



德衡律师集团
DEHENG LAW GROUP

客户通讯 & 律师观点

互联网与知识产权中心>信息网络与高新技术业务团队主办 2016年10月20日 | 第4号

游戏改编需要获得哪些授权？

【研讨要点】

从案例中看游戏改编中所需获得的授权。

【研讨笔记】

改编权是著作权人享有的一项非常重要的权利。无论是拍摄电影、制作游戏还是各类衍生品的销售，均往往涉及对现有 IP 的改编。实践中，改编的形式也多种多样，小说可以改编成剧本，剧本可以改编成电影，电影可以改编成游戏，游戏还可以反过来改编成电影。前段时间热映的《魔兽》即是游戏改编电影的经典范例。而在这些不同形式的 IP 之间，小说、剧本、电影、漫画、游戏等等，互相改编的情况已经越来越深入复杂。借助初始 IP 的知名度，在改编的过程中，互相打通，互相借力，从而保证改编后能够有足够的受众。而对改编者而言，对之前已有多次改编的 IP 应取得何种主体的授权，如何才能最大化自己的利益，是一个非常值得研究的问题。

（一）案情简介

华谊兄弟传媒股份有限公司等诉广州千骐动漫有限公司等不正当竞争纠纷案【（2011）东民初字第 08214 号】

原告 1：华谊兄弟传媒股份有限公司（以下简称“华谊公司”）

原告 2：上海电影（集团）有限公司（以下简称“上影公司”）

被告 1：广州千骐动漫有限公司（以下简称“千骐公司”）

被告 2：北京市新华书店王府井书店

二原告系电影《风声》的著作权人。

电影《风声》是以小说《风声》改编后的电影。二原告获得了小说作者关于电影改编的授权。

被告千骐公司未经华谊公司授权，经营《风声》游戏。被告取得了小说《风声》作者关于游戏改编的授权。

原告认为，被告在游戏中使用二原告电影名称的字体设计、电影剧照、人物形象、人物名称、剧情，并在网站中宣传，《风声》游戏系以电影《风声》为背景设计，购买了电影改制版权，构成了不正当竞争。

（二）焦点分析

1. 合法授权内的使用不侵权

《著作权法》第10条规定，改编权是指改编作品，创造出具有独创性的新作品的权利。对改编者而言，改编后的新作品必须同时保留有原作品的基本表达，否则新作品与原作品毫无关系。另一方面，新作品中还必须有改编者自己的独创性表达，否则也仅构成原作品的复制。

在改编的情况下，如果第三人欲使用原作品，即需取得原作品著作权人的许可，若要使用改编作品，即需取得改编作品著作权人的许可。在这里，需要明确的是，改编作品著作权人的权利范围。改编作品的著作权人并不享有改编作品所有元素的著作权。其仅享有自己在改编中独创性的那部分的著作权。也就是说，改编作品中所蕴含的著作权分为多个部分，一部分属于改编者，一部分属于原作者。若第三人需要同时使用改编作品中所有的独创性部分，则需同时取得改编者与原作者的授权。

具体到本案而言，千骐公司获得了小说《风声》的改编权授权，因此，其对《风声》游戏的开发是有合法的权利基础的。正如本案中法官对千骐公司使用“风声”中文名称是否侵权的分析：

“电影《风声》在市场上的知名度毋庸置疑，“风声”可被认定为该知名电影的特有名称。但基于二原告与被告千骐公司对小说《风声》的使用均经过了该小说作者麦家之授权，基于对原始作者在先权益的保护，故被告千骐公司将‘风声’作为游戏名称系合法使用，其并未侵犯二原告就电影《风声》享有的特有名称权。”

中文名称“风声”属于小说作者独创性的部分，电影《风声》虽为知名商品特有名称，但被告获得的授权为在先权益，对该特有名称使用行为不构成侵权。

2. 使用改编者独创性的部分，应当获得授权

若千骐公司开发的游戏中出小说《风声》的独创性部分外，又同时使用了电影《风声》的独创性部分，则应当获得改编者的授权。

在本案中，经法院比对发现，游戏中的老金、刀锋、译电员、小白、老枪、老鬼形象与电影中的金生火、武田、李宁玉、白小年、吴志国、顾晓梦形象十分相似，同时游戏中的译电员、老鬼的角色诠释同电影《风声》中李宁玉、顾晓梦的台词具有一致性；游戏中小白最先死亡的情节设置也与电影独有的情节一致。

显而易见，如果千骐公司游戏中人物形象与电影中的角色形象被认定为实质性相似，而其则必然会构成了对原告享有的独创性的部分的侵权。本案中，法官经比对后，认定二者不构成实质性相似，因此并未使用电源中独创性的部分，不构成侵权。

3. 故意搭便车构成不正当竞争

由以上分析可见，千骐公司虽然获得了小说作者的改编权授权，但其使用行为却远远超过了小说的范围。

首先，被告千骐公司在其运营的网站上宣称游戏《风声》系以电影《风声》为背景设计，并具有电影《风声》的改制版权，该宣传内容与事实明显不符，具有虚假性、欺骗性和误导性。被告千骐公司还使用了电影《风声》的人物剧照，将其与游戏人物进行对比介绍，由此可发现游戏中的若干角色与电影中对应人物形象构成近似，游戏中对其角色的若干描述与情节设置同电影《风声》的人物台词和情节亦具有一致性。

对此行为，法官认定被告千骐公司系利用电影《风声》的市场知名度而为自身牟利，存在“搭便车”嫌疑，已构成《反不正当竞争法》规定的引人误解的虚假宣传行为。

其次，虽被告千骐公司使用“风声”中文名具有正当性，但其对“风声”的英文翻译使用了与原告相同的“THE MESSAGE”。“THE MESSAGE”是“信息”的意思，原告作此翻译依据的是电影中“信息传递”的故事主线，该英文标题是对电影内容的高度浓缩，而非“风声”中文的直译。故被告千骐公司对“THE MESSAGE”的使用亦属于“搭便车”的手段之一，亦成不正当竞争。

如对本客户通讯有任何疑问，请联络下列任一作者或您通常联系的集团律师。

刘耕辰

liugengchen@deheng.com

13918842052

上海

您也可能对以下话题感兴趣：

[互联网推广搜索（竞价排名）法律问题探讨；如何认定商标标志是否具有欺骗性？.....](#)

本文是德衡律师集团向客户及其他友好各方提供的法律通讯。本文所载信息不应被诠释为律师意见。如果您需要关于上述事宜的进一步分析或说明，请联络您最通常联系的律师。欲获取此通讯，请通过 <http://www.deheng.com.cn/ywly/>，查找本团队专栏，订阅本通讯。我们将定期向您发送。