

金曲下架，版权保护不下架

凝聚知识产权保护的共识，离不开过去各项改革事业的推进；未来提升保护观念与工作水平，更需要“刀刃向内”的有力举措

一纸“删歌通知”把自己推到风口浪尖，这可能是中国音像著作权集体管理协会没有想到的。不久前，音集协发出公告，通知各KTV终端生产管理商和卡拉OK经营者，删除或不再向消费者提供未经授权的6000多部音乐电视作品，其中不乏一些人们耳熟能详的热门曲目。

一个KTV门店通常有约5万部音乐影视作品，一次性下架6000多首，且有些歌曲权利方并非音集协会员，如此“强势”的公告，难怪让不少人“难以理解”。面对网友的调侃、KTV经营者的抱怨、歌曲版权方的质疑，尽管音集协一一给出了回应，表示通知删除非授权作品的做法完全依法依规，是履行集体管理组织的法定职责，也是对KTV经营者的善意保护，但6000多首曲目的下架之争仍然牵扯出版权、收费及分配机制等一系列争议。

对不少人来说，“K歌”作为一种休闲娱乐方式，填补了空白的闲暇时光。据统计，我国目前大约有两万家KTV门店，但也正是这些“欢乐场”成了版权乱象的“重灾区”。有的经营者抱着侥幸心理，为了节约成本逃避付费，又或者版权意识薄弱，觉得侵权没什么影响，心安理得享受“免费午餐”，还有的甚至消极抵制，明知侵权事实，仍采用“告了再赔，不告不赔”的策略应对。正因如此，KTV著作权侵权案逐年递增，占据知识产权案的较大比重。

客观讲，面对量大而分散的侵权者，音乐人想要单打独斗地维权有些力不从心；而对KTV经营者来说，曲库里的数万首歌曲，逐一去获得授权成本太高、难度太大。为了避免“你躲我追”的“版权攻防战”，音集协于2008年应运而生。作为内地音像著作权唯一的集体管理组织，音集协帮助自愿加入的唱片公司、音乐工作室等管理涉及他们版权作品的音像制品，同时向KTV经营者发放许可、收取

著作权使用费，并向权利人进行分配。从这个角度看，音集协所发挥的“桥梁”作用十分必要。之所以出现歌曲下架的争议，一个原因在于，建立更透明的授权收费和分配体系尚有短板要补齐。

“删歌通知”引发的讨论，是一堂知识产权普法课，让人们看到知识产权保护是一个复杂的系统工程，也是一个渐进的过程。近年来，从《“十三五”国家知识产权保护和运用规划》等顶层设计陆续出台，政策体系臻于完善，到专门设立知识产权法院和知识产权法庭，国家知识产权保护力度不断加大，奏响了卓有成效的“合奏曲”。在各方努力下，曾经泛滥市场的图书影像盗版现象渐失生存空间，购买正版成为消费者的主观意愿，“高歌一曲”之前也会萌生版权归属的意识……可以说，人们对知识产权问题的密切关注，促进了知识产权观念的生长，也拓宽了知识产权市场的空间。

进一步看，凝聚知识产权保护的共识，离不开过去各项改革事业的推进；未来提升保护观念与工作水平，更需要“刀刀向内”的有力举措。在知识产权这块大蛋糕面前，如何更好完善收费、分配、版权管理等方面的规则体系，推动权利人从创作和传播中按照市场规律获益，而不是走向垄断和暴利，不仅是对音集协履职尽责的考验，也是对全社会构筑良好生态的要求。只有保护好、管理好音像作品知识产权，才能让消费者唱得放心，经营者用得安心，也让权利人更加专心投入到创作中，从而促进我国音乐产业的健康、繁荣生长。

在首届中国国际进口博览会上，从约定知识产权保护条款到设立知识产权保护与商事纠纷处理服务中心，各国参展商近距离感受到了中国保护知识产权的态度和行动。让知识产权理念深入人心，使知识产权保护无处不在，才能让小到休闲娱乐、大到贸易往来，都获得不竭的发展动力。