北京市东城区文创领域

商业秘密保护指引

北京市东城区市场监督管理局

2026 年 11 月

前　言

北京市东城区是首都功能核心区，是全国文化中心的重要承载地，拥有深厚的历史文化底蕴和丰富的文化资源。区内集聚了故宫博物院、中国国家博物馆等众多国家级文博单位，以及大批中华老字号、北京老字号企业和非物质文化遗产代表性项目。随着文化创意产业的蓬勃发展，传统文化资源与现代创意设计深度融合，形成了独具特色的东城文创产业生态。

商业秘密作为知识产权的重要组成部分，是文创企业维持竞争优势、实现创新价值的关键资产。在老字号传统技艺、非遗项目传承、文博资源数字化开发、文创IP运营等领域，大量具有商业价值的经营信息和技术信息以商业秘密形式存在。加强文创领域商业秘密保护，对于激发文化创新活力、保护传统文化精华、维护公平竞争市场秩序具有重要意义。

为深入贯彻国家知识产权强国战略，落实《中华人民共和国反不正当竞争法》（2025年修订）、《商业秘密保护规定》（国家市场监督管理总局令第126号）等法律法规要求，引导文创领域经营者建立健全商业秘密保护体系，提升自我保护能力，北京市东城区市场监督管理局结合本区文化资源禀赋和产业特点，制定本指引。

目　录

第一章　总则 1
1.1　制定目的与依据 1
1.2　适用范围 1
1.3　基本原则 2
1.4　术语与定义 2
第二章　商业秘密的范围界定与分级管理 4
2.1　技术信息的界定 4
2.2　经营信息的界定 5
2.3　排除保护的情形 6
2.4　商业秘密的分级 7
第三章　非物质文化遗产与老字号商业秘密的特殊保护 8
3.1　非遗传承与商业秘密保护的协调 8
3.2　分层保护策略的具体实施 9
3.3　传统传承模式的现代化升级 9
3.4　博物馆及文博单位馆藏技艺的保护 10
第四章　商业秘密保护体系建设 11
4.1　组织与制度 11
4.2　涉密人员管理 11
4.3　涉密载体管理 13
4.4　物理涉密区域与网络安全管控 13
4.5　保密协议与竞业限制 14
第五章　高风险业务场景的管控与防范 15
5.1　对外商务合作与投资审查 15
5.2　委托加工、代工生产与 IP 授权保密管理 15
5.3　展览展示、公益传播与学术交流保密管理 16
5.4　数字化与网络安全保密管理 17
第六章　监督检查与评估改进 18
6.1　内部检查与评估 18
6.2　宣传培训 18

第七章　应急处置与维权救济 19
7.1　泄密事件的应急响应 19
7.2　证据固定与保全 19
7.3　民事保护 20
7.4　行政保护 21
7.5　刑事保护 21
7.6　涉外保护 22
第八章　典型案例 23
案例一：开平市广合腐乳有限公司诉开平市广中皇食品有限公司等侵害商业秘密纠纷案——（1999）粤法民终字第 109 号 23
案例二：秦皇岛新开工艺品有限公司诉秦皇岛田春工艺品有限公司等侵害日本人形石膏头像商业秘密案——（2006）冀民三终字第 2 号 24
案例三：自贡市扎染工艺厂诉自贡市天工艺术品有限公司侵害商业秘密纠纷案——（2009）自民三初字第 5 号 25
案例四：北京一得阁墨业有限责任公司诉高某、北京传人文化艺术有限公司侵害墨汁配方商业秘密案——（2011）民监字第 414 号 26
案例五：李某侵犯商业秘密罪案——（2014）常刑二终字第 64 号 27
案例六：新丽传媒集团有限公司诉北京派华文化传媒股份有限公司侵害《悟空传》电影素材商业秘密案——（2017）京 0105 民初 68514 号 27
案例七：益德成（天津）闻药文化发展有限公司诉孙某股东知情权与商业秘密冲突纠纷案——（2020）津 01 民终 4296 号 28
案例八：奶茶旅拍（厦门）文化有限公司诉丽江市古城区蒂尔旅拍摄影馆、鄢某侵害作品信息网络传播权及商业秘密纠纷案——（2021）闽 0203 民初 23053 号 29
案例九：上海米哈游影铁科技有限公司诉陈某侵害“崩坏：星穹铁道”未公开游戏角色商业秘密案——（2024）沪 0115 民初 38294 号 30

第一章　总则

1.1　制定目的与依据

为贯彻实施国家知识产权强国战略，加强北京市东城区文化创意产业商业秘密保护，激发传统文化传承与现代文创产业创新活力，维护公平竞争的市场秩序，保障商业秘密权利人的合法权益，促进东城区作为全国文化中心核心承载区的发展，特制定本指引。

本指引依据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国民事诉讼法》《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国刑事诉讼法》《中华人民共和国行政处罚法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国公司法》《最高人民法院关于审理侵犯商业秘密民事案件适用法律若干问题的规定》《最高人民法院、最高人民检察院关于办理侵犯知识产权刑事案件适用法律若干问题的解释》等法律、司法解释、行政法规，以及《商业秘密保护规定》《中央企业商业秘密保护暂行规定》等部门规章制定。

1.2　适用范围

本指引适用于在北京市东城区行政区域内注册登记或实际从事经营活动的法人、非法人组织及自然人，为其开展文创领域商业秘密保护工作提供框架指引和参考。其他行业领域市场主体可参照本指引开展商业秘密保护工作。

本指引所称文创领域，包括但不限于下列行业及业务类型：

（一）现代文化创意设计服务，包括视觉传达设计、产品设计、数字内容设计等；

（二）文创 IP 的开发、运营、授权及衍生品开发；

（三）文博数字资源的开发利用与文化创意转化；

（四）博物馆、纪念馆、美术馆等文化机构的文化资源商业化运营；

（五）传统工艺美术品的研发、设计、生产及销售；

（六）中华老字号、北京老字号的品牌运营与传统技艺传承；

（七）非物质文化遗产的传承、保护、开发利用及相关经营活动；

（八）其他与文化创意产业相关的经营活动。

本指引适用于上述主体在文创领域经营活动中涉及的商业秘密识别、分级管理、保护措施建设、风险防控、应急处置及维权救济等事项。

1.3 基本原则

1.3.1 权利人自主原则：商业秘密保护实行权利人自主保护为主、行政指导与司法救济为辅的机制。权利人应当根据自身经营特点、商业秘密价值及风险状况，自主决定商业秘密保护的范围、等级及具体措施。

1.3.2 预防为先原则：商业秘密保护应当坚持防范为主、防治结合，建立健全事前预防、事中控制、事后救济的全流程管理体系，将保密措施嵌入经营管理各环节，降低泄密风险。

1.3.3 合法适当原则：商业秘密保护措施应当符合法律法规规定，遵循比例原则，与商业秘密的价值、密级及泄密风险相适应，不得损害员工合法权益，不得排除、限制竞争，不得违反法律、行政法规的强制性规定。

1.3.4 传承与保护并重原则：在非物质文化遗产、老字号等传统技艺领域，应当平衡文化传承的公益属性与商业秘密的私权保护，区分公开传承范畴与保密传承范畴，实现传统文化活态传承与核心商业秘密保护的有机统一。

1.3.5 区情特色原则：结合东城区作为全国文化中心核心承载区的功能定位，充分考虑区域内博物馆、老字号、非遗项目密集分布的特点，建立具有东城特色的文创领域商业秘密保护机制。

1.4 术语与定义

1.4.1 商业秘密：是指不为公众所知悉、具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的技术信息、经营信息等商业信息。“不为公众所知悉”， 是指在涉嫌侵犯商业秘密的行为发生时，有关商业信息不为其所属领域的相关人员普遍知悉和容易获得；“具有商业价值”， 是指商业信息具有现实的或者潜在的价值，能为权利人

带来资产增加、营业收入或者利润增长、用户数量增长、成本费用降低、研发时间缩短、交易机会增加、商业信誉或者商品声誉提升等商业利益或者竞争优势；“相应保密措施”，是指权利人为防止商业秘密泄露，采取与商业秘密及其载体的性质、商业秘密的商业价值等因素相适应的合理保密措施。

1.4.2 技术信息：是指与技术有关的结构、原料、配方、材料、样式、工艺、方法、数据、算法、计算机程序、代码等信息。在文创领域，技术信息包括但不限于：

（一）传统工艺的特殊原料组分、历史传承配方、独特制作工序与工艺参数；

（二）现代文创产品的设计图纸、3D 建模数据、系统源代码、未公开的算法模型；

（三）数字化采集、存储、传输、展示技术中的专有技术方案；

（四）文物与博物馆藏品数字化过程中采用的独特扫描技术、图像处理算法、色彩管理方案及数据压缩方法；

（五）沉浸式体验、虚拟现实、增强现实等应用场景中的专有交互逻辑、渲染引擎及同步控制技术；

（六）其他具有技术属性的未公开信息。

1.4.3 经营信息：是指与经营活动有关的创意、管理、销售、财务、计划、样本、客户信息、数据等信息。其中，客户信息包括客户的名称（姓名）、地址、联系方式以及交易习惯、意向、内容等信息。在文创领域，经营信息包括但不限于：

（一）文创 IP 的授权策略、定价模型、合作方名录；

（二）具有深度分析价值及个性化需求的定制客户名录；

（三）特殊供应商渠道、货源情报、产销策略；

（四）投融资计划、并购重组方案、招投标文件；

（五）文博资源商业化开发的合作模式、收益分配方案；

（六）其他具有经营属性的未公开信息。

1.4.4 秘密点：是指权利人主张保护的商业秘密的具体信息单元，应当能够与其他公知信息相区分，具有相对独立的技术或经济价值，并能够被特定化、具体化描述。

1.4.5 涉密人员：是指因职务、职责、权限或者业务关系，能够接触、获取商业秘密的员工、前员工、合作方人员、顾问及其他相关人员。

1.4.6 载体：是指以文字、数据、符号、图形、图像、视频、声音等方式记载、存储商业秘密信息的介质，既包括纸介质、磁介质（硬盘、U 盘、移动硬盘等）、光介质（光盘等）、半导体介质等物理存储介质，也包括云存储等虚拟存储介质等各类可承载信息的载体。

第二章　商业秘密的范围界定与分级管理

2.1　技术信息的界定

技术信息作为商业秘密的客体，应当符合本指引第一章 1.4 关于商业秘密构成要件的规定，即具备非公知性、价值性和保密性。技术信息的范围界定应当遵循具体化、特定化原则，避免将公知信息、行业通用技术或容易通过反向工程获得的信息纳入保护范围。

从事非物质文化遗产传承、老字号经营、传统工艺美术制作的权利人，其技术信息包括但不限于：

（一）构成产品核心特性的天然或人工原料的特定配比、产地来源、筛选标准、预处理方法及储存条件；

（二）经长期实践形成、具有独特功效或品质特征的产品配方，包括主料、辅料、添加剂的种类、比例及投料顺序；

（三）区别于行业通用方法的特定加工步骤、操作手法、火候控制、时间参数及环境条件；

（四）影响产品品质的关键技术数据，包括温度、压力、湿度、速度、酸碱度等量化指标及其控制阈值；

（五）为特定工艺设计、具有独特构造或功能的专用器具、模具及设备图纸；

（六）老字号“口传心授”技艺中可通过影像留存、图文记录、参数化方式固定下来的可识别技术信息。

从事现代文化创意设计的权利人，其技术信息包括但不限于：

（一）未公开的平面、立体、结构、电路、效果图等设计文件及其修改版本；

（二）三维数字模型的几何数据、材质参数、贴图信息、渲染设置及相关元数据；

（三）计算机软件的源程序代码、注释文档、编译配置及版本控制信息；

（四）人工智能、机器学习、计算机视觉等领域中具有独创性的模型架构、训练方法、优化策略及参数配置；

（五）文物与博物馆藏品数字化过程中采用的独特扫描技术、图像处理算法、色彩管理方案及数据压缩方法；

（六）沉浸式体验、虚拟现实、增强现实等应用场景中的专有交互逻辑、渲染引擎及同步控制技术。

2.2 经营信息的界定

经营信息作为商业秘密的客体，应当体现权利人在市场经营活动中形成的独特竞争优势，具有可识别性、可利用性和可保护性。经营信息的认定应当注重信息的深度加工特征，排除简单罗列、公知渠道可获得的原始信息。具体包括：

2.2.1. 供应链与渠道信息

（1）特殊供应商渠道：经长期合作建立、具有稳定供应关系、特殊交易条件或排他性采购安排的原材料、设备或服务供应商名录，包括供应商的联系方式、交易习惯、价格体系、质量评估标准及历史交易数据。

（2）货源情报：关于原材料产地、产量、品质、价格波动趋势及供应稳定性的深度市场情报。

（3）物流与仓储方案：具有成本优势或时效优势的特定物流路线、仓储布局及库存管理策略。

2.2.2. 客户与市场信息

（1）定制客户名录：经深度整理、分析，包含特定客户需求特征、交易习惯、消费偏好、价格敏感度、信用状况及潜在合作意向的个性化客户信息。

（2）文创 IP 授权策略：IP 授权的对象筛选标准、授权模式（独家/非独家）、分层定价体系、授权期限及地域限制策略。

（3）市场拓展方案：尚未公开的新市场进入计划、渠道建设方案、品牌推广策略及预算配置。

2.2.3. 财务与投融资信息

（1）未公开的财务数据：成本核算方法、利润率分析、内部预算及决算报告。

（2）投融资方案：股权融资计划、估值模型、尽职调查资料、投资人沟通策略。

（3）并购重组信息：收购目标筛选标准、交易结构设计、整合方案及谈判策略。

2.2.4. 博物馆及文博单位经营信息

（1）馆藏资源商业化开发的合作方名录、合作模式及收益分配方案；

（2）文创产品开发计划、上市节奏及定价策略；

（3）数字资源授权的技术标准、授权范围及收费模型。

2.3 排除保护的情形

下列信息不属于本指引所称的商业秘密：

（一）在所属领域属于一般常识或者行业惯例的信息；

（二）仅涉及产品的尺寸、结构、材料、部件的简单组合等内容，所属领域的相关人员通过观察上市产品即可直接获得的信息；

（三）已经在公开出版物或者其他媒体上公开披露的信息；

（四）已通过公开的报告会、展览等方式公开的信息；

（五）所属领域的相关人员从其他公开渠道可以获得的信息；

（六）已为公众所知悉的非遗技艺基本工艺流程、历史渊源和文化内涵；

（七）已申请并公开的专利技术信息；

（八）法律、法规、规章及相关司法解释规定的其他情形。

将已为公众所知悉的信息进行整理、改进、加工后形成的新信息，符合商业秘密构成要件的，可以作为商业秘密予以保护。

2.4 商业秘密的分级

权利人应当根据商业秘密的经济价值、泄密风险及对竞争力的影响程度，将商业秘密划分为核心商密、重要商密和一般商密三个等级，实施分级保护。分级标准如下：

2.4.1 核心商密：泄露将导致权利人核心竞争力严重受损、造成重大经济损失或导致经营困难的信息。包括但不限于：老字号核心配方及关键工艺参数、非遗项目的核心技艺诀窍、文创 IP 的核心创意及未公开的重要设计、博物馆珍贵文物的数字化核心技术、关键客户深度分析数据等。

2.4.2 重要商密：泄露将对权利人经营活动造成较大影响、导致竞争优势明显削弱的信息。包括但不限于：一般性产品设计图纸、常规供应链信息、一般性客户名录、内部管理制度及流程优化方案等。

2.4.3 一般商密：泄露对权利人影响较小，但仍需采取基本保密措施的信息。包括但不限于：一般性业务资料、内部通知、普通工作文档等。

商业秘密的分级应当动态调整。权利人应定期评估商业秘密的密级，当出现技术迭代、市场变化、信息扩散等情况时，及时升级、降级或解密相关信息。分级调整应当留存书面记录。

第三章　非物质文化遗产与老字号商业秘密的特殊保护

3.1　非遗传承与商业秘密保护的协调

非遗保护强调传承性和社会公益性，商业秘密保护强调秘密性和排他性，二者在制度目标上存在一定张力。权利人应当妥善处理非遗传承与商业秘密保护的关系，实现文化价值与商业价值的统一。非遗项目中的商业秘密保护应当遵循以下原则：

3.1.1 区分原则：将非遗项目的内容划分为适合公开传承的基础部分和适合保密传承的核心部分。适合公开传承的内容包括技艺的历史渊源、文化内涵、基本工艺流程、传统工具设备的使用方法以及产品的外观特征和文化寓意；适合保密传承的内容包括具体的配方比例和技术参数、独特的质量控制标准和检测方法、特殊的原料处理技术和工艺改进方法以及相关的市场策略和客户信息。

3.1.2 分层保护原则：对核心商业秘密采取严格的内部控制措施，通过保密协议限制信息传播范围，设置技术壁垒防止核心技术外流，实行分级管理控制知晓人员，采用封闭式培训避免技术泄露；对基础传承内容，秉持开放传承、规范使用的思路，依托公共文化设施面向全社会开展展示交流，推进“非遗进社区”“非遗进校园”，利用融媒体平台进行宣传传播，推动与旅游、文创等产业跨界融合；同步做好对外使用管控，规制第三方不当仿冒、篡改行为，实现开放传承与基础传承内容保护并重。

3.1.3 传承人权益保障原则：非遗传承人对其掌握的核心技艺享有相应的权益。传承人应当依法与企业签订保密协议和竞业限制协议，明确传承人在职期间及离职后的保密义务。企业应当为传承人提供合理的经济待遇、职业发展机会及知识产权保护支持，避免因人才流失导致商业秘密外泄。

3.2 分层保护策略的具体实施

老字号及非遗企业应当建立公开传承与保密传承的分层保护机制，具体措施包括：

3.2.1 技艺分解与模块化保护：将传统技艺分解为若干工艺模块，对核心模块（如关键配方、特殊火候控制、独门手法）采取最高级别保密措施，仅允许极少数核心人员掌握完整信息；对一般模块（如基础工序、常规操作）可纳入公开传承或内部培训范围。

3.2.2 参数化与数字化存证：鼓励企业将传统工匠的经验诀窍通过影像留存、图文记录、教材编写等方式转化为精确的数字参数，建立技艺参数数据库。参数化后的技术信息应当采取加密存储、权限控制等保密措施，同时可作为商业秘密权属证据留存。配套制定企业内部保密管理制度，清晰划定商业秘密的秘密范围与秘密点，分层明确各岗位人员的保密管理责任。

3.2.3 传承人保密管理：与非遗传承人、核心技术掌握者签订专项保密协议，明确保密范围、保密期限及违约责任。对传承人开展离职前谈话，告知保密义务及违反义务的法律责任。建立传承人离职跟踪机制，定期掌握核心技术人员在竞业限制期限内的任职情况。

3.2.4 非遗申报与商业秘密的衔接：在申报各级非物质文化遗产代表性项目时，应当对申报材料中的涉密内容进行脱敏处理，避免在公开申报过程中泄露核心商业秘密。申报材料应当经商业秘密管理部门审核后方可提交。

3.3 传统传承模式的现代化升级

针对老字号企业普遍存在的纸质载体保存、口传心授等传统传承模式，权利人应当积极推动保密措施的现代化升级：

（一）建立技艺数字化档案：通过高清影像、三维扫描、动作捕捉等技术记录核心技艺全流程，形成数字化技艺档案。档案应当加密存储，限定访问权限，防止非授权复制和外传。

（二）推行分级授权接触制度：根据员工岗位性质和职责范围，划分商业秘密接触权限。核心配方及关键工艺参数仅向极少数必要人员开放；一般工艺参数向生产部门授权；基础工艺流程向全体相关人员公开培训。

（三）加强载体安全管理：对记载核心技艺的纸质资料、笔记本、图纸等采取编号登记、专柜存放、借阅审批等措施；对数字化载体采取加密存储、访问日志审计、水印标记等技术措施，落实网络隔离、离线管控要求，严控核心数据跨网流转。

（四）防范人员流动风险：在师徒传承、人才培养过程中，注重保密意识的灌输。员工离职时，应当回收全部涉密载体，注销系统访问权限，签署离职保密承诺书，必要时开展离职检查或离职审计。

3.4 博物馆及文博单位馆藏技艺的保护

博物馆及文博单位应当重点保护以下商业秘密：

（一）文物修复技术：未公开的文物病害诊断方法、修复材料配方、特殊修复工艺、色彩复原技术等；

（二）数字化核心技术：高精度文物扫描参数、三维重建算法、数字资源管理系统的核心架构、文物数据的安全存储方案等；

（三）展览策划方案：尚未公开的特展主题、展品组合方案、展陈设计方案、观众动线设计、配套教育活动方案等；

（四）文创开发信息：基于馆藏资源开发的文创产品设计稿、打样方案、供应商渠道、定价策略、上市计划等；

（五）学术研究资料：未公开发表的考古发现、研究成果、数据分析报告、专家咨询意见等。

博物馆及文博单位应当结合事业单位特点和文物保护要求，建立符合自身实际的商业秘密保护制度，在确保文物安全的前提下，合理保护具有商业价值的技术信息和经营信息。

第四章　商业秘密保护体系建设

4.1　组织与制度

权利人应当建立健全商业秘密保护组织体系和制度体系，确保商业秘密保护工作有机构负责、有人员落实、有制度可依。

（一）设立商业秘密保护管理机构：权利人应当明确商业秘密保护的管理责任主体，可指定法务部门、知识产权部门或综合管理部门承担商业秘密保护管理职责，配备专职或兼职管理人员。规模较大的企业应当设立商业秘密保护委员会或工作小组，统筹协调商业秘密保护工作。

（二）制定商业秘密保护制度：权利人应当制定商业秘密保护管理基本制度，明确商业秘密的识别、确定、分级、登记、存储、使用、流转、销毁等全流程管理要求。制度应当涵盖涉密人员管理、涉密载体管理、涉密区域管理、保密协议管理、泄密应急处置等方面。

（三）编制商业秘密清单：权利人应当定期组织开展商业秘密识别和确定工作，编制商业秘密清单或台账，载明商业秘密名称、密级、保密期限、责任部门、管理人员、载体形式、接触范围等信息。清单应当动态更新，确保与实际情况相符。

（四）建立保密审查机制：在对外发布信息、申请专利、发表论文、参加展览、接受媒体采访等可能涉及商业秘密公开的活动前，应当进行保密审查，确保不因公开行为导致商业秘密丧失保护条件。

4.2　涉密人员管理

涉密人员管理是商业秘密保护的核心环节。权利人应当对涉密人员实施全过程管理，覆盖入职、在职、离职及离职后各阶段。

4.2.1 入职管理：

（1） 背景调查：对拟录用的涉密岗位人员进行背景调查，了解其过往工作经历、知识产权纠纷记录及竞业限制情况，必要时要求其作出不侵犯他人商业秘密的书面承诺。

（2） 保密告知：通过员工手册、入职培训、保密制度宣读等方式，明确告知涉密人员其保密义务范围及违反义务的法律后果，留存书面签收或电子确认记录。

（3） 签订保密协议：与涉密人员签订保密协议或在劳动合同中约定保密条款，明确保密信息范围、保密期限、违约责任及争议解决方式。

4.2.2 在职管理：

（1） 分级授权：根据岗位性质和职责范围，实行最小必要原则，仅授予员工履行工作职责所必需的最低访问权限。

（2）培训教育：定期开展商业秘密保护专题培训，提高员工保密意识和技能。培训应当留存签到表、课件、照片等记录。

（3） 行为监控：对涉密计算机、网络、存储设备等进行技术监控，记录访问日志，及时发现和预警异常访问、大量下载、非工作时间访问等可疑行为。

（4） 奖惩机制：建立保密工作奖惩制度，对保守商业秘密表现突出的员工给予表彰奖励；对违反保密规定的员工给予相应处罚，构成犯罪的依法移送司法机关。

4.2.3 离职管理：

（1） 离职谈话：涉密人员离职前应当进行保密提醒谈话，重申保密义务，告知离职后不得泄露、使用原单位商业秘密。

（2） 载体交接：离职人员应当移交全部涉密载体，包括纸质文件、电子文档、存储介质、账号密码等，签署交接清单。

（3） 权限注销：及时注销或冻结离职人员的系统账号、门禁权限、VPN 访问权限等，通知相关合作方其离职情况。

（4） 竞业限制：对高级管理人员、高级技术人员及其他负有保密义务的人员，可以依法签订竞业限制协议，约定竞业限制范围、地域、期限及经济补偿标准。竞业限制期限不得超过二年。

（5） 离职审计：对核心涉密人员开展离职审计，检查其在职期间是否存在违规访问、复制、传输商业秘密的行为，发现问题及时固定证据。

4.3 涉密载体管理

权利人应当对商业秘密载体实行全生命周期管理，从制作、收发、传递、使用、复制、保存到销毁，均应当采取相应管控措施。

（一）标识管理：涉密载体应当清晰标注密级、保密期限、责任部门等标识，实行统一编号和登记管理。

（二）权限控制：对设备、数据库和应用系统及其账户实行权限管理，按照岗位职责以最小必要原则设定权限。涉密设备应当关闭或禁用移动存储、光驱、蓝牙、无线网卡等数据传输功能。

（三）流转管理：涉密载体的制作、复制、借阅、传递应当履行审批手续，做好台账记录。涉密电子文件的流转应当采取加密和签名措施，在文档页眉、页脚、水印等处设置保密义务提醒。

（四）存储管理：涉密纸质资料应当存放于带锁的文件柜或保密室中；涉密电子数据应当存储于加密的服务器或经批准的云存储平台中，定期备份并做好灾难恢复预案。

（五）销毁管理：涉密载体报废或销毁时，应当履行审批、清点、登记手续，确保信息无法还原。纸质文档应当粉碎或焚烧处理；磁介质应当消磁或物理粉碎；电子数据应当使用专业工具彻底擦除。

4.4 物理涉密区域与网络安全管控

权利人应当对涉及商业秘密的物理区域和网络环境实施安全管控，防止未经授权的人员接触商业秘密。

（一）涉密区域识别：将以下区域列为涉密重点区域：产品研发设计区、文物修复工作室、非遗技艺传承场所、数字化处理中心、财务及人力资源部门、涉密档案室、样品存放区等。

（二）物理隔离：对涉密区域和非涉密区域进行明确区分，采取物理措施隔离，张贴标识和警示语，安装视频监控和报警装置。涉密区域入口设置门禁，实行准入审批，可以采用指纹、面部等技术手段进行身份验证。

（三）网络隔离：涉密区域网络应当与其他内部网络物理隔离，禁止接入互联网。确需远程访问的，应当通过虚拟专用网络（VPN）并满足终端准入、权限审批、身份验证等条件。

（四）设备管控：涉密区域内严格限制使用具有录音、摄像、拍照、信息存储等功能的个人电子设备。确需使用的，应当经审批并登记。

（五）文博单位特殊要求：博物馆、纪念馆等开放场所中的涉密区域（如文物库房、修复室、数字化实验室）应当与公众参观区域严格分离，设置独立的出入口和安保系统，确保观众动线不经过涉密区域。

4.5 保密协议与竞业限制

保密协议和竞业限制协议是保护商业秘密的重要法律工具。权利人应当根据不同对象和场景，签订适当的保密协议。

（一）员工保密协议：明确约定保密信息的具体范围（包括技术信息和经营信息）、保密期限（可约定至商业秘密公开或解密为止）、保密义务的具体内容（不得披露、使用、允许他人使用等）、违约责任及赔偿计算方式。

（二）商务合作保密协议：在与合作方开展技术合作、委托加工、IP 授权、投融资等活动前，应当签订保密协议或在合作协议中设置保密条款，明确各方保密责任、信息使用范围、返还或销毁义务及违约后果。

（三）竞业限制协议：与高级管理人员、高级技术人员及其他负有保密义务的人员签订竞业限制协议，明确竞业限制的具体范围（不得从事同类业务或加入竞争企业）、地域范围、生效条件、期限（不超过二年）、经济补偿标准及支付方式、违约责任等。

（四）保密协议的注意事项：保密协议应当采用书面形式；保密费用并非保密协议的当然条款，但竞业限制协议应当约定合理的经济补偿；违约责任可以约定具体赔偿金额或计算方式，便于维权时举证。

第五章　高风险业务场景的管控与防范

5.1　对外商务合作与投资审查

在对外开展技术合作、品牌授权、投融资、并购重组等活动时，商业秘密泄露风险显著增加。权利人应当建立对外合作的保密审查机制。

（一）合作前尽调：在开展合作前，应当对合作方的背景、信誉、知识产权状况及保密能力进行调查评估，避免与存在商业秘密侵权记录或保密管理能力薄弱的主体开展深度合作。

（二）保密前置：在商务谈判初期即应当签订保密协议，明确约定谈判过程中披露的信息属于保密信息，限制合作方对保密信息的使用目的和范围。

（三）信息分级披露：在合作谈判中遵循“需要才知道”原则，仅向合作方披露履行合作所必需的商业秘密，且应当按阶段、分层次逐步披露，避免一次性泄露全部核心信息。

（四）技术出资审查：以商业秘密作为出资入股的，应当在出资协议中明确商业秘密的权属划分、使用范围、后续改进成果的归属及违约责任，防止因技术出资导致秘密失控。

（五）并购中的商业秘密保护：在并购重组过程中，目标公司的商业秘密是重要的无形资产。买方应当在尽职调查中采取严格的保密措施，卖方应当控制披露范围，必要时可限制访问。

5.2　委托加工、代工生产与 IP 授权保密管理

委托加工、代工生产和 IP 授权是文创企业的常见经营模式，也是商业秘密泄露的高发场景。

（一）代工保密协议：与代工厂商签订专门的保密协议，明确加工工艺、技术参数、设计图纸等信息的保密义务，约定代工厂商不得将受托加工的技术信息用于自身生产或向第三方披露。

（二）工艺拆分与分段保密：对于涉及核心工艺的代工生产，可以采取工艺拆分策略，将完整工艺流程分解为若干独立工序，分别委托不同代工厂商加工，确保单一代工厂商无法掌握全部技术。

（三）驻场监督与审计：向代工厂商派驻质量管理人员或技术人员，监督生产过程，防止超范围使用技术信息。定期对代工厂商的保密措施执行情况进行审计检查。

（四）知识产权授权的范围控制：在知识产权授权协议中明确授权使用的具体范围、地域、期限及用途限制，禁止被授权方对授权 IP 进行反向工程、拆解分析或二次开发后申请知识产权。

（五）样品与模具管理：委托加工中使用的专用模具、样品原型等载体应当明确所有权归属，合作终止后应当及时回收或监督销毁，防止代工厂商留存复制。

5.3 展览展示、公益传播与学术交流保密管理

文创企业常参加各类展览、文化活动和学术交流，在此过程中应当特别注意商业秘密的保护。

（一）展前审查：参展前应当对展品、宣传资料、演示内容进行保密审查，确保不包含核心商业秘密。对涉及核心工艺的产品展示，应当避免解剖式展示或公开展示内部结构。

（二）宣传资料脱敏：宣传册、网站、社交媒体发布的图片、视频应当对涉密信息进行适当遮挡或隐匿。对于技术保密性高的项目，可以视情况安排封闭展示或仅向特定观众展示。

（三）学术交流边界：在学术会议、行业论坛发表演讲或论文时，应当对内容进行保密审查，避免披露未公开的核心技术参数、独特工艺细节或敏感经营数据。

（四）观众与访客管理：为来访人员设定参观路线，避开涉密区域。确需进入涉密区域的，应当由专人全程陪同，要求签署保密承诺，限制使用录音录像设备。

（五）公益传播的底线：在履行社会责任、开展公益文化传播时，应当明确公开传播的边界，避免将核心配方、关键工艺参数、深度客户数据等商业秘密作为公益内容公开。

5.4 数字化与网络安全保密管理

随着文创产业数字化转型加速，文博数字化、数字文创、线上展览等业务蓬勃发展，网络安全成为商业秘密保护的重要阵地。

（一）数据分级分类：对数字化过程中的文物数据、设计数据、客户数据等进行分级分类管理。涉及核心商业秘密的数据应当采取最高级别的加密和访问控制。

（二）全生命周期保护：数据保护应当贯穿采集、存储、处理、传输、销毁全生命周期。采集环节明确目的和范围；存储环节使用加密和密钥管理；处理环节采取脱敏和水印；传输环节使用加密协议；销毁环节确保不可恢复。

（三）网络安全防护：部署防火墙、入侵检测系统（IDS）、数据泄露防护系统（DLP）等安全设备。定期进行漏洞扫描和渗透测试，及时修补安全漏洞。对涉密网络实行物理隔离或逻辑强隔离。

（四）云服务安全：使用云存储或云计算服务时，应当选择具有相应资质的服务商，签订包含保密条款的服务协议，明确数据主权归属、访问权限、安全责任及数据泄露时的赔偿责任。

（五）移动设备与远程办公管理：对笔记本电脑、平板电脑、智能手机等移动设备安装终端安全管理软件，实现远程定位、数据擦除等功能。远程办公应当通过安全 VPN 接入，禁止在公共网络环境下处理涉密信息。

（六）账号与密码管理：实行统一身份认证（SSO）和权限管理，采用强密码策略，定期更换密码。对离职人员账号及时禁用或删除。

第六章　监督检查与评估改进

6.1　内部检查与评估

权利人应当建立商业秘密保护的内部监督检查机制，定期评估保护体系的有效性，及时发现和整改问题。

（一）定期检查：每季度或每半年开展一次商业秘密保护专项检查，检查内容包括商业秘密清单更新情况、涉密载体管理状况、涉密区域安防措施运行情况、保密协议签订及执行情况、信息系统访问日志审计情况等。

（二）风险评估：每年至少开展一次商业秘密泄密风险评估，识别潜在的泄密风险点，评估风险发生的可能性和影响程度，形成风险评估报告，提出改进建议。

（三）事件复盘：发生泄密事件后，应当及时组织复盘分析，查明事件原因、责任人员及管理漏洞，制定整改措施，防止类似事件再次发生。

（四）第三方审计：鼓励权利人委托专业的知识产权服务机构或会计师事务所对商业秘密保护体系进行外部审计，获取独立客观的改进建议。

6.2　宣传培训

商业秘密保护意识的培养是预防泄密的第一道防线。权利人应当重视保密宣传培训工作。

（一）全员培训：每年至少组织一次面向全体员工的商业秘密保护基础培训，讲解商业秘密的基本概念、保护意义、员工保密义务及泄密法律后果。

（二）专项培训：对涉密岗位人员、新入职员工、合作方派驻人员等开展专项保密培训，内容包括保密制度解读、保密技术工具使用、泄密案例警示教育等。

（三）文化营造：通过内部刊物、宣传栏、电子屏、办公系统弹窗等方式，常态化开展保密宣传，营造“人人知保密、人人守秘密”的企业文化氛围。

（四）行业协会协同：鼓励文创领域行业协会、商会组织行业性商业秘密保护培训和经验交流活动，提升行业整体保护水平。

第七章　应急处置与维权救济

7.1　泄密事件的应急响应

权利人应当制定商业秘密泄露应急预案，明确应急响应流程，确保在泄密事件发生后能够迅速、有效地控制损害扩大。

（一）事件报告：发现或疑似发生商业秘密泄露时，任何员工应当立即向商业秘密管理部门或上级领导报告。紧急情况下可直接向企业最高管理者报告。

（二）快速评估：商业秘密管理部门应当在第一时间对事件进行初步评估，判断泄露信息的密级、泄露范围、可能的传播渠道及造成的潜在影响。

（三）止损措施：根据评估结果立即采取止损措施，包括但不限于：撤回已发送的涉密文件、屏蔽或删除已上传至互联网的信息、冻结相关系统账号、隔离涉密设备、向合作方发出停止使用通知等。

（四）成立调查组：对重大泄密事件，应当成立由法务、技术、人力资源、业务部门组成的调查组，全面调查事件原因、责任人员及泄密范围，提出处理建议。

（五）报告义务：泄密事件涉及国家秘密的，应当立即向国家安全机关、保密行政管理部门报告；涉嫌犯罪的，应当及时向公安机关报案。

7.2　证据固定与保全

在商业秘密维权过程中，证据的充分性、合法性和关联性直接决定维权成败。权利人应当重视证据的收集和固定。

（一）权属证据：留存技术研发记录、设计底稿、实验数据、客户开发记录、合同文件等能够证明商业秘密形成过程及权属归属的资料。

（二）秘密性证据：通过技术查新报告、市场调查报告、非公知性鉴定意见等方式，证明商业秘密不为公众所知悉。

（三）保密措施证据：保留保密制度文件、保密协议签署记录、涉密区域管理规定、信息系统权限设置记录、载体标识记录等，证明已采取合理保密措施。

（四）价值性证据：收集研发投入凭证、授权许可费用、商业合作收益记录、竞争优势分析等材料，证明商业秘密具有商业价值。

（五）侵权行为证据：固定侵权人获取、披露、使用商业秘密的相关证据，包括侵权产品样本、侵权人销售数据、网页截图、往来邮件、聊天记录等。

（六）电子证据保全：对易灭失的电子数据，应当及时进行公证保全或采用区块链存证等技术手段固定证据。必要时向人民法院申请证据保全或诉前禁令。

7.3 民事保护

商业秘密权利人在其权利受到侵害时，可以通过以下途径寻求民事救济。

（一）协商和解：在侵权情节较轻、损害可控的情况下，权利人可以与侵权人进行沟通协商，通过律师函交涉或商务磋商等方式达成和解协议，要求侵权人停止侵权、返还或销毁涉密载体、赔偿损失。

（二）民事诉讼：向人民法院提起侵犯商业秘密之诉，主张停止侵害、赔偿损失、消除影响等民事责任。赔偿数额按照权利人因被侵权所受到的实际损失确定；实际损失难以计算的，按照侵权人因侵权所获得的利益确定；两者均难以确定的，由人民法院根据侵权行为的情节判决给予五百万元以下的赔偿。对于恶意侵权且情节严重的，可以主张惩罚性赔偿，赔偿数额为上述方法确定数额的一倍以上五倍以下。

（三）仲裁：权利人与侵权人在保密协议中有仲裁条款的，可以向约定的仲裁机构申请仲裁。仲裁裁决具有一裁终局性，一方不履行的，另一方可以向人民法院申请强制执行。

（四）人民调解：向人民调解委员会申请调解，通过说服、疏导等方式促使双方在平等协商基础上自愿达成调解协议。经人民法院司法确认的调解协议具有强制执行力。

7.4 行政保护

市场监督管理部门是商业秘密行政保护的主管机关。权利人发现商业秘密被侵犯时，可以向市场监督管理部门投诉举报，请求行政查处。

（一）举报方式：权利人可通过 12315 平台、12345 市民服务热线、信函、现场来访等方式提交举报材料。

（二）举证责任：在行政查处程序中，权利人应当提供商业秘密权属证明、保密措施证明、被侵权的初步证据。根据《中华人民共和国反不正当竞争法》第三十九条，权利人提供初步证据合理表明商业秘密被侵犯的，涉嫌侵权人应当证明其不存在侵犯商业秘密的行为。

（三）查处措施：市场监督管理部门有权对涉嫌不正当竞争行为进行调查，可以采取进入经营场所检查、询问当事人、查阅复制有关资料、查封扣押与涉嫌违法行为有关的财物等措施。

（四）处罚结果：经调查认定构成侵犯商业秘密的，市场监督管理部门可以责令侵权人停止违法行为，没收违法所得，处十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上五百万元以下的罚款。

（五）行刑衔接：市场监督管理部门在查处过程中发现涉嫌犯罪的，应当及时移送公安机关立案侦查。

7.5 刑事保护

侵犯商业秘密行为情节严重的，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

（一）立案标准：根据《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国刑事诉讼法》《最高人民法院、最高人民检察院关于办理侵犯知识产权刑事案件适用法律若干问题的解释》（法释〔2025〕5 号），侵犯商业秘密造成损失数额在三十万元以上，或者违法所得数额在三十万元以上，或者二年内因侵犯商业秘密受过刑事处罚或者行政处罚后再次实施且造成损失数额或者违法所得数额在十万元以上的，应予立案追诉。

（二）刑罚幅度：根据《中华人民共和国刑法》第二百一十九条，侵犯商业秘密情节严重的，处三年以下有期徒刑，并处或者单处罚金；情节特别严重的，处三年以上十年以下有期徒刑，并处罚金。

（三）损失认定：刑事案件中损失数额的计算方式包括：以不正当手段获取商业秘密但尚未披露、使用或允许他人使用的，损失数额可按该项商业秘密的合理许可使用费确定；披露、使用或允许他人使用的，按权利人因被侵权造成的利润损失确定；导致商业秘密已为公众所知悉或灭失的，按商业秘密的商业价值确定。

（四）报案指引：权利人向公安机关报案时，应当提交商业秘密客观存在的证明、权属证明、侵权事实存在的证明（包括接触条件、实质相同性鉴定、经济损失等）及犯罪嫌疑人身份信息等材料。

（五）刑民交叉处理：商业秘密案件既涉及民事侵权又涉及刑事犯罪的，可采用“刑民并行”策略。对技术秘密且损失易量化的案件，可优先采用“先刑后民”模式，借助刑事侦查手段固定核心证据；对客户名单等经营信息纠纷，可采用“先民后刑”模式，通过民事诉讼明确权属后再启动刑事追诉。

7.6 涉外保护

为应对海外商业秘密纠纷，权利人可采取以下措施。

（一）申请海外纠纷应对指导：国家海外知识产权纠纷应对指导中心在多地设有地方分中心，商业秘密纠纷明确纳入指导受理范围。企业可向分中心提交纠纷应对指导申请及纠纷材料，普通纠纷通常在 5-20 个工作日内获得指导，指导内容包括纠纷信息收集、业务指导、资源协调等。

（二）预防性措施：参展前对展品及演示内容开展脱敏审查，在境外展会现场发现他人窃取商业秘密的，应立即停止相关展示、收回资料，同时通过拍照、录像、公证等方式固定侵权人身份、行为过程及接触途径，随后可依据展会所在地法律，评估申请临时禁令的可行性，并向展会主办方与当地警方报告。

（三）阻断侵权内容海外传播：权利人可依据当地法律申请临时限制令、临时禁令或行为保全措施，请求禁止侵权产品上市流通，查封或移交侵权商品，并冻结相关账户资金以防止资产转移。针对跨境平台上盗用设计、仿制文创产品的行为，可优先利用平台投诉机制快速下架侵权链接；同时保留后台销售数据、侵权页面截图等证据，为后续可能的行政投诉或诉讼固定材料。

（四）证据出境合规审查：涉及商业秘密纠纷境外诉讼或仲裁程序要求提交存储于中国境内的证据材料的权利人，需在提交前完成脱敏与分类，对拟出境材料进行审查，区分普通数据、个人信息和可能涉密的核心信息。优先使用替代性证据，个人信息可通过匿名化、去标识化处理后提交，核心商业秘密可申请境外法院签发保密令，限制对方及第三方的访问范围。

第八章　典型案例

以下案例选自近年来自民事及刑事审判中的典型案件，涵盖数字文创、影视娱乐、中华老字号与传统食品、中医药、非物质文化遗产与传统工艺美术等领域，供东城区文创领域经营者参考借鉴。

案例一：开平市广合腐乳有限公司诉开平市广中皇食品有限公司等侵害商业秘密纠纷案——（1999）粤法民终字第 109 号

【案情简介】开平市广合腐乳有限公司（以下简称广合公司）系生产广合腐乳的中外合资企业。张某原系广合腐乳厂主管生产、技术的厂长，离职后参与设立开平市广中皇食品有限公司（以下简称广中皇公司）。1998 年 3 月至 4 月期间，广中皇公司与张某在全国范围内向腐乳经销商和消费者散发宣传资料，宣称其系原广合领导班子、技术骨干重组，产品更胜一筹，并使用了张某从广合公司带走的客户档案资料。广合公司认为上述行为侵犯其商业秘密并损害商业信誉，诉至法院。

【处理结果】广东省高级人民法院二审认为，广中皇公司与张某在宣传资料中将其产品与广合公司产品作比较，贬低广合公司产品、抬高自身产品，并借助广合品牌知名度误导经销商和消费者，构成不正当竞争。张某离职后将其掌握的广合公司客户档案提供给广中皇公司使用，侵犯了广合公司的经营秘密。法院判决广中皇

公司、张某立即停止侵害，销毁侵权宣传资料，在《南方日报》上刊登赔礼道歉声明，共同赔偿广合公司经济损失 30 万元。

【典型意义】本案是中华老字号企业保护客户资源与商业信誉的典型案例。老字号企业长期积累的客户档案资料属于经营信息范畴，离职员工擅自带走并提供给同业竞争者使用的，构成对经营秘密的侵害。本案同时警示，老字号企业在经历合资、改制等股权变动时，应当格外重视客户信息、供销渠道等经营信息的保密管理，完善核心管理人员离职交接制度，防止因人员流动导致经营资源流失。权利人在发现侵权后，应及时通过公证等方式固定证据，综合运用反不正当竞争法维护自身合法权益。

案例二：秦皇岛新开工艺品有限公司诉秦皇岛田春工艺品有限公司等侵害日本人形石膏头像商业秘密案——（2006）冀民三终字第 2 号

【案情简介】秦皇岛新开工艺品有限公司（简称新开公司）系生产日本人形石膏头像的外商独资企业，自 1990 年成立后，逐步研发形成了包括目玉接针、发型定型器制作、胡粉配方、消除气泡、烘干放置方法、完整生产工序等在内的 13 道独特工艺流程，并建立了日本熊仓人形店等专属海外销售渠道及天津市君习工贸有限公司、兴达塑料厂等特定协作加工单位。冈某 1991 年受聘于新开公司，历任技术指导、技术部长等职，掌握公司核心技术与经营信息。2002 年 11 月，冈某离职后仅 10 日即申请成立秦皇岛田春工艺品有限公司（简称田春公司），经营范围与新开公司完全相同。2003 年 3 月，田春公司一次性招聘新开公司 17 名原职员，并利用新开公司长期建立的协作单位加工玉串、托盘等专用配件，将产品销往新开公司的原有客户日本熊仓人形店。新开公司遂提起诉讼，主张田春公司及冈某侵害其技术秘密与经营秘密。

【处理结果】河北省高级人民法院二审认定，新开公司主张的 9 项技术秘密点中，田春公司已就技术来源及工艺差异作出合理解释并举证，不能认定其使用了新开公司的技术秘密；但新开公司与天津市君习工贸有限公司、兴达塑料厂等协作单位经过多年合作形成的稳定加工承揽关系，具有特定性，不为公众所知悉，且能为新开公司带来经济利益，构成经营秘密。田春公司利用冈某及田某等原职员掌握的

新开公司经营信息，直接与上述协作单位建立业务关系，有悖诚实信用原则，构成对新开公司经营秘密的侵犯。法院判决田春公司、冈某立即停止使用新开公司的经营信息，并连带赔偿新开公司经济损失人民币 2 万元。

【典型意义】本案对传统工艺美术及非遗技艺企业的商业秘密保护具有双重启示。工艺品制作中的完整工艺流程、专用设备参数、原料配方等技术信息，以及长期培育的专属供应链、外协加工渠道、海外客户网络等经营信息，均可纳入商业秘密保护范畴，权利人应当区分技术秘密与经营秘密，采取针对性保护措施。核心技术人员离职后短期内设立同业企业并大规模招募原单位员工的，权利人应高度警惕，及时固定证据，防范整建制的技术与经营信息流失。

案例三：自贡市扎染工艺厂诉自贡市天工艺术品有限公司侵害商业秘密纠纷案——（2009）自民三初字第 5 号

【案情简介】自贡市扎染工艺厂（以下简称扎染厂）系自贡扎染工艺非物质文化遗产项目的申报单位及保护单位。2006 年至 2008 年间，自贡扎染工艺先后被评定为自贡市、四川省及国家级非物质文化遗产，扎染厂被认定为该项目的保护单位。被告自贡市天工艺术品有限公司（以下简称天工公司）成立于 2004 年，其股东徐某、黄某、李某均曾为扎染厂职工，分别担任过厂长、销售科长、财务科长等职务。天工公司成立后从事扎染产品生产经营，并在其产品及包装上使用“非物质文化遗产——自贡扎染工艺”字样。扎染厂提起诉讼，主张天工公司擅自使用其商品特有名称、冒用质量标志、虚假宣传，并侵犯其商业秘密。

【处理结果】四川省自贡市中级人民法院经审理认为：第一，非物质文化遗产的评定及规范非物质文化遗产字样的使用属于行政权力范畴，非物质文化遗产属于群体共同财富，保护单位仅承担保护与传承职责，并非所有权人。天工公司使用“非物质文化遗产——自贡扎染工艺”字样属于对非物质文化遗产的合理利用，不构成不正当竞争。第二，扎染厂未能举证证明其商业秘密的载体和具体内容、所采取的具体保密措施，以及天工公司使用的技术与扎染厂独有的技术相同或实质相同，其主张的商业秘密因证据不足不予支持。综上，法院判决驳回扎染厂的全部诉讼请求。

【典型意义】本案对文创领域非物质文化遗产保护与商业秘密保护的衔接具有重要启示。非物质文化遗产保护单位并不享有该非遗项目的所有权或专有使用权，其他主体经行政机关批准或基于历史传承可以合理使用非物质文化遗产标识。传统技艺中的基础工艺流程因已进入公有领域而不受商业秘密保护，但企业在传承过程中形成的独特技术改进、特殊配方比例、专有工艺参数等，只要符合秘密性、价值性和保密性要件，可以作为商业秘密予以保护。权利人应当建立系统化的商业秘密管理制度，明确秘密点、采取具体保密措施并留存证据，避免因举证不足导致维权失败。

案例四：北京一得阁墨业有限责任公司诉高某、北京传人文化艺术有限公司侵害墨汁配方商业秘密案——（2011）民监字第 414 号

【案情简介】北京一得阁墨业有限责任公司（简称一得阁公司）系成立于清朝同治年间的中华老字号企业，其生产的“一得阁墨汁”“中华墨汁”等产品深受书画界推崇。1996 年，上述墨汁配方被列为“北京市国家秘密技术项目”，保密期限为长期。高某自 1978 年进入一得阁墨汁厂工作，1987 年至 1995 年任副厂长并主管技术业务，负责墨汁新产品的研发及生产车间设计，熟知企业核心配方。2002 年 1 月，高某以最大股东身份参与组建北京传人文化艺术有限公司（简称传人公司），其妻任法定代表人。2002 年底，传人公司开始生产与一得阁产品品质高度近似的墨汁产品。2003 年 5 月，一得阁公司与高某解除劳动关系后提起诉讼，主张高某违反保密义务披露商业秘密，传人公司非法使用该商业秘密。

【判决结果】北京市第一中级人民法院一审认定，一得阁公司的四种墨汁配方已被列为国家秘密技术项目，具有不为公众所知悉、能为权利人带来经济利益、具有实用性且已采取合理保密措施的特征，构成商业秘密。高某作为长期担任副厂长并主管技术的高级管理人员，违背保守商业秘密的法定义务，向传人公司披露了墨汁配方；传人公司明知该配方属于商业秘密仍予以使用，亦构成侵权。法院判令高某不得披露所掌握的商业秘密且不得参与墨汁产品生产；传人公司停止生产、销售墨汁产品并销毁库存；双方共同赔偿经济损失 3 万元。北京市高级人民法院二审维持原判。后最高人民法院再审维持二审判决。

【典型意义】本案是中华老字号传统技艺商业秘密保护的标杆性案例，对老字号企业、非遗传承人及传统工艺美术企业具有深远启示。传统配方、工艺诀窍等“口传心授”的技艺信息，只要符合商业秘密构成要件，即受法律保护。老字号企业应当借鉴本案经验，将核心配方通过保密制度、载体标识、分级管理等方式固定化和系统化，与核心技术人员签订保密协议，防范因人员流动导致传统技艺外流。

案例五：李某侵犯商业秘密罪案——（2014）常刑二终字第 64 号

【案情简介】李某利用在湖南国华制药有限公司从事 GMP 认证指导工作的便利，采取不正当手段获取该公司药品“天麻首乌片”的技术资料，于 2004 年以他人名义向国家知识产权局提出专利申请。2005 年国家知识产权局依据专利申请程序公开了相关技术资料，致使“天麻首乌片”处方中各成份剂量配比被完全披露。经评估，“天麻首乌片”商业秘密开发成本为 193.5 万元。

【处理结果】湖南省常德市中级人民法院认定，李某以不正当手段获取商业秘密并用于专利申请，致使商业秘密被披露，给权利人造成重大损失，其行为已构成侵犯商业秘密罪。鉴于李某在二审期间认罪悔罪，依法改判有期徒刑二年六个月，缓刑三年，并处罚金人民币五万元。

【典型意义】本案系侵犯商业秘密罪的典型案例，对以不正当手段获取技术秘密并用于专利申请导致公开的犯罪行为予以刑事制裁。案件明确了技术信息作为商业秘密的认定标准，展示了商业秘密开发成本在刑事损失认定中的参考价值。对文创及传统技艺领域企业具有警示意义，应当严格管控核心技术资料的接触权限，防范外部合作人员、顾问等利用工作便利获取商业秘密后通过专利申请等途径予以公开。案件同时提示权利人，在发现商业秘密被非法申请专利时，应及时采取法律手段阻止公开并追究刑事责任。

案例六：新丽传媒集团有限公司诉北京派华文化传媒股份有限公司侵害《悟空传》电影素材商业秘密案——（2017）京 0105 民初 68514 号

【案情简介】新丽传媒集团有限公司系电影《悟空传》的出品方和权利人。在该片音频后期制作阶段，传媒公司将部分工作外包给北京派华文化传媒股份有限公

司，双方在委托合同中明确约定保密条款。后文化公司在后期制作过程中，通过网盘向案外人传输电影素材导致部分素材泄露。传媒公司发现片源泄露后提起诉讼，主张文化公司违反保密协议，构成商业秘密侵权。

【判决结果】法院审理后认为，涉案电影素材基本完整展现了影片全部内容，凝结了主创团队的创造性劳动，并非零散素材的简单集合。在影片公开放映前，该素材整体信息不为其经营领域内相关人员普遍知悉，虽然部分服装、道具、场景提前公开，但整体组合仍具备秘密性特征，且能为权利人带来商业价值；加之双方在委托合同中明确约定保密条款，因此涉案素材构成受法律保护的商业秘密。法院终审判决认定文化公司构成侵权，判令其赔偿传媒公司经济损失300万元及合理维权费用31万元，同时要求其在官方微博置顶位置连续30日刊登声明，消除不良影响。

【典型意义】本案是影视制作领域商业秘密保护的典型案例，对从事数字内容生产的企业具有重要启示。在影片公映前，完整的剪辑素材、音画素材、后期合成文件等属于核心经营信息，应当作为商业秘密严格保护。权利人在对外委托后期制作、特效合成、配音配乐等业务时，务必签订保密协议并明确违约责任，防止因合作方管理不善导致片源泄露。

案例七：益德成（天津）闻药文化发展有限公司诉孙某股东知情权与商业秘密冲突纠纷案——（2020）津01民终4296号

【案情简介】益德成（天津）闻药文化发展有限公司（以下简称益德成公司）系国家级非物质文化遗产代表性项目益德成闻药制作技艺的保护单位，主要从事闻药（鼻烟）的生产销售及文化艺术交流活动。原告孙某系益德成公司持股10.53%的股东，并担任公司监事。2018年，孙某向益德成公司提出查阅公司会计账簿及会计凭证的申请，益德成公司以孙某与同业竞争企业嘉勋堂公司存在密切关系、查阅会计账簿可能导致闻药配方泄露为由予以拒绝。孙某遂提起诉讼，请求查阅公司会计账簿及会计凭证。一审法院判决支持孙某的诉讼请求，允许其在律师、注册会计师、审计师辅助下查阅会计账簿及会计凭证。益德成公司不服提起上诉，主张孙某查阅会计账簿将导致公司采购中药材的种类、数量、单价及客户信息泄露，进而导致传承三百余年的闻药配方被部分或全部泄露。

【处理结果】二审法院经审理认为孙某作为益德成公司股东，依法享有股东知情权，有权查阅公司会计账簿及会计凭证。益德成公司主张孙某具有不正当目的，但未能举证证明孙某与嘉勋堂公司存在实质关联关系或投资任职关系，其主张缺乏事实依据。关于益德成公司主张会计账簿中记载的中药材采购信息涉及商业秘密应予保护的问题，法院认为，为兼顾股东知情权与公司利益保护，益德成公司在供孙某查阅会计账簿和会计凭证时，可就涉及鼻烟原料采购的相关会计账簿及凭证，隐去其中记载的数量、单价及客户信息。综上，二审法院判决驳回上诉，维持原判，同时明确查阅过程中应对涉密信息进行脱敏处理。

【典型意义】本案对文创领域老字号及非遗企业平衡股东知情权与商业秘密保护具有重要参考价值。股东知情权与商业秘密保护发生冲突时，并非必然优先保护商业秘密，而应当综合考量股东查阅目的的正当性及公司举证情况。本案创新性地提出了脱敏查阅的解决方案，即在保障股东知情权的同时，允许公司对会计账簿中涉及核心配方、供应商渠道、价格体系等敏感信息进行遮蔽或隐匿处理，为非遗技艺类企业提供了可操作的保护路径。中药材采购明细、原料配比等经营信息虽可能构成商业秘密，但非遗企业应当通过专项保密协议、分级授权查阅、脱敏处理等方式进行保护，而非一概拒绝股东查阅。企业在应对股东知情权请求时，应当积极举证证明股东具有不正当目的或查阅将损害公司利益，同时主动提出替代性保护方案，避免因消极对抗导致不利后果。

案例八：奶茶旅拍（厦门）文化有限公司诉丽江市古城区蒂尔旅拍摄影馆、鄢某侵害作品信息网络传播权及商业秘密纠纷案——（2021）闽 0203 民初 23053 号

【案情简介】奶茶旅拍（厦门）文化有限公司系涉案婚纱照片的著作权人，与员工签订《保密协议书》，约定员工对公司的技术信息、经营信息等负有保密义务，不得擅自使用在工作时所产生的相关技术数据、资料或提供给第三方使用。鄢某曾任职于该公司，任职期间取得涉案照片，后鄢某离职并注册设立蒂尔旅拍摄影馆，将获取的涉案照片作为样片在美团、大众点评、小红书、微信公众号等平台展示，用于婚纱旅拍业务的宣传推广。

【处理结果】福建省厦门市思明区人民法院认定，蒂尔摄影馆未经许可擅自将涉案作品用于经营活动，构成对奶茶旅拍公司著作权的侵害。鄢某离职后将从公司获取的涉案作品用于其经营的摄影馆宣传推广，基于其原管理人员身份及《保密协议》所负保密义务，该行为同时构成对奶茶旅拍公司商业秘密的侵害。法院判决蒂尔摄影馆、鄢某赔偿侵害著作权的经济损失及合理费用，鄢某赔偿侵害商业秘密的经济损失及合理费用。

【典型意义】本案系厦门市中级人民法院发布的知识产权典型案例，对摄影作品以商业秘密形式进行保护作出了积极探索。案件表明，技术性、艺术性较强的未公开作品在符合秘密性、价值性和保密性要件时，可以受到商业秘密法律保护，权利人可协调著作权保护与商业秘密保护进行多重保护布局。对文创领域摄影、视觉设计、数字内容等企业具有直接参考价值，提示企业应当与创作人员签订保密协议，对未发表作品采取保密措施，防范离职员工将作品用于同业竞争。法院对作品的不同表达形式进行了细致区分，认为视听作品的发表不等于同一拍摄环境下的摄影作品被公开，为认定作品的秘密性提供了裁判思路。

案例九：上海米哈游影铁科技有限公司诉陈某侵害“崩坏：星穹铁道”未公开游戏角色商业秘密案——（2024）沪 0115 民初 38294 号

【案情简介】上海米哈游影铁科技有限公司系《崩坏：星穹铁道》游戏运营方。2023 年 10 月至 2024 年 2 月期间，陈某先后 8 次前往指定游戏测试机房参与内部测试，测试内容涉及“知更鸟”“黄泉”“砂金”“加拉赫”“雪衣”“花火”“黑天鹅”等 7 个未公开游戏角色的实机形象、技能效果、技能数据等。测试期间，测试参与人员陈某违反保密协议，通过自带电子设备对测试画面进行偷拍、偷录，保存至个人设备并多次向第三人非法披露，导致测试内容被公开传播。米哈游公司发现后立即申请诉前行为保全，并在法定期间内提起诉讼。

【判决结果】上海市浦东新区人民法院一审认定，涉案未公开游戏角色的实机形象、技能动态画面及技能数据等内容符合《反不正当竞争法》规定的经营信息特征和商业秘密构成要件，属于受法律保护的商业秘密。陈某违反保密义务，以偷拍、偷摄等不正当手段获取并披露商业秘密，构成侵权。法院判令陈某停止侵权、消除

影响并赔偿经济损失及合理开支共计50万元，一审判决后双方均未上诉。本案系全国首例涉游戏未公开角色设计的商业秘密诉前行为保全案及全国首例将未公开游戏角色认定为商业秘密的生效判决案件。

【典型意义】本案对从事数字文创、游戏开发、虚拟数字人、沉浸式体验设计的企业具有直接指导价值。游戏角色形象、技能设计、剧情内容等未公开信息，只要符合“不为公众所知悉、具有商业价值、采取保密措施”三要件，即可作为商业秘密受到保护。权利人通过签订保密协议、设置测试机房监控、限制电子设备等方式构建保密体系，为数字文创企业提供了可复制的保护范例。