



最地带网站首页即可看见正在售卖版权的单曲信息

元宵节当晚，记者刚一走进北京某家超市，民乐合奏《喜洋洋》的欢快旋律旋即入耳。由于此前，本报曾有言论寻找遭拍卖的名曲《喜洋洋》版权所有者，记者特意询问超市管理人员这首《喜洋洋》的“来历”。“网上下载的吧”，超市管理人员含糊地答道。

1998年，民乐名曲《喜洋洋》曾以58万元的价格被拍卖，当时，媒体称其为音乐著作权拍卖的“首次成功”；2010年1月，最地带音乐网站打着“打造网上迷你音乐交易所”的旗号，上线当天就有了现金流……12年里，从个人拍卖到网络交易，音乐维权者尝试通过各种方式唤起人们对著作权的保护意识，然而，音乐维权之路还很长。

一次“夭折”的拍卖

1998年，民乐大师刘明源创作的名曲《喜洋洋》著作权被拍卖时，刘明源的遗孀浣莎女士曾表示，“重要的是通过这一形式，唤起人们保护著作权的意识。此前，我们没有收到这部使用率极高的作品一分钱版权费，这种现象不利于调动音乐家的积极性。”当时，媒体纷纷表示，音乐著作权拍卖的意义不仅仅是一个优秀音乐作品的出售，更重要的是意味着知识产权，尤其是民乐的知识产权保护已引起人们的关注。

但两年之后，这桩拍卖却因转让费纠纷闹上了法庭。浣莎女士诉称，拍卖的最终买受人为河北阳光实业公司。1998年5月17日，阳光公司及拍卖行与她签订了《著作权转让协议》；两天后，拍卖行又向她发出《拍卖成交通知书》，确认拍卖成交。此后，浣莎女士向阳光公司移交了《喜洋洋》著作权，但拍卖行转交

了阳光公司支付的3万元转让费后，两家单位便再未支付余下的转让费，也未就此事给予她明确答复。音乐著作权的“首次成功拍卖”就这样“夭折”了。记者特意询问超市管理人员这首《喜洋洋》著作权仍为浣莎女士所属，公开使用或个人营利性使用需委托音著协代为授权。

其实，在拍卖转让费官司之前，已经有许多人表示出对音乐著作权拍卖的担忧。“版权拍卖后，可能会出现演出单位、出版社无力购买作品使用权而减少其演出和出版。”甚至还有维权者叹息，“这是权利人在著作权益得不到保护、情急无奈的情况下所出的下策，这种做法很难从根本上解决问题，反而会使著作权益流入海外。”

虽然危言耸听，但不可否认的是，这次拍卖留下了“后遗症”——即便《喜洋洋》著作权已经回归到浣莎女士手中，仍有许多人并不知情，或是在呼吁《喜洋洋》快快回归到群众生活中，或是因担心侵权而不敢使用《喜洋洋》，或是如前文记者所见那家超市，继续侵权使用《喜洋洋》。

音乐版权“证券化”是条出路吗

《梁祝》《喜洋洋》的拍卖已是旧话，但音乐维权的话题却没过时，特别是数字音乐版权，近年来更是面临严峻的考验。而上线不久的最地带音乐网站，似乎向音乐维权者展示了一种新的可能。

2010年1月，曾经以发起“反流氓软件联盟”而成名的董海平投入约200万元的资金推出了一家名为“最地带”的网站，在音乐人和网络用户之间搭起一个数

聚力传媒反击：

从看电视转身玩电视

南 笈

对如何应对视频网站“国家队”中国网络电视台（China Network Television，简称CNTV）的挑战，在2009年5月从美国微软空降到聚力传媒的陶闯看来，网络电视不是简单的传统电视的平移，如果仅仅把以前放在电视上的内容搬到互联网上，不可能获得成功。

盈利方式不断拓展

网络电视软件PPlive最早只是一个给校园球迷看比赛的直播软件，一度成为大学生网上看电视的必备工具，对于运营商而言，这款软件最大的优势就是节约了服务器的成本（同类条件下比用户分享类视频网站节约90%），用户在观看的同时不断地上传和下载数据实现交换，观看反而越清晰。

如今，PPlive从单一的直播平台变成了融合点播、动漫、影视、体育及网络视频搜索等多产品平台，并形成了自己的品牌。其注册用户达1.45亿，每月的活跃用户超过4500万。

目前，广告还是PPlive的主要收入来源，占其总收入的90%。据陶闯介绍，PPlive的广告客户主要集中于快速消费品、汽车、IT、网游四大领域。除传统的文字、图像广告外，视频广告更易受到企业主的依赖，价格不到电视广告的1/10，但播出次数却比在电视上播放次数有了大幅增加。“拍一个视频广告也花了不少钱，不如放到网上多播几次，反倒可以摊薄成本。”陶闯说。

在配合大客户的活动营销方案上，PPlive也对此类创新营销进行了尝试，他们与浙江卫视合作，根据互联网没有镜头限制的特点，通过12个镜头将整个百

事群英音乐会从后台、化妆间、导演室、嘉宾准备室到前台实现同步播出来聚集人气，将互联网和电视合二为一。陶闯表示，一般而言这样的创意电视台比较难配合，我们则是全身心投入，以后这样的举措会越来越多。

何以突围 节节高升的版权费用？

一般的观点认为，决定网络视频网站胜负最重要的因素是节目内容。谁能够以低成本，甚至零成本拿到网民喜欢的节目谁就能取胜。节目内容的争夺导致节目版权费用的节节攀升。陶闯表示，目前版权费用的上涨水平超过任何一个阶段，在暴涨的阶段，上涨2至10倍甚至更高都有可能。

寻求突围的方法多样，但陶闯认为，中国的版权市场很大，很难有哪一家能垄断，而且现在还有很多节目没有很好的传播渠道，每年都有约70%已完成制作的电视剧没有在电视上播出。

“对于PPlive而言，投资哪部分视频会受到用户的欢迎要好好地把握，一般大的导演，有名气演员的片子都值得买，但版权采购也跟股票市场一样存在变化，有的时候也靠运气，说不定到手的是黑马。”陶闯说。

此外，陶闯还打算跟主流的媒体公司合作，与杨澜旗下的阳光媒体集团成立以女性网络电视台为核心的合资公司PPTV就是一种尝试。其次就是以点带面，跟一些第三方的公司合作，比如去年就曾跟凤凰网合作拍摄一部网络互动栏目剧（Y.E.A.H.），未来还打算跟一些独立制片人合作发行小的影视剧作品。

从个人拍卖到网络交易——

音乐维权路漫漫

本报记者 蔡 萌

字音乐版权交易的平台，不论歌手还是词曲作者，都可以将自己的作品上传进行销售，所售出的版权比例由音乐人自己决定，可以是99%，也可以是1%。

“类似于将音乐产品的收益证券化，音乐人可以通过这个模式提前获得版权收益，歌迷可以通过购买版权投资喜欢的音乐，并可以按照所购买版权的比例获得这首音乐作品的经营收益。”专业人员解释说。

据了解，目前，最地带已经发行了17首歌曲，歌手一般以2万元到4万元的价格申购歌曲的部分版权，而网友最低则可以用1分钱来购买。第一批上线的单曲是15首，其中韩晶的《再见的缘分》、徐怀超的《像天使一样》、袁景的《温柔一刀》3首音乐作品已被用户超量申购，出现发行数量供不应求的局面，只能采取抽签来决定用户持有量。“这比较出乎意料，我们预计在半年左右的时间达到这样的效果，没想到这么快。”董海平说。据他介绍，最地带这种数字音乐版权投资、交易、分成模式目前在国内属于首创，上线以来已经引起了不少音乐人士关注。

同样瞄准数字音乐版权领域的还有 MySpace（中国）公司，据该公司副总裁雷振剑透露，MySpace（中国）计划在今年3月下旬推出自己的音乐平台，在该平台上会集

各种互联网产品模式，甚至包括电子商务、SNS（社交网络）等元素。据他介绍，MySpace（中国）已经聚集了数万中国音乐人，每个音乐人在 MySpace（中国）上的创作将产生相关版权。“像盛大文学商业模式就是品牌广告加版权营销，音乐其实跟文学、电影也是类似的。”雷振剑称，MySpace（中国）未来不仅要做强网络音乐版权，包括音乐人相关权利，甚至一些周边产品也会涉及。“我们希望做一个平台，这个平台能把音乐人和普通受众连接起来。”

网上音乐交易平台能对音乐维权起多大作用？对此，一些音乐人士表示，“版权维护的成本按人头分配到了每一个普通的互联网用户身上，用户既是内容的直接受害者，同时也是版权的直接控股者，他们保护版权的意识自然加强；才华横溢却苦无出路的音乐人将会有自己的经纪公司，但是这家公司的控股成员来自于千千万万普通的互联网用户；音乐版权持有者的范围扩大到更多人群，侵权方将面临千千万万版权持有人。”

音乐维权路还长

无论是12年前的拍卖还是时下刚兴起的网络交易，都是音乐人的个人维权行为，而在国内还有一



由音乐梦工场、广东卫视共同打造的音乐娱乐节目《乐拍乐高》以“拍卖”音乐为主题，由主持人吴大维、戴军等担任“拍卖师”，明星音乐人罗中旭、老狼、丁薇、高晓松等人担任“买家”，而未公开发行的原创流行歌曲就是拍卖的“商品”。

百度被判音乐歌词搜索侵权

本报讯（记者鲁娜 通讯员王宏圣）日前，北京市海淀区人民法院就中国音乐著作权协会起诉北京百度网讯科技有限公司音乐歌词搜索侵权一案，下发了判决书。法院判决，百度应停止以“网页快照”形式提供涉案的50首歌曲歌词内容，并赔偿音著协著作权使用费5万元和1万元的诉讼支出。据了解，这是多年来，音乐著作权人在针对百度公司的诉讼中首次获胜。

记者从法院判决书中了解

到，2005年，音著协接到会员投诉，称百度网提供大量的歌曲在线播放、下载服务，构成侵权。2008年1月，音著协在百度的歌词搜索栏目中随机选取了50首歌曲，正式向北京海淀法院提起诉讼，要求百度公司停止侵权行为，公开道歉并赔偿《爱我中华》等50首歌曲的著作权使用费100万元。在案件审理过程中，音著协将赔偿请求变更为50万元。

在审判过程中，海淀法院认为，百度公司所称的以搜索和快

种更为有效的维权方式，即集体管理，音著协是我国唯一的音乐作品著作权集体管理组织。

音著协的相关人员向记者介绍，“由于音乐作品的利用方式非常分散，权利主体也很分散，使得著作权法规定的很多个人权利无法实现，如果没有集体管理机构替作者主张这些权利，法律规定的这些权利就很难实现。”而在侵权事件发生后，集体维权诉讼的方式也更为有效。音著协副总干事刘平表示，在维权诉讼中，个体诉讼无非让侵权者多赔钱，而集体管理组织的诉讼则通过司法惩治手段，让使用者尊重他人的权益并自觉加入著作权集体管理体系，同时也提示那些自觉缴纳著作权使用费的使用者可以避免官司的困扰。

值得注意的是，我国著作权管理体制还不成熟，相关的法律法规仍存在许多不完善的地方，在同国际惯例进行接轨的过程中，往往会措手不及或陷于被动局面。去年11月，在由国家版权局主办的著作权保护发展趋势国际研讨会上，中外知识产权专家、学者讨论了对音乐产业著作权保护问题及发展趋势的看法。会上，国内专家、学者要求对现行的《著作权法》进行修改的声音呼之欲出，看来，音乐维权还有很长一段路要走。

名语辑录

“《追风筝的人》大家都说好，可是这个作家再写20部、30部，也不会进入诺贝尔文学奖那些老同志的视野，我们有谁去怀疑过诺贝尔文学奖的标准。我就很奇怪，我们现在很多作家不会为人类写，是在为诺贝尔文学奖写。”

——日前，作家曹文轩在接受媒体采访时表示，文学的标准也在赶时髦，大江健三郎和川端康成如果互换时代，肯定不可能获得诺贝尔文学奖。在中国，茅盾文学奖的很多获奖作品现在来看已经可以被淘汰了。当代的文学批评过于注重“深刻”，而忽视了文学本身应该具有的其他维度，比如美、雅、意境。

“我曾经问湖南卫视的领导，《丑女无敌》无论怎么看，艺术性都不是很高的，怎么就会有这么高的收视率呢？他说，在《丑女无敌》拍完后，我们就给全台几乎所有的‘80后’，让大家组织看，让他们提意见，结果没有一个人喜欢它，我们就决定立即把它拿上去，现在很多买片的人说，我们喜欢的东西就会很犹豫不能上，我们不喜欢的那就坚定地要上，现在基本变成这样一个怪圈。”

——继《舞者》之后，沉寂一段时间的作家海岩将筹备推出电视剧新作《独家披露》。这次的新作与海岩以往的作品相较有很大改变，面对媒体的提问，海岩坦言电视剧的收视率已经陷入了怪圈，不改变会有危机感。

“艺术片是一个民族电影的灵魂所在，商业片是基础，但全是商业片不会提高电影业的整体素质。而艺术院线是艺术影片的保障，有了艺术影院，艺术片才能踏实落地。中国电影正处在高速发展的时期，艺术影院的存在和发展不仅必要而且迫切。”

——2010年年初，伴随着中国电影票房的井喷和贺岁档的激战，一家名为“BC MOMA 百老汇电影中心”的小型艺术影院悄然在北京成立。而此前，北京乃至全国没有一家真正意义上的专业艺术影院。对这家艺术影院的成立，北京新影联院线副总经理高军表示，虽然市场容量还不够大，虽然还面临着种种的难题，但艺术影院值得观众更高的期待。

“这次在电视、手机、网络三个平台上同步播出的网络春晚只是利用了网络的形式，部分的吸收草根的因素而已，却欠缺了网络最本质意义的互动与发挥人们的技术创造力。假定北京电视台和某一广告公司合作，每天送一个‘福’字，每个‘福’字有一个编号，拿着编号发短信，可以在北京台春晚播出时抽大奖，奖品是一套房子或者一辆汽车，这就热闹了。”

——中国人民大学新闻传播学院副院长喻国明在日前的北京台春晚研讨会上肯定了“三屏合一”举措的同时也指出，虎年网络春晚更多地互动停留在形式上的互动，而不是内容上的互动。虽然对网络内容进行反映，却没有真正把互动作为内容。

（蔡 萌）

13家纸媒发社论呼吁户籍改革

本报讯 3月1日，一篇题为“全国13家报纸发表共同社论敦促加速户籍改革”的文章被多家网站转载并被推荐到显要位置。这篇大约1500字的共同社论在同一天被《大河报》、《华商报》、《南方都市报》等13家报纸登载，敦促加速户籍改革。

据了解，这次活动由经济观察网联合新浪网、凤凰网发起，3月1日，以上述3家网站为网络支持的13家报纸发表共同社论，敦促加速户籍改革。该社论毫不讳言开展这次活动的目的：我们呼吁全国两会代表、委员，运用人

民赋予你们手中的权力，提出全国户籍制度改革的明确时间表，逐步以人口信息登记制度取代现行僵化的户籍制度，直至最终将其彻底消除。与此前媒体“单打独斗”地呼吁户籍改革不同，这13家媒体“抱团”的方式确实吸引了不少眼球。

就同一个民生话题，十几家媒体联名发表共同社论，这在中国媒体领域似乎还是头一回。这个由13家媒体共同发出的倡议书，到底能为打破户籍坚冰尽一份力，还仅仅是一场媒体秀，人们将拭目以待。（风 信）

“史说北京”开启“乡土课堂”序幕

本报讯（记者马震）日前，北京史研究会秘书长李建平在“首图讲坛·乡土课堂”开讲“史说北京”第一讲“北京历史文化概说”，由此拉开了2010年“乡土课堂”北京历史文化科普系列讲座序幕。

据悉，“乡土课堂”北京历史文化科普讲座计划讲座50场左右，包括“史说北京”“考古北京”“北京名人”等主题系列。其中，“史说北京”先概说北京历史文化，再讲述其远古文明、城市起源、北方军事重镇地位，继而论述辽、金、元、明、清时期作为都城

北京；“考古北京”既讲述北京古墓遗址的发掘故事，又探讨考古与历史的辩证关系，还介绍考古中的科技应用；“北京名人”则回忆鲁迅、老舍、徐悲鸿、梅兰芳等文化名人的北京往事。

“首图讲坛·乡土课堂”北京历史文化科普讲座是北京市社科联系列科普讲座的一部分，由北京市社科联、北京史研究会、首都图书馆共同主办。讲座自2003年创办以来，每周六上午9:30开讲，已为广大市民提供了300余场文化讲座。

就等于帮助他们染上恶习。”辽宁大学文化传播学院的毕宝魁教授说：“重读经典、诵读经典、学习经典已经成为热潮。古典名著的重印出版，高校成立研究国学的学院等‘国学热’现象，使得经典古文‘升温’。这就是网络‘改版’古文频繁现身的大背景。翻译传统经典，使得它通俗易懂无可非议，过了这个度就是庸俗了。”

如今网络上频繁出现各个版本的“变体”古文经典，无论是四大名著还是《木兰辞》等乐府名篇都难逃被恶搞的命运。对此无论是专家还是多数网友，皆认为在如今的国学热背后，如何遏制这种恶搞风已经刻不容缓，只有去掉这些浮躁之气，我们的国学热才能够真正沉下心来走上复兴的轨道。但亦有专家认为，这最多只能算成调侃而非恶搞，且这篇“白话版”《出师表》作者的想象力和文笔的确出众，作为上班族等调剂压力的“开心果”，这篇文章当之无愧。

的搞笑了。也有网友认为，白话文版的《出师表》虽个别用语不够文雅，但作者对原版中话语拿捏堪称精准，可视为一个厚黑学版本的《出师表》。

恶搞让传统文化尴尬

《出师表》作为教材中选用的 一篇经典文章，如今被恶搞成这样，这让一位教中学语文的姜老师很心痛。她说，白话版《出师表》不伦不类，粗俗地糟蹋了经典。“这种对传统经典的改写，是对经典的不敬畏、不尊重、不严肃。这样的东西如果让学生们学习，那

文约约《出师表》变“江湖气息”白话版

是调侃还是恶搞

盖云飞

此外，“官中府中，俱为一体，陟罚臧否，不宜异同。”则被翻译成“你家里咱帮里，都是一起的，该批评谁该扇谁，一碗水端平”。诸葛亮劝说后主刘禅要“开张圣听，以光先帝遗德，恢弘志士之气，不宜妄自菲薄”。在白话版本中，则被演绎成“叔现在就希望你丫机灵点，完成你爹的遗愿，让兄弟们也扬眉吐气；千万不要把自己当成不值钱的葱”。

白话版的《出师表》里，“刳语言‘杯具’，概括了‘此诚危急存亡之秋也’，引得不少网友连连称‘妙’。

人砍人的时代，叔不想砍人，只希望不被人砍。你爸不嫌叔怂，三天两头地往叔屋里跑，问我如何管理帮派，我感激得眼泪哗哗的，从此跟着你爸四处砸场子抢地盘。后来本帮被人火并，叔死命硬抗，到现在已经二十多年了。”以江湖争斗为背景，来叙述“三顾茅庐”的故事。

对此，网上褒贬不一。有网友说，这个版本《出师表》把三足鼎立、混战纷争的局面“丑化”成了“古惑仔”的打拼史，匪气十足。有网友点评，这一个版本的《出师表》除了粗俗之外，就只剩下恶劣