

2018年中国网络版权保护年度报告

委托方：国 家 版 权 局

受托方：中国信息通信研究院

中国摄影著作权协会在 2018 年的全国两会期间，联合近 50 位著名艺术家委员为《著作权法》修订建言献策。

权利人通过音著协、文著协等集体管理组织“抱团”维权。凸凹等 6 位作家就江苏凤凰教育出版社有限公司对《人生之痛》《凡俗与高雅》等 10 余篇作品的著作权侵权行为向南京市鼓楼区人民法院提起诉讼，维护了自己的合法权益。

2.行业协会开展行业自律，联合企业联盟发布自律公约

行业协会、社团联盟持续深入开展行业自律行动。针对近年侵权现象高发的短视频领域，中国网络版权产业联盟发布《中国网络短视频版权自律公约》，中国网络视听节目服务协会发布《网络短视频平台管理规范》，通过自律公约规范短视频行业发展和传播秩序，促进短视频内容质量不断提升。

3.互联网企业完善内部版权管理制度，利用区块链等新技术保护版权

网络服务商针对侵权盗版内容和侵权盗版帐号开展自查整改。搜狐新闻、今日头条、一点资讯、百度百家号完善自媒体入驻协议、发布版权警示公告、封禁侵权自媒体帐号 124436 个，对 19882 个违规自媒体帐号进行降级等处理；建立帐号信用分制度或黑名单制度。抖音短视频、快手等 15 家重点短视频平台共下架删除各类涉嫌侵权盗版短视频作

品 57 万部；微信公众平台发布《微信公众平台“洗稿”投诉合议规则》等文件，共同保护权利人的合法权益。互联网企业为抵制网络转载乱象，保护媒体自身版权，通过区块链、公钥加密和可信时间戳等技术，为新闻原创作品提供权属认证、取证服务，主动防控版权侵权行为。

三、2018 年中国网络版权保护的基本特点

（一）前沿科技赋能业态融合，技术创新助力版权保护

2018 年，我国 5G 发展进入快车道，大数据、AR/VR、人工智能等新一代信息通信技术快速发展。新技术与内容产业深度融合，突破文化资源传播形态与空间的边界，促使文化消费向虚拟式、碎片式、沉浸式发展，新业态不断涌现。2018 年短视频应用迅速崛起，用户规模达 6.48 亿人，网民使用率高达 78.2%⁷，市场规模达到 140.1 亿元，同比增长率达 520.7%⁸，成为各大内容平台竞相布局的战略高地，与音乐、新闻等领域的跨界融合进一步加深。

人工智能、大数据、区块链等新兴技术的应用，为网络环境下版权保护提供了新方法和新模式，为网络版权环境的治理提供了新思路。2018 年，北京互联网法院实行案件审理“全程在线”，发布“天平链”电子证据平台；杭州互联网法院首次确认区块链技术存证的电子数据的法律效力，创新

⁷ 数据源自 CNNIC 发布的第 43 次《中国互联网络发展状况统计报告》

⁸ 数据源自艾瑞咨询发布的《2018 年中国短视频营销市场研究报告》

采用“异步审理模式”，突破时间、空间限制，为当事人诉讼提供便利的同时提高庭审效率，体现了司法机关在技术新常态下的有益探索和制度创新，降低了权利人维权成本。各大互联网企业也在积极探索和实践用技术手段对版权内容的保护方案，在大数据、区块链等技术的支撑下，主动防控盗版侵权行为，开发智能化、专业化的版权管理系统，加强对侵权行为的在线识别、实时监测、源头追溯，对侵权盗版行为实行永久封禁、注销帐号等更为严厉的处理措施。

（二）严格保护倒逼内容升级，正版付费推动产业发展

近年来，版权产业政策体系进一步完善，行业监管愈加有力严格，为塑造风清气朗、保护原创的网络版权环境提供了有力保障，提升了用户的付费意愿。2018年，多个互联网产业的付费比例都在显著增加，其中网络视频付费用户比例高达53.1%⁹，音乐、游戏等各个细分领域的在线版权销售额远超实体部分，内容产业正在由线下模式转变为线上模式。用户对付费产品的理性选择，加剧了内容产业的优胜劣汰。在严格监管与市场遴选的双重推动下，优质内容成为各平台的核心竞争力，并走出国门，开拓海外版权市场，成为中外文化交流的纽带。《我就是演员》原创节目与美国IOI公司签署模式销售协议，开创了国产综艺向欧美输出的先例；热播

⁹数据源自中国网络视听节目服务协会发布的《2018中国网络视听发展研究报告》

剧《延禧攻略》版权输出到 90 个国家和地区，海外版权收益和广告收益创新高；中国自主研发的网络游戏实现海外销售收入 46.3 亿¹⁰美元。内容产业在海外的布局与推广，对于推动中国文化走出去、增强文化自信具有重要的意义。

数字内容产业的规范发展使得商业模式进一步升级，产业生态进一步完善。在网络音乐领域，国家版权局推动主要网络音乐服务商达成版权合作，99%以上独家音乐作品开放授权，企业在资源趋同的情况下，对市场进行精细化运作，围绕“音乐 IP-艺人话题-音乐影视-线上线下演唱会”拓展音乐 IP 内容，打造多模式、立体化粉丝经济形式，行业发展释放巨大潜力¹¹。在网络游戏领域，在人口红利不断减弱的背景下，网络游戏电竞行业异军突起，围绕明星选手、游戏主播、赛事活动等新生业态逐渐成熟，进入爆发期。在网络视频领域，视频企业与线下影视企业合作，打通产业链实现优质内容同步；视频内容分发的跨屏化发展推动广告精准营销。在短视频领域，各短视频平台纷纷加强与优质 MCN 机构、达人合作，打造优质 PGC（专业生产内容）并带动 UGC（用户生产内容），共同生产更优质的内容。

¹⁰ 数据源自中国音数协游戏工委发布的《2018 年 1—6 月中国游戏产业报告》

¹¹ 《全球版权报告 2018》显示，中国音著协已成为亚太地区收费第四高的协会，数字收入增长超过 433%

（三）社交平台海量传播作品，平台治理重塑行业生态

依托开放共享的技术架构，社交平台不仅汇聚了互联网上的信息，也为信息的供给方和需求者搭建了连接渠道。随着融媒体时代内容分发的碎片化、社区化，社交平台成为传播作品的重要载体，也成为滋生侵权的新型传播方式，侵权者借助朋友圈、微博、小程序等社交渠道，以免费之名吸引更多人群关注或者加入盗版内容群。这种通过小程序等社交平台传播盗版内容的方式，给创作者带来了巨大的经济损失，影响了整个内容行业的原创生产。

2018年，在国家版权局的支持推动下，各大互联网平台依托技术优势和资源整合能力，承担社会责任，积极探索网络版权保护新路径，在网络版权治理体系中发挥重要作用。在完善平台规则方面，各大网络平台均建立了较为完善的侵权投诉流程，微信洗稿投诉合议小组评判首例洗稿案，有效保障了权利人的合法权益与用户的良好体验。在保护手段方面，通过技术优势优化平台网络版权保护新模式，利用大数据、人工智能等技术手段检测和防御盗版行为；各类游戏防沉迷系统相继投入使用，利用人脸识别、强制公安实名校验、未成年人游戏消费提醒等技术手段对未成年用户的游戏时长和付费行为进行管理。在维权合作方面，阿里巴巴集团、拼多多等主要电商平台与出版社积极开展版权合作，通过事

前预防、主动防控等方式合力遏制通过电商平台销售盗版图书等侵权行为，共同保护权利人的合法权益。平台主动参与包括版权保护在内的平台治理，体现出“主动合规”、“高效合规”的能力成为平台企业的重要能力与核心竞争力之一。

四、2018年中国网络版权保护的诸多挑战

（一）现行著作权法律制度不能适应产业发展新需求

著作权法第三次修订工作自2012年3月启动至今备受社会关注，但修法进程十分缓慢。由于制定时间较早，现行的著作权法律制度无法跟上数字时代产业发展的步伐。一些新兴的文化消费热点（如“洗稿”、人工智能作品、体育赛事等）中的权利认定和传播行为的可版权性在实践中引起广泛争议。立法滞后和已有规则缺陷的长期存在，使得法院和行政执法机关不得不通过大量司法解释和自由裁量权来应对，造成法律适用的混乱。此外，侵权赔偿数额远低于实际损失，抑制了行业维权的积极性；对著作权刑事案件的判罚尺度不一，“同案不同判”也体现出著作权法震慑力的不足。

（二）侵权盗版方式“去中心化”增加版权保护难度

近年来，随着版权严格保护政策深入实施和行业正版化的推进，较大规模的盗版网站受到了行政执法和企业诉讼的持续打击，大型网站盗版率不断下降。与此同时，侵权盗版方式随技术发展不断变异，网络侵权盗版逐渐形成以资源型

网站为源头的黑色地下产业链形态，通过“资源型网站—小网站—微博、微信公众号”的途径向公众非法传播侵权盗版作品。一方面，中小型侵权盗版网站朝隐蔽化地下化境外化发展，据统计¹²，目前常见的 5576 个疑似侵权视频网站共有 6630 个网站服务器 IP 地址，来自境外的服务器占比高达 82.05%，权利人跨国维权困难重重，执法部门打击难度显著上升。另一方面，以往利用单一的网络平台公然传播盗版内容的方式，逐渐转为利用网盘、社交平台、二手交易等多平台相互关联、快速传播，侵权行为呈现“去中心化”的特征。由于侵权人发布侵权信息的平台并不固定，侵权链接、关键词不断变异，确定侵权人比较困难，这使得打击盗链的难度大大增加。

（三）内容产业“重产轻质”创新能力不足

数字内容产业具有高创新性特征，但在商业利益和流量的驱动下，目前市场上充斥着大量同质化泛滥，叙事重复、观点雷同的低质内容产品。内容缺乏创新、优质内容稀缺是行业发展面临的核心挑战。以网络文学为例，尽管网络文学作品的绝对数量不断增长¹³，但整体内容质量不高，优质、精品的原创文学作品偏少，质量参差不齐、良莠并存的问题

¹² 数据源自中国版权协会版权监测中心

¹³ 据统计，截止到 2017 年底，45 家主要文学网站的原创作品总量超过 1646 万种，年新增作品超过 233 万部

依然突出。此外，内容产业“急功近利”的现象依然突出，部分自媒体用户为了导流获利，抄袭剽窃、盗稿、篡改删减原创作品，自媒体内充斥大量“洗稿”行为，内容创作沦为“流水线生产”。2018年，自媒体人六神磊磊指控周冲洗稿案引发业内热议。“洗稿”不仅可以规避平台的原创保护机制，甚至可以利用法律界定上的模糊性绕开侵权风险，直接打击了权利人创作和创新的积极性，不利于我国数字内容产业的健康发展。

（四）版权国际应对面临更多挑战

目前，知识产权背后的高新技术主导权已成为国际竞争的新焦点，在2018年的中美经济贸易摩擦中，中国的知识产权保护成为双方争议的焦点之一，我国的网络盗版、知识产权法律框架和行政执法水平被美国“301调查”报告诟病。面对当前国际贸易合作形势以及我国“一带一路”等扩大对外开放的政策导向，版权保护工作涉外事务繁多，双边、多边和区域问题复杂，对我国《著作权法》修改和执法水平提出新要求。随着我国国际地位提升和国际竞争加剧，版权涉外应对形势愈加复杂、任务更加繁重。

五、建议与展望

（一）加快推进《著作权法》修订进程，完善版权制度体系

版权保护，立法先行。在知识产权体系中，《专利法》已完成三次修订，《商标法》第三次修订的送审稿亦已完成。相对于这两者，《著作权法》的修订进程进展缓慢，需加快进程。在制度设计上，《著作权法》应基于我国版权产业在创新驱动发展战略中的现状，从作品复制环节的控制转向传播环节的控制的转变，理顺信息网络传播与传统广播的关系，厘清网络条件下作为私权的著作权与公共利益的界限，指明信息存储空间或搜索、链接服务的网络服务提供商在侵权行为中的责任界限，并对网络环境下的侵权赔偿等问题进行重新思考和相应调整，真正实现具有中国特色的著作权法制度创新。在立法目的上，可借鉴美国、日本、欧洲等主要国家和地区版权法修改的最新趋势，适应第四次产业革命浪潮，在严格保护的同时，提高作品许可与传播效率，降低创新风险和成本。在与国际规则的对接上，从被动适应国际规则转变到主动参与、推动国际规则制定，接轨国际标准，不断提升版权的国际话语权和影响力。

（二）鼓励创新激发原创动力，推动优秀作品创作生产

创作是版权保护的目地，也是文化产业繁荣发展的“活

水”。在文化产业高质量发展的战略指导下，营造创新氛围，激发原创动力是赋能产业升级的重要手段。政府应尽快完善鼓励和扶持优秀原创的政策，建立与网络版权产业发展相适应的管理体制和扶持机制，对重点企业和优秀原创作品积极鼓励，培植一批具有国际影响力和创新能力的数字内容企业和精品 IP。企业平台一方面应创新规则激励原创优秀作品，优化内容生态；另一方面要加强协作，打通跨平台的侵权投诉渠道，建立保护原创的长效机制。著作权集体管理组织应当建立更有效的机制，更好地发挥其专业维权的作用。

（三）创新版权治理模式，建立协同治理联动机制

传统的版权治理模式过度关注权利人，因版权持有分散，版权管理分而治之，囿于治理规则、利益分配、保护手段的差异，不同主体之间、不同平台之间的版权治理工作存在障碍，耗费大量的对接、沟通与合作成本。在数字技术和网络平台的语境下，应当考虑引入新治理模式，在保障合作各方版权利益的前提下，建立有效、可持续的合作机制，提高网络环境下版权保护的效率。比如，对于打击“三无网站”盗版侵权，需要国家有关部门、网络运营商、网络平台、广告联盟等多方主体建立联动机制，加强信息共享，建立一体化的监管治理平台，切断非法网站的传播源头和资金源头，共同维护网络健康生态。

（四）推动版权信息共享，促进交易平台透明化

在版权付费阶段，由于信息不对称、版权授权机制不畅通导致的作品使用与确权、收益不匹配，成为影响版权运用与流转效率的主要因素。权利人不得不采用“商业化维权”的方式，某种程度上不利于版权市场的有序发展。著作权集体管理部门和企业一方面应通过创新技术手段和管理运营模式，完善授权交易保障机制和信用机制，疏通网络版权交易渠道、明晰授权规则，提高许可效率，鼓励原创 IP 的多元化开发，以实现版权增值；另一方面可以尝试共建版权内容数据库，推动建立统一、透明的版权确权和交易平台，在政府、权利持有人和集体管理协会之间进行信息共享。