



■特别关注

融媒体时代，传统出版版权保护“剑指何方”

□李劫

在信息数字化时代，多元融合已成为当今全球媒体发展的大势所趋，更是传统出版在数字信息革命冲击下提升核心竞争力、推进全媒体创新发展的必由之路。适应全媒体传播新格局的关键在于创新，发挥创新第一动力的支撑引领作用，离不开版权的保护运用。

出版业是典型的版权密集型产业，如何把握数字化转型机遇，顺应媒体融合发展趋势，将内容资源优势真正转化为产业优势以实现版权价值最大化，是传统出版与新媒体融合亟须解决的问题。

行业呼唤，新业态加剧版权风险

当下，新媒体和传统媒体的边界已逐渐被打破，全民阅读习惯发生了巨大变化，信息时代的迭代升级为出版作品提供新技术、新场景、新业态的同时，也不断加剧着出版业的版权风险。为维护出版单位社会效益、避免不必要的侵权诉讼，加强版权的开发与保护成为传统出版创新发展的必然选择。要想破解出版单位版权困境，笔者认为，首先要理解版权保护机制到底是如何在版权密集型产业里发挥基础性、支撑性作用的，其运行的法理逻辑是什么，才能知不足而补不足。

在确权层面，主要表现在厘清作品版权权属、明确权利的控制范围方面。版权权属认证的关键在于厘清作品版权关系，明确版权权利控制范围，使权利主体在版权制度确定的空间内更有效地实施利用作品或相关客体的行为。现行《著作权法》规定，作者等著作权人可以向国家著作权主管部门认定的登记机构办理作品登记。这意味着，作为最为直接和具有公信力的权属证明，作品登记证书能够在控制版权直接或间接的侵权风险、保障版权权利人（含邻接权人）智力创作或创造的积极性等方面发挥基础性的证据支撑作用。

在授权层面，主要表现在保障权利人经济收益、拓宽版权交易渠道方面。版权权利人对版权的经济收益主要通过版权的授权层面得以实现。按照版权的制度理论体系架构，权利人可基于法律赋予权利的排他特性，在版权法律制度确定的范围内许可他人实施利用作品或相关客体的行为，如复制、发行、翻译、广播行为等，并获得报酬。但在版权交易的实践中，权利人有没有相关的渠道找到有购买意愿的消费者，却往往是影响权利人实现作品经济收益最大化的关键因素。可以说，在目前版权交易市场普遍存在信息不对称的情况下，作为信息供给方的权利人对有效的受让或使用需求比以往任何时期都急切得多，因为寻找、筛选版权被许可人或受让人并与其开展谈判的过程，都会产生不菲的交易成本，减小权利人的版权获利空间。解决这种信息不对称的可行方案是：依托授权体系建设方面的优势，基于版权确权层面收集形成的作品登记数据，建立适合特定作品类型的服

务平台，形成版权交易、设计开发、制造生产、品牌授权营销的产业聚集区和一体化服务，从而达到整合版权交易资源和渠道、促进版权信息资源共享协作、激活版权产业的市场活力的目的。

在维权层面，主要表现在积极开展取证工作，有效配合版权司法和执法。取证维权是出版者保障自身合法权益的重要途径。在版权的维权层面，鉴于互联网传输和通信技术条件下侵权行为日益隐蔽、手段多样化等特点，宜从版权作品鉴定、网络监测取证、正版标识和认证等领域配合司法、执法部门开展权益保护工作。具体而言，在版权作品鉴定领域，可通过不同类型作品的独创性比对，为司法机关、执法机关的司法审判和执法工作提供证据；在侵权认定领域，针对互联网发展为权利人带来的取证困难、取证费用高等问题，有针对性地开展涉嫌侵权作品的网络监测取证、发送删除通知函、跟踪删除结果，为权利人打通一条网络快速维权通道；同时在正版标识和认证领域，依托具有国家公信力的互联网保护技术措施为权利人、执法机构和消费者甄别盗版、追踪盗版产品等提供证据。

在宣传教育层面，主要表现在提升版权的认知、管理和运用水平方面。版权产业的升级与发展，离不开宣传教育层面的支持。以出版业为例，对出版业开展宣传教育工作，宜从出版业运转的组织架构入手，围绕出版单位和内容产品等层次推动和提升相关权利主体对版权的认识、管理和运用水平。首先，开展全国或区域性的版权产业研究服务，基于国家有关部门公布的普查数据，通过对各地区出版业发展状况进行深入分析，对其经济贡献开展调查研究，为政府机构、大型企业及海外机构提供专项或综合性的出版业咨询报告。其次，落地版权资产管理服务，可为相关企业提供包括版权资产梳理、版权管理流程制定、版权资产管理专业培训、版权资产价值运营开发在内的综合解决方案。再次，推进版权权益评估服务，通过对相关的财务数据信息建立均衡的版权权益评估模型和方法，科学预测版权权益对权利人的财富持续增长和预期收益的影响因子，为权利人开展版权权益活动提供可供选择的操作方法。

内容为王，强化版权保护与服务

2022年4月，中央宣传部印发《关于推动出版深度融合发展的实施意见》，为融媒体时代出版业的高质量发展指明了方向。精品内容的创作、传播和开发利用离不开优质高效的版权保护与服务，内容为王依然是出版的本质。然而在实践中，出版业面临一些版权发展困境。

新技术的快速发展导致出版业的版权保护诉求难以得到及时回应。融媒体时代，技术的飞速发展，尤其是以ChatGPT为代表的新型人工智能的出现和更迭，使得作品的创作和传播途径发生巨大变化，版权侵权行为的成本更低、范围更广、手段更隐蔽，这大大增加了出版单位对自身内容资源进行版权保护的难度。

尽管我国《著作权法》对出版者的“专有出版权”作了概括性界定，但是实践中的专有出版合同格式存在固化现象，难以全面、有效保护出版单位的版权内容。同时，在出版者享有专有出版权的情形下，事实上作者已经把复制、发行等经济权利完全许可给出版者，因此未经许可可将他人的作品印制发行的盗版行为，更多的是侵害了出版者的利益，立法上应更加明确地规定享有专有出版权的出版者可独立主张救济，对盗版行为的惩罚应从严从重。

版权资源观念的缺乏，导致版权资源开发利用不充分。出版业是核心版权产业，版权资产是出版单位的核心资产，版权资产管理通过对出版单位拥有或控制的、能带来收益的版权资产进行组织、协

调、配置、运营，能够达到开发、利用、增值版权资产的目的。做好版权资产管理对提升企业核心竞争力具有重要作用。但长期以来，部分出版单位把版权资源的管理看作是版权权利的管理，而非资产的管理，因此在出版业的版权实践中，版权资产管理是比较薄弱的环节，这也进一步制约了出版单位内容资源的充分开发利用。

出版单位融资困难，利用版权质押融资不足。出版单位转企改制后，其市场化程度需要进一步提高，体制机制需要进一步健全，但是出版单位缺乏可供金融机构抵押（质）押融资的固定资产，使得部分出版单位融资困难。在出版单位的资产结构中，版权等无形资产所占比重较大，但是通过版权质押融资还比较少，亟须创新文化金融服务。

版权专业人才培养和队伍建设瓶颈亟待突破。在媒体深度融合和文化强国建设的时代背景下，打造全能型、专业型、复合型的高素质人才是推动出版业实现高质量发展的关键一步。版权与出版关系密切，版权的创造、保护与服务贯穿出版的全流程，为了适应新型的出版需求，懂版权应成为出版人才的必备要求。近年来，随着数字出版产业的快速发展，出版领域涉版权纠纷快速增加，需要更多的版权人才为出版行业的高质量发展保驾护航，这意味着出版领域复合型版权人才培养基础薄弱、在岗版权人才知识结构单一等问题亟须需要进一步突破。

全面考量，破解出版业版权困境

完善出版立法，明晰出版者相关权利。在媒体融合的大背景下，数字出版飞速发展，出版单位深入布局出版新业态，通过媒体融合生产出了传播广度更大、效率更高、互动性更强的数字出版产品。而出版单位的版权保护也出现了传统复制发行权和互联网时代信息网络传播权并重的格局。在这样的大背景下，有关部门应从这一方面对专有出版者给予更清晰的定位，认可出版者在作品内容生产和传播合同约定的劳动，确保专有出版合同中约定条款与现行法律规定自洽，以保护和鼓励出版者的创造性劳动。同时，在一定范围内给予出版者对信息网络传播行为的控制权。

加强版权资产管理，提高版权资产运营效益。出版单位的版权资产是指出版单位所拥有或者控制的，能够持续发挥作用并且预期能带来经济利益的版权财产权益。出版单位对自身版权资产进行精细化的管理运营，对于保障版权资产权益、强化组织内部控制机制、防范企业外部经营风险具有重要的现实意义。中国版权保护中心在国内率先提出开展版权资产管理咨询服务，面向业界提供版权资产管理综合解决方案，包括清查梳理版权资产、设计管理流程、建立管理制度、应用信息化工具、提供专业化培训等服务内容。这一综合解决方案可以帮助出版单位将其拥有的优质内容资源转化为可溯源、可量化、可交易的资产，提高其资产运营的效益。

创新文化金融服务，完善版权质押融资模式。目前，版权质押融

资成为诸多出版单位快速拓展业务的重要渠道。版权质押融资可以充分利用出版单位的版权资产价值，有效缓解出版单位的融资难问题。要推动建立版权资产管理体系，以版权登记、版权权属核查、版权价值评估、版权交易等一系列版权服务为基础，通过多种金融业务和金融产品，创新金融服务方式，解决出版单位融资难的问题。

加快培养出版版权专业人才，为出版业高质量发展夯实版权人才基础。要培养政治素质过硬、专业基本功扎实、职业责任感强烈，掌握出版知识、版权知识，了解对出版业起支撑作用的关键技术的复合型高端人才。十年树木，百年树人。人才培养需要久久为功，需要相关主管部门、高校科研机构、出版单位的共同努力。一是要做好相关顶层设计，为出版版权人才的培养、引入、评价、激励等制定规定。二是高校科研机构要注重出版专业与知识产权专业跨学科人才的培养，探索出一条适应出版深度融合发展之需的版权人才培养新路径。三是出版单位要落实岗位培训要求，鼓励版权岗位人员参与出版实践，并建立高层次版权人才激励机制。

出版业的版权保护是一项长期的、复杂的工作，需要投入大量的物力、技术和人才。出版单位只有集中力量经营优质的版权，发掘和盘活处于低效或闲置状态的版权，全面高效地厘清版权家底，方能轻装上阵，获得更具潜力、更具前景的发展空间。

（作者系《中国版权》杂志社副总编辑）

■一家之言

多方主体齐发力 治理突袭式“套娃”收费

□金旭雯

近日，在国家多部门联合治理智能电视“套娃式”收费乱象的“零容忍”政策背景下，智能音箱也被推上了舆论的风口浪尖。以前打开音箱就能听到的免费音乐，现在得购买音箱会员才能拥有听歌自由，这尤其让已经开通音乐平台会员但仍需另外付费的用户叫苦不迭。智能音箱突袭式“套娃”收费的原因何在？这将侵犯消费者的哪些权利？如何解决用户听歌难的问题？上述疑问亟须明确，以更好平衡用户、智能音箱提供商以及数字音乐平台的权利义务。

勿让用户成为平台竞争的“牺牲者”

自2017年国家版权局陆续约谈多家音乐平台、要求杜绝独家版权协议之后，各大平台纷纷转变为“独家代理+转授权”模式，即在获得独家代理资格后负有转授权义务。这看似拓展了数字音乐作品的传播途径、避免资源垄断，但在转授权环节，平台极易与上游版权商达成固定转授价格或限定最低价格的协议，构成纵向垄断；抑或滥用自身优势地位拒绝转授或以超高报价实施不公平交易。

目前，用户在开通音箱会员的基础上需购买多家音乐平台会员才能实现“曲库完整”，实际上是各大平台转授权合意不能达成、垄断自身资源所致，损害公平竞争秩序、降低消费者福利；智能音箱提供商作为连接用户和音乐平台的“中间人”，面对不同授权平台各自为政的版权收费体系，其没有进行整合和集成管理，仅简单层层嵌套名目繁多的会员机制，使得用户被迫增加转授成本、成为垄断行为的“牺牲者”。

智能音箱提供商事前不付费事宜并承诺免费，属于“虚假宣传”且未充分告知义务。提供商在销售时声称音箱具有免费点播功能，而实际情况却是用户听歌须以付费开通音箱会员为前提，根据《反不正当竞争法》第八条规定，构成“作虚假的商业宣传，欺骗、误导消费者”。智能音箱提供商事后单方变更交易条款有强迫交易之嫌，侵犯用户公平交易权。音箱提供商在用户尝到“免费点播”的甜头后将事前协议中的免费听变为付费听，让用户陷入丢掉音箱还是被迫接受“套娃”收费的两难境地，此种单方变更对用户不利的格式条款限制用户权益，属于变相强制交易，从消费者购买音箱之初就会埋下不公平交易条件的伏笔。

应当支持音乐版权付费的“智能化”

智能音箱提供商负有整合付费路径的义务。智能音箱提供商作为商事主体，具有较高的营业与投资能力，已从销售端和会员开通中获得了更多的利益，基于公平原则和商事严格责任理念，也应承担相较于一般民事主体更重的法律义务。此外，从企业合规的层面来说，智能音箱提供商通过整合混乱的会员收费路径，让音乐版权付费“智能化”，能够在维护用户知情权、公平交易权等权利的同时降低自身侵权风险。

智能音箱提供商支持音乐版权付费的“智能化”路径可借鉴专利池的运作机制，智能音箱提供商通过与各大音乐平台协商、共建数字音乐版权使用联盟，对内各大平台之间实施版权交叉许可，对外则由智能音箱提供商进行资源整合、获得平台联合授权，探索推行多终端兼容的会员收费体系，让用户能够以更实惠的价格、更便捷快速的方式享受到更优质完善的音乐服务。

治理智能音箱突袭式“套娃”收费，须多方主体齐发力。保护数字音乐版权应砍掉套路、删繁就简，构建互联互通的“一次性收费”会员体系。同时，用户的知情权和公平交易权亦需得到尊重和保障。用户买到的应是舒心的智能音箱，而不是糟心的“收款”箱。

