

文化传媒 法律资讯

Entertainment Law Update

2024 年 11 月

• 第五十八期 •



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 烨

干事长：马明宇

执行编辑：邵 烨

编委：(按姓氏拼音)

陈 敏 陈欣皓

韩 玉 侯 杰

祁 筠 邵 烨

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：

赵晓波

干事：(按姓氏拼音)

胡至浩

文传热点

国家统计局发布文化企业营业收入数据，增长 5.9%·····	4
第四届中国广电媒体融合发展大会在京举行·····	4
中央网信办部署开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动·····	5
中国演出行业协会发布《网络主播新职业发展报告》·····	7
中国网络视听协会发布《中国微短剧行业发展白皮书（2024）》·····	9
郑州打造微短剧创作之都，设立最高奖 30 万元·····	9
广电总局连发提示，规范“霸总”与中老年题材微短剧·····	13

案例分析

全国首例 MCN 公司诉“中之人”违约合同案——虚拟财产价值如何认定·····	15
-----------------------------------------	----

法规速递

《移动互联网未成年人模式建设指南》·····	19
《商标侵权案件违法经营额计算办法》·····	26
《上海市数据产品知识产权登记存证暂行办法》·····	29
《广东省网络交易经营者反不正当竞争合规指引》·····	34

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

国家统计局发布文化企业营业收入数据，增长5.9%

来源：国家统计局

据对全国 7.8 万家规模以上文化及相关产业企业（以下简称“文化企业”）调查，2024 年前三季度，文化企业实现营业收入 99668 亿元，按可比口径计算（详见附注 2），比上年同期增长 5.9%^[1]。其中，文化新业态特征较为明显的 16 个行业小类^[2]实现营业收入 41616 亿元，比上年同期增长 10.0%，快于全部规模以上文化企业 4.1 个百分点。

分产业类型看，文化制造业实现营业收入 29935 亿元，比上年同期增长 3.9%；文化批发和零售业 16656 亿元，增长 4.4%；文化服务业 53077 亿元，增长 7.6%。

分领域看，文化核心领域^[3]实现营业收入 65446 亿元，比上年同期增长 6.3%；文化相关领域 34222 亿元，增长 5.1%。

分行业类别看，新闻信息服务实现营业收入 13278 亿元，比上年同期增长 8.2%；内容创作生产 22175 亿元，增长 7.2%；创意设计服务 16694 亿元，增长 5.8%；文化传播渠道 11500 亿元，增长 3.8%；文化投资运营 416 亿元，增长 6.9%；文化娱乐休闲服务 1382 亿元，增长 2.3%；文化辅助生产和中介服务 11768 亿元，增长 5.3%；文化装备生产 4817 亿元，增长 10.0%；文化消费终端生产 17636 亿元，增长 3.8%。

分区域看，东部地区实现营业收入 79217 亿元，比上年同期增长 6.3%；中部地区 11328 亿元，增长 5.8%；西部地区 8244 亿元，增长 3.1%；东北地区 878 亿元，下降 2.6%。

前三季度，文化企业实现利润总额 7903 亿元，比上年同期增长 3.9%；营业收入利润率为 7.93%，同比下降 0.15 个百分点。三季度末，文化企业资产总计 205454 亿元，比上年同期增长 5.2%；每百元资产实现营业收入为 66.0 元，同比减少 0.3 元。

第四届中国广电媒体融合发展大会在京举行

来源：国家广播电视总局

11 月 12 日-13 日，第四届中国广电媒体融合发展大会在京举行。国家广播电视总局副局长、党组成员朱咏雷，北京市副市长司马红，中国广播电视社会组织联合会会长范卫平出席开幕式并致辞。

朱咏雷在致辞中表示，全国广电系统深入贯彻落实习近平总书记系列重要论述，锐意进取，大胆实践，主力军全面挺进主战场，全媒体传播体系建设取得了丰硕成果。广电系统要深入学习贯彻习近平文化思想，全面落实党的二十届三中全会精神，坚守初心使命，创新主题宣传和理论宣传，不断巩固壮大主流舆论阵地；要推进融合传播，大力提升主流媒体影响力；要拓展业务边界，全面提升服务人民的能力水平；要强化科技赋能，培育广电视听新质生产力。

此次大会以“新质强视听 融合启未来”为主题，由中国广播电视社会组织联合会、中共北京市委宣传部、北京市广播电视局联合主办。大会聚焦整合全国视听领域优质资源、推动广电媒体深度融合、促进行业高质量发展等核心议题，设计“1+7+6”板块：1场开幕式主论坛，广电新媒体发展、市县级媒体传播与服务、区域协同赋能媒体融合发展等7场主题研讨及专题活动和车载视听主题交流、新视听融合创新创意大赛成果发布暨实训营等6场专项活动，并专门设置现场交流合作区。

国家广播电视总局相关部门、北京市委宣传部、怀柔区政府及全国广播电视机构和网络视听机构负责同志、专家学者、媒体记者等600余人参加大会开幕式。

中央网信办部署开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动

来源：中国网信网

各省、自治区、直辖市党委网信办、通信管理局、公安厅（局）、市场监管局（厅、委），新疆生产建设兵团党委网信办、公安局、市场监管局：

《关于加强互联网信息服务算法综合治理的指导意见》（以下简称《指导意见》）《互联网信息服务算法推荐管理规定》等政策文件印发以来，各部门各地区加强组织推进，网站平台积极落实有关管理要求，算法应用生态日益规范，但仍存在一些需要持续加强治理的典型问

题。为进一步深化互联网信息服务算法综合治理，现决定自即日起至2025年2月14日开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动。有关工作方案如下：

一、主要任务

聚焦网民关切，重点整治同质化推送营造“信息茧房”、违规操纵干预榜单炒作热点、盲目追求利益侵害新就业形态劳动者权益、利用算法实施大数据“杀熟”、算法向上向善服务缺失侵害用户合法权益等重点问题，督促企业深入对照自查整改，进一步提升算法安全能力。

1. 深入整治“信息茧房”、诱导沉迷问题。构建“信息茧房”防范机制，提升推送内容多样性丰富性。严禁推送高度同质化内容诱导用户沉迷。不得强制要求用户选择兴趣标签，不得将违法和不良信息记入用户标签并据以推送信息，不得超范围收集用户个人信息用于内容推送。规范设置“不感兴趣”等负反馈功能。

2. 提升榜单透明度打击操纵榜单行为。全面公示热搜榜单算法原理，提升榜单透明度和可解释性。完善榜单日志留存，提高榜单算法原理可验证性。健全水军刷榜、水军账号等违规行为、账号检测识别技术手段，严管不法分子恶意利用榜单排序规则操纵榜单、炒作热点行为。

3. 防范盲目追求利益侵害新就业形态劳动者权益。严防一味压缩配送时间导致配送超时率、交通违章率、事故发生率上升等问题。详细公

示时间预估、费用计算、路线规划等算法规则。搭建畅通的申诉渠道，及时受理劳动者因交通管制、交通事故、恶劣天气等不可控因素导致的配送超时等申诉。

4. 严禁利用算法实施大数据“杀熟”。严禁利用用户年龄、职业、消费水平等特征，对相同商品实施差异化定价行为。提升优惠促销透明度，清晰说明优惠券的领取条件、发放数量和使用规则等内容。客观如实说明优惠券领取失败原因，严禁以“来晚了”“擦肩而过”等提示词掩盖真实原因。

5. 增强算法向上向善服务保护网民合法权益。持续优化完善面向未成年人、老年人的算法推荐服务，便利未成年人、老年人获取有益身心健康的信息。建立健全算法在赋能优质内容传播、违法行为识别发现等方面的社会治理应用。持续提升生成合成信息检测识别能力，及时发现处理违法违规生成合成信息。

6. 落实算法安全主体责任。健全算法机制机理审核、数据安全的管理制度和技术措施。确保算法的训练数据具有合法来源，及时检测修复代码安全漏洞和算法逻辑缺陷，定期对算法模型的可用性、可控性、可解释性以及数据处理、模型训练、部署运行等环节开展安全评估。

二、工作目标

1. 算法导向正确。健全完善正能量优质内容池，优化算法推荐服务机制，积极传播正能

量，促进算法应用向上向善；建立健全用于识别违法和不良信息的特征库，积极探索应用于识别违法和不良信息的算法、技术，防范和抵制传播不良信息。不得设置诱导用户沉迷、过度消费等的算法模型。不得利用算法干预信息呈现，实施影响网络舆论或者规避监督管理行为。

2. 算法公平公正。不得利用算法实施垄断和不正当竞争行为。保护劳动者合法权益，完善平台订单分配、报酬构成及支付、工作时间、奖惩等相关算法。保护消费者公平交易的权利，不得利用算法在交易价格等条件上实施不合理的差别待遇。

3. 算法公开透明。优化检索、排序、推送等规则的透明度和可解释性，预防和减少争议纠纷。以适当方式公示算法推荐服务的基本原理、目的意图、主要运行机制等，确保简单、清晰、可理解。

4. 算法自主可控。关闭算法推荐服务的选项操作便捷、功能有效。向用户提供选择或者删除用于算法推荐服务的针对其个人特征的用户标签的功能，便利用户自主选择兴趣领域。

5. 算法责任落实。建立健全算法安全管理制度和技术措施。定期审核、评估、验证算法机制机理、模型、数据和应用结果等，常态化开展算法安全自评估。算法“应备尽备”，备案信息发生变更的及时办理变更或者注销手续。

三、工作安排

专项行动自即日起至 2025 年 2 月 14 日，具体安排如下：

1. 组织企业自查自纠（即日起至 2024 年 12 月 31 日）。通过下发通知、召开专题会议等形式，部署属地重点网站平台对照重点任务，举一反三排查安全风险问题，简单问题立即整改，复杂问题明确整改举措和期限。

2. 核验企业自查情况（2025 年 1 月 1 日至 2025 年 1 月 31 日）。积极落实属地管理责任，对照《算法专项治理清单指引》（附件），对企业自查自纠情况进行深入评估。对自查不认真、整改不彻底的企业，及时组织技术力量进行核查并督促整改。

3. 深入评估治理成效（2025 年 2 月 14 日前完成）。各地网信部门会同有关部门，总结专项行动实施成效，结合专项行动开展情况，全面评估《指导意见》印发以来的算法治理举措及取得的积极成效，深入分析难点问题，制定今后一段时期的务实举措。

4. 开设举报受理渠道（专项行动期间）。各地网信部门在专项行动期间要及时公开算法问题举报渠道。对网民举报线索进行监测核实，督促存在问题的网站平台及时整改，并向网民反馈整改结果。

四、工作要求

1. 抓好组织落实。各地网信部门要发挥统筹协调作用，牵头开展专项行动。加强与属地电

信、公安、市场监管等相关部门联动，细化工作分工，压实工作责任。运用好央地各方有效技术支撑力量，积极有效推动各项任务落实，确保取得工作成效。

2. 依法依规处置。要依法依规对违反有关法律、法规的网站平台进行处置处罚，精准区分违法违规情形、影响、性质，实现宽严相济、过罚相当、有力有效。

3. 压实平台责任。要督促相关企业落实算法安全主体责任，认真梳理风险隐患，排查问题漏洞，客观真实反映存在的问题，及时深入开展整改。

4. 推动长效治理。要常态化开展算法服务安全风险监测防范工作，及时发现网站平台违规问题线索，并综合运用督促整改、现场检查、处置处罚等措施，提升算法常态化治理水平。

中国演出行业协会发布《网络主播新职业发展报告》

来源：新京报

11 月 7 日，中国演出行业协会网络表演（直播）分会联合快手平台发布《网络主播新职业发展报告》（以下简称：《报告》）。《报告》显示，截至 2023 年 12 月，有 1508 万人把网络主播当成主业，预计到 2025 年我国直播行业的人才缺口为 1941.5 万人。调研显示，六成以上的职业网络主播每周直播四天以上，八成以上职业网络主播平均月收入在 8000 元以下，近九成职业网络主播愿意长期从事网

络主播这一职业。

自今年7月，人力资源和社会保障部会同国家市场监督管理总局、国家统计局正式增设网络主播为国家新职业以来，网络主播的职业身份受到广泛认可。中国演出行业协会网络表演（直播）分会联合快手平台，基于问卷调查、实地调研、座谈访谈和专家咨询等方法，编制发布《网络主播新职业发展报告》，对网络主播的整体职业特征和发展历程等进行了系统梳理和呈现。

《报告》显示，截至2023年12月，有1508万人把网络主播当成主业。网络主播呈现出职业化、专业化、多元化的发展趋势。具体来看，职业网络主播呈现以下特征：从工作内容来看，网络主播的工作贯穿了直播前的需求分析、内容策划、备稿脚本准备，直播中的IP形象塑造、价值内容呈现、组织互动活动，直播后的数据统计、分析优化等全链路，有一套相对系统的工作流程。

在年龄分布方面，80后、90后占比58%，成为网络主播的从业主力，60后、70后占比达到25%，从业者年龄分布较为广泛；在收入方面，八成以上职业网络主播平均月收入在8000元以下；在工作频率方面，六成以上的职业网络主播每周开播四天以上，每日开播的主播每天直播时长超过6小时的占比57.4%。

在就业选择方面，获得经济收入、看好网络直播发展前景、对直播行业感兴趣成为从业者选

择网络主播作为职业的主要原因；在从业满意度方面，近七成职业网络主播对从业满意度较高；在从业意愿度方面，近九成职业网络主播愿意长期从事网络主播这一职业。

职业网络主播认为网络主播的职业价值主要是实现个人价值、获得经济收入和帮助有需要的人解决问题；近八成受访者认为网络主播的职业认定会带动直播行业和上下游产业链的就业，对社会就业发展产生带动价值。此外，职业网络主播希望得到的服务支持主要为获得更好的身份认同、搭建职业交流平台和发起助力青年就业专项计划。

《报告》显示，网络主播诞生于PC时代，自2013年起，得益于移动互联网的发展，网络主播在移动端迎来高速发展期；2016年，上千家直播平台涌现，经历了行业的“大浪淘沙”，整个直播产业的格局也逐渐清晰。同年，快手平台推出直播功能作为平台的自然延伸，更多普通人加入移动互联网用户大军，成为网络主播；从2018年起，直播技术的应用场景逐渐加深，逐渐发展成为互联网基础性功能和服务之一。

《报告》指出，随着我国网络技术的发展，短视频和直播平台作为普通人数字生活和工作的入口，在促进就业、引领数字经济发展、加速文化传播、拓展网络文艺生态、繁荣本地生活等多方面做出贡献。

在网络表演方面，越来越多的演艺从业者和普

通人在直播平台成就职业梦想；在促进消费方面，网络主播拉动消费效应明显，七成以上用户因看直播和短视频购买商品；在助农方面，网络主播成为助力乡村振兴的特色力量；在推动招聘数字化方面，直播和短视频平台为广大蓝领群体提供了就业的新渠道。此外，网络主播在推动地方文旅出圈、激发全民学习热潮、优化生活服务等方面发挥积极作用。

中国网络视听协会发布《中国微短剧行业发展白皮书（2024）》

来源：中国网络视听协会

2024年11月6日，中国网络视听协会发布了《中国微短剧行业发展白皮书（2024）》，为行业内外提供了微短剧领域的权威数据和分析。

白皮书详细阐述了微短剧行业的发展现状、市场规模、用户行为和未来趋势，强调了微短剧在满足用户碎片化娱乐需求中的重要性。

报告中提出，随着技术进步和用户习惯的变化，微短剧已成为网络视听内容的重要组成部分，呈现出快速增长的态势。

白皮书的发布，为微短剧创作者、平台运营者和投资者提供了宝贵的市场信息，有助于推动行业的健康发展。

郑州打造微短剧创作之都，设立最高奖 30 万元

来源：郑州市人民政府

各开发区管委会，各区县（市）人民政府，市人民政府各部门，各有关单位：

根据《互联网视听节目服务管理规定》（国家广播电影电视总局 中华人民共和国信息产业部令 第56号）、《国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》（国办发〔2020〕32号）、《国家广播电视总局印发〈关于推动短剧创作繁荣发展的意见〉的通知》（广电发〔2022〕67号）等文件精神，为巩固郑州微短剧先发优势，加快推动微短剧产业高质量发展，结合实际，制定本意见。

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十届三中全会精神，深入贯彻落实文化强国、网络强国、数字中国的战略部署，坚持以人民为中心的创作导向，坚持统筹发展与安全，坚持把社会效应放在首位，进一步巩固微短剧行业持续向好发展势头，进一步鼓励延伸微短剧产业价值链，进一步支持微短剧产业总部经济落地郑州，努力打造全国最具影响力的微短剧产业聚集地和标杆城市，着力推动郑州市网络微短剧行业健康繁荣发展。

二、发展目标

（一）打造中国“微短剧创作之都”

以培育总部经济建设为抓手，支持微短剧产业做大做强，不断激发市场活力，推动微短剧精品化、多元化、规范化发展。争取到2027

年，将郑州打造成为最具影响力的中国“微短剧创作之都”。

（二）发展微短剧全产业链经济

支持各开发区管委会、各区县（市）政府建设和培育一批广播电视和网络视听在微短剧领域内的产业发展基地（园区），为微短剧产业发展提供一站式服务，使微短剧产业整体实力和竞争力明显增强。争取到 2027 年，全市微短剧市场规模达到 100 亿元。

（三）建立全国微短剧人才聚集中心

鼓励高校、相关行业组织与郑州影视机构合作，开展微短剧全产业链人才队伍培训，加强微短剧青年编剧队伍建设，努力将郑州打造成全国微短剧行业人才聚集中心，推动微短剧产业体系更加完善。

三、主要任务

（一）支持剧本孵化

1. 扶持优秀剧本。微短剧剧本须取得省广电局规划备案号，对符合以下条件的给予补贴：

（1）入选广电总局剧本创作扶持的重点微短剧剧本，经评选认定，给予最高不超过 5 万元一次性补贴。

（2）入选广电总局组织“跟着微短剧去旅行”创作计划的优秀微短剧剧本，经评选认定，给予最高不超过 5 万元一次性补贴。

（3）入选省广电局剧本创作扶持的优秀微短剧剧本，经评选认定，给予最高不超过 3 万元一次性补贴。

（4）同时符合以上条件的，按就高不重复原则奖励。

责任单位：市文化广电旅游局、市财政局

2. 建立剧本推优项目库。鼓励积极开展重大主题、重要时节、文化历史、旅游景区、乡村振兴等题材的微短剧剧本创作，进一步打造践行社会主义核心价值观、弘扬中华优秀传统文化、彰显中华民族现代文明、提升城市文化魅力的微短剧，不断增强人民群众文化获得感、幸福感。有序组织开展主题剧本创作推优征集活动，建立微短剧剧本推优项目库，优先向省广电局推荐参加上级评选活动。

责任单位：市文化广电旅游局，市委宣传部

（二）鼓励精品创作

微短剧作品成片须取得《网络剧片发行许可证》或“节目登记备案号”，对符合以下条件的给予奖励：

1. 入选广电总局组织“跟着微短剧去旅行”100 部创作计划的微短剧，经评选认定，给予最高不超过 30 万元一次性奖励。

2. 入选广电总局年度优秀网络视听节目推选活动优秀作品目录的微短剧，经评选认定，给予最高不超过 20 万元一次性奖励。

3. 入选省广电局年度优秀网络视听节目推选活动优秀作品目录的微短剧，经评选认定，给予最高不超过 10 万元一次性奖励。

4. 入选网络视听平台扶持计划的优秀网络微短剧且在首页首屏首推推荐播出的微短剧，经评选认定，给予最高不超过 5 万元一次性奖励。

5. 同时符合以上奖励条件的，按就高不重复原则奖励。

责任单位：市文化广电旅游局、市财政局

（三）鼓励取景拍摄场地联动

支持郑州市辖区内影视取景拍摄场地协同联动，属地应提供优惠优质服务，为在郑州市辖区内取景拍摄的微短剧剧组搭建合作桥梁。对郑州地标场景、景区公园、文化场馆等场地年接待微短剧剧组数量达到 30 个及以上且拍摄天数累计 100 天及以上的，经评选认定，给予最高不超过 10 万元一次性补助。

责任单位：市文化广电旅游局、市财政局，各开发区管委会，各区县（市）政府

（四）支持培育微短剧产业基地（园区）

支持各开发区管委会、各区县（市）政府以本地特色优势产业为依托，鼓励建设广播电视和网络视听在微短剧领域内的产业发展先导区（示范区），不断加大培育力度，加快建立“写、拍、播、评、投”五位一体影视微短剧

产业发展品牌，构建集创作、拍摄、制作、发行、交易到衍生产业为一体的微短剧全产业链，推动产业基地（园区）专业化、规模化、高质量发展。鼓励各开发区管委会、各区县（市）政府积极申报广电总局或省广电局命名的广播电视和网络视听专业性或综合性产业基地（园区）。

责任单位：市文化广电旅游局、市财政局，各开发区管委会，各区县（市）政府

（五）支持全产业链人才培养

1. 引进和培育高端专业人才。支持微短剧制作主体引进和培育制片、编剧、导演、剪辑等优秀微短剧人才，将符合条件的人才纳入郑州市“郑聚英才计划”相关政策文件支持范围，按照规定可享受保障性住房、人才公寓、购房补贴和生活补助等相关政策。将微短剧人才纳入高层次人才认定体系，认定后享受相应层次服务保障待遇。鼓励微短剧行业海外高层次人才来郑州创业，享受郑州市相关人才优惠政策。

责任单位：市人社局、市住房保障局、市教育局、市财政局、市文化广电旅游局，各开发区管委会，各区县（市）政府

2. 支持专业人才培养。支持市属高校与影视机构合作，开展多层次和多类型的微短剧人才培养，推进产学研用整体一体化发展，校企协同育人，促进高校毕业生就业。

责任单位：市教育局、市文化广电旅游局

3. 鼓励全链条社会人才培养。支持微短剧制作主体或相关社会组织开展群演、拍摄、灯光、道具、化妆等技能培训，努力培养“一专多能”的微短剧全链条专业人才。支持辖区内院校、培训机构利用“人人持证、技能河南”建设开展相关技能培训，进一步建立健全社会培训体系，不断打造具有影响力的微短剧人才培训中心。

责任单位：市人社局、市民政局、市文化广电旅游局、市财政局

（六）规范管理行业发展

1. 加强行业规划引导。加强微短剧创作方向导向把关，引导专业影视机构和人员参与主题创作，发挥专家智库作用，强化培训和阅评，不断提升微短剧精品创作能力。指导微短剧相关行业组织积极发挥桥梁纽带作用，以发布行业自律公约、公益倡议书等方式，进行风险提示，凝聚行业共识，促进规范发展。探索建立版权纠纷调解机制，帮助微短剧制作主体维护其合法权益。

责任单位：市委宣传部，市民政局、市文化广电旅游局

2. 加强行业安全管理。微短剧制作主体和网络视听播放平台要严格落实审核管理制度，确保导向正确、播出安全。产业基地（园区）运营方要积极引导微短剧相关企业弘扬社会主义

核心价值观，维护国家文化安全与意识形态安全。微短剧相关行业单位违反本意见规定，提供虚假信息骗取奖补资金的，收回资金，取消申报资格，并纳入企业征信黑名单；涉嫌违法犯罪的，由相关行政机关移交公安机关依法处理。

责任单位：市委宣传部，市文化广电旅游局、市公安局、市市场监管局、市财政局，各开发区管委会，各区县（市）政府

四、保障措施

（一）加强组织保障

健全工作评定流程，抓好工作落实。鼓励微短剧在郑州申请报备，优化办事流程。各开发区管委会、各区县（市）政府要建立工作机制，制定相关政策，细化配套措施，搞好服务保障。

责任单位：市文化广电旅游局，各开发区管委会，各区县（市）政府

（二）加强扶持力度

每年组织微短剧产业高质量发展扶持奖励项目申报工作，明确相关要求。对宣传推广郑州城市形象并发挥重要示范引领作用的微短剧予以支持，相关单位提请市人民政府一事一议。鼓励设立政府资金引导、社会资本参与的微短剧产业发展基金，对主题创作项目给予重点资助和奖励。

责任单位：市财政局、市文化广电旅游局，各开发区管委会，各区县（市）政府

（三）加强队伍建设

鼓励各地加强微短剧全产业链人才培育，加强微短剧青年编剧队伍建设，激励微短剧精品剧本创作，走精品化、专业化发展之路。

责任单位：市文化广电旅游局，各开发区管委会，各区县（市）政府

（四）加强品牌宣推

支持影视机构或行业组织，积极开展微短剧相关的创作分享交流或作品展播等活动，协助微短剧制作主体做好剧组开机发布、产品宣传、形象展示的宣传推广，不断塑造城市微短剧IP，为擦亮“天地之中、黄帝故里、功夫郑州”城市品牌赋能。

广电总局连发提示，规范“霸总”与中老年题材微短剧

来源：新民晚报

近日，广电总局网络视听司连续发布两个管理提示，对于当前在中老年题材和所谓“霸总”题材微短剧创作中出现的不良倾向，进行及时提示和规范，推动微短剧创作持续向上、向善、向美。

在11月22日发布的关于“霸道总裁”微短剧的管理提示强调，以企业家群体作为故事主角的微短剧数量不断攀升，一些作品播出后受到网民喜欢。但是，有一种被网民贴上“霸总”

标签的微短剧，将代表成功、权力、财富的“霸道总裁”角色设定以及“爱上我”的浪漫剧情设定，当成追求流量的砝码，一些制作机构争相编排严重脱离生活实际和现实逻辑的情节。管理提示认为，这种现象正在将此类微短剧推向过度娱乐化的泥潭。

对此，广电总局网络视听司明确提出3项管理要求，要坚持现实主义原则创作表现企业家群体的微短剧；要主动设置议题讲好历史上和当代的中国企业家故事；要缩数量、提升质量，不以“霸总”之类的字眼作为片名吸睛引流。对“重点微短剧”和“普通微短剧”，要严格把关，加强调控。

在10月31日发布的中老年题材管理提示，提出了“三鼓励、三扭转”的管理要求：首先，鼓励塑造善良慈爱、智慧豁达、勇敢自立、老当益壮的中老年人物形象，扭转突出表现重男轻女、贪财算计、狠毒蛮横的“恶婆婆”“恶奶奶”的模式化创作倾向。其次，鼓励立足孝老爱亲、邻里互助、社会和谐的主题，创作关照中老年群体生活困难与心理困境的作品，扭转刻意制造冲突和价值观撕裂的创作倾向。在此基础上，鼓励创作表现新时代中老年人老有所为，为家庭文明、社会发展、国家进步贡献“银发力量”的故事，扭转过度将中老年人形象边缘化、脸谱化的创作倾向。



案例分析

Case

全国首例 MCN 公司诉“中之人”违约合同案——虚拟财产价值与损失如何认定

作者：江苏省苏州市虎丘区人民法院民一庭（苏州互联网法庭）庭长、员额法官 吴娅

编辑：上海星瀚律师事务所 胡至浩

一、引言

现如今，网络直播已经成为了现代人休闲娱乐的主要方式之一。虚拟主播通过直播、发布视频、社交媒体等平台与观众互动、聊天，他们广受对游戏、动漫、二次元文化和互联网文化有兴趣的年轻人喜爱，甚至一度在业内被称为“永不塌房”的偶像。对于一部分虚拟主播而言，它们是由技术人员通过虚拟数字技术打造的二次元虚拟形象，由真人演员提供动作、声音、情绪等，其中二次元虚拟形象被称之为“皮套”，真人演员被称作“中之人”。日前，江苏省苏州市虎丘区人民法院审理全国首起虚拟主播“中之人”违约纠纷案，引发了广泛的关注与思考，涉及到“中之人”违约、虚拟财产价值认定等问题，对此下文将进行评析。

二、基本案情

2022 年 9 月，声线甜美、伶俐可爱的史某与 MCN 机构，也就是多频道网络机构，苏州某信息科技有限公司签订《虚拟主播签约合同》，约定由公司为史某提供虚拟形象“乘黄”作为“皮套”，同时提供运营支持和直播平台活动资源；双方合作期限为 2 年，每月直播时间不少于 52 小时、开播天数不少于 22 天，公司对直播账户享有管理权；扣除平台税费后主播占八成，公司分两成，如主播单方面提前解约构成根本违约，需支付违约金。

2023 年 4 月 17 日至 18 日，公司通过社交账号两次联系史某：“生病了吗？有段时间没播了。”“你是有每月时长要求的，你不播要说明理由。”史某回复：“好的，最近忙得没时间看手机，我抽空会播的。”不久，公司再次联系史某：“你这个月不能不播，要播满 52 小时。”“你消息不回，也不播，是违反合约的。”史某均未予以回复。

2023 年 7 月，因史某长达 3 个月未直播，公司向史某发送违约通知，明确合同解除，要求史某支付赔偿金共计 5 万余元，其中包括违约金 4 万余元、虚拟形象损失 11760 元。双方协商无果，公司诉至法院。对于赔偿范围，公司主张，应按照合同约定，以已履行合约期内月收入 10 倍计算，史某需赔偿 4 万元。

全国首例 MCN 公司诉“中之人”违约合同案——虚拟财产价值与损失如何认定

史某认为违约金过高，请求应予适当减少。

法院经审理认为：史某违约事实明显，双方合同于 2023 年 7 月 5 日解除，史某应承担相应违约赔偿责任。

就实际损失而言，本案中公司所有的案涉虚拟形象应属虚拟财产，受法律保护。虚拟主播可分为人工智能驱动型与真人驱动型，本案即为真人驱动型虚拟主播。真人驱动型虚拟主播根据“中之人”参与度不同，可分为与“中之人”不具有同一性的虚拟主播以及具有同一性的虚拟主播，是否具有“身份同一性”直接影响损失认定。如具有“身份同一性”，虚拟形象无复用价值，违约损失可就虚拟形象的制作成本进行折旧计算。如不具有“身份同一性”，虚拟形象可实现复用，应综合考量虚拟形象的使用价值确定违约行为对虚拟形象价值贬损程度。

本案中，虚拟形象“乘黄”使用不依赖史某面部特征、姿态、表情，更换自然人也可完成对形象的驱动，直播内容限于互动、演唱，未体现“中之人”独特的表演方式，且在直播时长、粉丝数量、打赏用户集中程度等方面均无法表现出粉丝受众对“中之人”高度黏性。因此，虚拟形象“乘黄”与史某不具有“身份同一性”，虚拟形象具备复用价值。史某于合约期内自行停播，影响虚拟形象的塑造及其价值增长可能性，公司复用虚拟形象需重新运营，曝光频率、IP 活性必然有所降低，使用价值也存在贬损。综合考量虚拟形象使用价值及违约行为对虚拟形象价值的贬损，酌定因史某违约所造成的直接损失为 4000 元。

就预期利益损失而言，结合合同内容、期限及双方履行情况，酌定公司对虚拟形象的复用采取措施的合理期间为 3 个月，后续损失扩大期的可得利益损失不可归咎于史某。法院以已履行期间的月均已获收益作为公司可得利益的损失合理参照范围，计算出公司可得利益损失的合理参照范围为 1610 元。法院认定，合同约定违约金数额过高，酌情调整为 7000 元，同时扣减公司未向史某发放的直播收入。

2024 年 3 月 4 日，苏州虎丘法院一审判决，双方合同于 2023 年 7 月 5 日解除，史某还应向公司支付违约金 6200 元。一审判决后，双方均未上诉，判决已发生法律效力。

三、典型意义

作为新兴互联网行业领域，虚拟主播以其独特的、定制化的虚拟形象，吸引了一批粉丝。虚拟

全国首例 MCN 公司诉“中之人”违约合同案——虚拟财产价值与损失如何认定

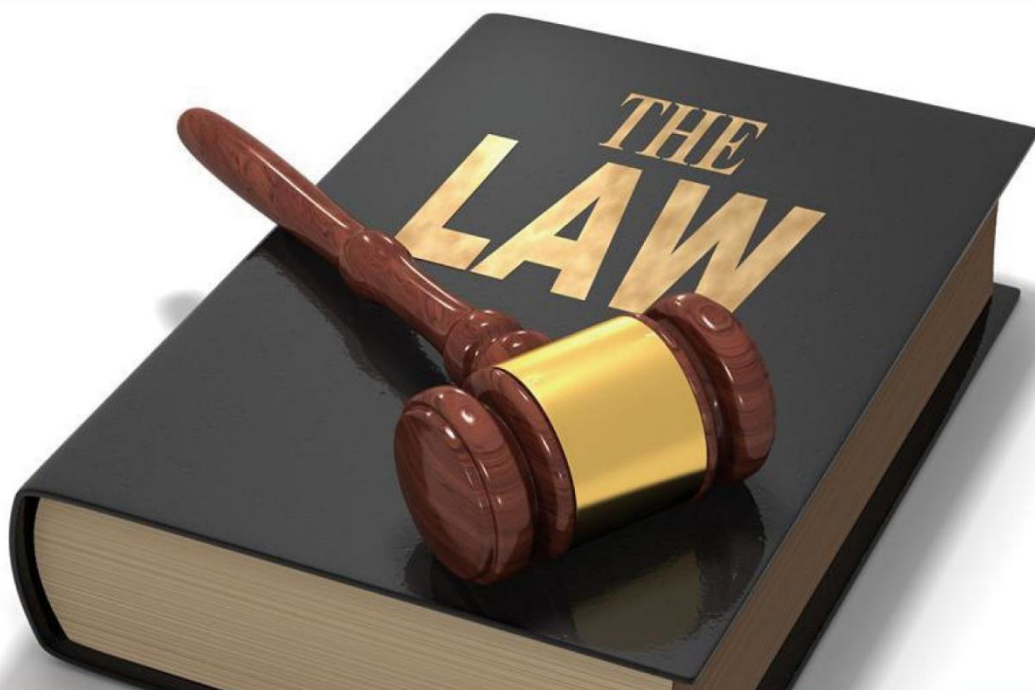
主播又以是否由“中之人”驱动进行划分。以“中之人”驱动的虚拟主播往往依靠动态捕捉技术，将“中之人”的表情、动作、声音、表演等同步映射至虚拟形象上，从而赋予了虚拟形象以鲜活的生命力，受到了更多粉丝的喜爱。

虚拟形象属于虚拟财产而受法律保护。但当虚拟形象受损害时，如何认定其损失范围却在司法实践中处于较为空白的地带。

本案中，因涉及“中之人”驱动型虚拟主播，法院在充分了解行业形态的基础上，准确的认识到了主播与虚拟形象是否具有“身份同一性”将直接影响损失范围。而流量贡献度是“身份同一性”的判断标准。流量贡献度则可根据虚拟形象价值、形象驱动方式、直播内容、方式及演出效果等因素具体认定。具体到本案，史某使用虚拟形象从事直播演艺，使用其本人声音，表演内容依靠虚拟形象进行互动、演唱。但案涉虚拟形象的使用并不依赖史某的面部特征、姿态、表情，更换自然人也可以完成对形象的驱动，未体现出“中之人”独特的表演方式。并且，在史某直播时长不满7个月、粉丝数量2038人，打赏用户没有体现高频、高额的特征等方面，均无法表现出粉丝受众对“中之人”史某具有高度的黏性。因此，本案法院能认定，虚拟形象与史某不具有“身份同一性”。

而在不具有身份统一性的情况下，虚拟形象价值贬损应考量的因素如下：（1）虚拟形象制作费用、（2）合同履行期限、（3）采取复用措施路径、（4）复用必要成本等因素综合确定。除虚拟形象价值贬损的直接损失外，违约方还应对 MCN 机构采取复用措施合理期间的可得利益损失予以赔偿。

本案为虚拟形象的损失，以及 MCN 机构可得利益损失的认定明确了裁判规则，值得学习与思考。



法规速递

Law

移动互联网未成年人模式建设指南

一、目的依据

为了更好发挥互联网积极作用，营造良好网络环境，引导未成年人科学、文明、安全、合理使用网络，预防和干预未成年人沉迷网络，按照《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国未成年人保护法》《未成年人网络保护条例》等法律、行政法规，以及有关规定，制定本指南。

二、适用范围

本指南主要面向移动智能终端、移动互联网应用程序（以下简称“应用程序”）、移动互联网应用程序分发平台（以下简称“应用程序分发平台”），提出未成年人模式建设的总体方案，具体包括使用时段、时长、内容和功能等方面，适用于未成年人模式的研发、建设、运营和管理。

移动智能终端、应用程序以及应用程序分发平台等相关主体应当对标《未成年人网络保护条例》要求，结合自身发展实际，积极探索推进未成年人模式建设。

三、通用规范

（一）三方联动

在未成年人模式下，移动智能终端、应用程序和应用程序分发平台实现必要联动：

1. 移动智能终端、应用程序、应用程序分发平台之间通过必要接口和数据共享，实现三方联动，提供未成年人模式时间管理、内容管理、权限管理等功能。

2. 未成年人模式具有自动切换功能。在移动智能终端一键启动/退出未成年人模式后，应用程序、应用程序分发平台自动同步切换。

3. 未成年人模式支持家长或未成年人用户在多个移动智能终端（包括同一厂家的相同类型或不同类型的多个移动智能终端）进行统一设置。

（二）便捷使用

移动互联网未成年人模式建设指南

1. 未成年人模式应当具有有效识别违法信息和可能影响未成年人身心健康的信息、保护未成年人个人信息权益、预防未成年人沉迷网络、便于家长履行监护职责等功能。

2. 未成年人模式坚持最有利于未成年人的原则，提供使用时段、时长、内容和功能等默认设置，并允许进行个性化调整。

3. 为保护未成年人个人信息权益，鼓励家长在未成年人使用移动智能终端时启动未成年人模式，通过模式提供的各项便捷功能和服务，更好指导未成年人安全合理使用网络。

4. 移动智能终端、应用程序、应用程序分发平台应当建立便捷、合理、有效的投诉、举报渠道，及时受理处置涉未成年人投诉举报。

（三）分龄原则

移动智能终端、应用程序以及应用程序分发平台应当根据不同年龄阶段未成年人心身发展特点和认知能力，评估产品的类型、内容与功能等要素，为未成年人用户提供适龄产品和服务。

四、移动智能终端未成年人模式要求

（一）基本要求

1. 未成年人模式入口

未成年人模式的入口设置应当确保最简化原则。用户可通过开机提醒、桌面图标、系统设置等至少 3 种方式进入未成年人模式。模式入口应当在醒目位置、便捷易寻，方便用户一键切换。

用户在首次登录未成年人模式时，移动智能终端应当在入口提供设置生日、选择年龄或年龄区间等多种方式供用户自行选择，并允许设置多个未成年人用户。

用户可在首次开机或系统设置选择不需要未成年人模式，系统将不再出现相关提醒。

2. 未成年人模式退出

退出未成年人模式，需要家长进行验证同意。移动智能终端应当在符合个人信息保护的前提下，提供密码、指纹、人脸等单一或复合验证方式。

（二）使用时长管理

1. 移动智能终端应当为不同年龄段的未成年人用户提供差异化的使用时长管理服务。当超过每日推荐使用时限，除特定必要应用程序和家长自定义豁免的应用程序外，其他应用程序默认暂停使用。

（1）在面向不满 16 周岁用户的未成年人模式中，默认推荐使用总时长不超过 1 小时，同时提供家长豁免操作；

（2）在面向 16 周岁以上不满 18 周岁用户的未成年人模式中，默认推荐使用总时长不超过 2 小时，同时提供家长豁免操作；

（3）在未成年人模式下，当未成年人用户连续使用移动智能终端时长超过 30 分钟，移动智能终端应当发出休息提醒；

（4）在未成年人模式下，移动智能终端每日 22 时至次日 6 时期间默认不向未成年人提供服务，同时提供家长豁免操作；

（5）以下功能和业务不受上述使用时长和时间段限制：

①保障移动智能终端硬件和操作系统正常运行的必要基本功能，如系统内核应用、蓝牙、GPS 等；

②保障未成年人人身财产安全和必要通联需求的产品和服务，如短信、通话、语音、联系人等基本通信产品和服务；

③为未成年人提供教育服务的应用软件：在有关主管部门备案的，为未成年人提供网课等教育服务的产品和服务；

④家长自定义设置可被豁免的应用程序。

2. 移动智能终端未成年人模式具有如下时间管理功能：

移动互联网未成年人模式建设指南

- (1) 设置移动智能终端整机使用时长；
- (2) 设置移动智能终端整机使用时间段，可根据具体需要，设置某个或者多个使用时间段；
- (3) 设置指定应用程序使用时间。

(三) 防绕过要求

1. 未成年人模式具有防绕过功能。进入未成年人模式后，移动智能终端需在家长验证并确认后才能执行退出未成年人模式、恢复出厂设置等操作。
2. 移动智能终端应当确保未成年人模式图标始终保持在桌面醒目位置，不被卸载、冻结和隐藏，进程不被强制结束。
3. 在未成年人模式下无法修改系统日期和时间。

(四) 其他要求

1. 由于未成年人的视觉、听觉等生理和心理尚未发育成熟，鼓励移动智能终端利用技术手段降低或消除未成年人在使用移动智能终端过程中可能出现的危害。
2. 儿童智能手表、早教机、智能音箱等儿童智能设备，及虚拟现实/增强现实（VR/AR）可穿戴设备在向未成年人提供服务时，参照本指南有关要求，规范产品和服务的使用时段、时长、内容和功能等设置，确保信息内容安全可控，防范未成年人网络沉迷。
3. 现有应用程序中的青少年模式，应当在移动智能终端普通模式下予以保留，并参照本指南有关要求升级改造，为未成年人在普通模式下使用应用程序提供安全防护。

五、移动互联网应用程序未成年人模式要求

(一) 推荐适龄内容

在未成年人模式下，应用程序提供者应当为未成年人打造专属内容池，方便未成年人获取丰富、

移动互联网未成年人模式建设指南

健康、有益的信息内容。根据不同年龄阶段未成年人身心发展特点和认知能力，推荐适龄优质内容：

1. 不满 3 周岁：推荐儿歌、启蒙教育等亲子陪伴类内容，建议以音频为主；

2. 3 周岁以上不满 8 周岁：推荐启蒙教育、兴趣素养、通识教育等内容；

3. 8 周岁以上不满 12 周岁：推荐通识教育、知识科普、生活技能、具有正向引导意义的娱乐性内容和适合本年龄段认知能力的新闻资讯等；

4. 12 周岁以上不满 16 周岁：推荐通识教育、学科教育、知识科普、生活技能、具有正向引导意义的娱乐性内容和适合本年龄段认知能力的新闻资讯等；

5. 16 周岁以上不满 18 周岁：推荐适合本年龄段认知能力、健康向上的内容。

鼓励应用程序提供者对未成年人专属内容池中的内容进行适龄推荐标注。

（二）强化内容安全

在未成年人模式下，应用程序提供者应当履行信息内容管理主体责任，按照法律法规等相关要求，规范信息内容呈现，确保内容安全：

1. 鼓励和支持制作、复制、发布、传播弘扬社会主义核心价值观和社会主义先进文化、革命文化、中华优秀传统文化，铸牢中华民族共同体意识，培养未成年人家国情怀和良好品德，引导未成年人养成良好生活习惯和行为习惯等的网络信息，营造有利于未成年人健康成长的清朗网络空间 and 良好网络生态。

2. 不得呈现含有危害未成年人身心健康内容的网络信息。

3. 不得呈现可能引发或者诱导未成年人模仿不安全行为、实施违反社会公德行为、产生极端情绪、养成不良嗜好等可能影响未成年人身心健康的信息。

（三）完善功能限制

移动互联网未成年人模式建设指南

在未成年人模式下，应用程序提供者应当按照法律法规等相关要求，合理设置功能版块：

1. 针对不同年龄阶段未成年人使用产品和服务的特点，在使用时段、时长、内容和功能等方面按照国家有关规定和标准提供相应的服务。
2. 不得向未成年人提供诱导其沉迷的产品和服务，及时修改可能造成未成年人沉迷的内容、功能和规则。
3. 以未成年人为服务对象的在线教育网络产品和服务不得插入网络游戏链接，不得推送广告等与教学无关的信息。
4. 网络游戏应当按照国家有关规定和标准，健全完善防沉迷措施，避免未成年人接触可能影响其身心健康的游戏内容或者游戏功能。
5. 鼓励开发适应未成年人身心健康发展规律和特点的应用程序，帮助未成年人培养良好网络素养。
6. 采取必要措施防范外链信息内容风险。
7. 在未成年人模式下默认关闭陌生人私信功能，并提供便捷的设置屏蔽陌生用户或者特定用户、本人发布信息可见范围等防护选项。

六、移动互联网应用程序分发平台未成年人模式要求

（一）未成年人专区

应用程序分发平台应当提供未成年人专区，便利未成年人获取有益身心健康的产品和服务。

1. 应用程序分发平台应当根据不同年龄段未成年人的身心特点和认知水平，提供优质适龄的应用程序。
2. 鼓励教育、益智、科普、读书、音乐、体育等有益未成年人身心健康的应用程序在未成年人专区中上架。

（二）应用程序管理

应用程序分发平台应当按照法律法规等相关要求对在未成年人模式下申请上架和更新的应用程序进行审核。

1. 科学评估应用程序适龄范围，并在显著位置标注应用程序推荐年龄。

2. 建立完善上架审核、日常管理、应急处置等管理措施，对违规应用程序依法依规采取相应处置措施。

七、家长管理

1. 在未成年人模式下，移动智能终端、应用程序、应用程序分发平台应当提供必要的管理权限和功能，允许家长对未成年人用户使用时长、应用程序安装、推荐内容类型等进行管理，便捷家长指导未成年人安全合理使用网络。

2. 移动智能终端应当提供未成年人模式使用情况查询功能，方便家长关注了解未成年人上网情况。

3. 家长可根据实际情况调整未成年人模式下的默认设置，但法律法规等相关要求明令禁止未成年人使用的应用程序和服务除外。

商标侵权案件违法经营额计算办法

第一条 为了推动商标侵权案件严格规范公正文明执法，维护经营主体合法权益，营造公平竞争的市场环境，根据《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国商标法实施条例》等法律法规，制定本办法。

第二条 商标行政执法部门在处理商标侵权案件过程中，当事人的行为已被认定为商标侵权行为时适用本办法。

第三条 违法经营额的计算应当遵循合法、合理、客观、公正原则。

第四条 违法经营额是指当事人实施商标侵权行为所涉及的侵权商品价值总额或者因侵权所产生的营业收入。

第五条 已销售的侵权商品的价值，按照实际销售的价格计算。

尚未销售的侵权商品的价值，按照已查清侵权商品的实际销售平均价格计算；实际销售平均价格无法查清的，按照侵权商品的标价计算。

无法查清实际销售价格或者侵权商品没有标价的，按照侵权发生期间被侵权商品的市场中间价格计算。

对于已经制造完成但尚未附着侵权注册商标标识的商品，如果有确实、充分证据证明该商品将侵犯他人注册商标专用权的，其价值应当计入违法经营额。

第六条 被侵权产品的市场中间价格按照被侵权人已公布的同种产品指导零售价格确定，没有公布指导零售价格的，按照下列方法确定：

（一）市场有多个商家销售同种被侵权产品的，抽样调取其中若干商家的零售价，取其平均值确定市场中间价格；只有一个商家销售的，按该商家的零售价确定市场中间价格；

（二）市场没有同种被侵权产品销售的，按照此前市场同种被侵权产品销售的中间价格确定，或者按照市场有销售的与侵权产品在功能、用途、主要用料、设计、配置等方面相同或相似的同类被侵权产品的市场中间价格确定。

按照前款规定难以确定市场中间价格的，可以由价格认定机构认定后确定。

当事人陈述、商标权利人提供的被侵权产品市场中间价格，经对其他关联证据审查并查证属实后可以作为参考。

当事人对被侵权产品市场中间价格计算结果有异议的，应当提供证据证明。

第七条 包工包料的加工承揽经营活动中，使用侵犯注册商标专用权商品的，应当按照侵权商品实际销售价格计算违法经营额；侵权商品未独立计价的，按照其在包工包料加工承揽经营活动中的价值比例计算，无法区分价值比例的，按照被侵权商品的市场中间价格计算违法经营额。

第八条 免费赠送的商品侵犯他人注册商标专用权的，应当按照赠品的实际购入价格或者制造成本计算违法经营额；赠品无法确定实际购入价格或者制造成本的，或者赠品属于非标准商品的，按照标价或者被侵权商品的市场中间价计算违法经营额。

第九条 翻新后的商品侵犯他人注册商标专用权的，按照侵权商品整体价值计算违法经营额。

翻新商品本身不侵犯他人注册商标专用权，仅其零件或者配件侵犯他人注册商标专用权的，按照侵权零件或者配件的价值计算违法经营额。

第十条 属于商标法第五十七条第（四）项规定的侵权行为的，按照侵权标识的实际销售价格计算违法经营额。

第十一条 故意为侵犯他人注册商标专用权提供便利条件的，按照帮助侵权获得的收入计算违法经营额；没有收入的，按照没有违法经营额处理。

第十二条 出租商品侵犯他人注册商标专用权的，按照租赁收入计算违法经营额。

第十三条 在广告宣传中侵犯他人注册商标专用权、无法查实侵权商品的，按照没有违法经营额处理。

第十四条 商标许可人与被许可人共同侵犯他人注册商标专用权的，依据本办法第五条、第六条的规定计算违法经营额。

商标侵权案件违法经营额计算办法

商标许可人构成帮助被许可人侵犯他人注册商标专用权的，按照许可收入计算违法经营额；商标无偿许可使用的，按照没有违法经营额处理。

第十五条 根据上述规定均无法查证实际违法经营额的，按照没有违法经营额处理。对于仅能查证部分违法经营额的，按照已查证的违法经营额处理。

第十六条 当事人提供充分证据证明通过刷单等虚假销售手段增加的侵权商品销售数额，不计入违法经营额。

第十七条 行刑衔接反向移送案件中，行政机关与公安机关对违法经营额认定不一致的，可以按照行政机关调查情况，依据本办法规定予以认定。

第十八条 本办法由国家知识产权局、国家市场监督管理总局解释。

第十九条 本办法自公布之日起施行。

第一条（目的和依据）

为促进数据要素有序流通和数据价值充分实现，推进数据产品知识产权登记试点工作，根据《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》《上海市知识产权保护和运用“十四五”规划》以及相关规定，结合上海实际，制定本办法。

第二条（适用范围）

本办法适用于自然人、法人或者非法人组织向上海市知识产权局申请数据产品知识产权登记以及相关管理服务活动。

第三条（定义）

本办法所称数据产品知识产权，是指自然人、法人或者非法人组织对其合法获取的数据资源，经过实质性加工和创新性劳动后形成的具有智力成果属性和商业价值的数据加工集合、数据加工产品、数据技术算法等数据产品享有的权益。

第四条（总体要求）

上海市知识产权局在国家知识产权局指导下，贯彻落实关于数据产品知识产权试点工作部署，开展数据产品知识产权登记的审查、监督、管理等工作，为国家试制度、探新路积累先行先试经验。

上海市数据局支持建设上海市数据产品知识产权管理平台和上海市数据存证中心知识产权分中心。

数据产品知识产权登记遵循依法合规、自愿登记、公平有序、诚实信用、安全高效的原则，确保国家安全、社会公共利益、商业秘密和个人隐私不受侵犯。

数据产品知识产权登记、变更、撤销和注销的，上海市知识产权局应当进行公告。

第五条（申请方式和材料）

上海市数据产品知识产权登记存证暂行办法

申请数据产品知识产权登记的，应当通过上海市数据产品知识产权管理平台（简称“管理平台”）提出申请，并提交以下材料：

（一）数据产品知识产权登记申请表；

（二）数据产品概述；

（三）对数据进行实质性加工和创新性劳动的说明；

（四）应用场景说明；

（五）数据产品知识产权权益归属声明以及数据产品不涉及国家秘密、不侵害他人个人信息和知识产权承诺书；

（六）数据产品信息。

第六条（登记审查）

上海市知识产权局应当依据本办法和制定的审查指南对登记申请进行审查。

申请材料不齐全或者不符合规定要求的，上海市知识产权局应当在接到材料 3 个工作日内，一次性告知登记申请人需要补正的材料，申请人应于 10 个工作日内予以补正。

登记申请人无正当理由逾期不补正的，视为撤回登记申请。

第七条（不予登记的情形）

有下列情形之一的，不予登记并告知申请人：

（一）数据产品涉及国家安全、侵犯国家秘密或者损害社会公共利益的；

（二）数据产品侵害他人个人信息或者隐私的；

- (三) 数据产品系非法获取或者侵害他人知识产权的;
- (四) 数据产品权属不清或者存在争议的;
- (五) 登记申请人隐瞒事实或者弄虚作假的;
- (六) 重复申请登记或者登记申请主动撤回后 3 个月内无正当理由再次提出登记的;
- (七) 其他不符合法律法规规定的情形。

第八条（公告异议程序）

数据产品知识产权登记申请经审查通过的，由上海市知识产权局发布公告。

自公告之日起 15 日内，利害关系人认为登记申请具有本办法第七条第二项至第四项规定情形之一的，或者任何自然人、法人或者非法人组织认为登记申请具有本办法第七条第一项、第五项至第六项规定情形之一的，可以向上海市知识产权局提出异议。

上海市知识产权局应当对异议进行审查，在 60 日内作出异议处理决定，并告知异议人和登记申请人。情况特殊、复杂的，异议处理期限可以延长 60 日。

公告期满无异议或者异议不成立的，由上海市知识产权局予以登记，通过区块链技术予以上链存证，并颁发登记证明文件。

第九条（登记证明文件）

登记证明文件包含以下内容：

- (一) 文件名称;
- (二) 证书编号;
- (三) 登记号;

- (四) 数据产品名称;
- (五) 登记主体;
- (六) 证件号码;
- (七) 申请日期;
- (八) 登记日期;
- (九) 其他需要在登记证明文件上载明的内容。

第十条（变更登记）

已登记数据产品知识产权的转让、质押、许可使用以及登记内容变更的，应当通过管理平台进行变更登记。

数据产品知识产权转让的变更登记应当由双方共同申请，属于下列情形之一的，可以由单方申请：

- (一) 继承、接受遗赠取得权利的；
- (二) 生效的法律文书等设立、变更、转让、消灭权利的；
- (三) 权利人姓名、名称或者自然状况发生变化的；
- (四) 法律法规规定的其他情形。

第十一条（撤销登记）

数据产品知识产权登记后，上海市知识产权局发现已登记的数据产品知识产权具有本办法第七条规定情形之一的，应当予以撤销，告知权利人。

利害关系人认为已登记的数据产品知识产权具有本办法第七条规定情形之一的，可以向上海市知识产权局申请撤销。

上海市知识产权局经审查，应当在 30 日内作出撤销或者不予撤销登记决定，并告知权利人和利害关系人。

第十二条（注销登记）

权利人可以向上海市知识产权局申请注销已登记的数据产品知识产权。

因生效的法律文书等情形导致原权利人相关权利灭失的，由新权利人进行注销或者变更登记；无新权利人的，由上海市知识产权局进行注销登记。

第十三条（登记有效期及续展登记）

数据产品知识产权登记有效期为 3 年，自数据产品知识产权登记之日起计算。

涉及变更登记、撤销登记、注销登记的，登记部门要将相关信息及时传送存证。

数据产品知识产权登记存证有效期满，权利人应当在期满前 30 日内办理续展登记手续。每次续展登记的有效期为 3 年，自上一有效期满次日起计算。

第十四条（施行时间）

本办法自 2024 年 12 月 8 日起施行。

广东省网络交易经营者反不正当竞争合规指引

第一章 总 则

第一条 目的和依据。为引导我省网络交易经营者加强反不正当竞争合规管理，防范不正当竞争法律风险，维护公平竞争市场秩序，保障经营者和消费者的合法权益，持续优化我省营商环境，促进数字经济高质量发展，依据《中华人民共和国反不正当竞争法》（以下简称反不正当竞争法）、《中华人民共和国电子商务法》（以下简称电子商务法）、《网络反不正当竞争暂行规定》（以下简称暂行规定）、《规范促销行为暂行规定》（以下简称促销规定）、《网络交易监督管理办法》（以下简称管理办法）等有关法律、法规、规章规定，结合本省实际和反不正当竞争执法实践，制定本指引。

第二条 适用范围和经营者概念。本指引适用于本省行政区域内从事经营活动的网络交易经营者，作为网络交易经营者开展反不正当竞争合规管理的指导建议。

网络交易经营者，是指组织、开展网络交易活动的自然人、法人和非法人组织，包括网络交易平台经营者、平台内经营者、自建网站经营者以及通过其他网络服务开展网络交易活动的网络交易经营者。如无特别说明，本指引所称经营者均指网络交易经营者。

网络交易平台经营者（以下简称平台经营者），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。

平台内经营者，是指通过网络交易平台开展网络交易活动的网络交易经营者。

网络社交、网络直播等网络服务提供者经营者提供网络经营场所、商品浏览、订单生成、在线支付等网络交易平台服务的，应当依法履行网络交易平台经营者的义务。通过上述网络交易平台服务开展网络交易活动的经营者，应当依法履行平台内经营者的义务。

第三条 基本原则。鼓励和支持经营者依法开展经营活动，公平参与市场竞争。经营者通过网络从事生产经营活动，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，自觉遵守相关法律法规规定和商业道德，接受社会各界监督。

行业组织应当加强行业自律，引导、规范会员依法合规竞争，维护市场竞争秩序。

第二章 网络不正当竞争合规风险识别

第一节 混淆行为识别及行政法律风险

第四条 混淆行为。经营者不得利用网络实施下列混淆行为，引人误以为是他人商品（本指引所称商品包括服务）或者与他人存在特定联系：

（一）擅自使用与他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等相同或者近似的标识；

（二）擅自将他人有一定影响的商品名称、企业名称（包括简称、字号等）、社会组织名称（包括简称等）、姓名（包括笔名、艺名、译名等）作为域名主体部分等网络经营活动标识；

（三）擅自使用与他人有一定影响的应用软件、网店、客户端、小程序、公众号、游戏界面等的页面设计、名称、图标、形状等相同或者近似的标识；

（四）擅自使用他人有一定影响的网络代称、网络符号、网络简称等标识；

（五）擅自将他人有一定影响的商业标识设置为搜索关键词，足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的；

（六）生产销售足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的商品；

（七）通过提供网络经营场所等便利条件，与其他经营者共同实施混淆行为；

（八）其他利用网络实施的足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为。

前款所称“有一定影响”，可以综合考虑被混淆标识的市场知名度和特征显著性。是否具有市场知名度应当综合考虑中国境内相关公众所知悉程度，商品销售的时间、区域、数额和对象，宣传的持续时间、程度和地域范围，标识受保护的情况等因素。

前款所称“引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系”，包括误认为与他人具有商业联合、许可使用、商业冠名、广告代言等特定联系。

广东省网络交易经营者反不正当竞争合规指引

第五条实施混淆行为的行政法律风险。经营者实施混淆行为的，由市场监督管理部门责令停止违法行为，没收违法商品。违法经营额五万元以上的，可以并处违法经营额五倍以下的罚款；没有违法经营额或者违法经营额不足五万元的，可以并处二十五万元以下的罚款。情节严重的，吊销营业执照。经营者有违法所得的，除依法应当退赔的外，应当予以没收。

第二节 虚假宣传行为识别及行政法律风险

第六条 虚假宣传方式。经营者不得采取下列方式，对商品生产经营主体以及商品性能、功能、质量、来源、曾获荣誉、资格资质等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或者相关公众。

- （一）通过网站、客户端、小程序、公众号等进行展示、演示、说明、解释、推介或者文字标注；
- （二）通过直播、平台推荐、网络文案等方式，实施商业营销活动；
- （三）通过热搜、热评、热转、榜单等方式，实施商业营销活动；
- （四）其他虚假或者引人误解的商业宣传。

经营者不得帮助其他经营者实施前款虚假或者引人误解的商业宣传行为。

前款所称“引人误解的商业宣传”的认定，可以依据日常生活经验、相关公众一般注意力、发生误解的事实和被宣传对象的实际情况等因素综合判定。

第七条 虚假宣传行为。经营者不得实施下列行为，对商品生产经营主体以及商品销售状况、交易信息、经营数据、用户评价等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或者相关公众。

- （一）虚假交易、虚假排名；
- （二）虚构交易额、成交量、预约量等与经营有关的数据信息；
- （三）采用谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行营销；

（四）编造用户评价，或者采用误导性展示等方式隐匿差评、将好评前置、差评后置、不显著区分不同商品的评价等；

（五）以返现、红包、卡券等方式利诱用户作出指定好评、点赞、定向投票等互动行为；

（六）虚构收藏量、点击量、关注量、点赞量、阅读量、订阅量、转发量等流量数据；

（七）虚构投票量、收听量、观看量、播放量、票房、收视率等互动数据；

（八）虚构升学率、考试通过率、就业率等教育培训效果；

（九）采用伪造口碑、炮制话题、制造虚假舆论热点、虚构网络就业者收入等方式进行营销；

（十）其他虚假或者引人误解的商业宣传行为。

经营者不得通过组织虚假交易、组织虚假排名等方式，帮助其他经营者实施前款虚假或者引人误解的商业宣传行为。

第八条 虚假宣传的行政法律风险。经营者实施虚假宣传行为或者帮助其他经营者实施虚假宣传行为的，由市场监督管理部门责令停止违法行为，处二十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照。经营者有违法所得的，除依法应当退赔的外，应当予以没收。

第三节 商业贿赂行为识别及行政法律风险

第九条 商业贿赂行为。经营者不得采用财物或者其他手段贿赂下列单位或者个人，以谋取交易机会或者在流量、排名、跟帖服务等方面的竞争优势：

（一）平台工作人员；

（二）交易相对方的工作人员；

（三）受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人；

（四）利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人。

前款所称财物，包括现金、物品、网络虚拟财产以及礼券、基金、股份、债务免除等其他财产权益。

经营者可以以明示方式向交易相对方支付折扣，或者向中间人支付佣金。经营者向交易相对方支付折扣、向中间人支付佣金的，应当如实入账。接受折扣、佣金的经营者也应当如实入账。

经营者的工作人员进行贿赂的，应当认定为经营者的行为；但是经营者有证据证明该工作人员的行为与为经营者谋取交易机会或者竞争优势无关的除外。

第十条 商业贿赂的行政法律风险。经营者实施商业贿赂行为的，由市场监督管理部门没收违法所得，处十万元以上三百万元以下的罚款。情节严重的，吊销营业执照。

第四节 侵犯商业秘密行为识别及行政法律风险

第十一条 侵犯商业秘密行为。商业秘密是指不为公众所知悉、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。经营者不得实施下列侵犯商业秘密的行为：

（一）以盗窃、贿赂、欺诈、胁迫、电子侵入或者其他不正当手段获取权利人的商业秘密；

（二）披露、使用或者允许他人使用以前项手段获取的权利人的商业秘密；

（三）违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求，披露、使用或者允许他人使用其所掌握的商业秘密；

（四）教唆、引诱、帮助他人违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求，获取、披露、使用或者允许他人使用权利人的商业秘密。

第三人明知或者应知商业秘密权利人的员工、前员工或者其他单位、个人实施第一款所列行为，仍然获取、披露、使用或者允许他人使用该商业秘密的，视为侵犯商业秘密。

前款所称商业价值，可以考虑研究开发成本、实施该项商业秘密的收益、可得利益、可保持竞争优势的时间等因素。

经营者应当加强对自身及合作的其他经营者的商业秘密的保密管理。经营者可以根据商业秘密及其载体的性质、商业秘密的商业价值、保密措施的可识别程度、保密措施与商业秘密的对应程度以及权利人的保密意愿等因素采取相应的保密措施。

第十二条 侵犯商业秘密行为的行政法律风险。经营者实施侵犯商业秘密行为的，由市场监督管理部门责令停止违法行为，没收违法所得，处十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上五百万元以下的罚款。

第五节 不正当有奖销售行为识别及行政法律风险

第十三条 不正当有奖销售行为。本指引所称有奖销售，是指经营者以销售商品或者获取竞争优势为目的，向消费者提供奖金、物品或者其他利益的行为，包括抽奖式和附赠式等有奖销售。经政府或者政府有关部门依法批准的有奖募捐及其他彩票发售活动除外。

抽奖式有奖销售是指经营者以抽签、摇号、游戏等带有偶然性或者不确定性的方法，决定消费者是否中奖的有奖销售行为。

附赠式有奖销售是指经营者向满足一定条件的消费者提供奖金、物品或者其他利益的有奖销售行为。

经营者为了推广移动客户端、招揽客户、提高知名度、获取流量、提高点击率等，附带性地提供物品、奖金或者其他利益的行为，属于本指引所称的有奖销售。

经营者不得实施下列不正当有奖销售行为：

（一）所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等有奖销售信息不明确或者未显著公示，变更、附加兑奖条件，影响兑奖。

广东省网络交易经营者反不正当竞争合规指引

经营者在有奖销售前，应当明确公布奖项种类、参与条件、参与方式、开奖时间、开奖方式、奖金金额或者奖品价格、奖品品名、奖品种类、奖品数量或者中奖概率、兑奖时间、兑奖条件、兑奖方式、奖品交付方式、弃奖条件、主办方及其联系方式等信息，不得变更，不得附加条件，不得影响兑奖，但有利于消费者的除外。

奖品为积分、礼券、兑换券、代金券等形式的，应当公布兑换规则、使用范围、有效期限以及其他限制性条件等详细内容；需要向其他经营者兑换的，应当公布其他经营者的名称、兑换地点或者兑换途径。

（二）采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售。

谎称有奖的方式包括虚构奖项、奖品、奖金金额等；仅在活动范围中的特定区域投放奖品；在活动期间将带有中奖标志的商品、奖券不投放、未全部投放市场；将带有不同奖金金额或者奖品标志的商品、奖券按不同时间投放市场；未按照向消费者明示的信息兑奖；其他谎称有奖的方式。

（三）抽奖式的有奖销售，最高奖的金额超过五万元。有下列情形之一的，认定为最高奖的金额超过五万元：1.最高奖设置多个中奖者的，其中任意一个中奖者的最高奖金额超过五万元；2.同一奖券或者购买一次商品具有两次或者两次以上获奖机会的，累计金额超过五万元；3.以物品使用权、服务等形式作为奖品的，该物品使用权、服务等市场价格超过五万元；4.以游戏装备、账户等网络虚拟物品作为奖品的，该物品市场价格超过五万元；5.以降价、优惠、打折等方式作为奖品的，降价、优惠、打折等利益折算价格超过五万元；6.以彩票、抽奖券等作为奖品的，该彩票、抽奖券可能的最高奖金额超过五万元；7.以提供就业机会、聘为顾问等名义，并以给付薪金等方置奖励，最高奖的金额超过五万元；8.以其他形式进行抽奖式有奖销售，最高奖金额超过五万元。

经营者以非现金形式的物品或者其他利益作为奖品的，按照同期市场同类商品的价格计算其金额。

第十四条 有奖销售的建档。经营者应当建立档案，如实、准确、完整地记录设奖规则、公示信息、兑奖结果、获奖人员等内容，妥善保存两年并依法接受监督检查。

第十五条 不正当有奖销售的行政法律风险。经营者实施不正当有奖销售行为的，由市场监督管理部门责令停止违法行为，处五万元以上五十万元以下的罚款。经营者有违法所得的，除依法应当退赔的外，应当予以没收。

第六节 商业诋毁行为识别及行政法律风险

第十六条 商业诋毁行为。经营者不得利用网络编造、传播虚假信息或者误导性信息，实施下列行为，损害或者可能损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。客户端、小程序、公众号运营者以及提供跟帖评论服务的组织或者个人，不得故意与经营者共同实施下列行为。

- （一）组织、指使他人对竞争对手的商品进行恶意评价；
- （二）利用或者组织、指使他人通过网络散布虚假或者误导性信息；
- （三）利用网络传播含有虚假或者误导性信息的风险提示、告客户书、警告函或者举报信等；
- （四）其他编造、传播虚假或者误导性信息，损害竞争对手商业信誉、商品声誉的行为。

前款所称商业信誉，是指经营者在商业活动中的信用和名誉，包括相关公众对该经营者的资信状况、商业道德、技术水平、经济实力等方面的评价。商品声誉，是指商品在质量、品牌等方面的美誉度和知名度。竞争对手，不限于经营同类或相关产品和服务的其他经营者。

第十七条 商业诋毁行为的行政法律风险。经营者实施商业诋毁行为的，由市场监督管理部门责令停止违法行为、消除影响，处十万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上三百万元以下的罚款。经营者有违法所得的，除依法应当退赔的外，应当予以没收。

第七节 利用技术手段实施不正当竞争行为识别及行政法律风险

第十八条 利用技术手段实施的不正当竞争行为。经营者不得利用互联网、大数据、算法等技术手段，通过影响用户选择或者其他方式实施下列行为，妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行。

广东省网络交易经营者反不正当竞争合规指引

（一）流量劫持。1.未经其他经营者同意，在其合法提供的网络产品或者服务中，插入跳转链接、嵌入自己或者他人的产品或者服务；2.利用关键词联想、设置虚假操作选项等方式，设置指向自身产品或者服务的链接，欺骗或者误导用户点击；3.其他插入链接或者强制进行目标跳转的行为。

（二）干扰。1.误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载其他经营者合法提供的设备、功能或者其他程序等网络产品或者服务；2.违背用户意愿下载、安装、运行应用程序；3.无正当理由，对其他经营者合法提供的网络产品或者服务实施拦截、拖延审查、下架，或者搜索降权、限制服务内容、调整搜索结果的自然排序等行为以及其他干扰下载、安装、运行、更新、传播等行为；4.对相关设备运行非必需的应用程序不提供卸载功能或者对应用程序卸载设置不合理障碍；5.其他妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。

（三）恶意不兼容。恶意对其他经营者合法提供的网络产品或者服务实施不兼容。

前款所称恶意，可以综合考虑下列因素：

1.是否知道或者应当知道不兼容行为会妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行；2.不兼容行为是否影响其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行，是否影响网络生态开放共享；3.不兼容行为是否针对特定对象，是否违反公平、合理、无歧视原则；4.不兼容行为对消费者、使用该网络产品或者服务的第三方经营者合法权益以及社会公共利益的影响；5.不兼容行为是否符合行业惯例、从业规范、自律公约等；6.不兼容行为是否导致其他经营者合法提供的网络产品或者服务成本不合理增加；7.是否有正当理由。

（四）反向刷单（恶意购买）。直接、组织或者通过第三方实施下列行为，妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行：1.故意在短期内与其他经营者发生大规模、高频次交易，或者给予好评等，使其他经营者受到搜索降权、降低信用等级、商品下架、断开链接、停止服务等处置；2.恶意在短期内批量拍下商品不付款；3.恶意批量购买后退货或者拒绝收货等。

（五）不当拦截、屏蔽。针对特定经营者，拦截、屏蔽其合法提供的信息内容以及页面，妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行，但是拦截、屏蔽非法信息，频繁弹出干扰用户正常使用信息以及不提供关闭方式的漂浮视窗等除外。

广东省网络交易经营者反不正当竞争合规指引

（六）“二选一”。利用技术手段，通过影响用户选择、限流、屏蔽、搜索降权、商品下架等方式，干扰其他经营者之间的正常交易；或者通过限制交易对象、销售区域或者时间、参与促销推广活动等，影响其他经营者的经营选择，妨碍、破坏交易相对方合法提供的网络产品或者服务的正常运行，扰乱市场公平交易秩序。

（七）不当数据获取使用。利用技术手段，非法获取、使用其他经营者合法持有的数据，妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务的正常运行，扰乱市场公平竞争秩序。

（八）歧视待遇（不公平交易）。利用技术手段，对条件相同的交易相对方不合理地提供不同的交易条件，侵害交易相对方的选择权、公平交易权的行为。但是根据交易相对人实际需求且符合正当的交易习惯和行业惯例，实行不同交易条件；或者针对新用户在合理期限内开展的优惠活动；或者基于公平、合理、无歧视的规则实施的随机性交易的除外。

（九）利用竞争优势地位实施不正当竞争行为。具有竞争优势的平台经营者没有正当理由，利用技术手段，滥用后台交易数据、流量等信息优势以及管理规则，通过屏蔽第三方经营信息、不正当干扰商品展示顺序等方式，妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行，扰乱市场公平竞争秩序。

（十）判定构成利用技术手段实施妨碍、破坏的不正当竞争行为的考虑因素。对妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的判定，可以考虑下列因素：1.其他经营者合法提供的网络产品或者服务是否无法正常使用；2.其他经营者合法提供的网络产品或者服务是否无法正常下载、安装、更新或者卸载；3.其他经营者合法提供的网络产品或者服务成本是否不合理增加；4.其他经营者合法提供的网络产品或者服务的用户或者访问量是否不合理减少；5.用户合法利益是否遭受损失，或者用户体验和满意度是否下降；6.行为频次、持续时间；7.行为影响的地域范围、时间范围等；8.是否利用其他经营者的网络产品或者服务牟取不正当利益。

第十九条 利用技术手段实施的不正当竞争行为的行政法律风险。经营者利用技术手段实施上述不正当竞争行为的，由市场监督管理部门责令停止违法行为，处十万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上三百万元以下的罚款。经营者有违法所得的，除依法应当退赔的外，应当予以没收。

广东省网络交易经营者反不正当竞争合规指引

第八节 平台经营者其他不正当竞争行为识别及法律风险

第二十条 不合理限制或附加不合理条件。平台经营者不得利用服务协议、交易规则以及技术等手段，对平台内经营者在平台内的交易、交易价格以及与其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条件。主要包括以下情形：

（一）强制平台内经营者签订排他性协议；

（二）对商品的价格、销售对象、销售区域或者销售时间进行不合理的限制；

（三）不合理设定扣取保证金，削减补贴、优惠和流量资源等限制；

（四）利用服务协议、交易规则对平台内经营者的交易进行其他不合理限制或者附加不合理条件；

（五）通过搜索降权、下架商品、限制经营、屏蔽店铺、提高服务收费等方式，禁止或者限制平台内经营者自主选择在多个平台开展经营活动，或者利用不正当手段限制其仅在特定平台开展经营活动；

（六）禁止或者限制平台内经营者自主选择快递物流等交易辅助服务提供者；

（七）其他干涉平台内经营者自主经营的行为。

第二十一条 收取不合理费用。平台经营者应当在服务协议、交易规则中公平合理确定收费标准，不得违背商业道德、行业惯例，向平台内经营者收取不合理的服务费用。

第二十二条 平台经营者实施上述行为的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处五万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上二百万元以下的罚款。经营者有违法所得的，除依法应当退赔的外，应当予以没收。

第二十三条 平台经营者的特殊责任。平台经营者应当加强对平台内竞争行为的规范管理，发现平台内经营者采取不正当竞争方式，违法销售商品、提供服务，或者侵害消费者合法权益的行为，应

当及时采取警示、暂停或者终止服务等必要的处置措施，保存有关记录，并按规定向平台经营者住所地县级以上市场监督管理部门报告。记录保存时间自作出处置措施之日起计算，不少于三年。

平台经营者未按规定保存信息的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，并处十万元以上五十万元以下的罚款。

平台经营者对平台内经营者采取不正当竞争方式侵害消费者合法权益的行为未采取必要措施的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处五万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，并处五十万元以上二百万元以下的罚款。

第三章 反不正当竞争配合调查义务及其他法律责任

第二十四条 配合调查义务。经营者及其他有利害关系单位、个人应当配合执法机构依法对涉嫌不正当竞争行为进行调查。如实提供有关资料或者情况，不得伪造、销毁涉案数据以及相关资料，不得妨害市场监督管理部门依法履行职责，不得拒绝、阻碍调查。

经营者及其他有利害关系单位、个人对应当提供拒不提供，伪造、销毁涉案数据及资料的，妨害监督检查部门依照反不正当竞争法履行职责，拒绝、阻碍调查的，由监督检查部门责令改正，对个人可以处五千元以下的罚款，对单位可以处五万元以下的罚款，并可以由公安机关依法给予治安管理处罚。

第二十五条 信用记录。经营者实施不正当竞争行为受到行政处罚的，由监督检查部门记入信用记录，并依照有关法律、行政法规的规定予以公示；情节严重的，按照规定列入严重违法失信名单并实施信用管理措施。

第二十六条 民事责任。经营者实施法律、法规规定禁止的不正当竞争行为，给他人造成损害的，应当依法承担民事责任。

第二十七条 刑事责任。经营者实施相关不正当竞争行为构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第四章 反不正当竞争合规管理制度建设

广东省网络交易经营者反不正当竞争合规指引

第二十八条 反不正当竞争合规管理有关概念及总体安排。反不正当竞争合规风险是指经营者及其员工因实施不正当竞争行为违反反不正当竞争有关法律、法规、规章的规定，引发法律责任、造成经济或者声誉损失以及其他负面后果的可能性。

反不正当竞争合规管理，是指以预防和降低不正当竞争合规风险为目的，以经营者经营管理行为及其员工履职行为为对象，开展有组织、有计划、全流程的管理活动。

经营者可以结合自身行业特点、商业模式、交易规则等因素设定反不正当竞争合规管理机构，开展反不正当竞争合规审查、合规汇报、合规承诺、合规培训与考核等合规管理活动。

第二十九条 反不正当竞争合规管理部门。经营者可以设置专门的反不正当竞争合规管理部门，一般由反不正当竞争合规管理部门和反不正当竞争合规负责人（或首席竞争合规官）组成。尚不具备条件设立专门管理部门的中小型企业，可由法务、风险防控等部门履行反不正当竞争合规管理职责，配备专职的合规专员。

第三十条 反不正当竞争合规管理部门的职责。反不正当竞争合规管理部门可以履行以下职责：

（一）制定并完善企业的反不正当竞争内部管理制度，明确企业在市场竞争中的合规要求，并推动其贯彻实施；

（二）密切关注市场动态，分析行业竞争态势，及时预防和化解合规风险；

（三）审核评估企业日常经营管理活动的竞争合规性，向业务部门和员工提供反不正当竞争合规咨询；

（四）组织或协助业务部门、人事部门开展反不正当竞争法规培训，提高员工对不正当竞争行为的识别和防范意识；

（五）建立反不正当竞争合规汇报和记录台账，组织对企业内部不正当竞争行为的排查与监测，及时预防和化解合规风险；

（六）制定违规问责相关制度，明确各有关部门和人员履行反不正当竞争合规管理的职责范围及承担的责任；

（七）推动将反不正当竞争合规责任纳入企业岗位职责和员工绩效考核评价体系；

（八）评估制度执行情况，持续完善企业的反不正当竞争合规管理制度。

第三十一条 反不正当竞争合规负责人的职责。反不正当竞争合规负责人是企业反不正当竞争合规管理工作具体实施的负责人和监督者，反不正当竞争合规负责人可以履行以下职责：

（一）贯彻执行企业决策层和高级管理层对反不正当竞争合规管理的各项要求，全面负责企业反不正当竞争合规管理工作；

（二）定期向公司高级管理层报告反不正当竞争合规管理工作的进展、存在问题及改进建议；

（三）及时向公司高级管理层通报重大合规风险和事件，并提出相应的应对措施；

（四）就重大合规决策事项，向公司高级管理层提供专业意见和建议，确保高层决策的合规性；

（五）加强反不正当竞争合规管理队伍建设，做好合规专员的选聘培养，监督反不正当竞争合规管理部门认真有效地开展工作。

第三十二条 反不正当竞争合规信息化建设。鼓励经营者加强合规管理信息化建设，运用网络监测、大数据分析等工具将合规要求和风险防控机制嵌入业务流程，加强对经营管理行为合规情况的过程管控和风险分析。

第三十三条 反不正当竞争合规文化建设。鼓励企业将反不正当竞争合规文化作为企业文化建设的重要内容，践行合规经营、公平竞争的价值观，加强自我约束，尊重其他经营者的合法经营权益，推动构建公平有序的网络交易市场竞争环境。

第五章 反不正当竞争合规管理制度运行

广东省网络交易经营者反不正当竞争合规指引

第三十四条 反不正当竞争合规风险审查。反不正当竞争合规管理机构负责对经营者交易规则、日常经营活动各环节事项是否符合反不正当竞争法律、法规、规章规定进行初步审查。

对网络不正当竞争行为合规风险识别和评估具有一定的专业性和复杂性。经营者需要强化对网络交易中重点领域、重点环节和重点人员的研判，强化合规风险识别，及时根据行业情况和法律法规变化对风险识别和评估情况进行更新。对于新型、疑难的不正当竞争问题，反不正当竞争合规管理机构可以依据自身的业务规模、商业模式等，评估相关行为是否有促进创新、提高效率、保护消费者合法权益等正当理由。

对存在重大反不正当竞争合规风险的事项，经营者可以听取法律顾问、律师意见或者委托外部专业机构论证后提出审查意见。

第三十五条 反不正当竞争合规风险汇报。鼓励经营者建立反不正当竞争合规汇报机制，反不正当竞争合规管理负责人定期向企业决策层和高级管理层汇报合规管理情况，及时报告合规风险，提出风险评估意见和应对措施。

第三十六条 反不正当竞争合规培训。鼓励经营者将反不正当竞争合规培训纳入员工培训计划，对涉及核心业务、重要环节、关键岗位等合规风险高的员工开展有针对性的合规培训。

合规培训可以结合反不正当竞争法、电子商务法、暂行规定、促销规定、管理办法等相关法律、法规规定及时更新培训内容。

第三十七条 反不正当竞争合规承诺。鼓励全体员工应当遵守企业反不正当竞争合规管理制度，鼓励企业决策层和高级管理层带头公开作出合规承诺，其他员工应作出并履行相应职责的竞争合规承诺。

第三十八条 反不正当竞争违规追责。鼓励经营者建立不正当竞争违规问责制度，对实施不正当竞争行为或违反合规管理制度的行为，依法追究相关责任人的责任。对违法违规行为进行公开通报，以示警戒，提高合规意识，确保合规经营。

第六章 附 则

广东省网络交易经营者反不正当竞争合规指引

第三十九条 特别提醒。本指引属于告知性指引，不具备法律约束力，不作为行政执法的依据。

第四十条 指引解释。本指引由广东省市场监督管理局负责解释，并将根据反不正当竞争相关法律、法规、规章、指南、指引等适时调整。

文化传媒 法律资讯

Entertainment Law Update

第五十八期

Contents

Nov. 2024