# 文化传媒法律资讯

# Entertainment Law Update

2026 年 03 月

• 第七十四期 •

上海市律师协会
文化传媒专业委员会

东方律师
SHANGHAI BAR ASSOCIATION

# 文化传媒法律资讯

第74期（2026年3月）

*Entertainment Law Update*



**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　　候　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：**

叶　锦　　韩　玉

胡至浩

**干事：**

胡至浩



## 文传热点

中国法院去年新收涉外知识产权一审案件同比上升 34.1%……4

法国通过“文物归还法案”，260 万件中国文物多少能回归？……4

微短剧，如何从“流量高地”走向“价值高地”…… 6

数字引领深度挖掘 看新疆打造文化 IP 的实践路径……8

英国迎来 2026“全国阅读年”，多档文学主题节目上线……11

AI 技术助推美图 2025 年经调整归母净利润同比增长 64.7%……12

最高人民法院发布第六批人民法院种业知识产权司法保护典型案例…13

“3·15”晚会曝光 AI 大模型遭“投毒”，律师：相关公司的行为已涉嫌多重违法……15

规范标注让短视频虚构不再“隐身”……16

## 案例分析

周某某等人“网络开盒”侵犯公民个人信息民事公益诉讼案评析……19

## 法规速递

《全民阅读促进条例》……23

《最高人民法院关于审理侵害知识产权民事纠纷案件适用惩罚性赔偿的解释》……30


## 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

## 中国法院去年新收涉外知识产权一审案件同比上升 34.1%

**来源：中新社**

中新社北京 4 月 20 日电 （记者 张素）中国最高人民法院副院长陶凯元 20 日在北京说，2025 年，人民法院新收涉外知识产权一审案件 11066 件，同比上升 34.1%。

最高人民法院 2026 年知识产权宣传周新闻发布会当日举行。陶凯元表示，人民法院坚持平等保护中外当事人合法权益，提升涉外知识产权审判质效和公信力。

最高人民法院知识产权法庭副庭长郜中林在会上回答中新社记者提问时说，越来越多的外国企业选择到中国法院解决知识产权纠纷，中国日益成为国际知识产权诉讼优选地之一。

郜中林介绍说，最高人民法院知识产权法庭受理的涉外案件持续以较大幅度增长，2019 年至 2025 年共受理当事人涉外案件 2546 件，约占法庭全部案件十分之一，年均增长 18.7%；共审结 2046 件，其中，2025 年审结 475 件。

郜中林表示，法庭将在始终坚持依法平等保护和促进合作共赢的同时，进一步加大以案例为重点的对外交流，以更积极姿态参与知识产权国际治理，更好服务高水平对外开放。

据统计，去年，人民法院新收各类知识产权案件 55.26 万件，审结 53.96 万件。审限内结案率、上诉率、民事调解撤诉率等主要质效指标持续向好。

会上发布最高人民法院关于审理侵害知识产权民事纠纷案件适用惩罚性赔偿的解释。“进一步完善知识产权领域惩罚性赔偿适用规则，让惩罚性赔偿制度好用管用。”最高人民法院民事审判第三庭庭长李剑说。

## 法国通过“文物归还法案”，260 万件中国文物多少能回归？

**来源：中新网**

当地时间 4 月 13 日，法国国民议会以 170 票赞成、0 票反对通过一项法律草案，旨在简化法国以非法方式所得文物的归还程序。多位旅法华侨接受中新网记者采访时表示，这一法案释放积极信号，打破了法国百年来“公共藏品不可转让”的铁律。同时，法案通过背后处处可见政治角力的痕迹，中国文物回归的现实障碍仍然不少。

“法国为国际社会开了一个好头”。“要理解这项法案的历史意义，首先要知道法国《遗产法典》中延续百年的‘公共藏品不可转让’原则。”一位旅法多年的资深媒体人告诉记者，根据这一原则，凡纳入国家收藏的文物，均被认定为不可分割的国家公共财产，任何形式的归还或转让，都必须由法国议会进行专项立法、单独投票。

这意味着，哪怕明知某件文物是掠夺所得，想要归还也必须走一遍完整的立法流程。他举例说，2021 年法国向贝宁归还 26 件阿波美王国文物，从启动协商到完成立法移交，前后耗时长达 3 年。

“这次法案现实上的指向，主要是针对非洲。”在旅法华侨、巴黎歌剧院绘景画师张家骏看来，因为法国政府和议会在解释这部法案的时候，

反复都会提到 2017 年马克龙在非洲的讲话。所以这部法案最直接的政治背景，其实还是法国和非洲之间那段殖民历史。

2017 年，刚刚就任法国总统的马克龙在布基纳法索瓦加杜古大学向非洲学生承诺："非洲的遗产不应只存在于私人收藏或欧洲博物馆中。我们要创造条件，让非洲遗产回到非洲。"

据不完全统计，法国各大公立博物馆中，收藏的 1815 年至 1972 年间殖民时期掠夺、非法获取的文物超过 9 万件，仅布朗利河岸博物馆就藏有 7 万余件非洲文物。依靠"一事一议"的个案立法模式，根本无法实现大规模返还。

此次通过的法律草案明确废除"逐案议会立法"要求，将文物返还审批权限下放至政府行政层面，通过后以政府行政法令的形式直接批准返还，审批周期从数年大幅缩短至数月。

法案还要求法国政府每年公布涉嫌非法获取的文物清单，公开文物来源、馆藏信息，为原属国追索文物扫清信息障碍。上述受访资深媒体人认为，法国此举为国际社会开了一个好头，并对那些否认劫掠历史的国家形成压力。

国宝回家之路仍充满艰难险阻。然而，全票通过的投票结果看似毫无争议，实则是法国国内多方力量激烈博弈后的妥协，在法案的最终文本中，处处可见政治角力的痕迹。

张家骏指出，法案通篇未出现"殖民"一词，耐人寻味。它涉及的许多问题实际上都与殖民历史有关，却刻意回避"殖民"二字。法国《世界报》也专门提到过这一点。法案中的表述是：向因"非法占有"而失去文化财产的外国国家返还文化财产。

"这恰恰能说明法国现在的状态：愿意往前走一步，但又走得非常小心。"张家骏表示，不只是法国，其实欧洲很多国家今天的财富积累，都与过去的殖民历史、倾销、掠夺分不开。因此，他们很难真正做到自我批判，也很难彻底地去正视这段历史。

值得注意的是，此次表决，极右翼政党国民联盟成功推动将"军事类战利品"排除在归还范围之外，还提议仅向与法国"关系友好"的国家归还文物。

张家骏介绍，该法案并非规定"要归还"，而是从法律层面承认"应归还"，主要解决的是"怎么还"的流程问题。至于中国，法案正文中并未单独提及，它也不是一部专门针对中国的法律。不过，在议会辩论中，中国确实被提到过：有议员引用了维克多·雨果关于圆明园的一段话，这很有象征意义。

据法国博物馆官方统计，现存于卢浮宫、吉美博物馆、枫丹白露宫等机构的中国文物达 260 万件，涵盖从新石器时代彩陶到明清官窑瓷器的全链条文明遗产。其中，枫丹白露宫是全球收藏圆明园流失文物最多的地方，确定来自圆明园的文物有千余件，展出约 320 件，全部是 1860 年从圆明园掠夺的。

有媒体分析认为，根据此次通过的新法案，枫丹白露宫中国馆收藏的圆明园文物，完全符合 1815 年至 1972 年这一时段规定，来源清晰，且其中的绝大多数不属于所谓"军事用途文物"，因而有望按新法案的简化流程归还中国。

但令人遗憾的是，更多流失在法国的中国珍贵文物，恐怕难以借助新法案“回家”。张家骏表示，以吉美博物馆收藏的敦煌文物为例，这些文物大部分是通过非法买卖和走私渠道流入法国的，来源认定存在难度。

此外，法律人士也表示，追溯历史上被劫掠的文物，不论是国内法还是国际法，普遍存在“法不溯及既往”的原则障碍，各国国内法中存在的“取得时效”“善意取得”等制度，也为文物追索设置了壁垒。

“推动法国公众理解文物返还意义”。得知法案通过的消息后，法国小熊猫学校校长罗坚第一时间转发了相关新闻。“坦白讲，心里很激动。”她在接受记者采访时说，“法国议会通过这样的法案，说明这个国家对历史的态度发生了转变。雨果在 1861 年写下的那封信，我经常讲给孩子们听。如今他的梦想以法律的形式在议会大厅里回响，这本身就是一种进步。”

但罗坚也表达了冷静的看法：“激动归激动，我身边的朋友普遍有一个共识：法案通过了，不等于文物就能马上回来。法国博物馆界对文物返还的抵触情绪是真实存在的。我去过枫丹白露宫中国馆，那些青铜鎏金佛塔、景泰蓝麒麟，都是法国人眼中的镇馆之宝，要让它们离开法国，光靠一部法律恐怕不够。”

罗坚对法案的执行细节更为关注。她指出，法案要求法国政府每年公布涉嫌非法获取的文物清单，“这是非常关键的一步。过去追索文物最大的困难之一，是连文物在哪里、来源都不知道。清单制度的建立，能帮助追索国掌握第一手信息，这是实质性突破。”

“旅法华侨在民间沟通方面具有独特优势。很多文物信息，官方不一定能第一时间掌握，但华侨社区中有研究历史、热爱文物的人，可以提供线索。”罗坚表示，在推动法国公众理解文物返还的意义方面，华侨华人可以通过文化活动和民间交流发挥作用。

该法案能否带动其他国家跟进？罗坚态度审慎。她说：“法国在西方主要殖民国家中率先建立返还机制，值得肯定。但英国、西班牙、荷兰等国的情况各有不同，尤其是大英博物馆，一直以‘不归还文物’的强硬立场著称。法国社会是否真正做好了将大量被掠夺文物归还原属国的心理准备？该法案的示范效应有多大？还需要观察。”

该法律草案通过后，法国文化部长佩加尔称“翻开了我们历史的新篇章”。“而对无数期盼国宝回家的中国人来说，这或许是 165 年来，离雨果梦想最近的一次。”罗坚说。

## 微短剧，如何从“流量高地”走向“价值高地”

**来源：新华网**

今年全国两会期间，微短剧话题受到代表委员热议。

据《中国网络视听发展研究报告（2025）》显示，截至 2024 年 12 月，微短剧用户规模达 6.62 亿人，使用率为 59.7%，市场规模突破 500 亿元，2025 年预计已破千亿元。微短剧的爆发式增长背后，关于内容审核、未成年人保护、精品化发

展的讨论，正在两会会场内引发深度思考。

加强落实先备案、后开机 统一管理尺度成为行业呼声。“当前大部分微短剧还是通过平台‘自审自播’，审核标准不一，在未成年人保护、价值观导向等方面缺乏明确的量化标准。”全国人大代表、编剧赵冬苓直言。在她看来，微短剧正从“套路化”走向“精品化”，从“高流量”转向“高质量”，这是行业发展的必由之路。她建议落实执行“先备案、后开机”，把长短剧在内的影视内容管理统一起来。

这一观点得到了多位与会人士的呼应。全国政协委员、首都经济贸易大学特大城市经济社会发展研究院副院长郭媛媛关注到，微短剧已深度嵌入网民的数字生活，在青少年群体中同样突出。但在“流量至上”逻辑驱动下，部分创作偏离正确价值轨道。郭媛媛将问题概括为三个层面：误导认知——“霸总文学”“逆袭暴富”等脱离现实的叙事放大社会矛盾、鼓吹金钱万能；侵蚀思维——“强冲突、高频反转”的叙事套路使青少年习惯于浅层信息反馈，削弱深度阅读与系统思考能力；扭曲价值——“颜值正义”“丛林法则”等不良导向冲击青少年健康成长根基。

全国政协委员、国浩律师（上海）事务所合伙人吕红兵则从法治角度表示，微短剧在题材、情节强度和受众规模上已与长剧高度重合，但在审查尺度上存在明显差别，客观上形成“同类内容、不同标准”的问题。他强调：“意识形态、文化作品，不能因‘短’而降低标准。”应从源头管理、审查机制、传播责任、重点人群保护和社会监督等多方面开展综合治理。

分类分层 政策端亮出清晰红线。事实上，上述呼吁在政策端已有回应。国家广播电视总局办公厅发布《关于进一步统筹发展和安全促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知》，明确落实“分类分层审核”制度。

根据这一制度，微短剧按三类分三个层级进行审核管理：“重点微短剧”（总投资 100 万元及以上、平台招商主推或首页首屏推荐播出等）、“普通微短剧”（总投资 30 万元—100 万元之间）均应报省级以上广电主管部门进行规划备案和成片审查；“其他微短剧”（总投资不足 30 万元且非重点推荐），由播出平台履行内容管理职责，负责内容审核把关与版权核定，定期将审核剧目信息报属地省级广电主管部门备案。此外，2026 年 1 月 1 日起，国家广电总局正式施行微短剧分类新标准，重点微短剧投资门槛从 100 万元提升至 300 万元，普通微短剧从 30 万元提至 100 万元，进一步引导行业精品化发展。

通知还要求，所有上线播出的微短剧均须持有《网络剧片发行许可证》或完成相应上线报备登记程序，在片头标注相应备案号。这意味着，曾经游离于监管之外的“小程序”类微短剧，被正式纳入“白名单”管理。

“通知明确了广电总局、省局，以及播出平台内容把关和备案职责，实现了全部微短剧‘持证上岗’。”广电总局网络视听司负责同志在接受媒体采访时表示。在影评人李星文看来，长远而言，这种监管其实是一种保护性监管：“至少有一部

分作品实现精品化，微短剧行业才能长治久安，这种辩证法必须讲。”

针对未成年人保护这一焦点，政策端也在持续加码。今年 1 月，国家广电总局网络视听司发布儿童类微短剧管理提示，明确提出遏制“成人化”倾向、纠偏“工具化”倾向、抵制“娱乐化”倾向，为儿童微短剧内容创作划出清晰红线。

平台设限、制作深耕 微短剧行业“加速提质”。政策引导之下，行业正在用实际行动回应社会关切。今年 3 月，红果短剧对真人微短剧业务作出结构性调整：暂停批量立项，取消对制作方的保底分账承诺，并同步提升内容审核标准与制作准入门槛。抖音集团副总裁李亮说，这是对原有保底制作机制的优化升级，而非战略收缩。“‘先审后播’的备案新规落地后，制作方在剧本和拍摄阶段的内容合规意识显著增强，涉及低俗擦边、炫富拜金的内容大幅减少，现实题材作品明显增多。”红果短剧相关负责人表示。

制作端也在经历深度调整。头部制作公司听花岛持续突破题材同质化，在悬疑、女性、年代等多个赛道尝试创新表达；马厩制片厂以“生活流叙事”切入市场，构建起独特的温情美学；熊和兔剧场深耕女性议题，形成稳定的创作风格；山海星辰在数据之外，探索短剧从“流量消耗品”向“文化资产”的转化。这些制作厂牌的差异化探索，折射出行业从“流量驱动”向“价值驱动”的深层转向。

从“先备案、后开机”的制度设计，到“分类分层”的精准监管，从平台的“自我设限”，到制作方的“匠心打磨”，微短剧行业正在经历一场从野蛮生长到精耕细作的深刻转型。记者观察到，这场转型并非外力强压下的被动应对，而是市场主体在明确规则指引下的主动选择——当“流量狂欢”的红利消退，真正具备内容定力与价值追求的创作者，反而迎来了更清晰的发展空间。未来，随着政府监管、行业自律、平台把关、社会监督的协同发力，微短剧有望真正实现“微而不弱、短而不浅、剧有品质”，在讲好中国故事、传递主流价值的道路上，走得更稳、更远。

## 数字引领深度挖掘 看新疆打造文化 IP 的实践路径

**来源：新华网**

在新疆，出土过这样一方织锦，它以红、黄、蓝、白、绿五色丝线织就，上有祥云缭绕、瑞兽齐聚，其间有序排布着“五星出东方利中国”吉祥语。它不仅展现了汉代中国纺织技术的最高水平，也见证着民族融合的历史事实。它就是国宝级文物——“五星出东方利中国”锦护臂。

汉代时，“五星出东方利中国”锦护臂沿着丝绸之路来到西域，成为辅助古人射箭的护具。时隔千年，当新疆的自然风景成为社交媒体的“时尚单品”，博物馆也逐渐成为游客追寻历史脉络、探访文化 IP 的“必打卡”之地。“五星出东方利中国”锦护臂摇身一变，成为新疆热门文化 IP 之一，其“真身”在专馆特展中“活”起来，其纹样附着在丝巾、鼠标垫、冰箱贴等各种文创产品之上，其精神融入翩翩舞姿之中……借此再次走出新疆，走入寻常百姓家，成为新疆探索

打造文化 IP 之路的新实践。

数字化特展，让文物“活”起来。7 月 13 日，中华锦绣——“五星出东方利中国”锦护臂国宝展在新疆维吾尔自治区博物馆正式开展。步入展厅，沙海星辉，锦色通天。人群正聚集在中央的圆形展台周围，细细端详那件占据“C 位”的国宝——“五星出东方利中国”锦护臂。

“我之前做研究时就对这件锦护臂有所了解，亲眼见到文物原件，心里有一种圆梦了的激动。”来自浙江大学的博士生纵浩然特意带着相机观展，记录下这件“国宝”。

1995 年，“五星出东方利中国”锦护臂出土于新疆民丰县尼雅遗址，2002 年被国务院列为首批禁止出国（境）展览文物目录。

基于文物价值，中华锦绣——“五星出东方利中国”锦护臂国宝展应运而生，新疆维吾尔自治区博物馆文博馆员巴音其其格介绍设展初衷：“我们期望从‘文物’与‘物品’两个属性出发，全面阐释其在考古历史、艺术、科技与文化等多维度的价值。”

与传统预设的单一路线、固定叙事场景策展模式不同，中华锦绣——“五星出东方利中国”锦护臂国宝展从受众视角出发，大开场空间以文物为中心，并列设置“发现 •国家宝藏”“历史 •实证治理”“艺术 •意匠创制”“科技 •奇绩天工”“文化 •五星出东方利中国”五个部分，系统呈现这件国宝的“前世今生”。

在“发现 •五星锦”沉浸交互剧场，车队与驼铃声在月色下交织，五彩丝线串联起跨越时空的技艺与文明；而在“数字织机”前，观众通过操作屏幕上的拉杆与梭子，亲手将“虚拟丝线”织成绚丽的“数字五星锦”……

“通过数字化赋能使历史背景具象化、文物创制场景化、历史意义当代化。”巴音其其格表示，展览基于高清数据与学术研究的系统转化，构建出多维度、强互动的观展体验，增强了游客的参与感，“让观众从‘看文物’转向‘懂历史’，使展览从‘作者独白’转变为‘观众各取所需的多声部合唱’。让历史文化爱好者、科技爱好者、沉浸体验追求者等各类观众都能找到自己感兴趣的内容。”

在科技赋能下，“五星出东方利中国”锦护臂、楼兰故城、龟兹魏晋古墓遗址等一批新疆珍贵历史遗存得以突破物理边界，推动文化传播从“单向输出”转向“双向互动”。博物馆因此成为连接过去与现在的文化中枢，在可视、可触、可感的体验中，让文物“走”出展柜，“活”了起来。

文创热销，与生活“连”起来。“你看这个流沙杯垫，你女儿肯定喜欢。”来自上海的夏女士拿起一款带有“五星”纹样的流沙杯垫，向同行朋友展示。逛完新疆维吾尔自治区博物馆里设置的文创区后，她选购了几枚不同样式的冰箱贴，“我很喜欢冰箱贴，家里冰箱上贴了很多。这次我也买了一些纪念品想带回去，这几个纹样我都很喜欢。”

天文星象、吉祥文字、瑞兽纹样……这些源自“五星出东方利中国”锦护臂的文化元素，正源源不断为“五星”系列文创设计输送着灵感。

“文创的价值在于为文物本身做宣传，它应承

载丰富的文物信息，既要有趣又不能偏离历史。”新疆维吾尔自治区博物馆文创部主任关懿认为，文创产品是架在文物与当下生活之间的一座桥，连着过去与现在，因此“每一件文创产品的售出都是一次新疆历史和文化的传播。”

《新疆维吾尔自治区“十四五”文物保护和科技创新规划》提出，要加强博物馆品牌建设与 IP 开发，建立全区博物馆文创商店联盟，打造具有影响力的文创品牌与产品。在这一方向指引下，“五星出东方”文化 IP 正走向更广阔的舞台——第十九届冬季旅游产业交易博览会、良渚文创市集、第二十一届中国（深圳）国际文化产业博览交易会、第八届中国—亚欧博览会……

从市场反馈看，在新疆维吾尔自治区博物馆各类文创中，“五星”系列销量显著领先，其中复刻冰箱贴尤为畅销，甚至一度断货。据统计，新疆博物馆文创产品购买者中 70%为女性，20 至 35 岁的年轻群体是消费主力。络绎不绝的游客带着期待走进文创区，又带着实体化的回忆离开。文创“周边”为游客提供情绪价值的同时，也延伸了文物的生命力，让文物真正走入大众的寻常生活，进一步强化文化 IP 的影响力。

从政府部门的政策引导，到博物馆的专业挖掘，再到企业的市场运作，多方力量形成合力，以“五星出东方”“守望吧疆山”“潮虎想象”“遇见龟兹”等为代表的一系列 IP 文创产品不断向各地观众讲述着新疆的历史故事，共同助力新疆文化 IP 的开发之路走得更稳、更远。

以舞为媒，让 IP“动”起来。12 月 12 日，由“五星出东方利中国”锦护臂衍生的舞剧《五星出东方》，在加拿大多伦多亮相，演绎了古丝绸之路上民族交融、文明互鉴的动人故事。让千年之前丝绸之路上的文明对话在舞姿中重生，在古与今、中与外之间，引发超越时空的情感共鸣。

现场多名观众表示，“被剧中表达的友情和爱情打动，几度落泪”“最让人感到震撼的是历史在与我们对话”。

该舞剧由和田地区新玉歌舞团与北京演艺集团联合打造，自 2020 年 2 月全面启动舞剧创作工作，历经一年多的剧本创作和舞段排练，于 2021 年 6 月在京首演。此后，曾多次在新疆、北京、武汉等地巡演，并荣获国家“文华奖”和“五个一工程”奖。

跨界演艺也是新疆拓宽文化 IP 传播路径的尝试之一。近年来，以新疆文化 IP 为灵感来源的演艺剧目百花齐放。描绘楼兰历史的歌舞剧《楼兰九歌》、讲述木卡姆抢救工作的歌剧《木卡姆恋歌——万桐书》、基于克孜尔石窟壁画龟兹舞姿创新的舞剧《龟兹》和音舞诗画《千年之约·梦幻龟兹》等纷纷涌现。

当剧目走向市场，观众反馈与票房成为重要检验标准。在第六届中国新疆国际民族舞蹈节期间，近 10 万人次走进剧场，8000 多万人次云端共享艺术盛宴，相关话题全网浏览量达 11.8 亿次。

精绝古城、楼兰文化、玛纳斯史诗、十二木卡姆……从一件锦护臂的“重生”，到无数文化瑰宝的“绽放”。如今，独具特色的新疆文化 IP 正通过专题展馆、创新舞剧、文创产品等多种形式，在跨界流动与创新演绎中，不断拓宽传播路

径，沉睡的文化资源正转化为可感知、可体验、可消费的文化力量，成为人们了解当地历史文化的重要窗口。

## 英国迎来 2026“全国阅读年”，多档文学主题节目上线

**来源：新京报**

2026 年，英国将“阅读”列为一项特别关注的事业。在为期 12 个月的“全国阅读年”，多档“以文学为主题的节目”正在筹备中，其中包括一部全新的关于英国文学之父查尔斯·狄更斯的三集系列纪录片等，通过狄更斯探索伦敦的故事聚焦其创作历程的演变。

据英国广播公司等媒体报道，英国正式将 2026 年确立为“全国阅读年”，将围绕“全力以赴（Go All In）”这一主题开展多项活动。这是英国有史以来规模最大的阅读推广活动，并希望以此为契机改变英国未来几代人的阅读方式。

“全国阅读年”是一项为期十二个月、由政府资助的活动。官网称，这些活动并不是要求人们“挤出时间阅读”，而是从民众的各种兴趣爱好入手，将阅读带入人们的生活。“无论人们喜欢什么——运动、音乐、美食、游戏、电影、时尚或创意——我们都能以此吸引他们阅读。通过激发兴趣爱好，而非施加压力，我们可以在英国各地建立起更紧密的阅读文化。”该项目的官网简介中进一步描述道。

作为项目之一，一部全新的关于英国文学之父查尔斯·狄更斯（Charles Dickens）的三集系列纪录片即将播出。这部纪录片将从日常生活入手，展现一位饱受失眠折磨、痴迷夜间行走的作家如何从散步中汲取灵感。狄更斯在街头巷尾、熙熙攘攘的法庭和监狱中曾遇到过形形色色的人和事，它们塑造了他笔下的故事，并加深了他对社会不公的敏锐感知。

据悉，整部剧集还将以视觉方式带领观众沉浸于十九世纪伦敦的世界——一座熙熙攘攘、令人眼花缭乱的城市。剧集将借鉴维多利亚时代早期的街头摄影作品、版画和素描，并结合狄更斯本人的文字和戏剧化的场景重现，展现这座城市的风貌。最终，观众将看到的是英语世界中最受欢迎的这些小说，其部分根源在于维多利亚时代伦敦的犯罪、丑闻和民众真实生活，以及狄更斯本人在复杂生活中埋藏下的秘密。

“值此‘全国阅读年’之际，我们觉得重温这位英国最受欢迎的作家之一的作品，探索他小说中巧妙融合的现实世界事件和丰富的想象力，可谓恰逢其时。这一探索过程不仅能揭示狄更斯时代的爱情、激情、社会、犯罪和阶级等诸多主题，更能让我们深入了解当今社会。” BBC 艺术与古典音乐电视台负责人苏西·克莱因（Suzy Klein）说。

除此以外，更多“以文学为主题的节目”正在筹备中。BBC4 频道将推出一档名为《朗读》（The Read）的节目，以戏剧化的方式朗读经典小说。在新一季中，节目将与读者重温《第一女子侦探社》《小妇人》和《雾都孤儿》等经典作品。

## AI 技术助推 美图 2025 年经调整归母净利润同比增长 64.7%

**来源：证券日报网**

3 月 27 日，美图公司发布 2025 年度业绩报告。报告显示，公司全年实现总收入 38.6 亿元，同比增长 28.8%；经调整归母净利润 9.65 亿元，同比增长 64.7%。

值得一提的是，美图付费订阅用户数达 1691 万人，创历史新高，同比增长 34.1%，订阅渗透率为 6.1%。

公司方面表示，业绩增长主要得益于 AI Agent 整合至产品矩阵并快速爆发，带动全球付费订阅用户数显著提升，其中新增付费订阅用户多数来自高 ARPU 地区，商业化质量持续优化。

谈及 AI 时代下的市场竞争时，美图公司董事长吴欣鸿向《证券日报》记者表示：“AI 技术的爆发，让影像市场规模在很短的时间内扩大了 2 倍至 3 倍。在这一年里，我们能够看到越来越多巨头，甚至科技公司进入影像赛道。但是，美图多年来深耕中国及海外影像市场，我们有足够的信心在这一领域长期保持竞争力。”

AI Agent 驱动付费增长。

从收入结构来看，影像与设计产品作为核心业务，2025 年收入 29.5 亿元，同比增长 41.6%，收入占比从 2024 年的 66.4%提升至 76.6%。广告业务收入 7.1 亿元，占总收入 18.4%。其他业务收入 2.0 亿元，占比 5.0%。

其中，影像与设计产品业务的两大收入来源分别为美图生产力工具（以下简称“生产力工具”）和生活场景应用。

生产力工具方面，2025 年付费订阅用户数达 216 万人，同比增长 67.4%，其中来自中国内地以外市场的付费订阅用户数于年内翻倍增长。生产力工具收入占影像与设计产品收入的 19%。

生产力工具的增长离不开美图旗下应用和 AI Agent 的结合。2025 年美图将 AI Agent 能力接入大部分产品中，例如，服务于电商设计的产品“美图设计室”的“Agent”功能自 2025 年 12 月份以来已迅速成为付费金额增长的主要驱动力；口播视频产品“开拍”的 MAU 近乎翻倍，付费订阅用户数增至原来的三倍；主攻美国市场的“Vmake”年度经常性收入约 300 万美元。

吴欣鸿表示，2025 年公司将 AI Agent 整合至大部分产品矩阵，持续将 AI 能力落地为可规模化的生产力工作流。通过行业专属的 AI agent 将模型能力转化为实用且即用的工作流程，帮助用户降低创作门槛、提升效率。

上海夏至良时咨询管理有限公司高级研究员杨怀玉向《证券日报》记者表示：“生产力场景的核心是‘确定性’，商家需要稳定、可控、可复用的产出。美图的优势在于，其 AI 生成结果天然具备可进入后续精修和规模化使用的属性。这源于公司长期积累的影像编辑经验。AI Agent 加速渗透，让这套‘生成+精修’的能力被进一步系统化，推动生产力场景产品的商业化落地效率持续提升。”

全球化布局持续深化。在生活场景应用方面，美图秀秀、美颜相机和 Wink 截至 2025 年底付费订阅用户数同比增长 30.3%，整体订阅渗透率达 5.9%。2025 年，美图秀秀连续十年取得中国互联网图片美化赛道用户规模第一，美颜相机凭借 AI 换装新增超 2300 万全球用户，Wink 全球月活跃用户数突破 4000 万。

重要的是，美图在国际市场上的声量在不断提升。2025 年下半年，美图来自中国内地以外市场的新增付费订阅用户加速增长，且多数来自欧洲、美洲及东亚等高 ARPU 地区。

截至 2025 年底，美图来自中国内地以外市场的月活跃用户突破 1 亿里程碑。2025 年，美图秀秀登顶 52 个国家及地区的应用商店总榜及超过 110 个国家及地区的分类榜。AI 原生平台 RoboNeo 登顶全球 26 个国家及地区的应用商店总榜及分类榜。“AI 合照”功能推动美图秀秀 MAU 创历史新高，并吸引来自欧洲市场超过 300 万名新增活跃用户。

美图相关负责人表示，这一进展进一步提升了在国际市场商业化的可持续性，反映了产品本地化及全球执行能力的积累。

“美图从 2013 年出海至今，在亚洲许多国家已经达到了很好的市场占有率，未来我们会加快对南美洲以及欧美等地图的开拓。影像生产力工具本身就具有全球共性的产品，天然比较适合打破文化的差异，服务全球共同需求的用户，在这个领域我们觉得未来市场空间很大。”吴欣鸿说道。

值得一提的是，美图公司正进一步推动商业模式变革，在付费订阅模式之外，用户亦可根据用量需求灵活购买额外 Token（AI 功能使用单位），或按单项功能一次性购买。

吴欣鸿称，AI 在各个垂直场景的竞争还远远没到白热化的时候，美图有机会去做差异化的竞争，凭借多年对影像美学效果的投入，美图将持续提升产品竞争力，为用户和行业提供更优质的影像服务。

## 最高人民法院发布第六批人民法院种业知识产权司法保护典型案例

**来源：最高人民法院**

为深入实施种业振兴行动，充分发挥典型案例指引作用，加强种业知识产权保护，以高水平司法推动种业创新，最高人民法院从全国法院 2025 年审结案件中评选出第六批人民法院种业知识产权司法保护典型案例 10 件，现予发布。

本次发布的典型案例具有如下特点：一是案件类型以民事和行政案件为主。其中民事侵权案件 9 件，植物新品种行政处罚案件 1 件。民事案件涉及“套牌”侵权、“白皮袋”侵权、存储侵权、进口侵权等多种侵权行为。二是覆盖地域广泛。这些案例的一审判决来自全国 9 个省、自治区的 9 家法院。三是涉及品种更加多样。案例所涉品种既有水稻、小麦、玉米、大豆等主要农作物品种，又有番茄、苹果、石榴等蔬菜水果品种。这些案例反映了过去一年人民法院种业知识产权司法保护实践的不断丰富和持续拓展，体现出如下司法导向：

一是加大保护力度，切实维护品种权人的合法权益。人民法院坚持严格保护、全面保护，加大侵权赔偿力度，依法适用惩罚性赔偿，显著提高侵权代价和违法成本。此次发布的 10 件案例中有 4 件适用惩罚性赔偿。在“NP01154”玉米品种侵权案中，基于侵权品种多、侵权时间长、侵权面积大，适用 2 倍惩罚性赔偿，判赔经济损失 5334.7 万余元，创我国植物新品种侵权赔偿额新高。在“农麦 88”小麦品种侵权案中，基于侵权人采用无标识“白皮袋”包装销售侵权种子、侵权时间长、销售数量大，适用 3 倍惩罚性赔偿，判赔 157.5 万元。在“吉宏 6”水稻品种侵权案中，基于侵权人以套牌形式实施侵害品种权的行为，适用 2 倍惩罚性赔偿，判赔 50.6 万元。在“齐黄 34”大豆品种侵权案中，基于侵权人销售无标识、无来源追溯的“白皮袋”种子且储存规模较大，适用 2 倍惩罚性赔偿，判赔 41.2 万元。这些案例进一步丰富、拓展了惩罚性赔偿制度的适用，充分彰显了人民法院在植物新品种案件中加大保护力度的鲜明司法导向。

二是创新保护举措，不断完善种业纠纷案件裁判规则。人民法院认真贯彻落实种子法、植物新品种保护条例等法律法规，面对案件中的新情况新问题，创新保护措施，持续细化裁判规则，完善种业知识产权司法保护规则体系。在“NP01154”玉米品种侵权案中，明确运用分子标记法认定品种同一性时采取扩大位点加测的条件，并通过细化停止侵权的具体要求和明确非金钱给付义务迟延履行金的计付标准，确保判决得到及时全面履行。在“农麦 88”小麦品种侵权案中，明确“储存”行为的构成要件，并对于实施侵权行为的不同主体根据过错不同分别承担惩罚性赔偿和补偿性赔偿责任。在“齐黄 34”大豆品种侵权案中，明确可通过侵权种子单位价格扣除商品粮单位价格，对所得差额适当上浮后推算侵权营业利润。在“WG646”玉米品种侵权案中，明确品种权人有证据证明被诉侵权品种与授权品种特征特性相同的，侵权人仅以被诉侵权品种是其他授权品种为由主张其不构成侵权的，原则上不予支持。在“天使红”石榴品种侵权案中，细化了无性繁殖侵权苗木的灭活标准和具体方式，从源头上杜绝侵权苗木的再次扩散。在“WH818”玉米品种侵权案中，明确权利人完成亲子关系初步举证后，被诉侵权人需提交证据证明未使用授权品种，否则承担举证不能的后果。在“R900”水稻品种行政处罚案中，明确民事和解不能阻却基于社会公共利益的行政处罚，并细化种业侵权案件中社会公共利益的判断标准，促进行政执法和司法标准统一。

三是拓展保护范围，有力促进全方位全链条保护。人民法院坚持对“真创新”给予“真保护”，全流程、全方位、全链条保护育种家和品种权利人的智力成果。一方面，司法对于品种权的保护更加周延。在“吉佳”番茄品种侵权案中，明确侵权人的进口行为早于涉案品种权授权，但侵权人的销售行为在涉案品种权授权后的，其销售行为仍构成侵权。在“普瑞 A280”苹果品种侵权案中，明确申请日前非法获取授权品种繁殖材料并种植繁育的，不能据此产生可以对抗品种权的在先权利。另一方面，司法保护的品种

越来越丰富多样。近年来，人民法院审理的种业纠纷案件不仅涉及小麦、水稻、玉米、大豆等事关粮食安全的主要作物品种，还涉及苹果、葡萄、石榴、番茄、蝴蝶兰等事关群众美好生活的蔬果花卉品种。人民法院种业知识产权司法审判工作在依法保障国家粮食安全、促进种业创新发展的同时，也为满足人民群众对美好生活的向往采取了有力行动。

## “3·15”晚会曝光AI大模型遭“投毒”，律师：相关公司的行为已涉嫌多重违法

**来源：九派新闻**

3月15日晚，央视“3·15”晚会曝光AI大模型遭“投毒”，给AI“洗脑”已成产业链。

据央视财经，按照业内人士爆料，记者在多个网络平台查询搜索到了一项名为GEO的业务，这些从事该项业务的服务商号称，用户只需支付相应的费用，它就能在各大主流AI大模型里，让客户的产品榜上有名，让客户的商品广告，成为AI模型给出的“标准答案”。

如何操控AI、让AI“听话”、给AI“洗脑”，几乎是这些公司推广该业务的核心话题。业内人士表示，GEO作为优化信息分发、提升推广效率的一个工具软件，在某些商业公司眼中，却被挖掘出了另外的作用。

对此，湖北赋兮律师事务所但丁律师向九派新闻表示，针对315晚会曝光的AI“投毒”产业链，揭示了习以为常的AI搜索结果背后，可能隐藏着巨大的陷阱。相关公司的行为已涉嫌多重违法，主要触犯了《反不正当竞争法》《广告法》及《民法典》等相关规定。情节严重时，甚至可能追究刑事责任。

但丁称，该行为涉嫌法律违规、不正当竞争和虚假宣传。利用GEO技术通过“投毒”“投喂”等方式操控AI推荐排名，本质上是一种利用技术手段实施的恶意竞争行为。通过虚构信息让自己的产品在AI的回答中排名前列，或者挤压竞争对手的曝光机会，破坏了公平竞争的市场秩序。目前，全国人大代表已建议在《反不正当竞争法》修订中增设专门条款，明确将此类借助AI进行数据污染、虚假营销的行为列为不正当竞争，并设定阶梯式罚则，情节严重的，可能触犯破坏计算机信息系统罪或诈骗罪。

其次，涉嫌违反《广告法》与《消费者权益保护法》。让AI推荐虚构的产品（如晚会中不存在的“Apollo9”智能手环），其本质是利用AI生成的虚假广告。这种行为不仅欺骗、误导了消费者，还侵犯了消费者的知情权和公平交易权。根据《广告法》，这种通过技术手段夹带私货、发布虚假信息的做法，属于典型的虚假宣传，相关执法部门有权进行查处。

但丁表示，依据《生成式人工智能服务管理暂行办法》，平台需履行内容审核与算法备案义务，否则将受处罚。需要区分的是，虽然“投毒”的商家违法，但AI大模型平台有时却不直接承担赔偿责任。

她举例，根据杭州互联网法院审理的全国首例AI“幻觉”侵权案确立的裁判规则，AI服务在法律上被界定为“服务”而非“产品”，因此适用过错责任原则（即平台有过错才担责），而非无

过错责任。只要平台尽到了显著提醒，并采取了行业通用的技术措施，对于生成的不准确信息，法院倾向于不认定平台侵权，以鼓励技术创新。这意味着，维权的矛头应主要指向“投毒”的幕后黑手（商家和 GEO 服务商），而非 AI 工具本身。虽然大模型厂商常以 AI“幻觉”作为挡箭牌，但平台方仍有义务在金融、医疗等高危领域建立防御机制。如果平台明知存在大量虚假语料污染却未采取有效措施，则同样需要承担相应的法律责任。

而作为消费者该如何维权？但丁告诉九派新闻，我们需要保持警惕，做自己信息核实的第一责任人。首先要保持批判性思维，永远不要把 AI 的回答当作唯一的“标准答案”。特别是涉及医疗建议、金融投资、法律咨询等高风险领域时，要格外小心。其次做到交叉核实信息，不要只依赖一个 AI 模型或一个信息源。尝试在不同平台搜索，或者去查询权威等官方渠道信息。

优秀的 AI 模型通常会标注信息来源。如果 AI 回答时无法提供具体来源，或者来源是一些不知名小网站，那么其可信度就要大打折扣。最后也要学会善用提示词，在提问时，可以尝试指定权威信息源。或者要求其只检索权威数据库。

如果消费者已经掉进这种新型的 AI“种草”陷阱，关键在于保存证据和找准责任主体，可以先固定相关证据——可以对 AI 对话进行录屏，完整录下从提问到获得虚假推荐的全过程，特别是包含产品名称、推荐理由的画面。对商品页面进行截图或录屏，保存消费者在电商平台购买该“被推荐”商品的订单详情、商家信息、宣传页面。如果涉及金额较大，建议对上述电子证据进行公证保全，防止商家删除信息后无以对证。

再向平台进行投诉。首先向电商平台举报商家虚假宣传，其次向 AI 大模型平台反馈，告知其回答被“投毒”污染，要求平台清理数据源。

如遇到平台处理不力，可以向市场监管部门举报商家的虚假宣传行为，或向网信部门举报深度伪造、数据污染问题。依据是 2026 年 2 月已施行的《直播电商监督管理办法》，其中明确要求 AI 生成内容必须显著标识，利用 AI 主播违规的，由运营者承担责任。

如果造成了较大的经济损失，可以依据《民法典》向商家提起诉讼，主张其构成欺诈，要求“退一赔三”。

## 规范标注让短视频虚构不再“隐身”

**来源：中国文化传媒网**

据媒体报道，当前，网站平台关于短视频内容标注的标准和尺度不一，一些含有虚构演绎、摆拍营销、AI 生成等内容的短视频未进行规范标注，严重误导公众认知，扰乱社会秩序，污染网络生态。对此，中央网信办拟指导网站平台全面规范短视频内容标注。

短视频的内容到底是真实记录还是虚构演绎，是人工创作还是 AI 生成，这不仅是对观众知情权的保障，更是对内容生产责任的明晰。一旦标注成为必经环节，创作者便不能再以“观众自己当真了”来推卸责任，平台也不能再用“算法推荐无关内容性质”来回避监管。

虚构本身并不可怕，可怕的是虚假。内容标注不是给创作戴枷锁，而是给创作划清跑道。当创作者光明正大地在作品上标注“本片为虚构演绎”，观众反而能放下“这是真是假”的猜疑，专注于作品本身的艺术表达和思想内涵。

规范标注的意义不仅在于当下治理，更在于培育一种良性的内容生产文化。过去几年，短视频行业经历了野蛮生长，一些从业者形成了“流量至上、真假无所谓”的路径依赖。将内容标注固化为发布流程中的刚性环节，是在促进行业形成自律意识。当每一次发布都要停下来想一想“我的内容属于什么性质、应该如何标注”，这种习惯本身就会逐渐内化为从业者的职业伦理。

当然，规范标注要进一步落地，还需要完善配套的监督和惩戒机制，标注也应当细化、精准，让不同类型的标签真正传递有效信息。

短视频已经成为人们获取信息的重要渠道，让虚构的归虚构，真实的归真实，给每一帧画面打上应有的标签，既是保护观众，也是保护行业自身。稿件来源：中国文化报



# 案例分析

Case

# 重庆市某文化创意有限公司与瞿某等著作权侵权及不正当竞争纠纷案评析

**来源：上海市海华永泰律师事务所 韩玉律师**

## 以公益诉讼剑指“网络开盒”，向网络暴力说“不”

### 一、案情摘要

2023 年 7 月至 2024 年 3 月，周某某等六人（含部分未成年人）依托境外软件平台，创建并管理专门用于“网络开盒”的频道。六人通过交换共享、非法购买及利用“社工库”机器人检索等手段，非法获取并公开发布包含明星、网络红人、社会热点事件当事人等不特定自然人的详细个人信息共计 1200 余条，累计浏览量逾 400 万次。行为人在发布信息时，不仅附加侮辱性评语，更组织、煽动频道成员对受害人实施电话、短信骚扰与辱骂。期间，六人通过频道内广告推广及付费查询方式非法牟利。

经浙江省杭州市临安区人民检察院调查，本案侵权行为地涉及多地，且因公益损害侵权主体与刑事追诉主体存在差异，刑事案件已作分案处理。为全面追究共同侵权责任，临安区院于 2024 年 6 月 24 日以民事公益诉讼立案。公告后，没有法律规定的机关和有关组织提起诉讼。2025 年 4 月 11 日，检察机关依法向杭州互联网法院提起民事公益诉讼，诉请判令各被告及部分未成年人的监护人共同承担公益损害赔偿金 10 万元，并在国家级媒体公开赔礼道歉，另外关于要求周某某等人停止侵权及删除相关个人信息的诉请，鉴于各被告已在开庭审理前自行删除涉案的相关个人信息、注销相关账号，故检察机关对应撤回。

2025 年 8 月 28 日，杭州互联网法院开庭审理并当庭宣判，支持了检察机关的全部诉讼请求。

### 二、案件分析

本案并非孤立的网络暴力事件，而是“人肉搜索”向跨境化、工具化、产业化演变的典型案例。不法分子依托境外平台、非法社工库形成的黑色产业链，将黑手伸向每一个人。从明星网红到社会热点当事人，再到普通人，只要触动了不法分子的利益，就可能成为被“开盒”的目标。这种行为不仅严重侵害公民个人信息权益和人格尊严，更是将线上的戾气传导至线下，威胁受害者的人身安全，破坏整个网络空间的公共秩序，从私益侵权直线升级为危害公共信息安全。

**本案在司法处理过程中面临以下重难点问题：**

一是传统救济路径障碍较多。个体维权面临“举证难、成本高、赔偿低”等多重困境，且受害

者很难追踪境外侵权主体，证据难以固定。而单纯的刑事追责，也仅能惩罚直接犯罪行为人，无法覆盖共同侵权人，更难以弥补、修复被污染的网络生态。

二是司法实践中可参考样本极少。虽然《个人信息保护法》第70条确立了个人信息保护的公益诉讼制度，但实践中对损害利益程度的认定标准、公益损害赔偿金的计算方法，以及刑民程序衔接等核心问题缺乏典型的可援引裁判规则。

三是涉案人员包含多名未成年人。如何在惩戒违法的同时兼具教育意义，让未成年人“迷途知返”，也成为当前避免技术滥用课题下的重要一环。

## 三、检察机关履职要点

杭州市临安区人民检察院突破传统司法局限，采取了以下特色举措：

一是刑民配套、联动出击。在追究刑事责任的同时，及时引入民事公益诉讼，将所有共同侵权人纳入追责范围。因涉及未成年人，相关监护人也一并被列为共同被告，确保责任追究不留死角。

二是创新损害赔偿认定方式。鉴于本案侵权人获利较少，获利金额不能真实反映公共利益受损情况，临安区院专门组织召开专家论证会，邀请法学高校、消费者协会、网信办等单位专家参与论证。综合考量“开盒”的信息数量、种类、造成的社会危害、治理修复成本、侵权行为人经济能力、刑事罚金等因素，酌情确定公益损害赔偿金主张，为后续同类案件计算赔偿数额提供了重要参考。

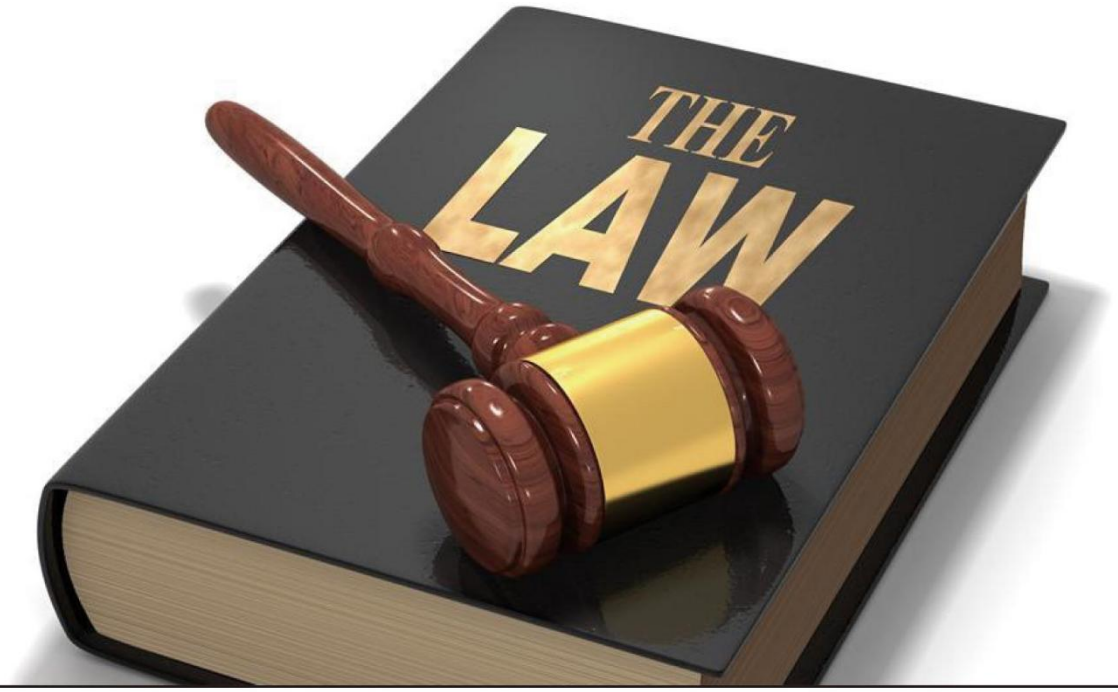
最终，法院判决支持的10万元公益损害赔偿金将用于个人信息保护、网络空间治理等公益事项。

## 四、典型意义

本案作为最高人民检察院发布的个人信息保护检察公益诉讼典型案例，其司法价值与现实意义在当今数字时代尤为凸显。就在本月，上海一女士因举报虐猫团伙传播血腥暴力视频，惨遭恶意“网络开盒”报复，不仅本人及家人身份信息、住址等核心隐私被非法曝光，还被大范围线上、线下骚扰攻击。这起令人发指的事件再次将“网络开盒”这一网络毒瘤推到公众面前，也让我们更加深刻地认识到本案所确立的司法规则有多么重要。

周某某案的典型案例告诉我们，网络绝不是法外之地，任何侵害他人合法权益的行为，都必将受到法律的严惩。我们有理由相信，随着检察公益诉讼制度、相关法律法规的不断完善、网络环境的共同治理以及全民反对网络暴力的有效联动，“网络开盒”这一网络毒瘤终将被彻底铲除，清朗

有序的网络空间也定将稳步形成。




# 法规速递

Law

# 《全民阅读促进条例》

## 第一章　总　　则

第一条　为了促进全民阅读，推进书香社会建设，增强全民族思想道德素质和科学文化素养，提高全社会文明程度，推动建设社会主义文化强国，制定本条例。

第二条　全民阅读促进工作坚持中国共产党的领导，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻落实习近平文化思想，坚持以人民为中心，坚定文化自信，发展社会主义先进文化，弘扬革命文化，传承中华优秀传统文化。

全民阅读促进工作坚持以社会主义核心价值观为引领，传播有益于公民全面发展和社会文明进步的科学文化知识，激发公民阅读兴趣，培养公民阅读习惯，增强公民阅读能力，提升公民阅读质量，形成全社会爱读书、读好书、善读书的浓厚氛围。

第三条　全民阅读促进工作由党委领导、政府主导、社会力量参与，按照公益性、基本性、均等性、便利性的要求，构建全民覆盖、普惠高效的全民阅读促进体系，涵育文明风尚，厚植家国情怀，增强实现中华民族伟大复兴的精神力量。

第四条　国家加强全民阅读促进工作。

县级以上地方人民政府应当加强对本行政区域内全民阅读促进工作的统筹协调。

第五条　国家新闻出版主管部门负责全国全民阅读促进工作。国务院有关部门在各自职责范围内负责相关全民阅读促进工作。

县级以上地方新闻出版主管部门负责本行政区域内全民阅读促进工作。县级以上地方人民政府有关部门在各自职责范围内负责相关全民阅读促进工作。

第六条　国家新闻出版主管部门会同国务院有关部门制定全民阅读促进工作方案，明确全民阅读促进工作的目标、任务、措施等内容。

县级以上地方新闻出版主管部门会同同级有关部门根据实际情况制定本行政区域的全民阅读促进工作实施方案。

# 《全民阅读促进条例》

第七条　县级以上人民政府应当结合实际情况将全民阅读促进工作所需经费纳入本级预算，完善阅读服务体系，创造良好阅读环境，提高阅读服务效能。

第八条　工会、共产主义青年团、妇女联合会、文学艺术界联合会、作家协会、科学技术协会、残疾人联合会等群团组织结合自身特点开展全民阅读促进工作。

第九条　国家支持和引导丰富出版品种，优化出版结构，提高出版质量，推出更多思想精深、艺术精湛、制作精良的优秀出版物，加大全民阅读优质内容供给。

第十条　对在全民阅读促进工作中做出突出贡献的单位和个人，按照国家有关规定予以表彰。

## 第二章　全民阅读推广

第十一条　国家鼓励开展内容健康向上、展现文化底蕴、形式丰富多样的全民阅读推广活动，倡导将全民阅读推广活动与各地区各行业特色相结合，增强吸引力、提高参与度、注重实效性。

第十二条　县级以上新闻出版主管部门会同同级有关部门加强全民阅读推广工作，组织开展全民阅读推广活动，培育全民阅读活动品牌。

县级以上新闻出版主管部门应当组织开展全民阅读公益宣传，倡导公民多读经典、提升精神境界，引导公民树立终身阅读理念。

第十三条　每年 4 月第四周为全民阅读活动周。

第十四条　国家新闻出版等主管部门按照各自职责做好党的创新理论、哲学社会科学、文学艺术、科学技术等方面优秀出版物推介工作，引导公民阅读优质内容。

第十五条　从事全民阅读推广应当具备相应领域的专业能力，推广优质阅读内容，弘扬社会主义核心价值观。

第十六条　报刊出版单位、通讯社、广播电台、电视台、新闻网站等新闻媒体应当通过新闻报道、专题栏目（节目）、公益广告等方式，宣传优秀出版物和全民阅读先进典型，推广全民阅读活动，营造全民阅读氛围。

# 《全民阅读促进条例》

第十七条　国家鼓励促进全民阅读的新技术、新载体、新设施等开发与应用，支持利用信息技术开展全民阅读推广活动，扩大全民阅读推广活动影响力。

第十八条　县级以上人民政府应当按照国家有关规定，在规范和引导的基础上支持社会力量开展全民阅读推广活动。

社会力量开展全民阅读推广活动，应当接受县级以上新闻出版主管部门的指导、监督。

## 第三章　全民阅读服务

第十九条　县级以上地方人民政府应当根据基本公共文化服务有关要求，加强相关场所、设施统筹利用，科学合理规划全民阅读设施建设，有计划地设置覆盖城乡、实用便利、服务高效的全民阅读设施。

全民阅读设施主要包括政府或者社会力量举办的向公众提供阅读服务的公共图书馆、新时代文明实践中心（所、站）、工人文化宫、青少年宫、妇女儿童活动中心、老年人活动中心、乡镇（街道）和村（社区）基层综合性文化服务中心、社区图书室、农家（职工）书屋、公共阅报栏（屏）、公共数字阅读终端等场所和设备。

第二十条　全民阅读设施管理单位应当根据全民阅读设施的功能、特点，向公众提供阅读、借阅、阅读指导、阅读能力培训等服务，公示服务项目，改善服务条件，提高服务水平。公共图书馆应当免费向公众开放阅览室、自习室，配备书桌、座椅，提供相关阅读服务。

全民阅读设施管理单位应当按照国家规定的标准，配置和更新必需的服务内容和设备，加强全民阅读设施经常性维护管理工作，保障全民阅读设施的正常运行和使用。

符合条件的全民阅读设施应当按照国家有关规定免费或者优惠向公众开放，公示开放时间；有条件的全民阅读设施可以在国家法定节假日、休息日和学校寒暑假期间适当延长开放时间。

全民阅读设施管理单位应当建立健全安全管理制度，依法配备安全保护设备和人员，保障全民阅读设施和公众活动安全。

第二十一条　新建、改建和扩建居民住宅区配套建设的公共文化设施应当包括全民阅读设施，为

居民提供阅读服务。

第二十二条　任何单位和个人不得擅自拆除全民阅读设施，不得擅自改变全民阅读设施功能、用途或者妨碍其正常运行。因城乡建设确需拆除或者改变功能、用途的，应当依法重建、改建全民阅读设施。

第二十三条　国家鼓励车站、机场、港口客运站、游客中心、宾馆、银行、商场、医院等公共服务机构和场所设立相应的阅读设施，支持在有条件的飞机、轮船、火车等公共交通工具上提供便利可及的阅读服务。

公园、旅游景区的管理单位可以根据自身条件，安排适宜的阅读设施。

第二十四条　国家鼓励机关、学校、企业事业单位等结合自身条件和实际需要，通过设置图书馆、阅览室、报刊架、阅报栏（屏）等，提供多种形式的阅读服务。

第二十五条　县级以上人民政府根据实际情况，采取政策措施支持实体书店发展；鼓励实体书店改善阅读条件、开展阅读活动，发挥全民阅读服务功能。

第二十六条　国家支持数字阅读与传统阅读相结合，推动优质数字阅读内容供给，提升数字阅读便利性和满意度。

数字阅读服务提供者应当加强数字阅读内容管理，推送优质数字阅读内容，营造健康向上的数字阅读环境。

第二十七条　国家鼓励和支持与全民阅读促进相关的文化产业高质量发展；鼓励和支持社会力量参与建设公共阅读空间，开展旧书交换流通，创新阅读服务模式，丰富全民阅读场景。

国家鼓励和支持社会力量依法通过兴办实体、资助项目、赞助活动、提供设施、捐赠出版物等多种方式，参与提供阅读服务。

## 第四章　全民阅读保障

第二十八条　国家加强全民阅读保障，扩大全民阅读覆盖面，重点扶助农村地区、革命老区、民

# 《全民阅读促进条例》

族地区、边疆地区、欠发达地区的全民阅读，促进全民阅读均衡协调发展。

第二十九条　国家新闻出版主管部门会同国务院有关部门制定少年儿童阅读计划，针对少年儿童的心智发展水平、认知理解能力推广阶梯阅读，开展与其阅读特点和规律相适应的阅读指导活动。

出版单位应当根据阶梯阅读的要求，有针对性地出版适宜不同年龄段少年儿童阅读的出版物。

政府设立的公共图书馆应当设置少年儿童阅览区域，根据少年儿童的特点配备相应的专业人员，开展面向少年儿童的阅读指导。

第三十条　未成年人的父母或者其他监护人应当发挥言传身教作用，开展力所能及的家庭阅读、亲子阅读等，帮助未成年人养成良好阅读习惯。

第三十一条　幼儿园应当为幼儿提供适宜的读物，创设良好的阅读环境条件，培养幼儿阅读兴趣和阅读习惯。

第三十二条　中小学校应当按照素质教育的要求，加强书香校园建设，加大阅读在教学计划中的分量，开设阅读课程，开展阅读辅导，组织校园阅读活动，帮助学生养成阅读习惯，并加强对教师的阅读指导培训，提高教师的阅读指导能力。

第三十三条　高等学校应当将阅读作为重要的教育教学方式，组织学生开展多种形式的阅读活动，鼓励学生拓展阅读内容，丰富学生精神世界，提高学生综合素养。

第三十四条　国家新闻出版主管部门会同国务院有关部门制定乡村阅读计划。县级以上地方新闻出版主管部门会同同级有关部门强化农村阅读促进工作职责，增加农村阅读内容供给，优化农村阅读环境条件，提高农村阅读服务效能，加强农村妇女儿童阅读服务保障，推动城乡基本公共文化服务均等化，丰富农村地区精神生活。

面向农村提供的出版物应当符合农村特点和需求，提高针对性和时效性。

第三十五条　国家提高各民族群众使用国家通用语言文字阅读的能力，支持民族地区开展使用国家通用语言文字的阅读活动，促进民族团结进步，铸牢中华民族共同体意识。

# 《全民阅读促进条例》

第三十六条　国家将书香城市、书香村镇作为精神文明建设重要内容，持续涵育全社会阅读风尚，推进城市文明建设和文明乡风建设。

第三十七条　国家鼓励为阅读障碍者提供有声、大字、盲文、电子等无障碍格式版本的出版物，支持全民阅读无障碍设施建设。

残疾人服务机构应当为残疾人提供必要阅读辅助设施和相应服务。

第三十八条　全民阅读设施管理单位应当考虑老年人阅读需求和特点，提供适老阅读内容，优化适老服务标准，为老年人提供阅读便利。

有条件的老年大学（学校）、为老服务机构等应当开展老年人阅读活动，提高阅读服务水平。

第三十九条　国家鼓励开展全民阅读研究，指导开展公民阅读状况调查，支持开展全民阅读国际交流合作。

第四十条　通过公益性社会组织或者县级以上人民政府及其部门捐赠财产用于全民阅读服务的，依法享受税收优惠。

第四十一条　县级以上新闻出版主管部门会同同级有关部门依法开展阅读活动监管，优化阅读环境。

任何单位和个人不得在阅读活动中损害国家利益、社会公共利益、他人合法权益或者公民身心健康。

## 第五章　法律责任

第四十二条　违反本条例规定，地方各级人民政府和县级以上有关部门及其工作人员未履行全民阅读促进工作职责，侵占、挪用全民阅读经费，或者有其他滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊行为的，由其上级机关或者监察机关责令限期改正；情节严重的，对负有责任的领导人员和直接责任人员依法给予处分。

第四十三条　违反本条例规定，全民阅读设施管理单位未按要求向公众开放，未公示服务项目、

# 《全民阅读促进条例》

开放时间等事项，未建立安全管理制度或者未配备安全保护设备和人员，开展功能、用途不符的服务活动的，由其主管部门责令限期改正；造成严重后果的，对负有责任的领导人员和直接责任人员依法给予处分。

第四十四条　违反本条例规定，损害他人民事权益的，依法承担民事责任；构成违反治安管理行为的，依法给予治安管理处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

## 第六章　附　　则

第四十五条　本条例自 2026 年 2 月 1 日起施行。

# 最高人民法院关于审理侵害知识产权民事纠纷案件适用惩罚性赔偿的解释

《最高人民法院关于审理侵害知识产权民事纠纷案件适用惩罚性赔偿的解释》已于 2026 年 4 月 7 日由最高人民法院审判委员会第 1972 次会议通过，现予公布，自 2026 年 5 月 1 日起施行。

最高人民法院

2026 年 4 月 17 日

最高人民法院关于审理侵害知识产权民事纠纷案件适用惩罚性赔偿的解释

（2026 年 4 月 7 日最高人民法院审判委员会第 1972 次会议通过，自 2026 年 5 月 1 日起施行　法释〔2026〕7 号）

为依法惩处严重侵害知识产权行为，严格落实知识产权惩罚性赔偿制度，根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国专利法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国种子法》、《中华人民共和国民事诉讼法》等有关法律规定，结合审判实践，制定本解释。

第一条　原告主张被告故意侵害其依法享有的知识产权且情节严重，请求判令被告承担惩罚性赔偿责任的，人民法院应当依法审理。

第二条　原告请求惩罚性赔偿的，应当提出明确的赔偿数额、计算方法以及所依据的事实和理由。

第三条　原告在一审法庭辩论终结前增加惩罚性赔偿请求的，人民法院应当准许。在二审中增加惩罚性赔偿请求的，人民法院可以根据当事人自愿原则进行调解，调解不成的，不予支持。

第四条　原告在知识产权侵权诉讼中请求赔偿损失但未请求惩罚性赔偿，经人民法院释明仍未请求，诉讼终结后基于同一侵权事实另行起诉请求惩罚性赔偿的，人民法院不予受理。

第五条　原告针对被告故意实施侵犯商业秘密以外的不正当竞争行为请求惩罚性赔偿的，人民法院不予支持，但法律另有规定的除外。

第六条　对于侵害知识产权故意的认定，人民法院应当综合考虑知识产权客体的类型、权利状态

# 最高人民法院关于审理侵害知识产权民事纠纷案件适用惩罚性赔偿的解释

和知名度，被告与原告或者利害关系人的关系等因素。

被告有下列情形之一的，人民法院可以认定其具有侵害知识产权的故意，但当事人有相反证据足以反驳的除外：

（一）经原告或者利害关系人有效通知后，仍继续实施侵权行为的；

（二）被告或其法定代表人、管理人是原告或者利害关系人的法定代表人、管理人、实际控制人，知道或者应当知道被侵害的知识产权的；

（三）与原告或者利害关系人之间存在劳动、劳务、合作、许可、经销、代理、代表等关系，且基于前述关系接触过被侵害的知识产权的；

（四）与原告或者利害关系人之间有业务往来或者为达成合同等进行过磋商，且基于前述关系接触过被侵害的知识产权的；

（五）实施盗版、假冒注册商标、假冒他人专利行为的；

（六）与原告达成和解并同意停止侵权行为后，再次实施相同或者类似侵权行为的；

（七）通过设立关联公司、变更法定代表人或者控股股东、隐名设立公司等方式掩盖实际控制关系，或者签订免责协议，逃避侵害涉案知识产权法律责任的；

（八）其他可以认定为故意的情形。

第七条　对于侵害知识产权情节严重的认定，人民法院应当综合考虑侵权手段、次数，侵权行为的持续时间、地域范围、规模、后果，侵权人对其侵权行为的认识、基本态度等因素。

被告有下列情形之一的，人民法院应当认定为情节严重：

（一）因侵权被行政处罚或者法院裁判承担法律责任后，再次实施相同或者类似侵权行为的；

（二）无正当理由拒不履行保全裁定的；

# 最高人民法院关于审理侵害知识产权民事纠纷案件适用惩罚性赔偿的解释

（三）伪造、毁坏或者隐匿侵权证据的；

（四）以侵权行为为主营业务或者以侵权获利为主要利润来源等以侵害知识产权为业的；

（五）侵权获利巨大或者侵权行为导致权利人商誉、市场份额等严重受损的；

（六）侵权行为危害或者可能危害国家利益、社会公共利益的；

（七）其他应当认定为情节严重的情形。

第八条　人民法院确定惩罚性赔偿数额时，应当分别依照相关法律，以原告实际损失数额、被告违法所得数额或者因侵权所获得的利益作为计算基数。计算基数不包括原告为制止侵权所支付的合理开支。法律另有规定的，依照其规定。

实际损失数额、违法所得数额、因侵权所获得的利益均难以计算的，人民法院依法参照权利许可使用费合理确定惩罚性赔偿数额的计算基数。

法定赔偿数额不能作为惩罚性赔偿的计算基数。

第九条　以被告的违法所得或者侵权获利作为惩罚性赔偿计算基数的，可以参照营业利润确定。被告以侵害知识产权为业的，可以参照销售利润计算。利润率无法确定的，可以参照统计部门、行业协会等公布的同时期、同行业的平均利润率或者权利人的利润率计算。

第十条　人民法院依法责令被告提供其掌握的与侵权行为相关的账簿、资料等，被告无正当理由拒不提供或者提供虚假的账簿、资料等的，人民法院可以根据原告的主张和在案证据依法确定惩罚性赔偿数额的计算基数。构成民事诉讼法第一百一十四条规定情形的，依法追究法律责任。法律另有规定的，依照其规定。

第十一条　人民法院确定惩罚性赔偿的倍数时，应当综合考虑被告主观过错程度、侵权行为的情节严重程度等因素。惩罚性赔偿的倍数在法定范围内确定，可以不是整数。

第十二条　人民法院适用惩罚性赔偿确定的赔偿数额总额，最高为计算基数的五倍。权利人为制

# 最高人民法院关于审理侵害知识产权民事纠纷案件适用惩罚性赔偿的解释

止侵权行为所支付的合理开支在该总额之外另行计算。

第十三条　因同一侵权行为已经被处以罚款或者罚金且执行完毕的，人民法院在确定惩罚性赔偿的倍数时应予考虑。

第十四条　本解释自 2026 年 5 月 1 日起施行。

本解释施行后，《最高人民法院关于审理侵害知识产权民事案件适用惩罚性赔偿的解释》（法释〔2021〕4 号）同时废止。

本解释施行前已经作出生效裁判的案件，本解释施行后，当事人申请再审或者按照审判监督程序决定再审的，不适用本解释。

# 文化传媒法律资讯

# Entertainment Law Update

## 第七十四期

*Contents*

*Mar 2026*