2026-HY-E038
USA/MMO/SVI

区域国别研究报告

上海市哲学社会科学规划办公室　　2026 年 8 月 27 日

上海网络游戏企业出海版权服务指引

（美国篇）

同济大学

上海市版权局

上海市企业走出去综合服务平台

《区域国别研究报告》是上海市哲学社会科学规划办公室依托上海市各高校和科研院所专业研究力量，紧扣服务企业走出去现实需要，专为“上海市企业走出去综合服务平台”打造的区域国别研究品牌。

《报告》基于学者“在地研究”田野调研、企业出海实务经验以及其他信息，聚焦国别/区域、产业/行业、在地合规运营三类场景，推出三类系列成果。其中，**“国别报告”系列**以对象国政治、经济、社会、文化等内容为研究对象，重点围绕宏观经济形势、营商环境、中资企业经营状况、机遇挑战等维度，解析对象国各领域的发展态势，为企业海外布局提供决策参考；**“行业报告”系列**针对重点产业跨境布局或企业走出去的行业赛道，深入研判对象国的重点行业发展格局；**“合规报告”系列**回应企业海外合规运营实务关切，系统梳理对象国重点领域的监管要点，为企业在地运营提供应对策略参考。

摘　要

本报告由同济大学、上海市版权局共同发布，旨在帮助出海企业了解美国市场“版权规则”，聚焦当地法律法规、典型案例以及实务操作等，为网络游戏出海提供合规建议与维权路径。

目　录

第一部分 美国法基本概要 1

1. 法律渊源 1
2. 美国版权立法架构 2
3. 美国基本司法架构 3
4. 版权管理、执法及相关制度 4

第二部分 美国市场的“版权规则”,先把棋盘看清楚 7

1. 为什么美国版权体系对出海游戏企业这么复杂？ 7
2. 美国版权法的“三句话精髓”，企业先记住 8
3. “合理使用”不是万金油，不能仅指望它救场 9
4. 出海全流程的风险地图 10

第三部分 出海前——把“体检”做好 11

1. 版权登记：从“有版权”变成“能诉讼的版权” 11
2. 未成年人保护：别触碰 COPPA 和 FTC 的红线 14
3. “换皮游戏”：美国法院常用“过滤测试” 15

小结：出海前“三件套” 15

第四部分 美区运营——平台、AI、二创的合规建议.....17

1. 做平台：DMCA 避风港不是“自动免疫”，得真做到位
.....17

2. 用 AI：训练数据、生成控制、商业用途，三关都要过
.....19

3. 官方二创 vs 粉丝二创：规则先行，避免“骑虎难下”.....20

4. 日常运营防火墙：四张网帮助降低风险.....22

第五部分 维权策略与多元救济路径——从 DMCA 到联邦法院，再到海关刑事.....23

选项一：DMCA 通知+律师函（多数侵权可先走这步）.24

选项二：CCB 小额法庭（小而美，批量打）.....25

选项三：联邦诉讼 +TRO（重大侵权必备）.....27

选项四：海关备案+ITC（美国国际贸易委员会）337 调查.....28

选项五：刑事报案（私服、外挂、源码盗卖等）.....29

第六部分 内部落地与工具包——让合规变成“项目标配”
.....33

1. 组织架构：跨部门“出海合规小组”，知产或者法务部门主管.....33

2. 项目全生命周期：9 个合规“强制关卡”.....34

3. 标准化工具包：17 个模板目录（供参考）.....35

4. KPI 考核：合规从“成本中心”变成“业绩贡献”..36
5. 应急预案：四种沙盘场景.....37
6. 持续优化：季度评估，迭代工具包..... 38

附录 1 相关法律规范参考.....39
一、版权法相关条款.....39
二、《儿童在线隐私保护法》（COPPA）相关条款..... 42
三、联邦贸易委员会法案.....47

附录 2 美国版权纠纷解决基本框架及流程指南..... 49
一、版权登记.....49
二、纠纷解决的基本方式.....49
三、标准处理流程..... 51
四、常见侵权救济措施.....53

附录 3 美国版权公共服务及相关机构.....55
一、美国版权局（U.S. Copyright Office）.....55
二、版权结算中心（Copyright Clearance Center）....55
三、艺术志愿律师（Volunteer Lawyers for the Arts）
.....56
四、知识共享组织（Creative Commons）.....56
五、电子前哨基金会（Electronic Frontier Foundation）

.....57
六、公众知识（Public Knowledge）.....57

附录 4 美国版权替代纠纷解决机制.....59
一、美国版权索赔委员会（Copyright Claims Board，简称 CCB).....59
二、美国仲裁协会（American Arbitration Association，简称 AAA).....61

第一部分 美国法基本概要

理解美国的法律逻辑就像是掌握新游戏的“底层操作系统”。美国法律体系在法律渊源、管辖和运行机制上与中国存在差异。在掌握具体的版权规则之前，需要先了解这个“底层操作系统”。

1. 法律渊源

美国属于英美法系国家，在理解美国法律体系时要同时重视成文法和判例法。

● 不仅要看“法条怎么写”，还要看“法官怎么判”：在美国，国会颁布的成文法典通常只搭建框架，而具体的法律适用和条文解释高度依赖于由法院判例确定的普通法规则。最高法院和联邦上诉法院的判决对辖区内法院具有约束力。

● 对游戏企业的实操意义：比如当我们在探讨游戏“换皮”是否侵权时，美国版权法典里没有直接写明。由法院在判决中所确立的“抽象— 过滤— 比较”的判断标准，更具指导意义。因此，出海合规不仅要准确理解法条，还要紧跟最新的司法判例走向。

2. 美国版权立法架构

美国版权法律主要分为以下两个层级：

● 最高法源 —《美国宪法》：版权保护的根基写在美国宪法中（第一条第八款第八项），明确规定国会有权“为促进科学和实用技艺的进步，对作者和发明者的著作和发明，在一定期限内给予专属权利的保障”。这决定了美国版权法的核心精神：既保护创作者，又注重促进公共文化进步。

● 核心单行法 —《美国法典》第 17 编（Title17 of the U.S. Code）：这是美国现行的核心版权法内容，主要基于 1976 年版权法案。出海企业需要重点关注其中的几个关键模块：

—第 102—106 条：定义了什么受保护（具体表达）、什么不受保护（思想 / 规则），以及版权人的“六大专有维权工具库”。

— 第 512 条（DMCA）：即《数字千年版权法》，为平台方提供了至关重要的“避风港”免责机制。平台若希望对用户的侵权行为免责，通常需要满足几个前提：对侵权事实没有实际认知，且未对明显的具体侵权行为视而

不见；在服务提供商有权且有能力控制侵权活动的情况下，未从特定的侵权活动中获取直接的经济收益；在收到符合法定格式的侵权通知后，应当及时移除或屏蔽相关内容（通知删除机制）。

3. 美国基本司法架构

美国拥有两套并行且独立的司法系统：联邦法院系统和州法院系统。游戏企业出海维权时不要“进错门”。

● 版权纠纷属于“联邦专属管辖”：根据美国法律，所有版权侵权民事诉讼，必须且只能在联邦地区法院（Federal District Courts）提起，州法院无权审理版权侵权案件。

● 合同纠纷可能归“州法院”管辖：如果企业与美国本地发行商或外包团队发生纠纷，仅仅是因为对方违反了保密协议或授权合同中的付款条款等，这类违约案件通常由州法院管辖。

● 版权刑事案件归谁管？具有极高主观恶性及大规模的商业盗版、私服、外挂及核心源码盗卖等严重侵权行为，属于联邦刑事犯罪。主要法律依据包含《美国法典》第 17 卷第 506 条（17 U.S.C. § 506）、第 18 卷第 2319 条

（18 U.S.C. § 2319）以及《反电子盗窃法》等。这类案件由美国联邦调查局（FBI）和美国国土安全调查局（HSI）开展侦查，并由美国司法部（DOJ）提起公诉。企业无法自行提起刑事诉讼，可向当地警方报案或直接向 FBI、HSI 等联邦执法机关报告涉嫌构成犯罪的版权侵权活动，并提交相关证据和线索。

4. 版权管理、执法及相关制度

除了版权的司法保护机制之外，美国还发展出了一系列极具特色的行政管理和执法机制，构成了游戏企业出海维权的完整生态：

● 作品登记制度（前置门槛）：与中国“自愿登记”不同，美国对美国作品实行“不登记不能起诉”的前置程序。同时，及时登记是主张高额“法定赔偿金”和“律师费”的要求。

● 小额纠纷裁决制度（CCB）：针对索赔金额在 3 万美元以下的轻微侵权，美国版权局设立了版权索赔委员会（CCB），提供线上、低成本、免律师的快速裁决通道。

● 海关备案与边境保护制度（CBP）：有关作品的版权在美国海关备案后，美国海关与边境保护局有权在入境

口岸直接扣留并销毁侵犯版权的实体货物（如盗版手办、卡牌等），是从物理层面阻断侵权产业链的有效手段。

● 公平竞争执法制度（FTC）：美国联邦贸易委员会（FTC）被授权对商业活动中“不公平或欺诈性的行为”展开执法（《联邦贸易委员会法》第 5 条），具有较为宽泛的执法权限。在游戏商业化模式设计方面，出海美国的游戏企业应警惕“诱导消费”或“模糊概率”而触发的欺诈性合规风险。

● 未成年人保护制度（COPPA）：美国在立法层面十分重视对儿童在线个人信息的保护，相关执法机构对此类违规行为的打击力度非常严格。其中，最核心的监管依据是《美国儿童在线隐私保护法》（COPPA ，15 U.S.C. §§ 6501 – 6506），这是一部旨在保护 13 岁以下儿童在线个人信息的联邦法律，其核心在于赋予家长对子女个人信息的控制权，并规范网站和在线服务运营商收集、使用和披露儿童个人信息的行为。我国网络游戏企业在产品设计过程中需要高度重视 COPPA 中的儿童个人信息保护条款，从产品设计的前端规避此类条款的法律风险。

● 337 调查制度：美国国际贸易委员会（ITC）启动“337 调查”的法律依据是《1930 年关税法》第 337 条款

（19 U.S.C. § 1337）。337 调查针对进口到美国的“物品”中存在的侵犯知识产权或其他不公平竞争行为。一旦触发，权利人可向 ITC 递交诉状发起“337 调查”。这一准司法程序审理节奏较快，一旦 ITC 经调查认定侵权成立，便会签发排除令或禁止令，由海关强制执行，从而将侵权商品直接阻挡在美国国门之外。美国联邦巡回上诉法院被授权受理来自 ITC（337 调查）及国际贸易法院等的相关上诉。游戏相关的硬件、软件等存在被 337 调查的先例，出海企业应当注意并做好风险防控。

第二部分 美国市场的“版权规则”，先把棋盘看清楚

上海的网络游戏企业出海步伐越来越快。2025 年中国自主研发游戏海外实际销售收入 204.55 亿美元，同比增长 10.23%，米哈游、莉莉丝等头部企业稳居全球榜单前列。但对于美国版权体系，从实操性来看，总体门槛较高、监管较严。

1. 为什么美国版权体系对出海游戏企业这么复杂？

美国有三类“特殊规则”中国企业需重点关注：

— 登记前置：本国作品想在美国打版权侵权官司，需要先在美国版权局登记，否则联邦法院基本不让你立案。

— 法定赔偿门槛：不及时登记，就拿不到每件作品最高 15 万美元的“法定赔偿金”和律师费，只能自己算实际损失（这对于网络游戏产品特别难）。

— 多头管理：除了版权局（审查作品登记等行政管理），还有 FTC（管儿童隐私和商业欺诈）、CBP（海关边境执法）、ITC（337 调查阻止侵权商品进口）、FBI／HSI（刑事打击盗版）。

2. 美国版权法的“三句话精髓”，企业先记住

把《美国法典》第 17 编（Copyright Act）浓缩给游戏企业听，主要有三点：

★ 自动保护，但不等于能打官司（17 U.S.C. § 411）：作品一创作出来就有版权，但对美国作品的侵权诉讼，必须先完成登记或预登记。美国最高法院在 Fourth Estate v. Wall-Street.com 案里明确：光提交申请不够，得等版权局审核完（“批准或拒绝”）才行。[①]

★ 保护“具体表达”，不保护“抽象想法”（17 U.S.C. § 102(b)）：游戏规则、数值公式等较为抽象的要素，如果被认定为“思想 / 方法”则不受保护。角色设计、UI 布局、剧情桥段等更为具体的要素，更可能被认定为“独创表达”。Tetris 案里，美国法院过滤掉“消除类规则”后，发现被告方块形状和视觉呈现太像原作，判侵权。[②]

★ 六大专有权，是你的“维权工具库”（17 U.S.C. § 106）：

— 复制权：别人不能随便复制你的代码、美术、音乐等独创性表达。

— 发行权：不能随便分发你的游戏或周边等作品。

① Fourth Est. Pub. Benefit Corp. v. Wall-Street.com, LLC, 586 U.S. 296 (2019).
② Tetris Holding, LLC v. Xio Interactive, Inc. 863 F. Supp. 2d 394 (D.N.J. 2012).

— 演绎权：不能随便做同人改编、翻拍、动画化。

— 公开表演/展示权：线下活动、直播用你的内容也需要授权。

— 录音制品数字传输权：音乐在流媒体播放也算。

授权合同里，用这些词写清楚“给什么、不给什么”，比模糊的“全部权利”靠谱得多。

3.“合理使用”不是万金油，不能仅指望它救场

美国有个“合理使用”豁免（17 U.S.C. § 107），它靠“四要素”判断：

— 使用的目的和性质，包括商业用途还是非营利用途的使用等？

— 原作品本身创作性强不强？

— 你用了多少？用了多少“核心”的部分？

— 你的使用抢了原作的市场吗？

Andy Warhol 案告诉我们：转换性使用的判定很关键，如果“二创”后的作品最终还是商业卖钱、跟原作市场重叠，法院很可能判你侵权。[①]

① Andy Warhol Foundation for Visual Arts, Inc. v. Goldsmith, 598 U.S. 508 (2023).

4. 出海全流程的风险地图

本指引按“出海前—美区运营—维权操作”三阶段拆解，每个阶段配法律条款+判例+操作清单+内部检查清单。

小结：出海美国，登记是基础，审查是关键，机制是保障。

第三部分 出海前——把“体检”做好

出海前是整个版权保护的“建堡垒”阶段。就像打游戏，先把装备、技能树、防御塔都准备好，才能在后期团战不崩盘。这一部分重点解决：怎么让你的游戏在美国“有证、有据、有底气”。

1. 版权登记：从“有版权”变成“能诉讼的版权”

美国版权法承认作品自动保护，但想在美国打侵权官司，有三个铁律：

第一条：美国作品不登记=不能起诉

17 U.S.C. § 411（a）规定：对美国作品的侵权诉讼，必须先在美国版权局完成登记（或预登记）。2019 年美国最高法院 Fourth Estate v. Wall-Street.com 案明确：光提交申请不够，必须等版权局审核完给出“批准或拒绝”的决定。[①]中国企业容易在这里踩坑：发现盗版了赶紧去登记，结果等几个月拿不到证书，错过维权黄金期。

但是针对作品原属国在中国的作品（首次在中国出版）而言，登记不是必要条件，而是优选做法。可以依据《伯

① Fourth Est. Pub. Benefit Corp. v. Wall-Street.com, LLC, 586 U.S. 296 (2019).

尔尼公约》向美国法院提起诉讼。

第二条：晚登记=拿不到高额赔偿

17 U.S.C. § 412 规定：想拿“法定赔偿金”和“律师费”，必须满足时间要求：

— 侵权发生前已经登记；或

— 作品首次在美国发表后 3 个月内完成登记。

超过这个时间窗口，你只能证明实际损失+对方非法获利。这对网络游戏尤其痛苦：用户数、收入流失、商誉损害很难精确计算，还得跟对方打“财务数据拉锯战”。

第三条：分件登记=赔偿基数最大化

法定赔偿是“按作品件数算”：普通侵权每件 750 美元—3 万美元，故意侵权最高 15 万美元/件。所以关键 IP（核心角色、主要美术、主题音乐、剧情章节）要单独登记，别一股脑塞到一个“大作品”里。

登记技巧：

— 大项目用“预登记”：开发后期对还没完全公开的关键内容先预登记，一旦内测泄露就能马上起诉，还保留未来法定赔偿资格。

— 版本迭代同步登记：厂商可对各赛季、大型资料片单独进行版权登记以完善权利保护布局，但赛季与常规资料片在法律上大多属于演绎作品；登记可以选择演绎作品类型，清晰区分原有游戏内容与当期新增创作。

— 用技术固化证据：登记时附上区块链存证、Git[①]版本记录、可信时间戳，这样未来抗辩“我们先创作”时有硬证据。

法务操作流程：从零到拿证全流程（单件作品约 4—8 周）

— 准备材料（1 周）：作品样本+填写申请表

— 提交申请（Day 1）：在线提交+缴费（每件 45—65 美元）[②]

— 等待审核（3—6 个月）：此期间可申请“特殊处理”加速

— 收到证书：存档+同步 CBP 海关备案

项目管理嵌入：把登记进度写进产品甘特图，上线前必须“全绿”才能发美区。（上述登记技巧仅供参考，实际以美国版权局最新权威发布为准）

① 指程序员用来管代码版本、留证据的工具。而 Git 版本就是代码的一次存档，相当于“历史记录里的某一页”。
② 具体费用仅供参考，实际以美国版权局最新权威发布为准。

2. 未成年人保护：别触碰 COPPA 和 FTC 的红线

美国儿童保护“两把尺子”，游戏企业可以两手抓

COPPA（儿童在线隐私保护法）：专门管 13 岁以下儿童的个人信息收集。核心要求：

— 收集儿童个人信息先得“可验证家长同意”；

— 在符合条件下向家长披露儿童信息；

— 不能把“多给信息=多拿奖励”当套路。

FTC Act 第 5 条：管“欺骗性或不公平商业行为”，儿童相关尤其敏感。问题可能包括：

— 多层虚拟货币让人算不清真实现金成本；

— 模糊或夸大概率；

— 专门针对儿童做“容易中大奖”的虚假宣传。

真实案例警示：2019 年某短视频 App 明知有大量儿童用户信息，在没有事先取得家长同意下，进行收集，被 FTC 罚款 570 万美元，并强制下架所有儿童内容。[①]2025 年某抽卡手游因“多层货币+夸大概率宣传”被罚 2000 万美元，并承诺对儿童在游戏内购买作出限制。[②]

① Video Social Networking App [App Name] Agrees to Settle FTC Allegations It Violated Children’s Privacy, FED. TRADE COMM’N (Feb. 27, 2019), https: //www. ftc.gov/news-events/news/press-releases/2019/02/video-social-networking-app- musically-agrees-settle-ftc-allegations-it-violated-childrens-privacy.

② [Company Name], U.S. v., FED. TRADE COMM’N (Jan. 17, 2025), https: //www.ftc. gov/legal-library/browse/cases-proceedings/222-3152-cognosphere-llc-us-v.

3.“换皮游戏”：美国法院常用“过滤测试”

17 U.S.C. § 102(b)明确：思想、规则、系统不受保护。法院用“抽象— 过滤— 比较”三步法：

— 抽象：剥离最底层的游戏规则（卡牌、三消、RPG 升级[①]）

— 过滤：去掉行业通用元素（经验条、背包、金币等）

— 比较：只看剩下这些“独创表达”是否实质相似

Tetris 案经典判例：被告承认参考了俄罗斯方块玩法，但法院过滤掉“消除类规则”后，发现方块形状、颜色搭配、视觉呈现高度一致，判决构成实质性相似及侵权。[②]

Bang! 换皮案警示：意大利卡牌游戏 Bang 起诉某中国卡牌游戏。被告（中国公司）最终因美术、角色描述差异大而胜诉。[③]

小结：出海前“三件套”

1. 登记全覆盖：美国作品要及时登记，关键 IP 可分件登记。

① 指角色扮演游戏中的等级提升。
② Tetris Holding, LLC v. Xio Interactive, Inc. 863 F. Supp. 2d 394 (D.N.J. 2012).
③ DaVinci Editrice S.r.l. v. [Company Name], LLC et al, No. 4: 2013cv03415- Document 44 (S.D. Tex. 2014).

2. 儿童保护到位：概率披露+儿童模式+家长同意且可验证

3. “换皮”自查过关：采取过滤测试，核心在于“表达”的确定及表达层的独创性。

第四部分 美区运营——平台、AI、二创的合规建议

产品上线美国后，版权风险不会消失，反而会变成“日常管理课题”。用户上传内容、AI 生成素材、粉丝创作同人、官方营销物料，这些都是高频场景。这一部分教你怎么把法律要求变成产品功能、运营规则、风控流程，让合规变成“自动挡”而非“手动挡”。

1. 做平台：DMCA 避风港不是“自动免疫”，得真做到位

（1）只要允许用户上传，你就可能被当成“平台”

游戏里允许玩家上传头像、截图、视频、MOD[①]、关卡、贴图？如果是，你在美国很有可能被认定为“在线服务提供商”（OSP），需要遵守 DMCA 避风港规则（17 U.S.C. § 512）。

避风港的四个硬条件（缺一条都不行）：

— 不知道具体侵权：平台不用主动审查，但不能对太明显的视而不见

① 指对原游戏的修改 / 衍生版本，通常使用了原游戏的代码、美术、资源等。

— 不直接靠侵权赚钱：平台能控制的话，不能明知道是盗版还刻意推流量吸广告

— 收到通知马上删：合格的 DMCA 通知必须在合理时间内处理

— 多次侵权真封号：得有明确政策，且实际执行。

（2）踩坑案例：宣传+执行两头假，法院直接判侵权

Grokster 案（最高法院判例）：P2P 软件针对侵权产品营销，高度依赖侵权带来收入，主观有诱导情形，避风港失效。[①]

（3）标准操作套件：复制到用户协议就能用

【用户协议 DMCA 条款模板】

第 X 条　数字千年版权法通知

— 我们尊重知识产权，收到符合 DMCA 格式的通知后将尽快处理

— 投诉邮箱：copyright@［公司域］.com

— 通知需包含：权利人签名、被侵作品链接、侵权内容链接、联系方式、善意声明

— 我们保留对恶意投诉追究法律责任的权利

① MGM Studios, Inc. v. Grokster, Ltd., 545 U.S. 913 (2005).

— 多次收到有效 DMCA 通知的用户，账户将被永久终止

2. 用 AI：训练数据、生成控制、商业用途，三关都要过

（1） 训练阶段：用别人版权素材训练，很可能直接侵权

好莱坞起诉某 AI 视频及图像生成应用的核心指控：未经授权抓取海量电影画面训练模型，涉嫌侵犯复制权和制作衍生作品权（17 U.S.C. § 106）。[①]

高风险数据源（坚决不用）：

— 盗版网站、明确标注“禁止爬虫”的正规网站

— 没有“训练用途”授权的商业图库、音效库

— Disney、Marvel 等高辨识度 IP 素材

（2） 生成阶段：稳定生成知名角色+放任传播，平台可能要负责

产品侧三层防护墙：

第一层：Prompt 过滤（输入端）

— 敏感词库：知名 IP 名称、角色名、影视名

① Complaint, Disney Enters., Inc. v. [Company Name], No. 2: 25-cv-08768 (C.D. Cal. filed Sept. 16, 2025).

第二层：图像比对（输出端）

— 与知名 IP 库比对相似度

— 超过阈值自动打码或拒绝生成

第三层：使用限制（平台端）

— 禁止商业用途（广告、售卖）

— 设置投诉通道，及时响应

（3）商业用途：官方素材最严，不能心存侥幸

官方广告、App Store 截图、官网展示不要使用可能侵权的素材。

建议做法：

— 建公司级“AI 素材安全库”（全自有版权）

— 官方所有 AI 生成内容走法务双签

— 用户生成内容设专门投诉通道+处理记录

3. 官方二创 vs 粉丝二创：规则先行，避免“骑虎难下”

（1）官方二创

前置审查清单（所有对外商业素材必走）：

— 第三方音乐：授权范围覆盖宣传用途?

— 影视片段：获得商业剪辑许可?

— 人物肖像：有肖像权/名誉权许可？

— 品牌 LOGO：有商标许可或合理使用依据？

— 游戏素材：有原版权方授权？

安全策略：无明确授权链的素材，只用于内部交流，绝不对外商用。

（2）粉丝二创

多数同人作品可能构成对演绎作品权的侵犯（17 U.S.C.§ 106(2)）。但“一刀切告到底”伤社区，“完全放任”伤 IP。提前按照游戏 IP 生态发布二创指南，既能维护粉丝群体感情，又能避免过分的侵权。

Paramount 案（最终企业与粉丝和解）：粉丝同人作品难以被认定为合理使用而被豁免侵权，但企业起诉粉丝，难免伤及粉丝群体感情；企业提前制定指引能够更好协调粉丝经济与版权保护之间的关系。[①]

操作建议：

— 产品上线 3 个月内发布中英双语《玩家创作指南》

— 普通粉丝作品用“提醒+引导”，恶意商业化用律师函

— 保留所有对外沟通记录，避免“默许”抗辩

① Paramount Pictures Corp. v. Axanar Prods., Inc. No. 2: 15-cv-09938-RGK-E (C.D. Cal. Jan. 3, 2017).

4. 日常运营防火墙：四张网帮助降低风险

第一网：用户协议+隐私政策（静态）

— DMCA 条款、AI 使用限制、粉丝创作指南

第二网：产品功能（动态）

— 年龄验证、儿童模式、AI 过滤、投诉入口

第三网：运营规则（执行）

— 算法不推明显的盗版内容、多次侵权真封号、素材前审

第四网：记录留痕（证据）

— 所有投诉处理记录、封禁记录、律师函存档

KPI 考核建议：

— 法务：DMCA 响应及时，准确率>95%

— 运营：素材前审通过率 100%，违规素材零容忍

— 产品：儿童模式覆盖率 100%，AI 过滤召回率>90%

小结：美区运营“四化”原则

— 平台化→机制化：DMCA 不是摆设，是日常风控

— AI 化→可控化：技术越好，防护越厚

— 社区化→规则化：放手但有底线

— 规模化→痕迹化：每件事都有记录

做好这四点，美区运营阶段争取做到“风险可预期、问题可追溯、突发可应对”。

第五部分 维权策略与多元救济路径——从 DMCA 到联邦法院，再到海关刑事

发现侵权了怎么办?首先是要形成从创作到侵权的全链路固定。(1) 创作证据的固定，请参见本指引第二、三部分。(2) 侵权证据的固定，通过电子公证、不可见水印等方式访问、下载和固定相关数据(销售记录等)。

接下来要确定维权策略。美国法律体系给你准备了维权的路径：从快速高效的平台投诉，到具有威慑力的刑事手段，选对路径决定成本和效果。这一部分教你怎么根据侵权规模、紧急程度、对方实力，组合出最优维权方案。

维权路径总览：按场景选路径

侵权规模	首选路径	备选路径	成本	速度	威慑级别
小额分散	DMCA+律师函	CCB	低	快	低
中型单点	CCB	联邦诉讼	中	中	中
重大紧急	联邦 TRO	海关/ITC	高	快	高
跨境实体	海关备案+ITC337	联邦诉讼	高	中	高

恶意重犯	向警方或联邦有关执法机关报案	联邦诉讼	中	慢	极高

选项一：DMCA 通知+律师函（多数侵权可先走这步）

（1）DMCA 通知：让盗版快下架

适用场景：App Store 假应用、Steam 假发行、YouTube 盗播、Discord 私服广告等。

标准模板：

［权利人签名］

我是［公司］版权代表，发现贵平台［具体链接］未经授权使用我方作品［官方链接］

侵权内容：［详细描述+截图］

本人善意认为此为侵权，愿承担伪证责任联系方式：［邮箱+电话］

操作节奏：

发现侵权→1 小时固定证据→2 小时发 DMCA 通知→24 小时跟进→3 天评估效果

关键提醒：

对方可能发“反通知”，平台 10—14 个工作日后可能恢复内容。如果你坚持维权，建议在这期间提起 CCB 或联邦诉讼，并通知平台。

（2）律师函：既施压又攒证据

同步发停止侵权函，三大作用：

— 定性故意侵权：明知侵权还继续=未来争取最高赔偿

— 启动谈判窗口：很多中小侵权方看到律师函就愿意和解

— 保全时间线：为后续诉讼提供“催告—无回应”的证据链

律师函核心三问：

— 你什么时候开始侵权？

— 获得了多少收入？

— 愿意支付多少和解金？

选项二：CCB 小额法庭（小而美，批量打）

（1）什么时候选 CCB？

美国版权索赔委员会（Copyright Claims Board），2022

年上线，专治≤3 万美元的小额侵权。

三个最佳场景：

— 小主播、小 UP 主批量侵权：一次起诉 10 个，成本低、效果好

— 美区小卖家、山寨站：金额小，但品牌损害大

— 树立样板：想让市场看到“我们爱维权”的信号

（2） CCB vs 联邦诉讼对比

维　度	CCB	联邦诉讼
标的金额	≤ 3 万美金	无上限
律师要求	可自诉	强烈建议
证据开示	简　化	完整复杂
对方退出	可在 60 天内退出	不　可
速　度	3—6 个月	1—3 年
成　本	低	高

策略：小额用 CCB 批量打，大额走联邦单点突破。

（3）CCB 操作节奏

发现侵权→ DMCA 机制无效→确认登记完成→在线

提交申请→对方 60 天内不退出→3—6 个月裁决

选项三：联邦诉讼 +TRO（重大侵权必备）

（1）临时限制令（TRO）：让侵权者“业务停摆”

FRCP 第 65 条授权联邦法院签发 TRO：紧急情况下可不通知被告，单方冻结侵权行为。

申请 TRO 的前提包括：

— 具备版权权属证明，美国作品需要已完成登记（17 U.S.C. § 411）

— 损害不可弥补（持续侵权每天损失都在增加）

— 胜诉可能性大（实质性相似+接触证据）

— 双方的利益衡量（不签发 TRO 原告受伤远大于被告）

— 符合公共利益（签发 TRO 不会让公共利益受伤）

（2）证据开示：让对方财务数据全曝光

FRCP（美国联邦民事诉讼规则）第 26 条要求双方互换证据，这是联邦诉讼的“关键阶段”：

原告获得：对方收入流水、用户数据、获利计算、内部沟通等。

被告获得：你的成本构成、授权链、损害计算等。

相当比例的案件在此阶段和解，因为：

— 原告拿到真实财务数据，能准确要价

— 被告看到你的证据强度，评估败诉风险

（3）赔偿套餐：四项救济

胜诉后要这几样（法定赔偿和利润返还或实际损失之间，只能二选一）：

— 永久禁令：彻底禁止对方继续侵权

— 法定赔偿：每件作品 750 美元—15 万美元（故意侵权上限）

— 律师费：由法院酌定对方承担你的诉讼费用

— 利润返还：对方侵权期间全部非法所得

谈判区间：禁令+部分法定赔偿+律师费约 50%是常见和解方案。

选项四：海关备案+ITC（美国国际贸易委员会）337 调查

（1）海关备案：让盗版周边进不了美国

具体流程：登记证书→CBP 在线备案→海关查扣侵权进口货（手办、卡牌、T 恤等）。

（2） ITC337 调查：贸易壁垒（1930 年关税法第 337 条）

具体流程:ITC 调查确认侵权→签发排除令→美国海关口岸扣押侵权货品。

三个优势:

— 速度快：通常快于联邦诉讼

— 执行力强：海关强制执行，无需追着被告要钱

— 跨境友好：特别适合境外被告、美国无资产的情况

典型场景：盗版手办泛滥、山寨周边热卖、侵权进口货源源不断。

选项五：刑事报案（私服、外挂、源码盗卖等）

（1）什么时候走刑事?

17 U.S.C. § 506 + 18 U.S.C. § 2319 管蓄意、大规模、商业获利的严重侵权:

— 大型私服产业链

— 系统性破解+分发

— 核心源码盗卖

— 绕过 DRM（数字版权管理）技术保护的大规模盗版

（2）企业怎么启动？

— 收集证据：技术保护措施被破解的日志、流水证据

— 向 FBI 等报案（在线表格+详细材料）

— 配合 DOJ 调查（提供技术支持、内部数据）

— 民事诉讼同步走（刑事是背景威慑）

效果：监禁+巨额罚金+民事赔偿。

核心应诉策略

（1）“缺乏接触可能性”抗辩

美国法中的版权侵权包含两个不可或缺的要素：

（1）被告“接触”了原告的作品；（2）两部作品的独创性内容之间存在“实质性相似”。如果能证明被告根本没有机会看到或听到原作品，那么即便两部作品极为相似，版权侵权也不能成立。

Selle v. Gibb 案判例：即便两作品高度相似，若能证明被告完全没机会接触原告作品，侵权不成立。[①]

企业准备：

① Tetris Holding, LLC v. Xio Interactive, Inc. 863 F. Supp. 2d 394 (D.N.J. 2012).

— Git 版本记录+时间戳存证

— 内部开发日志（带时间标记）

— 传播路径分析（地理隔离、传播渠道隔离）

（2）实质性相似：“抽象—过滤—比较”测试

“实质性相似”是版权侵权的另一个构成条件。这里的实质性相似是指受著作权保护的表达相似，不包括思想。在网络游戏产品领域，最常遭遇的侵权指控便是“玩法抄袭”或“换皮”，被告常提出的抗辩之一就是具体的游戏表达不构成“实质性相似”，让法院先过滤掉不受保护的元素，只比较独创表达：

抽象思想（不受保护）→过滤掉

行业通用 UI（不受保护）→过滤掉

独创角色设计（受保护）→重点比较

Tetris 案判例：基础游戏规则以外的美术元素、游戏画面等视觉要素相似，有较大可能被认定为侵权。[①]

自保证据：提前准备“竞品 vs 自家差异分析表”，证明经过过滤后无实质相似。

① Tetris Holding, LLC v. Xio Interactive, Inc. 863 F. Supp. 2d 394 (D.N.J. 2012).

小结：维权“三段论”

发现侵权 → DMCA 通知+律师函

↓

侵权行为继续 → CCB 批量/联邦 TRO 单点

↓

跨境重犯 → 海关 ITC+向警方或联邦有关执法机关报案

成本控制原则：前期用非诉方式试探，中期根据反馈加码，后期视侵权情节轻重，启动刑事程序。

第六部分 内部落地与工具包——让合规变成“项目标配”

法律文件看完了，回到现实问题：怎么让这些条款、案例变成业务团队每天能执行的习惯?这一部分给出组织架构、流程模板、KPI 指标等建议，仅供参考。

1. 组织架构：跨部门“出海合规小组”，知产或者法务部门主管

出海合规小组（7 人核心+轮值专家）

— 法务/知产部门主管（牵头人）— 法律评估、外部律师协调

— 产品经理（1 人）— 功能合规设计、儿童模式

— 主策划（1 人）— 玩法自查、竞品分析

— 美术负责人（1 人）—素材审查、AI 生成管控

— 运营主管（1 人）—DMCA 执行、粉丝规则

— 技术安全（1 人）—反作弊、加密、日志留痕

— 数据合规（1 人）—COPPA、隐私政策、家长验证

运作规则

— 周会制：每周 30 分钟，过上周合规问题+本周关

键节点

— 项目嵌入：每款赴美产品指派 1 名专职合规员

— 外部专家：每季度请美国律师做 1 次专题培训/答疑

2. 项目全生命周期：9 个合规“强制关卡”

立项阶段（T=0）【风险：换皮】

— 竞品分析报告（策划）

— 玩法自查表（法务+策划联签）

— 高风险玩法优化计划

开发中期（T =-6 个月）【风险：素材、AI】

— 素材授权清单（美术）

— AI 训练数据合规承诺书（技术）

— 员工/外包权属协议全覆盖

上线前 3 个月（T =-3 个月）【风险：登记】

— 美国版权登记全清单（法务）

— 预登记重点 IP（法务）

— CBP 海关备案启动

上线前 1 个月（T =-1 个月）【风险：儿童保护】

— 年龄验证+儿童模式联调完成（产品）

— 隐私政策美国版上线（法务+运营）

— 家长验证机制测试通过（数据合规）

上线当日（T＝0）【风险：用户协议】

— DMCA 条款、粉丝指南正式生效

— 版权投诉专用邮箱开通

— 运营团队 DMCA 培训完成

红线规则：任何一个关卡不通过，产品不得发美区

3. 标准化工具包：17 个模板目录（供参考）

（1）美国版权登记清单.xlsx（自动计算赔偿基数）

（2）DMCA 通知模板（6 大平台专用版）

（3）反通知应对流程图 .pdf

（4）律师函标准模板（英文+中文）

（5）儿童保护功能需求文档（PRD）

（6）家长验证技术方案

（7）抽卡概率公示模板

（8）玩法自查表（Excel 自动评分）

（9）素材审查清单

（10）AI 敏感词库（5000+IP 名称）

（11）粉丝创作指南（中英双语）

（12）CCB 起诉材料清单

（13）TRO 紧急申请要点

（14）证据开示应对手册

（15）刑事举报材料清单

（16）周报模板（合规问题汇总）

（17）供应商美国法适用条款模板

使用规则：新项目强制全套导入，老项目逐步补齐。

4. KPI 考核：合规从“成本中心”变成“业绩贡献”

● 法务 KPI（30%权重）

— DMCA 响应率：≤24 小时（95%）

— 登记完成率：赴美项目 100%

— 前置审查通过率：商业素材 100%

— 维权成功率：≥60%（和解+胜诉）

● 产品 KPI（20%权重）

— 儿童模式覆盖率：100%

— AI 过滤召回率：≥90%

— 年龄验证准确率：≥98%

● 运营 KPI（30%权重）

— 多次侵权封禁执行率：100%

— 粉丝指南引用率：社区公告前三

— 合规培训覆盖率：运营全员

● 技术 KPI（20%权重）

— 技术保护措施部署率：100%

— 日志留痕完整率：100%

— 反爬虫/反调试有效率：≥95%

5. 应急预案：四种沙盘场景

场景 1：发现盗版 App/App Store 上架

打法：DMCA+律师函→48 小时下架→评估是否 CCB

场景 2：重要 IP 被山寨，营收明显受损

打法：TRO 禁令→证据开示→谈判→法定赔偿

场景 3：私服/外挂泛滥，社区污染严重

打法：刑事举报+FBI 配合→民事诉讼→海关备案

场景 4：被小团队“碰瓷”起诉

打法：驳回动议（无管/未登记）→“缺乏接触”抗辩→反求律师费

每周演练：轮流模拟 4 种场景，15 分钟内给出初步应对方案。

6. 持续优化：季度评估，迭代工具包

● Q1 重点：登记+儿童保护

— 登记完成率目标：100%

— 儿童模式上线率：100%—FTC/COPPA 零违规

● Q2 重点：DMCA 机制+AI 合规

— DMCA 响应≤24 小时：95%

— AI 素材零侵权：100%

— 粉丝指南发布：100%

● Q3 重点：维权实战+供应商管理

— 首次维权成功率：≥80%

— 供应商合同合规：100%

— 海关备案完成：核心 IP100%

升级机制：每季度根据实践总结更新工具包，新增判例写入培训材料。

终极目标：合规即竞争力！

这就是美国市场的护城河：技术好只是入场券，合规能力才是决胜能力。

附录 1 相关法律规范参考

一、版权法相关条款

1. 17 U.S.C § 102(b)（著作权保护不延及思想）

在任何情况下，对原创作品的版权保护均不延及任何思想、程序、过程、系统、操作方法、概念、原则或发现，无论这些内容在该作品中是以何种形式被描述、解释、图示或体现的。

2. 17 U.S.C § 106（受版权保护作品的专有权利）

在符合第 107 条至第 122 条规定的前提下，本编项下的版权所有者享有实施或授权他人实施下列任何行为的专有权利：

（1）以复制件（copies）或录音制品（phonorecords）的形式复制（reproduce）受版权保护的作品；

（2）制作基于受版权保护作品的演绎作品（derivative works）；

（3）通过销售或其他所有权转移的方式，或通过出租、租赁或出借的方式，向公众发行（distribute）受版权保护作品的复制件或录音制品；

（4）就文学、音乐、戏剧和舞蹈作品、哑剧、电影及其他视听作品而言，公开表演（perform publicly）受版权保护的作品；

（5）就文学、音乐、戏剧和舞蹈作品、哑剧，以及绘画、图形或雕塑作品而言，包括电影或其他视听作品的单独画面（individual images），公开展示（display publicly）受版权保护的作品；及

（6）就录音制品而言，通过数字音频传输（digital audio transmission）的方式公开表演受版权保护的作品。

3. 17 U.S.C § 107（合理使用判断四要素）

尽管有第 106 条和第 106A 条的规定，出于批评、评论、新闻报道、教学（包括用于课堂使用的多份副本）、学术或研究等目的，对受版权保护作品的合理使用（包括通过复制成副本或录音制品，或通过该条规定的任何其他方式进行的此类使用），不构成版权侵权。在确定任何特定情况下对作品的使用是否属于合理使用时，应考虑的因素包括：

（1）使用的目的和性质，包括此类使用是具有商业性质还是用于非营利性的教育目的；

（2）受版权保护作品的性质；

（3）所使用部分的数量及其在整个受版权保护作品中的实质性；以及

（4）该使用对受版权保护作品的潜在市场或价值的影响。

如果是在综合考虑了上述所有因素后得出的结论，那么作品尚未发表这一事实本身，不应成为认定其为合理使用的障碍。

4. 17 U.S.C. § 411（a）（未进行注册不得起诉）

除非针对第 106A（a 条侵犯作者权利提起诉讼，且受（b）款规定约束，未对版权主张进行预注册或登记不得提起美国作品的版权民事诉讼。然而，无论如何，只要作品样本、申请及注册费用已以正当形式送达版权局且注册被拒绝，申请人有权提起民事侵权诉讼，前提是该通知及诉状副本送达版权登记处。注册人可根据其选择，在送达后六十天内提交出庭，成为版权权利注册问题诉讼的当事人，但登记处未成为当事人，并不剥夺法院裁决该问题的管辖权。

5. 17 U.S.C. § 412（注册作为获得特定救济的条件）

在依据本编提起的任何诉讼中，除依据第 106A（a）条因侵犯作者权利提起的诉讼、依据第 408（f）条对已预登记作品提起的版权侵权诉讼（该作品需在侵权行为开始前完成预登记，且登记生效日不晚于作品首次发表后 3 个月或版权所有者知悉侵权后 1 个月，以较早者为准），或依据第 411（c 条提起的诉讼外，不得就下列情形裁定给予第 504 条和第 505 条规定的法定赔偿金或律师费：

（1）在未发表作品的登记生效日之前开始的任何版权侵权行为；或

（2）在作品首次发表之后、登记生效日之前开始的任何版权侵权行为，除非该登记是在作品首次发表后 3 个月内完成的。

二、《儿童在线隐私保护法》（COPPA）相关条款

15 U.S.C. §6502 （关于在互联网上收集和使用儿童个人信息的不公平和欺诈性行为及惯例的法规）

（a）禁止的行为（Acts prohibited）

（1）总则　面向儿童的网站或在线服务的运营者，或任何实际知晓其正在从儿童处收集个人信息的运营者，

以违反本节（b）款规定的法规的方式从儿童处收集个人信息，即属非法。

（2）向父母披露受保护　尽管有第（1）款的规定，此类网站或在线服务的运营者或运营者的代理人，在根据本节（b）（1）（B）（iii）款响应向儿童父母披露个人信息的请求时，如果是真诚地并遵循合理程序进行披露，则不承担任何联邦或州法律下的责任。

（b）法规（Regulations）

（1）总则

在 1998 年 10 月 21 日后不迟于 1 年内，委员会应根据第 5 卷第 553 条颁布法规，该法规应—（以下即现行法规）

（A）要求任何收集儿童个人信息的面向儿童的网站或在线服务的运营者，或实际知晓其正在从儿童处收集个人信息的网站或在线服务的运营者—

（i）在网站上提供关于运营者从儿童处收集什么信息、运营者如何使用此类信息以及运营者对此类信息的披露惯例的通知；以及

（ii）就从儿童处收集、使用或披露个人信息获

得可验证的父母同意；

（B）要求运营者在儿童已向该网站或在线服务提供个人信息的父母根据本款提出请求，并对该父母进行适当身份验证后，向该父母提供—

(i) 该运营者从该儿童处收集的特定类型个人信息的描述；

(ii) 随时拒绝允许运营者进一步使用或以可检索形式维护，或未来在线收集该儿童个人信息的机会；以及

(iii) 尽管有任何其他法律规定，一种在当时情况下合理的手段，供父母获取从该儿童处收集的任何个人信息；

（C）禁止将儿童参与游戏、提供奖品或其他活动作为条件，要求儿童披露比参与该活动合理所需更多的个人信息；以及

（D）要求此类网站或在线服务的运营者建立并维护合理的程序，以保护从儿童处收集的个人信息的保密性、安全性和完整性。

（2）不需要同意的情况法规应规定，在以下情况下

不需要第（1）（A）（ii）款项下的可验证的父母同意—

（A）从儿童处收集的在线联系信息仅用于直接对儿童的特定请求进行一次性响应，且不用于再次联系儿童，也不由运营者以可检索形式维护；

（B）请求父母或儿童的姓名或在线联系信息，仅用于根据本节获得父母同意或提供通知的目的，且如果未在合理时间内获得父母同意，该信息不由运营者以可检索形式维护；

（C）从儿童处收集的在线联系信息仅用于直接对儿童的特定请求进行一次以上的响应，且不用于在该请求范围之外再次联系该儿童—

（i）如果在对儿童的初始响应之后的任何额外响应之前，运营者使用合理努力向父母提供关于从儿童处收集的在线联系信息、其使用目的的通知，并为父母提供请求运营者不再使用该信息且不以可检索形式维护该信息的机会；或

（ii）在没有通知父母的情况下，如果委员会在本款颁布的法规中考虑到儿童获取信息和服务的好处以及对儿童安全和隐私的风险，确定这种情况是

适当的；

（D）儿童的姓名和在线联系信息（在保护网站上儿童参与者的安全合理必要的范围内）—

(i) 仅用于保护此类安全的目的；

(ii) 不用于再次联系儿童或用于任何其他目的；以及

(iii) 未在网站上披露，如果运营者使用合理努力向父母提供关于从儿童处收集的姓名和在线联系信息、其使用目的的通知，并为父母提供请求运营者不再使用该信息且不以可检索形式维护该信息的机会；或

（E）此类网站或在线服务的运营者收集、使用或传播此类信息是必要的—

(i) 以保护其网站的安全或完整性；

(ii) 以采取预防措施防止责任；

(iii) 以响应司法程序；或

(iv) 在其他法律条款允许的范围内，向执法机构提供信息或用于与公共安全有关的调查。

（3）终止服务法规应允许网站或在线服务的运营者

终止向其父母根据第（1）（B）（ii）款规定的法规拒绝允许运营者进一步使用或以可检索形式维护，或未来在线收集该儿童个人信息的儿童提供服务。

（c）执行（Enforcement）

受本卷第 6503 和 6505 条的限制，违反根据本节（a）款规定的法规应被视为违反本卷第 57a（a）

（1）（B）条规定的定义不公平或欺诈性行为或惯例的规则。

（d）不一致的州法律（Inconsistent State law）

任何州或地方政府不得对州际或对外贸易中运营者的商业活动或行动施加任何与本章所述活动或行动有关的，且与本节对这些活动或行动的处理不一致的责任。

三、联邦贸易委员会法案

15 U.S. Code § 45（不正当竞争方法违法；委员会的预防措施）。

违法性声明；禁止不公平做法的权力

（1）在商业活动中或影响商业活动的不正当竞争方法，以及在商业活动中或影响商业活动的不公平或欺骗性行为或做法，均在此被宣布为非法。

（2）FTC 在此被授权并受命防止任何个人、合伙企业或公司……使用在商业活动中或影响商业活动的不正当竞争方法，以及在商业活动中或影响商业活动的不公平或欺骗性行为或做法。

附录 2 美国版权纠纷解决基本框架及流程指南

一、版权登记

在美国进行版权维权，“版权登记”是起点：

● 诉讼前提：对于美国作品，必须在美国版权局完成登记后，才能提起侵权诉讼。对于非美国作品，虽然不强制要求登记即可起诉，但强烈建议登记。

● 法定赔偿与律师费：无论是否为美国作品，只有在侵权行为发生前（或作品出版后 3 个月内）完成登记，原告才有权主张“法定损害赔偿”和“律师费”。否则，只能主张“实际损失和侵权人利润”，这通常极难证明且成本高昂。

二、纠纷解决的基本方式

美国的版权纠纷解决体系呈阶梯式，从低成本到高成本依次为：

1. 避风港原则与 DMCA 投诉

根据《数字千年版权法》（DMCA），如果侵权内容托管在网络平台，版权人可向平台发送 DMCA 下架通知。

● 优势：快速、低成本，通常几天内即可让侵权内

容下架。

2. 庭外和解与替代性纠纷解决

● 警告信：律师发送的正式信函，要求侵权方立即停止侵权行为，并可能要求赔偿。这是最常见的初步维权手段。

● 调解与仲裁：双方同意在第三方中立人士的协助下达成和解，或由仲裁员做出具有约束力的裁决。比诉讼更保密且节省成本。

3. 版权索赔委员会（Copyright Claims Board, CCB）

版权索赔委员会是设立于2022年的“版权小额法庭”，隶属于美国版权局。

● 适用范围：索赔金额在30000美元及以下的案件。

● 特点：程序全部在线进行，无需律师代理，无需昂贵的证据开示程序，费用低廉。

● 退出机制：被申请人如果在收到通知后60天内选择“退出”，则CCB程序终止，原告只能去联邦法院起诉。

4. 联邦法院诉讼

即传统的诉讼途径，管辖权在联邦地区法院。美国版权法实行的是联邦专属管辖。版权侵权诉讼通常必须在联

邦法院提起，而非州法院。

● 特点：耗时长、费用极高，具有极其复杂的“证据开示”程序。

● 适用场景：涉及重大商业利益、索赔金额巨大，或需要申请初步禁令的案件。

5. 海关备案与边境保护

版权人可以在美国海关与边境保护局（CBP）备案其版权。CBP 有权在入境口岸扣留并销毁涉嫌侵犯版权的进口货物。

三、标准处理流程

当发现版权受到侵犯时，通常遵循以下标准化流程：

第一步：证据保全与初步评估

— 固定侵权证据。

— 确认自身的版权状态。

— 评估诉讼难度、诉讼成本、侵权人的身份、所在地及偿付能力。

第二步：非诉讼维权行动

— 线上侵权：向托管平台提交 DMCA 删除通知。

— 线下网站侵权：由律师向侵权人发送警告信，要

求停止侵权、销毁侵权物并赔偿。

第三步：谈判与和解

收到警告信或下架通知后，双方律师通常会进行接触。许多案件在这一阶段通过签署和解协议并支付一定和解金而结案。

第四步：提起诉讼

如果和解破裂或对方无视警告：

— 小额纠纷：向 CCB 提交诉状，支付申请费。

— 大额纠纷：向具有管辖权的美国联邦地区法院提交《起诉状》。法院会签发传票，原告需依法送达给被告。

第五步：答辩与反诉

— 被告通常有 21 天时间提交《答辩状》或《驳回起诉动议》。

— 被告可能提出反诉。

第六步：证据开示程序

联邦诉讼中最漫长、最昂贵的阶段。双方通过书面质询、要求提供文件和录取证言来交换证据。

第七步：简易判决动议

在庭审前，任何一方如果认为案件没有实质性的事实争议，只有法律争议，可以请求法官直接做出有利于己方

的判决，从而避免陪审团审理。

第八步：庭审与判决

如果未能在简易判决阶段结案，案件将进入法官或陪审团庭审。最终法院将下达判决书。

第九步：上诉

败诉方有权向美国联邦上诉法院提起上诉。

四、常见侵权救济措施

如果版权人胜诉，法院通常会判决以下一种或多种救济措施：

（1）禁令：法院命令侵权人立即停止销售、复制或分发侵权作品。在诉讼早期，满足一定条件可申请初步禁令。

（2）实际损害与利润：原告因侵权遭受的实际经济损失，加上侵权人因侵权获得的额外利润。

（3）法定损害赔偿：无需证明实际损失。一般情况下每件作品赔偿金在 750 美元到 30000 美元之间。如果证明是“故意侵权”，最高可达 150000 美元/件。（必须满足及时登记的要求）

（4）律师费与诉讼费：法院有裁量权判决败诉方承

担胜诉方的合理律师费。(同样必须满足及时登记的要求)

(5) 扣押与销毁：扣押并销毁侵权复制品及用于制造侵权物的设备。

附录 3 美国版权公共服务及相关机构

美国的版权保护与公共服务体系由联邦政府机构、非营利性法律援助组织以及各类版权许可与倡导团体共同构成。以下是美国几个主要的版权公共服务及相关机构的简介：

一、美国版权局（U.S. Copyright Office）

官方网站：https://www.copyright.gov/

美国版权局隶属于国会图书馆，是美国处理版权事务的官方联邦政府机构。它主要负责管理国家版权登记系统，记录版权所有权、转让及其他相关文件，同时不仅为公众提供庞大的版权公共记录检索服务，还向美国国会、行政部门和司法机构提供有关国内和国际版权政策的专业建议。

二、版权结算中心（Copyright Clearance Center）

官方网站：https://www.copyright.com/

版权结算中心是一家成立于 1978 年的非营利性企业及公共服务组织，旨在为用户提供高效的版权许可解决方案。它通过集中管理和发放授权，帮助学术机构、企业和

政府部门合法、便捷地获取和分享受版 权保护的文本、图像等资料，同时确保原作者和出版商能够获得相应的版权报酬，在使用者和创作者之间搭建了重要的桥梁。

三、艺术志愿律师（Volunteer Lawyers for the Arts）

官方网站：https://vlany.org/

艺术志愿律师是一个遍布美国各主要城市的非营利性法律援助网络。该机构专门为低收入的独立艺术家、创作者以及小型艺术文化组织提供免费或低收费的法律咨询和代理服务，其中版权登记、版权侵权纠纷处理以及知识产权合同审查是其提供的最核心的公共服务内容。

四、知识共享组织（Creative Commons）

官方网站：https://creativecommons.org/

知识共享组织是一家总部位于美国的国际非营利组织，致力于通过提供免费的法律工具来扩大创意作品的共享范围。它创建了一系列标准化、易于理解的“知识共享许可协议”，让创作者能够主动、灵活地声明保留哪些权利以及放弃哪些权利，从而在传统的“保留所有权利”版权模式之外，为公众提供了一个合法自由使用、修改和分

发作品的公共服务平台。

五、电子前哨基金会（Electronic Frontier Foundation）

官方网站：https://www.eff.org/

电子前哨基金会是一家致力于捍卫数字时代公民自由的领先非营利组织。在版权公共服务方面，EFF 积极参与政策倡导和公益诉讼，致力于对抗版权滥用，强力捍卫版权法中的“合理使用（Fair Use）”原则，并为数字创作者、研究人员和普通网民提供关于数字版权保护机制的教育和法律支持。

六、公众知识（Public Knowledge）

官方网站：https://publicknowledge.org/

公众知识是一家位于华盛顿特区的非营利性公共利益倡导组织，专注于知识产权、电信和互联网法。在版权领域，该机构代表普通公众的利益，致力于推动建立平衡的版权法律体系，防止版权期限的无限制延长，保护消费者在数字环境下的合法使用权益，并为政策制定者和公众提供关于版权改革的深度研究和公众教育。

附录 4 美国版权替代纠纷解决机制

一、美国版权索赔委员会（Copyright Claims Board，简称 CCB）

官方网站：https://ccb.gov/

根据美国 2020 年通过的《版权小额索赔执法替代方案法案》（CASE Act），美国版权局内部设立了版权索赔委员会（Copyright Claims Board，简称 CCB）。作为一个专设法庭，CCB 为公众提供了一种自愿、高效且简化的纠纷解决替代方案，专门处理索赔金额不超过 30000 美元的版权侵权案件。其核心目的在于大幅降低当事人的维权成本，加快审理速度，是联邦法院系统的重要补充。CCB 的主要特点包括：

— 管辖范围明确且聚焦：CCB 的管辖权仅限于三类与版权直接相关的索赔：版权侵权索赔、确认不侵权索赔，以及针对《数字千年版权法》（DMCA）下架通知存在“虚假陈述”的索赔。允许提出的反诉也必须与原始索赔基于相同的事实、情况及受保护作品。

— 高效低成本的纯线上程序：案件审理依托“eCCB”电子立案与案件管理系统在线进行。与冗长且昂贵的联邦

法院诉讼不同，CCB 程序大幅简化了证据交换过程，取消了复杂的正式动议，所有听证会均通过视频会议远程举行，极大降低了企业的金钱与时间成本。

— 自愿参与及退出机制：程序的参与基于双方自愿。被索赔方有权选择“退出（Opt-out）”该程序。若被索赔方退出，索赔方仍保留向美国联邦法院提起诉讼的权利。

— 灵活的代理与专业审理：案件由三名具备版权法专业知识的公正官员组成合议庭进行裁决，确保了对各类作品版权属性的精准把握。当事人可以选择聘请美国律师代理，也可以在无需专业法律培训的情况下进行自我代理。

— 法定赔偿金额上限：CCB 机制的最高索赔总额被严格限制在 30000 美元以内。胜诉方可选择按法定赔偿标准或实际损失及侵权人利润进行索赔。虽然其判赔金额低于联邦法院，但对于中小型侵权事件而言，依然具备强大的威慑力。

二、美国仲裁协会（American Arbitration Association，简称 AAA）

官方网站：https://www.adr.org/

美国仲裁协会成立于 1926 年，是全球规模最大、历史最悠久的非营利性替代性争议解决（ADR）服务机构。其旗下的国际争议解决中心（ICDR）专门负责处理跨境商事纠纷。对于进入美国及全球市场的中国网络游戏企业而言，在跨国商业合同中约定由 AAA-ICDR 管辖，是规避美国联邦法院高昂诉讼成本、保护商业机密的标准且高效的法律风险防范手段。AAA 的核心优势领域与服务范围主要包括：

— 专精于跨境商业与技术纠纷：ICDR 拥有由全球顶尖商业专家、技术律师和前法官组成的仲裁员名册。在处理复杂的跨国游戏发行协议、IP 跨界授权协议、软件开发外包及联合运营纠纷时，能够提供比传统法院更具行业深度的专业裁决。

— 显著的时间与成本优势：相比于美国联邦地区法院旷日持久的诉讼程序，AAA 仲裁程序的平均结案速度通常快于联邦诉讼。其灵活的收费标准与高效的审理流程，

大幅降低了出海企业的资金消耗与高管的时间成本。

— 高度的商业保密性：与完全公开的美国法院诉讼不同，AAA-ICDR 的仲裁及调解程序严格保密。这对于高度依赖底层代码、未公开游戏机制及核心用户数据的网络游戏企业而言，是防止商业机密在纠纷中外泄的关键保护屏障。

— 前沿的科技与数据隐私服务：紧跟数字经济步伐，AAA-ICDR 提供了包括数据隐私框架在内的专门争议解决服务，直击出海应用收集海外用户数据时的合规痛点。

（同济大学、上海市版权局）

说　明

本指引所载内容仅作一般性参考，不构成任何形式的法律意见、法律建议、合规承诺、诉讼指引或商业决策依据等。编制单位不对本指引内容的准确性、完整性、时效性及适用性作出任何明示或默示的保证与承诺。

联系地址：淮海中路 622 弄 7 号 308 室

联系电话：021-33165460

联系邮箱：zbzh@sh-popss.gov.cn

本报告为研究团队基于公开信息、行业调研、数据分析及专业研究方法独立编制完成的研究成果，仅供行业研究、学术研讨、决策参考交流使用，不构成任何商业、投资、法律、财税及其他专业实操建议。报告免费获取，未经书面正式授权，任何机构及个人不得擅自转载、复制、篡改、摘抄、传播本报告全部或部分内容。