

8月26日,文化部印发了《文化部关于加强和改进网络音乐内容审查工作的通知》,要求加强对音乐产品搜索服务的管理,并要求网络音乐经营单位要建立网络音乐内容自制审制度,对由网民自行编创和表演的网络音乐进行审查,确保所提供的网络音乐内容的合法性。该《通知》一经颁布,立刻在业内外引起广泛热议,为便于广大业内外人士了解和把握该《通知》的精神实质,做好贯彻落实的各项准备和衔接工作,本期我们特刊登相关深入解读,以供参考。

解读《文化部关于加强和改进网络音乐内容审查工作的通知》

文化部文化市场司

规范网络音乐市场秩序

近年来,我国网络音乐迅速发展,通过网络欣赏和消费音乐日渐成为人民群众喜闻乐见的文化产品消费方式。但是,网络音乐在不断发展的同时,也暴露出一些不容忽视的问题,特别是部分经营单位擅自传播未经文化部内容审查的进口网络音乐产品;部分网络音乐产品格调不高、内容低俗,甚至少数网络音乐产品中出现违法违规内容;侵权盗版、非法链接等侵犯知识产权的现象仍然比较严重;网络音乐市场行为和交易秩序缺乏监管和规范。

为进一步推动网络音乐发展,规范网络音乐经营,切实落实《文化部关于网络音乐发展和管理的若干意见》精神,8月26日,文化部印发了《文化部关于加强和改进网络音乐内容审查工作的通知》(文市发[2009]31号,以下简称《通知》)。《通知》着眼于网络音乐管理工作面临的新形势、新情况、新问题,力求解决当前网络音乐管理面临的突出问题。

进一步明确网络音乐的定义

《通知》进一步明确了网络音乐的定义和涵盖的范围。对网络音乐的内涵和外延做出如下界定:“网络音乐是指用数字化方式通过互联网、移动通信网、固定通信网等信息网络,以在线播放和网络下载等形式进行传播的音乐产品,包括歌曲、乐曲以及有画面作为音乐产品辅助手段的MV等。”

上述界定,明确了网络音乐管理工作的管理对象,指出网络音乐是以数字化方式通过信息网络传播的音乐产品,其特点是产品没有物质实体,是信息网络传播技术与音乐内容相结合的产物,它不仅包括通常意义上的歌曲、乐曲等音乐产品的数字化形态,还包括为表现音乐产品内容而辅以画面的MV、Flash等。《通知》中所指的“信息网络”是指互联网、移动通信网、固定通信网等各种能够实现互联互通、即时传播、共享共用的信息化网络。

电纸书加紧抢滩 3G 市场

本报讯 9月9日,由汉王科技公司联合中国移动推出的全球首款手写3G电纸书正式亮相北京市场。作为一款可以通过无线网络在线浏览下载电子书籍、杂志、期刊、有声读物的掌上电子阅读设备,此次面市的手写3G电纸书不仅预装了千余本正版图书,而且解决了传统电子阅读器阅读与手写脱节,不能随意批注、圈点的缺陷,具有全屏手写批注、记事以及文档检索、声录播放等功能。“我们要给每一本电纸书都配上一支笔。今后,有了手写笔的电纸书会成为一套完整的数字化阅读终端设备,能够手写电纸书才有资格成为传统阅读载体的替代者。”汉王科技董事长刘迎建说。

据悉,为丰富旗下的3G业务内容,今年5月份中国移动推出了G3阅读器,拟建立一个以电子书为核心的资源运营平台作为移动3G业务G3的新应用之一,汉王、大唐等四家企业成为其首批电子阅读器的定制厂商。“3G的开通对于电纸书来说无疑是利好的,但反过来,电纸书的发展也将使3G服务迅速普及。”刘迎建表示,“我国3G发展的瓶颈,不在技术,而在内容,也在终端。未来,电纸书将成为方便的个人终端,用户可以通过3G,方便地下载各种数字图书、报刊、杂志等,甚至是博客。”

近年来,随着电子阅读器市场的火爆,专家分析,年轻读者的高速增长是拉动电子图书读者数量稳步上升的主要动因。在绝大多数成年读者更习惯于纸质图书阅读的情况下,在网络环境下成长的年轻人已经渐渐适应网上阅读或者电子媒体中介。这一群体为电子书的发展提供了稳定的动力。(言来)

盛大文学升级线下出版业务

本报讯 9月4日,第16届北京国际图书博览会期间,盛大文学在北京宣布与聚石文华和华文天下两家图书公司达成深度合作。

据介绍,盛大文学旗下现拥有起点中文网、红袖添香网、晋江原创网,日最高访问量接近4亿,每日更新字数超过3800万。目前,盛大文学合作出版和版权转让出版的图书,总印数量已经超过2000万册。

盛大文学CEO侯小强在发布会上表示,盛大文学定位于打造一个由数字出版、线下出版、在线阅读、影视游戏、动漫等多种业务组成的完整文化产业链,“在线下出版发展到一定规模的时候,我们希望在在这块业务领域具备更丰富经验的公司进行合作”。据了解,盛大与聚石、华文三方已就资本合作、业务整合等方面进行

进口合同(协议)进行了一系列规定,提出了严格要求。例如:进口网络音乐的授权期应在一年以上(含一年);合同(协议)标的物为音乐产品的信息网络传播权;合同(协议)应在文化部内容审查通过后方可生效执行等。《通知》还规定,中国香港、澳门特别行政区和台湾地区的网络音乐产品参照进口网络音乐产品报审。

五是加强对网络音乐的知识产权保护。《通知》要求在改进政府服务,提高审查效率,为企业的合法经营提供便捷高效的服务的同

时,对从事违法网络音乐经营活动和提供违法网络音乐产品的经营单位依法开展监管和查处工作。

六是加强对音乐产品搜索服务的管理。《通知》明确指出“直接提供音乐产品链接方式”的传播行为是网络音乐经营活动,须由经文化部批准设立的经营性互联网文化单位进行经营。经营单位要确保通过该种方式传播的是经文化部内容审查通过后投入运营的音乐产品。

创新审查模式 明确审查程序和要求

鉴于市场中未经内容审查的网络音乐数量巨大,为便于经营单位报备网络音乐产品,《通知》着力于为经营单位提供优质高效

的内容审查服务,对审查模式进行了以下创新:

一是引入科技手段简化报审程序。为便于经营单位准备相关的报审材料,节省经营单位的报审时间和成本,文化部引入科技手段简化报审程序,开发了“文化部网络音乐报备系统”。经营单位经文化部核实报审资格并获得文化部发放的报审密钥后,可通过互联网直接下载报审软件并通过报审软件开展网络音乐报审工作。

二是建立“快速审查通道”制度。目前,随着音乐市场竞争日益激烈,信息网络逐渐成为经营单位宣传、推广、销售其音乐产品的重要渠道,许多歌曲通过信息网络进行首发或者同步发行。《通知》针对此类“对内容审查有特殊时限要求的音乐产品”建立了快速审查通道制度,经营单位可在报审软件中选择“快速报审”通道功能并注明申请特殊处理的原因,文化部将在确认受理后3个工作日内做出批准或者不批准的决定。

三是对同一音乐产品的内容不进行重复审查。由于音乐产品的传播渠道不同,同一进口音乐产品可能在以网络音乐形式进行传播前已通过其他相关部门内容审查并正式出版发行,为避免内容重复审查,《通知》强调:“对已通过其他相关部门内容审查,并



9月11日,华辰鉴藏拍卖会(第十期)在北京举槌,此次拍卖会上,北京华辰将通过与英国古董网(the-saleroom.com)合作,首次实行网上同步拍卖。

网上同步拍卖是指网上竞价与拍卖现场竞价同步进行,拍卖师在拍卖一件标的时,需要面对现场竞价、电话竞价和互联网网上竞价三方的同时参与,拍卖进程也会通过互联网向全球买家同步发布。

新华社记者 薛东梅 摄

图书数字化应遵守版权法

据新华社消息 欧盟信息社会和媒体委员维维安·雷丁以及负责内部市场和服务事务的委员查利·麦克里维9月7日在比利时布鲁塞尔发表联合声明说,应积极推进图书数字化进程,但在这一进程中应全面遵守版权法。

雷丁和麦克里维认为,欧盟在文化和经济方面面临着巨大的挑战,仅欧盟国家的国立图书馆

就拥有几千万册图书,但这些图书只有1%实现了数字化,因此应积极推进图书数字化进程。

两名欧盟委员强调,图书数字化对欧盟来说是非常庞大而艰巨的任务。在图书数字化的进程中,不仅需要公营和私营部门共同参与、积极合作,还应全面遵守版权法。欧盟各成员国应使其不尽相同的版权法适应数字化时代的需要。

过去4年中,谷歌全球副总裁、大中华区总裁李开复的离职传闻屡见不鲜,而今年9月4日,他真的离开了谷歌。这,或许是李开复向自身目标迈进的又一步,亦或许是谷歌迈向一个新阶段的开始……

谷歌未来需要怎样的领导者

2006年,加盟Google不久的李开复就为Google起了个“谷歌”的中文名,这被视作Google中国本土化战略很重要的一步。但时至今日,在其本土化战略基本成功的当下,轻装上阵的谷歌中国则需要尽快进入另一个新阶段:如何在中国开疆拓土,唱响“谷物丰收之歌”。而对于已经48岁的李开复来说,选择在每个职业生涯的抛物线开始下行的时候,迅速找到另一个抛物线的起点,也是一个聪明的职业经理人最恰当的选择。

那么谷歌中国未来需要的是什么样的领导者?

事实上,包括搜索引擎在内的很多互联网应用企业都是一个必

须同时面对搜索用户和广告商户两方面的特殊行业。对于用户来说,明星般的代言人当然对提升品牌作用显著,但是对于商户们来说,投资回报率才是他们最感兴趣的关键词。

谷歌在中国已经过了构建对用户者的品牌形象的阶段,目前谷歌在中国真正面对的挑战是如何构建一个更有效的“商业生态圈”,带动更多往搜索引擎投钱的商人们认同这个企业实实在在的、甚至金光闪闪的商业影响力。

显然,谷歌对此早已有所感觉。2008年1月7日,谷歌邀请原SK电讯中国区首席执行官兼总裁刘允加盟,任谷歌全球副总裁兼大

网络音频

收费还是免费

近期,游戏业内关于运营模式的收费和免费孰优孰劣的问题争论不休,事件缘起于近期几家国内游戏厂商纷纷宣布将重回收费机制来运营自己的游戏新品:先是盛大的《永恒之塔》表示将以收费模式运营;随后,国内免费游戏运营的开创者中华网也宣布放弃免费模式,旗下《指环王OL》重回收费模式的怀抱;近日,金山公司更是在高调推出旗下新品《剑侠情缘网络版叁》的同时,表示该新游将以时间收费模式运营……国内一线游戏企业的“收费”选择,让诸多仍在坚持免费运营的其他游戏企业多少有些迷惘:目前的国内网游市场,“收费”和“免费”到底哪一种模式更适应当前的市场需求?

事实上,回答这样的问题,往往是仁者见仁,智者见智,并无完美的答案。所谓的免费网游是近几年来网游市场上的主体,它的门槛很低,玩家只需要申请账号便可以进入游戏,游戏中为玩家提供道具商城,满足玩家在游戏中所需要的道具,而这些道具又是收费的。但是如果运营商将出售的道具设定得过于离谱,那就难以保证游戏的平衡性了。免费网游模式与传统模式的区别,只在于向用户收费的方式不一样,因为游戏公司要生存,自然要赚钱,所以,所谓的“免费游戏”也不可能做到真正的免费。

近年来,随着我国网络游戏产业的快速发展,网络游戏公司以及网络游戏产品如雨后春笋般加入到网游的大军之中,如何在这个网游产品层出不穷的市场上吸引到玩家就成了网游公司的头等大事,这也是国内网游市场上吸引到玩家就成了网游公司的头等大事,这也是任何一款游戏的产品生命得以更久远的根本。——徐龙

“怵网”不如“触网”

贵阳市政府系统网络新闻发言人于9月1日正式“上岗”,其主要职责是在互联网上发布新闻、信息,并以“网络新闻发言人”名义,采取发帖、跟帖形式回复网络舆论。此举引发各界关注,且颇多叫好之声。

身处互联网飞速发展的时代,网络舆论给政府部门带来越来越多压力。一些地方政府积极适应时代变化,借助网络的力量改进传统新闻信息发布方式,甚至直接与网络舆论对话,应对新的形势。与此同时,也有许多地方政府没有及时跟上网络时代的发展步伐,对网络舆论或反应迟缓,或不予理睬,甚或“围堵绞杀”,非但不能有效应对,反而激发广大网民不满情绪,导致舆论上的被动。

尽管当前新闻发言人机制在各地已普遍建立,但在面对网络时,传统方式往往力不从心。卫生部新闻发言人毛群安就曾感叹:“作为新闻发言人,我非常希望加强与网民的沟通。”贵阳市正在尝试建立的政府系统网络新闻发言人制度,应成为传统新闻发言人制度在互联网空间的延伸和拓展,而非简单复制。

中国有句古语说:与其临渊羡鱼,不如退而结网。套用此语,面对网络时代,政府部门“与其‘畏网’如虎,不如进而‘触网’”。网络作为公众表达自身意愿的重要渠道,政府对网络舆论不仅不能“堵”,更应注重“疏”。其实,从党和国家领导人与网民在线交流,到各地官员频频“触网”,都表明政府更为主动和开放的态度。

如果政府系统网络新闻发言人制度能充分发挥反应迅速、渠道多样、信息权威等优势,将有效地补上传统信息公开新闻发布方式的短板,更有效地回应并满足来自网络的各类正当诉求。值得期待的是,已经有越来越多的地方政府能够正视网络舆论,创新机制,从而真正搭建起政府与公众之间交流沟通的网上“桥梁”。

政府系统网络新闻发言人制度刚刚起步,要使其充分履行发布权威信息、回复网络舆论、甚至于解决网民民意反映的问题的职责,尚需时日。但是,贵阳市的尝试,显然是一次积极的探索。

——李劲峰

广,玩家可以不花一分钱便享受到游戏所带来的乐趣,它可以在初期吸引众多的玩家加入游戏,但这种依靠道具收费的模式一旦处理不好,很容易影响游戏的公平性,导致游戏运营的后期出现玩家大量流失的问题。免费网游背后潜在的风险,也在“免费”实施一段时间后被越来越多的网游厂商所重视。

另一方面,时间收费在很大程度上提高了玩家进入新游戏的门槛,玩家们需要购买游戏点卡或月卡才能进入游戏体验,这样的模式无疑是把大批的玩家挡在门外,但是因为采用时间收费时玩家无法购买到影响游戏平衡的道具,相对来说可以有效地保证游戏的平衡,因此玩家们对于时间收费网游的呼声又越来越高。

其实,通过时间收费网游《梦幻西游》以及《魔兽世界》这些年来的平稳运行,我们也不难发现,相对于道具收费网游,传统的时间收费网游经过了多年的磨练,无疑更加的成熟稳定,玩家大量流失现象也很少出现,只是由于时间收费而形成的游戏门槛,使得玩家数量可能不像免费网游那样多。

因此,在笔者看来,不论是收费,还是免费,都是网游发展过程中需要经历的一个形态。尤其是从长远发展来看,免费和收费都将是网游模式的一种表现形态,在很长一段时间内,两者也必然会共存并相互促进,呈现出免费之中有收费,收费之中亦有免费的均衡态势。而作为玩家来说,则希望无论是收费还是免费,厂商在做游戏产品的设计时,都应该以玩家的消费体验为本,充分考虑到如何让玩家获得最佳的游戏体验,当然,这也是任何一款游戏的产品生命得以更久远的根本。——徐龙

“怵网”不如“触网”

贵阳市政府系统网络新闻发言人于9月1日正式“上岗”,其主要职责是在互联网上发布新闻、信息,并以“网络新闻发言人”名义,采取发帖、跟帖形式回复网络舆论。此举引发各界关注,且颇多叫好之声。

身处互联网飞速发展的时代,网络舆论给政府部门带来越来越多压力。一些地方政府积极适应时代变化,借助网络的力量改进传统新闻信息发布方式,甚至直接与网络舆论对话,应对新的形势。与此同时,也有许多地方政府没有及时跟上网络时代的发展步伐,对网络舆论或反应迟缓,或不予理睬,甚或“围堵绞杀”,非但不能有效应对,反而激发广大网民不满情绪,导致舆论上的被动。

尽管当前新闻发言人机制在各地已普遍建立,但在面对网络时,传统方式往往力不从心。卫生部新闻发言人毛群安就曾感叹:“作为新闻发言人,我非常希望加强与网民的沟通。”贵阳市正在尝试建立的政府系统网络新闻发言人制度,应成为传统新闻发言人制度在互联网空间的延伸和拓展,而非简单复制。

中国有句古语说:与其临渊羡鱼,不如退而结网。套用此语,面对网络时代,政府部门“与其‘畏网’如虎,不如进而‘触网’”。网络作为公众表达自身意愿的重要渠道,政府对网络舆论不仅不能“堵”,更应注重“疏”。其实,从党和国家领导人与网民在线交流,到各地官员频频“触网”,都表明政府更为主动和开放的态度。

如果政府系统网络新闻发言人制度能充分发挥反应迅速、渠道多样、信息权威等优势,将有效地补上传统信息公开新闻发布方式的短板,更有效地回应并满足来自网络的各类正当诉求。值得期待的是,已经有越来越多的地方政府能够正视网络舆论,创新机制,从而真正搭建起政府与公众之间交流沟通的网上“桥梁”。

政府系统网络新闻发言人制度刚刚起步,要使其充分履行发布权威信息、回复网络舆论、甚至于解决网民民意反映的问题的职责,尚需时日。但是,贵阳市的尝试,显然是一次积极的探索。

——李劲峰

推进还需要有技术和产品的强力支撑。目前谷歌中国还需要有更强大的技术领导者出现,并且能在产品和技术上构建更强大的影响力。这一点不解决,谷歌的新一代管理团队就算不上完整。

对谷歌来说,进入在中国发展的第二个大阶段,需要的是实际的操盘手和严谨的执行体系。目前,各界对于谷歌中国新接班人选众多,但有业内人士分析认为,短期内很可能不会有第二个“李开复式”的明星经理人来接班。首先,没有哪个本土职业经理人能够“穿进开复的鞋子”;其次,没有哪个职业经理人愿意“穿进开复的鞋子”;或者,谷歌可能根本就不想要“开复的鞋子”。所以,估计谷歌中国会采用分权管理的模式。谷歌会意识到把自己变得低调和务实一些——“看看百度是怎么低头赚钱的就能理解谷歌中国未来的前进路径了。”

(节选自《商业价值》2009年9月刊《别了,开复》,作者夏勇峰)