

# 文化传媒 法律资讯

Entertainment Law Update

2023 年 06 月

• 第四十一期 •



上海市律师协会  
文化传媒业务研究委员会



东方律师  
SHANGHAI BAR ASSOCIATION

主 任：黄荣楠

副主任：(按姓氏拼音)

刘 莹 孙黎卿

詹德强

主任助理：(按姓氏拼音)

吴 海 张逸瑞

干事长：郑明礼

执行编辑：詹德强

编 委：(按姓氏拼音)

陈欣皓 葛 蔓

李 鹏 吕鑫玲

李 玉 李 圆

李玉峰 李伟华

倪 青 倪挺刚

祁 筠 唐豪臻

王恢复 王晓斌

谢茂林 俞 苾

叶 萍 杨小青

詹德强 郑明礼

吴 海 张逸瑞

本期责任编辑：

陈欣皓 倪 青

王恢复 张逸瑞

干事：(按姓氏拼音)

郑明礼 马明宇

### 法规速递

- 市场监管总局关于公开征求《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》意见的通知……………5
- 国家互联网信息办公室发布《个人信息出境标准合同备案指南（第一版）》……………15
- 国家互联网信息办公室关于《近距离自组网信息服务管理规定（征求意见稿）》公开征求意见的通知……………41
- 市场监管总局关于印发《盲盒经营行为规范指引（试行）》的通知……………44
- 《最高人民法院、最高人民检察院、公安部关于依法惩治网络暴力违法犯罪的指导意见（征求意见稿）》面向社会公开征求意见……………49

### 文传热点

- 700 亿游戏巨头三七互娱被立案调查……………55
- OpenAI 被控非法使用图书数据来训练 ChatGPT……………55
- 中消协开展“反对强制关注公众号”消费监督工作……………55
- 26 家单位共同发布了国内首份有关 AIGC 训练数据版权倡议书……………56
- 抖音、快手、微信等平台进一步加强不良直播 PK 内容治理……………56
- 上海建立长三角一体化示范区知识产权领域严重违法失信名单机制……………56
- 中消协点名五月天演唱会订单异常……………57

### 案例分析

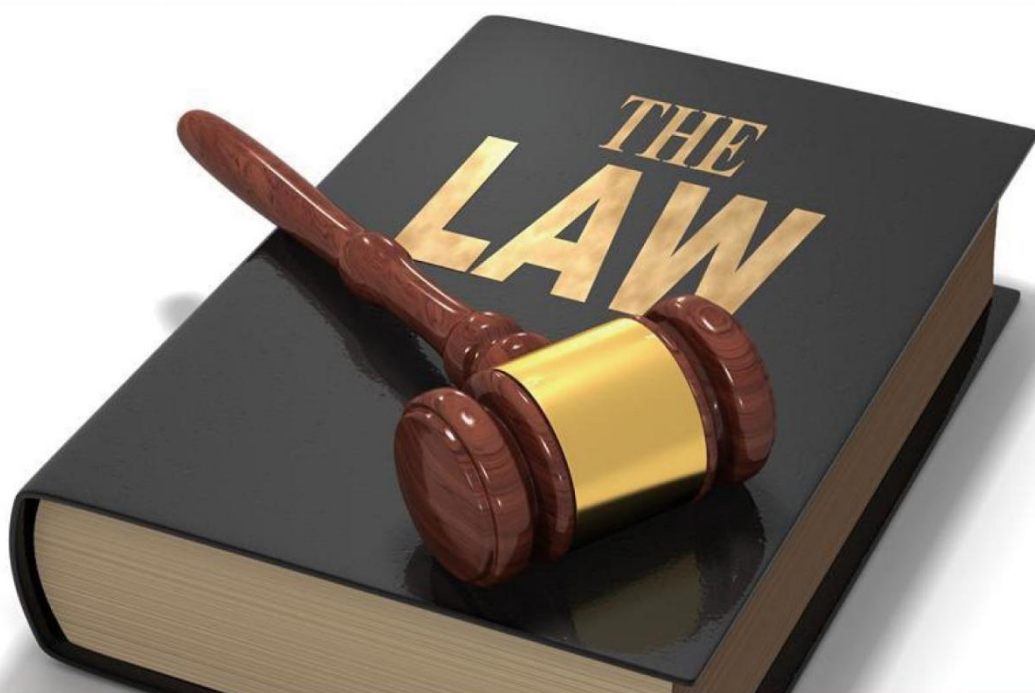
- 仿拍“古法捏脸美容术”教学短视频侵权吗？法院判决……………59

### 他山之石

- 欧洲议会通过《人工智能法案》草案……………63

## 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。



法规速递

Law

## 市场监管总局关于公开征求《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》意见的通知

为加强药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告监督管理，市场监管总局组织对《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》进行修订，起草了《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》，现向社会公开征求意见。公众可通过以下途径和方式提出意见：

1. 登录中华人民共和国司法部 中国政府法制信息网（<http://www.moj.gov.cn>、<http://www.chinalaw.gov.cn>），进入首页主菜单的“立法意见征集”栏目提出意见。
2. 登录国家市场监督管理总局网站（网址：<http://www.samr.gov.cn>），通过首页“互动”栏目中的“征集调查”提出意见。
3. 通过电子邮件发送至 [ggsjcc@samr.gov.cn](mailto:ggsjcc@samr.gov.cn)，邮件主题请注明“《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》公开征集意见”字样。
4. 通过信函邮寄至：北京市西城区三里河东路8号，国家市场监督管理总局广告监管司（邮政编码：100820）。请在信封上注明“《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》公开征集意见”字样。

意见反馈截止时间为2023年6月28日。

市场监管总局

2023年5月29日

附件1：

### 《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》

**第一条** 为了加强药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告监督管理，规范广告审查工作，维护广告市场秩序，保护消费者合法权益，根据《中华人民共和国广告法》等法律、行政法规，制定本办法。

**第二条** 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告的审查及相关监督管理工作适用本办法。

未经审查不得发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告。

**第三条** 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告应当真实、合法，不得含有虚假或者引人误解的内容。

广告主应当对药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告内容的真实性

## 市场监管总局关于公开征求《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》意见的通知

和合法性负责。

**第四条** 国家市场监督管理总局主管全国的药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告监督管理工作，负责组织指导药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告审查工作。

县级以上地方市场监督管理部门主管本行政区域的药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告监督管理工作。各省、自治区、直辖市市场监督管理部门、药品监督管理部门（以下简称广告审查机关）负责药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告审查，依法可以委托其他行政机关具体实施广告审查。

**第五条** 药品广告的内容应当以国务院药品监督管理部门核准的说明书为准。药品广告涉及药品名称、药品适应症或者功能主治、药理作用等内容的，不得超出说明书范围。

药品广告应当显著标明药品通用名称、禁忌、不良反应，禁忌、不良反应不能全部标明的，应当标明主要内容并注明“详见药品说明书”。处方药广告还应当显著标明“本广告仅供医学药学专业人士阅读”，非处方药广告还应当显著标明非处方药标识（OTC）和“请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用”。

**第六条** 医疗器械广告的内容应当以药品监督管理部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书内容为准。医疗器械广告涉及医疗器械名称、适用范围、作用机理或者结构及组成等内容的，不得超出注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。

医疗器械广告应当显著标明产品名称，产品注册证书中有禁忌内容、注意事项的，还应当显著标明“禁忌内容或者注意事项详见说明书”。推荐给个人自用的医疗器械的广告，还应当显著标明“请仔细阅读产品说明书或者在医务人员的指导下购买和使用”。

**第七条** 保健食品广告的内容应当以市场监督管理部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书内容为准，不得涉及疾病预防、治疗功能。保健食品广告涉及保健功能、产品功效成分或者标志性成分及含量、适宜人群或者食用量等内容的，不得超出注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。

保健食品广告应当显著标明产品名称、保健食品标志、适宜人群和不适宜人群，并显著标明“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”。保健食品注册证书或者备案凭证中未标注不适宜人群或者不适宜人群标注为“无”的，广告中可以不标注。

保健食品以外的其他食品广告不得声称具有保健功能，也不得借助宣传某些成分的作用明示或者暗示其具有保健功能。

## 市场监管总局关于公开征求《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》意见的通知

第八条 特殊医学用途配方食品广告的内容应当以国家市场监督管理总局批准的注册证书和产品标签、说明书为准。特殊医学用途配方食品广告涉及产品名称、配方、营养学特征、适用人群等内容的，不得超出注册证书、产品标签、说明书范围。

特殊医学用途配方食品广告应当显著标明产品通用名称、特殊医学用途配方食品标识、适用人群，并显著标明“不适用于非目标人群使用”“请在医生或者临床营养师指导下使用”。

第九条 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告应当显著标明广告批准文号。

第十条 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告应当显著标明的内容，其字体和颜色在广告发布时必须清晰可见、易于辨认，在视频广告中应当持续显示，在音频广告中应当清晰完整播报。

第十一条 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告不得违反《中华人民共和国广告法》第九条、第十六条、第十七条、第十八条、第十九条规定，不得包含下列情形：

（一）使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员、军队单位或者军队人员的名义或者形象，含有军事单位名称、部队番号或者代号、涉军特定含义字样、军用标志物图案或者类似图案等内容，或者利用军队装备、设施等从事广告宣传；

（二）使用科研单位、学术机构、行业协会、消费者组织或者专家、学者、医师、药师、临床营养师、患者等的名义或者形象作推荐、证明；

（三）违反科学规律，明示或者暗示可以治疗所有疾病、适应所有症状、适应所有人群，或者正常生活和治疗病症所必需等内容；

（四）引起公众对所处健康状况和所患疾病产生不必要的担忧和恐惧，或者使公众误解不使用该产品会患某种疾病或者加重病情的内容；

（五）含有“安全”“安全无毒副作用”“毒副作用小”；明示或者暗示成分为“天然”，因而安全性有保证等内容；

（六）含有“热销、抢购、试用”“家庭必备、免费治疗、免费赠送”等诱导性内容，“评比、排序、推荐、指定、选用、获奖”等综合性评价内容，“无效退款、保险公司保险”等保证性内容，怂恿消费者任意、过量使用药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品的内容；

（七）含有医疗机构的名称、地址、联系方式、诊疗项目、诊疗方法以及有关义诊、医疗咨询电话、开设特约等医疗服务的内容；

（八）含有超出说明书以外的理论引用、观点表述，或者引用文献、研究报告、实验证明等收录的内容；

## 市场监管总局关于公开征求《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》意见的通知

（九）利用未成年人介绍药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品；

（十）法律、行政法规规定不得含有的其他内容。

第十二条 在针对未成年人的大众传播媒介上不得发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告。

第十三条 禁止在网络直播中以介绍健康、养生知识等形式，变相发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告。

不得利用广告代言人在网络直播中为药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品作推荐、证明。

第十四条 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品注册证明文件或者备案凭证持有人及其授权同意的生产、经营企业为广告申请人（以下简称申请人）。

申请人可以委托代理人办理药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告审查申请。

第十五条 药品、特殊医学用途配方食品广告审查申请应当依法向生产企业或者进口代理人等广告主所在地广告审查机关提出。

医疗器械、保健食品广告审查申请应当依法向生产企业或者进口代理人所在地广告审查机关提出。

第十六条 申请药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查，应当依法提交《广告审查表》、与发布内容一致的广告样件，以及下列合法有效的材料：

（一）申请人的主体资格相关材料，或者合法有效的登记文件；

（二）产品注册证明文件或者备案凭证、注册或者备案的产品标签和说明书，以及生产许可文件；

（三）广告中涉及的知识产权相关有效证明材料。

经授权同意作为申请人的生产、经营企业，还应当提交合法的授权文件；委托代理人进行申请的，还应当提交委托书和代理人的主体资格相关材料。

第十七条 申请人可以到广告审查机关受理窗口提出申请，也可以通过信函、传真、电子邮件或者电子政务平台提交药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告申请。

广告审查机关收到申请人提交的申请后，可以即时受理的，应当即时受理；不能即时受理的，应当在五个工作日内作出受理或者不予受理的决定。申请材料不齐全、不符合法定形式的，应当即时或者自收到申请材料之日起五个工作日内一次性告知申请人需要补正的全部内容，申请人应当自收到补正通知之日起十个工作日内补正，补正时间不计入受理时限。申请人逾期未补正的，视为放弃申请，广告审查机关无需作出不予受理的决定。

第十八条 广告审查机关应当对申请人提交的材料进行审查，自受理之日起十个工



## 市场监管总局关于公开征求《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》意见的通知

作日内完成审查工作。经审查，对符合法律、行政法规和本办法规定的广告，应当作出审查批准的决定，编发广告批准文号。

对不符合法律、行政法规和本办法规定的广告，应当作出不予批准的决定，送达申请人并说明理由，同时告知其享有依法申请行政复议或者提起行政诉讼的权利。

第十九条 经审查批准的药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告，广告审查机关应当通过本部门网站以及其他方便公众查询的方式，在十个工作日内向社会公开。公开的信息应当包括广告批准文号、申请人名称、广告发布内容、广告批准文号有效期、产品名称、产品注册证明文件或者备案凭证编号等内容。

第二十条 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告批准文号的有效期为两年。

第二十一条 申请人有下列情形之一的，不得继续发布审查批准的广告，并应当主动申请注销药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告批准文号：

（一）主体资格证照被吊销、撤销、注销的；

（二）产品注册证明文件、备案凭证或者生产许可文件被撤销、注销的；

（三）产品功能主治、适应症、药理作用、预期用途、适用范围、作用机理、结构及组成、保健功能、功效成分、标志性成分及含量、适宜人群、不适宜人群、食用量、配方、营养学特征、禁忌、不良反应等发生变更，与已经审查批准的广告内容不一致的；

（四）法律、行政法规规定应当注销的其他情形。

第二十二条 广告主、广告经营者、广告发布者应当严格按照审查通过的内容发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告，不得进行剪辑、拼接、修改。

除下列情形外，已经审查通过的广告内容需要改动的，应当重新申请广告审查：

（一）仅对视频、图片的长宽比、文字字体或者背景颜色进行调整，且不影响应当显著标明或者清晰展示内容视觉效果；

（二）仅增加、删除或者变更产品价格、线上线下销售地址、门店名称、联系电话、配送方式以及网络链接、二维码等内容，且不违反本办法第十一条有关规定的。

第二十三条 下列药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品不得发布广告：

（一）麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品、药品类易制毒化学品，以及戒毒治疗的药品、医疗器械；

（二）军队特需药品、军队医疗机构配制的制剂；

（三）医疗机构配制的制剂；



## 市场监管总局关于公开征求《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》意见的通知

（四）依法停止或者禁止生产、销售或者使用的药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品；

（五）法律、行政法规禁止发布广告的情形。

依法停止或者禁止生产、销售或者使用的药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品，自停止或者禁止生产、销售或者使用之日起，已经审查批准的广告不得继续发布，其广告批准文号自动失效。

**第二十四条** 本办法第二十三条规定以外的处方药只能在国务院卫生行政部门和国务院药品监督管理部门共同指定的医学、药学专业刊物上发布。

不得利用处方药名称为各种活动冠名进行广告宣传。不得使用与处方药名称相同的商标、企业字号在医学、药学专业刊物以外的媒介变相发布广告，也不得利用该商标、企业字号为各种活动冠名进行广告宣传。

特殊医学用途配方食品中的特定全营养配方食品广告按照处方药广告管理。

特殊医学用途婴儿配方食品广告不得在大众传播媒介或者公共场所发布。

**第二十五条** 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品注册证明文件或者备案凭证持有人及生产、经营企业依据相关法律、行政法规、部门规章、强制性国家标准有关规定要求，在其经营场所或者自建网站、公众号、网络店铺页面、应用程序等自有互联网媒介客观展示产品名称、价格、标签、规格、等级、使用方法、说明书、支付和送货方式、售后服务等应当展示、标示、告知信息的，无需申请广告审查。

**第二十六条** 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告中只宣传产品名称（含药品通用名称和药品商品名称）的，不再对其内容进行审查。

**第二十七条** 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告中含有网络链接、二维码等链接标识的，由广告主对其链接内容的真实性与合法性负责。链接内容属于本办法规定应当进行审查的，应当单独申请广告审查。

**第二十八条** 经广告审查机关审查通过并向社会公开的药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告，可以依法在全国范围内发布。

**第二十九条** 违反本办法第七条第三款规定，保健食品以外的其他食品广告声称具有保健功能的，依照《中华人民共和国广告法》第五十七条的规定处罚。

**第三十条** 违反本办法第十条规定，广告发布时未显著、清晰表示广告中应当显著标明内容的，依照《中华人民共和国广告法》第五十九条的规定处罚。

## 市场监管总局关于公开征求《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》意见的通知

第三十一条 违反本办法第十二条规定，在针对未成年人的大众传播媒介上发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告的，依照《中华人民共和国广告法》第五十七条的规定处罚。

第三十二条 违反本办法第十三条第一款规定，变相发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告的，依照《中华人民共和国广告法》第五十九条的规定处罚。

第三十三条 违反本办法第十三条第二款规定，利用广告代言人为药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品作推荐、证明的，依照《中华人民共和国广告法》第五十八条的规定处罚。

第三十四条 有下列情形之一的，依照《中华人民共和国广告法》第五十八条的规定处罚：

（一）违反本办法第二条第二款规定，未经审查发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告；

（二）违反本办法第二十一条规定或者广告批准文号已超过有效期，仍继续发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告；

（三）违反本办法第二十二条规定，未按照审查通过的内容发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告。

第三十五条 违反本办法第十一条第二项至第五项规定，发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告的，依照《中华人民共和国广告法》第五十八条的规定处罚；构成虚假广告的，依照《中华人民共和国广告法》第五十五条的规定处罚。

第三十六条 违反本办法第十一条第六项至第十项规定，发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告的，《中华人民共和国广告法》及其他法律法规有规定的，依照相关规定处罚，没有规定的，由县级以上市场监督管理部门责令改正；对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者处以违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元；没有违法所得的，可处一万元以下罚款。

第三十七条 违反本办法第十一条第一项、第二十三条、第二十四条规定的，依照《中华人民共和国广告法》第五十七条的规定处罚。

第三十八条 有下列情形之一的，依照《中华人民共和国广告法》第六十四条的规定处罚：

（一）隐瞒真实情况或者提供虚假材料申请药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告审查的；

（二）以欺骗、贿赂等不正当手段取得药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告批准文号的。

第三十九条 市场监督管理部门对违反本办法规定的行为作出行政处罚决定后，应

# 市场监管总局关于公开征求《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》意见的通知

当依法通过国家企业信用信息公示系统向社会公示。

第四十条 广告审查机关的工作人员玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊的，依法给予处分。构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第四十一条 本办法涉及的文书格式范本由国家市场监督管理总局统一制定。

第四十二条 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告批准文号格式为：X 药/械/食健/食特广审（视/声/文）第 00000000-0000 号。其中“X”为各省、自治区、直辖市的简称；“药、械、食健、食特”为产品分类；“视、声、文”为广告形式分类；“0”由 12 位数字组成，前 8 位代表广告批准的年月日，后 4 位代表广告批准的序号。

第四十三条 本办法自 年 月 日起施行。2019 年 12 月 24 日国家市场监督管理总局令第 21 号公布的《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》同时废止。

附件 2:

## 关于《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》的说明

为加强药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品（以下简称“三品一械”）广告监督管理，市场监管总局组织对《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》（以下简称《暂行办法》）进行修订，起草了《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》。现将有关情况说明如下：

### 一、修订的必要性

“三品一械”广告监管事关人民群众健康安全。《暂行办法》2019 年 12 月公布，自 2020 年 3 月 1 日起施行。《暂行办法》的制定实施，为加强“三品一械”广告监管、规范广告审查工作、维护消费者合法权益提供了有力法治保障。但随着近年来广告新业态、新模式的快速发展，《暂行办法》在实施过程中出现了不少不适应、不完善的问题，需要及时修订，完善“三品一械”广告审查管理制度，加强监管，优化服务，更好指导广告审查与执法实践，维护人民群众健康安全，促进行业规范健康发展。

### 二、修订思路 and 主要原则

本次修订聚焦解决《暂行办法》实施过程中出现的实际问题，适应广告新业态、新模式发展需要，坚持统筹发展和安全，依据《广告法》及相关法律、行政法规规定，进一步加强对“三品一械”广告内容以及广告发布行为的监管，着力提高企业广告活动便利度，推动实现高质量发展和高

## 市场监管总局关于公开征求《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》意见的通知

水平安全的良性互动。主要突出以下修订原则：

（一）坚持问题导向。积极适应广告新业态、新模式发展需要，重点研究解决《暂行办法》实施以来，地方市场监管部门、广告审查机关、企业、消费者反映的在“三品一械”广告审查、广告发布、广告执法等方面存在的实际问题，依据相关法律、行政法规规定，进一步明确有关要求和责任义务。

（二）坚持宽严相济。全面落实“四个最严”要求，进一步加强对“三品一械”广告内容以及广告发布行为的监管，完善广告内容准则，严格广告发布要求，强化违法责任追究。同时，完善优化“三品一械”广告审查制度，进一步落实企业主体责任，便利企业经营活动，激发企业发展活力。

（三）坚持系统观念。进一步强化全链条监管理念，加强“三品一械”广告审查管理与产品注册管理环节的有机衔接，健全完善广告注销、停止发布等相关制度，提高协同监管效能。

### 三、修订过程

市场监管总局在梳理总结“三品一械”广告审查与执法工作实践的基础上，广泛征求意见，深入开展调研，多次组织召开座谈会，3轮书面征求意见，多层面、多形式、多频次听取地方市场监管部门、广告审查机关、行业主管部门、企业、行业协会、专家学者、消费者代表等各方面意见，通过充分吸收意见建议，逐条认真研究，不断修改完善，形成了目前的征求意见稿。

### 四、主要修订内容

（一）严格广告监管执法。一是加强广告引证内容监管，明确“三品一械”广告中不得含有超出说明书以外的理论引用、观点表述，或者引用文献、研究报告、实验证明等收录的内容。二是加强未成年人权益保护，明确广告中不得利用未成年人介绍“三品一械”产品。三是严格保健功能声称监管，落实《食品安全法实施条例》关于“对保健食品之外的其他食品，不得声称具有保健功能”有关要求，明确保健食品以外的其他食品广告不得声称具有保健功能，也不得借助宣传某些成分的作用明示或者暗示其具有保健功能。四是加强网络直播监管，衔接《广告法》、《互联网广告管理办法》有关要求，禁止在网络直播中以介绍健康、养生知识等形式变相发布“三品一械”广告，明确不得利用广告代言人在网络直播中为“三品一械”产品作推荐、证明。五是严格广告发布行为监管，加强广告审查管理与产品注册管理环节的衔接，完善广告注销、停止发布等制度，强化动态管理。

（二）便利企业经营活动。一是根据企业开展经营活动实际需要，在严格按照审查通过内容发布广告的原则性规定基础上，增加例外情形，允许企业在符合相应条件的前提下，对视频、图片的长宽比、文字字体或者背景颜色以及产品价格、线上线下销售地址、门店名称、联系电话、配送方式以及网络链接、二维码等内容进行调整。二是增加无需申请广告审查的情形，明确企业依据相关法律、行政法规、部门规章、强制性国家标准有关规定要求，在其经营场所或者自建网站、公众号、

## 市场监管总局关于公开征求《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法（征求意见稿）》意见的通知

网络店铺页面、应用程序等自有互联网媒介客观展示产品名称、价格、标签、规格、等级、使用方法、说明书、支付和送货方式、售后服务等应当展示、标示、告知信息的，无需申请广告审查。三是优化广告批准文号有效期制度，针对企业反映产品注册证明文件、生产许可文件等临近到期时，申请批准的广告有效期过短问题，对广告批准文号有效期进行调整，增强企业广告活动的稳定性，减轻企业更换广告物料等负担。

（三）完善广告审查制度。一是完善“三品一械”广告应当显著标明内容有关规定，更好保障消费者知情权。二是针对广告中含有二维码、网络链接等链接标识问题，明确有关责任义务。三是完善广告审查工作程序，优化广告申请受理制度，增加广告申请补正时限、广告批准文号编号规则等具体规定。

为了指导和帮助个人信息处理者规范、有序备案个人信息出境标准合同，国家互联网信息办公室编制了《个人信息出境标准合同备案指南（第一版）》，对个人信息出境标准合同备案方式、备案流程、备案材料等具体要求作出了说明。

个人信息处理者通过与境外接收方订立个人信息出境标准合同的方式向境外提供个人信息，应当根据《个人信息出境标准合同办法》规定，按照备案指南向所在地省级网信部门备案。

### 个人信息出境标准合同备案指南（第一版）

《个人信息出境标准合同办法》自 2023 年 6 月 1 日起施行。为指导和帮助个人信息处理者规范、有序备案个人信息出境标准合同（以下简称标准合同），特制定本指南。

#### 一、适用范围

个人信息处理者通过订立标准合同的方式向境外提供个人信息的，应当同时符合下列情形：

- （一）非关键信息基础设施运营者；
- （二）处理个人信息不满 100 万人的；
- （三）自上年 1 月 1 日起累计向境外提供个人信息不满 10 万人的；
- （四）自上年 1 月 1 日起累计向境外提供敏感个人信息不满 1 万人的。

法律、行政法规或者国家网信部门另有规定的，从其规定。

个人信息处理者不得采取数量拆分等手段，将依法应当通过出境安全评估的个人信息通过订立标准合同的方式向境外提供。

以下情形属于个人信息出境行为：

- （一）个人信息处理者将在境内运营中收集和产生的个人信息传输、存储至境外；
- （二）个人信息处理者收集和产生的个人信息存储在境内，境外的机构、组织或者个人可以查询、调取、下载、导出；
- （三）国家网信办规定的其他个人信息出境行为。

## 二、备案方式

个人信息处理者应当在标准合同生效之日起 10 个工作日内，通过送达书面材料并附带材料电子版的方式，向所在地省级网信办备案。

## 三、备案流程

标准合同备案流程包括材料提交、材料查验及反馈备案结果、补充或者重新备案等环节。

### （一）材料提交

个人信息处理者备案标准合同，应当提交如下材料（要求见附件 1）：

1. 统一社会信用代码证件影印件
2. 法定代表人身份证件影印件
3. 经办人身份证件影印件
4. 经办人授权委托书（模板见附件 2）
5. 承诺书（模板见附件 3）
6. 标准合同（范本见附件 4）
7. 《个人信息保护影响评估报告》（模板见附件 5）

### （二）材料查验及反馈备案结果

省级网信办收到材料后，在 15 个工作日内完成材料查验，并通知个人信息处理者备案结果。

备案结果分为通过、不通过。通过备案的，省级网信办向个人信息处理者发放备案编号；不通过备案的，个人信息处理者将收到备案未成功通知及原因，要求补充完善材料的，个人信息处理者应当补充完善材料并于 10 个工作日内再次提交。

### （三）补充或者重新备案

在标准合同有效期内出现下列情形之一的，个人信息处理者应当重新开展个人信息保护影响评估，补充或者重新订立标准合同，并履行相应备案手续：

1. 向境外提供个人信息的目的、范围、种类、敏感程度、方式、保存地点或者境外接收方处理个人信息的用途、方式发生变化，或者延长个人信息境外保存期限的；



2. 境外接收方所在国家或者地区的个人信息保护政策和法规发生变化等可能影响个人信息权益的；

3. 可能影响个人信息权益的其他情形。

个人信息处理者在标准合同有效期内补充订立标准合同的，应当向所在地省级网信办提交补充材料；重新订立标准合同的，应当重新备案。补充或者重新备案的材料查验时间为 15 个工作日。

个人信息处理者对所提交材料的真实性负责，提交虚假材料的，按照备案不通过处理，并依法追究相应法律责任。

#### 四、咨询、举报联系方式

电子邮箱：bzht@cac.gov.cn

联系电话：010-55627565

附件：1. 个人信息出境标准合同备案材料要求

2. 经办人授权委托书（模板）

3. 承诺书（模板）

4. 个人信息出境标准合同（范本）

5. 个人信息保护影响评估报告（模板）

附件 1

个人信息出境标准合同备案材料要求

序号	材料名称	要求
1	统一社会信用代码证件	影印件加盖公章
2	法定代表人身份证件	影印件加盖公章
3	经办人身份证件	影印件加盖公章
4	经办人授权委托书	原件
5	承诺书	原件
6	个人信息出境标准合同	原件
7	个人信息保护影响评估报告	原件

附件 2

经办人授权委托书（模板）

本人 姓名（身份证件号码：\_\_\_\_\_）系 个人信息处理者名称 的法定代表人，现授权我单位 姓名（身份证件号码：\_\_\_\_\_）为个人信息出境标准合同备案经办人。经办人代表我单位进行个人信息出境标准合同备案过程中的一切行为，包括所签署和上传的资料，我单位均予以承认，并将承担相应的法律责任。

授权委托期限：\_\_\_\_年\_\_月\_\_日至\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

经办人无转委托权。

单位名称（盖章）：

法定代表人（签字）：

经 办 人（签字）：

年 月 日

附件 3

承 诺 书（模板）

本单位郑重承诺：

一、出境个人信息的收集、使用符合中华人民共和国有关法律法规规定；

二、备案材料所有内容真实、完整、准确和有效；

三、未采取数量拆分等手段，将依法应当通过出境安全评估的个人信息通过订立标准合同的方式向境外提供；

四、为国家网信办组织实施的个人信息出境标准合同备案工作提供必要的配合和支持；

五、个人信息保护影响评估工作为备案之日前 3 个月内完成，且至备案之日未发生重大变化。

本单位知晓并充分理解上述承诺内容，若承诺不实或者违背承诺，愿意承担相应法律责任。

法定代表人（签字）：

单位（盖章）：

年 月 日

附件 4

个人信息出境标准合同

国家互联网信息办公室 制定

为了确保境外接收方处理个人信息的活动达到中华人民共和国相关法律法规规定的个人信息保护标准，明确个人信息处理者和境外接收方个人信息保护的权利和义务，经双方协商一致，订立本合同。

个人信息处理者：\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_

联系方式：\_\_\_\_\_

联系人：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_

境外接收方：\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_

联系方式：\_\_\_\_\_

联系人：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_

## 国家互联网信息办公室发布《个人信息出境标准合同备案指南（第一版）》

个人信息处理者与境外接收方依据本合同约定开展个人信息出境活动，与此活动相关的商业行为，双方【已】/【约定】于\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日订立\_\_\_\_（商业合同，如有）。

本合同正文根据《个人信息出境标准合同办法》的要求拟定，在不与本合同正文内容相冲突的前提下，双方如有其他约定可在附录二中详述，附录构成本合同的组成部分。

### 第一条 定义

在本合同中，除上下文另有规定外：

（一）“个人信息处理者”是指在个人信息处理活动中自主决定处理目的、处理方式的，向中华人民共和国境外提供个人信息的组织、个人。

（二）“境外接收方”是指在中华人民共和国境外自个人信息处理者处接收个人信息的组织、个人。

（三）个人信息处理者或者境外接收方单称“一方”，合称“双方”。

（四）“个人信息主体”是指个人信息所识别或者关联的自然人。

（五）“个人信息”是指以电子或者其他方式记录的与已识别或者可识别的自然人有关的各种信息，不包括匿名化处理后的信息。

（六）“敏感个人信息”是指一旦泄露或者非法使用，容易导致自然人的人格尊严受到侵害或者人身、财产安全受到危害的个人信息，包括生物识别、宗教信仰、特定身份、医疗健康、金融账户、行踪轨迹等信息，以及不满十四周岁未成年人的个人信息。

（七）“监管机构”是指中华人民共和国省级以上网信部门。

（八）“相关法律法规”是指《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国民事诉讼法》《个人信息出境标准合同办法》等中华人民共和国法律法规。



（九）本合同其他未定义术语的含义与相关法律法规规定的含义一致。

## 第二条 个人信息处理者的义务

个人信息处理者应当履行下列义务：

（一）按照相关法律法规规定处理个人信息，向境外提供的个人信息仅限于实现处理目的所需的最小范围。

（二）向个人信息主体告知境外接收方的名称或者姓名、联系方式、附录一“个人信息出境说明”中处理目的、处理方式、个人信息的种类、保存期限，以及行使个人信息主体权利的方式和程序等事项。向境外提供敏感个人信息的，还应当向个人信息主体告知提供敏感个人信息的必要性以及对个人权益的影响。但是法律、行政法规规定不需要告知的除外。

（三）基于个人同意向境外提供个人信息的，应当取得个人信息主体的单独同意。涉及不满十四周岁未成年人个人信息的，应当取得未成年人的父母或者其他监护人的单独同意。法律、行政法规规定应当取得书面同意的，应当取得书面同意。

（四）向个人信息主体告知其与境外接收方通过本合同约定个人信息主体为第三方受益人，如个人信息主体未在 30 日内明确拒绝，则可以依据本合同享有第三方受益人的权利。

（五）尽合理地努力确保境外接收方采取如下技术和管理措施（综合考虑个人信息处理目的、个人信息的种类、规模、范围及敏感程度、传输的数量和频率、个人信息传输及境外接收方的保存期限等可能带来的个人信息安全风险），以履行本合同约定的义务：

（如加密、匿名化、去标识化、访问控制等技术和管理措施）

---

（六）根据境外接收方的要求向境外接收方提供相关法律法规和技术标准的副本。

（七）答复监管机构关于境外接收方的个人信息处理活动的询问。

（八）按照相关法律法规对拟向境外接收方提供个人信息的活动开展个人信息保护影响评估。重点评估以下内容：

1. 个人信息处理者和境外接收方处理个人信息的目的、范围、方式等的合法性、正当性、必要性。
2. 出境个人信息的规模、范围、种类、敏感程度，个人信息出境可能对个人信息权益带来的风险。
3. 境外接收方承诺承担的义务，以及履行义务的管理和技术措施、能力等能否保障出境个人信息的安全。
4. 个人信息出境后遭到篡改、破坏、泄露、丢失、非法利用等的风险，个人信息权益维护的渠道是否通畅等。
5. 按照本合同第四条评估当地个人信息保护政策和法规对合同履行的影响。
6. 其他可能影响个人信息出境安全的事项。

保存个人信息保护影响评估报告至少 3 年。

（九）根据个人信息主体的要求向个人信息主体提供本合同的副本。如涉及商业秘密或者保密商务信息，在不影响个人信息主体理解的前提下，可对本合同副本相关内容进行适当处理。

（十）对本合同义务的履行承担举证责任。

（十一）根据相关法律法规要求，向监管机构提供本合同第三条第十一项所述的信息，包括所有合规审计结果。

### 第三条 境外接收方的义务

境外接收方应当履行下列义务：

## 国家互联网信息办公室发布《个人信息出境标准合同备案指南（第一版）》

（一）按照附录一“个人信息出境说明”所列约定处理个人信息。如超出约定的处理目的、处理方式和处理的个人信息种类，基于个人同意处理个人信息的，应当事先取得个人信息主体的单独同意；涉及不满十四周岁未成年人个人信息的，应当取得未成年人的父母或者其他监护人的单独同意。

（二）受个人信息处理者委托处理个人信息的，应当按照与个人信息处理者的约定处理个人信息，不得超出与个人信息处理者约定的处理目的、处理方式等处理个人信息。

（三）根据个人信息主体的要求向个人信息主体提供本合同的副本。如涉及商业秘密或者保密商务信息，在不影响个人信息主体理解的前提下，可对本合同副本相关内容进行适当处理。

（四）采取对个人权益影响最小的方式处理个人信息。

（五）个人信息的保存期限为实现处理目的所必要的最短时间，保存期限届满的，应当删除个人信息（包括所有备份）。受个人信息处理者委托处理个人信息，委托合同未生效、无效、被撤销或者终止的，应当将个人信息返还个人信息处理者或者予以删除，并向个人信息处理者提供书面说明。删除个人信息从技术上难以实现的，应当停止除存储和采取必要的安全保护措施之外的处理。

（六）按下列方式保障个人信息处理安全：

1. 采取包括但不限于本合同第二条第五项的技术和管理措施，并定期进行检查，确保个人信息安全。

2. 确保授权处理个人信息的人员履行保密义务，并建立最小授权的访问控制权限。

（七）如处理的个人信息发生或者可能发生篡改、破坏、泄露、丢失、非法利用、未经授权提供或者访问，应当开展下列工作：

1. 及时采取适当补救措施，减轻对个人信息主体造成的不利影响。

2. 立即通知个人信息处理者，并根据相关法律法规要求报告监管机构。通知应当包含下列事项：

## 国家互联网信息办公室发布《个人信息出境标准合同备案指南（第一版）》

（1）发生或者可能发生篡改、破坏、泄露、丢失、非法利用、未经授权提供或者访问的个人信息种类、原因和可能造成的危害。

（2）已采取的补救措施。

（3）个人信息主体可以采取的减轻危害的措施。

（4）负责处理相关情况的负责人或者负责团队的联系方式。

3. 相关法律法规要求通知个人信息主体的，通知的内容包含本项第2目的事项。受个人信息处理者委托处理个人信息的，由个人信息处理者通知个人信息主体。

4. 记录并留存所有与发生或者可能发生篡改、破坏、泄露、丢失、非法利用、未经授权提供或者访问有关的情况，包括采取的所有补救措施。

（八）同时符合下列条件的，方可向中华人民共和国境外的第三方提供个人信息：

1. 确有业务需要。

2. 已告知个人信息主体该第三方的名称或者姓名、联系方式、处理目的、处理方式、个人信息种类、保存期限以及行使个人信息主体权利的方式和程序等事项。向第三方提供敏感个人信息的，还应当向个人信息主体告知提供敏感个人信息的必要性以及对个人权益的影响。但是法律、行政法规规定不需要告知的除外。

3. 基于个人同意处理个人信息的，应当取得个人信息主体的单独同意。涉及不满十四周岁未成年人个人信息的，应当取得未成年人的父母或者其他监护人的单独同意。法律、行政法规规定应当取得书面同意的，应当取得书面同意。

4. 与第三方达成书面协议，确保第三方的个人信息处理活动达到中华人民共和国相关法律法规规定的个人信息保护标准，并承担因向中华人民共和国境外的第三方提供个人信息而侵害个人信息主体享有权利的法律責任。

## 国家互联网信息办公室发布《个人信息出境标准合同备案指南（第一版）》

5. 根据个人信息主体的要求向个人信息主体提供该书面协议的副本。如涉及商业秘密或者保密商务信息，在不影响个人信息主体理解的前提下，可对该书面协议相关内容进行适当处理。

（九）受个人信息处理者委托处理个人信息，转委托第三方处理的，应当事先征得个人信息处理者同意，要求该第三方不得超出本合同附录一“个人信息出境说明”中约定的处理目的、处理方式等处理个人信息，并对该第三方的个人信息处理活动进行监督。

（十）利用个人信息进行自动化决策的，应当保证决策的透明度和结果公平、公正，不得对个人信息主体在交易价格等交易条件上实行不合理的差别待遇。通过自动化决策方式向个人信息主体进行信息推送、商业营销的，应当同时提供不针对其个人特征的选项，或者向个人信息主体提供便捷的拒绝方式。

（十一）承诺向个人信息处理者提供已遵守本合同义务所需的必要信息，允许个人信息处理者对必要数据文件和文档进行查阅，或者对本合同涵盖的处理活动进行合规审计，并为个人信息处理者开展合规审计提供便利。

（十二）对开展的个人信息处理活动进行客观记录，保存记录至少 3 年，并按照相关法律法规要求直接或者通过个人信息处理者向监管机构提供相关记录文件。

（十三）同意在监督本合同实施的相关程序中接受监管机构的监督管理，包括但不限于答复监管机构询问、配合监管机构检查、服从监管机构采取的措施或者作出的决定、提供已采取必要行动的书面证明等。

### 第四条 境外接收方所在国家或者地区个人信息保护政策和法规对合同履行的影响

（一）双方应当保证在本合同订立时已尽到合理注意义务，未发现境外接收方所在国家或者地区的个人信息保护政策和法规（包括任何提供个人信息的要求或者授权公共机关访问个人信息的规定）影响境外接收方履行本合同约定的义务。

（二）双方声明，在作出本条第一项的保证时，已经结合下列情形进行评估：

## 国家互联网信息办公室发布《个人信息出境标准合同备案指南（第一版）》

1. 出境的具体情况，包括个人信息处理目的、传输个人信息的种类、规模、范围及敏感程度、传输的规模和频率、个人信息传输及境外接收方的保存期限、境外接收方此前类似的个人信息跨境传输和处理相关经验、境外接收方是否曾发生个人信息安全相关事件及是否进行了及时有效地处置、境外接收方是否曾收到其所在国家或者地区公共机关要求其提供个人信息的请求及境外接收方应对的情况。

2. 境外接收方所在国家或者地区的个人信息保护政策和法规，包括下列要素：

（1）该国家或者地区现行的个人信息保护法律法规及普遍适用的标准。

（2）该国家或者地区加入的区域性或者全球性的个人信息保护方面的组织，以及所作出的具有约束力的国际承诺。

（3）该国家或者地区落实个人信息保护的机制，如是否具备个人信息保护的监督执法机构和相关司法机构等。

3. 境外接收方安全管理制度和技术手段保障能力。

（三）境外接收方保证，在根据本条第二项进行评估时，已尽最大努力为个人信息处理者提供了必要的相关信息。

（四）双方应当记录根据本条第二项进行评估的过程和结果。

（五）因境外接收方所在国家或者地区的个人信息保护政策和法规发生变化（包括境外接收方所在国家或者地区更改法律，或者采取强制性措施）导致境外接收方无法履行本合同的，境外接收方应当在知道该变化后立即通知个人信息处理者。

（六）境外接收方接到所在国家或者地区的政府部门、司法机构关于提供本合同项下的个人信息要求的，应当立即通知个人信息处理者。

### 第五条 个人信息主体的权利

双方约定个人信息主体作为本合同第三方受益人享有以下权利：

## 国家互联网信息办公室发布《个人信息出境标准合同备案指南（第一版）》

（一）个人信息主体依据相关法律法规，对其个人信息的处理享有知情权、决定权，有权限制或者拒绝他人对其个人信息进行处理，有权要求查阅、复制、更正、补充、删除其个人信息，有权要求对其个人信息处理规则进行解释说明。

（二）当个人信息主体要求对已经出境的个人信息行使上述权利时，个人信息主体可以请求个人信息处理者采取适当措施实现，或者直接向境外接收方提出请求。个人信息处理者无法实现的，应当通知并要求境外接收方协助实现。

（三）境外接收方应当按照个人信息处理者的通知，或者根据个人信息主体的请求，在合理期限内实现个人信息主体依照相关法律法规所享有的权利。

境外接收方应当以显著的方式、清晰易懂的语言真实、准确、完整地告知个人信息主体相关信息。

（四）境外接收方拒绝个人信息主体的请求的，应当告知个人信息主体其拒绝的原因，以及个人信息主体向相关监管机构提出投诉和寻求司法救济的途径。

（五）个人信息主体作为本合同第三方受益人有权根据本合同条款向个人信息处理者和境外接收方的一方或者双方主张并要求履行本合同项下与个人信息主体权利相关的下列条款：

1. 第二条，但第二条第五项、第六项、第七项、第十一项除外。
2. 第三条，但第三条第七项第2目和第4目、第九项、第十一项、第十二项、第十三项除外。
3. 第四条，但第四条第五项、第六项除外。
4. 第五条。
5. 第六条。
6. 第八条第二项、第三项。
7. 第九条第五项。



上述约定不影响个人信息主体依据《中华人民共和国个人信息保护法》享有的权益。

## 第六条 救济

（一）境外接收方应当确定一个联系人，授权其答复有关个人信息处理的询问或者投诉，并应当及时处理个人信息主体的询问或者投诉。境外接收方应当将联系人信息告知个人信息处理者，并以简洁易懂的方式，通过单独通知或者在其网站公告，告知个人信息主体该联系人信息，具体为：

联系人及联系方式（办公电话或电子邮箱）

（二）一方因履行本合同与个人信息主体发生争议的，应当通知另一方，双方应当合作解决争议。

（三）争议未能友好解决，个人信息主体根据第五条行使第三方受益人的权利的，境外接收方接受个人信息主体通过下列形式维护权利：

1. 向监管机构投诉。
2. 向本条第五项约定的法院提起诉讼。

（四）双方同意个人信息主体就本合同争议行使第三方受益人权利，个人信息主体选择适用中华人民共和国相关法律法规的，从其选择。

（五）双方同意个人信息主体就本合同争议行使第三方受益人权利的，个人信息主体可以依据《中华人民共和国民事诉讼法》向有管辖权的人民法院提起诉讼。

（六）双方同意个人信息主体所作的维权选择不会减损个人信息主体根据其他法律法规寻求救济的权利。

## 第七条 合同解除

（一）境外接收方违反本合同约定的义务，或者境外接收方所在国家或者地区的个人信息保护政策和法规发生变化（包括境外接收方所在国家或者地区更改法律，或者采取强制性措施）导致境外接

## 国家互联网信息办公室发布《个人信息出境标准合同备案指南（第一版）》

收方无法履行本合同的，个人信息处理者可以暂停向境外接收方提供个人信息，直到违约行为被改正或者合同被解除。

（二）有下列情形之一的，个人信息处理者有权解除本合同，并在必要时通知监管机构：

1. 个人信息处理者根据本条第一项的规定暂停向境外接收方提供个人信息的时间超过 1 个月。
2. 境外接收方遵守本合同将违反其所在国家或者地区的法律规定。
3. 境外接收方严重或者持续违反本合同约定的义务。
4. 根据境外接收方的主管法院或者监管机构作出的终局决定，境外接收方或者个人信息处理者违反了本合同约定的义务。

在本项第 1 目、第 2 目、第 4 目的情况下，境外接收方可以解除本合同。

（三）经双方同意解除本合同的，合同解除不免除其在个人信息处理过程中的个人信息保护义务。

（四）合同解除时，境外接收方应当及时返还或者删除其根据本合同所接收到的个人信息（包括所有备份），并向个人信息处理者提供书面说明。删除个人信息从技术上难以实现的，应当停止除存储和采取必要的安全保护措施之外的处理。

### 第八条 违约责任

（一）双方应就其违反本合同而给对方造成的损失承担责任。

（二）任何一方因违反本合同而侵害个人信息主体享有的权利，应当对个人信息主体承担民事责任，且不影响相关法律法规规定个人信息处理者应当承担的行政、刑事等法律责任。

（三）双方依法承担连带责任的，个人信息主体有权请求任何一方或者双方承担责任。一方承担的责任超过其应当承担的责任份额时，有权向另一方追偿。

### 第九条 其他

## 国家互联网信息办公室发布《个人信息出境标准合同备案指南（第一版）》

（一）如本合同与双方订立的任何其他法律文件发生冲突，本合同的条款优先适用。

（二）本合同的成立、效力、履行、解释、因本合同引起的双方间的任何争议，适用中华人民共和国相关法律法规。

（三）发出的通知应当以电子邮件、电报、电传、传真（以航空信件寄送确认副本）或者航空挂号信发往（具体地址）\_\_\_\_\_或者书面通知取代该地址的其它地址。如以航空挂号信寄出本合同项下的通知，在邮戳日期后的\_\_\_天应当视为收讫；如以电子邮件、电报、电传或者传真发出，在发出以后的\_\_\_个工作日应当视为收讫。

（四）双方因本合同产生的争议以及任何一方因先行赔偿个人信息主体损害赔偿责任而向另一方的追偿，双方应当协商解决；协商解决不成的，任何一方可以采取下列第\_\_\_种方式加以解决（如选择仲裁，请勾选仲裁机构）：

1. 仲裁。将该争议提交

☐ 中国国际经济贸易仲裁委员会

☐ 中国海事仲裁委员会

☐ 北京仲裁委员会（北京国际仲裁中心）

☐ 上海国际仲裁中心

☐ 其他《承认及执行外国仲裁裁决公约》成员的仲裁机构\_\_\_\_\_

按其届时有效的仲裁规则在\_\_（仲裁地点）\_\_\_\_\_进行仲裁；

2. 诉讼。依法向中华人民共和国有管辖权的人民法院提起诉讼。

（五）本合同应当按照相关法律法规的规定进行解释，不得以与相关法律法规规定的权利、义务相抵触的方式解释本合同。

（六）本合同正本一式\_\_\_份，双方各执\_\_\_份，其法律效力相同。

本合同在（地点）\_\_\_\_\_签订

个人信息处理者：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

境外接收方：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

## 国家互联网信息办公室发布《个人信息出境标准合同备案指南（第一版）》

### 附录一

#### 个人信息出境说明

根据本合同向境外提供个人信息的详情约定如下：

（一）处理目的：

（二）处理方式：

（三）出境个人信息的规模：

（四）出境个人信息种类（参考 GB/T 35273《信息安全技术 个人信息安全规范》和相关标准）：

（五）出境敏感个人信息种类（如适用，参考 GB/T 35273《信息安全技术 个人信息安全规范》和相关标准）：

（六）境外接收方只向以下中华人民共和国境外第三方提供个人信息（如适用）：

（七）传输方式：

（八）出境后保存期限：

（ 年 月 日至 年 月 日）

（九）出境后保存地点：

（十）其他事项（视情况填写）：

---

## 国家互联网信息办公室发布《个人信息出境标准合同备案指南（第一版）》

---

附录二

双方约定的其他条款（如需要）

# 国家互联网信息办公室发布《个人信息出境标准合同备案指南（第一版）》

附件 5

个人信息保护影响评估报告（模板）

（出境版）

个人信息处理者名称：\_\_\_\_\_（盖章）

年 月 日

## 一、评估工作简述

评估工作开展情况，包括起止时间、组织情况、实施过程、实施方式等内容。如有第三方机构参与评估，需说明第三方机构的基本情况与参与评估的情况，并在相关内容页上加盖第三方机构公章。

## 二、出境活动整体情况

详细说明个人信息处理者基本情况、个人信息出境涉及的业务和信息系统、出境个人信息情况、个人信息处理者个人信息保护能力情况、境外接收方情况、是否向第三方提供个人信息以及如何确保标准合同条款落实等。包括但不限于：

### （一）个人信息处理者基本情况

1. 组织或者个人基本信息；
2. 股权结构和实际控制人信息；
3. 组织架构信息；
4. 个人信息保护机构信息；
5. 整体业务与个人信息情况；
6. 境内外投资情况。

### （二）个人信息出境涉及业务和信息系统情况

1. 个人信息出境涉及业务的基本情况；
2. 个人信息出境涉及业务的个人信息收集使用情况；
3. 个人信息出境涉及业务的信息系统情况；
4. 个人信息出境涉及的数据中心（包含云服务）情况；



5. 个人信息出境链路相关情况。

（三）拟出境个人信息情况

1. 说明个人信息处理者和境外接收方处理个人信息的目的、范围、方式，及其合法性、正当性、必要性；

2. 说明出境个人信息的规模、范围、种类、敏感程度，处理敏感个人信息和利用个人信息进行自动化决策情况；

3. 拟出境个人信息在境内存储的系统平台、数据中心等情况，计划出境后存储的系统平台、数据中心等；

4. 个人信息出境后向境外其他接收方提供的情况。

（四）个人信息处理者个人信息保护能力情况

1. 个人信息安全管理能力，包括管理组织体系和制度建设情况，全流程管理、应急处置、个人信息权益保护等制度及落实情况；

2. 个人信息安全技术能力，包括个人信息收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开、删除等全流程所采取的安全技术措施等；

3. 个人信息保护措施有效性证明，例如开展的个人信息保护认证、个人信息保护合规审计、网络安全等级保护测评等情况；

4. 遵守个人信息保护相关法律法规的情况。

（五）境外接收方情况

1. 境外接收方基本情况；

2. 境外接收方处理个人信息的用途、方式等；

3. 境外接收方的个人信息保护能力；
4. 境外接收方所在国家或地区个人信息保护政策法规情况；
5. 境外接收方处理个人信息的全流程过程描述。

（六）个人信息处理者认为需要说明的其他情况

### 三、拟出境活动的影响评估情况

就下列事项逐项说明影响评估情况，重点说明评估发现的问题和风险隐患，以及相应采取的整改措施及整改效果。

（一）个人信息处理者和境外接收方处理个人信息的目的、范围、方式等的合法性、正当性、必要性；

（二）出境个人信息的规模、范围、种类、敏感程度，个人信息出境可能对个人信息权益带来的风险；

（三）境外接收方承诺承担的义务，以及履行义务的管理和技术措施、能力等能否保障出境个人信息的安全；

（四）个人信息出境后遭到篡改、破坏、泄露、丢失、非法利用等的风险，个人信息权益维护的渠道是否通畅等；

（五）境外接收方所在国家或者地区的个人信息保护政策和法规对标准合同履行的影响；

（六）其他可能影响个人信息出境安全的事项。

### 四、出境活动影响评估结论

综合上述影响评估情况和相应整改情况，对个人信息出境活动作出客观的影响评估结论，充分说明得出评估结论的理由和论据。

# 国家互联网信息办公室关于《近距离自组网信息服务管理规定(征求意见稿)》 公开征求意见的通知

为了规范近距离自组网信息服务，维护国家安全和社会公共利益，保护公民、法人和其他组织的合法权益，根据《中华人民共和国网络安全法》、《互联网信息服务管理办法》、《网络信息内容生态治理规定》等法律法规，国家互联网信息办公室起草了《近距离自组网信息服务管理规定（征求意见稿）》，现向社会公开征求意见。公众可通过以下途径和方式提出反馈意见：

1.通过电子邮件方式发送至：zzwgd@cac.gov.cn。

2.通过信函方式将意见寄至：北京市西城区车公庄大街 11 号国家互联网信息办公室网络管理技术局，邮编 100044，并在信封上注明“近距离自组网信息服务管理规定征求意见”。

意见反馈截止时间为 2023 年 7 月 6 日。

附件：近距离自组网信息服务管理规定（征求意见稿）

国家互联网信息办公室

2023 年 6 月 6 日

## 近距离自组网信息服务管理规定

（征求意见稿）

**第一条** 为了规范近距离自组网信息服务，维护国家安全和社会公共利益，保护公民、法人和其他组织的合法权益，根据《中华人民共和国网络安全法》、《互联网信息服务管理办法》、《网络信息内容生态治理规定》等法律法规，制定本规定。

**第二条** 在中华人民共和国境内提供、使用近距离自组网信息服务，适用本规定。

本规定所称近距离自组网信息服务，是指利用蓝牙、Wi-Fi 等信息技术，近距离即时组建网络并提供发布、接收信息的服务。

# 国家互联网信息办公室关于《近距离自组网信息服务管理规定(征求意见稿)》 公开征求意见的通知

本规定所称近距离自组网信息服务提供者，是指通过开发或运营的平台、系统、应用等，提供近距离自组网信息服务的主体。

本规定所称近距离自组网信息服务使用者，是指使用近距离自组网信息服务发布或接收文字、图片、音视频等信息的主体，包括发布者与接收者。

**第三条** 提供近距离自组网信息服务，应当遵守宪法、法律和行政法规，弘扬社会主义核心价值观，坚持正确政治方向、舆论导向和价值取向，维护清朗网络空间。

**第四条** 鼓励近距离自组网信息服务提供者优先采用安全可信的近距离自组网技术。

**第五条** 近距离自组网信息服务提供者应当遵守法律法规和国家有关规定，采取必要的安全管理制度和技术措施，提升风险防范能力，依法处置违法信息，防范和抵制传播不良信息，保存有关记录，并向网信等有关主管部门报告。

近距离自组网信息服务使用者不得利用该服务发布、转发违法信息；应当采取措施，防范和抵制制作、复制、发布不良信息；接收到违法和不良信息的，不得转发，有权向网信等有关主管部门投诉、举报。

**第六条** 近距离自组网信息服务提供者在提供服务过程中，应当依照《中华人民共和国网络安全法》的规定，要求近距离自组网信息服务使用者提供真实身份信息。

**第七条** 近距离自组网信息服务提供者在提供服务过程中，应当以显著清晰的方式提供发布者和接收者之间的配对确认功能；每次配对需经发布者和接收者确认并同意，未经双方同意，不得默认自动配对。

**第八条** 近距离自组网信息服务提供者在提供服务过程中，应当提供接收者关闭接收、选择接收、黑名单自动拒绝等接收功能，并默认设置为关闭接收状态；在提供选择接收服务时，应当综合考虑传输速度、用户需求等情况合理设置接收时长，超过接收时长后自动切换至关闭接收状态。

**第九条** 近距离自组网信息服务提供者在提供服务过程中，未经接收者同意，不得默认提供快照、缩略图等概要信息预览功能。

**第十条** 近距离自组网信息服务提供者在提供服务过程中，应当提供使用提示和风险提示等功能。

**第十一条** 近距离自组网信息服务提供者应当设置便捷投诉举报入口或提供投诉举报渠道，及时受理和处理关于近距离自组网信息服务的公众投诉、举报。

# 国家互联网信息办公室关于《近距离自组网信息服务管理规定(征求意见稿)》 公开征求意见的通知

**第十二条** 近距离自组网信息服务使用者不得实施侵入网络、频繁发起连接、窃取网络数据等行为，不得对依法开展的无线电业务造成有害干扰。

**第十三条** 近距离自组网信息服务提供者应当制定网络安全事件应急预案，在发生危害网络安全的事件时，立即启动应急预案，采取相应处置措施，并按照规定向有关主管部门及时报告。

**第十四条** 近距离自组网信息服务提供者上线具有舆论属性或社会动员能力的新技术、新应用、新功能，应当按照国家有关规定开展安全评估。发现存在安全隐患的，应当及时整改，直至消除相关安全隐患。

移动应用程序分发平台应当对安全评估情况进行核验。

**第十五条** 鼓励和指导互联网行业组织建立健全近距离自组网信息服务行业准则，引导行业健康有序发展。

**第十六条** 网信部门、工信主管部门、公安部门建立健全信息共享、会商通报等工作机制，依据职责对近距离自组网信息服务提供者开展日常监督检查，对存在问题的近距离自组网信息服务提供者开展专项督查。

**第十七条** 近距离自组网信息服务提供者应当依法配合网信部门、工信主管部门、公安部门开展监督检查工作，并提供必要的技术、数据等支持和协助。

**第十八条** 近距离自组网信息服务提供者和使用者的违反本规定的，由网信部门、工信主管部门、公安部门依据职责，依照《中华人民共和国网络安全法》、《互联网信息服务管理办法》、《网络信息内容生态治理规定》等相关法律法规的规定处理。

**第十九条** 本规定自 年 月 日起施行。

## 市场监管总局关于印发《盲盒经营行为规范指引（试行）》的通知

国市监稽发〔2023〕39号

各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团市场监管局（厅、委）：

《盲盒经营行为规范指引（试行）》已经2023年6月7日市场监管总局第10次局务会议通过，现印发给你们。请根据指引要求，督促指导相关经营者落实主体责任，强化盲盒经营活动合规管理，切实提高诚信守法经营和消费者权益保护意识。

市场监管总局

2023年6月8日

### 盲盒经营行为规范指引（试行）

**第一条** 为了规范盲盒经营行为，维护公平竞争的市场秩序，保护消费者合法权益，维护社会公共利益，根据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国标准化法》《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国反食品浪费法》等法律法规，制定本指引。

**第二条** 在中华人民共和国境内开展盲盒经营，适用本指引。

本指引所称盲盒经营，是指经营者在合法经营范围内，在事先告知商品或者服务的特定范围而不告知商品确定型号、款式或者服务内容的前提下，通过互联网、实体店、自动贩卖机等形式，以消费者随机抽取的方式销售特定范围内商品或者服务的经营模式。

**第三条** 本指引所称盲盒经营者，是指从事盲盒商品生产、以盲盒形式销售商品或者提供服务的主体。

## 市场监管总局关于印发《盲盒经营行为规范指引（试行）》的通知

**第四条** 盲盒经营者应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律、商业道德和公序良俗，履行经营者主体责任和社会责任，倡导并主动提醒消费者理性消费，维护消费者合法权益。

**第五条** 盲盒经营应当符合相关法律法规的规定，一般在日常生活、文艺娱乐等领域内开展。

以盲盒形式销售或者提供依法需要取得许可的商品或者服务的，应当取得许可后开展相关经营行为。

法律法规明确规定禁止销售、流通的商品或者禁止提供的服务，不得以盲盒形式进行销售或者提供。

药品、医疗器械、有毒有害物品、易燃易爆物品、活体动物等在使用条件、存储运输、检验检疫等方面有严格要求的商品，不得以盲盒形式销售。食品、化妆品，不具备保障质量和消费者权益条件的，不应当以盲盒形式销售。

无法投递又无法退回的快件，不得以盲盒形式销售。

**第六条** 通过互联网、实体店、自助销售设备等形式从事盲盒经营的，应当在醒目位置公示营业执照等经营者主体信息。

**第七条** 盲盒经营者应当依据生产经营成本和市场供求状况，合理确定盲盒价格。

盲盒经营者提供商品或者服务应当明码标价，不得收取任何未予标明的费用，不得在标价之外加价出售商品，不得实施不按规定明码标价、哄抬价格、价格欺诈等违法行为。

**第八条** 通过盲盒形式销售的，同一套系商品或者服务的成本差距不应过大。盲盒商品价格不应与相同非盲盒销售商品价格差距过大。

**第九条** 盲盒经营者应当将商品名称、商品种类、商品样式、抽取规则、商品分布、限量商品投放数量、抽取概率、商品价值范围等关键信息以显著方式对外公示，保证消费者在购买前知晓。

盲盒经营者不得通过后台操纵改变抽取结果、随意调整抽取概率等方式变相诱导消费。不得以折现、回购、换购等方式拒绝或者故意拖延发放盲盒。不得设置空盒。

## 市场监管总局关于印发《盲盒经营行为规范指引（试行）》的通知

**第十条** 盲盒经营者应当建立和完善商品生产经营记录制度。

通过实体店、自助销售设备等现场方式或者互联网非即时公开方式销售的，盲盒经营者应当保留抽取概率设定并建立相应的出厂概率抽检机制。通过互联网即时公开方式销售的，盲盒经营者应当保留抽取概率设定、结果抽取的完整记录，建立追踪记录制度，确保消费者所抽取的商品发放到位，并自觉接受社会监督。

相关记录留存时间一般不少于 3 年。

**第十一条** 鼓励盲盒经营者建立保底机制，通过设定抽取时间、抽取金额上限和次数上限等方式，引导理性消费。

鼓励盲盒经营者自觉承诺不囤货、不炒作、不直接进入二级市场，并自觉接受社会监督。

**第十二条** 盲盒经营者应当按照法律法规规定，通过产品标签、消费提示等方式充分告知消费者盲盒商品的名称、产地、生产者、执行标准、性能、规格、成分、生产日期、有效期限、使用存储条件、安全警示、“三包”条款等关系商品质量的基本必要信息，标注的信息应当真实、准确。

**第十三条** 盲盒经营者应当建立健全企业质量保障体系，加强生产、仓储、物流等环节的管理，保证商品来源可靠、质量合格。盲盒经营者生产、经营的商品，应当符合法律法规关于质量、安全的要求。

盲盒商品属于强制性产品认证目录范围的，应当获得认证并标注 CCC 认证标志。

盲盒经营者应当按照标准组织生产经营。盲盒商品没有国家标准、行业标准的，盲盒经营者应当制定相应的企业标准，对供应渠道、原材料、设计安全性能等方面严格把关。

**第十四条** 盲盒经营者不得对抽盒规则、抽取概率、销售状况、用户评价、商品数量、商品规格、商品质量、服务提供方式等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

**第十五条** 盲盒经营者不得以格式条款等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定。



## 市场监管总局关于印发《盲盒经营行为规范指引（试行）》的通知

**第十六条** 网络交易平台经营者应当严格落实主体责任，定期对平台内盲盒经营者真实信息进行核验，建立健全检查监控制度，强化对平台内盲盒经营者及其发布的商品和服务的动态监测。网络交易平台经营者如发现平台内盲盒经营商品或者服务信息存在相关违法违规情形的，应当依法采取必要的处置措施，并向有关主管部门报告。

**第十七条** 盲盒经营者通过充分告知提示，并经消费者单次购买时确认后，以互联网形式销售的盲盒商品拆封后可以不适用七日无理由退货。盲盒经营者不得以默认勾选方式替代消费者确认环节。

以全包形式销售整套系列商品，该系列内商品清楚确定的，经营者应依法执行网购七日无理由退货规定。

**第十八条** 盲盒经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的或者与经营者明示不符的，应当依法履行退货、更换、修理等义务，不得故意拖延或者无理拒绝。

**第十九条** 盲盒经营者、网络交易平台经营者等相关主体应当建立便捷、有效的投诉处理机制，公开投诉方式、处理流程、退换货标准等信息，配合监管部门的监督指导，提高消费争议解决效率。

**第二十条** 盲盒经营者应当加强对自有商品的商标、专利及著作权等相关知识产权的保护力度，规范知识产权自用、授权使用等行为，在盲盒经营中不得侵犯他人知识产权。

鼓励盲盒经营者加强自主知识产权创新开发，弘扬中华优秀传统文化。

**第二十一条** 盲盒商品或者服务不得含有歪曲历史、封建迷信、淫秽色情、恐怖暴力、宗教极端、民族歧视、分裂国家等法律法规禁止以及违背公序良俗的内容。

盲盒经营者不得以盲盒名义从事或者变相从事赌博活动。

**第二十二条** 食品经营者在从事食品销售、餐饮服务过程中附赠其他盲盒商品开展促销活动的，应当遵守《中华人民共和国反食品浪费法》有关规定。餐饮服务经营者不得诱导、误导消费者超量点餐。

## 市场监管总局关于印发《盲盒经营行为规范指引（试行）》的通知

**第二十三条** 盲盒经营者不得向未满 8 周岁未成年人销售盲盒。向 8 周岁及以上未成年人销售盲盒商品，应当依法确认已取得相关监护人的同意。

盲盒经营者应当以显著方式提示 8 周岁及以上未成年人购买盲盒需取得相关监护人同意。

盲盒经营者应当采取有效措施防止未成年人沉迷，保护未成年人身心健康，在解决未成年人消费争议方面提供便利。

鼓励地方有关部门出台保护性措施，对小校园周围的盲盒销售模式包括距离、内容等进行具体规范。

**第二十四条** 鼓励盲盒经营相关行业组织加强行业自律，制定自律准则，建立健全第三方监督机制，加强对隐藏款抽取、经营宣传、商品投放等具体行为及盲盒商品质量的监督。鼓励、支持盲盒经营相关企业、社会组织等制定科学合理的企业标准、团体标准。

**第二十五条** 鼓励、支持消费者协会等法律规定的社会组织依法进行社会监督，保护消费者在盲盒消费中的合法权益。

**第二十六条** 以盲盒形式开展促销活动的，应当遵守《规范促销行为暂行规定》等规定。

**第二十七条** 盲盒经营者应当遵守行业主管部门相关规定要求，做好运营管理，规范经营行为。

**第二十八条** 盲盒经营者违反法律法规规定销售有毒有害物品、易燃易爆物品、活体动物、无法投递又无法退回的快件等的，由有关部门依法依职责进行查处。

**第二十九条** 本指引由国家市场监督管理总局负责解释，自发布之日起实施。

## 《最高人民法院、最高人民检察院、公安部关于依法惩治网络暴力违法犯罪的指导意见（征求意见稿）》面向社会公开征求意见

为依法惩治网络暴力违法犯罪活动，有效维护公民人格权益和正常网络秩序，根据刑法、刑事诉讼法、民法典、民事诉讼法及治安管理处罚法等有关规定，最高人民法院、最高人民检察院、公安部起草了《关于依法惩治网络暴力违法犯罪的指导意见（征求意见稿）》，现向社会公开征求意见，意见反馈截止日期为2023年6月25日。

公众可以通过以下途径提出意见：

一、电子邮件请发至：[xsjsxgca@163.com](mailto:xsjsxgca@163.com)；

二、信件请寄至：北京市东城区东交民巷27号最高人民法院研究室，邮编：100745；北京市东城区北河沿大街147号最高人民检察院法律政策研究室，邮编：100726。

请在电子邮件主题或信封上标注“惩治网暴文件反馈意见”。

最高人民法院 最高人民检察院 公安部关于依法惩治网络暴力违法犯罪的指导意见

（征求意见稿）

为依法惩治网络暴力违法犯罪活动，有效维护公民人格权益和正常网络秩序，根据刑法、刑事诉讼法、民法典、民事诉讼法及治安管理处罚法等法律规定，结合执法、司法实践，制定本意见。

一、充分认识网络暴力的社会危害，依法维护公民权益和网络秩序

1.在网络上针对个人肆意发布谩骂侮辱、造谣诽谤、侵犯隐私等信息的网络暴力行为，贬损他人人格，损害他人名誉，有的造成了他人“社会性死亡”甚至精神失常、自杀等严重后果；扰乱网络秩序，破坏网络生态，致使网络空间戾气横行，严重影响社会公众安全感。与传统违法犯罪不同，网络暴力往往针对素不相识的陌生人实施，被害人在确认侵害人、收集证据等方面存在现实困难，维权成本极高。人民法院、人民检察院、公安机关要充分认识网络暴力的社会危害，坚持严惩立场，

## 《最高人民法院、最高人民检察院、公安部关于依法惩治网络暴力违法犯罪的指导意见（征求意见稿）》面向社会公开征求意见

依法能动履职，为“网暴”受害人提供充分法律救济，维护公民合法权益，维护社会公众安全感，维护正常网络秩序。

### 二、准确适用法律，依法严惩网络暴力违法犯罪

2.依法惩治网络诽谤行为。在信息网络上制造、散布谣言，贬损他人人格、损害他人名誉，情节严重，符合刑法第二百四十六条规定的，以诽谤罪定罪处罚。

3.依法惩治网络侮辱行为。在信息网络上采取肆意谩骂、恶毒攻击、披露隐私等方式，公然侮辱他人，情节严重，符合刑法第二百四十六条规定的，以侮辱罪定罪处罚。

4.依法惩治侵犯公民个人信息行为。组织“人肉搜索”，在信息网络上违法收集并向不特定多数人发布公民个人信息，情节严重，符合刑法第二百五十三条之一规定的，以侵犯公民个人信息罪定罪处罚。

5.依法惩治线下滋扰行为。将网络暴力延伸至线下，对被网暴者及其亲友实施拦截辱骂、滋事恐吓、毁坏财物等滋扰行为，符合刑法第二百七十五条、第二百九十三条规定的，以故意毁坏财物罪、寻衅滋事罪定罪处罚。

6.依法惩治借网络暴力事件实施的恶意营销炒作行为。网络服务提供者基于蹭炒热度、推广引流等目的，对于所发现的网络暴力信息不依法履行信息网络安全管理义务，经监管部门责令采取改正措施而拒不改正，致使违法信息大量传播或者有其他严重情节，符合刑法第二百八十六条之一规定的，以拒不履行信息网络安全管理义务罪定罪处罚；同时构成其他犯罪的，依照处罚较重的规定定罪处罚。

7.依法惩治网络暴力违法行为。实施网络诽谤、侮辱等网络暴力行为，尚不构成犯罪，符合治安管理处罚法等规定的，依法予以行政处罚。

8.依法严惩网络暴力违法犯罪。坚持严格执法司法，对于网络暴力违法犯罪，应当依法严肃追究，切实矫正“法不责众”错误倾向。要重点打击恶意发起者、组织者、推波助澜者以及屡教不改者。对网络暴力违法犯罪，应当体现从严惩治精神，让人民群众充分感受到公平正义。实施网络暴力违法犯罪，具有下列情形之一的，应当从重处罚：

## 《最高人民法院、最高人民检察院、公安部关于依法惩治网络暴力违法犯罪的指导意见（征求意见稿）》面向社会公开征求意见

- （1）针对未成年人、残疾人实施的；
- （2）组织“水军”“打手”实施的；
- （3）编造“涉性”话题侵害他人人格尊严的；
- （4）利用“深度合成”技术发布违法或者不良信息，违背公序良俗、伦理道德的；
- （5）网络服务提供者发起、组织的。

9.依法做好民事维权工作。针对他人实施网络暴力行为，侵犯他人名誉权、隐私权等人格权，被害人请求行为人承担民事责任的，人民法院依法予以支持。

10.准确把握违法犯罪行为的认定标准。通过信息网络检举、揭发他人犯罪或者违法违纪行为，只要不是故意捏造事实或者明知是捏造的事实而故意散布的，不应当认定为诽谤违法犯罪。针对他人言行发表评论、提出批评，即使观点有所偏颇、言论有所过激，只要不是肆意谩骂、恶意诋毁的，不应当认定为侮辱违法犯罪。

### 三、畅通诉讼程序，及时提供有效法律救济

11.落实公安机关协助取证的法律规定。被害人就网络侮辱、诽谤提起自诉，人民法院经审查认为被害人提供证据确有困难的，可以依照刑法第二百四十六条第三款的规定要求公安机关提供协助。公安机关应当根据人民法院要求和案件具体情况，及时查明行为主体，收集相关侮辱、诽谤信息传播扩散情况及造成的影响等证据材料。经公安机关协助取证，达到自诉案件受理条件的，人民法院应当决定立案；无法收集相关证据材料的，公安机关应当书面向人民法院说明情况。

12.准确把握侮辱罪、诽谤罪的公诉条件。根据刑法第二百四十六条第二款的规定，实施侮辱、诽谤犯罪，严重危害社会秩序和国家利益的，应当提起公诉。对于网络侮辱、诽谤是否严重危害社会秩序，应当综合侵害对象、动机目的、行为方式、信息传播范围、危害后果等因素作出判定。

## 《最高人民法院、最高人民检察院、公安部关于依法惩治网络暴力违法犯罪的指导意见（征求意见稿）》面向社会公开征求意见

实施网络侮辱、诽谤行为，具有下列情形之一的，应当认定为刑法第二百四十六条第二款规定的“严重危害社会秩序”：

（1）造成被害人精神失常、自杀等严重后果，影响恶劣的；

（2）随意以普通公众为侵害对象，相关信息在网络上大范围传播，引发大量低俗、恶意评论，严重破坏网络秩序，影响公众安全感的；

（3）侮辱、诽谤多人，造成恶劣社会影响的；

（4）多次散布诽谤、侮辱信息，或者组织、指使人员大量散布诽谤、侮辱信息，造成恶劣社会影响的；

（5）其他严重危害社会秩序的情形。

13.依法适用侮辱、诽谤刑事案件的公诉程序。对于严重危害社会秩序的网络侮辱、诽谤犯罪，公安机关应当依法及时立案。被害人同时向人民法院提起自诉的，人民法院应当说服自诉人撤回自诉或者裁定不予受理；已经受理的，应当裁定终止审理，原自诉人可以作为被害人参与诉讼。对于网络侮辱、诽谤行为，被害人提起自诉，人民法院经审查认为有关行为严重危害社会秩序的，应当将案件移送公安机关。

14.加强立案监督工作。对于网络侮辱、诽谤以及适用侵犯公民个人信息罪等其他罪名处理的网络暴力案件，人民检察院认为公安机关应当立案侦查而不立案侦查的，或者被害人认为公安机关应当立案侦查而不立案侦查，向人民检察院提出的，人民检察院应当要求公安机关说明不立案的理由。人民检察院认为公安机关不立案理由不能成立的，应当通知公安机关立案，公安机关接到通知后应当立案。

上级公安机关应当加强对下级公安机关网络暴力案件立案工作的业务指导和内部监督。

15.依法适用人格权侵害禁令制度。权利人有证据证明行为人正在实施或者即将实施侵害其人格权的违法行为，不及时制止将使其合法权益受到难以弥补的损害，依据民法典第九百九十七条向人民

## 《最高人民法院、最高人民检察院、公安部关于依法惩治网络暴力违法犯罪的指导意见（征求意见稿）》面向社会公开征求意见

法院申请采取责令行为人停止有关行为的措施的，人民法院可以根据案件具体情况依法作出人格权侵害禁令。

16.依法提起公益诉讼。网络暴力行为损害社会公共利益的，人民检察院可以依法向人民法院提起公益诉讼。

网络服务提供者对于所发现的网络暴力信息不依法履行信息网络安全管理义务，致使违法信息大量传播或者有其他严重情节，损害社会公共利益的，人民检察院可以依法向人民法院提起公益诉讼。

### 四、落实相关工作要求，切实完善综合治理措施

17.有效保障被害人权益。针对相关网暴信息传播范围广、危害大、影响难消除的现实情况，要依法及时向社会发布案件进展信息，澄清事实真相，有效消除不良影响。依法适用认罪认罚从宽制度，促使被告人认罪认罚，真诚悔罪，通过媒体公开道歉等方式，实现对被害人人格权的有效保护。

18.强化衔接配合。人民法院、人民检察院、公安机关要加强沟通协调，统一执法司法理念，统一对网络暴力行为定性和案件处理程序的认识，有序衔接自诉程序与公诉程序，确保案件顺利侦查、起诉、审判。对重大、敏感、复杂案件，公安机关要及时听取人民检察院的意见建议，确保案件依法稳妥处理。

19.做好法治宣传。要认真贯彻“谁执法谁普法”普法责任制，充分发挥执法办案的规则引领、价值导向和行为规范作用。适时发布涉网络暴力典型案例，向社会明确传导“网络空间不是法外之地”，教育引导广大网民自觉守法，引领社会文明风尚。

20.促进网络暴力综合治理。立足执法司法职能，在依法办理涉网络暴力相关案件的基础上，做实诉源治理，深入分析滋生助推网络暴力发生的根源，主动向有关监管部门提出司法建议、检察建议，促进网络暴力治理长效机制不断健全完善，从根本上减少网络暴力的发生，营造清朗网络空间。



文  
传  
热  
点

Hot Topic



## 700 亿游戏巨头三七互娱被立案调查

来源：澎湃新闻

6月27日，三七互娱网络科技集团股份有限公司（002555，三七互娱）公告称，公司、公司实际控制人兼董事长李卫伟和公司副董事长曾开天于6月27日分别收到中国证监会下发的《中国证券监督管理委员会立案告知书》。因涉嫌信息披露违法违规，根据《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国行政处罚法》等法律法规，证监会决定对公司、李卫伟和曾开天立案。

三七互娱表示，目前，公司各项经营活动正常有序开展。立案调查期间，公司将积极配合证监会的相关调查工作，并严格按照相关法律、法规的规定和监管要求履行信息披露义务。

## OpenAI 被控非法使用图书数据来训练 ChatGPT

来源：TechWeb

6月30日消息，据外媒报道，在项集体诉讼中，OpenAI 被控非法使用图书数据来训练 ChatGPT。两名美国作家在旧金山联邦法院起诉 OpenAI，声称该公司滥用他们的作品来“训练” ChatGPT。他们表示，ChatGPT 在未经许可的情况下提取从大量图书中复制来的数据，侵犯了作者的版权。

据报道，OpenAI 会利用从网络收集来的大量数据训练其强大的人工智能语言模型，这些数据集包括维基百科文章、著名小说、社交媒

体帖子等所有内容，而 OpenAI 没有获得任何相关许可。该诉讼请求法院裁定，OpenAI 非法下载小说副本以训练其人工智能系统，侵犯了作家的著作权，ChatGPT 的答案构成侵权。

## 中消协开展“反对强制关注公众号”消费监督工作

来源：新华社

停车缴费、点餐、购物等扫码支付代替人工服务已成为一种常见做法，但却因为部分场所设置通过关注公众号来缴费、被迫授权个人信息、日常频繁推送广告等情况，给不少消费者带来困扰。针对此类问题，中消协将在全国范围内开展“反对强制关注公众号”消费监督工作，委托专业维权志愿者对消费者反映的线索进行汇总、分析、整理，并视情节采取提示警示、约谈、提起消费民事公益诉讼等方式，依法维护消费者合法权益。

中消协表示，经营者将关注公众号或使用手机 APP、小程序作为消费者行使权利或享受服务的前提，并在此过程中获取与服务无关的消费者个人信息的行为，违反了消费者权益保护法、个人信息保护法的有关规定，侵害了消费者的自主选择权、公平交易权，消费者有权拒绝和举报。

## 26 家单位共同发布了国内首份有关 AIGC 训练数据版权倡议书

来源：中国经营报

近日，中文在线、同方知网、中国工人出版社等 26 家单位共同发布了国内首份有关 AIGC 训练数据版权的倡议书。该份倡议书主要面向 AIGC 领域专家、学者及 AIGC 从业机构，分别从深化版权问题研究、版权赋能产业发展、避免侵权、引导 AI 生成内容的合理使用、提升版权保护意识、优化内容授权渠道这六个方面提出了倡议，覆盖了从 AIGC 模型研发到产品使用，从版权问题理论研究到数据流通实践的各个环节。

目前，大模型训练数据绝大多数是从互联网抓取的，其中有些数据受到版权保护，但使用中并不加以区分。在全球 AIGC 数据侵权纠纷频发、国内《生成式人工智能服务管理办法（征求意见稿）》发布的大背景下，提出合理使用正版数据的倡议，是对 AIGC 研发主体的警示和启发。

## 抖音、快手、微信等平台进一步加强不良直播 PK 内容治理

来源：视听广电

近段时间以来，抖音、快手、微信等平台相继发布关于进一步打击“不良直播 PK”的公告，深入开展专项治理，从严处置相关违规行为。

抖音、快手、微信分别发布《抖音直播“不良直播 PK 内容”治理公示》、《快手直播关于进一步加强直播 PK 内容治理的公告》、《关于进一步打击不良直播 PK 行为的公告》。上述平台均表示将进一步规范直播社区内容生态，营造积极健康向上的网络环境，并称将严格把控社区内容，严肃清理扰乱社区秩序、破坏内容生态的违规内容。

哔哩哔哩直播社区也开展了生态环境治理行动，对直播期间饮酒、醉酒直播行为，PK 惩罚环节恶俗或不良行为，以出卖尊严方式为噱头或实际行为进行诱导打赏等行为进行重点整治。平台根据实际情况采取警告/切断直播间推流，封禁直播间等处罚，并对本次直播社区生态环境治理专项数据进行公示。

## 上海建立长三角一体化示范区知识产权领域严重违法失信名单机制

来源：信用上海微信公众号

在接受《文汇报》记者采访时，市人民检察院副检察长龚培华提到上海检察机关聚焦知识产权关键核心领域，探索创新机制开展知识产权案件企业合规建设。

截至 2022 年底，共计开展涉知识产权犯罪案件企业合规 15 件，办理的杰某公司、朱某某假冒注册商标企业合规案件获评最高检企业合规典型案例。与市知识产权局等行政机关、高校、行业协会共同推动落实修订后的《企业知识产权合规管理体系》国家标准，提升知识产权企业合规标准化规范化。会同江苏、浙江检察机关、市场监管部门建立长三角

一体化示范区知识产权领域严重违法失信名单机制。

同时龚培华还强调要保持依法从严打击侵犯知识产权犯罪高压态势、持续深入推进恶意诉讼专项监督工作、持续强化落实知识产权企业合规制度并完善知识产权权利人实质性参与刑事诉讼工作机制等工作。

---

### 中消协点名五月天演唱会订单异常

---

来源：澎湃新闻

6月27日，中国消费者协会（下称“中消协”）在官网发布《2023年“618”消费维权舆情分析报告》。报告显示，监测期内，共收集有关“演出票务”类负面信息109.78万条，负面信息呈集中趋势，在6月13日出现峰值。

其中，中消协提到了网友质疑“五月天”演唱会订单异常和大麦网回应嵩山音乐节疑似“跳票”，这两个案例都指向票务销售平台。

对此，中消协呼吁，监管部门不仅要抓好“事后监管”，还要抓好“事前规范”，完善演出市场从业人员准入机制、评价体系，区分侵权性质与具体情节，既要用好消费投诉公示“红黑榜”的劝喻提醒功能，又要敢于启动严重违法违规“一次性死亡”的处罚惩戒机制，切实提高侵犯消费者合法权益行为的违法违规成本、切实提升消费者文旅消费的良好体验感知。同时，呼吁各级文化和旅游行政部门运用信息网络技术，加强演出票务运行、票源流向的监督管理，探索建立全国统一的演出票务监管服务平台，实时监测演出票源及流向，推动票仓公开透明，促进演出票务公平交易。



# 案例分析

Case



## 仿拍“古法捏脸美容术”教学短视频侵权吗？法院判决……

来源：“中国知识产权报”微信公众号

原文来源：<https://mp.weixin.qq.com/s/r3kgi5T-betIcqFUXmbUFQ>

近日，北京互联网法院审结了程某诉高某、北京某科技公司著作权权属、侵权责任纠纷一案。法院认为，程某录制的“古法捏脸美容术”教学短视频（下称捏脸短视频）应为录像制品，不构成视听作品，高某未直接使用该录像制品，北京某科技公司履行了网络服务提供者义务，二被告行为不构成著作权侵权，判决驳回程某全部诉讼请求。一审判决后，程某提起上诉，二审法院审理后驳回其上诉，维持原判。目前，该判决已生效。

### 案情简介

程某根据自行研发的捏脸按摩手法制作了教学短视频上传于网络，视频内容为被录制者面部正对镜头进行捏脸按摩，同时口述捏脸步骤。

视频发布后，程某发现高某在北京某科技公司经营的短视频平台发布的短视频内容与其捏脸按摩手法相似。程某认为，其录制的捏脸短视频已经在国家版权局进行著作权登记，捏脸手法在动作设计上具有独创性，构成我国著作权法保护的视听作品。高某未经许可擅自模仿其捏脸手法发布被诉侵权短视频，侵犯其就捏脸短视频享有的复制权、发行权、信息网络传播权。于是，程某将高某和北京某科技公司起诉到法院，要求二被告停止侵权、赔礼道歉、赔偿损失。

高某辩称，程某对作品登记制度存在误解，程某对捏脸短视频进行了登记，而且著作权法保护的对象应为视听作品本身而非作品手法，原告保护捏脸手法的诉求与其提交的作品登记书记载的内容无关。高某不存在直接或间接传播原告登记作品的行为，被诉侵权短视频中的捏脸按摩手法也并非与原告捏脸短视频中的手法完全一致。

北京某科技公司辩称，其作为网络服务提供者，仅提供信息存储服务，不明知、应知被诉侵权短视频的存在及其内容是否侵权，无主观过错，不应承担侵权责任。

### 裁判观点

北京互联网法院经审理认定，程某录制的捏脸短视频内容为通过讲解、实际操作的方式展示捏脸手法，拍摄方式为固定机位拍摄，无场景变换，视频拍摄的角度皆为正对被录制者面部，无法体现出角度、远近的选择和镜头的变换、切换，在画面内容的选择等方面具有相对固定性。因

## 仿拍“古法捏脸美容术”教学短视频侵权吗？法院判决……

此，程某录制的捏脸短视频与现有的表达未见有可识别的差异性，应被认定为录像制品。

法院认为，程某录制的捏脸短视频里的捏脸手法系通过不同的动作产生的刺激来促进面部肌肉的改善，或许有一定的功效，但著作权法保护的是能传递思想、感情、信息或展示美感的特定表达。上述动作并非思想、情感的表达，既不展现文学艺术之美，也不展现科学之美，故不属于文学、艺术和科学领域内的智力成果。上述一系列动作按照规定的方法施行，本质上属于一种方法、步骤，并非著作权法保护的作品。

根据我国著作权法规定，录像制品制作者享有复制权、发行权、信息网络传播权。根据上述规定，复制权、发行权、信息网络传播权的权利客体应以录像制品本身为限。该案中，高某通过北京某科技公司运营的短视频平台发布的被诉侵权短视频并未直接使用程某的捏脸短视频这一录像制品，因此高某发布被诉侵权短视频的行为并不构成对程某录像制品复制权等权利的侵犯。

网络服务提供者知道或者应当知道网络用户利用其网络服务侵害他人民事权益，未采取必要措施的，与该网络用户承担连带责任。作为该案中的网络服务提供者，北京某科技公司未存在对高某拍摄的被诉侵权短视频进行推荐等行为，程某录制的捏脸短视频也并不具有较高知名度，对被诉侵权短视频是否存在侵权内容进行审核，超出了一般网络服务提供者的审核范围，北京某科技公司不构成知道或应当知道侵权行为。因此，北京某科技公司已履行了网络服务提供者义务，不应承担民事责任。

北京互联网法院据此作出上述判决，驳回程某的全部诉讼请求。程某不服提起上诉，二审法院判决驳回上诉，维持原判。

### 法官释法

北京互联网法院综合审判二庭副庭长曾智湄表示，该案涉及视听作品与录像制品的界分。视听作品以连续画面为表现形式，判断此类作品的独创性应侧重考察前后画面的选择、组合、衔接，具体表现为场景选择、机位设置、镜头切换以及对摄制画面的剪辑中的个性化选择与编排。录像制品往往仅进行单一或简单的画面选择，创作难度较低，运用通常技能即可完成，在画面的选择与编排上难以体现录像制作者的创造性努力。

“该案中程某主张权利的捏脸短视频仅采用固定机位拍摄，画面的内容选择上较为单一，因此无法满足视听作品的独创性要求，仅能作为录像制品予以保护。”曾智湄表示。

在曾智湄看来，界分视听作品与录像制品的重要意义在于确定对连续画面的不同保护水平。视听作品的权利人可以禁止他人使用与作品构成实质性相似的内容，而录像制品制作者只能控制对录像制品的直接利用行为，包括复制、发行及通过信息网络向公众提供录像制品的行为，不

## 仿拍“古法捏脸美容术”教学短视频侵权吗？法院判决……

---

存在“接触+实质性相似”的侵权判断规则。如果被诉侵权对象仅是模仿了录像制品的拍摄手法或是视频内容，而没有对该录像制品进行直接再现，则不构成对录像制作者权益的侵犯。



# 他山之石

Reference



## 欧洲议会通过《人工智能法案》草案

### 一、 谈判草案通过

据德新社报道，当地时间6月14日，欧洲议会全体会议以499票赞成、28票反对、93票弃权的压倒性优势表决通过了《人工智能法案》授权草案。这意味着，法案进入欧盟立法严格监管人工智能技术应用的最终谈判阶段，欧洲议会、欧盟委员会和成员国将进行“三方”谈判，以确定法案的最终条款。德国《商报》称，《人工智能法案》预计将在今年年底获得最终批准，不过距离完全生效可能还需数年时间。

欧盟推动人工智能立法，是全球人工智能发展进程中一个重要事例，欧盟《人工智能法案》对人工智能立法的相关探索和尝试将会造成全球性影响。了解欧盟《人工智能法案》将有助于我国在人工智能相关规范的探索。

### 二、 谈判草案要点

具体而言，此次《人工智能法案》谈判草案的要点包括：

#### （1）人工智能的定义和技术范围

人工智能具有模糊性、复杂性、自主性和无法预测性等特征，这给社会带来诸多风险和问题。为了确保人工智能的发展尊重人权并获得信任，法案规定，人工智能的定义应尽可能中立，从而涵盖尚未知晓/开发的技术。其总体目标是覆盖包括传统的符号人工智能、机器学习以及混合系统在内的所有人工智能类型。根据法案第3条，“人工智能系统”是指使用附件一中列出的一种或多种技术和方法开发的软件，它被设计为以不同程度的自主性运行，并且可以为了明确或隐含的目标，产生诸如预测、建议或决策等影响物理或虚拟环境的输出”。

在技术应用方面，传统的人工智能主要是“基于规则的算法”（rule-based algorithms），它们通过自动执行由程序员编制的程序代码规则执行复杂任务。如今“学习算法”（learning algorithms）盛行，为了实现“学习”，机器学习系统需要强大的算力和大数据支持。

人工智能将越来越普遍地运用于人类生产和生活中，比如自动驾驶汽车、人脸识别等，随时可能

人类社会的安全和侵犯人类基本权利。但由于其技术原理的复杂性、模糊性和不可解释性，现有法律规则供给不足，监管机构面临规制困境，人们对人工智能失去信任和信心，反过来不利于新技术发展，不利于生产力提高。虽然欧盟各个成员国就治理人工智能出台过分散和零碎的政策，但是这些政策都呈现出碎片化的特征，无法满足欧盟单一市场的规制需求。

## （2）基于风险评估与规制监管

为了应对规制困境，欧盟委员会提出了拟议的人工智能监管框架。在评估阶段，人工智能系统的供应商应在系统上市前进行合格评估（**conformity assessment procedure**），由评定机构对人工智能系统是否满足法案第二章所规定的各项要求进行验证。在注册阶段，人工智能系统上市前，供应商应将系统注册到欧盟数据库中，数据库的控制者为欧盟委员会，而且数据库向公众开放。

其中，对人类安全造成不可接受风险的人工智能系统将被严格禁止，不能在集团内部署。高风险人工智能系统，受管制的某些人工智能应用被视为高风险（例如医疗装置、机械），应当根据有关的行业法规接受第三方评估，合格后才能投入市场。高风险人工智能的要求可以概括为：建立和实施风险管理流程、设定基于人工智能系统的预期目标两大方面。大多数人工智能系统不会是高风险的。对于有限风险的人工智能系统，法案设定了透明度义务。对于低风险或无风险的人工智能系统，欧盟提倡制定旨在促进对低风险人工智能系统自愿应用要求的行为准则。

## （3）CE 标志遵循流程

法案建议对存在高风险的人工智能产品和服务引进 CE（**Conformité Européenne**）认证。CE 认证意为“欧洲合格评定”，并且在人工智能系统上市或投入使用后交由主管机构保存 10 年。CE 标志是一种欧盟安全指令，贴有 CE 标识表示产品已经通过某些检测且可以在欧盟和欧洲经济区内的任何地方合法销售。没有 CE 标志的商品不得上市销售，已加贴 CE 标志入市的商品，若发现不符合安全要求，应该从市场上收回。

## 欧洲议会通过《人工智能法案》草案

在监测阶段，人工智能系统上市后，供应商应该建立和记录售后监测系统，收集分析人工智能系统整个生命周期内性能的数据。入市后供应商建立的监测系统应该以技术文件中的入市后监测计划为基础，欧盟委员会将在未来的立法中建立入市后监测计划的模板，列出所应包括的要素清单。供应商还应该就人工智能系统的相关事故或故障通知监管机构，即在供应商意识到严重的事故或故障的 15 日之内通知相关机构。

### 三、 欧盟《人工智能法案》对我国的启示

欧盟《人工智能法案》提案是建立在现有法律框架的基础上，法律依据首先是欧盟运作条约 (TFEU) 第 114 条，该条规定采取措施确保内部市场的建立和运作。该提案构成了欧盟数字单一市场战略的核心部分。主要目标是通过制定统一规则确保内部市场的正常运作，特别是关于开发、投放联盟市场以及使用人工智能技术或作为独立人工智能提供的产品和服务的规则系统。一些成员国已经在考虑制定国家规则，以确保人工智能是安全的，并且在开发和使用遵守基本权利义务。

人工智能作为一种颠覆性技术，将改变就业结构、冲击法律与社会伦理、侵犯个人隐私、挑战国际关系准则等，甚至对公共管理、经济安全和社会稳定乃至全球治理等带来深远影响。因此，针对人工智能引发的各种问题以立法手段予以应对已是势在必行。

在我国，2017 年 7 月 20 日，国务院印发的《新一代人工智能发展规划》在战略目标中对法律体系建设提出了三步走要求：到 2020 年，部分领域的人工智能伦理规范和政策法规初步建立；到 2025 年，初步建立人工智能法律法规、伦理规范和政策体系，形成人工智能安全评估和管控能力；到 2030 年，建成更加完善的人工智能法律法规、伦理规范和政策体系。我国地方层面也已有立法尝试，《深圳经济特区人工智能产业促进条例》作为我国人工智能领域的首次地方性立法，明确了对人工智能产业实行包容审慎监管，同时强调使用政策指南、沙盒技术、应用试点等监管工具。深圳作为人工智能产业发展较为迅速的区域，已经开展立法活动，可以为国家层面的人工智能立法提供经验。

我国已经完成了《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》等的立法工作，这些法律规则作为底层的规则基石为人工智能的健康发展提供了坚实保障。但在人工智能应用层面，相关立法仍然缺位，一些人工智能应用已经进入法律的空白区。因此，需要加快人工智能的立法研究，特别是应就人工智能的产品和流通进行立法规范，才能充分保障社会和个人的安全。

# 文化传媒 法律资讯

Entertainment Law Update

---

第四十一期

---

*Contents*

*June 2023*