

WENHUA CHANYE YU WENHUA ZOUCHUQU  
FALÜ FUWU ZHINAN

# 文化产业与文化“走出去” 法律服务指南

庹继光 李 纓 编著



电子科技大学出版社



**虞继光**（笔名马知远），文学博士，新闻传播学博士后、法学博士后，四川师范大学教授。主要社会兼职包括复旦大学新闻传播与媒介化社会研究国家创新基地研究员、执业律师、教育部人文社科规划项目评审专家等。出版学术著作10余部，发表论文近200篇。

**李 纓**，法学硕士，高校副教授。主持各类课题近10项，发表论文50余篇，出版学术著作4部。个人担任第一作者的专著《法治视野下的司法传媒和谐论》获得四川省第十四次社会科学优秀成果三等奖。





策划编辑 杨仪玮  
责任编辑 王 坤  
校 对 殷 红  
封面设计



WENHUA CHANYE YU WENHUA ZOUCHUQU  
FALÜ FUWU ZHINAN

# 文化产业与文化“走出去” 法律服务指南

ISBN 978-7-5647-3370-4



9 787564 733704 >

定价: 16.00元

- 四川省社科普及规划项目“文化产业法律服务指南”结项成果
- 国家社科重大招标课题“我国文化走出去工程的政策体系优化研究”(12&ZD033)阶段性成果
- 四川省犯罪防控研究中心2013年度课题“文化产业领域犯罪防治研究”结项成果

WENHUA CHANYE YU WENHUA ZOUCHUQU  
FALÜ FUWU ZHINAN

# 文化产业与文化“走出去” 法律 服 务 指 南

庹继光 李 纓 编著



电子科技大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化产业与文化“走出去”法律服务指南 / 庹继光,  
李缨编著. —成都: 电子科技大学出版社, 2015.12

ISBN 978-7-5647-3370-4

I. ①文… II. ①庹… ②李… III. ①文化产业—法  
律—研究—中国 IV. ①D922.164

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 289486 号

## 文化产业与文化“走出去”法律服务指南

庹继光 李 缨 编著

---

出 版: 电子科技大学出版社(成都市一环路东一段 159 号电子信息产  
业大厦 邮编: 610051)

策划编辑: 杨仪玮

责任编辑: 王 坤

校 对: 殷 红

主 页: [www.uestcp.com.cn](http://www.uestcp.com.cn)

电子邮箱: [uestcp@uestcp.com.cn](mailto:uestcp@uestcp.com.cn)

发 行: 新华书店经销

印 刷: 四川永先数码印刷有限公司

成品尺寸: 140 mm×210 mm 印张 6 字数 160 千字

版 次: 2015 年 12 月第一版

印 次: 2015 年 12 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5647-3370-4

定 价: 16.00 元

---

■ 版权所有 侵权必究 ■

- ◆ 本社发行部电话: 028-83202463; 本社邮购电话: 028-83201495。
- ◆ 本书如有缺页、破损、装订错误, 请寄回印刷厂调换。

# 目 录

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 第一章 总论 .....             | 1  |
| 一、我国文化产业发展的政策推进 .....    | 1  |
| 二、文化产业发展需要法律保障 .....     | 6  |
| 三、文化产业法律服务的范畴 .....      | 7  |
| 四、文化产业法律服务的过程 .....      | 9  |
| 第二章 文化产业的立法服务 .....      | 13 |
| 一、加强文化产业立法的重要性 .....     | 13 |
| 二、美国文化产业立法状况 .....       | 13 |
| 三、日本文化产业立法状况 .....       | 15 |
| 四、韩国文化产业立法状况 .....       | 18 |
| 五、法国文化产业立法状况 .....       | 19 |
| 六、我国文化产业立法现状 .....       | 20 |
| 七、我国高度重视健全文化产业立法 .....   | 22 |
| 八、我国健全文化产业立法的基本原则 .....  | 24 |
| 九、现阶段我国文化产业立法基本思路 .....  | 29 |
| 第三章 文化产业的行政执法与普法服务 ..... | 33 |
| 一、文化产业行政执法的含义 .....      | 33 |
| 二、当前我国文化产业行政执法概况 .....   | 34 |
| 三、我国文化产业行政执法的理念偏差 .....  | 35 |
| 四、我国文化产业行政执法的现实矛盾 .....  | 36 |
| 五、内地知识产权行政执法的统一 .....    | 36 |
| 六、普法宣传的重要性 .....         | 37 |
| 七、文化产业普法宣传的特殊意义 .....    | 38 |



|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| 八、我国文化产业普法宣传进程 .....          | 41        |
| 九、文化产业普法宣传的重点人群 .....         | 42        |
| 十、文化部门的文化产业普法宣传 .....         | 44        |
| 十一、当前文化产业普法的难点及对策 .....       | 46        |
| <b>第四章 文化产业市场主体法律服务 .....</b> | <b>49</b> |
| 一、市场化法律服务基本特征 .....           | 49        |
| 二、文化产业预防性法律服务 .....           | 52        |
| 三、文化产业中的市场主体法律服务 .....        | 56        |
| 四、文化投资与企业设立的法律服务 .....        | 57        |
| 五、我国内地传媒国际融资的政策框架 .....       | 62        |
| 六、文化企业运行过程的法律服务 .....         | 64        |
| <b>第五章 文化消费者权益法律服务 .....</b>  | <b>72</b> |
| 一、文化产业关涉公民文化权利实现 .....        | 72        |
| 二、文化消费者权益法律保护的范畴 .....        | 73        |
| 三、文化多样性的法律保护 .....            | 75        |
| 四、公众获得公共文化服务的法律保障 .....       | 76        |
| 五、公共文化服务机构免费开放 .....          | 78        |
| 六、文化产业服务中的双倍赔偿 .....          | 79        |
| 七、消费者的网络隐私权保护 .....           | 80        |
| 八、文化商品、服务的精神损害赔偿 .....        | 84        |
| 九、文化消费者的法律风险警示 .....          | 85        |
| <b>第六章 文化产业商品权益法律服务 .....</b> | <b>88</b> |
| 一、知识产权法律服务的重要意义 .....         | 88        |
| 二、知识产权法律服务的基本内涵 .....         | 89        |
| 三、我国知识产权法律服务的现状 .....         | 90        |
| 四、我国知识产权法律服务的对策 .....         | 92        |
| 五、文化商品保护完整性 .....             | 93        |
| 六、文化商品的不可复制权 .....            | 94        |

|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| 七、文化商品不得用于营利目的 .....            | 95         |
| 八、消费者不得自行在网络上传播文化作品 .....       | 96         |
| 九、知识产权权利主体的确立与变更 .....          | 96         |
| 十、知识产权权利穷尽保护原则 .....            | 97         |
| 十一、文化商品与服务的驰名商标申报 .....         | 98         |
| 十二、文化企业如何利用规则赢得授权 .....         | 100        |
| 十三、文化经营活动中自觉购买知识产权 .....        | 102        |
| <b>第七章 文化产业引进与文化安全 .....</b>    | <b>105</b> |
| 一、我国文化产业引进发展要素的必要性 .....        | 105        |
| 二、文化交流中的国家文化安全 .....            | 105        |
| 三、国家文化安全保护的国际法依据 .....          | 108        |
| 四、自由贸易规则对文化例外的反拨 .....          | 110        |
| 五、“入世”承诺对我国文化安全的影响 .....        | 111        |
| 六、文化引进与文化安全的契合 .....            | 114        |
| 七、文化资本引进的法律框架 .....             | 116        |
| 八、文化产业发展中的财政资助 .....            | 117        |
| 九、文化产业技术性要素的引进 .....            | 118        |
| 十、文化产业中人才引进的法律问题 .....          | 118        |
| <b>第八章 我国文化“走出去”的法律服务 .....</b> | <b>120</b> |
| 一、我国文化“走出去”的政策演变轨迹 .....        | 120        |
| 二、我国文化“走出去”工程的内涵解读 .....        | 123        |
| 三、文化“走出去”进程中的法律服务 .....         | 123        |
| 四、文化“走出去”政策向法律转化 .....          | 124        |
| 五、我国政策向法律的转化路径 .....            | 125        |
| 六、文化“走出去”工程国内立法框架 .....         | 126        |
| 七、文化“走出去”的地方立法重点 .....          | 129        |
| 八、优化我国文化“走出去”的国际法律环境 .....      | 131        |
| 九、文化贸易全球性国际协定框架 .....           | 133        |



|                               |            |
|-------------------------------|------------|
| 十、文化“走出去”的双多边协定订立 .....       | 135        |
| 十一、文化“走出去”过程中的法律风险防范 .....    | 137        |
| 十二、文化“走出去”的知识产权风险防范 .....     | 139        |
| 十三、文化“走出去”法律服务队伍的构建 .....     | 142        |
| 十四、文化“走出去”市场化法律服务的基本内容 .....  | 144        |
| 十五、市场化法律服务的主要方式 .....         | 146        |
| 十六、文化企业跨国并购中的尽职调查 .....       | 148        |
| <b>第九章 文化产业争端解决法律服务 .....</b> | <b>150</b> |
| 一、文化产业的补救性法律服务 .....          | 150        |
| 二、著作权侵权的认定 .....              | 150        |
| 三、著作权侵权的抗辩事由 .....            | 151        |
| 四、专利侵权与抗辩 .....               | 153        |
| 五、商标侵权与抗辩 .....               | 156        |
| 六、驰名商标的司法认定 .....             | 158        |
| 七、知识产权诉讼中索赔金额的确定 .....        | 159        |
| 八、知识产权诉讼手段的使用 .....           | 161        |
| 九、知识产权行政诉讼 .....              | 163        |
| 十、知识产权“三合一”审判 .....           | 165        |
| <b>第十章 文化产业犯罪及其防治 .....</b>   | <b>168</b> |
| 一、文化产业犯罪的主要类型 .....           | 168        |
| 二、侵犯知识产权犯罪的刑法规定 .....         | 169        |
| 三、现阶段侵犯知识产权犯罪的特点 .....        | 171        |
| 四、侵犯知识产权罪的刑事自诉 .....          | 172        |
| 五、信息传播活动中的犯罪 .....            | 175        |
| 六、文化产业从业人员的特性犯罪 .....         | 176        |
| 七、文化产业犯罪的防治 .....             | 177        |
| <b>主要参考资料 .....</b>           | <b>182</b> |
| <b>后记 .....</b>               | <b>185</b> |

# 第一章 总 论

## 一、我国文化产业发展的政策推进

进入 21 世纪，我国高度关注文化产业的发展，先后出台了一系列政策文件，着力推进文化产业成为国民经济的支柱性产业。

2000 年 10 月，中国共产党十五届五中全会通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》，首次提出“文化产业”这一概念。文件指出：坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一的原则，深化文化体制改革，建立科学合理、灵活高效的管理体制和文化产品生产经营机制；继续实行支持文化事业发展的有关政策，增加对重要新闻媒体和公益文化事业的投入；加强文物保护工作；完善文化产业政策，加强文化市场建设和管理，推动有关文化产业发展。文件另一处还指出“推动信息产业与有关文化产业结合”。

2002 年，在中国共产党第十六次全国代表大会的报告中，出现了“文化事业和文化产业”并重的提法：发展各类文化事业和文化产业都要贯彻发展先进文化的要求，始终把社会效益放在首位；国家支持和保障文化公益事业，并鼓励它们增强自身发展活力；发展文化产业是市场经济条件下繁荣社会主义文化、满足人民群众精神文化需求的重要途径；完善文化产业政策，支持文化产业发展，增强我国文化产业的整体实力和竞争力。

2003 年 9 月，文化部制定下发《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》，明确提出：文化产业是指从事文化产品生产和提



供文化服务的经营性行业；文化产业是与文化事业相对应的概念，两者都是社会主义文化建设的重要组成部分；文化产业是社会生产力发展的必然产物，是随着中国社会主义市场经济的逐步完善和现代生产方式的不断进步而发展起来的新兴产业。该意见还指出了下一阶段努力的方向：我国文化产业的发展目标是在国家宏观调控下，市场机制在文化资源配置上的基础性作用得到充分发挥；文化产业各个门类结构合理、技术先进，形成一批实力雄厚、竞争力强的文化企业和有影响的文化品牌，建立一定规模的现代化文化产品生产、服务和销售网络，文化产业整体实力和竞争力明显增强，在国际市场上占有一定份额；文化产业增长速度明显高于国民经济增长速度，文化消费在日常消费中所占的比例明显提高。

2004年，国家统计局在与中共中央宣传部及国务院有关部门共同研究的基础上，制定了《文化及相关产业分类》，从国家有关政策方针和课题组的研究宗旨出发，结合中国的实际情况，将文化及相关产业概念界定为：为社会公众提供文化娱乐产品和服务的活动，以及与这些活动有关联的活动的集合。按照这一分类标准，我国文化产业大体上可以分成三类：第一类是核心层，包括新闻、出版、广电和文化艺术等，主要处于文化部、广电总局、新闻出版总署的管理范围内（注：2013年3月，广电总局与新闻出版总署合并为国家新闻出版广电总局）；第二类是外围层，包括网络、娱乐、旅游、广告、会展等新兴文化产业；第三类是相关服务层，包括提供文化用品、文化设备生产和销售业务的行业，主要指可以负载文化内容的硬件产品制作业和服务业。

2004年9月，中国共产党十六届四中全会通过的《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》中明确提出：深化文化体制改革，解放和发展文化生产力；根据社会主义精神文明建设的特点和规律，适应社会主义市场经济的要求，进一步革除制约文化

发展的体制性障碍；坚持把社会效益放在首位，实现社会效益和经济效益的统一，把文化发展的着力点放在满足人民群众精神文化需求和促进人的全面发展上；以体制机制创新为重点，增强微观活力，健全文化市场体系，依法加强管理，促进文化事业全面繁荣和文化产业快速发展，增强我国文化的总体实力。

2005年8月，国务院发布了《关于非公有资本进入文化产业的若干决定》，鼓励和支持非公有资本进入文艺表演团体、演出场所、博物馆和展览馆、互联网上网服务营业场所、文化娱乐、动漫和网络游戏、广告、电影电视剧制作发行、电影院和电影院线、农村电影放映、书报刊分销等领域。鼓励和支持非公有资本从事文化产品和文化服务出口业务，参与文艺表演团体、演出场所等国有文化单位的公司制改建，进入出版物印刷、可录类光盘生产等文化行业和领域。决定许可非公有资本投资参股出版物印刷、发行，新闻出版单位的广告、发行，广播电台和电视台的音乐、科技、体育、娱乐方面的节目制作，电影制作发行放映领域，但文化企业国有资本必须控股51%以上。

2005年10月，中国共产党十六届五中全会通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年计划的建议》，其中单列了“丰富人民群众精神文化生活”一段，完整阐述了文化事业和文化产业的一系列任务：积极发展文化事业和文化产业；加大政府对文化事业的投入，逐步形成覆盖全社会的比较完备的公共文化服务体系；深化文化体制改革，建立党委领导、政府管理、行业自律、企事业单位依法运营的文化管理体制和富有活力的文化产品生产经营机制；繁荣新闻出版、广播影视、文化艺术，创造更多更好适应人民群众需求的优秀文化产品；完善文化产业政策，形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局和民族文化为主体、吸收外来有益文化的文化市场格局；加强文化市场管理，营造扶持健康文化、抵制腐朽文化的社会环境；加



强文物保护；积极开拓国际文化市场，推动中华文化走向世界。

2007年，中国共产党十七大提出：坚持把发展公益性文化事业作为保障人民基本文化权益的主要途径，同时要大力发展文化产业，增强国际竞争力。至此，文化事业和文化产业双轮驱动、比翼齐飞的发展思路和格局日益清晰。

2009年7月，国务院通过并颁布了《文化产业振兴规划》，明确提出战略目标：大力培育市场主体，加快转变文化产业发展方式，进一步解放和发展文化生产力，切实维护我国文化安全，推动文化产业又好又快发展，将文化产业培育成国民经济新的增长点。这标志着文化产业正式上升为我国的战略性新兴产业。根据国务院的决策，文化部及时下发了《关于加快文化产业发展的指导意见》和《文化产业投资指导目录》，对振兴文化产业进行了总体部署。

2010年10月，中国共产党十七届五中全会通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年计划的建议》，把发展文化产业提到了更重要的位置：坚持一手抓公益性文化事业、一手抓经营性文化产业，始终把社会效益放在首位，实现经济效益和社会效益有机统一；在政府引导下发挥市场机制积极作用，培育骨干文化企业和战略投资者，鼓励和引导非公有制经济进入，发展新型文化业态，增强多元化供给能力，满足多样化社会需求，繁荣社会主义文化市场，推动文化产业成为国民经济支柱性产业。依据该建议制定的《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》则以空前的篇幅，单独列出了“传承创新 推动文化大发展大繁荣”一篇，以三章的篇幅详尽提出了“提高全民族文明素质”、“推进文化创新”、“繁荣发展文化事业和文化产业”等重要战略目标，而在加快发展文化产业的标题下，则列举了今后五年国家在推进文化产业发展方面的具体工作：推动文化产业成为国民经济支柱性产业，增强文化产业整体实力和竞争力；实施重大文化产业项

目带动战略，加强文化产业基地和区域性特色文化产业群建设；推进文化产业结构调整，大力发展文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、演艺娱乐、数字内容和动漫等重点文化产业，培育骨干企业，扶持中小企业，鼓励文化企业跨地域、跨行业、跨所有制经营和重组，提高文化产业规模化、集约化、专业化水平；推进文化产业转型升级，推进文化科技创新，研发制定文化产业技术标准，提高技术装备水平，改造提升传统产业，培育发展新兴文化产业；加快中西部地区中小城市影院建设；鼓励和支持非公有制经济以多种形式进入文化产业领域，逐步形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的产业格局。”

2011年10月，中国共产党十七届六中全会通过了《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，该决定中的表述在以往文件的基础上又有发展：发展文化产业是社会主义市场经济条件下满足人民多样化精神文化需求的重要途径；必须坚持社会主义先进文化前进方向，坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一，按照全面协调可持续发展的要求，推动文化产业跨越式发展，使之成为新的经济增长点、经济结构战略性调整的重要支点、转变经济发展方式的重要着力点，为推动科学发展提供重要支撑。同时，该决定还提出了营造发展文化产业的社会基础问题：扩大文化消费；增加文化消费总量、提高文化消费水平是文化产业发展的内生动力；要创新商业模式，拓展大众文化消费市场，开发特色文化消费，扩大文化服务消费，提供个性化、分众化的文化产品和服务，培育新的文化消费增长点；提高基层文化消费水平，引导文化企业投资兴建更多适合群众需求的文化消费场所，鼓励出版适应群众购买能力的图书报刊，鼓励在商业演出和电影放映中安排一定数量的低价场次或门票，鼓励网络文化运营商开发更多低收费业务，有条件的地方要为困难群众和农民工文化消费提供适当补贴；积



极发展文化旅游，促进非物质文化遗产保护传承与旅游相结合，发挥旅游对文化消费的促进作用。

2013年11月，中国共产党十八届三中全会通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，再度强调发展文化产业的重要性：建立健全现代文化市场体系；完善文化市场准入和退出机制，鼓励各类市场主体公平竞争、优胜劣汰，促进文化资源在全国范围内流动；继续推进国有经营性文化单位转企改制，加快公司制、股份制改造；对按规定转制的重要国有传媒企业探索实行特殊管理股制度；推动文化企业跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组，提高文化产业规模化、集约化、专业化水平；鼓励非公有制文化企业发展，降低社会资本进入门槛，允许参与对外出版、网络出版，允许以控股形式参与国有影视制作机构、文艺院团改制经营；支持各种形式小微文化企业发展；在坚持出版权、播出权特许经营前提下，允许制作和出版、制作和播出分开；建立多层次文化产品和要素市场，鼓励金融资本、社会资本、文化资源相结合；完善文化经济政策，扩大政府文化资助和文化采购，加强版权保护；健全文化产品评价体系，改革评奖制度，推出更多文化精品。

2014年，国家又推出了完善文化经济政策的具体举措，包括《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》、《关于深入推进文化金融合作的意见》和《关于大力支持小微文化企业发展的实施意见》等，引导和鼓励社会资本投资文化创意、设计服务、信息服务、文化娱乐业等领域，完善相关扶持政策 and 金融服务，用好文化产业发展专项资金和进行税收减免等。

## 二、文化产业发展需要法律保障

市场经济就是法治经济，把市场经济主体行为和市场秩序纳入法治轨道，是积极发展社会主义市场经济的客观要求，良好的

法律秩序是文化产业发展的前提和保障，在法治经济的框架下，我国文化产业大发展大繁荣才能营造出良好的氛围，健康、有序地快速发展。

第一，法律通过权利与义务的划分，明确文化产业相关主体间的行为界限，既保障公权力合法、有效运行，又限制其不当扩张，帮助行为主体尽可能避免或减少摩擦、对抗、冲突，促成良性的法律秩序，从而提高市场经济的规范性与稳定性，为文化产业的健康发展奠定良好基础。

第二，法律可以通过建构奖励和惩罚制度，引导文化产业主体经济行为的选择，从而实现资源配置和流向的引导，促使经济主体在合理范围内充分发挥其积极性、创造性，为文化产业发展提供持续的强劲动力。

第三，大力加强文化产业法律保障既是文化产业法治建设的自身需要，也是当代中国发展文化产业、深入文化体制改革的必然要求。此外，他国成功经验也表明，强有力的法律保护是文化产业得以快速、健康发展的必要条件。

第四，加大我国文化产业法律保护力度是中国加入 WTO（世界贸易组织）、融入国际经济体系、依法维护国家文化安全、提高文化产业竞争力的必然要求。在加入 WTO 的历史条件下，我国要按照 WTO 的原则和精神，重构文化产业法律法规，遵循经济运行规律、产业发展规律，制定既与 WTO 原则相适应，又符合中国文化发展要求的文化产业法律法规，并切实应用。

### 三、文化产业法律服务的范畴

法律服务是指在法治环境下，法律人和机构依照一定的实体规范和程序规范为自然人、法人等提供法律帮助、法律咨询等业务活动。法律服务按照最基本的两分法，可以划分为广义的法律服务和狭义的法律服务两大类。