

中国游戏企业出海的知识产权与合规挑战

作者：杨迅 | 李依然

中国游戏企业出海已成为行业发展的显著趋势。这一趋势的动因在于，一方面，国内游戏市场竞争激烈，游戏版号数量有限，限制了国内市场的增长空间；另一方面，海外市场潜力巨大，为企业提供了更广阔的发展空间和用户基础。然而，中国游戏企业在出海过程中也面临着严峻的知识产权保护和合规性挑战，需要不断适应和应对。

本文结合笔者的实践经验，重点介绍游戏出海中有关的隐私、知识产权和监管风险。

一. 隐私与跨国数据传输

毫无疑问，隐私和数据保护是近年来法律界的热点问题。游戏企业在运营过程中不可避免地涉及收集、处理用户的个人信息，涉及用户信息的跨境流动。这就给游戏企业带来隐私和数据跨境传输监管方面的挑战。

首先，不同国家关于隐私和数据保护的法律规定千差万别，这不仅仅体现在《隐私政策》的撰写要求上，更在数据保护的实际操作和流程中体现得淋漓尽致。中国游戏企业在国内市场积累了丰富的经验，但在全球化布局时，这些经验并不符合域外法律的要求。以“实名认证”为例，在国内，它是保障游戏环境健康、维护用户权益的重要一环。然而，当中国游戏企业走进德国等欧洲国家时，这种实名要求可能会被视为对个人信息的过度收集，从而引发监管部门的关注。

.....
如您需要了解我们的出版物，
请联系：

Publication@llinkslaw.com

其次，除了法律规定上的差异，不同国家和地区的隐私保护意识也存在显著差异。中国游戏企业在进军海外市场时，若未能充分考虑到目标市场的文化特点，忽视了当地的隐私保护习惯和文化偏好，便很容易陷入被动。例如，在中国，个性化推荐和主动的广告投送已被广大用户所接受，但在欧洲，这种做法往往会被视为对用户隐私的侵犯，从而引发玩家的不满和监管风险。

再次，更为复杂的是，跨国运营的游戏企业通常需要进行跨境数据传输。例如，将境外的用户数据传输回国进行集中处理。然而，这一过程中，企业不仅要面对中国对数据出境的严格监管，如安全评估或标准合同备案等要求，还需应对其他国家和地区的类似监管。例如，欧洲对个人信息的跨境传输有着严格的监管要求，而俄罗斯、印度等国家甚至原则上禁止个人信息的跨境传输。这无疑给游戏企业在全中国范围内集中处理用户信息带来了极大的困难。

针对前述隐私和数据保护风险，游戏企业必须全方位地进行考量。首先，在数据中心的选择上，应优先选择信誉度高、法规健全的地区，比如受欧盟认可的新加坡，以达到减小数据跨境流通合规成本的目的。其次，在游戏产品的设计过程中，要充分考虑不同国家的监管要求，确保产品的设计即合规。最后，在运营层面，游戏企业应制定统一的内部政策，以应对各国法律要求的差异，确保在满足各国特定因素的同时，也能满足数据保护的核心要求。

二. 知识产权布局与风险防范

我国游戏出海也需要关注知识产权方面的风险。

首先是商标问题。正所谓“大军未动，粮草先行”，在游戏踏上境外市场前，商标布局显得尤为关键。游戏企业通常借助马德里协定，进行商标的跨国注册，以实现品牌在多个国家的保护。但各国法律文化的差异往往使得这一过程充满挑战。在一些国家和地区，由于现有商标注册的情况复杂，或是因为文化敏感度的不同，导致某些商标无法直接注册。这时，游戏公司需要针对具体情况进行商标的调整或重塑。例如，深受玩家喜爱的游戏《逆水寒》，在境外发行时便采用了“Sword of Justice”这一译名，既体现了游戏的文化内涵，又符合了西方玩家的语言习惯。



商标的保护并不仅仅局限于注册这一环节，与合作伙伴的交往中也充满了风险。以《少女前线》为例，当这款游戏准备进军日本市场时，却遭遇到了代理商抢注商标的情况。虽然根据《巴黎公约》的规定，游戏公司有机会夺回被抢注的商标，但由于代理商已将商标转让给第三方，游戏公司最终不得不将游戏更名为《人形前线(Doll Frontline)》。这一事件警示我们，在与合作伙伴签订代理、运营等协议时，必须加入明确的知识产权条款，以防范潜在的风险。

除了商标问题，游戏在境外发行时还可能涉及著作权等知识产权问题。尽管绝大多数国家和地区著作权法律都遵循全球保护的原则，但各国的保护尺度却有所不同。比如，在日本广受欢迎的“舰娘”一词，可能在该国受到严格的著作权保护，但在其他国家则未必如此。

此外，对于那些允许用户自行上传或设计图片、场景等视听作品的游戏来说，游戏公司在处理用户侵权作品时的责任也备受关注。这很大程度上取决于运营所在国的“避风港”制度。因此，在设计游戏及其运营模式时，游戏公司必须充分考虑各国的著作权法律，以减小自身经营的风险。

三. 文化、防沉迷与消费者保护

除前述隐私和知识产权问题外，游戏运营所在地的监管问题也需要关注。

首先，文化敏感性是海外游戏运营中不可忽视的一环。在游戏的世界里，每一次跨越国界的运营都是一次文化的交流与碰撞。游戏作为一种特殊的文化产品，其海外运营不仅关乎商业利益，更需深入理解和尊重运营所在地的文化习俗。在某些地区，特定的颜色、形状和词汇可能承载着特殊的文化意义，甚至可能是禁忌。例如，红色在某些文化中象征着吉祥和喜庆，而在其他地区可能因其强烈的视觉冲击而被视为过于激进；三角形在某些文化中可能只是简单的几何图形，但在某些地区却可能因其与某种负面符号相似而被避之不及。此外，语言差异也可能导致误解和冲突。一个看似中性的词汇，在不同的语言环境下，可能会触发意想不到的负面情感。比如，《诸神之战》，其“耶稣大战佛陀”的设定在马来西亚引发了宗教争议，最终导致了游戏的下架。



其次，“防沉迷”机制的实施是海外游戏运营的另一大挑战。在许多国家，游戏的运营都需要遵守严格的法规，包括“防沉迷”机制的实施。然而，各国的“防沉迷”要求各不相同，比如未成年人年龄的设定、宵禁时间的限制各不相同。游戏企业需要在游戏设计时就预留足够的空间，以满足不同国家的法规要求。同时，境外许多国家对游戏服务的“实名认证”持保守态度，这就要求游戏企业在保证游戏公平性的同时，还要通过其他手段来确保未成年人的游戏时间和消费安全。

其三，游戏运营也会涉及很多消费者保护的问题。游戏企业应提供明确的用户协议，详尽阐述玩家的权益与责任。同时，制定合理的退款政策，确保玩家在遭遇问题或不满时能够顺利退款，这是保护消费者权益的重要一环。此外，在处理玩家付款时，企业应严格遵守当地法律，确保交易的安全性与合规性，以维护玩家和企业的共同利益，营造健康、诚信的游戏环境。

如您希望就相关问题进一步交流，请联系：



杨 迅
+86 21 3135 8799
xun.yang@llinkslaw.com

如您希望就其他问题进一步交流或有其他业务咨询需求，请随时与我们联系: master@llinkslaw.com

上海

上海市银城中路 68 号
时代金融中心 19 楼
T: +86 21 3135 8666
F: +86 21 3135 8600

北京

北京市朝阳区光华东里 8 号
中海广场中楼 30 层
T: +86 10 5081 3888
F: +86 10 5081 3866

深圳

深圳市南山区科苑南路 2666 号
中国华润大厦 18 楼
T: +86 755 3391 7666
F: +86 755 3391 7668

香港

香港中环遮打道 18 号
历山大厦 32 楼 3201 室
T: +852 2592 1978
F: +852 2868 0883

伦敦

1/F, 3 More London Riverside
London SE1 2RE
T: +44 (0)20 3283 4337
D: +44 (0)20 3283 4323



www.llinkslaw.com



Wechat: LlinksLaw

本土化资源 国际化视野

免责声明:

本出版物仅供一般性参考，并无意提供任何法律或其他建议。我们明示不对任何依赖本出版物的任何内容而采取或不采取行动所导致的后果承担责任。我们保留所有对本出版物的权利。

© 通力律师事务所 2024