

虚拟数字人系列之五 — 虚拟偶像演艺活动篇

作者：何军 | 宋薇 | 徐源璟 | 周欣 | 孙金龙

近年来，在众多虚拟数字人的应用场景中，虚拟偶像市场规模呈现稳定增长。相较于真人偶像，虚拟偶像可控性较高，更易打造完美人设，不易“塌房”，可以极大程度满足粉丝的心理期待。通过开办演艺活动，虚拟偶像的商业价值也能够经由粉丝经济极大变现，如国内某网站于2021年8月举办的线上虚拟演唱会中，14个虚拟偶像为观众展现唱跳内容，活动的人气峰值达600多万，开播两个小时几乎一直占据着该站直播人气榜榜首¹。在本篇文章中，我们将围绕虚拟偶像演艺活动，就虚拟偶像运营公司与“中之人”的合同约定问题、虚拟偶像演出所涉权利授权和相关权利归属问题、举办演艺活动的资质问题进行探讨。

一、“中之人”合约相关问题

如我们在之前系列文章《[虚拟数字人系列之二 — 人格权篇](#)》中提及，所谓“中之人”，来源日语“中の人”，指操纵虚拟主播进行直播的人，也泛指任何提供声音来源的工作者²。驱动虚拟偶像演出的“中之人”，与虚拟偶像运营公司之间签署的合同类型，可以是劳务合同、劳动合同、或者演艺经纪合同。如果采取演艺经纪合同，“中之人”和运营公司之间可以参照真人艺人与经纪公司签署演艺经纪合同，内容通常包含虚拟偶像/“中之人”的商业运作、演出安排、包装等多方面内容，具有居间、代理、行纪等综合属性³。本文仅就演艺经纪合同这一形式做简要介绍。

根据我们的以往项目经验，除了合同常规条款如合同期限、争议解决、违约责任外，演艺经纪合同通常应包括至少以下几方面核心内容：

- 公司方的权利和义务。例如要求“中之人”全力协助、配合及参加由公司方安排或策划的各项企划、宣传、表演及活动等。此外，和一般的演艺经纪合同类似，公司方通常会明确有关虚拟偶像/“中之人”所有演艺事务（不论是否作为“中之人”）的一切事宜交由公司方全权、独家处理。

¹ “逐渐在超出大家想象的虚拟偶像与虚拟演唱会”，2021年9月3日，详情见：<https://www.bilibili.com/read/cv13007565/>。

² <https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E4%B9%8B%E4%BA%BA/59762236?fr=aladdin>。

³ （2017）京03民终12739号。

- “中之人”的职责任务，包括具体工作内容、排他性义务等。特别地，如若“中之人”与运营公司均无建立劳动关系的合意，在演艺经纪合同中应注意措辞，以避免被认定为双方存在劳动关系。具体而言，首先应注意避免双方人格从属性的表述，例如“‘中之人’必须遵守公司的劳动/员工管理制度”等强工作管理要求；其次，在收入分配方面，应避免“中之人”被认定为具有经济从属性，如果“中之人”的收入均来自于公司指派的工作任务和全勤奖励，则可能被认定为“中之人”对公司具有经济从属性。
- 收入分配条款。约定公司与“中之人”之间关于演艺收入分配，以及支付安排、税负等事项。
- 保密条款，规定“中之人”对工作内容和一切演出事项进行严格保密，以及公司方对“中之人”相关信息进行保密。保密条款既是出于维护虚拟偶像人设，避免与“中之人”产生关联并建立现实对应的需要，同时客观上也能防止“中之人”的信息外泄、隐私权和个人信息被侵犯。
- 授权条款，包括“中之人”相关的人格权和知识产权授权约定。虽然“中之人”通常不会直接出现在观众面前，故相比一般艺人，涉及姓名权、肖像权等人格权的情景较少，但鉴于经纪公司也会对旗下艺人进行多方位培养，部分“中之人”也存在转换赛道或以其自身名义进行公开表演的可能，故我们建议经纪公司从一开始即取得“中之人”在姓名权、肖像权等方面的概括性授权。就知识产权的授权问题，具体可见下文的第二部分以及我们之前的系列文章 [《虚拟数字人系列之三 — 知识产权保护篇》](#)。
- 艺德条款。虚拟偶像可控性高也并不意味永不塌房，其后仍有“中之人”的不可控因素。比如 hololive 旗下的“赤井心”和“桐生可可”两位虚拟偶像的“中之人”，连续发表两次辱华言论，最后导致 hololive 上的所有日本虚拟偶像都被撤出中国市场⁴。2022 年 6 月 22 日，国家广播电视总局和文化部联合发布了《网络主播行为规范》，并要求利用人工智能技术合成的虚拟主播及内容，同样参照该规范。《网络主播行为规范》要求，虚拟偶像在网络进行直播、表演等，应当坚持正确的政治方向、舆论导向和价值取向，引导用户文明互动、理性表达，并不得侵犯他人合法权益。网络表演、网络视听经纪机构要加强对网络主播的管理和约束，并且对违法失德艺人不得提供公开进行文艺表演、发声出镜机会，防止转移阵地复出。因此，建议公司方设置“艺德”条款，要求“中之人”遵守各项规范，维持个人良好形象，不得有违反法律法规、政府政策、公序良俗及主管部门（包括行业协会）要求的行为。倘若“中之人”作出可能对其或本公司的声誉等产生不利影响的任何不当行为，公司有权终止合同并要求赔偿损失。

二、虚拟偶像演出涉及的权利授权

虚拟偶像进行演出，涉及其形象、声音、表情、动作的使用，技术支持，以及表演成果的制作与录制。虚拟偶像制作方、运营方及演出举办方等各方应明确相关权利归属。

第一，虚拟偶像的形象等授权。如我们在之前系列文章 [《虚拟数字人系列之二 — 人格权篇》](#) 和 [《虚拟数字人系列之三 — 知识产权保护篇》](#) 所提及，虚拟偶像的视觉形象如可以被认定为美术作品，在使用时需要获得其著作权人及前序知识产权人（如有）的授权；虚拟偶像如系真人转化型虚拟数字人，则需获得明星本人，或其父母、配偶、子女或其他近亲属对其肖像权的授权。虚拟偶像的声音、表情、动作，系由“中之人”提供，可通过虚拟偶像运营方与“中之人”间合同约定相关授权事项。不仅如此，虚拟偶像在演出中的

⁴ “虚拟偶像，难逃塌房”，2021 年 8 月 20 日，澎湃新闻，https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_14133380。

造型安排、台词内容、场景设计、服化道特效等也不得侵犯他人相关知识产权权利。

第二，虚拟偶像表演的相关权利。虚拟偶像的表演内容，譬如歌曲，需要获得词、曲等著作权人及前序著作权人（如有）的授权。对于虚拟偶像的现场演出，其本身即可能构成作品，当运营方与演出举办方非同一体时，在虚拟偶像的经典演出内容之外，现场演出还可能加入举办方要求的内容，对于该等应举办方要求产出作品的著作权归属，虚拟偶像运营方与演出举办方应作出明确约定。此外，如我们在《[虚拟数字人系列之三 — 知识产权保护篇](#)》中所提及，运营方应特别关注“中之人”的邻接权授权，在对虚拟主播直播内容进行存储、对虚拟偶像表演进行录制及进一步商业使用的情形下，该等授权的内容应尽量包括“许可他人从现场直播和公开传送其现场表演”、“允许他人录音录像”、“许可他人复制、发行、出租录有其表演的录音录像制品”、“许可他人通过信息网络向公众传播其表演”等各种权益。

第三，在虚拟偶像演出活动的制作过程中，出于声音合成及动作、表情呈现的需要，还涉及对各类计算机软件、技术工具的运用，对于该等运用，虚拟偶像制作方也需获得相关知识产权授权。在演出过程中，还会涉及后台人员对虚拟偶像的各类调试、技术支持，对于该等调试、支持后呈现表演内容的著作权及邻接权归属，虚拟偶像运营方、演出举办方也应注意各自与技术支持人员做好权利归属约定。

三、虚拟偶像演出应取得相关资质手续

根据《文化和旅游部关于深化“放管服”改革促进演出市场繁荣发展的通知》（文旅市场发〔2020〕62号，以下简称“《通知》”）第二条的规定，运用全息成像、人工智能、数字视觉设计、虚拟现实等技术展示虚拟形象进行营业性演出的，应当按照《营业性演出管理条例》等有关规定办理报批手续。具体而言，根据《营业性演出管理条例（2020修订）》的规定，从事营业性演出业务活动，演出经纪机构应当有3名以上专职演出经纪人员和与其业务相适应的资金，并向省、自治区、直辖市人民政府文化主管部门提出申请，文化主管部门予以批准的将颁发《营业性演出许可证》。对于专职演出经纪人员，根据《演出经纪人员管理办法》，演出经纪活动，包括演出组织、制作、营销，演出居间、代理、行纪，演员签约、推广、代理等，在我国境内从事演出经纪活动的人员，应当通过演出经纪人员资格认定考试，取得演出经纪人员资格证，持证上岗。

鉴于虚拟偶像的演出多为线上进行，对于通过互联网提供营业性演出的，根据《网络表演经纪机构管理办法》，网络表演经纪机构亦应依法取得《营业性演出许可证》。此外，根据《通知》，提供在线传播服务的互联网文化单位及个人直播频道，均应取得《网络文化经营许可证》。因此，虚拟偶像演出的举办方应注意履行报批手续，在线演出的，应核实播出频道是否已取得《网络文化经营许可证》；演出经纪公司则应注意专职演出经纪人员的上岗资格及《营业性演出许可证》的获得。

特别声明

汉坤律师事务所编写《汉坤法律评述》的目的仅为帮助客户及时了解中国或其他相关司法管辖区法律及实务的最新动态和发展，仅供参考，不应被视为任何意义上的法律意见或法律依据。

如您对本期《汉坤法律评述》内容有任何问题或建议，请与汉坤律师事务所以下人员联系：

何军

电话： +86 10 8525 5558

Email: jun.he@hankunlaw.com

宋薇

电话： +86 21 6080 0903

Email: wei.song@hankunlaw.com