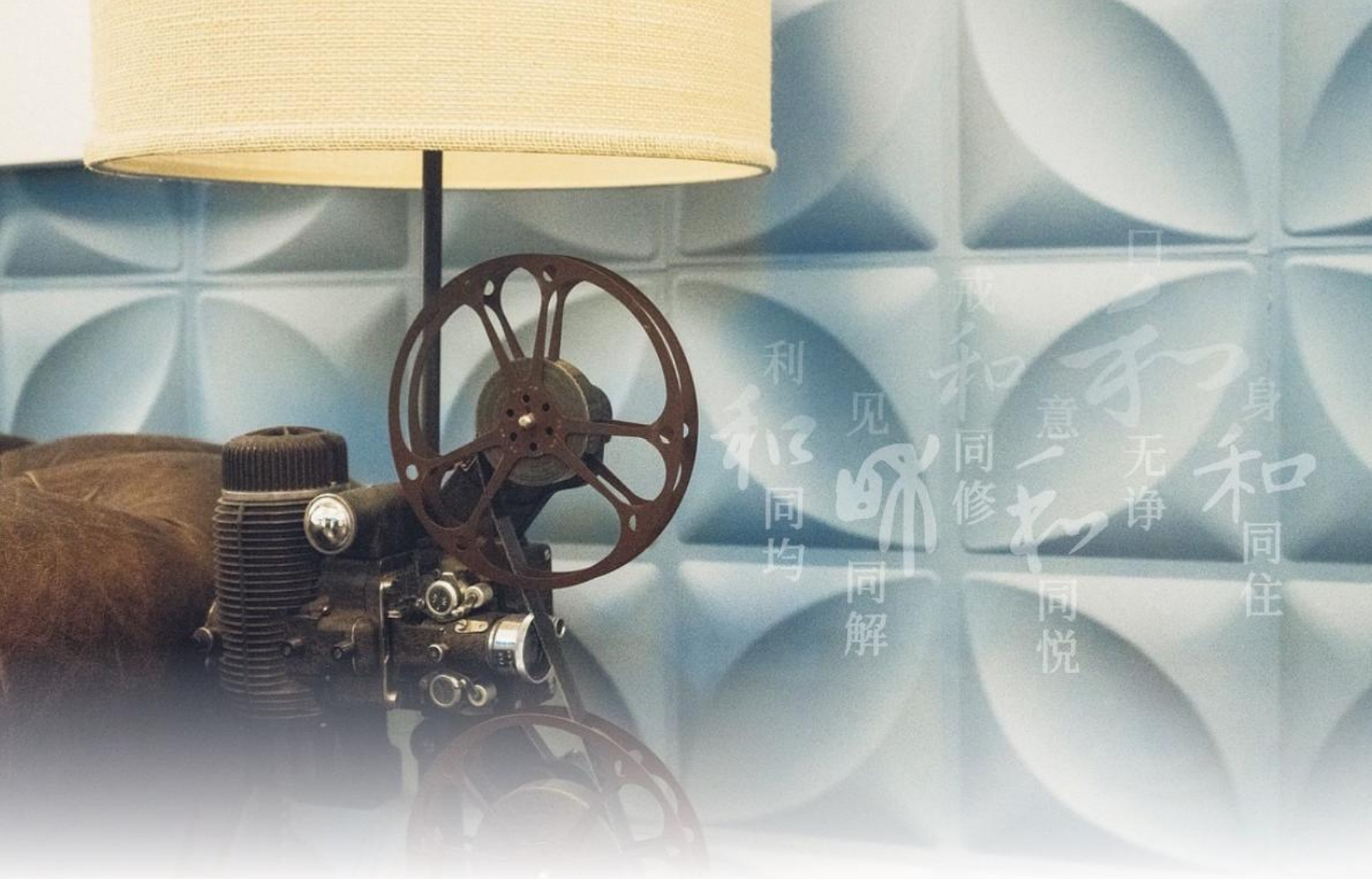




六和律所文化产业(短剧)半月刊

2026年8月(上)(8.1-8.15) 第51期

六和律师事务所简介

六和律师事务所成立于1998年11月，是以公司和投融资业务为特色的大型综合性律师事务所，系全国优秀律师事务所，浙江省服务业重点企业，浙江省服务业领军企业。总所位于杭州，并在宁波、温州、绍兴、湖州、嘉兴、义乌、衢州、舟山等地设有分所，在硅谷、纽约、温哥华设有办事处。

六和律师事务所具备从事证券法律业务资格、中国银行间市场交易商协会会员资格、专利代理机构执业许可证、浙江省重大决策社会风险评估机构备案证书。获ALB年度“中国发展最迅速的十家律师事务所”“中国最大的二十家律师事务所”“中国中东部律师事务所大奖”、ALB年度江浙两省唯一一家“长江三角洲地区律师事务所大奖”、入围中国区域市场法律大奖（华东地区）年度律师事务所大奖；连续十年获著名法律评级机构钱伯斯《亚太法律指南》《大中华区指南》一等推荐；荣登钱伯斯首发《大中华区法律指南》公司、商事领域榜单；连续荣获国际知名法律杂志《商法》卓越律所大奖；荣登IFLR1000中国浙江地区金融和企业榜单第一梯队，入围IFLR1000中国浙江地区年度最佳律所。被司法部评为“全国律师行业创先争优活动先进集体”；被共青团中央、司法部评为“青少年维权岗”；被浙江省司法厅评为“全省律师行业党建工作模范所”；被浙江省律师协会评为“浙江省服务经济建设突出贡献律师事务所”“浙江著名律师事务所”称号；被浙江省金融办评为“优秀证券中介机构”；被杭州市委、市政府评为杭州市“社会责任建设先进企业”；被杭州市人民政府评为“杭州市中介服务业示范企业（机构）”；入选“杭州市最大规模服务业企业百强榜”；2013年开始获得ISO9001质量管理体系认证证书等等。在全省一千八百多家律师事务所中，无论是业务总量、人员规模、律师素质，还是综合考评、社会知名度等，六和律师事务所均名列前茅。

六和律师事务所现有执业律师、律师助理等900余名，其中总所执业律师300余名，多数具有研究生学历，部分具有海外留学经历，部分律师拥有注册会计师、特许金融分析师、建造师、税务师、工程师、经济师、资产评估师、专利代理人等专业资格，可使用中、英、日、韩、法、德等多种工作语言办公。六和律师事务所内设：公司、证券与资本市场、基础设施与建筑房地产、金融、知识产权、国际、党委政府法律顾问、破产管理与债务重组、争议解决、刑事、数字与网络信息、婚姻家庭、劳动人事、医疗医药与生命科学、财税与海关、执行与不良资产、家族财富管理、证券期货合规与纠纷等十八大业务部门和五十三个专业组，及合规研究中心、海事海商研究中心、银发经济法律服务中心、科技成果转化服务中心、合法性审查评估研究中心等五个中心。并配备财务部、人力资源部、品牌研究部、客户部、IT服务部、行政接待部、市场部

等业务支持部门。

六和律师事务所以“依法执业、规范治所、质量立所、品牌兴所”为治所方略，以“高层次、规模化、国际化”为发展目标，以“专业分工、团队合作、优质高效”为服务特色，以提供常年法律顾问服务为基础，非诉讼和诉讼（仲裁）并重，以学者型的严谨态度、专家型的服务水平、团队型的服务方式，为客户提供个性化、专业化的法律解决方案，让律师成为客户“经营的参谋，法律的顾问”。

导读

❖ 政策法规

- 1、浙江省委办公厅省政府办公厅印发《关于促进直播经济规范健康发展的意见》的通知
- 2、浙江省文化广电和旅游厅关于促进微短剧产业高质量发展的实施意见
- 3、文旅部印发《国家文化和旅游产业发展示范区(单位)创建工作方案》

❖ 行业资讯

- 1、国家版权局等四部门启动“剑网 2026” 专项行动
- 2、视频号创作平台官方发布短视频带货场景 AI 应用规范解读
- 3、AI 短剧需降虚火炼真金
- 4、河南省发布微短剧精品创作传播“双百”计划
- 5、2026 年湾区直播产业赋能发展大会在深圳举办
- 6、杭州书博会启用“文盾·智能眼镜”毫秒级甄别非法出版物
- 7、网易工作站普法宣传阵地:政企协作与合规指导
- 8、华策影视:政企协商推动桐庐短剧产业链建设
- 9、小红书发布暑期治理公告，处理低俗、违规笔记
- 10、抖音电商日常治理中发现并报案，配合警方打掉一盗版图书团伙
- 11、横店影视 2026 年上半年经营业绩出现较大幅度亏损

❖ 案例解析

- 1、直播带货言论构成商业诋毁 东方甄选被判赔偿江小白 30 万元
- 2、侵犯科大讯飞商标 19 家关联公司被判赔 830 余万元
- 3、参与跨境影视盗版王某获刑四年六个月并处罚金 700 万元
- 4、母亲要求继承亡子 87 个游戏账号 法院判令平台协助变更实名信息
- 5、公司擅用离职员工声音训练 AI 配音，法院判定:构成人格权侵权
- 6、六万元许可费“让周杰伦代言”，四川某公司被判 200 万元巨额赔偿

【一】政策法规

1、浙江省委办公厅省政府办公厅印发《关于促进直播经济规范健康发展的意见》的通知

https://www.zjwx.gov.cn/col/col1694817/art/2026/art_a26180a9f70c40c5abb3c9240a5a5707.html

为推动我省直播经济规范健康发展，现提出如下意见。

一、总体要求

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平总书记关于平台经济的重要论述精神，以优化生态、丰富场景、拓展空间、规范发展为主线，统筹发展和安全、活力和秩序、效率和公平，加快构建直播经济向上向善、向新向高发展格局，为促进消费转型升级、加快现代服务业扩能提质、建设平台经济高质量发展强省提供有力支撑。力争到 2030 年全省直播销售额超 1 万亿元，打造成为直播经济发展高地。

二、激发主体活力

（一）发展总部经济。依法合规招引国内外头部直播电商平台在浙设立区域总部、功能性总部。依规认定符合条件的直播平台为总部企业，推进其独立或者联合建设运营、研发中心，并按政策予以支持。推动符合条件的直播企业项目纳入省重大产业项目库。

（二）做强服务机构。实施直播服务机构培育计划，分级培育直播服务机构。支持广告策划、文化创意、视频制作等企业向直播服务机构转型。鼓励发展知识科普、秀场直播、线上演艺、体育赛事等垂类直播服务机构。鼓励直播服务机构开拓海外市场，扩大国际影响力。

（三）加强人才培养。支持直播龙头企业引进头部主播及核心团队，支持符合条件的直播企业自主开展人才培养和评价。强化“技能照亮前程”行动，构建“产训聘用”生态体系，深化互联网营销师等职业技能培训。实施直播人才技能等级认定“一试双证”试点。支持举办“之江创客”、全省直播电商大赛等赛事。强化部门协同，畅通跨境电商外籍人才来浙合法工作渠道。

（四）推动集聚发展。依托专业市场、数字广告园、电商园区等，规划建设一批

直播经济集聚区。因地制宜打造一批选品中心、共享直播间等配套载体，完善内容创作、技术支撑等配套服务。加大对直播基地、创新型直播项目的资源投入，支持符合条件的项目纳入省扩大有效投资“千项万亿”工程。

（五）加快技术创新。积极培育人工智能驱动的创新型直播企业，鼓励发展数字人、虚拟主播等新业态新模式。开展直播关键核心技术攻关，搭建直播技术共享平台，推动高校、科研院所与直播企业共建技术实验室。鼓励符合条件的直播平台参与国家人工智能应用中试基地建设。

三、拓展发展空间

（六）做强直播电商供应链。创新“直播+基地”模式，推动直播企业与制造业企业共建共享。支持直播企业与“415X”先进制造业集群企业、“浙江制造精品”生产企业等加强供需对接，推动产供销一体化运营，鼓励发展柔性产线、个性定制化模式。依托质量基础设施一站式服务平台 2.0，为直播电商提供全链条、全方位、全过程集成服务。

（七）打造消费品牌。推动企业开设自有品牌直播间，支持“浙江精品”、浙江消费名品、中华老字号及国潮新品与直播服务机构开展合作。举办品质商品溯源直播、非遗好物直播等活动。构建多元化品牌推广矩阵，制作高质量品牌短视频、品牌微短剧，着力打造“线上引流+线下体验”服务品牌。

（八）打造文化直播 IP。支持文艺院团参与文化和旅游部“艺播计划”“聚光计划”，拓展直播新媒体传播渠道。支持原创优质网络综艺、广播剧、文化赛事等依法依规开展直播，孵化现象级文化精品。通过直播、数字人等形式挖掘文化产业价值，推动文化遗产、动漫、游戏、演艺等 IP 转化。支持文化类产品按规定开展跨境直播，通过直播、短视频等方式推动由商品出海向文化出海延伸。

（九）推进助农兴农。深入实施“数商兴农”“广告助农”，深化电商直播式“共富工坊”建设，支持打造共富联合体。实施“千村万播”助农计划，加强农产品流量扶持。培育“土特产”推荐官、农村电商带头人和农村网络达人。完善乡村直播服务体系，优化农产品供应、代运营等服务。鼓励山区海岛县结合自身产业特色发展直播经济。

（十）丰富旅游直播场景。探索建立“非遗+旅游+直播”常态化联动机制，实施

“走进非遗工坊”等系列主题活动，持续打造诗画浙江全域旅游品牌。支持直播企业推广文旅资源，创设云游、云观展等新场景。统筹旅游景区、特色街区、时尚空间等优势资源，打造“网红打卡点”。加快直播与休闲旅游、乡村旅游、研学旅游等深度融合，开展乡村风物直播。

（十一）推动跨境出海。加快发展跨境直播，支持直播企业利用境外资源拓展直播、短视频、微短剧等营销模式。依托浙江省海外综合服务平台，加强对直播主体的出海服务和经营指导。用好世界互联网大会、全球数字贸易博览会等平台，为直播企业提供国际交流渠道。

四、完善治理体系

（十二）压实平台主体责任。完善直播平台责任清单，健全平台“守门人”管理制度。规范平台交易规则，优化推荐算法。依法依规加强对直播内容的分级分类管理，及时清理违法和不良信息。督促直播平台企业、合作用工企业依法保障新就业形态劳动者权益。

（十三）强化服务机构管理。健全直播服务机构登记与动态管理制度，探索“直播企业码”应用试点。依法查处未经许可开展网络表演经纪活动等行为，及时清理网上违法违规信息及账号。

（十四）推进穿透式监管。迭代升级直播电商智慧监测平台，提升直播电商人防物防技防能力。制定重点直播间账号管理清单，落实关联网络账号绑定管理，推广国家网络身份认证公共服务。探索建立直播经济领域监管研判机制，对新业态发展中出现的技术、市场、安全、法律等方面问题进行场景化、差异化监管评估。

（十五）加强知识产权全链保护。优化全省统一版权登记服务平台，完善版权登记数据库，支持直播短视频等新兴领域作品的版权登记。促进数字文化内容生产与数字广告融合发展。完善版权保护规则，推动直播平台落实案件协查机制，压实平台版权主体责任。加强直播带货环节的知识产权保护，组织开展打击网络侵权盗版专项整治，依法依规加大打击侵权假冒违法行为惩处力度。

（十六）完善纠纷化解机制。指导直播平台及直播间运营者建立健全先行赔付、在线争议解决等制度。创新“人工智能+”矛盾纠纷化解机制。坚持和发展新时代“枫桥经验”，充分发挥人民调解、消费者权益保护组织、行业协会商会、法律专家等协

同作用，构建大调解工作格局。

五、优化发展生态

（十七）打造清朗空间。加强直播内容导向管理，杜绝低俗庸俗媚俗、虚假人设等信息传播。规范人工智能生成内容在直播领域的应用，防范深度合成技术带来的侵权风险。加强正面宣传引导，有效抵制不良“饭圈”文化，打击恶意举报与网络暴力，共同营造健康、文明、积极的网络直播环境。

（十八）优化公平竞争环境。整治虚假宣传、虚构交易、低价低质等“内卷式”竞争行为。规范执法程序，推动执法尺度跨区域协调统一。依法依规建立包容审慎监管机制。加强直播主体税收监管，推动平台依法履行代扣代缴义务。

（十九）强化要素增值服务。建立健全直播经济服务专员制度，推广“多评合一”直播项目审批服务。推动智算集群、算电协同等新型基础设施向符合条件的直播企业开放。引导金融机构依法合规创新信贷产品与服务，引导创业投资资本支持直播经济新模式、新业态。

（二十）构建协同共治机制。在直播平台、重点直播服务机构中强化党的组织覆盖和工作覆盖。加强部门协作，坚持线上线下一体化监管，强化信息互通、会商研判、系统共建。引导行业自律，加强社会监督，探索建立公众和第三方专业机构共同参与的监督机制。

六、保障措施

发挥省平台经济工作领导小组作用，建立健全直播经济工作统筹协调机制。加大政策扶持力度，优化资源配置，完善空间布局和监管体系，推动直播经济各类主体健康、可持续发展。加强理论研究，细化落实措施，因地制宜推动各地直播经济高质量发展。（来源：浙江网信网）

2、浙江省文化广电和旅游厅关于促进微短剧产业高质量发展的实施意见

http://ct.zj.gov.cn/col/col1229678759/art/2026/art_8205f623fc424f1587b3e5d64c335976.html

为深入贯彻习近平文化思想，落实《国家广播电视总局办公厅关于进一步统筹发展和安全促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知》《微短剧精品创作传播计划》和

省委省政府推动文化“新三样”高质量发展高水平出海工作部署，打造全国微短剧产业发展高地，现就推动浙江微短剧产业高质量发展提出如下实施意见。

一、优化产业空间布局。按照“核心引领、集聚发展、特色赋能”原则，优化提升现有微短剧产业园区功能布局。发挥杭州、宁波、金华等国家级园区（基地）引擎带动作用，支持横店、象山等影视基地提升微短剧拍摄场景适配能力。引导各地立足现有资源禀赋和产业基础，聚焦企业孵化、数字化制作、AI 技术应用、产教融合等环节，发展文旅微短剧、非遗微短剧、科普微短剧、普法微短剧等特色业态，形成头部园区牵引、特色园区协同、市县联动发展的微短剧产业带。

二、擦亮“浙里微光”品牌。对接国家广播电视总局五个一批工程，深化实施“浙里微光·微短剧+”创作计划，动态更新浙江微短剧重点项目库，优先支持现实题材、主旋律以及非遗、文旅 IP 转化项目。办好全国微短剧剧本征集大赛，每年遴选 20 个左右项目给予立项、创作及平台对接等全链条支持。鼓励各地结合地域文化特色，在创意策划中融入浙江元素，打造兼具思想深度与浙江韵味的微短剧精品。积极推荐优秀作品申报国家广播电视总局扶持项目和浙江省文化艺术发展基金。推动市县加大精品创作支持力度，形成省市县三级联动扶持体系。发挥省文化艺术发展基金对优质内容的激励作用，对符合条件的原创微短剧最高给予 200 万元的扶持；对在国内外重大平台播出、展示国家形象和浙江“重要窗口”形象的优秀成果，推荐参评“之江潮”文化奖，对获奖的微短剧最高给予 100 万元奖励。

三、深化 AI 创新赋能。发挥真人创作在思想立意、情感表达中的核心作用，引导 AI 技术合理赋能。支持生成式 AI、虚拟拍摄在微短剧创作、制作、分发环节合规应用。支持省内视听产业园和市场主体建设 AIGC（人工智能生成内容）视听产业协同创新平台、AI 微短剧技能库、智能审核工具，鼓励研发微短剧垂直大模型，打造 OPC（一人公司）为代表的新型创作社区，实现创作、生产、传播全链路降本增效。严格 AI 内容标注和版权确认，严禁利用 AI 生成或传播低俗、侵权、危害未成年人身心健康的内容，守住安全底线。

四、提升管理服务效能。严格落实微短剧分层分类审核机制。进一步优化审核流程，建立精品项目绿色通道，对主旋律、现实题材、浙江元素精品项目即报即审。对普通微短剧，出具规划备案意见一般不超过 3 个工作日，成片审查意见一般不超过 8 个工作日。持续扩充内容审核专家库，定期组织政策解读与合规培训，切实降低企业

试错成本。深化我省影视保险服务试点工作，推动政银保担企多方对接合作，为保险机构和微短剧企业提供配套政策支持和服务。强化事中事后监管，建立内容抽查、违规预警、信用惩戒机制，推动微短剧健康规范发展。

五、拓宽传播展示渠道。鼓励浙江卫视（中国蓝新平台）及市县广播电视播出机构、融媒体中心开设微短剧专区专栏，实现大小屏联动，拓展精品内容传播渠道。支持省网络视听协会举办优秀微短剧研讨会，支持有条件的广播电视台（融媒体中心）设立微短剧创作服务部门，拓展微短剧相关服务。办好“剧游浙江”影视文旅融合创作对接、杭州·微短剧大会等活动，打造浙江微短剧资源对接平台，促进项目与投融资落地。建立浙产精品微短剧推荐片单制度，适时遴选优秀作品，统筹文旅宣传资源加强宣传推介。

六、促进对外合作交流。依托中国微短剧创意村，建设浙江省微短剧出海服务平台，加强国别地域文化研究，提供选题适配、译制、发行等服务，拓展海外主流发行平台与华语传播渠道。支持省内微短剧企业参加国际影视节展。开展外籍演员来浙拍摄便利化试点，吸引海外剧组来浙取景拍摄，打造微短剧国际传播与合作的重要窗口。依托浙江跨境电商与数字经济优势，构建高效海外发行网络，推动微短剧版权出海，提升浙产微短剧国际影响力与市场竞争力。

七、加强版权保护利用。建设浙江视听版权服务工作站，为浙江微短剧企业提供作品快速确权、版权流转交易、侵权处置维权全流程服务。支持省内版权交易平台拓展微短剧业务，激励原创作品进行著作权登记与合规化版权交易，激发原创活力。加大微短剧侵权盗播、盗版搬运、恶意剪辑等行为的查处力度，规范版权交易，维护公平竞争市场环境。

八、推进微短剧人才引育。推动高校与制作机构共建微短剧专业、实训基地，开展编剧、导演、摄录美、后期等全链条培训。将微短剧人才纳入省新时代文化和旅游人才重点引育项目及高层次人才认定范畴，符合条件的按规定落实系列配套政策。支持社会组织开展微短剧岗位技能培训，培育微短剧制作人才。

九、抓好组织实施。各市、县（市、区）文化广电和旅游部门要结合当地资源禀赋和产业基础，将微短剧纳入本地发展计划，加强分类指导和政策引导。支持有条件的县级微短剧主管部门加强微短剧管理服务。省厅将强化服务支撑，及时总结推广各地好经验、好做法，营造鼓励创新、支持发展的良好环境，推动微短剧产业高质量发

展。

本实施意见自 2026 年 8 月 1 日起施行。（来源：浙江省文化广电和旅游厅）

3、文旅部印发《国家文化和旅游产业发展示范区(单位)创建工作方案》

https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/cyfz/202607/t20260717_966584.html

近日，文化和旅游部印发《国家文化和旅游产业发展示范区(单位)创建工作方案》。该方案将原有的国家级文化产业示范园区等 6 个分散的创建示范项目清理优化，保留“国家文化和旅游产业发展示范区(单位)”这一唯一的国家级创建示范项目。创建工作分为面向市的示范区和面向县的示范单位两个子项目，旨在综合考评地方产业发展水平和工作实绩。每批创建期为 2 年，示范区认定数量不超过 10 个，示范单位不超过 40 个。（来源：文化和旅游部官网）



【二】行业资讯

1、国家版权局等四部门启动“剑网 2026”专项行动

<https://mp.weixin.qq.com/s/EI6GBtLnkcpu6uYisgBRvA>

5月22日，国家版权局、工业和信息化部、公安部、国家互联网信息办公室联合启动打击网络侵权盗版“剑网 2026”专项行动，这是四部门第 22 次聚焦重点作品领域及重点网络平台开展专项治理工作。

本次专项行动于 6 月至 11 月开展，重点关注群众反映强烈的网络侵权盗版问题和经济社会发展需求，持续深化网络版权专项整治，规范网络版权传播秩序，赋能新质生产力发展。专项行动聚焦 4 个重点领域：一是以影视剧版权保护为重点，着力整治网盘、浏览器、搜索引擎等网络服务平台主动提供盗版影视资源及相关服务、故意为盗版影视资源传播提供帮助、以引流为目的为影视盗版提供便利，未经授权对影视作品进行直接搬运、删减切条、改编剪辑并通过网络传播，以直播、代找、引流等方式传播或者售卖盗版影视资源，利用电视机顶盒等流媒体智能终端实施侵权盗版等违法行为，规范网络视听领域版权秩序。二是以文创版权保护为重点，着力整治文创领域同质化剽窃、跟风式抄袭、虚假版权登记、仿冒知名 IP、虚假 IP 联名、伪造授权生产文创产品并通过网络直播间、电商店铺、文旅景区、校园周边等线上线下渠道售卖等违法行为，解决版权授权链条不畅、权利管理不清等问题。三是以图书版权保护为重点，着力整治畅销书、长销书、童书、教材及教辅图书盗版行为，持续打击通过电商、直播、短视频等平台销售侵权盗版图书、电子图书资源、存储电子图书的网盘账号密码等侵权行为，重点查处“按需盗印”、真假混卖、恶意串货、网络引流销售盗版图书及电子图书资源等违法行为。四是以人工智能领域版权整治为重点，推动解决大模型训练语料版权合规问题，重点查处利用人工智能等新技术工具非法复制、改编、传播作品，未经授权对作品实施“魔改”、“洗稿”、深度伪造、规避监测等侵权违法行为。

国家版权局有关负责人表示，本次专项行动将通过对重点领域专项治理，不断规范视听、文创、图书等重点领域版权秩序，服务文化产业创新发展，助力书香社会建设，完善新兴领域版权保护制度，进一步释放全社会创新创造活力。专项行动将突出查办案件，欢迎广大权利人和网民积极投诉举报，提供侵权盗版案件线索。国家版权局等四部门将推动网络企业积极履行主体责任，指导相关企业建立完善内

部版权管理制度，引导合规守法经营；对以实施侵权盗版为业、严重破坏网络版权秩序的违法犯罪主体，依法从严查处，共同构建打击网络侵权盗版社会共治格局。

（来源：国家版权局）

2. 视频号创作平台官方发布短视频带货场景 AI 应用规范解读

<https://www.jiemian.com/article/14882101.html>

8月3日，微信视频号创作平台发了一则公告——《短视频带货场景 AI 应用规范》，8月10日起正式生效。

核心就一句话：带货视频必须主动添加 AI 标注，不标就限流。这不是视频号一个人的事。往前翻，7月15日《人工智能拟人化互动服务管理暂行办法》刚实施，抖音、快手、B站同步收紧数字人直播审核；7月份，市监总局启动了为期半年的《网络食品销售虚假宣传专项整治》。再往前，2月1日《直播电商监督管理办法》施行，3月20日食品直播安全主体责任规定落地。

半年之内，四部法规+一个半年专项整治+三平台同步收紧。这不是某个平台在“做做样子”，这是直播电商 2.0 时代对“内容真实性”的一次系统性硬约束。而食品类目——保健品、减肥代餐、土特产、老年营养品——是这波监管风暴的正中心。

➤ 视频号 8 月 10 日动真格：带货 AI 标注从“建议”变“强制”

先看视频号这则新规的细节。

平台把 AI 内容分成了两档：非带货的普通视频，“倡导为主”，不标注不影响分发；但带货场景涉及商品交易，要求必须主动添加 AI 标注，否则限制分发。四类情况必须标注：AI 生成的商品展示画面和使用效果、AI 人物口播和数字人出镜、AI 生成的商品海报和宣传图、以及其他 AI 生成的视频画面。

注意这里的关键词是“必须”和“限制分发”。过去平台对 AI 内容更多是“鼓励标注”，违规了最多下架一条视频。但这次视频号把带货场景和普通场景做了明确切割——你的视频一旦挂了商品链接，AI 标注就从“道德义务”变成了“准入门槛”。不标注？限流。标注了但内容与实际不符？限制分发。这个信号非常清晰：平台不再是 AI 带货的“旁观者”，而是“看门人”。

➤ 三平台+国家监管：一张“四把刀”的拼图

把时间线拉出来看，就更清楚了。

2026 年 2 月 1 日，《直播电商监督管理办法》正式施行，首次明确 AI 生成内容显著标识的法定要求。

3 月 20 日，《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》落地，对食品直播做出专项约束。

7 月 15 日，《人工智能拟人化互动服务管理暂行办法》实施，抖音、快手、视频号、B 站同步收紧数字人直播审核标准。

同月，市监总局启动网络食品销售虚假宣传半年专项整治。

8 月 10 日，视频号 AI 带货标注新规生效。

这不是某一个部门的动作，是“国家法规+部门规章+平台规则”三层叠加。据中研普华研究数据，2026 年 AI 数字人直播渗透率已达 42.7%，直播电商整体市场规模预计突破 7.8 万亿元。也就是说，近一半的直播间里有 AI 的影子。当一个渗透率接近 50% 的技术应用，遇上四层监管同时收紧，说明什么？说明监管层已经判断：AI 直播带货的野蛮生长期，必须结束了。

➤ 食品保健品：为什么是“重灾区中的重灾区”

不是所有类目都一样危险。食品保健品，才是这波监管的“震中”。原因很直接：AI 数字人带货食品，几乎天然就在违规的边缘试探。

看上海 8 月 3 日集中曝光的 7 起网络食品虚假宣传案例。上海人食间数字科技有限公司，用 AI 虚拟数字人技术生成“老专家”“主持人”形象，打造虚假人设，制作 5 条直播短视频切片广告，精准投放给中老年群体。

广告内容写着“我要是杀不死你的肺结节你退回来”“一次吃一粒可以让肺部通畅 50%”——实际上这款保健食品的法定功能仅为“增强免疫力、提高缺氧耐受力”。

金山区的另一个案子更直白：一家公司在短视频平台直播间卖酸奶，用 AI 非真人直播视频宣称酸奶具有“促进消化”功效。普通食品宣称功效，直接踩线。

闵行区更夸张——6 家食品经营主体通过私域直播虚假宣传保健食品，被集中处罚 55 万元。这些门店拉老年人进微信群，推送私域直播链接，宣称保健食品能治疗

疾病，有些甚至打着“曾获诺贝尔奖”的幌子忽悠老人。

据市场监管部门梳理，AI 数字人直播中最容易踩线的五种类型中，“虚假医疗/功效宣传”排在第二位——用 AI 生成“老专家”形象，宣传保健食品能治疗疾病，是“目前数字人直播虚假广告的重灾区”。

为什么食品是重灾区？三个原因：第一，老年群体是精准收割对象，AI 生成的“专家脸”最能建立信任；第二，功效话术可以批量复制，一个脚本跑 100 个直播间，成本趋近于零；第三，私域社群+短视频+直播三渠道叠加，放大效应极强，消费者取证维权却极其困难。

➤ “AI 主播背后的监护人”终于被锁定了

过去商家被抓了，最常用的一句话是：“这不是真人说的，是 AI 算法自动生成的。”这招不管用了。

《直播电商监督管理办法》明确规定：处罚 AI 主播背后的“监护人”——直播间运营者对内容真实性承担主体责任。不管你是真人说的还是 AI 说的，只要内容虚假，责任都在你。

新规搭建了四方责任体系：平台+直播间运营者+带货主播+MCN 机构，谁的问题谁承担，不再留有灰色空间。

处罚力度也是空前的：虚假广告，依据《广告法》最高可处 100-200 万元罚款，并可吊销营业执照；未标识 AI 生成内容，依据《生成式人工智能服务管理暂行办法》，最高可处 10-100 万元罚款；平台层面，可采取限流、停播、封号、纳入行业黑名单等措施。

执法手段也在升级。各地市场监管部门现在采用的是“AI 监测+区块链固证”模式：全程录屏加时间戳，生成数字指纹上链，不可篡改。平台必须保存直播视频回放不少于 3 年，随时配合监管调取。

温州鹿城区法院最近审结的一个案子很有标志性。一个电商经营者花了 8799 元买了一套“防封 AI 直播”服务，服务商承诺“内置专属防护代码，能有效规避平台封号规则”。结果开播后接连被封。法院怎么判的？服务商虚假承诺担主责，但经营者“试图借助技术手段规避平台监管规则，存有过错”。

双向追责。既罚卖铲子的，也罚用铲子的。

➤ 未来 3-6 个月：食品 AI 带货的“清退窗口期”

把上面的信息汇总，判断非常明确：接下来 3-6 个月，是食品类 AI 带货的集中清退期。

三类账号将是重点打击对象：第一，AI 仿冒名人/专家推荐食品——这同时触发侵犯肖像权、虚假广告、欺诈消费者三条红线；第二，AI 数字人无人值守批量挂机带货食品——新规明确高危行业禁止数字人独立开播，电商场景必须配备真人实时管控；第三，AI 生成虚假检测报告/功效对比图——这属于虚假广告中的“伪造数据”，处罚最重。

食品类目中有四个“高危中的高危”品类：老年保健品、减肥代餐产品、地方土特产、功能性营养品。这四个品类的共同特点是：功效话术最容易 AI 批量生成，消费者最难辨别真伪，监管打击力度最大。

那些还在靠 AI 数字人 24 小时循环播放食品广告、靠 AI 生成的“专家脸”推荐保健品、靠 AI 批量剪辑同质化视频铺量的团队，建议现在就开始转型。因为平台的技术审核系统已经迭代——图像识别检测 AI 生成面孔、语义分析筛查违规话术、行为检测识别无人值守状态。

侥幸的空间，正在以月为单位消失。

➤ 06 / 合规红线在哪里：白名单与黑名单

最后给一份实操清单。

白名单——合规操作：

真人出镜+AI 辅助（提词、问答检索、切片复盘），风险低，是目前的最佳实践；

明确标注 AI 身份+真人后台值守+话术预审备案，风险中低，适合延长直播时长的场景；

数字人转向工具型讲解（标准化商品播报、门店导览、助农介绍），不依赖情感连接，合规压力小。

黑名单——踩线操作：

未标注 AI 身份、全程模拟真人带货——一级违规，直接限流封号；

AI 生成“老专家”“主持人”形象宣传食品功效——虚假广告，罚款起步；

无人值守 24 小时循环播放食品广告——新规明令禁止，高危品类尤其严厉；

AI 深度合成伪造检测报告、减肥前后对比图——伪造数据，处罚最重；

使用通用模特数字人带货食品——无法通过平台人脸验证，账号直接作废。

食品安全专项提示：

普通食品严禁明示或暗示治疗功效，哪怕是“促进消化”这种温和表述也不行。保健食品必须标注“本品不能替代药品”。AI 生成的营养对比数据、产能规模、市场占比等数字，必须有事实佐证，否则等同于虚假宣传。

➤ 结语：AI 是工具，不是替身

2025 年 9 月《人工智能生成合成内容标识办法》实施的时候，很多人觉得“不就是贴个标签嘛”。

2026 年 2 月《直播电商监督管理办法》施行的时候，还有人在想“AI 又不是真人，怎么罚我”。

到了 8 月 10 日，答案已经写在纸上了。

AI 是工具，不是替身。合规不是成本，是门票。当四层监管同时落下、三平台同步收紧、执法手段升级到区块链固证，食品直播带货的牌桌上，只剩下一张牌可以打——

真实。

不真实，就出局。（来源：视频号创作平台、界面新闻）

3、AI 短剧需降虚火炼真金

<https://www.toutiao.com/article/7673292253913236020/>

上半年，全网新上线 AI 短剧超 22.19 万部，播放量破亿率仅 0.47%；进入投流大盘的 AI 漫剧，盈利占比还不足千分之一。赛道看似火热，数据却不乐观。生成式人工智能快速渗透短剧行业，催生出空前产能，本应释放红利，为何不少从业者反而陷入增收困境？

AI 入局短剧生产，带来的产业增益显而易见。单部 AI 短剧制作成本较传统真人短剧普遍下降超 50%，制作周期也压缩到原来的三分之一，甚至更短，创作门槛大幅降低。

但问题在于，不少从业者将 AI 视为批量造剧的工具，抱着“广撒网、赌爆款”的

心态，一键生成、批量上线。成熟题材的固定套路被不断复刻，观众只看开头就能猜到结局。当海量同质化内容争抢有限的注意力，投流和算力成本水涨船高，制作方陷入增产不增收的困境，用户付费意愿也被进一步透支，行业口碑下滑成为必然结果。

监管举措的持续完善正在加速行业出清：“先备案、后上线”的准入规则，“剑网 2026”专项行动对版权乱象的集中整治以及即将于 9 月 1 日起施行的《微短剧发展管理办法》，均指向行业粗放式增长模式即将结束，低质产能的生存空间正在被不断压缩。

打破粗制滥造怪圈，将 AI 的价值从单纯降本转向深度增值，关键在于把流量生意升级为价值产业。不少头部企业已开始摸索破局路径：为地方文旅、消费品牌提供深度定制服务，打开品牌合作收益空间；绑定优质网文 IP 做长线开发，拉长内容生命周期；布局海外发行、互动叙事等新赛道，拓宽变现渠道。长远来看，行业竞争归根到底是人才竞争，要推动人机协同走向专业化、标准化，培育兼具内容创作与 AI 应用能力的复合型人才，增强产业可持续发展的竞争力。

AI 只是生产工具，有价值的内容才是核心。从拼产能到拼品质，只有把技术红利转化为实实在在的产业价值，AI 短剧赛道才能行稳致远。（来源：中国经济网）

4、发布“双百”计划+发展资金申报指南！微短剧精品创作传播交流活动圆满举办

https://mp.weixin.qq.com/s/vZgPP3_be_KQG1pD-0kdaQ

8 月 11 日，微短剧精品创作传播交流活动在郑州举办。活动由河南省广播电视局主办，红果短剧、大象新闻承办，DataEye(剧查查)协办并提供独家数据支持。本次活动以“繁荣新文艺 谱写新篇章”为主题，旨在贯彻落实河南省委、省政府和广电总局关于推动微短剧产业高质量发展的部署要求，通过政策发布、创作分享、项目启动、产教签约等多元环节，全方位搭建交流合作平台，推动河南微短剧产业从“规模扩张”向“质量升级”迈进。

➤ 立足中原，锚定提质发展航向

省广电局党组书记、局长曹新博在致辞中指出，当前河南微短剧产业发展态势良好，产业规模、企业数量、制作产能位居全国前列。河南立足厚重文化资源禀赋，创新构建“真人+AI”双轮驱动格局，持续推进产业转型发展。希望以本次活动为契机，

进一步凝聚行业合力、深耕精品创作、优化产业生态，推动本土微短剧深挖现实题材、讲好河南故事，共同书写产业高质量发展的新篇章。

➤ 重磅发布，绘就“双百”创作蓝图

活动发布河南省微短剧精品创作传播“双百”计划，明确提出每年将创作推出 100 部反映时代风貌、彰显中原文化的精品微短剧，100 部海外上线的精品微短剧。活动还发布河南省微短剧发展资金项目申报指南，聚焦微短剧创作播出、出海传播、平台建设、技术赋能、主体培育、举办活动等六大类别给予扶持补助，清晰列明资金申报条件、申报流程、扶持范围，打通企业、创作者获取政策资金支持的渠道。DataEye(剧查查)发布行业数据分析报告，依托平台海量样本数据，客观梳理当前微短剧市场受众偏好、内容创作趋势与长效运营路径，为创作主体选题策划、项目运营提供专业数据参考。

➤ 凝聚共识，探讨现实题材创作

主题分享环节，来自本土的短剧拍摄基地、头部短剧公司以及红果短剧平台，从基地建设赋能微短剧精品创作传播、微短剧产业变革与未来趋势、平台方精品剧扶持政策等角度进行深入分享。红果短剧推出“果燃计划”、“千部计划”、“真人结合 AI”激励计划等一系列激励活动，积极推进微短剧的题材创新和内容精品化。

精品创作交流紧扣广电总局“微短剧精品创作传播计划‘五个一批’工程”要求，邀请高校专家、行业机构代表、一线创作者同台交流。嘉宾结合自身从业经历，围绕题材挖掘、叙事表达、文旅赋能等维度，分享实战经验，为破解现实题材微短剧“好看又出圈”的创作难题提供新思路。

➤ 矩阵联动，开启精品创作新篇章

由省广电局、省文联、红果短剧联合发起的“豫乡情怀·豫味人生”微短剧剧本征集活动正式启动，面向全社会征集优质原创剧本，夯实精品创作源头供给。征集活动与红果短剧“现实题材千部计划”深度联动，形成“政府引导+平台赋能”双重激励。

河南省微短剧精品创作传播矩阵启动，联动中央驻豫媒体以及省、市、县媒体，聚合主流媒体网络视听平台、新媒体账号等宣推资源，打通精品微短剧更广传播链路。活动发布《万家灯火之小巷无小事》《魏都故事·燕子归巢》《一个人的长征》《神话山海》等多部“大河之南·精品短剧”创作传播工程精品剧目与重点项目，集中展

示河南微短剧精品创作阶段性成果。

活动举行产教合作签约仪式，河南大学、河南工业大学等高校与天桥短剧、乘风破浪等企业将开展剧本孵化、实习实训、人才定向培养等深度合作，补齐专业人才供给短板，实现教育资源与产业发展双向赋能。

活动汇聚省内行业主管部门、高校、头部平台、微短剧企业以及中央媒体、省内外媒体等 500 余人，多项产业规划、扶持政策、行业报告、重点项目集中对外发布，干货满满、落地性强。参与活动的平台、企业、高校代表纷纷表示，本次活动为行业搭建了高效对接平台，各类扶持政策、合作项目为本土微短剧创作发展提供坚实支撑，下一步将深耕现实题材、打磨优质内容，不断推出兼具文化内涵与市场热度的精品微短剧，以新大众文艺繁荣发展助力文旅强省建设。（来源：河南广播电视台民生频道）

5、2026 年湾区直播产业赋能发展大会在深圳举办

https://mp.weixin.qq.com/s/e-iNJTstBb_Bp4DIUmyNTQ

近日，“智播湾区 行稳致远”2026 年湾区直播产业赋能发展大会在深圳举办，发布全场景直播数字化解决方案，启动多项产业生态共建项目。深圳市商务局、市通管局、市妇联、市网信办相关负责人及头部直播平台、MCN 机构、供应链企业代表围绕直播电商数智转型、湾区产业协同、专业人才培养、跨境业务拓展展开深度交流，赋能直播产业发展新篇章。

活动由深圳市网络直播协会、中国联通深圳市分公司联合举办。活动现场，大湾区直播生态赋能行动正式启动。赋能行动将整合湾区供应链、流量渠道、产业园区、技术服务商资源，打通“深圳制造+湾区流量+全球市场”产业链路，常态化开展产业对接、政策宣讲、供需匹配活动，构建湾区一体化直播产业生态。

“深姐姐”主播实训站中国联通深圳市分公司站点同步正式揭牌运营。“深姐姐”是由深圳市妇联发起的巾帼就业创业直播公益培育项目，目前已累计培育 1600+深圳女性。启动后，实训站将依托联通数字化能力、线上直播平台资源，继续系统化开展直播运营、短视频创作、跨境直播、合规经营等标准化培训，持续培育专业直播人才，夯实产业人才根基。

当前，直播经济已从“流量驱动”进入“质量驱动”阶段。为全方位赋能直播场

景，有关单位围绕网络能力、智播一体化、跨境出海、算网服务四大核心能力，推出数字化服务方案。“联通智播”能让技术真正服务于内容创造者和商业创新者，为“广货行天下”提供最坚实的网络底座。

在分享环节，直播生态企业代表围绕直播电商数智转型、湾区产业协同、专业人才培养、跨境业务拓展展开深度交流。华为广东产业发展与生态部副部长朱勇围绕智慧网络服务展开分享，详解高稳定极速网络对高清直播、沉浸式直播、虚拟人直播的底层支撑能力，为直播行业网络升级提供技术参考；淘宝直播华南区招商负责人聚焦全域直播新模式，分享本土品牌线上引流、公私域联动、消费市场扩容实操方案；头部 MCN 机构代表结合行业一线运营经验，分享主播孵化、短视频内容创新、直播间流量转化成熟方法论，为中小直播从业者提供实践指引。（来源：深圳商务）

6、杭州书博会启用“文盾·智能眼镜”毫秒级甄别非法出版物

<https://tidenews.com.cn/news.html?id=3510758>

在杭州国博中心召开的第 34 届全国图书交易博览会中，出现了流动的“数智执法”身影：杭州市文化广电旅游局执法人员佩戴智能眼镜穿梭各展位，以智能巡查、毫秒甄别、精准排查的数字化监管方式，为书博会文化安全保驾护航。“文盾·智能眼镜通过智能眼镜辅助，2 秒即可完成数据比对，实时反馈核查结果，快速判断出版物合规情况，有效防范风险隐患，提升了一线执法监管质效。下一步，市文化广电旅游局将持续深化“智慧执法、精准监管”理念，不断拓展智能执法装备在文旅行业监管场景的落地应用，迭代优化科技监管手段、健全智慧监管体系，持续守护杭州文化市场清朗有序，助力全市文旅产业高质量发展。（来源：潮新闻）

7、网易工作站普法宣传阵地：政企协作与合规指导

https://www.sohu.com/a/1053058758_121106994?scm=10001.32513-325_13.0.0-0-0-0-0.5_1334&spm=smcpc.channel_248.block3_308_NDdFbm_1_fd.15.1784637245467CWus4wv

为落实行业监管职责，压实企业主体责任，持续提升文旅市场执法精准指导服务效能，7 月 17 日，市文化市场执法监督指导中心在网易举办任勇工作室——网易工作站

普法宣传阵地建设暨企业合规经营指导交流活动。工作室成立以来，进行合规指导 16 次，前置审查新版游戏资料片 3 次，协助化解投诉纠纷 37 次，提前预判可能引发矛盾纠纷和社会热点 2 次，线下组织未成年人防沉迷活动 2 次。此次活动是市文化执法中心推进普法宣传阵地建设、深化企业合规经营指导的重要举措，通过政企面对面交流，进一步增进了共识、明确了工作目标。下一步，市文化执法中心将持续发挥网易工作站平台的示范引领作用，推动全市网络文化市场高质量发展。（来源：搜狐网）

8、华策影视:政企协商推动桐庐短剧产业链建设

https://www.hzzx.gov.cn/zxyw/content/2026-07/20/content_9259436.htm

7 月 17 日，桐庐县政协召开“请你来协商·聚焦影文旅融合放大华策影视等链主优势加速推动短剧全产业链发展”专题会议。随着华策影视基地落户桐庐，我县按下影视产业发展的“加速键”，明确提出“打造影文旅融合新高地，推动‘桐庐影视’出彩出片”的目标。未来，桐庐县将要锚定“链主引领”的集群化路径，充分发挥华策、蚂蚁看看等链主企业的龙头带动作用，将顶尖 IP 资源、人才储备和技术积累转化为产业链生态；要锚定“AI 赋能”的差异化路径，以 AIGC 技术赋能破解短剧同质化痛点，在降本增效基础上实现内容提质，打造具有辨识度的数字内容产业高地；要锚定“影文旅融合”的全域化路径，推动“影视+文旅”“影视+快递”等深度融合，打造“短剧同款游”等沉浸式文旅新业态，推动线上流量落地为线下消费增量。（来源：杭州政协官网）

9、小红书发布暑期治理公告，处理低俗、违规笔记

https://www.163.com/dy/article/L1R6520N051494GR.html?spss=dy_author

7 月 14 日，小红书发布关于暑期安全出游的治理公告，公告称将对相关违规行为和文旅账号资质开展集中治理，处理无资质招徕、虚假宣传、低价引流、强迫购物行为，同时启动对文旅行业账号的常态化资质审核，包括但不限于对使用虚假授权、伪造、变造旅行社资质证照注册或认证的账号进行摸排，一经核实违规认证即予以处置。（来源：网易）

10、抖音电商日常治理中发现并报案，配合警方打掉一盗版图书团伙

<https://item.btime.com/418cj4027de8s88p8g7cmhf9uc3>

近日，浙江省嘉兴市平湖警方成功破获一起销售盗版图书案，2 名犯罪嫌疑人被采取刑事强制措施，查扣盗版图书 8000 余册，认定侵权产品销售金额 300 余万元。据悉，该案由抖音电商在日常治理中主动发现并向警方报案。在图书版权保护领域，抖音电商近年来持续加大治理力度。平台目前已建立起包括资质审核、专项治理、版权保护、技术防控在内的多层级治理体系。在准入环节，平台要求图书商家入驻前提交营业执照、法人身份证件、出版物经营许可证等材料，经核验通过后方可经营。对许可证失效或未完成年度核验的商家，平台将依规收回类目经营权限、下架相关商品。2026 年 4 月，抖音电商发布《关于出版物发行单位年度核验公告》，要求平台内图书商家及时完成年度核验工作。（来源：北京网络广播电视台网）

11、横店影视 2026 年上半年经营业绩出现较大幅度亏损

<https://stcn.com/article/detail/4018038.html>

人民财讯 7 月 14 日电，横店影视(603103)7 月 14 日披露业绩预告，预计 2026 年半年度归属于上市公司股东的净利润为亏损 5200 万元— 7500 万元，同比转亏。受电影市场优质影片供给不足、观影需求回落、多元化娱乐消费分流客流等因素影响，报告期内公司下属影院经营承压，电影放映及相关衍生业务营业收入同比下降。（来源：证券时报网）



【三】案例解析

1、直播带货言论构成商业诋毁 东方甄选被判赔偿江小白 30 万元

<https://mp.weixin.qq.com/s/B2UfzDopezIhxRILYgyw4w>

近日，中国新闻周刊发布一则商业诋毁纠纷案。2024 年，东方甄选主播在推销其他品牌白酒时，发表涉及江小白酿造工艺、产品标识等内容的言论。法院认为，直播带货属于经营行为，经营者及其主播对同类商品进行商业评论时负有较高的审慎注意义务；涉案言论通过片面陈述、不当关联等方式，足以使公众对江小白产品质量产生错误认识，即使其中含有部分真实因素，仍构成商业诋毁，判令东方甄选赔偿江小白经济损失及合理开支共计 30 万元。一审宣判后，双方未上诉。

【基本案情】

本案纠纷起源于 2024 年 7 月东方甄选的一场白酒直播带货。主播天权（本名郭天权）在推广合作白酒产品时，为凸显货品优势，公开针对江小白品牌发表一系列对比评价言论，核心内容极具误导性：“你现在去看江小白的包装，上面是没有‘白酒’这两个字，因为不允许。”“买江津小曲就没有这个标（小金标），因为它不是固态蒸馏的，所以不能算固态（发酵）酒。”“配料表里只要出现食用酒精，是不允许叫白酒的。”上述言论迅速引发连锁反应。大量消费者涌入江小白直播间质问“你家酒到底是不是粮食酒”，江小白品牌形象遭受严重冲击。2024 年 8 月，江小白发布声明，称上述言论严重背离事实，要求东方甄选公开道歉并消除影响。江小白出示了由中检科创签发的“纯粮固态发酵白酒认证证书”，证明其白酒产品执行 GB/T26761（优级）小曲固态法白酒国标，酿造原料仅为水和高粳。此后天权与东方甄选先后公开道歉。天权解释称，其在直播时提及的江小白是指江小白的果味酒，“江小白的白酒当然是白酒”。然而江小白认为道歉态度不诚恳，且试图掩盖直播中恶意拉踩、诋毁品牌的明显事实，不接受非正式道歉。2024 年 9 月，重庆江小白酒业有限公司（2024 年 12 月已更名为“重庆瓶子星酒业集团有限公司”）正式向重庆市第一中级人民法院提起诉讼，主张东方甄选运营主体东方优选（北京）科技有限公司构成不正当竞争中的商业诋毁，要求其承担赔偿责任。

【双方观点】

江小白方面认为，上述言论误导消费者认为其白酒产品非纯粮酿造、不符合白酒

标准，损害了商业信誉和商品声誉，构成商业诋毁，遂提起诉讼，请求判令赔偿损失。

东方甄选辩称：主播言论针对的是江小白果味酒产品，系基于行业标准的客观科普，属于主播临场发挥，不存在主观诋毁恶意。

【争议焦点】

1. 是否具有竞争关系？
2. 是否构成商业诋毁？
3. "临场发挥"能免责吗？

【法院推理】

法院未支持东方甄选"主营业务不同、不具竞争关系"的抗辩。直播带货中，主播推销白酒、评论白酒品牌，在同品类商品市场中具有竞争利益，受反不正当竞争法规制。法院审理认为，经营者及其主播应对评论内容负有更高标准的审慎注意义务，确保评论真实、客观、全面。本案主播：未区分江小白旗下白酒与果味酒产品（果味酒本就不属"白酒"类别）未提及江小白多款白酒已获纯粮固态发酵认证的事实仅以包装字样和个别产品特征做选择性呈现和不当关联整体上足以引导消费者得出"该品牌白酒不符合白酒标准、非纯粮酿造"的误解，超越了正当商业言论的边界，构成法律规制的误导性信息。法院明确：临时发挥不能免责。即时互动场景下的"临场发挥"不构成免责事由。主播代表经营者在直播间的发言，经营者应承担由此产生的法律责任。

【裁判要旨】

商业诋毁不仅包括捏造虚假事实，也包括传播误导性信息。即便信息含有部分真实因素，但通过片面陈述、不当关联、模糊指向等方式呈现，整体上足以使公众产生错误认识的，仍应受到法律规制。

【裁判结果】

法院认定东方甄选构成商业诋毁，判令赔偿江小白经济损失及合理开支共计 30 万元。

【本案启示】

主播作为直播带货的第一责任人，应当树立以下合规意识：第一，信息核实义务。在直播中对竞品进行评价前，必须确保所引用的数据、标准、认证信息经过核实。不能仅凭个人记忆或片面了解即发表评价，尤其涉及产品标准、生产工艺等专业性较强的领域。第二，全面客观原则。对竞品的评价应确保信息真实、全面，避免选择性呈

现。如确需对比，应在同一标准、同一条件下进行，不得将不同品类的产品混为一谈，不得通过片面陈述引导消费者产生误解。第三，谨慎使用比较性语言。避免使用“它家不行”“不如我们”“不是正宗”等带有贬损意味的主观评价，尤其不得使用“不允许”“不能算”“不是”等否定性断言。评价应聚焦于自身产品的优势，而非贬低竞品。

MCN 机构作为主播的管理者和直播内容的组织者，应承担更高层级的合规管理责任：第一，建立直播话术审核制度。对涉及竞品评价的内容实行事前审核，建立“红线话术清单”，明确禁止使用的表述方式和比较方法。对主播的直播脚本进行合规审查，杜绝未经审核的“自由发挥”。第二，完善主播培训体系。定期开展法律合规培训，重点讲解《反不正当竞争法》《广告法》《直播电商监督管理办法》等法律法规的核心要求，通过案例教学提升主播的法律风险意识。第三，建立应急响应机制。一旦出现争议言论，应在第一时间启动危机应对流程，及时发布正式、诚恳的道歉声明，主动澄清事实、消除影响，避免事态升级。本案中东方甄选因道歉“不诚恳”而未能化解矛盾，最终走向诉讼，教训深刻。

直播平台作为交易的组织者和规则的制定者，应当切实履行平台管理责任：第一，完善内容审核规则。根据 2026 年 2 月 1 日起施行的《直播电商监督管理办法》（市场监管总局、国家网信办令第 117 号），平台应当建立健全直播电商信息内容管理机制，对涉及竞品评价的内容进行重点审核，建立违规行为分级处置机制。第二，加强主播信用管理。建立主播信用档案和违规行为记录制度，对多次发布误导性信息、实施商业诋毁行为的主播，采取限流、暂停直播资格直至清退等处置措施。第三，畅通投诉举报渠道。建立健全消费争议快速处理机制，对被侵权企业的投诉举报及时响应、有效处置，形成平台自律与行政监管的良性互动。（来源：壹周讲法）

2、侵犯科大讯飞商标 19 家关联公司被判赔 830 余万元

<https://mp.weixin.qq.com/s/LaJwg1IIfC565VNRvq002Q>

近日，科大讯飞发布一则案件通报，东莞市中院就科大讯飞诉熊某及 19 家关联企业商标侵权案作出一审判决。法院查明，熊某及关联企业通过生产、仓储、线上销售等分工方式销售带有“科大讯飞”“讯飞”等标识的侵权商品，涉及线上商品链接 319

条。法院认为，相关主体使用与涉案注册商标近似的标识，容易导致消费者混淆，且侵权规模较大、持续时间较长，符合惩罚性赔偿适用条件，认定被告方构成共同商标侵权，判令其连带赔偿经济损失及合理开支 830 余万元。

【基本案情】

科大讯飞为安徽合肥本土人工智能上市企业，持有“科大讯飞”“讯飞”等多件第 9 类注册商标，核定使用于学习机、词典笔、翻译机、耳机等智能硬件，相关核心商标被认定为驰名商标。熊某实际控制 19 家关联企业，注册地址集中、从业人员多为亲属关联，形成集生产、仓储、线上销售于一体的侵权产业链：多家公司生产仿冒产品，统一由一家企业仓储发货，各主体开设数十家店铺售卖。侵权标识使用主要有三：商品标题、名称及宣传页使用“科大 AI 讯飞”“科大讯飞”；部分包装印“监制出品科大 AI 讯飞”“品牌：科大 AI 讯飞”；部分商品开机屏直接显示“科大讯飞”。熊某等曾申请“科大 AI 讯飞”商标被驳回，仍继续侵权，并通过频繁变更店铺名称、更换经营主体“换壳经营”规避追责。涉案侵权链接 319 条，销售总额超千万元。

【裁判要旨】

一、共同侵权认定：多个关联主体虽形式上独立注册、分工经营，但实际由同一自然人控制，各环节意思联络、行为配合，形成生产、仓储、销售一体侵权产业链的，应认定为共同侵权，各主体承担连带赔偿责任。

二、侵权覆盖范围：商标侵权不限于实体产品及包装，线上店铺名称、商品标题、详情页等电商场景中擅自使用知名品牌商标、模仿外观误导消费者的，同样构成商标侵权。

三、惩罚性赔偿适用：对刻意策划、规模化实施的产业链式侵权，尤其符合“以侵权为业”情形的，法院依法适用惩罚性赔偿，结合销售额、主观恶意及行业毛利率、商标贡献度等因素判处高额赔偿。

【法院认为】

一、共同侵权的认定 19 家关联企业虽工商登记独立，但实际由熊某控制、分工配合。法院穿透主体架构锁定熊某实际控制人身份，判令其与 19 家企业就全部侵权债务承担连带责任，打破拆分规避追责的错觉。

二、商标侵权范围界定判决将侵权认定从实体产品、包装延伸至线上店铺名称、

商品标题、详情页等电商全场景，明确擅自使用知名品牌商标、模仿外观误导消费者的均属侵权，体现全链条保护立场。

三、惩罚性赔偿的适用针对规模化产业链式侵权，法院认定恶意明显，依法适用惩罚性赔偿。赔偿金额结合销售额、行业品类毛利率、商标贡献度等客观数据核算，系 2026 年 5 月 1 日最高法惩罚性赔偿解释第七条新增“以侵权为业”标准后的典型适用案例。赔偿核算：销售额 × 行业品类毛利率 × 商标贡献度 等多项客观数据。

【裁判结果】

法院判决支持 19 家关联企业 + 实际控制人熊某连带赔偿 830 余万元、登报致歉、消除影响

【本案启示】

观察一：产业链式侵权成为商标维权主要战场商标侵权已从零星造假演变为有组织、分工明确的产业链式侵权，侵权人拆解产储销环节构建“防火墙”。本案以“共同侵权+连带责任”击穿该策略，确立“实质重于形式”审查标准。品牌方应追溯实际控制人及关联关系，从整体视角构建共同侵权证据链。

观察二：电商场景商标保护已成司法共识本案将线上店铺名称、标题、详情页的商标使用纳入侵权认定，与近年裁判形成共识。侵权人惯用平台流量机制，在标题、详情页嵌入品牌关键词引流。品牌方应建立覆盖主流电商平台的商标监测机制，及时固定链接截图、销售数据、店铺主体等线上证据，为维权奠基。

观察三：惩罚性赔偿的举证要“算得清”本案结合销售额、品类毛利率、商标贡献度核算赔偿，提示品牌方平时留存销售、利润率、市场价格等证据链。理加电商投诉与重案业务联动，可在投诉前端固定赔偿证据，让维权既快又准。（来源：理加 Legal Guard）

3、参与跨境影视盗版王某获刑四年六个月并处罚金 700 万元

<https://mp.weixin.qq.com/s/dXjyxRHDxA8V05Ti3mLyAQ>

近日，上海市三中院就一起跨境网络影视盗版刑事案件作出终审裁定。王某伙同境外人员运营某境外视频网站及应用软件，在未取得著作权人许可的情况下，通过信息网络传播视听作品 4000 余部，其中电视剧《繁花》普通话版、沪语版累计被点击 800

余万次。法院认定，王某以营利为目的实施大规模网络传播，情节特别严重，构成侵犯著作权罪；鉴于其在前罪缓刑考验期内再犯同罪，依法撤销缓刑、数罪并罚，决定执行有期徒刑四年六个月，并处罚金 700 万元。

【基本案情】

自 2022 年起，被告人王某伙同境外人员运营涉案平台，在未取得著作权人许可的情况下，通过信息网络传播我国电影、电视剧等视听作品，并通过开通付费会员、投放商业广告等方式牟利。王某负责涉案平台的广告植入、平台推广等工作，并通过在境内设立公司的方式为该平台提供技术支持。

经查明，涉案平台传播未经授权的视听作品达到 4000 余部，其中热播电视剧《繁花》普通话版被点击 500 余万次、沪语版被点击 300 余万次。

为指控上述事实，公诉人讯问了王某，出示、宣读了同案关系人员的供述、书证、司法鉴定意见书、知识产权鉴定意见书、电子数据等证据材料。

公诉机关认为王某的涉案行为情节特别严重，应当以侵犯著作权罪追究其刑事责任。于是，公诉机关于 2025 年 3 月向一审法院提起公诉。

王某对起诉指控的事实、罪名均有异议，认为指控事实与其无关，其涉案行为不构成犯罪。

【一审过程】

2026 年 3 月 27 日，一审法院结合在案证据作出一审判决，认定王某的被指控行为情节特别严重，已构成侵犯著作权罪，支持了公诉机关的指控。

一审判决后，王某以原判认定事实错误、证据不足，其行为不构成犯罪等为由，向上海三中院提出上诉，称没有证据证明其参与或者收取广告费、会员费，且侵权视频网站普遍存在人为设置较高的原始点击数现象，不能排除人为刷单虚增点击数的可能。因此，其行为不构成犯罪。此外，即使认定其构成犯罪，也因其仅参与技术支持，并不参与涉案平台的运营，不起主要作用，应当认定其为从犯。

【二审过程】

2026 年 4 月 15 日，上海三中院受理该案，依法组成合议庭，于 7 月 7 日对案件进行了公开开庭审理，并于 7 月 28 日作出终审裁定。

上海三中院经审理认为，根据部分信息网络传播权人出具的版权声明、未授权声

明反映，涉案平台未经授权传播的视听作品已超过 4000 部，而涉案平台运营人员、技术支持人员等一直无法提供获得信息网络传播权人或者著作权人许可的证据材料或具体信息，据此，对王某所提 4000 余部视听作品均需经相似性鉴定的辩护意见不予采纳。

在案证据表明，涉案平台上安卓客户端文件代码与王某创立的公司代码库中安卓端的源代码属同一套代码。王某负责涉案平台境内技术业务，通过招募、管理员工编写代码、修改界面及测试、完善功能，为涉案平台提供技术支持，向员工下达具体业务指令，与境外人员对接解决技术问题，参与业务决策及执行；同时通过邀请博主入驻，宣传推广涉案平台。

据此，上海三中院认定，在涉案平台通过网络传播侵权视听作品过程中，王某在共同犯罪中处于决策、组织、指挥地位，起主要作用，是主犯，依法应当按照其组织、指挥、参与的全部犯罪处罚。王某曾因犯侵犯著作权罪被判处刑罚并宣告缓刑，在缓刑考验期内又犯侵犯著作权罪，依法应当撤销缓刑，实行数罪并罚。

综上，上海三中院作出裁定，驳回王某上诉，维持原判。

【本案启示】

该案是一起境内外人员合谋通过境外网站侵犯我国视听作品著作权的典型案件。对于此类跨境分工协作的犯罪行为，人民法院准确适用法律，依法予以惩处。

上海三中院副院长、该案二审审判长吴波在接受记者采访时表示，根据《最高人民法院、最高人民检察院关于办理侵犯知识产权刑事案件适用法律若干问题的解释》第十三条的规定，通过信息网络向公众传播他人作品被点击数量达到 100 万次以上属“情节特别严重”情形。而涉案平台上传播的视听作品 4000 余部，仅《繁花》一部剧的点击量就超过 800 万次。况且，王某在缓刑考验期内再犯同一罪名，因此，法律对此决不宽宥。

吴波介绍，王某到案后拒不供述犯罪事实，合议庭在二审审理期间全面审查案件事实，充分听取各方意见，综合王某的从业经历、联络内容、实施行为等在案证据，依法认定王某具有侵犯视听作品著作权的犯罪故意。合议庭在二审宣判时做了全面评判和释明，在法院审理查明的客观事实面前，拒不供述不等于能够逃脱法网。

“每一部优秀视听作品的背后，都凝结着创作者的心血与智慧。盗版行为不仅损害创作者的合法利益，同时也削弱了文化创作动力。人民法院依法惩处侵犯视听作品

著作权的犯罪行为，是对个案的公正裁决，更是向社会传递一个坚定的信念——创新应当被尊重和保护。我们相信，在司法的守护下，更多优秀的视听作品会不断涌现，文化产业会持续呈现‘百花齐放’的蓬勃气象。”吴波表示。（来源：中国知识产权报）

4、母亲要求继承亡子 87 个游戏账号 法院判令平台协助变更实名信息

<https://mp.weixin.qq.com/s/pS5sdSyNudD0J7Q40plr9g>

8月6日，据央视新闻报道，北京市石景山区法院审结一起网络游戏账号继承纠纷案。陈女士独子去世后，其诉请继承儿子生前注册的87个实名认证游戏账号。法院认为，涉案账号及其中的角色数据、虚拟道具等具有使用价值和财产价值，属于网络虚拟财产；实名认证仅为账号使用的身份规则要件，并非不可继承的身份性权利，且用户协议未排除继承。法院判令游戏公司在判决生效后15日内协助变更实名认证信息。

【基本案情】

2025年5月，陈女士36岁的儿子小古因重大疾病不幸离世。小古生前没有正式工作，常在家打网络游戏，十几年间，陆续在一家游戏公司注册了87个实名认证账号，并通过各种方式提升账号等级、获取游戏中的收益。办完儿子的后事，陈女士偶然听说，游戏账号也能变现，便找到游戏公司，希望能继承儿子的游戏账号，换些钱补贴生活。然而，她的请求遭到游戏公司拒绝，无奈只能起诉到法院。

【双方观点】

北京市石景山区人民法院民事审判二庭庭长张英周介绍，游戏公司拒绝的理由主要基于三点考虑：

一是依据双方签订的用户协议，游戏账号及账号内的虚拟物品的所有权归公司所有，用户仅享有有限的使用权；

二是公司认为案涉游戏账号具有人身属性，不应纳入可继承遗产的范围；

三是游戏公司对于古某是否还有其他继承人，陈女士是否是唯一的继承人，还存在顾虑。

陈女士的诉讼请求很明确：判令游戏公司配合她继承儿子名下的87个游戏账号，将实名认证信息变更为自己。诉讼中，小古与前妻所生的女儿，也就是陈女士的孙女，

经其法定代理人出具书面声明，确认自愿放弃对案涉游戏账号的继承。

【法院认为】

法院审理后认为，本案涉及的游戏账号属于网络虚拟财产，《中华人民共和国民法典》首次确立了网络虚拟财产受法律保护的原则。虚拟财产的认定需要具备财产的三大属性，即可支配性、价值和使用价值。张英周表示，本案中，经审理认定，网络游戏账号、角色数据、虚拟道具、装备、游戏币等均依托网络数据形态存在，具备相应的使用价值和财产价值，依法属于网络虚拟财产的范畴。本案涉及的游戏账号，是玩家投入大量的时间、精力和金钱培育形成的网络虚拟财产。账号本身具有使用价值和流转价值，因此属于具有财产利益的民事权益。游戏账号虚拟财产的属性认定了，继承性如何来判断？依据《中华人民共和国民法典》，遗产是自然人死亡时遗留的个人合法财产，这 87 个游戏账号作为小古的遗产，能否被继承？法院综合考量后认为，案涉游戏账号属于生产经营类的虚拟财产，而非社交类的财产，使用权益可以继承。张英周说，玩家通过充值、代练等劳动投入所培育的账号使用权是以财产利益为核心的内容。虽然账号经过了实名认证，但是该认证仅为账号使用的身份规则要件，并非专属于古某本人具有人身依附的属性且不可转移、不可继承的身份性的权利。同时双方用户协议并未排除自然人死亡后，其继承人继承账号使用权的权利，且法律本身也并未禁止此类财产的继承。

【裁判结果】

法院在唯一的合法继承人明确主张权利的情况下，判令游戏公司于判决生效后十五日内协助办理实名认证的信息变更，确认陈女士可以继承 87 个游戏账号的使用权。

【本案启示】

法官建议玩家，在注册网络游戏或其他网络平台账号时，认真阅读用户协议中关于账号权利归属、使用权的范围、是否允许继承或转让等条款，优先选择规则明确，对用户合法权利保障较为充分的平台。对于具有财产价值的虚拟账号，可提前通过遗嘱进行相应安排。（来源：央视新闻）

5、公司擅用离职员工声音训练 AI 配音，法院判定:构成人格权侵权

https://mp.weixin.qq.com/s/KCGJ_Xz8fzzSZ7RGqGNk8Q

近日，浙江省杭州市滨江区人民法院审结一起离职员工声音被 AI 化使用的人格权

纠纷案。法院明确指出：经人工智能技术处理后的声音，如能使一般公众根据其音色、语调、发音风格关联到该自然人，即属于声音权益保护范围；知识产权归属约定不包含人格权益，用人单位不得以享有著作权为由，主张其对自然人声音进行 AI 化使用的权利。该案为数字时代的人格权保护提供了清晰的司法指引。

【基本案情】

原告周某曾为被告理某文化公司的员工，双方于 2022 年 4 月 1 日签订《劳动合同》，周某任“虚拟艺人”岗位，负责直播、视频制作等工作，其《劳动合同》附件《保密及知识产权协议》约定其工作期间的知识产权及其他财产权利归公司所有。

2023 年 8 月，理某文化公司以内部测试急用为由，安排周某配合录制“梦某-周某-声音使用及 AI 训练项目”相关素材。双方未签订正式合作协议，周某就签约及授权费事宜与公司沟通后，公司未予明确回复。

2024 年 9 月，周某从理某文化公司离职。不久后，周某发现公司擅自将其声音素材经 AI 训练后，用于项目“梦某”角色的配音，涵盖直播、商场展示、Steam 商品上架等场景。周某认为理某文化公司的行为侵害了其声音权，构成人格权侵权，遂向杭州滨江法院提起诉讼，要求被告停止侵权、赔偿经济损失 10 万元并赔礼道歉。

【法院认为】

法院经审理认为，本案的核心争议在于：AI 化使用的声音是否落入声音权的保护范围，以及录音制品著作权与人格权的界限如何厘清。

AI 处理后的声音若具有“可识别性”，仍落入声音权益的保护范围

《中华人民共和国民法典》第一千零二十三条第二款的规定，对自然人声音的保护，参照适用肖像权保护的有关规定，以具有可识别性作为法律保护的前提条件。对经人工智能技术处理后的声音是否落入自然人声音权益保护范围，关键在于通过该声音是否仍能识别出该特定自然人。

本案中，经 AI 处理后的声音与周某的语调、发音风格等具有高度一致性，足以使一般公众准确识别出周某的主体身份。因此，经 AI 处理后的声音仍应落入周某声音权益保护范围，应受民法典保护。

知识产权归属约定不包含人格权益，不当然授权 AI 化使用

即使理某文化公司对周某所录制的声音等录音制品享有著作权等权利，但知识产权归属约定不包含人格权益，故不当然包括授权被告对周某的声音进行 AI 化使用的权

利。事实上，理某文化公司曾就声音授权事宜与周某进行沟通，其明确知晓使用周某的声音进行 AI 训练及使用需另行授权和付费。在此情况下，公司未经周某本人知情同意的情况下，对被诉侵权的视频、软件角色中 AI 化使用其声音的行为，无合法权利来源，侵害了周某的声音权。

【裁判结果】

最终，法院判决理某文化公司停止侵权、赔偿经济损失 2 万元并出具书面道歉声明。一审判决后，当事人均未提起上诉。

【本案启示】

倪晓花 杭州市滨江区人民法院白马湖人民法庭（数据知识产权法庭）庭长：

本案是一起典型的“AI 偷声”案件，既折射出了数字时代人格权保护面临的深层困境，也为人工智能应用场景下的人格权保护划定了清晰的边界。

首先，技术不改变人格权属性：AI 处理的声音仍以“可识别性”为保护核心。声音作为重要的生物识别信息，承载着自然人的人格权益。民法典将声音参照肖像权加以保护，其核心判断标准就是“可识别性”，AI 化处理并未改变这一判断标准。只要经过技术加工后的声音仍能让人联想到特定的自然人，就依然受人格权保护。

其次，知识产权授权不当然包括人格权授权。人格权专属于自然人，非经法定事由或明确授权，不得被剥夺、转让或继承。用人单位对员工在工作过程中录制的录音制品可能享有知识产权，但不能解释为员工对人格权的放弃或对人格要素商业使用的概括授权。尤其是声音的 AI 化训练和合成，涉及对个人生物识别信息的深度处理，仍需取得自然人的知情同意。

我们期待，通过司法裁判的示范引领，能够让更多人认识到：声音、人脸、指纹等生物识别信息，均属于高度敏感个人信息，不是可以随意复刻的“数字资源”，人格权益不会因为技术迭代而被削弱。（来源：杭州中院）

6. 六万元许可费“让周杰伦代言”，四川某公司被判 200 万元巨额赔偿

https://mp.weixin.qq.com/s/3yA70mSZF_UKapbkz4Ln3Q

近日，周杰伦诉广东简某家居科技有限公司（下称广东简某公司）、四川简某科技有限公司（下称四川简某公司）、河南某文化产业发展有限公司（下称某文化公司）侵犯姓名权、肖像权及不正当竞争纠纷案迎来终审判决：广东省佛山市中级人民法院

二审维持原判，上述三家公司共同赔偿周杰伦、杰威尔音乐有限公司（周杰伦的经纪公司，下称杰威尔公司）的经济损失及维权合理开支合计 200 万元。

【基本案情】

2024 年上半年，广东简某公司经营管理者通过介绍，结识了某文化公司人员，双方在微信上商谈了周杰伦代言事宜。随后，四川简某公司与某文化公司签订《影视版权使用许（可）合同》，约定某文化公司向四川简某公司提供电影《天台爱情》剧照、海报，四川简某公司可使用剧中演员周杰伦的角色剧照，对其门窗产品进行商业宣传，许可期限 17 个月，许可费 6 万元。

2024 年 9 月，周杰伦、杰威尔公司发现，广东简某公司、四川简某公司在其官方网站、微信公众号、微信视频号、抖音、小红书等网络平台，使用周杰伦姓名、肖像及音乐作品（周杰伦、杰威尔公司在庭审中确认不主张音乐作品权利，仅将此作为赔偿情节考量），并配以“周杰伦-联合品宣”宣传语，以广告牌、展示牌、横幅、海报、旗帜为载体，向公众发布含有上述内容的视频、图片等宣传信息，对该公司经营的门窗产品进行商业宣传。

广东简某公司、四川简某公司还在高德导航的地址导航页面、经营场所的门牌、招牌等场景，使用周杰伦姓名、肖像，进行商业宣传。

【法院认为】

一审法院经审理认为，周杰伦及其经纪公司未授权广东简某公司、四川简某公司、某文化公司使用其姓名、肖像进行商业宣传，也未委托其他主体进行授权。广东简某公司、四川简某公司、某文化公司的行为侵害了周杰伦的姓名权、肖像权；未经许可以周杰伦“联合品宣”名义进行商业宣传等行为，使相关公众误认为周杰伦为上述公司的门窗产品进行商业代言，属于反不正当竞争法规定的禁止实施的混淆行为，构成不正当竞争。

广东简某公司、四川简某公司不服一审判决，提起上诉。二审期间，当事人未提交新证据。二审法院维持判赔 200 万元的原判。

【本案启示】

如今，“明星代言”是品牌快速打响名气，提升产品声誉的重要手段。顶流明星代言费用不菲，一些品牌方抱着“花小钱，办大事”的心态，企图以低成本借用明星影响力，未经合法授权就使用明星姓名、肖像等营销。这种铤而走险的行为，构成侵

权与不正当竞争，应承担相应法律责任。

还有一些企业以授权使用影视剧剧照、海报为由与品牌方签约，刻意混淆影视作品著作权与明星的肖像权。浙江泽大律师事务所高级合伙人、浙江省律师协会竞争法专业委员会副主任乔万里在接受本报记者采访时表示，即使著作权人授权使用剧照和海报，也应该符合电影的宣传发行目的和用途；如果需要使用参演演员的姓名权和肖像权，则应当取得演员或其经纪公司的许可。

品牌方在开展明星代言授权合作时，应重点关注哪些合规要点，以防范侵权纠纷与法律风险？乔万里表示，品牌方需要注意授权链条的核验，首先是核实身份，要求对方提供身份证明、公司营业执照、与明星的劳动关系证明；其次审查授权文件，查验授权书原件，核对签字/盖章真伪，确认授权范围、期限、地域等；如果是转授权，追溯授权链条是否完整，确认对方是否有转授权权利，能否提供上游授权合同，其他官方渠道能否交叉验证等。

乔万里建议，在授权链条完整的基础上，制定授权/代言合同的基本条款要确保使用方式的合规性，同时保留好授权/代言合同的原件，备注付费用途的银行转账凭证及明星经纪公司开具的发票，双方微信、邮件沟通记录，审核确认的文件等，尽可能建立“授权审查-合同管控-使用监控-纠纷应对”的合规体系，必要时聘请专业的知识产权律师全程参与，避免“因小失大”。（来源：中国知识产权报）

★ 【本期由六和金珊珊律师整理制作、陈婷婷律师编辑】



❖ 【六和律所文化产业(短剧)团队介绍】



刘成林律师

高级合伙人



泮美丹律师

合伙人



张敏律师

高级合伙人



崔晓丽律师



朱玲玲律师



陈乐律师



陈婷婷律师



韩旭律师



周寅子律师



金珊珊律师

