



近期发布的《2015年世界知识产权年度报告》显示,2014年全球音乐市场规模达到了149亿美元,与2004年相比增长了80倍,仅中国营业市场的价值就达到1亿美元。在此背景下,如何通过开发、保护和利用音乐版权为人们带来更多的视听精品,成为行业内外共同关注的话题——

微观聚焦

# 乌海,满溢墨香味儿

本报记者 陈力 通讯员 肖鹏

黄河明珠、沙地绿洲、赏石之城、葡萄之乡、水上新城……内蒙古西部的乌海市有着诸多美誉。在其众多城市名片之中,最具特色、叫得最响的还是“中国书法城”。

乌海名称源自“乌金之海”。这座内蒙古自治区最年轻的工业城市,因煤而设,因煤而兴。历届市委、市政府抓经济建设的同时,高度重视书法城市建设。1994年,乌海在全国地级市中率先提出创建书法城的决定,经过14年的不懈努力,2008年被中国书法家协会命名为首个中国书法城。

乌海着眼于基础教育和长远规划,发展书法始终坚持的理念是:不一定人人都要成为书法家,却可以人人都喜爱书法。不一定人人都要以书法为自己的事业,但人人都接受书法艺术的熏陶。目前,全市已形成了全民爱好书法、习练书法、经营书法、研创书法的良好氛围,“中国书法城·乌海”也成为外塑形象、内聚人心的城市名片。

习书养性,习书修身,习书益智,习书明德。2013年,乌海市启动了“书法五进”(进校园、进机关、进社区、进企业、进军营)活动,目前已覆盖全社会各个层面。

今日乌海墨香飘。乌海市50余万人口中,常年习练书法者在万人以上,有中国书协会员31人、自治区级书协会员125人、市级书协会员2000余人。找个空闲时间,携家人、邀友人,相约乌海湖畔,徜徉书法馆中,已成为许多乌海人休闲放松的一种方式。

近年来,乌海市着力推进“书法靓市”工程,在城市规划建设融入书法文化元素,建成当代中国书法艺术馆、滨河书法景观大道、青山翰墨园、甘德尔山景区摩崖石刻等一大批重要的书法文化设施。同时,在街道楼宇建设中融入书法文化元素,以乌海湖为核心,全力打造蕴涵书法文化底蕴的山园林城市。

乌海还以书法为龙头,大力发展文化产业,促进本地区产业多元化发展,有力拉动地方经济。几年来,乌海市先后举办了六届“黄河明珠·中国乌海书法艺术节”,召开三届“国际书法产业博览会”。去年的第三届国际书法产业博览会上还开展了“金秋走进乌海”收藏精品拍卖、文房四宝展销、唐密茶道展演等系列活动,成交意向金额超过8000万元。据不完全统计,去年乌海市书画奇石等方面交易额达5700余万元。同时,乌海市还依托乌海湖、甘德尔山生态风景区等重点文化旅游项目,高标准修编了《乌海市旅游总体规划》,着力打造集山水、沙漠、历史文化为一体的文化旅游产业。

随着以煤炭为代表的资源经济转型,以书法为代表的文化产业勃兴,“乌金之海”如今又有了新寓意。“淋漓的泼墨映着煤炭的底色,闪烁着金子的光芒,正是传统产业转型升级、新兴产业规模化的生动缩影”,乌海文化界人士告诉记者,“书法博大精深,每个字的结体,每篇作品的布局,都对城市建设有启发。不同的字体,不同的风格,更是破解‘千城一面’的最好临帖”。

# “书香军营”活动正式启动

本报讯 记者李哲报道:日前,《强军梦》《互联网+:未来空间无限》等1万多册新书送到北京军区朱日和训练基地某旅官兵手中,由国家新闻出版广电总局和总政宣传部在全军基层部队开展的“书香军营”活动由此拉开帷幕。

“书香军营”活动是全民阅读的重要组成部分。据国家新闻出版广电总局出版管理司副司长王然介绍,本次书香军营的活动重点定位在边海防哨所,让一线官兵看到好书,使好书陪伴他们成长,真正达到让知识融入心灵、知识强军的目的。

未来5年,国家新闻出版广电总局将组织全国出版单位与军队基层部队紧密协作,共同建设一批旅团图书馆和连队图书室。此外,每年还将组织一批文化界、艺术界的名家深入部队基层单位,举办书香军营讲坛,在基层部队掀起读书学习的风气,培育能打胜仗的知识型军人。

# 星空创联发布素质教育新品牌

本报讯 记者徐睿报道:近日,国内领先的创新型钢琴教学连锁机构星空创联在北京发布素质教育新品牌“大师来了”,为对艺术教育有需求的学生与老师提供业内指导。

“大师来了”事业部总经理严希佳介绍,“大师来了”包含面向老师和面向学生的不同课程,将采用线上线下相结合的模式。线下主要形式是为期三天的大师课程,采取大师级别的老师亲自示范演奏、技巧剖析、曲目解析、心得分享,学生直接参与互动的教学模式;线上则由大师级别的老师的在线讲座为主。“大师来了”团队将组织由大师主导的艺术教育全国巡回讲座,将大师级别的老师带到三、四线城市,让更多地区也能享受到优质的艺术教育资源。

# 阿航赞助国际职业网球联合会

本报讯 阿联酋航空和国际职业网球联合会(ATP)日前在伦敦签订了为期五年的赞助合同,从2016年起阿航将成为ATP世界巡回赛的赞助商,这也是ATP有史以来最大的赞助合同。

作为ATP世界巡回赛的指定航空公司和赞助商,阿联酋航空将受益于此赛事带来的全球推广权。通过参与6大洲29个国家的60项标志性赛事,阿联酋航空的品牌在全球累计逾8亿观众。近年来,ATP世界巡回赛已经吸引了大量观众,整个赛季有430万球迷在现场观赛,电视观众数量超过8.8亿人次。(宝木)

# 产权保护:说得好也要“唱”得好

本报记者 金晶



歌曲正在成为人们消费生活中的“必需品”。好歌曲可以使人愉悦,可以带动士气,可以引发共鸣,可以让感触直达人心。随着近年来文化消费的起步升级,音乐产业的发展也在内外部环境的冲击下进行着自我嬗变。这一过程中,版权作为内容产业的核心,发挥了非常重要的作用。而透过音乐行业观察版权产业市场,也成为11月27日召开的全国版权年会上人们的焦点所在。

## 应用场景更多元

多元化应用市场需要创作端提供更多优秀作品作为支撑,才能进入长久的良性发展

走进一家店铺或书店,就有订制化的悦耳音乐传来,沁人心脾,让你停留的每一步都融入其中,感受到舒心和愉悦……这种消费场景正渐渐被人们挖掘、接纳和推广。“为温暖舒缓的氛围配上柔性气质的乐章,为热情浪漫的氛围加入巴洛克和探戈元素。”在逸东信息科技有限公司董事长史育东看来,为品牌商店设计出与其气质相符的音乐,是件非常有趣的事情。史育东看好场景音乐的来市场,因此在与著协开展授权合作的基础上开始项目实践。

手机端出现的与音乐相关的APP,更是让其应用领域愈益多元。譬如,可以用画画的方式完成作曲,可以将任意的照片和图画“转变”为乐曲,达到让“每一张图片都有它的旋律”的复合视听效果。当下,音乐产业的消费模式正在从过去由唱片公司、电视台为主导的内容与服务提供模式,向全产业链的网络平台进行转变。这方面的尝试有如中国联通搭建的基于

移动互联网的音乐APP平台。它除了能够提供音乐服务以外,还集中了社交、购物、游戏、视频等超级入口。

多元化应用市场需要创作端提供更多优秀作品作为支撑,才能进入长久的良性发展。这就对音乐的创作提出了挑战。“我们要通过建立多层次创作激励机制,加强版权登记、评估、投融资、交易等工作,调动创作积极性,推出更多群众喜闻乐见、品味上乘的优秀原创作品,以更多的中国原创丰富世界。”全国政协副主席齐续春告诉记者。

“一件音乐品的产生需要歌手、词曲作者、音乐家、出版商、制片人、作曲家甚至工程师以及其他很多人的灵感、才华、时间和精力,它的精神权利和财产权利应当得到尊重和维护。”世界知识产权组织副总干事王彬颖表示。

“商业化的时候也不要忘了音乐最初的来源和它的诗歌属性。”从“音乐人”延展成为“音乐商人”,阿里音乐集团董事长高晓松谈到创作时颇有感触。“以后紧紧围绕一个中心就是让好歌发挥最大价值,让好歌在卡拉OK、演唱会等一切地方发挥最大价值,让烂歌死掉。”他说,“让唱片公司未来再也不敢卖给我100万首烂歌搭配300首好歌,到那时候唱片公司就会说‘我还是好好生产点金曲吧’”。

## 网络盗版待解决

网络技术的发展改变了传统的版权产业链,复制、传播、保存版权作品的方式得以剧变

近年来,网络技术的迅猛发展和广泛应用,一方面强烈地冲击着传统音乐产业的生产模式和商业形态,另一方面

也极大地增强了音乐产业的创造力和传播力,催生了新的业态和表现形式。然而,传播提速升级又是一把“双刃剑”,让盗版音乐有了滋生新空间。

“不仅音乐产业如此,网络技术的发展也改变了传统的版权产业链,复制、传播、保存版权作品的方式发生剧变,在为正版作品提供便利传播渠道的同时,也为盗版制品增加了新的传播途径,所以互联网环境下的版权保护问题已经成为了产业发展的聚焦点。”齐续春说。

“我们音乐作品经常被人非法盗用。”中国音乐家协会主席叶小钢则一针见血地指出音乐权利人维权艰难的现状,而这背后除了违法成本非常低、查证取证十分困难等因素,还或多或少和当下音乐市场缺少成熟的发展模式有关。

叶小钢表示,“多年来,网络音乐产业整体处于亏损,主要靠网络音乐服务商自身的力量难以建设和推广成熟的音乐模式。去年以来,主要网络音乐服务商相继购买独家版权,互相之间的转售渠道不断转换,网络音乐版权秩序比较混乱,会严重损害网络音乐产业健康发展”。

打击盗版,出“重拳”。今年7月,国家版权局一纸通知责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品,并于7月31日前将未经授权传播的音乐作品全部下线。版权局的这条通知也被业内认为是迄今关于网络音乐的“最严令”。如今,各音乐平台非版权音乐作品下架过渡期结束,在国家版权局制定多项保护政策后,网络音乐长达10余年的“免费午餐”时代宣告结束。

“我们很高兴看到中国的版权现状,很高兴看到消费者已有了为音乐付费的意识。”华纳音乐亚洲区业务拓展部高级副总裁马秀兴认为,现在中国消费者相

较以前已有了变化,“人们会觉得为什么要听盗版的音乐呢,当然正版的质量比较好”!

## 科技力量做支撑

科技支撑下,为实现作品的版权价值,音乐产业新的商业模式正在加快形成

从传统以胶片、磁带、光碟为主要载体,到互联网“PC端浏览器搜索+MP3”,再到移动互联网的“手机+APP”的无线音乐……音乐消费正经历着从PC端到移动端,从本地下载到在线流媒体的转型。而这一切也是伴随互联网和移动互联网技术的诞生和演进而来,代表着技术演进的趋势。

“移动宽带业务的发展,特别是3G、4G网络的快速普及,在移动终端上的带宽在快速加大,音乐传播的速度和质量也会大大得以提高。”中国联通集团公司总经理陆益民告诉记者,“随着整个4G网络的快速普及以及云计算、家庭互联网、物联网、智能终端等技术的演进和应用,音乐消费正在向家庭互联网等多种场景延伸,这也带动了整个音乐产业实现外延式的增长”。

市场数据也给了他们更多发展的信心。统计显示,手机音乐已经成为大多数音乐消费者高频使用的场景。其中有15%的用户每天在使用手机音乐,而高达38%的用户每周有4天至6天在使用手机音乐;在用户的使用场景上,乘坐交通工具使用和在家使用的占比最高,分别达到57.9%和40.8%。科技支撑下,为实现作品的版权价值,音乐产业新的商业模式正在加快形成之中。

## 行政执法与司法:

# 双管齐下塑造网络音乐版权规则

本报记者 李万祥

日前,在中国传媒大学举办的第二届中国音乐产业高峰论坛上,中国音像与数字出版协会音乐产业促进会发布了《2015中国音乐产业发展报告》。报告显示,2014年中国音乐产业市场总规模约为2851.5亿元,较2013年增长了4.73%。伴随“互联网+”时代的到来,我国音乐产业开启新的格局。数字音乐在产业中“独占鳌头”,也让版权保护这一音乐产业最核心的问题愈发引人关注。

由中国传媒大学项目组完成的《2015中国音乐产业发展报告》以音乐作品原创为核心,将音乐产业结构分为核心层、关联层、拓展层三个层次。其中,核心层主要包括“音乐演出”“音乐图书”“数字音乐”“实体唱片”“音乐版权”五个部分。“据统计,数字音乐产业独占鳌头,约占核心层规模比重75.50%,数字音乐市场规模整体呈稳步上升趋势。”中国传媒大学音乐与录音艺术学院副教授张谦说,2014年中国数字音乐的市场规模达491.2亿元,比上年增长11.5%,在PC端、移动端、电信音乐增值业务等方面增幅均超过10%。

的文化消费模式已经倒逼音乐产品或服务商作出根本改变。数字音乐产业将逐步与音乐演出产业、实体唱片、版权经纪、音乐图书出版等行业的原创内容行业发生关联,加速各类音乐产品或服务实现“原创-展示-体验-产业化”的发展,极大地打破了原有产业价值链,实现上中下游全产业链平台化经营。

报告同时指出,2014年,我国网络音乐用户规模达4.78亿,同比增长5.5%,网络音乐企业数量激增至1034家,增幅49%。由于在线演艺商业模式的发展,未来PC端音乐市场规模有望继续快速增长,电信音乐增值业务与移动音乐App的结合也会更加紧密。

“音乐产业的形成来自于原创作者、词曲作者。如果说音乐产业是个高楼大厦的话,词曲作者就是这个大厦的地基,我们在促进产业不断发展的时候,一定要让这个地基更加坚实。”中国音乐著作权协会法律总顾问刘平说。

据统计,2014年,中国音乐著作权协会的版权许可收益达到1.37亿元,比上年增长22.36%,其中网络新媒体收入呈现明显的增长,占比达到203.94%。“ISRC是国际通行的音乐编码,是

音乐制品、录音制品的‘身份证’,即使是一首作品经过各种的录音制作之后,它也会形成不同的编码。”中国版权保护中心音乐事业部总经理杨超说,用标准录音制品编码(ISRC)给每一首音乐贴上“身份证”,再经过版权登记便可以在一定程度上解决作品权属的问题。版权登记后,可以查到每首歌的唱片公司还有权利人是谁等相关信息,从而让整个行业的信息更清晰更透明。

2015年7月,国家版权局发布了《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知》。《通知》指出,各网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品,并于2015年7月31日前将未经授权传播的音乐作品全部下线。在2015年7月31日以后仍继续传播未经授权音乐作品的网络音乐服务商,国家版权局将依法从严查处。据了解,以“责令”的方式下发通知,在国家版权局的历史上还是首次。

其实,互联网时代保护版权,行政执法与司法应双管齐下。重塑版权规则和竞争秩序,加强行政执法在当下变得尤为必要。经过2015年底的版权大整顿之后,中国网络音乐正版化取得重大成