

# 中华人民共和国上海市普陀区人民法院

## 民事判决书

(2015)普民三(知)初字第92号

原告株式会社S.M.Entertainment, 住所地大韩民国)。

法定代表人金英敏(Kim Young-min), 董事长。

委托代理人刘迎, 北京金杜律师事务所律师。

委托代理人张梅, 北京金杜律师事务所律师。

被告鹿晗, 男, 1990年4月20日生, 汉族, 住中华人民共和国北京市。

委托代理人俞国新, 北京市中银(上海)律师事务所律师。

被告上海韩束化妆品有限公司, 住所地中华人民共和国上海市嘉定区。

法定代表人吕义雄, 总经理。

委托代理人焦汉伟, 上海市嘉华律师事务所律师。

被告江苏苏雪达电子商务有限公司, 住所地中华人民共和国江苏省南京市。

法定代表人吕礼腾, 董事长。

委托代理人赵静, 江苏致邦律师事务所律师。

委托代理人孔剑凡, 江苏致邦律师事务所律师。

原告株式会社S.M.Entertainment(以下简称SM公司)诉被告鹿晗、上海韩束化妆品有限公司(以下简称韩束公司)、江苏苏雪达电子商务有限公司(以下简称苏雪达公司)著作权侵权纠纷一案, 本院于2015年2月4日受理后, 依法组成合议庭, 于2015年12月23日公开开庭进行了审理。原告SM公司的委托代理人刘迎、张梅, 被告鹿晗的委托代理人俞国新、被告韩束公司的委托代理人焦汉伟、被告苏雪达公司的委托代理人赵静、孔剑凡到庭参加诉讼。本案现已审理终结。

原告SM公司诉称, 其为设立于韩国的著名演艺经纪公司, 曾培养并推出了HOT、BoA、东方神起、少年时代、Super Junior、EXO等众多知名歌手及歌唱组合。原告旗下的歌手及歌唱组合不仅在韩国境内, 在中国、日本、美国、欧洲也享有极高的知名度, 拥有大批歌迷和强大的市场号召力。

2010年5月, 其与第一被告鹿晗签订了有效期为10年的专属协议。协议约定在合同期内, 原告有权通过使用第一被告鹿晗的照片、肖像等开发商标以及设计相关知识产权, 该知识产权权归属原告独占所有。协议签署后, 原告为了培养、包装以及宣传第一被告鹿晗以及EXO组合其他艺人的目的, 拟组织SMTOWN WEEK演出活动, 为此, 在2013年5月, 由原告摄影部门的员工李石基(Lee Seok kee)在原告内部摄影棚为包括第一被告鹿晗在内的EXO组合拍摄了相关宣传照片(包括涉案照片)。2013年12月, 原告SM公司在韩国国际展览中心举办了SMTOWN WEEK演出活动, 首次公开使用并现场销售了包含涉案照片在内的套图相册, 共计销售4000套, 单价为15000韩元。原告SM公司对涉案照片享有著作权。后原告SM公司发现, 三被告未经其许可, 在相关线上专卖店、线下专卖店擅自使用、复制以及通过互联网络向公众提供涉案照片, 用于宣传第二被告韩束公司的产品。其中, 第一被告鹿晗作为第二被告韩束公司的代言人, 明知、允许甚至帮

助第二被告韩束公司、第三被告苏雪达公司实施侵权行为；第二被告韩束公司涉嫌制作并向第三被告苏雪达公司及其他授权经销商提供含有涉案照片的宣传材料，且未尽到对广告宣传材料使用他人照片的监督检查义务；第三被告苏雪达公司实际管理经营第二被告韩束公司的淘宝官方旗舰店，三被告构成共同侵权。上述行为严重侵害了原告的著作权，并给原告造成极大的经济损失和不良的社会影响，故请求判令：1、停止使用、复制和传播原告享有著作权的作品；2、三被告撤回和销毁包含侵权照片的所有宣传资料；3、三被告在新浪网、搜狐网、腾讯网、新京网、法制晚报、北京晚报、北京青年报的显著位置上向原告发布致歉声明，消除影响；4、三被告连带赔偿原告的经济损失及维权合理开支人民币50万元(如无特别说明，以下币种均为人民币)；5、三被告承担本案全部诉讼费用。后原告SM公司于庭审过程中撤回上述诉讼请求第4项中关于要求“致歉”的内容，调整为“发布声明，消除影响”，所涉载体没有变化。

第一被告鹿晗辩称，其未参与任何原告SM公司指控的侵权行为，对于第二被告的线上专卖店、线下专卖店使用涉案照片的情况，也是直至本案诉讼发生后才知晓。涉案照片存在于网络上，并没有第一被告鹿晗的允许和配合，涉案照片被他人使用，技术上没有任何障碍。此外，相关网站已删除了涉案照片，原告无证据证明其商誉受损。原告的诉讼目的在于配合正在韩国进行的双方面的解约之诉，是为了降低第一被告鹿晗的美誉度，属于恶意诉讼。综上，原告针对其的诉请缺乏事实和法律依据，请求驳回原告的全部诉讼请求。

第二被告韩束公司辩称，原告SM公司提供的证据不能证明其对本案所涉照片享有著作权，原告主体不适格。第二被告韩束公司并非所涉线上专卖店、线下专卖店的所有人或经营人，更未自行或授权它们使用涉案照片。且相关线上专卖店、线下专卖店使用涉案照片的目的，是为了宣传第二被告韩束公司进入四星代言时代这一客观事实，并非为了销售产品，这样的使用是一种“合理使用”行为，该行为不可能也没有对原告造成损失，第二被告韩束公司也不会因此获利。综上，请求驳回原告的全部诉讼请求。

第三被告苏雪达公司辩称，原告SM公司未能提供涉案照片的底片、胶片、原始数码文件、原图光盘等证据，现有证据不足以证明其对本案所涉照片享有著作权，原告主体不适格。退一步说，即使其侵害了原告的著作权，原告请求其赔偿50万元亦没有事实和法律依据，且明显不合理。第三被告苏雪达公司系从其他网站上下载了涉案照片，基于第一被告鹿晗与第二被告韩束公司之间的代言关系，以及照片所具有的肖像权与著作权竞合的属性，其作为第二被告韩束公司的产品经销商在使用涉案照片时并无侵权故意，只是为了告知消费者相关代言信息。第三被告苏雪达公司并未因使用涉案照片获利，其在收到本案诉状之前，因网站内容调整，已将涉案照片删除，侵权时间总计不到20天，时间较短；涉案照片在网页所处的位置关注度也不高，在视频中也不处于打开位置；第三被告苏雪达公司使用涉案照片的目的，是通过第一被告鹿晗的肖像，而非靠照片本身的美感、角度、光线等实现，产品销量本身与以涉案照片为载体的著作权之间也没有因果关系。原告SM公司亦未因涉案照片的使用而受损，其在发现第三被告苏雪达公司使用涉案照片、进行了证据保全之后，并未与韩束公司、苏雪达公司联系要求删

除照片；原告SM公司对涉案照片的使用方式是制作成套图相册后在韩国销售，与照片本身的艺术感有很大关系，而第三被告苏雪达对涉案照片的使用是为了说明代言关系，从用途来看，不会对原告造成任何经济损失。原告主张保护的复制权、信息网络传播权属于著作财产权范畴，不适用发表声明、消除影响等责任承担方式。综上，请求驳回原告的全部诉讼请求。

经审理查明：2010年5月27日，原告SM公司(甲方)与第一被告鹿晗(乙方)签署《专属协议》一份。该协议包括以下内容：本协议有效期内，甲方有权通过使用包括乙方姓名、照片、肖像、笔迹在内的所有体现乙方同一性的载体(下称乙方姓名等)开发商标、设计或其他相似的知识产权。甲方有权以甲方名义向国内外申请、备案上述知识产权，并有为乙方演艺活动或甲方业务使用乙方姓名等(包括第三方许可)权利……乙方作为甲方企划的组合成员从事演艺活动的，甲方有权利用该组合的名称、写真、肖像、笔迹及其他能够体现组合同一性的一切方面进行商标、设计或其他类似的知识产权的开发，并有权以甲方名义在国内外申请、备案；……产生的组合名称和知识产权归甲方所有，协议终止后甲方依然可以行使(包括对第三方的许可)该等权利等内容。

其间，涉案照片于2013年5月拍摄，拍摄者为原告SM公司的员工李石基(系原告SM公司摄影部门的组长)，拍摄场地为原告SM公司摄影棚，照片内容为第一被告鹿晗的半身人物形象，人物形象在照片中处于居中位置，人物脸部略侧向左边并呈微仰状，右手枕于颈后，着黑色外套(涉案照片可见判决书附图)。李石基在庭审之前向本院提交一份《确认书》，该《确认书》表明，鉴于其系原告SM公司员工，负责为原告SM公司所属艺人拍摄宣传照片，在其任职期间为履行职务所拍摄、制作的一切照片的所有权、著作权及邻接权等均归原告SM公司享有。李石基到庭后，对该《确认书》予以认可。李石基认为，涉案照片系其任职原告SM公司期间所拍摄，涉案照片的所有权、著作权及邻接权等均归原告SM公司享有。

涉案照片拍摄完成后，原告SM公司将涉案照片及EXO其他艺人照片制作成套图相册。涉案照片的背面有英文写着以下内容：“COPYRIGHT? S.M. ENTERTAINMENT CO., Ltd. ALL Right reserved. Made In Korea”。2013年12月21日，在韩国京畿道一山市举行的SMTOWN WEEK活动中，原告SM公司在韩国国际展览中心第五大厅纪念品销售亭首次公开使用并销售了包含涉案照片在内的套图相册。若干歌迷网友在他们的个人博客中贴图，对其在上述活动中购买的包含涉案照片的套图相册予以展示，印证了SM公司举办该次活动情况。

2014年12月8日，第一被告鹿晗成为第二被告韩束公司代言人，双方均确认，双方的代言合作关系期限为两年，自2014年12月8日起至2016年12月7日止。

2015年1月10日，北京市金杜律师事务所向北京市国信公证处申请对其上网登录相关网站并在其中浏览相关网页内容的过程及结果办理保全公证。

当日，在该处公证员的陪同下，该律师事务所委托代理人刘瑞峰使用该公证处计算机，进行如下操作：…通过公证处的局域网登录Internet网络；打开IE浏览器地址栏输入http://www.kans.cn/,显示“韩束”网站首页页面内容(该页标题栏显示有“Kans韩束”字样，页面下方显示有“上海韩束化妆品有限公司版权所有沪ICP备XXXXXXXX号

”等字样)。在该页面点击“联系我们”，进入相关页面，显示有“上海韩束化妆品有限公司地址：上海市武宁路XXX号我格广场六楼客户服务热线XXXXXXXXXX电话021-XXXXXXXXX邮编200063”等字样。返回至首页，点击“网购商城”项下的“进入网上商城”，进入相关页面，该页标题栏显示有“首页—韩束官方旗舰店—天猫Tmall.com”字样，地址栏显示为http://kans.tmall.com/,页面显示有“天猫美妆 KanS韩束官方旗舰店正品保证”等字样。后进入相关页面点击播放“群星闪耀韩束时代”视频，这一片长显示为“01:00”的视频，在“00:41”时间段显示有含涉案照片的画面，此外，该页面上还有“Star林志玲、韩采洁、鹿晗、谢霆锋四大巨星代言韩束”等内容。返回首页，在“韩束官方旗舰店”下方停放鼠标键后，点击“工商执照”右侧图标，进入相关页面……登录后，该页标题栏显示有“工商资质”字样，页面显示有“天猫网店经营者营业执照信息根据国家工商总局《网络交易管理办法》要求对网店营业执照信息公示如下”等内容……进入相关页面，可见名称为“江苏苏雪达电子商务有限公司”的企业法人营业执照信息(法定代表人姓名显示为“吕义雄”)。返回首页，点击“会员中心”，进入相关页面，有含涉案照片的内容，此外，该页面上还有“4巨星12月8日韩束正式进入鹿晗、林志玲、韩采洁、谢霆锋全明星代言时代”等内容，涉案照片上标注有“2015”字样。返回“会员中心”页面，点击“防伪查询”，进入相关页面，该页标题栏显示有“正品保证”等字样，页面有“Kans100%正品100%信任双重验证官方保证淘宝规定：每个品牌在天猫只能有一家旗舰店，而且必须是品牌(商品权力)或者持有权利人出具的开设天猫品牌旗舰店排他性授权文件的企业，韩束官方旗舰店是获得官方授权的直营店铺，代表品牌形象，100%正品保障”等内容。返回“正品保证”页面，点击“所有宝贝”，进入相关页面，可见韩束品牌化妆品产品描述及售价等内容。上述操作过程中，相关网页内容经拷屏打印、视频内容经现场摄像，并附刻录光盘，北京市国信公证处公证员李德斯及公证人员穆彦君监督了全程操作，并于2015年1月12日出具了(2015)京国信内经证字第00137号公证书。

2015年2月5日，北京金杜律师事务所上海分所向上海市静安区公证处申请对其购买物品的过程及内容办理保全公证。

当日，在该处公证员的陪同下，该律师事务所委托代理人王明红前往上海市肇家浜路XXX号美罗城，在一楼服务台自取“美罗城购物指南”一份，在三楼“韩束”专卖店内自取“韩束红BB霜”赠品一份，并购买了化妆品，取得收银小票一张(抬头为KanS韩束)。在该专卖店彩妆体验区的视频内容中，显示有含涉案照片的画面。在一含优惠券信息的页面上显示有“韩束体验店将于2014年12月20日在上海徐家汇美罗城3F盛大开业这是韩束首家Shopping Mall旗舰店...更多惊喜请关注韩束官方微信并附有二维码...上海韩束化妆品有限公司地址：上海嘉定区胜辛南路XXX号XXX号XXX幢XXX室...官方网站：www.kans.cn”等内容。店内营业执照显示有“名称：上海澳叶化妆品有限公司肇家浜路分公司”等内容。上述内容经拍照并打印，上海市静安区公证处公证员郭漪婷及工作人员夏怡青监督了全过程，并于2015年3月2日出具了(2015)沪静证经字第580号公证书。

庭审中，原告SM公司主张在涉案线上旗舰店及线下专卖店内公证保全的视频内容

相同，但亦认可涉案专卖店的视频内容因受条件所限，并未进行全程录影录像。三被告对于上述两个视频内容的同一性，均不予以认可。

另查明，2014年1月1日，第二被告韩束公司(甲方)与第三被告苏雪达公司(乙方)签署《经销合同》一份。该合同包含以下内容：“基于诚实信用和平等协商的原则，甲乙双方依据《合同法》有关规定经友好协商，就乙方以购销方式经销甲方化妆品事宜达成本协议，以资共同遵守。乙方经销的产品为：甲方在授权经销渠道内销售的韩束品牌系列化妆品。甲方授权乙方经销具体渠道为电子商务渠道，甲方授权乙方经销电子商务平台共计1家，具体为<http://kans.tmall.com/>。甲乙双方合作期限为2014年1月1日起至2014年12月31日止，共计12月。所有涉及甲方品牌商品的商标、外观设计、商品和公司名称、专利、著作权和知识产权均为甲方专有，乙方应该维护甲方品牌的知识产权，涉及使用甲方的品牌形象，必须事先征得甲方书面同意，否则一律视为违约，乙方应向甲方支付违约金五万元。同时，甲方有权终止合作...”庭审中，第二被告韩束认可其与上海澳叶化妆品有限公司肇嘉浜路分公司等线下经销商的合作关系，除经销渠道、供货价格等有差异外，其余合作模式都与上述线上经销合同所涉模式相似。

审理中，第三被告苏雪达公司认可其于2014年12月31日在<http://kans.tmall.com/>网站使用了涉案照片，该涉案照片是其工作人员从互联网上下载所得，属疏忽所致，视频系交由案外公司以150元价格制作形成，并提供了其在百度图片中搜索出的涉案照片结果页、从其网站后台管理系统截图(该截图的标题为“suken2013-视频制...，上传时间为2014-12-31”)以及另一截图(标题为“视频制作编辑处理婚礼视频合成剪辑剪辑加音乐字幕水印修改”)作为证据。经过质证后，原告SM公司对上述证据的真实性、关联性均不予认可，认为是由第三被告苏雪达公司自行编辑制作形成。庭审中，在原被告的共同见证下，对于能否在互联网上查找到涉案照片，根据第三被告苏雪达公司提供的搜索路径，本院登录互联网进行了当庭演示。具体操作步骤如下：打开360浏览器，输入[www.baidu.com](http://www.baidu.com)，进入百度页面，在搜索栏输入“堆糖”，进入“堆糖”官网，在地址栏输入<http://duitang.com/people/mblog/XXXXXXXXXX/detail/>后，显示出涉案照片。原告SM公司质证认为，当庭演示并不能还原第三被告苏雪达公司当时使用涉案照片的情况，且一般搜索图片的路径是以明星名字作为搜索项的，况且未经著作权人许可将涉案照片进行商业性使用，本身就不具有合法性。

为证明旗下艺人拍摄的广告照片具有极高的商业价值、原告因三被告侵权行为遭受损失，原告SM公司提供了一案外公司因为未经原告许可使用旗下另一艺人的照片，事后双方就赔偿事宜签署的《赔偿协议书》；第一被告鹿晗所在EXO组合担任广告代言人签署的若干合同，这些合同显示EXO组合可以收取高额的代言费。对上述证据，三被告质证认为，相关赔偿协议及代言合同，涉及的艺人、地域、具体情节均与本案不同，因而与本案不具关联性。

另查，原告SM公司为公证相关网页及线下专卖店涉嫌侵权的内容，共支出公证费9000元；为证人出庭作证聘请翻译支出费用2000元。另原告SM公司主张其为本案支出其他公证、认证、翻译、咨询等费用共计32万余元、律师费30万元。考虑到著作权法及司法解释的规定，在本案中，原告主张三被告连带赔偿原告的经济损失及维权合理开支人

人民币50万元，且两项数额不作具体区分。

上述事实，由专属协议、公证书、经销合同、公证费及翻译费发票以及当事人的陈述、本院审理笔录等证据所证实。

本院认为，本案中原告SM公司的诉讼请求，概括起来是三个方面，即，要求三被告停止侵犯涉案照片的复制权和信息网络传播权的行为，发表声明、消除影响，以及其赔偿经济损失和维权合理开支人民币50万元。根据原告SM公司的这些诉讼请求以及庭审中原告与被告的诉称与辩称，本院认为，案件的争议焦点为以下几个方面：

- 1、原告SM公司是否享有涉案照片的著作权？
- 2、三被告是否共同实施了侵犯涉案照片著作权的行为？
- 3、请求判令三被告在相关媒体上发表声明、消除影响，这样的责任承担方式是否适当？
- 4、要求三被告承担经济损失及维权合理开支人民币50万元是否应该支持？

以下我们将结合庭审查明的事实、双方当事人的诉辩称观点，对上述争议焦点分别进行分析。

#### 一、原告SM公司是否享有涉案照片的著作权？

著作权是民事主体对作品及相关客体所享有的专有权利。[1]在著作权纠纷中，民事主体是否享有系争作品的著作权，是民事主体主张自己的权利，追究他人侵犯著作权责任的基础。因此，作为原告SM公司来说，它必须举证证明其享有涉案照片的著作权。

由于本案原告SM公司是一家韩国公司，涉案照片拍摄于韩国，形成于韩国，首次发表使用于韩国，案件具有涉外因素，因此，摆在我们面前的首要问题是，应该适用什么样的法律来认定涉案照片的著作权？

原告SM公司认为，本案涉案照片系其员工李石基在工作过程中拍摄，著作权应该归李石基的雇主，即原告SM公司所享有。原告SM公司在起诉状中声称，依照韩国著作权法，“如果劳动合同或就业准则中没有相反约定，影像职务作品的著作权归雇佣人所有”，因原告SM公司与李石基的劳动合同中没有李石基拍摄照片著作权归属的约定，故李石基拍摄的涉案照片归原告SM公司所有。

我们认为，本案是在中华人民共和国起诉的一起涉外案件，应该根据中华人民共和国的法律来确定案件所适用的法律。根据《中华人民共和国涉外民事关系法律适用法》的规定，“知识产权的归属和内容，适用被请求保护地法律。”[2]在本案中，原告SM公司是在中华人民共和国起诉，要求中国法院保护其著作权，因此，应该是根据中华人民共和国的知识产权法律确定涉案照片的著作权究竟归属于哪一方，是否属于原告SM公司。[3]

原告SM公司为证明其享有涉案照片的著作权，向法院提供了一系列的证据，这些证据包括了其与第一被告鹿晗签署《专属协议》中有关知识产权的条款，表明涉及鹿晗照片的著作权归属于SM公司；涉案照片拍摄者、原告SM公司的员工李石基签署的《确认书》，表明李石基在受雇SM公司期间所拍摄照片的著作权归原告SM公司所有；原告SM公司发行了包括涉案照片在内的套图相册，表明其以涉案照片著作权人的身份在韩

国行使过权利。原告SM公司为进一步证明其主张，安排了员工李石基作为证人到庭进行说明，并接受质证。基于以下几点理由，我们认为，原告享有对涉案照片著作权的财产性权利。

(一)涉案照片背面中记载的文字，初步证明了原告SM公司是涉案照片的著作权人。在本案诉讼之中，当事人对涉案照片的著作权归属存在争议，原告SM公司认为其系著作权人，被告则认为原告并不能证明其是著作权人。我国著作权法规定，“创作作品的公民是作者”，[4]但实践中要认定作者并不那么容易，因为现实中的作品创作非常复杂，有的是委托他人创作[5]，有的是法人或者其他组织主持创作。[6]为了解决现实中经常出现的著作权权利不明的问题，我国著作权法规定，“如无相反证明，在作品上署名的公司、法人或者其他组织为作者。”[7]以署名来认定作者，即在作品上署名的公民、法人或者其他组织就是作者，这是识别作者较为简便的方法。[8]虽然说作品上的署名不是认定著作权归属的最终证据和唯一证据，但它毕竟是认定著作权归属的初步证据。在本案中，涉案照片的背面，有着以下一段文字：“COPYRIGHT? S.M.ENTERTAINMENT CO.,Ltd. ALL Right reserved. Made In Korea”。这段文字，很清晰地表明了涉案照片的“版权”(copyright)归属于本案原告。司法实践中有一些地方将摄影作品中有着“?by”标注的主体视为“作者”，有学者对此提出了商榷意见，认为这种标注只是表明后面的主体是“版权人”而非“作者”，[9]我们当然注意到“版权人”与“作者”的不同，但是，原告SM公司提供的涉案照片背后的文字，毕竟是一份证明其主张的证据。相比于没有其他证据证明作者，或者不认可原告作者身份的那些主张而言，本案原告所提供的这一证据显然是能够说明相当的问题。在这种情况下，其他人如果要主张涉案照片的著作权，或者像本案被告这样否定原告著作权人的身份，就需要提供确凿的证据加以证明。

原告SM公司在审理中提供了其与被告鹿晗签署的《专属协议》，该协议中的第9.1条，第11.2条，第12.1等条款规定，被告鹿晗成为原告SM公司专属艺人期间，原告SM公司“有权利利用[被告鹿晗的]...肖像...进行商标、设计或者其他类似的知识产权的开发”，“...知识产权归甲方[即原告SM公司]所有，协议终止后甲方[即原告SM公司]依然可以行使(包括对第三方的许可)该等权利。”从文字来看，这些条款的内容是原告SM公司与被告鹿晗就开发鹿晗肖像、制作成作品后的著作权归属进行约定。协议中的这些约定虽然并不直接解决涉案照片著作权的归属[10]，但是，这些约定至少在一定程度上说明了原告SM公司认为自己是涉案照片的著作权人，这为其在涉案照片背面上标明自己享有“版权”提供了一定理由。

(二)涉案照片的拍摄者本人认可该照片的著作权归属于原告。在庭审过程中，李石基本人接受了当事人双方，包括法庭对于涉案照片使用的相机、拍摄目的、后期编辑、双方之间的劳动合同以及著作权归属等问题的询问。李石基本人承认，他是原告的雇员，他在受雇范围之内[11]拍摄了涉案照片。他也承认《确认书》中有关其拍摄照片的一些著作权归属原告SM公司的表述，是其真实意思表示。

从庭审过程来看，可以认定李石基本人是涉案照片的拍摄者。根据我国法律规定，创作作品的人是作者。但是，李石基本人在庭审过程中，并不主张其是著作权人。尽

管李石基本人对于相关法律专业术语不是那么清楚，但是，他在接受质证过程中，还是对涉案照片著作权究竟属于谁给出了清晰的回答。李石基说到，尽管在劳动合同中对于自己所拍摄照片的权利归属没有约定，但是，自己在“入社[原告SM公司]的时候，上司跟我说著作权是要让渡给SM公司的。”在被问到自己是否可以在作品上署名时，李石基说“只能以公司名义[署名]，我自己名字不会署。”在回答照片完成后，他是否可以阻止原告SM公司使用这一问题时，他回答，“法律上不可以”。

我们认为，李石基作为照片的拍摄者，是我国著作权法所称作者。但是，作为照片的拍摄者，他是可以将著作权项下的权利转让给其他人的。[12]他对于涉案照片著作权归属的回答，尽管角度有所不同，但是，不论是从李石基进入原告处工作时与原告的约定[13]，还是他自己现在认可涉案照片著作权“让渡”给原告，均明确了涉案照片的著作权不再属于拍摄者李石基，而是属于原告SM公司。结合李石基在原告SM公司担任摄影组的组长，在原告SM公司将他所拍摄的包括涉案照片在内的EXO组合套图相册出售过程中，他有机会提出反对意见而没有提出，我们有理由认定李石基将涉案照片著作权转让给了本案原告，本案涉案照片的著作权归属于原告SM公司所有。

我们当然注意到，著作权除了财产性权利之外还有人身性权利，例如作品的署名权、修改权等就是属于著作权中的人身性权利，这些人身性权利是不能由作者转让给其他人的。[14]本案原告SM公司提出的诉讼请求，是要求三被告停止侵犯涉案照片的复制权和信息网络传播权，这两项权利是著作权中的财产性权利，属于可以转让的著作权。为了表述上的简洁，除非有特别说明之外，我们在以下表述的涉案照片著作权，就是指涉案照片著作权中的复制权和网络信息传播权。

## 二、本案三被告是否共同实施了侵犯涉案照片著作权的行为？

涉案照片系在韩国拍摄、形成，根据《中华人民共和国涉外民事关系法律适用法》第五十条的规定，“知识产权的侵权责任，适用被请求保护地法律，当事人也可以在侵权行为发生后协议选择适用法院地法律。”由于本案当事人没有进行过选择，故我们适用被请求保护地，即中国的法律。

原告SM公司认为，三个被告共同实施了侵犯涉案照片著作权的行为，应该连带承担法律责任。由于三个被告之间分别是产品代言人、被代言公司和被代言公司的网上旗舰店，各自角色明显不同，为了更清楚地说明问题，我们在下面对三个被告是否实施了侵犯涉案照片著作权的行为分别进行分析。

### (一)第三被告苏雪达公司是否实施了侵犯涉案照片著作权的行为？

原告SM公司提交的公证书表明，第二被告韩束公司授权第三被告苏雪达公司经营网上旗舰店，在案件审理过程中，苏雪达公司对此并未提出证据予以否认。点击该旗舰店网页上的“工商资质”，可以见到名称为“江苏苏雪达电子商务有限公司”的企业法人营业执照信息。原告SM公司提交的公证书清晰而明确地表明，在2015年1月10日这一天，该网上旗舰店在播放第二被告韩束公司产品宣传视频的过程中使用了本案的涉案照片，并且还单独使用了涉案照片。苏雪达公司也确认实施了上述行为。据此，可以推定苏雪达公司实施了侵犯涉案照片著作权的行为。

针对原告SM公司提出的侵权指控，苏雪达公司提出了以下抗辩意见。首先，苏雪



达公司认为，由于当时第二被告韩束公司已经邀请了第一被告鹿晗作为其产品代言人，自己才在网上下载了涉案照片进行宣传，这样的做法应该是合乎情理的，其使用涉案照片也没有什么主观恶意。其次，涉案照片是鹿晗肖像权与照片著作权的竞合。苏雪达公司使用涉案照片，只是为了宣传第一被告“鹿晗成为了韩束产品的代言人”这样一个事实，“目的是使用照片的肖像权而不是著作权”并不是要利用涉案照片的“任何美感和设计”。

本院认为，苏雪达公司的上述抗辩，不能否定其侵犯涉案照片著作权这一事实，在法律上也不能成立，其未经原告同意，在网络上向公众提供涉案照片，侵害了原告的信息网络传播权。首先，苏雪达公司有着侵权故意。苏雪达公司是对知识产权有充分认知的企业。该旗舰店网页上的内容，充满了知识产权的要素。例如，在该网页上使用了韩束公司的品牌“Kans”；为强调其网上所售商品为韩束公司的正品，页面上还设置了“防伪查询”；页面上使用了“Kans100%正品100%信任...”这样的广告语；从苏雪达公司与韩束公司的《经销合同》来看，它约定了苏雪达公司在经销过程中，不得侵犯韩束公司的知识产权。由上述这些内容可以看出，苏雪达公司对于知识产权的了解，并不是一个“懵懂无知的小孩子”，而是有着相当的认知和判断。

其次，苏雪达公司客观上没有对涉案照片的使用尽到谨慎注意的义务。当今社会中，市场主体既要重视自身知识产权的保护，又要避免侵害他人知识产权，这已经成为市场主体的基本常识。最起码，在使用照片、使用他人商标、专利的时候，市场主体应该“小心谨慎”才是。苏雪达公司经营的环境，不是在某个偏僻的小乡村，而是在一个充分竞争、一不小心就可能侵犯他人知识产权的互联网环境当中。[15]对于苏雪达公司来说，要求其尽到谨慎注意义务，并不是过分的要求。虽然说有的时候要确定作品的著作权人究竟是谁，有一定难度，但是，在本案中，苏雪达公司保护自己的方法其实很简单。由于涉案照片是鹿晗本人，苏雪达公司可以向鹿晗进行了解；同时，由于韩束公司宣称鹿晗成为了韩束产品的代言人，苏雪达公司完全有理由要求韩束公司对涉案照片的著作权归属进行说明。然而，苏雪达公司既没有联系鹿晗，也没有向韩束公司进行了解。苏雪达公司仅仅以鹿晗成为了韩束产品的代言人而认为自己有正当理由使用，这一理由显然太过牵强。

再次，苏雪达公司提出的鹿晗肖像权与涉案照片著作权竞合这一抗辩理由，并不能免除其侵犯原告SM公司著作权的责任。确实，照片的使用会产生民事主体的肖像权与照片著作权竞合的问题，但是，第一被告鹿晗本人享有涉案照片的肖像权，这是第一被告鹿晗享有的人身权利，这一人身权利并不排斥本案原告SM公司对涉案照片享有著作权。因此，苏雪达公司的这一抗辩理由同样不能成立。

(二)第二被告韩束公司是否实施了侵犯涉案照片著作权的行为？

第二被告韩束公司所实施的行为，已经在前一部分中做过表述。针对原告SM公司的侵权指控，韩束公司的抗辩理由主要集中在以下几个方面：一是这些侵权行为——如果存在的话——是第三被告苏雪达公司以及线下专卖店[16]所实施，自己并未使用涉案照片，不知道也没有指使这些线上专卖店与线下专卖店使用涉案照片。二是即使苏雪达公司使用了涉案照片，这也只是为了说明韩束公司进入了“四星代言”时代，这样的使

用构成了著作权法上的“合理使用”。基于以下几点理由，我们认为，韩束公司的抗辩理由同样不能成立。

首先，韩束公司与其线上及线下专卖店之间，是一种“合作+授权”的关系，而不是单纯的经销关系。单从原告与苏雪达公司的合同名称来看，双方签订的似乎是一个“经销合同”。但是，我们对于合同性质的判断，并不是简单地看其“名”，而是要看其“实”，应该是根据合同中的具体条款来判断合同的性质。[17]韩束公司与苏雪达公司之间的合同清楚地表明，韩束公司授权[18]苏雪达公司经销电子商务平台共计1家，具体为<http://Kans.tmall.com/>，“甲乙双方合作期限为2014年1月1日起至2014年12月31日止，共计12月。”网址中的“Kans”与韩束公司的品牌名称相同，而韩束公司恰恰同意了苏雪达公司使用自己的这一品牌。

公证书还表明，苏雪达公司经营的网址，是可以从韩束公司官方网站上直接链接过去的。如果不是存在着“合作+授权”的关系，就很难合理解释韩束公司为什么要这样做。在双方合同的履行期间，苏雪达公司在旗舰店的网页上使用了“韩束官方旗舰店是获得官方授权的直营店铺”这样的表述，如果真如韩束公司所言双方之间是单纯的经销关系，作为特别关注自身企业知识产权和名誉的企业，韩束公司应该是立即予以撇清，要求对方停止使用这样的表述。但是韩束公司并没有提交证据表明它反对苏雪达公司进行这样的宣传。由此得出的合理解释就是，韩束公司与苏雪达公司确实存在着“合作+授权”这样的关系。

公证书还显示，在原告SM公司进行公证的时候，苏雪达公司营业执照上显示的法定代表人是“吕义雄”[19]，而韩束公司的法定代表人也正是“吕义雄”。虽然两个公司法定代表人名称相同并不当然表明两公司是法律上的关联公司，但是，这一事实确实可以让人们相信，韩束公司与苏雪达公司之间存在非常紧密的合作关系。韩束公司声称，其与苏雪达公司之间只是“经销”关系，无非是想表明苏雪达公司的行为与己无关，使用涉案照片是苏雪达公司擅自所为，但是，我们认为，上述这些事实恰恰证明，韩束公司与苏雪达公司之间的关系并不是像水果店与顾客那样，在一手交钱、一手交货之后，双方可以潇洒地“挥挥手”，从此“两不相干”。[20]

由于韩束公司与苏雪达公司之间存在着授权这样的关系，我们认为，授权人应该对被授权人的行为及法律后果承担责任，双方都有过错的，应该共同承担责任。[21]基于韩束公司与苏雪达公司之间存在的“合作+授权”关系，我们认为，韩束公司与苏雪达公司之间的行为存在着“加害行为的协作性”，即，加害人之间存在着互相利用、彼此支持的行为负担。[22]因此，即使韩束公司没有直接授权苏雪达公司使用涉案照片，韩束公司也应该就苏雪达公司在网上旗舰店使用涉案照片的行为，与苏雪达公司共同承担侵权责任。

其次，韩束公司与其线下专卖店之间的关系，类似于韩束公司与苏雪达公司之间的关系。在庭审中，韩束公司在回答其与线下专卖店之间的关系时，韩束公司曾经提到，双方只是“经销关系”，“平时主要考核销售额”，但是，它也提到“[韩束公司与线下专卖店之间的]合同类似但不完全相同。一个是线上，一个是线下”，“性质是一样的”。虽然说原告SM公司的公证书上没有证明使用涉案照片的视频与第三被告苏雪

达公司线上播放视频相同，但是，公证书毕竟证明了韩束公司线下专卖店使用了涉案照片。线下专卖店的使用属于对涉案作品的复制，基于上面对于线上店铺苏雪达公司责任的分析，我们同样认为，韩束公司应该对其专卖店使用涉案照片的行为承担责任。

再次，韩束公司认为其所涉店铺使用涉案照片的行为，是一种“合理使用”，目的是为了宣传韩束公司进入“四星代言”这一客观事实，而并非为了销售产品。我们认为，韩束公司这样的一种辩解，没有什么法律上的价值。我国著作权法对于什么样的行为构成“合理使用”，有着明确的界定和范围。[23]韩束公司在本案中并没有提供证据证明这些线上和线下专卖店使用涉案照片究竟是著作权法所界定的哪一种“合理使用”情形，因此，我们难以认定这些店铺使用涉案照片的行为构成“合理使用”。相反，从本案证据来看，韩束公司的这些店铺以营利为目的，商业性使用涉案照片的特征非常明显。

### (三)第一被告鹿晗是否侵犯涉案照片的著作权？

我们认为，从本案现有证据来看，难以支持原告SM公司的诉讼请求。这主要是基于以下理由：

原告SM公司指控被告鹿晗实施了侵犯涉案照片著作权的行为，应该就此承担举证责任。[24]而在我们看来，原告在本案中提交的证据，并没有达到足以证明被告鹿晗实施了侵犯涉案照片著作权的行为。本案中，原告SM公司提交的证据证明，其享有涉案照片的著作权，被告韩束公司和被告苏雪达公司在经营中商业性地使用了涉案照片。但是，原告SM公司并没有充分证据证明，鹿晗本人授权、同意被告韩束公司和苏雪达公司使用涉案照片，或者是三个被告共同策划实施了使用涉案照片的行为。仅仅因为鹿晗在离开原告SM公司之后成为了韩束公司的代言人，就推断出鹿晗一定是授权或者同意韩束公司和苏雪达公司使用涉案照片，这一推断并没有事实和证据作为支持。本案中的证据表明，涉案照片，包括拍摄照片的数据文件并不是放在鹿晗这里。涉案照片拍摄者李石基在作证时说到，他是用数码相机拍摄照片并进行后期制作，照片的文件由其进行保存；原告SM公司曾经将包括涉案照片在内的一套图册在韩国出售，销售量达到4000套；鹿晗的粉丝也曾经在博客上上传过涉案照片。在法院组织的当庭演示过程中，也证明可以从互联网上搜索到涉案照片。虽然原告SM公司认为并不能证明当时的情形，但是演示毕竟证明了照片是可以通过互联网传播的。这些证据证明，涉案照片可能的传播渠道并不具有唯一性。在当今互联网时代，照片的传播具有多样性。我们假定一种情形，也许能够更好地说明这一点。假定原告SM公司和某个画家约定，为鹿晗创作一幅油画，这幅油画的著作权属于原告SM公司。油画创作完成之后，原告SM公司将它放在被告鹿晗处，告知这一幅油画的著作权属于SM公司，鹿晗本人不得将这幅油画传播出去。如果日后原告SM公司发现市场上有人利用这幅油画进行商业宣传，原告SM公司认定是鹿晗使用或者指使使用的理由就会比本案充分的多。因为在这种假定的情形之下，油画的传播具有唯一性，就可以推定它是从鹿晗这里流出去。

有关被告鹿晗实施了侵权行为的举证责任，依法应该分配给本案原告SM公司，而不是鹿晗。根据民事诉讼法的规定和证据规则，鹿晗作为被控侵权的一方，否定自己曾经授权或者同意韩束公司和苏雪达公司使用涉案照片，并不需要举证。

三、请求判令三被告在相关网站和媒体上发布声明、消除影响的救济措施是否恰当？

受到不法侵害的当事人，有权要求侵权人承担相应的民事责任。我们认为，针对侵权行为应该采取何种救济措施，主要是根据受害人的选择。但是，这种选择也应该根据法律规定来进行。正如有的财产在灭失或者毁损之后，权利人不能要求“返还原物”的救济措施，而只能要求“赔偿损失”这样的救济措施。

原告SM公司在本案中要求的救济方式之一是“发布声明、消除影响”。[25]由于我们已经认定原告SM公司主张被告鹿晗侵犯涉案照片著作权的证据不足，因此，原告SM公司针对被告鹿晗的这一诉讼请求，不予支持。下面我们主要是针对原告SM公司对于第二被告韩束公司及第三被告苏雪达公司的诉请进行分析。

原告SM公司这一主张的依据，是我国《著作权法》第四十八条的规定，该条规定，受害人可以要求侵权人承担“停止侵害、消除影响、赔礼道歉、赔偿损失等民事责任。”[26]但是，我们认为，原告SM公司没有注意到著作权法第四十八条中“应当根据情况”[27]这一表述。著作权法中的这一表述，赋予了法院根据案件具体情况确定责任承担方式的权力。

著作权是民事权利的一种。我国《民法通则》规定，侵犯公民的人格权的，[28]公民有权要求“停止侵害，恢复名誉，消除影响，赔礼道歉，并可以要求赔偿损失。”可见，“发布声明、消除影响”这样的救济措施，适用于公民人格权，如果是企业，则是企业的名称权、名誉权和荣誉权。对于一般的侵犯财产权的案件，主要是采取“赔偿损失”这样的救济措施。本案原告SM公司提起的是一般的侵犯著作权诉讼，其指控的是被告侵犯了原告SM公司的著作财产权——即复制权和网络信息传播权，而并非指控被告侵犯其商业信誉。[29]因此，对于原告SM公司要求被告韩束公司和苏雪达公司“发布声明、消除影响”的这一诉讼请求，本院难以支持[30]。

#### 四、本案三个被告连带赔偿原告经济损失及维权合理开支人民币50万元的问题

原告SM公司在自己享有著作权的涉案照片被侵权的情况下，有权要求侵权方赔偿经济损失，赔偿数额还应当包括权利人为制止侵权行为而支付的合理开支。[31]著作权法确定的赔偿损失计算方法有两种，首先是受害人遭受的实际损失，其次是，在实际损失难以计算的情况下，可以按照侵权人的违法所得予以赔偿。本案原告SM公司在诉讼请求中，以及在庭审中，并没有明确自己的实际损失具体是多少，也没有明确对方因为侵权行为获利的数额具体是多少，而是将赔偿损失和维权合理开支放在一起，一并主张。本院认为，本案被告韩束公司和苏雪达公司并未提供其可以免责的情形，故两被告就该承担赔偿损失的法律 responsibility。

原告SM公司为了证明其所遭受的损失，提供了其旗下其他艺人照片被侵权之后获得的赔偿；其旗下的EXO组合在韩国为产品代言收取的费用；公证书显示的韩束公司及苏雪达公司在网上专卖店的销售情况。另，原告也提供了为诉讼所支出的公证费、认证费、咨询费、翻译费等费用的凭证。

我们认为，各国的经济发展水平不一，艺人的市场认可度不一，明星的代言费用与一张照片的使用价值也不相同，因此，不能以原告SM公司提供的这些证据作为确定被

告韩束公司和苏雪达公司承担经济损失的依据，而只是可以将其作为酌情确定损失时的考虑因素；SM公司提供的韩束公司产品销量证据，不能证明其与涉案照片的使用有直接的因果关系；从原告SM公司举证的情况来看，整个侵权行为的持续时间并不是非常之久；没有证据证明涉案照片著作权被侵犯的后果达到了非常严重的程度。

综上，在确定本案的赔偿损失数额时，我们将根据侵权人的主观故意、侵权性质、侵权时间持续的长短、侵权后果、涉案照片的独创性程度和商业价值等因素综合判断。

对于原告SM公司维权的合理开支，本案原告SM公司向法院提交了其为了维权而付出费用的一些证据，包括公证、认证及律师费等费用的单据。我们认为，从这些费用的单据看，并不能证明这些费用的支出完全是用于本案诉讼。比较合理的做法，应该是将这些费用在不同案件中进行适当的分担。原告SM公司自己也承认，其与第一被告鹿晗、第二被告韩束公司之间还存在着其他诉讼。原告SM公司的律师费、公证费、认证费等费用是否只是因为本案而支出，从原告SM公司提供的证据材料来看，并不能完全得到确认。因此，在计算原告SM公司维权合理开支的时候，不宜将这些费用全部予以认可。

综上，本院对于原告SM公司的经济损失及维权合理开支，确定为人民币15万元。韩束公司与苏雪达公司就线上旗舰店的侵权行为承担连带赔偿责任。同时，由于并没有证据证明苏雪达公司将涉案照片交由韩束公司线下专卖店使用，故本院将苏雪达公司承担的连带赔偿责任酌情确定为上述15万元中的12万元。

至于原告SM公司提出的“撤回和销毁包含侵权照片的所有宣传资料”这一主张，我们认为，已经被吸收在停止侵权行为这一判决当中，因此，我们在判决中不再对原告SM公司的这一主张单独列出。

综上，根据《中华人民共和国涉外民事关系法律适用法》第四十八条、第五十条，《中华人民共和国著作权法》第二条第二款、第十条第一款第(五)、(十二)项、第十一条、第四十七条第一款、第四十九条，最高人民法院《关于审理著作权民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第七条第二款、第二十五条第一款、第二款，第二十六条，最高人民法院《关于审理侵害信息网络传播权民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》第三条，《中华人民共和国侵权责任法》第八条，《中华人民共和国民事诉讼法》第六十四条第一款，最高人民法院《关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》第九十一条第(一)项的相关规定，判决如下：

一、被告上海韩束化妆品有限公司及江苏苏雪达电子商务有限公司应立即停止侵犯涉案照片复制权和信息网络传播权的行为；

二、被告上海韩束化妆品有限公司应于本判决生效之日起十日内赔偿原告株式会社S.M.Entertainment经济损失及维权合理开支人民币15万元；江苏苏雪达电子商务有限公司对于其中的12万元承担连带责任；

三、对原告株式会社S.M.Entertainment其余的诉讼请求不予支持。

如果未按本判决指定的期间履行给付金钱义务，应当依照《中华人民共和国民事诉讼法》第二百五十三条之规定，加倍支付迟延履行期间的债务利息。

本案诉讼费8800元，由原告株式会社S.M.Entertainment负担3080元，被告上海韩束

化妆品有限公司及江苏苏雪达电子商务有限公司负担5720元。

如果不服本判决，原告株式会社S.M.Entertainment可在判决书送达之日起三十日内，被告可在判决书送达之日起十五日内，向本院递交上诉状，并按对方当事人的人数提出副本，上诉于上海知识产权法院。

[1]王迁著《知识产权法教程》(第四版)第19页，中国人民大学出版社，2014年3月第4版。

[2]《中华人民共和国涉外民事关系法律适用法》第四十八条。

[3]保护著作权的国际公约是《伯尔尼保护文学和艺术作品公约》(《伯尔尼公约》)，依照我国著作权法第二条第二款之规定，由于我国与韩国都是《伯尔尼公约》成员国，根据《伯尔尼公约》有关“国民待遇”的规定，涉案照片著作权在我国可以得到保护。

依照《最高人民法院关于适用<中华人民共和国涉外民事关系法律适用法>若干问题的解释》第四条的规定，“涉外民事关系的法律适用涉及适用国际条约的，人民法院应当根据《中华人民共和国民法通则》第一百四十二条第二款……等法律规定予以适用，但知识产权领域的国际条约已经转化或者需要转化为国内法律的除外”，我们在此不适用《伯尔尼公约》，而是适用我国的知识产权法律。

[4]《中华人民共和国著作权法》第十一条第二款。

[5]《中华人民共和国著作权法》第十七条规定，受委托创作的作品，著作权的归属由委托人和受托人通过合同约定。合同未作明确约定或者没有订立合同的，著作权属于受托人。

[6]《中华人民共和国著作权法》第十一条第三款规定，“由法人或者其他组织主持，代表法人或者其他组织意志创作，并由法人或者其他组织承担责任的作品，法人或者其他组织视为作者。”

[7]《中华人民共和国著作权法》第十一条第四款。

[8]《中华人民共和国知识产权法典》(应用版)第34页。法律出版社2011年1月第2版。

[9]王迁著《知识产权法教程》(第四版)第119页，中国人民大学出版社，2014年3月第4版。

[10]被告鹿晗本人在案件中并没有主张自己对涉案照片享有著作权。

[11]李石基在庭审中表明，其岗位是担任原告SM公司的摄影组组长。

[12]《中华人民共和国著作权法》第二十五条规定了著作权转让的内容，规定除了一些特定的权利(著作人身权)之外，其他权利可以通过合同转让。

[13]李石基在进入原告SM公司工作时，上司告诉他著作权是要让渡给公司，这既可以看作是SM公司的要求，在李石基工作之后没有反对的情况下，也可以看作是双方的一种约定，只是这样的约定是口头的。

[14]《中华人民共和国著作权法》第十条第一款规定了作者享有的发表权、署名权、修改权、保护作品完整权等人身性权利。该条第二款规定，上述人身性权利之外的其他著作权可以全部或者部分转让。

[15]苏雪达公司经营的韩束商品旗舰店，设立于淘宝网上。

我们在此并不是认定，如果经营在一个偏僻的小乡村，就可以侵犯他人著作权，只是为了说明，要求苏雪达对于侵权行为应该尽到谨慎注意义务，并不过分。

[16]公证书显示，在上海美罗城经营韩束公司化妆品的专卖店，是一家名为上海澳叶化妆品有限公司肇家浜路分公司的企业。

[17]最高人民法院在《关于经济合同的名称与内容不一致时如何确定管辖权问题的批复》(法复[1996]16号)中指出，“当事人签订的经济合同虽有明确、规范的名称，但合同约定的权利义务内容与名称不一致的，应当以该合同约定的权利义务内容确定合同的性质，从而确定合同履行地和法院的管辖权”。

[18]此处的“授权”以及下面的“合作”、“直营店铺”的黑体着重号，为引用时所加。

[19]目前苏雪达公司的法定代表人为“吕礼腾”。

[20]此处比喻只是为了进一步说明。在现实中，水果店铺还是要对消费者承担食品安全等方面的责任。

[21]从授权的角度分析，在苏雪达公司使用韩束公司的名义对外经营(苏雪达公司自称其是韩束公司官方授权、是韩束公司直营店)之后相当长的时间内，韩束公司并没有提出反对意见，可以认定韩束公司应该与苏雪达公司共同承担侵犯涉案照片著作权的责任。

[22]最高人民法院侵权责任法研究小组编著《&lt;中华人民共和国侵权责任法&gt;条文理解与适用》第69页，人民法院出版社2010年1月第1版。

[23]《中华人民共和国著作权法》第二十二条对什么情形构成“合理使用”作出了规定。其他人在一些情形下，可以不经著作权人许可，不向著作权人支付报酬使用作品。这些情形包括为了个人学习、研究或者欣赏作品而使用作品；为介绍、评价某一作品或者说明某一问题而在作品中适当使用他人作品等12种情形。

[24]《中华人民共和国民事诉讼法》第六十四条；《最高人民法院关于适用&lt;中华人民共和国民事诉讼法&gt;的解释》第九十四条第一项规定，“主张法律关系存在的人，应当对产生该法律关系的基本事实进行举证”，本案中涉及的法律关系，就是原告主张被告侵犯著作权这样的法律关系。

[25]原告SM公司在起诉时要求的救济方式是“赔礼道歉、消除影响”，在本案庭审辩论终结之前，调整为“发布声明、消除影响”。

[26]《中华人民共和国著作权法》第四十八条。

[27]此处的黑体着重号为引用时所加。

[28]《中华人民共和国民法通则》第一百二十条规定，“公民的姓名权、肖像权、名誉权、荣誉权受到侵害的，有权要求停止侵害，恢复名誉，消除影响，赔礼道歉，并要求赔偿损失”，“法人的名称权、名誉权、荣誉权受到侵害的，适用前款规定。”

[29]根据《中华人民共和国反不正当竞争法》规定，侵犯企业商业信誉的，侵权方将要对受害方承担消除影响这样的民事责任。

[30]原告SM公司主张“消除影响”的范围放在国内的主要媒体，包括互联网媒体与纸质媒体。如果支持原告SM公司的请求，还要考虑到侵权行为出现的场合、影响的范围等因素。一般原则是消除影响的范围应该与加害行为的范围相一致。由于本案中我们没有支持SM公司的这一诉请，我们对此也就不再进行分析。

[31]《中华人民共和国著作权法》第四十九条。

审 判 长	王 飞
审 判 员	张佳璐
人民陪审员	洪云娣
书 记 员	邵俊

二〇一五年十二月二十三日