



# 《哪吒2》火爆 自制周边产品侵权吗？



2月17日，相关平台数据显示影片《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)全球票房(含预售)突破120亿元，进入全球票房榜前九名。《哪吒2》持续火爆，也带动了电影中人物动画形象的周边产品销售，如某款盲盒预售期排到了今年6月。除了获得官方授权的周边产品外，在网络购物平台上，还有一些没有注明“官方授权”的周边产品销售，且销量不错，同时，一些手工爱好者也在网上晒出各种自制周边作品。

2月16日，四川省版权局、四川省文化和旅游厅关于《哪吒2》的版权保护公告，其中提到“未获得权利人合法授权，不得制作电影相关周边产品”，那么自行制作周边产品是否侵权？

## 手工达人晒出自制产品

用哪吒和敖丙的卡通形象串珠制作耳环、用毛线钩织哪吒和敖丙的玩偶、用黏土自制哪吒和敖丙手办……在某网络社交平台上，手工达人们自制的各种《哪吒2》周边制作精美且品类繁多。另外，还有衍纸、缠花、结绳、皮雕、刺绣、热缩片等技艺制作的各种周边作品，品类包括首饰、手办、冰箱贴、装饰画、手提包等等，甚至有博主用其他热门款娃娃爆改成哪吒的样子。

一位用哪吒和敖丙形象制作串珠的博主表示，自己非常喜欢这个系列的

电影，因此发挥自己所长设计了用串珠制作的饰品。还有一些手工爱好者也在看到手工达人的作品后，跟着一起制作，并晒出自己的“作业”。

手工爱好者冯女士表示，她也有自制哪吒周边的想法，“我想把哪吒和敖丙的Q版做成贴布，缝在包上。但是需要自己画图，目前还在设计中。”

## 各种周边商品销售火爆

除了手工达人的自制周边外，在某网络购物平台各种周边也销售火爆。这些商家有的在商品页面标明了“官方授权”“正版”，但也有的没有进行标注，

还有商家甚至明确表示为“同人周边”。同人周边是指基于动漫作品或其角色、情节等元素所创作的衍生产品，一般会对原作品进行二次创作。

这些没有标注“官方授权”的商家所出售的产品类别也非常丰富。常见的有钥匙扣、冰箱贴、徽章、手办、贴纸、抱枕、棉花娃娃，此外还有亚克力牌、色纸、键帽、卡套等。其中，部分商家销量不低，比如某玩偶店的一款相关玩具，平台显示销售了超过500件，在24小时内有超过100人购买，但该店铺商品页面上并没有“正品”“官方授权”等字样。

## 把他人商标加个“非”字 可以使用吗？

法院：构成不正当竞争

攀附他人商标，小心成被告！日前，重庆两江新区人民法院审结了一起因网店经营者使用他人商标引发的侵害商标权及不正当竞争纠纷案，认定被告实施的反向攀附商标行为构成不正当竞争。

原告公司系“渝兄”图文商标的注册商标权利人，其生产、销售的“怪味胡豆”荣获“中国食品工业协会推荐品牌”“重庆市最佳食品品牌”等荣誉称号。

被告是一家食品经营部，在其经营的淘宝店铺中，销售名为“重庆特产怪怪牌怪味胡豆小袋 248g\*5袋麻辣蚕豆兰花豆非渝兄”的商品。

原告公司认为，虽然被控侵权商品不是由其生产，但被告销售的该商品标题出现“渝兄”字样，导致相关消费者在浏览淘宝网页时，误认为该商品与其存在关联关系，构成商标侵权及不正当竞争。

法院审理后认为，被告在其经营的淘宝店铺销售标题中含有“非渝兄”字样的商品，该使用方式起到了识别商品来源的功能，属于商标法意义上的商标使用行为，且“渝兄”二字与原告的“渝兄”注册商标中文文字读音、含义一致。

但是，被告在商品标题中明确所销售商品的品牌为“怪怪”，并明确标注了“非渝兄”，商品页面中也标注了详细的商品信息，普通消费者施以一般注意力即能对商品来源予以区分，不会产生混淆，故该种使用方式不构成商标侵权。

然而，在网络销售中，商品标题是所销售商品最直观的展示，是吸引消费者的一种重要手段。被告看似在商品标题中将其商品与“渝兄”进行区分，但实则利用互联网搜索功能，使相关公众以“渝兄”为关键词进行搜索时得以搜到其所售商品，进而增加其商品的点击量、浏览量，不当攫取本属于原告的交易机会，从而可能使被告获得更多的市场空间，其行为构成不正当竞争，遂判决被告赔偿原告损失3000元。

一审判决后，双方当事人均服判息诉。

目前，该案判决现已生效。

## 法官说法

在网店销售模式中，消费者普遍通过搜索关键词的方式寻找所需商品，商家有权根据具体情况自行设置搜索关键词及商品标题，但应遵循诚实信用原则和商业道德，对可能侵害他人合法权益的情形加以谨慎审查并合理避让。

“非+某商标”的商品表述，虽然系避免混淆误认的一种表述方式，但该种表述并非必要，难逃为获取商品关注及流量吸引的主观“搭便车”故意。

新重庆-上游新闻记者 徐勤 通讯员 曹玉婷

## 焦点 制作周边产品是否侵权？

除了《哪吒2》，手工达人们也会自己制作喜欢的热门IP周边，不少动漫相关周边也有“同人周边”销售，这些行为是否涉及侵权？

重庆坤源衡泰律师事务所合伙人韦青龙律师表示，根据《中华人民共和国著作权法》，视听作品(如电影)及其中的角色形象、故事情节、场景设计等元素均受著作权保护。未经著作权人许可，任何商家或个人擅自生产、销售

带有这些元素的周边产品，都可能构成对著作权的直接侵犯。因此，制作《哪吒2》相关周边产品是否涉及侵权，取决于是否获得了相关权利人的合法授权以及是否进行了商业销售。

如果制作周边只是个人因爱好或兴趣而制作少量周边产品，且仅供个人使用、赠送亲友或收藏，不涉及商业行为，通常不会被认定为侵权。这种行为属于个人兴趣爱好范畴，并未对原作品

的市场价值或作者声誉造成损害。另外，制作周边供个人使用并发布在社交媒体展示，如果未涉及商业行为或误导性宣传，通常也不会被认定为侵权。

同人作品在创作上具有一定的独立性，但如果其使用了原作品中的受著作权保护的元素，且未获得原作品权利人的授权，那么这种同人作品的创作和销售也会构成对著作权的侵犯。

新重庆-上游新闻记者 何艳

## 相关

## 《哪吒2》海报被做成扑克牌 商家称非官方产品，律师：或涉侵权

国产动画电影《哪吒之魔童闹海》持续火爆，继而带动许多周边产品畅销。

2月17日上午，多家网购平台显示，多个店铺正在出售导演饺子手绘海报做成的扑克牌，价格在2元至8元不等，部分店家的销量过万。

动画电影《哪吒》系列的导演饺子是位“手绘高手”。从大三起，他就开始自学三维动画，并坚持在这条道路上走了下去。

此次《哪吒2》的爆火让饺子导演多了项“寒假作业”，即通过手绘海报的方式官宣破亿情况。据统计，自票房破1亿元开始，直至120亿元，饺子导演已手绘100多幅海报，的确可以“凑成一副扑克牌”了。

该扑克牌是否有官方授权？多家店铺主播回应称，扑克牌系二创产品，并非官方产品。不过，店铺内的其他哪吒周边，如手办摆件、画册等商品是官方授权的，可以放心购买。

对此，江苏法德东恒律师事务所高级合伙人蓝天彬律师表示，这种销售行为或涉侵权。导演饺子对于其手绘的海报享有著作权，包括发表权、署名权、复制权、发行权等。根据《著作权法》规定，未经著作权人许可，发表其作品的；剽窃他人作品的；使用他人作品，应当支付报酬而未支付的等，均

属于侵权行为。有这些侵权行为的，应当根据情况，承担停止侵害、消除影响、赔礼道歉、赔偿损失等民事责任。因此，店铺如果未经授权，擅自将导演饺子手绘的海报做成扑克牌进行销售，涉嫌侵犯著作权，导演饺子可以要求停止侵害、消除影响、赔礼道歉、赔偿损失等。

就在2月11日，《哪吒2》官方曾发布微博：“感谢大家的喜爱，电影官方授权的所有周边均带有【版权防伪标识】，购买周边请认准官方防伪标识。”

目前，《哪吒2》官方暂未对饺子手绘海报做成的扑克牌是否侵权作出回应。

新重庆-重庆日报

