



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。羊城晚报记者在采访此事的过程中发现，网红和MCN机构如今都对此事极为关注。前者担心：若连李子柒都无法保护自己的IP，普通网红又如何在与MCN机构的博弈中保障自身权益？后者则忧虑：若李子柒最终脱离MCN机构，选择单干，或会对MCN机构产生很大负面影响。

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专访时表示，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。

“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上海内外社交平台同步发布自己的视频。在那些视频里，她展示了种植、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。

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，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。

但这些收益，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十数亿元。

目前，李子柒方面和杭州微念均未就此诉讼透露任何细节。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，今年7月

李子柒状告微念到底谁辜负了谁

羊城晚报记者 李丽

网红、MCN机构、律师谈『李子柒案』



网红观点 “别再把我们当赚快钱的工具”

广州音乐人“大乐不胖”在接受羊城晚报记者采访时表示，现在很多网络创作人和短视频博主都很支持李子柒。他本人也曾选择与MCN机构合作，但最终因理念不合而分道扬镳。如今他选择“单干”，“虽然辛苦，但日子比较简单。”

“其实单干也是无奈之举。



“大乐不胖”

谁不希望跟MCN机构签约，被捧红，赚大钱？但如果赚钱成了一切，这样的合作注定无法长久。”“大乐不胖”表示，他当时的“出走”是因为跟MCN机构产生了较大的理念分歧，而不仅仅是利益纠纷。“我接触过不少机构，对方基本只会跟你谈一件事，就是我会让你怎么赚钱。他们看不到你的才华和能力，你也无法从他们的计划里听到你的未来。”

“大乐不胖”曾经在某平台跟MCN机构合作，输出一些美妆和护肤的内容。出于上述理由，他觉得这样下去“看不到未来”，于是提出终止合作。“结果我发现，我账号里过去的作品第一时间就被对方清空了。那一刻才意识到，以前刚签约时MCN机构那种比亲人还要亲的感觉，可能都是他们的套路。”

“大乐不胖”透露，现在有不少网红和达人开始“觉悟”，不再单纯地被MCN机构控制。“如果

确实是适合吃这口饭的人，单干或许比跟机构合作还要赚得多。”

“大乐不胖”认为，网红想要有话语权，最终还是要自己足够强大。

“大乐不胖”最早只懂得在短视频平台上唱歌。“后来我发觉自己唱歌不是最好的，就找了一个新方向——做美食探店，没想到挺受欢迎。有些人原本冲着你是美食达人而来，结果发现你还会唱歌，就会有惊喜。做我们这一行的人现在都知道，技能要多元化，才能得到更多的机会。”

“大乐不胖”向羊城晚报记者表示，他并不排斥未来再跟MCN机构签约。但他强调，对方一定要“合适”。什么才是“合适”？在他看来，就是MCN机构更看重他未来的可持续发展，而不仅仅是把他当成一件赚快钱的工具。

他也希望，未来能出台更明确的行业规范，让网红和MCN机构之间的关系变得更合理、更和谐。

MCN机构观点 “在收入和支出上尽量保持坦诚”

MCN机构如何看待李子柒起诉杭州微念？“时尚奶奶团”创始人兼CEO何大令接受羊城晚报记者采访时表示，此事已引发圈内极大关注，“我们都希望双方能坐下来好好谈一谈，事情有一个和平的解决”。

虽然身为一家MCN机构的创始人，但何大令坦言：“在这件事上，我个人支持李子柒。假如她只是一个出镜者，她的内容都是机构策划和制作的，那当然可以不分她那么多；但如果内容从策划到生产都由她主要完成，甚至她本身已经自带流量，那机构肯定要让利给她。因为在这个行业里，内容、流

量、资源，一向是这三者最值钱。”

何大令表示：“李子柒作为核心内容提供方，她在杭州微念竟然不占股份，这件事一早就让我很诧异。”她一度认为，或许是李子柒本人太“佛系”。但最后，纠纷还是发生了。

“我私心希望，李子柒和杭州微念最终能和解。双方未来能继续合作，而不是她选择单干。”何大令说，“网红跟MCN机构之间发生纠纷从而寻求法律上的解决，这是圈子里的常见现象。但李子柒的事情意义不一样。如果他们真的闹掰了，肯定会有更多的网红不再愿意相信MCN机构，这对整个行业的冲击会特别大。”

何大令说，若外界形成MCN机构“欺负人”的印象，并非一件好事，而且对MCN机构来说也不公平。“人总是在失意的时候低估自己，在得意的时候高估自己，这是人性使然。确实存在不少网红跟MCN机构之间分配不公的情况，但也不能排除有些网红红了之后就飘了，对自身的价值过分高估。”何大令认为，在双方关系的处理上，MCN机构最正确的做法是尽量做到坦诚，“你要告诉对方，你获取了哪些收入，你的成本和支出又是哪些，然后大家共同来谈一个合理的分配比例。”

律师观点 “此案最好的解决方向是调解”

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？羊城晚报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。

羊城晚报：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，这样的看法会否有失偏颇？

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，在一开始未与品牌的“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。我们无法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。

羊城晚报：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。

羊城晚报：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

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。

羊城晚报：不少网红博主在最初签约MCN机构时，无法取得相对公平的条件。您对这个阶段的他们有何建议？

朱逸聪：在利益分配上，MCN机构对网红博主有着天然优势，容易出现“霸王条款”。我建议网红博主们在签订相关合同时，提前咨询专业律师，重点关注合同履约期限、利益分配、合同的解除、违约金、账号归属等条款，在自己能力范围内提出合理请求，最大限度地维护自己的权利。

羊城晚报：从MCN机构的角度来看，如何在付出大量的前期投入后更好地“留住”成名后的网红，这方面您有何法律建议？

朱逸聪：如果MCN机构与网红之间是合作关系，从MCN机构的角度来说，建议在一开始的合作协议中就约定投资成本、网红注册账号的所有权和使用权的归属及相应违约条款。如果MCN机构与网红之间是劳动合同关系，建议MCN机构在合同中约定优先续约的权利，来延长双方的合作期限，避免网红跳槽导致利益受损；或者在合同中约定竞业限制条款。

羊城晚报：其实娱乐圈也有类似的案例，艺人明星通过打官司跟经纪公司解约。您觉得是否可以进行经验借鉴？

朱逸聪：这类诉讼与网红和MCN机构之间的诉讼很相似，如果MCN机构利用己方优势或利用网红缺乏经验，致使合同双方权利义务明显违反公平、等价有偿原则，网红可请求撤销该“霸王条款”；如果MCN机构未按照合同约定提供相



应资源，网红可根据合同约定，要求MCN机构承担违约责任。

羊城晚报：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人均能得到收益。

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

朱逸聪：此事的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。但是否会带来业内的更大的改变，尚待观察。



李子柒的田园牧歌