

# 李子柒高調回歸 奪回品牌實控權？

## 商業化規劃未明確 與文化價值平衡是重點



●李子柒在首個回歸視頻「紫氣東來」中，展現的非遺漆藝是從割漆開始。網絡圖片



●李子柒在首個回歸視頻「紫氣東來」中製作漆藝櫃。網絡圖片

停更三年後，網紅李子柒突然強勢復出，迅速吸引諸多國內外媒體的鏡頭，她不僅屢屢接受官媒訪問，在自媒體平台上也是吸粉上千萬。回顧三年前李子柒與MCN機構杭州微念品牌管理有限公司（下稱杭州微念）的IP與品牌糾紛，此次回歸的李子柒似乎奪回了品牌實控權，更於與「李子柒」相關商標頻頻布局。李子柒早前接受新華社訪問時表示，未來規劃會有商業化的考量，但目前還未特別明確。有律師接受香港文匯報訪問時表示，李子柒與杭州微念早前的糾紛最根本的問題在於股權架構，因而，李子柒與其實控企業，日後應該更注重交易模式、股權架構的設置等方面，保護商業合作中自身的權益。

●香港文匯報記者 向芸 成都報道

在李子柒新近發布的視頻裏，高高的竹籬笆、長長的葡萄架、綠樹和鮮花環繞的小院、整潔溫馨的房間以及陪伴在身邊依然精神矍鑠的奶奶，都和三年多前一樣，時間彷彿在這裏停止了。

文化傳媒和影視行業從業者王渝告訴香港文匯報記者，相比之前，李子柒的新視頻內容更用心、更精緻，每一個鏡頭對光影的捕捉、畫面的構圖等都非常到位。同時採用紀錄片的方式，以不同景色、不同季節來體現時間流逝、成果呈現，舒緩的節奏讓觀眾有一種沉浸式的觀看體驗。

在他看來，李子柒復出的視頻好比做菜，選好主題就是選定菜品，需要採購哪些食材、做菜經過哪些步驟，都裝在「主廚」心中，隨着拍攝過程一步步呈現。「但這個『主廚』和攝像師肯定是最關鍵的，從視頻來看是有一定審美和導演思維的人，後期的剪輯、配樂、調色等則相對簡單一些。」王渝認為，從技術層面來看，視頻的效果並不難達到，「最難得的還是李子柒這個IP已經自帶流量。」

### 相關商標已盡屬李子柒

2021年10月李子柒與微念多次對簿公堂。在接受央視訪問時她強調捍衛自己的品牌形象與價值：「李子柒這三個字，我是挺想保護它的，甚至我是不想讓它以後有太高的所謂商業價值」。正如她所

言，本次李子柒回歸網絡後，在品牌和IP的控制權方面動作頻頻。企業微信平台App企查查數據顯示，李子柒所實控的四川子柒文化傳播有限公司（下稱子柒文化）於去年年底至今年9月期間，已申請註冊多個以「子柒」「李子柒」「李子柒 LIZI QI」為名的商標，涉及食品、方便食品、啤酒飲料、服裝鞋帽多個品類。

事實上，這並非子柒文化首次申請商標註冊。根據商標局官網顯示，最早的「李子柒」商標申請於2016年8月29日，涉3、5、29、30、35，五個品類。第二次申請是在2017年9月5日，涉及21、41、32三個品類。2017年10月24日到12月1日，李子柒相關商標再度進行全方位註冊申請。但上述商標有很大一部分，是於2021年3月19日始至6月17日完成的由杭州微念轉讓予子柒文化的，而當時後者實際控制人仍是杭州微念。至2021年7月，李子柒相關賬號開始停更，隨後「李子柒」更在賬號下回覆網友稱，「被資本噁心到了。」從而揭出杭州微念與李子柒之間的矛盾糾紛。

### 杭州微念仍在用「李子柒」

那麼李子柒本次回歸是否真的奪回了品牌實控權？香港文匯報記者查詢天貓、抖音商城等平台的旗艦店時發現，其網店經營者資質信息公示中的營

▲網絡公開資料顯示，李子柒實控的子柒文化公司，在李子柒宣布回歸前，已經開始大規模註冊商標，涉及食品、啤酒飲料多個品類。香港文匯報成都傳真



▲李子柒早前自曝因學習漆藝，導致全身過敏。網絡圖片

業執照、食品經營許可證中，經營者名稱均為杭州微念，店內銷量最好的都是「李子柒」品牌的螺螄粉。該螺螄粉生產商廣西興柳食品有限公司，是由杭州微念成立的全資子公司，「李子柒」品牌亦為杭州微念以象徵性價格出讓給了廣西興柳食品有限公司。本次李子柒復出，杭州微念方面也曾公開宣稱，未與李子柒有合作，但名下李子柒品牌產品都是微念在經營。

2022年12月27日，微念官方微信號發布消息稱「微念與李子柒在綿陽市中級人民法院的調解下，雙方達成和解」。香港文匯報記者查詢中國裁判文書網，未能找到相關判決書，也未能有效聯繫李子柒及杭州微念方面，並得到回應。但從後續公開批露的商標轉讓、股權轉讓等情況來看，當時雙方爭奪的焦點是李子柒賬號的運營歸屬權，以及「李子柒」商標的所有權。彼時，微念推出「李子柒」品牌的螺螄粉、藕粉等多款熱門產品，這些產品頻頻登上多個平台的細分品類銷量排行榜。

值得注意的是，2021年前，四川子柒文化傳播有限公司繳納社保人數一直顯示為0，坊間認為該公司當時僅僅是一個空殼公司。但自2021年始至今，該公司顯示繳納社保人數為8人。而公司的實控人，隨後也從「李佳佳」更名為「李子柒」，顯示李子柒早已有更名動作。

## 獲眾非遺傳承人力捧 變身文化守護人 傳播力驟增

香港文匯報訊（記者 向芸 成都報道）在作品停更1,200餘天後，知名短視頻創作者李子柒於11月12日、13日在全平台連發三條新作品，「李子柒回歸」的相關話題如火箭般蹿升，登上熱搜。此後的幾天，從新華社發布獨家專訪視頻到參加線下活動，從解鎖「煥新非遺計劃匠心守護大使」等多個新身份到攜手7位非遺傳承大師共同成立「李子柒非遺工作站」，李子柒此番出現在大眾視野的方式，有些令人目不暇接，但毫無疑問其承載的文化傳播力在持續攀升。

### 用非遺打響回歸第一炮

回歸後的李子柒首發視頻「紫氣東來」講述了一件雕漆隱花漆器作品的製作全過程，第二個視頻「森林衣帽間」中出現了不少漢服，第三個視頻則創全新性地将傳統絨花製作工藝和蜀錦裙巧妙結合。而在視頻

談起李子柒學習非遺的態度，漆藝傳承人尹利萍讚不絕口。

香港文匯報成都傳真

文案中，李子柒亦改換了視頻標籤，標注了「非遺守護人」「百young非遺計劃」或「煥新非遺計劃」話題等。李子柒的漆藝指導老師——成都漆藝國家級代表性傳承人、中國工藝美術大師尹利萍在接受香港文匯報記者採訪時回憶了兩年前李子柒登門學藝時的情景。

「沒想到李子柒直接選擇了成都漆藝『三雕一刻』中最難的『雕漆隱花』。我手把手地每個工序教給她，她在學習過程中提了很多問題，也拍下照片自己再回去反覆揣摩和練習。」尹利萍表示，漆器製作工藝繁瑣，成都漆藝一般分七大工序，主要由製漆、製胎、底灰、髹漆、裝飾、打磨、推光組成。其中僅裝飾就有素髹、描繪、雕填、堆漆、撒繪、鑲嵌、彰髹、雕剔等八大類，每一大類又拆分成十幾甚至二十幾個小類，所以說成都漆藝「雕鏤鉅鏤，百伎千工」。

「漆器製作是一個非常龐大的體系，一般三四年才能入門，而學習其中一個門類的時間則因人而異。」在尹利萍看來，李子柒對認定的事就很執著、堅韌、投入，且她很有天賦，又有做手工的基礎，在學習漆藝時容易融會貫通。

### 看到作品漆藝師傳動淚流

事實上，當李子柒提出要把奶奶的衣櫃製成漆器時，尹利萍坦言自己有些擔心，還建議做一個小東西或是選擇更簡單、更炫目的工藝，但她仍很堅持。「當時我在成都，她在綿陽，我主要在用料、工藝上提供幫助，其他都是她自己做的。比如『雕漆隱花』做底灰時配料跟他其他技法不一樣，綿陽沒有所需的黃土，我就從成都寄過去。」

尹利萍說，每一道工序開始前李子柒都會打電話來再問一遍具體做法，整個製作過程溝通了無數次。「我就在電話裏或用文字告訴她，寫得非常清楚，好比是『製作教科書』。」值得一提的是，尹利萍還根據自己近五十年的創作經驗，預判李子柒可能在



▲李子柒拜師時與漆藝傳承人尹利萍的合影。香港文匯報成都傳真

哪些工序出什麼問題，並提前告訴她如何「避坑」。在經歷了較長時間的生漆過敏、完成80%工序又返工重來等困難後，李子柒用一年時間完成了這件作品。尹利萍說自己當時激動得眼淚直流，「完成得這麼好，視頻中對整個工藝的呈現也很專業、完整。」

### 三年拜訪百餘位非遺傳承人

「紫氣東來」視頻在全平台發布後，尹利萍所在的「漆友群」裏突然熱鬧起來。當看到專家、前輩點評「做得很專業」「一招一式都非常好」，並覺得李子柒是在認真認真做事時，尹利萍暗自高興。11月15日晚間，尹利萍在群裏發了一條長的信息，感謝大家對李子柒的關心和肯定，「這樣的網絡熱度也是對非遺和傳統手藝人的鼓勵、對漆藝的推廣和宣傳，希望大家能持續地保持對傳統藝術的關注和熱忱，讓漆藝走得更遠。」

國家級非遺蜀錦織造技藝省級代表性傳承人、成都古蜀蜀錦研究所所長胡光俊也告訴記者，李子柒在大半年的學習時間裏，與他們共同完成了蜀錦紋樣設計、配色、修改等工作，還在視頻裏呈現了從栽桑、養蠶到結繭、摘繭、上簇、繅絲、染色固色等環節。最新的採訪中，李子柒說過去三年多，除了補瞓睡、陪奶奶，還去到20多個省市，拜訪了100多位非遺傳承人和文化工作者。「六七年前我去拜訪手藝人的時候，更多的是為了學習技術技藝，這幾年時間充裕，我更多的是去聽他們的故事，也找到了繼續往前走的方向和動力。」

## 律師籲注重交易模式股權架構設置



●北京德和衡（石家莊）律師事務所執業律師孫憲

北京德和衡律師事務所孫憲律師認為，在李子柒系列案件中，李子柒與杭州微念糾紛的本質是對「李子柒」IP所有權的爭奪。未來，如何讓「李子柒」這個IP在文化傳播價值與商業價值中實現平衡，或許是李子柒面臨的新課題，也是大家關注的新話題。

孫憲表示，從法律角度考慮，「李子柒」IP是一系列作品的著作權，是由李子柒本人出演，由其及其團隊構思、創作、拍攝、製作完成的一系列作品。孫憲表示，根據國家企業信用信息公示系統顯示的系列變更信息，顯示李子柒成功奪回了子柒文化99%的股權以及李子柒品牌的實際控制權。但微念官網也顯示，「李子柒品牌由微念在特定範圍內長期獨立許可經營。」這便意味著「杭州微念應該是通過與子柒文化簽訂關於『李子柒』品牌的特許經營協議，從而獲得李子柒品牌在特定範圍內的經營權，並在不擁有『李子柒』

商標所有權的情況下還能繼續使用該品牌運營同名網店。」孫憲分析稱，「正常情況下，微念也會因使用該品牌支付相應的品牌使用費，並需要遵守相關特許經營協議的約定，在約定範圍內使用『李子柒』品牌。該使用不會對『李子柒』IP保護、商標註冊以及後續的商業化造成影響。」

在接受新華社專訪時李子柒表示，未來規劃中當然也會有商業化方面的考慮，只是目前還沒有特別明確的規劃。「我就想能夠繼續做我自己喜歡的事情，如果這件事情能夠被認同，而且它是有價值的，還能夠賺到錢，那就很幸福了。」但由於「李子柒」已成為極具影響力的IP，而李子柒此前與微念的糾紛最根本的問題在於股權架構，且杭州微念借助李子柒品牌所創造的巨額經濟利益與李子柒本人沒有直接關聯。孫憲認為，在後續發展過程中，子柒文化應該更注重交易模式股權架構的設置，審慎簽署商業合約，注意保留關鍵事項的決定權，明確品牌和商標的控制權，從而更好地保護商業合作中自身的權益。 ●香港文匯報記者 向芸 成都報道