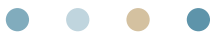




2023 年 4 月刊（总第 11 期）

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：李聪）

目 录

第一章 行业法规与监管动态	1
一、 《互联网广告管理办法》	1
二、 《工业和信息化部关于进一步提升移动互联网应用服务能力 的通知》	8
三、 《网信部门行政执法程序规定》	13
四、 新业态治理未成年人保护检察公益诉讼典型案例	25
第二章 行业资讯	35
一、 中央广播电视总台国家电子竞技发展研究院揭牌成立	35
二、 出海态势“凶猛”，2022 年广东游戏产业营收规模预计超两千 亿元.....	36
三、 中国游戏产业研究院——《2022 年度网络游戏行业侵权诉讼 白皮书》	39
四、 中国游戏直播行业竞争格局及市场份额	45
五、 正视电子竞技产业的价值	50
第三章 经典案例分享	
广州网易计算机系统有限公司诉深圳市迷你玩科技有限公司 不正当竞争纠纷案	52
第四章 电竞网游委简介及动态	54
一、 电竞网游委简介	54
●二● 电竞网游委组成成员	54

第一章 行业法规与监管动态

一、《互联网广告管理办法》

为切实维护广告市场秩序，保护消费者合法权益，推动互联网广告业持续健康发展，近日，市场监管总局修订发布了《互联网广告管理办法》（以下简称《办法》），《办法》将于 2023 年 5 月 1 日起施行。

《互联网广告管理办法》

（2023 年 2 月 25 日国家市场监督管理总局令第 72 号公布 自 2023 年 5 月 1 日起施行）

第一条 为了规范互联网广告活动，保护消费者的合法权益，促进互联网广告业健康发展，维护公平竞争的市场经济秩序，根据《中华人民共和国广告法》（以下简称广告法）《中华人民共和国电子商务法》（以下简称电子商务法）等法律、行政法规，制定本办法。

第二条 在中华人民共和国境内，利用网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介，以文字、图片、音频、视频或者其他形式，直接或者间接地推销商品或者服务的商业广告活动，适用广告法和本办法的规定。

法律、行政法规、部门规章、强制性国家标准以及国家其他有关规定要求应当展示、标示、告知的信息，依照其规定。

第三条 互联网广告应当真实、合法，坚持正确导向，以健康的表现形式表达广告内容，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。

利用互联网从事广告活动，应当遵守法律、法规，诚实信用，公平竞争。

国家鼓励、支持开展互联网公益广告宣传活动，传播社会主义核心价值观和中华优秀传统文化，倡导文明风尚。

第四条 利用互联网为广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的自然人、法人或者其他组织，适用广告法和本办法关于广告发布者的规定。

利用互联网提供信息服务的自然人、法人或者其他组织，适用广告法和本办法关于互联网信息服务提供者的规定；从事互联网广告设计、制作、代理、发布等活动的，应当适用广告法和本办法关于广告经营者、广告发布者等主体的规定。

第五条 广告行业组织依照法律、法规、部门规章和章程的规定, 制定行业规范、自律公约和团体标准, 加强行业自律, 引导会员主动践行社会主义核心价值观、依法从事互联网广告活动, 推动诚信建设, 促进行业健康发展。

第六条 法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务, 以及禁止发布广告的商品或者服务, 任何单位或者个人不得利用互联网设计、制作、代理、发布广告。

禁止利用互联网发布烟草(含电子烟)广告。

禁止利用互联网发布处方药广告, 法律、行政法规另有规定的, 依照其规定。

第七条 发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品、特殊医学用途配方食品广告等法律、行政法规规定应当进行审查的广告, 应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查; 未经审查, 不得发布。

对须经审查的互联网广告, 应当严格按照审查通过的内容发布, 不得剪辑、拼接、修改。已经审查通过的广告内容需要改动的, 应当重新申请广告审查。

第八条 禁止以介绍健康、养生知识等形式, 变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告。

介绍健康、养生知识的, 不得在同一页面或者同时出现相关医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品的商品经营者或者服务提供者地址、联系方式、购物链接等内容。

第九条 互联网广告应当具有可识别性, 能够使消费者辨明其为广告。

对于竞价排名的商品或者服务, 广告发布者应当显著标明“广告”, 与自然搜索结果明显区分。

除法律、行政法规禁止发布或者变相发布广告的情形外, 通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务, 并附加购物链接等购买方式的, 广告发布者应当显著标明“广告”。

第十条 以弹出等形式发布互联网广告, 广告主、广告发布者应当显著标明关闭标志, 确保一键关闭, 不得有下列情形:

- (一) 没有关闭标志或者计时结束才能关闭广告;
- (二) 关闭标志虚假、不可清晰辨识或者难以定位等, 为关闭广告设置障碍;
- (三) 关闭广告须经两次以上点击;

(四) 在浏览同一页面、同一文档过程中, 关闭后继续弹出广告, 影响用户正常使用网络;

(五) 其他影响一键关闭的行为。

启动互联网应用程序时展示、发布的开屏广告适用前款规定。

第十一条 不得以下列方式欺骗、误导用户点击、浏览广告:

(一) 虚假的系统或者软件更新、报错、清理、通知等提示;

(二) 虚假的播放、开始、暂停、停止、返回等标志;

(三) 虚假的奖励承诺;

(四) 其他欺骗、误导用户点击、浏览广告的方式。

第十二条 在针对未成年人的网站、网页、互联网应用程序、公众号等互联网媒介上不得发布医疗、药品、保健食品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告, 以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告。

第十三条 广告主应当对互联网广告内容的真实性负责。

广告主发布互联网广告的, 主体资格、行政许可、引证内容等应当符合法律法规的要求, 相关证明文件应当真实、合法、有效。

广告主可以通过自建网站, 以及自有的客户端、互联网应用程序、公众号、网络店铺页面等互联网媒介自行发布广告, 也可以委托广告经营者、广告发布者发布广告。

广告主自行发布互联网广告的, 广告发布行为应当符合法律法规的要求, 建立广告档案并及时更新。相关档案保存时间自广告发布行为终了之日起不少于三年。

广告主委托发布互联网广告, 修改广告内容时应当以书面形式或者其他可以被确认的方式, 及时通知为其提供服务的广告经营者、广告发布者。

第十四条 广告经营者、广告发布者应当按照下列规定, 建立、健全和实施互联网广告业务的承接登记、审核、档案管理制度:

(一) 查验并登记广告主的真实身份、地址和有效联系方式等信息, 建立广告档案并定期查验更新, 记录、保存广告活动的有关电子数据; 相关档案保存时间自广告发布行为终了之日起不少于三年;

(二) 查验有关证明文件, 核对广告内容, 对内容不符或者证明文件不全的

广告, 广告经营者不得提供设计、制作、代理服务, 广告发布者不得发布;

(三) 配备熟悉广告法律法规的广告审核人员或者设立广告审核机构。

本办法所称身份信息包括名称(姓名)、统一社会信用代码(身份证件号码)等。

广告经营者、广告发布者应当依法配合市场监督管理部门开展的互联网广告行业调查, 及时提供真实、准确、完整的资料。

第十五条 利用算法推荐等方式发布互联网广告的, 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。

第十六条 互联网平台经营者在提供互联网信息服务过程中应当采取措施防范、制止违法广告, 并遵守下列规定:

(一) 记录、保存利用其信息服务发布广告的用户真实身份信息, 信息记录保存时间自信息服务提供行为终止之日起不少于三年;

(二) 对利用其信息服务发布的广告内容进行监测、排查, 发现违法广告的, 应当采取通知改正、删除、屏蔽、断开发布链接等必要措施予以制止, 并保留相关记录;

(三) 建立有效的投诉、举报受理和处置机制, 设置便捷的投诉举报入口或者公布投诉举报方式, 及时受理和处理投诉举报;

(四) 不得以技术手段或者其他手段阻挠、妨碍市场监督管理部门开展广告监测;

(五) 配合市场监督管理部门调查互联网广告违法行为, 并根据市场监督管理部门的要求, 及时采取技术手段保存涉嫌违法广告的证据材料, 如实提供相关广告发布者的真实身份信息、广告修改记录以及相关商品或者服务的交易信息等;

(六) 依据服务协议和平台规则对利用其信息服务发布违法广告的用户采取警示、暂停或者终止服务等措施。

第十七条 利用互联网发布、发送广告, 不得影响用户正常使用网络, 不得在搜索政务服务网站、网页、互联网应用程序、公众号等的结果中插入竞价排名广告。

未经用户同意、请求或者用户明确表示拒绝的, 不得向其交通工具、导航设备、智能家电等发送互联网广告, 不得在用户发送的电子邮件或者互联网即时通

讯信息中附加广告或者广告链接。

第十八条 发布含有链接的互联网广告, 广告主、广告经营者和广告发布者应当核对下一级链接中与前端广告相关的广告内容。

第十九条 商品销售者或者服务提供者通过互联网直播方式推销商品或者服务, 构成商业广告的, 应当依法承担广告主的责任和义务。

直播间运营者接受委托提供广告设计、制作、代理、发布服务的, 应当依法承担广告经营者、广告发布者的责任和义务。

直播营销人员接受委托提供广告设计、制作、代理、发布服务的, 应当依法承担广告经营者、广告发布者的责任和义务。

直播营销人员以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明, 构成广告代言的, 应当依法承担广告代言人的责任和义务。

第二十条 对违法互联网广告实施行政处罚, 由广告发布者所在地市场监督管理部门管辖。广告发布者所在地市场监督管理部门管辖异地广告主、广告经营者、广告代言人以及互联网信息服务提供者有困难的, 可以将违法情况移送其所在地市场监督管理部门处理。广告代言人为自然人的, 为广告代言人提供经纪服务的机构所在地、广告代言人户籍地或者经常居住地为其所在地。

广告主所在地、广告经营者所在地市场监督管理部门先行发现违法线索或者收到投诉、举报的, 也可以进行管辖。

对广告主自行发布违法广告的行为实施行政处罚, 由广告主所在地市场监督管理部门管辖。

第二十一条 市场监督管理部门在查处违法互联网广告时, 可以依法行使下列职权:

- (一) 对涉嫌从事违法广告活动的场所实施现场检查;
- (二) 询问涉嫌违法当事人或者其法定代表人、主要负责人和其他有关人员, 对有关单位或者个人进行调查;
- (三) 要求涉嫌违法当事人限期提供有关证明文件;
- (四) 查阅、复制与涉嫌违法广告有关的合同、票据、账簿、广告作品和互联网广告相关数据, 包括采用截屏、录屏、网页留存、拍照、录音、录像等方式保存互联网广告内容;

(五) 查封、扣押与涉嫌违法广告直接相关的广告物品、经营工具、设备等财物;

(六) 责令暂停发布可能造成严重后果的涉嫌违法广告;

(七) 法律、行政法规规定的其他职权。

市场监督管理部门依法行使前款规定的职权时, 当事人应当协助、配合, 不得拒绝、阻挠或者隐瞒真实情况。

第二十二条 市场监督管理部门对互联网广告的技术监测记录资料, 可以作为对违法广告实施行政处罚或者采取行政措施的证据。

第二十三条 违反本办法第六条、第十二条规定的, 依照广告法第五十七条规定予以处罚。

第二十四条 违反本办法第七条规定, 未经审查或者未按广告审查通过的内容发布互联网广告的, 依照广告法第五十八条规定予以处罚。

第二十五条 违反本办法第八条、第九条规定, 变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告, 或者互联网广告不具有可识别性的, 依照广告法第五十九条第三款规定予以处罚。

第二十六条 违反本办法第十条规定, 以弹出等形式发布互联网广告, 未显著标明关闭标志, 确保一键关闭的, 依照广告法第六十二条第二款规定予以处罚。

广告发布者实施前款规定行为的, 由县级以上市场监督管理部门责令改正, 拒不改正的, 处五千元以上三万元以下的罚款。

第二十七条 违反本办法第十一条规定, 欺骗、误导用户点击、浏览广告的, 法律、行政法规有规定的, 依照其规定; 法律、行政法规没有规定的, 由县级以上市场监督管理部门责令改正, 对广告主、广告经营者、广告发布者处五千元以上三万元以下的罚款。

第二十八条 违反本办法第十四条第一款、第十五条、第十八条规定, 广告经营者、广告发布者未按规定建立、健全广告业务管理制度的, 或者未对广告内容进行核对的, 依据广告法第六十条第一款规定予以处罚。

违反本办法第十三条第四款、第十五条、第十八条规定, 广告主未按规定建立广告档案, 或者未对广告内容进行核对的, 由县级以上市场监督管理部门责令改正, 可以处五万元以下的罚款。

广告主、广告经营者、广告发布者能够证明其已履行相关责任、采取措施防止链接的广告内容被篡改, 并提供违法广告活动主体的真实名称、地址和有效联系方式的, 可以依法从轻、减轻或者不予行政处罚。

违反本办法第十四条第三款, 广告经营者、广告发布者拒不配合市场监督管理部门开展的互联网广告行业调查, 或者提供虚假资料的, 由县级以上市场监督管理部门责令改正, 可以处一万元以上三万元以下的罚款。

第二十九条 互联网平台经营者违反本办法第十六条第一项、第三项至第五项规定, 法律、行政法规有规定的, 依照其规定; 法律、行政法规没有规定的, 由县级以上市场监督管理部门责令改正, 处一万元以上五万元以下的罚款。

互联网平台经营者违反本办法第十六条第二项规定, 明知或者应知互联网广告活动违法不予制止的, 依照广告法第六十三条规定予以处罚。

第三十条 违反本办法第十七条第一款规定, 法律、行政法规有规定的, 依照其规定; 法律、行政法规没有规定的, 由县级以上市场监督管理部门责令改正, 对广告主、广告经营者、广告发布者处五千元以上三万元以下的罚款。

违反本办法第十七条第二款规定, 未经用户同意、请求或者用户明确表示拒绝, 向其交通工具、导航设备、智能家电等发送互联网广告的, 依照广告法第六十二条第一款规定予以处罚; 在用户发送的电子邮件或者互联网即时通讯信息中附加广告或者广告链接的, 由县级以上市场监督管理部门责令改正, 处五千元以上三万元以下的罚款。

第三十一条 市场监督管理部门依照广告法和本办法规定所作出的行政处罚决定, 应当依法通过国家企业信用信息公示系统向社会公示; 性质恶劣、情节严重、社会危害较大的, 按照《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》的有关规定列入严重违法失信名单。

第三十二条 本办法自 2023 年 5 月 1 日起施行。2016 年 7 月 4 日原国家工商行政管理总局令第 87 号公布的《互联网广告管理暂行办法》同时废止。

二、《工业和信息化部关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知》

《工业和信息化部关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知》

工信部信管函〔2023〕26 号

各省、自治区、直辖市通信管理局，中国信息通信研究院、中国互联网协会，各相关企业：

近年来，工业和信息化部大力推动提升移动互联网应用服务质量，切实维护用户合法权益，取得积极社会成效，但部分企业服务行为不规范、相关环节责任落实不到位等问题仍时有发生。为优化服务供给，改善用户体验，维护良好的信息消费环境，促进行业高质量发展，依据《个人信息保护法》《电信条例》《规范互联网信息服务市场秩序若干规定》《电信和互联网用户个人信息保护规定》等相关法律法规规章，现就有关事项通知如下：

一、提升全流程服务感知，保护用户合法权益

（一）规范安装卸载行为

1. 确保知情同意安装。向用户推荐下载 APP 应遵循公开、透明原则，真实、准确、完整地明示开发运营者、产品功能、隐私政策、权限列表等必要信息，并同步提供明显的取消选项，经用户确认同意后方可下载安装，切实保障用户知情权、选择权。不得通过“偷梁换柱”“强制捆绑”“静默下载”等方式欺骗误导用户下载安装。

2. 规范网页推荐下载行为。在用户浏览页面内容时，未经用户同意或主动选择，不得自动或强制下载 APP，或以折叠显示、主动弹窗、频繁提示等方式强迫用户下载、打开 APP，影响用户正常浏览信息。无正当理由，不得将下载 APP 与阅读网页内容相绑定。

3. 实现便捷卸载。除基本功能软件外，APP 应当可便捷卸载，不得以空白名称、透明图标、后台隐藏等方式恶意阻挠用户卸载。

（二）优化服务体验

4. 窗口关闭用户可选。开屏和弹窗信息窗口提供清晰有效的关闭按钮，保证用户可以便捷关闭；不得频繁弹窗干扰用户正常使用，或利用“全屏热力图”、高灵敏度“摇一摇”等易造成误触发的方式诱导用户操作。

5. 服务事项提前告知。清晰明示产品功能权益及资费等内容, 存在开通会员、收费等附加条件的, 应当显著提示。未经明示, 不得在提供产品服务过程中擅自添加限制性条件, 并以此为由终止用户正常使用的产品功能和服务, 或降低服务体验。

6. 启动运行场景合理。在非服务所必需或无合理场景下, 不得自启动和关联启动其它 APP, 或进行唤醒、调用、更新等行为。

7. 服务续期及时提醒。采取自动续订、自动续费方式提供服务的, 应当征得用户同意, 不得默认勾选、强制捆绑开通。在自动续订、自动续费前 5 日以短信、消息推送等显著方式提醒用户, 服务期间提供便捷的随时退订方式和自动续订、自动续费取消途径。

(三) 加强个人信息保护

8. 坚持合法正当必要原则。从事个人信息处理活动, 应具有明确合理的目的, 不得仅以服务体验、产品研发、算法推荐、风险控制等为由, 强制要求用户同意超范围或者与服务场景无关的个人信息处理行为。用户拒绝提供非当前服务所必需的个人信息时, 不得影响用户使用该服务的基本功能。

9. 明示个人信息处理规则。通过简洁、清晰、易懂的方式告知用户个人信息处理规则, 如发生变动, 应及时告知用户最新情况。突出显示敏感个人信息的处理目的、方式和范围, 建立已收集个人信息清单, 不得采用默认勾选、缩小文字、冗长文本等方式诱导用户同意个人信息处理规则。

10. 合理申请使用权限。在对应业务功能启动时, 动态申请所需权限, 不得要求用户一揽子同意多个非本业务功能的必要权限。在调用终端相册、通讯录、位置等权限时, 同步告知用户申请该权限的目的。未经用户同意, 不得更改用户未授权权限状态。

(四) 响应用户诉求

11. 设立客服热线。鼓励互联网企业建立客服热线, 主要互联网企业在网站、APP 显著位置公示客服热线电话号码, 简化人工服务转接程序。鼓励提高客服热线响应能力, 月均响应时限最长为 30 秒, 人工服务应答率超过 85%。

12. 妥善处理用户投诉。公布有效联系方式, 接受用户投诉。按照规范要求答复互联网信息服务投诉平台上的投诉, 确保 15 日内处理完成, 提高投诉处理

满意率。鼓励在 APP 中设置用户满意度测评链接, 引导用户参与测评。

二、提升全链条管理能力, 营造健康服务生态

(一) 落实 APP 开发运营者主体责任

1. 完善内部管理机制。明确用户服务和权益保护的牵头管理部门和负责人, 建立全生命周期个人信息保护机制, 健全考核问责制度, 将相关法规政策要求落实到产品研发、推广和运营各环节, 不断提高合规水平。定期对个人信息保护措施及执行情况进行合规审计, 有效防范风险隐患。

2. 增强技术保障能力。采取访问控制、技术加密、去标识化等安全技术措施, 加强前端和后端安全防护。主动监测发现个人信息泄露、窃取、篡改、毁损、丢失、非法使用等风险威胁, 及时响应处置要求。

3. 加强软件开发工具 (SDK) 使用管理。使用 SDK 前对其进行个人信息保护能力评估, 通过合同等形式明确约定各方权利和义务, 确保个人信息处理依法合规。集中展示并及时更新嵌入的 SDK 名称、功能及其处理个人信息的规则。共同处理用户个人信息, 侵害用户权益造成损害的, 依法承担相应责任。

(二) 强化平台分发管理

4. 严格 APP 上架审核。准确登记并核验 APP 开发运营者的真实身份和联系方式、APP 的主要功能及用途等基本信息, 并对拟上架 APP 进行技术检测。相关审核应明确负责人, 并留存审核日志记录, 不符合要求的不予上架。全量公示在架 APP, 并在显著位置标明 APP 名称及功能、开发运营者、版本号、所需获取的用户终端权限列表及用途、个人信息处理规则等信息。尚未建立分发明示界面的, 应将 APP 下载链接到应用商店, 引导用户从正规渠道下载所分发的 APP。

5. 强化在架 APP 巡查。加强对 APP 的动态巡查, 确保公示信息真实准确。对与公示信息不一致, 或采用“热更新、热切换”等方式擅自更改 APP 主要功能、申请的权限、个人信息收集使用的场景和范围等违规 APP, 应当停止提供服务。

6. 完善分发管理机制。建立 APP 开发运营者信用评价、风险提示等机制, 鼓励对分发 APP 进行电子签名认证, 实现上架应用、分发行为全流程可溯源。加强与面向移动互联网应用程序的检测及认证公共服务平台联动, 做好信息上报、监测溯源、信息共享、响应处置工作。

(三) 规范 SDK 应用服务

7. 建立信息公示机制。公开明示 SDK 名称、开发者、版本号、主要功能、使用说明等基本信息, 以及个人信息处理规则。SDK 独立采集、传输、存储个人信息的, 应当单独作出说明。鼓励发挥 SDK 管理服务平台作用, 引导 APP 开发运营者使用合规的 SDK。

8. 优化功能配置。遵循最小必要原则, 根据不同应用场景或用途, 明确 SDK 功能和对应的个人信息收集范围, 并向 APP 开发运营者提供功能模块及个人信息收集的配置选项, 不得一揽子过度收集个人信息。

9. 加强服务协同。在产品使用全生命周期过程中, 通过明确易懂的方式主动向 APP 开发运营者提供合规使用指南, 引导 APP 开发运营者正确合理使用, 共同提高合规水平。当个人信息处理规则变更或发现风险时, 及时更新并告知 APP 开发运营者。

(四) 筑牢终端安全防线

10. 强化 APP 运行管理。为用户提供 APP 自启动和关联启动的关闭功能, 以及便捷的相关设备识别码重置选项, 加强对 APP 静默下载、热更新的监测, 防范未经用户同意私自启动、下载、安装等行为。

11. 加强 APP 行为记录提醒。增强对权限调用行为的记录能力, 为用户查询权限调用情况提供便利。建立通讯录、麦克风、相机、位置、剪切板等权限在用状态的明显提示机制, 保障用户及时准确了解个人信息收集状态。

12. 提高 APP 风险预警能力。推动开展 APP 电子签名认证, 并向用户进行预警提示, 提高对仿冒、不良、违规等风险 APP 的识别能力。

(五) 夯实接入企业责任

13. 准确登记信息。在为 APP、SDK 提供网络接入服务时, 登记并核验 APP、SDK 开发运营者的真实身份、联系方式等信息, 提高溯源能力。

14. 确保有效处置。按照电信监管部门要求, 依法对违规 APP、SDK 采取停止接入等必要措施, 有效阻止其侵害用户权益的违规行为。

三、工作要求

(一) 抓好组织落实。各单位要坚持以人民为中心的发展思想, 提高政治站位, 强化责任担当, 细化分解任务, 认真抓好本通知的贯彻实施, 确保取得实效。相关企业要落实主体责任, 对照本通知要求开展自查自纠, 切实维护用户合法权益。

同时，健全长效机制，创新模式方法，不断提升移动互联网应用服务水平，不断增强用户的获得感、幸福感、安全感。

(二)加强指导监督。工业和信息化部健全完善测评、通报、排名、公示机制，推动工作扎实有序开展，及时总结、推广优秀案例和经验做法。各地通信管理局要加强监督检查，指导督促属地企业落实本通知各项要求。对落实不到位或出现违规行为的，依法采取责令限期整改、向社会公告、组织下架等措施，严肃问责查处。

(三)强化技术运用。中国信息通信研究院要组织产业力量，综合运用人工智能、大数据等新技术新手段，升级打造面向移动互联网应用程序的全国检测及认证公共服务平台，持续完善平台功能，做好技术检测、监测服务和监管支撑工作。积极推广应用电子签名认证等可溯源技术手段，促进提高服务管理能力。

(四)推动行业自律。鼓励行业协会及相关机构制定行业自律公约、技术标准、服务规范，加强评估认证和人才培养。进一步畅通渠道倾听群众意见，促进各方交流互动，引导企业依法合规经营，不断优化改进服务，营造争先创优、互促共进的良好环境，以高质量服务促进高质量发展。

工业和信息化部

2023 年 2 月 6 日

三、《网信部门行政执法程序规定》

3 月 23 日，国家互联网信息办公室公布《网信部门行政执法程序规定》（以下简称《规定》），自 2023 年 6 月 1 日起施行。国家互联网信息办公室有关负责人表示，出台《规定》，是为了进一步规范和保障网信部门依法履行职责，保护公民、法人和其他组织的合法权益，维护国家安全和公共利益。

国家互联网信息办公室令

第 14 号

《网信部门行政执法程序规定》已经 2023 年 2 月 3 日国家互联网信息办公室 2023 年第 2 次室务会议审议通过，现予公布，自 2023 年 6 月 1 日起施行。

国家互联网信息办公室主任 庄荣文

2023 年 3 月 18 日

《网信部门行政执法程序规定》

第一章 总则

第一条 为了规范和保障网信部门依法履行职责，保护公民、法人和其他组织的合法权益，维护国家安全和公共利益，根据《中华人民共和国行政处罚法》、《中华人民共和国行政强制法》、《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国数据安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》等法律、行政法规，制定本规定。

第二条 网信部门实施行政处罚等行政执法，适用本规定。

本规定所称网信部门，是指国家互联网信息办公室和地方互联网信息办公室。

第三条 网信部门实施行政执法，应当坚持处罚与教育相结合，做到事实清楚、证据确凿、依据准确、程序合法。

第四条 国家网信部门依法建立本系统的行政执法监督制度。

上级网信部门对下级网信部门实施的行政执法进行监督。

第五条 网信部门应当加强执法队伍和执法能力建设，建立健全执法人员培训、考试考核、资格管理和持证上岗制度。

第六条 网信部门及其执法人员对在执法过程中知悉的国家秘密、商业秘密

或者个人隐私, 应当依法予以保密。

第七条 执法人员与案件有直接利害关系或者有其他关系可能影响公正执法的, 应当回避。

当事人认为执法人员与案件有直接利害关系或者有其他关系可能影响公正执法的, 有权申请回避。

当事人提出回避申请的, 网信部门应当依法审查, 由网信部门负责人决定。决定作出之前, 不停止调查。

第二章 管辖和适用

第八条 行政处罚由违法行为发生地的网信部门管辖。法律、行政法规、部门规章另有规定的, 从其规定。

违法行为发生地包括违法行为人相关服务许可地或者备案地, 主营业地、登记地, 网站建立者、管理者、使用者所在地, 网络接入地, 服务器所在地, 计算机等终端设备所在地等。

第九条 县级以上网信部门依职权管辖本行政区域内的行政处罚案件。法律、行政法规另有规定的, 从其规定。

第十条 对当事人的同一个违法行为, 两个以上网信部门都有管辖权的, 由最先立案的网信部门管辖。

两个以上网信部门对管辖权有争议的, 应当协商解决, 协商不成的, 报请共同的上一级网信部门指定管辖; 也可以直接由共同的上一级网信部门指定管辖。

第十一条 上级网信部门认为必要的, 可以直接办理下级网信部门管辖的案件, 也可以将本部门管辖的案件交由下级网信部门办理。法律、行政法规、部门规章明确规定案件应当由上级网信部门管辖的, 上级网信部门不得将案件交由下级网信部门管辖。

下级网信部门对其管辖的案件由于特殊原因不能行使管辖权的, 可以报请上级网信部门管辖或者指定管辖。

设区的市级以下网信部门发现其所管辖的行政处罚案件涉及国家安全等情形的, 应当及时报告上一级网信部门, 必要时报请上一级网信部门管辖。

第十二条 网信部门发现受理的案件不属于其管辖的, 应当及时移送有管辖

权的网信部门。

受移送的网信部门应当将案件查处结果及时函告移送案件的网信部门; 认为移送不当的, 应当报请共同的上一级网信部门指定管辖, 不得再次自行移送。

第十三条 上级网信部门接到管辖争议或者报请指定管辖的请示后, 应当在十个工作日内作出指定管辖的决定, 并书面通知下级网信部门。

第十四条 网信部门发现案件属于其他行政机关管辖的, 应当依法移送有关行政机关。

网信部门发现违法行为涉嫌犯罪的, 应当及时将案件移送司法机关。司法机关决定立案的, 网信部门应当及时办结移交手续。

网信部门应当与司法机关加强协调配合, 建立健全案件移送制度, 加强证据材料移交、接收衔接, 完善案件处理信息通报机制。

第十五条 网信部门对依法应当由原许可、批准的部门作出降低资质等级、吊销许可证件等行政处罚决定的, 应当将取得的证据及相关材料送原许可、批准的部门, 由其依法作出是否降低资质等级、吊销许可证件等决定。

第十六条 对当事人的同一个违法行为, 不得给予两次以上罚款的行政处罚。同一个违法行为违反多个法律规范应当给予罚款处罚的, 按照罚款数额高的规定处罚。

第三章 行政处罚程序

第一节 立案

第十七条 网信部门对下列事项应当及时调查处理, 并填写案件来源登记表:

- (一) 在监督检查中发现案件线索的;
- (二) 自然人、法人或者其他组织投诉、申诉、举报的;
- (三) 上级网信部门交办或者下级网信部门报请查处的;
- (四) 有关机关移送的;
- (五) 经由其他方式、途径发现的。

第十八条 行政处罚立案应当符合下列条件:

- (一) 有涉嫌违反法律、行政法规和部门规章的行为, 依法应当予以行政处罚;

(二) 属于本部门管辖;

(三) 在应当给予行政处罚的法定期限内。

符合立案条件的, 应当填写立案审批表, 连同相关材料, 在七个工作日内报网信部门负责人批准立案, 并指定两名以上执法人员为案件承办人。情况特殊的, 可以延长至十五个工作日内立案。

对于不予立案的投诉、申诉、举报, 应当将不予立案的相关情况作书面记录留存。

对于其他机关移送的案件, 决定不予立案的, 应当书面告知移送机关。

不予立案或者撤销立案的, 承办人应当制作不予立案审批表或者撤销立案审批表, 报网信部门负责人批准。

第二节 调查取证

第十九条 网信部门进行案件调查取证, 应当由具有行政执法资格的执法人员实施。执法人员不得少于两人, 并应当主动向当事人或者有关人员出示执法证件。必要时, 可以聘请专业人员进行协助。

首次向案件当事人收集、调取证据的, 应当告知其有申请执法人员回避的权利。

向有关单位、个人收集、调取证据时, 应当告知其有如实提供证据的义务。被调查对象和有关人员应当如实回答询问, 协助和配合调查, 及时提供依法应予保存的网络运营者发布的信息、用户发布的信息、日志信息等相关材料, 不得阻挠、干扰案件的调查。

第二十条 网信部门在执法过程中确需有关机关或者其他行政区域网信部门协助调查取证的, 应当出具协助调查函, 协助调查函应当载明需要协助的具体事项、期限等内容。

收到协助调查函的网信部门对属于本部门职权范围的协助事项应当予以协助, 在接到协助调查函之日起十五个工作日内完成相关工作; 需要延期完成或者无法协助的, 应当及时函告提出协助请求的网信部门。

第二十一条 执法人员应当依法收集与案件有关的证据, 包括书证、物证、视听资料、电子数据、证人证言、当事人的陈述、鉴定意见、勘验笔录、现场笔

录等。

电子数据是指案件发生过程中形成的, 存在于计算机设备、移动通信设备、互联网服务器、移动存储设备、云存储系统等电子设备或者存储介质中, 以数字化形式存储、处理、传输的, 能够证明案件事实的数据。视听资料包括录音资料和影像资料。存储在电子介质中的录音资料和影像资料, 适用电子数据的规定。

证据应当经查证属实, 方可作为认定案件事实的根据。

以非法手段取得的证据, 不得作为认定案件事实的根据。

第二十二条 立案前调查和监督检查过程中依法取得的证据材料, 可以作为案件的证据使用。

对于移送的案件, 移送机关依职权调查收集的证据材料, 可以作为案件的证据使用。

第二十三条 网信部门在立案前, 可以采取询问、勘验、检查、检测、检验、鉴定、调取相关材料等措施, 不得限制调查对象的人身、财产权利。

网信部门立案后, 可以对涉案物品、设施、场所采取先行登记保存等措施。

第二十四条 网信部门在执法过程中询问当事人或者其他有关人员, 应当制作询问笔录, 载明时间、地点、事实、经过等内容。询问笔录应当交询问对象或者其他有关人员核对确认, 并由执法人员和询问对象或者其他有关人员签名。询问对象和其他有关人员拒绝签名或者无法签名的, 应当注明原因。

第二十五条 网信部门对于涉及违法行为的场所、物品、网络应当进行勘验、检查, 及时收集、固定书证、物证、视听资料和电子数据。

第二十六条 网信部门可以委托司法鉴定机构就案件中的专门性问题出具鉴定意见; 不属于司法鉴定范围的, 可以委托有能力或者有条件的机构出具检测报告或者检验报告。

第二十七条 网信部门可以向有关单位、个人调取能够证明案件事实的证据材料, 并可以根据需要拍照、录像、复印和复制。

调取的书证、物证应当是原件、原物。调取原件、原物确有困难的, 可以由提交证据的有关单位、个人在复制品上签字或者盖章, 注明“此件由×××提供, 经核对与原件(物)无异”的字样或者文字说明, 注明出证日期、证据出处, 并签名或者盖章。

调取的视听资料、电子数据应当是原始载体或者备份介质。调取原始载体或者备份介质确有困难的，可以收集复制件，并注明制作方法、制作时间、制作人等情况。调取声音资料的，应当附有该声音内容的文字记录。

第二十八条 在证据可能灭失或者以后难以取得的情况下，经网信部门负责人批准，执法人员可以依法对涉案计算机、服务器、硬盘、移动存储设备、存储卡等涉嫌实施违法行为的物品先行登记保存，制作登记保存物品清单，向当事人出具登记保存物品通知书。先行登记保存期间，当事人和其他有关人员不得损毁、销毁或者转移证据。

网信部门实施先行登记保存的，应当通知当事人或者持有人到场，并在现场笔录中对采取的相关措施情况予以记载。

第二十九条 网信部门对先行登记保存的证据，应当在七个工作日内作出以下处理决定：

（一）需要采取证据保全措施的，采取记录、复制、拍照、录像等证据保全措施后予以返还；

（二）需要检验、检测、鉴定的，送交具有相应资质的机构检验、检测、鉴定；

（三）违法事实不成立，或者先行登记保存的证据与违法事实不具有关联性的，解除先行登记保存。

逾期未作出处理决定的，应当解除先行登记保存。

违法事实成立，依法应当予以没收的，依照法定程序实施行政处罚。

第三十条 网信部门收集、保全电子数据，可以采取现场取证、远程取证和责令有关单位、个人固定和提交等措施。

现场取证、远程取证结束后，应当制作电子取证工作记录。

第三十一条 执法人员在调查取证过程中，应当要求当事人在笔录和其他相关材料上签字、捺指印、盖章或者以其他方式确认。

当事人拒绝到场，拒绝签字、捺指印、盖章或者以其他方式确认，或者无法找到当事人的，应当由两名执法人员在笔录或者其他材料上注明原因，并邀请其他有关人员作为见证人签字或者盖章，也可以采取录音、录像等方式记录。

第三十二条 对有证据证明是用于违法个人信息处理活动的设备、物品，可

以采取查封或者扣押措施。

采取或者解除查封、扣押措施,应当向网信部门主要负责人书面报告并经批准。情况紧急,需要当场采取查封、扣押措施的,执法人员应当在二十四小时内向网信部门主要负责人报告,并补办批准手续。网信部门主要负责人认为不应当采取查封、扣押措施的,应当立即解除。

第三十三条 案件调查终结后,承办人认为违法事实成立,应当予以行政处罚的,撰写案件处理意见报告,草拟行政处罚建议书。

有下列情形之一的,承办人撰写案件处理意见报告,说明拟作处理的理由,报网信部门负责人批准后根据不同情况分别处理:

- (一) 认为违法事实不能成立,不予行政处罚的;
- (二) 违法行为情节轻微并及时改正,没有造成危害后果,不予行政处罚的;
- (三) 初次违法且危害后果轻微并及时改正,可以不予行政处罚的;
- (四) 当事人有证据足以证明没有主观过错,不予行政处罚的,法律、行政法规另有规定的,从其规定;
- (五) 案件不属于本部门管辖,应当移送其他行政机关管辖的;
- (六) 涉嫌犯罪,应当移送司法机关的。

第三十四条 网信部门在进行监督检查或者案件调查时,对已有证据证明违法事实成立的,应当责令当事人立即改正或者限期改正违法行为。

第三十五条 对事实清楚、当事人自愿认错认罚且对违法事实和法律适用没有异议的行政处罚案件,网信部门应当快速办理案件。

第三节 听证

第三十六条 网信部门作出下列行政处罚决定前,应当告知当事人有要求举行听证的权利。当事人要求听证的,应当在被告知后五个工作日内提出,网信部门应当组织听证。当事人逾期未要求听证的,视为放弃听证的权利:

- (一) 较大数额罚款;
- (二) 没收较大数额违法所得、没收较大价值非法财物;
- (三) 降低资质等级、吊销许可证件;
- (四) 责令停产停业、责令关闭、限制从业;

(五) 其他较重的行政处罚;

(六) 法律、行政法规、部门规章规定的其他情形。

第三十七条 网信部门应当在听证的七个工作日内, 将听证通知书送达当事人, 告知当事人及有关人员举行听证的时间、地点。

听证应当制作听证笔录, 交当事人或者其代理人核对无误后签字或者盖章。当事人或者其代理人拒绝签字或者盖章的, 由听证主持人在笔录中注明。

除涉及国家秘密、商业秘密或者个人隐私依法予以保密外, 听证公开举行。

听证结束后, 网信部门应当根据听证笔录, 依照本规定第四十二条的规定, 作出决定。

第四节 行政处罚决定和送达

第三十八条 网信部门对当事人作出行政处罚决定前, 可以根据有关规定对其实施约谈, 谈话结束后制作执法约谈笔录。

第三十九条 网信部门作出行政处罚决定前, 应当填写行政处罚意见告知书, 告知当事人拟作出的行政处罚内容及事实、理由、依据, 并告知当事人依法享有的陈述、申辩等权利。

第四十条 当事人有权进行陈述和申辩。网信部门应当充分听取当事人的意见, 对当事人提出的事实、理由和证据, 应当进行复核; 当事人提出的事实、理由或者证据成立的, 网信部门应当采纳。

网信部门不得因当事人陈述、申辩而给予更重的处罚。

网信部门及其执法人员在作出行政处罚决定前, 未依照本规定向当事人告知拟作出的行政处罚内容及事实、理由、依据, 或者拒绝听取当事人的陈述、申辩, 不得作出行政处罚决定, 但当事人明确放弃陈述或者申辩权利的除外。

第四十一条 有下列情形之一的, 在网信部门负责人作出行政处罚的决定之前, 应当由从事行政处罚决定法制审核的人员进行法制审核; 未经法制审核或者审核未通过的, 不得作出决定:

(一) 涉及重大公共利益的;

(二) 直接关系当事人或者第三人重大权益, 经过听证程序的;

(三) 案件情况疑难复杂、涉及多个法律关系的;

（四）法律、行政法规规定应当进行法制审核的其他情形。

法制审核由网信部门确定的负责法制审核的机构实施。网信部门中初次从事行政处罚决定法制审核的人员，应当通过国家统一法律职业资格考试取得法律职业资格。

第四十二条 拟作出的行政处罚决定应当报网信部门负责人审查。网信部门负责人根据不同情况，分别作出如下决定：

（一）确有应受行政处罚的违法行为的，根据情节轻重及具体情况，作出行政处罚决定；

（二）违法行为轻微，依法可以不予行政处罚的，不予行政处罚；

（三）违法事实不能成立的，不予行政处罚；

（四）违法行为涉嫌犯罪的，移送司法机关。

第四十三条 对情节复杂或者重大违法行为给予行政处罚，网信部门负责人应当集体讨论决定。集体讨论决定的过程应当书面记录。

第四十四条 网信部门作出行政处罚决定，应当制作统一编号的行政处罚决定书。

行政处罚决定书应当载明下列事项：

（一）当事人的姓名或者名称、地址等基本情况；

（二）违反法律、行政法规、部门规章的事实和证据；

（三）行政处罚的种类和依据；

（四）行政处罚的履行方式和期限；

（五）申请行政复议、提起行政诉讼的途径和期限；

（六）作出行政处罚决定的网信部门名称和作出决定的日期。

行政处罚决定中涉及没收有关物品的，还应当附没收物品凭证。

行政处罚决定书必须盖有作出行政处罚决定的网信部门的印章。

第四十五条 网信部门应当自行政处罚案件立案之日起九十日内作出行政处罚决定。

因案情复杂等原因不能在规定期限内作出处理决定的，经本部门负责人批准，可以延长六十日。案情特别复杂或者情况特殊，经延期仍不能作出处理决定的，由上一级网信部门负责人决定是否继续延期，决定继续延期的，应当同时确定延

长的合理期限; 国家网信部门办理的行政处罚案件需要延期的, 由本部门主要负责人批准。

案件处理过程中, 听证、检测、检验、鉴定、行政协助等时间不计入本条第一款、第二款规定的期限。

第四十六条 行政处罚决定书应当在宣告后当场交付当事人; 当事人不在场的, 应当在七个工作日内依照《中华人民共和国民事诉讼法》的有关规定, 将行政处罚决定书送达当事人。

当事人同意并签订确认书的, 网信部门可以采用传真、电子邮件等方式, 将行政处罚决定书等送达当事人。

第四章 执行和结案

第四十七条 行政处罚决定书送达后, 当事人应当在行政处罚决定书载明的期限内予以履行。

当事人确有经济困难, 可以提出延期或者分期缴纳罚款的申请, 并提交书面材料。经案件承办人审核, 确定延期或者分期缴纳罚款的期限和金额, 报网信部门负责人批准后, 可以暂缓或者分期缴纳。

第四十八条 网络运营者违反相关法律、行政法规、部门规章规定, 需由电信主管部门关闭网站、吊销相关增值电信业务经营许可证或者取消备案的, 转电信主管部门处理。

第四十九条 当事人对行政处罚决定不服, 可以依法申请行政复议或者提起行政诉讼。

当事人对行政处罚决定不服, 申请行政复议或者提起行政诉讼的, 行政处罚不停止执行, 法律另有规定的除外。

当事人申请行政复议或者提起行政诉讼的, 加处罚款的数额在行政复议或者行政诉讼期间不予计算。

第五十条 当事人逾期不履行行政处罚决定的, 作出行政处罚决定的网信部门可以采取下列措施:

(一) 到期不缴纳罚款的, 每日按罚款数额的百分之三加处罚款, 加处罚款的数额不得超出罚款的数额;

(二) 依照《中华人民共和国行政强制法》的规定申请人民法院强制执行。

网信部门批准延期、分期缴纳罚款的, 申请人民法院强制执行的期限, 自暂缓或者分期缴纳罚款期限结束之日起计算。

第五十一条 网信部门申请人民法院强制执行的, 申请前应当填写履行行政处罚决定催告书, 书面催告当事人履行义务, 并告知履行义务的期限和方式、依法享有的陈述和申辩权; 涉及加处罚款的, 应当有明确的金额和给付方式。

当事人进行陈述、申辩的, 网信部门应当对当事人提出的事实、理由和证据进行记录、复核, 并制作陈述申辩笔录、陈述申辩复核意见书。当事人提出的事实、理由或者证据成立的, 网信部门应当采纳。

履行行政处罚决定催告书送达十个工作日后, 当事人仍未履行处罚决定的, 网信部门可以填写行政处罚强制执行申请书, 向所在地有管辖权的人民法院申请强制执行。

第五十二条 行政处罚决定履行或者执行后, 有下列情形之一的, 执法人员应当填写行政处罚结案报告, 将有关案件材料进行整理装订, 归档保存:

- (一) 行政处罚决定履行或者执行完毕的;
- (二) 人民法院裁定终结执行的;
- (三) 案件终止调查的;
- (四) 作出本规定第四十二条第二项至第四项决定的;
- (五) 其他应当予以结案的情形。

结案后, 执法人员应当将案件材料按照档案管理的有关规定立卷归档。案卷归档应当一案一卷、材料齐全、规范有序。

第五十三条 网信部门应当依法以文字、音像等形式, 对行政处罚的启动、调查取证、审核、决定、送达、执行等进行全过程记录, 归档保存。

第五十四条 网信部门实施行政处罚应当接受社会监督。公民、法人或者其他组织对网信部门实施行政处罚的行为, 有权申诉或者检举; 网信部门应当认真审查, 发现有错误的, 应当主动改正。

第五章 附则

第五十五条 本规定中的期限以时、日计算, 开始的时和日不计算在内。期

限届满的最后一日是法定节假日的，以法定节假日后的第一日为届满的日期。但是，法律、行政法规另有规定的除外。

第五十六条 本规定中的“以上”、“以下”、“内”均包括本数、本级。

第五十七条 国家网信部门负责制定行政执法相关文书格式范本。各省、自治区、直辖市网信部门可以参照文书格式范本，制定本行政区域行政执法所适用的文书格式并自行印制。

第五十八条 本规定自 2023 年 6 月 1 日起施行。2017 年 5 月 2 日公布的《互联网信息服务内容管理行政执法程序规定》（国家互联网信息办公室令第 2 号）同时废止。

四、新业态治理未成年人保护检察公益诉讼典型案例

2 月 25 日，最高人民检察院发布新业态治理未成年人保护检察公益诉讼典型案例，总结推广各地开展新业态治理未成年人保护检察公益诉讼的典型经验，旨在凝共识聚合力，更好维护未成年人合法权益、助力国家治理体系和治理能力现代化。

这批案例共 4 件，包括：上海市检察机关督促履行点播影院监管职责行政公益诉讼案、浙江省诸暨市检察院督促履行电竞酒店监管职责行政公益诉讼案、河北省任丘市检察院督促履行盲盒市场监管职责行政公益诉讼案、上海市闵行区检察院督促履行密室剧本杀监管职责行政公益诉讼案。

案例一

上海市检察机关督促履行点播影院监管职责行政公益诉讼案

【关键词】

点播影院 行政公益诉讼 一体化履职 行业治理

【要旨】

针对点播影院在未成年人保护方面存在经营不规范、制度不完善、安防措施不健全等突出问题，检察机关发挥一体化优势，公开宣告送达检察建议，推动行政监管部门各司其职、齐抓共管，促进类案监督和诉源治理，同时促进行业自律自治，实现未成年人保护与保障新业态健康发展的双赢多赢共赢。

【基本案情】

上海市检察机关在办案中发现，2020 年 1 至 6 月，有部分性侵未成年人案件发生在点播影院内。经选取 30 余家点播影院进行抽样调查发现，点播影院普遍存在登记备案制度落实不到位、治安措施不完善、行业规范不健全、未成年人保护措施落实不到位等问题，侵犯未成年人合法权益。

【检察机关履职情况】

上海市奉贤区人民检察院在办理沈某某强奸案中发现，沈某某有两次性侵行为发生的场所均为点播影院。经调查发现，点播影院在数量快速增长并受到未成年人追捧的同时，普遍存在未依法登记备案、包间高度私密、变相提供住宿服务、未成年人无需身份验证可随意进出等情形，存在未成年人遭受性侵或其他违法犯

罪行为侵害的隐患。电影、文化执法等行政主管、监管部门没有充分履行对点播影院的监管职责,违反了《中华人民共和国未成年人保护法》《点播影院、点播院线管理规定》《旅馆业治安管理办法》等法律法规,导致对点播影院监管治理不到位,影响未成年人身心健康,侵犯社会公共利益。

2021 年 4 月,奉贤区人民检察院以行政公益诉讼立案,在实地摸排、走访行政监管部门、召开座谈研讨等工作的基础上,于 4 月 15 日分别向区文化执法大队、区新闻出版和电影管理办公室制发检察建议,提出探索建立点播影院接待未成年人管理制度、开展行业专项检查、加强信息沟通形成监管合力等意见。两家被建议单位高度重视,全面采纳检察建议内容,组成联合检查小组对全区点播影院进行检查,并联合区检察院、公安分局出台《奉贤区未成年人出入点播影院五项规定》。5 月,区文化执法大队、区新闻出版和电影管理办公室分别对检察建议落实情况向奉贤区人民检察院书面回复。

针对点播影院监管不到位问题,上海市浦东、静安、长宁等区人民检察院也结合各区实际,通过办理公益诉讼案件等方式,推动综合治理。在此基础上,2021 年 9 月,上海市人民检察院向上海市电影局制发检察建议书,提出深入推进点播影院市场规范整治活动、明确点播影院经营监管规范、完善未成年人保护措施、指导点播影院加强行业自治等几方面建议,并同步抄送市文化和旅游局执法总队、市场监督管理局,推动多部门协同履职,齐抓共管。为进一步凝聚共识,唤起社会各方对点播影院涉未成年人保护问题的重视,上海市人民检察院举行了检察建议公开宣告送达活动,邀请被建议单位、被抄送单位相关部门负责人以及部分市人大代表、政协委员、市检察院人民监督员、特邀监督员共同参与,听取相关单位关于整改方案和初步落实情况的介绍,并共商治理措施。

收到检察建议后,各被建议单位高度重视,采取有效措施规范点播影院行业治理。在上海市人民检察院的积极推动下,上海市电影局、文化和旅游局执法总队协同公安局、市场监督管理局集中开展了全市点播影院市场规范整治活动,累计检查相关场所 1400 余家次,立案处罚 11 件、关停 240 余家不合格影院,点播影院市场规范程度显著提升。市电影局还指导上海市电影发行放映行业协会成立了全国首个点播影院专业管理委员会,出台行业规范,就场所治安管理、未成年人保护措施、强制报告制度落实等统一规范,补齐法规空白,引领点播影院这一

经营模式走上法治化发展的轨道。

【典型意义】

点播影院作为文化娱乐新模式，在满足人民群众日益增长的文化生活需要的同时，其中隐含的未成年人保护风险也应引起重视。上海市检察机关充分发挥上下级院一体履职的优势，在依法惩治性侵未成年人犯罪类案的同时，敏锐发现公益诉讼案件线索，在依据实际确定监管对象的基础上，通过采取公开宣告送达、将检察建议主送行业主管部门，抄送其他行政执法部门的方式，促进相关职能部门明确权责，齐抓共管。并推动成立全国首个点播影院专业管理委员会，出台行业自治规范，引导企业合规经营，实现了未成年人保护与新兴业态健康发展的双赢多赢共赢。

案例二

浙江省诸暨市人民检察院督促履行电竞酒店监管职责行政公益诉讼案

【关键词】

电竞酒店 行政公益诉讼 公开听证 专项监督

【要 旨】

电竞酒店违规接纳未成年人，易滋生未成年人违法犯罪，损害未成年人身心健康。检察机关积极履职，通过公开听证厘清争议焦点，出台类案办理规则，明确完善监管路径，督促行政机关落实监管责任，推动相关部门协同加强对电竞酒店监管。依托数字赋能，搭建监督建模，创新研发应用，实现对新兴业态行业的源头治理、系统治理。

【基本案情】

2021 年，浙江省诸暨市人民检察院发现，在网吧等单一业态的互联网营业场所监管日益规范的背景下，电竞酒店以“住宿+上网”的混业经营模式，以酒店住宿的方式接纳多名未成年人无限制上网，并引发多起涉未成年人违法犯罪案件。

【检察机关履职情况】

诸暨市人民检察院在办理未成年犯罪嫌疑人陈某某等人盗窃案中发现，陈某某等人冒用成年人身份入住某电竞酒店，实施无限制上网、在酒店房间实施盗窃、

购买烟酒等行为。电竞酒店存在经营管理漏洞，未能严格执行身份查验、履行未成年人网络保护义务，且存在无证经营并违规向未成年人出售烟酒等问题，危害未成年人身心健康。

发现线索后，诸暨市人民检察院于 2022 年 2 月以行政公益诉讼立案。在全市范围内经采取实地踏勘、询问入住及服务人员、发放问卷调查等方式开展梳理调查发现，2021 年以来诸暨市共有电竞酒店 11 家，内设电竞房 190 间、上网电脑 480 台；电竞酒店持有旅馆业特种行业许可证，但均以配置高端电脑、可多人玩网游等互联网上网服务作为主要招揽手段；部分电竞酒店为方便未成年人入住电竞酒店和随意上网，存在他人代开房、一人开房多人上网等现象；部分电竞酒店违规向未成年人出售烟酒等。由此引发未成年人沉迷网络、夜不归宿、逃学辍学等不良行为，严重危害未成年人身心健康，亟需加强监管。

依据现有规定，电竞酒店为混业经营模式，经营性质及监管主体不甚明晰。为凝聚多方共识，寻找监管路径，诸暨市人民检察院召开公开听证会，邀请市文化广电旅游局、市场监管局等行政机关代表、专家学者、人大代表、政协委员、公益诉讼观察员担任听证员。会上，听证员围绕法律适用争议及实践困境等方面充分发表意见，对电竞酒店应当按照旅馆住宿及互联网上网服务营业场所进行双重管理达成共识，一致认为各部门应当形成监管合力，主动加强对新业态监督管理。在此基础上，诸暨市人民检察院向市文化广电旅游局制发行政公益诉讼诉前检察建议，向市公安局制发社会治理检察建议。建议其依法全面履行监管职责，在对电竞酒店住宿进行监管的同时，重点对电竞酒店接纳未成年人无限制上网问题加强监管。收到检察建议后，相关职能部门及时督促整改，2022 年 4 月，均回复诸暨市人民检察院，积极采纳、全面落实检察建议内容，依法处罚电竞酒店 16 家/次，对电竞酒店实行“住宿+上网”双登记制度，为全市电竞酒店的电脑安装了上网登记管理软件，有效对未成年人无限制上网问题进行监管治理。

在个案办理的基础上，为构建机制促推系统治理，2022 年 3 月 18 日，诸暨市人民检察院在诸暨市政法委牵头下，推动市文广旅游局、市市场监管局等十部门出台《“电竞酒店”新业态专项治理工作实施方案》，细化责任分工和目标任务，建立联席会议、信息互通、线索移送、协同治理等机制；并推动市商务局、市公安局、市文广旅游局、市市场监管局四部门出台《“电竞酒店”行业管理规

范（试行）》，促推行业长效治理。

在通过案件办理促推电竞酒店治理过程中，诸暨市人民检察院充分发挥数字检察优势，通过数字建模，治理平台应用，以大数据赋能未成年人保护，全面筑牢治理防护网。一是构建数字监督模型。通过归集涉未成年人违法犯罪案件发生地信息、电竞酒店经营信息、未成年人住宿登记信息等核心数据，在浙江检察数据应用平台构建“电竞酒店新业态监督治理模型”，通过对上述数据的比对分析，梳理出电竞酒店违规接纳未成年人及电竞酒店发生未成年人违法犯罪情况。二是加强对重点人员和设备的数字监管。通过对电竞酒店入住人员登记数据与未成年人违法犯罪数据碰撞，梳理出经常出入电竞酒店沉迷网络、夜不归宿的罪错未成年人 46 名，将其纳入诸暨市人民检察院自主研发的“星海守望”未成年人违法犯罪预防治理平台开展教育矫治、分级干预。推动相关部门为全市 11 家电竞酒店的电脑安装上网登记管理软件，该软件安装后，需经实名登记并人脸识别后方可开卡上网。三是研发应用完善治理路径。研发“电竞酒店数字化监管应用”，利用旅馆住宿登记数据、上网登记数据、罪错未成年人数据碰撞比对，实现电竞酒店后续接纳未成年人入住、上网异常情形的实时预警，以数字化手段督促行政机关加强监管，完善“个案办理—类案监督—系统治理”的长效治理路径。

【典型意义】

作为近年来迅速发展的新兴业态，电竞酒店受到众多未成年人青睐。检察机关积极探索符合数字文明的未成年人司法保护工作路径，通过数字化监督系统发现问题，通过数字化应用靶向施治，一体推进电竞酒店涉未成年人保护线索发现、调查核实、检察监督、综合治理。同时积极凝聚未成年人保护工作合力，将个案办理经验上升为类案治理规则，有效堵塞新兴业态监管漏洞，推动未成年人综合司法保护。

案例三

河北省任丘市人民检察院督促履行盲盒市场监管职责行政公益诉讼案

【关键词】

盲盒市场 行政公益诉讼 公开听证 校园周边 综合保护

【要旨】

针对校园周边盲盒销售侵害未成年人权益问题,检察机关切实履行司法保护职责,综合运用公益诉讼和社会治理检察建议,以司法保护助推政府、学校、社会、家庭保护协同发力,切实保障未成年人合法权益。

【基本案情】

近年来,河北省任丘市人民检察院在履职中发现,门类多样的盲盒充斥校园周边市场。经营者针对未成年人消费盲目性强、易沉迷等特点,诱导未成年人冲动消费,借机向未成年人销售质量不合格、真实产品与包装宣传不符、内容不适宜未成年人等问题盲盒产品,侵犯未成年人合法权益,损害社会公共利益。

【检察机关履职情况】

2022 年 3 月,河北省任丘市人民检察院通过央视“3.15”晚会关注到,许多中小校园周边有盲盒销售盛行的现象。部分家长也反映孩子沉迷盲盒消费,影响身心健康。发现该未成年人保护案件线索后,任丘市人民检察院对本地校园周边盲盒销售情况展开调查,发现 4 所学校周边 13 家文具店均有大量问题盲盒在售,涵盖文具、玩具、卡片等多种类型,且全部针对未成年人喜好设计。盲盒乱象对未成年人的影响主要集中在四个方面:一是质量低劣,大量来源不明的“三无”玩具、文具被做成盲盒专门向未成年人销售;二是虚假宣传,大量盲盒外包装与内部实物严重不符;三是内容不适宜,大量产品外包装使用了未获授权的照片、图片,部分产品印有“约女神”等不适宜未成年人的宣传词汇;四是易诱导冲动消费,盲盒产品的不确定性易诱发未成年人冲动消费,并因大量重复购买造成资源浪费。根据《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律规定,针对盲盒销售监管不到位的问题,在初步调查的基础上,任丘市人民检察院于 2022 年 3 月 18 日以行政公益诉讼立案。

为进一步凝聚共识,2022 年 3 月 25 日,任丘市人民检察院召开公开听证会,邀请人大代表、政协委员、人民监督员作为听证员,并邀请市人大常委会、团委、教体局、市场监管局等相关单位负责人及部分中小学校教师共同参与,对当前盲盒乱象涉及的相关违法问题、未成年人合法权益所受侵害及如何推进盲盒问题治理进行深入探讨,达成治理共识。听证会后,任丘市人民检察院向市市场监督管理局公开宣告送达行政公益诉讼诉前检察建议,建议对全市盲盒市场开展专项执

法检查,依法查处不合格盲盒产品;进一步规范盲盒经营者经营行为,经营者向不满 8 周岁的未成年人销售盲盒应事先征得监护人同意;加强与教育部门联系配合,对校园周边盲盒销售场所实施长效监管;畅通举报渠道,公布举报电话、平台,鼓励线索举报;加大宣传教育,引导经营者知法守法、合规经营。

市场监督管理局收到检察建议书后高度重视,制定《任丘市市场监督管理局开展盲盒经营专项整治行动方案》,针对货源批发市场和校园周边零售商铺两个重点区域开展拉网式检查,涉及商铺 630 余户,下架不合格盲盒产品 69 类 3500 余件,并向盲盒销售商铺印发关于整治盲盒等市场秩序的告知书,明确向未成年人销售盲盒背后存在的常见违法问题,引导经营者守法经营。5 月底,市场监督管理局将检察建议整改落实情况书面回复任丘市检察院。

同时,任丘市人民检察院向当地教育部门制发社会治理类检察建议,针对学生购买盲盒普遍、盲盒销售广泛存在于学校周边的问题,建议教育部门加强与市场监管部门的联动合作,指导学校切实履行保护职责,关注校园周边盲盒销售乱象,及时发现并移交线索;加强对在校学生的风险提示和引导教育,维护学生合法权益。任丘市人民检察院联合当地教育部门制作《致家长的一封信》,呼吁家长与学校共同关注未成年人消费状况,帮助未成年人养成良好消费习惯,及时举报侵犯未成年人合法权益的行为。各所学校及时加强对学生消费观念的引导教育,部分学校专门开设财商小课堂,帮助学生培养正确消费观念,实现学校保护与家庭保护同频共振、同向发力。以司法推动社会、政府、学校与家庭同向发力,促进盲盒问题治理。

为保障治理效果,任丘市人民检察院持续跟进,分别于 2022 年 6 月和 9 月对校园周边盲盒销售情况两次开展“回头看”,临时抽查 53 家盲盒商家,各类不合格盲盒产品在相关商铺中已下架,盲盒产品摆放货架的显著位置张贴有“理性消费”“禁止不满 8 周岁未成年人独自购买”等警示标识,经营者守法意识显著增强,社会保护力量得到有效激活,学生扎堆购买盲盒的现象得到有效改观。

【典型意义】

校园周边盲盒乱象侵犯广大未成年人合法权益。检察机关聚焦未成年人保护难题,以检察公益诉讼案件办理为抓手,能动履职,推动社会、政府、学校、家庭协同发力,以“我管”促“都管”,形成共治格局,使当地盲盒市场秩序得到

有力净化，长效治理机制得以初步建立，有力践行了“以司法保护助推其他五大保护落实落地”的未检工作理念。

案例四

上海市闵行区人民检察院督促履行密室剧本杀监管职责行政公益诉讼案

【关键词】

密室剧本杀 行政公益诉讼 分类施策 诉源治理

【要旨】

针对密室、剧本杀行业的监管难题，检察机关可以聚焦不同问题分类施策，推动相关部门立足职能，联合整治。检察机关可以通过推动行业自治、牵头行政执法单位建章立制等方式，促推全国行业监管制度的完善，促进对新兴业态的良法善治。

【基本案情】

上海市密室、剧本杀门店数量位居全国第一，门店选址位于学校周边的占比12%，但由于该行业属性不明，准入门槛低，装修设计缺乏标准，存在疏散通道狭小或封闭，消防器材缺失等问题，容易引发火灾等安全隐患。部分剧本包含有血腥、暴力、迷信等违禁内容，容易诱发未成年人心理不适甚至模仿违法犯罪行为。大部分商家未根据内容向未成年人作出提示，无时长限制接纳未成年人游玩，严重影响未成年人的身心健康。

【检察机关履职情况】

2021 年 8 月，闵行区人民检察院在办案中发现，部分涉案未成年人热衷参与密室、剧本杀活动；在开展法治副校长工作的过程中，也有多名学生反映，在密室、剧本杀体验时遭遇人身侵害及因其内容和环境产生心理不适等问题，密室、剧本杀等业态可能存在侵犯未成年人身心健康的情况和隐患。经调查，闵行区的密室、剧本杀场所有 40 余家，经营者无须登记经营范围，无须许可审批，选址与建设存在随意性，不受《娱乐场所管理条例》的约束；许多经营者的内部装修与消防配置不符合消防法及地方消防条例的相关要求，存在火灾风险；有些剧本内容存在暴力、色情及封建迷信等元素；部分经营者为了规避风险，要求玩家签署《免责声明》，特别是面向未成年消费群体时，店家均未根据其身心特点采取

特殊的保护措施。同时, 经向全区中小学发放并收回近 2 万份调查问卷样本发现, 50%左右的中小学生对了解或体验过密室逃脱、剧本杀, 大多数学生玩过含有恐怖、暴力内容的剧本, 部分学生反映曾在密室逃脱中发生跌倒、惊吓甚至是性骚扰的问题。经评估, 尽管现行法律并没有禁止未成年人体验密室剧本杀活动, 但该行业存在的违禁内容与安全隐患已违反了《出版管理条例》及《中华人民共和国未成年人保护法》的相关规定, 相关行政部门却并未履职到位, 未成年人公共利益受到了严重侵犯。2021 年 9 月, 闵行区检察院以行政公益诉讼立案。

检察机关在调查中发现, 基于现有规定, 工商登记无法明确剧本杀行业经营范围, 密室剧本杀场所是否属于娱乐场所并应办理行政许可存在争议, 如何落实消防监管尚不明确。面对密室、剧本杀行业“弱规范”问题突出、经营监管及多个执法单位的难题, 闵行区检察院召开专题研讨会, 邀请专家学者和市区两级相关行政执法单位共同研究, 在执法理念、履职协作、监管服务方面达成共识, 同时邀请企业代表座谈, 听取法治保障需求。2021 年 10 月, 闵行区人民检察院聚焦不同的问题分类施策, 针对密室剧本杀经营场所存在的消防及治安隐患, 针对剧本内容违禁等问题, 根据《文化市场综合行政执法管理办法》《出版管理条例》《营业性演出管理条例》的相关规定, 向区文旅局制发磋商函, 建议其加强对剧本娱乐活动内容监管并探索落实未成年人保护措施; 根据治安管理处罚法、消防法及地方消防条例的规定, 建议区公安分局加强对剧本娱乐经营场所的治安管理、消防监督检查及消防宣传教育。相关职能部门立足各自职责, 联合开展密室逃脱、剧本杀行业隐患排查治理专项活动, 开展检查 240 余户次, 下架危害未成年人身心健康的剧本 24 个, 整改隐患问题 53 处, 责令整改 7 家, 取得积极成效。

在个案办理的基础上, 闵行区人民检察院聚焦诉源治理, 牵头起草了《密室剧本杀行业关于未成年人保护的倡议书》, 倡导企业在内容自审和分类管理、设置未成年人专区、落实强制报告等 7 方面履行未成年人保护的社会责任, 推动 40 余家企业在经营场所张贴跟进落实, 促进行业自治。针对该行业规范性文件不足的问题, 闵行区人民检察院又会同公安、文旅、市场、消防等五部门于 2021 年 12 月会签了密室剧本杀行业规范管理工作办法, 提出探索内容分级、适龄提示、查验未成年人身份、规范时间管理等未成年人特殊保护措施。

【典型意义】

密室逃脱、剧本杀逐渐成为广受未成年人喜爱的新型娱乐、社交方式，也是社会治理的薄弱环节。检察机关能动履行公益诉讼检察职能，针对行业归属不明确、涉及多部门执法的困境，以专题研讨凝聚共识，以分类施策联合整治，督促各职能部门各司其职、同向发力。

《规定》对 2017 年 5 月 2 日公布的《互联网信息服务内容管理行政执法程序规定》进行了全面修订。规定网信部门实施行政执法应当坚持处罚与教育相结合，做到事实清楚、证据确凿、依据准确。《规定》规定了网信部门行政执法地域管辖、级别管辖、指定管辖、移送管辖等制度，明确了“一事不二罚”原则。

第二章 行业资讯

一、中央广播电视总台国家电子竞技发展研究院揭牌成立

中新网 北京 3 月 31 日电（记者 高凯）3 月 31 日，中央广播电视总台国家电子竞技发展研究院揭牌仪式在京举行。中宣部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄出席，并与国家广播电视总局副局长朱咏雷、重庆市副市长但彦铮等共同为国家电子竞技发展研究院揭牌。

揭牌仪式上，中央广播电视总台与重庆市人民政府签署《关于促进电子竞技产业健康可持续发展战略合作协议》。根据协议，双方将合作打造高质量、高水平的系列电子竞技活动，推动电子竞技类优质内容的生产、传播与消费，为在渝打造带动全国数字经济高质量发展新的增长极和动力源积极贡献力量。

中国科学院院士、南方科技大学校长薛其坤，中国网络空间研究院院长夏学平，中国传媒大学党委书记廖祥忠，国家体育总局信息中心副主任张玉萍，北京大学信息技术高等研究院首席经济学家张国有，北京大学计算机学院计算机科学与工程系系主任、教授李文新，北京体育大学新闻与传播学院院长李岭涛，北京大学国家体育产业研究基地秘书长何文义，中国国家画院国画院副院长、中国艺术研究院中国画院研究员范扬受聘为中央广播电视总台国家电子竞技发展研究院第一批咨询专家。

活动现场，中央广播电视总台融合发展中心负责人与腾讯公司、哔哩哔哩、完美世界、英雄体育等企业代表发布《电子竞技健康发展联合倡议》，将共同推动健全电竞行业标准，倡导德、智、体、美、劳全面发展，把电子竞技与引导青少年健康发展结合起来，发挥连接中外、沟通世界的作用，携手共建网络空间命运共同体。

据悉，此次总台成立国家电子竞技发展研究院，旨在落实青少年防沉迷要求，促进电竞文化正向传播，助力电竞产业行业健康有序发展。研究院还将组建咨询专家团队，做好行业发展和政策研究，培养专家团队，促进国际交流与合作，拓展讲好中国故事的新渠道、新手段。（完）

【编辑：苑菁菁】

资讯来源：中国新闻网

资讯链接：<http://www.chinanews.com.cn/cul/2023/03-31/9982124.shtml>

二、出海态势“凶猛”，2022 年广东游戏产业营收规模预计超两千亿元

南方财经全媒体记者魏彤 广州报道

近年来，游戏产业发展迅速、影响广泛，已经成为我国重要的文化阵地。尽管受到宏观经济下行、地区形势不稳定等的影响，全球范围内游戏市场规模普遍出现收缩，但 2022 年广东省游戏营收规模增长率降幅仍小于国内市场整体。

据广东省游戏产业协会执行会长鲁晓昆介绍，广东游戏企业总数超万家，占全国游戏企业总量的 32.1%，居全国首位。广东上市游戏企业数量为 50 家，全国占比达 25.4%。其中，2022 年广东省移动游戏营收规模预计达 1573.5 亿元，占全国移动游戏营收规模的 81.5%。由此可见，广东游戏产业的发展较大幅度影响中国游戏产业的发展态势。

同时，全球政治经济环境的影响下，游戏出海所面临的海外市场环境也出现了变化，海外部分国家加强对于进口游戏监管、法律政策变化、海外渠道等问题也为游戏企业出海带来了新的挑战。

预计营收占全国 79.6%

日前，《2022 广东省游戏产业数据报告》（下称《报告》）在广州发布。《报告》显示，2022 年广东游戏预计营收规模达 2115.7 亿元，占全国比例为 79.6%；占全球网络游戏营收规模的 24%。

其中，以腾讯游戏和网易游戏为首的游戏企业 2022 年营收预计分别超过 1700 亿元和 685 亿元，是游戏产业的两大“标杆”企业。

网易游戏总部位于广州天河智慧城，这里汇聚了包括网易游戏、三七互娱、诗悦游戏等在内多家国内外知名的游戏公司，市值已破千亿元，占据广州市游戏产业的“半壁江山”，其策源地天河科韵路也已成为了广州游戏产业的“代名词”。

受益于广州发达完善的营商环境与市场经济，广州游戏企业已呈现出高度多元化、专业化特征，无论是客户端游戏、移动游戏、网页游戏等类别的游戏都在持续蓬勃发展。

以移动游戏为例，随着智能手机普及以及功能性提升，自 2014 年开始移动游戏开始有爆发的迹象。据统计，2014 年移动游戏营收规模达 276 亿元，相比 2013 年增长 156.27%；直至 2021 年，移动游戏规模已达 2255.38 亿元。尽管 2022 年规模有所下降，但总体而言，移动游戏领域依旧呈现出飞速增长的趋势。

广州诗悦网络科技有限公司（下称“诗悦公司”）副总裁、董事会秘书黄永斌告诉南方财经全媒体记者，导致移动游戏营收规模的下降主要有两个因素，一是监管层面的因素，由于去年游戏发行版号相对受限的，直接影响了游戏产品的供给；另一方面，三年的疫情对于玩家的付费能力和付费意愿也产生不小的影响。

据了解，诗悦公司创始团队一直看好移动游戏赛道的发展，所以在创立之初就定位于深耕移动游戏领域。

目前，诗悦公司已经具备了持续产出月流水过亿爆款游戏的研发实力。具体来看，诗悦已经连续 4 年都推出月流水过 3 亿的爆款产品，包括 2019 年的《闪烁之光》、2020 年《云上城之歌》、2021 年《斗罗大陆：武魂觉醒》、2022 年《长安幻想》等。

“诗悦现阶段已经在回合制、卡牌及 MMORPG 赛道中具备经验证的持续出爆款的能力。”黄永斌表示，诗悦公司在 2019-2021 年连续三年蝉联“广州未来独角兽企业”奖项，2022 年又获得“广州独角兽创新企业”和广东省“专精特新”中小企业的认定称号。

企业的发展离不开良好的营商环境和区位优势。天河区作为广州经济发展的排头兵，不仅能为游戏企业的发展提供所需条件，也能引进更多不同层次的人才，为区域内的游戏企业打造更具竞争力的游戏研发、发行团队。

同时，天河智慧城更是强化产业集聚，积极推动产业链群融合发展，搭建园区中小企业与头部企业交流互动平台，辐射带动游戏产业集聚发展，构建科技创新—成果转化—产业培育的全链条发展生态。

以游戏出海实现文化传播

游戏不只是单一的互联网产业，也在承担着文化出海的重任。

从市场环境看，国内的游戏企业在 2022 年集中转向出海发展趋势更加明显，游戏出海的社会评价逐步提高。

2022 年，政府部门在文化、经济上对游戏出海加大了扶持力度，相继出台有关政策。以《“十四五”文化发展规划》《“十四五”数字经济发展规划》等政策文件提振游戏产业全球化发展的信心。

2022 年，广东省网络游戏出海营收规模预计达到 370.2 亿元。随着出海难度逐步提升，未来企业营收增长需要寻找更为多元化的动力来源。

移动游戏作为广东游戏企业出海的重要领域，相较于去年，企业自研自发板块占比 80.6%，增幅明显。这离不开广东游戏企业长期的布局研发以及对精品发行的掌控能力。

“诗悦的累计总流水已超过百亿，公司游戏产品生命周期平均超过 5 年，最长超过 7 年，实现持续创造利润。在文化出海、拓展全球业务方面，诗悦近两年海外流水增长显著。其中，2022 年海外流水超过 20 亿，比 2021 年增长超过 50%。”黄永斌说。

据了解，诗悦公司目前已经成功进入了中国港澳台地区、日韩、东南亚及欧美等市场。

其中，公司自主研发产品《云上城之歌》在韩国市场表现优异，在 2022 年上半年荣登韩国海外游戏畅销榜冠军。

DataEye 统计显示，由诗悦公司研发，三七互娱发行的 MMORPG 产品《云上城之歌》上市至今，在韩国总收入超 1.5 亿美元，占全球总收入的 44%，韩国是其第一大市场。

从数据上看，自研移动游戏在海外市场实际销售收入地区分布中，美国市场占 32.31%，日本市场占 17.12%，韩国市场占 6.97%，这三个国家依然是中国游戏企业出海的主要目标市场，合计占比达 56.4%。

在国内外市场环境的变化过程中，企业在游戏出海的过程中也遇到了困难。企业面临的主要问题有：本地化难度高、国际环境变化、海外法律政策变化、海外渠道问题等。

“当前业内很多企业的海外发行团队还在成长，需要向更多具有丰富经验的海外发行专家学习。另外，为了更好地积累和丰富的海外市场玩家的数据，要提升业内对海外市场及玩家特点的认知水平。”黄永斌建议，在现阶段立项及研发中，对于海外市场比较受欢迎的赛道的产品，应融合考虑海外玩家的喜好，进而提升产品在海外市场的适配度，提高出海成功率。

中国游戏企业在出海过程中虽面临诸多挑战，既有长期存在的行业共性问题，也有近期市场变化引发的新热点，但长期向好的趋势没有改变。

游戏出海是中华文化传播的重要途径之一。通过游戏出海，可以实现中华文化在国际传播，有助于建立文化自信，扩大中华文化的影响力。

资讯来源：21 世纪经济报道

资讯链接：

<https://www.21jingji.com/article/20230403/herald/8d051be3b6a6b4eab944df9387e3575b.html#>

三、中国游戏产业研究院——《2022 年度网络游戏行业侵权诉讼白皮书》

为鼓励游戏产品精品化开发、促进游戏行业健康发展，通过统计、梳理网络游戏行业 2022 年度侵权诉讼案件，中国游戏产业研究院与广悦律师事务所联合发布《2022 年中国网络游戏行业侵权诉讼白皮书》。

白皮书选择了在 2022 年裁判的 99 件各类侵权纠纷案件，汇总统计了发生的侵权纠纷类型，并结合原被告双方诉辩、法院判决情况，对各类侵权纠纷发生中的实务要点进行分析探讨，从游戏研发-发行-运营-宣传推广等各个不同阶段可能引发的侵权行为出发，就网络游戏行业侵权行为的趋势和要点进行解读，试图为各大游戏厂商在面临侵权行为时如何合法维护自身合法权益提出实务建议和指引。

结合过去三年连续发布的游戏行业侵权白皮书要点以及对 2022 年裁判案件的分析，网络游戏行业侵权行为呈现特点如下：一是游戏“买量”宣传推广侵权是最易发的侵权类型，二是游戏“整体侵权”事实认定极为复杂，三是游戏不正当竞争的行为表现形式多样，四是民事、刑事、行政等多种维权手段并举，五

是游戏行业侵权赔偿金额不断升高。

前言

2023 年 2 月 16 日,《2022 年中国游戏产业报告》发布,统计了去年中国游戏产业发展的各项主要数据和专业信息。报告显示,2022 年中国游戏市场实际销售收入 2658.84 亿元,同比下降 10.33%。游戏用户规模 6.64 亿,同比下降 0.33%。继 2021 年规模增长明显放缓之后,又出现过去八年来的首次下降,表明产业发展已进入存量市场时代。

受到 2022 年国内外复杂严峻形势和国内疫情的影响,整个行业对市场发展预期不够乐观、信心不足,游戏企业也面临经营成本大幅提高、项目储备不足、现金流出现缺口、团队工作效率大幅降低等等诸多挑战。除了宏观经济的影响外,存量市场时代,意味着市场竞争将进入到更加白热化的阶段,由此导致的纠纷类型更为多样,而游戏侵权类纠纷尤为突出。

我们选择了在 2022 年裁判的 99 件各类侵权纠纷案件,汇总统计了发生的侵权纠纷类型,并结合原被告双方诉辩、法院判决情况,对各类侵权纠纷发生中的实务要点进行分析探讨,从游戏研发-发行-运营-宣传推广等各个不同阶段可能引发的侵权行为出发,就网络游戏行业侵权行为的趋势和要点进行解读,试图为各大游戏厂商在面临侵权行为时如何合法维护自身合法权益提出实务建议和指引。

结合我们在过去四年连续发布的游戏行业侵权白皮书要点以及对 2022 年裁判案件的分析,我们认为网络游戏行业侵权行为呈现特点如下:

一、游戏“买量”宣传推广侵权是最易发的侵权类型

“买量”是一项行业术语,在游戏行业特指通过购买流量的方式进行游戏推广,在某一时间内在各大渠道集中曝光,从而达到引导玩家下载及注册游戏。而“买量素材”就是指代这些用来曝光游戏、吸引玩家下载的推广内容,本质上是一种广告。

与一般传统行业的明星代言、投放广告等宣传推广方式相比,网络游戏的推广方式则呈现更加多样复杂化的模式,关键字竞价推广、主播推荐、内置广告、弹窗广告、信息流推广等各种购买流量展示曝光推广则显得更为直观有效。游戏

厂商为了吸引用户，进行买量这一行为本无庸置喙。但是在实际业务中，有一些游戏厂商为了追求更多的流量，往往会使用一些与其游戏本身无关的热门词汇、IP 素材、宣传话术来吸引用户，从而侵犯其他 IP 主体的合法权益，从而导致争议和纠纷。

结合我们对 99 件案件判决的统计，发现大量买量宣传推广行为的侵权纠纷。在 99 件案件中，其中总共涉及 36 起买量宣传推广方面的侵权纠纷，占比 36%。

根据我们对 36 起买量宣传推广侵权行为的汇总分析，将涉及的买量宣传推广侵权行为分为以下七种类型：

- 1、购买他人游戏名称作为搜索关键词
- 2、购买他人公司商号或者平台名称作为搜索关键词
- 3、使用他人游戏美术素材作为推广素材
- 4、使用游戏/影视剧标识性人物名称、美术形象进行宣传推广
- 5、使用动漫美术素材/视频作为游戏推广素材
- 6、使用他人游戏/广告视频作为游戏推广素材
- 7、使用“经典再续”“***正版”等文案作为广告宣传语

上述分类以在买量宣传推广中实施的侵权行为进行分类，但在实际侵权行为中，经常会出现多种行为复合侵权的情形，比如既有使用名称，又有使用标识性人物形象、使用引人误解或易造成混淆的宣传词汇等行为。

二、游戏“整体侵权”事实认定极为复杂

游戏内容侵权是网络游戏侵权纠纷案件中最复杂的一种类型。一款网络游戏，由计算机软件代码、游戏角色形象、游戏画面、UI 界面布局、配音配乐、游戏剧情、游戏玩法规则等等元素综合组合形成，而根据原告所主张保护的元素内容不同，案由选择不同，则将面临不同的法律关系主张。

在 2022 年已出判决的案件中，有 21 件涉及游戏内容的侵权，分别发生在北京、上海、广东、福建，上述案件中的侵权行为均被认定成立，原告均得到了胜诉（全部或部分）结果。结合在 2022 年判决的网络游戏内容侵权纠纷的案件，我们将涉及的侵权行为分为以下五种类型：

- 1、游戏名称侵权

- 2、游戏美术素材侵权
- 3、游戏画面侵权
- 4、游戏元素、玩法规则侵权
- 5、未经授权提供游戏软件侵权

根据我们对 2022 年裁判的游戏内容侵权案件的分析可以发现：游戏内容侵权包括部分侵权和整体侵权，即原告可以依据侵权情况，主张单独的代码侵权、美术作品侵权、文字作品侵权，也可以主张游戏整体侵权。

如前文所述，由计算机软件代码、游戏角色形象、游戏画面、UI 界面布局、配音配乐、游戏剧情、游戏玩法规则等等元素综合组合形成，而根据原告所主张保护的内容不同，可能属于不同类型的作品，比如美术作品、文字作品、视听作品等等。

鉴于部分游戏元素侵权相对而言法律关系比较简单，而如果涉及整体侵权，特别是游戏玩法规则侵权，这一网络游戏内容侵权中最为复杂的类型，不管是在理论界还是实务界都有较大的争论。具体体现在当权利主体主张游戏整体侵权时，游戏作为一个整体，属于著作权法保护的何种作品类型，目前还无明确的定论。

从我们对司法判例多年的分析，曾经有法院试图通过将网络游戏认定为“类电作品（视听作品）”进行整体保护，但是同时也出现一些争议，有学者和法官认为“类电作品”只能保护游戏的画面，无法延伸至游戏画面背后的元素、规则这一原则。当原告所主张的侵权元素为游戏元素和玩法规则，无法通过著作权保护时，则通过反不正当竞争法进行保护。

但在著作权法修订增加第(九)类作品类型“符合作品特征的其他智力成果”后，不断有理论以及实务界的专家探讨游戏是否能以“符合作品特征的其他智力成果”进行整体保护。截止目前为止，根据我们对相关判决的统计，暂未出现以该种作品类型保护的游戏纠纷案件，但是不排除这种观点已经开始逐步被相关人员认可。

三、游戏不正当竞争的行为表现形式多样

根据《反不正当竞争法》第二条定义，不正当竞争，是指经营者在生产经营活动中，违反该法规定，扰乱市场竞争秩序，损害其他经营者或者消费者的合法

权益的行为。在网络游戏领域，不正当竞争行为的表现形式多样，包括仿冒游戏场景布局、产品标识、UI 界面、游戏名称等商业混淆行为，游戏虚假宣传，游戏外挂，游戏帐号租号，套用游戏版号等。除传统的买量素材侵权、游戏内容侵权、关键字推广侵权、商业秘密侵权等案件中涉及的不正当竞争行为外，在 2022 年度裁判的案件中我们也发现了一些新类型的不正当竞争行为，比如版号不正当使用行为、虚假宣传行为、商业诋毁行为、外设使用争议纠纷等等。此处我们筛选两类典型案例进行分析：

（一）版号不当使用争议纠纷

“版号”政策的严格监管要求之下，各大平台也纷纷响应监管的要求，版号成为游戏产品上线的必要前置条件。为了满足上线要求，某些侵权主体“铤而走险”，采用冒用他人版号的行为上架游戏，甚至采取伪造授权的方式。

版号不当使用的纠纷从 2021 年开始出现，且并非孤例。在 2022 年度裁判的案件中，同样存在类似的案件。比如在（2021）沪 73 民终 838 号案件中，广州某来公司在 MI 应用商店、华为应用市场、360 手机助手、vivo 应用商店、魅族游戏中心、OPPO 平台冒用某岱公司的企业名称、著作权登记号、出版服务单位名称、审批文号、网络游戏出版物号、游戏名称，将其自有游戏上线，最终法院认定该行为构成虚假宣传的不正当竞争。

对于该类侵权行为的判赔金额也在逐步提高，判赔金额分别 20 万元、40 万元、60 万元不等。

（二）商业诋毁争议纠纷

除产品侵权类纠纷之外，我们在 2022 年度裁判的案件中，还发现了有关商业诋毁类的争议案件。

在 2022 年，上海知识产权法院审结了一起游戏行业的商业诋毁纠纷案件【案号：（2021）沪 73 民终 154 号】。该案的原告主张，被告向其印尼的合作商发出两封警告函，警告函中称原告的游戏产品为原告的法定代表人侵害其商业秘密开发形成，函件中多次使用“违反商业秘密”、“判决”、“胜诉”等相关表述。但是函件中所提及的诉讼，并未涉及原告法定代表人是否侵犯商业秘密的行为。

原告同时还主张，被告向印尼警方报案的行为亦构成商业诋毁。但法院认为由于当事人向警方指控犯罪或侵权行为，有可能会使用一些较为激烈的措词，

即便该指控最终未能成立，亦难以苛责指控人的陈述构成商业诋毁。

因此公司在维权时，应该注意维权的尺度和范围，不能作出与客观事实不相符的陈述，否则将导致商业诋毁的后果。

四、民事、刑事、行政等多种维权手段并举

对于网络游戏侵权案件，除传统采取的民事诉讼手段之外，刑事诉讼、行政投诉也成为权利主体维权的重要手段。

在 2022 年裁判的刑事案件，多发于著作权侵权案件，集中在运营游戏私服、销售盗版游戏软件等类型。在我们检索到的刑事案件中，私服案件占比超九成，大量案件多发于二三线城市，地域范围覆盖全国。

知识产权的维权手段，除常用的民事、刑事手段之外，行政救济也是法律规定的救济方式之一。我们在 2022 年度的案件中，发现通过行政投诉，进行行政处罚维权的案例。该案例为 2022 年浙江市场监管部门公布的典型案例。嘉兴 XX 公司于 2020 年 4 月 2 日向市场监管部门举报，反映冯某某侵犯其公司商业秘密。经查：冯某某于 2016 年至 2018 年在该公司从事客服工作。在职期间，冯某某在日常工作中接触并有意保存了大量公司开发的手机游戏的活跃玩家客户资料，并将私自保存的 902 个客户推荐给钻石代理商李某某，并约定，从其工作报酬中抽取 80% 作为推荐客户的佣金。冯某某自该公司离职后，伙同该公司在职员工当事人吴某某将该公司的 7 个客服微信号与原手机解绑并重新绑定在冯某某私人手机下，盗取 7 个客服微信号，共计 29014 个客户信息，企图筛选活跃客户将其推荐给钻石代理商从中获利。该案最终被嘉兴市场监管局认定冯某某的行为属于侵犯商业秘密的违法行为，责令其停止违法行为并处罚款 12 万元。

五、游戏行业侵权赔偿金额最高已达五千万元

侵权数额的赔偿是维权主体十分关注的问题，侵权数额的赔偿一方面关系到权利主体能够得到的救济范围，另一方面关系到侵权行为的制止尺度。根据我们对 2022 年裁判案件的统计，小额判赔仍然在主流，判赔金额在 100 万元以下。但是基于对于游戏行业理解的不断深入，以及相关法律规定对于知识产权惩罚性赔偿的规定，在游戏行业的侵权方面的判赔数额，已经在逐年升高。2022 年再次

出现了一起目前国内游戏行业发生的侵权案件判赔最高金额的案件，该案所主张的 5000 万元损害赔偿获得全额支持。

根据我们对司法裁判案例的总结，一般而言，产品的投入成本、知名度可影响法院酌定的侵权损失数额；侵权产品的点击量、游戏下载量、开服组数等可影响法院对侵权规模及损害后果大小的认定；被告的主观过错成都会也会影响判赔金额，另外负有举证能力且拒不提供证据可能承担“被全额支持”后果。

资讯来源：蓝天经济城公众号、中国音数协游戏工委公众号

资讯链接：

(1) 【产业要闻】“游”法可依——《2022 年度网络游戏行业侵权诉讼白皮书》发布：

https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA3MzU2MjkxMw==&mid=2664086831&idx=2&sn=3d9c3027bd5159671c491ceb977fb628&scene=21#wechat_redirect

(2) 《2022 年度网络游戏行业侵权诉讼白皮书》发布：

https://mp.weixin.qq.com/s/j9bxxSLB5Ps2_G6RVpqPWQ

四、中国游戏直播行业竞争格局及市场份额

导读：

行业主要上市公司：斗鱼直播(DOYU)；虎牙直播(HUYA)；快手(1024.HK)；YY 直播(YY.O)；bilibili(9626.HK)等。

本文核心数据：竞争梯队；市场份额；市场集中度；企业布局；竞争状态总结。

1、中国游戏直播行业竞争梯队

中国游戏直播行业头部企业为 B 站与虎牙直播，B 站注册资本为 5 亿元，虎牙直播注册资本为 9.2 亿元；第一梯队为快手、网易 CC 与 YY 直播，注册资本分别为 1 亿元、1.3 亿元与 1 亿元；斗鱼直播注册资本为 2234 万元，位于第二梯队。

图表 1：中国游戏直播行业竞争梯队（按注册资本）（单位：亿元）



图表2：2023年中国游戏直播产业代表性企业区域热力图（按所属地）

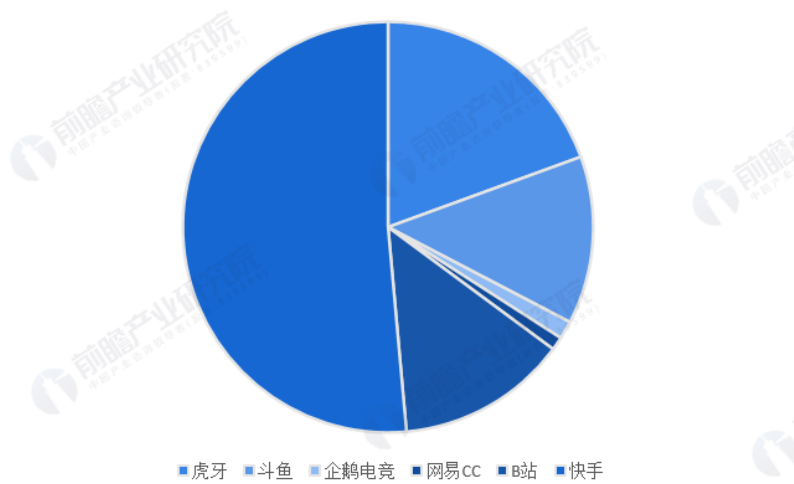


2、中国游戏直播行业市场份额

2021 年，从游戏直播企业角度分析，快手游戏主播数量为 621.2 万人，占比最多，为 51.88%;其次为虎牙，游戏主播人数为 234.8 万人，占比 19.61%，第三为斗鱼直播，游戏主播人数为 159.6 万人，占比 13.33%。

从游戏品牌角度分析，2021 年王者荣耀游戏主播人数最多，为 476.6 万人，占比 39.8%;其次为和平精英的 217.8 万人，占比 18.19%。

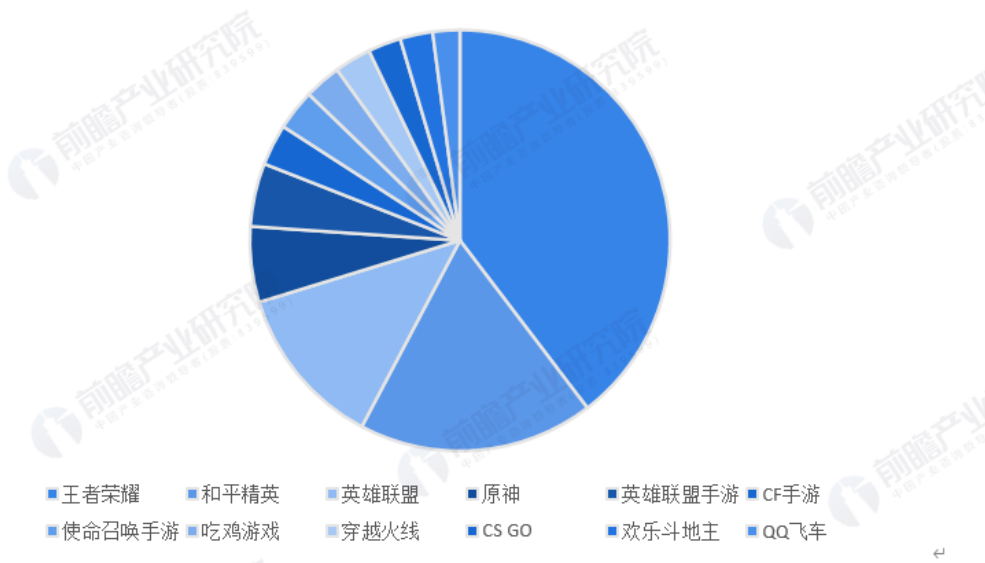
图表3：2021年中国游戏直播行业企业市场份额-按游戏主播数量（单位：%）



资料来源：小葫芦大数据 前瞻产业研究院 @前瞻经济学人APP

注：截至 2023 年 3 月 28 日，相关机构未公布 2022 年数据，下同。

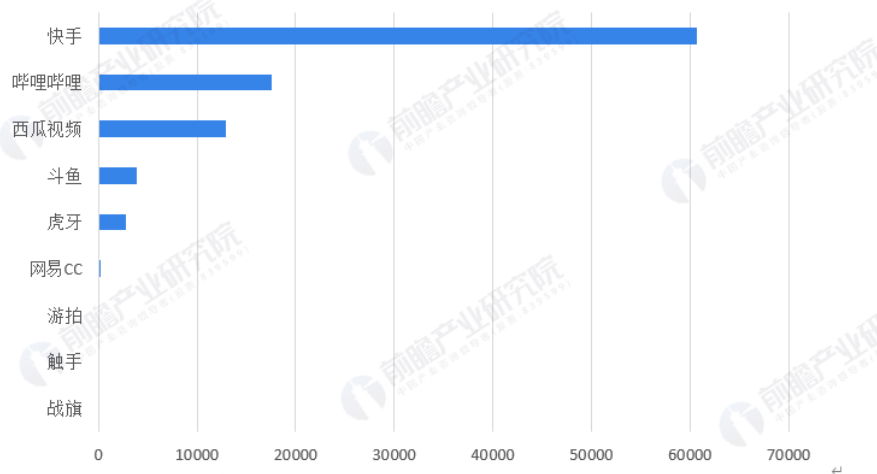
图表4：2021年中国游戏直播行业游戏品牌市场份额-按游戏主播数量（单位：%）



资料来源：小葫芦大数据 前瞻产业研究院 @前瞻经济学人APP

从各平台月活用户排名可看出，快手月活用户排名较多，为 60685 万人，第二为哔哩哔哩，月活用户为 17520 万人，第三为西瓜视频，月活用户为 12914 万人。

图表5：2022Q1中国游戏直播平台月活用户排名（单位：万）



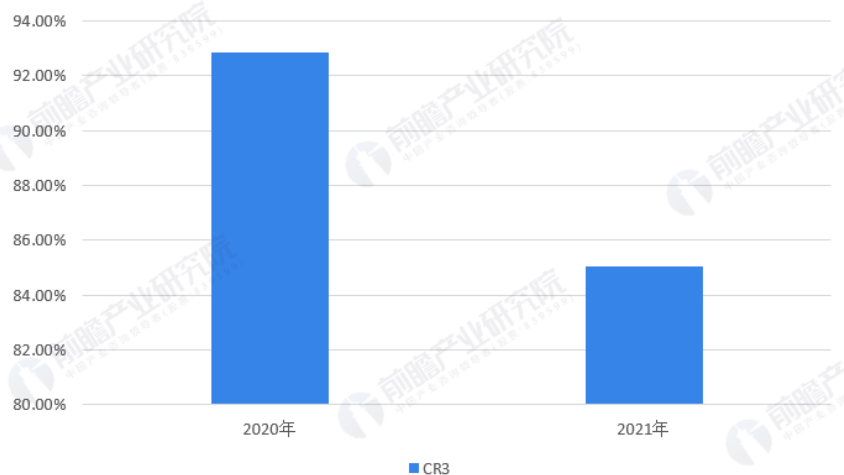
资料来源：TalkingData 前瞻产业研究院

@前瞻经济学人APP

3、中国游戏直播行业市场集中度

2020-2021 年，我国游戏直播平台市场集中度呈现下降趋势，2021 年市场集中度为 85.05%，比 2020 年的 92.87% 有小幅下降。总体来看，我国游戏直播行业的市场集中度较高，属于寡占 I 型。

图表6：2020-2021年中国游戏直播平台市场集中度-按游戏主播数量（单位：%）



资料来源：前瞻产业研究院

@前瞻经济学人APP

注：游戏主播及弹幕数量为游戏直播平台前十大游戏统计所得，非全部整体数据！

4、中国游戏直播行业企业布局

从游戏直播业务占比角度分析，2022 年，斗鱼直播与 YY 直播游戏直播业务占比较多，分别为 96.5% 与 92.3%；从布局区域角度分析，虎牙直播、快手、YY 直

五、正视电子竞技产业的价值

苏瑞淇

数据显示, 2022 年中国电子竞技产业收入达 1445.03 亿元, 电竞用户规模约 4.88 亿人, 在产值规模、用户人数、发展速度等方面稳居世界第一位, 中国已成为全球最大的电竞市场。作为数字经济的重要组成部分, 电竞产业有序发展所呈现的价值正得到越来越多的肯定。

首先, 电子竞技与前沿科技联系紧密, 可与科技创新相互促进、协同发展。虚拟现实技术和可穿戴设备的研发降低了体育项目的参与门槛, 诸如赛车、国际象棋等运动, 选手们可接入服务器“穿越”到世界各地赛场, 与各国高手同台竞技。尤其是近年来, 随着人工智能等新科技的不断涌现, AI 可以变身高端玩家, 作为“神对手”与电竞选手展开对练, 也可化身“神队友”辅助配合, 在帮助电竞选手调整战术、提升技巧的同时, 提升人工智能的自我学习能力。电子竞技产业的巨大市场有利于推动新科技的迭代升级, 新科技的进步也可推进电子竞技产业的高质量发展。

其次, 电竞产业需要构建多层次的人才培养体系, 有利于促进就业。电子竞技产业链涉及面广, 上游集中在游戏研发领域; 中游包括赛事组织运营等方面; 下游面向受众, 包括俱乐部、选手、解说等, 现有学校所设专业无法满足市场需求。即便是开设电竞相关专业的高校, 依然面临着缺少师资等问题; 熟悉产业链需求的企业没有专门培训学生的时间精力。未来有望通过“校企合作”等方式培养具有策划、内容制作、赛事管理运营能力的全产业链复合型人才, 企业提供更符合电竞市场岗位需求的培养方案和实习机会, 学校帮助从业者通过从业资格考试和技能认定等相关工作, 建立多层次的电竞人才培养体系。

最后, 电竞产业在政策扶持下规范化发展, 将形成巨大市场。2015 年, 国家体育总局颁布了《电子竞技赛事管理暂行规定》, 为电子竞技产业发展提供政策支持与规范。2018 年雅加达亚运会, 电子竞技成为表演项目, 中国电竞队在王者荣耀国际版(AOV)、英雄联盟和皇室战争项目中取得两金一银的成绩。近年来, 人社部颁布了包括“电子竞技员”在内的 13 个全新的国家职业技能标准, 并在广东深圳等地试点首批“电子竞技员”的从业资格培训和技能认定工作。但有关

电子竞技运动员技术等级评定在注册年龄等具体细则上还有待进一步完善。在即将到来的 2023 年杭州亚运会上，电子竞技将首次成为正式竞赛项目，各国、各地区选手将在方寸屏幕间争金夺银。未来，仍需相关政策保驾护航，推动电竞产业向职业化、规范化方向发展。

电子竞技产业的蓬勃发展是大势所趋。相关部门和从业人员可以进一步正视电子竞技的产业价值，推动电竞产业健康有序发展，提升电竞产业在国际市场上的影响力。（经济日报）

【编辑：宋宇晟】

资讯来源：经济日报

资讯链接：<http://www.chinanews.com.cn/cj/2023/04-16/9990836.shtml>

第三章 经典案例分享

广州网易计算机系统有限公司诉深圳市迷你玩科技有限公司不正当 竞争纠纷案

一审：（2019）粤 03 民初 2157 号

二审：（2021）粤民终 1035 号

（一）案情

《Minecraft》（中文名：我的世界）是一款由瑞典 Mojang 公司于 2009 年开发的风靡全球的沙盒类游戏。2016 年 5 月，网易公司宣布获得该游戏在中国区域的独家运营权，有权针对任何知识产权侵权行为和不正当竞争行为进行维权。同月，深圳迷你玩公司在手机安卓端上线《迷你世界》，其后又陆续上线手机 ios 版及电脑版。2019 年，网易公司向深圳市中级人民法院提起诉讼，指控《迷你世界》多个游戏核心基本元素抄袭《我的世界》，两者游戏整体画面高度相似，构成著作权侵权及不正当竞争，诉请法院判令迷你玩公司停止侵权、消除影响、赔偿 5000 万元等。

（二）裁判结果

深圳中院一审认定《迷你世界》构成著作权侵权，判令迷你玩公司删除侵权游戏元素及赔偿网易公司 2113 万余元。随后，双方均不服，向广东高院提起上诉。

广东高院审理认为，两款游戏整体画面构成类电作品，即新著作权法的“视听作品”，但两者的相似之处在于游戏元素设计而非游戏画面，因此驳回网易公司关于著作权侵权的诉请。同时法院认为，《迷你世界》与《我的世界》在玩法规则上高度相似，在游戏元素细节上诸多重合，已经超出合理借鉴的界限。迷你玩公司通过抄袭游戏元素设计的方式，直接攫取了他人智力成果中关键、核心的个性化商业价值，以不当获取他人经营利益为手段来抢夺商业机会，构成不正当竞争。在赔偿数额的确定上，法院认为迷你玩公司作为侵权方，理应掌握经营所

得相关数据, 却无正当理由拒绝向法院提供, 应当承担不利推定的法律后果, 根据第三方平台显示《迷你世界》下载量、收入数据等优势证据, 综合多种方法计算均显示迷你玩公司侵权获利远超网易公司诉请赔偿数额, 遂全额支持其赔偿诉请。

（三）典型意义

本案中, 虽然《我的世界》游戏整体画面构成著作权法第三条规定的类电作品, 但其著作权保护范围不包括玩法规则层面的游戏元素设计, 不能以游戏元素的相似性直接推定游戏画面构成实质性相似。经比对, 两款游戏在视听表达上有较大差异, 故法院未支持网易公司有关游戏画面著作权侵权的诉请。

网易公司针对迷你玩公司整体抄袭游戏元素及相关行为提起不正当竞争纠纷之诉, 对该部分纠纷的审理并非扩展著作权保护范围, 而是基于另外的法律价值和目标, 考察其是否能给经营者带来独立的可保护利益, 该法益是否因其他经营者竞争行为受损, 以及评判被诉竞争行为是否具有不正当性, 进而综合认定迷你玩公司相关行为构成不正当竞争。

至于停止侵害责任, 综合考虑了沙盒类游戏特点、侵权内容比例、整改可能性等因素, 着重考虑玩家在游戏中可能享有的作品权利, 基于平衡双方当事人利益和保护玩家群体利益角度出发, 未支持网易公司要求《迷你世界》停止运营的诉请, 而判令迷你玩公司删除《迷你世界》侵权的 230 个游戏元素。据了解, 这是国内游戏侵权纠纷案件最高判赔数额。

案例来源: 广东省高级人民法院微博

案例链接:

<https://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404841573748965622>

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 23 名，顾问 1 名，干事 2 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
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
	朱刘飞	北京大成（深圳）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
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
杜春龙 北京市地平线（深圳）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后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