

“入园即同意授权肖像、声音”条款引质疑

# 25岁新人律师起诉上海迪士尼

**紫牛头条**  
在这里遇见不同

最佳深度媒体 | 未经授权,不得转载摘编



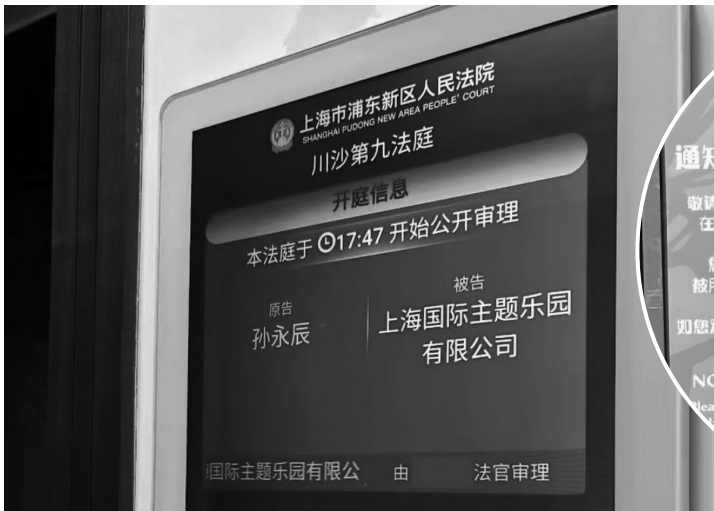
近日,一则律师以个人名义起诉上海迪士尼的帖文,在社交媒体平台引发网友热议。据发帖人孙永辰律师介绍,2025年11月18日,他在上海迪士尼游玩时,发现疯狂动物城门口设置的通知牌称,园方会于该园区当日开放期间进行节目拍摄,游客进入即视为同意授权肖像及声音在全球范围内相关媒体平台被用于该次节目及其宣传。孙永辰认为,该告示排除限制消费者权利,减轻免除园方责任,对游客不公平、不合理,沟通无果后,他便选择了起诉,请求法院依法确认该条款无效。该案已于2026年3月9日、4月8日两次开庭审理,目前尚未作出判决。

## 游客肖像及声音授权使用条款引质疑

2025年11月18日,孙永辰在上海迪士尼游玩时,发现疯狂动物城门口设置了一块通知牌,称该园区当日开放至12:00,同时迪士尼会于当日上午7:30至12:00期间在该园区进行节目拍摄,“如您在上述时间进入疯狂动物城园区,您可能会被摄入画面,并将视为您同意您的肖像及声音在全球范围内在相关媒体平台被用于本次节目及其宣传”。

“我当场向园区工作人员提出异议,指出该告示对游客不公平、不合理,商家的拍摄活动不应该以消费者的合法权益为代价。”孙永辰表示。园区工作人员回应称,拍摄计划无法更改,园区已经告知,游客进入即代表同意接受拍摄并授权肖像、声音,不接受的游客可以离开该园区,前往园内其他区域游玩。

现场沟通无果后,孙永辰前



孙永辰帖文中的案件开庭信息



疯狂动物城园区当日通知

往迪士尼游客服务中心投诉。后续他收到了迪士尼的回复电话,但对方仅简单记录了其意见、表示会进行反馈,没有正面回应条款及消费者权益保护等问题。

在孙永辰看来,游客已经为游玩项目、观赏演出支付了门票费用,并没有义务将肖像及声音无偿授权给迪士尼方面用于其自身的商业宣传。他认为:“该告示系格式条款,排除限制消费者权利,减轻免除迪士尼责任,根据《民法典》和《消费者权益保护法》的相关规定,应当认定为无效。”

孙永辰告诉记者,由于迪士尼方面并没有正视消费者诉求,即便其承诺不会将他的肖像及声音用于成片当中,但没有解决其他游客可能面临的肖像权风险。因此,他决定通过法律途径维权,并于2026年1月以“合同纠纷”为案由,向上海市浦东新区人民法院提起诉讼,请求法院依法确认上海迪士尼关于该拍摄授权的通知牌相关条款无效。

## 当事人起诉迪士尼请求确认相关条款无效

25岁的孙永辰今年刚开始律师执业。

2019年孙永辰参加高考,当年正好发生了“华政小王”诉上海迪士尼禁带食品入园一案,该案引发了广泛的社会关注,后续推动上海迪士尼修改入园规则,允许游客自带食品入园。“当时就觉得法学生好厉害啊,不仅

能用所学的知识解决问题,还能帮助到其他人。”孙永辰说。

如今,孙永辰起诉迪士尼的帖文也引发了大量网友讨论。有网友调侃:“谁不想花25元诉讼费,上一堂法律实战大师课呢?”有网友表示支持:“确实不想被随意拍摄,但不愿被拍就意味着要放弃部分游玩区域,我们需要这样敢于‘较真’的人站出来。”

孙永辰起诉上海迪士尼一案已于2026年3月9日、4月8日先后两次开庭审理,目前尚未作出判决。对于本次诉讼,孙永辰坦言,独自对阵迪士尼的资深律师团队,确实充满挑战,但从法理和情理层面而言,自己的诉求是站得住脚的。“从一些网友的支持也能看出,消费者的心里也是有一杆秤的,但法院在作出判决时的确要考虑更多现实因素。虽然最终判决结果未知,但这场诉讼本身已经具有重要意义,消费者的‘同意’需要建立在真实、自愿、知情、明确的基础上,而非将消费者的正常游玩行为视为‘默示同意’。”

扬子晚报/紫牛新闻记者在上海迪士尼官方网站查询时注意到,乐园游客须知和隐私政策中,均有关于“摄像、摄影和/或录音”的提示:“为了我们的内部业务、行政和运营目的或其他直接相关的目的,以及为了满足法律、安全或安保要求的目的,我们可能随时在乐园内摄像、摄影和/或录音,您进入乐园将视为您同意被摄像、摄影和/或录音,

并同意我们将包含您肖像和/或声音的影像和/或录音用于上述目的”。同时,该提示还列举了多种具体使用场景,其中包含“以上未涵盖的且不属于商业或盈利性目的的其它合法目的”。

针对上述官方条款与案件中所涉及的拍摄行为的区别,孙永辰解释:“游客须知中的这些情况主要针对公共安全用途,并且最后一条明确指出不包括商业或盈利目的。就像街上很多监控摄像头拍摄的画面并不会对所有人公开,只在涉及案件调查、违法犯罪等特殊情况下由警方或者专门人员调取,在极小范围内使用。而此前疯狂动物城通知牌上的拍摄目的明确是用于节目及其宣传用途,且传播范围是全球,也没有时间限制,与游客须知和隐私政策中的内容存在本质差异。”

## 律师解读: 条款系将正常游玩与肖像授权捆绑,应为无效

扬子晚报/紫牛新闻记者以消费者身份致电上海迪士尼度假区官方。工作人员回应称,当前没有疯狂动物城园区拍摄的信息,具体安排需以园区现场实际情况为准。同时,记者进一步提出疑问:若进入乐园后,发现现场部分园区确有类似宣传拍摄的提示,而游客介意授权肖像及声音,该如何处理?对此,工作人员未作出正面回应,仅表

示:“您可以看现场这边是否有(通知),如果没有的话那更好。建议您如果要入园的话,是可以考虑正常入园的,可以错峰先去游玩其他项目。”

随后,记者也向上海迪士尼官方邮箱发送邮件进行了咨询,截至发稿前暂未收到回复。

对于本案,江苏百闻律师事务所律师陆大伟指出,本案涉及的公告通知,相当于园方没有为消费者购票阶段主动公示,仅设置于园区相关区域入口,一般游客可能难以留意。从法律上讲,此类通知只是经营者单方意思表示,无法构成合同内容,与其说该公告是格式条款,不如说是经营者对潜在肖像权侵权行为的提前“预告”,试图将此行为合理合法化。

江苏润商律师事务所主任崔武律师认为,相关条款系剥夺消费者主要权利的“霸王条款”,应为无效。肖像权属于人格权、人身权的范畴,人的声音中也可能包含个人隐私信息,未经消费者明示授权不得使用。若乐园方未在售票时告知,未得到消费者明示授权就在园内特定区域门口作出限制,应属于无效条款。

浙江铁券律师事务所高级合伙人张永辉律师表示,从具体法律层面看,《民法典》第496条、第497条明确规定,商家单方制定、未与消费者协商的格式条款,若不合理排除或限制消费者主要权利、免除自身责任,应属无效;同时,肖像权作为核心人格权,依据《民法典》第1019条,商业使用必须取得权利人单独、明确同意,不能通过“入园即视为同意”的方式默示授权。其次,《消费者权益保护法》第26条要求,涉及消费者重大利害关系的内容,必须在购票时以显著方式提示并单独说明,而上海迪士尼若仅在所涉及到的现场区域立牌,属于未尽到法定提示义务。此外,“不同意就无法进入该园区”的做法,实质是将正常游玩与肖像授权强制捆绑,不合理限制了消费者的自主选择权,属于不公平的“霸王条款”,应被视为无效。

扬子晚报/紫牛新闻见习记者 鲁玥

# 没系安全带,乘客在事故中受伤要“自担”责任吗

**紫牛热点**

乘车时没系安全带,如果在交通事故中受伤,乘客需要“自担”责任吗?记者了解到,虽然此类行为与发生交通事故没有因果关系,交警在认定责任时乘客大多也不会担责,但此类行为有可能造成自身损害结果的扩

大,所以法院在审理时一般会令有这样行为的乘客承担“自身损失”的部分责任。

湖南省高级人民法院近日公布了一起机动车交通事故责任纠纷系列案件:2024年6月,高某等6人乘坐网约车去往亲戚家。当日4时许,网约车因在雨天行车未降低车速而追尾前方货车,造成车损及高某等6人不同程度受伤。后经交警部门

认定,网约车司机赵某负事故的主要责任,货车司机张某负次要责任,高某等6人无责任。事发时,高某坐在副驾驶位置,系有安全带,其余五人坐在后排均未系安全带,其中有一人被甩出,左手臂因卡在车挂手位置而断裂,损伤惨重。事发后,高某等6人将赵某、网约车挂靠公司、张某及两车的保险公司等诉至法院,请求判令各

被告赔偿其损失。

湖南汉寿县人民法院经审理认为,虽然交警部门认定高某等6人不承担事故责任,但是经审理查明,除高某外其余坐在后排的5人均未系安全带。虽然未系安全带的行为与本起交通事故的发生没有因果关系,交警部门也未认定承担事故责任,但若系有安全带,可以减轻损害后果,其该行为增加了自身的危

险,客观上也造成了自身损害结果的扩大。根据民法典相关规定,被侵权人对同一损害的发生或者扩大有过错的,可以减轻侵权人的责任。综上,法院判定未系安全带的5人对自身损失在交强险责任限额外承担10%的责任,系有安全带的高某无需对自身损失承担责任。

扬子晚报/紫牛新闻记者 郭一鹏