|  |  |
| --- | --- |
| ICS  | 03.100.20 |
| CCS  | A 10 |

WM

中 华 人 民 共 和 国 外 经 贸 行 业 标 准

WM/T XXXXX—202X

数字文化贸易版权涉外保护指引

Guidelines for copyright protection in digital culture trade concerning foreign affairs

（征求意见稿）

XXXX - XX - XX发布

XXXX - XX - XX实施

中华人民共和国商务部       发布

目 次

前言 III

引言 IV

1 范围 5

2 规范性引用文件 5

3 术语和定义 5

3.1 数字文化贸易 5

3.2 数字文化产品 5

3.3 二创作品 5

3.4 人工智能生成物 5

3.5 网文 5

3.6 网剧 5

3.7 网游 5

3.8 版权合规义务 6

3.9 涉外版权布局与合规管理 6

3.10 避风港规则 6

3.11 数据知识产权 6

3.12 展会环节版权保护 6

4 总体原则 6

4.1 实用性 6

4.2 创新性 6

4.3 国际协调 6

5 涉外版权管理 7

5.1 版权管理制度 7

5.2 信息化平台建设 8

6 涉外版权交易 9

6.1 市场分析与版权布局 6

6.2 版权确认 9

6.3 版权许可与转让 10

7 侵权纠纷应对 10

7.1 侵权类型 10

7.2 遭受侵权应对 10

7.3 被控侵权应对 11

7.4 参展时的纠纷应对 11

8 总结与改进 12

8.1 概述 12

8.2 内部评审 12

8.3 改进与提高 12

附 录 A 数字文化贸易版权风险管理 13

附 录 B 主要国内外知识产权法规信息和机构查询网址汇总表 15

参考文献 16

1. 前言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由商务部数字贸易行业标准化技术委员会(SW/TC2)归口并解释。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

本文件及其所代替文件的历次版本发布情况为：

——本文件为首次发布。

1. 引言

为加强数字文化贸易版权涉外保护，根据国内外与数字文化贸易相关的法律、法规和标准规范制定本文件。

数字文化贸易版权涉外保护是在数字文化进出口贸易中对产品和服务进行版权的法律保护及管理，在我国推进知识产权强国建设和文化大数据发展战略，加快推动数字贸易高质量发展中发挥重要作用。

本文件结合数字文化贸易版权保护现状，提出了完善涉外版权管理制度、规范涉外版权交易、加强涉外版权风险防控与管理、积极应对侵权纠纷等方面建议，并对二创作品、人工智能生成物、数据知识产权等数字文化贸易新业态进行重点指引。

本文件通过提出数字文化贸易版权涉外保护指引，对提升我国数字文化贸易领域版权保护能力和水平，从而助推数字文化贸易高质量发展具有重要意义。

数字文化贸易版权涉外保护指引

* 1. 范 围

本文件提供了数字文化贸易企业涉外版权管理、涉外版权运营交易遭受侵权的应对措施。

本文件适用于数字文化贸易企业开展数字文化产品和服务的进出口业务。

* 1. 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

* 1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件：

3.1

  数字文化贸易 digital cultural trade

以信息通信技术为支撑，通过互联网、移动通信等平台实现文化产品的展示、流通和交易的贸易形式，包括数字文化进口贸易和出口贸易。

3.2

  数字文化产品 digital cultural products

以文化创意为核心，依托数字技术进行创作、生产、传播和服务的文化产品。

3.3

二创作品 derivative works

基于原始作品进行改编、翻译、注释、整理等创造性劳动形成的新作品。

3.4

人工智能生成物 generative artificial intelligence products

通过人工智能技术自动生成的内容产品，包括文本、图像、音频、视频等，其版权归属宜结合人类参与程度判定。

3.5

网文 online literature

网文即网络文学，是指在网络上创作、发布并传播的文学作品。

3.6

网剧 online series

网剧是指在互联网平台制作，在视频网站、移动客户端等网络视听平台播放的剧集类视听节目。

3.7

网游 online games

网游即网络游戏，是指通过互联网、移动通信等信息网络提供的，由用户下载或在线使用的游戏产品和服务，包括网页游戏、手机游戏等形式。

3.8

版权合规义务 copyright compliance obligations

企业必须遵守以及自愿选择遵守的版权要求，以确保不侵犯他人版权的行为规范和法律责任。

注1：强制性地必须遵守的涉及版权的要求，通常来源于法律法规、政策规范等。

注2：自愿选择遵守的涉及知识产权的要求，通常来源于企业内部规章制度，相关行业标准、准则，签订的合同、协议等。

3.9

涉外版权布局与合规管理 overseas copyright layout and compliance management

涉外版权布局指企业在开展贸易宜对接目标市场平台规则、了解目标市场版权法，以及进行版权认证、许可与转让、进行行业合作的行为。

合规管理指企业通过在不同国家和地区进行版权登记、合同管理、侵权监测等方式，构建的版权保护体系，以保护自身版权不受侵害，并且确保企业不侵犯他人版权。

3.10

避风港规则safe harbor rule

在网络服务提供者仅提供空间、搜索、链接等技术服务，并不直接制作或主动参与内容创作的情况下，若发生著作权等侵权案件，网络服务提供者在符合特定条件时可免于承担相关赔偿责任的规则。

3.11

数据知识产权data intellectual property rights

数据处理者对依法获取、经过一定规则处理、具有实用价值、流通属性和智力成果属性的数据集合或产品所享有的权益。

3.12

展会环节版权保护 exhibition copyright protection

企业在展览会、展销会、博览会、交易会、展示会中的版权保护。

4 总体原则

4.1 实用性

基于知识产权保护实践，针对数字文化贸易中的涉外版权保护需求，统筹企业实操性与

应用价值，构建数字化时代跨境版权保护解决方案，为企业应对国际版权争议提供指导与

风险防控。

4.2 创新性

立足数字文化贸易跨境版权治理需求，融合大数据、人工智能与区块链等技术，构建覆盖作品确权、侵权监测、跨境维权的保护机制，完善二创衍生内容及人工智能生成物等新型数字产品的版权认定规则与国际保护路径。

4.3 国际协调

推动数字文化贸易版权涉外保护与《伯尔尼公约》《世界知识产权组织版权条约》等国际规则接轨。充分考虑各国法律差异与文化多元性，加强国际版权执法协作，建立跨境版权纠纷解决协调机制。

5 涉外版权管理

5.1版权管理制度

版权管理制度是涉外版权管理的基础，包括但不限于以下内容：

a)版权保护战略：研究目标市场的版权法律体系、文化差异、市场环境等因素，明确企业数字文化产品的市场定位和发展方向。宜制定差异化的版权保护策略，确保产品在不同市场的合规性和竞争力。

b)版权管理体系：企业内部宜设立版权管理机构，负责统筹协调版权事务，明确职责与权限；宜制定版权管理制度与操作手册，确保规范化管理；宜定期开展版权管理培训，提升员工专业能力；宜引入外部专家团队，提供技术支持与咨询服务。

c)风险防控体系：全面评估版权风险，宜针对不同风险，制定相应的应对措施；宜建立版权风险预警机制，提前识别潜在风险；制定版权纠纷处理预案，确保快速响应与解决。

d)协同保护体系：宜将版权保护纳入企业知识产权保护战略，与商标、专利等其他知识产权形成协同保护机制，建立知识产权综合保护体系。

5.2 合规管理实施

确定版权合规性管理重点，宜制定版权获取、维护、运用、保护全过程控制要求。

5.2.1 版权归属与授权

宜明确数字文化产品版权归属与授权模式，确保权益清晰，流程规范。包括但不限于以下领域：

a)网文：宜明确作者与平台的版权归属关系，尤其针对连载作品与完成作品明确各方权益；提供章节订阅、全文购买、改编授权等多种授权模式，以满足不同用户需求。

b)网剧：宜明确编剧、导演、制作方等各方的版权归属；提供播放权、改编权、衍生品开发权等授权模式，扩大IP价值。

c)网游：宜明确游戏开发者、发行商、IP持有者等各方的版权归属，包括游戏内角色、场景、音乐等元素的版权；提供游戏内道具、皮肤、音乐等元素的授权，支持跨平台版权合作与联动。

d)其他数字文化产品：宜明确数字音乐、数字艺术品、短视频等创作者、平台、发行方等各方的版权归属，并提供多样化的授权模式，满足不同用户需求。

5.2.2 目标市场版权规则

宜了解目标市场数字文化产品的版权保护规则，包括但不限于以下领域：

a)网文：目标市场对网络文学的版权保护规则，特别是翻译作品与改编作品的版权规则。

b)网剧：目标市场对网络影视剧、微短剧的版权保护规则，特别是流媒体平台的版权规则。

c)网游：目标市场对网络游戏的版权保护规则，特别是虚拟物品与游戏音乐的版权规则。

d)其他数字文化产品：研究目标市场数字音乐、数字艺术品等相关产品的版权保护规则。

5.2.3 合规性审查

对数字文化产品进行合规性审查，宜确保内容符合目标市场的法律、法规和文化习俗，特别是版权保护的规则。包括但不限于以下领域：

a)网文：审查内容是否涉及敏感话题或违反当地文化习俗,是否存在版权侵权。

b)网剧：审查内容是否符合目标市场的影视分级制度与内容审查标准，是否存在版权侵权。

c)网游：审查内容是否符合目标市场的游戏分级制度与内容审查标准，是否存在版权侵权。

d)其他数字文化产品：如数字音乐、数字艺术品、短视频等，审查内容是否符合目标市场的相关法律法规，是否存在版权侵权。

5.2.4 二创作品版权管理

5.2.4.1 规范使用原始作品

二创作品宜注明原始作品的版权信息（如作品名称、作者、版权声明等）。

 非商业用途的二创作品属于合理使用。判断商业用途的二创作品是否构成合理使用，宜重点考虑以下因素：

a)转换性使用：判断二创作品是否具有足够的转换性（如添加新的创意、观点或表达），以确定其是否属于合理使用。

b)使用比例：要求二创作品使用原始作品的比例上限，避免过度使用原始内容。

c)市场影响：评估二创作品是否对原始作品的市场价值造成负面影响，若存在负面影响则宜获得授权。

5.2.4.2 规范取得原始作品授权

不构成合理使用的二创作品应取得原始作品权利人的授权。需要授权的二创作品，宜按照授权规范的流程与条件（如授权费用、授权期限、使用范围等）取得授权。

5.2 信息化平台建设

5.2.1 数据采集与整合

建立数据采集系统：构建涵盖社交媒体平台（Facebook、Twitter、Instagram、TikTok）、流媒体平台（YouTube、Netflix、Spotify）、电商平台（eBay、Amazon）以及新闻网站、博客等其他传播渠道的国际数据采集系统。

优化数据采集方式：运用 API 接口获取公开数据，以此保障数据的实时性与准确性；部署网络爬虫工具，抓取平台和渠道的数字文化产品传播信息；与第三方数据服务商开展合作，获取更加全面的数据支持。

5.2.2 整合多源数据

确定数据类型：

a)用户行为数据：涵盖点击量、播放量、分享量、评论量等；

b)传播热度数据：包括话题热度、搜索量、趋势分析等；

c)侵权监测数据：包含疑似侵权链接、侵权内容特征、侵权主体信息等。

d)数据整合方法：搭建统一的数据仓库，将多源数据进行标准化存储；利用 ETL（Extract, Transform,Load）工具实施数据清洗与转换，确保数据质量；通过数据关联分析，形成完整的版权使用画像，全面展现文化产品的传播与使用状况。

5.2.3 建立版权数据库

数据库架构设计：宜采用分布式数据库架构，确保数据可用性与安全性；设计多层级权限管理机制，确保不同部门与角色能够高效协作。

数据更新与维护：宜建立数据更新机制，保证数据的准确性与时效性，实现版权信息的集中管理与实时更新；定期对数据库进行维护与优化，提升系统性能。

5.2.4 建立自助授权平台

建立自助授权平台，提供标准化的授权协议模板，使用户宜在线完成版权查询、授权申请、费用支付等操作。提供多语言支持，方便全球用户使用。

5.2.5 区块链技术措施

5.2.5.1 版权信息上链

上链数据类型：版权登记信息（作品名称、作者信息、创作时间、版权归属）、授权协议信息（授权方、被授权方、授权范围、授权期限）、交易记录信息（版权交易时间、交易金额、交易双方信息）。

数据上链流程：宜对上链数据进行标准化处理，确保数据结构一致，便于后续查询与验证；宜对敏感信息进行加密处理，确保数据隐私与安全。通过区块链节点将数据写入链上，确保数据的不可篡改性。

5.2.5.2 应用智能合约

宜应用智能合约，实现授权协议自动执行，根据预设条件（如授权期限、授权范围）完成授权操作。根据版权使用情况，自动计算并分配收益。宜将智能合约部署到主链上，确保其能够正常运行并执行相关功能。

5.2.5.3 国际跨链协作

跨链协议选择：宜选择成熟的跨链协议（如Polkadot、Cosmos等），实现不同区块链平台之间的数据互通，确保跨链协议的安全性、稳定性与兼容性。

跨链数据同步：宜将版权信息同步到国际版权区块链平台，实现跨境版权信息的共享与验证,确保交易版权数据同步的实时性与准确性，避免信息滞后或丢失。

6 涉外版权交易

6.1 市场分析与版权布局

6.1.1 市场分析因素

a)目标市场：主要包括美国、欧盟、日本、韩国、东南亚等，以及“一带一路”沿线国家和地区。

 b)合作平台及企业：宜选择有较强盈利能力的交易平台及企业。

6.1.2 版权保护环境

a)了解版权保护法律法规体系，重点关注侵权条款，避免侵权行为发生。

b)了解版权保护司法审判、行政执法体系，做好侵权纠纷应对准备。

c)了解版权保护法律法规修改和更新情况，及时调整风险防范策略。

d)关注国际版权条约与协定，充分利用国际相关规则，确保在缔约国获得版权保护。

6.1.3 版权布局规划

a)选择版权保护方式，宜以登记、存证等方式进行版权保护。

b)了解版权诉讼情况，重点考虑诉讼主要发生地、权利主体请求赔偿数额、司法裁判支持数额等。

c)做好版权尽职调查，尤其是在数字文化产品交易前，了解目标市场的取证规则及难易程度。

6.2 版权确认

6.2.1 版权登记与存证

a)登记准备，根据目标市场版权相关法律规范及政策要求进行版权登记前期准备工作，包括但不限于权属证明材料、翻译件、公证件等。

b)登记流程，根据目标市场所在地登记具体要求，向版权登记部门或其指定机构提交登记申请材料。宜利用国际版权组织的跨境版权登记服务进行登记。主要目标市场的版权登记部门官方网站见附录D。

c)存证固定，宜选择区块链、时间戳、数字水印等方式进行存证。

6.2.2 人工智能生成物的版权确认

a)了解目标市场相关法律法规，宜确保人工智能生成物符合当地法律法规要求。

b)版权登记，在登记信息中注明人工智能的参与程度与人类创作者的贡献。完全由人工智能生成的作品，宜注明“由人工智能生成”。

c)版权归属，完全由人工智能生成的作品，宜明确版权归属于人工智能的所有者或运营者。人机共创模式下的作品，宜通过版权协议，确定开发者、运营者与使用者之间的权利义务关系。

6.3 版权许可与转让

a)确定方案：版权许可与转让前宜制定方案，并根据相关方要求开展或自行开展版权评估，进行审查、备案及登记等工作。

b)审查重点：对被许可方与受让方进行重点审查，包括但不限于资质、资产规模、履约能力、版权保护能力、知识产权侵权记录等。

c)审核合同：根据目标市场法律法规，宜明确约定版权授权使用。范围、地域范围、使用时间、使用方式、费用及支付方式、违约责任、争议解决方式等内容；对许可使用中的衍生品等增值部分进行预先评估或权属约定。

d)许可方式：宜通过独占许可、排他许可及普通许可等方式进行。

7 侵权纠纷应对

7.1 侵权类型

未经版权人许可，擅自复制、传播、改编、展示或利用受版权保护的数字文化产品，侵犯版权人复制权、改编权、传播权、表演权、署名权等合法权益的，构成对数字文化产品的版权侵权。包括但不限于：

a)网文版权侵权：包括但不限于未经许可转载、抄袭他人网络小说作品，或通过技术手段非法抓取文字内容，用于商业营利或其他目的。

b)网剧版权侵权：包括但不限于在保护期内未经许可直接盗取、长拆短、短拼长、画中画、删除片尾片头等行为，或者虽超过保护期但侵害原权利人发表权、署名权、修改权以及保护作品完整权等权利；未经许可使用未上映或热播的影视剧素材。

c)网游版权侵权：包括但不限于未经授权抄袭游戏核心玩法、美术素材、角色形象等侵犯正版网游版权的行为。

d)数据版权侵权：包括但不限于未经许可，通过技术手段非法抓取、复制、利用受版权保护的数据库内容、数据集合或数据产品。

e)人工智能生成物版权侵权：包括但不限于直接将受版权保护的人工智能生成物全部或部分内容进行复制和使用；或未经许可将受版权保护的人工智能生成物进行发行传播、改编或在其他平台上传播。

7.2 遭受侵权应对

7.2.1 预防措施

a)出口企业宜借助国际版权监测平台和专业机构，重点了解目标市场的社交媒体、视频网站等侵权动态。宜与当地代理商合作，了解数字文化产品在目标市场的版权使用情况。

b)进口企业宜加强与国内行业协会、版权保护组织等合作，了解国内市场的版权使用情况。

7.2.2 证据收集

a)权利证据收集：宜通过权利证据的收集，证明在目标市场受版权法保护，且维权人系版权权利人或独占许可人。

b)侵权证据收集：宜通过国内外公证、委托律师或专业服务机构、聘请证据鉴定专家等完成侵权证据的固定工作。

c)赔偿证据收集：宜从侵权人获利与被侵权人损失两方面，开展版权侵权的损害赔偿证据收集工作。证据收集宜确保证据的真实性与收集程序的正当性，符合目标市场法律法规要求。

7.2.3 侵权认定

a)判断是否构成侵权的，宜依据合法性、“接触+实质性相似”等原则进行。

b)宜根据侵权行为的具体情形，判断其是否构成复制、传播、改编、商业利用等行为。

c)符合合理使用、法定许可或强制许可的，不承担侵权责任。

d)二创作品、人工智能衍生内容、数据知识产权的侵权认定，宜综合运用数字技术手段，并结合独创性、“接触+实质性相似”规则等进行判断。

7.2.4 诉前保护

a)在监测到疑似版权侵权纠纷线索，并通过证据收集初步判断其存在侵权行为时，宜委托律师签发律师函或者警示函，要求侵权人停止侵权行为。

b)宜通过向目标市场当地版权管理部门、有关负责机构申请禁止令，要求侵权人停止侵权行为。

7.2.5 纠纷解决

7.2.5.1 协商调解

a)协商解决：在侵权损失小、维权成本高、维权难度大等不便于通过行政、司法保护解决的情形下，宜通过沟通协商解决的方式处理相关纠纷。

b)调解解决：宜向目标市场当地版权管理部门、有关负责机构、仲裁机构、行业协会等申请调解，或者在诉讼前进行司法调解。

7.2.5.2 行政解决

宜向目标市场版权管理部门、有关负责机构提出申请，要求对侵权行为进行行政处罚或作出行政裁决。

7.2.5.3 仲裁解决

宜根据与目标市场合作方达成的书面仲裁协议或合同中约定的仲裁条款，向仲裁机构申请仲裁。

7.2.5.4 诉讼解决

a)民事诉讼：宜通过委托专业机构提起版权诉讼，要求对方承担民事责任。

b)刑事诉讼：案情重大、复杂且可能符合刑事诉讼标准的，宜向目标市场有关机构（具有管辖权的法院、检察院等）提起公诉或者自诉。

7.3 被控侵权应对

a)在收到侵权通知或警告函时，宜先核实对方是否为权利人或代理人；如属实则宜积极配合相关方的调查，按时回复通知，提交相关的信息和证明文件。

b)宜根据收集的信息、材料，研究相关法律法规及政策，对侵权的可能性进行分析评估，必要时宜委托律师进行专业的分析评估。

c)宜依据国际私法规则和相关国际公约，确定管辖法院与适用法律。

d)宜委托国内外专业的涉外版权服务机构，咨询专业人士的意见和建议，及时了解对方的真实信息、诉讼目的等，并尽快制定应对策略。

e)构成侵权的，宜主动删除或修改侵权内容、签订许可协议，并积极与权利人沟通协商，促进纠纷的解决。协商不成的，宜根据侵权情况进行抗辩或申诉。

f)不构成侵权的，宜提出抗辩；发现对方存在恶意欺诈、诋毁商誉、不正当竞争等行为的，宜向目标市场有关主管部门报案。

7.4 参展时的纠纷应对

7.4.1 展前审查

a)宜在参展前对所有展品、展示内容、宣传资料等进行版权审查。

b)与其他企业或个人合作参展的，应对合作方的版权资质进行严格审核。宜要求合作方提供版权证明文件，包括但不限于登记证书、授权协议等。

7.4.2 了解法律法规

a)了解展会举办地国家或地区的版权法律法规，重点是版权保护的范围、期限、侵权认定标准以及法律责任等内容。

b)了解展会主办方参展规则和版权保护制度。

7.4.3 纠纷应对

a)参展企业在收到侵权通知或警告函时，宜先核对对方是否为权利人或代理人，判断参展产品、展示内容、宣传资料等是否构成侵权。

b)构成侵权且对方诉求合理的，积极与对方进行沟通，宜选择和解的方式处理纠纷。

c)不构成侵权或对方诉求不合理的，宜拒绝签署警告信，同时提出反警告，向目标市场有关主管部门提出申请保护。

8 总结与改进

8.1 概述

企业宜建立涉外版权管理制度，定期对制度运行、涉外版权交易、侵权纠纷应对等情况进行自我评估，或委托第三方机构开展评估，着重评价涉外版权管理体系运行的有效性。

8.2 内部评审

企业宜建立内部团队，定期对涉外版权保护工作进行评审，评估工作成效，及时调整优化版权保护战略，完善管理和工作制度，提升涉外版权保护水平，支撑数字文化贸易高质量发展。

8.3 改进与提高

企业宜持续改进涉外版权保护体系的适宜性、创新性和有效性。宜适时应用新一代信息技术手段，结合评估或评审的结果，确定是否存在风险以及新的需求或机遇，并将其作为持续改进的主要工作内容。

附 录 A

（资料性）

数字文化贸易版权风险管理表

| 风险类别 | 风险表现 | 管理措施 |
| --- | --- | --- |
| 版权侵权风险 | - 未经授权使用他人作品（如视频、音乐、图片）- 人工智能生成物侵犯训练数据版权- 数据库内容或结构化数据集合被非法抓取或复制 | - 建立版权管理制度，明确版权归属和使用规范- 采用数字版权管理（DRM）技术，限制未经授权的复制和传播- 利用区块链技术记录版权信息，确保版权归属的透明性和不可篡改性- 对生成式人工智能训练数据进行版权授权审查，确保合法来源 |
| 侵权监测与识别风险 | - 未能及时发现侵权行为- 平台用户上传侵权内容未被识别 | - 部署侵权监测系统，利用人工智能技术（如自然语言处理、图像识别）实时扫描网络平台- 设置关键词筛查机制，自动过滤潜在侵权内容- 建立举报机制，鼓励用户和员工提供侵权线索 |
| 技术保护不足风险 | - 未采取有效技术手段保护版权作品- 侵权行为难以追溯 | - 使用数字水印技术嵌入版权标识，便于侵权追溯- 部署区块链技术存证版权信息与交易记录- 利用智能合约实现自动化授权与收益分配，减少人为干预 |
| 技术滥用风险 | - 区块链版权信息被篡改或伪造- 平台用户利用技术手段规避版权保护 | - 定期审查区块链上的版权信息，验证哈希值和时间戳的完整性- 部署侵权识别模型，分析侵权行为的分布特征，识别高频侵权主体 |
| 国际版权合规风险 | - 未熟悉目标市场版权法律法规- 未进行版权登记或加入版权保护计划 | - 研究目标市场版权法律法规，确保作品符合当地法律要求- 在目标市场进行版权登记，确保作品获得版权保护- 加入目标市场平台的版权保护计划，获得平台支持 |
| 侵权纠纷应对风险 | - 未能及时收集和保存侵权证据- 侵权纠纷处理成本高、周期长 | - 利用区块链技术记录侵权行为的证据链，为法律诉讼提供支持- 建立侵权纠纷处理预案，明确协商、调解、仲裁和诉讼的流程- 委托专业机构进行证据收集与固定，确保证据真实性和合法性 |
| 数据安全与合规风险 | - 数据跨境传输不符合目标市场法律要求- 用户生成内容（UGC）涉及第三方版权侵权- 数据泄露导致版权信息被非法使用 | - 实施数据分类分级管理，确保核心文化数据境内存储- 对跨境传输的数据进行加密或匿名化处理- 建立数据流通追溯系统，确保数据使用权限可全程溯源- 确保用户上传内容符合版权合规要求，建立内容审核机制 |
| 数据跨境流通风险 | - 数据出境未满足合规要求- 数据泄露导致文化内容被非法使用 | - 建立全流程风险评估机制，覆盖数据采集、传输、存储、使用等环节； 对跨境数据流通实施技术合规和内容合规双认证- 推动与主要贸易伙伴国签订文化数据流通互认协议，确保数据跨境流通的合法性 |

附 录 B

（资料性）

主要国内外知识产权法规信息和机构查询网址汇总表

|  |
| --- |
| 中国知识产权管理机构及立法 |
| 机构分类 | 机构名称 | 机构网址 |
| 知识产权管理机构 | 国家版权局 | http://www.ncac.gov.cn |
| 国家知识产权局 | http://www.cnipa.gov.cn |
| 中国香港知识产权署（商标、专利、版权、外观设计） | https://www.ipd.gov.hk/chi/home.htm |
| 中国澳门经济及科技发展局知识产权厅 | https://www.dsedt.gov.mo/zh\_MO/web/public/pg\_ip?\_refresh=true |
| 中国台湾智慧财产局 | https://www.tipo.gov.tw/tw/mp-1.html |
| 知识产权立法 | 中华人民共和国著作权法（2020年修正） | https://www.ncac.gov.cn/chinacopyright/contents/12230/353795.shtml |
| 中华人民共和国专利法(2020年修正) | https://www.cnipa.gov.cn/art/2020/11/23/art\_97\_155167.html |
| 中华人民共和国商标法（2019年修正） | https://www.cnipa.gov.cn/art/2019/7/30/art\_95\_28179.html |
| 中华人民共和国反不正当竞争法（2019年修正） | https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/fgs/art/2023/art\_3737890d856a4e44a8ea07c50c90c116.html |
| 国际和地区组织 |
| 地区 | 机构名称 | 机构网址 |
| 国际组织 | WIPO世界知识产权组织 | https://www.wipo.int/portal/en/index.html |
| UPOV国际植物新品种保护联盟 | http://www.upov.int |
| 欧洲 | BOIP比荷卢知识产权组织 | http://www.boip.int |
| EAPO欧亚专利组织 | http://www.eapo.org |
| EPO欧洲专利局 | http://www.epo.org |
| EUIPO欧盟知识产权局 | https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/home |
| 东盟 | 东盟知识产权注册簿 | https://asean-ipregister.wipo.net/wopublish-search/public/home;jsessionid=55F0ED591F9ADBB23933D0B4D81ED9C0?0 |
| 中东 | ASBU阿拉伯国家广播联合会 | http://www.asbu.net/ |
| GCCPatentOffice海湾阿拉伯国家合作委员会专利局 | <http://www.gccpo.org> |
| 非洲 | ARIPO非洲地区工业产权组织 | http://www.aripo.org/ |
| OAPI非洲知识产权组织 | http://www.oapi.int |
| 数字文化贸易主要目标市场常用知识产权机构 |
| 地区 | 国家 | 版权管理机构网址 |
| 英美 | 英国 | https://www.gov.uk/government/organisations/intellectual-property-office |
| 美国 | https://www.copyright.gov/ |
| 加拿大 | http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/eng/home |
| 澳大利亚 | https://www.communications.gov.au/what-we-do/copyright |
| 欧盟 | 奥地利 | [http://www.patentamt.at](http://www.patentamt.at/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 比利时 | [https://economie.fgov.be/fr/themes/propriete-intellectuelle/contacts-propriete](https://economie.fgov.be/fr/themes/propriete-intellectuelle/contacts-propriete%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 丹麦 | [https://kum.dk/](https://kum.dk/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 芬兰 | [https://www.prh.fi/en/](https://www.prh.fi/en/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 法国 | [http://www.inpi.fr](http://www.inpi.fr/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank)  |
| 德国 | [http://www.dpma.de/](http://www.dpma.de/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 希腊 | [https://www.opi.gr/](https://www.opi.gr/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 匈牙利 | [http://www.hipo.gov.hu](http://www.hipo.gov.hu/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 爱尔兰 | [https://www.ipoi.gov.ie/en/](https://www.ipoi.gov.ie/en/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 意大利 | [http://www.uibm.gov.it](http://www.uibm.gov.it/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 荷兰 | [https://www.auteursrecht.nl/](https://www.auteursrecht.nl/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 挪威 | [https://www.patentstyret.no/en/](https://www.patentstyret.no/en/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 葡萄牙 | [https://inpi.justica.gov.pt/](https://inpi.justica.gov.pt/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 瑞典 | [http://www.prv.se](http://www.prv.se/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 瑞士 | [http://www.ige.ch](http://www.ige.ch/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 东亚 | 日本 | https://www.jpo.go.jp/e/index.html |
| 韩国 | http://eng.kipris.or.kr/enghome/main.jsp |
| 东南亚 | 柬埔寨 | [http://www.cambodiaip.gov.kh/](http://www.cambodiaip.gov.kh/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 印度尼西亚 | [http://www.dgip.go.id](http://www.dgip.go.id/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank)  |
| 老挝 | [https://dip.gov.la](https://dip.gov.la/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 马来西亚 | [http://www.myipo.gov.my](http://www.myipo.gov.my/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 新加坡 | [http://www.ipos.gov.sg](http://www.ipos.gov.sg/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank) |
| 泰国 | [http://www.ipthailand.go.th/en/](http://www.ipthailand.go.th/en/%22%20%5Ct%20%22/Users/hanxinlei/Documentsx/_blank)  |
| 越南 | [http://www.noip.gov.vn/web/noip/home/en?proxyUrl=](http://www.noip.gov.vn/web/noip/home/en?proxyUrl=/noip/cms_en.nsf" \t "/Users/hanxinlei/Documents\\x/_blank)[/noip/cms\_en.nsf](http://www.noip.gov.vn/web/noip/home/en?proxyUrl=/noip/cms_en.nsf" \t "/Users/hanxinlei/Documents\\x/_blank) |

参考文献

[1]国务院，关于以高水平开放推动服务贸易高质量发展的意见（2024）

[2]商务部，关于推进对外文化贸易高质量发展的意见（2022）

[3]商务部，中国数字贸易发展报告（2023）

[4]国家网信办，生成式人工智能服务管理暂行办法（2023）

[5]国家知识产权局，数据知识产权保护试点工作方案（2022）

[6]文化和旅游部，关于推动数字文化产业高质量发展的意见（2020）

[7]GB/T 21374 知识产权文献与信息 基本词汇（2023）

[8]GB/T 29490 企业知识产权合规管理体系 要求（2023）

**＿＿＿＿＿＿＿＿＿**