

# 网络平台内容治理与风险防范

## 课程背景：

日益丰富的网络内容既是互联网生命力所在，也是用户在网络上的重要精神食粮。网络内容在发展中面临着内容版权争议、大量低俗内容、侵犯用户权益等现实问题。因此，在互联网新技术、新应用和新内容不断发展的背景下，与时俱进地讨论网络内容治理显得尤为重要。

2022年3月1日起，国家互联网信息办公室发布的《网络信息内容生态治理规定》正式施行，全国网信系统着力加强和创新互联网内容建设，落实互联网企业信息管理主体责任，提高网络治理能力，营造清朗网络空间。

**课程时间：**0.5天，3小时/天（线上录播/直播授课）

**课程对象：**企事业单位管理人员、各职能部门及业务部门职工人员等；

**授课方式：**讲授法+案例教学+情景模拟+视频教学

## 课程大纲

（仅供参考，会根据最新法律政策和案例更新）

### 第一讲：网络法治的中国演进

- 一、 中国互联网发展演进
- 二、 我国互联网监管政策特点
- 三、 政府互联网监管政策——从技术规制到产业规制到内容规制
- 四、 事件、议程与立法/制度
  1. 案例：以64K专线接入国际互联网
  2. 案例：围剿千年虫/中美首次黑客大战
  3. 案例：6月16日“蓝极速网吧纵火案”

4. 案例：2008年陈爱慧、广州日报案
5. 案例：6月5日、6日卫报、华盛顿邮报曝光棱镜计划-斯诺登事件
6. 案例：2013年洪振快《炎黄春秋》文，2016年狼牙山五壮士案
7. 案例：魏则西在知乎曝光求医被骗历程
8. 案例：网络占卜等、网络游戏打赏、深度伪造等行为
9. 案例：2018年美国要求登记外国代理人，2020年2月份将中国5家中国  
驻美媒体列为“外国使团”
10. 案例：赵宇案、昆山龙哥案

## 五、技术、事件与立法互动关系

### 第二讲：历史违规违法案例教育

#### 一、“WPS封禁文档”事件

1. 事件梳理与回顾
2. 五种法律视角的分析
  - 信息内容安全视角
  - 隐私保护视角
  - 个人信息保护视角
  - 著作权视角
  - 通信秘密视角

#### 二、元宇宙首例“强奸案”

1. 从一起VR“强奸”说起
2. 游戏设计者与运营者
3. 给相关应用设计者、运营者的合规建议

### 三、营销领域的重大“爆雷”事件-12 个案例：

#### 第三讲：内容舆情与网络平台治理措施

##### 一、广告宣传内容治理

1. 案例：宜家因使用限定试验条件下的检测数据宣传窗帘具有“净化功能”而被罚 172.5 万元
2. 案例：盒马鲜生因宣称五常大米“富含蛋白质”而被罚 50 万元
3. 案例：松下电吹风因引证“降低头发分叉发生率 20%”等数据而被罚 20 万元
4. 广告宣传引证数据常见问题
5. 广宣合规的五点建议

##### 二、人工智能生成内容的著作权问题

1. 案例：腾讯诉盈讯案
2. 案例：“AlphaGo”“微软小冰”等人工智能产品

| 时间    | 处罚对象                           | 处罚机关                  | 行为认定                | 处罚依据           | 罚款金额         |
|-------|--------------------------------|-----------------------|---------------------|----------------|--------------|
| 2021年 | 阿里巴巴集团控股有限公司                   | 国家市场监督管理总局            | “二选一”<br>滥用市场支配地位   | 反垄断法           | 182.28亿      |
| 2021年 | 美团                             | 国家市场监督管理总局            | “二选一”<br>滥用市场支配地位   | 反垄断法           | 34.42亿       |
| 2021年 | 扬子江药业集团有限公司                    | 国家市场监督管理总局            | 与交易相对人达成并实施垄断<br>协议 | 反垄断法           | 7.64亿        |
| 2021年 | 公牛集团股份有限公司                     | 浙江省市场监督管理局            | 与交易相对人达成并实施垄断<br>协议 | 反垄断法           | 2.9481亿      |
| 2021年 | 唯品会（中国）有限公司                    | 国家市场监督管理总局            | “二选一”<br>网络不正当竞争    | 反不正当竞争法        | 300万         |
| 2022年 | 上海文峰美发美容有限公司                   | 上海市普陀区市场监督管理局         | 虚假宣传及发布违法广告         | 反不正当竞争法<br>广告法 | 200万         |
| 2022年 | 景某                             | 广州市天河区市场监督管理局         | 虚假广告代言              | 广告法            | 722.12万      |
| 2021年 | 希计（上海）商贸有限公司<br>(加拿大鹅天猫旗舰店经营者) | 上海市黄浦区市场监督管理局         | 绝对化用语<br>虚假宣传       | 广告法            | 45万          |
| 2020年 | 瑞幸咖啡（中国）有限公司                   | 国家市场监督管理总局            | 财务造假、虚假业绩<br>虚假宣传   | 反不正当竞争法        | 200万         |
| 2019年 | 达利食品集团有限公司                     | 江苏省涟水县市场监督管理局<br>城区分局 | 虚假广告                | 广告法            | 3673.04万     |
| 2022年 | 杭州星风旺哲科技有限公司<br>（“公销社APP”运营方）  | 杭州市拱墅区市场监督管理局         | 传销                  | 禁止传销条例         | 1647.597367万 |
| 2020年 | 杭州弘运科技有限公司<br>（“朵拉试衣间APP”开发者）  | 蒙阴县市场监督管理局            | 传销                  | 禁止传销条例         | 4800.64万     |

3. 人工智能生成内容对著作权法制度的挑战
4. 人工智能生成内容著作权保护问题
5. 有关人工智能生成内容的司法实践

### 三、MCN 机构合规运营的资质要求

1. MCN 机构的业务模式
2. MCN 机构应当取得的资质
3. 未取得有关资质的法律后果

### 四、《互联网弹窗信息推送服务管理规定》解读

1. 案例：辽宁锦州某医疗美容医院微信公众号弹窗广告不能一键关闭罚款 5000 元
2. 案例：无锡市通善口腔医院有限公司发布违法广告案
3. 案例：广西某医疗美容有限公司南宁医疗美容门诊部互联网发布引入误解医疗美容虚假广告案
4. 适用对象与监管部门
5. 合规义务解读
6. 互联网企业弹窗合规路径

### 五、网络视频平台的合规治理

1. 案例：琼瑶诉于正侵害著作权纠纷案
2. 案例：湖北省武汉市中级人民法院（2018）鄂01民初5015号民事判决
3. 关于 UGC 内容治理合规之重点
4. 关于未成年人保护的内容的监管重点

### 六、《网络信息内容生态治理规定》解读

### 七、平台个人信息保护与数据安全责任

## 【主讲专家】

### 唐树源 法学名师

资深党政、法律风险专家

拥有国家法律职业资格，高级企业合规师、企业法律风险管理师、数据合规师

领悟时代数字研究院院长兼首席研究员

光明网思想理论认证专家、高校特聘研究员、经济师、管理会计师

证券日报、每日经济新闻、时代财经、人民日报等主流媒体特约评论员

中国社会科学院在职博士、法学校友、北京农信合研究所特约研究员

上海交大、同济、上海财大、华中科大等多家知名高校管理培训特邀专家

农行、工行、中行、建行、邮储、农商行、银行业协会等各类型银行管理课题特聘讲师

清华大学、中国农业出版社合作作者。

高级红色党建沙盘讲师、国际注册 ACI 认证讲师，樊登读书会·一书一课认证翻转师

中国科学技术法学会会员、工信部区块链产业人才库行业优秀人才

时代光华、英盛商学院、农金大学、诺达名师等多家知名平台主讲专家、人气讲师

主讲单位包括政府党政机关单位、国家电网、中国石油、中建三局、中国电信等通信行业、银行业协会和国有商业银行等金融机构、融创地产等地产物业及在线教育万余人等。

服务全国各地党政企事业单位 500 余家 50000 余名学员。

累计线上直播授课 100 余次，累计时长 500 小时，服务学员 50 万余人。