

明明是盗版,还拿“二创”做“挡箭牌”

上海静安:办理一起侵犯知名动漫手办著作权案

新闻眼

□本报通讯员 姚安珂

手办,是一种以漫画或动画角色为原型的玩偶,深受“二次元”爱好者喜爱。借助于网络时代的新形式、新技术、新包装,以手办为例的一系列动漫衍生品热度持续走高。然而,当大大小小的电商平台出现低质盗版的手办时,IP价值或正被侵蚀,知识产权保护问题不容忽视。

近期,上海市静安区检察院办理了一起涉案3000余万元的侵犯知名动漫手办形象著作权案,揭开了以“二创”之名行复制之实的侵权黑幕。

上下游“一锅端”
境内外制假产业链被捣毁

2023年1月,周女士在某电商店铺购买了两款号称限量预售的圣斗士星矢手办。但收到货后,周女士意识到,这可能是假货,“我咨询过相关正版权利人,他们说没有授权过这个店铺销售和该设计该产品。”周女士报警时说。

警方接到报案后,通过周女士提供的线索摸排到涉案电商店铺,发现店铺在没有获得权利人授权的情况下售卖知名动漫手办,销售额高达上百万元,涉嫌侵犯著作权罪,于同年3月正式立案侦查。

由于该案销售数额大、涉案人员多,静安区检察院受邀依法介入该案,引导公安机关侦查取证:以周女士提供的报警线索为突破口,逐层核实上下游犯罪事实,补充调取涉案电商店铺后台收货发货记录、微信聊天记录、著作权权属证明等关键证据。

“犯罪嫌疑人以正品价的60%至80%销售手办,并以此取得了较好销量。”承办检察官武晶表示。公安机关以此为线索,发现售卖盗版手办的网店背后有稳定的进货渠道,顺藤摸瓜,挖出了一条以王某、韩某为制造方,吴某、包某为代理分销方的横跨设计、生产、销售动漫手办的完整产业链。2024年2月至5月,王某、韩某、吴某、包某4人陆续到案。

2024年8月,该案被移送静安区检察院审查起诉。承办检察官查阅卷



今年3月,上海市静安区检察院检察官研判侵权作品是否与权利人作品构成复制关系。

宗后发现,王某、韩某生产制造的盗版手办非法经营数额较高,且通过吴某、包某销售,产品分销海内外。其中,吴某的销售对象是国内买家,而包某主要负责境外代理,通过设立海外网站展示手办图片并标明单价,在海外App群组内销售牟利。

“虽然包某的销售路径是在境外,但是其实实施销售的行为均在境内,所以我们认定对其有管辖权。但该案所涉及的发货单据、销售记录繁杂,如何准确认定境内外非法经营的数额成了难题。”承办检察官介绍。静安区检察院在引导公安机关补充侦查的基础上,开展自行补充侦查,在海量数据中条分缕析,明确涉案手办代理价、销售价、发货数量及实际销售数量。由于境外网站已经注销,检察机关恢复了上游供货方王某的电脑数据和发货单据,并与包某口供、微信聊天记录相互印证,固定境外销售记录并计算金额。

“二创”还是侵权?
独创性表达是关键

到案后,王某矢口否认侵权:“我是根据圣斗士星矢动画造型进行修改,二次设计、创作后,委托工厂生产再销售的……”

“现在网上确实有很多‘为爱发电’的粉丝,他们会基于漫画原型进行二次改编和创作,但是否构成侵犯著作权罪的关键在于作品是否在原作的基础上具有独创性表达。”武晶介绍,为进一步确认涉案手办形象,静安区检察院在引导公安机关调取买家证言、购买记录、实物图片的基

行刑无缝衔接
对擦边“软色情”的广告说“不”

经查,自2020年起,王某伙同韩某等人,在未经著作权人许可的情况下,根据《圣斗士星矢》等作品的美术形象设计手办,委托工厂开模生产,并通过吴某、包某代理销售。经查,王某、韩某非法经营数额共计3000余万元,吴某违法所得30万余元,包某违法所得80余万元。

今年1月,静安区检察院以王某、韩某涉嫌侵犯著作权罪,吴某、包某涉嫌销售侵权复制品罪向静安区法院提起公诉。4月,法院以侵犯著作权罪判处被告人王某有期徒刑五年,并处罚金800万元;以侵犯著作权罪判处被告人韩某有期徒刑二年十个月,缓刑二年十个月,并处罚金50万元;以销售侵权复制品罪判处被告人吴某有期徒刑一年一个月,并处罚金32万元;以销售侵权复制品罪判处被告人包某有期徒刑一年六个月,并处罚金90万元。王某不服一审判决,提出上诉。6月30日,上海市第三中级人民法院作出裁定,驳回上诉,维持原判。

此外,承办检察官在审查全案证据时发现,在吴某为网店引流设立运营的微信公众号内,部分手办图片衣着暴露,并配以暗示性的文字表述,具有“软色情”倾向。

“手办市场覆盖的是全年龄层,这类低俗的宣传导向极易产生不良社会影响。”承办检察官介绍,今年2月,静安区检察院向相关部门移送该线索,认为该类广告为博取眼球,发布低级庸俗内容,违背了社会公序良俗。根据广告法,该院建议予以行政处罚。案件正在进一步办理中。

●检察官说法

法律如何规制“二创”?

“二创”并非侵权的“挡箭牌”,法律保护的“二创”是指在已有作品的基础上,融入新创意、新表达,形成具有独创性的新作品。该案中,被告人仅仅把知名动漫角色的姿势稍作调整,而角色的标志性发型、服装、五官特征等核心元素是对原画的立体化复刻,毫无独创性可言,这在司法实践中就可能被认定为实质性相似,构成侵权。反之,如果赋予角色新的主题或颠覆性的艺术风格,表达出独特思想,则更可能构成受法律保护的“改编作品”。

那么,如果行为人生生产的产品确系二次创作,其行为是否还会涉嫌犯罪?“二创”作品系改编作品,涉及的是著作权人的改编权而非复制权,我国刑法仅处罚复制发行他人作品的犯罪行为。因此,真正的“二创”作品不会构成刑事犯罪。但“二创”作品仍然应当获得原作品著作权人的许可,如果涉及销售盈利、商业展示等目的,未经许可,利用他人作品的影响力牟利,则可能侵犯著作权人的改编权,或将面临行政处罚或被权利人提起民事诉讼。

(上海市静安区人民检察院检察官 武晶)

用“跑马机”帮驾校学员攒学时

二人因提供侵入、非法控制计算机信息系统程序、工具获刑

案讯点击

本报讯(记者管莹 通讯员唐夏蒂 李鸿雁) 进入暑假,驾培市场学员增多,不法分子瞄准学员想快速拿证、驾校想降低培训成本的心理,动起了歪脑筋,通过器械的方式实现“速成培训”。经江苏省涟水县检察院提起公诉,今年3月,法院以提供侵入、非法控制计算机信息系统程序、工具罪分别判处被告人陈某有期徒刑三年九个月,并处罚金3万元;判处被告人叶某有期徒刑六个月,并处罚金5000元。

陈某不服一审判决,提出上诉。日前,淮安市中级法院作出裁定,驳回上诉,维持原判。

2022年9月,某驾培机构教练曹某与其他教练闲聊时了解到,网络平台上可以买到帮助学员虚增训练里程的“跑马机”(一种利用汽车的脉冲信号原理制作的小型仪器),能够让终端车辆信息中的速度发生变化,并增加学习里程数和驾驶时长。曹某便在某网店购买了一台“跑马机”,收到设备后,曹某将其放在教练车的学时机上使用,学员只要来签到,就能“学”满参加考试要求的学时和里程。

2023年3月,涟水县公安局网络安

全保卫大队在日常巡查中发现了曹某及另外两名驾校教练刘某、王某的违法行为,对曹某等3人作出行政处罚,并顺藤摸瓜查获了兜售“跑马机”的陈某和叶某。

陈某几年前曾做过驾校教练,了解“跑马机”的功能,还在叶某经营的网店上购买过一台“跑马机”。2022年6月,辞职后无事可做的陈某决定卖“跑马机”赚钱。于是,陈某在网上注册了一家专门售卖“跑马机”的网店,接到客户订单后,陈某从叶某的店铺下单,再把收件地址改成客户地址,赚取中间差价。

时间一久,陈某并不满足中间微薄

的利润差,加之“跑马机”制作成本低、组装难度小,便决定购买零件组装自卖。陈某联系了之前有过业务合作的唐某(另案处理),委托唐某对“跑马机”设备的电路板解密、复制,陈某在此基础上网购外壳和电源线进行组装售卖。

经查,2022年至2023年,陈某售卖“跑马机”设备568人次799台,非法获利2万余元;叶某售卖“跑马机”设备25人次43台,非法获利2318元。2024年9月,涟水县检察院以涉嫌提供侵入、非法控制计算机信息系统程序、工具罪对陈某、叶某提起公诉。法院经审理作出上述判决。

案件办结后,该院向相关行政部门制发了检察建议,建议其加强对驾培机构、教练员经营培训活动的核查,推进辖区驾培行业规范管理。同时,该院邀请辖区驾校负责人参加法治宣讲,以案为鉴,促推辖区驾校合法运营。

法眼观察

□樊悦池

湖北武汉的赵女士在一家商店购买了“一品牛肉干”。回家仔细一看才发现,肉干不是牛肉,而是猪肉制品,“一品牛”实为商标。赵女士心存疑问,“这样误导消费者的商标不是另一种形式的欺诈吗?”(据7月9日《人民日报》)。

这种套路并非孤例,方便面包装上的“多半袋面”,“多半”是商标;“千禾0”酱油中的“千禾0”只是商标,并不意味着“零添加”;“山里来的土鸡蛋”中的“山里来的土”竟然也是商标……看似描述产品特性的名称,实际上只是商标的一部分,与真实成分或功能毫无关系。近年来,一些生产企业玩起商标的“文字游戏”,让消费者防不胜防。许多人和赵女士有一样的困惑:为何这样的误导屡次出现,是否合法合规?

答案是,上述行为违反法律规定。消费者权益保护法规定,经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。上述利用商标及包装宣传误导消费者的行为,涉嫌侵犯消费者的知情权和选择权。商标法明确规定,带有欺骗性,容易使公众对商品的质量等特点或者产地产生误认的标志不得作为商标使用。但一些企业通过“曲线注册”等手段,比如注册成功后再将商标与商品名称组合使用,以此逃避审查。

对于企业而言,在商标上玩“文字游戏”的本质是企图通过宣传“美化”产品品质、吸引更多消费者,想用较少成本获取更大利益。可这样的行为无异于饮鸩止渴,看似“聪明”实则短视。在当下信息畅通的时代,这种“文字游戏”迟早会被戳破。上述损害消费者利益、影响消费体验的欺骗行为,必将使消费者对企业失去信任。如果任由上述行为泛滥,更会导致“劣币驱逐良币”,诚信经营、真实宣传的企业将承担更高成本,进而导致市场环境恶化,阻碍行业发展。这不但会破坏公平竞争的市场秩序,也会让消费者对市场整体产生信任危机。

对于这种耍“小聪明”的行为,相关部门就该及时出手。据媒体报道,对于在包装上试图误导消费者的“设计”,市场监管部门已经作出反应。今年3月,国家市场监督管理总局发布的《食品标识监督管理办法》(下称《管理办法》)规定,预包装食品标签应当标注反映食品真实属性的名称,不得欺骗、误导消费者。相信随着《管理办法》的深入实施,企业在包装上要“小聪明”的情形会越来越少。

从更深一层来看,企业这种骗人的把戏能够成功,也说明在商标审核上有漏洞。因此,从根源上防止此类行为,相关部门还需持续优化商标审查细则,进一步筑牢商标审核“防火墙”。应建立前置审查与动态监测机制,对易引发认知偏差的描述性词汇从严把控,引入行业协会或专业评估机构,对商标注册与使用的合规性进行定期评估和审查。同时,对明显违反法律法规的行为及时予以处罚,并通过发布典型案例等方式,以案释法、以案普法,清晰划定“可为”与“不可为”的边界。企业应当摒弃“钻空子”的投机思维,将发力点转向提升产品品质。

商标乱象的背后,实则是对商业伦理的考验。要提醒经营者的是,只有切实提升产品质量,踏踏实实诚信经营,才能获得消费者的信任。

掩埋烈士的“小土丘”旁立起纪念碑

(上接第一版)

为有效保护烈士安息之所,深圳市检察院迅速立案,并联合石家庄军事检察院多次展开现场勘查。今年3月,深圳市检察院、石家庄军事检察院联合向深圳市退役军人事务局制发检察建议,督促其全面履行英烈纪念设施保护管理职责,整修烈士纪念设施,加强史料收集,强化日常管护。

但是,深圳市退役军人事务局在落实检察建议过程中遇到了“阻碍”。《烈士安葬办法》规定,零散烈士墓应由当地退役军人工作主管部门根据实际情况并征得烈士遗属同意,就近迁入烈士陵园或者烈士集中安葬墓区。按照这一规定,长眠在北杜庄村的85名烈士遗骸应迁入深圳市烈士陵园安葬。但在征询村民意见时,不少老百姓红了眼圈:“80多年了,每逢腊月廿二和清明节我们都要祭奠烈士,他们跟我们的亲人没有区别。如果把烈士墓迁走,我们的念想就没了。”

考虑到80多年来北杜庄村老百姓自发为烈士守墓,缔结了深厚情感,深圳市检察院、石家庄军事检察院联合深圳市退役军人事务局多次邀请专家现场论证“就地保护”的可行性,同时前往河北肃宁等地考察英烈纪念设施保护样板,最终决定划拨资金在原墓区重修烈士墓、竖立纪念碑、扩建纪念广场,建成集瞻仰、教育、传承功能于一体的规范化烈士纪念设施。为巩固长效保护机制,深圳市退役军人事务局与北杜庄村委会签订《烈士纪念设施管护责任协议》,明确村集体作为日常管护主体,安排专人负责环境清洁、设施巡查、祭扫秩序维护等工作。此外,深圳市退役军人事务局还调取了有关军事档案馆馆藏档案,确定了85名烈士的身份信息并完成备案,同步启动“为烈士寻亲”专项行动,目前已帮助3名烈士完成寻亲。

今年6月,军地检察机关邀请全国人大代表、河北省人大代表、河北省政协委员及“益心为公”志愿者等,对行政机关落实检察建议整改成效进行实地评估。晨光中,烈士纪念碑上“抗日英烈永垂不朽”几个描金大字熠熠生辉,修葺一新的烈士墓园四周也种上了松树和柏树。

“检察机关通过公益诉讼推动英烈设施保护,不仅改善了墓园环境,更提升了英烈设施的整体形象,让英烈精神得以彰显。”瞻仰过烈士纪念设施后,全国人大代表、河北省饶阳县端午村党支部书记郑志辉说。

“英雄长眠于英雄的土地,由英雄的人民守护。每一处烈士纪念设施都铭刻着先烈的热血与荣光。军地检察机关凝聚公益保护合力,以法治力量让英烈精神永存,这是对英烈最深切的告慰,也是对红色基因最有力的传承。”全国人大代表、武警山西总队某支队队长李俊杰说。

努力让人民群众 在每一个司法案件中感受到公平正义