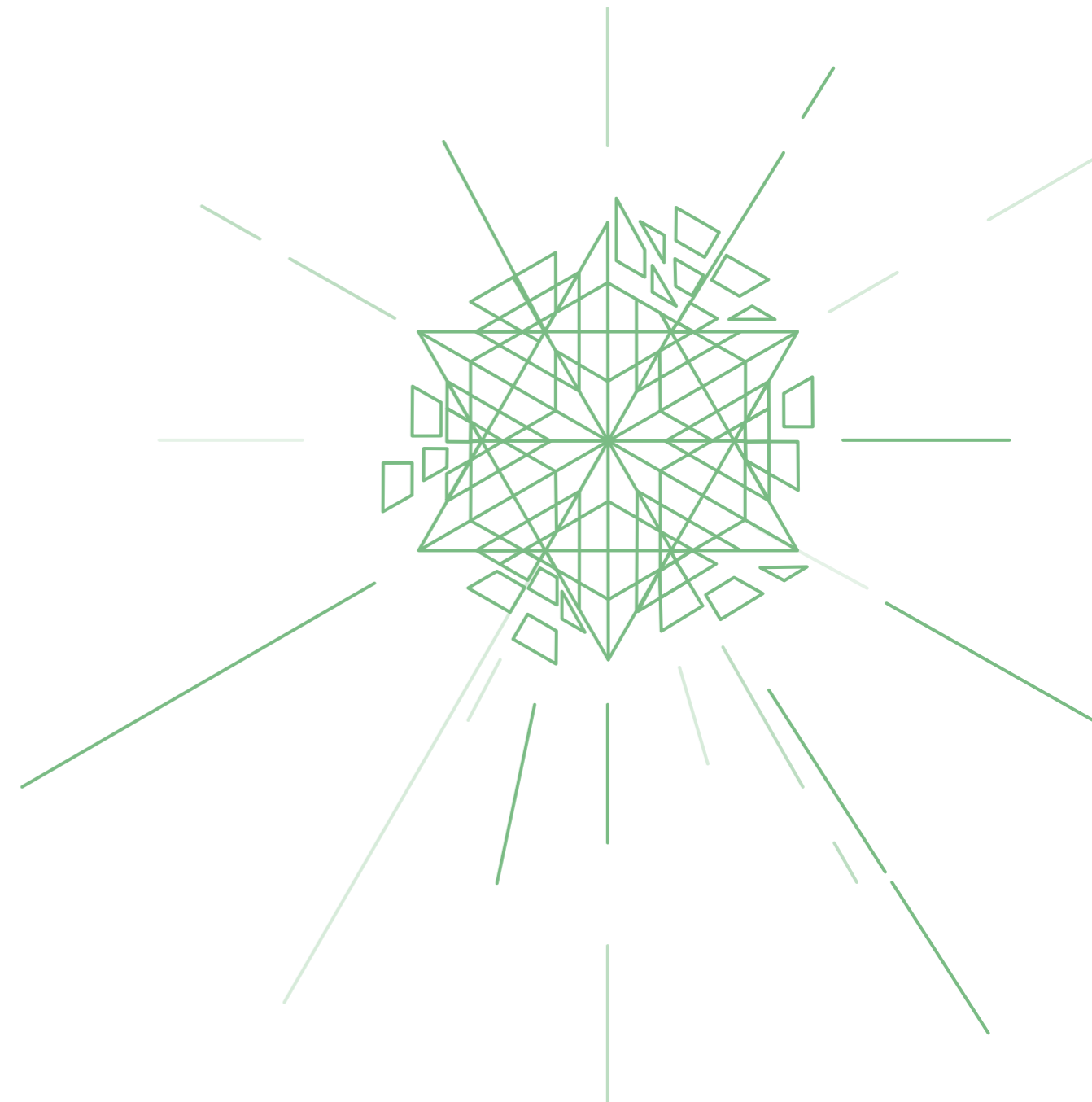


2019微信 知识产权保护报告

2019 Weixin IP Protection Report

2019年10月







目录

前言 01

微信知识产权保护理念：规则、体验与创设 04

- 一、以法定平台义务为基础，构建具创新性的规则保护体系 05
- 二、以权利人体验为中心，布局全场景化的权利保护方略 06
- 三、以微信生态升级为标尺，创设突破性的行业解决方案 06

第一编 品牌保护 07

- 一、微信个人帐号：微信品牌维权平台成为品牌保护的主力军 08
- 二、微信公众帐号（含小程序）：更主动积极的拦截防御措施 12

第二编 版权保护 17

- 一、文字作品版权保护：原创声明为核心，配以快速处理和规则治理的防线 18
- 二、影视作品版权保护：预警保护为前置，辅以档期专项与多维阻断的措施 24
- 三、小程序（含小游戏）版权保护：互联网新形态载体的版权保护探索 27

第三编 创新与探索 32

- 一、「规则+技术」加持的知识产权保护创新举措 33
- 二、行业多方联动的共治解决方案 38
- 三、支撑线下执法打击的全方位治理模式 41
- 四、「全场景+全电子」化的侵权投诉与反馈机制 43

结语 45

前言

近年来，国家知识产权战略与创新驱动发展战略并驾实施、稳健推进，为互联网行业发展营造了一个良好的政策环境。以互联网为依托的新技术、新业态、新商业模式不断涌现，使互联网经济一次又一次迸发出蓬勃的生命力。在互联网产业蓬勃发展的同时，保护知识产权和凝聚创新力量已成为包括腾讯在内的互联网企业的共识。作为一家以科技为导向、以用户价值为依归的互联网企业，腾讯早已将知识产权作为企业发展的生命线，腾讯始终坚持保护自身知识产权和保护他人知识产权并重，致力于维护良性、健康的互联网生态。

自2011年上线至今，微信已经成为一种生活方式，正改变着数以亿计的用户的生活。截至2019年第二季度，微信及WeChat合并月活跃账户数达11.33亿。^①作为广受用户喜爱的即时通讯工具和信息发布平台，微信一直毫不动摇地深耕知识产权保护工作，不断探索和优化知识产权保护路径，不断深化提升知识产权保护范围和力度。自2016年1月11日首次发布《微信知识产权保护白皮书》后，由微信法务牵头组成的微信知识产权保护团队进一步结合微信高速发展的产品功能业态，建构了一套“三位一体，两大重点，全场景覆盖”的知识产权保护体系，即集微信品牌维权平台、微信版权保护计划、全电子化侵权投诉系统为一体，以商标权、版权保护为保护重点，覆盖微信个人帐号、公众号^②、小程序等全部场景的知识产权保护体

系。截至2019年上半年，已有超过280家知名品牌权利人加入微信品牌维权平台，微信知识产权保护团队平均每天主动拦截假冒注册行为超过11,000次。2018年及2019年上半年，微信知识产权保护团队共处理超110,000个涉嫌侵权个人帐号，对超60,000个涉嫌侵权公众号小程序采取删除侵权信息、封禁能力、封号等措施，删除超150,000篇涉嫌版权侵权的公众号文章。

微信在积极履行法律法规规定的网络服务提供者法定义务的同时，以法律法规、平台规则为基本遵循，以平台生态为治理基础，以用户诉求为研究导向，探索出了一系列创新、高效、专业的知识产权保护新举措，不仅在品牌保护上创新打造社交平台假货治理新模式——微信品牌维权平台，还在原创内容行业中首次探索“洗稿”投诉合议机制，这些创新机制，与微信原有的全电子化、全覆盖的侵权投诉系统，文章原创声明功能以及侵权关键词预先拦截功能等知识产

^① 数据来自《腾讯公布二零一九年第二季及中期业绩》，网址：<https://www.tencent.com/zh-cn/articles/15000801565777947.pdf>，引用日期：2019年8月21日。

^② 本报告中，如无特别说明，“微信公众帐号”指微信公众平台的注册帐号，包括订阅号、服务号和小程序；“公众号”指微信公众帐号中的订阅号和服务号。

权保护机制结合在一起，为微信以及微信公众平台上的第三方知识产权权益提供全方位多角度的有力保障。

八年来，微信一直以做产品的思维致力于建构、完善一套创新、高效、专业的知识产权保护机制，保护并激励优质内容在平台的创作流通，打击并阻断侵权或违法违规内容的传播，构建微信内容知识产权的良性生

态。微信知识产权保护团队发布本报告，旨在向知识产权权利人、广大用户介绍微信的知识产权保护措施和成果，为知识产权保护和打击违法侵权行为提供有效的指引，让更多知识产权权利人和用户理解并加入微信知识产权保护的朋友圈，一同打造绿色、合法、健康的社交网络环境。



微信知识产权 保护理念： 规则、体验与创设



图1-1 微信知识产权的保护理念

一 以法定平台义务为基础，构建具创新性的规则保护体系

20世纪80年代以来，国家将知识产权保护作为法治建设的重要环节，互联网是知识产权保护的前沿阵地，国家通过颁布《中华人民共和国侵权责任法》《信息网络传播权保护条例》《最高人民法院关于审理侵害信息网络传播权民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》等法律法规和司法解释规定了互联网企业应承担的法定义务。

微信是一款集即时通讯工具和信息发布平台两大重点功能于一身的社交通讯工具，每天都有数以亿计的信息在微信上产生、传播。而基于社交通讯工具对用户数据与隐私

的基本保护责任，微信的知识产权保护工作需要同时兼顾用户隐私权益保护与侵权打击效率力度，在此前提下，微信以法律规定的网络服务提供者义务为基本，以保护用户合法权益、建设健康用户生态为目标，不断解决突破现有难题，构建了一套贯穿事前、事中、事后，主动保护与被动保护相结合的创新性知识产权保护体系，切实保护微信第三方知识产权权利人的合法权益，使得更多优质内容能在微信萌芽、绽放，更多优秀的思想能在平台流动、传扬，也使微信用户的社交生态环境更加健康。

二 以权利人体验为中心，布局全场景化的权利保护方略

腾讯以“一切以用户价值为依归”作为经营理念，同样的，微信延续腾讯的经营理念，把用户价值放在了至高无上的位置。立足于用户价值，追求极致的产品体验，是微信始终如一的追求和努力方向，亦是微信的原动力。知识产权保护是微信为用户提供极致的产品体验中至关重要的环节之一，微信将知识产权保护理念融会贯通入微信生态下的每个产品、每个功能、每个细节中，例如

为鼓励创意、激励原创，微信于2015年上线微信公众平台原创声明功能，极大程度地保护了原创作者们的知识产权；微信建立了微信小游戏的名称保护库和代码保护库，为游戏开发者的知识产权和创意加上一层“防盗网”。微信知识产权保护不仅是一种措施，更是一个产品，权利人的用户体验一直是权利保护方略的中心。

三 以微信生态升级为标尺，创设突破性的行业解决方案

2018年7月，国家知识产权局《“互联网+”知识产权保护工作方案》指出，要充分运用“互联网+”相关技术手段创新知识产权保护方式，提升保护水平与效果。从2011年微信1.0版本到现在，时代在变革，微信亦在更迭，微信知识产权保护团队在积极履行法律法规规定的义务同时，紧紧跟随迭代发展的产品趋势，密切关注用户需求，立足整体情况，在“微信品牌维权平台”、“微信版权保护计划”以及“全电子化侵权投诉系统”的基础上，又推出了多系列、多维度的创新举措，例如针对“洗稿”这一内容行业长久的棘手问题，微信于2018年推出了微信公众平台“洗稿”投诉合议机制；例如针对公众号文章合理引用与原创内容的兼容问题，微信进一步优化了微信公众平台

“引用”功能，为合理引用他人创作内容的行为提供了规范，也为被引用的内容增加了传播渠道。

“激励创意，保护权益”是微信知识产权保护团队坚定不移的初心，我们欢迎所有创新、优质的内容在平台萌芽、生根、发展，在保护知识产权、打击侵权行为的问题上，我们和每一位知识产权权利人立场一致、目标一致、利益一致，我们对侵犯知识产权的内容、行为坚决零容忍、严厉打击。我们坚信，在知识产权保护这条道路上，虽道阻且长，但我们不会踽踽独行，因为会有越来越多的知识产权权利人、用户加入我们的知识产权保护阵营中，一起打造更加健康、绿色、清朗的微信生态系统。

第一编 品牌保护

一 微信个人帐号：微信品牌维权平台成为品牌保护的主力军

微信品牌维权平台试运行，2018年3月正式向国内外权利人开放。至2019年上半年，微信知识产权保护团队着力深耕运营，加上品牌权利人的不断加入以及用户的支持认可，微信品牌维权平台在打击微信个人帐号品牌侵权行为的工作中继续发挥核心武器的作用。

（一）处理品牌侵权个人帐号近110,000个

随着投诉流程和审核系统的不断优化，微信个人帐号投诉处理和鉴定流程变得更加准确、简便、快捷。2018年及2019年上半年，微信全平台处理品牌侵权个人帐号共计近110,000个。微信品牌维权平台作为处理售假帐号的主力军，共处理品牌侵权个人帐号95,000个，占全平台处理量的86.4%，平均每天处理超170个帐号。



图2-1 品牌维权平台成为品牌保护主力军

处理数量的提升同样反映出微信品牌维权平台效能提升：一是品牌维权平台由“邀请制”改为“申请制”之后，受到越来越多品牌方关注。品牌维权平台的保护范围愈加扩大，更多品牌权利人加入，使得平台的侵权通知数和处理量水涨船高；二是随着品牌

功能优化升级和用户教育的开展，微信用户对平台的认可度和熟知度的不断提升，平台已经成为微信用户维护自身合法权益的有效渠道和重要武器。

此外，微信全电子化侵权投诉系统作为微信保护权利人的主要投诉处理平台，在

2018年及2019年上半年，收到因商标侵权、企业名称侵权等品牌保护事由发起的投诉共16,000余件，处理帐号超12,000个。相较于微信品牌维权平台，微信全电子化侵权投诉系统的使用无需提前申请接入，覆盖微信产品全场景，不仅适用于知识产权侵权，也适用于人身权侵权。所有权利人在发现相关侵权行为后均可发起投诉，给未接入品牌维权平台的权利人提供了品牌权益的有力救济渠道。

（二）为品牌权利人输送侵权线索超过500,000条

微信品牌维权平台为品牌权利人提供了大量有价值的侵权线索，有效帮助了品牌权利人发现并鉴别微信内的侵权内容。2018年至2019年上半年，微信品牌维权平台向品牌方推送了用户举报线索超过500,000条。

举报线索的增幅反映出微信用户尊重品牌、维权意识不断提高。此外，微信知识产权保护团队从部分品牌权利人的反馈中了解到，经过一年多以来在用户教育方面的努力，举报线索的有效率和准确率有较大幅度提升；平台线索的价值含量提升，部分线索因具有线下打击案件价值，品牌方更倾向于长期跟踪、深入挖掘，打击角度更加多维。



图2-2 品牌维权平台输送侵权线索数

（三）审核通过率超过93.6%

2018年及2019年上半年，品牌权利人共向品牌维权平台提交有效通知超过100,000条，平台根据法律规定以及平台规

则要求，对上述侵权通知加以审核，审核通过率超过93.6%，审核通过率的比重反映出品牌方鉴定能力和品牌方处理效能的显著提升。

微信品牌维权平台为品牌权利人提供了一个简便、快速、全面的维权渠道的同时，也会秉持着专业、严谨的审核标准对待每一

个侵权通知，确保每一个侵权通知都得到合法、公正的处理，保证品牌权利人和微信用户的合法权益。



图2-3 品牌维权平台接收的有效通知数和审核通过率

（四）清除侵权信息超过59,000条，封禁恶意侵权个人帐号近36,000个

微信收到品牌权利人提交的鉴定结论和相关证据后，会依照国家法律法规以及平台规则，根据用户投诉的情况、具体侵权情节以及违规程度，对侵权帐号给予相应处理。在2018年及2019年上半年，微信处理了超过95,000个涉嫌售假或商标侵权个人帐号，其中，微信封禁了近36,000余个帐号，对50,000余个帐号进行了朋友圈功能限制，对10,000多个帐号进行了警告处理，清除头像、昵称、朋友圈等侵权信息超过59,000条。

微信坚决抵制售假侵权行为，并将不断加强对于违法违规行为的处理力度，探索多层级、多方位等更具针对性的处置方式，给侵

权人更大的威慑，更好地保护品牌方的合法权益。

（五）对5,500余个恶意仿冒欺诈个人帐号进行严厉打击

微信通过主动分析微信品牌维权平台的线索发现，部分用户利用微信朋友圈功能冒充知名品牌方的名义从事“免费送”等恶意欺诈行为。所谓的“免费送”行为，是指冒充官方（客服）发布宣传信息，虚构各类免费、促销活动诱使用户支付资金或提供个人数据信息，并声称只需要添加他提供的客服微信或群发一定量宣传信息，就可以免费领取该品牌产品，使活动更具欺骗性。该类“免费送”行为不仅侵犯了品牌方的商标权益，更带有明显欺诈恶意，对不知情的用户伤害更大，情节更为恶劣。

有超过6,500个品牌商标类关键词被平台纳入关键词库。截至2019年上半年,微信公众平台搭建的关键词库总量超60,000个,其中品牌类关键词超过28,000个,因命中关键词库而被拦截的假冒注册行为约达每日11,000余次。

品牌侵权关键词预先拦截机制前置化地对品牌方的商标权、商号权进行主动保护,防止品牌商标被用作假冒注册或官方帐号名

称被占用的情况出现。微信公众平台以国家认定驰名商标以及其他容易被利用作为假冒注册的高风险用词作为数据基础,建立关键词库。非品牌权利人使用他人品牌作为帐号名称提交注册时,将命中关键词主动拦截机制,平台会要求注册主体提交相关材料证明对名称具有合法使用权,以保护真正品牌权利人的合法权益。

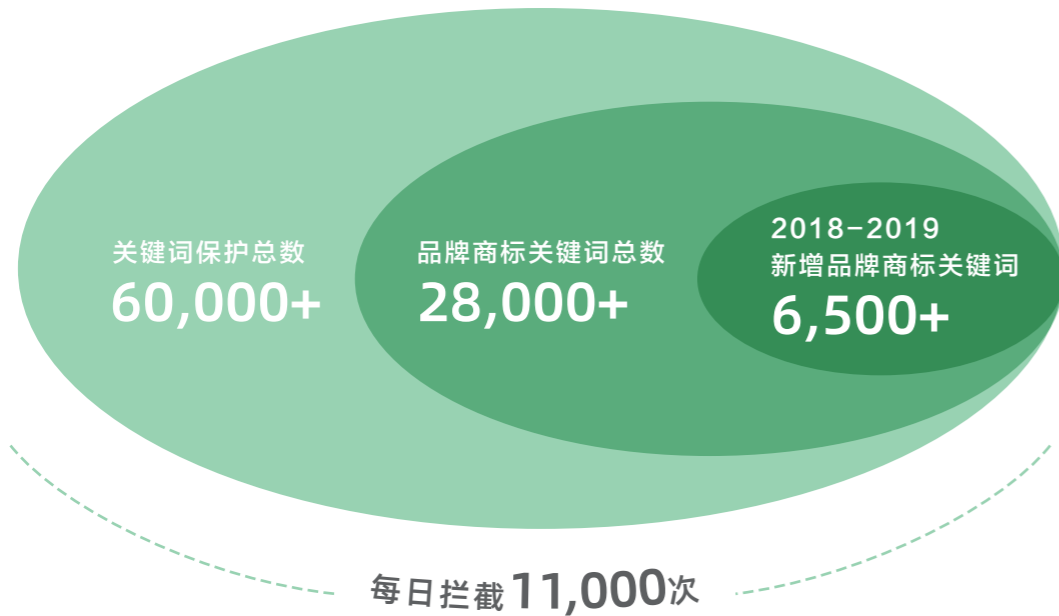


图2-7 微信公众平台关键词库的品牌关键词保护数量

(二) 通过设置行业准入门槛,保护320多个行业的品牌权利人权益

在一直以来的运营合规积累的经验中可发现,品牌权利人所在行业的资质要求,是过滤恶意混淆行为或假冒注册行为的有效门

槛之一。为此,微信公众平台设置了资质准入拦截机制,将相关敏感行业、特殊行业的关键词纳入监测,对于不合法、不满足平台资质规则要求等假冒注册恶意帐号进行拦截。微信公众帐号主体需提供与从事行业或

服务相关的法定资质文件后,才考虑审核通过帐号名称设置,防止品牌商标被恶意滥用或仿冒注册跨类目帐号等情况,保护相关行业品牌权利人的合法权益。

去年,微信公众平台优化改进了《小程序开放的服务类目》,细化梳理了320多个行业准入要求,并将其应用在品牌保护工作

中。一方面,可以让开发者清晰直观地浏览服务类目及对应的资质要求,查看参考相关证照的示例样本和法律政策规定,提高小程序运营的合规性,给用户带来更优质的服务;另一方面,也为品牌权利人所在行业建立准入合规要求,过滤不合规的帐号进入,有效制止假冒注册、恶意混淆等行为。



图2-8 微信小程序开放服务类目网站



图2-9 小程序开放服务类目数据与示例

（三）主动巡查审核疑似品牌侵权公众号及小程序3,000余个

在过去一年半里，微信公众平台不定期对公众号及小程序的合规性进行主动巡查，针对假冒、售假、侵权等现象进行持续打击，保障品牌权利人和用户的合法权益。在2018年及2019年上半年，平台共审核

了2,700个公众号及380个小程序，对其中严重售假侵权的1,200多个公众号和150多个小程序进行了注销/下架处理，对其中涉嫌品牌侵权的800多个公众号作出删除昵称/头像等侵权内容的处理。平台未来将以更加积极主动的姿态应对复杂多变的侵权形式，更加主动地承担平台责任。



图2-10 微信主动巡查疑似品牌侵权微信公众帐号数

（四）清除超过60,000个公众号及小程序的帐号信息及侵权内容

除了以上主动措施，品牌权利人可通过公开、透明、快捷、有效的微信全电子化侵权投诉流程来维护自身的合法权益。2018年及2019年上半年，微信公众平台收到超过250,000单关于商标侵权、企业名称占用及

其他知识产权类的投诉，包括针对公众号、小程序的帐号信息侵权、头像昵称侵权等，平台共核实处理了超过60,000单投诉，其中，平台因商标权侵权处理了34,000多个帐号；因名称类侵权处理了15,000多个帐号；因整体仿冒处理了近14,000个帐号。

处理品牌类侵权投诉数

60,000+

因商标侵权处理帐号个数

34,000+

因名称侵权处理帐号个数

15,000+

因整体仿冒处理帐号个数

≈14,000



图2-11 微信全电子化侵权投诉流程处理的品牌侵权微信公众帐号数

第二编 版权保护

权利人的原创成果弥足珍贵。激励原创动力和保护原创成果是保障用户获取优质内容的重要基石。微信一贯尊重和重视原创成果，旨在“让创造发挥价值”。因此，创

建权利人“轻”体验的版权保护流程，促进优质内容在微信内的传播流动，保障权利人创意的流量获取，一直是微信在版权保护工作中所追求的目标。

一 文字作品版权保护：原创声明为核心，配以快速处理和规则治理的防线

文字作品是微信公众平台内占比最高的作品类型，因此文字作品的版权保护是微信版权保护工作的重中之重。微信为此建立起以“原创声明功能”为核心，以“侵权投诉快速处理”以及“洗稿投诉合议机制”为配套的立体化文字作品保护防线。

原创声明功能。根据该功能，公众号可对其发布的文章自主进行原创声明，经过系统识别比对后，其文章获得“原创”标识。当其他公众号在微信公众平台转载已进行原创声明的文章时，系统会自动为其注明出处。

（一）2015年以来，超过1亿篇文章获得“原创”标识

2015年，微信推出行业内首个移动端内容创作的主动性保护措施——微信公众平台

原创声明功能对文字作品进行自动化、主动化保护，涤清微信公众平台的版权生态，推动互联网版权保护由“被动时代”跨入“主动时代”，为内容创作从业者营造技术加持、文明有序的内容产业环境。

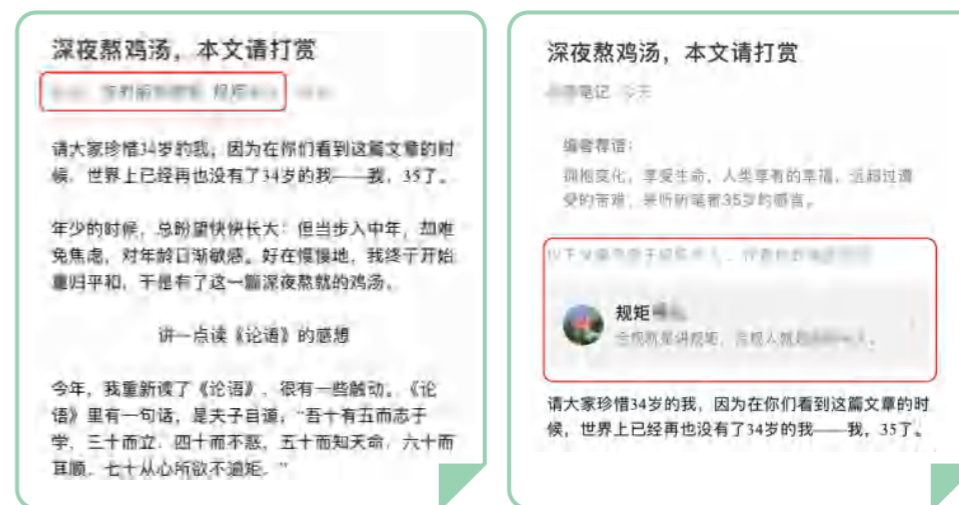


图3-1 微信公众平台的文章原创声明功能

自2015年2月功能上线至2019年6月30日，获得“原创”标识的文章数量超1亿篇，其中2017年、2018年、2019年上半年新增获得“原创”标识的文章数量分别为29,000,000余篇、39,000,000余篇和21,000,000余篇。

同时，当权利人在微信公众平台发布文章时，若发现文章被其他用户抢先发布并违

规标识“原创”，权利人可以通过微信设置的便捷申诉入口和“违规标识原创”投诉入口反馈，微信予以快速审核。2018年及2019年上半年，微信快速核实并取消违规标识“原创”的文章超290,000篇，为权利人发布原创文章提供了高效率高质量的支持和保护。

超过100,000,000篇文章使用原创声明功能

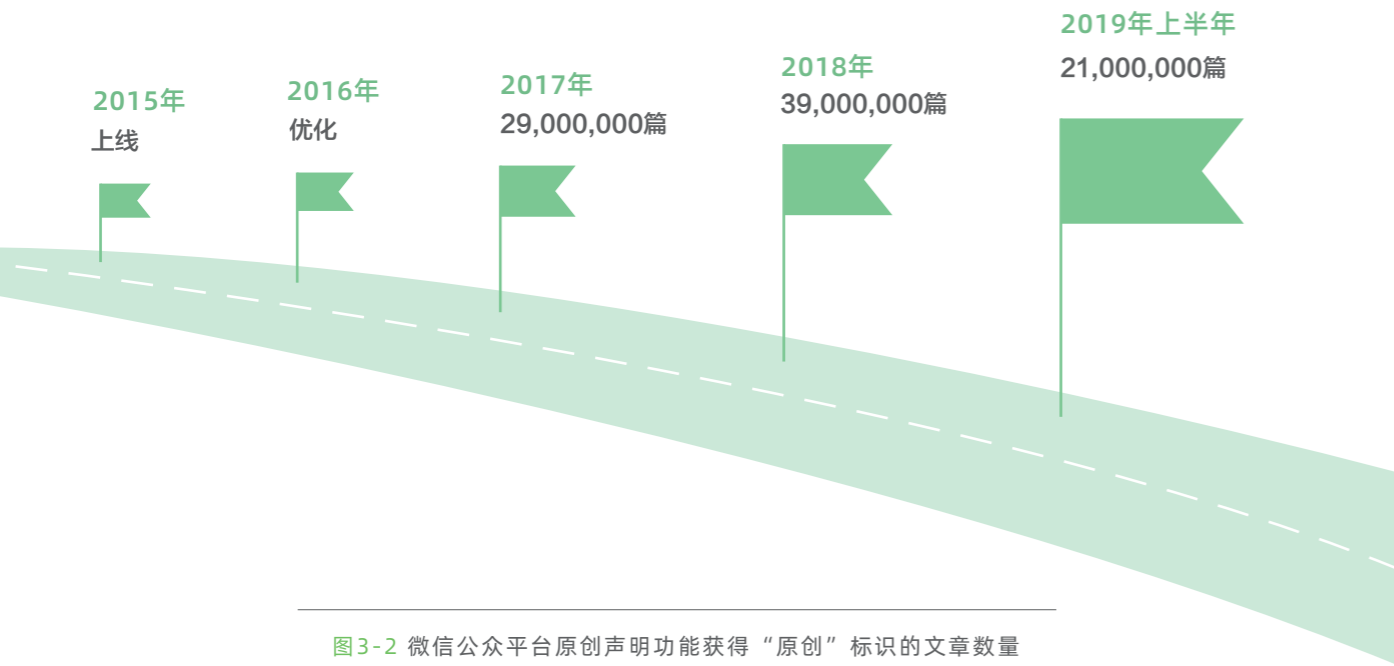


图3-2 微信公众平台原创声明功能获得“原创”标识的文章数量

用原创”——“抄袭/洗稿”。移动端投诉渠道的设计旨在由系统自行识别平台内有效的原创文章链接，高效引导，便捷投诉。若权利人发布在微信公众平台外的文章，被其他公众号未经授权而发布，权利人可以通过电脑端的侵权投诉途径进行投诉，具体入口为微信

公众平台官网: <https://mp.weixin.qq.com>，点击页面下方的“侵权投诉”进入。电脑端投诉渠道的设立让权利人提交不同形式的权属证明有了更方便的上传途径。两个投诉渠道的处理时效在2019年均得到较大提升，平均在3-5个工作日内评估核实。



图3-3 微信公众平台的移动端文章抄袭投诉入口



图3-4 微信公众平台电脑端侵权投诉的官网二维码及入口

(二) 处理版权侵权文章超150,000篇

针对权利人通过不同渠道发布的文章，我们提供了不同的场景化、便捷化的侵权投诉渠道。当权利人的文章通过公众号发布

后，被其他公众号剽窃、抄袭侵权时，权利人可以通过移动端的侵权投诉途径主张权益，具体入口为被投诉文章页面右上角“...”——“投诉”——“内容未经授权/滥

2018年及2019年上半年，微信核实并删除抄袭、未经授权发布等版权侵权文章超150,000篇，其中，因侵犯权利人发布的公众号文章版权而被删除的文章达130,000余篇，因侵犯权利人微信公众平台之外文章的版权而被删除的文章达20,000余篇。

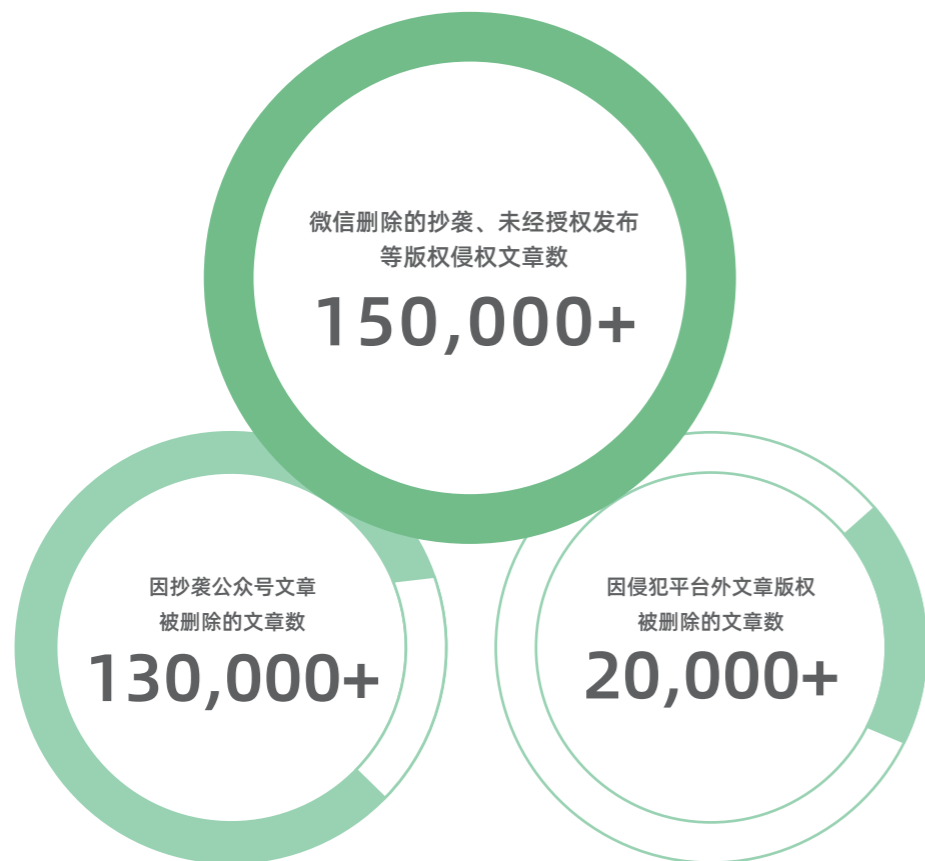


图3-5 微信公众平台核实并删除的版权侵权文章数量

与此同时，微信设置了自认侵权流程。权利人通过侵权投诉系统对侵权公众号的文章发起侵权投诉后，系统会自动转送，告知侵权公众号限期自查并确认是否存在侵权情况，公众号确认自身存在侵权的，系统会协助其自行删除文章。相当一部分文章版权侵权是通过自认侵权流程快速、提前解决纠纷，大幅提升维权效率，大量节省维权工作的人力和时间成本。

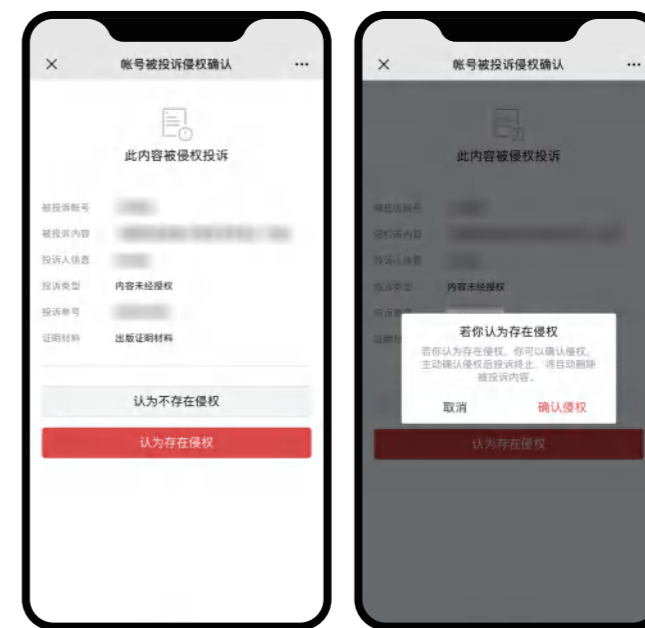


图3-6 微信公众平台文章收到侵权投诉后的自认侵权通知及确认

（三）上线半年，“洗稿”投诉合议机制解决近200起争议纠纷

“洗稿”一般指采用同义词更换、语序转换、段落变换、增删非关键词语等手法生产内容，导致与他人作品主题、观点、大纲、素材、逻辑、结构、表达、描述高度相似，违反运营规范的行为。“洗稿”不同于“抄袭”在法律界定上相对明确，“洗稿”既可能构成抄袭，也可能未达到侵犯著作权的标准，不一定牵涉到法律的评价。

“洗稿”是一个“老大难”问题。在内容创作领域，“洗稿”的产业化、规模化，包括层出不穷的洗稿软件、枪手集团化规模化运营，极大打击了内容产业原创力量的积

极性；花样百出的“洗稿”方法和众多的高级抄袭手段本质上就是围绕对版权侵权的规避而演进的，而被“洗稿”内容篇幅长短不一、难以量化比对，对于“洗稿”的法律认定和法律评价带来极大难度；从互联网平台治理的角度，“洗稿”文章从算法技术上绕过平台的原创审核机制，破坏了互联网平台的原创生态。为了保护原创者的合法权益，维护平台的原创内容生态，微信一直在思考和寻求这一现象的解决方案。

2018年12月，微信推出微信公众平台“洗稿”投诉合议机制。对侵权投诉机制无法判定为明显“抄袭”、但可能有“洗稿”争议的公众号文章投诉，微信公众平台将邀

请“洗稿投诉合议小组”对文章作出评定。经合议若达到“洗稿”处理标准，“洗稿”

内容将被替换为原创者的内容，合议结果也向用户公开展示。



图3-7 微信公众平台“洗稿”投诉合议机制的交互图

“洗稿投诉合议小组”目前主要由微信公众平台内长期生产原创内容的作者组成。自机制上线后，已有多位原创者接受邀请，加入“洗稿”投诉合议小组。合议小组成员对“洗稿”投诉进行合议评定，部分成

员还针对个案发布了评定观点。截至2019年6月30日，“洗稿”投诉合议机制解决“洗稿”争议纠纷近200起，为行业治理“洗稿”提供了众多典型鲜活的案例。



图3-8 “洗稿”投诉合议机制的初步成果

影视作品版权保护：预警保护为前置，辅以档期专项与多维阻断的措施

根据《中国网络版权产业发展报告(2018)》的统计，中国网络视频市场规模963亿元^④。对影视作品进行版权保护，是微信搭建良好原创生态的重要一环。必须看到的是，影视作品存在权利人组成多元（如影片的制片方、出品方、独家授权播放平台等）、影片权益授权细分（如花絮、海报、衍生品等）、投资额度与收益巨大、重点热播档期有限等特点，因此，微信在影视

作品版权保护上一直积极探索更先进前置的技术、更具时效性的专项行动以及更多维度的阻断措施，形成全方位的影视作品版权保护方案。

（一）主动预警拦截，前置保护范围超90%的影视作品

自2018年起，微信不断汇总归集来自国家版权局、影视作品权利人、权利人组织等各方转递的权利预警文件，梳理并搭建影视作品权利预警库，作为对公众号中盗版侵权影片的发布和传播开展提前拦截的基础资料库。目前已有超680部影视作品进入库中受到保护，自2018年以来上映的主流影视作品中，超过90%进入了保护范围。

^④ 数据来自《中国网络版权产业发展报告(2018)》，网址：<http://www.ncac.gov.cn/china/copyright/upload/files/2019/4/2817404494.pdf>，引用日期：2019年8月21日。



图3-9 微信公众平台主动预警保护的影视作品

技术上，微信融合智能识别技术和能力，建立“关键词提前保护机制”、“图像识别模型”以及“音频识别模型”，对库中影视作品进行提取、校验、检测。同时，我们就国家版权局对重点影视作品的保护预警、影视作品权利人的投诉等，在注册、认证等环节针对影视作品的特有名称进行了关键词保护。当公众号、小程序进行注册命名、改名或认证时，如需使用影视作品的特有名称命名（除非属于日常使用的通用词等），需要提交其有合理使用名称需求的相关材料。

在特定的影视作品上映期，微信也在逐步探索针对涉嫌混淆、仿冒影视作品名称的公众号、小程序搜索展示结果，设置动态调整的搜索展示逻辑，为用户合法清晰地获取影视作品搜索结果提供技术和算法支撑。

（二）开展专项行动，处理超18,000篇侵权内容

针对影视作品（特别是电影作品）行业特有的热门档期等情况，微信针对春节档期等侵权高发、票房集中的节假日，主动设立专门团队开展专项行动，协助版权监管部门、影视作品权利人及时打击盗版侵权行为，并形成良好的沟通互动和协助保护机制，及时接受投诉和转递侵权线索，展开针对性的快速处置工作。

2018年及2019年上半年，微信积极响应国家版权局“剑网行动”关于院线电影版权保护工作的要求，开展专项行动7次，设专岗快速处理未经授权通过公众号发布传播盗版影片的侵犯版权行为。2018年及2019年上半年，通过国家“剑网行动”处理的含盗版影片的公众号文章超18,000篇。阻断盗版影视作品在微信内的传播，体现了微信对“守护原创、保护版权”理念的一贯秉承。



图3-10 微信公众平台的影视作品专项保护行动和保护成果

（三）升级多维措施，阶梯处理近1,000个公众号能力

播放盗版侵权影视作品的外部第三方链接在微信内传播，是微信知识产权保护工作中非常棘手的问题。盗版侵权影视作品的外部第三方链接通常通过公众号的文章、自定义菜单、自动回复等功能进行传播，具有发现难、定位难、转移快等特点。对此，微信进行多维度措施快速核实，处理侵权公众号，阻断盗版侵权的外部第三方链接在微信内的传播。

微信通过采取删除公众号昵称、清除公众号自定义菜单、清除公众号自动回复功能、多维处理方式，有针对性地及时阻断盗版链接借助侵权公众号在微信内的传播。

同时，针对涉及恶意、重复侵权行为的公众号，除了删除内容以外，微信还采取阶梯式的处理策略升级措施，根据公众号的违规情况采取包括但不限于能力封禁、封号等更为严厉的处理措施，严重侵权的纳入“黑名单”，拒绝再向该帐号主体提供服务。

2018年至2019年上半年，微信对涉嫌存在盗版侵权链接内容的近千个公众号采取了删除昵称、清除自定义菜单、清除自动回复功能、封禁能力、封号等处理措施。阶梯式处理策略升级方式大幅度加大版权侵权的成本，对侵犯版权行为产生制止和预防效果，维护权利人的版权权益。



图3-11 阶梯式处理策略升级处罚盗版侵权公众号

小程序（含小游戏）版权保护：互联网新形态载体的版权保护探索

微信小程序是微信于2016年为用户提供的一种全新的信息连接技术方案，使小程序开发者无需将内容上传至微信服务器、无需本地安装便可直接向用户提供内容和服务；使用户实现“无须安装、触手可及、用完即走、无须卸载”的使用体验。

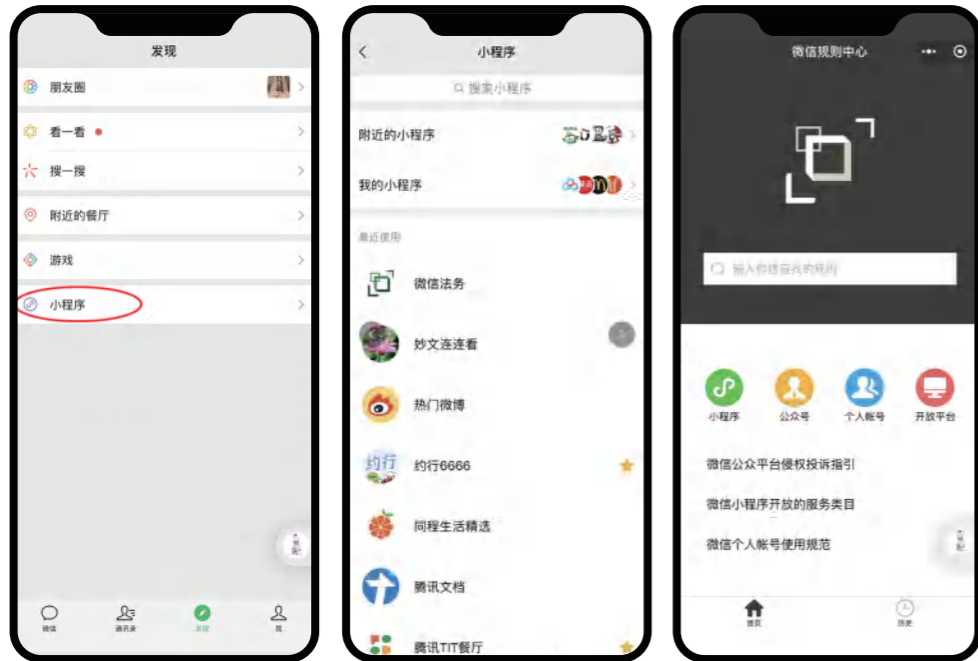


图3-12 微信小程序示例

（一）小程序（含小游戏）产品原理简析

小程序内容由开发者布置在自己架设的服务器上，微信为开发者提供远程接口调用、前端框架开发、服务连接渠道、数据加密传输等技术，开发者通过微信提供的开发

框架编写代码，自行架设服务器存储数据，自行与用户交互传输信息。小程序的实现原理是页面视图层和应用逻辑层之间通过系统层产生数据流和事件数据的交互。如下图：

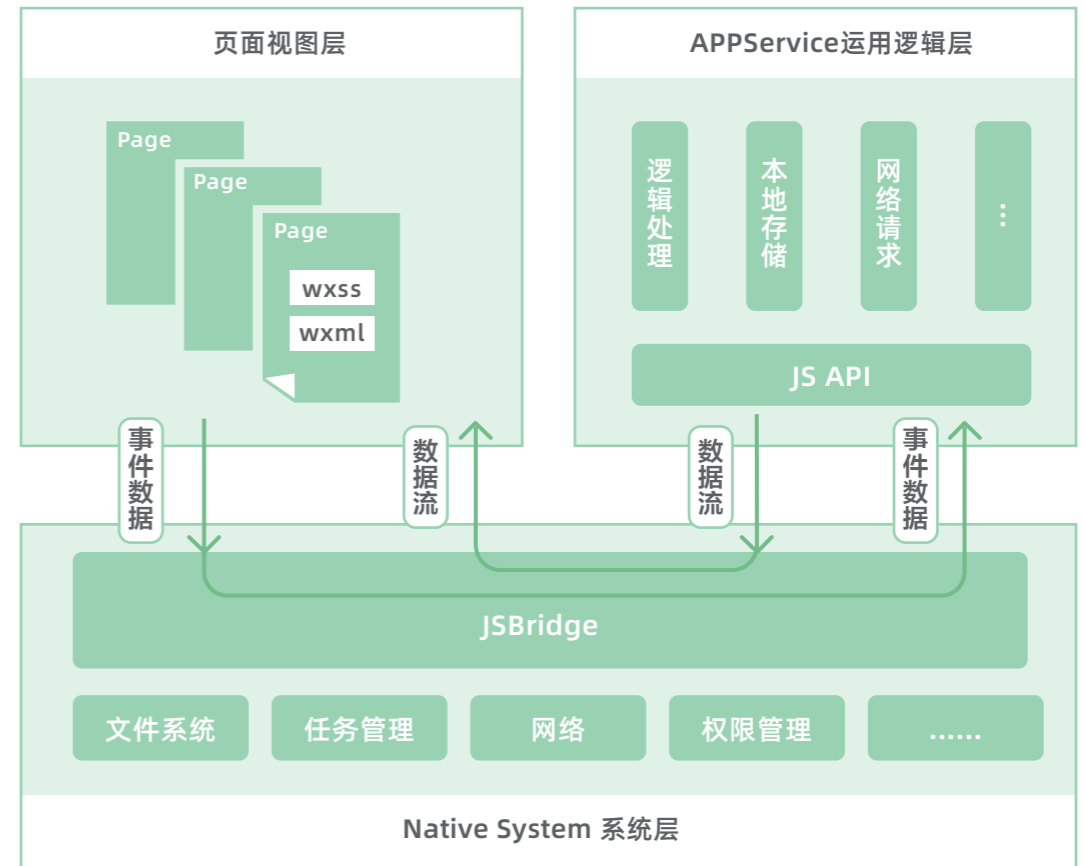


图3-13 微信小程序的产品原理示意图

基于以上技术原理，即使在小程序内个别内容侵权的情况下，微信在技术上也难以定点删除开发者服务器中的特定侵权内容，目前只能通过下架整个小程序来达到断开侵权内容链接的效果。顺应小程序独特的技术形态和技术特征，微信为微信小程序的版权保护量身定制了独立且完整的版权保护体系。

（二）微信小程序版权保护

1. 小程序内容保护：审核超2,000件小程序内容侵权投诉信息

基于小程序的产品特征我们搭建了独立的小程序内容侵权保护机制，当权利人发现小程序内容存有侵犯其权益的信息时，可通过投诉流程，对有侵权嫌疑的小程序进行投诉。该流程搭建了“转通知”“自行核实整改”“开发者主体信息展示”等符合小程序产品特征的纠纷解决和版权保护流程，在平台无法精确定位小程序侵权内容的情况下，通过信息转送，减少争议双方的信息不对称，避免平台对小程序进行整体下架，高效、合理地解决小程序上的内容版权侵权纠纷。

2018年6月，小程序内容侵权的独立投诉流程正式上线。上线一年以来，平台共收到并审核了超2,000件小程序内容侵权投诉，对600余个内容侵权小程序帐号进行了处置。

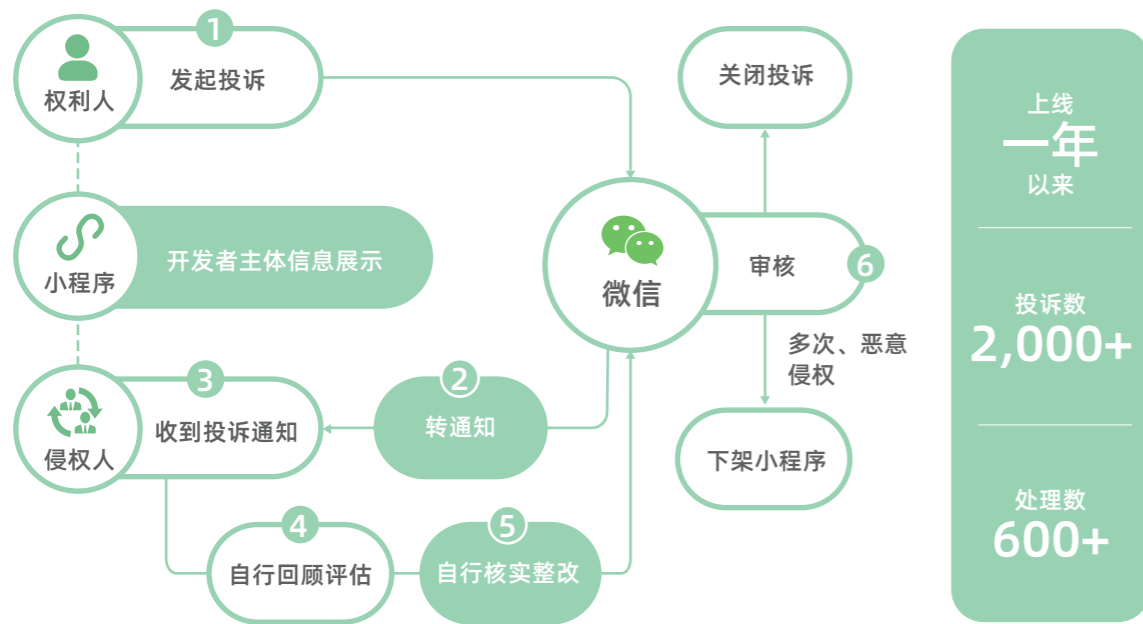


图3-14 小程序内容侵权投诉机制及数据

2. 小程序整体保护：处理超3,800个侵权小程序及其帐号信息

每一个小程序都是互联网技术下的独立开发成果，开发者的智力劳动和投入有必要受到合理的保护。微信对小程序的整体保护分别从小程序的帐号信息、小程序的代码等入手，通过权利人提供的侵权线索和日常主动巡查，发现、处置抄袭仿冒、恶意混淆

的侵权违规小程序。2018年至2019年上半年，我们根据权利人提供的侵权线索，处置了超3,800个小程序。其中，因头像、昵称、简介、简称等帐号信息侵权而被删除帐号信息的有2,600余个小程序；因仿冒而下架的有近600余个程序；因代码侵权而下架的有580余个小程序。

微信小程序赋予开发者自由搭建、独立运营、实现创意的无限想象力和广阔空间。自2016年上线以来，国内外各大传统和新兴行业均逐步以小程序为载体进行数字化、移动化演进，实现从线下到线上、从电脑端

到移动端、从H5页面到小程序的商业转型。在移动互联网创新的背景下，微信小程序作为一项在中国本土萌芽、发展和壮大的技术，已成为全球互联网行业的创新标杆。



图3-15 小程序整体保护成果

(三) 微信小游戏版权保护

微信小游戏是一类特殊类型的微信小程序。游戏类作品的知识产权保护一直是理论和实践的难题。从微信小程序增设游戏类目开始，微信就着手搭建微信小游戏平台原创保护和全电子化的权利争议解决机制。微信紧密围绕小游戏开发、上线、审核以及投诉处理的全生命周期流程，建立微信小游戏平台独特而有效的知识产权保护机制。

1. 用心保护原创：创建“两个保护库”和“一层过滤网”

微信知识产权保护团队秉持鼓励原创、保护原创的初心，立足于游戏行业实际，以游戏名称和游戏核心素材为抓手，建立了“两个保护库”，分别是游戏名称保护库和知名游戏的素材保护库，其中游戏名称保护库包含游戏业内知名游戏名称，总共涉及微信小游戏平台内外已上线的知名游戏名称超

过3,000个，处理名称侵权超过1,300单；知名游戏素材保护库则是微信知识产权保护团队成员通过长时间的用心总结和整理梳理，收集业内160款热门游戏的核心游戏素材，包括人物、UI设计、场景设计等内容。如果开发者提审的游戏命中上述“两个保护库”的内容，则相关游戏审核申请将被拒绝。两个原创保护库有效遏制部分游戏意图“蹭热点”，“搭便车”的行为，保护知名游戏

开发者的合法权益；“一层过滤网”则是在两个保护库的基础上，设置的小游戏上线前置审核环节，微信知识产权保护团队对拟上线高风险的小游戏进行筛查和审核过滤，对存在侵权他人原创合法权益予以拦截驳回，上线至今共计审核处理疑似侵权游戏审核超过5,500单，为微信小游戏平台在源头上把好关，降低了游戏上线后因侵权投诉导致平台的管理和处理成本。



图3-16 微信小游戏原创及版权保护措施和数据

2. 游戏行业首创：将游戏原创保护延伸至游戏代码层面

微信知识产权保护团队一直在思考如何可以更好保护游戏开发者合法权益和创作热情。我们首次利用产品思维和技术能力，将游戏原创保护延伸到游戏代码层面。通过建设游戏原创代码库、开发代码比对技术、建立代码侵权归责机制，梳理代码侵权判定策

略，建立起游戏行业首创的游戏代码侵权保护措施。小游戏代码侵权策略上线后，共处理代码侵权投诉近3,500单，小游戏平台内代码抄袭、游戏换皮、同质化现象严重等情况到了明显的遏制，较大程度提升了平台生态的健康度，也为业内游戏平台运营管理提供了很好的创新实践。

第三编 创新与探索

「规则+技术」加持的知识产权保护创新举措

一直以来，微信严守法律底线，积极主动地履行法律义务。在法律尚未规定的细分领域和具体业务中，微信从提升用户体验、保护知识产权、尊重创意等角度出发，制定完整、周全的规则，较之一般做法更先进、更高效。在互联网产品上线、日常运营、持续优化的过程中，规则贯穿始终。在功能上线之初，微信以服务协议和服务条款为主，释明产品定位、约定各方权利义务；在日常运营过程中，微信依靠运营规范、功能说明等规则，对用户行为进行引导，对侵权等恶意行为进行打击；在出现问题时，微信专门针对漏洞优化，通过站内信通知、微信窗口等，及时告知新规则，引导用户改进适应。以下列举微信以规则为后盾、以技术为依托的知识产权保护创新举措。

（一）微信公众平台原创声明功能

微信公众平台原创声明功能是微信公众平台为促进原创作品创作，加强作品合法流

通的开创性举措，微信为此在法律规定基础上设计了配套运作的平台规则。

微信公众号文章作者有权对其创作的文章进行原创声明，当作者成功声明原创后，其可选择是否允许其他公众号对原创声明文章进行转载，当其他公众号在微信公众平台转发已进行原创声明的文章时，系统会在转发文章发布页自动为其注明出处。

微信公众平台原创声明功能背后有强大的智能比对算法和完善的人工审核作为支撑。算法上，系统通过拆分文章词库、快速找出相似集合、计算相似度等步骤，将拟进行原创声明的文章和微信公众平台内已经成功进行原创声明的文章进行智能比对，比对后通过系统才会对文章添加“原创”标识。人工上，通过针对不同场景可能产生的系统误判，提供申诉投诉入口和人工快速审核反馈，包括针对智能对比反馈结果不满意的申诉、违规标识原创的投诉和文章抄袭的投诉。



图4-1 「规则+技术」加持的原创声明功能

在2019年，微信公众平台在文章原创声明功能基础上，推出了视频原创声明功能，将原创声明功能的保护和激励范围从文字作品延伸至视频作品。通过视频原创声明功能，公众号可以为其原创视频添加“原创”标识，同时视频将进入微信公众平台视频原

创库。其他公众号发布该视频时，下方会以原创作者的公众号作为来源展示，同时给予原创作者更好的流量资源激励。视频原创声明功能将微信对原创的激励延伸至视频领域，鼓励公众号创作更多优质视频内容，为微信的原创生态注入更鲜活的生命力。



图4-2 微信公众平台的视频原创声明功能

（二）微信公众平台赞赏功能升级

赞赏功能的升级也是基于微信公众平台规则建立的一个功能升级。2018年微信再次优化升级赞赏功能。根据平台规则，公众号赞赏功能升级为“喜欢作者”，支持转载文章带赞赏功能，公众号作者可以获得用户基于文章或者基于作者个人赠与的赞赏金额。

我们还给作者提供独立的展示页面，用于集中展示该作者的信息和文章列表。赞赏功能的升级，一方面可以使公众号原创作者得到微信用户的激励，激发创作热情，促进原创文章的创作和在全平台内的广泛流通；另一方面也使更多的微信用户可以获得高质量的原创内容，为微信用户提供更丰富多彩的精神食粮。

赞赏功能的升级首次建立了内容创作行业内“以原创作者为中心”的原创激励体系，对于建设健康多元的内容创作生态，促

进培养微信用户乃至社会大众高质量的阅读品味和阅读习惯具有重要的价值和意义。



图4-3 微信公众平台的文章赞赏功能升级为“喜欢作者”

（三）微信公众平台“引用”功能

2019年，为进一步规范公众号作者撰写文章时对他人作品的引用行为，微信公众平台上线了“引用”功能。“引用”功能可在公众号文章中对他人作品引用的部分自动形成标准引用格式。同时，公众号作者在文章编辑后台输入文章内容时，若内容引用自公众平台外部，则作者可以在后

台标注引用内容来源的文章地址，若内容引用自公众平台内，则作者可以在后台标注引用内容来源的公众号。“引用”功能的应用，使微信公众平台对文字作品版权保护、抄袭防范措施从整体细化到段落，体现了微信知识产权保护工作的尽责初心，以及对原创作者保护的积极诚意。



图4-4 微信公众平台的文章“引用”功能

（四）微信品牌维权平台关联个人帐号打击

在加强品牌权利人保护上，我们研究分析了品牌维权平台积累的相关数据，发现部分被投诉用户存在利用个人帐号昵称、个性化签名、朋友圈封面等功能宣传其侵权关联

帐号信息，并为这些关联个人帐号引流，形成一个有组织、有分工、有管理的社交侵权团体。针对此类恶意侵权行为，仅仅按照品牌权利人的通知，进行“点对点”的侵权信息清理并不足以满足打击侵权行为的根本需求。

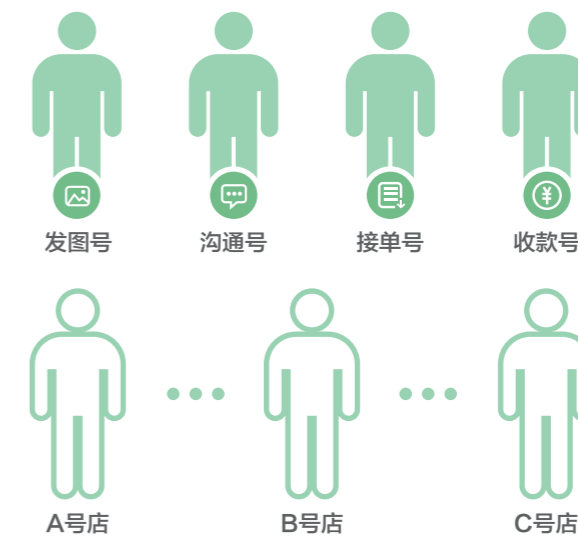


图4-5 关联个人帐号的社交侵权团体示意图

2018年开始，微信知识产权保护团队建立算法和模型，利用品牌维权平台的历史数据进行数据训练，挖掘被投诉帐号背后的关联帐号。在品牌维权平台的处理过程中，如果系统发现被投诉帐号存在关联帐号，在审核环节会向微信审核人员展示和提醒帐号情况，审核人员可依据相关证据判断关联帐号是否存在侵害品牌方权益的行为，在处理被

投诉帐号时一并将关联帐号予以处理。

关联侵权个人帐号识别打击策略，是品牌保护法律措施、平台规则和系统数据分析能力的一次结合，是社交平台保护工作的一次新尝试，在法律规定的“通知-删除”法律义务基础上更进一步扩大了平台对侵权内容的识别、发现和打击能力，有效遏制了利用关联帐号集群式侵权的情况。



图4-6 品牌维权平台的关联侵权帐号识别打击

(五) 品牌保护一站打通

从建立伊始至2018年，微信品牌维权平台侧重点在于为品牌方打击发布仿冒品信息的个人帐号提供手段和便利。伴随平台能力

的不断完善，微信知识产权保护团队一直思考如何推动平台进一步帮助品牌权利人，如将平台的便捷性向公众号和小程序方面拓展。

为此，在满足法律规定和平台规则的前提下，微信重新整合投诉流程，实现“一次认证，全场通用”的效果。对于已经接入品牌维权平台的品牌权利人，可通过其授权的微信个人号登陆公众平台侵权投诉系统，系统将自动识别品牌方身份并复用品牌方资质材料，免去权利人主体信息和证明材料的填

写步骤，也无需下载投诉通知书签字/盖章后上传，确认投诉内容后品牌方即可直接提交投诉，提升投诉效率和操作体验。同时，由品牌权利人发起的公众号投诉，后台会标识为“品牌方”，在审核侧会适当优先审核处理。自此，真正完成了微信全场景投诉渠道电子化，实现品牌方投诉“一站式”闭环。

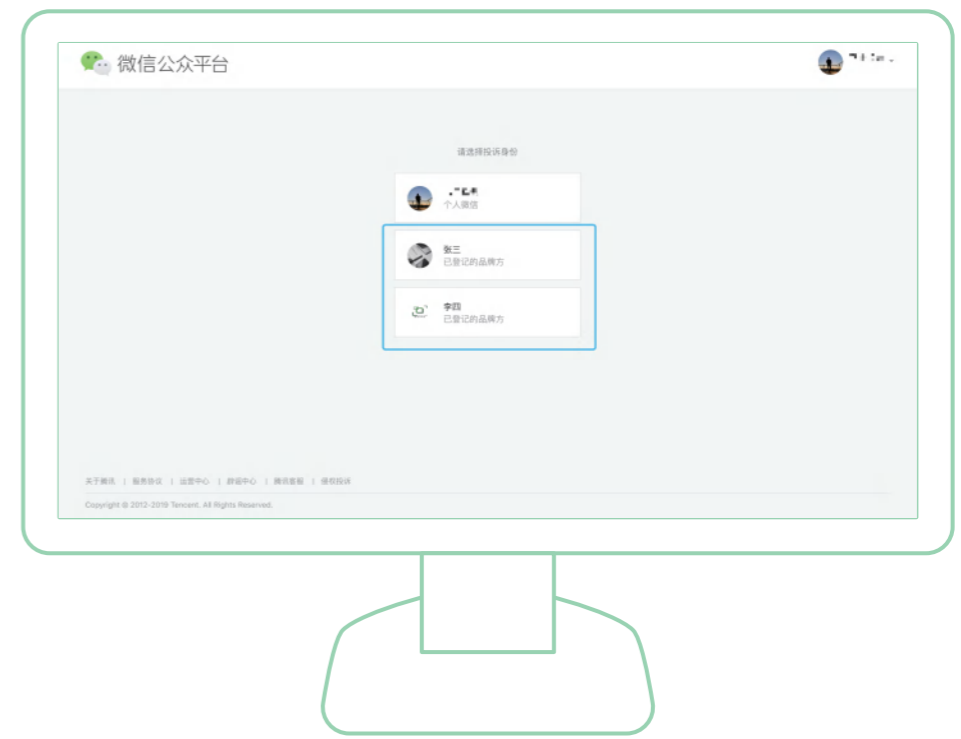


图4-7 微信品牌维权的“一站式”投诉示意图

行业多方联动的共治解决方案

微信知识产权保护工作，只依靠微信的力量是无法完成的，更需要知识产权保护监管部门、行业组织、品牌权利人、版权权利人及微信用户的深度参与和积极配合，一起

努力探索互联网网络服务企业版权侵权行为更科学的治理措施。同时，我们需要紧紧结合产品特点，将治理措施置于一线运营中推出各种打击侵权者的解决方案，制定更靠

前、更及时、更有针对性的有效措施，形成保护闭环。如前述微信品牌维权平台同时拉动了微信、用户、品牌方投入到品牌保护的工作中来，形成合力维护权益、净化生态，即为生动的行业多方联动共治案例。除此之外，微信还有以下联动共治的代表性方案。

（一）微信公众平台“洗稿”投诉合议机制

2018年12月，微信推出微信公众平台“洗稿”投诉合议机制，邀请生产优质内容的原创作者，对争议文章进行合议评估，从原创作者角度作出判断。洗稿争议纠纷解决机制让内容行业创作者参与平台治理，让行业的争议由行业解决，引领行业规则升级。



图4-8 微信公众平台以合议小组为核心的“洗稿”投诉合议机制

微信公众平台“洗稿”投诉合议机制是一种平台自我驱动型的规则、机制和管理创新，鼓励原创作者积极维护创意权益，为内容行业长期深受其扰的“洗稿”行为提供解决方案。在平台规则层面和技术层面应对新业态下的新型版权争议问题上，“洗稿”投诉合议机制通过行业各方中立的评审机制将纠纷争议止于前端环节，为行政执法和司法裁判提供行业先试的实践经验。上线以来，“洗稿”投诉合议机制获得了包括新华社、人民网等媒体与社会各界的高度关注和赞许。

（二）微信小游戏创意保护计划

2019年，微信发布小游戏创意鼓励计划，旨在发现优质的创意小游戏、鼓励对游戏创意的深耕和打磨，同时推出创意标识、初始用户、分成激励、创意保护四大措施，解决小游戏用户识别难、发现难等痛点，帮

助开发者获得更多收益。小游戏创意保护计划由几十位专家成员组成的品鉴团进行品鉴，共同探索评价创意小游戏的合适规则，发现具有显著创意的优质内容，具体品鉴内容包括核心玩法、美术风格和音效等。

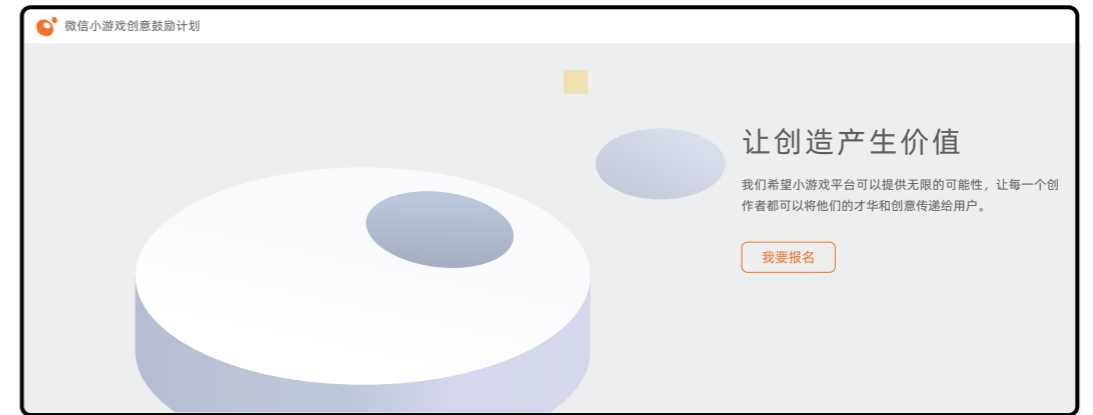


图4-9 微信小游戏创意保护计划及创意小游戏示例

引入行业各方参与知识产权保护工作，不仅可以体现公平公正，还可以让行业从业者对知识产权保护工作提供更多的建议，联动共治，维护微信的原创生态。在这过程中，行业各方通过亲身体验了解知识产权保

护工作的难处和痛点，增强从业者和行业对平台的理解。在行业各方参与知识产权保护工作的过程中，形成对疑难问题的行业解决方案，开启保护创意、守护原创新思路，推进行业的发展。

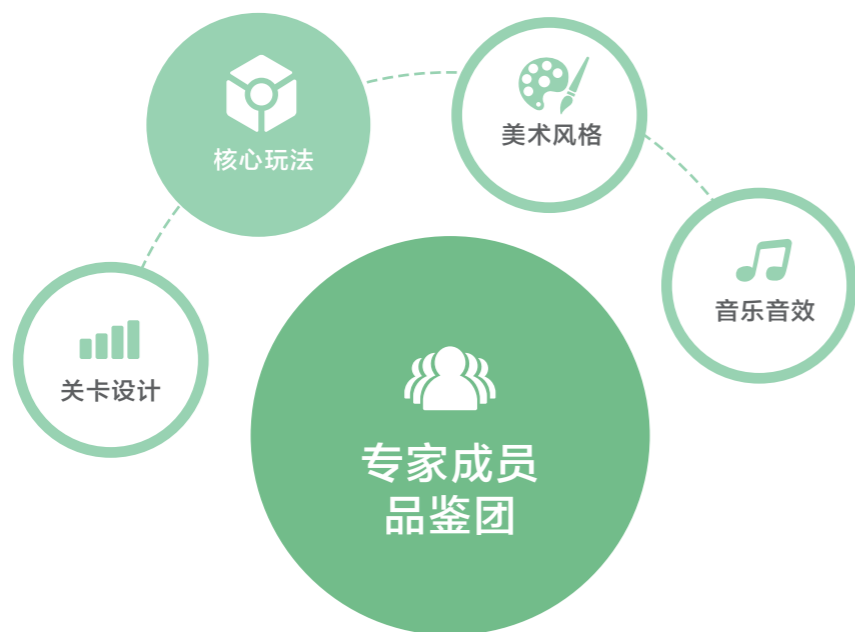


图4-10 微信邀请专家品鉴团参与创意小游戏的鉴定

支撑线下执法打击的全方位治理模式

互联网上的知识产权侵权行为本质上是线下侵权行为的映射。同时，我们发现假冒盗版侵权行为的产业化、规模化，假冒盗版团伙经常是跨帐号、跨平台行动，不同平台的帐号形成完整的侵权矩阵，在假冒盗版商品交易链条中，不同平台的帐号参与其中，将交易链条割裂在不同平台中，在—批帐号

或一个渠道被打击处理后，假冒盗版团伙往往能快速转移至其他平台，加大了单一平台的治理难度。

为了从根源上打击侵权行为，我们在2018年开始探索线上线下联合打击的新模式，与多个品牌方、版权方和多地警方携手推动售假行为的线下刑事打击工作。微信团

队立足于“品牌维权平台”提供的大量投诉线索，微信团队与品牌权利人联手分析平台上的有效信息和潜在案例，筛选、预研初步线索，对重要信息进行深挖和跟进，最终与公安部门良好配合协作，实施对售假行为的刑事打击。鉴于刑事打击中诸多数据和信息的敏感性，在此以已经侦查终结的LOUIS VUITTON案件为例予以介绍：

2018年3月，国际知名品牌LOUIS VUITTON（路易威登）的维权团队（以下简称“LV维权团队”）在微信平台维权及处理微信品牌维权平台提供的侵权线索过程中发现了某犯罪团伙通过互联网大量销售假冒LV产品的“蛛丝马迹”，迅速与大连市公安机关以及微信团队取得联系。接到LV维权团队的维权需求后，微信团队立刻组织了人力物

力，协调公司内外部资源以及前后端技术力量，在微信品牌维权平台中挖掘到更多线索。

经过各方的调查，发现这个犯罪团伙从2017年开始进行仿冒生产加工LV的产品，再利用微信及朋友圈进行宣传、发布仿冒品信息。他们的供货商、采购员、营销及下游代理，遍布辽宁、广东、江苏等10多个省市。

7月下旬，一张由微信团队、LV维权团队、大连公安局中山分局共同撒下的大网悄然拉开，对该犯罪团伙的所有产业环节进行了全链条打击，包括刺绣厂、印花厂、印刷厂、面料厂及织带、吊牌供应商等产业环节实施了全链条打击，涉案金额达到1,000余万，抓获犯罪嫌疑人6名。

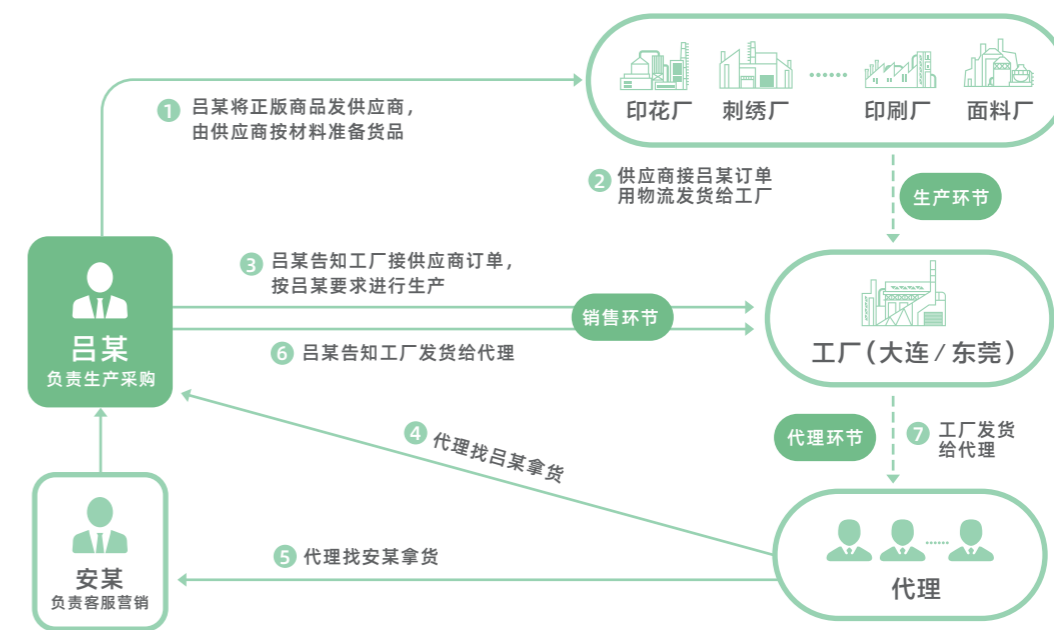


图4-11 生产售卖假冒路易威登 (LOUIS VUITTON) 的犯罪团伙示意图

此次微信携手品牌权利人，全链条打击造假、售假犯罪团伙，是微信首次全程参与的品牌线上线下维权打假案件。这是微信与品牌权利人在线上线下全链条维权打假的首次成功合作，也是国内社交平台知识产权保护工作的新尝试、新突破，社交平台知识产权保护首次实现全链条闭环，极大震慑侵权犯罪分子，对后续社交平台线上线下保护具有深远的借鉴意义。

打击假冒盗版，净化互联网生态是各互联网企业、权利人和监管部门的一致目标和共同利益。2019年，微信欢迎与权利人继续

共同开展“线上到线下”的知识产权侵权打击行动。在现有合作模式的基础上，一方面，平台将继续优化系统功能和效率，加大线上有效线索供给和挖掘能力，为品牌方、版权方输送更具价值的侵权线索；另一方面，我们将继续与品牌方、版权方保持密切友好沟通，整合内部资源和能力，进一步优化对接流程。未来我们也计划联动其他互联网企业和监管部门，继续加大线下打击力度，探索假冒盗版产业的有效治理方案，对不同平台上的假冒盗版侵权行为进行联合整治，震慑假冒盗版行为。

四 「全场景+全电子」化的侵权投诉与反馈机制

「全场景+全电子」化的侵权投诉和反馈机制是微信作为一款先进互联网产品贴合用户需求推出的一款迄今使用时限最长、需求最多、最稳定的知识产权保护系统。

侵权投诉系统和反馈机制覆盖微信个人帐号、公众号、小程序、小游戏、微信看一看等产品。在微信个人帐号的单聊、群聊场景、帐号主页、朋友圈、公众号主页、公众号文章、小程序主页、看一看等场景，均有

直接投诉的入口和指引，用户和权利人在其使用过程中可及时反馈维权需求。在侵权投诉系统和审核系统之间，权利人的侵权投诉、微信的信息转送、侵权方的自认侵权以及微信的评估结果通知等信息，均通过电子化系统进行交互。侵权投诉系统和反馈机制投诉入口全面，操作便捷，成为行业内领先的全场景化和全电子化的知识产权保护机制。



图4-12 微信的侵权投诉与反馈机制覆盖多个产品功能

对于品牌维权平台，微信不断推进平台的优化迭代，提高平台操作的准确性和效率，持续进行全方位升级优化立项。在2018年及2019年上半年，我们共推进前端后台优化工作共计53项。其中核心优化点包括：新增批量处理功能，对判定为非售假线索的投诉一键处理，降低品牌方的操作成本；优化了品牌方的审核界面，提升处理的流畅性和

体验感，增强操作的友好性；新增投诉量统计功能，方便品牌方对投诉及审核结果进行统计分析，使得平台审核和处理效果更加清晰直观；增加意见反馈接口，便于微信与品牌方进行沟通和反馈处理意见及补充材料；优化排序功能和搜索功能，方便品牌方有针对性地投诉单据进行分类和查找等。



图4-13 微信品牌维权平台系统已完成的优化工作

同时，在今年上线的微信第三方知识产权保护门户网站^⑤，微信提供了统一全面系统化的侵权投诉维权指引，协助权利人更好地主张维护权益。网站覆盖个人帐号、公众号、小程序等各个产品的保护策略和平台规则，为权利人提供维权投诉、知识产权保护合作等服务，同时优化了知识产权相关文档及指引工作，构建了微信知识产权保护

的整体框架。微信第三方知识产权保护门户网站有利于提升微信知识产权保护规则的透明度、知识产权保护措施的易读性以及用户友好度，加强外界微信知识产权保护的原则及规则的了解。

⑤ 微信第三方知识产权保护网站：
<http://ipr.wechatlegal.cn/>



图4-14 微信第三方知识产权网站

此外，微信知识产权保护团队开通了“微信法务”公众号，公布微信知识产权侵权投诉指引，并定期推送微信知识产权保护

团队关于知识产权保护的相关措施和成果；并通过“微信规则中心”小程序向权利人和用户展示微信相关规则。



图4-15 微信知识产权保护各类公众号、小程序和网站二维码



结语

微信鼓励开放，但不代表微信放任肆意侵犯他人知识产权的行为。在态度上，微信始终尊重思想和表达的开放融合，孕育万千生态，始终以开放、包容的姿态，欢迎一切创新、优质的文化、思想在微信上产生和传播，但微信绝不容忍任何侵犯他人知识产权的内容在微信生态中产生或传播。

微信连接一切，但微信会毫不迟疑地将侵犯他人知识产权的内容清除或者阻断传播。“尊重和保护知识产权”并不仅仅是一句口号，而是已经真真切切地融入到微信的每一个产品、每一处功能、每一个细节中。微信始终坚持微信生态的“维护者”、用户权益的“守护者”的双重角色定位，以实际行动努力践行着自己对用户的庄严承诺。

微信崇尚极简，但微信愿意为了更好地保护知识产权而不断丰富、创新保护策略。

微信坚守法律的要求和底线，在法律允许的范围内，将侵权打击策略转向更加主动化、严厉化、彻底化的方向发展。微信竭尽所能联合各方力量，调动多方资源，不断创新出更高效、更有力的知识产权保护措施，不断完善知识产权保护战略布局。

回顾过去，微信知识产权保护工作为营造健康、绿色的微信生态环境提供了有力的支撑；在未来，微信知识产权保护团队依然会坚持以用户价值为一切工作的依归，以全方位保护知识产权为宗旨，拒绝违法侵权行为在平台上的滋生。也诚挚地希望，有更多用户、知识产权权利人、社会组织以及监管机构可以了解并理解微信的知识产权保护工作，并加入到微信知识产权保护力量中来，与微信知识产权保护团队并肩携手，打造和维护这个合法、健康、有序的生活方式。

