

## 2023年度第九批重点作品版权保护预警名单

□国家版权局

按照国家版权局《关于进一步加强互联网传播作品版权监管工作的意见》及版权重点监管工作计划,根据相关权利人上报的作品授权情况,现公布2023年度第九批重点作品版权保护预警名单。

相关网络服务商应对版权保护预警名单内的重点作品采取以下保护措施:直接提供内容的网络服务商未经许可不得提供版权保护预警名单内的作品;提供存储空间的网络服务商应当禁止用户上传版权保护预警名单内的作品;相关网络服务商应当及时处理版权保护预警名单内权利人关于删除侵权内容或断开侵权链接的通知。

各地版权行政执法监管部门应当对本地区主要网络服务商发出版权预警提示,加大版权监测监管力度。对于未经授权通过信息网络非法传播版权保护预警重点作品的,应当依法从严从快予以查处。

名称	成都第31届世界大学生夏季运动会相关节目
有关权利人	国际大学生体育联合会 中央广播电视总台
获得信息网络传播权的网络服务商	中央广播电视总台: 含央视网、央广网、国际在线、央视视频、央视新闻、央视体育、央视影音、云听奥林匹克频道APP (2023.7.27-2023.12.7)
	成都大运会执委会: 含网站、大运会 (2023.7.27-2023.12.7)
	成都广播电视台: 看度、神鸟知识 (2023.7.27-2023.12.7)
	中国移动咪咕: 含网站、咪咕视频、咪咕爱看、咪咕极速版、咪咕善跑、咪咕阅读、咪咕音乐、咪咕云书店、咪咕快游、咪视界、咪视通、移动高清、移动云VR、和商务TV (2023.7.27-2023.12.7)
抖音:	含网站、抖音、今日头条、西瓜视频、悟空浏览器、皮皮虾、懂车帝、PICO视频、派对岛 (2023.7.27-2023.12.7)

## 中央广播电视总台发布关于成都大运会版权保护的声明

成都第31届世界大学生夏季运动会(以下简称成都大运会)于2023年7月28日至8月8日在四川省成都市举行。中央广播电视总台(以下简称总台)在中国内地及香港、澳门地区拥有成都大运会独家全媒体权利及独家分许可权利。

中央广播电视总台日前发布成都大运会版权保护的声明称,截至声明发布之日,中国移动咪咕、抖音、成都大运会官方新媒体平台、成都广播电视台新媒体平台,以及四川省、成都市等省、市的地面电视频道和/或广播频率(声明附件载明电视频道和/或广播频率)已获得总台授权。

除上述已获授权机构外,未经总台总经理室正式授权,任何机构或个人不得在中国内地及香港、澳门地区通过电视、广播、互联网、移动通信网、IPTV、互联网电视、移动媒体电视、各类应用软件及其他任何音视频转播技术或平台,以直播、延迟播出、点播、轮播、回看、下载或剧场院线播放、公共场所播放等任何方式,使用成都大运会音视频节目内容、广播电视信号或任何相关视听素材。

总台将联合各方加大维权力度,依法采取有效措施打击侵犯成都大运会节目版权和利用总台成都大运会节目资源从事不正当竞争的行为,依法追究相关主体的法律责任。

(中央广播电视总台)

### ■一家之言

# 作品登记过程中肖像权问题需当心

□张丽英

作品的价值体现于传播和使用过程中,作品登记是证明权属、保障交易、定分止争的重要手段。作品登记工作的意义在于作品的传播和使用保驾护航。做好、做实作品登记工作,为实施创新驱动发展战略、推动高质量发展提供了有力支撑。尤其在近年来,随着我国法治建设和法律宣传的不断完善和推进,人们的法律观念和意识也在不断提高,很多人也都在作品登记的过程中注意到了保护自己肖像权的重要性。笔者认为,在作品登记的过程中,的确有很多肖像权的问题需要引起注意。

### 肖像权在著作权登记中有多种类别体现

肖像,是指通过影像、雕塑及绘画等呈现方式在一定载体上所反映的特定自然人可以被识别的外部形象。所谓肖像权是指自然人对自己通过造型艺术或者其他形式,在客观物质载体上再现自己的形象所拥有的不可侵犯的人格权和专有权利。公民基于自己的肖像,所体现而享有的人格利益、精神利益和财产利益,是我国法律规定保护肖像权的对象。

肖像权的法律特征主要体现在,一是公民的人物形象必须具有肖像特征,被艺术地再现了自然人的外貌形象。其表现形式可以通过摄影、绘画及雕塑等艺术手段,反映出特定公民姿态、容貌及表情等主要特征的图像。二是特定的公民肖像必须形成事实。公民肖像在图片、画面及视觉中,应处于显著位置,被凸显的主体地位,作为特定对象来表现,而不是作为陪衬体。三是肖像必须是肖像权的客体,表现了肖像主体自然人特有的肖像权的人格利益。四是肖像必须具有物的属性。也就是说,肖像的艺术处理应当是具体地、独立地被固定在某一特定的物质载体上,比如照片、电视屏幕及报纸杂志等。它来源于肖像人真实的外部形象,但又独立于肖像人的客观视觉形象,能够为人所支配、控制和处置,并具有一定的财产利益。

著作权中的肖像,是指通过绘画、摄影及文字等艺术手段,使肖像权

的人物形象在物质载体上再现的一种观赏造型作品,即肖像作品。肖像权在著作权登记中主要体现在摄影作品、美术作品和视听作品三类类别中。

肖像权财产利益的产生并非源于自然人肖像的外貌特征本身,而是基于肖像产生的人格利益所派生的,并体现了不同的人格利益需求。因此对自然人的肖像权给予法律上的保护,实际上就是对人格利益保护的需要。《中华人民共和国民法典》第四编人格权里的第四章关于肖像权的规定:自然人享有肖像权,有权依法制作、使用、公开或者许可他人使用自己的肖像,未经肖像权人同意,肖像作品权利人不得以发表、复制、发行、出租、展览等方式使用或者公开肖像权人的肖像。从以上规定可以看出,一是公民依法拥有对自己肖像是否公开使用的权利;二是未经公民本人同意,任何人不得公开使用其肖像。

### 人物摄影作品在登记中易侵权

《著作权法》中的摄影作品是指借助器械在感光材料或者其他介质上记录客观物体形象的艺术作品。在众多的摄影作品类别中,有一类摄影作品在作品登记时,必须要谨慎,否则就有可能侵权,这类作品就是人物摄影作品或者人物肖像的照片。

我们经常会看到在社交平台上看到一幅幅在环境优美的背景下各种姿态的人物照片,比如婚纱照、人像图片等。如果第三方未取得照片上肖像者和摄影师本人的许可,是未经许可上传此类肖像照片的,更不能随意采用此类肖像照片来进行海报宣传、招揽客户及商业推广等,否则这种行为就侵犯了肖像人的肖像权,应当承担相应的侵权责任。

很显然,肖像作品具有肖像权和著作权双重法律属性,肖像权属于肖像人本人,著作权属于拍摄的人,任何第三方对人物肖像照片的合法登载行为,需同时取得著作权人和肖像人的许可,缺乏任何一方的许可,都可能构成侵权。同样,拥有著作权的摄影师,如果要进行此类摄影作品的版权作品登

记,也必须征得肖像权人的书面同意,否则也可能构成侵权。而当肖像人自上传时,仅限于个人肖像作品,肖像权和著作权同时归属于本人,不存在分离情况,因此也就不存在侵权行为。

### 美术作品中肖像权需视情况而定

《著作权法》中的美术作品,是指绘画、书法、雕塑等以线条、色彩或者其他方式构成的有审美意义的平面或者立体的造型艺术作品。常见的美术作品有绘画、毛笔书法、硬笔书法、刺绣、陶瓷、海报、印章等。美术作品中涉及肖像权问题的主要为人物绘画和人物雕塑两种类别。

人物雕塑是指用各种可塑材料或可雕、可刻的硬质材料创造出具有一定空间的可视、可触的各种艺术人物形象。借以反映社会生活、表达艺术家的审美感受、审美情感、审美理想的艺术。比如人物肖像画《蒙娜丽莎》,就是作者达·芬奇根据真实的人物模特形象,从构图造型、绘画技巧及表现手法等诸多方面着手创作,画面所体现的人物充满了端庄、大气、恬静、优雅的美感。

其中高仿真的人物肖像画和人物雕塑,著作权人作品登记也存在肖像权问题。这主要是由于高仿真的人物肖像画和人物雕塑美术作品,一方面反映了特定自然人可以被识别的外部形象,符合肖像的特征;另一方面也符合《著作权法》对作品的定义,因此同样受到《民法典》中有关肖像权规定的保护。但在作品登记工作实践中,还是要进一步细分两类作品的具体情况。比如,公安机关为了破案,根据口述人描述提供的高仿真罪犯嫌疑人肖像画,就不能进行作品登记。为了缅怀铭记、弘扬正气、警示教育等宣传社会主义核心价值观而创作的人物雕塑,进行美术作品登记时,就不适用于肖像权的规定。

### 视听作品需注意授权规范

《著作权法》中的视听作品是指摄

制在一定介质上,由一系列有伴音或者无伴音的画面组成,并且借助适当装置放映或者以其他方式传播的作品,最常见的就是影视作品。

2021年1月1日正式实施的《中华人民共和国民法典》,首次在立法中出现了“肖像作品”“肖像作品权利人”的概念,解决的就是肖像权人与肖像作品权利人享有的两种权利冲突,对肖像作品权利人使用作品的行为进行了规制。具体来说,具有肖像权的自然人,虽然同意第三方将其肖像制作成了肖像作品,但并不意味着具有肖像权的自然人必然同意肖像作品的权利人,可以发表、复制、发行、出租、展览等方式使用其肖像。

比如,在影视作品或者综艺节目中,肖像权人有演员或者嘉宾等,肖像作品权利人有影视剧制作人和摄影师等,即使演员或者嘉宾签订了相关的拍摄合同,同意影视剧或者综艺节目的摄影师和制作方对其进行宣传推广所需的拍照及录像等,但并不是必然表示同意摄影师和制作方可以将其肖像公开使用或进行转授权。所谓转授权,在《民法典》里一般指转委托概念,即初始权利人授权他人后,他人享有的自行授权他人的权利,而不需要再次取得初始权利人的授权。转授权的权利类型、范围、期限等一般应与初始授权人的相同,但双方也可以再次协商约定。因此,肖像作品权利人和肖像权人之间最好再签订一个肖像许可使用及转授权协议,对肖像使用范围、时间期限、使用许可、转授权权利类别和违约责任等方面作出详细约定。

总之,在互联网快速发展的当下,广大著作权人在进行作品创作和登记的过程中,要充分认识到肖像作为一项具体的人格要素,体现的是肖像权人的精神利益和财产利益。一方面要学会尊重任何人的肖像和肖像权,避免因侵权给自己带来各种麻烦和不必要的经济损失;另一方面也要学会使用相关法律手段,保护好自己的肖像和肖像权。

(作者系云南省新闻出版产业技术中心高级经济师)

### ■地方管理

宁夏回族自治区版权局:

## 贴心版权服务让葡萄酒酒香绵长

□本报记者 隋明照

“贺兰山下果园成,塞北江南旧有名。”适宜的气候条件,让宁夏贺兰山东麓成为葡萄酒“黄金产区”,经过多年发展,葡萄酒成为宁夏备受关注的特色产业。近日,国际葡萄与葡萄酒产业大会、第三届中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会在宁夏银川举办,宁夏回族自治区版权局在博览会现场设置了展位,并将版权知识送到葡萄酒展商身边。有针对性的讲解、便捷高效的版权服务,让参展商了解到版权的内涵与作用;面对面的交流答疑,也让版权管理部门了解到从业者的实际需求,提供更有针对性的答疑讲解。

### 葡萄酒标获得版权“身份证”

黛岩·窖藏橡木桶赤霞珠干红葡萄酒,是宁夏宏屹德峰葡萄酒有限公司的代表之作,这款曾获得比利时布鲁塞尔国际葡萄酒大赛金奖的产品,也出现在第三届中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会上。除了参加展会,与同行及经销商进行交流合作,宁夏宏屹德峰葡萄酒有限公司总经理马彦锋告诉《中国新闻出版广电报》记者,此行还有个特别的收获——“黛岩”系列葡萄酒的酒杯在博览会现场进行了作品登记,获得了版权“身份证”。

打开马彦锋发来的酒杯图片,记者可以看到,酒杯图案以饱满的葡萄串和缠绵的藤蔓、舒展的叶片为主,简约大气,颇具现代感,3款酒杯又结合产品特点,在配色及底纹排布等方面各不相同。

颇具匠心的设计,来自专业设计师的手笔。马彦锋说,为了让产品外观更具个性和记忆点,公司与设计师打磨推出了“黛岩”系列葡萄酒的酒杯。在第三届中国(宁夏)国际葡萄酒文化



第三届中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会现场,宁夏回族自治区版权局工作人员向参展商介绍版权知识。宁夏回族自治区版权局 供图

博览会上,他看到宁夏回族自治区版权局的展位可以提供免费的作品登记服务,于是就对精心设计的酒杯进行了作品登记,并现场拿到了作品登记证书,这让他感受到作品登记的便捷。

### 葡萄酒博览会设版权展位

酒香也怕巷子深。葡萄酒也需要有辨识度的包装来凸显其特点,形成品牌的视觉“基因”。正因如此,以酒杯设计为主的包装设计、衍生产品设计,也是第三届中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会的重要展出内容。

外观设计设计中会用到大量美术作品,要想让这些作品的正当权益不受侵犯,版权保护必不可少。在这样的背景下,第三届中国(宁夏)国际葡萄酒文化

博览会上,宁夏回族自治区党委宣传部版权管理处处长王亚军介绍,在第三届中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会上设立展位,今年是第一,其主要功能是提供版权法律维权、纠纷处理服务,并宣传作品登记、《著作权法》等知识。设置展位的目的在于提供版权服务,在展会、进出口等关键领域和环节建立版权纠纷快速处理机制,不断完善版权工作体系。

在宁夏回族自治区版权局展位,最抢眼的设置是“宁夏版权维权作品登记服务站”。王亚军介绍,宁夏作品登记为免费登记,作品登记由自治区版权局版权管理处具体负责办理。在第三届中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会举办期间,共免费登记了20件作品。

除了在展位提供作品登记服务,版权局工作人员还主动走出展位,把版权

知识送到参展商身边。王亚军说,在第三届中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会上,版权管理处工作人员全程参与宣传活动,在交流的过程中,工作人员发现葡萄酒展商对版权保护的维权举证流程、版权保护年限、作品登记办理时限等方面的知识非常感兴趣,咨询的人很多。版权管理处工作人员还发现,葡萄酒商家对版权和商标、专利的概念认识还比较模糊,急需加强著作权法律法规的普及,加强作品登记相关流程、办理时限等方面的宣传,并让更多人知道侵权盗版举报电话。

为此,版权局工作人员针对葡萄酒厂商,制作了专门的版权宣传折页,介绍了著作权保护期等著作权基本知识,并着重介绍了著作权与商标权和专利权的区别,详细解释了三者在保护对象、保护的期限和要求、权利产生方式、权利内容、保护期限方面的区别,一目了然,让受众清楚地知晓区别,选择更适合的方式进行作品保护。

“了解了作品登记的好处,知道今后有作品需要登记该联系谁,自己的权益受到侵害又该如何处理。”这是在第三届中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会上接受版权服务的展商共同的感受。

在展会上,版权局工作人员还发放了《保护版权 从我做起》宣传折页,介绍了什么是著作权、著作权的保护对象有哪些、著作权保护的意义、作品著作权登记的意义、著作权于何时产生、如何进行作品登记等问题。为了方便展商在展会结束后也能方便地找到作品登记的方式,宣传折页上还登记所需材料列表,并留下了登记机构的地址、网址、电话,以及发现被侵权时可以拨打的举报电话。详细的宣传,实用的信息,让展会成为展商与版权管理部门建立沟通关系的开始。

