

知识产权每周 国际快讯

2026 年第 23 期（总第 337 期）

中国保护知识产权网

2026年6月19日

目 录

白宫关于人工智能框架的指导方针可能与加州颁布的行政命令相冲突.....	3
印度德里法院在 IBM 商标案中重申了严格的时间限制.....	3
柯达在涉富士胶片的长臂管辖案中实现案情反转.....	7
南非动漫展中的知识产权：当狂热粉丝遇上法律现实.....	10
俄罗斯关于商标未使用撤销制度的最新实践动向.....	14
在生成式人工智能时代应对版权问题：欧盟、法国和英国的	

最新进展与应对路径.....	19
----------------	----

白宫关于人工智能框架的指导方针可能与加州颁布的行政命令相冲突

2026 年 3 月 20 日，白宫发布《国家人工智能立法框架》，呼吁国会制定统一的全国性人工智能监管标准。该框架列举了国会在制定人工智能监管规则时需考量的各类要素与事项。贯穿整个框架的一个核心主题是，美国应成为全球人工智能领域的引领者。

在知识产权方面，该框架表明，特朗普政府认为利用受版权保护的材料训练人工智能模型并未违反版权法，但支持由法院就此问题作出裁决。框架同时提出，有必要建立统一的人工智能相关法律，并明确指出：“国会应废止各州增设不合理负担的人工智能相关法规，以此推行契合本框架建议、监管负担最低的全国统一标准，避免全美出现 50 套互不协调的地方规则。”

依据该框架制定的相关法案，或将与多项州级专项立法及行政指令产生冲突，甚至优先取代这类地方规定，加州行政令 N-5-26 便在其列。该行政令针对有意向加州境内提供人工智能产品及服务的企业，划定了相关标准与要求。

（编译自 www.jdsupra.com）

印度德里法院在 IBM 商标案中重申了严格的时间限制

Remfry&Sagar 律师事务所的 C.A.布里杰什(C A Brijesh)

与西姆兰乔特.考尔（Simranjot Kaur）表示，一起涉及科技巨头“Tivoli”商标的典型判决值得关注：当事人必须严格遵守法定举证期限，以“代理律师存在过失”为由提出的抗辩将不予采纳。

德里高等法院作出的一项重要裁决，重申《商标法》规定的程序时限具有强制约束力，撤销了商标局作出的准许当事人超期提交证据的裁定。

本案案号为 International Business Machines（IBM）诉 Tivoli Gardens & Anr [CA(COMM.IPD-TM)45/2025]。该判决强调，商标异议程序中的法定举证期限不得延长，诉讼参与人若自身疏于跟进案件，不能以代理律师存在过失作为免责理由。

案件事实

本案争议围绕“Tivoli”商标展开，该商标是上诉人 IBM 旗下企业软件产品体系的核心标识。上诉人于 2003 年在第 42 类商品及服务类别中申请注册该商标。2006 年，第一被上诉人 Tivoli Gardens（以下简称“被上诉人”）——一家经营酒店服务的企业，对该商标注册提出异议。

商标注册处已于 2019 年 7 月 8 日将上诉人的答辩书送达被上诉人。根据《商标规则》规定，异议方需在收到答辩书后的两个月内提交支持其异议的证据，逾期未提交的，依法视为撤回异议。

本案中，被上诉人未能在法定期限内提交证据。直至2022年，被上诉人才提交临时申请，请求豁免其长达两年零八个月的逾期行为。

商标注册处于2025年4月批准了该申请，上诉人随即就此项裁定向德里高等法院提起上诉，请求予以撤销。

本案主要审理并厘清了以下多项法律问题：

《商标规则》的适用及时限的强制性

被申请人提出的主要主张是，本案应当适用2002年版《商标规则》，而非2017年版《商标规则》。但法院认为，该区分对案件结果不产生实质影响。

无论是2002年版《商标规则》第50条，还是2017年版《商标规则》第45条，均包含“视为撤回异议”这一规定。法院援引 Sun Pharma Laboratories 诉 Dabur India 案、Mahesh Gupta 诉商标注册处主管等生效先例，认定上述时限属于强制性规定。

法定举证期限一旦届满，商标注册处便不具备延长提交证据期限的固有裁量权。两个月期限届满后，“视为撤回异议”的法律后果将自动生效。

《商标法》规定的上诉时效

1999年版《商标法》第91条第1款规定：当事人自收到相关裁定通知之日起，需在三个月内提起上诉。被上诉人主张，本案上诉已超过法定时效。

对此，法院判定：上诉时效自裁定送达当事人之日起计算，而非裁定作出之日；本案上诉在法定三个月期限内提出，并未逾期。

商标注册处的有效送达

被上诉人还提出，其从未收到商标注册处送达的答辩书，且其提交异议证据宣誓书的期限，应当自商标注册处完成有效送达且被上诉人实际签收后才开始起算。

法院查阅了商标注册处提交的宣誓书及文书投递登记簿，其中明确记载已将异议答辩书寄送至被上诉人原委托代理机构。根据 2017 年版《商标规则》第 18 条，如果文书地址填写无误并完成邮寄的，即视为有效送达。

据此，法院认定本次送达合法有效，被上诉人的相关辩解属于事后推诿。

“代理律师存在过失”的抗辩

被上诉人进一步辩称，逾期系因原代理律师存在过失，律师未及时转交送达文书，当事人不应为代理律师的过错承担不利后果。

法院援引印度最高法院近期判例，驳回了该项主张。

法院重申：即便代理律师存在过失，但诉讼当事人有义务对自身权利以及由其提起并正在任何司法机构审理中的诉讼程序保持警惕。

法院同时指出，被上诉人历来存在漠视程序时限的行

为：其曾就同一商标另行提起异议，也因未跟进案件流程，于 2018 年被裁定驳回。

结论

本次判决延续了德里高等法院一贯的裁判思路，强化了商标案件中程序稳定性的原则。

德里高等法院通过准许上诉并撤销商标注册处的裁定，重申了以下原则：若法律已对违规行为设定相应后果，行政机关不得借助自由裁量权放宽执行标准。“视为撤回异议”条款具备终局效力，这也是避免商标注册程序无限拖延的重要保障。

（编译自 www.worldipreview.com）

柯达在涉富士胶片的长臂管辖案中实现案情反转

富士胶片（Fujifilm）与柯达（Kodak）围绕印刷技术的专利诉讼出现意外反转。统一专利法院（UPC）上诉庭近日撤销了曼海姆地方分院针对柯达作出的临时禁令。据此，富士胶片在德国和英国不再有权获得禁令，但 UPC 针对《欧洲专利公约》缔约国中非本法院成员国的“长臂管辖权”继续有效。

上诉庭第二合议庭作出裁决（案件编号：UPC_CoA_312/2025、UPC_CoA_880/2025、UPC_CoA_333/2025、UPC_CoA_882/2025）：柯达并未侵犯

富士胶片 EP3511174 专利，可继续在德国、英国生产、销售其平版与石版印刷版。由审判长里安·卡尔登（Rian Kalden）主持的合议庭撤销了曼海姆地方分院此前下发的禁令。

2025 年 4 月，曼海姆分院法官认定 EP3511174 专利有效且柯达构成侵权，判令柯达在德国停止侵权并支付高额损害赔偿金。因富士胶片同步申请了英国地区禁令，曼海姆分院早先已分案处理英国相关诉请与管辖权事宜。案件审理过程中，该院作出第二项裁定，将 4 月针对 EP3511174 专利的裁决效力延伸适用至英国。这些裁决需接受上诉庭 3 月下旬的听证。

局势意外逆转

在卢森堡为期两天的听证会上，庭审发言中没有迹象显示上诉庭法官会推翻一审的禁令。除审判长兼承办法官里安·卡尔登（Rian Kalden）外，合议庭法定组成法官为帕特里夏·龙巴赫（Patricia Rombach）、英格堡·西蒙松（Ingeborg Simonsson）；本案另配有两名技术法官：马克斯·蒂尔曼（Max Tilmann）与洛伦佐·帕里尼（Lorenzo Parrini）。

上诉庭认定：柯达最终可在德国援引在先私人使用抗辩，而曼海姆一审法院此前持相反观点。针对英国禁令部分，富士胶片未能充分证明涉案三家柯达主体构成侵权，上诉庭亦不认可三家柯达公司构成共同侵权。

富士胶片仍存有后续维权机会

不过，柯达针对 EP3511174 专利提起的专利无效请求未获支持，上诉庭维持该专利有效。

富士胶片就 EP3476616 专利侵权提起的第二起诉讼中的交叉上诉，与 EP3511174 系列案件合并开庭。曼海姆一审法院此前以缺乏创造性为由宣告 EP3476616 专利无效；庭审中富士胶片极力争取改判，但除涉及 EP3511174 的案件外，上诉庭近日尚未就该批案件作出宣判（案件编号：UPC_CoA_473/2025 、 UPC_CoA_474/2025 、 UPC_CoA_873/2025、UPC_CoA_881/2025）。

对富士胶片而言，后续关键在于上诉庭能否将此判决转化为针对柯达的禁令；目前尚不清楚上诉法院何时会公布该判决。

长臂管辖权得到司法确认

在上诉庭的判决中，鲜有其他判决涉及如此多的根本性法律问题。在 19 条判决要旨中，法官们探讨了权利要求解释、在先私人使用、先行程序及共同侵权等议题，但最核心的仍是长臂管辖权。

上诉庭确认：UPC 对 EP3511174 专利在英国的生效享有管辖权，在很大程度上维持了曼海姆地方分院一审关于管辖权的认定。

法官们还就 UPC 针对 UPC 辖区外欧洲专利的国际管辖权确定了一般性原则。该规则将显著影响英国、西班牙、波

兰、瑞士等关键销售市场。

在满足特定条件时，UPC 可就欧洲专利在 UPC 辖区外的国家部分所涉及的专利侵权案件作出裁决。但前提条件是被告公司位于 UPC 成员国境内。

管辖审慎适用，裁判规则明晰

依据《布鲁塞尔 Ia 条例》，UPC 可在法定条件下行使域外管辖权；柯达此前坚称 UPC 仅能管辖欧洲专利落在 UPC 辖区内的权利部分。

但法官同时明确：UPC 适用该类域外长臂管辖必须秉持审慎原则，除适用对应国家专利实体法外，还需恪守“司法礼让”等国际法基本原则。

在共计 14 条判例摘要中，法官们针对原告请求长臂管辖权的各类案件，制定了具体的程序规则。UPC 不当然取得欧洲专利域外国别权利部分的管辖权。举例而言：针对仅单独就 UPC 辖区外的欧洲专利提起的专利无效之诉，UPC 无管辖权。

（编译自 www.juve-patent.com）

南非动漫展中的知识产权：当狂热粉丝遇上法律现实

动漫展再次登陆南非。这类流行文化盛会，如今已发展成集表达、商业和粉丝互动于一体的全球性平台，它将服装设计、表演、衍生品销售和数字内容创作汇聚于同一场域，

让虚构世界变得触手可及。与世界各地一样，南非的动漫展既是一种文化现象，也是一项重要的商业活动，吸引着参展商、知名品牌和大批观众。

随着这些展会规模不断扩大、商业价值持续提升，知识产权问题也日益凸显。这类活动在鼓励粉丝群体发挥创意的同时，也引发了一个重要的法律问题：合法的粉丝表达与非法的知识产权利用之间，界限究竟在哪里？

动漫展上的知识产权

在动漫展及类似活动中，多种形式的知识产权会集中呈现，其中最主要的是版权和商标权。

版权保护原创作品，包括角色设计、服装设计、插画等艺术作品。版权赋予权利人复制、改编作品或授权他人从事上述行为的专有权利。需要强调的是，版权保护的是构思表达的形式，而非构思本身。

商标法保护名称、标识、符号、商业外观及其他具有显著性的品牌元素。这在动漫展上尤为重要，因为参展商和卖家可能依靠具有辨识度的品牌标识来吸引消费者关注其商品或服务。如果这种使用可能导致消费者误认为相关商品或服务得到了商标权利人的认可或与其存在关联（而实际上并不存在），就可能构成商标侵权或仿冒行为。就知名商标而言，即使不存在混淆误认，商标淡化也是一个需要考虑的额外问题。

角色扮演（Cosplay）与版权：表达还是侵权？

角色扮演是动漫展文化的一个标志性特征。它通常指粉丝通过服装、化妆或表演，再现动漫、电子游戏或电影中的虚构角色形象。对大多数参与者而言，角色扮演是一种创造性的自我表达和社群参与方式，目的是获得乐趣，而非牟利。

然而，复制或改编原创作品的服装和道具可能侵犯权利人的版权。即使是将二维平面设计图制作成三维立体服装，也可能构成侵权。需要判断的是，是否复制了原创作品的整体或实质部分，例如，一件服装高度还原了原创角色设计。反之，如果只使用了一般性的主题或风格元素，则不太可能构成侵权。

在实践中，非商业性的角色扮演（例如出于个人欣赏而制作和穿着服装）通常是被容忍的。但是，一旦角色扮演被商业化，法律问题就变得复杂得多。这包括未经授权将服装用于品牌推广、在活动中收费出场，或者制作、销售、出租与角色相关的商品。一旦涉及商业利益，侵权风险就会显著增加。

这些问题并不局限于展会现场。动漫展的内容经常被实时分享到社交媒体上。如果身着角色扮演服装的参与者影像被用于变现、商业赞助，或者用于搭建营利性的网络平台，创作者就可能面临法律责任。

动漫展上的衍生品销售与权利执法

衍生品销售是动漫展最具有商业敏感性的环节之一。展会通常会同时容纳获得授权的商家和独立经营者，这为未经授权的商品进入市场带来了潜在风险。

未经许可的衍生品可能因擅自复制或改编他人设计而侵犯版权；如果品牌标识的使用方式暗示获得了官方认可或与原权利人存在关联，则可能构成商标侵权。

活动主办方通常希望通过合同方式来管理这些风险，要求参展商保证其商品符合相关知识产权法律。但是，即便如此，有效的权利执法仍然面临挑战，尤其是在许多展会规模庞大且相对松散的情况下。

因此，对于权利人而言，动漫展既是权利执法的挑战，也是品牌互动的机遇。参加或关注此类活动的品牌，应当确保其商标及其他知识产权得到充分且及时的保护。

实践中的考量

在实践中，权利人通常会将执法重点放在商业利用行为上，而不是针对非商业性的粉丝参与行为。因此，在动漫展上非商业性质的角色扮演不太可能引发执法行动；但销售未经授权的衍生品，或者将第三方的设计、品牌用于商业目的，则可能导致法律责任。对于创作者和参展商而言，理解个人表达与商业使用之间的区别至关重要。

正如动漫展所展现的那样，当虚构与现实相遇时，知识产权法始终是叙事的一部分。挑战在于如何界定借鉴与侵权

之间的边界，以及如何在保护知识产权与尊重现代粉丝文化现实之间取得平衡。在这些文化现实中，创意、参与和商业化往往是交织在一起的。

（编译自 www.mondaq.com）

俄罗斯关于商标未使用撤销制度的最新实践动向

不断变化的背景

近年来，俄罗斯商标保护工作的实际格局正面临着独特的挑战。自 2022 年以来，地缘政治变化影响了外国企业在俄罗斯市场的存在感，许多国际公司减少或暂停了在俄业务。

这些事态发展刺激了某些市场参与者试图利用这一局面。不少实体企图获得知名国际品牌的权利，并利用其声誉获利。

这些具备恶意的实体会提交复制或高度模仿了现有品牌的商标申请。此类申请在审查阶段很少能取得成功，因为它们通常会因在先权利而被驳回。然而，申请人并未放弃努力，而是针对在先商标提起因未使用而撤销的行动，以清除障碍，然后将相同或近似的商标注册在自己名下。

需要指出的是，俄罗斯法律规定的商标未使用宽限期为三年。自 2022 年起，随着许多外国公司暂停了业务活动，目前大量商标在形式上已面临着“因未使用而遭遇撤销”的风

险。这导致了诉讼潮，其中相当一部分诉讼似乎是由商标抢注者以及恶意的原当地经销商提起的。

俄罗斯关于未使用问题的一般处理方式

《民法典》第 1486 条规定了因未使用而提前终止商标保护的法律机制。任何认为某一商标在连续三年内未被使用的利害关系人均可提起撤销行动。

原告必须证明其对撤销行动具有合法利益，否则诉讼请求将被驳回。

证明利益通常需要展示使用近似商标的意图，并辅以相应的准备步骤。

同时，适用于被告的规则更为严格。被告必须就原告已表明利益的具体类别商品/服务中的每一项，证明真实（而非虚假）的使用：“同质性”原则通常不适用。

俄罗斯最高法院明确指出的唯一例外涉及知名商标：如果某一商标被证明在特定类别上是“广为知晓的”，并且被告证明了在这些类别上的使用，则对该商标的保护也应延伸至同质商品。这一原则在司法实践中已牢固确立，并经常适用于涉及知名品牌的案件。

传统上，这一框架以相对形式化的方式适用。然而，最近的案例表明，这一做法正在演变。

“恶意利益（malicious Interest）”概念

“因未使用而撤销商标”这一举措，正日益被用作夺取知

名品牌的工具，这一现实对原有的形式化处理方式发出了挑战。尽管恶意实体往往能够通过提交证明准备进入市场的文件，在形式上证明其利益，但更深入的审查可能会揭示，这些准备活动实际上是为了侵占现有品牌的声誉。

在此背景下，俄罗斯知识产权法院开始适用“恶意利益”概念，该概念也被称为“虚假”利益或“抽象”利益。虽然法律并未对此概念作出明确定义，但它源于对权利滥用的普遍禁止，并反映出从纯粹形式化的利益评估，转向对利益性质及目的进行更具实质性的评价。

恶意利益概念的核心在于承认：如果撤销行动的主要动机是利用知名商标的声誉，则该利益可能不被视为合法。在此类情形下，法院可能会综合考量原告的整体行为、特定标志的选择以及其背后的商业逻辑。

体现这一做法的一个案例涉及一家名为 **Multigoods Production Limited** 的公司，该公司寻求撤销“**VICTORIA'S SECRET**”在若干类别商品和服务上的注册商标（案件编号：**SIP-803/2024**）。该公司申请了一个与知名品牌极为近似的标志，涵盖多种产品，并提供了准备使用的证据。**Multigoods** 主张，原商标虽然在女士内衣类别上广为知晓，但在其他类别的商品和服务上并未使用。被告则证明，该商标在广泛的商品和服务类别上（包括服装、化妆品、配饰和零售服务）均享有广泛知名度，并指出原告的行为存在权利滥用迹象，

主张原告提起诉讼的目的是利用该品牌的声誉。

法院遵循了关于商标知名度认定的传统做法：对于该商标已被证明为广泛知晓的商品及服务，以及其类似商品，法院维持了商标保护；而对于非类似商品，则撤销了保护。然而，法院进一步指出，尽管原告的证据在形式上证明了其在该行动中的利益，但就这些被维持保护的商品而言，该利益是恶意的，旨在从知名品牌的声誉中获取商业利益。尽管法院提到了被告关于滥用权利的论点，但主要还是依据原告利益本身的瑕疵得出了结论。

随着针对知名品牌的撤销行动日益增多，法院的视角似乎正在转变，它们对商标抢注者的诉求进行了更为严格的审查。

近期涉及 HUGO BOSS 和 ZANUSSI 商标的案例（案件编号：SIP-1315/2024 和 SIP-423/2024）体现了这一转变。HUGO BOSS 案同样由 Multigoods 公司提起，该公司申请注册了一件标志。而针对 ZANUSSI 商标的诉讼则由一家本地公司 Stroyresurs, LLC 提起，该公司此前曾尝试撤销 CANON 和 AEG 等其他知名品牌。

在这些争议中，知识产权法院对广泛认可度概念作出了更宽泛的解释，并直接处理了恶意和权利滥用问题，同时考量了这些商标的知名性质以及原告缺乏令人信服的独立使用动机。

法院指出，如果某一商标在消费者中广为知晓，则恶意利益的概念不仅可以延伸至类似商品，还可以延伸至消费者可能将其来源关联到商标权人的商品。商标的知名度越高，这种关联可能延伸的商品范围就越广。法院表示，对于在全球（包括俄罗斯）长期享有知名度的商标，即使是在非类似商品上，也可能发生此种关联的转移。例如，尽管 ZANUSSI 因厨房灶具、烤箱等家用电器而广为人知，但消费者仍可能将其他技术复杂的产品（如电子门锁）与该原品牌联系起来。

此外，法院直接认定了原告行为中的恶意和权利滥用，其目的在于利用知名品牌的声誉获利并误导消费者，构成不正当竞争。法院还指出，公司可以自由选择其商标，但如果其善意受到质疑，则必须向法院解释为何选择某一特定标志。在此背景下，一家俄罗斯公司在与“Zanussi”这一意大利姓氏没有明显关联的情况下，仍寻求注册含有该姓氏的商标，这显得不合常理。由于该公司未提供任何解释，其诉讼请求被驳回。

结论

对于知名品牌的权利人而言，这些新动态凸显了以下做法的重要性：不仅要尽可能保留真实使用的证据，还要证明其商标的声誉以及原告方缺乏合法利益。虽然具体策略可能因每起案件而异，但有关恶意和可能引起消费者混淆的抗辩理由，可以作为知名商标有效的补充防御手段。

在生成式人工智能时代应对版权问题：欧盟、法国和英国的最新进展与应对路径

简评

背景概述：2026年3月10日，欧洲议会通过了题为《版权与生成式人工智能—机遇与挑战》的决议；2026年3月18日，英国政府发布了关于版权与人工智能的报告；2026年4月8日，法国参议院通过了一项法案，引入了一项可反驳的推定，即人工智能提供者使用了受版权保护的作品。

最新进展：这三份文件都聚焦于同一个重大挑战：版权法与生成式人工智能之间的交叉领域；但三者采取了截然不同的方法与基调。欧盟决议发出了强烈的政治信号，要求立即采取立法行动；英国报告采取了谨慎的、以证据收集为导向的路径，现阶段拒绝引入新的版权法或监管监督机制；而法国法案虽然范围较窄，却试图建立一个独特的国家层面的证据机制，以保护权利人免受未经授权的人工智能训练之害。

未来展望：欧盟正朝着一个规范性、以权利人为中心、并附带可强制执行义务的框架迈进，而英国则在追求一种灵活的、由市场驱动的路径，暂不承诺进行立法改革。开发或使用生成式人工智能的公司，需要将欧盟即将提出的立法提

案作为基准标准，同时密切关注英国不断变化的立场，因为诉讼和国际形势的格局正在持续发展。

详细分析

欧盟决议和英国报告都涉及了版权法与生成式人工智能交叉领域的多个重叠主题。以下比较分析将突出两种路径之间的共同点与显著分歧：

人工智能训练的版权框架：不同的理念

欧盟决议认为，现行的版权立法，包括欧洲议会和理事会 2019 年 4 月 17 日关于数字单一市场版权及相关权利并修订第 96/9/EC 号和第 2001/29/EC 号指令的 EU2019/790 号指令（以下简称“CDSM 指令”），不足以应对生成式人工智能在版权材料许可方面带来的挑战，并呼吁欧盟委员会紧急提出一个补充性的法律框架（决议第 1 段和第 2 段）。

相比之下，英国报告采取了更为克制的立场。在遭到创意产业的强烈反对后，英国政府放弃了其先前倾向的方案——即引入一个带有选择退出机制的宽泛版权例外。相反，它提议收集更多关于版权法如何影响人工智能发展的证据，考虑其他有针对性的方案，并在立法之前密切关注诉讼和国际形势的发展。简而言之，欧盟要求立即制定新规则，而英国更倾向于观望。

透明度义务：强制性与自愿性

欧盟决议坚持要求，对于投放到欧盟市场的一般用途人

人工智能模型的提供者和部署者，在使用受版权保护作品方面必须实现全面的强制性透明度和来源文件记录，包括用于训练、推理、检索增强生成或微调的每项受版权保护作品的详细清单（决议第 12 段和第 13 段）。此外，决议还要求网络爬虫进行自我标识，要求人工智能提供者维护其爬取活动的详细记录，并明确规定人工智能提供者使用的关于第三方内容的纯粹信息不构成欧盟法律意义上的商业秘密。

英国的报告虽然承认，利益相关者强烈支持提高透明度（超过 90% 的咨询受访者赞成公开相关信息），但并未将其定为强制性要求。相反，英国报告提议与行业和专家合作，制定关于输入透明度的最佳实践，以帮助权利人维护其权利，同时继续监测包括欧盟《人工智能法案》在内的其他国家透明度规则的效果。英国还明确提议，不设立任何新的监管机构来监督透明度合规问题，现阶段也不对现有监管机构施加监管职责。

权利人的控制权、选择退出机制与许可

欧盟决议重申，权利人必须对其内容被人工智能系统用于训练目的的数字使用拥有完全控制权，这需要辅以完全的透明度和有效排除此类使用的能力。决议提出，由欧盟知识产权局作为可信中介，负责管理和登记权利人的“选择退出”请求。同时，决议呼吁各行业分别达成自愿性的集体许可协议，以建立一个运转良好、报酬合理的许可市场，并明确反

对任何采取统一一次性付费的一揽子许可方案（决议第 5、9、10、19、20 和 21 段）。

英国的报告虽然认同权利人应获得合理报酬的原则，但采取了明显不那么干预主义的立场。英国报告提议现阶段不干预许可市场，理由是缺乏足够的证据来证明政府干预的合理性。英国会依赖于现有的版权框架和新兴的自愿许可市场，并指出全球许可交易方面存在着令人感到鼓舞的变化趋势。英国还拒绝了选择退出例外模式（类似于欧盟 CDSM 指令第 4 条的方法），认为创意产业和人工智能开发者对这一模式的实际操作都深感担忧。

地域适用范围与境外训练的模型

欧盟决议申明，欧盟版权法应适用于所有投放到欧盟市场的生成式人工智能模型和系统，无论其训练发生在哪个司法管辖区，并且不合规的模型应被禁止进入欧盟市场（决议第 16 段）。这体现了一种强有力的域外主张。

英国报告承认了这一问题（即已认识到大多数前沿人工智能模型是在英国境外训练的，主要在美国），但提出了一种明显更为谨慎的路径。英国现阶段拒绝就境外开发的系统修改版权法，而是依赖于经 Getty Images 起诉 Stability AI 一案判决所解释的现行法律（在该案中，与人工智能训练相关的主要版权侵权主张，因缺乏相关训练活动发生在英国境内的充分证据，在庭审阶段被撤回；这表明在境外进行的人工

智能训练（这在实践中是常态）不太可能构成对英国版权法的侵权）。英国提议持续对这一议题进行审查，与其他国家开展双边接触，并通过世界知识产权组织等论坛开展工作，以推动更紧密的国际协调。

执法与推定

欧盟决议建议设立一项可反驳的推定：对于任何投放到欧盟市场的生成式人工智能模型，如果透明度义务未得到完全遵守，则推定其训练中使用了受版权保护的作品。当权利人据此胜诉时，所有合理且相称的费用应由人工智能提供者承担（决议第 24 段）。这代表了举证责任的重大转变，转向了有利于权利人的方向。

在这一领域，一个值得注意的国家层面进展是法国参议院于 2026 年 4 月 8 日通过的法案，该法案拟在《法国知识产权法典》中新增第 L. 331-4-1 条。根据该条款，在任何民事诉讼中，只要存在有关人工智能系统开发、部署或输出的任何迹象，足以让人有理由认为该人工智能提供者使用了受版权或相关权保护的作品，即可推定该作品已被使用。与欧盟决议中因未遵守透明度义务而触发的推定不同，法国推定的适用范围更广，仅需一个合理的使用迹象即可触发。法国法案还将适用于其生效之日尚未审结的诉讼程序。该文本仍需经过议会程序，尚未最终通过。

英国报告未提议任何类似的推定。相反，它依赖于现有

的民事执法框架，英国政府认为该框架总体上是有效的，并且能够适应人工智能相关的挑战。英国提议进一步开展工作，以识别并解决执法障碍，包括考虑对中小型企业 and 个体创作者可能产生的影响。报告还指出，Getty Images 诉 Stability AI 一案的上诉程序，可能有助于澄清针对境外训练的人工智能模型，如何认定其构成间接侵权这一问题。值得注意的是，英国明确提议不设立任何新的监管机构专门负责监督人工智能与版权事务。

人工智能生成内容与计算机生成作品

欧盟决议重申，完全由人工智能生成的内容，如果达不到版权保护的标准，就不应享有版权保护，同时应明确其属于公共领域。（决议第 25 段）。决议还呼吁对纯人工智能生成的内容进行明确标注，并采取针对深度伪造的措施（决议第 27 段和第 28 段）。

英国报告在实质结论上达成了惊人的一致：它提议取消英国自 1988 年以来独有的、对完全由计算机生成的作品的版权保护，因为几乎没有证据表明该保护被积极使用或具有实质性的经济影响。然而，英国在路径上再次出现分歧：欧盟呼吁强制执行标注要求，而英国仅提议与行业合作，探索标注人工智能生成内容的最佳实践，并继续监测国际发展，而不是通过立法。

数字复制品与深度伪造

欧盟决议呼吁欧盟委员会研究相关措施，以保护个人免受未经同意模仿其个人特征的人工智能生成的深度伪造之害，并呼吁数字服务提供商针对此类非法使用采取行动（决议第 27 段和第 28 段）。

英国政府虽然同意现有的保护机制（一个由知识产权、数据保护、在线安全和刑法拼凑而成的体系）可能不足以应对问题，但并未提出具体的立法建议。相反，它提议探索一系列选项，包括可能引入新型的人格权或形象权，同时考虑知识产权、隐私权以及其他法律领域之间复杂的相互作用。政府表示，它将在“夏季发起一次咨询，就如何应对这些损害，同时保护合理的创新征求各方意见”。

结论

对于人工智能和创意产业的利益相关者而言，实际结论很明确：欧盟标准很可能成为任何寻求进入欧洲市场的公司的基准，而英国不断变化的立场既提供了灵活性，也带来了不确定性。与此同时，法国法案等国家层面的举措表明，欧盟成员国可能不会等待欧盟层面的立法，而是可能自行制定关于使用推定的规则，这将进一步加剧人工智能提供者面临的合规复杂性。未来几个月将至关重要，因为欧盟委员会将根据该决议提出立法建议，英国的 Getty Images 案上诉将得出结论（尽管预计 2027 年前不会作出判决），而世界知识产权组织内外的国际讨论将继续塑造全球框架。公司和创作

者应为一个这样的世界做好准备：在人工智能背景下的版权合规不再是单一标准，而是一个多司法管辖区的拼图难题，需要针对不同司法管辖区采取审慎、具体的策略。

三个关键点

两种模式，同一挑战：欧盟和英国对问题有着相同的诊断（生成式人工智能给版权法带来了根本性的质疑）但开出了截然不同的药方。欧盟倾向于立即采取规范性的立法行动，附带强制性透明度和域外适用效力，而英国则依赖于现行法律、法院主导的澄清以及自愿性的行业倡议。

透明度是共同基础，但并非共同实施方式：欧盟和英国都承认，人工智能训练中使用受版权保护内容的透明度至关重要，但欧盟规定了细粒度、可强制执行的义务，而英国则选择了行业主导的最佳实践。对于企业而言，遵守欧盟的透明度要求将成为任何在欧洲市场运营公司事实上的最低标准。

跨境运营商的合规复杂性：在欧盟和英国同时运营的公司正面临一个迅速碎片化的监管格局，而法国法案则通过设立一个门槛低于欧盟决议设想的、独特的国家层面证据标准，进一步加剧了复杂性。在实践中，跨国人工智能公司很可能需要将较高的欧盟标准作为其基线，同时密切关注英国的发展动态以及各司法管辖区的特定风险。

（编译自 www.mondaq.com）