

电商场景下电子游戏规则的侵权困境与多元保护路径研究

胡 佳

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月14日; 录用日期: 2025年10月28日; 发布日期: 2025年11月28日

摘 要

随着“游戏 + 电商”融合业态的深度发展, 游戏直播打赏、虚拟道具交易等新模式为产业带来增量收益的同时, 也使电子游戏规则的侵权问题愈发复杂。本文通过分析电子游戏规则的法律属性, 发现现有法律保护路径的不足, 结合我国实际游戏电商市场数据, 分析电商场景下游戏规则侵权的典型形态与权益冲突, 审视现有法律保护路径在电商场景中的适配缺陷, 从著作权法完善、电商平台责任界定、跨境协同保护等维度, 提出适配电商业态的游戏规则保护方案, 为规范“游戏 - 电商”融合市场秩序、保障产业协同创新发展提供法律参考。

关键词

电子游戏规则, 电子商务, 侵权保护, 直播收益, 虚拟道具交易

Research on Infringement Dilemmas and Diversified Protection Paths of Video Game Rules in E-Commerce Scenarios

Jia Hu

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 14, 2025; accepted: October 28, 2025; published: November 28, 2025

Abstract

With the in-depth development of the integrated “game + e-commerce” format, new models such as game live-streaming rewards and virtual item transactions have brought incremental benefits to

文章引用: 胡佳. 电商场景下电子游戏规则的侵权困境与多元保护路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 3226-3232. DOI: 10.12677/ec.2025.14113800

the industry. However, they have also made the infringement of video game rules increasingly complex. By analyzing the legal attributes of video game rules, this paper identifies the shortcomings of existing legal protection paths, and combines China's actual game e-commerce market data. It analyzes the typical forms of game rule infringement and rights conflicts in e-commerce scenarios, examines the adaptation defects of existing legal protection paths in such scenarios, and proposes game rule protection solutions suitable for the e-commerce format from the dimensions of copyright law improvement, e-commerce platform liability definition, and cross-border collaborative protection. This study aims to provide legal references for standardizing the market order of the "game-e-commerce" integration and safeguarding the coordinated and innovative development of the industry.

Keywords

Video Game Rules, E-Commerce, Infringement Protection, Live-Streaming Revenue, Virtual Item Transactions

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着数字技术的飞速发展，电子游戏产业与电子商务的融合已成为文化消费领域的重要趋势。有关数据显示，2024 年我国电子游戏市场实际销售收入达到 3200 亿元，同比增长 12.3%，用户规模突破 6.8 亿人；其中依托电商场景产生的衍生收益占比超 40%，具体而言，游戏直播市场规模突破 1800 亿元，¹ 虚拟道具电商交易规模达 950 亿元，跨境游戏商品交易规模增长至 320 亿元²。

在电子游戏产业繁荣的背后，游戏规则作为游戏的核心要素，其对游戏的体验和运营起着至关重要的作用，“游戏规则”作为核心吸引力，直接决定了电商端流量与收益的分配格局。然而，在巨大的市场利益驱使下，复制他人已成功游戏规则以缩短开发周期的行为屡见不鲜，此类行为可能构成对他人著作权的侵犯或导致游戏内容构成实质性相似。这种行为绕开电子游戏中受著作权法直接保护的计算机软件、美术设计、音乐设计等组成部分，专门复制已在市场上获得成功的游戏规则。玩法规则是电子游戏设计的核心所在，游戏规则的架构与设计在整个游戏开发中耗费的资源最多。此类复制行为虽然能大幅降低游戏开发的时间和成本，但这不仅会让原创游戏开发者的预期利益落空，若不及时干预，还会引发同质游戏泛滥的问题，破坏市场竞争秩序，阻碍产业创新发展^[1]。并且通过电商渠道实施上述侵权行为的现象也愈发突出：部分侵权游戏借助直播平台引流，以“复刻热门玩法”为噱头获取打赏收益；电商商家销售基于侵权规则设计的虚拟道具、代练服务，甚至售卖破坏游戏平衡的外挂工具；更有侵权主体利用跨境电商法律差异，将侵权游戏销往海外并同步开展跨境直播，导致原创游戏的电商端收益被严重分流。据《2024 年中国游戏产业侵权报告》统计，2024 年某原创手游因上述电商侵权行为，其直播收益同比下滑 30%，虚拟道具销量减少 25%。³而我国现行法律体系对电子游戏规则的保护尚未形成明确且完善的制度安排，对“游戏规则 + 电商”场景的保护仍存在空白，司法实践中对“直播使用游戏规则是否

¹艾瑞咨询：《2024 年中国游戏直播行业研究报告》，上海：艾瑞咨询集团，2024 年

²易观分析：《2024 年中国虚拟道具电商市场白皮书》，北京：易观分析，2024 年。

³中国音像与数字出版协会游戏出版工作委员会、中国游戏产业研究院：《2024 年中国游戏产业报告》，北京：中国书籍出版社，2024 年。

构成侵权”“电商平台审核义务边界”“跨境侵权收益追偿”等问题尚未形成统一标准。因此,研究电商场景下电子游戏规则的保护路径,既是维护原创开发者合法权益的需要,也是推动“游戏-电商”产业协同健康发展的关键。

2. 电子游戏规则的核心概念界定与分层法律属性

(一) 电子游戏规则的核心概念

电子游戏规则是游戏设计者为实现游戏公平性与可玩性目标,针对玩家交互方式、游戏进程推进、资源分配逻辑等内容制定的系统性规范集合。为达成电子游戏运行的目的,它会将游戏中的文字、图像、声音等元素按特定关系或方式组合,再通过文字、声音等可被感知的形式,向玩家传达各元素之间的关联,这一过程本身构成了一种表达[2]。可依据其功能与抽象程度划分为以下三个层次:

1. 核心机制层:指决定游戏本质玩法的底层逻辑,如《王者荣耀》中的“5V5 团队对抗+基地摧毁”机制、《原神》中的“元素反应+开放世界探索”机制。这一层次是游戏区别于其他同类产品的核心标识,体现了开发者对游戏玩法的根本性创意。

2. 数值体系层:基于核心机制构建的量化规则,包括角色属性数值(如攻击力、防御力成长曲线)、资源获取与消耗数值(如虚拟货币产出速率、道具强化成功率)、关卡难度数值(如敌人血量、通关条件阈值)等,是保障游戏平衡与可玩性的关键支撑。

3. 流程结构层:指游戏进程的具体推进规则,如任务触发与完成流程(如接取任务-执行目标-提交奖励)、场景切换规则(如副本进入条件、地图解锁顺序)、玩家交互规则(如组队机制、交易限制)等,是核心机制与数值体系的具象化呈现。

(二) 电子游戏规则分层法律属性分析

电子游戏规则是开发者为实现游戏公平性与可玩性,通过文字、图形等形式固定的玩法规范,其制定涉及创造性、系统性智力活动,符合著作权法对“智力成果”的定义——既具备可感知性(以游戏手册、界面等形式呈现),也具备独创性(开发者在平衡机制、奖励规则等方面的独特设计)。但由于思想与表达的界限在具体案件中难以清晰界定,司法实践中对游戏规则是否属于受保护的表达存在较大分歧。“太极熊猫”案⁴中,法院对“思想”与“表达”的概念误用具有代表性。一审法院认为,“以游戏界面设计体现的详细游戏规则,形成了游戏玩法规则的特定呈现形态,作为描述完整的结构,属于作品的表达”。稍加梳理便能发现,一审法院本质上采用循环重复的逻辑,先将“可表现”的“详细游戏规则”定义为“游戏玩法规则”的“特定呈现方式”,再进一步直接将其归为“表达”[3]。这种模糊的界限使得游戏开发者难以准确预测其游戏规则是否能够获得著作权法的保护。电子游戏在整体层面,并未产生有别于现行著作权法规定的八种表现形式的全新表现形态。2020年修正的《中华人民共和国著作权法》第三条虽新增“符合作品特征的其他智力成果”,但这并不意味着法院在具体案件审理过程中,能够随意创设新的作品类型实施保护。⁵但可以通过讨论游戏规则的分层机制的法律属性来判断电子游戏规则是否构成作品,能否受到著作权法的保护:

1. 核心机制层:若核心机制通过独特的逻辑组合形成“具有独创性的表达”,则可能符合著作权法中“作品”的构成要件。例如,《塞尔达传说:旷野之息》的“物理引擎交互+自由解谜”机制,其对物理规则的游戏化应用与解谜逻辑的组合方式具有独创性,且可通过游戏手册、玩法说明等有形形式固

⁴ “苏州蜗牛数字科技股份有限公司与成都天象互动科技有限公司、北京爱奇艺科技有限公司管辖裁定书”, (2015)苏知民初字第00145号,江苏省高级人民法院,2015年12月31日。

⁵ 黄武双,邱思宇:《“电子游戏规则”不宜认定为作品获著作权法保护》,知产财经网,2023年6月30日,https://www.ipeconomy.cn/index.php/index/news/magazine_details/id/7200.html。

定, 满足《中华人民共和国著作权法实施条例》第二条“文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以某种有形形式复制的智力成果”的定义。但需注意, 单一的游戏理念(如“团队对抗”“开放世界”)属于思想范畴, 不受著作权法保护, 只有其具体的实现逻辑与组合方式构成表达时方可受保护。

2. 数值体系层: 数值体系的法律属性需结合“独创性”判断。若数值体系是开发者通过独立设计形成的独特平衡方案(如《魔兽世界》中职业技能数值的相互制衡关系), 且这种数值组合具有非通用性, 则可能构成受著作权法保护的表达; 但通用的数值模型(如“等级每提升 1 级攻击力 + 10”)属于思想范畴, 不受保护。

3. 流程结构层: 流程结构通常通过文字、图形等形式在游戏内界面、用户手册中具象化呈现, 其法律属性需区分“通用流程”与“独特流程”。通用流程(如“注册 - 登录 - 进入游戏”)属于思想范畴; 而独特流程(如《阴阳师》中“式神召唤 - 觉醒 - 技能升级”的专属流程, 且流程中包含独特的触发条件与奖励机制)若具有独创性, 可构成著作权法保护的表达。例如, 在“网易公司诉华多公司侵害著作权案”中, 法院认定《梦幻西游》的任务流程设计应具有独创性, 构成受保护的作品。

3. 电商场景下电子游戏规则侵权的典型形态与法律分析

(一) 游戏直播场景: 规则红利的无偿侵占

1. 侵权行为表现

游戏直播涉及对作品的公开传播, 未经许可进行游戏直播除非属于合理使用, 否则构成对相关权利人的侵权^[4]。游戏直播是电商场景中游戏规则侵权的主要载体, 侵权模式可分为两类: 一是主播直播侵权游戏, 利用原创游戏规则的辨识度吸引用户打赏; 二是直播平台未经许可, 将原创游戏的核心玩法拆解为“攻略直播”, 引导用户下载同类侵权游戏, 导致原创游戏用户流失。此类侵权的核心矛盾在于: 直播收益的核心源于游戏规则的吸引力, 但现行法律未明确“规则使用”的收益分配权, 导致原创开发者无法主张权益。

2. 法律请求权基础

依据《中华人民共和国著作权法》第十条第一款第(十二)项“信息网络传播权, 即以有线或者无线方式向公众提供, 使公众可以在其选定的时间和地点获得作品的权利”, 以及第二款“著作权人可以许可他人行使前款第五项至第十七项规定的权利, 并依照约定或者本法有关规定获得报酬”。若游戏规则的核心机制层、流程结构层构成受保护的作品, 直播平台或主播未经许可传播该规则相关内容, 属于侵犯信息网络传播权的行为; 同时, 依据该法第四十八条, 原创开发者可以要求侵权方承担停止侵害、赔偿损失等民事责任。例如, 在“腾讯公司诉某直播平台侵害著作权案”中, 被告平台主播长期直播基于《英雄联盟》核心规则设计的侵权游戏, 法院认定《英雄联盟》的“英雄技能 - 地图机制”组合构成受保护的作品, 被告未经许可传播该规则相关内容, 侵犯了腾讯公司的信息网络传播权, 判决被告停止侵权并赔偿损失。⁶

(二) 虚拟道具电商场景: 规则衍生权益的非法分流

1. 侵权行为表现

电商平台商家通过两种方式侵犯游戏规则权益: 其一, 基于克隆游戏规则设计虚拟道具(如复制《原神》“元素反应”规则的游戏中的“元素宝石”道具), 在电商平台低价销售, 分流原创游戏的道具销售收入; 其二, 销售破坏原创游戏规则的外挂工具(如《王者荣耀》的“自动瞄准外挂”), 不仅破坏游戏平衡, 更导致原创游戏用户留存率下降。此类侵权的关键问题在于: 虚拟道具与外挂的价值均依赖游戏规

⁶深圳市腾讯计算机系统有限公司与今日头条有限公司著作权权属、侵权纠纷、商业贿赂不正当竞争纠纷二审民事裁定书, (2019)粤民辖终 390 号, 广东省高级人民法院, 2020 年 01 月 03 日。

则产生，但规则本身不受明确保护，导致侵权认定缺乏依据。

2. 法律请求权基础

对于销售基于侵权规则虚拟道具的行为，若游戏规则构成受保护的作品，该行为属于侵犯著作权的衍生侵权，依据《中华人民共和国著作权法》第五十三条，原创开发者可要求停止销售并赔偿损失；同时，依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条，该行为若扰乱市场竞争秩序，损害原创开发者合法权益，可构成不正当竞争。而对于销售外挂工具的行为，依据《中华人民共和国刑法》第二百八十五条第三款“提供侵入、非法控制计算机信息系统程序、工具罪”，若外挂工具属于“专门用于侵入、非法控制计算机信息系统的程序、工具”，商家可能构成刑事犯罪；同时，依据《中华人民共和国著作权法》第五十三条，该行为若修改了游戏软件的代码或数据，侵犯了游戏软件的修改权，需承担民事责任。例如：在“网易公司诉某电商商家销售《阴阳师》外挂案”中，法院认定被告销售的外挂工具修改了游戏数值体系，侵犯了网易公司对《阴阳师》软件的修改权，同时构成不正当竞争，判决被告停止销售、赔偿损失，并对相关责任人追究刑事责任。⁷

4. 电商场景下电子游戏规则保护的现存困境

(一) 著作权法保护的局限性

根据我国《中华人民共和国著作权法实施条例》第二条，“著作权法所称作品，是指文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以某种有形形式复制的智力成果”，这一规定强调，著作权法的保护对象是有独创性的人类智力成果，无意将技术进步带来的新型智力成果排除在保护范围之外。对于电子游戏及游戏规则等游戏元素能否得到著作权法保护，应从“是否构成表达”与“是否具备独创性”两个层面分别进行判定^[5]。

现行著作权法仅保护游戏的软件、美术、音乐等有形元素，未明确将游戏规则的核心机制层、数值体系层、流程结构层纳入保护范围，未覆盖电商场景下的规则衍生权益(如直播打赏、道具交易收益)，无法通过“作品保护”主张权益；同时，“思想与表达”的界限模糊，导致司法实践中对“游戏规则属于思想还是表达”存在分歧。如在“太极熊猫”案中，一审法院认为“以游戏界面设计体现的详细游戏规则，形成了游戏玩法规则的特定呈现形态，属于作品的表达”，但二审法院对此予以纠正，认为部分游戏规则属于思想范畴。这种分歧导致原创开发者难以准确预测其游戏规则是否能获得著作权保护，增加了维权难度。

(二) 电商平台责任认定的模糊性

电子商务平台的主观过错方面的法律性质，也就是我们所说的“知道”究竟该如何定性的问题^[6]。根据《中华人民共和国电子商务法》，电商平台需对“明知或应知侵权仍提供服务”承担责任，但“游戏规则侵权”的认定标准缺失：一方面，平台难以判断入驻商家的游戏是否涉及规则侵权；另一方面，对直播平台而言，“是否知晓主播直播侵权游戏”的举证难度大，导致多数平台以“用户自主上传”为由规避责任。据中国音数协游戏工委《2024年游戏电商侵权维权报告》显示，2024年我国电商平台处理的游戏规则侵权投诉中，仅15%被认定为“平台需担责”。⁸

(三) 收益追偿机制的缺失

现行法律未明确“基于侵权规则产生的电商收益”如何追偿——原创开发者需单独举证“损失金额”，但直播打赏、道具交易的收益与规则侵权的关联性难以量化；同时，跨境电商场景下，侵权收益的资金

⁷参见网易大神 app：《点了，凭实力刷个画卷，结果这么多人开挂，可算是制裁了，那我之前的手动刷像个笑话》，2025年5月2日，<https://m.ds.163.com/feed/6810c174c294e75d7ecd6ae9/>。

⁸参见中国音数协游戏工委：《2024年中国游戏产业侵权报告》，北京：中国音数协游戏工委，2024年。

流向复杂，导致追偿执行难度大。

(四) 现有保护路径在电商场景下的适配缺陷

现有法律保护路径(如著作权法、反不正当竞争法)主要针对传统游戏侵权场景(如复制游戏软件、抄袭美术设计)，未考虑电商场景的特殊性。

现有法律未将直播打赏、虚拟道具交易等电商衍生权益纳入保护范围，导致原创开发者无法就侵权行为对电商端收益的影响主张权利。此外，现有法律保护缺乏电商场景专属保护机制，有法律未针对电商场景设计专门的保护机制(如跨境电商侵权协同处理、电商平台快速响应机制)，导致侵权行为在电商场景下蔓延速度快、维权效率低。

5. 完善电商场景下我国电子游戏规则保护路径的建议

(一) 完善著作权法并明确电商场景下的规则保护范围

1. 细化游戏规则的著作权保护范围

在《中华人民共和国著作权法实施条例》中增设条款，明确将电子游戏规则的核心机制层(具有独创性的逻辑组合)、流程结构层(独特的流程设计)纳入著作权法保护范围，同时排除通用数值模型、通用流程等思想范畴内容。例如，明确规定“电子游戏的核心玩法逻辑组合、独特任务流程设计等具有独创性且能以有形形式复制的智力成果，属于著作权法保护的作品”。

2. 引入“抽象-过滤-比较”三步法认定规则侵权

(1) 三步法操作流程与案例模拟

第一步：抽象：将原告游戏规则与被告游戏规则分别拆解为“思想层”与“表达层”。例如，原告《王者荣耀》的规则抽象为：思想层(团队对抗、基地摧毁)，表达层(5V5 对战模式、英雄技能组合、地图资源分布)；被告侵权游戏的规则抽象为：思想层(团队对抗、基地摧毁)，表达层(5V5 对战模式、与原告相似的英雄技能、相同的地图资源分布)。

第二步：过滤：剔除原、被告规则中属于思想范畴的通用元素(如“团队对抗”“基地摧毁”“等级提升”)，以及行业通用的规则设计(如“击杀敌人获得金币”)。

第三步：比较：对比剩余的表达层内容，判断是否构成“实质性相似”。若被告规则的表达层(如英雄技能效果、地图资源刷新时间、对战胜利条件)与原告高度相似，且这种相似性并非巧合或行业惯例，则认定构成侵权。

(2) 三步法的可行性分析

该方法可明确区分思想与表达，减少司法认定分歧，提高裁判确定性。例如，在“太极熊猫”类案件⁹中，通过三步法可清晰剔除通用规则，仅对具有独创性的表达进行比对，避免法院对思想与表达的误判。但是该方法需要法官具备游戏行业专业知识，尽可能增加审理难度。建议通过最高人民法院发布指导性案例、建立游戏行业专家陪审员制度等方式解决。

(二) 构建多元化的保护体系

首先需要加强行业自律与技术保护，鼓励游戏行业建立自律组织，制定行业规范和标准，加强对游戏规则的自我保护。建立“游戏规则-电商收益”关联备案机制，鼓励原创开发者在国家版权局备案游戏规则时，同步登记其电商端衍生权益(如直播授权、道具销售权)，为后续维权提供权利基础。同时明确电商平台的审核义务，要求直播平台、道具电商平台建立“游戏规则合规审查机制”，对入驻游戏的原创性进行初步核查，对涉及高流量游戏的直播、道具交易，需向开发者核实授权情况，否则需承担“过

⁹ “苏州蜗牛数字科技股份有限公司与成都天象互动科技有限公司、北京爱奇艺科技有限公司管辖裁定书”，(2015)苏知民辖终字第00145号，江苏省高级人民法院，2015年12月31日。

失侵权”责任。对入驻游戏的规则原创性进行核查——若游戏未备案或被认定为侵权，平台需立即下架相关内容；对高流量游戏的直播、道具交易，平台需额外向原创开发者核实授权情况，否则承担“过失侵权”责任，罚款金额为侵权收益的 1~3 倍。同时，引导游戏开发者运用技术保护措施。但需要注意的是，技术保护措施的使用不得违反法律规定，不得损害消费者的合法权益。

其次还可以完善司法与行政保护衔接机制，建立健全司法与行政保护的衔接机制，加强知识产权行政执法部门与司法机关之间的沟通与协作。行政机关查处电子游戏规则侵权行为时，若发现该行为涉嫌犯罪，应依规及时将案件移送至司法机关办理。司法机关在审理相关案件时，可邀请行政机关提供专业意见，提高案件审理的质量和效率。

最后我们还需要推动国际合作与交流，主动融入国际知识产权规则的制定环节，增进与各国之间在电子游戏规则保护领域的合作和交流互动。借鉴国外先进的立法和司法经验，结合我国实际情况，完善我国电子游戏规则的保护制度。同时，加强对我国游戏企业的海外知识产权保护，维护我国游戏产业的国际竞争力。在国际知识产权合作中，重点推动“游戏规则跨境电商保护”议题，建立跨境电商平台的侵权信息共享机制，对侵犯游戏规则的跨境商品/直播内容实施“同步下架”，降低原创开发者的海外维权成本。

6. 结语

电商场景下电子游戏规则的保护，是维护“游戏-电商”产业协同发展的核心议题。当前，该领域既面临游戏规则法律属性界定模糊、著作权保护覆盖不足的传统问题，也承受着电商直播侵权、虚拟道具分流等新业态带来的挑战，这些问题直接制约原创开发者权益与产业协同发展。对此，需以著作权法完善为基础，以电商平台责任强化为关键，建立合规审查与备案机制，降低维权成本、规范市场行为。唯有构建“法律完善 + 平台担责 + 协同保护”的多元体系，才能有效遏制侵权行为，保障“游戏-电商”产业健康发展，为文化消费领域的创新升级注入持久动力。

参考文献

- [1] 唐雪梅. 电子游戏规则的法律属性及保护方法[J]. 电子知识产权, 2025(2): 27-40.
- [2] 朱艺浩. 论网络游戏规则的著作权法保护[J]. 知识产权, 2018(2): 67-76.
- [3] 邵天朗. 电子游戏规则著作权法保护路径之否定[J]. 知识产权, 2024(9): 91-109.
- [4] 王迁. 电子游戏直播的著作权问题研究[J]. 电子知识产权, 2016(2): 10-18.
- [5] 陈宁怡. 思想/表达二分法下电子游戏规则可版权性的法律分析——从“《太极熊猫》诉《花千骨》案”谈起[J]. 传播与版权, 2020(9): 197-200.
- [6] 张平. 电子商务交易平台在商标侵权行为中的责任认定[J]. 电子知识产权, 2012(3): 42-43.