

别拿“网络搬运”当侵权借口

虚拟空间不是法外之地,司法服务保障新业态经济发展

数字经济的蓬勃发展催生了一系列商业及服务新业态、新模式，如微商、外卖骑手等都是在互联网时代衍生出的新职业。这些新业态在给公众带来便利的同时，也随之出现了新的纠纷。比如，在微商平台购物，钱到货不到；外卖骑手未与雇主之间签订劳动合同或劳务合同等。本期“专家坐堂”以案释法，向广大公众阐释虚拟空间不是法外之地，不管时代和技术如何进步，诚信都是经营者首要秉持的原则。

【案例一】 提升直播排名 大肆骗取钱财

2019 年 6 月间，张某在某直播平台中向主播提出，由主播按照低于直播平台礼物价格的金额向其支付费用，并谎称其会补齐差价购买相应礼物向主播打赏，从而提高主播的业绩排名。张某借此手段先后骗取 4 名主播信任，进而骗取钱款共计 57700 元，所骗钱款均被张某用于打赏该直播平台其他主播及个人消费等。2019 年 7 月，公安机关将张某抓获，后张某赔偿了 4 名被害人的经济损失，并取得 4 名被害人的谅解。

法院经审理认为，张某以非法占有为目的，虚构事实骗取他人钱款，其行为已构成诈骗罪，且数额巨大。张某到案后能够如实供述犯罪事实，对其予以从轻处罚。张某已赔偿被害人的损失并取得谅解，酌情予以从轻处罚。故以诈骗罪判处张某有期徒刑三年，缓刑三年，并处罚金 1 万元。

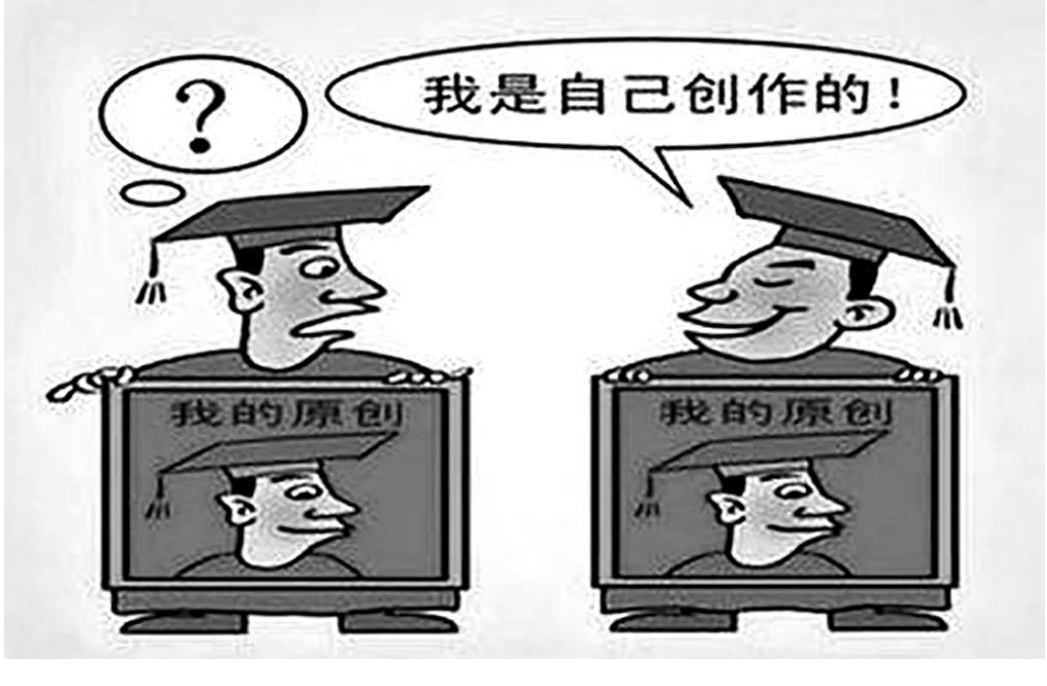
【典型意义】

近年来，直播行业作为一种新业态发展迅速，各直播平台如雨后春笋，直播群体规模不断扩大，但行业竞争的日益激烈，导致主播获取流量也越来越困难，一些不法分子便利用这一点实施诈骗。本案中，张某利用主播想提高排名、增加曝光度的心理需求，骗取多名主播钱财，人民法院对其依法惩处，有效保护了直播从业者的合法权益，净化了直播行业的竞争环境。本案的审理也提醒广大直播从业人员，要本着诚实信用的原则公平参与竞争，切勿通过流量作弊等不当方式提高业绩排名，以免遭受意外的利益损害。

【案例二】 谎称开通直播权限 多次诈骗依法严惩

2017 年 5 月至 2019 年 2 月间，张某甲通过互联网发布虚假广告，谎称能够办理开通淘宝直播权限、淘宝直播浮现权等业务。被害人与张某甲取得联系后，张某甲单独或伙同张某乙，使用张某甲提供的多个微信账号，以收取开通费、手续费等名义骗取被害人钱款。张某甲共诈骗 47 名被害人，诈骗金额共计 175925 元；张某乙共诈骗 24 名被害人，诈骗金额共计 71750 元。

法院经审理认为，张某甲、张某乙以非法占有为目的，采用虚构事实的手段，骗取他人财物，其行为均已构成诈骗罪，且数额巨大。本案部分诈骗系共同犯罪，张某甲通过互联网发布虚假广告、提供作案使用的多个微信账号、管理诈骗所得钱款，作用较大；张某乙通过微信与被害人联系，与张某甲共同实施诈骗行为，作用相对较小。二



被告人利用电信网络技术手段多次实施诈骗，量刑时均应酌情从重处罚。张某甲到案后能如实供述自己的罪行；张某乙犯罪后主动投案，并能如实供述自己的罪行，系自首，依法均可以从轻处罚。法院以诈骗罪分别判处张某甲有期徒刑五年，并处罚金 5 万元，判处张某乙有期徒刑三年，并处罚金 3 万元。

【典型意义】

随着电子商务经营模式的进一步发展，越来越多的商家开始选择利用“直播带货”销售模式来吸引消费者、扩大经营。但由于许多“新入行”的从业者对该模式的运转流程了解不深，给不法分子以可乘之机。本案中，二被告人以能够为用户开通直播权限及办理相关业务为由，在 9 个月内向 71 名被害人骗得钱款 24 万余元，人民法院对其依法惩处，有力保障了直播商家的合法权益，有效维护了电商直播行业的良好发展秩序。

【案例三】 “网络搬运”屡见不鲜 一旦侵权应赔偿损失

天津某科技公司经权利人许可，获得案涉某录音制品的信息网络传播权及制止侵权的权利，该录音制品在其短视频平台上深受用户喜爱。北京某科技公司系某 APP 的开发者，北京某网络公司系某网站的主办单位。2019 年 2 月，天津某科技公司发现在某 APP 及某网站上有案涉某录音制品传播，用户可以播放并使用该音乐录制短视频。天津某科技公司遂诉至法院，请求判令北京某科技公司、北京某网络公司停止侵权行为、赔礼道歉、赔偿经济损失 10 万元及合理开支 45000 元。

法院认为，天津某科技公司经案涉某录音制品的权利人授权，享

有案涉录音制品的信息网络传播权及制止侵权的权利。北京某科技公司、北京某网络公司未经权利人许可，将案涉录音制品提供给用户下载、浏览，侵害了天津某科技公司对案涉录音制品享有的信息网络传播权；其明知使用案涉录音制品制作的短视频侵权，在收到权利人的删除通知后，仍继续为侵权用户提供网络存储服务，与实施侵权行为的用户构成共同侵权。故判决北京某科技公司、北京某网络公司立即停止侵权并赔偿天津某科技公司经济损失及合理开支共计 10 万元。

【典型意义】

在平台上向用户提供音乐、滤镜等服务供用户制作短视频，是短视频平台维系用户黏度的重要方式。互联网短视频平台企业的主要商业竞争资源就是高点击率的视听作品和录音、录像制品，而且这些作品、制品知名度高、点击下载浏览量高，围绕这些作品、制品的侵权行为也较频繁。随着短视频平台的蓬勃发展，平台间的“网络搬运”现象屡见不鲜，对未经授权的视听作品和录音、录像制品直接进行切条、剪辑、搬运、传播，侵害了作品或制品的信息网络传播权。本案的审理提醒短视频平台企业应强化著作权保护意识，积极引导用户合法使用视听资源，对加强互联网领域知识产权保护、规范互联网新业态经济健康发展具有重要意义。

【案例四】 直播效果大打折扣 违约责任谁来承担

某科技发展有限公司为给其经营的饮品做批量销售及品牌推广，与某信息技术公司签订《直播合作协议》，约定由某信息技术公司在直播平台上进行一场产品推广，推广

费用 46350 元。双方共同确定了主播人选，并约定某信息技术公司须确保直播推广销售效果，如效果不理想，还应安排其他主播补播 1 至 2 场。双方确认直播间活动内容为“原价 169 元，活动当天新客立减 50 元，页面价 119 元，再买一送一，到手价 59 元”。某科技发展有限公司于直播前向某信息技术公司全额支付了服务费。直播当日，主播将产品价格直接陈述为“59 元一小盒”，而直播间打出的购买链接显示为“119 元一小盒，买一赠一”，实际购买时需付款 119 元，没有“59 元一小盒”的产品购买链接。某科技发展有限公司对直播效果不满意，要求予以补播未果，遂以某信息技术公司严重违约为由诉至法院，请求判令解除《直播合作协议》，某信息技术公司返还 46350 元服务费，并赔偿经济损失 5 万元。庭审中双方经协商，一致同意解除合作协议。

法院经审理认为，双方当事人均同意解除协议，系其自愿处分的行为，人民法院予以确认。价格是消费者决定是否购买产品的重要考量因素，某信息技术公司安排的直播间在推荐某科技发展有限公司委托的产品时，将价格陈述错误，导致某科技发展有限公司期望借此推广产品的合同目的不能实现，后某信息技术公司也未按约定再安排其他主播进行补播，其行为构成违约，应承担违约责任。双方已协商解除合作协议，人民法院结合协议的履行情况，判令某信息技术公司将服务费 46350 元全部退还某科技发展有限公司，驳回了某科技发展有限公司的其他诉讼请求。

【典型意义】

当前，直播带货已逐渐成为商品销售的一条重要渠道。商家为推广、销售商品，与经营直播业务的公司或个人订立服务合同，通过其直播间推广、销售商品并支付相应

报酬，直播方应当勤勉尽责，依照商家提供的商品信息和优惠活动方案进行推广、销售。本案中，某信息技术公司因内部对接不畅，在直播间所介绍的优惠活动与实际不符，致使某科技发展有限公司未能实现合同目的，人民法院在厘清双方权利义务的基础上，依法判决某信息技术公司合理承担违约责任，保护了供货商家的合法权益。本案的审理，对直播带货业务依约规范开展具有积极引导作用，为企业创新经营发展方式提供了良好司法保障。

【案例五】 短视频平台投放广告 无法达到效果怎么办

天津某医疗美容公司与天津某文化公司签订《短视频代运营服务协议》，约定自 2020 年 4 月 15 日至 2020 年 7 月 15 日的合作期间内，天津某文化公司为天津某医疗美容公司提供指定账号代运营及推广等服务，保证曝光推送浏览量，并在适当时机开通平台直播，账号上线后，天津某文化公司保证平均每月新增粉丝“3w+”，预计一季度达到“9w+”，月度播放量“120w+”。协议签订后，天津某医疗美容公司按约定支付了服务费用 104000 元，截至 2020 年 7 月 15 日，其指定短视频账号粉丝数显示为 12931。天津某医疗美容公司遂以天津某文化公司代运营并宣传推广其短视频账号未达约定粉丝数量为由诉至法院，请求判令退还服务费 62400 元及部分资金占用利息。

法院经审理认为，当事人应当遵循诚实信用的原则，按照合同约定全面履行各自的义务。天津某医疗美容公司与天津某文化公司签订的合同系其真实意思表示，双方均应受合同约束，切实履行合同义务。经查，天津某文化公司完成了前期工作，产生了一定费用，但因未能达到约定粉丝数量，影响了天津某医疗美容公司的推广效果，故结合实际已完成工作量等因素考虑，酌情判令天津某文化公司向天津某医疗美容公司返还服务费 4 万元。

【典型意义】

近年来迅速发展的网络短视频平台，为商家推广品牌带来了新的机遇，越来越多的商家选择与服务商合作，通过在短视频平台进行广告投放，扩大流量规模，完善品牌建设，实现业务增长。本案中，天津某医疗美容公司与天津某文化公司签订短视频平台账号运营推广服务合同，明确约定了流量增长指标，因天津某文化公司未完成约定指标，人民法院遂依法判令其退还相应服务费。本案的审理提示广大商家，在进行平台推广时，应当注意明确合同的具体指标，细化合同标的和履行期限，也提醒品牌推广服务商应当按照诚实信用的原则忠实履行合同义务，避免引发不必要的纠纷。（来源：天津法院网）