

李子柒状告微念 到底谁辜负了谁

律师谈“李子柒案”



李子柒

柴米油盐酱醋茶

在李子柒的油管账号下,她最后一次更新是在三个月前,视频标题是《我们中国人的开门七件事,柴米油盐酱醋茶》。这则视频跟李子柒过去的视频风格类似:以手工劳作为基础,展现中式田园风光和传统生活方式。视频开头用镜头加速的方式展现了乡间野花徐徐盛放的场景。接下来,在鸟叫蝉鸣声中,古风装束的李子柒悠然地摘果、泡茶、下厨。视频的最后则是李子柒与家人朋友在室外吃饭,场景里还展现了她自制的“曲水流觞”。视频中,李子柒欢快地说:“干杯!”

2017年,李子柒油管发布了第一条视频《用葡萄皮做裙子》,没有花哨的技术包装,甚至连英文字幕都欠奉,却俘获了无数观众的心。今年2月2日,吉尼斯世界纪录宣布,李子柒以1410万的油管订阅量刷新了“YouTube中文频道最多订阅量”吉尼斯世界纪录——而原纪录保持者也是她自己。目前,李子柒油管订阅量已高达1630万,其发布于两年前的短视频《年货小零食特辑:花生瓜子糖葫芦,肉干果脯雪花酥》播放量达1

亿,中国年货小零食“馋哭”了全世界。

李子柒曾表示,她最初在海外更新视频的原因是有人将其视频搬运到油管,却在简介中篡改了她的国籍。为此,她专门录制了一条视频声明自己是中国人,之后更委托海外运营机构在油管等海外社交平台同步发布自己的视频。在那些视频里,她展现了种植、纺织、刺绣、竹艺、木工、烹饪等传统手艺活儿,不少国外观众也因此重新认识中国,爱上中国文化。《人民日报》曾因此评论:“李子柒的样本意义,绝不应被忽视。”央视新闻也点评她:“没有一个字夸中国好,但她讲好了中国文化,讲好了中国故事。”

资本真的是好手段

8月29日,李子柒在社交平台绿洲发布了一个动态:“半夜被恶心想到了,这么快就按捺不住了么。”在评论区,她回复网友:“资本真的是好手段。”次日她又发帖称“大清早报警个警”,并附上一张自己在警察局里的照片,引发外界热议。虽然之后删除了动态,但她与MCN公司或发生激烈冲突的传闻已不胫而走。其实在此之前,因为

核心提示

近日,停更三个多月的著名视频博主李子柒(真名李佳佳,以下均以李子柒指代李佳佳),突然以网络热搜主角的身份重回大众视野。“李子柒公司起诉微念”“杭州微念申请李子柒商标被全部驳回”“字节跳动退出李子柒签约公司微念”等热搜将这段时间来李子柒与运营李子柒的MCN机构杭州微念品牌管理有限公司之间的矛盾传闻变得公开化。

网红与MCN机构之间,近年不乏纠纷案例。但李子柒影响力之大非普通网红可比,此案的走向或将直接影响行业生态。

北京市盈科(深圳)律师事务所律师朱逸聪在接受记者采访时表示,此事最好的解决方式还是调解。若“李子柒”的品牌因长期涉诉而受损,无疑是一个“双输”的结果。此外,朱逸聪也提出,当下MCN机构与旗下网红的法律纠纷屡见不鲜,大多集中在利益分配权与实际控制权纠纷,需要通过行业自律和完善法规来调整。

李子柒视频的停更,其与杭州微念的矛盾已初现端倪。8月26日,李子柒的助理连发两条微博,除了提醒人们不要相信他人冒用李子柒名义的诈骗短信外,还直接回应了李子柒的停更问题,称李子柒“这几年埋头做内容忽略了很多现实问题,现在需要整理清楚”。这一说法,外界认为是对李子柒与其签约MCN机构之间矛盾的间接承认。

近日,公开资料显示,四川子柒文化传播有限公司(以下简称“四川子柒”)新增立案信息,被告为杭州微念品牌管理有限公司(以下简称“杭州微念”)及其大股东和实际控制人刘同明。此外据媒体报道,杭州微念公司申请的李子柒商标均被驳回,分类涉及材料加工、餐饮住宿等。双方矛盾正式公开化。

杭州微念成立于2013年,其与李子柒的合作则始于2016年,2017年7月双方共同成立四川子柒。在李子柒这个超级IP的加持下,杭州微念屡获投资,今年7月更引入新投资方字节跳动。有媒体报道,几番融资后杭州微念的市场估值一度高达50亿元。

但这些获益,李子柒本人能分得多

少?根据工商登记资料显示,李子柒与杭州微念设立的四川子柒,杭州微念占股51%,李子柒占股49%。除投资四川子柒外,杭州微念还直接设立、投资了相关的天猫店铺、工厂等,可李子柒却并未持有杭州微念的股权。北京市盈科(深圳)律师事务所律师朱逸聪在接受羊城晚报记者采访时分析:“从股权结构上看,李子柒无法直接从‘李子柒’品牌的天猫店铺、工厂等获得由股权分配带来的利润。”而根据媒体报道,“李子柒”品牌在2020年的年度销售规模高达数十亿元。

目前,李子柒方面和杭州微念均未就该诉讼透露任何细节。朱逸聪分析四川子柒的诉讼依据:“杭州微念作为大股东,若操控四川子柒签署不公平的商标授权协议,或利用关联关系等损害四川子柒利益,四川子柒公司作为独立法人可提起民事诉讼。”

值得一提的是,杭州微念的原股东字节跳动已于10月16日启动退出流程。10月27日,有财经类媒体援引一位接近交易人士的说法,称字节跳动当初投资杭州微念主要是因为看好李子柒,如今李子柒与MCN机构陷入分歧,字节跳动决定根据投资协议退出杭州微念。

律师观点

如何看待李子柒与MCN机构之间的法律纠纷?这场诉讼会让双方走向何处?记者就此采访了北京市盈科(深圳)律师事务所高级合伙人、律师朱逸聪。

记者:李子柒深受大众喜爱,目前大众舆论多站在李子柒一方,觉得她被资本“欺负”了。从法律角度看,这样的看法会有失偏颇?

朱逸聪:一方面,四川子柒的股权设计大概率是经双方协商一致确定的,随着“李子柒”品牌价值不断提升,杭州微念被资本市场所青睐,估值数十亿元人民币,而李子柒并非杭州微念的股东,自然享受不到资本的溢价。李子柒作为“李子柒”品牌的创始人,从一开始就未与品牌的“变现”业务相捆绑。

但另一方面,李子柒对“李子柒”品

牌具有得天独厚的个人影响力,难以复制和替代。我们无从得知杭州微念在使用“李子柒”品牌对外投资时是否与四川子柒有协议,是否经过四川子柒或李子柒的授权。因此,从法律角度看,李子柒是否被资本“欺负”暂无法简单下定论。

记者:您觉得目前双方解决纠纷的最好方向是什么?

朱逸聪:双方解决纠纷最好的方向是调解。虽然杭州微念善运营、懂商业,旗下投资多位短视频网红,但从未有第二个能达到李子柒的高度和热度。李子柒是核心内容生产力,对“李子柒”品牌也具有得天独厚的个人影响力,如果长期涉诉对该品牌亦是一种损失。

“此案最好的解决方向是调解”

记者:就您所知,当下MCN机构与旗下网红的法律纠纷是否呈现上升趋势?多数集中在哪些范畴?

朱逸聪:当下MCN机构与旗下网红的法律纠纷已屡见不鲜,大多集中在利益分配权与实际控制权纠纷。网红在起步阶段基本属于弱势群体,他们刚开始或许会忍气吞声,但一旦有了实力之后,双方就有可能走向决裂。这种现象是行业的普遍现象,需要通过行业自律和完善法规来调整。

记者:像李子柒这类个人能力和影响力比较强的网红,应该如何进行更好的自我保护和长期的发展规划?

朱逸聪:我建议李子柒在与他方进行合作时,一开始应咨询专业律师,设计好股权架构,并约定好“李子柒”品牌授权

使用的期限、范围、利益分配以及违约条款等。就本案而言,李子柒在与杭州微念签署相关合作协议时,可明确在协议中约定,将品牌相关的商业实体设在目标公司四川子柒项下,所得收益归属于四川子柒。这样股东杭州微念和李子柒本人均能得到收益。

记者:您觉得李子柒诉杭州微念案会否称为一个标志性事件,为MCN领域带来一些启发或改变?

朱逸聪:此事确可称为一个标志性事件,或为MCN领域带来一些启发。尤其不管是网红还是MCN机构,均需有股权价值意识以及契约精神。但是否会带来业内更大的改变,尚待观察。

(《羊城晚报》)