

중 국

[판례 분석] 온라인 상품 판매에 의한 저작권 침해

2026. 06. 03.

국제협력팀

중국사무소

타인의 미술저작물을 무단으로 사용한 상품 이미지를 온라인 상거래 플랫폼에 업로드하고 해당 상품을 판매하는 경우, 그 상품 이미지를 온라인 스토어의 상품 페이지에 업로드한 행위는 정보네트워크전파권 침해가 성립하고 그 상품을 실제로 판매하여 소비자에게 이를 발송하는 행위는 발행권 침해가 성립함.

1. 현황

최근 SNS와 전자상거래 플랫폼이 결합된 소비 생태계가 중국에서 급속도로 확산되면서 개인 창작자들이 자신의 창작물을 SNS에 공개하는 창작 문화가 발달하고 있음. 이렇게 중국의 각종 SNS 플랫폼에서 창작자들은 자신의 저작물을 발표하고 대중과 소통하는 활동을 활발히 전개하고 있는 상황에서 이러한 플랫폼의 개방성으로 인하여 타인이 창작자의 허락 없이 해당 작품을 상업적 목적으로 무단 전용하는 저작권 침해 사례도 함께 증가하고 있음. 본문에서는 전자상거래 환경에서의 미술저작물 저작권 침해 문제를 다룬 사례를 통해 발행권과 정보네트워크전파권의 침해 성립 요건 및 전자상거래 환경에서의 손해배상액 산정 등에 관한 법원의 판단을 살펴봄.

2. 판례소개

사건 번호	1심	(2025)浙8601民初62号	
관할 법원	1심	항저우철도운송법원(杭州铁路运输法院)	
당사자		A 씨	1심: 원고
		B 씨	1심: 피고
핵심 쟁점	1심	1. A 씨의 원고적격 여부 2. B 씨의 저작권 침해 여부	

		3. B 씨의 법적 책임
판결 결과	1심	1. A 씨는 원고적격이 인정됨. 2. B 씨의 행위는 A 씨의 저작권을 침해하였음. 3. B 씨는 침해 행위를 중지하고 A 씨의 경제적 손실 및 합리적 비용을 배상해야 함.
관계 법령		· 저작권법(著作权法) 제3조 제4호, 제10조 제(1)항 제6호 및 제12호, 제11조 제(1)항 및 제(2)항, 제52조, 제53조 제1호, 제54조 · 저작권 민사분쟁사건 심리 법률적용 몇 가지 문제에 관한 최고인민법원의 해석 (最高人民法院关于审理著作权民事纠纷案件适用法律若干问题的解释) 제7조, 제25조, 제26조 · 정보네트워크전파권 침해 민사분쟁사건 심리 법률적용 몇 가지 문제에 관한 최고인민법원의 해석 (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) 제3조
최종 판결일		2025년 6월 26일

(1) 사건 개요

A 씨는 AIGC 디자이너로 활동하며 2022년 12월 11일 <오리지널 카드스티커 시리즈(原创卡贴纸系列)> (이하 '사건 미술저작물'이라 함)를 창작하였음. 사건 미술저작물의 주요 도안은 파란 머리 카락에 파란 상의와 검은 치마를 입고 헤드폰을 착용하며 카세트 플레이어를 손에 든 애니메이션 스타일의 여성 캐릭터이며, 캐릭터 주변에 음표, 카세트, 마이크, 리본핀 등의 요소가 배치되어있는 이미지임. A 씨는 사건 미술저작물을 저작권 등록하여 저작권 등록증을 취득하였고 2022년 12월 12일 A씨의 X SNS 계정을 통해 최초로 공개하였음.

어느 날 A 씨는 B 씨가 Y 온라인 상거래 플랫폼에서 판매하고 있는 카드 수납 앨범(이하 '분쟁 상품')의 표지에 사건 미술저작물이 사용된 것을 발견하고 B 씨의 행위가 저작권 침해라고 주장하며 소송을 제기함.

(2) 핵심 쟁점

본 안건에서 B 씨가 분쟁 상품의 이미지를 Y 온라인 상거래 플랫폼에 업로드하고 그 상품을 판매한 행위가 저작권 침해라는 A 씨의 주장에 대해 B 씨는 자신의 온라인 점포에서 분쟁 상품을 판매하였다는 사실을 인정하였으나 침해 상품 링크는 이미 삭제하였다고 진술하고 사건 미술저작물의 캐릭터 이미지가 기존 인터넷 이미지와 유사하다는 취지의 항변을 하였음. 이와 같은 사실을 종합해보면 본 안건의 핵심 쟁점은 다음과 같음.

- ① A 씨의 원고적격 여부
- ② B 씨의 저작권 침해 여부
- ③ B 씨의 법적 책임

(3) 법원의 판단

1) A 씨의 원고적격 여부

사건 미술저작물은 인물 형상 설계, 세부적인 선 표현, 색채 조합 등의 측면에서 창작자의 선택, 판단 및 독창적 표현을 나타내고 있으며, 일정한 예술적 심미성을 갖추고 있으므로 저작권법이 보호하는 미술저작물에 해당함.

저작권 귀속에 관하여 <저작권법> 제11조 제(1)항 및 제(2)항 규정에 의하면 저작권은 저작자에게 귀속되며 작품을 창작한 자연인이 저작자로 인정됨. 또한 <저작권 민사분쟁사건 심리 법률 적용 몇 가지 문제에 관한 최고인민법원의 해석> 제7조는 “당사자가 제출한 저작권 등록증, 원본, 합법적 출판물, 인증기관의 증명서, 권리 취득 계약 등을 증거로 사용할 수 있으며 작품 또는 제품에 성명을 표시한 자연인, 법인, 비법인 조직은 저작권, 저작인접권의 권리자로 간주된다”고 규정하고 있음. 본 사건에서 A 씨는 사건 미술저작물의 작품등록증과 X SNS 최초 발표 기록을 제출하였고, 이에 반하는 증거가 없는 상황에서 A 씨가 사건 미술저작물의 저작권자임이 인정됨.

한편 B 씨가 제출한 일부 인터넷 이미지에 관하여 법원은 이를 사건 미술저작물과 대조한 결과 인물 형상, 선, 색채 등 표현 면에서 유사하지 않다고 보았고 해당 증거만으로는 사건 미술저작물의 독창성이 부족하다거나 A 씨가 저작자가 아니라는 점을 증명할 수 없음.

2) 저작권 침해 여부

<저작권법> 제10조 제(1)항을 제6호는 발행권을 ‘매매 또는 증여 방식으로 저작물의 원본 또는 복제물을 공중에 제공하는 권리’로 규정하고 있고 제12호는 정보네트워크전파권을 ‘유선 또는 무선 방식으로 공중에 제공하여 공중이 그가 선택한 시간과 장소에서 저작물을 획득할 수 있게 하는 권리’로 규정하고 있음. 또한 <정보네트워크전파권 침해 민사분쟁사건 심리 법률 적용 몇 가지 문제에 관한 최고인민법원의 해석> 제3조는 “온라인 서비스 제공자가 허가 없이 온라인을 통하여 권리가 정보네트워크전파권을 보유하는 저작물, 실연, 녹음·녹화제품을 제공하는 경우 인민법원은 이를 정보네트워크전파권 침해 행위로 인정해야 한다. 저작물, 실연, 녹음·녹화제품을 온라인을 통해 업로드하거나 공유 파일을 설정하거나 파일 공유 소프트웨어를 이용하는 방식으로 저작물을 온라인 공간에 저장하여 공중이 자신이 선택한 시간과 장소에서 이를 획득할 수 있게 하는 경우 전항에서 규정한 제공 행위를 실시한 것으로 인정된다”고 규정하고 있음.

사건 미술저작물의 인물 이미지와 분쟁 상품 표지에 그려진 이미지를 서로 비교한 결과, 양자가 기본적으로 서로 일치하고 주변 장식 요소만 상이하여 전체적으로 실질적 유사성을 구성함. 이와 같은 상황에서 B 씨가 A 씨의 허가 없이 자신이 경영하는 온라인 스토어의 상품 페이지에 분쟁 상품의 표지 도안을 전시한 행위는 A 씨의 사건 미술저작물에 대한 정보네트워크전파권을 침해하였음.

또한 B 씨가 분쟁 상품을 판매한 행위는 매매의 방식으로 사건 미술저작물의 복제물을 공중에 제공한 것에 해당하므로 발행권 침해가 성립함.

3) 법적 책임

침해 정지에 관하여 분쟁 상품의 링크가 이미 삭제되었더라도 전자상거래 플랫폼에서 상품 링크를 생성하는 것이 용이하고 인터넷을 통한 정보 전파가 광범위하다는 점을 고려하여 A 씨의 침해 정지 청구를 인용함. 다만 A 씨의 분쟁 상품의 폐기 청구에 관해서는 A 씨가 분쟁 상품의 재고 상황을 명확히 증명하지 못하였으므로 이 청구를 기각함.

손해배상액 산정과 관련하여 A 씨는 B 씨의 침해 행위로 인해 입은 실제 손실을 구체적으로 입증하지 못하였으므로, 법원은 <저작권법> 제54조에 따라 사건 미술저작물의 유형, 독창성 정도, 인지도, 침해 행위의 표현 및 용도, B 씨의 주관적 과실, 분쟁 상품의 판매 금액 등의 요소를 종합적으로 고려하여 손해배상액을 재량으로 결정함. 또한 Y 상거래 플랫폼 조회 결과 확인된 분쟁 상품의 판매 금액, A 씨가 증거 수집을 위해 실제 지급한 분쟁 상품 구매 가격 9.9위안 등을 침해 규모 판단 요소로 고려하여 배상액을 확정함.

3. 판례분석

본문의 판례는 전자상거래 플랫폼에서 개인 창작자의 캐릭터 미술저작물이 상품 표지에 무단 사용된 사안으로 분석 부분에서는 발행권과 정보네트워크전파권 침해가 동시에 발생할 수 있는 판단 기준과 개인 창작자의 권리 보호 방법을 살펴봄.

1) 발행권과 정보네트워크전파권 침해

본문의 판례에서 중요한 법적 의미 중 하나는 온라인 상거래 플랫폼에서 타인의 저작물을 무단으로 사용한 상품 판매 과정이 발행권과 정보네트워크전파권 침해가 동시에 성립할 수 있다는 점을 보여준 데 있음. 온라인 상거래 플랫폼을 통한 판매에서 저작권 침해 행위는 일반적으로 두가지 층위로 나타남. 첫째는 판매자가 상품 상세 페이지나 상품 링크에 타인의 저작물이 포함된 이미지를 게시하는 행위임. 온라인 상거래 플랫폼의 상품 소개 페이지는 이용자가 언제든지 원하는 시간과 장소에서 접근하여 이미지를 열람할 수 있는 방식으로 운영되므로 저작물을 온라인상에서 제공하는 행위로 평가될 수 있음. 이와 같은 이유로 본문의 판례에서 B 씨가 자신의 온라인 스토어 상품 페이지에 사건 미술저작물이 사용된 분쟁 상품 표지 도안을 전시한 행위는 A 씨의 정보네트워크전파권을 침해한 것으로 판단되었음.

둘째는 해당 이미지가 인쇄되거나 표지로 사용된 상품을 실제로 판매·배송하는 행위임. 이 경우 저작물의 복제물이 유형적 상품의 형태로 공중에게 제공되므로 발행권 침해가 성립할 수 있음. 본 사건에서 B 씨가 사건 미술저작물과 실질적으로 유사한 도안이 표지에 사용된 분쟁 상품을 판매한 행위는 매매 방식으로 저작물의 복제물을 공중에게 제공한 것으로 평가되어 발행권 침해가 인정되었음.

이러한 판단은 타인의 미술저작물 캐릭터 도안이 사용된 열쇠고리 상품을 온라인에서 판매하여 발생한 사례¹⁾와 같은 방향에 있음. 해당 사건에서도 피고가 원고의 캐릭터 이미지가 사용된

열쇠고리 상품을 온라인 스토어에서 판매하고 상품 상세 페이지에 침해 도안이 포함된 이미지를 게시한 행위에 대해 법원은 발행권과 정보네트워크전파권 침해를 함께 인정하였음. 즉 실물 상품의 판매는 발행권 침해로 온라인 상품 페이지의 이미지 게시는 정보네트워크전파권 침해로 구성될 수 있다고 본 것임.

다만 전자상거래 판매 과정에서 상품 이미지 게시와 상품 판매가 언제나 별개의 권리 침해로 평가되는 것은 아님. 온라인 쇼핑몰 판매자가 타인의 미술저작물을 무단으로 사용한 의류를 판매하여 발생한 사례²⁾는 이와 관련하여 중요한 제한적 시각을 제시함. 해당 사건에서 1심 법원은 피고가 원고의 미술저작물이 표시된 티셔츠를 판매한 행위를 발행권 침해로 보고 상품 페이지에 해당 티셔츠 사진을 게시한 행위도 정보네트워크전파권 침해로 보았음. 그러나 2심 법원은 상품 페이지에 침해 의류 사진을 게시한 행위는 판매 행위의 일부로서 발행권 침해에 포섭되므로 별도로 정보네트워크전파권 침해로 평가할 필요가 없다고 보아 1심의 법률적용을 정정하였음.

이 비교 판례는 본문 판례의 의미를 더 입체적으로 이해하게 함. 즉 본문의 판례처럼 상품 표지에 타인의 미술저작물이 직접 사용되고 그 표지 도안이 온라인 상품 링크에서 공중에게 제공된 경우 법원은 발행권과 정보네트워크전파권 침해를 함께 인정할 수 있음. 반면 온라인 쇼핑몰 판매자가 타인의 미술저작물을 무단으로 사용한 의류를 판매하여 발생한 사례 판결처럼 온라인 상품 사진 게시가 침해 상품 판매를 위한 부수적 행위로 파악되는 경우 이를 발행권 침해에 포섭하고 별도 정보네트워크전파권 침해를 판단하지 않을 수도 있음.

따라서 전자상거래 저작권 침해 사건에서 발행권과 정보네트워크전파권의 관계는 일률적으로 판단되는 것이 아니라 온라인 게시 행위가 독립적으로 저작물을 공중에게 제공한 행위인지, 아니면 침해 상품 판매를 위한 부수적 행위인지에 따라 달라질 수 있음. 본문 판례는 전자의 방향 즉 상품 페이지 게시와 상품 판매를 각각 정보네트워크전파권 침해 및 발행권 침해로 평가한 사례로 이해될 수 있음.

3) 개인 창작자의 권리 구제와 증명 부담

본문의 판례는 개인 창작자가 전자상거래 플랫폼에서 발생한 저작권 침해에 대응할 때 권리자 지위와 침해 규모 그리고 구제수단의 필요성을 어떻게 증명해야 하는지를 보여주는 사례임. A 씨는 사건 미술저작물의 작품등록증과 SNS 최초 발표 기록을 제출하였고, 법원은 이에 반하는 증거가 없는 상황에서 A 씨를 사건 미술저작물의 저작권자로 인정하였음. 이는 개인 창작자에게 저작권 등록 자료와 최초 공개 기록이 권리자 지위 증명에 중요한 자료가 될 수 있음을 보여줌.

손해배상액 산정과 관련하여 법원은 A 씨가 침해로 인하여 입은 실제 손실을 구체적으로 입증하지 못하였다고 보았음. 이에 따라 법원은 저작권법 제54조에 근거하여 사건 미술저작물의 유형, 독창성 정도, 인지도, 침해 행위의 표현 및 용도, B 씨의 주관적 과실, 분쟁 상품의 판매 금액 등 여러 요소를 종합적으로 고려하여 배상액을 정하였음. 이때 상품 구매 수량, 상품평 수,

1) (2023)沪0105民初22961号

2) (2022)浙04民终2032号

점포 팔로워 수, 실제 구매 가격 9.9위안 등의 자료는 침해 규모와 상업적 이용 정도를 보여주는 보조 자료로 기능할 수 있음. 다만 이러한 수치가 곧바로 기계적인 손해액 산정 기준으로 사용된 것은 아니며, 법원은 여러 상황을 종합하여 배상액을 재량으로 산정한 것으로 보아야 함.

또한 본문의 판례에서 법원은 B 씨가 분쟁 상품 링크를 이미 삭제하였다고 하더라도, 전자상거래 플랫폼에서 상품 링크를 생성하는 것이 용이하고 인터넷을 통한 정보 전파가 광범위하다는 점을 고려하여 A 씨의 침해 정지 청구를 인용하였음. 다만 법원은 B 씨에게 사건 미술저작물의 저작권을 침해하는 행위를 즉시 정지할 것을 명하였으나 침해 중지의 구체적 방법을 상세히 특정하지는 않았음. 이는 분쟁 상품 링크가 이미 삭제되었더라도 장래 침해 방지를 위한 침해 정지 청구를 인용한 것으로 이해할 수 있음.

반면 분쟁 상품의 폐기 청구에 대해서는 A 씨가 B 씨의 재고 상황을 명확히 증명하지 못하였다는 이유로 이를 인용하지 않았음. 이는 침해 정지는 장래의 침해 방지 필요성을 중심으로 판단될 수 있지만 침해 상품 폐기는 실제로 폐기 대상이 되는 상품이 존재한다는 점이 뒷받침되어야 한다는 것을 의미함.

따라서 개인 창작자는 온라인 상거래 플랫폼에서 발생한 자신의 저작물에 대한 저작권 침해를 발견한 경우 단순히 자신의 저작물이 무단 사용되었다는 점만 확보하는 데 그쳐서는 안 되며 저작권 등록증, 저작물 최초 공개 기록, 상품 링크 화면, 판매 수량 표시, 상품평 수, 점포 정보 등의 정보를 체계적으로 보존할 필요가 있음. 나아가 침해 상품의 폐기까지 청구하려면 가능한 범위에서 피고의 재고 존재나 보관 정황을 뒷받침할 자료도 확보하는 것이 중요함. 따라서 본문의 판례는 개인 창작자가 전자상거래 플랫폼에서 발생한 저작권 침해에 대응할 때 권리자 지위의 증명, 침해 규모의 입증, 손해배상액 산정 자료 확보가 모두 중요하다는 점을 보여주는 사례로 볼 수 있음.

4. 시사점

본문의 판례는 온라인 상거래 플랫폼에서 타인의 미술저작물을 사용한 상품 이미지를 업로드하고, 그 상품을 판매하는 행위가 정보네트워크전파권과 발행권을 동시에 침해할 수 있음을 확인함과 동시에 개인 창작자가 온라인 상거래 플랫폼에서 자신의 저작물에 대한 저작권 침해 상황을 발견한 경우 필요한 대응 수단을 시사하였다는 점에서 그 의의가 있음.

■ 참고자료

판례
(2025)浙8601民初62号
(2022)浙04民终2032号
(2023)沪0105民初22961号