

管理版权资产 开拓文化企业掘金之路

□□ 本报记者 毛俊玉

《新编辑部故事》正在东方卫视热播,收视率看好。而这部剧堪称目前“最贵的电视剧”,它的网络独家版权被乐视网以5000万元的“天价”收入囊中。乐视网相关负责人认为该剧值这个价,而由这部剧带来的广告效益和品牌价值或许远远不止5000万元。对文化企业来说,版权是核心资产,已是业界共识。但拥有了版权资产并不一定能创造出财富。“在很长一段时间里,大家更重视版权的文化价值和传播价值,但对它的经济价值重视不够。”国家版权局版权管理司副巡视员段玉萍说。当前,版权资产的评估体系与核算体系尚未建立。从企业角度看,文化企业经验不足难以应对繁杂的版权工作。在这种背景下,4月10日,在中国人民大学国家版权贸易基地与中视瑞德文化传媒有限公司联合举办的版权沙龙上,国家版权局、中央文资办、北京文资办等政府部门,以及中国出版集团、北京电视艺术中心等25家文化企业围绕如何进行版权资产的管理进行了探讨。

版权资产管理之困

对于积累了丰富版权资源的文化企业来说,成立版权部门进行管理是趋势。但据中视瑞德文化传媒有限公司相关负责人介绍,目前,以广电行业为例,至少有一半企业还未成立版权管理部门。中央人民广播电台较早成立了版权处,这一部门的主要职责是管理电台自1940年成立以来积累的大量音频资源。对中央人民广播电台来说,这是一项新业务,投入了很大的人力、物力及财力。为什么要管理这些音频资源?中央人民广播电台版权处副处长刘振宇说:“仅仅保存好这些音频资源是不够的,我们要想办法让这些资源发挥更大的效益。我们有具体做版权资源开发的公司,作为版权管理部门,我们要把版权的权利关系理清楚,把有价值的音频资源分离出来,为后端的开发扫清障碍。”但这项业务并不太好做。刘振宇说:“因为年代久远,很多音频资源的基本信息不齐全,导致版权的确权工作非常难做。”他举例说,电台播出过大量的小说连播节目,要开发这些节目的版权资源,就要跟作者、演播者、出版社等涉及到的各种权利主体进行确权。

人民教育出版社版权部主管魏锋



《新编辑部故事》网络独家版权卖出5000万元“天价”。对文化企业来说,挖掘版权财富,要走的路还很长。

说:“版权的确权难确实是一个问题。像我们这样的教材出版社,原来是先拿作者的作品用到教材中,不用事先谈好合作,但随着作家版权意识的提高,很多作家就提出来,你为什么不要费用我的东西,而且不跟我们打招呼。我们也意识到这个问题的严重性。我们出版的一些教材中有很多作品还没有确权,这么多年积累下的问题需要出版社去逐步解决。”

谈到版权资产管理与文化企业的掘金之道,人民出版社版权经理刘可扬感叹:“我们谈不上掘金,反而还担心自己的版权被别人挖走了。我们积累了这么多版权资产没有好好管理,也没有利用好。我们每天不断地被别人侵权,也不断地侵别人的权。”以人民出版社版权所有的马克思、恩格斯著作《资本论》为例,刘可扬认为目前在市场上流通的各种版本的《资本论》,最初的源头都是从人民出版社出版的《资本论》衍生出来的。“《资本论》的翻译工作浩大,由中央编译局组织一个庞大的团队进行翻译,历经了几十年的修订完善,读者才可以看到现在的《资本论》。但我们没有经营好它的版权,人民出版社出版的《资本论》像大砖头一样,大家就不想看了。很多出版单位则根据我们的版本进行了包装出版,有的出版社配了插图,有的出版社对语言进行了简洁的归纳,这些版本的《资本论》发行量远远超过了我们耗费心血出版的《资本

论》。”刘可扬说。

对刘可扬来说,另一个难以解决的难题是,人民出版社积累了很多作者,其中有一些特殊作者,出版社对他们的版权很难管理。“比如国家领导人的著作,这些作品的版权怎么去管理?”刘可扬很困惑。他认为这一版权管理难题在短期内很难解决。

版权尚未纳入企业资产核算

段玉萍认为,在很长一段时间里,文化企业对版权资产管理并不重视,“很多文化企业,特别是大型文化企业,不清楚自身拥有版权资源的真实状况,对很多资源的版权归属也不知道。随着文化产业的发展与繁荣,才把版权资产管理提到了一个重要层面。”

当前我国的版权资产价值评估体系尚未形成。版权资源纷繁庞杂,权利关系错综复杂,这是版权资产价值评估的难点所在。此外,版权资产并没有进入到企业资产的核算体系中。中国人民大学国家版权贸易基地执行主任彭翔说:“版权资产除了外购以外,自主形成的版权资产都没有在企业的财务报表中反映,所以导致了我们把版权作为资产看待的意识并不强,实际上它是文化企业所依赖的最重要的资源,但在实际操作中我们长期忽视它,这很容易导致版权资产的流失。”

刘振宇说:“在财政部规定的财务报表里,体现的只是企业的有形资产。我看过我们单位的财务报表,里面写着笔记本电脑多少钱、桌子多少钱、椅子多少钱,就是没有体现无形资产的价值。我们电台那些桌子椅子实际上用几年就报废了,而我们每天做的广播节目是实实在在生产的内容,它们是我们最重要的无形资产,随着时间推移还能升值。”刘振宇建议,从国家层面上看,建立一个资产价值评估体系,把版权价值体现在各个文化企业的财务报表里,形成规范和标准,才能保护版权资产,这个行业才能健康发展。

建立版权资产管理平台

管理好版权资产是一门学问,大多数企业还处于学习的初级阶段。但也有一些企业走在了行业发展的前列,进行了有益探索。数字出版企业中文在线在版权资产管理上摸索出了一套成功的经验。中文在线内容中心总经理孙香娟说:“我们的移动阅读服务、数字教育服务等几个业务决定了对版权资产管理的高度重视。”作为内容运营商和提供商,版权作品就是中文在线生存的根本。版权资源繁多、版权授权复杂、被侵权等问题也困扰着中文在线。正因为版权资产管理过程中遇到了很多问题,中文在线下大

力气建立了版权资产管理平台。孙香娟说:“我们通过这个平台管理版权作品,作者把作品的权利授予我们后,我们就会把作品的各项相关的信息和权利上传到系统中。比如我们跟作者、出版社签了版权协议,这部作品有没有转授权、有没有信息网络传播权、有没有广播电台传播权利等,我们会把涉及到的权利全部明确下来。并把授权年限、合作方式、稿酬结算方式等,都录入到管理系统。这样一来,查询一部作品的版权信息就会很方便快捷,而且一目了然。”

该平台对中文在线的数字版权资产经营起到了非常关键的作用。比如,作品出库销售,利润的结算仍然通过这一平台完成。孙香娟解释说:“数字作品是持续性销售的,所以版权经营在持续获得收益,一部作品从各个平台取得收益后,我们要给作者算稿费,这时得从版权资产管理平台里调出合同中规定的结算方式,计算出从所有渠道获得的销售收入,我们就知道要给作者付多少钱,每个月固定时间会结转。”

电子工业出版社也成立了版权资产管理部门,建立了初步的管理制度。其总编室副主任田小青说:“版权资产管理非常重要的一个基础就是合同管理,我们现在要求所有的出版物必须跟权利人签订合同。根据不同的版权来源跟权利人签订合同,规范版权来源的合法性。除了常规的出版合同外,也有专门的委托翻译合同、委托改编合同等,甚至包括封面设计和图书插图也要跟相关的权利人签订协议。”田小青表示,下一步,电子工业出版社将会进一步建立健全版权资产管理制度,明确岗位职责,对版权资产的违规经营、流失等问题建立问责机制。

“要像中文在线等文化企业那样建立一套版权管理体系,这是最基础的工作。”中视瑞德文化传媒有限公司总经理王旗建议,要管理好版权资产,使其变成文化财富,企业首先要成立版权资产管理机构。二要有套版权管理制度。三要有套管理辅助工具,比如要有一个版权资产的数据库。四要有专业化的版权资产管理团队。五要有标准的交易规则。只有在这样一个大的框架之下,才能形成文化企业的版权资产管理體系,实现从无形资产到有形资产的转换。

如何看待文化产业发展中的政府作用

□□ 郭万超

前些天去一个景区参加项目论证会,该景区计划投资10多亿元建一个博物馆群。会上很多嘉宾发言热烈,其中,发言最为热烈的是当地一位退居二线的官员。他潜心研究当地文化,发掘出当地许多文化资源,这点值得我们敬佩。但这位官员利用自己的影响使政府拨款兴建博物馆群以展示他发掘的这些文化,却让人有些愤慨。会上,当地一部分文化学者谈起他们的文化发现时极其兴奋。但是,从我及同行的观点看,这些文化并无突出特色和重要价值,甚至正史都无记载。其实这些人的发言中也无意中透露,这些文化其实并无代表性。而当地最有影响力和知名度的则是其独特的自然风光及原生态文化,大规模的建设只会破坏这些原本很好的文化资源,用这些毫无生气和知名度的所谓博物馆来吸引游客,其效果可想而知。

其实,大造文化工程,一定程度上说是中国发展饥渴带来的一种后患。过去全国上下的GDP热,使许多有价值的文化遗存荡然无存,现如今,文化产业的热潮又促使人们大兴土木,人造文化工程在中华大地遍地开花,这岂不可悲?这使我对未来产生一种可怕的预想,几年后,这些没有进行科学论证的文化形象工程的下场又将如何呢?也许是被人冷落,或者是被拆除。

那么,如何看待文化产业发展中的政府作用呢?首先要分清文化包含的内容。文化可分为公共文化与文化产业。公共文化属于公共产品与服务的范畴,其特点是具有非竞争性,容易出现市场失灵,因此,主要由政府来提供与承担。此外,文化产业作为经济领域的一部分,虽然主要应由市场调节,但是由于文化产业属于新兴产业,需要政府的大力支持,特别是对于发展中国家。但是,这并不意味着政府可以对文化产业大包大揽,不尊重文化产业发展的规律,而是应以科学的方式推动文化产业发展。

实践证明,根据现代政府的职能与文化产业的基本特征,政府在发展文化产业中要定位于加强规划,培育环境,制定政策,注重引导,为产业发展提供动力、支持与保障。主要包括:

一是提供基础设施。建设和维护使人民文化生活繁荣的环境,是政府的一项基本功能。这项职能是由公共部门提供有形和无形的基础设施而形成的,这些文化基础设施既要能保护和促进公共利益,又能促进市场有效运作。对于发展中国家,新兴文化创意产业在价值链的各个环节都需要基础设施,尤其需要的是信息与通信技术。

二是提供财政与投资支持。传统上,政府文化部门的投资和规划主要针对某些项目、机构和大型企业,它们都严重依赖公共激励和资助,现在,政府在为公共文化与文化创意产业提供资金方面,已经超越了仅仅对核心艺术和重大文化活动的关注,扩展到更广泛的领域。

三是改革创新体制机制。在很多发展中国家,一些体制缺陷限制了文化发展。比如,北京市目前的文化市场是按部门、行业 and 区域分割的,使本应完整的文化创意产业链条发生断裂,导致市场配置资源的基础性作用无法得到充分发挥。

四是健全政策法规。健全的适应国情和国力的政策法规对文化发展具有根本性促进作用。比如知识产权的法律法规、财政金融政策等。

五是支持文化走出去。此外,政府职能还包括建立文化创意集群、提升文化创意企业能力等。

(本文作者系北京市社科院北京文化创意产业研究中心主任)

万象

琉璃工房从传统中来

□□ 本报记者 李婧 文/图

他们曾是知名导演和演员,他们让中国人的名字第一次在世界现代玻璃艺术的舞台上被认同。记者见到琉璃工房的两位创始人张毅和杨惠珊时,他们正在为4月23日在中国美术馆举办的“琉璃之人间探索”大展做准备,此次为夫妇二人首度创办联展。26年前,他们“改行”进入琉璃产业,创立琉璃工房。如今,琉璃工房已成为中国琉璃的知名品牌,在全球已有超过70余家艺廊。

从传统文化中挖掘灵感

1987年,在世界玻璃艺术蓬勃发展,而独缺中国琉璃的时候,杨惠珊和张毅开始探索琉璃艺术的发展,创立了琉璃工房。至今,在台湾琉璃工房淡水工作室的后院,还保留着一个巨



中国美术馆“琉璃之人间探索”展展品

大的“琉璃冢”,深1米、面积10余平方米,里面堆满了失败的作品。

创业初期,他们花了3年半的时间研发琉璃铸造技法,二人负债高达7500万新台币,经历多次失败,勉强做出了作品,送到日本展览。结果被日本学者告知,他们的铸造技法在中国2000多年前就产生了,河北省满城县中山靖王墓中的琉璃耳杯就是用此法铸造。张毅说,当时只觉一巴掌打在自己脸上,竟对历史如此无知。

此后,张毅和杨惠珊决定将琉璃工房的风格指向中国传统文化,从传统文化中挖掘灵感。他们的探索得到了国际玻璃艺术界的认可。记者了解到,杨惠珊的作品在美国玻璃艺术界最权威的康宁博物馆的标价超过了欧美重量级艺术家作品的价格。

品牌经营胜在细微之处

相对于创意总监杨惠珊更集中精力于创作来说,张毅需要考虑琉璃工房这一品牌的管理和经营。为了保证琉璃工房品牌在市场中的号召力,张毅很早就提出实行“限量销售”的理念,琉璃工房作品的底部,都刻着一个用钢钻蚀刻的号码,如“68/2750”,表示这件作品限量制作2750件,68表示是第68件。

一件琉璃作品上市之前,至少经过6到8个月的设计、企划与制作过程,投入很高,为什么要限量生产?张毅解释说,限量生产要求设计师必须不断地去思考和创新,也就保证了琉璃工房一直在市场中居于潮头。

此外,每一件琉璃产品都有一份文辞优美的说明文,如一座名为“石莲”的摆件,其说明文为“片片碧绿晶莹,潜修如玉如石,人间自我清凉,宁静金刚不坏”,寥寥几语,就将其材质、颜色、意境交代清楚。杨惠珊说,在琉璃工房,专门有企划人员负责写这些说明文,如此费心思的原因在于想与社会沟通一种伦理价值与情感,“每一件琉璃工房的作品,不仅仅是工艺美术品,它更是一个载体,承载着情感。”

琉璃,走入现代生活

如何让琉璃走入到现代生活是张毅和杨惠珊一直在思考的问题。杨惠珊开发出以琉璃为主要材质的首饰品牌——“观念配饰”,推出的每一系列首饰都有一个特别的主题,如“不会因为你而改变我的样子”系列,表达对拥有自主性格、特立独行的美国知名女画家欧基美的敬意;“打开心里的窗户,让阳光进来”系列,以海伦·凯勒的

故事激励女性追寻生命的阳光。“如果有一些作品,能将女性在人生历程中深刻的情怀表达出来,一定很美好。我期许观念配饰带给女性朋友更多的是一种心灵的力量。”杨惠珊说。

从2001年开始,杨惠珊将琉璃与其他材质如陶瓷、木头等结合,开发创意家居产品。“琉璃给人的印象一直停留在工艺美术的范畴,其实琉璃也可以很生活。我们不断从材质出发,探索琉璃在现代生活中设计的种种可能,超越琉璃在装饰性与工艺性上的表现,将文化生活融入衣食住行中。”张毅说。“透明思考”餐厅就是杨惠珊和张毅的探索成果。这家餐厅从屋顶、墙饰、地板等,到客人所使用的餐具等都与琉璃有关。

回想20多年的创业历程,将无人所知的中国琉璃推广到国际舞台,并融入现代生活,张毅和杨惠珊两人都很感慨。张毅表示,产业容易做,文化传承难。琉璃工房之后,台湾很多大学都设立玻璃艺术学系,各种琉璃品牌也出现,好似一片繁荣,但他们反而更加谨慎,产业的发展,只要各环节执行到位,基本上能有所成就,但文化传承需要长期培养,不是一夕之功。张毅说:“20多年来,勉强自励,只能说,我们诚意地播下了传承的种子。”

【赠书活动】



《一生的读书计划》的作者克里夫顿·费迪曼根据多年的读书经验,精选并评介了130多种古今中外世界名著。更可贵的是,作者厘正了一些错误见解,并对一些世界大家如莎士比亚、歌德等做出新的评价。他说,这本书不会让你自动变成“有教养的人”,它不会替我们解释人生中的奥秘,也不会使人“幸福”。但这个“读书计划”会像爱情和其他能激发你深层潜能的事情一样,使你内在的生活更有意义,也更有乐趣。当你重读经典时,你对书的认识也许不会变得深刻,但是你会加深对自我的认识。敬请关注《文化财富周刊》,我们将为8名幸运读者赠书,请发邮件至whcfzk002@163.com索取图书,截止日期为5月5日。