

《影视传媒法律资讯》
2025年6月号总第40期



影视传媒法律资讯

2025年6月号总第40期

目 录

行业资讯	1
1. 禁止强制捆绑——广电总局对互联网电视自动续费专项治理	1
2. 广西实施四大专项行动推动“微短剧+文旅”高质量融合发展	2
3. 爱奇艺首批自有数字资产对外开放，推动数字资产跨场景高效复用	3
4. 首个5000人以上大型营业性演出团体标准发布	5
5. 广东省影视产业政策推进落实座谈会举办，影视头部企业“聚力”广东	6
行业动态——案例分享	11
1. 刷刷短视频就能追完《狂飙》？——侵权短视频公司被判赔偿爱奇艺3000万元	11
2. 未经许可AI化使用他人声音，应承担人格权侵权责任——殷某某诉甲公司、乙公司等人格权纠纷案	12
3. 赵丽颖名誉权纠纷胜诉获赔8万，“黑粉”手写道歉信	13
4. 擅用他人肖像供用户“换脸”，应承担肖像权侵权责任——彭某某诉某软件运营公司肖像权纠纷案	14
5. 未经许可“AI换脸”，侵犯他人肖像权	15
影视传媒委简介	16
深圳市律师协会影视传媒法律专业委员会	16
组成成员及联系方式	16

行业资讯

1. 禁止强制捆绑——广电总局对互联网电视自动续费专项治理

近日，国家广播电视总局实施针对互联网电视自动续费服务的专项规范管理措施。此次治理聚焦用户反映较为集中的自动续费“扣费前无提醒”“取消流程复杂”“投诉渠道不畅”等痛点问题，通过规范服务规则，全面优化互联网电视消费体验，在巩固治理电视“套娃”收费工作的基础上，构建更加公平、透明、便捷的互联网电视服务生态。

一、全面保障用户知情权：严控默认勾选，禁止强制捆绑

根据国家广播电视总局规定，互联网电视集成机构在提供自动续费服务时，必须严格遵循“用户主动选择”原则，禁止通过隐藏条款或强制捆绑其他服务的方式诱导用户开通。严格谨慎使用默认勾选“自动续订”功能，用户在首次订阅含自动续订服务的视听产品时，需通过二次确认的方式明确表达同意意愿，才可以进入支付环节。

过去，部分平台将自动续费选项隐藏在冗长的服务协议中，导致消费者在不知情的情况下被连续扣费，此次治理工作明确要求运营方将选择权交还用户，任何未经用户明确授权的自动续费行为均属违规。

二、告别“被动扣费”：续费前显著提醒，消费更可控

针对用户反映的自动续费“扣费前无提醒”“取消流程复杂”问题，新规定明确要求：互联网电视集成播控平台在用户自动续费前5日，通过短信、APP推送、服务号信息等多种渠道发送扣费提醒，且提醒内容需包含续费产品名称、扣费金额、服务周期等关键信息，确保用户准确识别续订的产品信息。

目前，大部分互联网电视集成平台已做到在续费前规范提醒，用户如不再需要继续使用服务，可以按照提示关闭所订购的自动续费服务。

三、设立相关投诉入口：诉求直达处理，响应提速

为解决用户反映的“投诉渠道不畅”问题，新规定要求互联网电视集成平台将“自动续费投诉”入口置于客户服务受理的一级菜单中，确保用户快速提交诉求，及时得到响应。

此前，国家广播电视总局为更好倾听人民群众意见建议，进一步巩固提升治理电视“套娃”收费和操作复杂工作成果，也公布了“双治理”工作用户投诉渠道。

此次自动续费服务治理工作的推进，是广电总局巩固、深化、拓展、提升治理电视“套娃”收费工作，坚持以用户为中心，通过制度设计引导行业回归服务本质的重要实践，凝聚了多部门与行业企业的共同努力。用户可自由选择是否开通自动续费，且随时可以取消续费服务，最终受益的是广大消费者。未来，相关部门将持续加强动态监管，推动更多便民举措落地，让大屏消费更加省心。

来源：国家广播电视总局

https://www.nrta.gov.cn/art/2025/6/16/art_114_70932.html

2. 广西实施四大专项行动推动“微短剧+文旅”高质量融合发展

近日，广西壮族自治区广播电视局、自治区文化和旅游厅联合印发《2025年“微短剧+文旅”融合发展专项行动方案》，通过实施开展“四大行动”，到2025年底实现创作“微短剧+文旅”作品超过100部，广西微短剧产业总收入超过50亿元，推出一批现象级微短剧作品，带动打造一批现象级景点（景区），推动“微短剧+文旅”生态全面升级。

一是实施精品创作行动，塑造“微短剧+文旅”新品牌。深挖民族文化、红色资源以及文化IP资源优势，建立特色题材库，举办“三月三”微短剧大赛、中国—东盟微短剧大会等系列创作活动，通过吸引头部企业来桂设立基地，鼓励知名编导、演员参与创作等方式培育优质创作团队，引导围绕旅游、民俗、美食等主题开展创作，推动山水文化IP和“一城一味”IP可视化，形成“微短剧+文旅”创作长效机制。此外，与抖音、快手、微博等主流网络视听平台合作建立常态化微短剧宣介机制，塑造广西“微短剧+文旅”新品牌。

二是实施场景打造行动，构建“微短剧+文旅”消费新模式。构建“1+N”拍摄体系，建设1个核心基地和多个AI摄影棚，在重点景区建设微短剧拍摄基地，构建“摄影棚+外景”现代化体系。创新推出“跟着微短剧去旅行”等体验项目，开发实景打卡、沉浸式剧本游等新业态，推出剧中同款美食、文创衍生品，打造“广西有礼”品牌。依托中国—东盟人工智能创新中心，搭建AI公共服务平台，

优化剧本创作、场景生成及多语言翻译，助力微短剧高效“出海”。鼓励企业建立 AI 实验室，推动技术创新，对高新技术企业给予政策支持。

三是实施全媒体传播行动，助力“微短剧+文旅”融合发展。线上积极推动红果短剧有关项目落地广西，联合抖音、快手等平台打造网红打卡点，推出特色线路攻略，发起“跟着微短剧游广西”话题，开展“最美微短剧”评选活动，并着力推动微短剧登陆央视、省级卫视及 OTA 平台。在线下举办主创见面会等活动，开发“微短剧拍摄地情缘”主题旅游线路，将点击量转换为客流量。建设面向东盟的译制传播平台，推进合拍计划，推出华侨题材微短剧，定制类型作品开拓欧美、中东等国际市场，支持开发境外微短剧 APP，借助海外社媒精准营销。

四是实施服务企业行动，扶持“微短剧+文旅”产业发展。重点培育“专精特新”微短剧企业，建设以南宁为中心的东盟微短剧产业核心区，打造微短剧广西审核中心、拍摄中心、宣推中心三大功能平台。整合“秀甲天下·拍在广西”影视拍摄服务中心、“一键游广西”等资源，提供场地协调、设备租赁、生活保障等一站式服务，打造微短剧全产业链综合服务体系。统筹文旅发展专项资金和广电网络视听项目资金，争取“文旅贷”等金融支持，支持将微短剧拍摄基地、人工智能综合摄影棚、微短剧创作等项目纳入自治区政府重点项目，实现从创作到出海的全链条扶持。

来源：中国网络视听节目服务协会

http://www.cnsa.cn/art/2025/6/5/art_1955_47083.html

3. 爱奇艺首批自有数字资产对外开放，推动数字资产跨场景高效复用

近日，爱奇艺数字资产库与 3D 数字资产交易平台 CG 模型网达成重要合作，“唐代建筑-洛阳城”等高质量 3D 数字资产包将在 CG 模型网进行独家授权售卖。在探索数字资产商业化之路上，爱奇艺迈出重要一步。

首批上线的“唐代建筑-洛阳城”3D 数字资产包了以宫殿为主的超过 40 组高精度模型，同组资产有 OBJ、Blender、UE 三种格式，并同时包含两种 PBR 标准工作流贴图：金属度/粗糙度（Metallic/Roughness），可以满足影视、游戏、虚拟制作与 VR 虚拟现实等多场景的内容制作需求。根据规划，年内还将有更多高质量数字资产陆续上线。

影视行业虚拟制作技术普及，游戏、VR/AR等跨场景内容的创作使得市场对高精度、高还原度的影视级数字资产需求激增。在实际制作中，无需重新设计、开发，适合多场景复用高精度数字资产可以显著减轻视效前后期工作量，在保证效果的前提下让制作周期与成本更可控。据刚刚发布的爱奇艺2025年一季度财报披露，《南部档案》等多部爱奇艺自制剧已规模化复用库内数字资产，大幅缩短了制作周期。剧集《大梦归离》中的“观象台”场景则已经被开发为Apple Vision Pro中的沉浸式观影环境。

爱奇艺副总裁、制片管理中心总经理刘宇宁表示，开放自有数字资产有助于爱奇艺增强与内容行业从业者们的交流合作。后续爱奇艺还将基于数字资产跨场景复用的核心需求，不断完善提升爱奇艺数字资产库的运营方式，为内容行业带来源头活水，推动制作环节的提质增效。

作为国内最早涉足这一领域的内容平台，爱奇艺近年来对虚拟制作、影视工业化持续投入，实现影视虚拟制作从0到1，从1到多的量产实践的同时，建设了数字资产服务平台“爱奇艺数字资产库”。爱奇艺数字资产团队不仅甄选了传统三维技术所生产的优质资产，还应用了AI、三维扫描等多样前沿技术，更加高效的持续扩充优质数字资产的积累。爱奇艺数字资产库已经汇集了三维模型、超高清HDR空镜视频、三维数据等多类数字资产超万套，涵盖角色、建筑、道具、场景等多类模型。

目前，爱奇艺已经跑通优质资产在影视、动漫、游戏、实景娱乐等多业务场景下复用的流程，为降本增效和娱乐内容的体系化开发提供了显著的推动力。此次开放的“唐代建筑-洛阳城”资产包，正是依托爱奇艺专业的数字资产制作能力，以历史考据为基础，还原盛唐风貌，数字资产模型涵盖亭、台、楼、阁等多种建筑样式，可广泛应用于影视虚拟场景搭建、游戏地图开发以及文旅数字化项目。

通过整合爱奇艺数字资产库的优质资源、完善版权保护体系，爱奇艺将与业界伙伴携手打通高质量数字资产的规范化流通链路，让数字资产跨场景复用更便捷，加速数字内容工业化的进程。

来源：中国网络视听节目服务协会

http://www.cnsa.cn/art/2025/6/4/art_1955_47066.html

4. 首个 5000 人以上大型营业性演出团体标准发布

近日，中国演出行业协会正式发布《大型营业性演出活动运营服务要求》团体标准。该标准针对观众人数在 5000 人（含）以上的营业性演出活动，这是演出行业首个关于大型营业性演出运营规范的标准，具有重要行业指导意义。

依据《营业性演出管理条例》《营业性演出管理条例实施细则》《文化和旅游部 公安部关于进一步加强大型营业性演出活动规范管理促进演出市场健康有序发展的通知》等法规和政策文件，中国演出行业协会在相关主管部门指导下，组织大型演出运营、票务、场馆等相关会员单位深度参与标准研制工作。同时，邀请行业专家与标准化专家对标准文本进行专业研讨，并在行业内经广泛征求意见、反复修改完善，最终形成并发布标准。

以演唱会音乐节为代表的大型演出市场热度居高，且不断呈现下沉趋势，是繁荣文旅产业的重要发力点。大型演出运营流程复杂、专业性强，涉及多方经营主体，对参与各方的专业能力提出较高要求。在此形势下，以标准凝聚行业共识，切实提升市场主体运营服务水平尤为迫切。此次发布的《大型营业性演出活动运营服务要求》，涵盖大型营业性演出活动术语和定义，从项目运营、场地管理、现场管理、配套服务以及评价与建议等多方面，针对大型演出项目运营实际情况，细化大型演出项目运营要求，着力解决实操难题。

《大型营业性演出活动运营服务要求》团体标准，系统梳理大型营业性演出活动的运营流程，细化各环节主要工作内容与安全注意事项。这一标准既为市场运营主体提供了明确的从业依据，也为各地主管部门制定规范行业管理、推动行业发展的相关政策提供了重要参考，将有力推动大型营业性演出市场规范、有序发展。

来源：中国新闻出版广电报

<https://www.capa.com.cn/#/index/NewsDetail?activeName=团体标准&id=1929723996209741825>

5.广东省影视产业政策推进落实座谈会举办，影视头部企业“聚力”广东

6月19日，广东省影视产业政策推进落实座谈会在广州举行。

这是继上个月广东出台文化产业高质量发展“政策包”，发布“广东影视政策15条”后，广东再度释放推进影视产业政策落地、优化产业生态的强力信号。

释放利好，吸引优质项目留在广东

日前，广东释放了全国领先的影视政策红利。5月22日，广东在深圳文博会首日发布“广东影视政策15条”，该“政策包”从构建全链条扶持体系，开拓产业发展格局，打造广州、深圳“双核”驱动的环珠江口影视产业带，深化粤港澳协同发展等方面，为电视剧创作提供从本土文化挖掘到国际传播推广的系统性保障。

“政策包”发布以来，广东持续从创作机制、影视协拍服务等方面打造“标杆”，为影视企业在广东创作生产提供全流程、全方位“护航”。吸引越来越多业内顶尖企业将优质项目、创新理念和核心技术带到广东、留在广东。

一是通过打造长期稳定的创作机制，促进影视产业可持续发展。未来，广东将以“五年百部文艺精品”创作规划为主要抓手，每季度开放选题申报通道，为企业提供从创意孵化到拍摄制作的“跟踪式”服务；通过“一年一度好剧论坛”搭建行业交流平台，组织创作人才与制作单位、播出平台、发行机构深度对接；通过“选题征集—入库孵化—跟踪推进—成果转化”的创作服务闭环，支持影视企业在广东实现社会效益与经济效益的双赢。

二是通过构建全省影视协拍服务平台，打造全国标杆的服务体系。该平台构建了覆盖全省的“1+21”省市联动服务网络，制定标准化服务流程，联动横琴、前海、南沙、河套等重大合作平台的政策优势，打造从选题策划到落地拍摄的全周期服务链条。

与会行业头部企业代表纷纷表示，广东经济活跃、要素齐备，是头部影视企业战略布局的理想之地。广东深厚的历史底蕴、多元包容的文化，为影视创作提供了取之不尽的灵感源泉。广东拥有得天独厚的拍摄条件，佛山南海影视城、中

山影视城等影视拍摄基地，在特效制作、道具研发、场景搭建等领域具备全国领先的实力，让广东成为影视制作的理想之地。

打造标杆，构建“大湾区故事”品牌集群

随着“政策包”的发布和配套措施的落地，广东以“打造全国标杆”的雄心、“弯腰实干”的诚意，正吸引越来越多业内顶尖企业将优质项目、创新理念和核心技术带到广东、留在广东。

据了解，广东将与国内顶尖影视企业、制作机构、播出平台携手，深耕主题创作、打造时代影视精品；联手打造品牌 IP，实现商业价值转化；资源互补，共促产业提质升级等，打造影视创作“全国标杆”。

当前，中国电视剧已迈入“以质竞优”的精品化时代。广东将凝聚创意力量，围绕香港回归祖国 30 周年、改革开放 50 周年等重要时间节点，紧扣粤港澳大湾区建设、“百千万工程”等重要主题，聚焦人工智能、绿色发展等前沿领域，推动创作更多兼具岭南特色与国际视野的影视作品。目前，《东江纵队》《英歌》《深圳警察》等一批项目已列入重点项目规划。

广东将携手各方，开发具有鲜明辨识度的影视 IP，构建响亮的“大湾区故事”品牌集群。大湾区具备人才、场景、资本、市场及辐射全球的发行网络优势，广东将高效整合资源，推动优质 IP 从孵化、制作到传播、衍生开发的全链条价值释放，让“好故事”变成“好生意”，形成强大的市场竞争力与持久的品牌影响力。

伴随政策红利的加速释放、“全链条赋能”效应的不断叠加，“政策包”引发行业磁场效应，让“来广东拍影视”成为新风向。

与会企业代表纷纷表示，要把广东视为深耕创作的主阵地，将合作项目从影视内容创作，延伸到产业园区共建、先进技术应用、全产业链构建等更多更广阔的领域，携手广东推动影视产业向高技术、高效率、高附加值迈进，实现从“影视资源大省”向“影视产业强省”的跨越，共创粤港澳大湾区影视产业发展新未来。

来源：中华人民共和国国家互联网信息办公室

https://www.cac.gov.cn/2025-06/10/c_1751286527160895.htm

影视传媒法律资讯

行业动态——案例分享

1. 刷刷短视频就能追完《狂飙》？——侵权短视频公司被判赔偿爱奇艺3000万元

近日，南通市中级人民法院发布了一起关于某短视频公司运营的APP出现大量与《狂飙》有关的短视频的侵权案件。

爱奇艺公司作为《狂飙》出品单位之一，独家享有该剧信息网络传播权、广播权等知识产权。2023年1月该剧热播期间，爱奇艺公司发现某短视频平台APP设置“狂飙”话题，提供大量相关视频。截至2023年3月5日，该话题作品下作品达45.3万个，累计播放量116亿次。同时，平台“热门”和“分类”栏目中设有“综合-影视”专区，含《狂飙》直播及回放选项，取证直播及回放共1100个，总观看量超40万人次。爱奇艺公司遂向南通市中级人民法院提起诉讼，请求某短视频公司立即停止侵权并赔偿经济损失以及合理费用共计3000万元。

南通中院经审理认为，《中华人民共和国著作权法》第四十八条规定，未经著作权人许可，复制、发行、表演、放映、广播、汇编、通过信息网络向公众传播其作品的，应当根据情况，承担停止侵害、赔偿损失等民事责任。

本案中，根据爱奇艺公司提供的公证书等证据，某APP中出现大量与《狂飙》有关的短视频，少数甚至已超出短视频范畴且均非简单的剧评，而是对电视剧《狂飙》具体情节的剪辑，部分视频仅是将涉案作品完整剧集分割成段落上传于视频网站。法院认为，上述短视频对涉案作品部分内容具有替代性，已超出合理使用范畴，系侵权视频。某APP通过设置话题及相应内容板块等行为，对其平台上涉及的《狂飙》视频进行了编辑、整理，吸引网络用户关注和浏览，使公众可以通过某APP在其选定的时间和地点获取上述视频，而上述行为均未取得爱奇艺公司的许可，故应认定系对涉案作品信息网络传播权的侵害。

综合考量案涉作品知名度及商业价值、被告侵权情节及侵权规模、平台规模、性质及获益等因素，南通中院认定某短视频公司侵权所获收益已超过法定赔偿的

最高限额，本案应适用裁量性赔偿，最终判决全额支持爱奇艺公司3000万元的诉讼请求。某短视频公司对一审判决不服，向江苏高院提起上诉。江苏高院经审理维持了原判。

来源：南通市中级人民法院

<https://zy.ntfy.gov.cn/article/detail/2025/06/id/8860974.shtml>

2. 未经许可 AI 化使用他人声音，应承担人格权侵权责任——殷某某诉甲公司、乙公司等人格权纠纷案

【基本案情】殷某某曾为甲公司录制录音制品。甲公司将该录音制品的音频提供给乙公司使用。乙公司以该音频为素材进行 AI 化处理后形成软件产品，该产品使任意文字内容都可以以殷某某的声音展现出来。乙公司将该产品对外出售。丙公司购买该软件产品后，又包装成自有软件产品提供给用户使用。后来，殷某某发现一些短视频平台用户发布的视频中使用的是基于自己声音制作的配音。经查，上述视频中的配音来源于丙公司的软件产品。殷某某并未授权上述任何公司将自己的声音或音频 AI 化。殷某某诉至法院，请求判令乙公司、丙公司立即停止侵权、赔礼道歉，以上三个公司连带赔偿损失共计 60 万元。

【裁判结果】审理法院认为，殷某某声音权益及于涉案 AI 声音。自然人声音具有独特性、唯一性、稳定性，能够给他人形成或引起一般人产生与该自然人有关的思想或感情活动。利用 AI 合成的声音，如果能使一般社会公众或者相关领域的公众根据音色、语调和发音风格，关联到该自然人，可认定为具有可识别性。甲公司、乙公司、丙公司未经殷某某许可 AI 化处理其声音，构成对殷某某声音权益的侵害，应承担相应法律责任。对于殷某某的停止侵权、赔礼道歉请求，依据民法典相关规定，乙公司、丙公司相关产品已下架，故停止侵权请求已经实现；因乙公司、丙公司实施了侵害声音权益的行为，殷某某主张赔礼道歉的具体方式与乙公司、丙公司侵权行为的具体方式和造成影响范围相当，依法应予支持。对于殷某某的赔偿请求，甲公司、乙公司未获得合法授权，AI 化利用殷某某声音，具有过错，应承担赔偿责任；丙公司对乙公司软件产品未获授权一事并不知情，且其通过合理价格购买相关产品，对相关产品存在合法授权有合理信赖，不

存在主观过错，无需承担赔偿责任。人民法院综合考量侵权情节、同类市场产品价值、产品播放量等因素，对殷某某损失数额酌定为25万元。最终判决：乙公司、丙公司向殷某某赔礼道歉，甲公司、乙公司连带赔偿损失25万元。

【典型意义】声音作为一种人格权益，具有专属性，任何自然人的声音均应受到法律保护。实践中，声音被收集、合成、制作、模仿甚至篡改的现象较为普遍，这对声音权益的保护提出挑战。随着网络、AI等信息技术快速发展，声音作为人格权益予以保护显得更加必要。民法典人格权编首次以立法形式保护声音权益，明确参照适用肖像权的规则保护自然人的声音，体现了对人格权益的全面尊重和保护。本案中，人民法院按照民法典的规定认定甲公司、乙公司、丙公司构成侵权并判令承担相应侵权责任，彰显了声音的人格属性，有利于提升人格权全面保护的意识和水平。

来源：中华人民共和国最高人民法院

<https://www.court.gov.cn/zixun/xiangqing/467631.html>

3. 赵丽颖名誉权纠纷胜诉获赔8万，“黑粉”手写道歉信

6月16日，赵丽颖代理律师通过新浪微博公开赵丽颖诉王某某名誉权纠纷一案裁判结果，法院认定被告王某某在其哔哩哔哩弹幕网账号“诡**言”（UID: 174****745）主页置顶位置发布向原告赵丽颖致歉的声明，置顶登载时间不少于90日，相同版本的致歉声明还应在《人民法院报》刊登；并赔偿原告赵丽颖精神损害抚慰金及维权成本共计人民币80000元。

据悉，2024年8月至2024年12月，被告王某某使用涉案哔哩哔哩弹幕网账号公开发布针对赵丽颖女士的侮辱、诽谤性质视频，涉嫌侵犯赵丽颖女士的合法权益。法院经审理后认为，名誉权是民事主体依法享有的权利，任何组织和个人不得以侮辱、诽谤等方式侵害他人名誉权。被告所发视频面向不特定受众，相关内容贬损原告的公众评价，是对原告职业形象的破坏，对原告的名誉权构成明显侵害，应当依法承担侵权责任。

截至2025年6月16日，被告王某某已在《人民法院报》及涉案哔哩哔哩弹幕网账号公开刊登、发布致歉声明，向赵丽颖女士公开致歉。

来源：光明网

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1835129622395136832&wfr=spider&for=pc>

4. 擅用他人肖像供用户“换脸”，应承担肖像权侵权责任——彭某某诉某软件运营公司肖像权纠纷案

【基本案情】某软件运营公司开发运营一款软件，用于供付费会员使用他人的照片进行面部替换（俗称“换脸”），进而生成面部为该他人的作品。该公司未经彭某某同意，自行在软件中上架彭某某的肖像供会员“换脸”并牟利。彭某某认为其肖像权受到侵害。彭某某诉至法院，请求判令某软件运营公司赔礼道歉、赔偿损失共计5万余元。

【裁判结果】审理法院认为，自然人的肖像权受法律保护。未经自然人同意，他人不得制作、使用、公开自然人的肖像。自然人的肖像权受到侵害的，有权要求停止侵害、消除影响、赔礼道歉，并可以要求赔偿损失。某软件运营公司未经彭某某授权同意，以营利为目的使用含有彭某某肖像的照片、视频，侵害了彭某某的肖像权，应承担相应民事责任。最终判决：某软件运营公司向彭某某赔礼道歉并赔偿损失3千元。

【典型意义】当前，信息技术迅猛发展，AI技术在一定程度上代表和领航新兴技术发展的方向。一方面，AI技术驱动的产业形态和经营模式不断涌现，为经济增添了新的引擎，注入了强劲活力。另一方面，也要注意防止技术无序发展、向害发展。本案中，某软件运营公司利用AI技术供用户“换脸”，构成侵权。而且，随着这类软件逐步增多，客观上会加大个人肖像权受侵害的范围和程度。该公司未经他人许可使用他人肖像进行商业经营，直接侵害了他人的肖像权，应当承担相应民事责任。本案裁判结果提示相关主体在开发和应用AI技术时，必须遵守相关法律法规，尊重并保护个人肖像权等人格权益。

来源：中华人民共和国最高人民法院

<https://www.court.gov.cn/zixun/xiangqing/467631.html>

5. 未经许可“AI换脸”，侵犯他人肖像权

近日，郑州市上街区法院发布了一起“AI换脸”侵犯肖像权的案件。

吴某系具有一定知名度的网络视频创作者、博主，在抖音、快手、微博等平台拥有较高的人气，其肖像具有一定的辨识度和商业使用价值。某科技公司在未经吴某许可的情况下，在其运营的一键制作AI换脸特效视频APP中，将吴某的肖像视频上传为模板，大量使用吴某的艺术照片，诱导不特定的抖音用户以会员充值的方式进行营利活动。吴某发现侵权行为后通过司法联盟链申请办理数据保全公证，调取固定某科技公司的侵权证据，并以某科技公司侵害其肖像权为由诉至法院。

法院审理认为，肖像是通过影像、雕塑、绘画等方式在一定载体上反映的特定自然人可以被识别的外部形象。自然人的肖像权受法律保护，未经肖像权人同意，不得制作、使用、公开肖像权人的肖像。行为人因过错侵害他人民事权益造成损害的，应当承担消除影响、恢复名誉、赔礼道歉等民事责任。本案中，某科技公司未经吴某授权或同意，在其运营的APP中上传使用吴某的肖像作品，并以此进行营利活动，侵犯了吴某的肖像权。法院综合考虑吴某的社会知名度、某科技公司的过错程度、侵权行为持续的时间、范围及影响力、获利等因素，判决某科技公司在其运营的APP首页显著位置连续15日发布致歉声明，并赔偿吴某经济损失、合理维权费用及精神损害赔偿金。

来源：豫法阳光

影视传媒委简介

深圳市律师协会影视传媒法律专业委员会

律协各专业委员会是律协理事会根据律师业务的发展情况设置的负责组织会员进行学习和交流，指导律师开展业务活动的机构。其宗旨是发动会员积极学习专业知识，提高律师业务素质和服务水平，拓展律师业务领域，促进律师专业化分工，增强深圳律师的整体实力。

根据深圳市律师协会第十一届会长会、理事会审议通过，市律协设立66个专业委员会，影视传媒法律专业委员会是其中之一，本委员会致力于提高律师影视传媒法律服务水平，拓展影视传媒业务领域，撰写有关影视传媒法律专业论文，积极参与人大、政府的影视传媒法律领域重要法律法规和司法解释的征求意见工作。

组成成员及联系方式

主任：刘玉红（盈科所）

副主任：李静仪（星辰所）、张旭（万商天勤所）

秘书长：蔡晓瑜（连越所）

副秘书长：蒋艳（信达所）、冯云鹏（辰讯所）

委员：王丹丹（京师所）、石广璐（泰和泰所）、朱洲（鹏浩所）、李文建（厚道所）、杨小丽（中闻所）、张萍（知恒所）、孟昕（嘉得信所）、袁韶浦（华商所）、刘鹏云（泰和泰所）、李露欢（君泽君所）、黄丹丹（深湾所）、张颖（金诚同达所）、余涛（锦天城所）、彭英武（道可特所）、胡绵惠（邦燊所）、容文豪（辰耀所）、杨博（数科所）、何世琳（德恒所）、冯利（广和所）、梅树玮（德和衡所）、萧璐（泰和泰）、谭笑添（德恒）

干事：朱小环（中闻所）、陈雅馨（万商天勤所）、谢新乐（盈科所）

——本资讯由深圳市律师协会影视传媒法律专业委员会搜集整理（相关著作权归原权利人所有）

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：

gdlycxy@163.com (蔡晓瑜律师)

影视传媒法律资讯