



北京市朝阳区人民法院 文化产业知识产权审判 白皮书

(2015 年度—2019 年度)

二〇二〇年六月

北京市朝阳区人民法院 文化产业知识产权审判 白皮书

目 录

前言.....	1
第一部分 文化产业知识产权民事案件概况及特点	1
一、文化产品增值促进合同交易，版权衍生开发特征明显	4
二、内容创作生产驱动版权保护，文化产业类别分布广泛	5
三、传统产业与文化产业有待融合，文化品牌维护任重道远.....	7
第二部分 文化产业知识产权纠纷高发领域及成因分析	8
一、知识产权合同纠纷领域.....	8
二、著作权权属、侵权纠纷领域	11
三、商标侵权及不正当竞争纠纷领域	13
第三部分 文化产业知识产权纠纷司法保护及审判延伸	16
一、坚持依法保护知识产权，服务区域文化产业发展	16
二、坚持党建引领，延伸审判职能服务产业环境	18
第四部分 加强提升文化产业发展的指导与建议	19
一、从宏观方面提升产业融合推动经济结构战略转型	19
二、从微观角度强化知识产权各领域维权能力	21
结语.....	22
附件：表 1《文化及相关产业分类表》	24
附件：表 2《带“*”行业分类文化生产活动内容的说明》	36

前言

文化产业是以文化为核心内容而进行的创作、生产、传播、展示文化产品和提供文化服务的经营性活动，北京市文化产业发展规模日渐扩大，产业发展质效双升。在此过程中，朝阳区结合自身优势，围绕首都“四个中心”城市战略定位，主动服务全国文化中心建设，以“文化、国际化、大尺度绿化”为主攻方向，推进文化产业高质发展。区内文化企业集中、文化产业园区集聚趋势日益凸显，文化产业在推动区域经济发展中的支柱作用不断加大。

文化产业发展主要依赖于文化产品的创造与传播，其核心资产为知识产权。文化企业，主要通过对知识产权进行开发利用，进而获取利润、实现资产增值及产业链延伸。保护知识产权不但是文化企业创新发展的保障、文化产业健康发展的根本，更是促进我国文化繁荣的关键。

由于文化产品的核心要素为文化、艺术等领域的智力成果，属于特殊的无形客体，具有易于复制传播、经济价值高等特点，文化产业在迅猛发展的同时，法院受理的知识产权纠纷案件亦不断增加。为充分发挥法院在知识产权保护中的作用，推动文化产业持续健康发展，北京市朝阳区人民法院（以下简称“朝阳法院”）对2015年至2019年审理的涉文化产业知识产权案件进行深入调查研究，通过梳理案件收结情况，分析案件特点及成因，在总结已有工作经验的同时提出行业指导意见，以期文化产业健康发展提供有益参考。

第一部分 文化产业知识产权民事案件概况及特点

文化及相关产业是指为社会公众提供文化和相关产品的生产活动集合。依据国家统计局制定的《文化及相关产业分类（2018）》，文

文化产业范围包括文化核心领域以及文化相关领域的9类产业。其中文化核心领域具体包括新闻信息服务、内容创作生产、创意设计服务、文化传播渠道、文化投资运营和休闲娱乐休闲服务6类；文化相关领域具体包括文化辅助生产和中介服务、文化装备生产和文化消费终端生产（包括制造和销售）3类，上述9类产业下设43个二级类别以及146个三级类别。

文化产业知识产权案件是指在文化产品及其相关产品生产活动中产生的各类知识产权民事纠纷，集中表现为在文化内容的创作和传播、文化产品的交易、文化产品的品牌维护和运营过程中产生的各类知识产权民事争议。在案件主体上，涉及文化内容的创作者、传播者，例如作家、编剧、导演、影视制作公司、互联网服务提供者等；在案件类型上，涉及知识产权合同纠纷、著作权权属侵权纠纷、商标及不正当竞争纠纷；案件涵盖文化产品制作、流转、衍生各个过程。

2015年至2019年，朝阳法院知识产权庭共受理文化产业知识产权民事案件19995件，占收案总量84.4%；审结文化产业知识产权民事案件18793件，年平均结案率达94.0%。

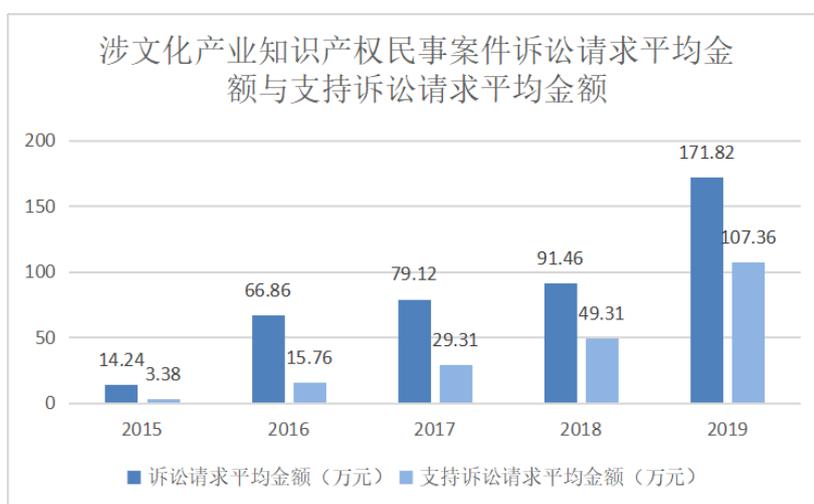


知识产权保护客体的无形性特征使复制、传播智力成果更加便捷，加之互联网技术的高歌猛进，网络侵权案件不断涌现，网络文化领域甚至形成规模化的盗版利益链条，以致2017年至2018年涉网络

类型化维权案件大幅上涨。该类案件集中于著作权信息网络传播权侵权纠纷，以音乐、摄影、影视作品为主，在当事人、诉讼请求、案件事实上共性特征明显。2018年9月，涉互联网案件管辖调整后，朝阳法院不再受理该类案件。为保障调查研究样本的有效性，本次调研未包含上述批量类型化案件，以2015年至2019年涉文化产业知识产权民事案件中随机抽取的2000件审结案件作为研究样本，分析文化产业知识产权民事争议高发原因并提出行业风险指引。

在案由分布上，样本显示文化产业知识产权纠纷类型集中于知识产权合同纠纷，著作权权属、侵权纠纷，商标权权属、侵权纠纷及不正当竞争纠纷；其中，知识产权合同纠纷973件，其次为著作权权属、侵权纠纷681件，商标权权属、侵权纠纷及不正当竞争纠纷案件346件。

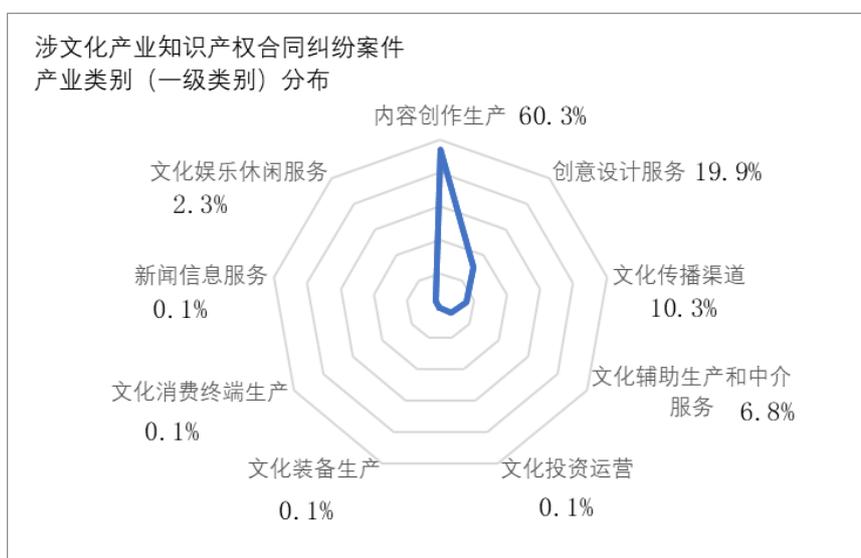
在案件标的额上，2015年至2019年间，文化产业知识产权维权、交易日益活跃，知识产权司法保护力度稳步加强。原告主张的诉讼请求平均金额与判决支持的平均金额均逐年增长，2018年、2019年诉讼请求金额较2015年分别增长5.4倍、11倍；诉讼请求支持金额比重呈上升趋势，五年间提高1.6倍。



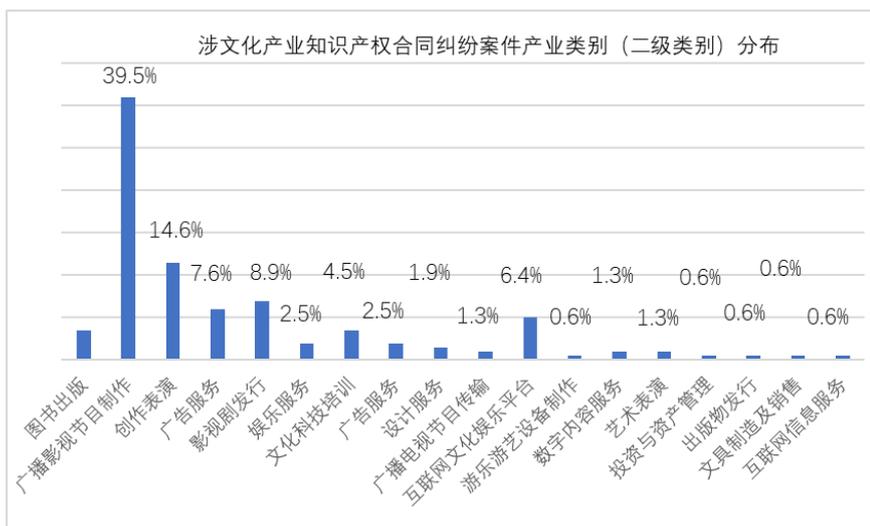
结合国家统计局发布的文化及相关产业分类类别，朝阳法院审理的文化产业知识产权案件呈现如下主要特点：

一、文化产品增值促进合同交易，版权衍生开发特征明显

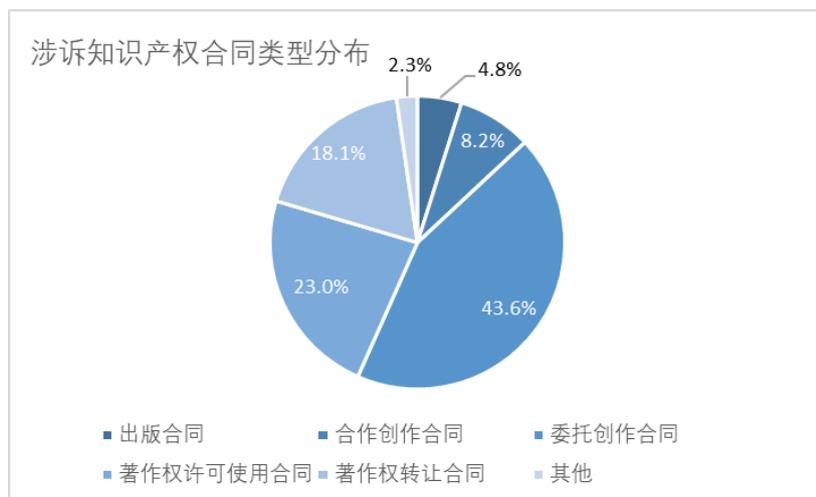
文化产品增值离不开优质文化内容创作，产业增值带动合同交易的频繁。样本显示，文化产业合同案件占全部知识产权合同案件比重达 62.8%，9 大类别文化产业全部囊括，内容创作生产类别占比最高，达 60.3%，超过其他 8 大类别总和 20.6 个百分点；文化投资运营、文化装备生产、文化消费终端生产、新闻信息服务 4 类别占比较低，均为 0.1%。



在更为细化的文化产业二级类别视角下，涉及视听作品节目制作案件占比达 39.5%，远高于其他二级类别。



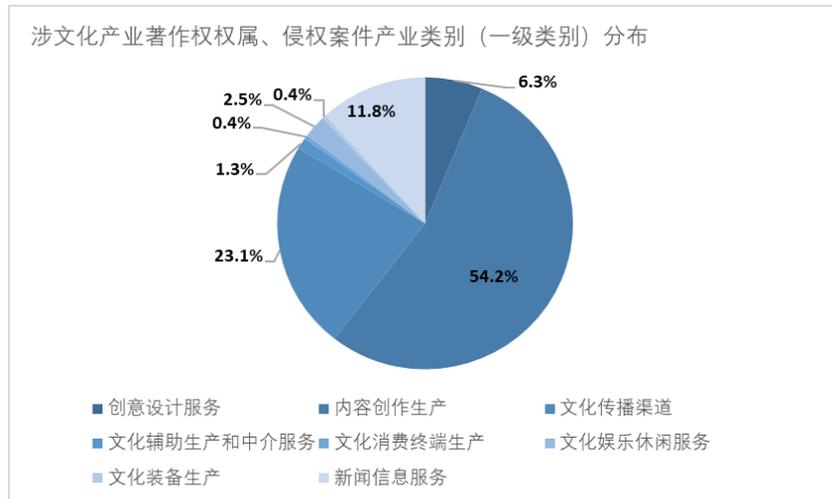
从涉诉合同类型角度考察，涉及内容创作生产的委托创作合同纠纷、著作权许可使用合同纠纷、著作权转让合同纠纷共计占比达84.7%，体现文化产业领域创作氛围日益活跃，知识产权成果流转日渐频繁。



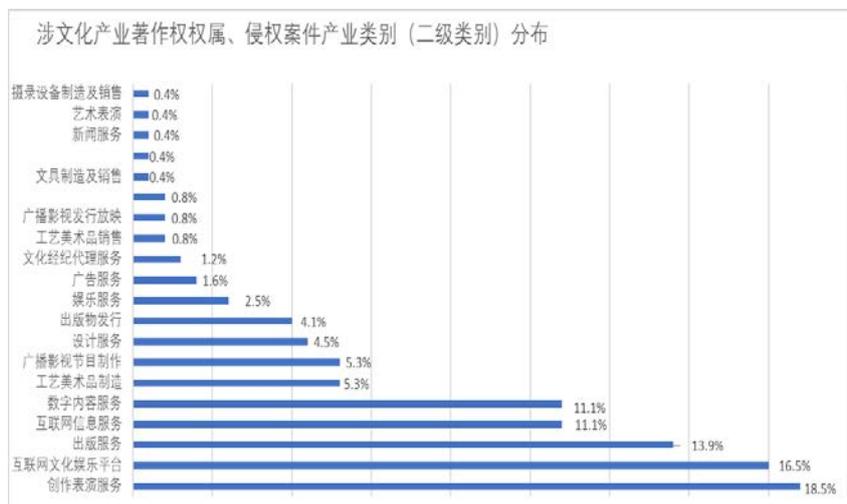
二、内容创作生产驱动版权保护，文化产业类别分布广泛

文化产业与保护智力成果创作和传播的著作权法密切相关，音乐、影视、出版、动漫、游戏行业蓬勃发展使内容创作价值日渐提升，权利人版权保护意识不断增强。在文化产业9大类别中，著作权权属、侵权纠纷案件涵盖除文化投资运营外的新闻信息服务、内容创作生产、创意设计服务、文化传播渠道、文化娱乐休闲服务、文化辅助生

产和中介服务、文化装备生产和文化消费终端生产(包括制造和销售) 8 大类别, 内容创作生产及文化传播渠道两类案件数量占比分别为 54.2%、23.1%, 成为著作权权属、侵权纠纷中主要的两类产业类别。

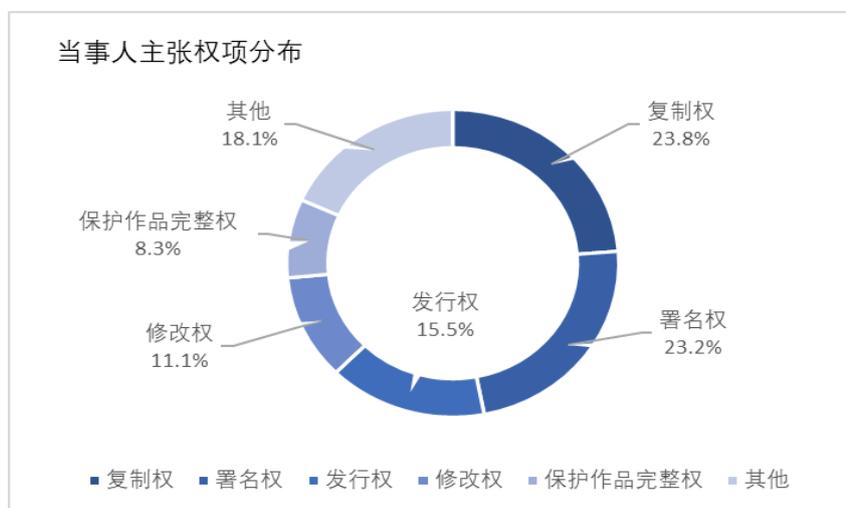


分析文化产业二级类别, 著作权权属、侵权案件主要分布于创作表演服务、互联网文化娱乐平台、出版服务、互联网信息服务及数字内容服务。



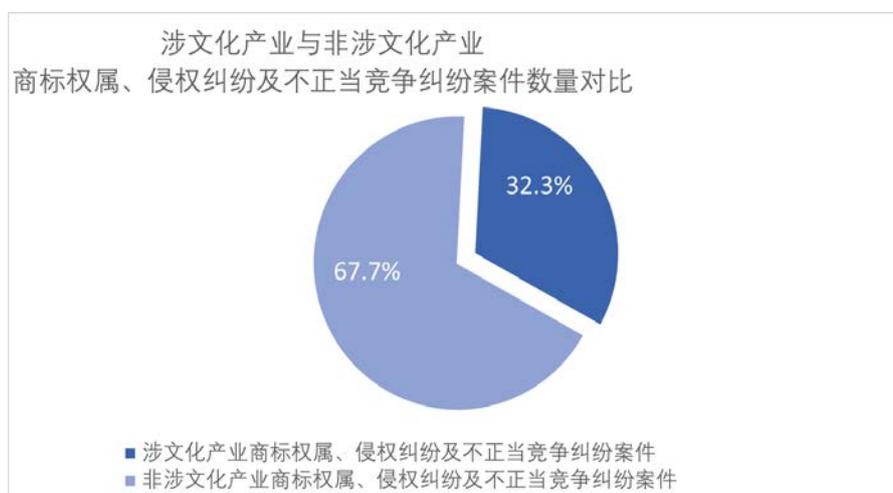
在著作权权属、侵权案件中, 不但涉诉产业分布广泛, 权利人诉请法院保护的权项亦较为多样, 在著作权法规定的 17 项权项中, 著作权人主要主张的权项为复制权、署名权、发行权, 分别占比 23.8%、

23.2%、15.5%；同时主张多项著作权权项的比重为 42.4%，反映文化产业著作权复合侵权行为频发。



三、传统产业与文化产业有待融合，文化品牌维护任重道远

作为保护企业商业标识的商标法和维护市场竞争秩序的反不正当竞争法，其保护的产业范围涉及国民经济各行各业，而在商标权属、侵权纠纷案件和不正当竞争纠纷案件中，文化产业领域的纠纷占比为 32.3%，文化产业与传统行业协同发展理念有待加强，品牌开发与维护意识亟需提升，文化创新带动传统产业转型的能力仍需进一步拓展。



总体来看，文化产业商标权属、侵权纠纷及不正当竞争纠纷案件分布于文化核心领域及文化相关领域中除文化投资运营外的 8 大类别，纠纷高发于内容创作生产及文化消费终端生产。从二级分类类别看，商标侵权及不正当竞争纠纷主要集中于数字内容服务、其他智能文化消费设备制造、互联网信息服务及会议展览服务四个领域。



第二部分 文化产业知识产权纠纷高发领域及成因分析

一、知识产权合同纠纷领域

文化产业知识产权合同纠纷占总体比例达 48.3%，系纠纷的首要产生领域。主要集中于著作权许可使用合同纠纷、著作权转让合同纠纷、委托创作合同纠纷、合作创作合同纠纷、涉教育及网络的特许经营合同纠纷、涉网络的技术合同纠纷等。纠纷产生的原因集中于以下几个方面。

（一）多重许可导致的纠纷易发

著作权转让或专有许可内容如未进行著作权登记则作品转让或专有许可的情况无法为外界获知，授权主体更换授权客体名称等“移花接木”的多重授权做法更加大了被授权人考察是否存在在先授权的

难度¹，司法实践中因重复授权引发的纠纷较为常见。如在涉及影视节目制作的文化产业中，小说、剧本的权利人将作品授权给不同的剧方供开发影视项目，剧方将影视作品信息网络传播权授权给不同的视频播放平台等。

（二）违反授权范围约定导致的侵权纠纷多发

著作权法规定的多项权利对应不同的传播路径及保护范围，如复制、发行图书通常对应的是出版行业的利益，信息网络传播权控制的是数字环境下的互联网传播利益。在授权方没有授权某项著作权的情形下，被授权人越权对外授权，除可能引发侵权风险外亦会产生违约风险²。另外，著作权合同中通常约定了授权期限、地域范围、授权类型等内容，被授权人超越授权期限、地域范围使用作品，独占许可的授权人仍在被授权人获得许可的范围内使用作品导致诉讼频发。

（三）因授权期限届满而履行义务尚未完成的纠纷易发

文化产品制作是一项复杂工程。从小说、漫画、游戏等初始内容转化为视听作品耗时漫长，历经筹备、制作、送审、宣发等多个周期，受剧本质量、可视化过程、项目资金等多种因素的影响，合同履行各阶段有可能会超出当事人的预期判断，例如约定过短的授权期限将导致合同履行面临违约风险³。此外，“改编成为影视项目”“上线”等模糊化的合同履行节点，可能影响权利人合同利益的实现⁴。

（四）实际履行变更合同约定、成果验收标准模糊导致纠纷易发

在视听作品制作、技术服务、技术开发合同的履行过程中，更改成果交付期限、付款周期、交付成果类型现象迭出。实践中合同变更

¹见北京市朝阳区人民法院（2014）朝民（知）初字第31388号一审民事判决书。

²见北京市朝阳区人民法院（2014）朝民（知）初字第06652号一审民事判决书。

³见北京市朝阳区人民法院（2015）朝民（知）初字第47634号一审民事判决书。

⁴见北京市朝阳区人民法院（2016）京0105民初39978号一审民事判决书。

引发的纠纷主要体现为：一是在成果交付标准主观化的情况下，委托方不断提出修改意见造成受托方交付期限迟延；二是委托方因资金短缺、成果不符合预期等原因迟延付款，受托方也相应迟延交付成果；三是合同标的发生变更，如创作网络剧本变更为创作传统电视剧剧本、技术服务合同中增加核心技术需求⁵。此外，委托创作的文化产品以“具有艺术感染力”等主观色彩较强词句作为作品完成标准而产生的纠纷屡见不鲜。模糊性约定具有任意解释的风险，委托方和受托方对作品是否符合心理预期与效果通常存在不同的理解，故因作品完成标准产生的纠纷多发⁶。此外，涉及专业服务，如网页设计、系统开发的技术类合同中过于简单的功能描述、名词解释亦存在合同各方差异化理解的情形，由此引起的纠纷亦比较常见。

（五）合同履行成果及款项交付不当引发纠纷

委托创作合同、技术服务合同、技术委托开发合同中委托方为确保受托方成果交付，在报酬支付形式上常选择分段式付款。实践中由此引发的纠纷主要体现为合同履行节点与付款节点不对应导致产生合同违约之诉⁷，又如在部分委托创作合同、合作创作合同纠纷的案件中，创作者因参与到后期视听作品开发事宜，涉及与多方合作成员沟通联络。创作者以非合同约定的发送方式提交工作成果，导致被诉违约时有发生⁸。另外，往来款频繁的著作权合同或影视投资类合同中，多笔资金混杂时不易区分双方往来款项用途，在一方履行未标注款项性质，或采用“往来款、借款”等笼统措辞备注，另一方不认可该笔款项时导致纠纷产生⁹。

（六）违反《商业特许经营管理条例》及合同约定引发纠纷

⁵见北京市朝阳区人民法院（2018）京0105民初81486号一审民事判决书。

⁶见北京市朝阳区人民法院（2015）朝民（知）初字第05783号一审民事判决书。

⁷见北京市朝阳区人民法院（2019）京0105民初2202号一审民事判决书。

⁸见北京市朝阳区人民法院（2015）朝民（知）初字第20023号一审民事判决书。

⁹见北京市朝阳区人民法院（2018）京0105民初83776号一审民事判决书。

在涉文化产业的室内娱乐活动、文化科研培训、婚庆典礼服务、动漫衍生等领域的特许经营合同纠纷中，特许人不具备商标、品牌等特许经营资源、未向被特许人披露《商业特许经营管理条例》第二十二条规定的信息，不符合应当至少拥有经营时间超过1年的2个直营店多为被特许人起诉解除合同的主要原因，上述原因与特许人违约行为结合后，被特许人主张解除及损害赔偿的纠纷频发。

二、著作权权属、侵权纠纷领域

著作权权属、侵权纠纷在涉文化产业纠纷中占比34.4%，纠纷产生原因一方面源于技术更新带来著作权人与传播者利益格局的调整，互联网环境下行为人版权意识有待提高；另一方面源于著作权人对权利归属、合理使用、思想与表达、损害赔偿等制度的理解差异，启动司法程序前未能充分评估诉讼风险。

（一）版权保护意识有待提高引发侵权纠纷

著作权法以调整专有行为的方式界定权利保护范围，实践中侵权人知识产权意识有待提高，认为作品被权利人置于互联网领域即属于可任意使用的“公共资源”，尤其当该作品已被其他社交、新闻、娱乐平台使用时，误将“广泛使用”等同于“无明确权属”，并抱有自身知名度低，使用不易被发现的侥幸心理，甚至有的经营者采取不付出授权成本而扩大规模的“先侵权、后规范”经营模式，导致侵权行为产生。主要表现为未经授权直接上传作品；提供信息存储空间服务，用户上传内容侵权；提供链接等技术服务手段，作品在线播放侵权；网络直播侵权四类侵权行为¹⁰。

（二）对著作权法保护范围理解不当引发争议

著作权法仅保护思想的表达而不保护思想，思想与表达的二分原

¹⁰见北京市朝阳区人民法院（2016）京0105民初10412号一审民事判决书。

则一直以来都是著作权领域的复杂问题,需要结合具体情况进行个案认定,实践中有部分作者对此认知不足,认为只要对方使用其作品的相关内容即属于抄袭,进而引发诉讼。此类情况多见于小说等文字作品抄袭纠纷中,及根据剧本、小说等文字作品拍摄影视剧的纠纷中,相关主体对著作权法意义上的思想与表达各自涵盖的范畴把握并不充分。¹¹

（三）对合理使用制度认知不足引发纠纷

著作权法不仅保护作者的权利,亦鼓励作品的正常传播,因此设立了权利限制方面的合理使用制度,规定部分使用作品的行为不须经过著作权人许可,亦不必支付报酬。实践中,对合理使用制度理解不足,容易引发纠纷,如使用者在影评中,使用了原告少量电视剧截图,公众难以通过浏览截图获知电视剧内容相反可能起到宣传电视剧的作用,在截图未对电视剧起到实质替代作用的情况下,属于合理使用,权利人无权禁止这一使用方式。此类案件反映出著作权人在行使权利时存在忽略作品保护与传播之间平衡关系的现象¹²。

（四）新技术发展引发作品认定的争议增多

互联网等数字新兴技术的发展推动文化产业日益兴盛,同时也对著作权法适用提出挑战。其中人工智能生成内容、虚拟现实场景、直播画面等智力成果涉及内容可版权性的认定,对确立作品这一权利客体和其负载的作者专有权、并以此调整作者、传播者和使用者关系的著作权法造成适用困境,由此也引发权利人与使用人之间的利益争夺¹³。

（五）权属证据留存不足引发争议

¹¹见北京市朝阳区人民法院(2016)京0105民初43127号一审民事判决书。

¹²见北京市朝阳区人民法院(2017)京0105民初10028号一审民事判决书。

¹³见北京市朝阳区人民法院(2016)京0105民初51305号一审民事判决书。

司法实务中根据底稿、原件、合法出版物、著作权登记证书、授权文件等材料认定涉诉作品著作权的归属，权利人应当留存相应权属证据。实践中有相当一部分权利人认为仅凭登载于互联网的作品水印证明权属，或者使用可以随意更改数据形成时间和上传时间的软件创作作品，而不对相关创作时间节点采用其他方式予以固定证据，导致侵权人不认可其享有权利，引发争议¹⁴。

（六）举证不力导致赔偿数额难以达成共识引发诉讼

在著作权侵权损失赔偿数额认定上，能够确定权利人实际损失或侵权人违法所得的，按照该损失或获益数额确定赔偿额；损失或获益数额不能确定的，法院可在法律规定的赔偿数额范围内酌情进行确定。著作权侵权发生后，权利人与侵权人协商和解时，往往难以对其损失或侵权人获利进行举证，亦未能就法院酌定赔偿数额的因素，如作品点击量、授权许可费、知名度及市场价值、定价机制等予以举证，导致双方难以就赔偿金额达成一致，最终和解失败引发诉讼争议¹⁵。

（七）职务作品归属引发纠纷

文化产业知识产权案件中，绝大部分案件涉及内容生产行业，相关从业企业不可避免需要员工进行创造性劳动创作作品，员工与企业之间多发作品权属争议纠纷，主要体现为一般职务作品及特殊职务作品的构成要件上，员工与企业围绕“是否为完成工作任务而创作”“是否主要利用公司条件创作”“是否由公司承担责任”出现分歧¹⁶。

三、商标侵权及不正当竞争纠纷领域

文化产业的商标权属侵权纠纷及不正当竞争纠纷共占比 17.3%，主要表现为商业标识的不当使用、侵害商业秘密、虚假宣传等行为。

¹⁴见北京市朝阳区人民法院（2016）京 0105 民初 51200 号一审民事判决书。

¹⁵见北京市朝阳区人民法院（2017）京 0105 民初 57903 号一审民事判决书。

¹⁶见北京市朝阳区人民法院（2017）京 0105 民初 67607 号一审民事判决书。

该两类纠纷虽占比不大,但不正当竞争行为和商标使用行为对文化市场秩序的破坏力较大,影响也较为深远。通过分析,发现该两类纠纷产生原因主要有以下几点:

(一) 不当使用商业标识引发纠纷

商标是典型的商业标识,但对于文化产品,尤其是无形的文化产品而言,自然人姓名(包括作者笔名、艺人艺名等)、企业名称(包括有一定影响力的企业名称简称)、产品名称(如电影等作品名称)、产品包装装潢(如书籍的包装封面)等商业标识在快速引起消费者注意方面发挥着举足轻重的作用。以上商业标识一般而言无法受到著作权法、商标法等知识产权特别法保护,反不正当竞争法发挥补充性保护功能。如不当使用涉文化产业的艺人姓名、图书包装装潢,可能引发不正当竞争之诉¹⁷。

(二) 注册商标包含的通用元素正当使用引发商标侵权纠纷

文化商品与服务的商标侵权判断较传统行业商品与服务判断更为复杂,在文化产业相关的商标侵权案件中时有涉及通用元素的正当使用、描述性使用等商标侵权判定中的基础性问题。如果注册商标显著性弱、知名度有限,被诉侵权行为仅在描述商品内容、特点意义上使用相关注册商标中的部分元素,则被告抗辩有可能获得法院支持¹⁸。

(三) 跨界搭便车引发不正当竞争纠纷

文化产业“跨界发展”的趋势日益普遍,关联产业经营者搭便车、蹭热度的纠纷频发,比如近年来影游联动相互改编日益增多,一些经营多年的知名IP改编成功将会获得巨大的商业价值。关联产业

¹⁷见北京市朝阳区人民法院(2015)朝民(知)初字第22629号、(2016)京0105民初41962号一审民事判决书。

¹⁸见北京市朝阳区人民法院(2015)朝民(知)初字第56312号一审民事判决书。

的经营者虽未直接使用原知名电影或游戏元素，但若主观上有搭便车的故意，客观上实施了擅自使用他人有一定影响商品名称的，有可能引发不正当竞争纠纷¹⁹。

（四）员工离职而引发侵害商业秘密纠纷

样本显示，因员工离职而引发的不正当竞争案件频发²⁰，当事人通常会寻求反不正当竞争法的诚实信用原则及商业秘密相关规定的保护。在这一过程中，采取了签署书面保密协议等保密措施，并能充分举证证明其主张的技术信息及经营信息所具有的秘密性、价值性的经营者，通常可获得法院判定的支持。

（五）不理性自力救济引发不正当竞争纠纷

不正当竞争行为发生后，涉事双方在提起诉讼前，可能采取发表公开声明等救济方式减少对方不正当竞争行为对己方所造成的影响。而这种公开声明，如措辞不当，损害了竞争对手的商业信誉或商品声誉，可能构成新的商业诋毁不正当竞争行为。实践当中因前后牵连行为引发竞争对手互诉对方构成不正当竞争行为的案件已不鲜见²¹。

（六）不当利用他人成果引发虚假宣传纠纷

文化产业领域中，为吸引顾客，经营者往往会使用经典案例或既有成果进行广告宣传，但如使用其不享有权利的非真实成果进行广告宣传，则可能构成虚假宣传的不正当竞争行为。实践中，使用竞争对手的项目、成果、作品推广宣传自身服务引发的纠纷，司法实践中较为多见²²。

¹⁹见北京市朝阳区人民法院（2015）朝民（知）初字第22629号一审民事判决书。

²⁰见北京市朝阳区人民法院（2016）京0105民初17538号一审民事判决书。

²¹见北京市朝阳区人民法院（2015）朝民（知）初字第42374号、（2015）朝民（知）初字第46540号一审民事判决书。

²²见北京市朝阳区人民法院（2015）朝民（知）初字第22678、25867、29683号一审民事判决书。

第三部分 文化产业知识产权纠纷司法保护及审判延伸

一、坚持依法保护知识产权，服务区域文化产业发展

（一）注重新业态成果保护，推动文化科技跨界融合

朝阳法院知产庭注重发挥知识产权司法保护的主导作用，探索新技术、新业态、新模式案件的法律适用，促进文化创意行业及新兴业态发展。例如，在虚拟现实场景侵犯著作权案中，对 VR 场景下改编与复制的判断进行了有益探索，判决明确新技术条件不构成对复制或改编行为的影响因素，仍应当对 VR 场景显示的效果与涉案作品进行比对后判断。

（二）坚持平等保护中外当事人合法权益，树立良好司法公信力

朝阳法院知产庭集中受理区内知识产权涉外案件。近年来，随着区域经济的发展，涉外知识产权案件逐年增多。我院在涉外案件审理中，一贯坚持公正司法、平等保护国内外知识产权权利人的合法权利。以 2019 年依法审结的捷豹路虎车不正当竞争案为例，该案被境内外主流媒体高度评价，认为裁判结果进一步加强了外资企业在中国投资的信心，也彰显了中国法院知识产权类案件裁决结果的公正性。

（三）鼓励和保护作品原创，规范作品传播秩序

朝阳法院知产庭始终坚持在案件审理过程中，平衡著作权权利保护与权利限制的关系。保护原创作品版权权利、规制抄袭行为，根据文字作品、音乐作品、摄影作品、视听作品等不同作品类型，依法准确适用独创性认定标准，确定权利归属，妥善处理著作权争议，促进著作权保护事业的健康发展。

（四）妥善适用商标法规定，合理平衡商标注册与使用

朝阳法院知产庭区分不同情形妥善适用商标法，保护合法商业标

识的同时保护文化市场创新经营活力。对于知名度较高的商标实施的恶意侵权行为，加大赔偿力度；对被诉侵权人的非商标性使用、商标中包含的通用元素的正当使用，依法不认定构成商标侵权；对商标注册人未实际使用注册商标的，仅为商标注册并维权的，依法适用商标法规定，判决不予赔偿。

（五）审慎适用一般条款，保障市场自由竞争

朝阳法院知产庭明晰反不正当竞争法立法本意，鼓励和保护公平竞争，维护诚信经营及市场自由竞争秩序。从维护公平、自由、效率的价值出发判断经营者竞争利益，结合案件具体情况，对公共利益、消费者利益和经营者利益进行综合衡量。明确损害与竞争行为的关系，将不会造成损害的竞争行为留给市场解决。案件审理中重点考察被诉竞争行为正当性，既防止失之过宽而造成对市场竞争秩序的不良影响、也防止失之过严对竞争自由的过分抑制。

（六）深入落实繁简分流机制，多举措并行提高审判质效

朝阳法院知产庭从审判团队建设、信息化建设、送达方式改革多角度深入落实繁简分流机制，提高审判质效。具体来说：一是建立1名速裁法官加动态法官助理团队模式，对于法律关系简单案件进行分流，2019年全年，速裁团队共分流1760件案件，结案量占全庭总量的42.8%。二是着力推进司法供给向互联网领域的延伸，以信息化手段提高审判效率。在尊重当事人意愿的前提下，积极推进线上庭审；试点庭审记录改革，在简易程序中，适用以庭审录音录像替代庭审笔录，充分发挥技术优势，为当事人提供更高效、畅通、便利的诉讼服务；落实市场主体送达认诺意见，积极开展电子送达，提升送达成功率及效率。三是深化送达方式改革，积极落实市高院与市监局共同

发布的市场主体送达地址认诺意见，运行集中送达，充分提高电子送达使用率，提升送达有效率，缩短诉讼周期。

二、坚持党建引领，延伸审判职能服务产业环境

（一）坚持党建引领，打造专业化知产审判队伍

朝阳法院知产庭始终把党的建设和政治建设摆在知识产权审判工作的首位，党支部切实提高政治站位，自觉把知产审判工作放到党和国家事业大局中去审视部署推动，积极践行司法服务，全面助力区域营商环境优化。以“知无涯·行致远”党支部为领导核心，通过“知行”“知思”“知学”党小组对接“博耘”“博闻”“博译”团小组，实现覆盖全庭的精细化管理，3个党、团小组分别侧重于著作权案件、商标案件及不正当竞争案件的审判及调研工作，实现案件专业化分类审理。

（二）深入推进诉调对接，提高多元调解化解纠纷能力

朝阳法院知产庭现有3家知识产权专业调解组织开展驻庭调解工作。为确保调解组织多元调解工作落到实处，朝阳法院知产庭建立了系统深入的诉调对接机制，专门设立诉调对接审判团队，从调解程序、事实查明、法律适用等全方面对调解组织进行培训指导，提高多元调解工作实效。2019年，调解组织共对3884件案件进行诉前调解，占总年度收案量的89.9%，调解成功355件。

（三）着力拓宽审判人员国际视野，提高涉外司法工作水平

在国内外经贸交流日益频繁、涉外知识产权纠纷数量不断增长的背景下，朝阳法院知产庭坚持将涉外知识产权审判工作置于国际、国内两个大局中谋划，一方面通过法官会议，对涉外案件中频发的一系列程序及实体法律问题进行集中探讨，另一方面依托团支部下设的

“博译”子项目，对外国判例进行翻译、研读，力求做到审理事实清楚、适用法律正确，确保社会效果及法律效果的统一。

（四）常抓不懈审判调研，深入研究疑难复杂问题

面对涉及新兴文化产业和新型商业模式发展中出现的新问题，朝阳法院知产庭不断加强调查研究，提高知识产权司法能力，形成《涉影视行业知识产权司法保护的调查研究》《涉影视衍生品知识产权司法保护调研报告》《视频聚合平台运行模式著作权法规制的司法认定》《计算机网络域名民事纠纷调研报告》等多项与文化产业相关的调研成果，始终坚持问题导向，突出调查研究的实用性和针对性。

（五）积极发出司法建议，推动文化产业诉源治理

针对审判中提炼挖掘出的规律性问题，朝阳法院知产庭紧密结合文化产业发展状况和社会治理的薄弱环节、针对行业内突出的风险隐患向相关部门发出司法建议，督促行业管理部门加强管理、堵塞漏洞。曾向工信部、国家互联网办公室、国家版权局、北京市朝阳区文化和旅游局等发出司法建议，协同社会各部门共同加强社会管理。

（六）帮扶行业精准普法，提升审判社会引导力

为落实朝阳区“三化”工作要求，积极主动帮扶行业精准普法，朝阳法院知产庭与文创实验区建立长期交流机制：以法官工作站为工作抓手，赴铜牛电影产业园等多个文创园区进行普法讲座和法官公益课堂，结合“京法巡回讲堂”，多次前往建外社区等我区街乡、中小学校开展知识产权专题法律公益讲座，积极开展志愿服务。

第四部分 加强提升文化产业发展的指导与建议

一、从宏观方面提升产业融合推动经济结构战略转型

（一）强化创意品牌保护，拓宽文化产业与传统产业双向融合

以知识产权为核心生产力的文化企业，应拓宽发展思路，持续优化文化产业布局结构，推动文化产业和其他产业的深度融合，促进文化产业高质量发展。一方面，文化企业应提升文化内容价值的最大化，扩容市场开发空间，最大限度地开发文化产品的商业价值，规划开发布局，将文化内容向传统产业延伸。以影视企业为例，除创作出高质量的影视作品外，影视企业应提升衍生行业的商业布局意识，将核心影视元素衍生开发至各行业领域，提升文化内容价值。另一方面，传统产业企业应注重提炼传统产业核心产品的文化品牌价值，向文化领域延伸，例如，酒业公司可以提升其品牌的产业辐射范围，将其酒类产品品牌打造为具有文化市场竞争力的品牌IP，形成对文化旅游产业的覆盖。

（二）强化知识产权立体保护，以多元解纷方式依法维权

对文化产业经营者而言，应将被动制止侵权转化为主动防范纠纷的发生，在综合立体的知识产权法律引导下进行文化产品的创作、生产、传播文化商业活动。改变“创作——运用——保护”为“保护创作——保护运用”，在知识产权创作与运用的同时注重知识产权保护。具体而言，即充分综合运用我国知识产权法律制度。以图形为产品元素为例，具有独创性表达的图形可以为著作权法保护，著作权人应主动积极进行著作权登记等活动留存权属初步证据；图形富有美感并适用于工业应用的新设计，属于专利法保护的外观设计，文化企业应积极主动进行专利申请；图形亦可作为商标申请注册；此外，知名商品特有的包装、装潢还受反不正当竞争法保护。总之，将创意成果进行综合立体的管理和保护可以加强自身知识产权保护。此外，在纠纷发生后，除向法院提起民事诉讼外，权利人应积极拓展纠纷维权和解决渠道，既可以向市场监督管理部门及时提出举报线索，也可以向行业

调解组织等社会力量参与的多元调解组织申请化解纠纷，帮助企业及时高效维护自身合法权益。

二、从微观角度强化知识产权各领域维权能力

（一）规范权属取得与作品使用，防范著作权侵权风险

著作权保护的客体是文化产品中最为常见的载体形式，原创内容的价值产生与再造与著作权息息相关。从权属取得方面，文化企业须注重健全版权采购制度，通过合法授权取得作品，并加强对所购作品权属的审查。并且加大权属证据留存力度，以避免诉讼纠纷发生时出现权属争议。通过签订授权许可合同取得相关权文化企业在使用利的作品时，要严格遵循合同约定的使用期限、地域范围、具体权项，避免超范围使用导致侵权。对委托他人创作的作品或职务作品，应通过合同明确约定作品权利归属及委托关系双方、单位与职工双方各自的权利范围。从作品使用方面，企业可通过签订保密协议等方式，防止在与其他人洽谈、合作过程中向他人泄露自身未发表作品内容。

（二）规范合同文本与履约行为，防范知识产权合同纠纷风险

文化产业合同案件通常标的金额不菲，相关主体应在订立合同之初建立要素式审查模式，避免潜在交易风险。在合同履行期限、违约责任等主要内容上细化合同条款。以委托类合同为例，应着重审查是否有明确的成果验收标准、是否列明各阶段性工作成果价值，并充分评估合同履行周期，合理划分合同履行的各项阶段。当合同约定有履行期限时，合同主体应按期履行；当履行情况与合同约定出现偏差时，应当及时以书面方式签订变更协议。对于文化产品、商业标识、商业秘密等已经有明确约定权利归属的，应严守契约。

（三）规范内部管理制度，防范商标侵权及不正当竞争纠纷风险

商标和竞争优势的市场经济价值转化对于文化企业的发展具有重要的影响。文化企业要防范涉商标侵权及不正当竞争纠纷风险，不仅有赖于市场其他经营主体的诚信经营，更要从自身入手，规范内部管理制度：一是制定商业秘密保护机制，通过签订保密协议、限制人员访问、限定知悉范围、制定企业商业信息分级管理制度、对保密信息载体加密加锁、添加保密标识等多种手段保护其商业秘密；二是建立健全侵权预警监测机制，通过设立专业化部门、与第三方监测机构合作等方式，及时发现商标侵权或擅自使用有一定影响企业名称等侵权及不正当竞争行为，避免重大商业利益损失的扩大；三是规范企业对侵权或不正当竞争行为实施救济措施的处理流程，在采取发表公开声明等自力救济减少侵权行为的影响时，应当做到以事实为根据，避免因言论失当反而陷于侵权或不正当竞争之境地，对于侵权或不正当竞争行为进行合理预判，可能带来较大影响的，应当及时采取证据、财产或行为保全，减少损失。

结 语

文化是最根本、最深沉、最持久的力量。加强知识产权保护，是推动文化产业发展、传承和延续的重要保障，更是推动营造良好营商环境的应有之义。朝阳法院将继续以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧紧围绕统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局，牢固树立保护知识产权就是保护创新的理念，深入贯彻落实中共中央办公厅、国务院办公厅《关于强化知识产权保护的意见》和最高人民法院《关于全面加强知识产权司法保护

的意见》，规范固本，创新赋能，切实提升审判质效，为文化产业蓬勃发展，繁荣兴盛做出更大的贡献。

二〇二〇年六月

制作部门：民事审判五庭(知识产权审判庭)

附件：表 1 《文化及相关产业分类表》

文化及相关产业分类表²³

代 码			类别名称	说 明	行业分类 代码
大 类	中 类	小 类			
01	011		文化核心领域	本领域包括 01-06 大类。	
			新闻信息服务		
	012		新闻服务		
		0110	新闻业	包括新闻采访、编辑、发布和其他新闻服务。	8610
	013		报纸信息服务		
		0120	报纸出版	包括党报出版、综合新闻类报纸出版和其他报纸出版服务。	8622
	014		广播电视信息服务		
		0131	广播	指广播节目的现场制作、播放及其他相关活动，还包括互联网广播。	8710
		0132	电视	指有线和无线电视节目的现场制作、播放及其他相关活动，还包括互联网电视。	8720
		0133	广播电视集成播控	指 IP 电视、手机电视、互联网电视等专网及定向传播视听节目服务的集成播控，还包括普通广播电视节目集成播控。	8740
		互联网信息服务			
	0141	互联网搜索服务	指互联网中的特殊站点，专门用来帮助人们查找存储在其他站点上的信息。	6421	
	0142	互联网其他信息服务	包括网上新闻、网上软件下载、网上音乐、网上视频、网上图片、网上动漫、网上文学、网上电子邮件、网上新媒体、网上信息发布、网站导航和其他互联网信息服务。	6429	

²³来源于国家统计局，http://www.stats.gov.cn/tjgz/tzgb/201804/t20180423_1595390.html，2020 年 5 月 5 日访问。

代 码			类别名称	说 明	行业分类 代码
大 类	中 类	小 类			
02	021		内容创作生产 出版服务		
		0211	图书出版	包括书籍出版、课本类书籍出版和其他图书出版服务。	8621
		0212	期刊出版	包括综合类杂志出版，经济、哲学、社会科学类杂志出版，自然科学、技术类杂志出版，文化、教育类杂志出版，少儿读物类杂志出版和其他杂志出版服务。	8623
		0213	音像制品出版	包括录音制品出版和录像制品出版服务。	8624
		0214	电子出版物出版	包括马列毛泽东思想、哲学等分类别电子出版物，综合类电子出版物和其他电子出版物出版服务。	8625
		0215	数字出版	指利用数字技术进行内容编辑加工，并通过网络传播数字内容产品的出版服务。	8626
		0216	其他出版业	指其他出版服务。	8629
	022		广播影视节目制作		
		0221	影视节目制作	指电影、电视和录像（含以磁带、光盘为载体）节目的制作活动，该节目可以作为电视、电影播出、放映，也可以作为出版、销售的原版录像带（或光盘），还可以在其他场合宣传播放，还包括影视节目的后期制作，但不包括电视台制作节目的活动。	8730
		0222	录音制作	指从事录音节目、音乐作品的制作活动，其节目或作品可以在广播电台播放，也可以制作成出版、销售的原版录音带（磁带或光盘），还可以在其他宣传场合播放，但不包括广播电台制作节目的活动。	8770
	023		创作表演服务		
		0231	文艺创作与表演	指文学、美术创造和表演艺术（如戏曲、歌舞、话剧、音乐、杂技、马戏、木偶等表演艺术）等活动。	8810
		0232	群众文体活动	指对各种主要由城乡群众参与的文艺类演出、比赛、展览等公益性文化活动的管理活动。	8870
	0233		其他文化艺术业	包括网络（手机）文化服务，史料、史志编辑服务，艺（美）术品、收藏品鉴定和评估服务，街头报刊橱窗管理服务和其他未列明文化艺术服务。	8890
0233					
024		数字内容服务			
	0241	动漫、游戏数字内容服务	指将动漫和游戏中的图片、文字、视频、音频等信息内容运用数字化技术进行加工、处理、制作并整合应用的服务，使其通过互联网传播，在计算机、手机、电视等终端播放，在存储介质上保存。	6572	

代 码			类别名称	说 明	行业分类 代码
大 类	中 类	小 类			
		0242	互联网游戏服务	指以互联网为传输媒介，以游戏运营商服务器和用户计算机为处理终端，以游戏客户端软件为信息交互窗口，旨在实现娱乐、休闲、交流和取得虚拟成就的具有可持续性的个体性多人在线游戏。包括互联网电子竞技服务。	6422
		0243	多媒体、游戏动漫和数字出版软件开发	仅指通用应用软件中的多媒体软件、游戏动漫软件、数字出版软件开发。该小类包含在应用软件开发行业小类中。	6513*
		0244	增值电信文化服务	仅指固定网增值电信、移动网增值电信、其他增值电信中的文化服务。该小类包含在其他电信服务行业小类中。	6319*
		0245	其他文化数字内容服务	仅指文化宣传领域数字内容服务。该小类包含在其他数字内容服务行业小类中。	6579*
	025		内容保存服务		
		0251	图书馆	包括公共图书馆、高等院校图书馆、专业图书馆和其他图书馆管理服务。	8831
		0252	档案馆	包括综合档案馆、专门档案馆、部门档案馆、企业档案馆、事业单位档案馆和其他档案馆管理服务。	8832
		0253	文物及非物质文化遗产保护	指对具有历史、文化、艺术、科学价值，并经有关部门鉴定，列入文物保护范围的不可移动文物的保护和管理活动；对我国口头传统和表现形式，传统表演艺术，社会实践、意识、节庆活动，有关的自然界和宇宙的知识和实践，传统手工艺等非物质文化遗产的保护和管理活动。	8840
		0254	博物馆	指收藏、研究、展示文物和标本的博物馆的活动，以及展示人类文化、艺术、科技、文明的美术馆、艺术馆、展览馆、科技馆、天文馆等管理活动。	8850
	026		工艺美术品制造		
		0261	雕塑工艺品制造	指以玉石、宝石、象牙、角、骨、贝壳等硬质材料，木、竹、椰壳、树根、软木等天然植物，以及石膏、泥、面、塑料等为原料，经雕刻、琢、磨、捏或塑等艺术加工而制成的各种供欣赏和实用的工艺品的制作活动。	2431
		0262	金属工艺品制造	指以金、银、铜、铁、锡等各种金属为原料，经过制胎、浇铸、锻打、篆刻、搓丝、焊接、纺织、镶嵌、点兰、烧制、打磨、电镀等各种工艺加工制成的造型美观、花纹图案精致的工艺美术品的制作活动。	2432
		0263	漆器工艺品制造	指将半生漆、腰果漆加工调配成各种鲜艳的漆料，以木、纸、塑料、铜、布等作胎，采用推光、雕填、彩画、镶嵌、刻灰等传统工艺和现代漆器工艺进行的工艺制品的制作活动。	2433
		0264	花画工艺品制造	指以绢、丝、绒、纸、涤纶、塑料、羽毛、通草以及鲜花草等为原料，经造型设计、模压、剪贴、干燥等工艺精制	2434

代 码			类别名称	说 明	行业分类 代码	
大 类	中 类	小 类				
03	027	0265	天然植物纤维编织工艺品制造	而成的花、果、叶等人造花类工艺品，以画面出现、可以挂或摆的具有欣赏性、装饰性的画类工艺品的制作活动。指以竹、藤、棕、草、柳、葵、麻等天然植物纤维为材料，经编织或镶嵌而成具有造型艺术或图案花纹，以欣赏为主的工艺陈列品以及工艺实用品的制作活动。	2435	
		0266	抽纱刺绣工艺品制造	指以棉、麻、丝、毛及人造纤维纺织品等为主要原料，经设计、刺绣、抽、拉、钩等工艺加工各种生活装饰用品，以及以纺织品为主要原料，经特殊手工工艺或民间工艺方法加工成各种具有较强装饰效果的生活用纺织品的制作活动。	2436	
		0267	地毯、挂毯制造	指以羊毛、丝、棉、麻及人造纤维等为原料，经手工编织、机织、栽绒等方式加工而成的各种具有装饰性的地面覆盖物或可用于悬挂、垫坐等用途的生活装饰用品的制作活动。	2437	
		0268	珠宝首饰及有关物品制造	指以金、银、铂等贵金属及其合金以及钻石、宝石、玉石、翡翠、珍珠等为原料，经金属加工和连结组合、镶嵌等工艺加工制作各种图案的装饰品的制作活动。	2438	
		0269	其他工艺美术及礼仪用品制造	指其他工艺美术品的制造活动。	2439	
		艺术陶瓷制造				
		0271	陈设艺术陶瓷制造	指以粘土、瓷土、瓷石、长石、石英等为原料，经制胎、施釉、装饰、烧制等工艺制成，主要供欣赏、装饰的陶瓷工艺美术品制造。	3075	
		0272	园艺陶瓷制造	指专门为园林、公园、室外景观的摆设或具有一定功能的大型陶瓷制造。	3076	
		031	创意设计服务			
			广告服务			
0311	互联网广告服务		指提供互联网广告设计、制作、发布及其他互联网广告服务。包括网络电视、网络手机等各种互联网终端的广告服务。	7251		
032	0312	其他广告服务	指除互联网广告以外的广告服务。	7259		
	设计服务					
		0321	建筑设计服务	仅包括房屋建筑工程，体育、休闲娱乐工程，室内装饰和风景园林工程专项设计服务。该小类包含在工程设计活动	7484*	

代 码			类别名称	说 明	行业分类 代码	
大 类	中 类	小 类				
04	041	0322	工业设计服务	行业小类中。 指独立于生产企业的工业产品和生产工艺设计，不包括工业产品生产环境设计、产品传播设计、产品设计管理等活 动。	7491	
		0323	专业设计服务	包括时装、包装装潢、多媒体、动漫及衍生产品、饰物装饰、美术图案、展台、模型和其他专业设计服务。	7492	
		文化传播渠道				
		出版物发行				
		0411	图书批发	包括书籍、课本和其他图书的批发和进出口。	5143	
		0412	报刊批发	包括报纸、杂志的批发和进出口。	5144	
		0413	音像制品、电子和数字出 版物批发	包括音像制品及电子出版物的批发和进出口。	5145	
	0414	图书、报刊零售	包括图书零售服务，报纸、杂志专门零售服务，图书、报刊固定摊点零售服务。	5243		
	0415	音像制品、电子和数字出 版物零售	包括音像制品专门零售店、电子出版物专门零售、音像制品及电子出版物固定摊点零售服务。	5244		
	042	0416	图书出租	指各种图书出租服务，不包括图书馆的租书业务。	7124	
		0417	音像制品出租	指各种音像制品出租服务，不包括以销售音像制品为主的出租音像活动。	7125	
		广播电视节目传输				
		0421	有线广播电视传输服务	指有线广播电视网和信号的传输服务。	6321	
		0422	无线广播电视传输服务	指无线广播电视信号的传输服务。	6322	
	0423	广播电视卫星传输服务	包括卫星广播电视信号的传输、覆盖与接收服务，卫星广播电视传输、覆盖、接收系统的设计、安装、调试、测试、 监测等服务。	6331		
	043	广播影视发行放映				
	0431	电影和广播电视节目发行	包括电影发行和进出口交易、非电视台制作的电视节目发行和进出口服务。	8750		

代 码			类别名称	说 明	行业分类 代码
大 类	中 类	小 类			
05	044	0432	电影放映	指专业电影院以及设在娱乐场所独立（或相对独立）的电影放映等活动。	8760
			艺术表演		
	045	0440	艺术表演场馆	指有观众席、舞台、灯光设备，专供文艺团体演出的场所管理活动。	8820
			互联网文化娱乐平台		
		0450	互联网文化娱乐平台	仅包括互联网演出购票平台、娱乐应用服务平台、音视频服务平台、读书平台、艺术品鉴定拍卖平台和文化艺术平台。该小类包含在互联网生活服务平台行业小类中。	6432*
	046		艺术品拍卖及代理		
		0461	艺术品、收藏品拍卖	指艺术品、收藏品拍卖活动。包括艺（美）术品拍卖服务、文物拍卖服务、古董和字画拍卖服务。	5183
		0462	艺术品代理	指艺术品代理活动。包括字画代理、古玩收藏品代理、画廊艺术经纪代理和其他艺术品代理。	5184
	047		工艺美术品销售		
		0471	首饰、工艺品及收藏品批发	指首饰、工艺品及收藏品的批发活动。	5146
		0472	珠宝首饰零售	指珠宝首饰的零售活动。	5245
		0473	工艺美术品及收藏品零售	指专门经营具有收藏价值和艺术价值的工艺品、艺术品、古玩、字画、邮品等的店铺零售活动。	5246
	051	文化投资运营			
		投资与资产管理			
	0510	文化投资与资产管理	仅指政府主管部门转变职能后，成立的国有文化资产管理机构和文化行业管理机构的活动；文化投资活动，不包括资本市场的投资。该小类包含在投资与资产管理行业小类中。	7212*	
	052	运营管理			
06		0521	文化企业总部管理	仅指文化企业总部的活动，其对外经营业务由下属的独立核算单位或单独核算单位承担，还包括派出机构的活动（如办事处等）。该小类包含在企业总部管理行业小类中。	7211*
		0522	文化产业园区管理	仅指非政府部门的文化产业园区管理服务。该小类包含在园区管理服务行业小类中。	7221*
			文化娱乐休闲服务		

代 码			类别名称	说 明	行业分类 代码
大 类	中 类	小 类			
	061		娱乐服务		
		0611	歌舞厅娱乐活动	指各种歌舞厅娱乐活动。	9011
		0612	电子游艺厅娱乐活动	指各种电子游艺厅娱乐服务。	9012
		0613	网吧活动	指通过计算机等装置向公众提供互联网上网服务的网吧、电脑休闲室等营业性场所的服务。	9013
		0614	其他室内娱乐活动	包括儿童室内游戏娱乐服务、室内手工制作娱乐服务和其他室内娱乐服务。	9019
		0615	游乐园	指配有大型娱乐设施的室外娱乐活动及以娱乐为主的活动。	9020
		0616	其他娱乐业	指公园、海滩和旅游景点内小型设施的娱乐活动及其他娱乐活动。	9090
	062		景区游览服务		
		0621	城市公园管理	指主要为人们提供休闲、观赏、游览以及开展科普活动的城市各类公园管理活动。	7850
		0622	名胜风景区管理	指对具有一定规模的自然景观、人文景观的管理和保护活动，以及对环境优美、具有观赏、文化和科学价值风景名胜区的保护与管理活动。	7861
		0623	森林公园管理	指国家自然保护区、名胜景区以外的，以大面积人工林或天然林为主体而建设的公园管理活动。	7862
		0624	其他游览景区管理	指其他未列明的游览景区的管理活动。	7869
		0625	自然遗迹保护管理	包括地质遗迹保护管理、古生物遗迹保护管理等。	7712
		0626	动物园、水族馆管理服务	指以保护、繁殖、科学研究、科普、供游客观赏为目的，饲养野生动物场所的管理服务。	7715
		0627	植物园管理服务	指以调查、采集、鉴定、引种、驯化、保存、推广、科普为目的，并供游客游憩、观赏的园地管理服务。	7716
	063		休闲观光游览服务		
		0631	休闲观光活动	指以农林牧渔业、制造业等生产和服务领域为对象的休闲观光旅游活动。	9030
		0632	观光游览航空服务	指直升机、热气球等游览飞行服务。	5622
			文化相关领域	本领域包括 07-09 大类。	
07	071		文化辅助生产和中介服务		
			文化辅助用品制造		
		0711	文化用机制纸及纸板制造	仅指未涂布印刷书写用纸、涂布类印刷用纸、感应纸及纸板制造。该小类包含在机制纸及纸板制造行业小类中。	2221*

代 码			类别名称	说 明	行业分类 代码
大 类	中 类	小 类			
		0712	手工纸制造	指采用手工操作成型，制成纸的生产活动。包括手工纸（宣纸、国画纸、其他手工纸）及手工纸板。	2222
		0713	油墨及类似产品制造	指由颜料、联接料（植物油、矿物油、树脂、溶剂）和填充料经过混合、研磨调制而成，用于印刷的有色胶浆状物质，以及用于计算机打印、复印机用墨等的生产活动。	2642
		0714	工艺美术颜料制造	指油画、水粉画、广告等艺术用颜料的制造。	2644
		0715	文化用信息化学品制造	指电影、照相、医用、幻灯及投影用感光材料、冲洗套药，磁、光记录材料，光纤维通讯用辅助材料，及其专用化学制剂的制造。	2664
	072		印刷复制服务		
		0721	书、报刊印刷	指书、报刊的印刷活动。	2311
		0722	本册印制	指由各种纸及纸板制作的，用于书写和其他用途的本册生产活动。	2312
		0723	包装装潢及其他印刷	指根据一定的商品属性、形态，采用一定的包装材料，经过对商品包装的造型结构艺术和图案文字的设计与安排来装饰美化商品的印刷，以及其他印刷活动。	2319
		0724	装订及印刷相关服务	指专门企业从事的装订、压印媒介制造等与印刷有关的服务。	2320
		0725	记录媒介复制	指将母带、母盘上的信息进行批量翻录的生产活动。	2330
		0726	摄影扩印服务	包括摄影服务、照片扩印及处理服务。	8060
	073		版权服务		
		0730	版权和文化软件服务	仅指版权服务、文化软件服务。该小类包含在知识产权服务行业小类中。	7520*
	074		会议展览服务		
		0740	会议、展览及相关服务	指以会议为主，也可附带展览及其他相关的活动形式，包括项目策划组织、场馆租赁保障、相关服务。	7281-7284 7289
	075		文化经纪代理服务		
		0751	文化活动服务	指策划、组织、实施各类文化、晚会、娱乐、演出、庆典、节日等活动的服务。	9051
		0752	文化娱乐经纪人	指各种文化娱乐经纪人活动。包括演员挑选、推荐服务，艺术家、作家经纪人服务，演员经纪人服务，模特经纪人	9053

代 码			类别名称	说 明	行业分类 代码
大 类	中 类	小 类			
		0753	其他文化艺术经纪代理	服务，其他演员、艺术家经纪人服务。 指其他文化艺术经纪代理活动。	9059
		0754	婚庆典礼服务	仅指婚庆礼仪服务。该小类包含在婚姻服务行业小类中。	8070*
		0755	文化贸易代理服务	仅指文化贸易代理服务。该小类包含在贸易代理行业小类中。	5181*
		0756	票务代理服务	指除旅客交通票务代理外的各种票务代理服务。	7298
	076		文化设备（用品）出租服 务		
		0761	休闲娱乐用品设备出租	指各种休闲娱乐用品设备出租活动。	7121
		0762	文化用品设备出租	指各种文化用品设备出租活动。	7123
	077		文化科研培训服务		
		0771	社会人文科学研究	指各种社会人文科学研究活动。	7350
		0772	学术理论社会（文化）团 体	仅指学术理论社会团体、文化团体的服务。该小类包含在专业性团体行业小类中。	9521*
		0773	文化艺术培训	指国家学校教育制度以外，由正规学校或社会各界办的文化艺术培训活动，不包括少年儿童的课外艺术辅导班。	8393
08		0774	文化艺术辅导 文化装备生产	仅包括美术、舞蹈、音乐、书法和武术等辅导服务。该小类包含在其他未列明教育行业小类中。	8399*
	081		印刷设备制造		
		0811	印刷专用设备制造	指使用印刷或以其他方式将图文信息转移到承印物上的专用生产设备的制造。	3542
		0812	复印和胶印设备制造	指各种用途的复印设备和集复印、打印、扫描、传真为一体的多功能一体机的制造；以及主要用于办公室的胶印设备、文字处理设备及其零件的制造。	3474
	082		广播电视电影设备制造及		

代 码			类别名称	说 明	行业分类 代码
大 类	中 类	小 类			
			销售		
		0821	广播电视节目制作及发射设备制造	指广播电视节目制作、发射设备及器材的制造。	3931
		0822	广播电视接收设备制造	指专业广播电视接收设备的制造，但不包括家用广播电视接收设备的制造。	3932
		0823	广播电视专用配件制造	指专业用录像重放及其他配套的广播电视设备的制造，但不包括家用广播电视装置的制造。	3933
		0824	专业音响设备制造	指广播电视、影剧院、录音棚、会议、各种场地等专业用录音、音响设备及其他配套设备的制造。	3934
		0825	应用电视设备及其他广播电视设备制造	指应用电视设备、其他广播电视设备和器材的制造。	3939
		0826	广播影视设备批发	指广播影视设备的批发和进出口活动。	5178
		0827	电影机械制造	指各种类型或用途的电影摄影机、电影录音摄影机、影像放映机及电影辅助器材和配件的制造。	3471
	083		摄录设备制造及销售		
		0831	影视录放设备制造	指非专业用录像机、摄像机、激光视盘机等影视设备整机及零部件的制造，包括教学用影视设备的制造，但不包括广播电视等专业影视设备的制造。	3953
			娱乐用智能无人飞行器制造		
		0832	娱乐用智能无人飞行器制造	指按照国家有关安全规定标准，经允许生产并主要用于娱乐的智能无人飞行器的制造。该小类包含在智能无人飞行器制造行业小类中。	3963*
		0833	幻灯及投影设备制造	指通过媒体将在电子成像器件上的文字图像、胶片上的文字图像、纸张上的文字图像及实物投射到银幕上的各种设备、器材及零配件的制造。	3472
		0834	照相机及器材制造	指各种类型或用途的照相机的制造。包括用以制备印刷板，用于水下或空中照相的照相机制造，以及照相机用闪光装置、摄影暗室装置和零件的制造。	3473
		0835	照相器材零售	指照相器材专门零售。	5248
	084		演艺设备制造及销售		
		0841	舞台及场地用灯制造	指演出舞台、演出场地、运动场地、大型活动场地用灯制造。	3873
		0842	舞台照明设备批发	仅指各类舞台照明设备的批发。该小类包含在电气设备批发行业小类中。	5175*

代 码			类别名称	说 明	行业分类 代码
大 类	中 类	小 类			
	085		游乐游艺设备制造		
		0851	露天游乐场所游乐设备制 造	指主要安装在公园、游乐园、水上乐园、儿童乐园等露天游乐场所的电动及非电动游乐设备和游艺器材的制造。	2461
		0852	游艺用品及室内游艺器材 制造	指主要供室内、桌上等游艺及娱乐场所使用的游乐设备、游艺器材和游艺娱乐用品，以及主要安装在室内游乐场所的电子游乐设备的制造。	2462
		0853	其他娱乐用品制造	指其他未列明的娱乐用品制造。	2469
	086		乐器制造及销售		
		0861	中乐器制造	指各种中乐器的制造活动。	2421
		0862	西乐器制造	指各种西乐器的制造活动。	2422
		0863	电子乐器制造	指各种电子乐器的制造活动。	2423
		0864	其他乐器及零件制造	指其他未列明的乐器、乐器零件及配套产品的制造。	2429
		0865	乐器批发	指各种乐器的批发活动。	5147
		0866	乐器零售	指各种乐器的零售活动。	5247
09			文化消费终端生产		
	091		文具制造及销售		
		0911	文具制造	指办公、学习等使用的各种文具的制造。	2411
		0912	文具用品批发	指文具用品的批发活动。	5141
		0913	文具用品零售	指文具用品的零售活动。	5241
	092		笔墨制造		
		0921	笔的制造	指用于学习、办公或绘画等用途的各种笔制品的制造。	2412
		0922	墨水、墨汁制造	指各种墨水、墨汁及墨汁类似品的制造活动。	2414
	093		玩具制造		
		0930	玩具制造	指以儿童为主要使用者，用于玩耍、智力开发等娱乐器具的制造。	2451-2456

代 码			类别名称	说 明	行业分类 代码
大 类	中 类	小 类			
	094		节庆用品制造		2459
		0940	焰火、鞭炮产品制造	指节日、庆典用焰火及民用烟花、鞭炮等产品的制造。	2672
	095		信息服务终端制造及销售		
		0951	电视机制造	指非专业用电视机制造。包括彩色、黑白电视机以及其他视频设备（移动电视机和其他未列明视频设备）的制造。	3951
		0952	音响设备制造	指非专业用音箱、耳机、组合音响、功放、无线电收音机、收录音机等音响设备的制造。	3952
		0953	可穿戴智能文化设备制造	指由用户穿戴和控制，并且自然、持续地运行和交互的个人移动计算文化设备产品的制造。该小类包含在可穿戴智能设备制造行业小类中。	3961*
		0954	其他智能文化消费设备制造	指虚拟现实设备制造活动。该小类包含在其他智能消费设备制造行业小类中。	3969*
		0955	家用视听设备批发	指家用视听设备批发活动。	5137
		0956	家用视听设备零售	指专门经营电视、音响设备、摄录像设备等的店铺零售活动。	5271
		0957	其他文化用品批发	包括玩具批发服务以及玩具、游艺及娱乐用品、照相器材和其他文化娱乐用品批发和进出口。	5149
		0958	其他文化用品零售	指专门经营游艺用品及其他未列明文化用品的店铺零售活动。	5249

注：行业分类代码后标有“*”的表示该行业类别仅有部分内容属于文化及相关产业。

附件：表 2《带“*”行业分类文化生产活动内容的说明》

表 2 带“*”行业分类文化生产活动内容的说明

序号	国民经济行业分类及代码	文化及相关产业类别名称及小类代码	文化生产活动的内容
1	应用软件开发 (6513*)	多媒体、游戏动漫和数字出版软件开发 (0243)	包括应用软件开发中的多媒体软件、游戏动漫软件、数字出版软件开发活动。
2	其他电信服务 (6319*)	增值电信文化服务 (0244)	仅指固定网增值电信、移动网增值电信、其他增值电信中的文化服务，包括手机报、个性化铃声等业务服务。
3	其他数字内容服务 (6579*)	其他文化数字内容服务 (0245)	仅指文化宣传领域数字内容服务。
4	工程设计活动 (7484*)	建筑设计服务 (0321)	仅包括房屋建筑工程，体育、休闲娱乐工程，室内装饰和风景园林工程专项设计服务。
5	互联网生活服务平台 (6432*)	互联网文化娱乐平台 (0450)	仅包括互联网演出购票平台、娱乐应用服务平台、音视频服务平台、读书平台、艺术品鉴定拍卖平台和文化艺术平台。
6	投资与资产管理 (7212*)	文化投资与资产管理 (0510)	指政府主管部门转变职能后，成立的国有文化资产管理机构和文化行业管理机构的活动；文化投资活动，不包括资本市场的投资。
7	企业总部管理 (7211*)	文化企业总部管理 (0521)	指不具体从事对外经营业务，只负责文化企业的重大决策、资产管理，协调管理下属各机构和内部日常工作的文化企业总部的活动，其对外经营业务由下属的独立核算单位或单独核算单位承担，还包括派出机构的活动（如办事处等）。
8	园区管理服务 (7221*)	文化产业园区管理 (0522)	仅指非政府部门的文化产业园区管理服务。
9	机制纸及纸板制造 (2221*)	文化用机制纸及纸板制造 (0711)	包括未涂布印刷书写用纸制造、涂布类印刷用纸制造、感应纸及纸板制造。

序号	国民经济行业分类及代码	文化及相关产业类别名称及小类代码	文化生产活动的内容
10	知识产权服务 (7520*)	版权和文化软件服务(0730)	版权服务包括版权代理服务, 版权鉴定服务, 版权咨询服务, 著作权登记服务, 著作权使用报酬收转服务, 版权交易、版权贸易服务和其他版权服务。文化软件服务指与文化有关的软件服务, 包括软件代理、软件著作权登记、软件鉴定等服务。
11	婚姻服务 (8070*)	婚庆典礼服务(0754)	指婚庆礼仪服务。包括婚礼策划、组织服务, 婚礼租车服务, 婚礼用品出租服务, 婚礼摄像服务和其他婚姻服务。
12	贸易代理 (5181*)	文化贸易代理服务(0755)	包括文化用品、图书、音像、文化用家用电器和广播电视器材等国际国内贸易代理服务。
13	专业性团体 (9521*)	学术理论社会(文化)团体 (0772)	学术理论社会团体包括党的理论研究、史学研究、思想工作研究、社会人文科学研究等团体的服务。文化团体包括新闻、图书、报刊、音像、版权、广播、电视、电影、演员、作家、文学艺术、美术家、摄影家、文物、博物馆、图书馆、文化馆、游乐园、公园、文艺理论研究、民族文化等团体的服务。
14	其他未列明教育 (8399*)	文化艺术辅导(0774)	包括美术、舞蹈、音乐、书法和武术等辅导服务。
15	智能无人飞行器制造 (3963*)	娱乐用智能无人飞行器制造 (0832)	指按照国家有关安全规定标准, 经允许生产并主要用于娱乐的智能无人飞行器的制造。
16	电气设备批发 (5175*)	舞台照明设备批发(0842)	包括各类舞台照明设备的批发。
17	可穿戴智能设备制造 (3961*)	可穿戴智能文化设备制造 (0953)	指由用户穿戴和控制, 并且自然、持续地运行和交互的个人移动计算文化设备产品的制造。
18	其他智能消费设备制造 (3969*)	其他智能文化消费设备制造 (0954)	仅指虚拟现实设备制造活动。