浩天律师事务所
HYLANDS LAW FIRM

跃马光影 艺塑流年

浩天2026知产周特刊：大知产领域的核心观察

"知识产权和体育:各就位、预备、创新!"

HYLANDS

浩天全国知识产权专业委员会
浩天全国娱乐体育行业委员会
浩天研究院
联合出品

大知产领域的核心观察


HYL

律所简介

北京浩天律师事务所（“浩天”）创立于1997 年，总部位于北京。历经多年发展，浩天现已设有北京、上海、广州、深圳、长沙、成都、重庆、大连、福州、贵阳、哈尔滨、海口、杭州、合肥、济南、昆明、南昌、南京、南宁、宁波、青岛、石家庄、沈阳、苏州、天津、太原、温州、武汉、乌鲁木齐、无锡、西安、徐州、银川、郑州、北京（密云区）、北京（昌平区）、香港、旧金山、比什凯克 40 家办公室和浩天胡关李罗(前海)联营律师事务所及1 家知识产权代理事务所。浩天在全球130 多个国家和地区拥有超过150 家合作律师事务所，可为全球客户提供一站式、多领域、跨国界的专业法律服务。

浩天现有600 余位合伙人及顾问，2000余名律师和专业人员，能够为客户提供英语、日语、韩语等多种语言的法律服务。浩天是中国优秀的大型综合性高端商事律师事务所之一，连续多年荣获钱伯斯（Chambers and Partners）、亚洲法律杂志（ALB）、法律500 强（The Legal 500）、亚洲法律概况（asialaw Profiles）、IFLR1000和商法（China Business Law Journal） 等国际法律评级机构的推荐及奖项。

40 家办公室

130+ 个服务涉及国家和地区

600+ 名合伙人及顾问

150+ 家全球合作律师事务所

LANDS LAW FIRM



发刊词

二〇二六年四月，暮春之交，第26个世界知识产权日如期而至。WIPO将这一年度的旗帜挥向了绿茵场与竞技台——**"知识产权和体育：各就位、预备、创新！"**（IP and Sports: Ready, Set, Innovate!） 而在同一周期展开的全国知识产权宣传周，则以更具纵深感的命题回应时代的叩问：**"加强新兴领域知识产权保护，加快新质生产力发展"。**

两重主题，看似各据一端——一者以体育为镜，照见知识产权与肉体极限、与狂欢现场之间绵密的共生关系；一者以新质生产力为轴，指向AI算力、算法模型、生物基因与数据疆域中那些尚未被法律语言完全驯服的莽原。但将它们并置在一起读，便会发现其底层的同一颗心脏在跳动：**知识产权从来不是一纸证书的静态陈列，它是创新的呼吸节律，是每一次"跃马"腾空时、光影掠过之处，对创造之魂的辨认与护航。**

一、赛场之上：当竞技成为IP的第一现场

体育之所以动人，在于它把所有的不确定性压缩进有限的时间—— 分钟内，胜负即定。但恰恰是这种稍纵即逝的"现场性"，构成了体育知识产权最幽微也最凶险的战场。

你看那转播镜头切割出的每一帧画面：摄像机轨道的铺设角度、信号传输的加密协议、慢动作回放的多机位拼接——**电子竞技赛事转播**的著作权归属与邻接权边界，早已不是技术问题，而是法律技术的角力场（第2篇）。赛事本身的商业开发，从冠名赞助到特许商品，从场馆视觉识别系统到融媒体矩阵的传播裂变，**体育赛事品牌营销**每一步都踩在合规风险的薄冰上（第13篇），而**赛事IP的客体范围与开发路径**（第15篇）则逼迫我们去回答一个根本性的追问：赛事本身，究竟是一件"作品"、一项"财产"，还是一种不能被简化为任何一种传统权利客体的、流动的文化现象？

更不必说**体育赛事短视频传播**带来的著作权侵权风险——二创剪辑、精彩集锦、实时动图的传播速度远超任何禁令的送达速度（第14篇）。在这里，法律的滞后性与传播的即时性形成了近乎残酷的对冲。本集中的这些篇章，不是在纸上谈兵，而是在为每一声哨响之后、每一个热搜背后，补上那道应当存在的法律护栏。

二、从赛场到市场：价值的溢出与边界的勘定

如果说赛场内的知识产权关乎"那一刻属于谁"，那么赛场外的衍生宇宙，则关乎"这份热爱能被怎样合法地变成生活的一部分"。

体育IP衍生品一篇以球星卡产业为切口，剖开了一个令人着迷的世界：一张印着运动员肖像的硬质卡片，何以在二级市场炒至数万元？它的价值底座是粉丝情感、稀缺机制、品牌授权与交易生态的共同浇筑——但当情感被金融化，法律边界就必须清醒地站在那里，划定"收藏"与"投机"、"授权"与"搭便车"之间的那根线（第4篇）。同样，**体育明星个人IP的商标布局**（第5篇）提醒我们：一个名字、一幅纹身图案、一句标志性庆祝动作的视觉化表达，都可能成为被抢注的标的——个人品牌的防御性注册，本质上是在替运动员的"人格符号"修筑城墙。

而**体育教育培训预付费**的合规指引（第7篇），则将视线投向了更朴素也更普遍的生活场景——当家长的信任被预付学费所承载，当青训机构的课程包以"未来之星"为名流通于市场之中，知识产权的叙事便从宏大降落到日常，变成一间教室、一块场地、一群孩子脚下必须踩实的地面。

三、硅基时代：新质生产力背后的法律骨骼

2026年知产周强调"新兴领域"，不是修辞上的赶时髦，而是因为**创新的前沿已经跑到了立法者视线的尽头**。

本集收录的数篇AI相关文章，恰好构成了一幅从微观到宏观的合规地图：**AI知产布局**一文将算法、数据与模型拆解为一条全链条的保护策略（第11篇），告诉你"保护"不是某个单一专利能解决的问题，而是需要从数据采集的合法性地基一路砌到模型输出的侵权责任天花板。**AI Agent访问平台侵权**的中美司法态度对比（第10篇），则把视角拉到了全球坐标系——同一个Agent自动抓取行为，在太平洋两岸的法庭里可能得到截然不同的定性，这种分歧本身就是跨国运营的合规成本。**医疗AI**的知识产权风险与合规体系（第8篇），更进一步将AI从"通用技术"推进到"关乎生命的专业领域"，每一次诊断辅助算法的迭代，都同时踩在数据隐私、专利策略与产品责任的十字路口。**人体信息收集**中运动科技赋能下的敏感个人信息认定问题（第6篇），则把我们每个人的心跳频率、步态特征、血氧曲线推到了"个人信息"与"身体主权"的哲学—法律交界线上。

而**实质性派生品种制度**（第9篇）的存在，提醒我们：即便在最古老的农业创新领域——种子的基因图谱与育种方法——知识产权的新制度供给同样在重塑着人类与生命本身的关系。

这些篇章合在一起，构成了一组有力的证词：**所谓"新质生产力"，其骨骼不是算力，不是资本，而是对无形资产的界定能力。没有这套骨骼，再汹涌的创新浪潮也会在侵权的暗礁前碎成泡沫。**

四、东西之间：全球化的知产棋局

中美包装外观侵权的域外取证与证据采信（第3篇），以及**中美AI专利审查逻辑的深度对比**（第12篇），将本集的视野从国内法推向了国际博弈的真实地形。外观设计的侵权判定看似只关乎一只瓶子、一双鞋、一套包装——但当供应链横跨太平洋、电商平台击穿地域边界、"域外取证"成为每一场维权战役的第一道天堑时，你会意识到：知产的战场从来不在法条里，而在集装箱码头、在服务器机房、在国际私法冲突规范的缝隙之间。

这两篇的存在，使整本作品集免于沦为自说自话的内向叙事。它们提供了一种必要的张力——**中国的知产实践不是在真空中生长的，它始终在与全球最强势的知识产权体系的对话、碰撞、摩擦与借鉴中，锻造自己的话语方式和裁判逻辑。**

尾声：艺塑流年

"跃马光影"——马跃而起的那一瞬，是力与美的峰值，也是风险最大的刹那，它需要缰绳，也需要旷野；**知识产权就是那副既约束又解放的缰绳**。"艺塑流年"——所有的创造，都是时间在材料上留下的塑痕。一首歌、一张球星卡、一段算法、一粒种子、一个品牌的百年沉浮，莫不如此。**知产保护的深层意义，不是锁住什么，而是让塑痕不被抹去，让后来者的手能够摸到前人的纹理，从而接续雕刻。**

这本集子里的十五篇文章，不是十五扇彼此隔绝的窗，而是一整套坐标系统：横轴是**从赛场到市场再到硅基未来的产业纵深**，纵轴是**从中国法到跨国博弈的制度高度**。

各就位。 法槌已落。
预备。 赛场上的身影与屏幕后的代码同时蓄力。
创新。 而我们要做的，不过是确保每一次跃起都有光可循，每一寸塑痕都经得起流年。

目录

CONTENT

01 体育赛事IP：开发和交易中常见风险及防控策略 12
02 电子竞技赛事转播：法律风险与规范运营路径解析..... 18
03 中美包装外观侵权：域外取证、证据采信与法律适用 24
04 体育IP衍生品：价值与法律边界（以球星卡产业为例）..... 29
05 从赛场到市场：体育明星个人IP商标布局实务指引 32
06 人体信息收集：运动科技赋能下，敏感个人信息认定与合规 36
07 体育教育培训预付费：合规运营前端指引 42
08 医疗AI：知识产权风险及合规体系构建 47
09 实质性派生品种制度：立法现状和实践意义 54
10 AI Agent访问平台侵权：中美司法态度对比与实务合规路径 59
11 AI知产布局：算法、数据与模型的全链条保护策略 66
12 殊途同归：中美AI专利审查逻辑与布局策略深度对比 72
13 体育赛事品牌营销：合规风险与实操应对 76
14 体育赛事短视频传播：著作权侵权风险防范与合规路径 80
15 赛事IP：客体范围与开发路径 86

体育赛事IP：开发和交易中常见风险及防控策略

主笔人



刘盈子

北京浩天律师事务所 高级合伙人
浩天全国娱乐体育行业委员会 牵头合伙人
浩天研究院 副院长
liuyingzi@hylandslaw.com



张璐

北京浩天（上海）律师事务所 律师
zhanglu.sh@hylandslaw.com



陈奕帆

北京浩天律师事务所 实习律师
chenyifan@hylandslaw.com

2015年被业内称为中国体育产业元年，自此“体育赛事IP”成为一个热门概念。从法律实务角度来看，“体育赛事IP”不仅是赛事本身的产权集合，更是可商业化、可交易、可持续增值的知识产权资产。

一、引言

2015年被业内称为中国体育产业元年，自此“体育赛事IP”成为一个热门概念。从法律实务角度来看，“体育赛事IP”不仅是赛事本身的产权集合，更是可商业化、可交易、可持续增值的知识产权资产。

但在“体育赛事IP”开发、授权、交易、维权的过程中，各类风险仍时有发生。2026年世界知识产权日以**“知识产权和体育：各就位、预备、创新！”**为主题，知识产权和体育的携手登场为“体育赛事IP”的开发和交易带来了机遇与挑战，故本文结合实务案例，梳理“体育赛事IP”开发和交易中的常见风险及防控策略，以期为**赛事方**[1]**、承办方、赞助方、投资方**等相关主体提供法律合规指引。

二、“体育赛事IP”：含义与价值

依据2022年《中国体育赛事IP商业化研究报告》，国内“体育赛事IP”指具有一定商业价值的体育赛事的产权及其相关的衍生产品，核心权益包括赛事门票销售权（纸质票、电子票）、赛事赞助权（冠名权、无形资产使用权、竞品排他权、场内产品展示）、赛事媒体转播权益（电视转播权、网络转播权、广播转播权）和特许衍生开发权（周边产品、内容开发）这四种权益。

“体育赛事IP”处于体育产业链核心价值位置，不仅是赛事差异化的标识，还兼具着经济价值、文化传播与品牌塑造的功能。若在其开发与交易的任一环节出现法律合规缺失，都可能引发权利流失、侵权索赔、合作破裂，甚至影响赛事正常举办与商业变现。

三、“体育赛事IP”开发与交易：常见风险

（一）赛事标识类风险

实践中，赛事标识类风险主要表现为：
一是赛事核心标识（图形标识或文字标识）未及时注册商标或登记著作权或注册赛事官方媒体账号，被他人恶意抢注，导致赛事方丧失合法使用权或产生纠纷；**二是**赛事方在自主使用过程中侵犯他人在先的商标权、著作权等合法权益；**三是**承办方、赞助方等被授权主体超越授权范围滥用赛事标识，例如在赛事方授权期限、授权区域或授权范围之外使用赛事标识；未经授权对赛事标识进行二次创作并进行注册或登记，等等。

- 经典案例 -

浙江省城市足球联赛的赛事名称“吴越杯”在赛事方发布当日即被第三方抢注了同名微信公众号，导致赛事方官方微信公众号只能使用“浙江省城市足球联赛”作为名称。该第三方还在该微信公众号简介中备注“浙江省城市足球联赛”并发布门票预订、赛程等信息，严重扰乱了“吴越杯”赛事方的赛事运营。[2]

【1】为免歧义以及保持全文的统一性，本文将赛事方作等同于“体育赛事IP”的所有方处理，实践中，赛事方可能与“体育赛事IP”的所有方不一致

【2】参见新黄河客户端《浙江足球联赛”吴越杯”公众号名称遭“抢注"?主办方:多次联系但对方却不理不睬，公开喊话希望归还名字》

（二）赛事视频传播风险

一方面，未经授权擅自剪辑、传播他人合法所有的赛事视频，可能构成信息网络传播权的侵权。实践中，碎片化的剪辑与传播引发的侵权问题也日益突出。另一方面，在这个全民直播的时代，操作简易、成本低廉也给众多观众创造了赛事直播的便利，然而未经授权擅自对赛事进行直播，亦可能构成信息网络传播权的侵权。

- 经典案例 -

某平台在2020年东京奥运会期间，截取中央广播电视总台播放的电视内容，将奥运赛事夺冠瞬间制作大量GIF动图、截图，并在其运营的网站及APP“奥运专栏”传播。法院认为，这些动图形成对完整赛事的“替代观看”效果，侵害了权利人的信息网络传播权与广播组织权，判决某计算机公司赔偿某网络公司经济损失和合理费用共108万元。[3]

（三）赛事周边衍生品盗版侵权风险

赛事周边衍生品的开发与销售一直是“体育赛事IP”转化为商业收入的重要来源之一，然而在加工与制造业发达的今天，盗版侵权风险频发，具体表现为：

一是直接仿冒，即未经授权或许可生产、销售带有赛事会徽（LOGO）或吉祥物形象的玩偶、钥匙链等周边商品；**二是**近似混淆，即通过微调吉祥物线条、改动会徽（LOGO）配色等方式生产、销售商品，误导消费者购买；**三是**渠道违规，部分商家从非正规渠道购入盗版周边商品，以“低价促销”吸引消费者购买。

- 经典案例 -

北京冬奥会期间，韦某升等人通过网络平台假冒销售权利人注册商标的奥运吉祥物玩偶、钥匙链等商品，构成销售假冒注册商标的商品罪，被判处有期徒刑并处罚金。[4]

（四）合同所涉风险

“体育赛事IP”开发与交易过程涉及的主体广泛，各主体之间签署的合同类型与性质多样，例如赛事方与承办方之间的赛事运营协议，其中可能涉及赛事标识的授权与使用、赛事举办的政府审批、赛事的执行与落实等内容；赛事方与赞助方之间的赛事赞助协议，其中会涉及赛事冠名权、竞品排他权、赛事标识使用权等内容；赛事方与投资方、合作方、供应商等其他主体之间均可能形成合作合同、服务合同关系。

若赛事方对“体育赛事IP”的权利归属不明、资质存在瑕疵，赛事方签订的合同存在授权范围模糊、权利义务不清、保密条款缺位、违约责任缺失、关键条款语义模糊等问题，则易导致“体育赛事IP”的商业化进程受阻、预期收益无法兑现，甚至影响赛事正常运营。

【3】参见体育和法：《这些奥运“夺冠瞬间”GIF动图侵权，被判赔偿108万元！》
【4】参见检察日报正义网：《打假！是“冰墩墩”不是“冫水 敦 敦”！》

- 经典案例 -

某有限公司以高价获得某有限责任公司版权后，因足协出台的“U23”政策与“内外援调节费”政策影响赛事市场价值，提出暂停支付版权费并重新谈判。值得注意的是，双方虽于合同中约定了“不可抗力”条款，但新政策均为中国足协正式发出的通知，是否为“不可抗力”仍有争论[5]，这暴露出合同关键条款细化不足所潜藏的风险。

（五）人格权侵权风险

通过竞技成绩的实现以及受粉丝经济、人设构建等因素的影响，体育运动员可以获得一定程度的商业影响力和号召力。尤其是奥运会冠军、明星运动员等可以成为商业领域品牌营销、提升市场竞争力的重要资源，部分运动员更是以个人名字建立商业品牌、举办体育赛事等。无论是为商业品牌代言还是举办冠以运动员个人名字的体育赛事，核心在于品牌方或承办方均需合法取得运动员的授权。当第三方未取得合法授权、超范围使用或擅自转授权，将运动员肖像、姓名等人格标识用于赛事宣传、赞助合作、衍生品开发时，则可能构成对运动员的人格权侵权。

- 经典案例 -

某有限公司未经奥运冠军仲某同意，擅自在其企业网站及其产品外包装上，使用仲某在2008年北京奥运会上夺冠时的照片，并在照片旁标注了其为品牌形象代言人的字样。法院认为其行为构成对仲某人格权之侵害，故判决其赔偿仲某经济损失费12万元、精神损害抚慰金1万元。[6]

四、“体育赛事IP”开发与交易：风险防控策略

由上述风险可知，随着中国体育产业蓬勃发展以及“体育赛事IP”商业化进程的加快，强化“体育赛事IP”交易中的法律合规运营至关重要。赛事方及“体育赛事IP”交易中的相关主体主要从以下几个方面出发，对交易中可能产生的风险予以把控，建立全方位的风险防控、纠纷解决机制。

（一）前端防控

对于赛事方需主要注意以下几点：

1. 在“体育赛事IP”开发的同时，甚至更早启动对体育赛事的定位与商业规划，明确赛事标识、吉祥物、赛事节目、周边衍生品的开发及权利归属，并制定完整的知识产权注册、登记方案，保障IP价值的充分实现；

2. 及时对体育赛事中的知识产权进行商标注册或著作权登记，以赛事方的名义或赛事名称注册现有主流媒体账号，并实时监测商标公告，从源头上阻断赛事标识、名称等权利被恶意抢注、被侵权的风险隐患；

3. 承办方、赞助方或其他合作方开展体育赛事时应当对合作方开展充分的法律尽职调查，审核承办方的赛事

【5】参见中国经济周刊：《足协"新政"让版权商很是"受伤"》

【6】参见中国法学网：《奥运冠军仲满肖像权侵权案终审获赔13万》

运营经验与能力、赞助方的品牌影响力与履约能力、合作方的主体资质、涉诉情况等，排除不合格合作方；

而承办方、赞助方或其他合作方在与赛事方开展合作前，应严格审查赛事方的资质、“体育赛事IP”的权利归属与瑕疵情况，确保赛事方合法、完整地拥有“体育赛事IP”。

（二）中端合规

为规避“体育赛事IP”在落地运营阶段的法律风险，赛事方及“体育赛事IP”交易中的相关主体均可从以下几个方面进行考量：

1. 严格限定“体育赛事IP”的授权期限、授权区域、授权类型及授权范围，可建立授权文件台账，监督被授权方规范使用“体育赛事IP”，禁止修改、二次创作等超范围使用行为，定期核查并纠正被授权方的违规行为；

2. 及时就赛事的举办向政府、消防、安保等相关部门报批，积极配合政府部门对赛事举办的审查与监督；

3. 就体育赛事运营过程中涉及的合作、授权、转播、赞助、周边衍生品开发等协议从权利归属、授权内容、再授权限制、权利义务、赛事奖金（财务）透明与合规、赛制公平、竞品排他、不可抗力、隐私保护、遵守保密义务、违约责任、争议解决等方面进行全面的审核，并严格履行协议。

（三）后端维权

如赛事方或“体育赛事IP”交易中的相关主体面临违约或侵权或被侵权的问题，应当主要注意以下几点：

1. 对恶意抢注商标或登记著作权的行为，及时启动商标异议、无效宣告及撤销等申请程序；对恶意在媒体平台抢注赛事名称的行为，向平台进行举报、申诉等，以取回赛事名称的使用权；

2. 第一时间对可能被侵权的视频、图文、肖像、直播等内容和路径、链接进行证据保全，第一时间固定侵权证据，必要时可通过公证保全；

3. 就违约方的违约行为或侵权方的侵权行为向其致函，要求立即停止违约或侵权行为；如侵权方未经授权通过网络平台传播视频、进行直播等，可向网络平台举报投诉，要求平台及时下架侵权内容；

4. 就生产、销售未经许可的周边衍生品的行为，向市场监管部门举报行为人构成假冒侵权、虚假宣传等；

5. 随时关注体育赛事及所涉体育运动员的舆情，避免产生不良影响致使运动员的形象受损、“体育赛事IP”的商业价值降低；

6. 及时启动对违约方或侵权方的法律救济程序，确保合法权益得到有效维护。

五、结语

“体育赛事IP”的开发与交易，是法律结构与商业逻辑的深度融合。既往纠纷提示我们：唯有尽可能明晰权利归属、理顺授权链条、强化风险管控、确保合规运营，才能更好地推动“体育赛事IP”实现稳定、有序、可持续的商业开发与价值流转。

电子竞技赛事转播：法律风险与规范运营路径解析

主笔人



周汉

北京浩天律师事务所 合伙人
浩天全国娱乐体育行业委员会 牵头合伙人
浩天全国知识产权专业委员会 牵头合伙人
zhouhan@hylandslaw.com



张樱山

北京浩天律师事务所 合伙人
浩天全国知识产权专业委员会-知识产权权利保护组 牵头合伙人
zhangyingshan@hylandslaw.com

2003年，电子竞技被国家体育总局正式确定为第99个正式体育项目。2025年，中国电子竞技产业收入为293.31亿元，同比增长6.40%，其中，赛事收入是电子竞技产业中占比第二大的业务板块，行业规模呈稳步增长态势。

引言

2003年，电子竞技被国家体育总局正式确定为第99个正式体育项目。2025年，中国电子竞技产业收入为293.31亿元，同比增长6.40%，其中，赛事收入是电子竞技产业中占比第二大的业务板块，行业规模呈稳步增长态势[1]。

转播平台、赛事主办方、游戏开发者之间围绕电子竞技赛事转播的商业合作日趋紧密。但与此同时，电子竞技赛事转播的合规问题也伴随行业发展，成为产业发展的主要法律风险之一。

基于此，本文拟围绕电子竞技赛事转播的合规问题进行分析，以期为行业发展厘清法律风险、规范运营路径，助力电子竞技产业健康有序发展。

一、电子竞技赛事直播画面是否构成著作权法保护的“作品”

电子竞技赛事直播画面是融合游戏画面、赛事对抗、镜头剪辑、解说编排与视觉包装的连续动态内容。厘清其法律性质，是判断转播权利主体、划定侵权边界、确定保护路径的核心前提，直接影响赛事主办方、转播平台及游戏厂商的权利归属与责任认定。据此，笔者将结合司法实践中的典型案例逐一简要分析如下：

（一）早期司法裁判：否认作品属性，以不正当竞争为裁判依据

上海某传媒公司诉广州某网络科技公司著作权侵权及不正当竞争纠纷案[2]是全国首例电子竞技游戏赛事直播纠纷案，形成了法院裁判此类案件的早期观点。

本案中，游戏DOTA2由美国维尔福公司（Valve Corporation）开发，并由完美世界（北京）网络技术有限公司在中国大陆地区代理运营。2014年，原告上海某传媒公司与游戏代理运营商签订战略合作协议，共同运营2015年DOTA2亚洲邀请赛，并获得该赛事在中国大陆地区的独家视频转播权。被告广州某网络科技公司未经授权，以通过客户端旁观模式截取赛事画面配以主播点评的方式实时直播涉案赛事。上海某传媒公司遂以著作权纠纷及不正当竞争为由将广州某网络科技公司诉至法院。

一审法院上海市浦东新区人民法院认为，原告主张的转播权不属于法定的著作权权利，赛事画面不属于著作权法规定的作品，关于被告侵害其著作权的主张不能成立。但被告明知涉案赛事由原告举办、原告享有涉案赛事的独家视频转播权、并付出了较大的办赛成本，在未取得任何授权许可的情况下，向其用户提供了涉案赛事的视频直播，其行为直接损害了原告的合法权益，损害了网络游戏直播网站行业的正常经营秩序，违反了诚实信用原则和公认的商业道德，构成对原告的不正当竞争。

一审判决后，被告不服，提起上诉。二审法院上海知识产权法院未对涉案赛事画面是否构成著作权法保护的作品作出正面回应，仅在不正当竞争认定上与一审法院保持一致，认为被告的行为违反了反不正当竞争法中的诚实信用原则，损害了原告合法权益，破坏了市场竞争秩序，具有不正当性。

【1】参见中国音像与数字出版协会《2025年中国电子竞技产业报告》
【2】参见上海知识产权法院《擅自直播电子竞技游戏赛事损害赛事运营者利益》

由此可见，该案一审、二审均**未将电子竞技赛事直播画面纳入著作权法保护范畴**，而是以不正当竞争作为裁判依据，充分反映出早期司法实践对电子竞技赛事画面法律定性的保守立场。

（二）司法理念转变：肯定“作品”属性，纳入著作权法保护范畴

在广州某科技有限公司诉武汉某网络科技有限公司侵害其他著作权及不正当竞争纠纷案[3]中，法院首次明确认定**电子竞技赛事直播画面属于著作权法保护的作品**。

2020年2月，原告与ESL Gaming GmbH公司达成战略合作，获得IEM Katowice 2020、ESL One LA和EPL第11季赛事的中文直播权。后原告发现被告运营的直播平台在未经授权的情况下，擅自直播IEM系列赛事和EPL系列赛事。原告于2020年2月24日和3月18日分别向被告发出侵权通知函，然而在收到通知函后，被告仍未停止侵权行为。原告遂诉至法院，认为被告侵犯了其对相关赛事享有的著作权，同时构成不正当竞争。

法院认为，涉案赛事直播为向观众传递游戏进展的连续画面，呈现电子竞技的对抗性、故事性，在直播过程中有选择地对画面选取和切换，为了全方位捕捉游戏精彩画面，还会进行游戏画面的加工、剪辑，同步字幕及解说，将视听画面内容通过互联网对外实时传送，使得在具体时点上每一帧画面和声音存在直播画面个性化选择的多种可能性，表现为有伴音的连续画面，符合以类似摄制电影的方法创作的作品的客观表现形式、传播利用方式，构成我国著作权法保护的以类似摄制电影的方式创作的作品。

上述两起典型案件，清晰展现了司法裁判对电子竞技赛事直播画面性质认定的重大转变。2021年6月1日施行的《著作权法》将“电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品”修改为“**视听作品**”，拓宽了著作权法保护的作品范围，为电子竞技赛事直播画面纳入视听作品保护范畴提供了制度基础。

二、电子竞技赛事转播权法律性质与权利归属

（一）转播权的法律性质

在我国现行法律框架下，转播权并非法定的权利类型，亦未有专门立法对其进行系统规制，其本质是集合广播权、信息网络传播权等多项权利形成的复合型权利体系。

具体而言，电子竞技赛事转播权主要涵盖对电子竞技赛事开展的实时直播、延时转播、点播回放、二次剪辑传播等一系列利用与传播行为的控制权。

鉴于游戏运行画面、电子竞技赛事直播画面分属不同权利主体，转播方若要合法合规转播赛事，必须事先完成多层级、多主体的授权程序，任一环节权利瑕疵均可能引发侵权风险。

（二）转播权的权利归属

1. 游戏开发者

【3】参见上海知识产权法院《上海知产法院审结全国首起电竞游戏赛事网络直播纠纷案》

电子竞技赛事以网络游戏为基础载体，赛事所呈现的游戏运行画面，本质上属于游戏开发者依法享有著作权的视听作品。赛事主办方开展赛事组织、制作与转播，必然需要使用游戏运行画面，因此必须事先取得游戏开发者的合法授权，否则将直接构成侵权。游戏开发者的授权，是电子竞技赛事转播得以合法开展的基础性前提。

2. 赛事主办方

依据《中华人民共和国体育法》第五十二条第二款规定：“未经体育赛事活动组织者等相关权利人许可，不得以营利为目的采集或者传播体育赛事活动现场图片、音视频等信息。”

此规定虽未明确说明赛事主办方享有赛事转播权，但司法实践中一般据此认可赛事主办方享有包含转播权在内的各项赛事合法权益。

电子竞技赛事作为体育赛事的重要类型，赛事主办方（通常为赛事组委会、赛事运营公司等）承担赛程安排、现场组织、直播画面制作、信号输出等核心工作，系赛事转播价值的主要创造者，电子竞技赛事转播权应归属于赛事主办方。

实践中，若多方主体联合举办赛事，则转播权的具体归属与分配，应依据合作协议予以明确约定。

3. 直播平台

各大直播平台为争夺用户流量，积极与热门电子竞技赛事开展合作，从赛事主办方处取得赛事的网络直播权。但在该等合作中，平台仅提供网络技术与传播服务，并未直接参与赛事筹备、组织及执行，亦未对赛事画面、直播内容进行任何创造性投入，因此，一般情况下，直播平台对赛事直播画面不享有著作权。

但值得注意的是，随着电子竞技产业的快速发展，部分赛事主办方不仅承担赛事组织、直播画面制作等核心职能，同时通过其自建或控股的直播平台直接进行赛事转播。在进行法律分析与权利界定时，仍应分别讨论其在不同角色下的权利基础与法律责任，避免混淆不同权利类型的边界与归属。

三、电子竞技赛事转播权的法律限制

（一）重大赛事电视转播权购买途径的限制

我国对关注度高、公共性强的国际体育赛事实施电视转播权统一购买制度。

根据《国家新闻出版广电总局关于改进体育比赛广播电视报道和转播工作的通知》第一条规定：“重大的国际体育比赛，包括奥运会、亚运会和世界杯足球赛（包括预选赛），在我国境内的电视转播权统一由中央电视台负责谈判与购买，其他电台电视台不得直接购买。中央电视台在保证最大观众覆盖面的原则下，应就其他电台电视台的需要，通过协商转让特定区域内的转播权，确保重大国际体育赛事在中国境内的播出覆盖。”

据此，转播方不得直接向国际赛事组织机构购买奥运会、亚运会电子竞技项目（如有）的电视转播权，而应当通过中央电视台取得相应转授权，且其实际行使的转播权限不得超出中央电视台所获授权的权利范围。

实践中，中央电视台通常不仅购买上述赛事的电视转播权，还会一并取得赛事在大陆地区的独家全媒体权利，因此，各类互联网应用软件及网络视听平台对相关赛事进行转播往往也需要获得中央电视台的许可。

（二）未成年人保护的播出限制

为强化未成年人网络保护、规范游戏类内容传播秩序，我国对电子竞技赛事转播设置了明确的准入限制。

根据《国家广电总局关于禁止播出电脑网络游戏类节目的通知》第二条规定：“各级广播电视播出机构一律不得开设电脑网络游戏类栏目，不得播出电脑网络游戏节目。”

同时，《国家广播电视总局网络视听节目管理司 中共中央宣传部出版局关于加强网络视听节目平台游戏直播管理的通知》第一条规定：“严禁网络视听平台传播违规游戏。网络影视剧、网络综艺、网络直播、短视频等各类网络视听节目均不得直播未经主管部门批准的网络游戏，不得通过直播间等形式为各类平台的违规游戏内容进行引流。”

据此，即便权利人已合法取得电子竞技赛事转播权，亦不得在广播电视渠道进行公开播放；在网络视听平台开展赛事转播的，亦仅可播放经主管部门批准的网络游戏相关赛事内容，严禁直播未经批准的违规游戏或为其引流。

（三）转播权授权内容的限制

目前，我国并未就转播权的权利内容进行法律限定，因而电子竞技赛事转播权的行使应以合法有效的授权合同为基础。在授权合同中，双方应当对授权赛事范围、授权性质、是否允许转授权、转播语言、地域范围、转播使用方式、基于转播产生的衍生作品知识产权归属、商业使用权限以及广告推广收益分配等核心事项作出明确约定。被授权方应严格按照合同约定的权限进行转播，不得擅自扩大传播范围、改变传播方式、超越地域或期限限制，更不得未经许可进行二次授权、剪辑改编或商业利用，以防止因超范围使用引发违约及知识产权侵权风险。

基于上述合法授权的要求，转播主体在开展赛事转播前，应当严格审查赛事主办方的权利来源与原始权属证明，确保授权链条完整、合法、可追溯。

四、电子竞技赛事转播的合规建议

（一）厘清多层权利边界，规范授权流转体系

明确游戏开发者、赛事主办方、直播平台三方的权利层级与边界。游戏开发者作为游戏软件及游戏画面的著

作权人，应出具涵盖赛事举办、赛事画面制作、赛事转播的全链条基础授权；赛事主办方作为赛事直播画面的相关权利人，需清晰划分自身权利范围与游戏开发者对游戏画面著作权的界限，杜绝权利冲突；直播平台需严格区分平台技术服务权利与赛事内容著作权，不得超越授权范围实施内容创作、改编、二次传播等侵权行为。

（二）推动行业形成统一转播合规标准，强化自律管理

中华全国体育总会早在2006年发布《全国电子竞技竞赛管理办法（试行）》，为电子竞技比赛的监督管理提供了行业自律规范。

同理，在电子竞技赛事转播方面，亦可参照上述方式，由电子竞技联盟、行业组织牵头制定赛事转播知识产权自律规范，引导赛事主办方、直播平台等建立转播合规审查体系。一方面，建立赛事转播权利前置审查流程，在赛事筹备阶段即完成游戏著作权授权、赛事画面权属确认、转播权限核验等工作，从源头规避侵权风险；另一方面，规范行业转播行为，禁止平台通过技术抓取、录屏盗播、流量劫持等方式侵犯他人赛事转播权，营造公平有序的赛事转播市场环境。

（三）发挥反不正当竞争法兜底作用

在电子竞技赛事转播体系中，著作权法保护仍存在权利边界不明、画面独创性未达法定标准等适用局限。此时应充分发挥反不正当竞争法的兜底保障功能，对各类违背商业道德的不正当转播行为予以规制，弥补著作权法保护的空白地带。通过《著作权法》专门规制与反不正当竞争法兜底保障相结合的方式，构建双层保护体系，全面维护电子竞技赛事转播市场的公平竞争秩序，为产业健康发展提供坚实的法律保障。

五、结语

近年来，将电子竞技赛事转播权纳入《著作权法》的规制范围已经成为主流观点，但是电子竞技赛事转播权的权利体系仍然较为复杂。从法律视角出发，我们如何将电子竞技行业实务及运营逻辑与合法合规的要求相结合，用专业的法律服务解决电竞行业的痛点，才是重中之重。

电子竞技比赛转播的合规治理不仅需要“事后补救”，更需要提供“事前预警”。无疑，这永远是法律人需要不断探索和研究的深层命题。

中美包装外观侵权：域外取证、证据采信与法律适用

主笔人



陈晓秀

北京浩天（海口）律师事务所 合伙人
浩天全国知识产权专业委员会 会员
chenxiaoxiu@hylandslaw.com



兰鹏

北京浩天（重庆）律师事务所 高级合伙人
浩天全国知识产权专业委员会-版权组 牵头合伙人
lanpeng@hylandslaw.com

引言

随着中国企业海外市场布局持续拓展，**产品包装、外观设计**等知识产权在美国遭受侵权的情形日趋多发。此类跨境知识产权争议的核心难点，并非侵权比对本身，而在于在美国境内形成的证据材料是否符合中国民事诉讼证据规则、能否完成法定形式要件、能否被人民法院依法采信。

鉴于中美两国在证据固化、公证制度、公文书证认证等方面存在显著法律差异，取证环节一旦存在程序瑕疵，将直接导致证据丧失证明效力，进而影响案件裁判结果。结合包装外观侵权案件实务经验，现就美国取证标准、证据分类处理、境内法院适用规则等问题，系统阐述如下。

一、境外证据的分类处理规则

在美国开展证据收集工作，首先应当明确：中国常用的**时间戳、飞洛印等电子固化工具**，在美国现场无法正常使用，无法读取有效地图与定位信息，不具备在中国法院作为有效证据使用的基础条件。

实践中，部分企业直接将国内电子存证方式移植至境外使用，但该类工具依赖境内网络与地图服务，在美国无法实现可信时间、精准地理位置的有效核验与记录，不符合我国民事诉讼关于电子证据真实性、合法性、关联性的基本要求，不能作为人民法院认定侵权事实的依据。

依据证据来源与法律属性，在美国形成的证据可分为**官方证据与非官方证据**两类，二者适用截然不同的公证与认证规则。

第一类为**官方证据**，主要包括美国企业主体资格信息（Entities）、个人身份证明、行政机关出具的证明文件等公文书证。

《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第十六条规定，当事人提供的公文书证系在中华人民共和国领域外形成的，该证据应当经所在国公证机关证明，或者履行中华人民共和国与该所在国订立的有关条约中规定的证明手续。

《全国法院涉外商事海事审判工作座谈会会议纪要》第十六条进一步释明，公文书证包括外国法院作出的判决、裁定，外国行政机关出具的文件，外国公共机构出具的商事登记、出生及死亡证明、婚姻状况证明等文件，但不包括外国鉴定机构等私人机构出具的文件。

美国系《取消外国公文书认证要求的公约》（以下简称“海牙公约”或“公约”）成员国，案涉官方证据无需办理中国使领馆认证，仅需完成当地公证及附加证明书（Apostille）即可。该程序较为高效，可委托当地律师办理，公证及办理Apostille周期通常约10日，文件自美国寄递至中国整体约15日，整体效率在可接受范围内。

第二类为**非官方证据**，比如本文所举例的商品外观侵权案例，在美国这种域外区域，完成商业包装争议的核心证据收集显得特别重要，需要在美国完成原告包装具有 “一定影响”（知名性）、在该商业外观下销售的产品的竞争接近性（the competitive proximity of the products sold under the dresses）、原告进入被告市场的可能性（the likelihood that the plaintiff will enter the defendant’s market）、相关消费者群体的理性程度（the sophistication of the relevant consumer group）内取得侵权事实。

实务中，可采取由客观第三人，如律师使用具备自动时间与定位功能的苹果手机进行拍摄取证。附加公知的时间客观证据，如当地报纸，该方式可客观记录拍摄时间、精确地理位置。

同时，鉴于侵权行为发生于境外、证据形成具有特殊性，建议聘请美国当地专业知识产权律师协助取证并出具证人证言。由具备较高专业权威与行业公信力的美国律师，全程参与现场拍照、录像、购买等取证环节，以证人身份出具书面证言，对取证过程、产品外观、销售场景等客观事实予以确认，并结合美国知识产权法律对是否构成侵权做出专业分析。该类证言虽不属于我国法定公证文书，但因出具主体具备专业资质、中立性较强，且是在侵权地依据侵权地法律作出的专业分析，在中国法院庭审中具有较强说服力，可有效补强证据的真实性与侵权判向。

二、海牙公约对我国涉外民事诉讼证据规则的影响

2023年11月7日，《取消外国公文书认证要求的公约》在中国正式生效实施，公约适用于在一缔约国领土内制作且需在另一缔约国领土内出示的公文书，具体包括与一国法院或法庭相关的机关或官员出具的文书、行政文书、公证文书，以及对私人签署文件的官方证明。

公约生效前，我国《中华人民共和国民事诉讼法》第二百七十五条及《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》第五百二十一条明确规定，在中华人民共和国领域内没有住所的外国企业或组织参加诉讼，向人民法院提交的身份证明文件，应当经所在国公证机关公证，并经中华人民共和国驻该国使领馆认证。这一“**公证+领事认证**”的流转模式，流程冗长、成本高昂，往往给涉外诉讼当事人带来经济负担。

海牙公约生效后，公文书流转模式转变为“**公证+附加证明书（Apostille）**”。

附加证明书是文书出具国指定主管机关为公文书签发的一个验证证书，具有公约要求的固定内容，包括文书出具国、签署人、签署人身份、印鉴名称等文书信息，以及签发地、签发日期、签发人、附加证明书编号、签发机关印鉴、签名等证明信息。

公文书加贴附加证明书后，可直接送往美国等缔约国使用，无需再办理传统的领事认证。

三、涉境外主体诉讼中主体资格材料与授权委托材料的“海牙认证”要求

在涉境外主体的民事诉讼中，主体资格材料与授权委托材料的形式要求，是决定起诉是否被受理、诉讼能否顺利推进的关键环节。海牙公约生效后，中国和美国作为海牙公约的缔约国，涉诉材料的形式要求发生了实质性变化。

（一）主体资格材料

一方缔约国企业或组织起诉另一方缔约国企业或组织的案件中，原告需在起诉时向法院提交被告外国企业或组织的主体资格材料，按照海牙认证手续完成认证即可。前述资料如为外文，还需由具有翻译资质的机构翻译成中文。

（二）授权委托材料

《中华人民共和国民事诉讼法》第二百七十五条规定，在中华人民共和国领域内没有住所的外国人、无国籍人、外国企业和组织委托中华人民共和国律师或者其他人代理诉讼，从中华人民共和国领域外寄交或者托交的授权委托书，应当经所在国公证机关证明，并经中华人民共和国驻该国使领馆认证，或者履行中华人民共和国与该所在国订立的有关条约中规定的证明手续后，才具有效力。海牙公约生效后，域外寄交或托交的授权委托书，可在公证后办理附加证明书，替代传统的领事认证程序。

需特别提示的是，**海牙公约的适用以文书出具国与目的国均为缔约国为前提**。部分缔约国之间可能因相互提出异议而导致公约不生效，例如印度对中国加入海牙公约提出异议，公约在中国与印度之间不生效。因此，在具体案件中，应首先判断相关国家是否属于公约缔约国，以及公约在两国之间是否实际生效。

四、证据的形式要件要求与中国法院采信标准

为满足中国法院 “提交侵权实物进行比对” 的裁判惯例，必须在美国侵权行为地现场购买侵权产品，留存购买收据（美国无发票制度，正式收据即为有效支付凭证），并对挑选、询价、支付、收货全过程同步录音录像，完整固定购买场景、时间、地点、产品外观及收款凭证，形成 “**现场录像＋侵权实物＋购买收据＋定位信息＋当地律师证人证言**” 的完整证据闭环。仅有照片或片段录像，未提供实物与凭证印证的，证据证明力显著不足，存在不被采信的风险。

对于公文书证，应当经所在国公证机关证明，或者履行相应条约规定的证明手续；对于涉及身份关系的证据，则要求更为严格，应当经所在国公证机关证明并经中国驻该国使领馆认证，或者履行相应条约规定的证明手续。海牙公约生效后，涉及身份关系的证据如出生证明、死亡证明、亲属关系证明、结婚证等，若属于公约缔约国公文书，应当优先适用公约规定，在公证后办理附加证明书，无需办理领事认证。

互联网线上销售发达，这也是一块重要的取证之域，而且该类证据的正确取证，除了能取证互联网侵权事实，网络还是一个很好地固定侵权产品流行程度的证据场所。针对线上证据，可通过中国境内合法合规外网接入端口（如海南地区经批准的合法外网通道），登录谷歌及相关平台，对产品展示图、上架时间、销售信息等办理公证。该公证行为在中国境内完成，程序合法、形式规范，可被人民法院采信。比直接在美国取证该

类证据成本更低，流程更简（如果是在境外线上取证，还要通过境外公证人员、公证处、Apostille等多个流程），证据的有效性更容易达到。

境外证据进入中国诉讼程序，必须满足严格的形式要件。全部外文文件，包括收据、截图、公证文书、主体信息、美国律师证人证言等，均须由具备资质的翻译机构出具中文翻译件，并加盖翻译机构公章。在司法实践中，尤其是对外开放程度相对较低地区的人民法院，对翻译件形式审查更为严格，不接受自行翻译或无资质机构出具的译文，且要求全文翻译，即使本案无关的附带外文也需完整翻译，企业应提前完成规范翻译，避免因形式瑕疵拖累诉讼进程。

不同国家的海牙认证主管机关各不相同。美国由州务卿负责个人相关文件及州政府文件的认证，国务院负责联邦政府颁发的文件；英国为外交部；日本为外务省；韩国为外交部；新加坡为法律学会；中国香港为高等法院。企业应根据文书性质选择正确的认证机关。

此外，在法庭审理中，当事人对海牙认证文件的真实性、合法性仍有权提出异议。即便完成海牙认证，当事人仍应保留对认证文件提出异议的诉讼权利，认证程序的合规性与认证内容的明确性均可能成为庭审争议焦点。海牙认证仅解决公文书的形式证明问题，不替代证据内容的实质审查。公文书内容真实性仍遵循“谁出具，谁负责”原则，法院在采信域外公文书证时，除审查认证手续是否完备外，仍需结合其他证据对文书内容的真实性、合法性、关联性进行综合判断。

五、总结

综上，中国企业在美国遭遇包装外观侵权时，应当坚持官方证据依海牙公约办理附加证明书、侵权证据以实物与全流程固定为核心、线上线下同步取证、境外证据严格完成翻译并确保形式合规、借助美国当地专业律师强化证据效力的基本思路。

海牙公约的生效为中国企业海外维权提供了重要的制度便利，有效降低了公文书跨国流转的时间成本和经济成本，但企业仍需准确把握公约适用范围，区分公文书与非公文书的认证规则，严格按照中国民事诉讼证据标准统筹安排取证工作。

企业应摒弃对国内电子存证工具在境外使用的错误依赖，按照中国民事诉讼证据标准统筹安排取证工作，由兼具中美证据规则经验的律师与美国当地专业律师协同主导，确保证据形式合法、实质充分、链条完整，最大限度提升境外证据在国内诉讼中的采信率，保障跨境知识产权维权效果。

体育IP衍生品：价值与法律边界（以球星卡产业为例）

主笔人



刘盈子

北京浩天律师事务所 高级合伙人
浩天全国娱乐体育行业委员会 牵头合伙人
浩天研究院 副院长
liuyingzi@hylandslaw.com



魏早沛

北京浩天律师事务所 合伙人
tpwei@hylandslaw.com



闫可欣

北京浩天律师事务所 律师
yankexin@hylandslaw.com

体育竞技的魅力在于其不可重复的瞬间，这些瞬间在终场比分落定后时便化作记忆。而球员卡通过精密的艺术设计与印刷工艺，将这些宏大叙事浓缩于方寸之间的纸板之上，为球迷提供了一个偶像崇拜的物理锚点。运动员的动态张力凝固为艺术品，满足了人类的审美追求；稀缺卡片在特定圈层中不仅是财富的载体，更是跨越地域的社交身份。

体育竞技的魅力在于其不可重复的瞬间，这些瞬间在终场比分落定后时便化作记忆。而球员卡通过精密的艺术设计与印刷工艺，将这些宏大叙事浓缩于方寸之间的纸板之上，为球迷提供了一个偶像崇拜的物理锚点。运动员的动态张力凝固为艺术品，满足了人类的审美追求；稀缺卡片在特定圈层中不仅是财富的载体，更是跨越地域的社交身份。

一、 体育IP商品化授权

球星卡的商业逻辑始于对无形资产的物理化封装，其核心价值锚点源于由肖像权、姓名权及商品化权构成的复合型权利束。在国际实务中，该等权利的合法性来源通常通过双轨授权机制实现。其一为**集体谈判协议**（Collective Bargaining Agreement）框架下的权利让渡，即职业球员将其肖像权等商品化权利集中授予球员协会，由协会作为统一授权主体，旨在消除分散谈判产生的交易成本。其二则针对具有高溢价的特定球星，通过签署独立的**专项授权协议**获取其签名权或实物植入权。

在中国法律语境下，根据《民法典》人格权编之规定，任何未经权利人或其合法继受人明确授权的发行行为，均构成对自然人肖像权与姓名权的侵权。同时，在未获得联赛或俱乐部商标许可的情况下，即便拥有球员个人授权，亦可能因攀附他人商业信誉、造成市场混淆而触及《反不正当竞争法》项下的不正当竞争红线。这种“**人格权与商誉权交叉授权**”的模式，构成了球星卡市场准入的实质性门槛。

二、 权利用尽原则之限制与商标权的冲突

实物切割卡（Patch Card）的法律属性涉及物权转移与知识产权保留之间的复杂博弈。发行商通过合法对价取得球员实穿球衣等动产所有权后，其切割并嵌入卡片的行为，虽受“权利用尽原则”保护，即所有权人有权行使物理处分权，但该行为不得损害球衣上承载的商标权或著作权。

由于球衣上的球队标志、联赛标识受商标法保护，其在印刷品领域的二次商业化利用仍受限于原商标许可协议的范畴。若发行商未取得涵盖衍生开发的特定授权，即便布料来源具有真实性，其产成品仍因侵犯商标权或暗示存在虚假关联关系而具有法律瑕疵。因此，此类产品的合法性评价不应止于物权追溯，必须穿透至覆盖物权变动后二次开发的完整知识产权链条。

三、第三方评级体系的法律拟制与证据效力

第三方评级系统（如PSA、BGS）的介入，本质上是将非标收藏品通过技术鉴定服务转化为标准化金融资产的法律拟制过程。该评级结论构成了买卖合同中关于标的物质量约定的核心要素，评分的高低直接决定了给付对价的阶梯式差异。

在法律层面，评级报告虽非司法鉴定结论，但在双方当事人合意选择或符合行业惯例的前提下，应被视为认定标的物特质与价值的关键证据。这种体系赋予了纸质载体类似于数字资产的流动性，但也对评级机构的独

立性、程序正当性及算法透明度提出了极高的合规要求。针对评级造假或数据操纵行为，应在合同法框架下通过违约责任与侵权责任的竞合进行规制。

四、 中国市场的合规和治理

中国球星卡市场在高速演进过程中，呈现出刑事合规与行政监管双重滞后的风险特征。在刑事风险维度，应严密防范以预售分成或份额认购为掩护的非法吸收公众存款行为，以及通过物理欺诈手段破坏二级市场信用基石的合同诈骗风险。针对跨境贸易中的走私风险，必须通过确立精确的税号归类与价值评估标准进行风险隔离。

在行业治理维度，针对具有强投机性质的直播拆卡模式，应严格参照《盲盒经营行为规范指引》及相关反赌博法律法规进行规制，强制执行概率公示、禁止通过二级市场价格指引诱导过度消费。监管逻辑应从单一的版权保护延伸至交易全生命周期的合规监控，通过引入科技手段确立真伪溯源机制，并针对收藏品交易的专业性，构建高效的争议解决通道，以实现体育IP价值在法治轨道内的可持续运营。

从赛场到市场：体育明星个人IP商标布局实务指引

主笔人



刘盈子

北京浩天律师事务所 高级合伙人
浩天全国娱乐体育行业委员会 牵头合伙人
浩天研究院 副院长
liuyingzi@hylandslaw.com



周汉

北京浩天律师事务所 高级合伙人
浩天全国娱乐体育行业委员会 牵头合伙人
浩天全国知识产权专业委员会 牵头合伙人
zhouhan@hylandslaw.com



王沫

北京浩天律师事务所、
北京市浩天知识产权代理事务所 律师
wangmo@hylandslaw.com



陈奕帆

北京浩天律师事务所 实习律师
chenyifan@hylandslaw.com



谢欣雨

北京浩天律师事务所 实习律师
xiexinyu@hylandslaw.com

近年来，随着中国体育产业的快速发展和商业化程度的不断提高，体育明星的个人影响力早已突破了赛场的边界。从品牌代言到自有品牌构建，从社交媒体运营到个人IP的全面开发，运动员的姓名正在成为最具商业价值的无形资产之一。

一、体育明星个人IP的商业化

近年来，随着中国体育产业的快速发展和商业化程度的不断提高，体育明星的个人影响力早已突破了赛场的边界。从品牌代言到自有品牌构建，从社交媒体运营到个人IP的全面开发，运动员的姓名正在成为最具商业价值的无形资产之一。

在个人IP赋能商业增长的大趋势下，运动员的姓名承载了巨大的市场信用和粉丝流量。但随之而来的法律问题也愈发紧迫：**体育明星个人IP**的开发与保护，到底要不要把姓名注册成商标?

二、姓名权作为人格权的保护边界与局限

在现行法律框架下，体育明星保护其姓名主要依托于**人格权**制度。《民法典》明确规定保护自然人的姓名权，禁止他人干涉、盗用或假冒。[1]《反不正当竞争法》也提供了补充救济，防止具有一定知名度的姓名被他人利用造成市场混淆。[2] 但在体育IP高度商业化的背景下，单靠姓名权进行维权正面临多重现实困境。

姓名权具有强烈的人身属性，原则上不可转让或许可。这意味着一旦发生侵权，必须由运动员本人作为原告发起诉讼，经纪公司或授权企业难以直接独立维权。[3] 对于职业日程极度紧张的顶级运动员来说，这种“凡事必亲力亲为”的要求不仅程序繁琐，还有可能增加潜在的舆情风险。在姓名权维权中，权利人还需要证明其姓名在特定地域和行业具备足以引发混淆的知名度，这本身也不是一件轻松的事。[4]

姓名权缺乏稳定的权利证明。[5] 它无法像商标权那样，通过向国家知识产权局申请并获得注册，形成明确的权利凭证，这在长期的商业授权和品牌规划中往往带来不确定性。

传统的姓名权保护难以对抗各种形式的近似模仿。[6] 更极端的场景是：有人通过合法程序将自己的身份证件更名为明星同名，并据此开展经营。在这种情况下，人格权的排他性便显得力不从心，单靠这一点维权很容易陷入权利冲突的僵局。

三、商业化运营需要商标权的加持

在体育明星个人IP的商业转化过程中，商标权不仅是法律层面的防御武器，更是实现商业化运营、提升品牌价值的核心载体。

一个典型的例子是“李宁”。从一名顶尖运动员的姓名，发展成为全球知名品牌，商标化是其个人IP品牌化的重要路径。[7] 通过商标注册，姓名可以在复杂的商业环境中形成统一的视觉与法律标识。在授权使用、联名合作、特许经营等场景中，®标志不仅代表了权利的稳定性，更能实实在在地提升商业公信力和品牌溢价能力。

【1】参见《中华人民共和国民法典》第一千零一十四条
【2】参见《中华人民共和国反不正当竞争法（2025修订）》第七条
【3】参见《律师代理上海某A公司与B股份有限公司、杭州某C公司、D不正当竞争纠纷案》，载中国法律服务网
【4】参见《中华人民共和国民法典》第一千零一十七条
【5】参见《论<民法典>框架下姓名与特定名称财产利益的保护》，载《知识产权》2023年1期
【6】参见《姓名权与商标权的冲突及法律解决模式分析》，载中国知识产权研究网
【7】参见《名人姓名的商标价值》，载集佳知识产权周讯

不同于具有强人身依附性的姓名权，商标权作为一种确定的财产权，具备极强的流转性。商标可以注册在经纪公司或运营主体名下，方便开展公司化运营、融资乃至资本化运作。同时，商标权所具备的许可、质押、转让及可继承性，使得运动员的个人影响力得以沉淀为可量化的无形资产，真正实现姓名价值的资产化。[8]

在商业谈判中，完备的商标布局是品牌估值的重要参考指标。[9] 注册商标不仅有助于提升代言与授权的议价能力，还能为运动员职业生涯转型，以及后续的商业版图扩张，打下坚实的基础。

四、商标权在维权层面的优势

相比于姓名权在司法保护中的种种局限，商标权在维权实践中能够为体育明星提供一条成本更低、效率更高的路径。

若商标注册在运营公司名下，公司就可以作为独立权利人发起诉讼。这种模式实现了维权主体与运动员本人的法律隔离，避免了因诉讼程序导致运动员必须亲自出庭的尴尬。

获得在先商标权的另一个优势在于，可以凭借在先申请和注册确权实现对抢注行为和侵权行为的前置拦截。如在商标申请的授权审查阶段，已经注册的在先商标、甚至是申请中的在先商标，可以直接成为商标局驳回他人相同或近似申请的法定依据。[10] 这远比事后发起姓名权诉讼的成本更低、效率更高、舆情风险更小。若不进行商标注册，待他人相同或近似的商标获准注册，后续再通过撤销或无效宣告程序予以清理，将面临极高的法律成本与时间代价，并承担更重的举证责任。

当然，对于知名运动员的姓名进行商标抢注的行为，国家知识产权局通常还会援引“不良影响”绝对条款进行驳回，但对于成名初期的运动员，越早进行商标布局，越有利于保护自身权益。

五、防御性注册的价值与尺度

在姓名商标化的实务操作中，前置布局的范围直接关系到保护效果与维护成本。防御性注册不仅具有直接的排他价值，更能在商业博弈中产生显著的威慑效果。

即使在短期内不进行全品类开发，在体育明星个人IP强相关的核心类别（如体育器材、运动服装、安排和组织体育赛事）及高关联类别（如饮料、日化）先行注册，也能有效预防他人抢注。这样不仅能防止消费者产生混淆，也能有效避免品牌形象被他人不当使用所损害。

但商标注册并非越广越好，盲目追求全类注册，成本相当可观。实务中建议采取**“核心+关联”**的阶梯式布局：

核心类别（必备）：第25类（服装鞋帽）、第28类（体育器材）、第41类（体育教育与赛事运营）、第35类（商业管理与广告）。

【8】参见《保护商标专用权》，载中国商标网
【9】参见《商标资产评估指导意见》，载中国资产评估协会
【10】参见《中华人民共和国商标法》第三十条

关联类别（精选）：第32类（饮料）、第9类（智能穿戴与电子周边）等。

另外需要注意的是，商标权的核心在于“使用”。如果注册后长期搁置，将面临被他人以“连续三年不使用”为由申请撤销的法律风险。[11] 因此，权利人需要对注册商标进行必要的管理维护：在核心类别，可以通过联名、特许经营等方式实现真实使用；在防御性类别，则可以通过保留广告宣传、社交媒体推广等证据，或采取每三年到期前进行新一轮注册的方式延续权利状态。[12]

从当前的专业化运营趋势来看，将核心类别置于公司架构内管理，已经成为更为普遍且高效的选择。

六、总结

将个人姓名品牌化、商标化，既是为了实现法律层面的自我保护，也是为了助力体育明星实现职业生命力的延展。在体育产业深度商业化的今天，运动员不仅是竞技场上的主角，更应该是自身商业版图的规划者。

因此，我们建议运动员及其专业运营团队树立知识产权前置意识，完成从被动维权向主动确权的思维转变。唯有谋事在先，才能确保运动员的个人姓名这一核心资产在商业浪潮中行稳致远。

【11】参见《中华人民共和国商标法》第四十九条第二款，《商标法实施条例》第六十六条

【12】参见《商标撤三的最新政策动态、实务与防御解析》，载中文网

人体信息收集：
运动科技赋能下，敏感个人信息认定与合规

主笔人



张向拓

北京浩天律师事务所 顾问
zhangxiangtuo@hylandslaw.com



刘盈子

北京浩天律师事务所 高级合伙人
浩天全国娱乐体育行业委员会 牵头合伙人
浩天研究院 副院长
liuyingzi@hylandslaw.com

一、前言

技术正在从根本上重塑一切领域。

长期以来，运动训练高度依赖教练员的肉眼观察与经验判断，一个技术动作的细微偏差往往需要通过无数次重复训练和人工纠正才能得以改善。然而近几年来，前沿科技的深度介入与赋能正变得日益显著。通过场边部署的普通高清摄像机或智能手机摄像头捕捉运动员的连续动作画面，后台的人工智能系统依托视觉与深度学习算法，不仅可以完成对运动姿态的逐帧解析、关节角度的量化评估，亦或者形成多维度的技战术分析报告，为运动员提供精准的、可视化的训练反馈或风险预警。在当前的竞技格局下，技术已实质性地转化为运动表现提升的关键驱动力。

这些黑科技的运用，其底层运作逻辑均离不开**大规模、高精度的人体信息收集与处理**。技术的实现与算法的优化必须以海量数据为“燃料”，而这些对人体信息的收集往往呈现多元化形态：可能通过全方位无感知的摄像头完成非人员接触式的数据收集；也可能会通过**可穿戴设备收集**，例如穿戴带有传感器、肌电信号采集器的衣服或护具，从而全方位持续性收集深层次肌肉生理与生物力学数据。

当业界沉浸在科技所带来的革新时，法律视角下的审视同样不可或缺。我们必须审慎关注：**这些不同方式下采集到的人体信息，在法律性质上究竟应当如何被界定？**它们是否属于一般的个人信息？是否触及了更严格监管层级的敏感个人信息、生物识别信息或医疗信息？相应的，作为数据处理者的技术提供方，又必须遵循哪些特定的法律义务与合规边界？

本文将以**运动科技领域**为核心论述场景，探讨运动科技企业在运动员人体信息收集与处理及发展建议。需指出的是，文中针对人体动态信息收集所涉及的法律问题与隐私考量，对于**智能穿戴设备、具身智能交互、智慧康养监测**等更广泛的智能硬件应用场景下的人体信息收集工作，亦具有借鉴意义与参考价值。

二、人体信息的法律属性与数据类别界定

第一步：是否属于个人信息

在探讨人体信息的法律定性之前，我们首先需要回到《个人信息保护法》第四条的定义原点：根据《个人信息保护法》第四条，个人信息是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。

1.“已识别或可识别”

一般认为，“已识别”是指在特定的记录中，自然人的身份已经被明确确认，信息处理者能够直接将该信息指向具体的个人。

例如，在分析系统中，直接记录了信息来源人为“张三”或手机号XXX或者人员IDXXXX，那么张三即为“已

识别”的自然人，此数据毫无争议地构成个人信息。

而“可识别”则是一种基于合理可能性的法律推定。即便数据集中没有直接出现姓名或身份证号，但如果通过与其他信息进行结合、比对或分析，**有能力推断出特定人员**，那么该信息依然属于个人信息范畴。

例如：采集到的人体骨骼运动轨迹、步态特征，由于每个人的步态具备生物独特性，技术层面足以将其与特定个人对应，这就属于典型的“可识别”信息。

2.匿名化处理后的个人信息

《个人信息保护法》将“匿名化处理后的信息”明确排除在个人信息之外，需要特别强调的是，法律对“匿名化”的要求极为严苛。“匿名化”并非简单的去标识化或加密，而是指个人信息经过处理后，再无法被重新识别到特定自然人且不能被复原。举例而言，仅仅删除数据中的姓名、身份证号，或者将其替换为一串不变ID，可能不会构成法律意义上的匿名化。

真正的匿名化必须达到两个“不可”：一是技术上的不可逆性，即利用当前及可预见未来的合理技术手段均无法复原出原始个人信息；二是结果上的不可识别性，即处理后的数据无法再指向具体的个人。

例如，一份基于十万人次运动关节信息的分析报告，经过计算统计后只展示“20-25岁男性手握”的统计学特征，且删除掉原始信息后，任何人包括第三方拿到统计后的信息均无法反向推导出其中任何一个个体的具体关节姿态。此时，该统计后的统计值才可能被认定为“匿名化信息”，从而不再受《个人信息保护法》中关于告知同意、删除权等义务的约束。

然而，在实际应用中，由于企业往往需要保留原始信息以持续优化算法模型，真正的匿名化实现难度极大，绝大多数情况下，采集的人体信息仍持续被作为个人信息甚至敏感个人信息进行严格保护。

第二步：是否属于敏感个人信息

根据《个人信息保护法》第二十八条，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。国家标准GB/T 45574-2025《信息安全技术 敏感个人信息处理安全要求》进一步细化了要求。对于人体信息的收集处理，可能涉及的主要敏感个人信息类型包括：

1. 生物识别信息，是指对自然人的物理、生物或行为特征进行技术处理得到的、能够单独或者与其他信息结合识别该自然人身份的个人信息，典型示例包括个人基因、指纹、声纹、掌纹、眼纹、耳廓、虹膜、面部识别特征、步态等。

2. 医疗健康信息，是指与自然人的健康状况以及医疗就诊相关的信息，典型示例包括病症、住院志、医嘱单、检验报告、检查报告、手术及麻醉记录、护理记录、用药记录、生育信息、家族病史、传染病史等。对

于医疗健康信息的界定，需区分两个层次：

（1）一般不构成医疗健康信息的情形：单纯的体重、身高、血型、血压、肺活量等基本体质数据，如与个人的疾病和医疗就诊行为无关，可不视为敏感个人信息中的医疗健康信息。

（2）但是，如果将采集后的人体信息进行处理，用作医学判断或者医疗状况评估，则有可能被认定为医疗健康信息。因此，建议企业一旦将数据经过算法分析可以形成具有疾病诊断、健康评估或医疗建议性质的输出内容，即建议按照医疗健康信息对待，提供相应的保护要求。

3. 行踪轨迹信息，是指与个人所处地理位置、活动地点和活动轨迹等相关的信息，典型示例包括实时精准定位信息等。

4. 不满十四周岁未成年人信息。
值得特别关注的是，《敏感个人信息处理安全要求》第5.1条c款引入了“**汇聚融合效应**”的判断规则：总体考虑个人信息汇聚融合后的整体属性，如汇聚融合的个人信息遭到泄露或者非法使用容易对个人权益造成较大影响的，应判断个人信息整体具有敏感个人信息属性。这意味着，即便单独某项运动信息可能不构成敏感个人信息，但当与其他多维度信息汇聚融合后对个人权益影响显著提升，即建议企业应当考虑认定为敏感个人信息，从而触发更严格的合规义务。

三、应对建议

1. 合规义务不以人数为前提。《个人信息保护法》的适用标准是“是否处理个人信息”，而非“处理了多少人的个人信息”。如果仅收集处理了10个人的个人信息，只要所处理的信息能够识别或关联到特定自然人，即须全面履行《个人信息保护法》下的告知同意、最小必要、安全保障等法定义务。需注意，国家正在研究小型个人信息处理者个人信息保护简化措施，预期后续可能会有合规义务上的适当简化。

2. 关注收集处理敏感个人信息下的加重义务。 如前文所述，一旦构成敏感个人信息，企业须履行相较一般信息更重的合规义务，主要包括但不限于：

处理前**应获得单独同意**；

应评估是否满足特定目的与充分必要性，不得以模糊理由大量采集；

应**建立内部数据分类分级制度**，将敏感信息与一般信息分开存储、分权管理；

向第三方提供敏感个人信息须取得单独同意并签订法律文件；

事前须开展个人信息保护影响评估并留存记录，评估内容应涵盖处理目的合法性、对个人权益的影响程度及安全措施有效性等。

上述义务的履行不以用户规模为前提，即便仅处理1位用户的敏感个人信息，即须满足相应要求。

3. 涉及数据跨境传输须履行安全评估或认证程序。若企业因使用海外云服务器、或参与国际赛事合作等原因，需要将在中国境内收集的数据传输至境外，即构成数据出境行为。

根据《个人信息保护法》第三十八条及《促进和规范数据跨境流动规定》，向境外提供个人信息应通过以下法定路径之一：申报数据出境安全评估、签订个人信息出境标准合同并备案、或通过个人信息保护认证。需特别注意的是，根据《敏感个人信息处理安全要求》第6.5条，处理敏感个人信息超过1万条且涉及个人信息跨境传输的，应通过所在地省级网信部门向国家网信部门申报数据出境安全评估。因此，企业如有跨境业务布局，应将数据本地化或合规出境方案纳入早期架构设计，避免事后整改的高昂成本，影响业务发展。

4. 处理人脸识别信息须遵循专项规定。人脸识别信息是近两年的监管重点。 根据《人脸识别技术应用安全管理办法》，收集处理人脸信息需要满足的主要义务包括：

基于个人同意处理人脸信息的，必须取得个人在充分知情前提下自愿、明确作出的单独同意，不得以一揽子方式捆绑授权；

人脸信息原则上应存储在收集设备内，不得通过互联网对外传输；

处理人脸信息存储数量达到10万人的，还应自达到之日起30个工作日内向所在地省级以上网信部门履行备案手续。

此外，企业应确保人脸信息处理具有特定目的和充分必要性，并采取数据加密、访问控制、入侵检测等严格保护措施。

5. 警惕刑事责任红线，尤其关注敏感信息入罪。 合规建设的底线不仅在于避免行政处罚，更在于防范刑事法律风险。

《刑法》第二百五十三条之一规定了侵犯公民个人信息罪，向他人出售或者提供公民个人信息，情节严重的，处三年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金；情节特别严重的，处三年以上七年以下有期徒刑，并处罚金。

根据最高人民法院、最高人民检察院《关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释》，非法获取、出售或者提供行踪轨迹信息、通信内容、征信信息、财产信息等敏感信息的，入罪标准仅为50条以上；非法获取、出售或者提供住宿信息、通信记录、**健康生理信息**、交易信息等其他可能影响人身、财产安全的公民个人信息的，入罪标准为500条以上。相较于一般个人信息（入罪标准为5000条以上），敏感个人信息的入罪门槛尤低，因此更需要关注避免触发刑事责任。

四、结语

技术创新的边界永远不能逾越法律的底线。对于运动科技企业而言，合规不是规模化之后才需面对的课题，而是从第一个用户开始便应恪守的准则。唯有将告知同意、数据分级、第三方管理、跨境合规及刑事风险防范内嵌至产品设计与日常运营的全流程，方能在法治的护航下行稳致远。

体育教育培训预付费：合规运营前端指引

主笔人



刘盈子

北京浩天律师事务所 高级合伙人
浩天全国娱乐体育行业委员会 牵头合伙人
浩天研究院 副院长
liuyingzi@hylandslaw.com



张明旻

北京浩天律师事务所 律师
zhangmingmin@hylandslaw.com



谢欣雨

北京浩天律师事务所 实习律师
xiexinyu@hylandslaw.com

一、引言：体育教育行业的合规转型时代

近年来，体育教育行业预付式消费监管框架趋于严密。

以北京市为例，《北京市单用途预付卡管理条例》及配套细则的施行，标志着体育健身、体育类校外培训、体育场馆服务等领域的预收资金已被全面纳入行政监管视野。体育教育培训机构面临的合规要求，已从一般性的消费者权益保护规范，延伸至资金存管、合同示范文本、备案管理等具体环节。

本文将立足北京地区监管实践，围绕**售课方案设计、退费规则构建、格式合同审查、资金监管落实、服务留痕管理**五个维度，梳理前端合规要点，以期为体育教育培训机构提供可落地的实务指引。

二、前端合规：预付式培训服务的售课方案设计

（一）售课模式的类型化与定价合规

体育教育培训机构的售课模式，通常包括按课时计费、按期计费（如学期卡、年卡）以及按项目计费（如集训营、赛事班）。不同模式对应的法律关系定性、退费计算基准、消费者权益保护强度均有差异，机构应在产品设计阶段即完成合规分类。

定价公示层面，国家市场监督管理总局发布的《明码标价和禁止价格欺诈规定》要求经营者在经营场所显著位置及线上平台公示课程价格、课时数量、有效期、服务内容等信息。[1] 若机构以“原价”与“折扣价”对比促销，须留存**“原价”的真实成交记录**，否则可能构成价格欺诈，面临行政处罚及民事索赔。

北京市对体育类校外培训**预收费周期**实行严格限制，根据《北京市体育行业预付式消费领域资金监管实施细则（试行）》（以下简称《实施细则（试行）》）第十四条，青少年校外体育培训机构不得一次性收取或以充值、次卡等形式变相收取时间跨度超过**3个月或60课时**的费用，且不得超过**5000元**。[2]

体育健身及场馆服务领域虽无统一的5000元上限，但《关于体育行业预付式消费的风险提示》建议消费者每次预付交易额不超过**3000元**，机构在设计产品时对此应予以考量。[3]

此外，依据《实施细则（试行）》第十一条，经营者发售的预付卡期限**不得长于场地租赁期限**，且**不得早于预付卡服务期开始前1个月**收取费用。[4]

退费计价基准的预先约定则是减少后续争议的关键。售课方案中应明确约定退费时按“原价”还是“折扣单价”计算已消费金额。北京市示范合同文本对此提供了参考：BF-2022-2720号《北京市体育健身行业预付费服务合同》区分了单次服务价格优惠、赠送金额或服务项目、有效期限内不限次服务三种情形，分别规定了已消费金额的计算方式。[5] 机构应在签约前向消费者充分说明该等计算规则，并纳入合同条款。

（二）退费规则的司法计算逻辑

【1】参见《明码标价和禁止价格欺诈规定》
【2】参见《关于印发<北京市体育行业预付式消费领域资金监管实施细则（试行）>的通知》第十四条
【3】参见《关于体育行业预付式消费的风险提示》第五条风险提示
【4】参见《关于印发<北京市体育行业预付式消费领域资金监管实施细则（试行）>的通知》第十一条
【5】参见BF-2022-2720号《北京市体育健身行业预付费服务合同》

退费纠纷在体育教育培训领域占比较高，法院在审理此类案件时，通常**先审查合同效力**：合同系双方真实意思表示，且不违反法律、行政法规强制性规定的，原则上认定有效。但若涉及《民法典》第四百九十七条规定的无效格式条款情形，相关条款可能被认定无效或不成为合同内容。[6]

在确定合同有效后，下一步是**区分退费原因并确定责任归属**。

消费者因个人原因中途退课构成单方违约的，机构可依据合同约定扣除相应费用，但违约金一般不宜超过实际损失的**30%**。

机构存在擅自更换教练、缩减课时、停业关门等违约情形的，消费者有权主张全额退费并要求承担违约责任。因伤病、升学、搬家等客观原因或政策调整导致合同无法继续履行的，法院通常依据公平原则，在扣除机构已实际发生的合理成本后，将剩余款项退还消费者。

退费金额的核算争议焦点通常集中于已消耗课时的计价标准，若合同约定按折扣单价计算，退费金额为总实付金额减去已上课时乘以折扣单价；若约定按原价计算，则为总实付金额减去已上课时乘以原价。

需要指出的是，机构主张按原价扣减的，须对“原价”的真实性承担举证责任；无法举证的，法院通常不予支持。

此外，根据北京市示范合同文本，退费原则上应按缴费原路径退回，机构应在合同中明确手续费承担方式。[7]

（三）格式合同的合规设计

体育教育培训机构与消费者缔约时，普遍采用格式合同。依据《民法典》第四百九十六条及第四百九十七条，对于退费规则、免责条款、争议解决方式等与消费者有重大利害关系的内容，机构应采用**加粗、放大字体、单独弹窗或要求消费者手写确认**等方式进行显著提示。[8] 未履行提示或说明义务，导致消费者未注意或未理解相关条款的，消费者可主张该条款不成为合同内容。建议机构在签约环节设置重点条款阅读确认流程，并留存消费者确认记录。

部分机构在合同中约定**“一经售出，概不退费”或“超过有效期自动作废，不予延期或退费”**。此类条款因不合理地免除机构责任、加重消费者责任、排除消费者主要权利，通常被法院认定为**无效**。合规做法系设置合理退费梯度，例如开课前扣除一定手续费，开课后按已上课时比例退费。

北京市体育局与北京市市场监督管理局已发布BF-2022-2720号《北京市体育健身行业预付费服务合同》及BF-2022-2733号《北京市成人体育培训服务合同》示范文本。其中，体育健身行业预付费服务合同及成人体育培训服务合同可参照适用；青少年校外体育培训机构则应使用全国通用的中小学生校外培训服务合同示范文本。官方示范文本很大程度降低机构因条款瑕疵引发的合规风险，但由于培训内容的丰富和机构的运营需要，机构也可以在官方示范文本基础上做合理调整。

【6】参见《中华人民共和国民法典》第四百九十七条
【7】参见BF-2022-2733号《北京市成人体育培训服务合同》第七条
【8】参见《中华人民共和国民法典》第四百九十六条、第四百九十七条

（四）资金监管与账户管理

预收费资金监管是体育教育行业合规的核心环节，根据《北京市体育行业单用途预付卡备案和预收资金监管实施细则（修订征求意见稿）》及《北京市体育行业预付式消费领域资金监管实施细则（试行）》，北京市实行预收资金存管制度，机构应严格按照要求执行。[9]

在**存管门槛与比例**方面，预收资金余额达到**50万元**的经营者，应落实预收资金存管制度。

开展体育健身和体育场馆服务的经营者，原则上应将不低于预收资金余额**30%**的资金作为存管资金；各区体育行政部门可结合本区实际制定具体存管规则。

开展体育类校外培训服务的经营者，预收资金存管按照国家相关规定执行，青少年校外体育培训机构须将预收资金的**100%**作为存管资金。

此外，《实施细则（试行）》第十三条还根据预付卡期限设定了差异化存管比例：3个月及以内的，存管40%；3个月至1年的，存管80%；超过1年的，存管100%。[10]

在**账户管理**方面，经营者应选择本市一家商业银行或其分支机构作为存管银行，开立**唯一**的预收资金存管专用账户。消费者购买预付卡的预收资金应全部直接进入该专用账户；消费者支付现金的，经营者应于**1个工作日内**将资金存入存管专用账户。体育健身和体育场馆服务应通过存管银行提供的预收费管理系统完成资金支付、服务项目选择、消费记录查询及使用核销；体育类校外培训则应通过“全国校外教育培训监管与服务综合平台”进行课程购买和支付。**机构不得通过个人账户、第三方支付平台个人收款码或其他非监管账户收取预收费。**

资金拨付环节，存管资金拨付应与服务进度同步。经营者服务完成并经消费者确认的，存管银行应于**2个工作日内**完成资金拨付；经营者履行告知义务后，消费者超过**5个工作日**未确认的，视为确认同意，存管银行履行资金拨付。双方存在争议的，按合同约定处理，存管银行依据争议处理结果拨付。

各区体育行政部门可根据经营者信用评价、投诉处理、行政处罚等情况动态调整存管比例，因此动态调整机制亦需关注。例如，《实施细则（试行）》第十五条规定，年度内受到行政处罚或发生安全生产责任事故的，投诉**12次及以上**且未有效解决的，预付费纠纷解决率**低于80%**的，信用等级评定为**D级**的，均可能面临存管比例上调。[11] 机构应关注自身信用状况及投诉处理情况，避免因存管比例上调导致流动资金紧张。

（五）服务留痕与举证责任

在退费纠纷及服务争议中，举证责任分配直接关系到裁判结果。体育教育培训机构作为服务提供方，若无法证明已依约履行义务，将承担不利后果。

考勤记录、教学内容、沟通记录均是履约的证明基础。每次课程应记录学员出勤情况，由家长或学员签字确认，或通过线上系统打卡留痕。请假、旷课、补课等情况亦应逐一记录并经双方确认。而记录每节课的教学内容、

【9.1】参见《北京市体育行业单用途预付卡备案和预收资金监管实施细则（修订征求意见稿）》
【9.2】参见《北京市体育行业预付式消费领域资金监管实施细则（试行）》
【10】参见《关于印发<北京市体育行业预付式消费领域资金监管实施细则（试行）>的通知》第十三条
【11】参见《关于印发<北京市体育行业预付式消费领域资金监管实施细则（试行）>的通知》第十五条

教练反馈、学员表现及阶段性测评结果的学员成长档案，既是服务质量的体现，也是证明机构履约情况的关键证据。此外，与学员家长就课程调整、教练更换、退费协商等事项形成的微信聊天记录、邮件、短信等，均应妥善保存。机构可使用可追溯的办公工具进行对外沟通，避免证据灭失。

三、结语

北京市包括东城、西城、朝阳等在内的各区，为进一步规范体育培训行业预付式消费经营行为，均在积极组织开展体育行业预付式消费专项培训会议，进一步强化行业监管举措、压实监管责任，切实防范预付式消费领域各类风险，全力保障消费者合法权益，推动辖区体育行业预付式消费领域规范有序发展。[12]

体育教育行业的合规转型，并非仅是对监管政策的被动回应，而是行业可持续发展的内在要求。对体育教育培训机构而言，将合规管理前置于业务开展之初尤为必要：售课方案设计阶段即应嵌入合规基因，格式合同中须明确权利义务边界，资金监管环节要守住安全底线，服务留痕则用于固定履约证据。机构只有在课程设计、合同管理、财务监管、服务留痕、纠纷应对等各环节均建立合规机制，才能在日趋严格的监管环境中稳健运营，完成从粗放扩张到规范发展的转变。

【12.1】参见《东城区体育经营单位安全生产暨预付费工作培训会顺利召开》
【12.2】《西城区体育局召开2024年体育类校外培训机构预付式消费资金监管专题会》
【12.3】《通州举办体育培训行业预付式消费合规经营与风险防范培训》
【12.4】《致区内体育运动健身消费者的一封信——预付式消费风险提示》
【12.5】《体育服务领域预付消费风险警示提醒》
【12.6】《春节前体育经营单位预付式消费风险提示与合规经营提醒》

医疗AI：知识产权风险及合规体系构建

主笔人



高莉

北京浩天律师事务所 顾问
gaoli@hylandslaw.com

医疗领域人工智能技术的快速发展，在提升诊疗效率的同时，也催生了复杂的知识产权法律问题。其核心风险不仅源于算法或大模型技术本身的保护困境，更在于其与医疗场景深度融合后，在**专利授权、软件著作权归属、数据合规利用及商业秘密保护**等方面产生的特殊挑战。如何准确识别这些交叉领域的风险，构建有效的系统性合规体系，是贯穿于医疗AI企业技术全生命周期的重要课题。本文旨在为医疗AI企业的研发、运营和商业化提供法律保障，为医疗AI产业健康发展提供法律指引。

医疗领域人工智能技术的快速发展，在提升诊疗效率的同时，也催生了复杂的知识产权法律问题。其核心风险不仅源于算法或大模型技术本身的保护困境，更在于其与医疗场景深度融合后，在**专利授权、软件著作权归属、数据合规利用及商业秘密保护**等方面产生的特殊挑战。如何准确识别这些交叉领域的风险，构建有效的系统性合规体系，是贯穿于医疗AI企业技术全生命周期的重要课题。本文旨在为医疗AI企业的研发、运营和商业化提供法律保障，为医疗AI产业健康发展提供法律指引。

一、医疗AI知识产权风险

（一）数据获取与训练阶段：数据来源的合法性与训练行为的侵权边界

一是数据侵权风险。使用受著作权保护的医学文献、影像图谱，或包含他人商业秘密的诊疗数据集进行训练，若未获授权，可能侵犯著作权或商业秘密。此外，数据资源作为竞争资源，未经许可爬取医疗平台或医疗AI公司的医生数据、患者数据、诊疗问答等，可能构成不正当竞争。

二是专利侵权风险。若训练过程中使用了受专利保护的特定算法或数据处理方法，则可能构成专利侵权。

三是权属不清风险。与医院等机构合作获取数据时，若合同未明确数据，特别是经脱敏、标注后的衍生数据及基于该数据训练的模型的知识产权归属，易引发后续争议。

- 经典案例 -

【1】杭州某网络公司诉上海某信息公司其他不正当竞争纠纷（（2021）沪0110民初3349号）中，被告运营的医疗APP，其药品说明书数据库在内容、分类、甚至错别字和图片上与原告数据库高度重合，且使用了原告随机生成的药品ID。中级法院认为，未经许可大量抓取、使用他人投入成本形成的药品说明书数据库内容，掠夺用户流量，破坏竞争秩序，违反诚实信用原则，构成不正当竞争。

（二）算法与软件开发阶段：技术来源合规与成果归属争议

一是代码侵权风险。开发中引用或修改开源代码，若违反其许可证（如GPL协议的“传染性”条款），可能导致整个项目被迫开源。直接复制、修改他人软件代码，则构成直接的著作权侵权[2]。

二是商业秘密纠纷风险。核心算法、模型参数、数据代码保密措施不足，前员工接触秘密、离职设立竞争公司[3]，合作方擅自复制、留存、泄露、转让、使用商业秘密，竞争对手恶意侵犯商业秘密[4]等，均为典型的商业秘密纠纷场景。

三是专利保护客体与授权风险。医疗AI的核心技术方案，特别是算法模型与诊断应用，如疾病AI预测模型、AI影像识别算法、药物研发AI等医疗算法等，在寻求专利保护时面临明确的客体适格性挑战。

四是合作研发权属风险。医疗AI的研发常涉及医院、高校、科技企业等多方合作，技术成果权属约定不明是重大风险源[5]。

- 经典案例 -

【2】刘某生、刘某侵犯医疗设备软件著作权罪案（(2023）沪03刑初23号)：

该案是刑法修正案（十一）实施后首例规避技术措施侵犯医疗设备软件著作权案，上海市第三中级人民法院以侵犯著作权罪判处被告人刘某生有期徒刑三年二个月，并处罚金人民币七十万元。

【3】深智透医与龚某、苏州某公司商业秘密侵权纠纷案（(2024)苏民终1221号)：

江苏省高级人民法院遵循“合法接触并完全掌握+实质性相似-合法来源”的比对原则，叠加意思联络与明知故意，判决二被告构成共同侵权，连带赔偿200万元。

【4】北京某科技公司诉北京某智慧公司、刘某等侵害商业秘密纠纷案（(2020）最高法知民终1472号)：

原告主张其软件源代码及对应的流程、逻辑关系、算法构成技术秘密，但未明确说明秘密点三至二十二的具体内容及来源。最高法院认为，计算机软件的源代码与流程、算法是相对独立的技术信息，需分别主张和证明。权利人未明确秘密点具体内容及来源，未完成初步举证责任，因此不构成技术秘密。

【5】北京某医疗科技公司、中国人民解放军总医院第三医学中心著作权权属纠纷案（(2022）最高法知民终1456号)：

最高人民法院明确指出，对于合作开发完成的计算机软件的著作权归属，原则上充分尊重当事人意思自治，以合同约定为优先原则。

（三）产品部署与商业化阶段：产品侵权风险与运营中的责任界定

一是软件著作权侵权风险。最终产品若与他人在先软件构成实质性相似，即使独立开发，在对方能证明有接触可能性的情况下，少量但具有独创性的代码复制仍可能被判侵权。在对方拒不提供源代码时可能获得有利推定。并且，被诉侵权人仅以权利人违反开源协议未开源为由，主张不侵害软件著作权的，法院通常不予支持。

二是专利侵权风险。产品功能若落入了他人有效专利的权利要求保护范围，将构成直接侵权，否则则可能不构成。医疗设备中嵌入的AI软件，可能使设备整体成为专利侵权产品。

三是生成式AI内容侵权。医疗AI平台生成的医疗AI生成诊断报告、科普文案、医学影像合成等，可能引发著作权争议或虚假宣传。当然，法院在判断医疗AI生成内容的独创性时，会特别审慎，以防止将本应属于公共领域的医学事实描述或标准化格式纳入著作权保护。

四是连带责任风险。作为软件/服务提供者，若平台上有用户上传侵权内容，在收到权利人通知后未及时采取必要措施，可能需要对损害扩大部分承担连带责任。

- 经典案例 -

【6】（2022）最高法知民终1605号案：

法院认为，虽然被诉侵权软件中仅有9个文件（占源代码总量约1.085%）与权利软件构成相同或实质性相似，但被告员工有接触可能性，且未提供相反证据。软件中任何能实现相对独立功能的独创性表达均受保护。因此构成侵权。

【7】中医面诊分析与诊断系统（AI医疗设备）案（（2021）沪73知民初222号）：

争议焦点在于被诉侵权产品是否具备专利权利要求中的“和中医望诊检测装置相连”特征？法院认为，该特征为使用环境特征，旨在提供稳定、均匀的光照环境以克服传统面诊受光线干扰的缺陷。被诉产品在开放环境下由用户自行拍摄，未使用该专用装置，故不适用于专利限定的使用环境，未落入保护范围，不构成侵权。

【8】AI生成医疗科普文案侵权案（（2024）京0115民初13896号）：

该案系中国首例因使用AI生成内容而引发的著作权争议，法院明确了“实质相似”的裁判标准，使用AI工具生成内容的个人或企业不能以技术中立为由免责，而内容的发布者和使用者有义务确保内容的合法性和原创性。

二、医疗AI中多方主体责任边界与侵权赔偿规则

（一）具体主体的责任边界

1.基础模型提供者与应用开发者：直接侵权与共同侵权风险

基础模型提供者和医疗AI应用开发者是技术输出的核心，通常被视为内容/服务的直接提供者，面临**最高**的责任风险。

一是直接侵权责任。若其提供的模型、算法或应用软件本身，如训练数据、源代码、模型参数，侵犯了他人的著作权、专利权或商业秘密，则需承担直接侵权责任。其过错通常被推定，注意义务标准最高，需对训练数据的合法性、所用技术的知识产权状态进行全面、审慎的审查。

二是共同侵权责任。若其与平台或其他开发者以分工合作方式共同提供侵权服务。例如，开发者明知平台利用其API接口传播侵权内容而仍提供技术支持，可能构成共同侵权，承担连带责任。

三是教唆、帮助侵权责任。若其提供的工具，如开源模型或训练框架被用户用于实施侵权行为，且提供者对侵权行为明知或应知，可能构成教唆、帮助侵权。其过错认定标准为“明知或应知”，注意义务取决于其对侵权行为的预见能力和控制能力。

2.医疗人工智能平台：帮助侵权风险

医疗AI平台通常被定性为网络服务提供者，其责任风险主要来自帮助侵权。例如，平台明知或应知用户利用其网络服务侵害知识产权，未采取必要措施的，与该用户承担连带责任。

法院对于医疗AI平台的过错认定标准，核心在于对**“应知”**的判定：一是平台是否从侵权内容中直接获得经济利益。若是，则负有较高的注意义务。二是平台是否对内容的推荐、编辑、选择有管理控制能力。若有，则负有相应的注意义务。例如，算法推荐可能被认定为对内容的主动管理，此类平台应负有相应的注意义务。三是平台是否能够证明已采取合理、有效的技术措施仍难以发现侵权的，若是，可认定无过错。

司法实践一般认为，平台不负有普遍、主动的监控义务，但需建立便捷的侵权通知接收与处理机制，即**“通知、删除”**规则。对于显而易见的侵权、或经其算法编辑、推荐而获得较高曝光的内容，其注意义务相应提高。

3.医疗机构：合法来源抗辩与合理使用抗辩

医疗机构作为终端使用者，责任风险相对较低，但并非绝对免责。若其超出授权范围使用AI软件，如复制、修改、向第三方提供等，可能构成直接侵权。

医疗机构在应对不同类型的侵权责任指控时，存在不同的抗辩路径。在应对专利侵权时，可以采用合法来源抗辩，证明其产品合法来源且不知道是侵权产品，同时证明其履行了“合理注意”义务。在应对著作权侵权时，可尝试采用合理使用抗辩，证明其使用行为属于《著作权法》第24条规定的情形。但在司法实践中，商业诊疗中使用AI生成报告，很难被认定为“合理使用”。

在司法实践中，医疗机构通常被推定为善意使用者，除非权利人能证明其明知或应知所用产品侵权，例如收到侵权警告后仍继续使用，则推定其不具有过错。

4.数据提供者：违约与侵权风险

数据提供者的责任风险源于其提供的数据本身可能存在的权利瑕疵。一方面，当其向开发者或平台提供数据，若数据不符合合同约定的权属清晰、合法合规等保证条款，需承担违约责任。另一方面，若其提供的数据侵犯他人著作权，如未经许可的医学影像数据库、商业秘密或个人信息权益，则可能作为共同侵权人，与数据使用者承担连带责任。

数据提供者承担法律责任的过错认定标准，在于其未能确保自身对所提供的数据拥有完整的权利或合法的处分权限。

（二）损害赔偿计算规则

医疗AI知识产权纠纷的损害赔偿计算遵循知识产权侵权损害赔偿的一般规则。司法实践中，会综合考虑医疗AI的特殊性，如医疗AI的研发成本、市场价值、对患者安全可能造成的侵害等因素，依据以下方式计算：

计算方式	适用条件	医疗AI特殊考量
实际损失	权利人损失可确定	医疗AI软件被盗版或专利被侵权导致的市场份额下降、许可费损失
侵权获利	侵权人获利可查明	销售盗版软件的收入，AI平台从侵权内容中直接获得的分成、广告收入等
许可费合理倍数	有可比许可协议	医疗AI算法模型的市场许可价格
法定赔偿	损失或获利难以确定	考虑医疗AI的研发成本、技术先进性、临床价值
惩罚性赔偿	故意侵权且情节严重	恶意规避技术措施、重复侵权、危害患者安全等
浩天研究院出品		

三、医疗AI知识产权合规体系构建

（一）数据合规与训练数据合法性

建立数据溯源机制，保证数据来源合规。一是所有训练数据都应获取合法来源证明，与数据提供方签订协议，确保数据采集、标注、存储全流程符合《个人信息保护法》《人类遗传资源管理条例》及《医疗卫生机构科研用数据安全管理指南》要求。二是利用公开医学文献、影像数据集时，需审查其使用许可协议。确保许可范围明确、授权链条完整，尤其关注开源数据集的许可证类型，杜绝“默示许可”或“合理使用”误用。三是采用数据合成技术生成训练数据，应通过技术手段实现病理特征保真与隐私脱敏双重目标，确保生成样本在影像纹理、病灶形态、解剖结构等临床关键维度具备诊断有效性，同时消除患者身份标识、设备型号、采集时间等可识别信息。

建立数据训练合理使用授权审查机制。一方面训练过程中对医学影像、文献的结构特征分析，生成的内容不应与原作构成实质性相似。尤其需警惕将受版权保护的医学图谱、病理切片或专著插图直接作为训练输入并输出与原作高度雷同的内容，此类“隐性复制”在司法实践可能倾向于认定超出合理使用边界。另一方面数据训练过程中原则上允许临时复制，但不应公开传播训练生成的侵权内容，亦不得将训练过程本身作为技术方案申请专利或著作权登记。

（二）开发过程管控与算法模型保护

设立开源代码使用审批流程。使用开源框架时需审查许可证类型，评估传染性风险。建立研发日志制度，记录算法迭代、模型训练的关键步骤与数据，作为未来证明独立研发或权属的证据。对含开源组件的医疗AI系统开展嵌入式合规审计，确保分发行为不触发“衍生作品”认定。同时，遵守开源许可证的署名、相同方式共享等要求，避免许可证违规导致的知识产权风险。

实施知识产权清单化管理。一是对开发过程中的技术成果针对性的进行专利、软件著作权、商业秘密等不同类型的知识产权保护。二是在所有合作/委托开发合同中，明确约定知识产权归属条款，避免使用“共同所有”等模糊表述。三是建立商业秘密保护体系，重点防范研发人员流动、合作方接触及云环境部署带来的泄密风险。建立分级分类保密制度，签署覆盖竞业限制、数据使用边界、违约赔偿条款的专项保密协议，并在AI系统中嵌入操作留痕与异常下载预警机制。

（三）生成内容合规管理

根据杭州互联网法院在奥特曼案中的裁判思路，医疗AI平台的注意义务应包括**事前预防、事中监管、事后处置**三个阶段。[9]

【9】上海知识产权研究所，两起'奥特曼'引发的涉AI平台侵权案

在事前预防环节，建立知识产权审核机制，对上传的训练数据进行合法性审查；设置关键词过滤系统，拦截明显侵权的医学影像、诊疗数据；以及在用户协议中明确知识产权合规要求及侵权责任条款。

在事中监管环节，对平台生成的医疗AI内容进行显著标识，建立侵权举报机制，及时处理权利人的通知，以及对高风险医疗AI功能，如影像生成或诊断建议等进行人工审核。

在事后处置环节，在收到侵权通知后及时采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施，保存侵权用户的相关信息，配合权利人维权，并建立重复侵权用户惩戒机制。

（四）知识产权风险排查

一是在医疗AI产品上市前，进行专利自由实施（FTO）调查与软件著作权自由使用风险排查，评估产品是否可能侵犯他人专利权或软件著作权。

二是评估反向工程风险，对于易通过反向破解的技术方案及时申请专利，完善知识产权布局。

三是考虑购买知识产权侵权责任保险，以转移潜在的巨额赔偿风险。

四、结语

医疗AI领域的知识产权风险贯穿数据、算法和产品三大阶段，数据来源合法性、代码侵权、商业秘密泄露和合作权属不清是核心风险点。建议各方主体构建覆盖医疗AI技术全生命周期的知识产权合规体系，将合规要求嵌入研发运营各节点，方能有效管控知识产权风险，保障创新成果的安全和商业化价值。

实质性派生品种制度：立法现状和实践意义

主笔人



董皓

北京浩天（上海）律师事务所 高级合伙人
浩天全国数字技术与互联网行业委员会 牵头合伙人
donghao@hylandslaw.com



董楠

北京浩天（上海）律师事务所 实习生
dongnan@hylandslaw.com



李佳陆

北京浩天（上海）律师事务所 律师助理
lijialu@hylandslaw.com

随着2025年全面修订的《中华人民共和国植物新品种保护条例》正式实施，**“实质性派生品种”**（EDV）制度已完成从法律理论到立法落地的跨越，中国的植物新品种保护制度也向《国际植物新品种保护公约》1991年文本的标准迈进了一步。植物新品种的原始品种权人与后续改良者之间的权利边界也因此面临新的调整。本文对EDV制度的立法框架、界定标准及对知识产权保护路径和商业现实的影响进行评述。

一、何为实质性派生品种

实质性派生品种（Essentially Derived Variety，“EDV”）是指由原始品种“实质性派生”，或者由该原始品种的实质性派生品种派生出来的品种。所谓“实质性派生”是指新的品种在表达由原始品种基因型或者基因型组合产生的基本性状方面与原始品种相同，但在表面特征上又与原始品种有明显区别的植物品种。通俗地讲，是指对一个育成品种进行修饰改良后选育的衍生品种。

EDV制度源于国际植物新品种保护联盟（International Union for the Protection of New Varieties of Plants，以下简称“UPOV”）于1991年通过的《国际植物新品种保护公约》（以下简称“UPOV 1991年文本”）。

该文本在规定育种者权利范围时明确提出，权利效力可以延伸至受保护品种的实质性派生品种。[1] 同时，公约对EDV的基本特征作了严格界定：EDV须派生自原始品种，虽然其能够与原始品种产生明显区别，但仍保留了由原始品种基因型或基因型组合所决定的基本性状。[2]

二、EDV制度的立法渊源

之所以出现“实质性派生品种”的问题，与植物新品种保护制度的渊源有关。植物新品种体系自建立之初，保护的都是植物品种的表面特征，而未及于品种的基因组合。

随着生物科技的发展，基因编辑成为产生新的植物品种的便捷途径。而根据植物新品种的基础性判断方法——**“DUS”测试**（“特异性”、“一致性”和“稳定性”）所判断出的、具有新的特异性的植物品种，可能在基因型层面与原始品种又几无差异。这就使一些采用基因编辑等科技方法获得新品种的企业对他们是否能够享有植物新品种权、以及是否需要与原始品种权人分享基于品种权产生的利益等问题上，产生不确定性。需要明确的规则来平衡传统育种者与他们之间的利益。

EDV制度，本质上是对种业长期以来**“修饰性育种”**现象的法律回应。在传统选育模式下，培育一个突破性新品种往往需耗费十年以上的科研心血；然而，随着现代基因编辑与分子标记辅助选择技术的普及，他人仅需在既有优良品种的基础上进行微小性状修饰——如略微改变花色或增强抗倒伏性——便能在短时间内获得一个符合“特异性”标准的新品种，通过DUS测试后被授予品种权，进而挤占传统育种者的市场。

中国对EDV制度的立法经历了从**“缺位”**到**“全链条接轨”**的演进。

1999年中国加入UPOV时，由于育种基础薄弱，选择适用不含EDV制度的1978年文本。随着创新保护需求的迫切，2021年修订的《中华人民共和国种子法》（以下简称“《种子法》”）以前瞻性姿态参考了UPOV 1991年文本，首次在法律层面确立了EDV概念。随后，2025年全面修订的《中华人民共和国植物新品种保护条例》（以下简称“《条例》”）则夯实了实操根基，不仅细化了判定标准，更将保护范围由“繁殖材料”延伸至直接销售的“收获材料”，构建起从基因源头到商业末端的全覆盖防护体系。

【1】参见《UPOV 1991年文本》第14条第（5）款（a）项（i）目
【2】参见《UPOV 1991年文本》第14条第（5）款（b）项关于“实质性派生品种”定义的界定

这种制度安排的初衷是**保护原始创新**。优良品种的培育凝结了长期的试验投入、材料积累和商业风险，若任由他人通过局部修饰迅速攫取排他权并完全抢占市场，植物新品种权制度对原始育种的激励功能就会被削弱。

因此， EDV制度，实际上是在回应种业领域“低水平重复”和“修饰性改良”的现实问题。当然，该制度亦有其边界，在**界定标准、申请流程及商业化利用**等环节中，仍需兼顾各方利益平衡。

三、EDV的界定标准

EDV的界定通常围绕三大核心要素展开，旨在厘清后续品种究竟是独立创新，还是对原始品种的依附。

1.遗传依赖关系

首先要判断后续品种在来源上是否依附于原始品种。实践中不能仅看表型相似度，还需结合育种方法、选育过程、亲本来源、材料流转记录等，判断后续品种是否确系以原始品种为基础派生。若原始品种权人无法证明其主张的“实质性派生品种”与原始品种存在遗传上的派生关系，则不能认定为实质性派生品种。

2.明显区别性

明显区别性要求EDV必须是一个可以与原始品种区分开的新品种，而非简单复制。如果二者完全相同，则属于同一性侵权或未经许可复制；只有在后续品种已经表现出一定特异性差异（如抗病性、颜色、产量等）时，才有讨论其是否构成EDV的空间。至于该差异是否足以使其摆脱原始品种的控制，还要继续看第三个要素。

3.基本性状一致性

这是EDV认定中最易被误解的标准。它并不要求派生品种与原始品种完全相同，而是要求二者在“表达由原始品种基因型或基因型组合产生的基本性状”方面仍保持一致。所谓**“基本性状”**，是指对品种整体特征、生产性能或使用价值具有重要贡献的性状，具体内容会因作物种类不同而有所差异。

该标准的核心并不是简单排除某一种育种方法，而是判断新品种是否已经脱离原始品种的主要遗传基础。

例如，常规杂交通常会引入新的遗传成分并重组、改变品种的主要性状，一般不宜仅因其与某一亲本存在相似性，就直接认定为该亲本的EDV。

但如果所谓“杂交”只是通过回交等方式引入少量性状，最终品种在整体遗传背景和基本性状上仍高度接近原始品种，则仍可能构成EDV。

需注意的是，即使杂交种本身未被认定为EDV，如果其亲本属于某一原始品种的EDV，在商业生产、繁殖该杂交种时，仍可能需要取得原始品种权人的许可。

由此可见，EDV制度的关键并不是简单扩大原始品种权，而是把“新品种是否真正独立”这个问题拆解为**来源、差异和基本性状**三个层次。下文讨论中国立法时，也应围绕这一问题展开：**法律如何把上述判断变成可以执行的规定。**

四、EDV的申请流程

根据现行立法，实质性派生品种可以申请植物新品种权，其申请程序与目前植物品种申请的程序一样。换言之，进行植物新品种授权时并不考量是否构成EDV。根据《植物新品种保护条例实施细则（农业部分）》（征求意见稿）（以下简称“《实施细则》征求意见稿”），拟授予品种权的品种在授权前需要进行**30日**的公示，公示内容包括品种来源，任何人可以对公示的品种来源提出异议。

公示和异议机制旨在将潜在的来源争议前置暴露。若某品种最终被确认构成EDV，其权利人仍可取得自身的植物新品种权，但在后续的生产、繁殖、销售、进出口等商业利用环节，应当取得原始品种权人的许可，并按照约定支付相应对价。此外，如果原始品种没有获得品种权，就没有法律上的权利基础，也不能因为新的实质性派生品种获得了品种权，就从其中获取利益分配。

五、EDV的商业化利用与纠纷解决

通常而言，因EDV商业化利用产生的利益分配，应由原始品种权人与EDV权利人通过许可合同、合作协议或事先约定解决。《实施细则》征求意见稿引入原始品种权人无正当理由拒绝许可时的强制许可路径，这说明制度在保护原始品种权人的同时，也试图避免原始权利人完全封锁后续改良成果的利用。

如果EDV的品种权人在未经原始品种权人同意的情况下进行商业化使用，可能构成侵权。对于此类纠纷，实践中通常通过两类技术手段判断是否属于近似品种：

一是分子标记检测**（DNA检测）**，侧重比较品种之间的遗传背景，例如简单序列重复（SSR）、单核苷酸多态性（SNP）、多核苷酸多态性（MNP）等检测方法。

二是田间观察测试，该测试是对申请保护的植物新品种进行特异性（Distinctness）、一致性（Uniformity）和稳定性（Stability）的栽培鉴定试验或室内分析测试的过程（简称“DUS测试”），相较于分子标记检测，DUS测试更侧重比较品种在实际种植中的表现，例如株型、果实、花色、抗性等。

当分子标记检测结果和田间观察测试结果不同时，应当**以田间观察测试结果为准**，但田间观察测试不是唯一反驳分子标记检测的方式。

例如在“先玉508”案二审（最高人民法院（2021）最高法知民终1200号民事判决书）中，最高人民法院认为，在已有DNA检测认定为近似品种的情况下，被诉方如果主张二者特征、特性不同的，应当承担举证责任，如对种子培育的过程、构成近似的原因等情况作出说明，田间观察检测并不是必须采取的唯一进行反驳的举证方式，故驳回其再进行田间检测的鉴定申请。

总体来看，中国EDV制度的核心不在于否定后续采用基因技术对作物进行改良，而在于遏制“搭便车”式的修饰性育种，防止他人通过有限改动绕开原始品种权。中国当前的立法，正在把这一问题转化为更具体的判断：新品种是否主要来源于原始品种，差异是否足以改变其基本性状，以及后续育种者能否证明其独立研发。

由此，EDV制度既强化了对原始育种投入的保护，也对后续育种者提出了更高的证据和合规要求。

由于实质性派生品种的判定过程中，存在大量证据固定、留存和细节判定问题，无论是原始品种的权利人还是采用基因改良方式获得新品种的企业都应当咨询具备植物新品种保护经验的知识产权律师，系统性地提前完成法律准备。

此外，原始权利人和实际育成实质性派生品种的企业之间，也应当采用精细的合同约定等方式，明确各自的权利和利益边界，共同从植物新品种的保护法律体系中获得投资收益，达到既繁荣了种业市场、又鼓励了高效创新的目的。

AI Agent访问平台侵权：中美司法态度对比与实务合规路径

主笔人



高莉

北京浩天律师事务所 顾问
gaoli@hylandslaw.com

近日，亚马逊公司诉Perplexity的AI Agent首案引发了行业内的广泛关注。在大模型与智能体技术快速落地的背景下，AI Agent通过自动化程序访问互联网平台、抓取数据、生成内容已成为常态。但此类行为是否构成侵权、责任如何认定，已成为当前知识产权与不正当竞争领域的前沿争议。本文从中美司法裁判态度对比出发，结合典型案例与裁判逻辑，为企业开展AI Agent业务提供实务合规指引。

一、问题提出：AI Agent带来的新型法律挑战

AI Agent（智能体）具备自主执行任务、模拟用户操作、批量访问平台、数据抓取与内容聚合等功能，其代理权限边界尚不清晰，其行为模式与传统爬虫、人工访问存在显著区别:

1.行为主体非典型化：由AI自主决策执行，而非单一人工操作；

2.行为边界模糊化：访问频率、深度与目的难以被平台规则预先涵盖；

3.后果复合化：既可能触发《反不正当竞争法》第十二条妨碍干扰条款，又涉及著作权法下数据抓取的实质性替代风险；

4. 行为强度规模化：访问频次、数据获取量远高于普通用户；

5. 行为效果替代性：部分AI Agent可直接概括、整合平台核心内容，形成竞争替代。

由此可能引发多重核心法律问题，例如：

- AI Agent自动访问平台，是否构成不正当竞争?
- AI Agent是否突破平台技术措施或协议限制，构成对数据权益的实质性侵害?
- 平台数据权益、用户权益与技术创新边界如何划分?
- robots协议、用户协议在司法裁判中效力如何?
- 中美法院对同类行为的裁判逻辑存在哪些差异?

二、美国司法实践：《计算机欺诈与滥用法》（CFAA）授权边界为核心，重合同与技术规则

美国法院对AI、自动化工具访问平台，整体呈现技术相对中立、以CFAA授权边界与合同损害为核心判断依据的态度。CFAA（18 U.S.C. § 1030）是规制未经授权访问计算机系统的核心联邦法律。

（一）核心裁判逻辑

1. 以用户协议、robots协议作为重要准入依据，违反协议通常被认定为“不当访问”；

2. 区分公开数据与非公开数据：公开数据并非当然可爬，非公开数据原则上禁止获取；

3. 重点审查是否造成实际损害：如干扰服务器、挤占资源、破坏商业模式；

4. 对AI技术本身较为宽容，不轻易因技术先进性否定行为合法性。

（二）典型案例

1. 最高法院范布伦案（Van Buren v. United States, 2021）[1]：限缩解释“技术性损害”

- **裁判逻辑**

CFAA的“未经授权访问”（without authorization）与 “超越授权访问”（exceeds authorized access），仅适用于突破技术屏障的行为，而非违反使用目的/政策的行为。

- **对AI Agent的影响**

仅因“用于AI训练/竞争”而访问公开数据，不当然违反CFAA；但绕过技术防护、使用伪造身份访问非公开数据，则落入CFAA规制范围。

2. 第九巡回法院 hiQ Labs v. LinkedIn（2019/2022）[2]：公开数据的“授权默认规则”

- **裁判逻辑**

对完全公开、无身份验证的数据，默认推定“已授权”，平台不能仅凭robots 协议或停止函，将此类访问认定为CFAA下的“未经授权”。

- **法院认定**

平台公开可获取的数据，在不违反robots协议、不破坏平台运营的前提下，第三方合理自动化抓取，不属于CFAA所禁止的“计算机入侵”（breaking and entering）。

- **适用边界**

仅适用于公开数据；若数据需登录 / 密码保护，或平台已通过技术手段封禁，则不适用此规则。

3. 第九巡回法院Amazon v. Perplexity（2026）[3]：“双重授权”原则

- **核心争议**

用户授权AI Agent访问自己的账户，是否足以对抗平台的禁止?

- **裁判逻辑**

【1】 Van Buren v. United States案
【2】 hiQ Labs v. LinkedIn案
【3】 Amazon v. Perplexity案

AI Agent突破防护抓取电商平台商品信息违反用户协议，大规模、高频率访问挤占平台资源，平台商业模式构成潜在冲击。

- **法院认定**

用户授权≠平台授权，二者是独立法律关系，缺一不可。用户授权仅允许AI使用其账户权限，不能转授平台系统的访问许可。而平台对自身服务器拥有独立控制权，明确拒绝第三方AI接入后，继续访问即构成CFAA下的“未经授权”。

（三）美国司法态度总结

美国司法实践呈现出**“技术中立、授权优先、损害导向”**的三重特征：其一，对AI态度相对中立，但AI自动化访问必须同时满足用户授权+平台授权，缺一不可；其二，是否构成违法访问，核心取决于是否存在技术性屏障或平台是否明示拒绝，例如平台设置有IP封禁、验证码或登录墙等，对于AI Agent访问发出书面通知、停止函或API条款禁止等。对公开数据采用默认授权推定，但该推定可被有效robots协议或技术阻断即时撤销；其三，是否造成实质性损害是判断不正当性与责任程度的关键要件。例如AI Agent访问平台造成服务器过载、服务中断或商业模式替代等。较少泛化适用商业道德。

三、中国司法实践重竞争秩序与商业道德，审查更严格

我国法院在处理自动化工具访问平台案件时，优先适用《反不正当竞争法》，强调公平竞争秩序、平台合法权益与商业道德，对AI类自动化访问持审慎严格态度。

（一）核心裁判逻辑

1. 优先适用反不正当竞争法第2条和第12条关于数据不正当竞争的规定；

2. 重点审查三要素：是否不当利用平台经营成果，是否实质性替代平台服务，是否违背诚信原则与商业道德；

3. robots协议仅为参考因素，而非绝对效力依据；

4. 即使数据部分公开，批量、规模化、用于竞争仍可能被认定不正当竞争。

（二）典型案例

1.(2023)浙0192民初112号淘宝诉光蝶案[4]：平台数据产权＞AI创新利益与实质性替代标准

- **争议焦点**

【4】(2023)浙0192民初112号淘宝诉光蝶案

自动化抓取+ AI使用行为是否构成不正当竞争？淘宝公开商品数据是否属于可自由抓取的范畴？被告行为是否实质性替代淘宝服务、损害竞争秩序？

- **裁判逻辑**

无偿、批量、规模化抓取核心数据，属于不当利用平台经营成果。被告将抓取数据直接用于比价、导购、AI推荐，对原告带来实质性替代风险。被告绕过反爬、无视robots协议且未获授权，破坏平台技术防护与访问秩序，违背商业道德与诚信原则。

- **裁判要旨**

平台对经投入形成的结构化、规模化数据集合享有竞争性权益，未经授权、绕过防护、规模化抓取、用于竞争的行为，构成不正当竞争，判令被告立即停止抓取、使用淘宝数据的行为。

2.(2021)京73民终2816号微博诉字节案[5]：公开数据≠可商业抓取，用户授权≠平台授权

- **核心争议**

平台UGC内容与公开数据的权益边界如何界定？被告行为是否干扰平台运营、破坏商业模式？robots协议在本案中的效力？用户授权能否替代平台授权？

- **裁判逻辑**

公开不意味着可商业抓取，需考虑授权、竞争影响、技术措施；用户授权不能替代平台整体数据权益许可；商业AI或内容抓取不构成合理使用。

- **裁判要旨**

平台对UGC内容集合和平台加工数据享有竞争利益，未经授权并规避或突破平台限制全量抓取、直接移植并同质化商业利用构成实质性替代，属于搭便车，扰乱竞争秩序，违反诚实信用与商业道德。

（三）中国司法态度总结

对于**国内爬虫、自动化工具、数据聚合类**的案件，中国法院的裁判趋势表现为：以维护竞争秩序与平台合法权益为核心，只要行为干扰平台运营、挤占资源、抢夺用户或替代核心服务，通常被认定不正当竞争。对AI Agent自动访问、数据抓取、内容生成类行为的审查更严格、标准更审慎，法院更关注对竞争秩序的冲击，而非仅看技术中立。

四、中美司法态度核心对比

【5】(2021)京73民终2816号微博诉字节案

对比维度	美国法院	中国法院
主要法律依据	CFAA（18 U.S.C. §1030）、合同规则、侵权责任	反不正当竞争法第2条、第12条
对AI技术态度	相对中立，允许公开数据合规访问	审慎严格，强调行为正当性
核心判断标准	技术屏障+平台明确意思表示、是否违约、是否造成实际损害	是否损害竞争秩序、是否不当获利、是否构成实质性替代
公开数据态度	公开数据默认可访问（无技术屏障时）	公开数据≠可自动抓取，规模化用于商业竞争构成违法
双重授权	明确认可：用户授权≠平台授权	明确采纳
robots协议效力	高，常作为合法/非法边界	参考因素，不具有绝对效力
典型违法情形	突破技术屏障、违反平台明确禁止、无平台授权	实质性替代、不当获利、干扰运营、违反商业道德
保护重点	平台系统安全、合同权利、技术防护	商业模式、数据权益、公平竞争秩序
浩天研究院出品		

五、实务合规建议AI Agent访问平台如何降低风险?

（一）美国合规红线

1. 严格区分数据类型。对于公开数据，在平台无须登录或未设置技术屏障时，默认可合规访问。对于非公开数据，必须同时获得用户授权以及平台明确书面许可，缺一不可。

2. 遵守平台意思表示，包括robots.txt声明、服务条款明示禁止、API使用协议及技术反爬措施；凡平台明确拒绝访问，立即停止相关访问行为，避免构成CFAA项下的故意未经授权。

3. 避免突破身份认证、频次限制或IP封禁等技术屏障，否则直接触发CFAA违法风险。

4. 访问平台时，需获得用户授权和平台授权的双重授权。

（二）中国合规红线

1. 遵守相关协议，严格审查平台用户协议、隐私政策、robots协议。禁止以技术手段绕过登录验证、反爬机制。

2. 即便数据公开，亦须控制访问频率与规模，不挤占服务器资源、不影响平台正常运营。避免7×24小时不间断、规模化批量抓取。

3. 审慎使用抓取数据，不抓取非公开数据、隐私数据、核心业务数据，对于用户身份或行为轨迹等敏感信

（三）全球合规路径

一方面优先采用官方API、商业授权、数据合作等方式获取数据。另一方面对于高风险场景，例如AI训练+批量抓取，提前开展合规评估。

六、结语

AI Agent作为新一代智能工具，代表技术发展方向，但其访问、抓取平台数据的行为并非法外之地。对企业而言，无论境内还是境外业务，技术创新不能以损害他人合法权益、破坏公平竞争秩序为代价。只有在合法、合规、诚信的前提下，AI Agent才能实现可持续发展。

AI知产布局：算法、数据与模型的全链条保护策略

主笔人



高莉

北京浩天律师事务所 顾问
gaoli@hylandslaw.com

引言

人工智能（AI）技术的迅猛发展正在深刻重塑各个产业，推动着新一轮科技革命和产业变革。知识产权在服务AI产业发展方面，发挥着重要的制度供给和技术供给双重作用。

目前，我国是世界上AI专利的最大拥有国，占比达全球60%[1]。AI技术的特性也带来了前所未有的知识产权挑战。

为规范AI技术的保护路径，提升专利申请质量，国家知识产权局近期再次修改完善了对人工智能领域专利申请的审查标准，修改后的《专利审查指南》（下称“指南”）已于2026年1月1日正式施行[2]。

在这一背景下，为人工智能技术制定系统、前瞻且切实可行的知识产权布局与保护策略，成为创新主体构建核心竞争力、防范风险的关键环节。

一、AI技术的知识产权特性分析

AI技术的核心要素包括**算法、数据以及模型**，知识产权保护需特别关注上述核心要素的特性。

（一）算法

抽象性与数学本质：算法是AI系统的核心，其本质上是解决问题的步骤或方法，具有高度的抽象性和数学属性。这使得其可专利性在各国司法实践中存在争议，核心在于如何满足技术方案的要求。

迭代速度快：AI算法更新频繁，专利申请周期可能跟不上技术发展速度，这也是导致部分创新主体不重视AI专利申请的原因之一。

（二）数据

来源与权属的复杂性：数据是AI模型训练和性能优化的基础资源，数据来源包括公开数据、用户数据、合作数据等，涉及数据所有权、隐私权、个人信息保护等多重法律问题。尤其在生成式AI场景中，AI生成的内容的可专利性以及著作权归属问题在全球范围内尚无统一标准，是业界热议的焦点。

合规风险：训练数据的获取、处理与应用涉及复杂的合规风险。指南新规下，数据合规审查成为前置规则。在跨境场景下，不同司法辖区对数据主权与数据流动的监管差异显著，需要防止因隐私侵权或数据爬取争议引发法律纠纷。

预处理与加工：在大模型的训练过程中，对数据的清洗、标注、特征提取、结构化设计等过程可能产生具有独创性的数据库或软件工具，这类成果往往可以作为技术方案的一部分进行专利挖掘，或者寻求著作权保护。

【1】中华人民共和国中央人民政府：《我国人工智能专利数占全球总量60% 数据企业数量超40万家》
【2】国家知识产权局 公告 国家知识产权局关于修改《专利审查指南》的决定（局令第84号）

（三）模型

“黑箱”特性：模型的内部决策过程难以解释，这使得在专利申请和授权过程中很难证明其创新性以及专利说明书的充分公开。并且，即使模型专利获得授权，在后续的侵权判定中进行技术特征比对难度也很高。

模型参数：训练得到的模型参数是核心价值所在，一般无法通过反向工程破解，通常最适合通过商业秘密进行保护。

开源合规：部分AI模型以开源形式发布，需遵守相关许可证要求，如GPL、Apache等，避免因违规使用导致知识产权纠纷。在知识产权布局中，应评估开源与专有策略的平衡，确保核心技术保护的同时，促进生态合作与技术共享。

二、AI技术的专利保护策略

（一）具有可专利性的保护客体

基于指南对AI专利的审查标准，对于具备**“技术三要素”**且具备**“创造性”**的AI发明，可依法申请发明专利并获得保护。包括：

1.AI算法与具体技术场景结合。例如在医疗影像识别、自动驾驶决策或智能制造控制中的应用，通过解决特定技术问题体现其技术贡献。同时，将算法的实现过程与数据处理流程、系统架构设计相融合，形成可专利的技术方案，有助于突破审查障碍。

2.运行AI算法的装置。例如通过改进硬件以更高效运行AI算法的专用AI芯片。

3.数据处理方法或模型训练方法。对数据的清洗、标注、特征提取、结构化设计等过程的创新，以及针对模型压缩、加速推理等工程化环节的创新，也日益成为专利布局的重点领域。

4.图形用户界面。用于提升人机交互效率的图形用户界面，若其布局、动态反馈或可视化逻辑具有新颖性与独特性，亦可申请外观设计专利。

（二）审查标准升级下的专利申请策略

1. 伦理与合法性自查

在专利申请文件的撰写和研发过程中，必须对数据来源的合法性、数据加工处理的合法性、算法规则的公平性进行自我审查。

例如，涉及人脸识别、用户画像、自动驾驶决策等场景时，必须确保符合《个人信息保护法》等法规，完成脱敏处理，并避免嵌入歧视性或违背公序良俗的规则。

此外，医疗、自动驾驶等领域还需额外符合行业监管要求，如医疗 AI 需满足医疗器械相关法规。

同时，应建立伦理风险评估机制，在研发初期即引入法律与伦理专家参与审查，防范技术滥用可能带来的社会风险。

2.说明书“充分公开”

在说明书中，不能只描述AI模型达到了什么效果，还需更详细地披露技术细节，包括模型架构、训练目标、初始化参数、训练过程、数据集的构建和处理方式、样本量、迭代次数、收敛条件、验证指标及实验数据等，以满足本领域技术人员能够复现的要求。

3.算法与场景的技术贡献

专利申请必须清晰阐述算法改进如何与具体的技术领域结合，算法特征与技术特征如何实现“功能上彼此相互支持、存在相互作用”，并带来了何种可验证的技术效果。单纯将通用算法套用到一个新场景，很难被认定为具备创造性。此外，应当以**“技术贡献度”**为核心构建权利要求体系，突出算法与硬件资源调度、数据处理流程或具体应用场景之间的协同优化机制。通过量化指标体现技术效果的实质性提升，如计算效率提高、资源消耗降低或准确率显著改进，并结合实验数据加以佐证。

4.发明人资格核查

国家知识产权局明确要求，**任何专利申请均不得将人工智能系统列为发明人**，发明人必须为实际作出创造性贡献的自然人[3]。如果在研发过程中使用AI工具辅助发明，则应当通过技术日志、实验记录等方式留存人类发明人对技术构思的实质性参与证据，以证明创新成果源于人的智力活动。

三、AI技术的其他保护方式及适用性

结合AI技术核心要素的特性，针对AI技术的不同组成部分，除专利权外，还需灵活运用多种知识产权保护工具，形成覆盖算法、数据、应用场景的立体化保护体系。

（一）著作权

1.适用对象

对于AI技术中涉及算法创新但难以满足专利授权条件的部分，例如软件与代码，可以视为作品自动获得著作权的保护。

【3】国家知识产权局 复审无效十大案件 “人工智能能否经受“发明人”考验？”

常见的包括：AI算法或模型的源代码、目标代码等，用于数据预处理、模型训练或结果分析的软件工具，包括数据集合的选择编排、结构化设计等具有独创性的数据库，用户界面，以及AI生成内容。

2.实务要点

目前对AI生成内容的保护仍存在法律空白。主流观点认为，在无人类实质性创造性贡献的情况下，AI生成内容可能不受著作权法保护，或归属为操作者/训练者（依具体法域而定）。

例如，在《春风送来了温柔》案[4]中，法院首次明确了利用人工智能生成图片的“作品”属性和使用者的“创作者”身份。

但在张家港艺术椅案[5]中，法院认为，仅通过输入简单提示词生成的AI内容只是思想，并非受著作权法保护的表达，并不构成作品。

可见，AI生成内容能否获得著作权保护，关键在于人类在创作过程中的**参与程度**和**创造性贡献**。因此，在实务中应重点留存开发过程中的人工调整记录、设计决策文档等证据，以证明人类的实质性参与，提升权利主张的可信度。

（二）商业秘密

1.适用对象

对于不适合或难以通过专利、著作权保护的，且具有商业价值的AI核心资产，例如核心算法和模型参数等，建议通过商业秘密进行保护。

常见的包括：不易被竞争对手通过反向工程破解的算法逻辑，关键的模型参数及超参数设置，经过深度处理或标注的数据，独家的训练数据集，以及特定的工程技巧、调优方法等。

2.实务要点

商业秘密保护依赖于严格的保密措施。否则维权时需证明信息价值性、保密措施和侵权行为，难度较大。数据表明，我国商业秘密一审案件的胜诉率不足20%[6]。更严重的是，一旦泄密，权利可能永久丧失。

例如，在北京某科技公司诉北京某智慧公司、刘某等侵害商业秘密纠纷案[7]中，法院认定在计算机技术领域中，大量经典算法对技术人员而言是一般常识，源代码具有秘密性也不必然推知其承载的“流程、逻辑关系、算法”信息一定不为公众所知，故相关技术信息不构成商业秘密。

近日，国家市场监督管理总局正式发布《商业秘密保护规定》，2026年**6月1日**正式施行，对企业合规体系提出了更高要求。企业应高度重视商业秘密保护体系的建设，对于技术内容区分公知与非公知部分，进行秘点精细化管理，将保密措施进行实质化落地。

【4】案号：北京互联网法院（2023）京0491民初11279号
【5】案号：江苏省张家港市人民法院（2024）苏0582民初0915号
【6】中国保护知识产权网
【7】案号：（2020）最高法知民终1472号

（三）其他方式

1.数据知识产权

对于经实质性加工、具有独创性的数据集合，可尝试通过数据知识产权登记制度确权。企业可以针对训练数据集、衍生数据产品等进行分类整理，确保数据来源合法、处理过程合规，并保留完整的数据处理日志与权利凭证。

2.商标权

对于AI产品或服务的品牌名称、标识，积极通过商标权进行保护，建立品牌认知和商誉。

3.合同/协议

对于不适用各类知识产权保护的AI技术资产，例如API接口、自有数据等，通过许可协议、开发合同、数据使用协议、合作研究协议等，明确各方在AI技术开发、使用、数据共享、成果归属等方面的权利和义务，作为法定权利的重要补充。

四、结语

人工智能领域的知识产权布局与保护是一项复杂且动态的系统工程。企业需深刻理解AI技术的知识产权特性，熟练掌握专利、著作权、商业秘密等多元保护工具的运用规则，并结合自身技术特点、商业模式和发展阶段，制定前瞻性、组合式、精细化的IP策略。同时，密切关注法律法规、司法实践和行业动态的变化，持续调整优化策略，方能在激烈的AI竞争中有效保护创新成果，规避法律风险，最大化知识产权的商业价值，为企业的可持续发展保驾护航。

殊途同归：中美AI专利审查逻辑与布局策略深度对比

主笔人



高莉

北京浩天律师事务所 顾问
gaoli@hylandslaw.com

中美两国在人工智能技术和产业发展上均处于全球领先地位，数据显示，中国人工智能专利申请数量全球第一，美国在总量上落后，但IBM以1.77万项AI专利居于全球创新主体首位。在人工智能专利审查标准上，中美两国也已形成既有关键共识又存在显著侧重的体系。本文将从审查逻辑、伦理规则、发明人资格等几个核心维度进行对比，并据此提供实操建议。

一、中美AI专利审查标准演进

（一）中国AI专利审查标准演进

自2017年《专利审查指南》首次明确计算机方法的可专利性以来，中国AI专利审查标准大致可以分为四个阶段。列示如下表：

	文件指引	核心变化
2017-2019 探索与初步规范	国家知识产权局第74号公告[2]；国家知识产权局第328号公告[3]	第二部分第九章增加了对“包含算法特征或商业规则和方法”的发明专利申请的审查规定。虽然并非专门针对AI，但为后续AI专利审查提供了初步的法规接口。
2020 专项指南发布	《专利审查指南》第二部分第九章修改草案[4]	1. 客体审查明确化：包含算法特征的发明，如果其解决的是技术问题、采用了技术手段、获得了技术效果，则属于专利保护客体。 2. 创造性审查路径：提出“技术三要素”，突出算法在具体应用场景中产生的技术性贡献，强调要将算法特征与技术特征作为一个整体，考虑其对解决方案作出的贡献。
2023年底-2024 标准正式落地	《专利审查指南》（2023版）[5]	1.“三要素法”成为法定标准：正式将“三要素法”作为判断包含算法等特征的方案是否属于保护客体的核心方法。 2.创造性审查细化：如果算法改进与具体应用场景结合，共同作用于提升硬件性能、数据处理效率、系统安全性等，则认可其创造性。
2024至今 深化与细化	国家知识产权局第84号公告[6]；《人工智能相关发明专利申请指引（试行）》[7]	1.伦理审查前置：首次系统引入对《专利法》第五条第一款的审查标准。 2.细化“充分公开”标准：针对“黑盒”特性，明确了在模型构建、模型训练等情形下说明书的撰写要求。 3.完善创造性判断规则，明确场景与算法的贡献考量。 4.“发明人必须是自然人”原则，在请求书中填写所有发明人的身份信息。
浩天研究院出品		

（二）美国AI专利审查标准演进

不同于我国标准更重体系化建构与行政指引，美国则倚重司法判例的个案纠偏与动态调适，美国AI专利审查标准演进则呈现出**“判例驱动、渐进调适”**特征。政策的演变体现了USPTO在激励创新与维护专利制度稳定性之间的谨慎平衡。对于AI领域的具体技术（如大模型、自动驾驶或生物医药AI），审查实践中还会有更细致的考量。

【1】国际金融论坛（IFF）《全球人工智能竞争力指数报告》
【2】国家知识产权局第74号公告
【3】国家知识产权局第328号公告
【4】《专利审查指南》第二部分第九章修改草案
【5】《专利审查指南》（2023版）
【6】国家知识产权局第84号公告
【7】《人工智能相关发明专利申请指引（试行）》

	相关文件	核心变化
2014-2019 判断基础	《专利客体适格性指南》[8]	明确“两步测试法”（Alice/Mayo测试）为AI专利审查标准流程，AI算法需“整合”到具体应用中，形成“创造性构思”。
2020方向调研	《AI与IP政策报告》[9]	AI发明人资格：应当是完成发明构思的自然人。
2024 资格与伦理明确适格性标准具体化	《AI辅助发明之发明人指南》[10]；《使用AI工具实务指南》[11]；《客体适格性指南更新（包含AI）》[12]	1.重申“自然人发明人”原则，强调人类发明人需对发明构思做出“显著贡献”（“DABUS”案（Thaler v. Vidal））。 2.规范申请过程中的AI使用伦理。 3.明确AI算法的“实际应用”标准，提供具体示例，阐释如何通过“整合”测试，强调需有“技术改进”。
2025至今 持续调整	2025年8月审查备忘录[13]；《发明人指南（修订版）》[14]	1.审查门槛微调：要求基于“优势证据”标准驳回，实质提高审查门槛。 2.巩固与国际协调：强化了以“构思”为核心的发明人判断标准，明确了对国外将AI列为发明人的申请，将不予承认优先权，持续关注AI生成物发明权属等前沿问题。

浩天研究院出品

二、中美AI专利审查核心区别对比

对比维度	中国（CNIPA）	美国（USPTO）
1. 审查逻辑与核心标准	“技术三要素”法：严格考察是否解决了技术问题、采用了技术手段、获得了技术效果。审查重心在于方案的“整体技术属性”。	“两步测试”法（Alice/Mayo）：重点判断是否属于“抽象概念”（如算法），以及是否通过“创造性构思”整合到实际应用中。审查重心在于排除抽象概念。
2. 伦理与安全审查	主动、前置的强审查。2025年新规已将伦理审查（《专利法》第5条）系统化，审查范围涵盖说明书全文，重点包括数据合法性、算法公平性等。	相对被动。主要依赖《发明法案》中的不侵权情形（如违反公共政策），通常不会在审查中主动、系统地进行大规模数据伦理审查。
3. 发明人资格	明确规定必须为自然人。2025年指南重申，申请表格中明确禁止填写AI等非自然人名称。立场清晰且统一。	通过案例与指南明确必须为自然人。立场与中国一致，但对将AI列为发明人的外国申请，会拒绝承认其优先权，国际协调影响更直接。
4. 政策风格与演进	体系化、文化化指引。通过频繁修订《专利审查指南》发布具体章节、示例和要点，规则统一明确，可预测性强。	判例法与指南结合。在最高法院判例（如Alice案）确立的框架下，通过USPTO发布审查指南、备忘录进行动态调整，灵活性高但有一定不确定性。

浩天研究院出品

【8】2019 Patent Eligibility Guidance Update，《联邦公报》第84卷第55942页

【9】Artificial intelligence (AI) policy

【10】Guidance on Use of Artificial Intelligence-Based Tools in Practice Before the United States Patent and Trademark Office，《联邦公报》第89卷第25609页

【11】Inventorship Guidance for AI-Assisted Inventions，《联邦公报》第89 卷第10044页

【12】2024 Guidance Update on Patent Subject Matter Eligibility, Including on Artificial Intelligence，《联邦公报》第89卷第58128页

【13】43 F.4th 1207, 1213 (Fed. Cir. 2022), cert. denied, 143 S. Ct. 1783 (2023)

【14】Revised Inventorship Guidance for AI-Assisted Inventions，《联邦公报》第90卷第54636页

三、综合性布局建议

结合上述审查标准演变过程以及中美两国对AI专利的审查标准核心对比，当前CNIPA和USPTO的审查重点基本上聚焦于**客体适格性、发明人资格、公开充分性**的“铁三角”。基于此，我们也给出了针对中美两国以及全球专利布局的实操路径。

（一） 针对中国（CNIPA）申请的撰写核心

构建完整技术故事：在说明书中，必须明确阐述发明解决的具体行业技术痛点，例如提升低光照下自动驾驶摄像头的物体识别率，而非通用问题；并详细描述技术细节，包括模型结构、训练数据和参数，并辅以实验数据对比来证明技术效果。

前置伦理合规自查：在提交前，务必对算法模型所使用的数据来源合法性、算法决策的公平性进行内部审查，并准备好说明，以应对可能涉及的《专利法》第5条审查。

采用多层次权利要求布局：从装置、方法、存储介质到系统进行全方位保护，确保权利要求体现算法与硬件的结合或对技术系统的优化。

（二）针对美国（USPTO）申请的撰写核心

强调实际应用与技术改进：在权利要求和摘要中，清晰界定发明整合到了哪个具体的技术领域，例如医疗诊断或网络安全管理等，并明确指出其如何改进了计算机本身或其他技术的功能，例如减少内存占用、提高处理速度、提升结果准确性等。

细致记录发明过程：妥善保存能证明人类发明人主导作用的记录，如实验日志、会议纪要、迭代版本的代码与评估结果。这是应对发明人资格质疑和证明其创造性构思的关键。

善用优势证据原则：如果收到基于101条款关于客体适格性的驳回意见，可以依据2025年USPTO备忘录，主张审查员未提供优势证据来证明发明仅属于抽象概念，从而进行有力争辩。

（三）全球布局的通用底线与策略

发明人必须为自然人：在任何国家的申请中，都只能将实际做出创造性贡献的自然人列为发明人，绝对避免将AI系统列为发明人或共同发明人，以免导致优先权失效。

申请时机与路径选择：考虑到中国对新颖性宽限期的规定更为严格，仅限“规定的学术会议首次发表”或“他人未经同意泄露”等少数情形，建议在任何公开披露前提交专利申请。通常可采用中国先申请，后提交PCT国际申请，再进入美欧等目标市场的路径，以兼顾保护时效与成本。

动态跟踪与预警：两国的AI专利政策仍在快速演进。例如，中国未来可能对AIGC（人工智能生成内容）的可专利性、美国可能对AI辅助发明的显著贡献标准进行细化。建立长期的政策跟踪机制至关重要。

体育赛事品牌营销：合规风险与实操应对

主笔人



何为

北京浩天律师事务所 合伙人
浩天全国知识产权专业委员会-网络安全与数据保护组 牵头合伙人
hewei2@hylandslaw.com



李婕

北京浩天律师事务所 合伙人
lijie@hylandslaw.com



谭知雨

北京浩天律师事务所 律师助理
tanzhiyu@hylandslaw.com

距离2026年美加墨世界杯开幕仅剩月余，全球体育营销已进入白热化阶段。然而，顶级流量往往伴随高风险，体育赛事赞助绝非简单的“出资换曝光”，识别体育赛事品牌营销的合规风险，制定切实可行的应对策略，系品牌方开展体育赛事赞助营销的法律防线。

一、警惕“伪赛事”，找准合法主办方

品牌方对体育赛事进行赞助的前提，系确认拟与其签订赞助合同的目标赛事组织者具备合法、有效且完整的办赛资质。

若品牌方与缺乏法定备案手续的**“伪赛事”**主办方签署赞助协议，或与仅具中介性质而不享有赛事相关招商权、收益权的代理商进行交易，或者相关主体通过伪造官方文书、假冒知名赛事标识等欺诈手段诱导品牌方缔约，将导致赞助目的无法实现。

品牌方策略

1. 品牌方应实施前置尽职调查，要求赛事组织方提供并出示以下文件的原件以供核验，并留存加盖公章的复印件：

赛事组织方的《营业执照》及相应经营许可；

体育行政主管部门出具的赛事审批及备案证明文件；

若为国际赛事，须额外提供国际体育组织出具的正式授权书及认证函件。

2. 品牌方应避免仅凭合作方提供的纸质材料或口头陈述作出决策，可通过官方权威渠道（如国家体育总局官网、中国奥委会官网、地方体育局竞赛管理平台等）对相关赛事证明文件进行交叉验证。

3. 在赞助合同中设置陈述与保证条款及特定违约责任条款，明确约定：

资质真实性承诺：赛事主办方须承诺其拥有合法的办赛资质、完整的知识产权及完全的缔约权限，所提供的全部文件均真实、合法、有效，不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

设置专门违约责任：若主办方违反上述承诺，存在资质造假、无权代理、越权授权或提供虚假材料等情形，品牌方有权单方解除合同，要求主办方全额退还已支付的赞助款项及实物折价款，并要求主办方支付相应违约金。

二、明确赞助权益，提升营销效果

品牌方与赛事主办方签署赞助协议时，若对赞助权益的范围约定不明，极易引发合同履行争议，一方面可能导致主办方单方缩减权益交付范围（如降低露出频次、缩小展示面积等），另一方面亦可能导致品牌方在缺乏明确授权基础的情形下超范围使用赛事IP，进而触发违约之诉或知识产权侵权纠纷。

品牌方策略

1. 赞助权益清单化

在赞助合同中，避免使用“合理使用”“酌情安排”“同等资源”等缺乏客观判断标准的模糊表述。建议以列举方式明确约定赞助权益的具体维度，包括但不限于：

权益类型：明确LOGO展示、冠名权、产品排他性授权、现场展位等具体权益；

应用场景：限定赛场围挡、官方手册、线上宣传物料、电商详情页等具体载体；

授权范围：精确界定权益使用的起止时间、地理区域及数字媒体范围；

量化指标：明确LOGO的最小尺寸、最大展示时长、位置优先级等参数。

2. 证据管理

对主办方提供含赛事IP（包括但不限于商标、吉祥物、特殊标志、赛事名称等）的物料存证，以备在发生行政投诉或民事诉讼时作为合法来源抗辩及免责举证之用。

三、筑牢排他壁垒，防范竞品渗透

为提升营销效果，品牌方往往会通过支付高额赞助费以获得体育赛事的独家赞助权益。若赞助合同中关于排他范围及救济机制的约定不清晰，可能导致竞品通过其他方式与体育赛事绑定，导致营销流量被分流，稀释赞助价值，损害营销投入回报率。

品牌方策略

1. 明确排他品类，且建议细化至二级、三级分类品类，或者根据行业实践对产品分类进行其他维度的划分，以明确排他的边界。

例如，针对酒类产品，可区分“白酒”、“葡萄酒”、“除葡萄酒外的其他果酒”、“啤酒”和“黄酒”。

2. 明确排他地域和排他期限，尤其是，可以考虑设置在体育赛事举办前或后一定期限的保护期，在保护期内，主办方不得以公益合作等其他形式与竞品建立关联。

3. 明确排他权是否延伸至参赛运动员的个人肖像权、参赛队伍/代表团的冠名权及训练基地的展示权等，阻断隐性营销的渗透路径。

4. 建立竞品监测与追责机制，要求主办方承担竞品排查义务，并针对竞品违规合作设定具体的违约金计算标准（如按赞助费的一定比例计算），简化品牌方的举证难度。

四、规范宣传内容，避免违法表述

体育赛事营销内容受到《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》及专项法规（如《特殊标志管理条例》）的规制。

实践中，高频法律雷区主要包括：滥用绝对化用语、发布虚假或引人误解的宣传、未经授权或违反代言规范使用运动员肖像/姓名，以及违规使用国旗、国徽等国家象征。

品牌方策略

1. 对禁用词进行排查，剔除广告文案中的绝对化用语及无法证实的断言性表述。

2. 核查权利链条，确保所有涉及运动员肖像、姓名及赛事IP（LOGO、吉祥物等）均已取得完整、有效的书面授权。

3. 若赛事涉及未成年人（如青少年锦标赛等），建议额外规避任何可能诱导未成年人沉迷、过度消费或不利于其身心健康的内容，以确保符合《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国未成年人保护法》的相关规定。

4. 留存合规审核证据，完整记录宣传内容的审核流程、审批文件、授权文件等，证明品牌方已尽到审慎审查义务、争取从轻减轻处罚的关键依据。

五、监控赛事舆情，事前审查严约定

品牌与体育赛事建立深度赞助关系后，双方即形成声誉共同体。体育赛事运营过程中发生的任何负面舆情（如人身安全事故、裁判不公、舞弊丑闻等），均可能传导至品牌方，导致品牌形象受损、销量下滑和市场份额流失。因此，若在赞助合同中未预设相应的风险隔离机制，品牌方将在危机发生后陷入被动，难以通过法律途径快速切割并止损。

品牌方策略

1. 在签约前，建议品牌方对拟合作体育赛事的历史舆情、安全记录、媒体报道、主办方信用状况和涉诉情况等进行尽调，以判断主办方的履约能力和赛事的信誉。

2. 在赞助合同中约定，若体育赛事发生安全事故、兴奋剂丑闻、腐败受贿、操纵比赛等重大负面事件，品牌方有权单方暂停权益执行、撤回宣传物料、发布澄清声明，甚至行使单方解除权终止合同，并要求主办方支付违约金。

体育赛事营销的价值内核，在于依托赛事公信力传递品牌专业度，而非单纯追逐流量曝光。品牌方唯有筑牢合规底线，方能规避法律风险、守护商誉资产。只有将合规贯穿体育赛事赞助全程，才能实现品牌与赛事的良性共生与双向赋能。

体育赛事短视频传播：
著作权侵权风险防范与合规路径

主笔人



何为

北京浩天律师事务所 合伙人
浩天全国知识产权专业委员会-网络安全与数据保护组 牵头合伙人
hewei2@hylandslaw.com



袁少鸿

北京浩天律师事务所 律师
yuanshaohong@hylandslaw.com



孙天宇

北京浩天律师事务所 律师
suntianyu@hylandslaw.com

2026年世界杯即将拉开帷幕，各大短视频平台都将迎来一波内容爆发期。可以预见的是，各种进球、扑救的精彩片段会被博主们疯狂剪辑，配上激昂的解说，流量也会跟着水涨船高。

然而，在这场短视频创作热潮的背后，隐藏着不容忽视的法律风险。

本文将从**作品定性**和**侵权认定**逻辑两个维度对体育赛事短视频传播的著作权侵权风险展开讨论，为内容创作者提供风险防范指引。

一、 体育赛事画面的法律定性

（一） 体育赛事画面构成《著作权法》下的“视听作品”

体育赛事画面，通常指通过现场摄制并呈现给受众的连续影像，涵盖赛事正片、回看、集锦、特写（含场内场外、全场及局部视角），以及配套的字幕、评论与解说等元素。

根据《中华人民共和国著作权法（2020修正）》（下称“《著作权法》”）第三条及《中华人民共和国著作权法实施条例（2013修订）》第四条之规定，**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。

据此，判定体育赛事画面是否构成视听作品，核心在于审查其是否满足以下两项法定要件：

1. 独创性要件：是否体现了作者的个性化选择与智力创作

对于视听作品独创性的认定，司法实践普遍认为以“独创性之有无”而非“独创性之高低”为判断标准。

构成视听作品的情形：若赛事节目采用多机位拍摄，且制作者在机位设置、镜头切换、画面取舍、剪辑编排等方面融入了独特构思，体现了个性化的选择、安排与智力创造性，则应当认定其符合《著作权法》规定的独创性要求。

不构成视听作品的情形：反之，若节目仅通过简单的机位设置进行机械录制，在镜头语言运用上未能体现制作者的个性安排，则通常被认定为缺乏独创性，不宜归类为视听作品，可能落入录音录像制品的范畴。

-典型案例-

在“央视国际网络有限公司与暴风集团股份有限公司侵害著作权纠纷”再审案件[1]中，法院明确指出，涉案世界杯赛事节目为适应直播需求，充分运用了多种创作与技术手段。其画面内容不仅包括国际足联提供的信号（含比赛画面、观众反应、字幕、慢动作回放、集锦等，由多机位拍摄并通过镜头切换、组合而成），还包括央视增加的中文字幕及贯穿全场的画外解说。法院认为，该类节目在制作过程中大量运用镜头技巧、蒙太奇及剪辑手法，在机位角度、镜头切换、场景对象选择、画面选取、编排及解说配置等方面，均体现了摄像、编导等创作者的个性选择与安排，因而具有独创性，符合视听类作品的构成要件，而非录音录像制品。

2. 固定性与可复制性要件：是否摄制在一定介质上并可传播

有观点认为，体育赛事直播“稍纵即逝”，无法满足“固定性”要求。然而，在现代数字传播技术下，直播信号在传输过程中即已被数字化存储于服务器或存储介质中，能够以有形形式复制和传播。

-典型案例-

【1】（2020）京民再127号判决书

前述“央视国际诉暴风集团”案[2]再审法院亦持相同观点：涉案赛事节目表现为有伴音的连续画面，且其通过网络传播的事实本身即证明其已通过数字信息技术在介质上固定并可复制传播。因此，其既满足作品一般定义中的“可复制性”要求，亦契合视听作品定义中“摄制在一定介质上”的法定要求。

综上所述，对于由多机位拍摄的体育赛事节目，只要在机位设置、镜头切换、画面选择、剪辑编排等方面能够反映制作者独特的构思与个性化选择，体现智力创造性，同时满足“摄制在介质上”及“可复制”等法定形式要件，即可依据《著作权法》认定为视听作品。

（二）体育赛事画面的权利构成

体育赛事画面作为一种复合型智力成果，其权利归属与权能边界较为复杂。在短视频侵权场景下，权利人主要可依据《著作权法》主张以下核心专有权利：

权利类型	法律依据	典型侵权行为
广播组织权	《著作权法》第47条	未经许可截取赛事官方直播信号，通过短视频平台同步转播或延时转播。
信息网络传播权	《著作权法》第10条第12项	将赛事精彩片段、全场录像等内容上传至平台，使用户能够在个人选定的时间和地点在线观看（点播）。
复制权	《著作权法》第10条第5项	未经许可对赛事直播流或视频源文件进行抓取、录屏、下载，并保存于本地设备作为二次创作素材。
改编权	《著作权法》第10条第14项	擅自对赛事原始画面进行剪切、拼接、重组，或添加配乐、解说、特效、字幕等，创作出具有独创性的新视频（如“高光时刻”混剪、恶搞视频等）。

浩天研究院出品

二、体育赛事短视频侵权认定规则

（一）侵权认定的核心标准：“接触+实质性相似”

体育赛事短视频侵权的判定，遵循著作权侵权的一般归责原则，即以**“接触 + 实质性相似”**作为二元判断标准。

在短视频场景下，由于视频时长普遍较短，大众普遍存在“时间短即不侵权”的认知误区。对此，司法审查的核心不在于被诉视频的时长占比，而在于其对原作品独创性表达的挪用程度。法院重点考察的是使用了作品的“哪一部分”，而非单纯使用了“多少”。

【2】（2020）京民再127号判决书

具体而言，如果被诉短视频的主体内容直接挪用了赛事画面的核心表达（如进球瞬间、关键判罚、夺冠时刻等），而非作者独立创作的评论、解说或分析，即便该片段在全场比赛中占比极小，仍可能被认定为构成实质性相似，从而被认定侵权。

-典型案例-

在广州互联网法院发布的涉数字体育纠纷典型案例——“某网络公司诉某计算机公司著作权侵权纠纷案”[3]中，原告经授权享有2020年东京奥运会赛事视听作品及相关电视节目的信息网络传播权与广播组织权。被告未经许可，截取央视播放的赛事内容制作成GIF动图、截图，并通过“奥运”专题、“赛事中心”等板块向公众传播。

法院生效裁判认为：尽管被诉GIF动图仅为赛事片段，但其多截取自比赛的精彩或夺冠时刻，能够为网络用户提供与观看赛事直播或录像同等的观赏体验，产生了现实的市场替代效应。因此，截取赛事节目内容制作GIF动图、截图进行传播的行为，不属于《著作权法》规定的合理使用，构成侵权。

由此可见，体育赛事短视频中常见的“切条”类视频（即直接截取赛事画面进行搬运式传播），在缺乏合法授权的前提下，因直接利用了原作品的核心表达，极易被司法机关认定为侵权。

（二）是否构成合理使用的认定

在体育赛事短视频侵权纠纷中，被告常以《著作权法》第二十四条规定的“合理使用”作为抗辩事由。根据该条款，在特定情形下使用作品可不经许可、不付报酬，但必须满足“指明作者及作品名称”“不影响作品正常使用”及“不得不合理损害权利人合法权益”的法定要件。

在实务中，短视频创作者最常引用的抗辩理由是“为介绍、评论某一作品或者说明某一问题”而进行的适当引用。然而，司法实践对该条款的适用设置了极为严苛的检验标准，具体内容如下：

检验步骤	具体内容	短视频场景下的适用
第一步：目的正当性	使用行为是否具有非营利性及转换性	若短视频中带有流量变现、商业广告植入、电商带货等营利性质，或旨在通过搬运赛事画面博取眼球以获取平台收益，通常被认定为缺乏转换性，直接排除合理使用的适用。
第二步：适当引用	引用数量与质量是否适当，引用目的是否正当	若视频的主体内容即为赛事核心画面本身（如进球集锦、精彩回放），而非以画面作为辅助工具来阐述评论者自身的观点、战术分析或说明特定问题，则不构成“适当引用”。
第三步：市场影响	是否影响作品的正常使用，是否不合理地损害权利人合法权益	若被诉短视频的传播实质上替代了用户对官方直播、点播平台的需求，导致权利人丧失潜在的点击率、会员费或广告收入，即构成对市场利益的损害。

浩天研究院出品

【3】广州互联网法院2025年发布的涉数字体育纠纷十大典型案例之一：某网络公司诉某计算机公司著作权侵权纠纷案

-典型案例-

珠海市中级人民法院在2024年度知识产权司法保护十大典型案例之十[4]中指出，被控侵权视频虽冠以“讲解”之名，实则通过对原作品剧情片段的选取与剪辑，使公众仅凭观看该短视频即可获知作品的大致内容与核心情节。法院认为，此种使用方式超出了“介绍、评论或说明”的必要限度，客观上损害了原作品的市场价值，故不构成合理使用。

综上所述，在体育赛事短视频领域，简单堆砌赛事画面的“切条”或“搬运”行为，极难通过合理使用的抗辩审查。

三、合规建议

（一） 确立素材获取的合法性基础

内容创作者应彻底摒弃“先上车后补票”的侥幸心理，积极获取正规渠道的授权：

1. 接入官方授权体系：积极关注并参与赛事主办方或独家转播商推出的“创作者计划”或“开放平台”，通过官方API接口或素材库获取合法授权的赛事片段。

2. 签署商业授权协议：对于规模化、商业化的运营主体，应与赛事版权方（如央视、腾讯、咪咕等）签订正式的版权许可协议，明确授权范围、地域及期限，确保素材来源正规。

（二） 降低对赛事画面的依赖度

为规避“实质性相似”风险，创作者应推动内容形态从“画面搬运”向“智力创作”转型：

1. **形式创新：**减少对原始赛事画面的依赖，转而采用纯文字战术评析、音频解说、数据图表可视化、虚拟演播室（绿幕抠像）结合原创动画等形式进行创作。

2. 增强转换性：通过深度的赛前预测、赛后复盘、技战术拆解等高附加值内容，使新作品具有独立于原赛事画面的欣赏价值与功能。

（三） 规范引用行为的“度”

如确因评论、新闻报道等正当目的必须引用赛事画面，则须严格执行以下“合理使用”标准：

1. 引用时长合理：严格控制引用时长与占比，原则上仅截取数秒的关键瞬间（如进球、犯规），避免展示比赛过程的完整性。

【4】珠海市中级人民法院在2025年发布的2024年度知识产权司法保护十大典型案例之十

2. 引用目的合理：确保引用行为完全服务于“介绍、评论或说明”之目的，且不得带有商业广告、带货等营利性质。

3. 使用效果合理：确保引用行为不会对原赛事节目的正常许可市场（如直播、点播）造成替代效应。

（四） 事后及时响应、及时止损

一旦收到平台下架通知或权利人的律师函/投诉函，应立即采取删除、屏蔽、断开链接等措施。

体育赛事短视频的“野蛮生长”时代已然终结。随着《著作权法》对视听作品保护力度的持续强化，司法实践已明确否定了依托于“切条”、“搬运”的粗放式发展模式。唯有严格恪守法律边界，才能在维护权利人合法权益与促进优质内容创作之间达成平衡，最终实现体育产业与数字内容生态的共生共赢。

赛事IP：客体范围与开发路径

主笔人



刘盈子

北京浩天律师事务所 高级合伙人
浩天全国娱乐体育行业委员会 牵头合伙人
浩天研究院 副院长
liuyingzi@hylandslaw.com



周汉

北京浩天律师事务所 高级合伙人
浩天全国娱乐体育行业委员会 牵头合伙人
浩天全国知识产权专业委员会 牵头合伙人
zhouhan@hylandslaw.com



王沫

北京浩天律师事务所、
北京市浩天知识产权代理事务所 律师
wangmo@hylandslaw.com



张璐

北京浩天（上海）律师事务所 律师
zhanglu.sh@hylandslaw.com



张明旻

北京浩天律师事务所 律师
zhangmingmin@hylandslaw.com



陈奕帆

北京浩天律师事务所 实习律师
chenyifan@hylandslaw.com

一、问题的提出

近年来，体育赛事已逐步由单一的竞技展示，向城市营销、文化体验与社交消费场景融合的方向发展，赛事IP的产业价值也从门票销售、赞助、媒体转播、特许衍生品开发等传统收益，向更全面、更深层次的IP商业化运营以及资产化管理延展。

然而，体育赛事IP商业化发展蓬勃发展的同时，我们需要对背后的现实问题进行梳理与分析。譬如，体育赛事IP的法律客体具体包含哪些？合规开发的路径应如何实现？对这些问题的处理直接关涉赛事IP的权益开发与保护以及商业变现。

二、赛事IP的客体范围

随着体育赛事IP的商业化发展，赛事IP也并非仅指赛事商标权或著作权等某项单一权利，而是一个由多种知识产权与其他无形资产构成的**“权利束”**。因此，明确赛事IP的法律客体，是对其价值确认、开发交易与侵权救济的前提。

实践中，赛事的IP价值常通过其客体承载与呈现，因此，本文从客体的类型与价值角度将赛事IP分为以下三类：

（一）核心客体

核心客体具有极高的赛事辨识度并承载着品牌价值，是权利保护的核心对象，包括但不限于：

1. 赛事名称与简称：指赛事的正式全称、简称、译名及缩写，如“FIFA WORLD CUP”“世界杯”“中国足球协会超级联赛”“中超”等，主要受《商标法》[1]《体育法》[2]及《体育赛事活动管理办法》[3]保护。

2. 赛事视觉标识体系：包括会徽、吉祥物、会旗、宣传口号、主题海报、专用字体等，主要受《著作权法》《特殊标志管理条例》[4]保护。例如根据2022年第19届亚运会组委会的公告，杭州亚组委对亚运会会徽“潮涌”、吉祥物“琮琮、莲莲、宸宸”等知识产权做了特殊标志登记、著作权登记等保护。

3. 赛事听觉标识：包括会歌、主题曲、官方背景音乐、赛事专属音效等，承载了音乐作品著作权及录音制品邻接权，未经权利人许可不得使用。[5]

4. 赛事本体及举办权：指赛事的竞技规则、赛程赛制及赛事举办权等，是赛事IP的基础载体，受《体育赛事活动管理办法》[6]保护。

【1】《中华人民共和国商标法（2019修正）》第三条、第三十二条、第五十七条规定
【2】《中华人民共和国体育法（2022修订）》第五十二条第一款
【3】《体育赛事活动管理办法（2023）》第二十五条
【4】《特殊标志管理条例》第二条、第九条
【5】《中华人民共和国著作权法（2020修正》第三条
【6】同前注【3】

（二）衍生客体

衍生客体是基于赛事本体产生并延伸出商业价值的权利集合，包括但不限于：

1. 赛事转播权：赛事媒体转播权并非法律术语，仅是体育产业中的通常叫法，通常指赛事组织者授权媒体组织播送或播放体育竞赛以获取经济收益的权利。

北京市高级人民法院于（2023）京民申517号再审民事裁定书中认为，赛事直播画面通过镜头选择、画面切换、剪辑加工等创作行为，已具备著作权法要求的独创性，符合视听作品的构成要件[7]。此外，赛事转播权亦受《体育法》[8]保护。

2. 赛事赞助权益：指赛事组织者授予赞助商在赛事期间使用赛事标识、进行品牌宣传的权益，包括冠名权、无形资产使用权、竞品排他权、场内产品展示等。赞助权主要通过书面合同明确权益范围、期限、地域及收益分配，受《民法典》合同编保护。

3. 赛事门票销售权益：指赛事现场观赛门票的销售及收益权益，该权益一般需通过主办方和承办方之间以及与票务公司签订合同明确约定收益分配。2020年2月，上海市人民政府令第30号公布了《上海市体育赛事管理办法》，该办法第二十三条也对主办方或承办方出售门票获取体育赛事收益予以了保障。

4. 赛事数据库权益：指赛事过程中产生的运动员、球队统计数据等信息集合。非保密的赛事数据，诸如比分、赛程，一般不在著作权的保护范畴，若相关数据经过筛选、编排形成具备独创性的汇编内容时，可受数据库著作权保护。[9]

（三）关联客体

关联客体是赛事IP向文化、文旅、科技等领域延伸形成的智力成果与商业资产，是赛事IP价值增值与创新的重要承载，包括但不限于：

1. 赛事文创衍生品：指基于赛事标识、吉祥物、主题元素开发的实物产品，如纪念品、服装、玩具、饰品、纪念币等，主要受著作权、商标权和专利权的知识产权综合保护。

2. 赛事文化内容：包括赛事官方宣传片、纪录片、开闭幕式创意脚本、灯光舞美设计、舞台表演等，受《著作权法》[10]保护。

3. 运动员形象权利：指参赛运动员的姓名、肖像、声音、肢体特征、标志性动作，甚至是与运动成就关联的个人符号，如梅西的球衣号码、乔丹的标志性扣篮姿态，都属于运动员形象权的保护范围。在我国，形象权属于人格权范畴，他人将其投入商业使用需依法征得权利人的同意或授权。[11]

【7】参见《数字时代下体育赛事转播权的维权困境与应对措施》，“君合法律评论”
【8】《中华人民共和国体育法（2022修订）》第五十二条第二款
【9】参见陈瑶：《德和衡视界 | 陈瑶：当我们讨论体育产业的知识产权，我们在讨论什么》，“北京德和衡上海律师事务所”
【10】《中华人民共和国著作权法（2020修正）》第三条
【11】《【湾知仔普法】守护健儿闪耀“光环”，了解运动员“形象权”》，“通州湾示范区检察”

4. 赛事网络标识：赛事域名、官方网站、官方社交媒体账号、小程序名称等均属于网络标识，受《商标法》【12】《反不正当竞争法》【13】及域名相关规定【14】保护。

三、赛事IP的开发路径

对赛事IP的开发，本文认为赛事方【15】和权利人需要厘清权利边界、提前规避开发风险，也即按照“确权固权—合规运营—多元收入渠道—风险处置”的路径推进。

（一）确权固权

一方面，需明确权利归属，梳理核心客体、衍生客体的权利来源，若为自主创设，需明确赛事方、承办方、协办方的权利义务，避免“多头主张”“设计侵权”等风险；若为授权取得，需审查权利来源并通过授权合同明确授权范围、期限、地域及可转授权性等，避免越权开发、使用。

另一方面，赛事名称、标志、吉祥物图案等具有显著性的标识一般具备商标注册的可行性。体育赛事相关商标主要涵盖商品商标与服务商标两大类型，我国《商标法》对其划分细致，赛事方需结合自身产业布局，科学规划全品类商标布局与注册申请。

（二）合规运营

一是确保赛事运营全流程合规，赛事运营方需要依据《体育法》《体育赛事活动管理办法》等法律法规，规范赛事组织、场馆管理、运动员管理等环节，完善合规运营流程，同时规范赛事数据的采集、使用，避免侵犯合作方的隐私、商业秘密等，防范数据泄露等风险。

二是确保各类合同合规，赛事IP开发涉及转播、赞助、衍生品开发等多方合作，合同条款的完善是防范纠纷的关键。

例如**转播权授权合同**的受让方需核查权利来源合法性，防止授权链条断裂，并明确授权方式、范围、期限及收益分配，授权方需严格区分衍生权利的归属，约定盗播的违约责任，规避转授权、盗播、衍生权利归属不明等风险。

衍生品授权合同需明确授权范围、质量标准、收益分配、权利终止后的处理，防范擅自转授权、超范围使用等风险。

赞助合同需明确赞助层级、权益期限、适用范围、付款方式及违约责任，设置反隐性营销条款与处置措施等，在保障赞助企业权益的同时维护赛事IP品牌形象。

【12】同前注【1】
【13】《中华人民共和国反不正当竞争法（2025修订）》第七条
【14】《最高人民法院关于审理涉及计算机网络域名民事纠纷案件适用法律若干问题的解释（2020修正）》第四条、第五条
【15】为避免歧义以及保持全文的统一性，本文将赛事方作等同于赛事IP的所有方处理，实践中，赛事方可能与赛事IP的所有方不一致

（三）多元收入渠道

赛事IP可通过以下渠道实现价值拓展：

一是转播权变现。可以通过独家授权、联合授权、分区域授权等方式出售赛事转播权给电视台、网络平台、短视频平台等，同时采用加密转播、水印等技术手段防范盗播，对未经授权的转播行为，及时采取维权措施，保障转播权收益。

二是赞助与门票变现。可以通过优化赞助体系，设置合理的赞助层级，吸引不同规模企业参与，同时规范赞助合同，避免“赞助权益未落实”“隐性营销”等问题；在门票变现方面，需要规范门票定价、销售渠道，制定合理的退票规则，尤其是不可抗力、赛事延期/取消等情形的退票流程。同时，还可以结合文旅资源，设计“门票+景区”“门票+文创”套餐，提升门票附加值。

三是文创衍生品变现。应加强对赛事标识、吉祥物等核心元素衍生开发潜力的深度挖掘，开发多元化文创衍生品，并对衍生品的外观设计申请专利保护，规范授权销售渠道，实现商业价值与品牌传播的双赢。

（四）风险处置

赛事IP开发过程中，难免出现侵权风险、合同纠纷等问题。因此，为保障赛事IP长效发展，建立完善的风险处置机制至关重要。

首先，应严守合同规范、做好风险排查；

其次，可以利用技术手段、第三方监测机构，及时监控与制止线上线下侵权行为；

此外，若涉及侵权，应依据侵权的类型，视情况采取发律师函、投诉举报、诉讼仲裁等方式维护合法权益。

四、结语

正如2026年世界知识产权日**“知识产权和体育：各就位、预备、创新！”**的主题所示，体育与知识产权的深度融合已成为推动体育产业高质量发展的强大动力。我们应以“各就位”的严谨厘清赛事IP客体的边界，以“预备”的审慎防范法律风险，以“创新”的思维激活IP价值。让知识产权推动赛事IP从竞技载体升级为文化品牌与产业引擎，为体育行业发展注入持久的法治动能。

设计理念——汝窑蕴青，匠心护权

本次知产周特刊手册以浩天七色体系中的“汝窑青”为主色调。汝窑青沉稳、庄重、坚韧，象征知识产权保护所依赖的扎实法律功底与严谨程序，是传统与规则的底色。

手册中融入的绿色元素，则代表着创新与新质生产力。绿色是生机、成长与可持续的隐喻，恰如知识产权护城河所守护的核心——从体育赛事IP到文化创意成果，每一项创新都如同破土而出的新芽，需要在法律土壤中获得安全而有序的生长空间。而光影的流动，呼应着2026年世界知识产权日主题“知识产权和体育：各就位、预备、创新！”中的时间维度。光影明暗变化，代表着权利的动态管理：风险防范须提前“各就位”，权利布局须时刻“预备”，而真正的价值释放，则依赖于在规则与创新之间精准捕捉那一束“光”。

汝窑青的沉稳、绿色的生机、光影的流动，三者共同构成封面视觉的逻辑表达：我们的知识产权法律服务，以传统为基、以创新为向、以动态管理为法，助力客户在体育、娱乐、科技等大知产领域中，筑牢护城河，实现可持续增长。


浩天律师事务所
HYLANDS LAW FIRM

浩天律师事务所

抱/朴/守/正　至/诚/四/达

北京浩天律师事务所

- 地址：北京市朝阳区东三环中路5号财富金融中心3、11、12层
- 电话：+86 10 65028888
- 邮编：100020

关注浩天法律评论
了解更多浩天信息

关注浩天研究院
了解更多行业研究