



## 核心阅读

目前我国音乐人生存环境有所改善,但仍面临着许多困难与挑战。《2020中国音乐人报告》显示,目前音乐人音乐收入的平均数仍处于偏低水平,全职音乐人仅占一成,且音乐人普遍版权意识薄弱,维权成本高。

## 我国音乐人收入整体水平较低 音乐行业版权收益依然微薄

□ 法制网见习记者 邢国涵 邹星宇

国内音乐人的版权收入仍然不理想。由中国传媒大学近日发布的《2020中国音乐人报告》(以下简称《报告》)显示,我国音乐人普遍收入水平有所提升,但整体水平较低,有52%的音乐人没有音乐收入,24%的音乐人的音乐收入占总收入的5%以内,7%的音乐人音乐收入占总收入的6%至20%,仅7%的音乐人音乐收入占比达到100%。音乐创作的成本与收入不成正比,导致音乐人职业参与度不高,许多音乐人只能从事与音乐不相关的职业,以主业“养活”音乐维持创作。

而造成音乐行业收入结构失调,收入水平整体较低的主要原因之一,仍是音乐行业版权收益微薄甚至大多无版权收益。

## 收入有所增长

据中国传媒大学音乐与录音艺术学院教授张丰艳介绍,我国音乐人收入水平有所提升,收入渠道多元,七成受访音乐人从数字音乐获得收入,半数以上音乐人数字音乐收入增长;音乐人与数字音乐平台关系日益紧密;演出市场发展日趋成熟,属于音乐人的机会逐渐增多。

《报告》显示,在音乐收入上涨50%的这部分音乐人中,有38.22%的音乐人音乐收入主要来源为版权,27.75%的音乐人音乐收入主要来源为音乐制作,

24.61%的音乐人音乐收入主要来源为音乐演出,且随着数字音乐正版化步入正轨,越来越多的音乐人选择数字音乐平台,在所调查的音乐人群体中,有75%的音乐人表示获得过数字音乐收入,相较于2019年的41%有了较大幅度的提升。

过去一年,数字音乐平台的注册音乐人数量继续增长,目前九成音乐人已入驻数字音乐平台,并且有79.6%的音乐人已经在数字音乐平台发布了自己的音乐作品。

数字音乐平台也更注重按照播放量、广告等标准为音乐人账户发放相应的收入,音乐平台兑换物也使得音乐人获得更多的宣传资源,并激励音乐人持续参与到平台活动中。可以说,数字音乐平台正在从传播、收入等方面影响着音乐人。与上一年的收入相比,有54%的音乐人表示有所上涨。

平台活动为音乐人提供了更多的机会与支持,广受音乐人欢迎。《报告》数据显示,约33%的音乐人受到了平台音乐人计划的支持,这一数据要远高于去年仅13%的音乐人参与过音乐人计划的调查结果。目前,各大音乐平台都已开始将音乐人扶持计划作为可以与音乐人共赢的项目类型推进,音乐人也有了更多进入音乐人计划的可能与选择。

## 少有主动维权

在国家高度重视发展文化产业的时代背景下,目前我国音乐人生存环境有所改善,但仍面临着许多困

难与挑战。《报告》显示,目前音乐人音乐收入的平均数仍处于偏低水平,全职音乐人仅占一成,且音乐人普遍版权意识薄弱,维权成本高。

国内音乐人的版权收入十分不理想。“合同中都是写的预付版权,但是我从来没有从任何一个私人公司里面拿到过后续的版权。”著名音乐人、词作家冀楚忱说。

面对困境,国内众多音乐人也很少有主动维权的。冀楚忱坦言,维权成本高,为了不多的版权投入大量时间和精力,还要找律师,换来的也是坏名声。“如果选择维权,换来的名声是‘这个人不好合作’。”但《报告》显示,超过九成音乐人认为音乐制作人应该享有版权收益。

音乐制作人的工作范畴定义广泛,一般来说,艺人包装、市场定位,词曲创作、编曲、录音、混音、母带、市场投放等这些工作可以由制作人来完成,或者按工作特长细分下去,随着数字音乐的发展,新生代音乐制作人也大多是多面手,集创作、演唱、制作、演奏为一身的制作人越来越多,打击盗版,完善版权管理体制,建立版权盈利标准,进行音乐版权机构改革,已成为音乐制作人的迫切心声。

## 完善维权机制

“繁荣发展文化事业和文化产业”是“十四五”时期发展重点。近年来国家各项有力举措也在助力文化产业:2020年著作权法的再次修订,5G高品质音

乐标准的发布等,充分体现出国家在建设包括音乐产业在内的文化产业方面的决心。

IFPI(国际唱片业协会)此前发布的《2019年音乐消费者研究》(Music Consumer Study 2019)显示,中国96%的互联网用户在2019年使用了获得许可的音频流媒体收听音乐,这是全球参与音频流媒体的最高比例。腾讯音乐娱乐集团2020年Q3财报显示,其在线音乐付费率已从2018年的3.8%增长至8%。

这些数据背后是中国音乐产业的快速发展,庞大的用户体量,极高的流媒体渗透率,增长迅速的付费比例,创新的产品形态,使中国在数字时代逐渐成为全球最受关注、最有潜力的音乐市场之一。

在音乐产业快速发展的同时,如何保证其健康持续发展显得尤为重要。

将于2021年6月1日起施行的《中华人民共和国著作权法修正案(草案)》(以下简称修正案)更加契合数字时代,更加注重全面保障创作者的权益。中央民族大学法学院副教授熊文聪说,著作权是与音乐作品、音乐创作最密切的一项权利,修正案进一步适应数字时代的文化作品传播特点,将会使创作者的权益得到更加全面的保障。它适应了技术创新,文化产业发展和进一步扩大开放的需要,将推动数字音乐平台正版化程度的不断提高,使版权的价值得到进一步认可。

在熊文聪看来,修正案加大了行政管理和对版权侵权的管理和处罚,增强了对侵权行为的打击力度,提高了法定赔偿上限,增设录音制作者广播获酬权,

扩大了录音制作者对其录音制品的控制范围和获酬范围,能够促进数字和网络环境下音乐产业的发展,对于我国的音乐录制产业具有重要意义。

《报告》也认为,修正案能更好地适应数字化、信息化时代的发展,更加与时俱进,推动音乐作品相互授权和广泛传播,推动建立良好的网络音乐版权秩序和运营生态,逐步实现数字音乐的正版化运营,更全面地保护著作权人的合法权益。

值得注意的是,随着国内音乐版权环境的逐步完善以及线上音乐平台的发展,音乐人的音乐收入正在受到正向影响。《报告》显示,在有音乐收入的音乐人中,有过半数的音乐人的音乐收入较上一年有所增长,在音乐收入上涨50%的这部分音乐人中,有38.22%的音乐人音乐收入主要来源为版权,63.98%的音乐人与平台签署过独家协议。数字音乐平台从一开始在前端断绝盗版来源,末端引导用户消费,到如今开始利用平台技术不断探索更加有效的版权管理方案。

《报告》显示,在有过维权经历的音乐人当中,约30%的音乐人通过数字音乐平台进行了维权。数字音乐平台不仅可以提供专业法律援助,而且也能从技术层面上来改善侵权问题。例如腾讯音乐人2.0版会入驻音乐人提供专业的版权法律援助等资源。独家签约的音乐人可获得免费的作品著作权登记认证服务,从而使得自己的音乐作品得到可靠的版权保障。

## 《中国电子商务知识产权保护持续发力》发布

□ 本报记者 张维

近日,国家知识产权局知识产权发展研究中心在京召开发布会,以中英文双语形式正式发布《中国电子商务知识产权保护发展研究报告(2020)》(以下简称《报告》)。《报告》显示,2020年我国电子商务领域知识产权保护持续发力,全面强化,成效显著,为推动高质量发展提供有力保障。

为加大我国电子商务领域知识产权保护宣传力度,进一步扩大“中国经验”和“中国样本”的国际影响力,国家知识产权局知识产权发展研究中心在商务部电子商务和信息化司和国家知识产权局知识产权保护司两家指导单位的支持下,重点选取阿里巴巴、京东、苏宁易购等主流电商平台知识产权保护模式作为分析样本,编制电子商务领域知识产权保护年度报告。2019年,在“双12”购物节正式发布业内首份年度报告,2020年延续去年模式,结合抗击疫情热点,多方共治的特点和保护工作的难点,展现电商知识产权年度的发展状况。

经过研究,《报告》得出以下几方面结论:第一,新冠肺炎疫情期间,电商行业强化知识产权保护,发挥了促发展、保民生的重要支撑作用。2020年政府工作报告强调,“电商网购、在线服务等新业态在抗疫中发挥了重要作用”。在众志成城、抗击疫情的年度背景之下,根据国家统计局数据,1至10月,全国网上零售额91275亿元,同比增长10.9%,增速比1至9月提高1.2个百分点。

第二,政企合作、权利人合作、消费者等多元社会主体协同的社会共治在电子商务知识产权保护中也发挥着愈加重要的作用。2020年,在各方努力之下,电商知识产权保护成效显著。各平台企业切实履行平台义务,细化平台内知识产权保护管理,各大电商平台知识产权权利人数量不断提升。例如,阿里巴巴集团知识产权保护平台(简称IPP平台)设置更严格的商家入驻审核机制,从身份、资质两方面入手对商家进行审核,对依法需要取得相关许可的店铺和商品,采取“人工必审”制度,96%的知识产权投诉在24小时内被处理。

在防控体系上,技术防控持续投入,不断升级。例如,阿里“知识产权保护科技大脑”在国内外斩获“2020创新研发奖”“质量之光年度事件”等多项大奖,其累积的打假图片样本量就超过137亿张,系统样本数据总量相当于186个国家国家图书馆馆藏量。为从根本上解决电商平台的“盗图”问题,2020年12月,阿里推出全国首款AI虚拟模特——塔贝,由阿里巴巴自主研发,用于给服饰商家提供模特静态图、短视频、直播解决方案,为商家减负、降低盗图风险,用创新技术保护知识产权,保护创新发展。

第三,直击电商知识产权发展挑战,探索保护管理标准构建,推动跨境电商知识产权保护。《报告》深入分析电商知识产权保护的具体操作,业态发展和跨境挑战,提出相应对策建议。围绕我国首个明确规定电子商务平台知识产权保护管理的推荐性国家标准《电商平台知识产权保护管理》,介绍标准制定背景、主要内容和重大意义,确立电商领域知识产权保护最佳实践,指导中国乃至全球区域内的电子商务平台建立符合国家法律法规和行业实践,兼顾创新发展和市场秩序维护的知识产权保护体系。面对跨境电商知识产权保护的全球挑战,呼吁各国积极开展合作,围绕国际规则协调、国际执法协作、跨境保护服务和创新纠纷解决,携手探讨知识产权相关保护规则,确保跨境电商交易顺畅,知识产权保护得力。

## 引领互联网广告产业健康发展 首个互联网广告标识技术规范发布

□ 法制网见习记者 邹星宇

近日,中国广告协会发布首个专门应用于互联网广告的设备标识规范《移动互联网广告标识技术规范》(T/CAAAD 003—2020)(以下简称《规范》),及《中国互联网广告投放监测及验证要求》(T/CAAAD002—2020)两项团体标准,旨在建立一套新的广告标识服务数字广告产业。

中国广告协会会员部主任霍焰介绍说,互联网广告标识作为移动互联网广告运行的基础数据,服务于验证广告投放的精准性,甄别流量的真实性,从而成为广告主投放广告结算的科学依据。另外,设备标识规范的出台,也有利于广告行业基于统一标识开展广告投放与验证业务。

据了解,互联网广告标识体系由国家市场监督管理总局指导,互联网广告技术实验室协同行业机

构、广告主、媒体、广告平台、监测平台具体推进实施。《规范》为行业提供了统一的互联网广告标识。

在符合相关法律法规前提下利用用户数据实现广告主需求、用户需求和媒体广告资源匹配,是互联网广告的基本运行逻辑。互联网广告业对数据信息的深度分析和精准应用,一方面帮助用户用更少的时间、更低的成本,更加容易地获取自己更感兴趣的内容和服务,另一方面降低了广告主在商业模式转型、宣传推广等方面的经营成本,使其更高效、便捷地精准触达目标消费者,从而有效拉动消费,激发中小微企业的活力,促进经济持续健康发展。

霍焰介绍说,中国广告协会和中国信息通信研究院联合组建了互联网广告技术实验室,在符合法律法规、强制性信息安全标准要求的前提下,设计并实现一套符合的中国广告协会互联网

广告标识(CAID)方案,联合互联网广告产业共同推进,为产业提供基础共性服务。互联网广告标识方案围绕“推进产业发展、尊重产业利益、维护用户权益和保障数据安全”等四个目的展开。其中,互联网广告标识做到了广告标识管理中心根据相关参数统一生成标识ID,这样就保证了同一设备,同一设备上不同时间获取到的设备标识ID不相同,这样也可以保证阶段唯一性。

“《规范》的发布和实施有利于研发我国自主广告标识体系,实现一套兼顾数据隐私与个人信息保护,符合相关法律法规、国家强制性信息安全标准要求,并满足行业发展需要的互联网广告标识方案,为互联网广告产业提供基础性服务。”霍焰说。

中国信息通信研究院副主任杨正军认为,

《规范》规范了移动互联网广告标识生成与服务原则、功能要求以及安全要求等。在保障数据安全上,互联网广告标识具有保密性、匿名性、安全性等特点。该方案实现服务端ID生成算法应保密,避免被逆向破解,互联网广告标识应无法推导出任何用户设备、个人信息。同时,客户端采集的数据应不包含任何个人信息,保障用户数据安全。

北京大学法学院教授薛军说,数字广告产业发展与个人信息保护之间如何做好平衡,背后涉及多方利益博弈,需要关注数字广告产业发展,《规范》的发布可以加快互联网广告各项标准和技术工具的落地实施,推进互联网广告数据真实透明、隐私安全合规和个人信息保护等工作。

中国广告协会会长张国华强调,在我国坚持扩大内需、激发市场活力和拉动消费的时代背景下,一定要处理好数据安全、个人隐私保护与合法利用数据促进互联网广告产业发展之间的关系,三者兼顾,不可偏废。在《规范》的指引下,中国广告协会与中国信通院将统筹推进OAID、CAID等移动互联网广告标识的落地工作,以促进我国互联网广告产业健康、科学发展,为我国数字经济注入更多活力。

## 如何协同治理网络黑产

□ 王四新 徐菱敏

网络黑产,或网络黑产行为,是指借助网络空间所具有的虚拟性、复杂性、跨界、跨国性和隐蔽性等特点,利用流量劫持、造假、DDoS攻击、病毒攻击、数据窃取、刷单等手段,借助平台管理和法律监管方面存在的漏洞而实施非法获利行为形成的产业。此类黑产参与人数多、变现手段隐蔽,在线上 and 线下形成了庞大的市场和分工日趋细化的产业链条。

无论从构建网络空间正常交易秩序的角度,还是从社会治理及保护广大互联网用户合法权益及利益的角度,无论从维持正向发展的网络生态的角度,还是从亿万人民创造美好精神家园的角度,网络黑产都是社会各界尤其是各大互联网企业需要共同参与治理的重要内容。

近日,由中国网络空间安全协会指导、中国传媒大学人类命运共同体研究院举办了“网络黑产协同治理”研讨会,同时发布了《网络黑产协同治理报告》(以下简称《报告》)。《报告》指出,各大互联网企业作为打击黑色产业的主力军,一方面要加强技术防护,提升网络安全等级;一方面更要秉持开放合作的态度,尤其是要就黑产问题建立有针对性的合作机制。

《报告》不仅对网络黑产的类型、特点、泛滥原因,产业链上下游进行解析,同时还以抖音为例,列举了互联网企业践行黑产治理的案例。

《报告》认为,网络黑产本身呈现团伙化、专业化操作特点,而黑产犯罪也日趋链条化,变现手段日趋隐蔽、复杂。在这样的环境下,互联网平台型企业之间,尤其是存在竞争关系的平台型企业之间,要共同认识到网络黑产对整个互联网产业的危害,要站在整个互联网生态治理的角度,站在构建网络空间命运共同体、团结协作:在分享黑产类信息、黑产类内容治理等方面,与政府监管部门一道,共同打造治理网络黑产的协同机制。

为有效应对黑产的跨平台操作,各大互联网平台已经开始与相关方建立联席打击机制。例如,阿里巴巴在2020年年初与浙江省公安厅联合发送弹窗提醒,向全省范围内的市民发出提醒,警惕围绕疫情出现的诈骗骗局。

《报告》认为,互联网平台型企业可以在以下几个方面合作:其一,建立跨平台跨行业安全联盟,就网络黑产防治新状况、新趋势形

成常态化沟通机制;其二,汇集黑产基础资源信息,共享黑名单系统,开放各自掌握的黑干、黑号、黑IP等基础资源数据库,对于可追踪的号段,提前做好识别与布控。其三,针对已经明确的黑产团伙,开展联合行动,任何单一平台针对黑产的打击与治理在体量庞大的黑产面前都显得十分微不足道,只有各互联网企业相互协作,共商共治,才能真正提升行业黑产风险防控和处置的能力。

平台型企业利用平台优势进行广泛宣传造势,让更多的互联网用户积极参与到打击网络黑产的斗争中来,也是《报告》中提出的防治和打击黑产建议。具体而言,如果互联网平台能在反黑产层面与执法机关之间形成稳定的配合机制,形成群防群治的局面,则会更加有助于扩大网络黑产治理在社会中的效果。互联网平台型企业,尤其是涉及电子商务、互联网金融、网络支付、网络游戏等业务的互联网平台,每时每刻都在面临网络黑产的威胁。在这种情况下,互联网平台就应当将打击网络黑产上升到企业生死存亡的高度,设立专门的机构,配备专业的人员,一方面保证平台正常运营,另一方面也做好保护用户权益的工作。

除通过运营机制防治网络犯罪行为外,平台还可利用先进的互联网技术助力黑产打击。例如,有平台针对黑灰产行为开发的风控策略模型,能够基于行为特征、物理特征、内容特征等信息来主动识别与拦截黑产。

打击网络黑产还要从源头出击。具体来讲,包括以下方面:第一,严格落实互联网应用实名制,制定信用评级体系,并依据评级体系设定服务内容和权限。第二,提高平台账号注册难度,增加码台运营成本,以减少恶意账号产出,比如对新注册账号,增加信誉良好的老用户交叉验证这一机制,实施起来并无难度,但却可以增加恶意注册的难度。第三,联合通信运营商,扩充企业黑卡数据库,将风险号码识别前置。

总体而言,网络黑产治理需要各参与主体充分发挥主动性、能动性、创造性,需要社会各界在现有法律框架下形成共同打击网络黑产的有效联动机制。其中,各互联网服务平台间须克服黑产治理过程中信息、措施各自为战的状态,在平台间建立信息、黑名单及治理措施等方面的共享和协同机制,不断提升平台企业、黑名单、共同打击网络黑产的效率,为互联网产业生态和内容生态的向好创造条件。

(作者单位:中国传媒大学)



## 服务200余万人 成为宁波垃圾分类名片 “搭把手”回收体系 获世行鉴别团称赞

本报讯 记者王春 通讯员范奕齐 记者近日了解到,截至2020年11月上旬,浙江省宁波市已建成“搭把手”回收站点2143个,区域分拣中心8个,基本实现宁波中心城区全覆盖。“搭把手”注册用户71万户,居民参与垃圾源头可回收物分类投放规模超过680万人次,服务居民200余万人。

两年来,“搭把手”回收累计回收各类可回收物12万吨,“破烂王”所不收的碎玻璃、包装塑料、旧衣物等低值可回收物占比60%以上,通过有效回收和资源化利用低值可回收物实现垃圾减量超9万吨,节约能源16万吨,碳排放减量45万吨,节约木材49万吨,减少垃圾收运处置费用2000多万元。

宁波市作为亚洲首个由世界银行提供资金和智力支持开展垃圾分类项目的城市,在世行鉴别团来宁波考察期间,“搭把手”回收得到了来自世行代表的认可和称赞,成为了宁波市在垃圾分类上的一张名片。“搭把手”回收完善的回收体系也在2020亚洲旗舰环保展—中国环博会上受到了全国乃至世界范围内各界环保人士的关注与青睐。

“搭把手”回收是宁波供销再生资源科技公司主营的垃圾前端分类减量、再生资源回收利用的大型社会服务项目。公司以现代智慧物流技术、车联网技术、物联网技术以及互联网信息化大数据技术为支撑,旨在打造一个创新型的“全品类、全区域、一体化+公共服务”的再生资源回收网络体系平台,通过一体化的回收模式,解决垃圾回收“最后一公里”的难题。“搭把手”回收重塑了城市再生资源回收体系,从而推动了垃圾分类政策的可持续执行,具有一定的可推广性。