

啦啦操能得到著作权法保护吗？

闵行法院首次通过判例明晰啦啦操认定为舞蹈作品的独创性标准

□ 记者 季张颖 通讯员 陈健淋 田晓露

啦啦操是一项融体操、舞蹈、音乐、技巧于一体，通过队形变化、队员综合表现渲染气氛的集体项目，近年来在校园广泛流行。啦啦操能否作为舞蹈作品得到《中华人民共和国著作权法》保护？法院在审判时，会考虑哪些因素？近期，闵行区人民法院审理了一起啦啦操著作权权属、侵权及不正当竞争纠纷案件，该案首次涉及啦啦操作品的司法认定，通过判例明晰了啦啦操认定为舞蹈作品的独创性标准。

某青少年体育俱乐部曾多次组织啦啦操教学培训和比赛，出资制作啦啦操视频。作为俱乐部理事的孙某，参与编创了涉案部分啦啦操。

2023 年，孙某在去除版权标识后以作者名义对涉案视频进行版权登记，并向俱乐部的合作单位发函，要求各单位未经其授权不得使用视频中的成套动作。

俱乐部认为：涉案视频构成视听作品，孙某擅自进行版权登记侵犯原告的著作权，孙某的发函严重诋毁原告商誉，请求法院确认涉案视频的权属，判令孙某停止著作权侵权行为、赔礼道歉、消除影响，停止商业诋毁的不正当竞争行为，赔偿经济损失及合理开支。

对此，孙某辩称：涉案视频属于录像制品，视频中的啦啦操构成舞蹈作品，自己作为啦啦操和视频的著作权人，有权进行版权登记并以书面告知函方式限制他人使用，其行为不构成侵权。

法院经审理认为，关于涉案啦啦操及视频的性质，啦啦操通过队形变换、空间运用、动作衔接、成套编排等元素，以成套动作来诠释音乐旋律、呈现视觉效果、表现思想感情，因此达到一定艺术创作高度的啦啦操可以认定为舞蹈作品；涉案啦啦操主要用于中小

学啦啦操培训，动作编排、队形变换较为简单，未能满足著作权法的独创性要件，不构成舞蹈作品；涉案视频拍摄机位单一、以正面拍摄为主，后期剪辑较为简单，应认定为录像制品。

关于涉案视频的归属，涉案视频主要由原告联系了摄制、编排、表演人员，安排拍摄场地，组织各方拍摄，支付相应费用，并承担后果，且视频标注了版权标识；因此，原告作为涉案录像的制作者，享有录像制品的制作者权。

关于是否构成著作权侵权，被告并非涉案视频权利人，无权申请著作权登记；但是，著作权登记系依申请而启动的行政行为，且在案证据不足以证明原告遭受实际损害，被告行为未构成著作权侵权。

关于是否构成商业诋毁，被告无权阻止他人使用涉案啦啦操成套动作，其向原告合作单位发函，相关内容与事实不符，对原告声誉造成了消极影响，构成商业诋毁。

最终，法院判决涉案录像制品权利归属于原告，判令被告停止商业诋毁行为并赔偿原告经济损失 2 万元及合理开支 1 万元。

一审宣判后，原被告均未上诉，本案已生效，被告主动履行赔偿义务。

【法官说法】

本案首次涉及啦啦操作品的司法认定，案件审理受到行业关注。虽然涉案啦啦操因独创性不足而不构成舞蹈作品，但本案打破了操类运动绝对不能构成舞蹈作品的认识，厘清了艺术表达与体育竞技的区分，明晰了啦啦操认定为舞蹈作品的独创性标准，为文体行业的长久有序发展提供了司法保障。

第九套广播体操案审结后，我国司法理论界和实务界形成主流观点，认为体操项目作为体育运动无法纳入著作权法保护。闵行法院经审理认为，啦啦操虽为体育运动，但

又具有艺术美感；既有美学的健，又有舞蹈的美。不同于广播体操侧重锻炼功能，啦啦操兼具表演功能，在动作组合、情感表达等方面存在个性化的设计空间。因此，独创性较高的啦啦操可以认定为舞蹈作品，独创性不足的啦啦操视频也可以认定为录像制品。

法官提醒，作者在合作创作作品时，应当提高法律意识，事先约定作品的权利归属，避免事后产生著作权权属纠纷；倘若产生争议，双方亦应平心静气、耐心协商，防止一时冲动产生过激行为，进一步加剧各方矛盾。

网购投影仪按键卡顿 申请退货却遭拒

法院：消费者行为符合常规操作 商家应全额退款

□ 见习记者 王葳然

本报讯 消费者网购一台投影仪，收货后发现投影仪按钮有卡顿现象，向商家申请退货，但商家以商品塑封被拆、已激活为由拒绝退货，消费者的退货退款请求能否得到法院支持？近日，普陀区人民法院审结一起涉“七天无理由”退货的信息网络买卖合同纠纷案。

2023 年 11 月 2 日，小李（化名）于一网店下单一台投影仪，并支付 1648 元，同日收到该商品。6 日，小李以遥控器按钮卡顿为由，致电网店客服要求退货，客服提出要有质量问题才可退货，小李遂以“七天无理由”退货规则要求退货，客服让其将商品寄回门店。次日，小李与客服联系询问商家退货地址并发送物流面单图片，商家未予回复。8 日，物流显示商品由商家前台签收。

后商家于 2024 年 1 月 2 日在未告知小李的情形下，将商品邮寄小李原地址，快递显示 1 月 3 日已签收，但小李表

示自己并未收到被告寄回的涉案商品，并将该网店告上法庭。

被告称，其已在涉案商品详情页面关于“七天无理由退货”条款中，标注了“一次性包装破损不支持退货”。同时，在《购买前须知》中标明，“本商品为数码类商品，一经激活试用后价值贬损较大，请您在购买前务必仔细阅读商品信息及本须知，购买后若商品防伪签或密封条损毁（对于无防伪签、密封条的商品，商品一次性包装损毁的视同商品防伪签、密封条损毁），不支持‘七天无理由’退货”。

因此被告认为，原告收货后，已对投影仪进行开机、联网、同步数据，该机器即默认激活，商品经官方检测并无质量问题，故涉案商品不符合“七天无理由”退货标准，不同意退货退款请求。

普陀法院经审理认为，本案所涉交易“服务安心保障”中含有“七天无理由退货”服务，且原告确在收货后的七日内向被告提出退货退款申请，被告虽以商品不存在质量问题

为由拒绝退货，但被告提供的《购买前须知》关于售后的内容并未于商品订单详情页面显著位置予以提示，对于激活使用的标准与具体情形亦未向消费者明示。同时，原告所购买的“投影仪”系影音电器类产品，该类产品的画面效果、操作流畅性是影响消费者是否决定购买的关键因素。原告在收货后的验收阶段，侧重对系争商品的播放性能进行检测，并以遥控器卡顿为由提出退货，其行为符合消费者的常规操作及对于商品质量的判断标准。

其次，即使被告已尽提示及告知义务，在其收到原告退还的涉案商品 2 个月后，未向原告进行告知的情况下擅自退回商品，且无相应原告本人签收商品的图片、视频，导致无法查明商品去向，亦无法查明被告退回商品时的状态，被告仅以物流单显示签收认为原告已收到商品，证据不足，法院不予采信。

法院一审判决被告公司退还原告小李货款 1648 元。被告不服，提起上诉，二审判决驳回上诉，维持原判。

【法官说法】

根据法律规定，下列商品不适用七天无理由退货：消费者定作的；鲜活易腐的；在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；交付的报纸、期刊；同时根据商品性质（如因激活或试用贬损价值较大）并经消费者在购买时确认不宜退货的商品也不适用无理由退货。

但针对上述例外情形，商家在销售页面应以显著位置提示消费者注意，或者采取下单前确认程序等

措施，尽到提示和告知义务，使消费者充分了解所购商品适用的退货规则，以保障消费者的知情权和选择权。若经营者设置的提示内容并不显著，无法使消费者第一时间注意到，则应当认为其并未尽到充分告知、提示义务，该格式条款便不能适用于消费者，商家也不能以此拒绝“七天无理由”退货。

“同时，经营者与消费者发生退货争议时，应充分协商，遵循诚实信用原则，双方均应在发货、收货、退货过程中保留相应图片、视

频等证据，作为日后维权依据。此外，电商平台应积极履行平台职责，完善七天无理由退货的退货、退款、申诉流程，当消费者与经营者发生争议时及时介入，适时化解双方纠纷。平台应记录、保存发布的商品、服务信息、交易信息，并确保信息的完整性、可用性。一旦发生侵权行为，消费者为维护自身权益需要提供相关证据，在自身无法完成举证任务时可申请平台方提供，以实现消费者与经营者举证能力的对等。”本案承办法官邵莉星表示。