

文化传媒 法律资讯

Entertainment Law Update

2025年08月

• 第六十七期 •



上海市律师协会
文化传媒专业委员会



东方律师
SHANGHAI BAR ASSOCIATION

主任：詹德强

副主任：(按姓氏拼音)

郝红颖

李伟华

邵 焯

干事长：马明宇

执行编辑：邵 焯

编委：(按姓氏拼音)

陈 敏 陈欣皓

韩 玉 侯 杰

祁 筠 邵 焯

王恢复 王敬文

徐倩倩 许 超

姚 利 叶 锦

俞丽莎 詹德强

张偲杰 赵晓波

郑弥弥 周 琦

本期责任编辑：

邵焯

干事：(按姓氏拼音)

胡至浩

文传热点

广电总局发文部署促进广电视听内容供给工作……………4

深圳发布新措施：重点扶持游戏、微短剧等数字创意产业，单个项目最高可获千万资助……………4

上海推出大型演出审批“一件事”改革……………5

湖北推行文化市场首违不罚与轻微免罚清单 优化营商环境促规范执法……………6

网易云音乐起诉韩国 SM 娱乐，版权纠纷再起波澜……………6

四部门联合发文规范“自媒体”医疗科普 严禁无资质发布及虚假广告……………7

上海推出演出专用文化消费券，多地下半年明确将演出纳入“消费券”……………9

2025 年暑期档票房 119.66 亿：40 岁+观众成观影主力……………10

《全国重点文物保护单位文物建筑预防性保护技术导则（试行）》答记者问……………11

案例分析

从文化传媒行业视角浅评《反不正当竞争法》部分修订内容……………16

法规速递

《国务院关于深入实施“人工智能+”行动的意见》……………20

《网络交易平台收费行为合规指南》……………26

委员会宗旨

在全面推进依法治国和积极发展文化事业的背景下，在文化事业与文化产业领域内，打造一支专业的律师队伍，搭建一个有效的联动平台，助力一批优秀的创新项目，献策一套先进的法律法规。通过在图书期刊、影视音像产品、广播电视、娱乐演出、文物艺术品及互联网等领域的理论研究、热点探讨、走访调研、献策献言，为上海乃至全国文化传媒行业的规范化、产业化、金融化、国际化助力。



文
传
热
点

Hot Topic

广电总局发文部署促进广电视听内容供给工作

来源：国家广播电视总局

为贯彻落实习近平文化思想，推动广播电视和网络视听精品创作传播，在广泛征求意见基础上，近日，国家广播电视总局印发实施《进一步丰富电视大屏内容 促进广电视听内容供给的若干举措》。

《若干举措》强调，要多措并举加强内容建设，增加优质广电视听内容供给。实施“内容焕新计划”，加强内容创新；改进电视剧集数和季播剧播出间隔时长等管理政策；改进电视剧内容审查工作，优化机制、提高效率；加强超高清节目制作播出宣传推介；加强纪录片、动画片精品创作；鼓励支持优秀微短剧进入电视播出；推动优秀境外节目引进播出等。同时，加强相关法律法规制度建设，加强节目版权保护。

广电总局将组织指导协调各省（区、市）广播电视局、广播电视台，制作机构、网络视听平台，中国广播电视社会组织联合会、中国电视剧制作产业协会、中国网络视听节目服务协会等单位贯彻落实《若干举措》各项工作，实现更多精品、更广传播、更优环境，更好满足人民群众精神文化需求。

深圳发布新措施：重点扶持游戏、微短剧等数字创意产业，单个项目最高可获千万资助

来源：深圳市文化广电旅游体育局

8月12日，深圳市文化广电旅游体育局中共深圳市委宣传部印发《深圳市推动数字创意产业高质量发展的若干措施》的通知。

其中提到，深圳未来3年将围绕数字创意技术和设备、数字创意内容、数字文化创意活动及数字创意融合服务等重点领域和关键环节，大力发展游戏、影视动漫、微短剧、演出、科幻等重点产业，培育发展数字创意新业态，对符合条件的项目予以资金支持。

在游戏层面，提升游戏创新水平。持续提升游戏自主创新水平和品牌影响力，支持以中华优秀传统文化要素与场景为主导的3A（高投入、高质量、高文化内涵）游戏、精品游戏、功能游戏、电子竞技游戏等产品的开发、运营，对达到一定规模、社会效益和传播效果较好的游戏产品，按照不超过投入的30%给予最高1000万元资助；对开发并上线的鸿蒙原生应用游戏，给予最高50万元资助。对举办国际国内知名游戏赛事和活动，按照不超过投入的30%给予最高500万元资助。

在影视动漫方面，打造影视动漫精品。支持主旋律、正能量、重大题材、特色题材等影视精品创作生产，对优秀的影视剧本、影视动漫作品、小成本电影、超高清视频、VR/AR视频、全息视频等内容产品，综合社会价值与商业价值，结合专业与大众、行业与市场评价，分档次给予最高2000万元资助。支持影视剧组在深摄制，对在深摄制费用超过100万元，展示城市形象、促进旅游推广的优秀影视项目，且作品在电影院线、主要电视频道、网络平台播映并取得良好反响的，按照不超过实际支出的30%给予最高500万元资助。支持新建数字影棚，按照不超过投入的10%给予最高1000万元

资助。

在微短剧层面，推进微短剧精品化。推动微短剧成为壮大主流价值、主流舆论、主流文化的新渠道和反映城市形象、深化国际传播、促进行业融合的新载体，鼓励微短剧出海，拓展国际市场，综合主流与市场、专业与大众评价和投入规模，对微短剧作品按照不超过投入的30%给予最高300万元资助。支持微短剧产业集聚发展，构建产业公共服务平台，完善版权交易与经纪代理服务，提升多语种译制能力，加快新技术融合应用等，对相关项目按照不超过投入的30%给予最高200万元资助。

在演出市场方面，促进演出市场繁荣发展。优化审批流程，提升演出服务效能，在确保安全的前提下，放宽大型营业性演出可售（发）票数量限制。支持运用大数据、区块链等智能识别验证技术搭建大湾区演出票务平台，根据平台规模和综合评价，按照不超过投入的50%给予最高500万元资助。支持打造一批演艺新空间和舞剧、音乐剧等舞台艺术精品，对经认定且演出场次和观演人数达到一定规模的演艺新空间和舞台艺术精品制演，按照综合评价和投入规模给予最高200万元资助；支持举办大型营业性演出和高品质音乐会，培育发展新型演艺，按照演出规模、经济效益和影响力给予每场最高60万元资助，同一主办单位每年获得资助上限为200万元。

上海推出大型演出审批“一件事”改革

来源：搜狐新闻

8月18日，上海推出大型营业性演出审批改

革，旨在解决演出市场快速发展中存在的审批环节繁琐、周期过长等问题，为行业注入新活力。2024年，上海举办281场大型演出，观众超359万人次，票房近35亿元；到2025年初，演出场次已达21908场，观众突破1000万。但随着数量激增，传统审批流程逐渐成为掣肘。

此次改革由市文旅局与公安局联合推出，核心是“四减”——减环节、减材料、减跑动、减时间。首先，通过并联审批，将文旅与公安的许可同步办理，审批时间缩短50%，涉外演出由20个工作日压缩至10个工作日。此外，消防部门也将参与相关活动的安全会议，提供专业指导，进一步提升演出安全保障。其次，申请材料由27项精简至13项，实现“一次提交、多部门复用”。例如，《大型群众性活动安全工作方案》《场地合同》《风险自评报告》只需提交一次，系统会自动将材料推送给相关部门，材料精简率高达50%。同时，依托“一网通办”平台，演出公司可在线提交材料、查询进度、下载证照，实现数据多跑路、企业少跑腿。

改革落地后，审批效率显著提升。企业反映，涉外演出准备周期从半年缩短至数周，材料负担减半，为演出筹备节省大量时间与成本。这不仅增强了上海演出市场的活力，也为全国提供了可复制的样本，有望吸引更多国际顶级演出项目落地，推动城市文化消费升级，提升市民文化体验。

湖北推行文化市场首违不罚与轻微免罚清单

优化营商环境促规范执法

来源：湖北省文化和旅游厅

为贯彻落实《行政处罚法》《文旅部文化市场综合执法行政处罚裁量权适用办法》《湖北省优化营商环境条例》等法律法规，湖北省文化和旅游厅近日研究起草了《湖北省文化市场行政违法行为首违不罚清单（送审稿）》和《湖北省文化市场轻微行政违法行为不予处罚清单（送审稿）》。此次出台《清单》旨在全面推行柔性执法和包容审慎监管，进一步优化营商环境，统一不予处罚的标准，为基层执法提供明确依据，推动严格规范、公正文明执法。

《清单》以《湖北省文化市场综合行政执法事项指导目录》为基础，共梳理列出文化市场领域 29 项不予行政处罚的具体情形。湖北省文化市场行政违法行为首违不罚清单共有 14 项。主要涉及在文化、旅游、出版、电影市场领域初次违法且危害后果轻微并及时改正的，可以不予行政处罚的违法违规行。湖北省文化市场轻微行政违法行为不予处罚清单共有 15 项。主要涉及在文化、旅游、出版市场领域违法行为轻微并及时改正，没有造成危害后果的，不予行政处罚违法违规行为。《清单》采用表格形式编制，由违法违规行为、法定依据、免罚（不予处罚）情形、备注和说明等 5 部分。“违法违规行为”与相关法规、规章条款规定的违法情形保持一致。“法定依据”列明了相关法规、规章规定的行政处罚条款。

“免罚（不予处罚）情形”均依据《中华人民共和国行政处罚法》第三十三条规定列明。

“备注”列明了与《湖北省文化市场综合行政执法事项指导目录》相对应事项。“说明”对“首次被发现”“危害后果轻微”“及时改正”“违法行为轻微”等认定标准予以规定。

网易云音乐起诉韩国 SM 娱乐，版权纠纷再起波澜

来源：界面新闻

7 月 31 日，“网易云音乐起诉韩国 SM 娱乐”冲上微博热搜。

天眼查 APP 显示，近日，法院公开杭州乐读科技有限公司、杭州网易云音乐科技有限公司起诉 SM ENTERTAINMENT CO.、L*、卡斯梦（上海）文化传播有限公司的开庭信息，案由涉及滥用市场支配地位纠纷。公告显示，该案件计划于 8 月 6 日，在浙江省杭州市中级人民法院开庭审理。

今年 1 月 24 日，网易云音乐发布《致韩国 SM 歌迷的一封信》，表示因版权方单方面通知不续约，网易云音乐很可能不得不于 1 月 31 日下架韩国 SM 娱乐（SM Entertainment）公司旗下全部歌曲内容。当时，网易云音乐方面表示仍在以最大诚意，继续通过多途径、多方面、多渠道的努力，争取版权续约的可能。如果有进一步的消息会第一时间告知用户。

网易云音乐与 SM 娱乐的合作最早始于 2018 年。当时，网易云音乐因与阿里音乐达成音乐著作权互相转授权的合作，获得了包括 SM 娱乐在内的音乐版权。仅仅过了一年，2019 年，SM 娱乐与腾讯音乐娱乐集团（TME）签署战略合作，此后就有用户反映称网易云音乐平台

上，SM 娱乐的歌曲不能正常听，歌单大面积变灰下架。转机出现在两年后。2021 年，国家市场监管总局下发“解除令”，叫停了独家版权。2022 年 6 月，网易云音乐再次与 SM 娱乐达成合作，获得 SM 娱乐公司旗下全量音乐版权授权。网易公司创始人、CEO 丁磊当时把这次签约定义为“回归”：“SM 娱乐公司版权回归云村了，其他还会远吗？大家不要急不要慌不要乱，版权采购村长一直在一线。多给我们点时间，都会回来的。话不多说，我们先听歌。”他在云村动态里表示。

公开资料显示，SM 娱乐公司成立于 1995 年，是一家 K-POP 潮流的综合性娱乐集团，被誉为“亚洲第一造星工厂”，与 JYP 娱乐、YG 娱乐并称为韩国三大娱乐公司。SM 娱乐曾推出以 H.O.T、SES 等为代表的第一代偶像组合，是 80、90 后的时代记忆。后续 SM 娱乐推出的东方神起、Super Junior、少女时代、SHINee 等为代表的偶像团，确立了韩流偶像清晰的“世代”划分。

今年 5 月底，腾讯音乐以场外大宗交易方式，收购韩国 HYBE 公司所持 SM 娱乐全部股份，成为 SM 娱乐第二大股东。财报显示，2024 年，网易云音乐的在线音乐服务收入为 53.5 亿元，较上一年的 43.5 亿元增长了 23.1%。这一增长主要归功于会员规模的持续扩大，会员订阅收入达到 44.6 亿元，同比增长 22.2%。其中，内容服务成本进一步降低，从 2023 年的 46 亿元降至 2024 年的 40 亿元。

在音乐内容版权储备方面，2024 年，网易云音

乐与包括 JYP 娱乐、Kakao 娱乐和 CJ 娱乐等主要韩国音乐公司签署了版权协议。也与华语乐坛重要音乐人李健签署版权合作协议，其代表作品《传奇》及《贝加尔湖畔》等在平台上线。

四部门联合发文规范“自媒体”医疗科普 严禁无资质发布及虚假广告

来源：中国网信网

8 月 1 日，国家网信办会同国家卫生健康委、市场监管总局和国家中医药管理局联合印发通知，强调医疗科普行为是以提高公众的医学健康科学素养为目的，通过文字、图片、音视频等形式，生产传播预防或治疗疾病等相关知识的行为。为进一步压实网站平台信息内容管理主体责任，规范“自媒体”医疗科普信息发布传播行为，提升“自媒体”规范开展医疗科普行为意识，支持专业医疗科普内容生产传播，防范虚假医疗科普信息误导公众，维护人民群众合法权益，具体如下：

1. 分类核查认证账号资质。网站平台应进一步完善医疗“自媒体”账号资质认证工作，对申请相关资质认证的账号，区分医疗机构从业人员、医学院校人员、医药研发机构等不同医疗领域人员类型，分类开展账号资质核查。对医疗机构从业人员，划分医师（中西医）、护士、药学技术人员、医技人员、科研人员等类型，分类核查医师资格证、医师执业证、护士执业证、卫生专业技术资格证（药学）等资质证件，医疗机构出具的在职证明（具体到科室）等材料。对医学院校、医药研发机构人

员，核查学校学院出具的在职证明、组织机构代码证、机构部门出具的在职证明等材料。其他医疗领域从业人员，结合账号名称、简介等情况，核查相应医疗资质证明材料。

2. 清晰展示账号资质信息。 网站平台应在资质核验基础上，在账号主页显著位置强化认证信息展示，主要包括：医师资格证、医师执业证、护士执业证、卫生专业技术资格证（药学）等相关资质证件的名称、专业范围等主要信息，医院科室/学校学院/研发机构部门等准确名称，是否在职，签约的MCN机构名称等。保障用户清晰知晓账号运营者专业背景、从业经历等情况，以使用户全面评估“自媒体”账号发布医疗科普内容的权威性、专业性。网站平台应依法加强个人信息保护，对相关账号资质信息采取适当保护措施。

3. 严格标注医疗科普信息来源。 网站平台应明确要求提供医疗科普内容的“自媒体”账号，对发布转发医疗科普信息的真实性、科学性负责。引用转载专业医疗科普内容、引用医疗安全等旧闻旧事、结合医疗领域素材摆拍剧情、借助人工智能技术生成合成医疗科普信息、分享传播真实健康经历的，需严格标注信息来源或生成合成内容标识。不得恶意编造、散布虚假信息，不得随意拼接发布不准确信息。

4. 认真做好资质核验工作。 网站平台应进一步强化医疗科普领域认证材料的真实性审核，对证件、单位证明的时间期限、落款部门等明显可核查的情况，需严格比对核查。对医生、护士等执业信息，需通过国家卫生健康委官方信

息查询渠道进行查验比对。如发现存在虚假不实证件信息，或同一科室/学院专业/部门认证人数明显超过常规人数设置等显著存疑情形，应依法依规对账号采取措施并进一步核验，严防虚假认证。

5. 严禁无资质账号生产发布专业医疗科普内容。 网站平台应进一步完善用户协议，依法依规加强专业医疗科普行为管理，按照“复审存量、严管新增”原则，严禁无资质账号生产发布专业医疗科普内容。严格复审存量医疗科普“自媒体”账号，对未认证的账号通知其2个月内完成资质认证。对新注册的“自媒体”账号，不经医疗资质认证，不得生产发布专业医疗科普内容。

6. 强化网络行为规范。 网站平台应进一步健全激励机制，鼓励权威优质、科学专业的医疗科普信息生产传播。强化对医疗科普领域账号网络行为的规范，加强违法违规医疗科普行为发现处置，从严管控违规提供线上付费诊疗服务，认证账号直播时认证医生本人不出镜，将用户引流至社交平台或无医疗认证资质账号进行互动、交易等行为。

7. 严禁违规变相发布广告。 网站平台应明确告知“自媒体”账号不得以介绍健康、养生知识等形式，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告。介绍健康、养生知识的，不得在同一页面或者同时出现相关医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品的商品经营者或者服务提供者地址、联系方式、购物链接等内容。

8. 严处违法违规信息及账号。网络平台应坚决清理传授无底线蹭流量打造“网红医生”、借两性健康知识传播色情擦边内容、利用 AI 编造发布涉医领域同质化文案、编造健康故事售卖商品或药品、假冒医生身份开展科普、为售卖保健品鼓动拒绝就医等违法违规信息。对存在不按要求或虚假标注信息来源、无资质认证且持续生产发布专业医疗科普内容、违规发布广告、不遵守医疗科普行为规范等问题的账号，要依法依规采取取消互动功能、清理粉丝、取消营利权限、禁言、关闭等梯度措施。各级网信部门应加强对网站平台的督促指导，强化医疗科普领域“自媒体”账号的规范管理，加强相关违法违规信息及账号的处置。各级卫生健康部门、中医药主管部门应指导医院加强对中西医医务人员网络行为的规范管理，对存在不良网络行为的医生等，依法依规依纪予以处理。持续加大中西医相关医疗科普知识供给力度，将更多权威、专业的健康知识，以多样亲民的形式传达公众。各级市场监管部门应当依据职责，强化互联网商业营销活动监管，依法查处变相发布医疗广告等违法行为，保护消费者合法权益。

上海推出演出专用文化消费券，多地下半年明确将演出纳入“消费券”

来源：中国演出行业协会

今年下半年，上海将继续安排 5 亿元财政资金，用于发放餐饮、旅游、电影、文化和体育消费券。其中特别增设的“乐赏上海”文化消费券，该消费券 8 月 15 日至 10 月 11 日分两

轮发放，面向在沪观演的全国观众，可抵扣话剧、歌剧、音乐会等多类演出票务消费。此次活动旨在引导更多观众走进剧场，构建惠民共享的艺术发展格局。演出票务预订可覆盖至 2025 年 12 月 31 日。

“乐赏上海”文化消费券发放分两大轮次：第一轮为 8 月 15 日至 9 月 13 日，第二轮为 9 月 19 日至 10 月 11 日。消费者可通过云闪付、支付宝、微信三大平台领券，采取“先到先得”模式，领完即止。券面设置 5 档满减额度，涵盖主流票价区间：满 100 元减 30 元、满 300 元减 100 元、满 500 元减 200 元、满 800 元减 300 元、满 1000 元减 400 元。第一轮活动中，消费者在每个平台最多领 1 张券，不可重复领取，券自领取日起 7 个自然日内有效，逾期自动作废。

消费券适用范围包括话剧、歌剧、舞剧、木偶剧、杂技剧、音乐会、音乐剧、戏曲、livehouse、脱口秀、沉浸式演出、电竞比赛（不含体育消费券适用的赛事）等，不含演唱会。具体可使用剧目以大麦、猫眼、哔哩哔哩会员购、上海大剧院等 22 家票务平台及场馆公布信息为准。使用时采取“即领即用”模式，线上可通过参与平台 App 购票时直接抵扣；线下在演出场馆票窗出示对应平台付款码（线下核销需开启 GPS 定位上海）即可，且可与商户自身优惠叠加使用。

除上海外，全国其他地区下半年消费券方案也陆续出台，其中四川 7 月启动 2025 暑期文化和旅游消费季，累计发放暑期文化和旅游消费

券 6565 万元。成都、绵阳、乐山、泸州、南充、宜宾将举办 150 余场文旅促消费重点活动，推出 50 余项优惠政策。美团、高德等平台推出涵盖门票、酒店、出行、休闲等方面的优惠措施。持续推进“一城一戏、千幕千场”跟着演出游四川、“天府之国、滋味传奇”跟着美食游四川、“光影镜像、带你入戏”跟着影视游四川等主题活动，打造更多文化和旅游消费创新场景、品质场景、人气场景，多方发力丰富暑期文旅市场供给。

陕西省暑期文旅消费季发放 2000 万元文旅消费券，持续放大“跟着演艺、美食、文博、诗词、民宿、赛事游陕西”品牌效应，推出 3400 余项“三秦四季”主题活动，打造了一批“影视+文旅”“交通+文旅”等特色 IP，推动新的文旅消费增长点不断涌现，文旅市场活力迸发。近日，国家广播电视总局实施针对互联网电视自动续费服务的专项规范管理措施。此次治理聚焦用户反映较为集中的自动续费“扣费前无提醒”“取消流程复杂”“投诉渠道不畅”等痛点问题，通过规范服务规则，全面优化互联网电视消费体验，在巩固治理电视“套娃”收费工作的基础上，构建更加公平、透明、便捷的互联网电视服务生态。

2025 年暑期档票房 119.66 亿：40 岁+观众成观影主力

来源：新京报

根据国家电影局统计，2025 年暑期档电影票房为 119.66 亿元，观影人次为 3.21 亿，同比分别增长 2.76% 和 12.75%，国产影片票房占比为

76.21%。票房前 5 名影片分别为：《南京照相馆》28.9 亿元，《浪浪山小妖怪》14.55 亿元，《捕风追影》8.79 亿元，《长安的荔枝》6.78 亿元，《侏罗纪世界：重生》5.67 亿元。此外，还有一个很“反常”的现象，往年暑期档，20-24 岁的年轻群体构成电影市场的消费主流，但今年暑期档，40 岁以上年龄群体成为电影消费的中坚力量，电影市场的消费结构在悄悄发生变化。

电影口碑与票房越来越趋于正比

作为全年周期最长的电影档期，暑期档备受电影业界及全国观众瞩目。今年暑期档影片涵盖历史、悬疑、动作、喜剧、动画等多个类型，不仅满足观众多元化观影需求，在电影品质上也没有辜负观众的期待，成为近年电影整体质量最好的一次暑期档。

高口碑的电影，同时也取得了高票房，说明了当下电影观众在选择观影时越来越趋于理性与成熟，相较于明星云集、宣传噱头等外部因素，他们更看重电影品质，对内容有着更高要求。以往那些投机取巧，一心只想着赚快钱的电影，已经很难再赢得观众的信任，也更难再让观众从口袋里掏出真金白银，这也就倒逼创作者从内容出发，静下心来搞创作。当电影口碑和票房越来越趋于正比，这对于脚踏实地的创作者和中国电影高质量发展前景来说，无疑是一件好事。

40 岁+观众群体成消费主力

暑期档本来是以年轻观众作为主力消费群体的档期，但今年的暑期档，40岁以上观众群体成为一支重要观影力量。

在猫眼专业版的购票用户画像中，电影《南京照相馆》40岁以上人群占比高达42.7%，20岁以下人群占比仅4.1%；电影《捕风追影》40岁以上人群占比最高为26.6%，20岁以下占比最低为8.5%；电影《长安的荔枝》40岁以上人群占比最高为41.2%，20岁以下占比最低仅为2.5%。电影《戏台》40岁以上人群占比更是高达52.4%，占全年龄层一半以上。

如果说上面4部电影，因为历史、动作、古装的题材类型所限，受众年龄会有些偏大，那么拿以年轻观众为受众目标的动画电影举例会更客观些。

在猫眼专业版的购票用户画像中，《浪浪山小妖怪》年龄占比最高的依然是40岁以上群体，高达31.7%，其次是35-39岁年龄群体，占比29.1%，20岁以下群体占比仅为2.2%。

《罗小黑战记2》年龄占比最高的也是40岁以上群体，占比31.4%，20岁以下群体占比最低，为6.8%。

《全国重点文物保护单位文物建筑预防性保护技术导则（试行）》答记者问

来源：国家文物局

近日，国家文物局印发了《全国重点文物保护单位文物建筑预防性保护技术导则（试行）》（以下简称《导则》），对现阶段全国重点文物保护单位文物建筑预防性保护的项目范围、申报管理、实施要求、技术要点等作出规定，

国家文物局文物古迹司（世界文化遗产司）负责同志就出台《导则》相关情况接受了记者专访。

记者：请您简要介绍一下编制印发《导则》的背景。

文物古迹司负责同志：习近平总书记在十九届中共中央政治局第三十一次集体学习时强调，要统筹好抢救性保护和预防性保护、本体保护和周边保护、单点保护和集群保护等。2018年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加强文物保护利用改革的若干意见》，指出“支持文物保护由抢救性保护向抢救性与预防性保护并重转变”。2021年，国务院办公厅《“十四五”文物保护和科技创新规划》系统部署了文物建筑预防性保护任务，提出要提升预防性保护能力，编制不可移动文物预防性保护导则。

预防性保护虽然是源自国际文物保护界的概念，但在我国传统中有大量实践经验。新中国成立以来，文物部门持续组织实施文物建筑保护修缮工程，抢救保护了一大批重要文物建筑，具备了从抢救性保护向抢救性与预防性保护并重转变的初步条件。

编制出台《导则》，是贯彻落实习近平总书记重要指示精神的务实举措，是落实中央关于文物保护利用改革部署的具体行动，有利于减少文物建筑修缮频次和干预力度，除小病、防大病，更好保存延续文物建筑的价值和真实性，不断提升保护管理水平，扎实推动文物保护由抢救性保护向抢救性与预防性保护并重转变。

记者：《导则》是首个针对不可移动文物预防性保护的规范性文件，备受文物行业和社会关注，印发前都做了哪些准备工作？

文物古迹司负责同志：全国重点文物保护单位中，文物建筑占比超过60%，与其他不可移动文物类型相比，文物建筑预防性保护工作的需求较大、基础相对较好。国家文物局高度重视文物建筑预防性保护工作，于2018年起开展理论研究和调研，回顾分析我国文物建筑预防性保护传统，组织研究国际预防性保护的理念及实践，在财政部支持下将不可移动文物预防性保护支出纳入国家文物保护专项资金的支出范畴。

2021年，国家文物局启动11处文物建筑预防性保护试点项目，以我国古代“岁修”模式为蓝本，选取故宫、天坛、承德外八庙、晋祠、苏州吴中区、兰溪诸葛村、曲阜孔庙孔府、青岛八大关、广州光孝寺、梓潼七曲山大庙、西安城墙的部分文物建筑，开展为期两年的预防性保护试点工作，2023年顺利完成。试点项目分布于全国各地，涵盖了文物建筑的多种主要类型，探索实践了各类工作模式和相关技术。2023年，国家文物局在山东曲阜召开文物建筑预防性保护工作总结会，总结提炼各地成熟有效的经验和做法。

2024年，基于试点经验，国家文物局着手建立文物建筑预防性保护制度，组织编写《导则》，并征求了31个省区市和新疆生产建设兵团文物行政部门及各有关单位、专家学者的意见，在吸收各方意见建议的基础上，形成

《导则》报审稿。2025年，《导则》通过国家发展改革委宏观政策取向一致性评估。2025年8月，《导则》经国家文物局党组会审议正式印发。

可以说，《导则》的制定阶段经过了理论研究、深入调研、试点探索和论证评估等环节，不断优化调整，最终正式印发。为审慎推进该项工作，本导则现阶段为试行，其间还会根据各地的问题和建议作必要的调整和完善。相信在这些准备工作的基础上，《导则》能为文物建筑预防性保护的实施提供较为可行、有效的制度保障。

记者：请介绍一下《导则》的主要内容。

文物古迹司负责同志：《导则》主要包括以下内容：

一是明确现阶段文物建筑预防性保护项目的定义与范围。《导则》明确了对文物建筑预防性保护的定义：“为及时确认、保持文物建筑的保存和使用状态，延长修缮周期，减少大规模干预，留存尽可能多的历史构件和信息，由文物建筑保护修缮专业技术人员开展的调查诊断和专业检修，以及贯穿全过程的记录与报告编制”，适用于全国重点文物保护单位中文物建筑（古建筑、近现代重要史迹及代表性建筑）的预防性保护工作。

二是明确项目周期和组织实施要求。《导则》规定文物建筑预防性保护项目纳入年度项目计划集中申报，需编制项目计划书和工作方案，周期一般为三年，自立项后的第一年起算，并提供了计划书模板。《导则》要求，如果文物

管理使用单位自身文物建筑保护修缮专业技术能力不足的，可以委托具备文物建筑保护修缮技术能力的省古建院（所）、省文物保护中心、省文物考古院（所）等单位实施项目管理，为项目实施的总体质量提供保障。

三是明确项目工作框架和实施边界。《导则》确立了以调查诊断、专家决策、专业检修、全过程记录为核心的预防性保护工作框架。调查诊断分为日常巡查、定期诊断和专项诊断，诊断结论由专家决策机制进行研究、审核和决策，按照发现问题的严重程度及发展趋势，可以采取五种措施中的一种：暂不处理、继续观测、委托专业单位进一步勘察诊断、开展专业检修、另行申报保护修缮项目。《导则》对年度报告、结项报告、验收提出了要求，并规定了结项报告的体例。通过明确界定各工作环节并提出要求，规范了文物建筑预防性保护的实施路径。

四是明确项目技术要求，突出强调“最小干预”原则。《导则》提出了文物建筑屋面、木结构、墙体等 11 个部位调查诊断的工作重点，以及基本对应的 11 个部位专业检修的实施范围、干预程度，对预防性保护项目的干预力度作出明确限定。定性方面，明确专业检修原则上不得扰动梁架、斗拱、琉璃脊饰、壁画、标语等关键构件和部位；定量方面，明确针对文物本体某分项的专业检修工程量原则上不应超过其总量（数量、体积、面积、工作量）的 10%，从而与保护修缮工程作出区分。

《导则》还对砖石构件、墙体粉刷、油饰彩画

的专业检修提出了具体要求，全面落实“最小干预”原则，强调风化、断裂但不影响结构和使用的砖石构件，应现状保留；强调各单体建筑不得整体重做墙体粉刷；强调不得翻新彩画；强调在没有油饰传统的地区或油饰已基本缺失的建筑群，不得重做油饰，防止整饰一新。

此外，《导则》对试点过程中的有益探索，包括工作流程整合、材料储备、新型脚手架、高空作业等都提出了倾向性意见。

记者：在印发的通知里，专门强调各地应高度重视文物建筑保养维护工作，有何考虑？

文物古迹司负责同志：文物建筑保养维护是文物管理使用单位的法定职责，地方各级人民政府应当在政策、经费等方面给予保障。《中华人民共和国文物保护法》第三十二条规定：

“国有不可移动文物由使用人负责修缮、保养；非国有不可移动文物由所有人或者使用人负责修缮、保养，县级以上人民政府可以予以补助。”保养维护能使文物建筑保持在较好状态，在病害发生之初即予以解决，实现“最小干预”。

地方政府和管理使用单位在文物建筑保养维护方面持续投入，将保养维护列入每年的工作计划和经费预算，大量在用的文物建筑都保持着良好状态，这是文物建筑保护管理的基础性工作，应当继续加强。《导则》专门强调，要高度重视文物建筑保养维护工作，统筹推进《导则》与《国家文物局关于加强古建筑日常保养维护工作的通知》，进一步做好文物建筑保养

文传热点 Hot Topic

维护工作，明确文物建筑预防性保护项目不取代保养维护，两者共同构成互为支撑的工作体系。



案例分析

Case

从文化传媒行业视角浅评《反不正当竞争法》部分修订内容

作者：上海方达律师事务所 邵烨

2025年6月27日，十四届全国人大常委会第十六次会议表决通过新修订的《中华人民共和国反不正当竞争法》（简称《反不正当竞争法》），自2025年10月15日起施行。新修订的《反不正当竞争法》条文数从原来的33条增加至41条。修订内容丰富而具体，关注市场竞争和发展的现状，对进一步营造和维护公平竞争的市场秩序提供了明确指引。

文化传媒行业的市场发展和秩序也势必将得益于《反不正当竞争法》的修订。文化传媒行业的市场竞争秩序特点鲜明，行业以文化内容创作为核心，围绕着文化内容，商业活动紧密开展，并明确以更广泛地传播文化内容而获得经济利益为目标，并结合互联网等技术工具与线下场景和实物商品，以“触达”受众并刺激消费作为最终效用标准。在此过程中，竞争呈现出对流量和消费者关注度的争夺，不正当竞争行为集中表现为混淆、拉踩和虚假宣传。

本文旨在结合文化传媒行业的竞争特点，浅评新修订的《反不正当竞争法》中关于混淆、虚假宣传和商业诋毁的条文，对文化传媒行业的一些竞争进行规范的积极作用。

一、将擅自使用他人有一定影响的“新媒体账号名称、应用程序名称或者图标”明确为混淆行为

新修订《反不正当竞争法》第七条第一款第（三）项规定，经营者不得实施下列混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系：（三）擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页、新媒体账号名称、应用程序名称或者图标等。

修订后的条款将新媒体账号名称、应用程序名称及图标等新类型商业标识明确纳入保护范畴。此修订颁行前，行业中已存在不少竞争者之间应用程序名称、图标雷同的纠纷案件，对于应用程序名称的雷同，此前有考虑商标侵权的审理思路，也有考虑《反不正当竞争法》项下有一定影响的商品（服务）名称的审理思路；对于应用程序图标的雷同，有考虑著作权侵权的审理思路，也有考虑《反不正当竞争法》项下有一定影响的商品（服务）装潢的审理思路。在新修订后，通过具体列举的方式，厘清了对此类新类型商业标识保护的途径。

文化传媒行业的经营者苦“山寨”者久矣。在传媒领域中，一个新媒体账号“爆红”后，势必会有大量令人混淆的“山寨账号”蜂拥“跟随”；在网络游戏领域中，竞争对手在热门游戏用户聚集的社区、

从文化传媒行业视角浅评《反不正当竞争法》部分修订内容

群聊中，以相同的游戏图标推广自家游戏、“拉用户”的行为，屡见不鲜。对此，新修订《反不正当竞争法》第七条第一款第（三）项是对现下的“山寨”行为的直接回应。

二、规定将他人商品名称、企业名称（包括简称、字号等）、注册商标、未注册的驰名商标等设置为搜索关键词，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的，属于混淆行为

新修订《反不正当竞争法》第七条第二款规定，擅自将他人注册商标、未注册的驰名商标作为企业名称中的字号使用，或者将他人商品名称、企业名称（包括简称、字号等）、注册商标、未注册的驰名商标等设置为搜索关键词，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的，属于前款规定的混淆行为。

值得关注的是，关于关键词隐性使用是否构成不正当竞争行为，学术界、司法界历来颇有争论，且观点直接对立，既有认为构成侵权的观点和判决，也有认为完全不侵权的观点和判决。本次修法中，将引人误认的“关键词隐性使用”纳入了新法规制范畴。

“关键词隐性使用”相关的纠纷在影视剧集、游戏推广等领域时常见诸报端。电影上映档期有限、影视剧热播期短暂，且上映时都不可避免地要与同档期的竞品进行收视率和票房的角逐，为了尽可能在有限的宣传周期中扩大自家电影、剧集的曝光量、降低对手剧集的曝光量，隐性使用关键词某种程度上已成为了一种“固定套路”——将竞品电影剧集名称设置为关键词，而呈现的搜索结果呈现的是自家的电影剧集；游戏行业近期案件亦涉及非常典型的“关键词隐性使用”问题：竞争对手将某同类型热门游戏系列的名称在微信广告平台上设置为关键词，以此推广自家游戏产品。

新修订的《反不正当竞争法》第七条第二款将引人误认的“关键词隐性使用”明确纳入规制范围，是对前述借助搜索引擎开展的推广宣传行为的有力回应。

三、将基于虚假信息、误导性信息的“拉踩”“刷评价”规定为不正当竞争行为

新修订的《反不正当竞争法》第九条第二款规定，经营者不得通过组织虚假交易、虚假评价等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。该法第十二条规定，经营者不得编造、传播或者指使他人编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害其他经营者的商业信誉、商品声誉。

第九条的修订主要是明确了“组织虚假评价”亦属虚假宣传；第十二条的修订主要是增加了“指

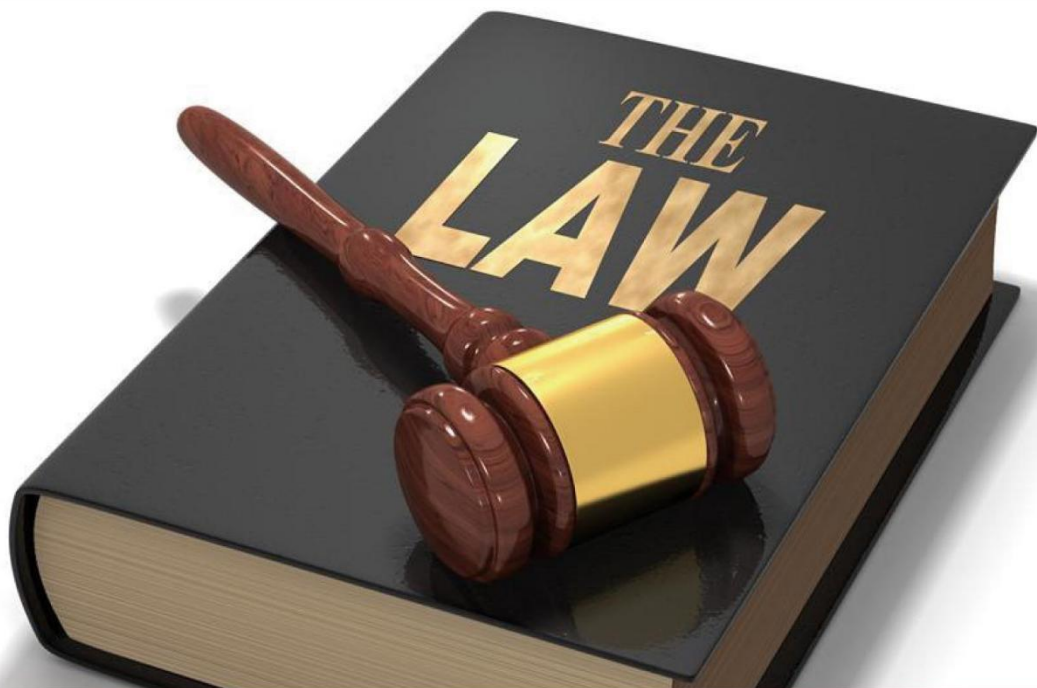
从文化传媒行业视角浅评《反不正当竞争法》部分修订内容

使他人”的行为亦属商业诋毁。这分别恰好针对了“拉高”自家的“刷好评”和“踩低”对家的“刷差评”的行为。

“组织虚假评价”，通常被等同于电商领域“刷单炒信”，但在文化传媒领域同样存在大量用户（观众、受众、玩家）对文化内容集中评价的环境和场景，在此情况下，经营者组织水军给自家电影、剧集等作品以虚假评价方式进行拉票、刷高分、“种草”等行为，将受到法律规制。

“指使他人”进行商业诋毁，通常被理解为商业公司聘雇“黑公关”对竞争对手进行诋毁。但实践中，经营者组织水军、营销号、口碑机构、网红以虚假信息或误导性信息给对家电影、剧集等作品进行贬低、打差评、给低分、拔草或进行比较广告的，也将受到法律规制。

文化传媒行业虽以“内容为王”，但优秀的、高质量的作品和内容永远是供不应求的，而由于作品内容本身相较于一般商品的特有魅力，容易聚集、自然凝结特定的受众、“同好”和“粉丝”，由此催生的“粉丝注意力”市场往往也成为行业竞争者“兵家必争之地”，而围绕它的竞争攻防往往伴有“拉踩”和“混淆”。新修订的《反不正当竞争法》无疑是对于行业参与者的再一次有益提醒，其修订的内容无疑对于市场行为具有不可估量的正向指引作用和净化作用。数字经济时代，付费会员已经成为众多互联网产品的普遍盈利模式，消费者开通会员才能获得相关的互联网产品和服务。然而，一些网络经营者通过设计信息隐蔽、误导性强的 APP 界面，在消费者购买会员服务时默认同意“自动续费”，消费者被动扣费，已成为消费者频繁遭遇的“消费陷阱”。近日，广州互联网法院审结了一起网络服务合同纠纷案，一纸判决给消费者撑了腰，同时发出司法建议规范自动续费服务，为数字经济环境下消费者的合法权益保驾护航！



法规速递

Law

《国务院关于深入实施“人工智能+”行动的意见》

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

为深入实施“人工智能+”行动，推动人工智能与经济社会各行业各领域广泛深度融合，重塑人类生产生活范式，促进生产力革命性跃迁和生产关系深层次变革，加快形成人机协同、跨界融合、共创分享的智能经济和智能社会新形态，现提出如下意见。

一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，完整准确全面贯彻新发展理念，坚持以人民为中心的发展思想，充分发挥我国数据资源丰富、产业体系完备、应用场景广阔等优势，强化前瞻谋划、系统布局、分业施策、开放共享、安全可控，以科技、产业、消费、民生、治理、全球合作等领域为重点，深入实施“人工智能+”行动，涌现一批新基础设施、新技术体系、新产业生态、新就业岗位等，加快培育发展新质生产力，使全体人民共享人工智能发展成果，更好服务中国式现代化建设。

到 2027 年，率先实现人工智能与 6 大重点领域广泛深度融合，新一代智能终端、智能体等应用普及率超 70%，智能经济核心产业规模快速增长，人工智能在公共治理中的作用明显增强，人工智能开放合作体系不断完善。到 2030 年，我国人工智能全面赋能高质量发展，新一代智能终端、智能体等应用普及率超 90%，智能经济成为我国经济发展的重要增长极，推动技术普惠和成果共享。到 2035 年，我国全面步入智能经济和智能社会发展新阶段，为基本实现社会主义现代化提供有力支撑。

二、加快实施重点行动

（一）“人工智能+”科学技术

1. 加速科学发现进程。加快探索人工智能驱动的新型科研范式，加速“从 0 到 1”重大科学发现进程。加快科学大模型建设应用，推动基础科研平台和重大科技基础设施智能化升级，打造开放共享的高质量科学数据集，提升跨模态复杂科学数据处理水平。强化人工智能跨学科牵引带动作用，推动多学科融合发展。

2. 驱动技术研发模式创新和效能提升。推动人工智能驱动的技术研发、工程实现、产品落地一体化协同发展，加速“从 1 到 N”技术落地和迭代突破，促进创新成果高效转化。支持智能化研发工具

《国务院关于深入实施“人工智能+”行动的意见》

和平台推广应用，加强人工智能与生物制造、量子科技、第六代移动通信（6G）等领域技术协同创新，以新的科研成果支撑场景应用落地，以新的应用需求牵引科技创新突破。

3. 创新哲学社会科学研究方法。推动哲学社会科学研究方法向人机协同模式转变，探索建立适应人工智能时代的新型哲学社会科学研究组织形式，拓展研究视野和观察视域。深入研究人工智能对人类认知判断、伦理规范等方面的深层次影响和作用机理，探索形成智能向善理论体系，促进人工智能更好造福人类。

（二）“人工智能+”产业发展

1. 培育智能原生新模式新业态。鼓励有条件的企业将人工智能融入战略规划、组织架构、业务流程等，推动产业全要素智能化发展，助力传统产业改造升级，开辟战略性新兴产业和未来产业发展新赛道。大力发展智能原生技术、产品和服务体系，加快培育一批底层架构和运行逻辑基于人工智能的智能原生企业，探索全新商业模式，催生智能原生新业态。

2. 推进工业全要素智能化发展。推动工业全要素智能联动，加快人工智能在设计、中试、生产、服务、运营全环节落地应用。着力提升全员人工智能素养与技能，推动各行业形成更多可复用的专家知识。加快工业软件创新突破，大力发展智能制造装备。推进工业供应链智能协同，加强自适应供需匹配。推广人工智能驱动的生产工艺优化方法。深化人工智能与工业互联网融合应用，增强工业系统的智能感知与决策执行能力。

3. 加快农业数智化转型升级。加快人工智能驱动的育种体系创新，支持种植、养殖等农业领域智能应用。大力发展智能农机、农业无人机、农业机器人等智能装备，提高农业生产和加工工具的智能感知、决策、控制、作业等能力，强化农机农具平台化、智能化管理。加强人工智能在农业生产管理、风险防范等领域应用，帮助农民提升生产经营能力和水平。

4. 创新服务业发展新模式。加快服务业从数字赋能的互联网服务向智能驱动的新型服务方式演进，拓展经营范围，推动现代服务业向智向新发展。探索无人服务与人工服务相结合的新模式。在软件、信息、金融、商务、法律、交通、物流、商贸等领域，推动新一代智能终端、智能体等广泛应用。

（三）“人工智能+”消费提质

《国务院关于深入实施“人工智能+”行动的意见》

1. 拓展服务消费新场景。培育覆盖更广、内容更丰富的智能服务业态，加快发展提效型、陪伴型等智能原生应用，支持开辟智能助理等服务新入口。加强智能消费基础设施建设，提升文娱、电商、家政、物业、出行、养老、托育等生活服务品质，拓展体验消费、个性消费、认知和情感消费等服务消费新场景。

2. 培育产品消费新业态。推动智能终端“万物智联”，培育智能产品生态，大力发展智能网联汽车、人工智能手机和电脑、智能机器人、智能家居、智能穿戴等新一代智能终端，打造一体化全场景覆盖的智能交互环境。加快人工智能与元宇宙、低空飞行、增材制造、脑机接口等技术融合和产品创新，探索智能产品新形态。

（四）“人工智能+”民生福祉

1. 创造更加智能的工作方式。积极发挥人工智能在创造新岗位和赋能传统岗位方面的作用，探索人机协同的新型组织架构和管理模式，培育发展智能代理等创新型工作形态，推动在劳动力紧缺、环境高危等岗位应用。大力支持开展人工智能技能培训，激发人工智能创新创业和再就业活力。加强人工智能应用就业风险评估，引导创新资源向创造就业潜力大的方向倾斜，减少对就业的冲击。

2. 推行更富成效的学习方式。把人工智能融入教育教学全要素、全过程，创新智能学伴、智能教师等人机协同教育教学新模式，推动育人从知识传授为重向能力提升为本转变，加快实现大规模因材施教，提高教育质量，促进教育公平。构建智能化情景交互学习模式，推动开展方式更灵活、资源更丰富的自主学习。鼓励和支持全民积极学习人工智能新知识、新技术。

3. 打造更有品质的美好生活。探索推广人人可享的高水平居民健康助手，有序推动人工智能在辅助诊疗、健康管理、医保服务等场景的应用，大幅提高基层医疗健康服务能力和效率。推动人工智能在繁荣文化生产、增强文化传播、促进文化交流中展现更大作为，利用人工智能辅助创作更多具有中华文化元素和标识的文化内容，壮大文化产业。充分发挥人工智能对织密人际关系、精神慰藉陪伴、养老托育助残、推进全民健身等方面的重要作用，拓展人工智能在“好房子”全生命周期的应用，积极构建更有温度的智能社会。

（五）“人工智能+”治理能力

《国务院关于深入实施“人工智能+”行动的意见》

1. 开创社会治理人机共生新图景。有序推动市政基础设施智能化改造升级，探索面向新一代智能终端发展的城市规划、建设与治理，提升城市运行智能化水平。加快人工智能产品和服务向乡村延伸，推动城乡智能普惠。深入开展人工智能社会实验。稳妥有序推进人工智能在政务领域应用，打造精准识别需求、主动规划服务、全程智能办理的政务服务新模式。加快人工智能在各类公共资源招标投标活动中的应用，提升智能交易服务和监管水平。

2. 打造安全治理多元共治新格局。推动构建面向自然人、数字人、智能机器人等多元一体的公共安全治理体系，加强人工智能在安全生产监管、防灾减灾救灾、公共安全预警、社会治安管理等方面的应用，提升监测预警、监管执法、指挥决策、现场救援、社会动员等工作水平，增强应用人工智能维护和塑造国家安全的能力。加快推动人工智能赋能网络空间治理，强化信息精准识别、态势主动研判、风险实时处置等能力。

3. 共绘美丽中国生态治理新画卷。提高空天地海一体化动态感知和国土空间智慧规划水平，强化资源要素优化配置。围绕大气、水、海洋、土壤、生物等多要素生态环境系统和全国碳市场建设等，提升人工智能驱动的监测预测、模拟推演、问题处置等能力，推动构建智能协同的精准治理模式。

（六）“人工智能+”全球合作

1. 推动人工智能普惠共享。把人工智能作为造福人类的国际公共产品，打造平权、互信、多元、共赢的人工智能能力建设开放生态。深化人工智能领域高水平开放，推动人工智能技术开源可及，强化算力、数据、人才等领域国际合作，帮助全球南方国家加强人工智能能力建设，助力各国平等参与智能化发展进程，弥合全球智能鸿沟。

2. 共建人工智能全球治理体系。支持联合国在人工智能全球治理中发挥主渠道作用，探索形成各国广泛参与的治理框架，共同应对全球性挑战。深化与国际组织、专业机构等交流合作，加强治理规则、技术标准等对接协调。共同研判、积极应对人工智能应用风险，确保人工智能发展安全、可靠、可控。

三、强化基础支撑能力

（七）提升模型基础能力。加强人工智能基础理论研究，支持多路径技术探索和模型基础架构创

《国务院关于深入实施“人工智能+”行动的意见》

新。加快研究更加高效的模型训练和推理方法，积极推动理论创新、技术创新、工程创新协同发展。探索模型应用新形态，提升复杂任务处理能力，优化交互体验。建立健全模型能力评估体系，促进模型能力有效迭代提升。

（八）加强数据供给创新。以应用为导向，持续加强人工智能高质量数据集建设。完善适配人工智能发展的数据产权和版权制度，推动公共财政资助项目形成的版权内容依法合规开放。鼓励探索基于价值贡献度的数据成本补偿、收益分成等方式，加强数据供给激励。支持发展数据标注、数据合成等技术，培育壮大数据处理和数据服务产业。

（九）强化智能算力统筹。支持人工智能芯片攻坚创新与使能软件生态培育，加快超大规模智算集群技术突破和工程落地。优化国家智算资源布局，完善全国一体化算力网，充分发挥“东数西算”国家枢纽作用，加大数、算、电、网等资源协同。加强智能算力互联互通和供需匹配，创新智能算力基础设施运营模式，鼓励发展标准化、可扩展的算力云服务，推动智能算力供给普惠易用、经济高效、绿色安全。

（十）优化应用发展环境。布局建设一批国家人工智能应用中试基地，搭建行业应用共性平台。推动软件信息服务企业智能化转型，重构产品形态和服务模式。培育人工智能应用服务商，发展“模型即服务”、“智能体即服务”等，打造人工智能应用服务链。健全人工智能应用场景建设指引、开放度评价与激励政策，完善应用试错容错管理制度。加强知识产权保护、转化与协同应用。加快重点领域人工智能标准研制，推进跨行业、跨领域、国际化标准联动。

（十一）促进开源生态繁荣。支持人工智能开源社区建设，促进模型、工具、数据集等汇聚开放，培育优质开源项目。建立健全人工智能开源贡献评价和激励机制，鼓励高校将开源贡献纳入学生学分认证和教师成果认定。支持企业、高校、科研机构等探索普惠高效的开源应用新模式。加快构建面向全球开放的开源技术体系和社区生态，发展具有国际影响力的开源项目和开发工具等。

（十二）加强人才队伍建设。推进人工智能全学段教育和全社会通识教育，完善学科专业布局，加大高层次人才培养力度，超常规构建领军人才培养新模式，强化师资力量建设，推进产教融合、跨学科培养和国际合作。完善符合人工智能人才职业属性和岗位特点的多元化评价体系，更好发挥领军人才作用，给予青年人才更大施展空间，鼓励积极探索人工智能“无人区”。支持企业规范用好股权、

《国务院关于深入实施“人工智能+”行动的意见》

期权等中长期激励方式引才留才用才。

（十三）强化政策法规保障。健全国有资本投资人工智能领域考核评价和风险监管等制度。加大人工智能领域金融和财政支持力度，发展壮大长期资本、耐心资本、战略资本，完善风险分担和投资退出机制，充分发挥财政资金、政府采购等政策作用。完善人工智能法律法规、伦理准则等，推进人工智能健康发展相关立法工作。优化人工智能相关安全评估和备案管理制度。

（十四）提升安全能力水平。推动模型算法、数据资源、基础设施、应用系统等安全能力建设，防范模型的黑箱、幻觉、算法歧视等带来的风险，加强前瞻评估和监测处置，推动人工智能应用合规、透明、可信赖。建立健全人工智能技术监测、风险预警、应急响应体系，强化政府引导、行业自律，坚持包容审慎、分类分级，加快形成动态敏捷、多元协同的人工智能治理格局。

四、组织实施

坚持把党的领导贯彻到“人工智能+”行动全过程。国家发展改革委要加强统筹协调，推动形成工作合力。各地区各部门要紧密结合实际，因地制宜抓好贯彻落实，确保落地见效。要强化示范引领，适时总结推广经验做法。要加强宣传引导，广泛凝聚社会共识，营造全社会共同参与的良好氛围。

国务院

2025年8月21日

《网络交易平台收费行为合规指南》

《网络交易平台收费行为合规指南》已经市场监管总局局务会议通过，现予公告，自发布之日起施行。

为了规范和引导网络交易平台经营者收费行为，维护经营者合法权益，促进平台经济持续健康发展，依据《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国电子商务法》等法律法规，制定本指南。

第一条 本指南所称网络交易平台经营者（以下简称平台），是指在网络交易活动中，为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展网络交易活动的法人或者非法人组织。

本指南所称平台内经营者，是指通过网络交易平台销售商品或者提供服务的自然人、法人或者非法人组织。

本指南所称平台收费，是指平台向平台内经营者提供服务所收取的费用，包括但不限于佣金、抽成、注册费、手续费、会员费、技术服务费、信息服务费、营销推广费、广告费等形式。平台收取保证金等相关行为，参照适用本指南。

第二条 平台根据自身经营成本，基于服务协议、交易规则、交易习惯等因素，遵循公平、合法和诚实信用的原则，充分考虑平台内经营者经营状况，依照相关法律法规规章，合理制定收费标准。

第三条 鼓励平台根据自身技术创新和商业模式创新所形成的服务特点，在合法、合理、互惠互利的范围内采取灵活多样的定价策略，降低平台内经营者负担，促进平台和平台内经营者共同发展。

第四条 鼓励平台向平台内经营者提供让利服务，加大对中小商户的收费优惠扶持力度，支持其生存和发展。

第五条 在发生自然灾害、突发公共卫生事件等情况下，鼓励平台主动承担社会责任，采取减免佣金、降低收费标准等帮扶政策。

第六条 平台应当按照有关规定，落实合规管理主体责任，将平台的收费合规纳入平台内部合规组织建设、合规管理制度、合规风险管控、合规培训等，提升平台收费合规管理能力。

《网络交易平台收费行为合规指南》

第七条 平台应当按照有关规定,加强与其经营规模和运营模式相适应的平台收费合规管理组织建设,配备熟悉平台收费合规管理的人员。

第八条 平台应当及时将有关平台收费的法律法规及监管规定要求转化为平台内部合规制度。

平台应当建立动态更新机制,根据法律法规及监管规定要求的变化情况,及时修订完善平台收费合规管理制度,确保合规管理体系的适应性和有效性。

第九条 平台应当建立不合理收费行为风险识别评估机制,根据企业经营环境、业务特征、平台内经营者的反映和舆论曝光问题,及时识别处理平台经营活动中的收费合规风险。

鼓励平台利用数据技术加强平台不合理收费风险监测与分析,提升对平台不合理收费风险的有效识别能力。

第十条 平台应当加强防范不合理收费风险合规事前审核机制建设,在出台、修改平台收费项目、规则、标准或者组织实施涉及平台收费有关经营活动前,应当由平台内部的合规管理组织或者人员对涉及平台收费的合规情况进行审核。

鼓励平台在其内部办公信息管理系统中嵌入合规审核环节,有效保障合规管理组织或者人员独立开展审核工作。

第十一条 平台应当建立防范不合理收费风险合规培训机制,对相关人员特别是平台相关负责人进行培训,提升防范不合理收费风险的合规意识和能力。

第十二条 鼓励平台营造守法、诚信、透明、公正的收费合规文化氛围,增强相关人员特别是平台负责人的收费守法合规自律意识,促进平台健康可持续发展。

第十三条 鼓励平台建立收费合规报告机制,或者在整体合规报告中纳入收费合规事项。鼓励平台向市场监管部门报告收费合规情况。

第十四条 平台应当在首页显著位置,向平台内经营者持续公示平台收费项目、规则、标准等平台服务协议内容、交易规则信息或者上述信息的链接标识,确保平台内经营者能够便利、完整地阅览

《网络交易平台收费行为合规指南》

和下载。

收费项目应当与服务内容对应，同一收费项目应当使用统一的名称、内容描述等要素。收费规则应当简洁明晰、通俗易懂。收费标准应当准确清楚、便于计算，根据不同交易条件实行不同收费标准的，应当标明交易条件及对应的收费标准。

平台基于提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务向平台内经营者收取费用的，应当向平台内经营者提供具体的收费项目、标准、金额等收费明细。

第十五条 平台修改收费项目、规则、标准等平台服务协议内容或者交易规则，应当在首页显著位置公开征求意见，公示拟修改的内容和理由，并采取合理措施确保有关各方能够及时充分表达意见。公示期应当不少于7日。

平台内经营者不接受修改内容，要求退出平台的，平台不得阻止，平台和平台内经营者按照修改前的协议承担相关责任。

第十六条 平台修改涉及收费项目、规则、标准等平台服务协议内容，应当完整保存修改后的版本生效之日前三年的全部历史版本，确保平台内经营者能够便利、完整地阅览和下载。

第十七条 平台开展宣传推广、促销等活动，应当遵循平等自愿原则，不得强制或者变相强制平台内经营者参加并收费。

第十八条 平台收取营销推广费应当清晰公示该收费的项目、规则、标准，确保平台内经营者可以准确核对费用。

平台以点击、展示、转化等作为营销推广费计费标准的，应当以简明易懂的方式公示费用的计算方法，并向平台内经营者提供具体明细。

第十九条 平台组织平台内经营者开展优惠促销活动时，应当事先明确平台与平台内经营者之间关于优惠补贴的分担方式、比例等内容。在未与平台内经营者协商一致的情况下，不得向平台内经营者临时加收促销费用。

《网络交易平台收费行为合规指南》

第二十条 平台应当严格履行向平台内经营者作出的减收、免收费用的承诺。

平台前期提供免费服务的，后期未经依法在首页显著位置公开征求意见，并以显著方式提醒平台内经营者注意，不得随意变更规则收取费用。法律法规另有规定的除外。

第二十一条 平台应当根据经营需要和交易风险审慎评估向平台内经营者收取保证金的必要性。经评估，必要性不充分的不得收取保证金。

鼓励平台合理采用经营者信用承保等方式，在确保消费者权益得到保护的同时，减轻平台内经营者缴纳保证金的资金负担。

第二十二条 基于消费者权益保护等确需向平台内经营者收取保证金的，平台要合理确定保证金收取标准和收取方式，可以一次性收取，也可以在额度内按经营收入的一定比例逐步提取，直至提取满额为止。

平台与平台内经营者对保证金的法定孳息有约定的，按照约定取得；没有约定或者约定不明确的，按照交易习惯取得。

平台应当明确保证金退还的方式和程序，确保保证金封闭运行，严禁以任何形式挪用占用保证金，不得对保证金退还设置不合理条件。

第二十三条 平台应当严格遵守《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国电子商务法》等有关法律法规规定，不得有下列不合理收费行为：

- （一）重复收费；
- （二）只收费不服务、少服务；
- （三）转嫁应当由平台自身承担的费用；
- （四）向平台内经营者收取提供其基础经营数据的费用；
- （五）强制或者变相强制平台内经营者购买服务或者参加推广、促销活动并收费；

《网络交易平台收费行为合规指南》

(六) 利用不合理的保证金等形式变相收费或者提高收费标准；

(七) 提供相同商品或者服务，对具有同等交易条件的平台内经营者实行价格歧视；

(八) 收取其他不合理费用。

前款第八项的不合理费用，可以结合成本、市场供需状况、行业属性、同类平台收费情况等相关因素综合判断。

第二十四条 平台内经营者认为平台收费超过合理水平的，可以向平台反映并提交相关材料。平台应当及时答复，并与平台内经营者积极协商。

对平台内经营者反映集中的问题，平台应当进行研究评估，对不合理的收费规则及时修改完善。

第二十五条 平台应当配合市场监管部门监督检查，及时按要求如实提供所需资料和信息。

市场监管部门在依法进行监督检查过程中，可以要求平台提供相关收费情况、确定收费标准的测算依据和测算过程、说明收费的合理性。

第二十六条 鼓励行业协会、商会加强行业自律，依法依规与平台建立沟通协商机制，规范平台收费行为，引导平台加大对平台内经营者扶持力度，更好维护平台内经营者特别是中小企业和商户合法权益。

第二十七条 本指南对平台收费行为合规作出一般性指引。法律法规规章、政策性文件对平台收费行为有专门规定的，从其规定。

第二十八条 本指南由国家市场监督管理总局负责解释。

文化传媒 法律资讯

Entertainment Law Update

第六十七期

Contents

August 2025