

“剑网2014”查办第三批网络侵权盗版案

中国出版传媒商报讯(记者 郭 虹)国家版权局于近日通报了“剑网2014”专项行动第三批12起网络侵权盗版案件查办情况。这12起案件包括:黑龙江“第一教育网”侵犯影视作品著作权案、上海“射手网”侵犯影视作品和字幕作品著作权案、江西陈某某通过网络销售侵权盗版出版物案、辽宁大连一海通科技有限公司侵犯网络文学作品著作权案、广东“宽松网”侵犯网络文学作品著作权案、黑龙江刘某等涉嫌侵犯“逐鹿中原”网络游戏著作权案、湖北多家网站涉嫌侵犯《知音漫客》杂志著作权系列案、上海吕某某等涉嫌侵犯“街头篮球”网络游戏著作权案、湖南谭某某等涉嫌通过网络销售盗

版软件案、广东“3·24”网络批销盗版图书案、江苏“77免费电影”网涉嫌侵犯影视作品著作权案和广东“懒人听书”网涉嫌侵犯金庸作品著作权案,涵盖了侵犯网络影视、文学、网络游戏作品著作权、通过网络平台销售侵权盗版制品等案件类型。

本次通报的网络侵权盗版案件均为自“剑网2014”专项行动开展以来取得重大进展的典型案例。此外,国家版权局此前通报的两批案件中,有部分案件已经结案。据悉,为进一步加大打击网络侵权盗版工作力度,国家版权局、国家互联网信息办公室、工业和信息化部及公安部已决定将“剑网2014”专项行动延长至2014年年底,并要求各地区围绕查处侵权盗版案件这一核心任务,形成工作合力,特别是要集中推进重大案件查办工作,确保专项行动取得积极成效。

2014版权产业全媒热 重保护 走出去



全媒开发成产业焦点、爆点

从年初《来自星星的你》火爆全中国,韩国电影《雪国列车》在国内大卖,到韩国综艺节目《Running Man》在中国的翻版《奔跑吧兄弟》跃居周五晚上黄金档收视率第一……又一波韩流来袭,背后是2014年版权产业大爆发。与2000年那波韩流不同,2014年国内各大卫视、视频网站引进韩国影视、综艺节目后,单一版权大都催生出众多衍生品。最近,《奔跑吧兄弟》的同名电影已拍摄完成,将于2015年年初上映。不难看出,优质IP全版权运营不仅概念大热,且得到切切实实的效益验证。

BAT巨头之一的腾讯,今年成立腾讯电影+,给腾讯互娱拼上第四块拼图(其余为腾讯文学、腾讯游戏、腾讯动漫)。以腾讯互娱为代表,百度、华谊、小米、360、通耀、艺动等企业都将优质IP的全版权、泛娱乐运营作为未来的发展战略。

互联网、移动互联网的迅猛发展促成了这种大潮。这让优质IP的身价在2014年接连攀升,尤其是网络文学版权。盛大文学在今年接连举办两场网络文学作品版权拍卖会,第一次拍卖的6部作品版权卖出2800万元,第二次拍卖的《史上第一混乱》、《鬼吹灯》、《朱雀》、《斗铠》、《盘龙》、《步步生莲》6部作品版权依旧卖出千万元,其中《史上第一混乱》、《鬼吹灯》版权单价更高达200万元。

历经十余年发展的网络文学,积累大量优质内容,这在2014年释放出巨大产业价值。最新消息称腾讯文学已敲定收购盛大文学。虽然业界对盛大文学曾经辉煌和如今发展唏嘘不已,但这清晰地表明行业和资本对优质IP的热烈渴求。

传统出版业在此背景下也不得不重视版权的全媒体运营。这在今年北京国际图书博览会上成为一大热点。中国图书进出口(集团)总公司与北京君泰同和文化产业发展中心携手举办了“全媒体时代版权战略发展论坛”,吸引到主管部门领导和业界的极大关注。BIBF顺时应势首次举办跨媒体、跨行业、跨领域的全产业链交流盛会,也是对2014年版权全媒体开发大潮的积极回应。是日,来自出版业、影视业、互联网业的代表热议新时期文化产业的整合价值以及大数据时代文字版权产业链。



版权保护聚焦网络、力度更大

版权产业经受大爆发的同时,版权保护同样风生水起,为产业发展创造良好的发展环境。最明显的例子即是国家版权局、国家互联网信息办公室、工业和信息化部及公安部在2014年开展三次的“剑网2014”专项行动。一大批互联网盗版侵权事件得以曝光并被处理,大都与时下产业热点相符。0快播、射手网等网站,一大批网络游戏著作侵权案,和通过网络销售盗版图书、音像制品的相关企业、责任人均被处理。“剑网2014”由此在保护数字版权、规范网络转载、支持依法维权和严惩侵权盗版上成效卓著。

除了政府部门的严厉打击,相关企业保护版权、杜绝侵权、打击盗版的意识也在不断得到提升。今年推行的《新消法》针对网购出现的盗版假货情况,明确提出销售平台要承担连带责任。为此,四大电商均加强了反盗版工作。

的发展路径。

以凤凰出版传媒股份有限公司、新华文轩出版传媒股份有限公司等为代表的上市书企,在版权的全媒体开发上不断加快步伐。凤凰传媒旗下的凤凰传奇影业推出《西西里艳阳下》等多部影视作品;新华文轩投资拍摄了电视剧《历史转折中的邓小平》;天舟文化并购游戏公司神奇时代;上海童石网络科技有限公司成功将“星纪元”打造成国内第一个落地的全媒动漫品牌;北京凤凰联动文化传媒有限公司、磨铁图书有限公司、儒意欣欣文化传媒有限公司等策划商都以更加积极的态度投入版权的全媒体开发。

上海世纪出版集团、华东大学出版社选择与腾讯互娱结盟,签署战略合作协议。他们的合作围绕IP资源开发、规模引入电子书资源以及出版原创网络文学作品展开,有三热点值得关注:腾讯互娱从传统出版机构的IP资源中筛选出优质IP,并对优质IP进行游戏、动漫、影视等领域的开发;腾讯互娱旗下的腾讯文学计划整体引入1万本以上电子书资源,丰富腾讯文学“出版频道”;腾讯文学将与传统出版社共同投入战略级资源,对“创世中文网”和“云起”平台的优质资源以每年“10种图书1亿码洋”为目标进行出版。

不难看出,优质IP的全媒体开发将使IP价值得到集约统一的挖掘,而不是简单的拆分售卖。在这个过程中,多方企业都将高度参与,携手做重点作品版权的全产业链拓展,做好内容和推广,最大程度挖掘版权的商业潜力,使多方获益。

值得一提的是大数据在2014年更多地参与IP全媒体开发,收效颇佳。基于大数据的市场营销、成本控制、产品和服务创新、管理和决策创新、商业模式创新等,已经在出版业、影视业有了成功的案例。京东今年推出的“自出版”项目即是基于大数据分析;《纸牌屋》的成功也与大数据的利用密不可分。显然,通过对于图书、影视发行的大数据分析,可以有效掌握观众的欣赏口味、消费时间、地点和环境,从而为图书、影视创作提供有针对性的素材,尤其是在产品和受众愈发细分的当下,往往能起到意想不到的作用——在产品推出前即可大致预测受益。

以京东为例,他们与“京版十五社反盗版联盟”及数十家出版社坐在一起探讨如何更好地打击盗版。当当网、亚马逊中国、天猫等也都在不同场合强调打造正版平台的决心,并推出了诸多预防、打击盗版的实效举措。

出版发行企业对此也倾力颇大。人民文学出版社在这方面的工作颇具代表性,其加强对重点图书的市场监控,如发现有侵权现象,立即进行维权;同时加强对国内原创图书的数字版权维权力度,针对未经许可进行刊载的网站、手机应用等侵权现象进行打击;与中国文字著作权协会、知识产权法专家等合作召开维权座谈会,加大维权宣传力度。

山东世纪金榜科教文化股份有限公司作为民营书企保正版、反盗版的代表,每年投入此项工作的专项资金过千万元,有效保护了公司的版权资源。尤



■中国出版传媒商报记者 张 攀

快播因非法经营被罚2.6亿元、“射手网”等一大批字幕网站被关闭、纸媒和门户网站对APP“今日头条”发起内容维权、搜狐视频对十余家网站发起日漫维权……2014年,基于互联网、移动互联网的网络维权事件层出不穷。这是国家和相关政府部门有意加强网络维权的结果,一系列重大网络维权事件的处理和相关政策法规的推出及完善,给2014年版权产业大发展创造良好的外部环境,更引导市场和企业主动、自发形成正版和维权意识。

在互联网、移动互联网的大力推动下,2014年版权产业经历大爆发。优质IP的全媒体、泛娱乐开发方兴未艾。作为传统优质IP来源的出版业被裹挟其中,所面对的竞争不限于业内,更强势的对手是业外的影视、游戏、互联网公司——对出版企业手中的优质IP“虎视眈眈”。鉴于此,不少书企,尤其是民营书企以更开放的态度对待版权运营,有实力的公司主动并购影视、游戏公司,实力稍逊的则与业外公司携手开发优质IP,并在自身转型上下大功夫,渐有成效。

“走出去”是2014年版权产业的另一重点。“走出去”扶持政策依旧推动力非凡;2014年北京国际图书博览会继续发挥中国出版“走出去”主要阵地的作用;中国出版集团公司、江苏凤凰出版传媒股份有限公司等大型书企除了单纯的版权输出,并购、研讨会、战略结盟等举措让“走出去”形式更多样,内涵更深刻——国际化大型书企呼之欲出。

其实在近年大举推动数字出版的背景下,他们极为重视在用高新技术改造提升传统产业的过程中,对新兴版权的保护,譬如软件著作权等的注册、管理、维护等。

总的来看,出版发行企业保护版权的相关工作主要从三个层面开展:一是防范,主要是从技术策略应用的角度,在最大程度上增加不法商家的盗版难度;二是打击,积极打击市面上已有的盗版行为,并配合相关部门的工作;三是从自身做起,努力为用户提供正版阅读体验,让用户更多地选择正版内容和服务。

如今版权正经历产业大爆发,在推进其创新发展的过程中,如何更好地助推版权成果转化成实际价值是政府相关部门需要做好的问题。而从2014年一系列版权执法事件的结果来看,这确实对版权产业的健康发展有益颇大。更为重要的是,对新兴的基于网络的版权全媒开发而言,让相关企业尽早树立版权保护的意识,无疑将更有利产业长远发展。



“走出去”数量大、形式多、内涵深

中国出版集团公司在“走出去”上一直积极创新,努力发挥国家队的引领作用。连续三年,中版集团获得“走出去”综合排名第一。在今年的北京国际图书博览会上,又以版权输出392项名列参展出版单位之首。此外,中版集团今年与青岛市政府联合主办了首届中外翻译出版恳谈会,30多位重量级海外汉学家和多位知名作家,以及众多海内外出版人齐聚,从创作、出版、翻译、传播等不同角度探讨中国文化的国际传播,充分体现其作为中国出版“国家队”的文化担当意识。

从整体情况来看,2014年中国出版“走出去”除了数量上的提升,在内涵、外延上也得到不断升级。凤凰传媒今年以旗下教育出版社为主体,用8500万美元(含授权转让费)收购美国PIL公司童书业务资产,以及其在澳大利亚、英国、法国、德国、墨西哥的5个子公司。这是中国出版史上迄今为止最大规模的收购案,不仅使凤凰传媒成功收获了包括迪斯尼在内的世界一流卡通形象的童书出版形象许可、较为发达的全球销售渠道,而且使凤凰获得较为成熟的国际拓展平台。

不难看出,中国出版业“走出去”形式更为多样,尤其是以中国出版集团、凤凰传媒为代表的大型书企都将国际化战略作为重要经营策略,以规模化、系统性的做法,逐渐搭建起全产业链海外拓展的良好平台。

北方联合出版传媒(集团)股份有限公司“走出去”工作实现由自发感知向自觉认知的转变,由最初的现实需求向战略发展需求转变,出版国际化、图书“走出去”正在成为主业经营的重要组成部分。这种定位的变化,缘于外部形势与内部发展的双重驱动。

首先在外部,以“中国图书对外推广计划”为阶段性始点的10年间,国家推出多项“走出去”利好政策,其中最具代表性的是2012年原新闻出版总署出台的《关于加快我国新闻出版业走出去的若干意见》。2014年,一系列创新举措得到了推进,如扩大版权输出奖励范围和数量,调动民营企业和个体作者的积极性;“经典中国国际出版工程”继2013年向部分国外出版企业开放后,进一步向外国出版企业和译者开放;加强“走出去”平台建设,加大对智库的支持力度;设立“丝路书香工程”等。

正是这些政策利好,很好地激发了中国出版“走出去”的积极性和主动性。北方出版传媒从集团层面设立“走出去”工作领导小组,出台相关规章制度,并投资近千万元用于资助原创选题的开发。人民卫生出版社针对资本、版

权、产品、人员、影响提出“五步并举”的“走出去”战略。中文天地出版传媒股份有限公司通过建立奖励制度,激励旗下各社打造“走出去”骨干工程,建立“走出去”重点项目库。

以主题图书走向国际为引领,推动实物出口的探索和实践是诸多出版企业“走出去”的共性。华夏出版社2014年从选题立项着手,打造一系列适合输出的传统文化选题。他们同时与美国版权结算中心展开合作,很好地简化现有出版物内文授权使用的流程。种种措施,很好地推动华夏出版社“走出去”。

以北京国际图书博览会、德国法兰克福书展、英国伦敦书展、意大利博洛尼亚国际童书展等大型国际书展作为“走出去”平台是2014年“走出去”的另一特点。今年,中国出版协会少年儿童读物工作委员会组织中国少年儿童新闻出版总社、二十一世纪出版社、接力出版社、湖南少年儿童出版社等出版社组团参加博洛尼亚国际童书展,期间达成超过100项版权输出协议,成效优异。

目前,中国出版“走出去”一路突破前行,在选题类型、输出区域、运营模式等方面多有突破,最值得关注的是在数字出版成全球出版业热点的情况下,跨媒介的版权“走出去”。

安徽少年儿童出版社打造的“优乐互动”少儿主题阅读平台2013年投入运营,在此基础上,他们与黎巴嫩数字未来公司达成了共同建设“全球儿童汉语互动阅读推广运营平台”的战略合作协议。围绕国家“丝绸之路文化产业带”的战略构想,其正不断整合资源,企图开辟文化“走出去E丝路”。

而与国外大型数字出版运营平台对接成为学术类产品数字版权输出的主流选择。上海交通大学出版社向圣智盖尔数字图书馆输出“中国服务外包报告系列”、“东京审判研究系列”等多种图书中文电子版权。江苏人民出版社同样将《南京大屠杀史料集》78卷和《中国近代通史》10卷的电子出版权输出到圣智盖尔数字图书馆。借此,这些出版社有效延伸了“走出去”产业链,加强了他们在海外出版商、数字信息集成商及图书馆中的认知度。

中国图书进出口(集团)总公司打造的国际数字资源交易与服务平台——“易阅通”则以专业平台推动数字产品“走出去”。“易阅通”自运营以来,逐步与国内出版机构展开合作,已上线近10万种中文电子书,为国内数字产品“走出去”提供了便捷渠道。同方知网(北京)技术有限公司等也与多家国外出版机构和图书馆,就数字资源的输出达成合作。

数字出版年会上由工业和信息化部电信研究院发布。报告显示,我国网络版权的保护、运营、环境持续改善,但挑战不少。

8.31 第21届北京国际图书博览会落幕。本届图博会共达成版权贸易协议4346项,其中引进1752项,同比增长11.1%;输出2594项,同比增长24%;引进版权与输出版权比为1:1.48。

9.15 由世界知识产权组织与中国国家版权局共同主办,成都市人民政府、四川省版权局协办的2014年国际版权论坛在成都举行。会期两天,达成多项成果。

9.17 第五届中国国际版权博览会”在成都召开,这是自2008年起,版博会首次在北京以外的城市举办。

9.17 国家版权局首次就版权社会服务工作召开专题会议。会上,福建省厦门市被授予“全国版权示范城市”称号;18家单位获“全国版权示范单位”称号;4家园区(基地)获得“全国版权示范园区(基地)”称号。

9.19 《最高人民法院关于审理利用信息网络传播权侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》是日起实施,让网络、新媒体环境下的侵权责任更清晰明了。

10.20 全国首个陶瓷艺术设计版权交易平台在江西景德镇陶瓷学院启动,致力推动陶瓷版权保护和产品推广。

10.23 第十届海峡两岸图书交易会闭幕,两岸出版机构现场签订15个出版合作项目,达成286项图书版权贸易,实现征订和零售总码洋2653万,均创历届之最。

11.1 《使用文字作品支付报酬办法》正式实施,着眼保护文字作品著作权人的著作权,规范使用文字作品的行为,促进文字作品的创作与传播。对广大著作人而言,该办法最直观的结果是文字更“值钱”了。

11.2 为期8天的贝尔格莱德国际书展落幕,由71家出版社组成的中国主宾国展团实现版权输出141项。

11.15 “第七届中国版权年会”在京举行,会议聚焦大数据时代的文化与版权。

11.18 经国家版权局批准,西部地区唯一一家国家级版权贸易机构——西部国家版权交易中心与华中国家版权交易中心签订战略合作协议。双方将跨地域整合版权资源,共同打造国家级版权产业交易平台。

温故 2014 版权产业

2.21 国家版权局宣布我国著作权登记总量在2013年首次突破百万件。

2.26 中国版权保护中心在2014CPCC中国版权服务年会上揭晓“2013CPCC十大中国著作权人年度评选”结果。

2.27 由中国版权保护中心、中国电视艺术家协会、中国电影家协会共同发起影视版权产业联盟在京成立,旨在推动以DCI(数字版权唯一标识符)体系为核心的数字版权嵌入式服务在影视版权产生、流转、维权活动中的推广和应用。

3.6 国务院法制办公室宣布将《中华人民共和国著作权法(修订草案送审稿)》及其修订说明全文公布,征求社会各界意见。更适应时代需求的《著作权法》有望出台。

6.12 国家版权局、国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部等部门启动第十次打击网络侵权盗版专项整治行动“剑网(剑网2014)”。截至年底,三次行动成效卓著。

7.4 乐视起诉小米盒子盗播其《后宫甄嬛传》等10部影视作品的案件在北京市海淀区人民法院胜诉。暴露出互联网电视热兴当下的版权保护问题。

7.16 《2013年中国网络版权年度报告》在2014中国