



2024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. 全国广电行业圆满完成 2024 年全国两会开幕会广播电视安全播出保障工作.....	- 1 -
2. 全国两会正式召开，多项提案涉及文娱、知产领域.....	- 1 -
3. 商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见.....	- 2 -
4. 商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意.....	- 3 -
5. 中国首部 AI 全流程微短剧《中国神话》启播.....	- 3 -
6. 演艺业相关纳入海南自贸港新增鼓励类产业目录.....	- 3 -
二、 产业立法动态.....	- 4 -
1. 《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》公布.....	- 4 -
2. 《网络表演经纪机构管理办法》“政策缓冲期”届满.....	- 6 -
三、 产业监管动态.....	- 6 -
1. 《上海市化妆品行业广告宣传合规指引》正式发布.....	- 6 -
2. 北京市监局发布《深入落实市场监管总局广告绝对化用语执法指南工作指引》.....	- 7 -
3. 中央网信办部署开展 2024 年“清朗”系列专项行动.....	- 7 -
4. 方甄选回应曾销售糟头肉扣肉：可提供订单编号进行退款.....	- 8 -
5. 三只羊就梅菜扣肉事件致歉.....	- 8 -
6. 林书豪身陷禁药风波.....	- 9 -



7. 违反公平竞争承诺，法国竞争管理局对谷歌处以 2.5 亿欧元罚款	- 9 -
8. 寻求永久禁令！香奈儿请求法院禁止转售公司继续使用其商标	- 10 -
四、重点企业、平台热点资讯	- 12 -
1. B 站视频基础激励将设置月收入上限	- 12 -
2. 优酷与番茄小说达成合作，共同推动网文 IP 影视化	- 12 -
3. 阿里 1688 将全面入淘，将设立专门频道	- 13 -
4. 微信豆和腾讯广告各自推出全域投流产品	- 13 -
5. 东方甄选和与辉同行分场直播	- 13 -
五、典型案例、事件	- 14 -
1. 首例公共空间表演作品被侵权的认定：《寻找牡丹亭》案	- 14 -
2. 真人驱动型虚拟人著作权问题：虚拟数字人第一案的审理思路	- 18 -
3. 游戏推广称“1: 1 还原狂飙剧情玩法”，是否侵权	- 19 -
4. 教练员因遭投诉被公司开除，体育公司被判赔 4 万多元	- 21 -



一、 产业热点资讯

1. 全国广电行业圆满完成 2024 年全国两会开幕会广播电视安全播出保障工作

<https://mp.weixin.qq.com/s/0M3iwilidbV3iucy2yyXqA>

国家广播电视总局党组高度重视 2024 年全国两会期间广播电视安全播出工作，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大和二十届二中全会精神，深入学习贯彻习近平文化思想和习近平总书记关于广电工作的重要指示批示精神，深入贯彻落实全国宣传思想文化工作会议、全国宣传部长会议精神，按照党中央和中宣部的部署要求，把确保全国两会广播电视安全播出作为一项重要的政治任务持续抓紧抓好，成立专项工作领导小组，召开专题会议研究部署，开展北京地区重点保障单位安全播出检查，提前印发重要保障通知和工作方案、发布重要活动直播预告，要求全国广电系统压紧压实意识形态工作责任制和安全播出工作责任制，坚持最高标准、最严要求、最实措施，全面加强安全播出及网络安全、设施安全保障措施，全力确保党和国家的声音清晰流畅、安全稳定地传入千家万户、世界各地。

2. 全国两会正式召开，多项提案涉及文娱、知产领域

<https://new.qq.com/rain/a/20240304A08TW700>

3 月 4 日，2024 年全国两会正式召开。针对近年快速发展的微短剧这一热点领域，北京大学中文系教授张颐武、演员张凯丽、导演刘家成



等政协委员提出相关议案，提案涉及行业现状、加强监管、内容引导、MCN 制作机构、出海激励、未来发展等多项内容。此外，多位代表聚焦文化娱乐领域的知识产权保护问题提出议案，例如：全国人大代表莫元花建议，加强非物质文化遗产知识产权司法保护；全国政协委员蒋胜男建议，加强编剧署名权保护；全国政协委员、知乎创始人兼 CEO 周源建议，加大打击新型盗版侵权力度，保护网络文学市场持续健康发展；全国政协委员吴义勤建议，持续完善跨国版权保护机制，为网文出海保驾护航。

3. 商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见

<http://www.mofcom.gov.cn/article/zwgk/gkzcfb/202403/20240303480677.shtml>

商务部等 9 部门发布关于推动农村电商高质量发展的实施意见。目标用 5 年时间，基本建成设施完善、主体活跃、流通顺畅、服务高效的农村电商服务体系。在全国培育 100 个左右农村电商“领跑县”，电商对农村产业的促进作用进一步增强。培育 1000 家左右县域数字流通龙头企业，传统商贸流通企业数字化、网络化、智能化转型取得阶段性进展。打造 1000 个左右县域直播电商基地，直播电商应用水平进一步提升。培育 10000 名左右农村电商带头人，农村电商就业创业带动能力进一步提高。



4. 商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意

https://business.sohu.com/a/764530652_115433

3 月 15 日，Sensor Tower 公布的《2024 年短剧出海市场洞察》报告显示，截至 2024 年 2 月底，已有 40 多款短剧应用试水海外市场，累计下载量近 5500 万次，内购收入达 1.7 亿美元。其中，ReelShort 贡献了短剧出海赛道 52% 的下载量和 48% 的收入，占据出海短剧“半壁江山”。从不同地域来看，报告显示，美国市场贡献短剧核心收入。头部应用 ReelShort、DramaBox 和 GoodShort 的总收入，分别有 69%、57% 和 66% 来自美国市场。同时，ReelShort 和 DramaBox 在美国市场的平均单次下载付费均达到其他市场的 6 倍。

5. 中国首部 AI 全流程微短剧《中国神话》启播

https://baijiahao.baidu.com/s?id=1794227923333577392&wfr=s_pider&for=pc

在中央广播电视总台成立 6 周年之际，3 月 22 日，央视频 AI 微短剧启播暨 AI 频道正式上线，中国首部 AI 全流程微短剧《中国神话》与受众见面。

6. 演艺业相关纳入海南自贸港新增鼓励类产业目录

https://hainan.chinatax.gov.cn/xxgk_6_1/01151380.html

经国务院同意，国家发展改革委、财政部、税务总局修订印发《海南自由贸易港鼓励类产业目录（2024 年本）》。目录显示演出经纪服务、



演出场所、娱乐场所经营以及旅游演艺目前已纳入海南自贸港发展新增鼓励类产业范围。

国家发改委相关负责人对目录加以阐释，为统筹落实国家产业政策和促进海南自由贸易港发展，《目录（2024年本）》继续沿用“全国性现有目录+地区性新增目录”的体例结构。“全国性现有目录”包括《产业结构调整指导目录》和《鼓励外商投资产业目录》中的鼓励类产业，均按最新版本执行。“地区性新增目录”根据近年来目录实施情况和海南实际需要，聚焦旅游业、现代服务业、高新技术产业等重点产业，作了进一步修改完善，共包含14个大类行业、176个条目，与上一版本相比条目增加33条，新增的内容主要集中在文化旅游、新能源、医药健康、航空航天、生态环保等领域。

二、产业立法动态

1. 《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》公布

https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202403/content_6940206.htm

3月19日，国务院总理李强日前签署国务院令，公布《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》（以下简称《条例》），自2024年7月1日起施行。《条例》共7章53条，主要规定了以下内容：

一是细化和补充经营者义务相关规定。对消费者权益保护法规定的保障消费者人身财产安全、缺陷产品处理、禁止虚假宣传、明码标价、



使用格式条款、履行质量担保责任、消费者个人信息保护等义务作了细化规定。补充了经营者关于老年人、未成年人消费者权益保护相关义务规定。

二是完善网络消费相关规定。规定经营者不得利用技术手段，强制或者变相强制消费者购买商品或者接受服务。经营者不得在消费者不知情的情况下，对同一商品或者服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准。经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当以显著方式提请消费者注意。直播营销平台经营者应当建立健全消费者权益保护制度。

三是强化预付式消费经营者义务。规定经营者应当按照与消费者的约定提供商品或者服务，不得降低商品或者服务质量，不得任意加价。未按照约定提供商品或者服务的，应当按照消费者的要求履行约定或者退还预付款。经营者出现重大经营风险，应当停止收取预付款；决定停业或者迁移服务场所的，应当提前告知消费者，继续履行义务或者退还未消费的预付款余额。

四是规范消费索赔行为。规定投诉、举报应当遵守法律、法规和有关规定，不得利用投诉、举报牟取不正当利益，侵害经营者的合法权益，扰乱市场经济秩序。商品或者服务的标签标识、说明书、宣传材料等存在不影响商品或者服务质量且不会对消费者造成误导的瑕疵的，不适用惩罚性赔偿规定。对于通过夹带、掉包、造假、篡改商品生产日期、捏造事实等方式骗取赔偿或者敲诈勒索经营者的，依法予以处理。

五是明确政府消费者权益保护工作职责。规定各级人民政府应当加



强对消费者权益保护工作的指导，组织、协调、督促有关行政部门落实消费者权益保护工作职责。有关行政部门应当及时处理消费投诉、举报，开展消费预警和风险提示，加大监督检查和执法力度，及时查处侵害消费者合法权益的行为。

此外，《条例》明确了消费者协会履职要求，细化了消费争议解决相关规定，对违法行为规定了相应的法律责任。

2. 《网络表演经纪机构管理办法》“政策缓冲期”届满

https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/scgl/202210/t20221011_936389.html

截至2024年3月1日，2021年8月30日前从事网络表演经纪活动的经营单位应当取得相应的经营资质，否则将有可能面临处罚。2021年8月30日，文化和旅游部颁布并实施了《网络表演经纪机构管理办法》（“《办法》”），明确网络表演经纪机构应取得的经营资质，并对于《办法》实施前已从事网络表演经纪活动的网络表演经纪机构设置了18个月的政策缓冲期，对缓冲期内无经营资质的网络表演经纪机构不视为违反《办法》的规定。2022年10月10日，文旅部市场管理司发布公告，将《办法》涉及的政策缓冲期延长至2024年2月29日。

三、产业监管动态

1. 《上海市化妆品行业广告宣传合规指引》正式发布

<https://mp.weixin.qq.com/s/1XUi11Oiw1X4hOxsa1QfJg>



3月6日，上海市市场监督管理局、上海市药品监督管理局公开发布《上海市化妆品行业广告宣传合规指引》。该指引旨在指导化妆品生产经营企业和广告行业市场主体落实主体责任，完善广告管理制度，加强广告全流程管理，共同维护化妆品广告市场秩序，为化妆品行业高质量发展营造良好环境。

2. 北京市监局发布《深入落实市场监管总局广告绝对化用语执法指南工作指引》

<https://mp.weixin.qq.com/s/A8Nhb9lj8P6ByoQOEoN75w>

为进一步规范广告行业秩序，促进市场健康发展，3月20日，北京市市场监督管理局结合本地工作实际，制定出台了《深入落实市场监管总局广告绝对化用语执法指南工作指引》。该指引旨在落实市场监管总局《广告绝对化用语执法指南》，细化广告监管执法容错纠错标准，激发广告市场主体活力。

3. 中央网信办部署开展2024年“清朗”系列专项行动

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1793568418719521299&wfr=spider&for=pc>

中央网信办部署开展2024年“清朗”系列专项行动。2024年“清朗”系列专项行动将紧紧围绕人民群众的新期待新要求，全面覆盖网上重点领域环节，着力研究破解网络生态新问题新风险，重点开展10项整治任务。任务如下：1.“清朗·2024年春节网络环境整治”专项行动；



2. “清朗·优化营商环境—整治涉企侵权信息乱象”专项行动；3. “清朗·打击违法信息外链”专项行动；4. “清朗·整治‘自媒体’无底线博流量”专项行动；5. “清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动；6. “清朗·规范生成合成内容标识”专项行动；7. “清朗·2024年暑期未成年人网络环境整治”专项行动；8. “清朗·规范网络语言文字使用”专项行动；9. “清朗·整治违规开展互联网新闻信息服务”专项行动；10. “清朗·同城版块信息内容问题整治”专项行动。

4. 方甄选回应曾销售糟头肉扣肉：可提供订单编号进行退款

http://news.sohu.com/a/764948380_211762

3月15日，315晚会曝光了“安徽东辉科技食品有限公司”生产的“御徽缘”梅菜扣肉，使用的都是糟头肉，并且含有大量未经处理干净的淋巴肉和甲状腺，糟头肉不属于食品原料、禁止食用，这严重不符合《食品安全标准》。3月16日，微博打假人王海发文称：小杨哥和东方甄选都销售过糟头肉扣肉，直播间应退一赔十。对此，东方甄选客服表示，东方甄选特别重视这个问题，直播间确实有卖过“御徽缘”梅菜扣肉，如果消费者在东方甄选直播间购买过此产品，可以提供订单编号，会帮忙联系商家进行退款。

5. 三只羊就梅菜扣肉事件致歉

https://baijiahao.baidu.com/s?id=1793877679676578859&wfr=s_pider&for=pc



3月16日，打假博主王海发文称：小杨哥和东方甄选都销售过槽头肉扣肉，直播间应退一赔十。3月16日，东方甄选表示公司可先行垫付退款。3月18日，三只羊网络发布情况说明：针对网上热议的我司推广销售安徽东辉食品科技有限公司生产的“御徽缘梅菜扣肉”涉嫌违规使用槽头肉原料事件，我司第一时间安排专班核查，于3月15日当晚启动消费者登记，并陆续开始先行垫付退款。

6. 林书豪身陷禁药风波

https://baijiahao.baidu.com/s?id=1794002818453117242&wfr=s_pider&for=pc

3月19日，中国台湾地区P+联赛官方宣布——林书豪误用药物，被禁赛5场，罚款15万新台币（约合人民币34000元）。目前在P+联赛新北国王队效力的林书豪为修复足底筋膜伤势，误用违反WADA（世界反禁药组织）规定的静脉雷射（ILIB）疗法，且没有取得治疗用途豁免权。根据PLG联赛规则，如球员抽验结果违反联盟与WADA禁药政策规定标准，他将面临禁赛最高一年，永不录用或被罚款最高新台币50万元（约合人民币11万元）的处罚。

7. 违反公平竞争承诺，法国竞争管理局对谷歌处以2.5亿欧元罚款

<https://mp.weixin.qq.com/s/BXdCnTVPU2Y7IGwuf662QA>

3月20日，法国竞争管理局发布新闻稿，宣布对谷歌处以2.5亿欧元的罚款。处罚原因为谷歌违反了之前与监控受托人达成的合作承诺，



并未能履行其中的四项关键内容，包括：在规定的三个月期限内，基于透明、客观和非歧视性的标准，与新闻机构和出版商进行真诚谈判；向这些机构提供评估其相关权利报酬所需的信息；以及在谈判过程中，确保不影响与新闻机构和出版商的其他经济关系。

此外，法国竞争管理局还发现，谷歌在未经通知的情况下，擅自使用新闻机构和出版商的内容来训练其 2023 年 7 月推出的人工智能服务“Bard”的基础模型。然而，谷歌未向新闻机构和出版商提供将其内容从该模型中删除的技术解决方案，这严重影响了新闻机构和出版商在与谷歌谈判时的谈价能力。

鉴于谷歌的这些严重违规行为，法国竞争管理局决定对其处以 2.5 亿欧元的罚款。谷歌对此处罚并未提出异议，并已经提出了纠正措施，以解决这些存在的问题。

8. 寻求永久禁令！香奈儿请求法院禁止转售公司继续使用其商标

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

奢侈品牌香奈儿（Chanel）向美国纽约联邦法院提出一项永久禁令的动议，禁止二手奢侈品转售公司 What Comes around Goes around（以下简称 WGAGA）继续通过使用香奈儿商标、为未经香奈儿授权销售的香奈儿产品做广告以及提供经过实质性修改的香奈儿商品来迷惑消费者。

香奈儿与该奢侈品转售公司的纠纷可追溯至 2018 年。香奈儿表示，WGACA 一直在销售与香奈儿已将序列号作废的假冒包袋，并且这些假



冒包袋与拥有合法序列号的正品包袋并不相符。

纽约联邦陪审团在今年2月6日作出裁决，一致认定WGACA存在故意商标侵权、虚假关联、不正当竞争和虚假广告行为，并判处WGACA支付400万美元（约合2877万元）的损害赔偿金，但陪审团作出的裁决仅限于损害赔偿与法律补救措施。

香奈儿目前提出的动议是请求法院禁止WGACA继续进行侵权活动，例如：（1）采取任何可能导致消费者混淆或错误的行为，与Chanel进行不公平竞争；（2）未经授权使用香奈儿标志；（3）广告、推销或销售任何未经香奈儿授权销售的香奈儿品牌商品。此外，香奈儿还请求法院命令WGACA采取具体行动，例如：（1）召回自2018年3月案件开始以来向消费者或批发商销售的所有香奈儿侵权产品；（2）在其网站和实体产品上展示隶属关系和授权免责声明，并在WGACA网页上待售商品的显著位置张贴香奈儿品牌商品的序列号照片。

9. 周杰伦一审败诉网易，二审将开庭

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1793985811853515848&wfr=spider&for=pc>

广州网易计算机系统有限公司等与杰威尔音乐有限公司的不正当竞争纠纷案件将于3月26日二审开庭，上诉人为周杰伦、杰威尔音乐有限公司。此前网易旗下《天下3》发起自费抽送周杰伦数字专辑等玩家福利活动，周杰伦方认为游戏公司的抽奖活动没有得到他们的授权，该活动与周杰伦无关。后周杰伦方对网易方发起诉讼。接近网易《天下3》的相关人士证实，该案件一审判定被告《天下3》胜诉，法院驳回杰



威尔 205 万元索赔等全部诉讼请求。法院认定，转发抽奖的模式是微博中常见的宣传方式，《天下 3》微博自费抽送周杰伦数字专辑等玩家福利活动不具备盈利性质，较难令公众产生周杰伦是代言人等联想，未违反商业道德，判定被告不构成不正当竞争。

四、重点企业、平台热点资讯

1. B站视频基础激励将设置月收入上限

https://baijiahao.baidu.com/s?id=1793851533495022846&wfr=s_pider&for=pc

B 站 3 月 18 日发布了视频创作激励年度计划（2024 版），宣布自 2024 年起，该计划将以年度为单位进行更新和发布。今年，计划将在鼓励优质原创内容的基础上，重点关注暂无变现能力的个人 UP 主作为基础激励的扶持对象。平台将在每月初根据 UP 主近半年收入水平，判断 UP 主当月是否享有基础激励，基础激励由内容质量、用户互动、更新频率等情况综合计算得出。同时视频基础激励将设置月收入上限。

2. 优酷与番茄小说达成合作，共同推动网文IP影视化

https://baijiahao.baidu.com/s?id=1794471494132919706&wfr=s_pider&for=pc

优酷与番茄小说日前宣布达成合作，双方将深度挖掘“超级IP”，共同推动优质内容实现影视化和动漫化落地。优酷相关负责人表示，希望通过与番茄小说的合作，挖掘有潜力的IP向影视化方向发展，让好内容



以更丰富的形式获得更广泛认可。

3. 阿里 1688 将全面入淘，将设立专门频道

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1794489047015347793&wfr=spider&for=pc>

1688 近期启动全面入淘，先期开设三家店铺，后续这些店铺将整合成一个类似天猫超市的频道，并在淘宝推出 1688 严选贴牌的源头厂货。商家不需要另外在淘宝开店，而是通过半托管模式，将货源直连消费市场。这三家店铺分别为严选淘宝店、企业自采天猫店和工业行家选天猫店。

4. 微信豆和腾讯广告各自推出全域投流产品

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1794846150702370091&wfr=spider&for=pc>

微信豆和腾讯广告各自推出了一个全域投流产品，正在做灰度测试。微信豆的产品名叫“全域订单”，腾讯广告的产品名叫“3.0 投放端”。这两个产品都具有对视频号账号和视频号直播进行“全域投流”的功能，但外界原本期待的是一个由两个团队合作的产品，而不是两个独立的产品。

5. 东方甄选和与辉同行分场直播

http://k.sina.com.cn/article_1796087453_m6b0e1e9d03301iot2



[html](#)

东方甄选和与辉同行官宣开启城市文旅系列直播，引发了不少网友的关注。然而，此次并非是大家期待的“合体”，而是各自前往不同的城市，东方甄选由俞敏洪亲自带队去往福建四个城市将于3月30日正式开播，董宇辉则在3月22日至27日开展了为期五天的湖北专场直播。据悉，东方甄选福建行系列直播，将重点为大家推荐福建老字号、非遗美食和地标特产。

五、典型案例、事件

1. 首例公共空间表演作品被侵权的认定：《寻找牡丹亭》案

基本案情：

《寻找牡丹亭》系原告勿仑公司创作的公共空间表演节目之一。2018年10月18日，“第六届乌镇戏剧节古镇嘉年华”开幕，勿仑公司的《寻找牡丹亭》节目在该戏剧节上演。

2021年3月18日，鼎泰公司作为“江南文化戏曲节”的承办方，与勿仑公司签订了演出合同，约定勿仑公司于2021年4月1日在苏州乐园森林世界演出剧目《寻找牡丹亭》。此后，双方在履行合同过程中发生纠纷，演出并未进行。

2021年4月3日至4月25日，苏高新旅游公司作为“苏州乐园森林世界”的主办方，举办了“江南文化戏曲节”活动，邀请其他表演者表演了名称为“《寻找牡丹亭》——高跷提线昆曲表演”的节目，并使



用了勿仑公司过往演出的图片进行了网络宣传。勿仑公司认为该表演及宣传行为侵犯其创作的《寻找牡丹亭》表演节目的著作权，遂将鼎泰公司、苏高新旅游公司诉至法院。

裁判结果：

- (一) 鼎泰公司、苏高新旅游公司赔偿勿仑公司经济损失 20 万元；
- (二) 鼎泰公司赔偿勿仑公司维权合理开支 3 万元；
- (三) 驳回勿仑公司的其他诉讼请求。

裁判要旨：

(一) 涉案作品的独创性及其作品类型认定

1.是否构成美术作品

法院认为，美术作品通常体现为以线条、色彩构建的静态形象，但表演艺术造型通常体现为立体且动态的形象，区别于传统意义上的美术作品。因此，对于表演艺术形象是否构成美术作品的判断，应当综合评判创作者对整体表演形象的构思与塑造以及对具体人物、道具的设计两个方面。

根据勿仑公司所提交的载体证据，《寻找牡丹亭》确实是融合了提线木偶、高跷以及昆曲的一种表演形式。在表演形象上，《寻找牡丹亭》最直观的体现就是提线偶师踩着高跷操控昆曲演员进行表演。提线木偶、高跷以及昆曲，均是我国传统文化艺术的表演形式，但对传统文化艺术表演形式进行组合并非当然的不具有《著作权法》意义上的独创性，独创性的判断关键在于所创作的内容是否区别于公有领域的智力成果。对于传统文化艺术表演形式的组合是否构成《著作权法》上的作品的认定，



关键在于其组合方式以及所构造的艺术形象是否区别于公有领域的文化艺术成果，是否体现出了能被社会公众所感知的独创性表达。

本案中，并无证据证明提线偶师脚踩高跷操控昆曲演员的表演形象在勿仑公司发表涉案作品时已经是公有领域的表演艺术造型。在具体的角色造型上，《寻找牡丹亭》的提线偶师整体为白色装扮，以独特造型的宽大头罩遮盖住了提线偶师的大部分面容，其采用的高跷并非中国传统木质高跷，而是采用细长的西式机械高跷，提线偶师穿着细长的白色裤子将高跷罩住，进而使得提线偶师整体呈现为极为高大的形象且半遮半掩的头部高悬于上空。如勿仑公司所称，该形象设计整体呈现出了一种凄美、神秘、另类的视觉冲击和美感。因此，《寻找牡丹亭》尽管以中国传统表演形式为基础，但也融合了具有现代色彩的元素，并呈现出了更为丰富的审美价值。综上，法院认定《寻找牡丹亭》的表演形象具有独创性，且具有文化艺术上的审美价值，应当作为美术作品予以保护。

2.是否构成戏剧作品

通常认为，戏剧是一种综合性舞台艺术，综合运用了文学、表演、音乐、舞蹈、导演、美术等艺术手段。随着文化艺术表演形式的不断发展，戏剧作品不应当局限于传统的固定舞台，关键在于是否可以借助一定的表演空间向观众呈现包含音乐、舞蹈、美术等综合性艺术的表演。但戏剧作品区别于体现表演形象的美术作品以及体现说唱内容的曲艺作品之处，在于其具有一定的剧情，即戏剧作品需要按照既定的剧本或脚本呈现出一定的表演情节。如勿仑公司创作的《寻找牡丹亭》等公共空间表演作品，综合运用了演员形态表演、音乐、美术等艺术手段，在



具有一定剧情的情况下，可以认定为戏剧作品予以保护。

但本案中，勿仑公司提供的载体证据中仅有《寻找牡丹亭》不足20秒的短视频，而且视频中更多展现的是艺术造型而不是表演情节。因此，本案认定《寻找牡丹亭》为戏剧作品缺乏载体依据，在能够通过美术作品予以保护和救济的情况下，本院对于勿仑公司提出的戏剧作品的保护主张不予支持。

（二）被告的表演及宣传行为是否构成侵权

根据“苏州乐园”的对外宣传，被诉侵权表演在表演清单中名为“提线昆曲”，在表演现场的背景板中则明确其名称为“《寻找牡丹亭》——高跷提线昆曲表演”，且背景板中的节目简介与勿仑公司的《寻找牡丹亭》作品简介相同。再结合鼎泰公司此前已经与勿仑公司签订了《寻找牡丹亭》的表演合同，本案足以认定鼎泰公司具有抄袭勿仑公司的《寻找牡丹亭》的恶意。“苏州乐园”在对“江南文化戏曲节”的宣传中还使用了勿仑公司的《寻找牡丹亭》作品在乌镇戏剧节公开表演时的照片，尽管该行为不在勿仑公司本案所主张的侵权行为范围之内，但该行为更加印证了“江南文化戏曲节”组织方的侵权恶意。

在实质性相似的判断上，被诉侵权表演的形象设计，同样是提线木偶、高跷以及昆曲角色杜丽娘的组合，与勿仑公司的《寻找牡丹亭》相同。在具体形象上，尽管二者的杜丽娘服装以及头饰存有一定区别，但在涉案作品最具有独创性的提线偶师的造型设计上高度近似，仅有细微的差别。在此情况下，法院认定被诉侵权表演与勿仑公司的《寻找牡丹亭》表演形象在整体上构成实质性相似，被诉侵权表演侵害了勿仑公司



就《寻找牡丹亭》美术作品所享有的复制权。

鼎泰公司、苏高新旅游公司将该侵权表演形象在“苏州乐园”所举办的“江南文化戏曲节”中进行了公开展示，以此招揽游客，其行为侵害了勿仑公司就《寻找牡丹亭》美术作品所享有的展览权。

除现场表演之外，“苏州乐园”还将其所举办的“江南文化戏曲节”中各节目的片段进行剪辑，连同部分现场照片在互联网平台上进行发布。所发布的视频、图片上含有被诉侵权表演形象，被诉侵权表演的部分现场图片还被作为宣传海报进行使用以招揽游客。上述行为使得相关公众可以在选定的时间和地点获得涉案美术作品，且构成对涉案美术作品的实质性利用并从中获取商业利益。因此，勿仑公司主张该行为侵害了其就涉案美术作品所享有的信息网络传播权，法院亦予以支持。

综上，被诉侵权表演侵害了勿仑公司对《寻找牡丹亭》表演形象美术作品享有的复制权、展览权、信息网络传播权。

2. 真人驱动型虚拟人著作权问题：虚拟数字人第一案的审理思路

基本案情：

原告魔法(上海)信息科技有限公司（以下简称“魔法公司”）综合运用多种人工智能技术打造了超写实虚拟数字人Ada。2019年10月和11月该公司分别通过哔哩哔哩网站发布了两段视频，一段介绍虚拟数字人Ada的场景应用，一段记录真人演员徐某和数字人Ada的动作捕捉画面。

2022年7月，被告杭州四海光纤网络有限公司（以下简称“四海公司”）在抖音发布两段视频，视频的居中位置使用了魔法公司发布的部



分视频内容，在片头片尾替换有关标识，且在整体视频中添加虚拟数字人课程的营销信息。其中一段视频还添加有该被告公司的注册商标，并将其他虚拟数字人名称写入视频标题。

魔法公司认为四海公司发布的视频侵害其对于美术作品、视听作品的信息网络传播权，侵害录像制作者及录像制品中表演者的信息网络传播权，并且该营销信息构成虚假宣传的不正当竞争行为，因此诉至法院，要求四海公司消除影响并赔偿损失（含维权费用）50万元。

裁判结果：

一审法院判决四海公司在其涉案抖音账号上为魔法公司消除影响并赔偿经济损失（含维权费用）12万元。

二审法院判决驳回上诉，维持原判。

裁判要旨：

本案不仅适用著作权法及相关实施条例还考虑了反不正当竞争法的适用。对于四海公司使用虚拟数字人及其相关内容的行为方式和损害后果著作权法已经不足以评价，因此选择反不正当竞争法进行规制。反不正当竞争法与著作权法对某些行为共同予以规范，针对同一侵权行为二者有并存的空间，即著作权法不足以完全规制，存在著作权法保护范围外的法益时适用反不正当竞争法，此时并不是向反不正当竞争法的逃逸而是更好的进行权利保障。

3. 游戏推广称“1:1还原狂飙剧情玩法”，是否侵权

基本案情：



原告爱奇艺公司是电视剧《狂飙》的知识产权人，对《狂飙》电视剧、剧本、素材、片段、花絮、配音、图片、形象等享有完整权利。

在该电视剧热播期间，被告玩某公司为宣传公司名下一款游戏委托被告栖某公司制作、发布视频进行宣传推广，随后栖某公司在抖音发布多个游戏宣传视频，视频当中宣称游戏为“狂飙版本”，“1:1还原狂飙剧情玩法”，并且大量使用了涉案作品中的元素以及人物形象，包括角色名称、地点名称等，例如安欣、高启强、白金瀚、莽村等，同时，涉案视频中还称“广告素材宣传场景在达到一定关卡或者触发相应模块后出现”。原告认为被告的行为构成不正当竞争，遂向法院提起诉讼。

裁判结果：

法院综合考虑酌情认定被告玩某公司、栖某公司赔偿原告经济损失及合理维权费用共计18万元，驳回原告其他诉讼请求。

裁判要旨：

法院审理认为，本案系不正当竞争纠纷。“狂飙”是常见汉语词汇，但通过原告在宣传、发行、营销方面投入海量资源，现“狂飙”已取得第二含义，即直接指向《狂飙》电视剧。且短时间内无论在点击量、播放量、评论次数、话题量等领域都具有极高的热度，即便在与影视相隔较远的领域擅自使用“狂飙”的，都可能导致混淆。

被告栖某公司在明知《狂飙》具有较高市场知名度的情况下，仍在其制作、发布的多个被诉侵权视频上使用《狂飙》剧集名称，标注“狂飙版本”以及《狂飙》人物、道具、环境等多元素的行为，属于仿冒混淆的不正当竞争行为。被告玩某公司虽未直接实施侵权行为，但其明知



被诉侵权视频存在侵权可能，却未采取应对措施，最终导致侵权结果发生。据此，法院认定被告玩某公司构成共同侵权。

4. 教练员因遭投诉被公司开除，体育公司被判赔4万多元

<https://mp.weixin.qq.com/s/aFRiLbMrJfp83KdJYSafRQ>

基本案情：

陈某于2022年11月入职某体育公司，担任羽毛球教练员一职。2023年7月5日，该体育公司法定代表人刘某通过微信告知陈某“明天你就不用上班了”，就此将陈某辞退。该体育公司称，陈某工作期间因自身原因多次遭到投诉，在教学上多次达不到劳动合同及规章制度要求，经多次告知仍不改正。该体育公司表示与陈某签订了书面劳动合同，但因保管不善无法找到原件，并提供了无双方签名盖章的劳动合同作为佐证。陈某认为体育公司辞退自己系违法解除劳动合同，因此提起劳动仲裁，要求该体育公司支付违法解除劳动合同赔偿金以及未签订劳动合同二倍工资差额。劳动仲裁机构裁决该体育公司应向陈某支付未签订劳动合同二倍工资差额33393.38元以及违法解除劳动合同赔偿金9258.67元。该体育公司不服裁决，诉至法院，要求无需支付裁决认定的相应金额。

裁判结果：

广州市南沙区人民法院适用小额诉讼程序，依法判决：某体育公司向陈某支付未签订劳动合同二倍工资差额33393.38元以及违法解除劳动合同赔偿金9258.67元，并驳回某体育公司全部诉讼请求。该判决现已生效。



裁判要旨：

关于该体育公司是否应向陈某支付未签订劳动合同二倍工资差额的问题。本案中，该体育公司虽然主张已与陈某签订劳动合同，但由于保管不慎无法找到，未能提供载有陈某签名确认的劳动合同予以证明，需承担举证不能的不利后果，依法应向陈某支付未签订劳动合同二倍工资差额。关于该体育公司是否应向陈某支付违法解除劳动合同赔偿金的问题。首先，该体育公司以没有其盖章及陈某签名的劳动合同作为解除依据，法院不予采纳。其次，该体育公司未能提供证据证明已向陈某送达教学要求及规章制度，应承担由此产生的不利后果。最后，对于该公司提出陈某多次被投诉的情况，从双方的微信聊天记录证据可以看出，当体育公司法定代表人刘某将学员家长提出的问题反馈给陈某时，陈某随即作出解释，并提出改进措施，刘某并未表示反对。综上，法院依法认定该体育公司违法解除劳动合同，应向陈某支付赔偿金。

和谐稳定的劳动关系是保护劳动者合法权益、促使企业良性发展的重要前提和关键所在。劳动者和用人单位都应当按照劳动合同的规定享有权利，履行义务。作为企业，应当强化法律意识，规范用工管理，自用工之日起一个月内与劳动者订立书面劳动合同并妥善保管，保障劳动者和企业自身双方的合法权益；解除劳动关系时，用人单位宜保留相关凭证或固定原因证据，并根据法律规定支付相应的经济补偿金。如果用人单位违法解除劳动关系，须承担相应的法定责任。

本期主编： 陈晓璐

责 编： 齐梦璐、付 雪