

申房律师事务所

S.F. Attorneys at Law

提供专业房产及婚姻家庭法律服务



地址:恒丰路 399 号达邦协作广场 33 楼
电话:021-63546661

据“中新网”报道，看过今年央视春晚的人，对于舞蹈诗剧《只此青绿》应该都不陌生。最近，这部舞剧因为被抄袭引起热议。

其实，《只此青绿》并非孤例，舞蹈节目被侵权屡屡发生，而维权却不易。舞蹈作品如何维权，维权难在哪里？

照搬还标原创？

“下午浙江的朋友发给我一段‘原创’舞蹈《双香径》的视频，我一看……真心希望大家能够尊重原创！”5月22日，《只此青绿》总编导周莉亚在博文发，直指舞蹈《双香径》抄袭《只此青绿》。

作为以《千里江山图》为蓝本创作的爆款舞剧，《只此青绿》不仅登上央视春晚，在全国巡演时更是场场爆满，带起一股“青绿热”。5月22日，浙江电视台少儿频道的视频号发布一条舞蹈节目视频《双香径》，并介绍是“第二十一届中国茶圣节原创舞蹈”，取材于苏轼的《游径山》。从视频中可看到，其舞蹈动作和服装设计跟《只此青绿》极为相似。

《只此青绿》的总编导周莉亚、韩真对媒体表示,该节目对《只此青绿》几乎是照搬,服化道、动作元素几乎 99%相似。更重要的是,对方还打上“原创”二字。获悉抄袭事件后，周莉亚曾去视频号下留言，不久后，发现自己被拉黑了。

5月23日，浙江电视台少儿频道发布致歉申明，称该舞蹈节目是委托杭州视界演艺服务公司策划、编排和演出，已下架该视频，并已积极联系《只此青绿》的权利人，希望得到谅解并妥善处理。

是否“实质性相似”？

近年来，大众对于小说抄袭、音乐抄袭等渐渐熟悉，对于舞蹈作品抄袭相对陌生。一般而言，法律上认定舞蹈作品侵权抄袭的判断标准都有哪些？

据《今晚报》报道，近几年，“网络预售”悄然走进我们的生活。“预售”是指消费者需在产品上市之前预先付费，而商家在预售达到一定量后才投入生产并发货。原本预售的做法仅限于部分制作繁杂的商品，但最近预售现象却逐步渗透到各种商品的销售之中，预售期限更是从 7 天、10 天变成了 14 天、30 天乃至 45 天。

“预售”可以说是消费者和商家双向选择的结果，眼下却如过街老鼠一般人人喊打的“超长预售”，其实是被无良商家滥用的结果。

采访中,遭遇过“超长预售”的消费者均表示,“同样是‘预售’,如果提前告知预售时间并遵守约定,是可以接受的。但如果购买时商家玩‘障眼法’,消费者就有一种被欺骗的感觉。”比如：商品在下单

编者按：每有引人关注的社会事件、法律问题发生，律师往往能在第一时间给出提示、提供服务。我们为读者采集律师对这些身边事的法律解析，让您不用出家门就可享受“律师服务”。

《只此青绿》疑似被抄袭

律师解析舞蹈作品为何维权难

资料图片

北京天驰君泰律师事务所娱乐法律师徐晓丹表示，判断两部舞蹈作品是否实质性相似是侵权的关键，其比对标准可从以下几方面进行考量：选择对比样本；静态和动态结合比较；两段舞蹈的背景音乐、舞美、灯光、演员服装等是否近似；剔除一些舞蹈通用动作，仅比对独创性的部分。

当创作者发现被侵权后，应该如何维权？徐晓丹建议，当发现侵权行为时，权利人首先要固定证据，联系侵权人，要求其根据情况，承担停止侵害、消除影响、赔礼道歉、赔偿损失等民事责任；如果侵权人未能及时承担上述民事责任或双方就侵权赔偿等相关事宜未能达成一致的，权利人应当运用法律武器保护自身权益，通过委托律师向侵权人寄发《律师函》、提起侵权之诉等法律途径来解决。

为何“维权难”？

近年来，舞蹈作品被侵权时有发生，尤其随着综艺节目的发展，节目中的舞蹈版权纠纷不断。舞蹈作品维权难在哪儿？徐晓丹认为，舞蹈作品维权的难点之一在于创作者难以自证其为著作权人。

“我国《著作权法》第十七条

明确了电影作品、电视剧作品的著作权由制作者享有，然而对于舞蹈作品的著作权人却无明确规定，对著作权人的认定造成一定的困扰。一般认为，编导属于舞蹈作品的作者，因为其创作、设计、编排了舞蹈的一系列连续动作、姿势和表情,可以认为是著作权法中‘创作作品的自然人’。而编导这一称呼只具有职位性质，如果舞蹈动作的创作者另有其人或多或由法人或非法人组织主持创作的作品，仍应视该参与创作的自然人或法人、非法人组织为舞蹈作品的著作权人。”

徐晓丹表示，难点之二在于侵权作品遍地开花，有培训机构以此宣传、教授舞蹈盈利的，抄袭进行商演的，参加各项比赛的，发布视频进行网络传播收割流量的等等，不胜枚举，如要一一打击侵权，要耗费大量的人力、精力、财力。难点之三便在于维权过程艰辛曲折，维权成本较高而取得的收效难以匹配，或维权时间较长，权利人疲于应对。

徐晓丹认为，无论维权的困难大小，在舞蹈界侵权、抄袭之风频发的今天，还是需要适时出现一些知名的、有一定影响力的维权成功案例来带动行业的正向发展，扼制违法侵权行为，保护原创作者的同时也将会促使产生更多、更优质的原创舞蹈作品。（袁秀月）

酒店会员卡“悄悄”续费

律师：侵害消费者知情权和选择权

据《中国消费者报》报道，多位消费者近日向记者反映，一年前入住酒店时，被前台客服以注册会员价格更优惠为由，引导开通了菲住会员。一年后在不知情的情况下，他们不约而同地被自动扣取了 19.9 元会员费，记者对此进行了调查。

贵州毕节消费者谭先生告诉记者，2021 年 5 月 15 日，他在贵州遵义一家酒店入住，支付费用时，前台客服极力推荐其注册菲住会员，称注册会员不但此次入住可以享受优惠价格，以后入住其他菲住联盟内酒店都有优惠。谭先生当时想既然能优惠就注册了会员，注册过程是在前台指引下完成操作的。

据谭先生回忆，当时注册会员后，账单显示同时扣取了入住房费和非住会员费。2022 年 5 月 12 日，谭先生收到了菲住 19.9 元会员费的支付账单，账单说明为“连续包年 19.9 元自动续费”。谭先生十分疑惑：“当时酒店前台也没有向我说明这个情况，我并不知道扣费是连续包年的。”

之后，谭先生针对该笔费用向扣款平台提出申诉，但申诉流程提示谭先生需提供当时与酒店前台客服的聊天记录，谭先生无奈地说：“当时酒店前台是和我当面沟通的，怎么可能有聊天记录？”

无独有偶，山西太原消费者贾女士也遭遇了被扣费的情况。她告诉记者,2021年5月11日,她在某平台预订了太原青果酒店式公寓的一个房间,5月12日退房时,店长请求贾女士帮助刷单,并承诺给予贾女士40元的“好处费”。贾女士按照店长要求扫码支付了107元,随后店员通过扫码付款方式退回贾女士147元。

2022 年 5 月 5 日，贾女士收到了来自菲住酒店联盟的短信：“您的菲住会员即将到期并自动续费。”“我根本没有办理过菲住会员，何来到期续费一说？”贾女士对此并未在意。5

月 9 日，贾女士收到了菲住会员“连续包年 19.9 元自动续费”的账单，她经过查询 1 年前的账单记录才发现，2021 年 5 月 12 日，她已被扣取了 19.9 元菲住会员连续包年费。贾女士告诉记者：“我不确定是不是因为当时帮助店长扫码刷单，在不知情的情况下购买了菲住会员连续包年卡。”

记者联系到太原青果酒店式公寓，店主告知该店已于 4 个月前转让，目前并未加盟菲住酒店联盟，现任店主并不清楚转让前的订单情况。

记者调查发现，菲住酒店联盟隶属于浙江未来酒店网络技术有限公司，菲住会员卡是菲住酒店联盟推出的核心产品。

记者从菲住酒店联盟处了解到，菲住会员卡自动续费分为两种情况：一种是通过线上渠道进行开卡，自动续费需另行购买开通，菲住酒店联盟对此不设置自动续费功能；另一种情况是用户在线下渠道比如酒店前台进行开卡，根据菲住会员卡规则，酒店工作人员需说明该卡的价格、权益、有效期以及自动续费功能，同时清晰告知消费者，从订单协议中勾掉自动续费功能，即可取消自动续费。同时，购买后的页面也有明确提示“自动续费可随时取消”。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍在接受记者采访时表示：“《网络交易监督管理办法》第十八条规定，网络交易经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前五日，以显著方式提请消费者注意，由消费者自主选择；在服务期间内，应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更的选项，并不得收取不合理费用。”

北京中闻律师事务所律师李斌在接受记者采访时表示：“酒店前台未告知消费者注册会员期限届满将会连续包年自动扣费，未提供取消会员注册的途径，该行为侵害了消费者依法享有的知情权和选择权。”（司宇萌）

律师提醒：“超长预售”违反消法

付款之后才显示发货日期；直接使出“拖字诀”，寻找各种借口延长发货时间；还有一些商家更过分，只在宝贝描述中用一行小字标着类似“此款商品无现货，下单后xx天发货”的字样……漫长的等待，不但透支着消费者的耐心，更侵犯了消费者的权益。

当预售变成了“套路”、优惠变成了“陷阱”，难道消费者就只能认倒霉吗？记者采访了天津益建律师事务所主任安竹，他对消费者最关心的几个问题做了解答。

问题一：“网购时只要卖家明确告知买家自己的预售期，那么无论预售期多长都是合法的。”这种说法对吗？

答：这种说法不对。网购的预售期必须在合理的期间内。在实际生活中，预售期一般掌握在 8 至

45 天。

问题二：有网友反映，一些卖家在消费者购买后迟迟不发货，经询问后才告知是预售。这种情况是否构成欺诈？

答：这种情况不构成欺诈。网购形成的买卖合同关系中，主给付义务是商家交付符合约定质量和数量的商品，只有在商家不履行主给付义务时，才属于欺诈行为。如果商家没有提前告知消费者是预售商品，则是侵犯了消费者的知情权。

问题三：一些商家会标明预售商品不退不换，这样的声明具有法律效力吗？

答：这样的声明不具有法律效力。根据《消费者权益保护法》，不退不换违反法律效力性强制规定，属于无效约定。再根据《消费者权益保护法》第二十六条规定：

经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。

当然也有些特例，如果是易腐败的生鲜产品或是消费者定做根据商品性质并经消费者购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货。

问题四：部分商家在设置预售单后单方面延期发货，甚至取消发货的情形，是否违规？如果商家无货，那么也能“定金”不退吗？

答：属于违规。根据《消费者权益保护法》，商家在没有征得消

费者同意的情况下，单方面修改发货日期甚至单方面取消发货的，均是严重的违约违规行为，商家应依法承担违约责任并赔偿损失。

如果商家取消发货，或者商家无货的情形下，买方支付了定金的，商家应当双倍返还定金。根据定金罚则，收受定金的一方不履行约定的债务或者履行债务不符合合同约定致使不能实现合同目的的，应当双倍返还定金。商家无货，不能向消费者发货，致使消费者不能达到购买商品的目的，商家属于根本违约，需要向消费者双倍返还定金。

面对“超长预售”，消费者可以有多种途径进行维权。但前提是一定要保存相关商品的聊天记录、交易记录等相关记录，以便后续投诉和举报。

（田莹）

社址：上海市小木桥路 268 弄 1 号 (200032) 电话总机：34160933 订阅热线：33675000 广告热线：64177374 交通安全周刊电话：28953353 零售价：1.50 元 上报印刷