

《著作权法》修改草案惹争议

■ 本报记者 张 莉

近日,国家版权局就《中华人民共和国著作权法》(修改草案)(以下简称草案)面向社会征求意见。其中个别条款在社会各界引起了广泛的争议。部分音乐人签署了联名书信,呼吁相关部门修改有关条款,保护著作权人的权益。

第四十六条存修改空间

《著作权法》(修改草案)第四十六条规定:录音制品首次出版3个月后,其他录音制作者可以依照本法第四十八条规定的条件,不经著作权人许可,使用其音乐作品制作录音制品。

与现行规定不同之处在于,该条修改草案规定删除了“著作权人声明不许使用的不得使用”这一限制,同时新增了“3个月后”这个时限。

一些音乐制作人对“可不经著作权人许可”的表述提出质疑。他们担心这将助长盗版行为,损害原创者利益。

中国音像协会唱工委常务副理事长宋柯表示,第四十六条虽有利于音乐作品的传播,但忽视了对创作者劳动的尊重。

著名音乐人高晓松则表示,新法明显偏袒互联网,严重损害创作者个人权益。他在

微博上称:一首新歌在3个月内是难以家喻户晓的,在这时就可以不经版权人许可翻唱翻录,和一首歌红了好几年你再去翻唱翻录性质完全不同,这是赤裸裸的鼓励互联网盗版行径。

知名知识产权律师于国富认为,草案的第四十六条还有很大的修改空间。他说:“虽然草案给出了3个月的控制期,但是由于该期限过短,并无实质意义。正如有音乐人所说的那样,在3个月的控制期内,一首新歌很难走红。然而,一旦超出上述控制期,任何人可以通过草案第四十八条的宽松条件获得法定许可。在这种情况下,谁还会愿意去高价买下音乐作品的首唱权呢?如果这个条款最终通过,歌手的收益将远远超过作者的收益。”

而中国社科院知识产权中心教授李明德则认为,权利人对于著作权的理解并不全面。“第四十六条有明确的前提条件,权利人要把四十六条和四十八条结合起来看。《著作权法》不是仅仅保护著作权人的法律,不能只从权利人的角度看问题,还要考虑传播者、使用者和社会公众的共同利益。”他说。

著作权人不愿“被代表”

《著作权法》(修改草案)第四十八条同样受到音乐人的质疑。该条规定,在使用后

一个月内按照国务院著作权行政管理部门制定的标准向著作权集体管理组织支付使用费,著作权集体管理组织应当将使用费及时转付给相关权利人。

在著名音乐人小柯看来,这是向集体组织的一种倾斜。小柯表示,著作权集体管理组织代收使用费,实际上拿走了音乐制作公司或社会版权代理公司的核心资源,最终形成行业的垄断。小柯指出,本次修法是化权利人之私权为半官方的垄断公权。

不少音乐人担心,集体管理组织将变得更加强势,最终摊薄著作权人收益。

于国富说:“版权部门制定的付酬标准注定是一个一刀切式的付酬标准,一方面,优秀作品的作者只能拿到平庸作品的稿酬,谁还会去费时费力地创作优秀作品呢?另一方面,我国的著作权集体管理组织目前还很很不健全,常常出现管理费用过高,侵害作者合法权益的事情。”

音著协副总干事刘平表示,草案对音著协实行延伸性集体管理并不是为了限制音乐著作权人的权利,而是为了广大创作者的利益,防止出现唱片公司对音乐的垄断。法定许可通过各国集体管理来转付著作权付酬使用费不是中国的发明,而是各国的立法通例,中国也不例外。

于国富指出,在整个草案中,为著作权

集体管理组织争取权利的有多个条款。这些条款归纳起来,可以看到此类组织享有的权利包括了法定许可中的部分定价权、报酬收取权、诉讼索赔权。尤其需要注意的是,其管理范围不仅仅限于其会员单位,也包括了非会员著作权人。作为一个具有较强独立人格和较高法律意识的群体,著作权人显然不愿意让自己辛苦创作换来的权利“被代表”。他建议,应该允许著作权人通过声明方式排除部分或者全部集体管理组织的代表,以尊重著作权人对自己权利的处分权。

对于业界提出的对音著协这类集体管理组织在实际工作中出现的一些质疑,新闻出版总署副署长阎晓宏在接受央视专访时回应表示,集体管理组织在我国还是新兴事物,仍需加强自身建设,同时政府也要加强监管,其管理组织账目应该更加透明化。

阎晓宏还表示,目前《著作权法》(修改草案)正处在向社会征求意见的阶段,秉着公开的原则,社会各界均可提出修改建议和意见。从修改草案到真正的发布实施,必然要经历社会各界多轮的意见征集和相关部门反复的修改。

本期说法

贸易法语

螺旋藻企业忙“公关” 监管部门寻租伤民心

■ 舒 畅

2月29日和3月5日,国家食品药品监督管理局(药监局)先后向地方监管部门下发内部通知,通报检出铅、砷超标的13家“不合格”螺旋藻生产企业和涉嫌内容物欺诈的8家鱼油生产企业名单。近日,国家药监局对外公布的“最新”抽检结果显示,原先“黑名单”上的13家“不合格”螺旋藻生产企业仅剩1家产品不达标,而原先8家涉嫌内容物欺诈的鱼油产品3个为假冒产品,其余产品检查结果未予公布。

在回复媒体时,对于这一变化,国家药监局多是用产品检测适用标准不同来解释。在最新的一次抽检中,螺旋藻保健食品执行的是铅含量2.0m g/kg的标准,而就在一个月前,执行的标准是0.5m g/kg。该局某官员这样解释:“普通剂型”的铅含量标准为“≤0.5m g/kg”,而“片剂”等剂型因原料浓缩后易致铅含量升高,故放宽为“≤2.0m g/kg”。

然而,由国家认证认可监督管理委员会颁布的《保健食品国家标准(G B16740)》明确规定:对于重金金属含量的监管标准,除“固体饮料”(如麦乳精等)和“胶囊”两种剂型适当放宽至“2.0”外,其余剂型一律以“0.5”作为判定标准。

一月之内,两次抽检,官方结果自己“打架”,令公众大跌眼镜,引发舆论普遍关注,多家涉事企业进京“公关”、监管部门寻租浮出水面。

适用的检测标准不同成为了相关部门寻租的借口。国家标准明明规定“片剂”不属于可放宽检测标准的产品类型,国家药监局却将其私自纳入,这其中存在严重的篡改标准适用范围,为不合格产品“亮绿灯”的行为。此外,在《经济参考报》一篇报道中,一家涉事企业高管也曾承认自己赴京“公关”一事。

在笔者看来,从企业方面来讲,做好公关工作是一件好事,但“螺旋藻”事件中的如此“公关”只能让事态愈演愈烈。在这个“酒香也怕巷子深”的大环境下,企业生产出质量高、品质好的产品可以通过和公众、和利益相关者搞好关系来提升自己的形象。如果生产出不合格产品,被曝光之后,也可以通过向公众致歉,召回产品,改善生产来挽回自己的形象。但是此事中,专门对监管部门进行“公关”非但不能弥补之前的错误,更会激起公众的强烈不满,实属下下之策。

从监管部门方面来讲,接受企业“公关”无异于在自己和消费者、老百姓中间树了一堵墙,应有的公信力荡然无存。国家药监局作为监管部门,它立足的根本就是公众的信任,而不是为了了一己私利接受企业“公关”。国家监管部门的权威与公信构成民众安全感的底线。如果药监部门的检测结果都自相矛盾,那么,民众心里怎么会有“底”呢?对螺旋藻检测结果的“变脸”,已有数日时间。期待药监部门积极回应民众的关切。沉默时间越长,就越会引发公众的质疑。

法律干线

新政促战略性新兴产业发展

本报讯 记者从国家发改委获悉,国务院《关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》发布以来,各有关部门和社会各界积极响应号召,加大政策支持,合力推动产业发展。

此外,该部委表示将着重营造有利于战略性新兴产业发展的市场环境,认真做好战略性新兴产业发展形势的监测和分析,及时发现产业发展中的倾向性苗头性问题,加强信息引导,提出对策措施,促进战略性新兴产业健康发展。(邢梦宇)

侵权假冒势头得到遏制

本报讯 国家知识产权局在京举行新闻发布会,介绍国家知识产权战略实施推进计划进展的相关情况。其间,国家知识产权局保护协调司司长黄庆表示,2011年国务院统一部署“双打”专项行动,各地各部门围绕侵权假冒突出问题,加强行政执法,强化刑事打击,效果显著,遏制了部分地区、部分领域侵权假冒现象多发势头。(刘和)

中国将建立中药材储备和预警机制

本报讯 在广西玉林市召开的第四届中国中医药博览会新闻发布会上,中国中药协会会长房书亭表示,中国目前正规划建设中药材国家储备制度和中药材生产预警机制,以防止药材价格的剧烈波动。

房书亭说:“按照传统来讲,中药材是一方吃全国。一个中医大夫开出的药可能包含了来自全国各地甚至国外来的药材,所以整个中药产业的发展是全国一盘棋,一个地方某种药材的产量、质量和价格会影响到全国市场。为了避免中药材价格的大起大落,目前,国家已经开始规划建设国家级和省市区两级的药材储备制度和药材生产预警机制。”

同时,房书亭表示,传统医药在治疗某些疑难杂症中的优势越来越明显,中医药发展仍然呈现出一种上升的趋势,发展前景十分广阔。(许大为 张垒)

今日普法



索尼通信换帅 为“四屏战略”造梦

■ 本报记者 霍玉茜

据国外媒体报道,索尼移动通信的“管家”面临更换。从2012年5月16日起,铃木木国正将成为索尼移动通信总裁兼首席执行官(CEO),而现任CEO及总裁伯特·诺德伯格将就任董事会主席。

去年,索尼宣布从爱立信公司手中收购50%的股权,并在今年将全资公司改名为索尼移动通信。如今,这个新公司将在这位新总裁的带领下改变亏损现状。

纠纷转型 索爱巨亏成大难题

要说这位新CEO面临的难题,就不得不提到索尼通信的前身——“索爱”品牌的遗留问题。

2001年,索爱公司由日本索尼和瑞典爱立信各出资50%共同创建。虽然该品牌也曾风靡一时,但在智能手机当道的情况下,企业发展战略陷入迷局,几经摇摆换改阵营,最终导致了该品牌的没落。

中国三星经济研究院战略管理组首席研究员林瑞明表示,索爱在发展智能手机的早期,曾经和诺基亚一样,是塞班系统的最主要支持者。但由于诺基亚在塞班阵营中占据绝对大份额,索爱一度转投Windows Mobile阵营,推出了一些Windows系统的手机。然而在iPhone的冲击下,索爱智能手机市场表现不如预期,它又转投安卓阵营。但

此阵营的竞争非常激烈,索爱不仅与三星、HTC、摩托罗拉有相当大的差距,后来者——中国手机厂商中兴、华为等中低端手机厂商也大有赶超索爱之势。

“虽说在不同的操作系统之间‘左右逢源’搞平衡术是分散风险的一种方法,但索爱对每一个系统平台而言,既不是最早、也不是最大的支持厂商。并且在多个平台之间的摇摆增加了时间成本,也使索爱错过了智能手机爆发的黄金时期。”林瑞明说。此外,索爱对于手机的高配置过于痴迷。但是这样一来,不仅研发周期较长,而且价格也居高不下。因此,索爱的一些产品虽然能够吸引目光,但是却“叫好不叫座”。

根据市场研究公司Gartner的统计,2011年索爱品牌手机出货量较前一年下滑近20%,占全球手机出货量的1.9%,在手机品牌中仅仅排名第十。公司2011财年的净亏损高达2.47亿欧元。

独资公司为新智能手机铺路

如此糟糕的销售与财务状况,也暴露出了索爱合资企业内部的问题。林瑞明认为,索爱在选择操作系统时的摇摆和推新机型的缓慢,其背后实际上又隐藏着合资公司决策迟滞这一深层次问题。

“在市场竞争风云际会的时代,最影响商业活动的就是速度。但索爱合资公司50:50的对等股权结构,造成公司的审批流程过

多,决策周期冗长,严重拖累了公司的发展。”林瑞明说,“尤其两家母公司作为上市公司,在各自低迷时,又往往更关注自身的财报,不愿为合资公司在未来作过多的投入。这种局面也造成索爱管理层的动荡。”据了解,小宫山英树(索爱前CEO)、卢健生(索爱前副总裁兼中国区主管)等高管均是因为改变不了公司混乱的管理状况,纷纷选择了离职。

2011年10月,索尼以10.5亿欧元全额收购爱立信所持有的50%的索爱股份,同时宣布将于2012年年中完成手机品牌名称从“索尼爱立信(Sony Ericsson)”到“索尼(Sony)”的转变。

林瑞明认为:“爱立信就此退出了手机终端制造领域,而留下索尼独自在智能手机方面施展拳脚,这必将提升其在设计、开发和营销等各个领域的运营效率。而在确定了安卓为主打操作系统后,新索尼智能手机也将摆脱以前在不同平台间摇摆的尴尬。”

新帅成“四屏战略”造梦人

虽然独资公司解决了效率问题,但是在智能手机上大幅亏损仍是不争事实。这次的人事变动被市场解读为索尼欲在电子消费市场,尤其是智能手机上再次发力。这一点,从新任CEO的履历以及新思维中便可窥探出一二。

据了解,铃木木国正于1984年加入索尼,从事海外销售工作,1999年至2007年,他一直担任Vaio电脑业务部门主管,后来又负责公司战略和规划工作。28年的工作经历,铃木木国正称得上是索尼的老员工。他的履历证明他或许对索尼的“四屏战略”了解更深。

根据索尼的设想,未来其是要将笔记本电脑、平板电脑、电视和智能手机这“四个屏幕”的内容整合。而铃木木国正的工作重心也恰恰在此。他表示,“整合索尼的各项资源,用以推出用户体验最棒的产品,这是我们的一个梦想,而我就承担了这个造梦人的角色。”这也就意味着,未来索尼通信的最主要工作将集中在将索尼娱乐帝国的优势资源与其智能手机“联网”,补足其娱乐内容“四屏分发”的战略。但在落后于人的情况下,如何将硬件和软件进行完美整合并重新吸引消费者的注意,将是铃木木国正待解的难题。

林瑞明表示,在智能手机的游戏规则下,技术不是唯一取胜的条件,软件和内容才是吸引消费者的杀手锏。“展望未来,索尼移动在智能机领域再现功能机时代的辉煌,绝非易事,但也并非不可能。”他说。

记者管窥