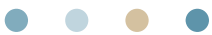




2024 年 2 月刊 (总第 20 期)

# 电子竞技与网络游戏

法律资讯



第十一届深圳市律师协会

电子竞技与网络游戏法律



专业委员会 编制

(本期编辑成员: 桑洋)

## 目 录

<b>第一章 行业法规与监管动态</b> .....	1
一、《福州市人民政府办公厅关于印发福州市促进电子竞技与数字体育产业高质量发展八条措施的通知》 .....	1
二、关于公布第四批涉未成年人网络游戏典型案例的通知 ....	4
三、上海市市场监督管理局关于印发《上海市网络直播营销活动合规指引》(2023 年修订版) 的通知 .....	7
<b>第二章 行业资讯</b> .....	18
一、国际奥委会正在酝酿举办首届奥林匹克电子竞技运动会	18
二、新职业“电子竞技指导员”丰富电竞产业生态 .....	21
三、展望游戏行业 2024: AI 进入新阶段 小游戏发展迅速 ..	24
四、“游戏陪玩”发挥游戏产业创造性与新活力促就业 .....	27
五、补贴 800 万、打造 5 场馆 + 5 赛事 + 10 企业! 济南建设“黄河流域电竞名城” .....	30
<b>第三章 经典案例分享</b> .....	37
杭州网易雷火科技有限公司诉千陌(杭州)科技有限责任公司等著作权及不正当竞争纠纷案 .....	37
<b>第四章 电竞网游委简介及动态</b> .....	40

## 第一章 行业法规与监管动态

### 一、《福州市人民政府办公厅关于印发福州市促进电子竞技与数字体育产业高质量发展八条措施的通知》

为有效发挥福州市作为省会城市的排头兵作用,提高福州市在数字中国战略实施过程中的影响力和辐射力,加快福州建设国家数字经济创新发展试验区,壮大我市数字体育产业整体实力,结合福州实际,特制定本措施。

#### 一、鼓励电子竞技与数字体育产品研发

鼓励国内外头部游戏厂商、设备制造商、研发机构在我市设立研发中心,将福州特色文化、特色场景、历史人物等融入电竞内容研发创作。对拥有自主知识产权或合法取得国内原创版权进行研发的电竞游戏产品,给予最高不超过 500 万元的资金扶持。

责任单位:市体育局、市大数据委、市财政局,各县(市)区人民政府、高新区管委会

#### 二、完善电子竞技产业基础设施

鼓励以电竞俱乐部为核心,建设若干集电竞训练、电竞赛事、数字体育培训、电竞酒店等为一体的电竞综合体。对市场主体新建、改建符合福建省电竞场馆认定标准的 B 类电竞场馆,给予最高不超过 300 万元的扶持补助。符合福建省电竞场馆认定标准的 A 类电竞场馆可申请“一事一议”给予支持。

责任单位:市体育局、市大数据委、市财政局、市建设局、市自然资源和规划局,各县(市)区人民政府、高新区管委会

#### 三、打造品牌电竞赛事体系

积极引进国内外知名品牌电竞赛事,大力支持和培育本地 IP 的电竞赛事。对在我市举办经核定的具有全国或国际影响力的重大品牌赛事和自主培育的本地 IP 赛事,自有投入金额不低于 50 万元的,可按照不超过该赛事投入金额的 30%给予奖励,最高不超过 500 万元。

责任单位:市体育局、市大数据委、市财政局,各县(市)区人民政府、高

## 新区管委会

### 四、 引进与培育高水平电竞组织

对注册地和主场设立在我市的高水平电竞联盟总部和国内一线俱乐部, 给予最高不超过 100 万元的资金扶持; 在国内外知名顶级电竞赛事中获得冠、亚、季军的电竞企业、社会组织, 市体育局专项资金可给予每年不超过 80 万元、60 万元、50 万元的竞赛奖励。

责任单位: 市体育局、市大数据委、市财政局, 各县(市)区人民政府、高新区管委会

### 五、 培育“电竞+文旅”新业态

发挥电子竞技产业引流优势, 依托各类电子竞技赛事活动, 以“观赛+体验+旅游+文创”的形式, 打造数字虚拟偶像等元宇宙产品, 扩大电竞产业的文化边界。推动各类文化产业园(区)发展电子竞技产业。开发特色电子竞技旅游产品。鼓励电竞企业打造电竞主题旅游景区, 对新评定为 3A 级、4A 级、5A 级旅游景区的, 市旅游发展专项资金分别一次性奖励 10 万元、50 万元、500 万元。支持研发企业打造福文化、闽都文化等元素融合的特色电竞文创品牌, 激发消费潜力。

责任单位: 市文旅局、市体育局、市财政局、市大数据委, 各县(市)区人民政府、高新区管委会

### 六、 强化电子竞技产业交流和技术支撑

支持电竞企业、社会组织举办符合福州数字体育产业发展方向、具有国际影响力、有助于形成长期品牌效应的电竞与数字体育产业展会, 市体育局专项资金给予最高不超过 50 万元的资金扶持; 支持开展电子竞技与数字体育相关标准研制工作, 主导、参与制定及修订国际、国家及福建省地方标准的, 可申请省、市标准化工作专项补助经费。

责任单位: 市体育局、市市场监管局、市财政局, 各县(市)区人民政府、高新区管委会

### 七、 大力发展电子竞技与数字体育教育产业

鼓励电子竞技与数字体育教育健康发展, 支持我市民办高校开办电竞或数字体育教育专业, 建设专业群。学科专业建设与实验实训条件建设项目可申报福州市民办教育发展专项资金, 通过专家评审并立项的, 可给予不超过项目总投资额

30%, 且不超过 100 万元的资助; 支持开展电子竞技员、电子竞技运营师等电竞行业职业技能培训, 对参加电竞行业技能培训并取得职业技能等级证书, 符合条件的纳入全市职业技能提升专账资金补助范围; 经人社部门认定的电竞行业职业技能竞赛中获得市级一类赛第一名选手, 授予“福州市技术能手”称号, 前三名选手予以奖励, 前十名选手按规定晋升职业资格等级。

责任单位: 市教育局、市人社局、市体育局、市财政局, 各县(市)区人民政府、高新区管委会

#### 八、 加快引进电子竞技与数字体育专业人才

积极引进电子竞技与数字体育产业的国内外优秀运动员、教练员、经理人、企业家、专业技术人员、科研人才落户福州, 享受省、市政府出台的有关人才引进政策; 支持符合条件的人才申报省、市高层次人才, 经认定的人才可享受“闽都英才卡”相应层次待遇; 支持符合《“好年华聚福州”人才住房保障办法》的电竞人才享受市级人才住房保障政策。

责任单位: 市人社局、市体育局、市财政局, 各县(市)区人民政府、高新区管委会

#### 九、 附则

1. 由市财政统筹城市信息化及数字经济发展、文旅、体育等专项资金, 用于促进电子竞技与数字体育产业高质量发展。奖补资金按现行财政体制由市、县(市)区两级分担, 同一事项与我市现行扶持政策有重合的, 按照“就高不重复”的原则执行。

2. 本措施有效期内, 同类项目仅可获得一次性奖补。对已获得奖补的项目, 若主体变更, 不再予以奖补; 本措施除第七、八条外, 其他条款的补助或奖励, 同一主体年度内享受的市、县财政扶持资金, 总额不超过当年度对我市的地方贡献。

3. 各县(市)区人民政府、高新区管委会可参照本措施出台本辖区促进电子竞技和数字体育产业发展的相关措施。

4. 本措施由市体育局会同市大数据委、市文旅局等相关部门负责解释, 并组织开展申报、认定、兑现等工作; 实施细则、申报指南另行公布。

5. 本措施自发布之日起施行, 至 2025 年 12 月 31 日止。

## 二、关于公布第四批涉未成年人网络游戏典型案例的通知

各市、县（市、区）新闻出版局、文化广电和旅游局：

今年以来，全省各级出版主管部门和文化市场综合执法机构深入贯彻落实国家新闻出版署、文化和旅游部关于进一步严格管理、切实防止未成年人沉迷网络游戏的部署要求，始终保持对网络游戏违法违规行为的高压态势，依法依规查办网络游戏领域行政案件 30 余起。现公布其中 6 起典型行政执法案例，包括“未要求未成年人以真实身份信息注册并登录网络游戏”、“未经批准，擅自上网出版网络游戏”等类型。

各级出版主管部门和文化市场综合执法机构要持续推进防止未成年人沉迷网络游戏工作，依法依规严查涉未成年人网络游戏案件，切实保护未成年人身心健康，维护未成年人合法权益。

江苏省新闻出版局 江苏省文化和旅游厅

2023 年 12 月 13 日

附件：

第四批涉未成年人网络游戏典型案例

1. 阜宁某公司运营未经依法审批的网络游戏且未要求未成年人以真实身份信息注册并登录网络游戏案

2023 年 5 月，阜宁县文化市场综合执法大队执法人员在巡查中发现，阜宁某公司运营的网络游戏《岁月合击》无需实名注册登录即可进入游戏游玩，在国家新闻出版署网站未查询到该游戏相关审批信息。经查，该公司运营未经依法审批的网络游戏，未要求未成年人以真实身份信息注册并登录网络游戏，其行为违反了《中华人民共和国未成年人保护法》第七十五条第一款、第二款“网络游戏经依法审批后方可运营。国家建立统一的未成年人网络游戏电子身份认证系统。网络游戏服务提供者应当要求未成年人以真实身份信息注册并登录网络游戏”的规定。执法部门依据《中华人民共和国未成年人保护法》第一百二十七条的规定，责令该公司删除涉案网络游戏，对该公司给予警告，没收违法所得 496665.97 元，并处罚款 20 万元；对该公司实际负责人罚款 1 万元。

2. 苏州某公司未要求未成年人以真实身份信息注册并登录网络游戏案

2023 年 7 月，苏州市文化市场综合执法支队执法人员在检查中发现，苏州某

公司运营的网络游戏《奔跑吧熊孩子》无需实名注册登录即可进入游戏游玩。经查, 该游戏未接入“网络游戏防沉迷实名验证系统”, 该公司未要求未成年人以真实身份信息注册并登录该游戏, 其行为违反了《中华人民共和国未成年人保护法》第七十五条第二款“国家建立统一的未成年人网络游戏电子身份认证系统。网络游戏服务提供者应当要求未成年人以真实身份信息注册并登录网络游戏”的规定。执法部门依据《中华人民共和国未成年人保护法》第一百二十七条的规定, 责令该公司改正违法行为, 对该公司给予警告, 罚款 10 万元, 对直接负责的主管人员罚款 1 万元。

### 3. 扬州某单位运营未经依法审批的网络游戏且未要求未成年人以真实身份信息注册并登录网络游戏案

2023 年 8 月, 扬州市文化市场综合行政执法支队执法人员根据上级部门移交线索, 发现扬州某单位运营网络游戏《征战合击》《盘古合击》, 网页未标注游戏出版物号, 无需实名注册登录即可进入游戏游玩。经查, 该单位运营未经依法审批的网络游戏《征战合击》《盘古合击》, 未接入“网络游戏防沉迷实名验证系统”, 未要求未成年人以真实身份信息注册并登录这两款网络游戏, 其行为违反了《中华人民共和国未成年人保护法》第七十五条第一款、第二款“网络游戏经依法审批后方可运营。国家建立统一的未成年人网络游戏电子身份认证系统。网络游戏服务提供者应当要求未成年人以真实身份信息注册并登录网络游戏”的规定。执法部门依据《中华人民共和国未成年人保护法》第一百二十七条的规定, 责令该单位改正违法行为, 对该单位给予警告, 没收违法所得 14034.23 元, 罚款 10 万元; 对直接负责的主管人员罚款 1 万元。

### 4. 常州某公司未经批准, 擅自上网出版网络游戏案

2023 年 2 月, 常州市文化市场综合执法支队执法人员在检查中发现, 常州某公司在其网站上运营网络游戏《葬魂之诗》, 在国家新闻出版署网站未查询到相关审批信息。经查, 该公司未经批准, 擅自上网出版网络游戏《葬魂之诗》, 其行为违反了《网络出版服务管理规定》第二十七条“网络游戏上网出版前, 必须向所在地省、自治区、直辖市出版行政主管部门提出申请, 经审核同意后, 报国家新闻出版广电总局审批”的规定。执法部门依据《网络出版服务管理规定》第五十一条的规定, 责令该公司删除涉案网络游戏, 没收违法所得, 罚款 457545

元。

5. 南京某公司未经批准, 擅自上网出版网络游戏案

2023 年 6 月, 南京市文化市场综合执法总队执法人员根据线索发现, 南京某公司运营《我朋友贼多》等 10 款网络游戏, 在国家新闻出版署网站未查询到相关审批信息。经查, 该公司未经批准, 擅自上网出版《我朋友贼多》等 10 款网络游戏, 其行为违反了《网络出版服务管理规定》第二十七条“网络游戏上网出版前, 必须向所在地省、自治区、直辖市出版行政主管部门提出申请, 经审核同意后, 报国家新闻出版广电总局审批”的规定。执法部门依据《网络出版服务管理规定》第五十一条的规定, 责令该公司删除涉案网络游戏, 没收违法所得 4465.43 元, 罚款 21000 元。

6. 徐州赵某某未经批准, 擅自上网出版网络游戏案

2023 年 4 月, 徐州市文化市场综合行政执法支队执法人员根据其他部门移交线索, 发现徐州某网站运营《彭城传奇》等 5 款网络游戏, 在国家新闻出版署网站未查询到相关审批信息。经查, 当事人赵某某未经批准, 擅自上网出版该 5 款网络游戏, 其行为违反了《网络出版服务管理规定》第二十七条“网络游戏上网出版前, 必须向所在地省、自治区、直辖市出版行政主管部门提出申请, 经审核同意后, 报国家新闻出版广电总局审批”的规定。执法部门依据《网络出版服务管理规定》第五十一条的规定, 责令当事人赵某某删除涉案网络游戏, 没收违法所得 20361 元, 罚款 101805 元。



### 三、上海市市场监督管理局关于印发《上海市网络直播营销活动合规指引》(2023年修订版)的通知

各区市场监管局, 临港新片区市场监管局, 市局有关处室、执法总队、机场分局, 各有关单位:

为指导网络直播营销相关市场主体落实新修订的《互联网广告管理办法》的有关规定, 进一步推进网络平台企业落实对平台内经营者直播营销活动的管理责任, 市局对《上海市网络直播营销活动合规指引》进行了修订, 现印发给你们。请各单位加强宣传, 指导相关市场主体依法落实自身责任, 进一步加强网络直播营销活动合规管理, 维护健康有序的直播营销市场环境。

《上海市市场监督管理局关于〈上海市网络直播营销活动合规指引〉的通知》(沪市监广告〔2022〕265号)同时废止。

特此通知。

上海市市场监督管理局

2023年11月3日

上海市网络直播营销活动合规指引(2023年修订版)

#### 第一章 总 则

##### 第一条 (目的与依据)

为规范网络直播营销活动, 保障消费者合法权益, 维护公平竞争的市场秩序, 促进网络直播营销活动健康发展, 根据《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国价格法》、《中华人民共和国个人信息保护法》(以下简称《电子商务法》《广告法》《反不正当竞争法》《消费者权益保护法》《产品质量法》《食品安全法》《价格法》、《个人信息保护法》)等法律法规和《网络直播营销管理办法(试行)》《互联网广告管理办法》等国家相关部门对网络直播营销管理的有关规定, 制定本指引。

##### 第二条 (适用范围)

在本市开展的网络直播营销活动适用本指引。本指引所称的网络直播营销活动是指通过互联网站、应用程序、小程序等, 以视频直播、音频直播、图文直播

或多种直播相结合等形式推销商品或服务的商业活动。

本指引所称的直播营销平台，是指在网络直播营销中提供直播服务的各类平台，包括互联网直播服务平台、互联网音视频服务平台、电子商务平台等。

本指引所称的平台内经营者，是指在直播营销平台上，通过网络直播形式销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

本指引所称的直播间运营者，是指在直播营销平台上注册账号或者通过自建网站等其他网络服务，开设直播间从事网络直播营销活动的个人、法人和其他组织。

本指引所称的主播，是指在网络直播营销中直接向社会公众开展营销的直播营销人员。

本指引所称的主播服务机构，是指为直播营销人员从事网络直播营销活动提供策划、运营、经纪、培训等的专门机构。

### 第三条 （总体要求）

从事网络直播营销活动，应当遵守国家相关法律法规，遵守国家网信办等部门制定的《网络直播营销管理办法（试行）》等有关规定，维护国家利益和社会公共利益，遵守商业道德，不得损害经营者和消费者的合法权益。

网络直播营销宣传构成商业广告的，应当符合《广告法》的规定，保证宣传内容真实、合法，以健康的表现形式表达，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华优秀传统文化的要求。

## 第二章 主体合规要求

### 第四条 （直播营销平台）

直播营销平台在直播营销活动中，应当加强直播营销生态管理，依法履行平台管理责任。

（一）遵循公开、公平、公正的原则，依法制定并公示网络直播营销管理的服务协议、交易规则等信息，明确平台内各方主体权利和义务。

（二）加强对直播营销信息内容的巡查管理，具备维护直播内容安全的技术能力，发现平台内销售禁售商品及其他违法违规营销信息的，应当及时采取处置措施予以制止，并依法向有关主管部门报告。

（三）加强对主播账号注册审核管理，强化对主播及其他参与直播人员的管

理，将严重违法违规主播和因违法失德造成恶劣社会影响的人员列入黑名单，及时公示黑名单供平台内经营者、直播间运营者、主播服务机构掌握。

(四) 加强消费者权益保护，建立有效的投诉、举报受理和处置机制。消费者通过直播间内链接、二维码等方式跳转到其他平台购买商品或者接受服务发生争议时，应当积极协助消费者维护合法权益，提供必要的证据等支持。

(五) 建立和实施互联网广告业务的承接登记、审核、档案管理制度。依法对网络直播营销活动的信息进行保存。利用算法推荐等方式发布广告的，应当将其算法推荐服务相关规则、广告投放记录等记入广告档案。

(六) 积极配合监管部门的监督检查，提供必要的文件、资料和数据等，确保相关信息和责任主体可追溯，为依法调查、检查活动提供技术支持和帮助。

(七) 加强个人信息保护，收集消费者个人信息应当符合相关法律法规的规定，并依法征得消费者同意。不得从事超出消费者同意范围或者与服务场景无关的消费者个人信息处理活动。

#### 第五条 (平台内经营者)

平台内经营者通过直播销售商品或服务，应当遵守平台规则和合作协议，依法履行电子商务经营者责任。

(一) 在网店首页显著位置持续公示营业执照信息、与经营业务有关的行政许可信息，并向消费者提供经营地址、售后服务等信息。

(二) 规范商品或服务营销范围，不得通过网络直播销售法律法规禁止生产、销售的商品或服务。

(三) 规范商品或服务销售页面管理，合法合规发布商品或服务信息。

(四) 平台内经营者自行从事网络直播营销活动的，应当遵循本指引对直播间运营者及主播的合规要求。

通过自建网站、其他网络服务销售商品或提供服务的其他电子商务经营者自行从事网络直播营销活动的，应当遵循本指引对平台内经营者的合规要求。

#### 第六条 (直播间运营者)

直播间运营者应当按照平台规则和合作协议，依法对直播营销活动进行规范建设、内容审核以及违规处置。

(一) 不应要求平台内经营者签订“最低价协议”或其他不合理排他性强制

条款。

(二) 建立直播商品的质量控制与合规管理机制, 强化对直播选品、直播卖点等环节的审核把关。

(三) 建立主播管理制度, 做好直播监控, 避免主播在直播中发生违法违规行为, 建立主播资质考核评价机制。

(四) 依法办理税务登记, 依法履行纳税义务。

#### 第七条 (主播)

主播在直播营销活动中, 应当规范自身行为, 履行与平台内经营者的约定, 依法向公众推销商品或服务。

(一) 主播为自然人的, 应当年满十六周岁。十六周岁以上的未成年人申请成为主播的, 应当经监护人同意。

(二) 规范着装和用语, 不得骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人, 侵害他人合法权益。

(三) 真实、准确、全面地发布商品或服务信息, 避免误导消费者。在未取得平台内经营者同意的情况下, 不应单方面作出超出法律法规规定的退款退货承诺。

(四) 主播及其他参与直播的人员以自己的名义或形象对商品、服务作推荐、证明, 构成广告代言人的, 应当履行并承担广告代言人的法律责任和义务。

(五) 主播直接和平台内经营者签订协议的, 不应要求平台内经营者签订“最低价协议”或其他不合理排他性强制条款, 并且依法履行纳税义务。

#### 第八条 (主播服务机构)

主播服务机构应当根据法律法规和协议开展对直播营销人员的招募、培训和管理的工作, 履行信息安全管理、商品质量审核、消费者权益保护和依法纳税等义务。

### 第三章 商品或服务合规要求

#### 第九条 (负面清单)

依据法律法规的规定, 不得以网络直播形式推销或者提供下列商品或服务:

- (一) 不符合保障人身、财产安全要求和环境保护要求的商品或服务;
- (二) 国家明令淘汰并停止销售、失效、变质的商品;

- (三) 不符合强制性国家标准的商品，无质量检验合格证明或者无中文标明产品名称、生产厂厂名和厂址的商品；
- (四) 损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗的商品或服务；
- (五) 未依法取得许可、备案、强制性认证或者其他特殊管理要求的商品；
- (六) 侵犯他人知识产权的商品或服务；
- (七) 国家药品监督管理部门发布的《药品网络销售禁止清单》中的药品；
- (八) 处方药、烟草制品（含电子烟）、声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品等法律、行政法规禁止发布广告的商品或服务；
- (九) 枪支、弹药、军火武器类商品，军用、警用类商品，管制器具类商品等；
- (十) 色情、暴力、低俗类商品，赌博、博彩类商品或服务；
- (十一) 法律法规禁止销售的动物、植物及相关制品，以及法律法规禁止使用的猎捕工具；
- (十二) 危险化学品、易制毒化学品；
- (十三) 有关部门明令暂停进口、销售的商品；
- (十四) 法律、行政法规禁止网上交易的其他商品。

医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品、特殊医学用途配方食品等法律、行政法规规定应当事先进行广告发布审查的商品和服务，不适宜以网络直播形式营销。

#### 第十条 （谨慎营销）

鲜活易腐等易因物流运输原因品质受损的食品、非标准化的食用类农产品，需谨慎开展网络直播营销，避免引发消费争议。

#### 第十一条 （跨境营销）

平台内经营者、直播间运营者、主播从事跨境零售进口商品直播营销，应当遵守进出口监督管理的法律、行政法规和国家有关规定，经销商品应在财政部、国家发展改革委等部门公布的“跨境电子商务零售进口商品清单”范围内。应当以方便消费者认知的方式履行下列提醒告知义务：

- (一) 相关商品符合原产地有关质量、安全、卫生、环保、标识等标准或技术规范要求，但可能与我国标准存在差异，消费者自行承担相关风险。

(二) 直接购自境外的商品可能无中文标签, 消费者可通过网站查看商品中文电子标签, 以便准确选购。

(三) 消费者购买的商品仅限个人自用, 不得再次销售。

#### 第十二条 (产品质量)

平台内经营者应当遵守《产品质量法》的规定, 确保直播销售的商品符合产品注明采用的产品标准, 不得伪造或者冒用认证标志等质量标志, 不得掺杂掺假、以假充真、以次充好、以不合格产品冒充合格产品、伪造产品的产地、伪造或者冒用他人厂名、厂址。

平台内经营者应当建立并执行进货检查验收制度, 验明产品合格证明和其他标识, 所销售产品或者其包装上的标识必须真实, 并根据国家有关规定规范标注。

#### 第十三条 (食品安全)

平台内经营者应当遵守《食品安全法》的规定, 不得销售不符合法律法规和食品安全标准的食品, 确保食品安全。

通过网络直播销售的食品有保鲜、保温等特殊贮存条件要求的, 应当采取能够保证食品安全的贮存、运输措施, 或者委托具备相应贮存、运输能力的企业贮存、配送。

### 第四章 直播营销行为合规要求

#### 第十四条 (坚持正确导向)

平台内经营者、直播间运营者、主播及主播服务机构开展网络直播营销宣传, 应当坚持正确导向, 不得出现下列情形:

(一) 损害国家的尊严或者利益, 借党和国家重大活动从事违法违规商业营销宣传;

(二) 使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽, 军旗、军歌、军徽;

(三) 使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象;

(四) 散布谣言等妨碍社会安定, 损害社会公共利益;

(五) 妨碍社会公共秩序, 违背社会良好风尚;

(六) 含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力或者教唆犯罪的内容;

(七) 含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容;

- (八) 含有侮辱、诽谤、恐吓、涉及他人隐私等侵害他人合法权益的内容；
- (九) 含有危害未成年人身心健康，以及损害残疾人、老年人合法权益的内容；
- (十) 宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食品内容，诱导消费者超出合理需求购买商品；
- (十一) 法律、行政法规规定禁止的其他不良导向内容。

#### 第十五条 （禁止恶意营销）

平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动应当合法合规营利，不得开展恶意营销。不得借未成年人、患病或残障人士、孤寡老人等进行带货牟利，不得编造演绎虚假猎奇剧情进行欺诈销售，不得营造“卖惨”人设博取同情进行商品推广。

#### 第十六条 （确保公平竞争）

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动，应当符合《反不正当竞争法》等的规定，不得实施扰乱市场竞争秩序、损害其他经营者或者消费者合法权益的不正当竞争行为。

直播营销平台、直播间运营者和主播等不得利用服务协议、交易规则以及技术手段，对其他经营者在直播间的交易、交易价格等进行不合理限制或者附加不合理条件，或者向商家收取不合理费用。直播间运营者、主播应当遵循公平诚信原则，谨慎评估直播销售效果，向平台内经营者收取固定推广服务费（“坑位费”）和佣金的，应当规范合理。

直播间运营者和主播不得编造、传播虚假或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。

#### 第十七条 （不得虚假宣传）

平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动，应当符合《反不正当竞争法》的规定，不得对商品或服务的性能、功能、质量、销售状况、用户评价等作虚假或者引人误解的商业宣传欺骗、误导消费者，不得出现下列情形：

- (一) 虚构交易、编造用户评价；
- (二) 采用误导性展示等方式，将好评前置、差评后置，或者不显著区分不同商品或服务的评价，带货商品与实际货品“图文不符”等；

(三) 采用谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行虚假营销;

(四) 虚构点击量、关注度等流量数据, 以及虚构点赞、打赏等交易互动数据。

#### 第十八条 (规范广告发布)

平台内经营者、直播间运营者、主播等在网络直播营销活动中发布广告, 应当按照《广告法》的规定严格审核把关, 不得出现下列情形:

(一) 发布食品、化妆品、生活美容等商品或服务广告, 不得涉及疾病治疗功能, 不得使用医疗用语或者易使推销的商品和服务与药品、医疗器械及医疗服务相混淆的用语;

(二) 发布金融投资广告, 应当明示风险及责任承担并作合理提示或警示, 不得对未来效果、收益等情况作出保证性承诺;

(三) 发布教育培训广告, 不得对效果作出明示或者暗示的保证性承诺, 不得利用教育机构、受益者等名义或者形象作推荐、证明;

(四) 发布酒类广告, 不得诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒, 不得出现饮酒的动作;

(五) 发布房地产广告, 房源信息应当真实, 不得含有升值或者投资回报的承诺, 不得对规划或者建设中的交通、商业、文化教育设施以及其他市政条件作误导宣传;

(六) 发布农作物种子、种畜禽、水产苗种和种养殖等广告, 不得含有表示功效的断言或者保证, 不得对经济效益作保证性承诺, 不得利用科研单位、用户等名义或者形象作推荐、证明。

广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的, 应当真实、准确, 并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的, 应当明确表示。

#### 第十九条 (明码标价)

平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动, 应当符合《价格法》的规定, 以消费者方便和有效获悉的形式进行明码标价, 公开标示销售商品的品名、价格、计价单位, 以及服务收费的服务项目、内容、价格、计价单位。规格、等级、产地等对商品和服务的价格形成有重要影响的因素, 应当明确标示。

#### 第二十条 (规范促销活动)



平台内经营者、直播间运营者、主播等开展网络直播营销促销活动时, 促销活动有附加条件或者期限的, 应当明确公示条件或者期限。促销活动有数量要求的, 应当明示促销商品的具体数量, 促销商品售完后, 应当即时明示。以抽奖、附赠、积分换购等方式进行促销的, 应当如实表示有奖销售信息、赠送物品的品名和数量或者换购的条件, 奖品、赠品、换购的商品均应符合质量要求, 不得给消费者造成损害。

平台内经营者、直播间运营者、主播等应当努力改进经营管理, 降低经营成本, 为消费者提供价格合理商品和服务, 并在市场竞争中获取合法利润。采用价格比较方式(如“打折”、“特价”等)开展促销活动的, 应当明确标示或者通过其他方便消费者认知的方式表明被比较价格和销售价格, 被比较价格应当真实准确, 不得虚构“全网最低价”、“历史最低价”作为直播卖点。

#### 第二十一条 (保护知识产权)

平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动, 应当符合《商标法》、《专利法》等的规定, 不得销售侵犯他人知识产权的商品或者提供侵犯他人知识产权的服务, 不得发布侵犯他人知识产权的商品和服务信息。

#### 第二十二条 (保护未成年人)

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者应当建立健全未成年人保护机制, 利用网络直播推销以不满十四周岁的未成年人为对象的商品或服务, 不得劝诱其要求家长购买或者含有可能引发其模仿不安全行为的内容, 不得无依据随意冠以“婴幼儿专用”、“儿童专用”等标识进行差异化宣传和高价销售, 不得面向未成年人无底线营销含色情、暴力、不良诱导内容的商品或服务, 不得含有炫富拜金、奢靡享乐等危害未成年人身心健康的信息。不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。

#### 第二十三条 (保护老年人)

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者应当保证涉老产品或服务的质量和安全性, 维护老年人合法权益。利用网络直播推销以老年人为对象的商品或服务, 不得以介绍健康、养生知识等形式变相发布“神医”、“神药”等虚假医疗、药品、医疗器械、保健食品广告, 不得发布以投资养老、以房养老等名义非法集资或者变相非法集资的违法广告。

## 第二十四条 （保障消费者知情权和选择权）

平台内经营者、直播间运营者、主播等从事网络直播营销活动，应当符合《消费者权益保护法》的规定，全面、真实、准确、及时地披露商品或服务信息，保障消费者享有知悉商品或服务的真实情况以及自主选择的权利，不得夸大或隐瞒与消费者有重大利害关系的信息误导消费者。不得谎称“秒光”、“秒杀”虚构库存数据，制造紧俏稀缺的错觉，诱导消费者非理性消费，不得以删除、屏蔽相关不利评价等方式欺骗、误导消费者。

## 第二十五条 （无理由退货）

平台内经营者应当依法落实网购商品七日无理由退货机制，及时处理消费者依法提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求，不得故意拖延或者无理拒绝。

## 第二十六条 （纠纷处置）

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者应当积极协助消费者维护合法权益，建立便捷、有效的投诉、举报和争议在线解决机制，公开投诉举报途径，及时妥善处理消费者对违法违规营销行为的投诉举报。

鼓励直播营销平台建立首问责任、先行赔付、在线纠纷解决等消费者权益争议快速处置制度，并公开先行赔付资金的使用细则或者说明。

## 第二十七条 （损害赔偿）

平台内经营者销售商品或者提供服务造成消费者损害的，应当按照《消费者权益保护法》的规定承担经营者责任。直播营销平台以网络直播营销形式开展自营业务销售商品的，承担经营者责任。

直播间运营者知道或者应当知道平台内经营者提供的商品不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，仍为其推广，给消费者造成损害，直播间运营者与提供该商品的平台内经营者承担连带责任。

直播营销平台知道或者应当知道直播间运营者销售的商品不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，未采取必要措施，直播营销平台与直播间运营者承担连带责任。

直播间运营者销售商品损害消费者合法权益，直播营销平台不能提供直播间运营者的真实姓名、名称、地址和有效联系方式的，消费者可以依法向直播营销

平台请求赔偿。

## 第五章 附 则

### 第二十八条 (处罚实施)

直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者、主播、主播服务机构违反法律、行政法规规定的, 由有关部门依法进行查处。

### 第二十九条 (指引解释)

本指引由上海市市场监督管理局负责解释, 自发布之日起实施。

## 第二章 行业资讯

### 一、国际奥委会正在酝酿举办首届奥林匹克电子竞技运动会

日前, 2024 年江原道冬青奥会在韩国落幕。赛会期间, 国际奥委会主席巴赫的一次表态引发广泛关注——他在接受采访时透露, 国际奥委会正在考虑于 2025 年或最迟 2026 年举办首届奥林匹克电子竞技运动会。

对于首届电竞奥运会的比赛形式和时间, 巴赫坦言目前还没有完全确定。“我们还没有百分之百确认(比赛形式和时间), 但研究正在取得重大进展。因此, 我想我们可以考虑在 2025 年或最迟 2026 年举办第一届奥林匹克电子竞技运动会。”

在 2023 年 10 月, 巴赫在国际奥委会第 141 次全会开幕式上致辞时就曾透露, 国际奥委会正在考虑创办属于电子竞技的奥林匹克运动会。巴赫表示, 电竞奥运会或将沿用 2023 年 6 月的奥林匹克电竞周形式。“这就意味着, 一方面是虚拟运动, 指电子竞技与体育活动相结合; 另一方面会引入一些最受欢迎的电子游戏, 但前提是这些电子游戏必须符合奥林匹克价值观。”

电竞项目的奥运之路并不是一帆风顺。就在几年前, 国际奥委会对于电竞的态度还颇为消极。

2018 年, 雅加达亚运会引入电竞作为表演项目之后, 国际奥委会主席巴赫曾公开表示, 电竞游戏涉及暴力, 有违奥林匹克的价值观, 不会被奥运会所接受。

然而, 随着电竞影响力在全球的不断攀升, 近年来国际奥委会的态度开始松动, 尤其是进入 2023 年后, 在奥林匹克与电竞之间, 双方似乎找到了一种拥抱的方式——虚拟体育。

去年 6 月, 首届奥林匹克电竞周在新加坡举办, 其间还举办了有 64 个国家和地区的 110 多名选手参加的奥林匹克电竞系列赛, 彼时巴赫表示关注和支持虚拟体育的发展。

去年 9 月, 国际奥委会宣布成立电子竞技委员会, 并表示, 委员会的成立将主要围绕支持虚拟奥运体育项目的发展。

虚拟体育可以被认为是电竞一个相对小众的分支, 因其与传统体育的接近性

(以电竞周上的系列赛为例，11个比赛项目包括国际象棋、射击、射箭、帆船沿岸、帆船近海、棒球、网球、自行车、赛车运动、跆拳道及舞蹈)，更像是传统体育在电子领域的探索，也能被认为是奥林匹克走向电竞的一个试水之举。

当下，巴赫在致辞中谈到，目前全球有约30亿人玩电子游戏，其中超过5亿人对电子竞技特别感兴趣，包括虚拟体育和模拟体育，而他们当中的大部分为34岁以下的年轻人……这也是为什么国际奥委会对于电竞的态度有如此大的转变。

关于曾经谈到的“涉及暴力”，巴赫也有如下阐述，“在电子竞技领域，价值观一直是我们会不会妥协的红线。为了符合奥林匹克价值观，一家行业内领先的发行商对他们的一款热门游戏重新进行设计——这样玩家就可以射击目标，而不是人。”

巴赫口中的热门游戏是《堡垒之夜》，这一项目登上了首届奥林匹克电子竞技周，前提是调整了竞技模式。其实相似的故事也发生在去年的杭州亚运会上，《和平精英亚运版本》同样改变了过去常规的对战模式，以打靶竞速决出金牌。

有鉴于此，综合国际奥委会的种种举措和表态后，大致可以捕捉到国际奥委会对待电子竞技的态度：国际奥委会需要电竞，但电竞赛事被冠以“奥林匹克”的头衔后，并不意味着一些主流电竞项目可以轻易登堂入室，需要在奥林匹克价值观的引导下被筛选，或者像《堡垒之夜》一样主动做出改变。

去年的杭州亚运会上，电竞已经成为正式比赛项目，获得了巨大的关注度。在7个比赛项目中，中国队拿到4金1铜的成绩，在电竞项目金牌榜和奖牌榜上都位列第一。杭州亚运会的成功举办，表明电竞与大型传统体育赛事的融合已经开始进行有效的尝试。对于所有电竞从业者而言，亚运会都是一次极好的契机——让电竞以更正面的形象走到“更大众的大众”面前。

与洲际运动会直接设立为正式比赛项目不同，国际奥委会当下似乎更情愿另起炉灶单独打造一个“电竞奥运会”，而非直接将一些符合标准的电竞项目纳入夏季或者冬季奥运会。由此也能看出，国际奥委会在接纳电竞的道路上依然保持着一定的谨慎态度。以电竞奥林匹克运动会作为切入点，仿佛一个缓冲地带，既能有效撬动电竞板块的流量和商业赞助，也能在此基础上因势而动。

走过一个多世纪，奥运会也在不断寻求新的机遇，吸引更多观众，最直接的

方式就是将当下更受年轻人群体喜爱的项目引入奥运会。例如 2024 年巴黎奥运会就新增了霹雳舞、攀岩和冲浪等四个项目, 2028 年洛杉矶奥运会增加了腰旗橄榄球和棍网球。

随着电竞影响力与日俱增, 国际奥委会也看在眼里。从当初的漠视到愿意接触, 再到眼下考虑以电竞的名义打造一项单独的奥林匹克赛事, 其改变不可谓不巨大。

## 二、新职业“电子竞技指导员”丰富电竞产业生态

杭州亚运会的举办,让“电子竞技体育”的关注达到新高度。近几年,电竞相关内容几乎每天都能出现在热搜榜中,被青年人群热议。有观点认为,“电子竞技”已经是当下青年群体圈层文化传播中的重要一环,在社交、就业、消费等诸多方面产生着重要影响。受“数字经济”“数实融合”等一系列决策部署的积极影响,国内各地方政府纷纷出台政策利好,为电子竞技行业带来了前所未有的机遇,同时也为该行业的发展明确了方向。

搭乘电竞势起东风,电竞产业链上的衍生行业—电子竞技指导服务业也在快速发展。一方面带动电竞破圈,推动更多新用户、潜在用户加入电竞了解电竞;另一方面规范引导,推动电竞及电竞服务业升级,让行业发展从高速向高质量转变,积极赋能全产业。值得一提的是,在让更多电竞玩家获得高品质、沉浸式的电竞体验的基础上,“电子竞技指导员”也在帮助电竞产业形成新的消费潮流和生活方式,推动解决青年就业问题,帮助更多人实现灵活就业和高质量就业。

2018年,电竞作为表演项目亮相亚运会,中国战队一举荣获两金一银的好成绩,这极大地提高了公众对电竞的理解和热情。紧接着,电竞成为杭州亚运会正式比赛项目,这无疑是电竞在主流舆论场上建立认知的又一次好机会。“电竞不是打游戏,而是一项体育运动”的认识正逐渐形成,电子竞技产业也迅速走上了发展的快车道。

相较于传统竞技体育,电子竞技有着十分广泛的群众基础。有研究表明,在参赛人数方面,2019年电子竞技队取代足球队成为英国高校中数量最多的运动队;在观众人数方面,2017年LPL(英雄联盟职业联赛)全年赛事直播观赛人次超过100亿,2018年MSI决赛观赛人数超过1.27亿。

由于电子竞技参与门槛相对不高,却与现代电子信息技术高度融合,再加上软硬件载体更为复杂和多元、更能考验和挑战参与者的思维、反应能力和心眼四肢协调能力等,在拥有广泛的群众基础的前提下,其对应的市场规模庞大。有观点指出,电竞行业能以产业化的形式运行和发展,这与难以产业化的部分竞技体育项目形成鲜明对比。根据华体电竞联合艾瑞咨询发布《2023年中国电竞行业研究报告》,2023年中国电竞市场规模约为1664亿元,同比增长5.4%。

巨大的产业规模吸引着大量从业者涌入,并在一定程度上带动着产业服务的

升级。有分析认为,未来3-5年,电竞势必成为青年人文娱和消费的一大主题,其衍生的服务产业,例如电子竞技指导服务,也将迎来需求的指数级增长。据Newzoo《2022电竞市场报告》,到2025年核心电竞爱好者的数量将以8.0%的复合年增长率增长至3.18亿人,而全球电子竞技观众总数将超过6.4亿。电竞破圈是必然的,未来将有更多普通玩家希望体验更好的电竞服务,因此,乘着电竞蓬勃发展之势,电竞服务产业升级,往高质量发展的方向前进将成为必然。

### 标准先行 “电子竞技指导员”持证上岗

电竞服务业要往高质量发展,这在某种程度上已经成为行业共识。最直接的行动就是建立标准,用规范为产业护航。电子竞技指导服务是电竞服务产业不容忽视的一环。“电子竞技指导,主要是基于电子竞技及行业相关生态,为提高用户电竞体验感和水平而提供的技战术指导、咨询、竞技陪同体验等服务。”一名业内人士表示,“很多人认为电竞指导就是游戏陪玩,其实并不是。”首先,电竞指导与游戏陪玩的服务范围明显不同,电竞指导核心是围绕电竞,范围明确垂直精准。而游戏陪玩则可服务各类型游戏,不仅局限于电竞类;其次,电竞指导竞技属性更强,同传统竞技体育一样,电竞对于选手的天赋、体能和肢体反应要求很高,同时需要职业化的、高强度的训练。这也是为何电竞入选为亚运会比赛项目之一,在大数据分析、策略制定等维度,都对电竞指导员有很强的要求。第三,提供电竞指导服务的‘电竞指导员’是需要考核的,在经过思想政治、法律常识、专业技能、行业概况等内容的在线培训学习后,进行线上等级测试,考核通过方可获得认证。

2022年6月,上海市电子竞技运动协会起草《电子竞技指导员管理规范》及《电子竞技指导员服务能级评价导则》,该标准对电子竞技指导员的资质认定、服务要求、技能水平等维度予以细化明确,旨在进一步规范电子竞技指导员的认定和管理,引导行业良性发展,提升用户体验。2022年10月,依照管理规范及评价导则,上海电竞协会启动了电子竞技指导员等级考核四级测试,进一步夯实标准规范的落地和实施。11月,中国通信工业协会电子竞技分会发布公告,表示由中国通信工业协会电子竞技分会指导开发的电子竞技职业技能认定考试平台正式上线。据了解,当前已有部分从业者完成考试。

“参考规范、培训学习、通过考核,获得认证,获得行业认定和头部市场主



体的认可与支持,是电竞指导员持续发展的必然路径。”在业内人士看来,规范的出台,让电子竞技指导服务有更清晰的界定,有利于推进电子竞技指导员这一细分领域的“职业化”进程。

#### 带动灵活就业电子竞技指导员社会价值凸显

2019年,人社部将“电子竞技运营师”和“电子竞技员”列为新职业。据不完全统计,该领域全行业从业人员已经超过1000万,仅上海相关从业者就已超过80万。相对较为灵活的就业时间,或兼职或全职的多元选择,都让电子竞技指导员成为当下年轻人新就业形态的选择之一。

“电子竞技产业发展至今,已经成为在线新经济的重要组成部分,同时也是灵活就业的重要平台。”产业专家指出,“电子竞技指导这一行业规模已经形成,基于电子竞技及行业相关生态,已有大量电竞参与者在不同平台为用户提供指导或咨询服务,市场需求也具有可持续性。”

根据人力资源和社会保障部发布的《新职业——电子竞技员就业景气现状分析报告》,未来五年,我国电竞人才需求量近350万人,当前只有不到15%的电子竞技岗位处于人力饱和状态。可以预见的是,随着电竞产业的进步,未来仍将创造更多的就业岗位。

### 三、展望游戏行业 2024：AI 进入新阶段 小游戏发展迅速

近日，国家新闻出版署公布了 2024 年首批国产网游版号，共 115 款游戏获批，这也是单次审批数量第二次突破百款。在经历激烈变化的 2023 年后，游戏行业在 2024 年迎来了新的发展机遇。

随着版号发放周期和数量趋于稳定、国内游戏政策和供给端加速恢复，产品周期和行业景气度将持续提升。在游戏行业逐步恢复的同时，腾讯、网易、完美世界等游戏厂商们也正在加快研发进程、拓展新赛道，新游上线节奏加快。

游戏产品本身也在发生新的变化。一方面，AI 在游戏行业加速落地，相关技术也逐渐成熟，降本增效的作用显著增强。另一方面，小游戏、云游戏等新兴赛道市场规模迅速扩张，为游戏市场带来了新的增长动力，也成为游戏企业破局存量市场的新机会。在两者的推动下，游戏产品在玩法和内容上都将得到进一步提升。

2024 年，游戏行业正在步入快速发展的轨道。

#### 研发力度加大 AI 应用进入新阶段

在经历技术的快速迭代更新后，AI 对游戏行业的影响已经逐渐从降本增效发展至产品变革的阶段。尤其是在生成式 AI 得到突破后，AI 技术在游戏制作过程中应用程度加深，腾讯、网易、完美世界、三七互娱、盛天网络等游戏厂商也持续加大对 AI 领域的探索和投入。其中，米哈游“三月七”、盛天网络“给麦”等均已上线，后续有望推出更多 AI 应用，成为业绩新增长点。

在不久前举行的微软 Microsoft Ignite China 会议上，国内头部游戏厂商完美世界就透露，公司和微软合作近两年，并取得了成果，包括双方开发工具 AI 化、核心业务持续渗透、生产管线的 AI 化等等，帮助完美世界游戏在产品研发上实现效能的指数级增长，以目前在研游戏新品为例，美术产出效率、产品开发效率、工作室 AI 研究均不同程度提高与增长。除业务管线优化，智能 AI、语音识别、数字人等技术，已逐步应用于现有游戏中。

此外，完美世界还借此机会宣布，一款由 AI 工程师团队自主研发的，全 AI 驱动的游戏即将发布，届时也将成为完美世界游戏在 AI 游戏领域探索上的重要成果。

在现代游戏开发领域，AI 技术的应用程度日益加深。凭借其在游戏开发中

的多方面应用, 游戏行业正开启了一种更高效、智能化的游戏创造和优化新时代。

在2023年底进行同行测试的端游大作《诛仙世界》中, 完美世界就透露了其中的部分AI应用, 包括“诛仙世界AI NPC系统”。据了解, 该系统让NPC可以有自己的思想及行为决策, 在与玩家聊天时可以决定自己的情绪如何表达, 在动作、表情、语音等交互表现上达到了业内顶尖的水平。

端游大作《诛仙世界》已于2023年12月开启同行测试。

此外, 玩家还可在游戏中体验到“人形对战NPC”、私人定制AI队友等。官方透露, 《诛仙世界》AI终极目标是“会自演化、由AI组成的城镇生态”, 完美世界计划将在游戏内搭建一座全部由智能NPC组成的世外仙岛。消息一出, 大量玩家纷纷期待该游戏早日公测。

可以看到, AI技术对游戏内容质量和研发产出效率等层面的影响正逐渐增大, 并直接作用于用户体验, 尤其是在提升虚拟现实内容生产效率、虚拟世界环境真实性、产品测试效率等方面。可以说, AI技术不仅改变了游戏的设计与互动方式, 还为玩家提供了前所未有的个性化体验。

新游密集发布小游戏带来增量市场

在版号恢复常态后, 游戏行业市场活跃度提升, 游戏厂商纷纷摩拳擦掌, 在拿到版号后便陆续官宣启测试, 新游密集上线。包括网易的《燕云十六声》、游戏科学的《黑神话: 悟空》、米哈游的《绝区零》、完美世界的《诛仙世界》《女神异闻录: 夜幕魅影》等游戏大作也将纷纷在2024年国内上线, 备受市场和玩家期待。

完美世界在近日公布的2023年度业绩预告中明确指出, 2024年是公司重要游戏新品密集推出的关键年份。作为国内老牌游戏厂商, 完美世界近年来坚持“经典品类迭代升级+创新品类突破转型”路线, 积极研发游戏新品。其中《女神异闻录: 夜幕魅影》《一拳超人: 世界》《乖离性百万亚瑟王: 环》以及端游产品《Perfect New World》已先后进行了多轮对外测试, 端游《诛仙世界》已于2023年末推出新一轮测试, 《女神异闻录: 夜幕魅影》本月已开启国内付费测试。《一拳超人: 世界》也将于2月1日在海外多个国家及地区开启公测, 该产品全球预约量已超过1000万, 备受市场关注。

热门动漫IP《一拳超人: 世界》手游将先在海外上线。

此外，完美世界还有《神魔大陆》《诛仙 2》《代号：新世界》《代号 YH》《代号 Z》《灵笼》等多款自研游戏都在积极研发中，小游戏、真人互动影视游戏也在稳步推进中，题材涵盖西方魔幻、东方仙侠、二次元都市、二次元幻想、科幻等，为 2024 年公司市场突破和业绩增长奠定坚实的基础。

新游密集发布的同时，小程序小游戏、抖音小游戏等凭借无需下载、即点即玩、便于分享等特点，作为一种全新的游戏生态迅速崛起。据《2023 年中国游戏产业报告》显示，2023 年国内小程序游戏市场收入 300 亿元，同比增长 300%。

而对游戏企业来说，小游戏具有研发成本低、周期短、资金周转率高等优点，这也吸引了网易、完美世界、三七互娱等游戏厂商涉足小游戏市场，小游戏市场正迅速成为游戏行业的新焦点。

完美世界在 2023 年 11 月就对外表示，公司在积极布局小游戏赛道，一方面是原生制作的轻量级小游戏，目前完美世界已有团队正在研发中，并进行了小范围对外测试，反馈良好；另一方面是将符合小游戏特性的现有游戏进行改编，增加小游戏版本。

可以看到，小游戏在短期来看表现强势，不仅有效的提高非游戏用户的转化率、抢占碎片化时间，也为游戏市场发展带来了全新增量。

展望 2024，中国游戏市场将是一个充满变化和机遇的市场。在 AI 技术应用加深和小游戏赛道的推动下，随着新游的陆续上线，玩家的消费意愿也将得到进一步释放，游戏产品在内容品质和玩法上得到提升，进一步支撑了游戏行业可持续发展，游戏行业正在迈向新一轮的发展周期。尤其是具备丰富产品储备且积极拥抱新技术的游戏企业，也或将迎来全新的发展机遇。

#### 四、“游戏陪玩”发挥游戏产业创造性与新活力促就业

2023年，我国游戏市场收入首次突破3000亿人民币，用户规模至6.68亿人，创历史新高。在游戏产业基础上发展起来的电子竞技，不仅作为正式比赛项目在2023年杭州第19届亚运会上大放异彩，走进奥运赛场也有了越来越清晰的时间表。

有评论认为，游戏产业在当下的社会发展中承担着越来越重要的角色，无论是文化传播、科技进步还是带动消费与就业等社会领域，均不容小觑。“鸟瞰全球文化传播版图，游戏产业正与当代世界通俗流行文化一道，发挥着越来越重要的作用。作为一代又一代全球青少年共同文化经验的重要一部分，不同肤色、民族和国家的青少年通过游戏找到文化共识，风靡全球的主流游戏很多时候也是全球青少年共同文化语言的一大公约数。”

在数字科技引领下，游戏生态不断丰富，并积极拥抱变化主动革新迭代，创新拓宽产业边界的同时，挖掘更多产业价值和新机会。“游戏市场规模巨大，但产业链还远不够长，仅聚焦于游戏本身还远不够，应该让游戏生态更丰富，尤其是下游服务业的社会价值，远远还没有被发挥出来。”专家指出，游戏的社交与竞技属性衍生出的下游产业链，包括电子竞技、游戏直播和游戏陪玩，都可以带动生态建设，拓宽游戏产业价值。

##### 游戏陪玩成为游戏增长新亮点

《2023年7月游戏产业报告》指出，去年7月中国游戏市场规模为286.10亿元，环比上升3.34%，同比上升37.49%。“对于当下很多青年人来说，游戏已经成为生活娱乐社交的一部分，它们像网购、外卖一样日常。随着游戏玩家数量的增长，游戏技能水平提升、游戏服务体验加强等一系列需求凸显。”游戏行业分析师表示，从游戏本身衍生的游戏服务业逐渐被关注，这其中“游戏陪玩”尤为突出，成为带动游戏增长的新亮点。

“游戏陪玩”主要为玩家提供快速组队、协同做任务打装备等相关提升支持等服务。除了专业游戏陪玩师，还有很多“大神”玩家甚至战队选手也在兼职提供陪玩服务。“游戏陪玩是当下游戏生态产业发展的新势力，作为衍生服务业已经在提高游戏创新性发展、促进新消费和带动灵活就业等方面发挥积极作用。”前述行业分析师表示。根据智研咨询发布的《2019-2025年中国游戏陪玩行业市场

场深度调研及投资战略分析报告》, 2017年我国游戏陪玩市场规模为1.82亿元, 2018年增长至4.0亿元, 预计到2026年将达到110.1亿元。艾瑞统计称, 2021年, 中国游戏陪玩市场, 规模超过140亿元, 已经成为电竞产业中除游戏、直播、赛事之外的第四赛道。

在海外, 游戏陪玩发展势头明显。在美国, 陪玩平台每小时收费高达30-50美元, 英国的陪玩平台每小时收费也有20-40英镑。对比国内, 陪玩平台每小时收费仅在10-30元之间, 相对较低, 发展空间还很大。专家指出, 海外市场更成熟的内容付费基础, 让游戏玩家更乐于为陪玩陪练付费, 这也让游戏陪玩的变现之路走得更为顺畅, 商业价值体现更明显。据了解, 全球游戏玩家数量已经超过23亿的当前, 游戏相关产品渗透率很高, 对于很多青年人来说, 每天花费5-8个小时在游戏中已经日常。未来, 游戏陪玩作为处在行业发展的上升期的游戏服务业代表, 空间和想象力巨大, 势必将是全球关注的热门赛道。

#### 游戏陪玩在新消费等领域发挥价值

值得一提的是, 游戏陪玩在新消费领域的探索也越发深入。据统计, 目前全球约有30亿人玩电子游戏, 仅游戏的垂直分支电竞游戏来看, 就有超过5亿规模, 他们当中的大部分为34岁以下的年轻人, 对游戏技能提升的需求不容忽视。

《2023年度移动游戏产业IP发展报告》显示, 移动游戏玩家中月收入超5000元的用户占比65%, 这一群体游戏主动性强、粘性大、消费习惯稳定, 月均消费50—500元的用户较去年相比提高50%左右。数据显示, 我国2020年游戏技能社交行业规模达到了266亿元, 同比增长52%。华经产业研究院的报告也指出, 我国陪玩行业用户每月在陪玩领域消费超过200元的占比超过50%, 人均消费达到了453.6元/月。

除了新消费价值释放, 与外卖、网约车服务等平台经济类似, 游戏陪玩也正通过平台将个人游戏指导等服务提供者进行整合, 用数字经济的方式提供更规范的服务。游戏产业时评人张书乐在接受采访时表示, 过去低价的陪玩服务使得行业“天花板”十分明显, 只有朝“技能化、专业化”的方向转型, 陪玩行业才可能获得更大发展。事实上, 当前的游戏陪玩领域的主要参与者们, 早已剔除了短期主义者, 通过标准与规范的建立, 迈入高质量发展的道路。中国通信工业协会电子竞技分会已颁布《游戏陪玩师团体标准公告》, 明确规定游戏陪玩师作为正

式职业的职业准则，同期上线的还有“游戏职业技能认定平台”，通过平台认定可获取专业证书。2022 年 5 月底，该协会又召开“‘游戏服务师’职业技能团体标准终审会”，规范从业者的行为，并为职业技能认定提供科学依据。

在陆续出台的政策指导下，游戏陪玩门槛逐渐提高、培训和监管意识也在加强。此前松散的游戏陪玩行业，正逐步整合成具备完善管理体系的游戏服务行业。同时，游戏陪玩也在为各个层面不同技能的青年从业者提供新的就业机会。2022 年年初，人社部下属的中国人事科学研究院指导的《腾讯助力新职业与就业发展报告（2022）》正式发布，报告公布了数字生态下的 147 个新职业，其中游戏陪玩师被评估为稳定期数字生态职业，作为新职业将为行业相关领域带来约 50 万—100 万的就业岗位。据悉，未来游戏陪玩行业的从业基数将会继续扩大，陪玩或将成为游戏产业板块灵活就业最直观的体现。

## 五、补贴 800 万、打造 5 场馆 + 5 赛事 + 10 企业！济南建设“黄河流域电竞名城”

近些年，山东省大力发展电竞产业，企查查显示，山东省的电竞相关企业近 1600 余家，囊括电竞游戏研发、赛事组织、俱乐部、教育、直播等平台等。山东省济南市也希望借助优渥的扶持政策打造顶级企业聚集、产业链条完善、推动该市的电竞产业发展。

近日，山东省济南市为加快推动数字先锋城市建设，发展壮大电竞游戏产业，培育经济发展新动能，济南市工业和信息化局起草了《济南市促进电竞游戏产业发展行动计划（2024-2026 年）（征求意见稿）》（下称《行动计划》）《济南市促进电竞游戏产业发展若干政策（征求意见稿）》（下称《政策》）。现按程序广泛征求意见，征集时限为 2024 年 2 月 1 日至 3 月 1 日。

《行动计划》提出，济南市力争到 2026 年，打造 3-5 个功能齐全、设备完善、可承接高水平电竞赛事和专业训练的竞赛场馆，引进和培养 10 家左右电竞游戏研发、赛事、运营头部企业，举办 5 场左右专业性强、人气度高的国际国内电竞顶级赛事和本地品牌赛事，积极打造“黄河流域电竞名城”。

《政策》囊括完善发展电竞游戏载体、加强企业引培、鼓励创作研发、支持赛事活动等方面，最高补贴达 800 万，最低补贴达 200 万元。

引进高水平赛事补贴 800 万 打造电竞游戏平台补贴 500 万

济南市要提升产业能级、创建品牌赛事、创新融合发展、优化发展环境，推动以赛创牌、以赛促产、以产为基、以产促融，深入挖掘电竞市场价值，营造泉城电竞特色文化，实现社会效益和经济效益相统一，促进“电竞+”产业品牌化、国际化、规范化、融合化发展。

《济南市促进电竞游戏产业发展若干政策（征求意见稿）》部分原文如下：

### 一、完善发展载体

建设多层次电竞场馆。加快建设符合国际性赛事标准的大型电竞赛事专业场馆。支持有条件的区县和企业投资建设中型专业化电竞场馆。鼓励利用现有体育场馆、剧院、网吧、国企闲置厂房等场馆、闲置空间改扩建中小型电竞场馆，充分满足中小型或民间电竞赛事需求。

建设高水平电竞产业集聚区。规划建设电竞研发、赛事运营、电竞直播、培



训、衍生品开发等产业要素集聚的电竞主题产业园区（基地），鼓励符合条件的电竞产业园区申报小型微型企业创业创新示范基地，按照相关政策给予支持。支持电竞产业集聚区申报省级、市级特色产业集群，对获评省级、市级特色产业集群荣誉的集群企业在项目申报、平台创建、认定评选、政策扶持方面给予重点支持。

鼓励建设电竞训练基地。积极争取国家电竞队训练基地落户济南，为训练提供优质保障。支持校企共建电竞人才实训基地，开展赛事解说、电竞裁判、经纪管理、组织运营、转播制作等专业技能和行业规范培训，对于获评省级、市级电竞实训基地的，按照相关政策给予资金补助。

## 二、加强企业引培

加强电竞游戏企业引进。依托济南市软件名城优势，积极争取国内外优秀电竞游戏制作公司、赛事运营公司、直播平台公司、短视频公司、研发机构、工作室等行业领军企业、相关机构落户济南，在济南设立总部的，按照《济南市加快总部经济发展的若干措施》，在办公用房、成长激励、扩大投资、人才保障等方面给予支持。

强化电竞游戏企业培育。支持电竞游戏企业加快壮大，将电竞游戏企业培育纳入全市工业和信息化领域优质企业梯度培育体系，加快培育一批电竞游戏领域创新型中小企业、专精特新、瞪羚、独角兽等优质企业，对于符合相关标准的企业按规定给予支持。

## 三、鼓励创作研发

支持电竞游戏内容创作生产。鼓励企业加强电竞游戏内容和技术创新，重点研发符合市场需求和行业发展趋势的移动端、主机端电竞产品，鼓励研发彰显齐鲁特色、泉城韵味的地方特色游戏产品，打造弘扬社会主义核心价值观、代表先进文化发展方向、传播文明理念的原创精品力作。对上线满一年并具有较大影响力的济南企业原创电竞游戏产品，按照首版次软件政策，按照该产品销售后1年内销售合同累计到账额的30%给予资助，最高资助200万元。

支持建设产业发展创新平台。支持国内外电竞及相关产业研发机构落户济南，增强整体研发和原创实力，促进精品电竞游戏创作生产。支持电竞企业申报一企一技术中心、软件工程技术中心、企业技术中心等各类研发平台，对获批企业给

予最高500万元扶持。鼓励科技企业孵化器和众创空间孵化培育电竞产品研发、俱乐部、经纪服务、战队等类型的企业或团队，对符合条件的科技企业孵化器，按照“科创济南”政策给予扶持。

#### 四、支持赛事活动

积极引进高水平品牌赛事。加强与国内外电竞行业协会组织、电竞游戏领军企业对接，支持国际、国内高水平电竞赛事在济南举办，对承办赛事的市场主体，按照赛事层级、规模和实际支出，给予分档补助，每场补助金额最高不超过800万元。

加快培育自主品牌赛事。支持举办中小型电竞赛事和全民赛、表演赛、日常赛以及校园绿色电竞赛事，积极培育有特色、有影响力的济南自主品牌电竞赛事，构建济南自主IP品牌赛事体系。对在济南举办的发展前景好、市场价值大、有较大影响力的本土IP电竞品牌赛事，按照实际支出（除奖金外）的30%给予一次性经费补助，每场补助金额最高不超过200万元。

举办电竞游戏周边系列活动。支持企业和机构举办电竞游戏论坛、供需对接会等产业活动，加强产业对接，促进电竞游戏产业发展。对在济南举办的电竞嘉年华展、电竞文创设计展、电竞主播赛、动漫游戏展等会展活动，按照《济南市促进会展业高质量发展的若干措施》给予奖补。

#### 五、推动融合发展

推动电竞游戏及周边产业融合发展。建设一批“电竞+文创”“电竞+会展”“电竞+旅游”等典型应用场景，促进电竞与各产业领域融合发展，支持在公园、街区、园区、景区等公共空间融入电竞元素，打造一批在全国范围内具有较高影响力的高品质、重体验、地标性电竞特色场所。支持相关企业运用人工智能、虚拟现实、裸眼3D等新一代数字技术，提升电竞内容制作及传播能力，带动电竞直播、经纪、资讯、培训、装备等周边产业发展。用好现有电视频道资源，支持主流媒体平台参与赛事内容制作及传播。遴选一批高价值的电竞产业示范项目，对获得市级新一代信息技术与制造业融合发展示范项目的给予资金奖励。

#### 六、强化人才支撑

加强人才培育和引进。支持电竞游戏专业人才培养，鼓励高校、职业院校通过校企合作等方式开设电竞游戏类专业，建立后备人才培养体系，培养多层次电

竞游戏产业相关人才。面向游戏设计、游戏开发、电子竞技运动员、赛事运营、赛事解说、电竞裁判、经纪管理、转播制作等领域，建立济南市电竞游戏人才库，制定电子竞技人才评定办法，支持电竞游戏相关人才申报“海右名士”专业技术拔尖人才、市级领军人才，对符合条件的电竞游戏人才，按照《济南市人才服务支持政策（30条）》《济南市人才发展环境政策（30条）》给予支持。

济南打造5个电竞场馆、5大顶级赛事、10家领军企业

《济南市促进电竞游戏产业发展行动计划（2024-2026年）（征求意见稿）》部分原文如下：

#### （一）实施基础设施建设完善行动

统筹推进多层次电竞场馆建设。加快建设符合国际性赛事标准的大型电竞赛事专业场馆。鼓励引导电竞企业、电竞赛事运营企业、电竞俱乐部及社会力量投资、建设、运营满足常规训练和主场比赛需求的中型专业化电竞场馆。鼓励利用现有体育场馆、剧院、网吧、国企闲置厂房等场馆、闲置空间改扩建中小型电竞场馆，充分满足中小型或民间电竞赛事需求。

加快推动产业集聚区建设。规划建设游戏研发、赛事运营、电竞直播、培训、衍生品开发等产业要素集聚的电竞游戏主题产业园区（基地），引导电竞产业上下游企业集聚。依托齐鲁软件园等成熟软件产业载体，着力引进电竞游戏领域总部企业、标杆企业，集聚一批影响力、带动力强的“链主企业”。

鼓励建设电竞训练基地。积极争取国家电竞队训练基地落户济南，为训练提供优质保障。支持企业、行业协会、专业机构等设立电竞培训机构和实训基地，开展赛事解说、电竞裁判、经纪管理、组织运营、转播制作等专业技能和行业规范培训。

#### （二）实施产业能级加速提升行动

加强电竞游戏企业引进培育。依托济南市软件名城优势，积极争取国内外优秀电竞游戏公司、研发机构、工作室等落户济南，开展游戏产品研发制作、技术创新等工作。加强与国内头部运营、直播和短视频企业合作，支持在济设立地区总部、业务总部，提高大型电竞赛事运营、制作传播、商业开发能力。支持本地电竞游戏企业加快壮大，培育一批专精特新优质企业。

建立电竞游戏企业培育机制。支持电竞游戏企业加快壮大，将电竞游戏企业

培育纳入全市工业和信息化领域优质企业梯度培育体系, 加快培育一批电竞游戏领域创新型中小企业、专精特新、瞪羚、独角兽等优质企业。

支持原创游戏产品研发。鼓励游戏企业持续开展内容和技术创新, 提升原创游戏产品研制水平, 重点研发符合市场需求和行业发展趋势的移动端、主机端电竞产品, 打造弘扬社会主义核心价值观、代表先进文化发展方向、传播文明理念的原创精品力作。鼓励游戏企业将济南特色文化、特色场景、历史人物等融入游戏内容研发创作, 形成一批自主IP电竞游戏原创内容。

支持建设产业发展创新平台。鼓励企业建设游戏开发共性技术平台、开源开放创新平台、游戏引擎研发平台等共性平台, 支持企业申报一企一技术中心、软件工程技术中心、企业技术中心等各类高端研发平台。鼓励科技企业孵化器和众创空间孵化培育游戏研发、电竞俱乐部、经纪服务、战队等类型的企业或团队。

### (三) 实施赛事活动品牌创建行动

积极引进顶级品牌赛事。加强与国内外电竞行业协会组织、电竞游戏领军企业对接, 争取王者荣耀职业联赛、DOTA2国际邀请赛、英雄联盟职业联赛等国际性顶级赛事、国际性/洲际性/全国性大型赛事在济南落地。支持各级电竞联赛的重要场次和重要活动在济南举办。

加快培育自主品牌赛事。支持举办中小型电竞赛事和全民赛、日常赛以及校园绿色电竞赛事。积极培育有特色、有影响力的济南自主品牌电竞赛事, 构建济南自主IP品牌赛事体系, 不断提升济南电竞赛事知名度和美誉度。

举办电竞游戏周边系列活动。支持企业和机构举办电竞游戏论坛、供需对接会等产业活动, 加强产业对接, 促进电竞游戏产业发展。鼓励、支持会展公司与动漫游戏厂商合作举办高水平动漫游戏展。鼓励组织举办电竞周、电竞嘉年华等主题宣传活动, 加大宣传推广力度。

### (四) 实施创新融合发展赋能行动

推动电竞产业融合应用创新。建设一批“电竞+文创”“电竞+会展”“电竞+旅游”等典型应用场景, 促进电竞与各产业领域融合发展, 打造新场景、新业态。支持在公园、街区、园区、景区等公共空间融入电竞元素, 融合竞赛表演、娱乐购物、休闲旅游、特色美食等开发消费新场景, 打造一批在全国范围内具有较高影响力的高品质、重体验、地标性电竞特色场所。

带动电竞游戏周边产业发展。支持相关企业运用人工智能、虚拟现实、裸眼3D等新一代数字技术,提升电竞内容制作水平及传播能力,带动电竞直播、经纪、资讯、培训、装备等周边产业发展,延长电竞产业消费链条。拓展电竞赛事内容传播渠道,用好现有电视频道资源,支持主流媒体平台参与赛事内容制作及传播。

#### (五) 实施发展环境优化提升行动

加强人才培育和引进。鼓励高校、职业院校通过校企合作等方式开设电竞游戏类专业,建立后备人才培养体系,培养多层次电竞游戏产业相关人才。面向游戏设计、游戏开发、电子竞技运动员、赛事运营、赛事解说、电竞裁判、经纪管理、转播制作等领域,建立济南市电竞游戏人才库,制定电子竞技人才评定办法。支持电竞游戏相关人才申报“海右名士”专业技术拔尖人才、市级领军人才。

优化市场环境。本着鼓励创新的原则,对电竞游戏产业实行包容审慎监管方式,在严守安全底线的前提下为新业态发展留足空间。加强社会舆论引导,全面推进游戏防沉迷,保护青少年身心健康,树立积极向上的行业形象。加大游戏版权保护力度,严厉打击黑灰产业。依法查处不正当竞争行为,维护公平竞争市场秩序。

#### RW 侠俱乐部入驻 济南 1922 电竞新媒体产业园投入使用

近些年,济南市正在全力发展电竞产业,通过发布优渥的扶持政策,吸引优秀的电竞企业、俱乐部、人才带到“泉城”济南,让济南能够进一步提升电竞产业发展水平、为市民们带来线上线下同步进行的电竞体验,并积极引进和搭建顶级电竞赛事。

2022年5月,山东省济南市发布了《济南市促进消费持续恢复发展的若干措施》,济南市在继续保持2500万元年度预算内文旅惠民消费专项资金的基础上,今年增加了300万元的电竞赛事等文旅新业态补贴。

济南支持培育电竞等文旅新业态,拓展文旅新兴消费,对相关活动视情给予政策支持,政策支持总额度不超过300万元。

多个顶级电竞赛事瞄准济南市,比如2021年王者荣耀高校总决赛、2021年TGA全国巡回赛等接连在济南举办。此外,大量职业电竞俱乐部也落户济南,比如KPL的RW战队等在泉城扎根。(延伸阅读:RW侠俱乐部落地济南!3600

亿软件名城终于插上电竞之翼)

2023 年 9 月，1922 电竞新媒体产业园项目正式投入使用，该项目位于天桥区官扎营街道办事处天成路 31 号。据《日照日报》报道，本次 1922 电竞新媒体产业园的总投资达到了 1.6 亿元，占地面积 1.5 万平方米、建筑面积 1.2 万平方米、东至成丰桥、西至官扎营新区、南至官扎营新区南区、北至官扎营后街。

在优渥的扶持政策推动下，济南市会涌现出更多的电竞企业和人才，为济南的电竞发展助力。济南将会全力培养顶尖电竞企业、充实的电竞人才、完备的产业链条。

## 第三章 经典案例分享

### 杭州网易雷火科技有限公司诉千陌（杭州）科技有限责任公司等著 作权及不正当竞争纠纷案

#### 杭州互联网法院 2020 年度知识产权司法保护十大案例之六

##### 一、案情简介

麦克风公司与霍尔果斯脸雾文化传媒有限公司合作推出了《矮大紧指北》节目, 该节目由知名人士高晓松主讲, 节目的著作权由麦克风公司与霍尔果斯脸雾文化传媒有限公司共有, 麦克风公司全权处理所有因合作节目引起的维权相关事宜。

未经权利人的许可, 扬盛翔公司将《矮大紧指北》之《指北排行榜 01 十大美人 1》上传至百度网盘, 并通过微信公众号向公众提供该有声节目, 提供下载链接, 使不特定社会公众可以接触到该作品, 并收取费用, 侵犯了麦克风公司对涉案作品享有的复制权和信息网络传播权。

##### 二、案例分析

麦克风公司通过《独家战略合作协议》确定共同享有涉案作品的著作权, 并全权处理合作节目所有的维权相关事宜, 麦克风公司系涉案口述作品的共同著作权人。扬盛翔公司未经权利人许可, 通过微信公众号向公众提供涉案口述作品, 提供下载链接, 使不特定社会公众可以接触到该作品, 并收取费用, 侵犯了麦克风公司对涉案作品享有的复制权和信息网络传播权。本案的核心争议焦点为: 1、涉案作品的作品类型及著作权人; 2、扬盛翔公司侵犯麦克风公司何种著作权权利。

一、《矮大紧指北》之《指北排行榜 01 十大美人 1》为口述作品, 原告系该口述作品的著作权人。

1、《中华人民共和国著作权法实施条例》第四条第(二)项规定, 口述作品, 是指即兴的演说、授课、法庭辩论等以口头语言形式表现的作品。《矮大紧指北》之《指北排行榜 01 十大美人 1》, 系创作者高晓松通过口头演讲、即兴创作的方

式评述十大美人, 表达其思想感情, 具有独创性表达, 属于我国著作权法意义上的口述作品。虽然《矮大紧指北》之《指北排行榜 01 十大美人 1》已经被固定, 但其被录制的形态承载的仍然是该口述作品本身(袁博:《著作权法解读与应用》), 录制行为不会改变其作品类型。

2、根据《独家战略合作协议》、《节目确认书》、作品截图、相关报道等证据, 可证实《矮大紧指北》节目创作者为高晓松, 原告与霍尔果斯脸雾文化传媒有限公司通过《独家战略合作协议》确定共同享有《矮大紧指北》的著作权, 由原告全权处理合作节目所有的维权相关事宜。

二、被告扬盛翔公司侵害了原告对《矮大紧指北》之《指北排行榜 01 十大美人 1》享有的复制权和信息网络传播权, 应当承担侵权责任。

依据(2020)沪张江证字第4036号公证书等证据, 微信公众号“毛桃物语”系由被告扬盛翔公司运营, 用户在该微信公众号付费注册会员后, 可在微信群中获取百度网盘链接及密码, 进而可以下载收听《矮大紧指北》之《指北排行榜 01 十大美人 1》等有声节目。被告扬盛翔公司的行为已构成对原告著作权的侵害:

1、被告扬盛翔公司侵害原告对涉案作品享有的复制权。

《著作权法》第十条规定:“(五)复制权, 即以印刷、复印、拓印、录音、录像、翻录、翻拍、数字化等方式将作品制作一份或者多份的权利。”本案中, 被告扬盛翔公司将作品上传至百度网盘, 已将该作品固定在物质载体之上并形成了复制件, 故被告扬盛翔公司的该行为属于复制行为, 侵害了原告享有的复制权。

2、被告扬盛翔公司侵害原告对涉案作品享有的信息网络传播权。

依据《最高人民法院关于审理侵害信息网络传播权民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》第三条规定, 通过上传到网络服务器、设置共享文件或者利用文件分享软件等方式, 将作品、表演、录音录像制品置于信息网络中, 使公众能够在个人选定的时间和地点以下载、浏览或者其他方式获得的, 人民法院应当认定其实施了提供权利人享有信息网络传播权的作品、表演、录音录像制品的行为, 应当认定其构成侵害信息网络传播权行为。本案中, 被告扬盛翔公司将作品置于百度网盘之后, 其又将百度网盘链接放于微信群之中, 被告扬盛翔公司向每位付费进群者提供了百度网盘链接和密码, 每位付费进群者均可在其个人选定的时间和地点获得作品, 被告扬盛翔公司的行为侵害了原告享有的信息网络传播权。



### 三、典型意义

1、口述作品被固定后仍为口述作品。

口述作品是实践中相对少见的作品类型。涉案作品符合《著作权法实施条例》对该作品类型的界定。但关于口述作品被固定之后，其是否仍为口述作品则存在争议，有意见认为，口述作品被固定之后已不再是口述作品，已经转为其它作品或制品（如李明德、许超：《著作权法》；韦之《著作权法原理》），但我们认为，口述作品虽然已经被固定，但其被录制的形态承载的仍然是该口述作品本身（袁博：《著作权法解读与应用》），录制行为不会改变其作品类型。最终，法院采信了我们的主张。

2、行为人将作品上传至百度网盘，并将百度网盘链接放于微信群供群友下载，该行为侵害了复制权和信息网络传播权。

行为人将作品上传至百度网盘，已将该作品固定在物质载体之上并形成了复制件，故行为人的该行为属于复制行为。行为人将作品置于百度网盘之后，其又将百度网盘链接放于微信群之中，其向每位付费进群者提供了百度网盘链接和密码，每位付费进群者均可在其个人选定的时间和地点获得作品，行为人的行为侵害了原告享有的信息网络传播权。

## 第四章 电竞网游委简介及动态

### 一、电竞网游委简介

深圳市律师协会电竞网游专业委员会（简称“电竞网游委”）根据第十一届深圳市律师协会理事会第二次会议决议设立，致力于提高深圳市律师在电子竞技和网络游戏行业的法律业务素质和服务水平，拓展电子竞技与网络游戏法律业务新领域，开发电子竞技与网络游戏服务新产品，制定法律实务操作指引，撰写有关电子竞技与网络游戏法律专业文章，积极配合人大、政府等机关有关电子竞技与网络游戏方面立法、制定规范性文件的征求意见工作等。

### 二、电竞网游委组成成员（委员 29 名，顾问 1 名，干事 1 名）

主任：	林泳欣	广东维邦律师事务所
副主任：	李 南	北京市天元（深圳）律师事务所
	於思嘉	广东港联律师事务所
	朱刘飞	北京大成（深圳）律师事务所
主任助理：	骆 彦	广东利人律师事务所
秘书长：	桑 洋	广东维邦律师事务所
副秘书长：	徐 秦	北京大成（深圳）律师事务所
	郭 宇	北京市盈科（深圳）律师事务所
	肖力超	广东生龙律师事务所
委员：	于 恒	北京市京师（深圳）律师事务所
	马 娟	广东海瀚律师事务所
	方 挺	上海市恒业（深圳）律师事务所
	师建杰	广东晟典律师事务所
	刘 波	广东生龙律师事务所
	汤鹏飞	广东知恒律师事务所
	李 聪	广东良马律师事务所
	吴发良	广东诚公律师事务所

- 何豪华 北京市盈科 (深圳) 律师事务所  
谷 琛 北京大成 (深圳) 律师事务所  
姜 诚 广东华商律师事务所  
姚茂渊 广东华商律师事务所  
高玉光 北京市信利 (深圳) 律师事务所  
程 春 北京市百瑞 (深圳) 律师事务所  
吴智浩 广东连越 (深圳) 律师事务所  
熊 姿 广东晟典律师事务所  
姚金辰 广东维邦律师事务所  
郝雨峰 广东普罗米修律师事务所  
黄 琳 北京市一法 (深圳) 律师事务所  
刘孝璇 北京大成 (深圳) 律师事务所  
顾 问: 孙 磊 北京元合律师事务所  
干 事: 高记源 广东卓建律师事务所



## 法律声明:

本资讯由第十一届深圳律师协会电竞网游法律专业委员会搜集整理, 本资讯相关著作权归原权利人所有。本资讯所载内容仅为交流之目的, 并非提供任何法律意见或建议。我们不对任何依赖本文的任何内容采取或不采取行动所导致的结果承担任何形式的法律责任。

本资讯可在深圳市律师协会网站下载, 投稿及建议联系邮箱:

linyongxin@vborn.net