

广播影视 案例分析

知识产权篇

国家新闻出版广电总局政策法规司◎编

中国广播影视出版社

广播影视 案例分析

知识产权篇

国家新闻出版广电总局政策法规司◎编

109
4807

中国广播影视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

广播影视案例分析. 知识产权篇 / 国家新闻出版广电总局政策法规司编. — 北京: 中国广播影视出版社, 2015.7

ISBN 978-7-5043-7478-3

I. ①广… II. ①国… III. ①广播电视—法规—案例—中国②电影业—法规—案例—中国 IV. ①D922.165

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第173409号

广播影视案例分析·知识产权篇

国家新闻出版广电总局政策法规司 编

责任编辑 许珊珊

封面设计 嘉信一丁

出版发行 中国广播影视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtip.com.cn

电子信箱 crtip8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 涿州市京南印刷厂

开 本 710毫米×1000毫米 1/16

字 数 224 (千) 字

印 张 15

版 次 2015年7月第1版 2015年7月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-7478-3

定 价 35.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

以案释法 防范风险 推进广播影视健康发展

随着社会主义市场经济的发展和法治进程的推进,广播影视行业在迅速发展的同时,也面临着越来越多的法律风险。运用法律手段准确识别、科学防范和有效化解各种潜在的法律风险,对于提高广播影视科学化管理水平、切实承担媒体社会责任、保障和促进事业产业健康发展、满足人民群众基本文化权益具有重要意义。这就要求广播影视从业人员提高运用法治思维和法治方式深化改革、推动发展、化解矛盾、维护稳定的意识和能力,加强法律学习,提升法律素养。

与纯粹的理论知识相比,案例分析更具有实践性,更能激发学习兴趣。为充分发挥案例的价值,提示法律风险,推动依法行政、依法管理、依法运营,总局政策法规司组织相关领域的专家和实务工作者合作编写了《广播影视案例分析》丛书。丛书有三个突出的特点:一是以案说法。选取真实案例来阐释法律知识,既有案例分析,也有风险提示及应对建议。二是贴近实际。案例多为广播影视系统内部或与广播影视密切相关的实例,贴近广播影视实际工作,更能引起反思、引发共鸣。三是点面结合。丛书广泛选材,精心编排,每个案例都具有很强的代表性;内容涉及依法行政、传播内容、经营管理、知识产权等领域,覆盖广播影视全部业务范围。我相信,本丛书的编辑出版将对普及广播影视法律知识、指导广播影视法治实践发挥积极作用。希望大家认真学习,了解自身工作中可能存在的风险点,从中获得启示和借鉴,推动单位内部管理制度化、规范化,推动广播影视健康有序发展。

党的十八届三中全会提出建设“法治中国”，提出要推进国家治理体系和治理能力现代化，坚持依法治国、依法执政、依法行政共同推进；坚持法治国家、法治政府、法治社会一体建设。广播影视系统在国家法治建设中承担着双重任务。要积极推进广播影视治理体系和治理能力建设，推动广播影视行政部门依法行政、企事业单位依法管理依法运营、新闻媒体依法报道。广播影视媒体还要通过自身法治思维的培养、法治意识的加强，努力推动全社会形成依法办事、遇事找法、化解矛盾靠法的良好法治环境。广播影视学法用法工作任重而道远，需要广播影视系统从业人员共同努力，不断加强法制宣传、推动法治实践，为广播影视繁荣发展和国家法治建设做出更大贡献。



（国家新闻出版广电总局党组成员、副局长）

Contents 目录

上 编 广播影视著作权案例

第一章 | 著作权客体问题

曲某某诉北京阿凡提投资管理有限公司等侵犯著作权纠纷案 ——“阿凡提”美术形象的保护	/004
某电视台诉某电视台电视节目模式侵权纠纷案 ——《共绘同心圆》撞车《爱你手牵手》	/010
赵某某等诉云南曲靖卷烟厂著作权侵权、不正当竞争纠纷案 ——《五朵金花》标题的保护	/016
周某某诉深圳金喜影视文化有限公司等侵犯著作权纠纷案 ——《佳人当道》与《我的前半生》的相似之争	/019
迪斯克瑞特逻辑有限公司诉上海中乐影视文化有限公司计算机软件 著作权侵权纠纷案 ——私装计算机软件的侵权问题	/022
黑龙江省饶河县四排赫哲族乡人民政府诉郭某、中央电视台等 侵犯著作权纠纷案 ——《乌苏里船歌》的著作权之争	/028

第二章 | 著作权主体问题

- 筱某某等诉北京朱氏联合传媒有限公司等侵犯著作权纠纷案
——《芦荡火种》的著作权归属 /036
- 胡某某诉谢某某、潇湘电影制片厂著作权权属纠纷案
——《桃花源记》剧本的著作权归属 /042
- 陈某某、朱某某诉中国国际电视总公司侵犯著作权纠纷案
——《吃面条》、《拍电影》、《警察与小偷》等小品的著作权归属 /047

第三章 | 著作权权利内容问题

- 赵某某诉上海海润影视制作有限公司、上海大众书局图书有限公司
侵犯著作权纠纷案
——《长恨歌》剧本的署名权 /054
- 陈某某、王某诉珠江电影制片公司、导演王某侵犯著作权纠纷案
——《寡妇村》的风波 /060
- 刘某某诉徐某、中央电视台等侵犯著作权纠纷案
——《鸭趣》的改编纠纷 /064
- 山西省电影发行放映公司诉并州剧院等侵犯著作权纠纷案
——电影院擅自放映电影录像的纠纷 /072
- 北京佳韵社文化传播有限公司诉北京市我乐信息科技有限公司、
广州市千钧网络科技有限公司侵犯著作权纠纷案
——56网在线播放《错爱天使》惹争议 /077
- 广东中凯文化发展有限公司诉河南电视台侵犯著作权纠纷案
——网站在线播放《杀破狼》的著作权纠纷 /084
- 中影寰亚音像制品有限公司诉杭州风影网络有限公司风影网吧等
侵犯著作权纠纷案
——网吧影院的侵权纠纷 /091

第四章 | 邻接权问题

- 何某某、高某某诉辽宁电视台等侵犯著作权纠纷案
——表演者权如何保护 /098
- 张某诉北京听听网络文化有限公司等侵犯著作权纠纷案
——网络传播《张震讲故事》的著作权纠纷 /107

第五章 | 著作权利限制问题

- 电影卫星频道节目制作中心诉中国教育电视台侵犯著作权纠纷案
——电视台播放《冲出亚马逊》是合理使用吗 /114
- 李某某诉杭州娃哈哈集团公司等侵犯著作权纠纷案
——广告播放的著作权审查责任 /121
- 北影录音录像公司诉北京电影学院侵犯著作权纠纷案
——北京电影学院拍摄《受戒》的风波 /126
- 王某诉哈密市人民广播电台侵犯著作权纠纷案
——广播《草原传奇》要付费 /132

第六章 | 著作权合同问题

- 北京华企多媒体制作有限公司、中国录音录像出版总社诉山东电视台
侵犯著作权纠纷案
——《一路等候》的授权合同纠纷 /140
- 北京银汉广告有限公司诉苏州华汉电视节目传播有限公司
电视剧播出权合同纠纷案
——《斗谎奇缘》的著作权许可使用合同纠纷 /145

第七章 | 著作权侵权的法律责任问题

- 殷某某等诉深圳电影制片厂等侵犯著作权纠纷案
——《我们手拉手》与《大雪小雪》的剽窃之争 /152
- 北京茂志广告有限公司等诉中国国际电视总公司等
侵犯著作权纠纷案
——“梅花档案”告倒“凤凰迷影” /160
- 香港电视广播有限公司诉上海聚力传媒技术有限公司
侵犯著作财产权纠纷案
——盗播《富贵门》应赔多少 /169

下 编 广播影视领域其他知识产权案例

第八章 | 商标权问题

- 天津环渤海文化产业有限公司诉中央电视台
侵犯注册商标专用权纠纷案
——“周末喜相逢”栏目的品牌之争 /178
- 沈某诉中国传媒大学、江西电视台商标权侵权纠纷案
——“新苗杯”电视节目与“新苗”商标之争 /183

第九章 | 专利权问题

- 北京中科大洋科技发展股份有限公司与北京大洋新畅科技有限公司
专利权纠纷案
——数字电视技术的专利权归属 /190

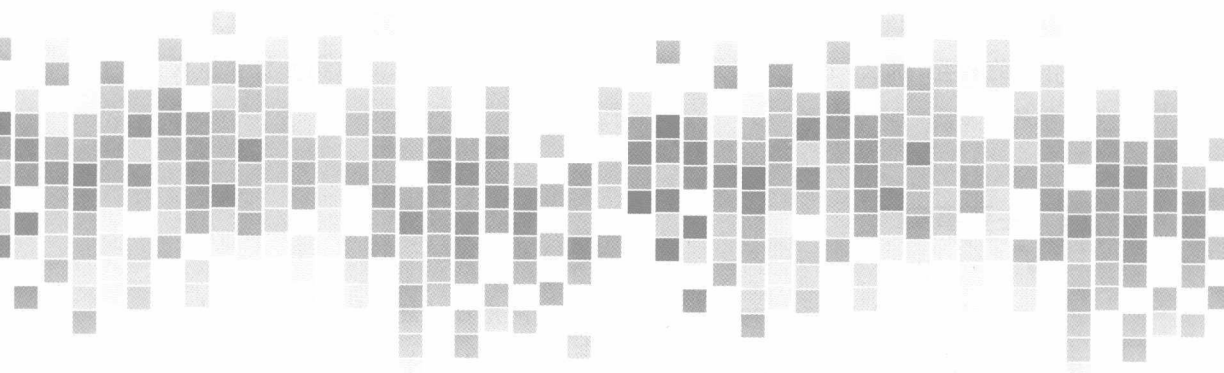
国际知识产权局专利复审委员会、麦克奥迪实业集团有限公司与 凤凰光学控股有限公司专利权无效行政纠纷案 ——“显微镜摄像装置”的实用新型专利是否无效	/197
 第十章 不正当竞争问题	
湖南电视台娱乐频道、上海天娱传媒有限公司与广东省佛山市顺德区 美洁卫生用品有限公司、刘某某、汤某某不正当竞争纠纷案 ——擅自使用“超级女声”的标识是否构成不正当竞争	/204
北京中科大洋科技发展股份有限公司诉昌某等不正当竞争纠纷案 ——如何保护商业秘密	/214
 附 录 广播影视相关知识产权法律法规及司法解释	 /223
参考文献	/225
 撰稿人信息	 /227

上 编

广播影视著作权案例

第一章

著作权客体问题



曲某某诉北京阿凡提投资管理有限公司等 侵犯著作权纠纷案

——“阿凡提”美术形象的保护



案例要义

随着影视节目的热播,“阿凡提”、“蓝猫”、“葫芦兄弟”、“黑猫警长”等角色逐渐走入千家万户,成为公众喜闻乐见的美术形象。然而近年来,一些不法厂商未经著作权人的许可,擅自以营利为目的在商品上、服务中或网站上予以使用,严重损害了创作人的利益。那么,这些美术形象受不受保护呢?下文将以此为例分析著作权法保护的對象。



主要事实

上海美术电影制片厂于1979年拍摄了美术片《阿凡提的故事》第一集,该片署名原告曲某某为美术设计。此后,上海美术电影制片厂拍摄的美术片《阿凡提的故事》第二集署名原告为导演、美术设计。前述美术片中的阿凡提为木偶形象。1980年10月,上海人民美术出版社公开出版了《中国美术电影造型选集》一书,该书中收录有阿凡提形象的美术作品,该美术作品署名的作者是原告。

1996年7月12日,原告将阿凡提美术形象向上海市版权局进行了登记,该局于同日出具了《作品登记证书》,写明作品名称:阿凡提,作品类别:美术作品,著作权人:曲某某,作品完成日期:1996年1月1日,作品登记日期:1996年7月12日,作品登记号:作登字:09-1996-F-009。该《作品登记证书》备案的阿凡提美术形象既包括前述美术片《阿凡提的故事》中木偶形式的阿凡提形象,又包括原告手绘

的阿凡提形象。

2006年9月11日,原告在上海市公证处公证员的监督下,登录北京阿凡提餐饮发展有限公司的网站,发现该网站页面均为介绍北京阿凡提投资管理有限公司有关店面的内容,出现了“阿凡提”美术形象及小毛驴美术形象,该美术形象与美术片《阿凡提的故事》中木偶形式的阿凡提形象及原告手绘的阿凡提形象存在细微差别。

2006年12月,原告曲某某以侵犯著作权为由向北京市第二中级人民法院起诉了被告北京阿凡提投资管理有限公司、北京阿凡提餐饮发展有限公司。

在审理中,两被告承认刊登被控侵权广告的网站是北京阿凡提餐饮发展有限公司注册、开办及经营的,该广告也是该公司刊登在该网站上的,与北京阿凡提投资管理有限公司无关。两被告认为阿凡提美术形象产生于上海美术电影制片厂拍摄的系列美术片《阿凡提的故事》,曲某某在该片中仅署名美术设计,该片的著作权及片中“阿凡提”美术形象的著作权均应归属于上海美术电影制片厂而非曲某某,因此,其无权就“阿凡提”美术形象主张权利。此外,涉案广告中的“阿凡提”形象来源于前述影片并进行了一定的修改,与曲某某进行版权登记的美术形象也不同。因此,两被告请求驳回曲某某的诉讼请求。经审理,北京市第二中级人民法院认为,两被告在自己注册、经营的网站的网页上登载的商业广告中使用了“阿凡提”美术形象,虽然进行了细微的修改,但仍与曲某某享有著作权的“阿凡提”美术作品相同,已构成对曲某某就该作品所享有的著作权的侵犯,判令两被告停止侵权、公开赔礼道歉、赔偿曲某某的经济损失及合理诉讼支出。^①



争议焦点

电影中的美术形象是否受著作权法的保护?谁有权行使美术形象的著作权?

^① 曲建方诉北京阿凡提投资管理有限公司等侵犯著作权纠纷案,北京市第二中级人民法院民事判决书(2007)二中民初字第210号。



法理分析

电影中的美术形象是美术家设计的人物或动物角色的形象,要弄清它是否受保护,首先需要厘清它是否属于著作权法的保护对象。

一、作品的概念及构成条件

根据《著作权法》^① 第一条的规定,著作权法的保护对象是作品。什么是作品呢?根据《著作权法实施条例》第二条的规定:“所谓作品,是指文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以某种有形形式复制的智力成果。”根据这一规定,构成作品应符合以下三个条件:

第一,作品属于智力创造成果。多数电影、电视节目都属于智力创造成果,它们在制作时融入了导演、剧作家、演员等人的创造性劳动。不少演职人员反映,普通的上班族的习惯是早8晚5,演员的则是早6晚12,每天至多睡5个小时的觉。这说明,要创作一部好的电影或电视剧,需要演员、导演等人付出比常人多许多倍的辛苦。需要注意的是,演员、导演等人所付出的劳动属于一种智力创作劳动,而不是简单的体力劳动。

第二,作品不同于载体。所谓载体,是用来固定作品的物质实体。例如,用来固定电影或电视节目的胶片、录像带、光盘等,都属于载体。电影和电视节目要进入市场交易,往往需要在制作时借助载体将它们固定下来。但是,载体与作品存在明显的区别。首先,作品是著作权法的保护对象,而载体是财产法的保护对象。例如,电视剧《潜伏》是著作权法的保护对象,而用来固定《潜伏》的录像带则是财产法的保护对象。其次,载体的转让不等于著作权的转让。例如,《潜伏》这部电视剧只是一部作品,将它们固定在录像带上并不会增加作品的数量。当录像带的主人转让录像带时,录像带的所有权发生了转移,而《潜伏》的著作权归属未发生转移。

^① 本书中所引用的《著作权法》、《商标法》等相关法律、法规条文,如无特别说明,均指案件发生时或法院裁判文书中适用的当时有效法律、法规规定。如本案所称《著作权法》指2001年10月27日第一次修订的《著作权法》。

第三,作品应当具有独创性。作品的独创性,是此作品区别于彼作品的重要标志,也是作品取得著作权的最主要条件。所谓独创性,指作品是独立构思而成的属性,作品不是或基本不是与他人已发表的作品相同,即作品不是抄袭、剽窃或篡改他人的作品。对此,世界知识产权组织也曾做出解释:独创性是指作品属于作者自己的创作,完全不是或基本不是从另一作品抄袭来的。由此可见,独创性是作品取得法律保护的前提条件。鉴于此,只要作品是由作者创作而产生的,体现了作者的思想感情,非单纯模仿或抄袭他人的作品,即使与他人的作品有某种雷同之处,也不影响其所享有的著作权。例如,一家“掌中宝”制造商向社会征集广告语,并要求应征广告语“短小、新颖、贴切、生动”;而且承诺被选定为广告宣传用语的应征作品,其作者将获得5万元人民币的奖励。在发送给该制造商的应征广告语中有4条是完全相同的:“××掌中宝,新潮又轻巧。”在此,这四位应征者对自己独立创作的广告语,各自享有自己的著作权,而且每一位作者可以依其意志行使自己的著作权,不受其他三位作者的干涉。

需要指出的是,著作权保护与作品的价值、用途等无关,也就是说,在确定作品是否应享有著作权保护时并不考虑作品的文化或艺术价值。因为作品的文化或艺术价值是一个与鉴赏力有关的问题,应由公众和评论家,而不是由著作权法去做出评价。^①例如,《茶花女》在首次演出时曾受到人们的讥讽,但最终却未能阻止它成为经典。

此外,各国著作权法一般都规定了受保护的作品的类型。在我国,《著作权法》第三条规定的受保护的作品类型主要有:文字作品;口述作品;音乐、戏剧、曲艺、舞蹈、杂技艺术作品;美术、建筑作品;摄影作品;电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品;工程设计图、产品设计图、地图、示意图等图形作品和模型作品;计算机软件;法律、行政法规规定的其他作品。

二、“阿凡提”美术形象是否属于作品

“阿凡提”美术形象是否受著作权法保护?首先,“阿凡提”美术形象属于智力创造成果。“阿凡提”美术形象最早出现在美术片《阿凡提的故事》中,

^① 参见[法]克洛德·科隆贝著,高凌翰译:《世界各国著作权和邻接权的基本原则》,上海外语教育出版社、联合国教科文组织1995年版,第9页。