交流合作。

4. 欧盟《数字服务法》正式生效，涵盖社交媒体审核、电商广告推送等多方面

https://mp.weixin.qq.com/s/e_Nm1IEgjhDvNa75QhApNQ



欧盟委员会宣布，欧盟《数字服务法》(Digital Services Act, DSA)已于2月17日正式在所有网络平台生效。该法案涵盖社交媒体审核、电商广告推送以及打击假冒商品等多个方面，旨在确保用户在使用过程中的安全。

此前，该法律仅适用于包括亚马逊、苹果、谷歌、Meta、微软等在内的约20家大型网络平台。据介绍，根据该法案，欧盟用户在在线平台上与其他用户连接、分享信息或购买产品时，自身的权利得到更好的保护，能够免受非法商品和内容的侵害。

法案内容明确，所有在欧盟拥有用户的线上平台必须采取措施履行以下要求：1、打击非法内容、商品和服务。在线平台必须为用户提供标记非法内容（包括商品和服务）的手段。2、保护未成年人，包括完全禁止根据个人资料或个人数据对未成年人定向投放广告。3、向用户提供广告信息，例如为何向他们展示广告以及谁为广告付费。4、禁止基于敏感数据对用户进行定向广告。5、向受任何内容审核决定影响的用户提供原因声明，例如内容删除、账户暂停等。为用户提供投诉机制，以质疑内容审核决定。6、每年至少发布一次内容审核程序报告。



三、产业监管动态

1. 河北“三条防线”守护大型游乐设施安全

https://www.samr.gov.cn/xw/df/art/2024/art_c46d9447d6844301832e47db83d18eae.html

近日从河北省市场监管局获悉，春节期间，该局认真落实河北省委、省政府和市场监管总局有关安全生产工作部署，全力构筑“三条防线”，保障旅游景区内大型游乐设施安全运行。

全面监督检查，构筑底数防线。截至2023年底，河北全省共有在册大型游乐设施1034台。河北省市场监管局要求各市市场监管部门根据景区运营情况，摸清春节期间运营单位底数和设备底数，结合景区大型游乐设施专属身份二维码，在春节假期前进行一次全覆盖安全监督检查。此次累计检查大型游乐设施862台次，对发现的隐患问题责令相关单位全部整改到位。

专家排查隐患，构筑技术防线。河北省市场监管局充分发挥技术优势，安排河北省特种设备监督检验研究院本部及唐山分院的特种设备技术专家组成两个工作组，分赴该省40家重点大型游乐设施运营使用单位开展隐患排查，共检查设备143台，发现问题隐患26项，已全部交当地监管部门督促运营单位完成整改。

“清零”非法设备，构筑执法防线。针对节假日期间各地公园庙会等人员聚集场所屡有大型游乐设施非法安装、使用等情况，河北省



各级特种设备安全监察机构提前部署，加大对春节前后人员聚集场所的检查巡查力度。截至目前，共发现并拆除、停用 19 台海盗船等非法大型游乐设施。

2.黑龙江强化市场监管服务冰雪旅游发展

https://www.samr.gov.cn/xw/df/art/2024/art_282866350eca4f55bbacc15a3225ccff.html

2 月 20 日，黑龙江省市场监管局对外表示：该局认真落实省委、省政府部署要求，把服务冰雪旅游产业高质量发展作为重要政治任务，积极发挥市场监管职能，开展冬季冰雪旅游“百日行动”，营造高品质的旅游环境。

进入冬季以来，黑龙江省市场监管局深入开展特种设备隐患排查整治，完善风险点清单，分类制定风险防控措施，全覆盖检查冬季在用游乐设施 44 台、客运索道 38 条，督促整改问题 53 个。该局每天对哈尔滨冰雪大世界园区的特种设备进行试运行检查，防范、化解安全隐患。

同时，该局联合文旅部门，编制全省文旅标准体系，汇集国家、行业和地方文旅标准 259 项，制定并发布《冰雪景观景区安全防护管理规范》等 11 项地方标准，组织省标准化院牵头制定《冰雪研学旅行服务规范》。

该局持续加大对景区、景点、早市、夜市、餐饮店的食品安全监管力度，督促整改问题 586 个，依法处理监督抽检不合格食品 23 批



次；指导马迭尔、秋林、哈肉联等黑龙江特色食品品牌销售门店加强食品安全管理；集中开展年夜饭“你点我检”活动，采取“实验室+快检车”模式，对旅游重点场所开展食品安全专项抽检，确保游客饮食安全。

此外，该局开展了消费品监督抽检 379 批次，核查处置不合格车用汽柴油 20 批次、不合格羽绒服 1 批次；专项监测旅游相关广告 2752 条次，调查处理涉嫌违法广告 4 条次；严厉打击出租车不按规定使用计程计价设备、电子计价秤“缺斤短两”、商品和服务价外加价等违法行为。

该局还严格落实节日值班值守制度，每天通过指挥调度中心以视频方式调度各市（地）局值班情况；组成应急处置工作专班，实行 24 小时值班备勤；充分发挥 12315 平台作用，落实投诉处理“不过夜”要求，并建成景区消费维权服务站 226 个，为维护游客合法权益提供更多保障。

3. 山东开展广告业统计“多报合一”改革试点

https://www.samr.gov.cn/xw/df/art/2024/art_62594996d6f54c0c8387ac7616ab4bf6.html

近日，市场监管总局批复同意山东省实施广告业统计调查与企业年报“多报合一”改革试点。这是市场监管部门继实现与人社、统计、商务、海关、外汇、税务年报相关事项“多报合一”后，进一步统筹



整合，将“多报合一”政策扩展至广告业领域。此项改革也是山东省进一步减轻企业负担，持续优化营商环境的新举措。

根据广告业统计“多报合一”改革要求，自2023年度年报起，山东的广告企业不再通过“国家市场监督管理总局广告业统计系统”报送广告业年报和季报统计数据，改为统一通过国家企业信用信息公示系统（山东）报送信息，这能够进一步方便经营主体年报，有效减轻企业“多头报送”负担，实现“一个平台、一次填报、多方共享”，更好优化营商环境。

为贯彻市场监管总局批复要求，山东省市场监管局迅速行动，积极研究落实措施，加强工作部署，统筹推进改革试点各项工作，印发了《关于开展广告业统计“多报合一”改革试点的通知》，进一步明确山东省各级市场监管部门职责分工，强化广告业统计数据采集、校验、上报、回传等数据管理要求，切实保障改革试点期间统计数据安全和数据质量。

4. 关于侵害用户权益行为的APP（SDK）通报（2024年第1批，总第36批）

https://wap.miit.gov.cn/jgsj/xgj/gzdt/art/2023/art_80310573e102470c9623761ef98992f7.html

工业和信息化部高度重视用户权益保护工作，依据《个人信息保护法》《网络安全法》《电信条例》《电信和互联网用户个人信息保护规定》等法律法规，持续整治APP侵害用户权益的违规行为。近



期，我部组织第三方检测机构对用户反映突出的开屏弹窗“乱跳转”、“关不掉”以及违规收集使用个人信息等问题进行检查，共发现31款APP及SDK存在侵害用户权益行为（详见附件），现予以通报。

上述APP及SDK应按有关规定进行整改，整改落实不到位的，我部将依法依规组织开展相关处置工作。

5. 网信系统持续推进网络执法 查处各类网上违法违规行为

<https://mp.weixin.qq.com/s/wwwCTQ0YuoZgEE3A3mu9QA>

国家网信办持续加强网络执法监督检查力度，不断强化日常监督检查、重点案件督查督办，积极开展执法人员能力建设，持续推进严格规范公正文明执法。各级网信部门严格落实法律法规规章规定，从线索核查、办理程序、法律法规适用、保障当事人权益等方面不断规范网络执法行为、提升案件办理质量，从“快、准、严、效”上下功夫，确保案件事实认定清楚、证据确凿充分、适用法律准确、程序合规合法、处罚精准适当。

6. 北京公布3起打击整治网络谣言典型案例

https://www.nrta.gov.cn/art/2023/11/3/art_3667_66168.html

2月4日，北京网警公布了3起依法打击整治网络谣言典型案例。

贵某编造发布“江西火灾”谣言案。2024年1月28日，网民贵某为博取流量，在某平台发布涉“江西火灾”不实信息。经查，该人使用某平台的“人工智能软件”功能，散布“江西火灾12名责任人



被控制，其中包括江西省消防救援总队副总队长肖伟”的不实谣言，引发平台舆论关注。目前，贵某因虚构事实扰乱公共秩序，被公安机关给予行政处罚。

候某某蓄意传播“连云港校园霸凌”网络谣言案网民候某某在热门视频平台上转发涉及“江苏连云港高三学生自杀系因校园霸凌”的谣言，引发网民围观，造成不良影响。目前，公安机关对候某某进行了批评教育。

关某某编造“可燃放烟火爆竹”的网络谣言案网民关某某为博取关注、吸引流量，在某平台上发布“北京市今年五环内可以燃放烟火爆竹”的谣言，引发网民关注，造成不良社会影响。目前，公安机关对关某某进行批评教育。

四、重点企业、平台热点资讯

1. Sora 上市，带动 AIGC 概念板块全线飘红

https://mp.weixin.qq.com/s/e_Nm1IEgjhDvNa75QhApNQ

2月16日，全球人工智能模型领跑者 OpenAI 推出了一款能根据文字指令即时生成短视频的模型，命名为 Sora。

Sora 能够从文本说明中生成长达 60 秒的视频，并能够提供具有多个角色，特定类型的动作和详细的背景细节的场景。Sora 还能在一个生成的视频中创建多个镜头，体现人物和视觉风格。此外，Sora



可以一次性生成整个视频，也可以扩展生成的视频，使其更长。在业内看来，虽然目前 Sora 存在一定的局限性，但其所呈现的效果，所支持的视频参数等基础条件已具备商用化技术基础，AI 视频商用将不再遥远，有望在影视、广告、短视频等多个领域实现应用。基于商用预期，A 股 AIGC 概念股在龙年的首个交易日集体暴涨。包括当虹科技、万兴科技、因赛集团、易点天下等业务涉及文生视频的上市公司 20CM 涨停，而包括昆仑万维、拓尔思、首都在线之内的 AI 概念股也涨逾 15%。

2.全球社交媒体用户突破 50 亿，脸书用户数量最多

https://mp.weixin.qq.com/s/e_Nm1IEgjhDvNa75QhApNQ

全球媒体监测机构 Meltwater 和社交媒体机构 We are Social 联合发布的最新调查报告显示，全球社交媒体活跃用户数量已突破 50 亿大关。

法新社 1 月 31 日报道称，调查报告显示，用户数量最多的社交平台是 Meta 公司旗下的脸书，该平台拥有 21.9 亿用户。Meta 旗下的 Instagram 紧随其后，拥有 16.5 亿用户。排在第三位的是短视频分享平台 TikTok，拥有 15.6 亿用户。不过该报告也表示，由于存在一人开有多个账号等情况，很难获得准确数据。

此外，该调查还显示，搜索引擎维基百科上搜索最多的词条是“ChatGPT”，这是由美国人工智能公司 OpenAI 开发的大语言模型。据报道，该模型推出两个月后即有 1 亿活跃用户。



3. 美国 AI 相关企业总市值一天蒸发 1.3 万亿元

https://mp.weixin.qq.com/s/e_Nm1IEgjhDvNa75QhApNQ

据英国路透社 1 月 31 日报道，美国微软公司、谷歌母公司 Alphabet 和超威半导体公司（AMD）发布的财报未能“惊艳”投资者，人工智能（AI）相关企业 30 日收盘总市值蒸发了 1900 亿美元。

众多美股科技巨头都于本周发布财报。这些公司在标普 500 指数中的占比已接近 29%。路透社分析称，人们越来越担心，这些公司股价回落可能会拖累市场，吓跑投资者。摩根大通分析师表示，科技公司的市场领先地位正变得“越来越不健康”。

4. 泰山文旅集团携手盛阳伍月，共筑“元泰山”文旅元宇宙

https://mp.weixin.qq.com/s/e_Nm1IEgjhDvNa75QhApNQ

近日，泰山文旅集团与盛阳伍月达成战略合作，共同推进“元泰山”文旅元宇宙的建设。该项目以泰山文化为基础，旨在通过人工智能、大数据、云计算等新技术，提升数字化营销和游客体验，连接泰山全域旅游资源。

此次合作意味着双方将携手探索中国旅游业的数字化转型与升级新路径，打造数字时代的文旅消费新场景。该项目不仅融合数字科技与旅游，更致力于传承与创新传统文化，触动人们心灵。

通过“元泰山”的虚拟世界，用户将能畅游天、地、人三界，体验数字化文旅消费的新场景。这一创新举措有望为旅游业带来更加美



好的旅游体验。

5. 殷墟博物馆新馆于2月26日开馆，近3000件珍贵文物首次展出

https://mp.weixin.qq.com/s/e_Nm1IEgjhDvNa75QhApNQ11

2月19日上午，国家文物局在京召开新闻发布会。安阳市委副书记、市长高永在会上宣布，殷墟博物馆新馆将于2月26日对公众开放。

据介绍，殷墟博物馆新馆坐落于洹水之滨，与殷墟宗庙宫殿区隔河相望，是首个全景式展现商文明的国家重大考古专题博物馆。新馆展厅面积约2.2万平方米，展陈聚焦商文明主题，包括“探索商文明”“伟大的商文明”“世界的商文明”三个部分，设有“长从何来——殷墟花园庄东地亚长墓专题展”“子何人哉——殷墟花园庄东地甲骨特展”等四个专题展览和一个特色沉浸式数字展。

新馆将展出青铜器、陶器、玉器、甲骨等文物近4000件套，其中四分之三以上的珍贵文物属于首次亮相——诸如集中展示的商代中期的青铜器，成组展示的亚址墓、马危墓等随葬器物，集中展示110余片花园庄东地H3甲骨窖藏坑出土甲骨等。

6. 20家科技巨头签署新协议，承诺打击AI欺诈

https://mp.weixin.qq.com/s/e_Nm1IEgjhDvNa75QhApNQ11

携程在2023全球旅行商大会上宣布多项措施，推动中国入境游发展。与中国对外文化交流协会签署战略合作协议，实施“你好！中国”计划，建立旅游指引服务平台。联合中旅旅行、蚂蚁集团等发布入境



游协作联盟倡议，目标服务人数 2024 年增长超 150%。

7. 全球人工智能伦理论坛共商人工智能格局

https://mp.weixin.qq.com/s/e_Nm1IEgjhDvNa75QhApNQ11

近期，微软、Meta、谷歌、亚马逊等 20 家科技企业在第 60 届慕尼黑安全会议上联合宣布，将共同致力于打击在今年选举中由人工智能技术产生的错误信息。

今年是全球大选年，包括印度、美国等多个国家将进行选举，据统计，今年的选举将影响到 40 多个国家的 40 多亿人。而人工智能技术，特别是 DeepFake 等技术可以产出欺骗性的音频、视频和图像来模仿民主选举中的关键利益相关者，或提供虚假的投票信息，从而威胁选举的公平性。为了减少这一危害，20 家科技公司联合签署了协议，OpenAI、Anthropic 和 Stability AI 初创公司也参与了协议签署。

五、典型案例、事件

1. 浙江蚂蚁小微金融服务集团股份有限公司等诉苏州朗动网络科技有限公司商业诋毁及不正当竞争纠纷案

(2020)浙 01 民终 4847 号

<http://gfgaye7afa817442546f5sxb5kbbkoppfu66cp.fyxg.oca.swupl.edu.cn/judgment-documents/detail/MjAzNzI0NDg3NDM%3D>

基本案情：

2019 年 5 月 5 日、6 日，朗动公司运营的企查查通过发布和向特定用户推送的方式，发布了针对蚂蚁微贷清算的企业信息，引发媒体



广泛关注，均围绕蚂蚁微贷是否存在清算行为进行了报道，还涉及了蚂蚁金服及其旗下花呗产品。短时间内新闻搜索条数达千万条以上。该条清算信息系企查查抓取自全国企业信用信息公示系统的公共数据，但系蚂蚁微贷 2014 年企业年度报告出现的历史信息。经蚂蚁金服、蚂蚁微贷申请，杭州互联网法院于 2019 年 6 月 21 日作出诉前行为保全裁定，要求朗动公司停止散布与蚂蚁微贷有关的清算信息，并对推送行为予以澄清。朗动公司于 2019 年 7 月 2 日在其官方微信、微博上发表声明，回应了企查查审慎不足的相关质疑，认为企查查保证信息内容与信息源头一致，做到真正的将信息精准且及时的提供给用户。对于针对蚂蚁微贷的清算信息的推送，相关人员的清算信息是公示系统曾记录在案的，绝非朗动公司二次编辑把舆论锚点标在蚂蚁小微经营不善之上。该声明发出后，引发了媒体新一轮的关注和报道。

裁判结果：

一、公共数据合法使用原则。公共数据作为促进经济发展的重要生产要素，应当鼓励市场主体对公共数据的利用和挖掘。但同时，对公共数据的利用应当合法、正当，不得损害国家利益、社会利益和其他主体合法权益，特别是不能损害数据原始主体的合法权益。本案中，蚂蚁微贷公司作为原始数据主体，朗动公司利用信息抓取技术，通过多种渠道抓取公共数据中涉及蚂蚁微贷公司的企业数据，经过分类整理供企查查平台用户查询。因此，蚂蚁微贷公司与朗动公司同处于企查查大数据平台构建的数据生态系统中。朗动公司通过国家企业信用



信息公示系统抓取蚂蚁微贷公司的企业信息，虽然数据本身来源于公共数据，但是信息的发布和推送行为应当保持与蚂蚁微贷公司企业信息的一致性，即客观公正的反映企业信息，不应因数据来源的公共属性，而损害数据原始主体的商业利益。二、行为不正当性的评价。企查查平台提供的企业数据信息直接指向原始数据主体。基于征信大数据生态系统中数据与数据源之间的联系并未切断的特殊性，企查查平台提供的企业信息查询功能与原始数据主体之间具有唯一的对应关系。这种基于同一数据生态系统中的数据与信息对应关系，将对蚂蚁微贷公司的市场竞争利益带来影响，并集中体现在蚂蚁微贷公司的商誉权上。商誉是经营者在经营过程中通过经营行为累积的社会整体评价，体现了经营者与消费者之间的信任关系，从这个角度讲，商誉具有财产属性，良好的声誉能够为经营者带来经济利益和竞争优势。由于信息发布行为造成的认识错误将导致用户企业或个人在交易时对其它经营者的经营状况、关联关系等产生错误的认识，无故减少其它经营者的交易机会、或增加经营者的交易成本和负担。朗动公司的行为损害了以信用为基础的市场竞争秩序。朗动公司作为从事企业征信业务的互联网征信机构，在享有征信数据带来的经济利益的同时，还应当对数据质量负有一定的注意义务，征信数据的数据质量不但影响互联网征信机构自身的竞争能力，还因为数据本身对数据主体的商誉影响，而影响数据主体的竞争优势。朗动公司针对蚂蚁微贷公司推送企业信息的行为，在数据存在偏差的情况下，给蚂蚁微贷公司带来



商誉上的损害，并且影响蚂蚁微贷公司的市场竞争优势。因此，朗动公司的行为构成不正当竞争。三、从行业现状出发确定责任承担。由于互联网征信行业仍处于发展的起步阶段，相关行业规范尚未成熟，应当以鼓励数据共享流通、兼顾各方利益为原则，并正视海量数据处理的技术困境，合理确定注意义务。一方面，从事企业征信的互联网征信企业运用大数据技术优势，将公共领域碎片化的局部数据整合起来，较为完整的反映企业经营信用状况，实现了面向整个市场的信息共享，解决了商业信息滞后、信息不对称的市场困境，在降低信息收集成本，增加交易行为的透明度，促进社会诚信体系建设方面具有积极作用。由于受到数据共享范围、获取成本的限制及数据有效抓取技术的局限，在司法裁判上，不宜为互联网征信企业赋予过高的注意义务，对于普通的信息偏差，应当允许其通过事后救济的方式进行修正。但另一方面，互联网征信企业作为一种互联网经济下新兴的商业模式，对于收集、发布的数据信息仍具有基本的注意义务，应当通过技术的革新和完善，确保数据的真实、及时、准确，才能为市场主体的投资行为提供可信赖的、具有公信力的企业信息。综上，杭州铁路运输法院于2020年4月26日作出一审判决，判决朗动公司赔偿蚂蚁金服集团、蚂蚁微贷公司经济损失及合理费用60万元，并为其消除影响。2020年12月2日杭州中院二审维持原判。

裁判要旨：

大数据产品或服务提供者，使用公共数据时，应遵循来源合法、



注重信息时效、保障信息质量、敏感信息校验等原则。对公共开放数据的不当使用，未能尽到必要的注意义务，导致法人或自然人等原始数据主体的合法权益受损，公共数据使用者应承担相应法律责任。

典型意义：

数据已成为未来商业竞争的核心动力。为了鼓励数据的共享和流动，最大程度地挖掘数据价值，保障数据行业的持续健康发展，应当赋予大数据分析企业享有基于数据利用产生的数据权益。同时，也要兼顾原始数据主体、数据提供者、数据消费者的合法权益，从维护社会公共利益，增强社会整体福祉的角度平衡各方利益。本案是在大数据生态系统中，公共数据使用者与数据原始主体之间因数据质量瑕疵引发的纠纷，涉及大数据商业模式下公共数据使用行为的正当性问题。通过本判决，首次确立了公共数据使用的基本原则，厘清了公共数据合法使用的边界，并从确保数据来源合法、数据安全、数据质量等方面，约束的数据使用行为，以促进大数据分析企业通过改进算法技术、规范数据处理规则等，实现良性有序发展。

2. 北京字节跳动科技有限公司、浙江今日头条科技有限公司诉深圳故事文化传媒有限公司侵害商标权纠纷案

(2020)浙 8601 民初 1624 号

<https://sy.Incourt.gov.cn/article/detail/2023/11/id/7625604.shtml>

基本案情：



北京字节跳动科技有限公司、浙江今日头条科技有限公司（以下简称两原告）共同享有涉案“头条”、“今日头条”文字商标的注册商标专用权。两原告认为，深圳故事文化传媒有限公司（以下简称深圳故事公司）有意将其网站命名为“头条百科”，并在网站多处使用“头条”标识，侵害了其注册商标专用权。该公司工作人员在与用户接洽中，对其“头条”百科网站是否属于“今日头条”存在模糊回应，导致用户认为其网站与两原告存在某种关系，而对网站的运营主体产生混淆误认，并造成负面评价。请求深圳故事公司停止侵权、消除影响、赔偿损失及合理支出450万元。

在该案的诉讼过程中，两原告向法院申请了行为保全，要求深圳故事公司立即停止使用“头条百科”和“头条”标识，及发布虚假宣传信息等不正当竞争行为，并提供了450万元的担保。法院认为，“头条”、“今日头条”涉案商标，均属于高知名度和高关注度的内容服务应用标识，被申请人未经许可使用“头条”标识的行为可能会降低相关权利人的竞争优势和商业机会。遂裁定深圳故事公司立即停止在其运营的网站使用“头条”、“头条百科”标识，以及立即停止使用“头条”标识的误导及虚假宣传行为。

裁判结果：

法院认为，本案两原告系涉案“头条”、“今日头条”注册商标的商标专用权人，且八个涉案注册商标均尚在有效期内，法律状态稳定，其商标权益应受法律保护。深圳故事公司在其经营的网站使用



的“头条”及“头条百科”标识与两原告涉案“头条”商标经比对，文字组成、读音均完全相同，构成商标法意义上的相同商标。上述被诉侵权标识虽与涉案“今日头条”注册商标不完全相同，但对于近似商标的比对，相关商标构成要素整体上不近似的，但主张权利商标的知名度远高于被控侵权商标的，可以采取比较主要部分决定其近似与否。由于“今日头条”标识在其服务类别上已经具有较高知名度及影响力，极易使相关公众对商品或服务的来源产生误认或者认为其来源与两原告的“今日头条”注册商标的服务有特定的联系，故两者构成商标法意义上的近似商标。同时，经分类比对，深圳故事公司经营“头条百科”网站所提供的服务与涉案注册商标分别在第35类和第38类服务项目上亦构成相同服务。故，深圳故事公司未经许可在其网站经营活动中，突出使用“头条”、“头条百科”被诉侵权标识，足以使相关公众对其服务来源产生混淆，或者认为其服务来源与两原告的服务有特定的联系，侵犯了两原告涉案注册商标的专用权。

法院认为，深圳故事公司在经营其“头条百科”网站中，其客服人员在与客户接洽、商谈过程中，暗示其网站属于“今日头条”，借助两原告的商誉引起消费者对其网站运营主体的混淆误认，并已经引起网络用户对两原告网络服务的负面评价，两原告认为上述行为易使相关网络用户对其网站服务来源、服务信息质量、内容等与原告字节跳动公司旗下的“今日头条”及“头条百科”具有某种关联性，客观上增加了深圳故事公司网站的知名度以及点击量、使用量。结合已查



明的事实，本院认定上述该混淆以及损害结果的发生，依然属于侵害涉案注册商标权行为所产生，尚不存在除针对涉案商标之外的仿冒事实。且两原告亦未提交证据证明深圳故事公司在对其网站服务的功能、服务内容、所获荣誉等方面作出过引人误解的商业宣传。故，本院对两原告主张被告构成其他引人误认的不正当竞争行为及虚假宣传行为的诉请不予支持。

关于民事责任的承担，法院认为，深圳故事公司的侵权行为客观上已经造成相关网络用户的实际混淆情况，在一定范围内已经造成了不良影响，综合考虑深圳故事公司侵权行为涉及的领域、平台、规模、范围，本院对于两原告要求深圳故事公司消除影响的诉讼请求予以支持。关于损害赔偿，知识产权损害赔偿数额的确定既要以知识产权的市场价值为指引，力求准确反映被侵害知识产权的市场价值，又要充分顾及市场环境下侵权主体及侵权行为的各类对应因素，两原告请求法院适用法定赔偿方式，但未举证证明其因侵权行为产生的实际损失或深圳故事公司因侵权行为所获得的利益。综合涉案商标的知名度、“今日头条”网络服务产品的知名度、深圳故事公司的经营规模、侵权行为的性质等对侵权主体及侵权行为考量因素的分析，因本案商标侵权人的恶意明显，侵权情节严重，故本案在按照法定赔偿标准，依法规范行使法律赋予的自由裁量权的同时，在确定赔偿数额时体现一定的惩罚性。综上，法院于2021年2月9日作出裁判，深圳故事公司立即停止侵害两原告涉案“头条”、“今日头条”注册商标专用权



的行为，今日头条网站首页显著位置连续七日刊登声明以消除影响，赔偿两原告经济损失（包含为制止侵权行为所支付的合理开支）3000000元。

裁判要旨：

侵权者利用驰名商标标识进行仿冒而产生的混淆误认结果，依然属于侵犯注册商标权行为所产生，应在商标法调整范围内给予保护，不宜就同一事实、同一行为进行商标和不正当竞争双重保护和评价。

典型意义：

互联网时代，网站的关注度和知名度可以转化为流量和用户，从而带来直接的经济利益和竞争优势。放任网络恶意仿冒他人知名商标的“搭便车”、“傍名牌”的侵权行为，将最终严重损害在先权利人的合法权益和消费者的利益，故在按照法定赔偿标准的同时，本案充分发挥了惩罚性赔偿对于故意侵权行为的威慑作用，有利于互联网服务相关产业的可持续发展。同时，厘清了《反不正当竞争法》第六条第（四）项的使用标准和保护边界，即被诉行为属于仿冒混淆行为，其仿冒混淆的对象表现为商业标识（商业外观），且该标识在其商业领域内已具有一定的知名度，本身具有较强的可辨识度，同时与其所对应的商品或服务已形成较为稳定的联系，容易造成相关公众对相关商品或服务来源的混淆及误认，而被诉侵权行为已经造成了实质性的商业损害。

3. 陶某与教某侵害作品信息网络传播权纠纷案



(2020)浙 01 民终 1426 号

https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_12409780

基本案情：

杭州网易雷火科技有限公司开发的《楚留香》手机游戏，后更名为《一梦江湖》，该游戏的主要特色和卖点为捏脸系统，陶某通过操作上述游戏捏脸系统，制作产生游戏人物形象，其中人物发饰、服饰、身形均系游戏系统自带可选项。涉案作品登记证书所载的 2 个作品图案，作品类别为美术作品，陶某在本案中主张权利的系上述图案的脸型及五官，且 2 个图案中的脸型及五官均分别一致。陶某通过侵权取证，在教某开设的淘宝店铺中购买显示有被诉侵权形象的虚拟商品，附有数据字符串，商品详情页显示累计评论数为 321，交易成功数为 201，并在该页面缩略图的主图和介绍内容中均附有注明“月如捏脸”和“霞”的人物形象。2018 年 11 月至 2019 年 3 月期间，教某经营的网络店铺存在上述侵权链接，至庭审时确认已被删除。陶某认为教某未经授权擅自使用其作品，侵害其对文字作品享有的信息网络传播权，遂诉至本院，请求判令教某停止侵权，在全国范围内公开赔礼道歉，赔偿经济损失 25000 元。

裁判结果：

本院经审理认为：该案主要争议焦点为陶某主张的涉案人物脸型及五官是否构成美术作品，若构成作品，则陶某是否为著作权人及教某实施的涉案行为是否侵害作品信息网络传播权。我国著作权法保



护作品的基本理念在于保护思想的独创性表达但不保护思想，由于国家版权局对于申请登记的内容只作形式审查，并不对其是否构成作品进行实质审查和认定，因此在认定是否构成美术作品时，要审查是否具有独创性这一作品受保护的实质要件，而独创性必须系作者独立完成并能体现作者特有的选择和安排。通过分析《一梦江湖》游戏捏脸系统的玩法规则可知，该捏脸系统已经为游戏玩家提供了一个基础人物形象，游戏玩家进入涉案游戏，在选定门派后可以通过游戏内置的捏脸系统开始捏脸环节，选定角色性别后会有相应默认设置的基础人物形象可供选择，还细化为脸部、发型、五官、妆容上可作微调，其中五官主要包括眉毛、眼睛、嘴巴、耳朵，女性角色还可在眉妆、眼妆、瞳色、唇妆等方面进行妆容微调。作品的独创性强调独立完成和创作性。结合捏脸环节的游戏操作体验，从“独”的表现来看，捏脸环节所呈现的基本素材和微调范围均为游戏内置和已设定的玩法，默认设置的基础人物形象已呈现发型、脸型、五官、服装的搭配效果，游戏玩家在对角色形象特别是脸型、五官进行捏脸时所独立完成的表达更多是程式化的，其选择余地较为有限，且并非由玩家自行创作产生五官或妆容的新素材，由此产生的角色形象有别于从无到有创造的劳动成果，而是在已有人物形象上所作的参数调整，只是在现有设置素材的基础之上进行的创作，仍承载有游戏开发者个性化的设计、构思，该捏脸是在他人已有独特思想的表达之上所进行的再创作。从陶某在本案中主张受保护的脸型和五官来看，由此产生的劳动成果与游



戏内置的基础人物形象之间的差异过于细微。就“创”的表现而言，只有当表达形成的过程中有取舍、选择、安排、设计的余地，且作者独特的智力判断与选择以及展示作者的个性达到一定高度时，该表达才具备独创性。在对游戏中的上述各项可供微调的部分进行各式操作选择，会产生形象各异、美丑有别的人物形象，但就审美意义而言，具有美感的女性角色形象所应具备的脸型和五官要素上的取舍、选择较为分明、确定，选择余地比较有限，这也意味着据此生成的角色形象之间会存在一定的相似性，在剔除发型、发饰、服装对人物形象的作用后，相似度更甚，作者在创作过程中个性化的判断和选择，对于该种思想来说，仅系较为有限的“简单表达”，涉案人物形象中的脸型和五官，不具有独创性，不构成作品。鉴于涉案形象不构成著作权法意义上的作品，本案的权利基础已不存在，本院对其他争议问题不再评判。综上，本院于2019年12月20日判决：驳回原告陶某的诉讼请求。

陶某不服，向杭州市中级人民法院提起上诉。杭州市中级人民法院于2020年9月24日判决：驳回上诉，维持原判。

裁判要旨：

通过游戏捏脸系统生成的角色形象，系玩家在游戏算法规则所载初始形象基础上所作的二次创作，只有当新形象能体现玩家新的表达、个性化创作，且与他人已有表达区别明显时，才能达到一定的创作高度，方可被纳入《著作权法》保护的范畴。



典型意义：

创新发展的数字技术给文化创作及文化产品消费带来新形式，不断塑造产业新生态。本案反映游戏领域著作权保护的新业态趋势，基于网络游戏平台算法，游戏玩家出于个人喜好选择而在游戏中生成具有美感的美术形象，进而形成虚拟产品产业链，新技术的出现赋予消费者更多参与网络游戏的方式，丰富了游戏体验，而该种美术形象能否获得著作权法上的保护，成为亟待明确的问题。本案中，法院在考量加强知识产权尤其是著作权保护的同时，兼顾文化发展与繁荣、公众创作自由因素，通过对作品独创性的认定标准进行有益探索，明确玩家在操作游戏时产生的衍生利益并不一定成为受《著作权法》保护的智力成果，不能以此对抗游戏版权方、运营方所享有的权利基础，有力回应借助现代信息技术而实现的虚拟形象著作权保护前沿问题，提升游戏领域已形成的信息共享活力，以利于游戏产业的可持续健康发展。

4. 浙江淘宝网络有限公司等诉北京易车信息科技有限公司不正当竞争纠纷案

(2020)浙01民终8743号

https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_12409780

基本案情：

浙江淘宝网络有限公司、淘宝（中国）软件有限公司（以下简称两原告）系手机淘宝IOS系统的开发者、运营者。北京易车信息科技



有限公司（以下简称易车公司）系易车 App 的运营者和网络服务提供者。易车公司将易车 App 客户端的“URL Scheme”规则中输入了对应淘宝网的协议名称“taobao”，用户下载安装易车 App 后，使用支付宝、钉钉、UC 浏览器、Safari 浏览器等访问手机淘宝时，弹出的页面仅显示打开 App 的提示框，且用户只能选择“打开”或“取消”，用户点击“打开”后页面直接跳转至易车 App。两原告认为，易车公司通过篡改唤醒协议的技术手段，强制进行应用间跳转，劫持两原告用户流量，谋取不正当商业利益，构成不正当竞争。故请求判令易车公司停止即停止劫持流量的不正当竞争行为及刊登声明消除影响并赔偿两原告经济损失 100 万元。易车公司则辩称：易车 App 系由他人开发与维护，其作为易车 App 的使用者已尽到相应的注意义务，案涉纠纷源于 URL Scheme 本身技术漏洞，且易车 App 与淘宝 App 的产品定位和用户群体具有明显差异，不会对两原告的商业利益造成实质性影响。

裁判结果：

法院经审理认为，易车公司通过自定义唤醒协议的技术手段，在无正当理由的情况下将用户选择淘宝 App 的应用目标自动导引至其所经营的易车 App，且用户只能选择打开易车 App 或取消。在此种应用目标跳转情景下，用户虽然可以选择取消易车 App 的应用，但无法再选择应用淘宝 App，只能放弃原定应用目标。本院认为，此种应用目标间跳转，就用户而言具有迫使其放弃原定应用目标选择的强



制性，就淘宝 App 而言因此丧失了平等接受消费者选择的可能。易车公司的被诉行为，违背了诚信原则和商业道德，具有不正当性。

首先，易车公司的被诉行为剥夺了用户对于网络服务提供者应有的选择权。移动互联网环境下，网络服务提供者大多以 App 应用软件形式提供服务，用户不同的网络需求则从提供不同服务的多个 App 应用软件中获得。网络市场中的 App 应用软件可以是海量的，但用户实际选择下载到个人手机等移动网络设备中的 App 应用软件类别和数量必然是有限的，每个应用软件被用户主动选择并下载安装是该应用软件经营者在经营活动中付出积极努力从自由竞争的市场中赢得用户的结果。本案中，在用户安装了易车 App 后，用户在其他应用软件想要打开淘宝 App 时则被禁止，只能选择打开易车 App 或取消，此种跳转冲突现象未尊重用户知情权，导致 IOS 系统手机淘宝应用软件不能平等地接受用户的选择，从而使软件权利人丧失了相应的交易机会。涉案两应用软件之间的上述跳转冲突现象违背了用户的知情权和自由选择权，且妨碍、破坏了两原告合法提供的网络产品的正常运行，损害了其正当的商业利益，已超出合理范畴，具有不正当性。

其次，易车公司的被诉行为易造成用户对应用软件服务来源的混淆。经营者在市场交易中，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则，遵守公认的商业道德。作为新兴行业的互联网行业发展速度很快，从业者应尊重其他经营者的合法权益。本案中，两原告享有对



“taobao”商标和“taobao”域名的经营利益，“taobao”作为淘宝App公认的协议名称，具有较高的知名度和识别性，在公众中能形成指代淘宝应用程序的稳定联系。易车公司在经营活动中对他人使用在先并具有较高知名度的通用协议名称应予以避让，以免造成混淆、误认的后果。易车公司使用他人具有公知性的协议名称，主观上具有过错，违背了诚实信用原则和公认的商业道德，其行为具有不正当性。

综上，本院认为易车公司通过自定义唤醒协议的技术手段，无正当理由迫使用户转至与其需求不同的应用界面，属于未经其他经营者同意，在其合法提供的网络产品或者服务中，采用技术手段强制进行目标跳转的行为，妨碍、破坏了两原告合法提供的淘宝网络产品的正常运行，构成不正当竞争。

关于易车公司认为易车App中的URL Scheme协议名称“撞车”系技术故障或技术漏洞，易车App软件的开发、升级、维护均由易车广告公司操作，易车公司作为使用人不应对该技术缺陷负责，其发现代码故障后已及时采取适当措施，履行了应尽的注意义务。本院认为，技术漏洞不能当然作为侵权抗辩的理由，如行为人应当知道该技术漏洞的存在，仍利用技术作为不正当竞争的手段时，该行为人仍应承担相应的侵权责任。易车公司提供的《软件开发服务合同》能证明易车公司委托易车广告公司开发易车App软件系统，但不能直接证明易车App中的URL Scheme协议名称由易车广告公司定义，且易车公司作为易车App的运营者和该软件系统的网络服务提供者，



应当始终掌握易车 App 的在线运行状态，并对易车 App 中具有的功能负责，其系本案不正当竞争行为的实施者，也即涉案被诉行为的责任承担主体。易车公司该抗辩的目的在于要求本案侵权责任承担的最终主体为易车广告公司，对于其二者之间责任应如何划分，根据合同相对性，易车公司可依据其委托开发合同约定另行主张，不属于本案审查范围。

本院于 2020 年 8 月 18 日判决：易车公司立即停止实施涉案不正当竞争行为，赔偿两原告经济损失 50 万元并刊登声明消除影响。

易车公司不服，向浙江省杭州市中级人民法院提起上诉。该院于 2021 年 2 月 23 日判决：驳回上诉，维持原判。

裁判要旨：

利用手机 App 唤醒策略实施流量劫持行为，对用户的网络访问和浏览构成了强迫，剥夺了消费者（用户）的知情权和自由选择权，损害消费者的合法权益，该行为同时不当地攫取原本属于其他经营者的网络流量和商业机会，损害其他经营者的合法竞争性利益，构成不正当竞争。

典型意义：

本案系首例涉及利用手机 App 唤醒策略实施流量劫持的网络不正当竞争新类型案件。本案判决一是明确了流量劫持类型的不正当竞争纠纷适用《反不正当竞争法》第十二条第一项的条件是审查具体行为是否符合该类型化条款的要件；二是对用户原选定应用目标能否得



以实现为主要切入点，通过对被诉行为对用户选择权和他人网络产品或服务正常经营的影响程度，分析了竞争行为的不正当性；三是以否扰乱市场竞争秩序等方面进行综合评判，明确了互联网新型流量劫持不正当竞争行为的判定标准，对类案的处理具有典型的指导和借鉴意义。本案判决秉持正向的网络治理观，有效规制了互联网流量劫持行为，划定技术应用的合理边界，为打造公平有序的互联网竞争秩序提供了司法保障。