

君合专题研究报告



2020年12月10日

内容产业的未来法律加速器

一论《民法典》与《著作权法》对内容产业的扶持作用

一、缘起——民法权利和规制体系的升级

2020年5月28日,《民法典》由十三届全国人大三次会议表决通过,同年11月11日,新《著作权法》由十三届全国人大常委会第二十三次会议通过,《民法典》与新《著作权法》将分别于2021年1月和6月正式施行。在两部新法即将生效之际,习近平总书记于中央政治局第二十五次集体学习时强调要实行严格的知识产权保护制度,落实完善知识产权惩罚性制度,加大知识产权行政执法力度,完善行政执法和司法衔接机制,激发社会创新活力。新法的出台和政府工作方向的积极推进,标志着数字经济时代我国对创新内容产业保障扶持力度的空前提高,对当下内容产业的发展具有重要意义。

在本文中,笔者将重新界定传统意义的娱乐、体育、传媒、文创、教育等产业以及在信息网络的全网体系中开展的新闻、出版、文化产品、视听节目、游戏、教育、直播等业态分类,将以文字、音频、图片、视频等内容作为变现基础的产业统一纳入内容产业的范畴,并且将内容和具有知识产权保护基础的内容(统称为“IP”)所驱动的相关产业称为“内容+产业”¹。进一步而言,本文将从新法和相关规制体系对互联网内容产业的影响出发,聚焦于互联网虚拟经济和数字经济,对法律环境发展趋势进行解读,以期内容为内容产业和内容+产业的参

与方提供参考。

1、泛知识产权惩罚性赔偿制度的确立

《民法典》第1158规定:“故意侵害他人的知识产权,情节严重的,被侵权人有权请求相应的惩罚性赔偿。”我国民事基本法正式确立泛知识产权惩罚性赔偿可以在侵权案件中适用。

继《民法典》之后,最新《著作权法》第54条针对频发的劣性侵权事件,首次明确侵犯著作权惩罚性赔偿——“故意侵犯著作权或者与著作权有关的权利,情节严重的,可以按照权利人的实际损失、侵权人的违法所得或权利使用费的一倍以上五倍以下确定赔偿数额”。此条规定与《民法典》第1158条一脉相承,与《商标法》第63条、《专利法》第71条、《反不正当竞争法》第17条基本一致。

自此,针对内容产业,我国已建立起体系化的泛知识产权惩罚性赔偿基本制度。作为互联网内容产业中的泛知识产权权利人、被授权人以及其他权利相关的产品和服务的合作方,这一基本制度是重量级的法律武器,并且极富威慑性与打击力。结合互联网内容产业的表现形式,针对二次元(参见下文详细的定义讨论)形象的美术作品、表情包形式的美术作品、手机照片形式的摄影作品、短视频形式的视听作品、网络文学(包括网络段子)等文字作品(统称“互联网创新内容”)²的侵权行为,也

¹ 在日本的产业划分方式中,我们看到了较多以内容产业来概括的提法。同时,国家网信办出台《网络信息内容生态治理规定》也可以看作是针对内容产业,特别是互联网内容产业的一次统一化的努力和规制方法的升级。

² 根据《著作权法》的规定,法律意义上的作品需要满足创造性要件,因此在实践中需要先判断上述互联网中越来越丰富的内容是否具有创造性。由于互联网内容产业的UGC、UPGC的需求,互联网创新

都有可能适用著作权惩罚性赔偿的规定。此外，非法使用他人商业性标识，可诉请商标惩罚性赔偿；擅自使用产品包装设计、网络页面或者游戏页面设计等，构成外观设计、实用新型侵权的，可适用专利权惩罚性赔偿³；而对于恶意获取、使用和披露他人的经营信息，比如客户名单、客户偏好、经营策略、内部商业数据分析等秘密内容的，构成侵犯商业秘密⁴的，可以适用反不正当竞争法的惩罚性赔偿条款。泛知识产权惩罚性赔偿制度的确立对遏止互联网内容产业中常见的隐蔽性侵权、重复侵权、大规模侵权行为以及保护相关权利人和产业方具有重大意义。

2、惩罚性赔偿的适用要件

从知识产权惩罚性赔偿的适用要件上来看，这类侵权行为在一般侵权行为的要件基础上还需要满足“故意侵权”和“情节严重”两个要件⁵。结合已有的专利、商标和不正当竞争领域的司法实践和域外经验，笔者初步归纳以下场景中可能存在“故意”或“情节严重”要素，相关权利人有可能要求惩罚性赔偿：

(1) 侵权人主观上存在故意

“故意侵权”即侵权人明知或应知侵犯他人合法享有的权利而为之，不包括过失侵权⁶。具体而言，以下情形可能作为确定侵权人故意的考量因素：

◆ 侵权人事先接触过被侵权的作品、专利或者商业秘密等内容的⁷，包括侵权人事先调查或咨询过被侵权的内容产品、侵权人与权利人存在合作关

系、直接竞争关系或人员联系⁸等；

◆ 被侵权的内容产品具有较高的知名度⁹，比如已经出版的知名小说或二次元形象；

◆ 侵权人存在故意隐匿侵权行为的意图¹⁰；

◆ 侵权人曾经收到权利人、法院、行政机关的通知、警告或处罚的¹¹。

(2) 侵权行为情节严重

法律条文和司法经验对何谓“情节严重”尚未明确，需要结合未来《民法典》与《著作权法》的司法实践来进一步清晰化，目前笔者简要对“情节严重”分析归类如下：

◆ 侵权人在收到权利人的通知、法院起诉书或受到行政处罚后，仍然不停止侵权行为的¹²，或者侵权人在保证停止侵权后再次侵权的¹³，此行为可能同时满足“故意”和“情节严重”两种情况；

◆ 侵权行为的持续时间长、规模大¹⁴、涉及产品种类和数量繁多¹⁵，或者销售金额、盈利巨大¹⁶，又或者构成重复侵权的；

◆ 权利人的经营状况或者本身业务的商业价值受到了较大影响的¹⁷。

在《民法典》和新《著作权法》尚未生效的情况下，已经有地方法院率先在著作权侵权案件中适用惩罚性赔偿。在“小黄人”案中，原告制片公司环球公司和被授权人环球影画公司依法享有“小黄人”卡通形象的美术作品著作权，被告千尺雪公司、旺仔公司等未经授权大量生产、销售外观印有类似“小黄人”卡通形象的饮品，还将其进行了著作权登记，法院向被告送达禁令后以及案件审理过程

内容中不管是UGC、UPGC还是PGC的权利人，都应该得到充分的重视，并且也应该有相应的保护机制建立起来。

³ 《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国专利法〉的决定》由中华人民共和国第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十二次会议于2020年10月17日通过，自2021年6月1日起施行。新《专利法》第71条规定：“对故意侵犯专利权，情节严重的，可以一倍以上五倍以下确定赔偿数额。”

⁴ 根据《反不正当竞争法》，商业秘密指不为公众所知悉、具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的技术信息、经营信息等商业信息。实践中，内容产业的商业秘密侵权行为针对的多为经营性信息。

⁵ 目前针对惩罚性赔偿，《民法典》、《专利法》和《著作权法》要求侵权人主观上满足“故意侵权”，而《商标法》和《反不正当竞争法》则要求侵权人主观上满足“恶意侵权”。

⁶ 王利明：《论我国民法典中侵害知识产权惩罚性赔偿的规则》，载《政治与法律》2019年第8期。

⁷ Read Corp. v. Portec, Inc., 970 F.2d 816 (Fed. Cir. 1992); Spectralytics, Inc. v. Cordis Corp., 649 F.3d 1336, 1348 (Fed. Cir. 2011).

⁸ (2018)京0107民初14142号民事判决书

⁹ (2015)深中法知民初字第556号民事判决书

¹⁰ 同注释6。

¹¹ (2019)最高法知民终529号、(2016)苏05民初41号民事判决书；Dominion Res. Inc. v. Alstom Grid, Inc., CV 15-224, 2016 WL 5674713.

¹² (2017)苏民终1297号、(2019)苏民终1316号判决书

¹³ (2018)沪0115民初53351号判决书

¹⁴ (2017)粤民终2347号、(2019)苏民终1316号判决书、(2017)苏民终1297号判决书

¹⁵ (2019)苏民终1316号、(2017)苏民终1297号判决书

¹⁶ (2017)京73民终1991号判决书

¹⁷ (2019)苏民终1316号、(2018)沪0115民初53351号判决书

中，被告仍未停止生产和销售侵权产品。因此，法院考虑到侵权人情节严重、侵权规模极大、恶意侵权，应体现最严格保护知识产权理念，依法确定二倍的惩罚性赔偿¹⁸。

另外需要注意的是，适用惩罚性赔偿需要权利人主动申请。权利人在诉请中未要求适用惩罚性赔偿条款的，根据“不告不理”原则，法院不能主动适用惩罚性赔偿条款。在案件审理过程中，法官如发现本案可能符合适用惩罚性赔偿条款条件的，可向权利人释明，由权利人决定是否变更诉讼请求。

3、“权利使用费”标准的引入

除了惩罚性赔偿制度确立外，针对侵权损害赔偿的计算，《著作权法》新引入了商标和专利领域已有的“权利许可使用费”标准，并确定了几种损害赔偿计算方式的适用顺序。

按照新法规定，法院确定知识产权侵权损害赔偿时，优先以权利人的损失数额或者侵权人的违法所得为准，两者同为第一顺位，不再区分先后，更适应实践情况；在前两者皆不能确定的情况下，以该知识产权的权利许可使用费（即市场价格）计算赔偿金额；在前三者均不能确定时，再由法官在500元至500万元之间确定一个合理的赔偿数额（即法定赔偿）¹⁹。

“权利使用费”标准的确立，有助于进一步减少内容产品权利人的举证负担。在内容产业有关的侵权案件中，若权利人无法举证自己遭受的损失，也困于举证侵权人的违法所得，则可以证明相关产品的市场许可价格作为赔偿数额，例如摄影作品的使用费和短视频的广告插播费等。另一方面，“权利使用费”的标准也是为了防止法定赔偿的滥用。在部分商业维权案件中，职业维权人往往以低质量的内容产品进行高额索赔。法定赔偿下线提高至500元以后，也可能被版权索赔方不当利用。因此，

¹⁸ (2019)苏05知初351号判决书

¹⁹ 《著作权法》第54条规定：“侵犯著作权或者与著作权有关的权利的，侵权人应当按照权利人因此受到的实际损失或者侵权人的违法所得给予赔偿；权利人的实际损失或者侵权人的违法所得难以计算的，可以参照该权利使用费给予赔偿。对故意侵犯著作权或者与著作权有关的权利，情节严重的，可以在按照上述方法确定数额的一倍以上五倍以下给予赔偿。权利人的实际损失、侵权人的违法所得、权利使用费难以计算的，由人民法院根据侵权行为的情节，判决给予五百元以上五百万元以下的赔偿。”

以市场价格作为赔偿依据也有利于防止版权流氓行为。

4、法定赔偿的“双限”提高

此次《著作权法》修法的重要一环便是提高了著作权法定赔偿额度的上限和下限，极大的提高对单个作品的保护水平，鼓励版权密集型内容产业的发展。

相较于旧法，新法将法定赔偿的下限提高至500元，有利于对网络环境下的中小权利人进行保护，也更利于推动网络内容创新。与专利和商标不同，网络时代的版权内容生态主要以各平台的短视频、照片、各类文章为主，这些作品被侵权时面临最大的难题就是无法确定权利人损失或者侵权人获利数额，所以法院判决的赔偿金额较低，因此针对此类中小型作品的侵权行为往往更加肆无忌惮。如今，现实中若出现大规模非法使用非知名的摄影作品、短视频等内容的情形，在不能确定判赔数额的情况下，有可能会按照每件作品500元的标准乘以作品数量，来计算赔偿总额。

另一方面，法定赔偿的上限从50万提高至500万元，则有利于保护知名文学作品、电子游戏、二次元IP等单体盈利能力大的作品。需要注意的是，根据司法实践，若有证据证明权利人的实际损失或侵权人的获利明显在法定赔偿限额以外，法院也可以合理确定500万元以上的赔偿数额²⁰。

二、新法背景下二次元产业的法律保护

二次元词源来自日本，起初是指创作者笔下的文学艺术形象、虚拟世界和由此诞生的文化现象，演变至今的二次元范畴包括但不限于ACGN，即Animation（动画）、Comic（漫画）、Game（游戏）、Novel（小说）和其他衍生形式。传统意义的ACGN及其内容生态的发展路径可以从米老鼠之于迪斯尼、蜘蛛侠之于漫威、宝可梦之于任天堂以及《西游记》的公有IP宇宙去理解。随着内容消费形式和应用场景的多元化，我们也可以看到进入儿童教育产业的巧虎、玩具领域走出的变形金刚、互联网脱

²⁰ 参见北京市高级人民法院2020年4月发布的《关于侵害知识产权及不正当竞争案件确定损害赔偿的指导意见及法定赔偿的裁判标准（2020年）》

口秀生态中的王尼玛与暴走动漫、音乐演出产业中的初音未来和超级斩、为地方代言的熊本熊、以及 KAW、村上隆、奈良美智、川久保玲等当代艺术设计与二次元及时尚产业的跨界融合代表。由于中国的互联网、移动互联网基础设施和应用场景的高速发展，二次元产业在中国视角下还有着更丰富的内容表现形式以及商业模式。从更深远的意义上来讲，随着人类的个体和社会行为越来越沉入网络和终端设备所营造的虚拟世界，“永生的二次元”将有越来越重要的商业和社会人文价值。

基于以上对二次元产业的更延展的定义和对未来前景的预期，我们会对二次元版权及其他知识产权的产业应用保持长期和深度的关注和业务参与。特别是结合网络信息内容生态中的二次元内容应用，网络平台、产品、服务和内容提供方都可以将二次元元素作为吸引观众和消费者的一种方式，以用户对二次元元素的喜爱来激发其对商品、服务或内容的购买欲和关注度。因此，新法背景下对二次元内容及相关权益的法律保护也是本文的一个重点。

1、二次元在直播和综艺节目等特定场景的商品化权益

二次元本身的美学属性和文化属性可以产生出强大的亲和力、包容力、吸引力和创造性，因此可以成为各类广电节目、直播行业的引流手段，对与其结合的商品或服务产生移情作用。比如演员、明星在综艺节目中以动漫人物的扮相进行表演，创造节目看点；网络主播可能以皮卡丘的壁纸、玩偶装扮直播间，并穿戴皮卡丘服装进行直播表演或者直播带货，又或者利用虚拟技术在直播间制作皮卡丘动态投影，以博取人气；咖啡厅、桌游店、餐厅也可以将店内装潢成二次元场景，运用二次元形象，以招揽客户。

新《著作权法》重构了“广播权”的定义，使之涵盖广播、电视以及网络实时直播或转播的情景，二次元在特定化场景的商业性使用也应当符合《著作权法》以及《反不正当竞争法》的规定。新法将“广播权”修改为“以有线或者无线方式公开播放或者转播作品，以及通过扩音器或者其他传送

符号、声音、图像的类似工具向公众传播广播作品的权利”，明确将网络直播纳入广播权控制范围，解决了长期以来广播权和信息网络传播权都无法控制网络直播行为的现实困境。如果网络主播未经许可借二次元装扮、二次元布置场景进行网络直播甚至是网络营销，那么就侵犯了该二次元形象著作权人的广播权；明星装扮成二次元形象参加电视节目、网络直播，比如某明星在综艺节目上扮“葫芦娃”表演，也将侵犯该二次元形象著作权人的广播权²¹。从正面利用来看，权利人可以对各类直播、广电和销售平台进行 IP 授权，以提高二次元的利用价值，甚至可以自行创造虚拟二次元主播²²，并进行商业开发。

此外，二次元形象的保护还可以以《反不正当竞争法》为请求权基础。他人利用合法获取的知名二次元产品对自己的商品进行宣传，可能引起消费者误解其商品与二次元形象的权利人存在特定联系的，构成《反不正当竞争法》第 6 条禁止的“混淆行为”。比如，网络主播穿着经过合法授权的皮卡丘服装，或者用合法授权生产的抱枕、桌椅进行网络直播，根据知识产权“权利用尽”原则，并不侵犯二次元形象的著作权。但是如果该直播间大量使用二次元形象进行装潢，直播间名称使用相关二次元名称，致使观众误以为其与二次元形象权利人存在商业合作，则涉嫌不正当竞争。

2、二次元在视听作品中的应用

本次《著作权法》修改一大亮点在于以“视听作品”概念取代原有的“电影和类电影作品”，这使得许多结合二次元内容的短视频可以明确受到法律的保护。尽管新法尚未明确视听作品的范围，但依据新法“鼓励创新、兼容并济”的立法精神，如果能够满足作品的创造性要件，并且以音像效果呈现，那就可能纳入视听作品的类型加以保护。因此，除了影视作品外，网络游戏画面、短视频、体育赛事直播画面等也可能归入视听作品。

²¹ （2019）京 0419 民初 21961 号判决书

²² 虚拟人产业是一个方兴未艾的领域，基于平面二次元形象开发三维虚拟人原型并持续运营该虚拟人，将会产生一系列基础 IP 权利之上的衍生权利和相关身份权利、商业利益乃至伦理话题，这一方向值得作为单一专题再做深入讨论。

对于短视频平台来说，伴随日活跃流量增长的，还有用户不断扩大边界的内容需求。而 ACGN 作为离年轻用户更近的垂类内容，无疑让平台看到了无限可能。无论是相对聚焦二次元垂类的 B 站、抖音、快手，还是传统长视频平台的衍生板块（例如爱奇艺的随刻），短视频运营商都在不断尝试在短视频产品中建立二次元内容体系，以此来丰富自己的产品矩阵内容。目前在抖音上的 ACGN 内容大致可分为几类：第一是模仿类，如对各种动漫作品如海贼王、火影忍者的经典桥段的模仿秀，以及 COS 妆面教学、舞蹈、才艺表演等；第二是原创类，其采取手绘、动画、3D 等形式，在几分钟之内讲出段子或故事，或者创造出属于自己的原创二次元形象，既有鸡汤励志，也有创意搞笑；第三是混合类别，用户可以改编经典的二次元内容片段，使之既有易于传播的二次元元素，又能融入用户自己的创新内容，将推广内容与二次元结合，达到引流目的。从商业价值而言，这些高点击量的短视频制作人或运营方，单个视频可以收取数万元的广告费，实现快速的流量变现。

需要强调的是，短视频制作人或运营方超出合理使用范围将他人的二次元 IP 内容应用于其短视频内容中，不论是单纯的复制使用、再创作还是开展直播、信息网络传播以及进一步的商业化，也应当经过权利人的许可，否则将有侵权风险。

三、著作权集体管理 vs 著作权集约保护及数字化维权

数字时代，内容产品呈现碎片化分布，但缺乏有效利用和维护分散化内容的机制。互联网每天都在产生海量的文学、音乐、美术、摄影和视听等作品，然而面对数字世界浩如烟海的信息内容和庞大的潜在侵权群体，互联网创新内容权利人往往难以进行维权。另一方面，互联网潜藏大量交易机会，却缺乏撮合交易的渠道。用户高频率地使用图片、视频、音乐等创新内容，但即使使用人希望向权利人合法付费，也往往联系不到权利人，因此通过互联网进行点对点授权许可的效率极为低下。

传统意义上的著作权集体管理组织，以及互联网创新发展催生的著作权集约保护及数字化维权

机构都可能更有效地链接内容产业的生产端和需求端，帮助创新内容生产者匹配交易和维护其权益，一定程度地解决了上述问题。新《著作权法》完善了著作权集体管理制度，但因该制度仍然存在运行缺陷而不被产业权利人青睐，故实践中还形成了著作权集约保护及数字化维权代理机构。这些著作权集约代理机构弥补了内容创新市场的资源调配缺陷，满足了权利人和使用人的双向需求，其规范化的授权交易体系有利于版权产业的生态发展。

1、著作权集体管理组织制度的完善

著作权集体管理组织和相关制度在原有《著作权法》和《著作权集体管理组织条例》的基础上已经有较长时间的运行经验和市场实践成果。但是，实践中现有集体管理组织仍然不能有效地满足海量产生的著作权人的权利管理诉求，甚至存在滥用垄断地位阻止会员退会、收费和利润分配不透明、降低分配给权利人的利润和拖延分配时间等问题。

有鉴于此，新《著作权法》一方面明确了使用费的确定流程及救济方式，即当事人协商确定使用费，协商不成可申请行政部门裁决，对裁决不服可向法院起诉；另一方面要求著作权集体管理组织建立费用公开规则，即通过建立定期公开与权利查询系统，向权利人公开收取的使用费和支出的管理费，更好地保护权利人与使用人的知情权。

2、著作权集约保护及数字化维权机构的模式与优势

以集约方式进行著作权授权的客观需求催生了版权商业代理机构的发展。数字时代中，著作权集约保护及数字化维权代理机构通过网络数字技术手段为中小型的著作权人提供交易平台和价值评估机制，以提高版权的商业变现能力；此外，一些创新的数字化维权机构还通过运用人工智能识别等技术和法律专业技能，为著作权人提供维权的渠道，代替或者辅助著作权人进行维权。

著作权集约保护及数字化维权机构的运营模式有以下三种：第一种，著作权代理机构通过自有资金，大量购入他人之版权，自行建立和管理版权

库，通过商业授权和维权来获取版权许可的利润，比如华纳、环球、索尼旗下的音乐版权代理公司和视觉中国；第二种，通过与权利人签订版权独家许可协议，获得中小版权的独占性或非独占使用权，同时获得针对侵权行为的诉讼主体资格，以此对外进行商业许可和维权活动；第三种则是与权利人签订版权服务协议，不获得版权的直接使用权，而是通过提供撮合交易、价值评估、版权追踪、收集、结算、市场分析和推广、诉讼辅助等服务，收取一定的佣金，比如互联网音乐版权代理新贵 Kobalt 公司和重庆数字版权云端服务平台等。Kobalt 基于自行开发的版权监控系统，检测各个渠道的版权利用情况，该公司还与苹果、YouTube 等平台建立合作关系，以进行视频流检测²³。此外，Kobalt 允许客户从“投入到产出”对版权使用、盈利和维权过程进行追踪。而重庆数字版权云端服务平台等统一化数字版权服务平台，集成了版权登记与信息统一管理、交易公示、数字版权价值评估、鉴定与保护等机制，实现从交易前至交易后整个流程的数字化、规范化与统一化运作。

当下，我国数字版权交易市场庞大，著作权集约保护代理机构有助于解决版权产业交易的无序性和低效性问题，减少侵权纠纷发生的频率。著作权集约保护代理机构通过为权利人提供版权开发产业链的全方位的服务，助力版权交易和保护，具有相当广泛的潜在市场，其商业模式值得内容产业从业者进一步探索。

3、著作权集约保护及数字化维权机构的合理性

需要注意的是，实践中一些著作权代理机构通过与大量著作权人签署许可协议的方式获得作品再许可和诉讼权，但是其既不对作品进行商业开发和宣传，也不使用这些作品，而是仅开展再许可和商业维权以牟得利益。部分法院认为其违反了“禁止非著作权集体管理组织从事著作权集体管理活动”的规定，否认其维权的诉讼主体资格并驳回起诉²⁴。

²³ 参考报道《Kobalt 旗下 AMRA 与 YouTube 达成全球授权协议》，网址：<http://www.chinambn.com/show-2398.html>

²⁴ (2015)苏知民终字第 00100 号民事判决书、(2016)沪 73 民终 144 号民事裁定书

但是，上述法院判决未能明晰著作权集约保护代理模式与著作权集体管理之间存在的制度差异。著作权“集体管理”应当解释为集体管理组织将获得授权的所有同类作品概括授权给使用人，不考虑权利人之间的差异或者作品之间的差异来进行收费，也不根据每一个作品的每一次使用来分配版税，而是将一段时间收取的版税，扣除集体管理组织运营、维权等各项成本后，在权利人之间进行分配²⁵。相较而言，著作权集约保护代理机构无论是收取使用费还是分配利润，皆是依据授权协议围绕特定著作权人，不同于集体管理组织的集体管理行为。

从合同自由角度来看，《著作权法》赋予了作者对作品进行许可和处分的权利，著作权集约保护和授权代理行为经过权利人允许，且有助于著作权人维权和利用作品，符合著作权人的利益；从市场来看，著作权集约保护及数字化维权产业正在快速发展，无论是网络文学、音乐版权还是摄影图像行业都已经形成了自己的集约保护机构，授权代理有利于促进市场良性竞争。

四、内容产业知识产权的行政保护体系

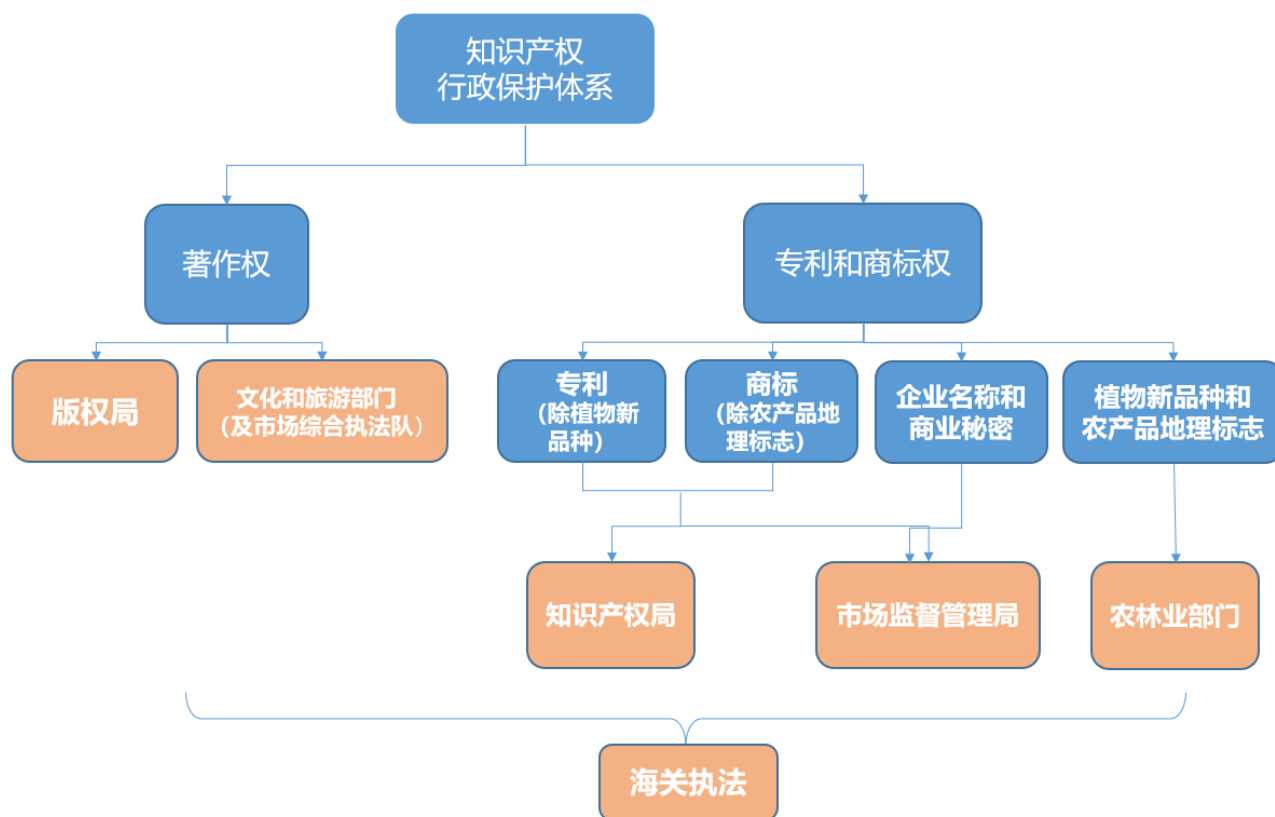
在《商标法》、《民法典》、《专利法》和《著作权法》相继出台和修订的背景下，我国知识产权保护体系日益完善。除了司法保护之外，知识产权的行政保护体系的形成意味着行政执法可以与司法审判进行良性互动，降低权利人的司法举证责任，这对互联网内容产业的发展大有裨益。行政机关查处内容产品侵权的相关记录和处罚结果，可以作为民事侵权诉讼案件的证据，用来证明侵权人的侵权事实、侵权产品销售数量、销售成本和销售价格等，因此权利人可以适当请求行政机关针对涉嫌违法的对象进行检查、查封和扣押等，以保护自己的合法利益。

根据现行法律规定，我国知识产权的行政管理机关主要包括各级知识产权局、新闻出版局（版权局）、农业和林业部门、海关（总署）、文化和旅游部门及其文化市场综合执法队、市场监督管理部门

²⁵ 熊琦：《非法著作权集体管理司法认定的法源梳理》，《华东政法大学学报》2017 年第 5 期。

和公安执法机关，其他机关如商务部门、工信部门、广播影视部门等通常会协助前述部门进行知识产权行政执法活动。知识产权行政管理机关有权依据

职权或者应当根据申请对知识产权违法行为进行查处。



五、小结

2021年，随着《民法典》以及修订后的《著作权法》陆续生效，中国的内容产业法律保护体系将基本完善并进入一个高速发展和深度实践期。与此同时，中国经历了二十多年互联网基础设施、电子商务基础设施、信息网络内容生态的高速发展，对于互联网下半场的反思和探索越来越深入，有关抵制“劣币驱逐良币”的呼声也越来越高。可以预见，优质内容、知识产权驱动的流程和商业场景将

具有越来越高的价值。同时，成熟的信息网络内容创作环境也在为更多的个人赋能，发掘他/她们成为新一代的“网红”的潜力，网红平民化的时代必将到来，这也意味着更多的市场参与个体将在更完善的权利保障体系下发展互联网端的内容事业。

本文旨在帮助读者们更好地把握内容产业未来法律加速器的核心驱动和核心发展地带，我们也期待为更多的内容产业从业者提供法律加速支持。

令狐铭 顾问 电话: 86 10 8553 7677 邮箱地址: linghum@junhe.com
黄皓洋 实习生 邮箱地址: huanghy@junhe.com

本文仅为分享信息之目的提供。本文的任何内容均不构成君合律师事务所的任何法律意见或建议。如您想获得更多讯息, 敬请关注君合官方网站“www.junhe.com” 或君合微信公众号“君合法律评论”/微信号“JUNHE_LegalUpdates”。

