



为知识产权保护提供有力法治保障

法治观察

立法、司法共同发力, 积极回应社会关切, 完善维护权利人正当权益的机制和措施, 加大对侵权者的惩治力度, 传递出保护激励创新发展的积极信号

威利

5月31日下午, 最高人民法院举行了互联网十大典型案例发布会。最高人民法院民三庭负责人在发布会上表示, 发布这些案例的主要目的在于, 打击互联网侵犯知识产权犯罪, 遏制互联网侵权行为, 保障互联网经济健康有序发展。6月1日, 新修订的著作权法开始实施, 这也标志着知识产权保护再升级。

保护知识产权就是保护创新。早在2019年, 中办、

国办印发的《关于强化知识产权保护的意見》就强调, 要不断改革完善知识产权保护体系, 综合运用法律、行政、经济、技术、社会治理手段强化保护, 促进保护能力和水平整体提升。立法、司法共同发力, 积极回应社会关切, 完善维护权利人正当权益的机制和措施, 加大对侵权者的惩治力度, 传递出保护激励创新发展的积极信号, 引发了公众热议和点赞期待。

这次发布的十个典型案例中, 有多个涉及知识产权, 这让全社会真切感受到了司法机关捍卫创新成果的力度和信心。比如, 陈力等侵犯著作权罪案, 这是一起境内外人员分工合作, 以境外服务器为工具, 专门针对热门影视作品, 通过互联网实施跨境侵犯著作权罪的典型案例。法院在判决中对“信息网络传播行为”, 海量侵权案件中“未经著作权人许可”作出了准确认定, 对八名被告人均判处实刑并处追缴违法所得, 特别是处以财产刑, 彰显了严厉制裁涉网侵犯知识产权犯罪、严格保护知识产权的坚定决心。值得期待的是, 典型案例发布后, 各地司法机关对知识产权犯罪的打击治理力度, 必然会随之加大, 这有利于惩戒震慑知识产权违法犯罪, 维护风清气正的市场秩序。

近年来, 我国深入实施国家知识产权战略, 实行严格的知识产权保护制度, 法律法规日趋完善, 司法执法力度不断加大, 但在实践中仍存在维权“举证难、赔偿低、周期长”等现象, 尤其是互联网领域侵权发生快、隐蔽性强、证据易灭失, 取证难题严重阻碍了权利人维权。令人欣慰的是, 这次发布的典型案例, 在彰显公平正义的同时, 也探索建立完善了符合信息时代知识产权案件特点的诉讼证据规则, 着力为权利人解决好维权的操心事、烦心事、揪心事。如杭州华泰一媒文化传媒有限公司诉深圳市道同科技发展有限公司侵害作品著作权案, 系全国首次对区块链电子存证的法律效力进行认定的案件; 咪咕数字传媒有限公司与济南众佳知识产权代理有限公司侵害作品著作权纠纷案的判决, 则肯定了符合民事诉讼取证要求的第三方电子证据服务平台取证的证据效力。随着上述典型案例的发布, 信息化时代下的网络诉讼规则得到了进一步完善, 权利人取证手段更加丰富, 这必将有效降低权利人取证难度, 激发权利人维权主动性, 有利于形成令人期待的良好循环。

新修改的著作权法在加大知识产权保护力度之

余, 同样不乏新亮点。比如, 健全完善了侵权损害赔偿制度, 加大对侵权行为的惩罚力度, 新著作权法规定, 对于侵权行为情节严重的, 可适用赔偿数额一倍以上五倍以下的惩罚性赔偿; 将法定赔偿上限由50万元提高到500万元。又如, 新增“视听作品”类型, 积极呼应信息时代著作保护的需求。此外, 新著作权法还调整了对侵权损失的举证责任, 在侵权人掌握相关账簿、资料而拒不提供, 或提供虚假账簿、资料的情况下, 减轻权利人的举证责任, 降低维权成本等等。相信新著作权法的施行, 定能有力调动权利人主动维权的积极性, 保护创新热情, 彰显法律威严。

知识产权保护工作关系国家治理体系和治理能力现代化, 关系高质量发展, 关系人民生活幸福。期待各级司法机关以新著作权法实施为契机, 以典型案例为指引, 积极探索符合知识产权法规的新规则, 新机制, 完善刑行衔接制度, 积极构建共建共治共享工作格局, 更加有力地保护品牌, 保护创新, 保护公平, 在全社会营造尊重知识、崇尚创新、诚信守法的良好法治氛围, 为推动知识产权保护工作高质量发展提供强有力的司法保障。

技术中立并非侵犯公民个人信息挡箭牌

法律人语

夏伟

近日, 上海市浦东新区人民法院审理了一起侵犯公民个人信息罪案件, 被告人刘某、黄某等8人被判处有期徒刑三年, 缓刑三年至有期徒刑一年, 缓刑一年不等, 并各处罚金3万元至1万元不等。据媒体报道, 刘某等人均为上海某信息科技公司员工, 该公司在没有取得国家有关部门批准的情况下, 有悖为其客户提供个人信息查询服务。据刘某等人供述, 公司获取相关个人信息的来源主要有两个: 一是从上游公司购买; 二是利用“爬虫”技术爬取各类网站、社保、公积金、手机App等网络上的个人信息, 然后经过整合储存在公司租赁的服务器内, 供客户查询, 违法所得共计1750余万元。

此案是当前利用技术手段获取个人信息, 实施违法犯罪的典型案例。近年来, 一些科技企业以风控、提供征信服务等名义利用网络爬虫技术获取个人信息, 或者在网络上爬取公开的碎片化信息之后, 再利用技术手段将这些碎片化信息重新组合为个人信息, 为其客户提供有偿查询等服务。司法实践中, 关于上述行为的定性一直存在较大争议, 争议的焦点在于, 上述行为究竟只是中立技术的一种应用方式, 还是可能涉嫌违法犯罪?

所谓网络爬虫, 是指按照一定的预设规则, 自动抓取互联网上相关信息的程序或者脚本, 它与互联网的迭代发展息息相关。比如, 人们熟知的百度等搜索引擎, 就是以网络爬虫作为关键底层技术来实现搜索的精准性和广覆盖性。从形式上看, 网络爬虫技术具有中立性, 借助这项技术可以实现数据资源的流通共享。但从实质上看, 技术本身的中立性不能证明该技术使用行为的中立性, 未经授权而利用网络爬虫技术爬取个人信息的行为不仅非中立, 而且具有极大的侵害性, 特别是在网络空间雪球效应的叠加影响下, 个人信息不当泄露的危害性将被无限放大, 并严重损害当事人的合法权益。因此, 这类行为本质上是技术中立之名行违法犯罪的实质, 侵犯了个人信息权益, 情节严重的还可能构成刑事犯罪。

根据我国现行法律法规的规定, 对于利用网络爬虫技术爬取个人信息行为是否涉嫌违法犯罪, 主要看两点: 一是个人信息的爬取是否符合法律规定。例如, 根据民法典的规定, 经过权利人同意而处理其个人信息的, 属于合理使用的情形, 不承担民事责任。因此, 如果某科技公司爬取个人信息时经过了权利人的同意, 则这种行为属于合法行为, 当然也不构成刑事犯罪。反之, 如果未经权利人同意而随意爬取个人信息的, 则属于违法行为, 情节严重的, 还可能构成刑事犯罪。二是利用爬虫技术爬取个人信息时是否突破了他人设置的技术保护措施。有的公司为了保护存储在服务器内的数据, 通常会以防火墙、加密程序等方式阻止网络爬虫, 这就是技术保护措施。在司法实践中, 技术保护措施通常被视为保护数据安全的计算机信息系统, 因此, 突破技术保护措施而爬取个人信息的行为, 还可能构成非法获取计算机信息系统数据罪、破坏计算机信息系统罪等犯罪。

值得注意的是, 如果行为人利用爬虫技术获取网络上公开的碎片化信息之后, 重组为个人信息, 再出售、提供给他人, 应当如何定性? 一般而言, 利用爬虫技术获取网络上公开的碎片化信息, 并不违法。但是, 如果将这些碎片化信息进行重组, 增加其可识别性, 使其成为法律意义上的个人信息, 再出售、提供给他人, 则可能涉嫌违法犯罪。根据2017年5月最高人民法院、最高人民检察院发布的《关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释》第一条的规定, 个人信息的核心是可识别性, 将网络上获取的碎片化信息进行重组, 使之能够反映他人身份或者反映他人活动情况, 这样的信息本质上就是个人信息。此时, 如果再随意出售、提供给他人, 情节严重的, 就会构成侵犯公民个人信息罪。

技术中立并非侵犯公民个人信息的挡箭牌。对于网络爬虫技术, 我们也要看到它对信息资源流通共享的不可或缺性, 也要意识到它的滥用对个人信息权益造成的严重侵犯。科技企业在使用网络爬虫技术的过程中, 需要严格遵守现行法律法规, 遵循爬虫技术规则, 尊重爬虫对象设置的技术保护措施。唯有如此, 才能在法治逻辑下使网络爬虫回归技术本质, 推动整个行业健康有序发展。

(作者单位: 中国政法大学刑事司法学院)

涉未成年人“两法”如何保护“少年的你”

热点聚焦

王美丽

“河北那12岁学生遭多次殴打造成左肾积水”“河南濮阳男生被扇耳光、脚踹并下跪道歉”……近年来, 校园欺凌事件在多地被屡屡曝光, 电影《少年的你》更是真实反映了这一现象, 校园欺凌已经成为威胁校园和学生安全的突出问题, 并受到社会广泛关注和担忧。

校园欺凌是一个屡禁不止的世界难题。今年6月1日, 新修订的未成年人保护法, 预防未成年人犯罪法(下称“两法”)开始施行, 教育部也发布了《未成年人学校保护规定》(下称《规定》), 这些都为预防和防控校园欺凌问题奠定了法治基础。对校园欺凌进行专项治理或专门立法是国外通行的做法, 如美国、日本、英国等均进行立法规制。此前我国也陆续出台了相关制度和规定, 如《关于开展校园欺凌专项治理的通知》(加强中小学生学习欺凌综合治理方案)《防范中小学生欺凌专项治理行动工作方案》等一系列政策文件, 都对校园欺凌治理发挥了积极防控效果。

但现实中, 校园欺凌的发现、认定、处理等过程依然存在概念不清、制度不全、预防不到位、协同能力不足、防治效果不佳等问题。这些问题必须通过立法才能加以明确和解决, 因为只有通过现行法律进行治理才是最理性和现实的根本路径, 也可以避免以往治理中“宽容”与“纵容”混淆不清的实践误区。

图说世象

近日, 有媒体报道, 江苏的林女士花近三十万元在劳力士专柜购买了一块女表, 不久后表却出现了明显的走时误差, 手表不准时可以被明显地鉴定, 李女士发现自己买的是2009年的库存表。面对询问, 专柜销售称, 品牌方认为客人没有权利知道手表的生产日期。

点评: 合理诉求却被认为是无理要求, 消费者的知情权就这样被傲慢地侵犯。手表不准时可以被, 不遵守法律, 不尊重消费者的观念也该好好修正。 文/刘洁

其一, “两法”确立了校园欺凌防控工作制度, 为学校认定欺凌行为提供了法律依据, 对保护学生权益提出了更高要求, 为学校治理校园欺凌进一步提供了法律保障。《规定》对学生欺凌防控的要求、教育、处置等流程进行了详尽规定。同时, 未成年人保护法和《规定》明确了学生欺凌的概念界定、行为类型和特点, 充分确立了依法治校校园欺凌的前提。

其二, “两法”明确了学校应作为校园欺凌防控主阵地, 确立了学校对校园欺凌防控的主体责任。未成年人保护法首次专设“学校保护”一章以加强校园的安全保障义务, 《规定》更是为了落实学校的保护职责而制定, 其详细规定了学生欺凌的防控和处置机制, 期待“两法”及《规定》实施后, 学校在具体执行中细化标准、落到实处, 提升治理效果, 依法构建校园欺凌防护墙。

其三, “两法”要求必须完善校园欺凌的发现、报告与处理机制。“两法”明确规定了学生欺凌的处理机制, 尤其是教育部的《规定》明确了欺凌制止、关注和处置的流程。一是建立学生欺凌报告制度, 明确欺凌事件的报告责任, 学校全体教师、员工一旦发现学生遭受欺凌, 都应主动予以制止, 并及时向学校报告, 对严重的欺凌行为, 学校不得隐瞒, 应当及时向公安机关、教育行政部门报告, 并配合相关部门依法处理; 二是规范完善学生欺凌处理机制, 学校应当加强日常安全管理, 在发现、制止、调查、认定和处置校园欺凌事件中, 明确处置主体、程序和期限以及欺凌事件相关主体的法律责任, 并根据欺凌行为的性质和程度进行处置, 涉嫌违法犯罪等严重欺凌行为, 及时报告和移送公安部门依法

处理。

其四, “两法”要求构建校园欺凌的教育预防机制。校园欺凌重在预防, “两法”确立了预防为主、教育为先的原则。一是学校应加强法治教育, 重点将反校园欺凌纳入青少年法治教育之中, 使学生能够有效识别欺凌行为, 增强自我保护意识和能力; 二是加强对教师的校园欺凌防控教育培训, 提升教师专业化水准, 增加欺凌识别能力, 及时制止欺凌, 同时应将教师应对校园欺凌的表现纳入评估指标; 三是学校应当成立学生欺凌治理委员会, 充分发挥法治副校长、法治辅导员等校外法律人士的作用, 参与预防和处置学生欺凌等行为, 推进建设校园欺凌教育预防机制。

其五, “两法”明确提出要建立针对未成年人保护的法律援助和其他援助机制。一方面规定要完善心理援助制度。校园欺凌行为发生后, 学校要严格落实学生隐私, 切实保护被欺凌学生的身心健康, 并对被欺凌者和欺凌者提供专业的心理服务; 另一方面规定要完善家庭教育制度, 在心理援助、法律援助等方面形成家校联动机制, 未来立法应将家庭教育纳入法治轨道, 建立对未履行监护职责父母的惩戒机制。

其六, “两法”要求要强化校园欺凌协同治理机制。“两法”要求教育行政部门应当积极探索与公安局、检察院、法院、司法局、民政部门及相关群团组织的协同治理机制, 加强对校园欺凌防控的参与、指导和监督。校园欺凌防控要形成以学校为轴心, 学生、政府、家庭协同联动的综合治理模式, 切实形成防治校园欺凌工作合力。

(作者单位: 华东政法大学教育法治研究中心)



漫画/高岳

十荟团被顶格处罚彰显监管“回头看”威力

E法之声

翟巍

近日, 国家市场监督管理总局对社区团购领域再次出手, 对拒不整改价格违法行为的社区团购平台十荟团予以顶格处罚, 并责令该平台江苏区域停业整顿三天。这一组合拳式的严厉处罚不仅表明互联网平台经济领域并非法外之地, 也充分彰显了市场监管“回头看”的威力。

从去年下半年开始, 众多互联网平台企业利用渠道、资金、流量优势, 纷纷涌入社区团购领域开展经营活动。它们动辄采用低价倾销的“烧钱”模式, 抢占市场份额, 这导致社区团购领域的市场竞争呈现白热化态势。从表面看, 社区团购平台的低价销售似乎可以让消费者短期获利, 但从实质效果看,

这类低价销售行为极易扭曲市场竞争秩序, 迫使众多中小商贩失去生计, 而且这些平台通过低价策略抢占市场支配地位后, 势必又会通过高价销售方式获取垄断暴利, 最终损害广大消费者的整体利益与长远利益。

从违法属性上判断, 社区团购平台为了排挤竞争对手而实施的低价倾销行为, 构成违反价格法的不正当价格行为。基于市场规制法视角, 这种行为也为涉嫌违反反不正当竞争法一般条款。此外, 如果社区团购平台具有市场支配地位, 那么其实施低价倾销行为还涉嫌构成违反反垄断法的滥用市场支配地位行为。

其实早在今年3月, 由于十荟团、橙心优选等社区团购平台企业实施低价倾销构成价格违法行为及反竞争行为, 市场监管总局已经依法予以了处罚, 并督促各家企业自查自纠进行整改, 以确保社区团购平台实现有序经营、行稳致远的发展目标。但令人意

外的是, 十荟团竟漠视这一处罚决定的权威性与威慑力, 并没有在被罚后自查自纠, 落实整改承诺, 而是在江苏区域依旧实施大量低价倾销行为, 甚至实施侵犯消费者知情权的价格欺诈行为。

缴纳罚款绝非违法企业可以继续实施违法行为的“护身符”。对于一犯再犯的十荟团, 市场监管部门此次不仅予以150万元顶格处罚, 而且责令其江苏区域停业整顿。这一组合拳式的重罚, 对社区团购平台以及整个互联网行业来说都具有深刻的警示意义, 它有利于督促平台放弃侥幸心理, 及时整改违法行为, 并及时构建内部的监管合规机制。总体而言, 互联网平台企业在参与市场竞争过程中, 应当遵循法律法规与商业道德, 不得逾越法律法规禁止的红线, 不得损害市场竞争秩序与社会公共利益。

在互联网平台经济领域, 一些头部平台企业曾经习惯于通过低价倾销方式, 提高市场准入门槛, 挤压中小经营者的生存空间, 迅速形成寡头垄断或独

一语中的

金泽刚

近来, 明星代言“翻车”事件频频上演: 某女星代言的奶茶品牌被曝存在加盟骗局, 警方已立案调查; 多位明星代言的“网红”燕窝因虚假宣传被处罚……每次负面事件被媒体曝光后, 这些明星都会发声致歉, 那么撇开社会责任不谈, 明星代言的产品或服务如果涉及虚假宣传, 或者明星为涉嫌犯罪的品牌公司代言, 是不是可以道歉了呢?

明星代言往往会高额报酬, 根据权利与义务相一致的法治原则, 一旦涉及到代言产品、品牌虚假宣传, 广告代言人当然应承担相应的法律责任。如果给代言人附加超出其能力的审查义务, 有些强人所难。但是, 代言人是

有团队运作的, 其识别产品和服务的能力, 显然远远超出消费者; 消费者是花钱购买, 而明星动辄赚取巨额代言费, 两者识别法律风险的责任殊然相同, 这样才能体现权利与义务对等原则。

为此, 我国广告法、食品安全法回应了明星代言屡次“翻车”的社会热点, 并于以前明确规制。一方面, 关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告, 造成消费者损害的, 广告代言人应当与广告主承担连带责任, 这是一种无过错责任。另一方面, 涉及消费者生命健康以外的商品或者服务的虚假广告, 造成消费者损害的, 广告代言人在明知或者应知虚假广告的情况下, 与广告主承担连带责任, 这是一种过错责任。同时, 广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明, 应当依据事实, 符合有关法律、行政法规规定, 并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。

而如何理解广告代言人“使用过商品”或者“接受过服务”, 代言人是否“明知或者应知”, 往往难以甄别。“明知”比较好界定, 若明星在代言前, 产品已经表现出不良社会反应或者其他方面的危害性, 这就是明知。而“应知”则需要合理推定。对明星团队而言, 至少应审核产品是否符合国家标准, 产品宣传功能与普通人的认知是否相符, 明星本人也要亲自试用产品或者服务, 而且试用要达到一定的时间要求, 以确认产品效果。一旦代言对象“翻车”, 代言者就必须自我举证, 证明自己“使用过商品”或者“接受过服务”, 否则就要承担相应的法律责任。

也就是说, 明星承接代言业务前必须对相关产品和服务进行市场调查、背景调查。否则, 只要给钱就敢代言, 代言对象出了问题也不用担责, 对消费者而言是极不公平的。此前“九球天后”潘晓婷曾代言“中晋”网贷平台被受害人起诉, 后来虽然法院未支持受害人要求其赔偿损失请求, 但潘晓婷在代言的平台爆雷后, 配合公安机关退还了所有代言费。

今年年初, 北京市朝阳区金融纠纷调解中心也发文指出, 部分演艺明星给一些网贷平台代言时, 未尽到合理的审查义务, 作出不实宣传, 对损害结果的发生和扩大存在过错, 并要求这些广告代言人配合开展网贷平台清退工作。值得注意的是, 近日, 银保监会也透露, 对已立案的999家网贷机构, 将加快追赃挽损, 依法追究明星代言费、广告费。此番表态可谓依法依规, 水到渠成。

诚然, 此次某女星代言奶茶事件有其特殊性, 其主要不是产品问题, 而是品牌通过“套路加盟”的方式实施诈骗, 那么, 只要没有证据证明此女星和涉罪者有共同犯罪的意图, 就无需承担责任, 但这并不意味着其不需要承担其他法律责任。对于此女星及其经纪公司而言, 需要举证证明自己在代言前对品牌公司的从业背景、履约能力、项目的正当性等做过全面的调查了解, 如此才能对抗相关行政责任的承担。

此外, 广告法和消费者权益保护法所规定的代言人连带赔偿责任的保护对象, 主要是对消费者而言, 如果涉事公司涉嫌诈骗罪, 被害人主要是加盟商、投资者, 那么由于其并非消费者, 因此将不适用相关法律条款。这也警示广大投资者, 投资前应该谨慎理性, 做足市场调查, 而不要被明星代言蒙蔽了双眼, 忽视了其中的风险。

(作者系同济大学法学教授)



占垄断格局。然而, 近段时间, 市场监管部门针对互联网经济的执法态度表明, 通过低价倾销抢占市场的“烧钱”模式是一种资本无序扩张的行为, 具有非法性与不可持续性, 一旦平台试图通过这种价格违法行为及反竞争行为抢占市场, 监管部门将明确亮出红牌。

总体来说, 头部平台企业在社区团购领域从事经营活动时, 可以公平与有序地参与市场竞争, 并通过提升服务质量、优化服务体验的方式吸引广大消费者, 但不得违反价格法、反不正当竞争法、反垄断法等法律法规, 不得通过低价倾销、价格欺诈的方式攫取非法利益。进一步而言, 头部平台企业要摆脱资本无序扩张的惯性与惰性, 将主要精力用于技术创新的星辰大海, 集中各项资源投入核心科技、产品的研发, 以推动平台经济领域的技术迭代演进, 有效提升社会公众的福祉, 而不是沉迷于通过非法挤压中小经营者的方式抢占市场份额。唯有如此, 才能实现我国互联网平台经济行稳致远的发展目标。

(作者系华东政法大学经济法学院副教授、竞争法研究中心执行主任)