



本报记者 龚新颜

3月4日,2017赛季中超联赛首轮点燃战火,球迷们迎来新一轮狂欢。与以往不同的是,除通过电视端、PC端、移动端观看赛事直播、点播外,球迷们还能在微博、今日头条上看到更多的赛事短视频、比赛集锦等。

3月3日,中超赛事节目版权方体奥动力发布微博,称苏宁体育传媒(原聚力体育)成为体奥动力中超联赛新媒体版权的独家合作伙伴,而今日头条以“中超短视频合作伙伴”身份入局,在实时短视频、赛后集锦、官方数据、周边节目等方面展开全面合作。体奥动力同时还将在自己的微博上及时推送比赛短视频等“体育比赛天生适合短视频这种承载形式,我们和体奥动力想尝试一些新玩法。”今日头条体育运营总监高

## 短视频合作受追捧

2017赛季中超联赛的媒体转播覆盖更广,形式更多元。记者从体奥动力获悉,新赛季全部240场比赛将在苏宁体育旗下多个新媒体终端高清直播,包括 pplive.com、pptv.com、suning.com、longzhu.com 等各大网站及客户端、移动端、OTT家庭互联网播放设备等。和上个赛季一样,暴风体育的PC端和移动端、微鲸电视OTT端继续拥有每轮一场比赛的转播权。搜狐则拥有全部比赛场次的视频集锦点播权。

除此之外,业界也开始探寻更多开发模式。“这两年我国体育产业进入爆发期,中超赛事更是火爆。资本的注入、商业化的开发以及观众人数等各方面都有大幅增长。但总体上,体育赛事在移动端还是沿袭了电视端收看比赛的产品形态:直播为主,点播为辅。我们想探索新的开发模式。”高永告诉记者,此次与体奥动力的合作不是传统意义上的购买版权,今日头条取得“中超短视频合作伙伴”身份,以及2017年至2020年中超联赛的短视频分发权。中超联赛的短视频将进驻今日头条,由体奥动力在头条上自主经营。

短视频是移动端内容行业的风口,也是今日头条这两年着重布局的方向。在高永看来,体育赛事视

今日头条获“中超短视频合作伙伴”身份,新浪微博携手NBA推出赛事短视频——

# 短视频:体育赛事版权变现新路径

永在接受中国知识产权报记者采访时认为,未来几年,体育赛事在移动端短视频领域还有很多潜力可待挖掘。

其实,在此之前,今日头条就与世界摔跤联盟WWE达成赛事短视频合作,新浪微博也曾推出2016年里约奥运会短视频节目。3月6日,新浪微博又宣布,其作为NBA中国的官方社交媒体平台,将推出NBA赛事实时短视频、比赛集锦、原创节目等。“未来,中超、英超、NBA等优质体育赛事新媒体版权价格还会水涨船高,如何利用好这些版权来变现,还是版权所有者面临的一个难题。而短视频会是赛事版权开发的一个趋势,或者说是一个变现途径。”易观分析师孙政在接受中国知识产权报记者采访时认为,应对体育赛事节目版权进行更多形式的开发,充分发掘其商业价值。



## 变现模式待丰富

对于优质的赛事视频内容,今日头条如何进行运营开发?高永介绍,体奥动力开通了中超联赛的官方头条号,今日头条的用户可以第一时间在头条上看到各场比赛的精彩片段、官方集锦。今日头条还将和体奥动力合作第一次推出赛中实时EVS慢镜头回放,并将陆续推出一些新的产品。“我们通过实时短视频的方式,为用户进行了一次碎片化的、按兴趣分发的体育个性化直播。”高永说。

在具体开发中,今日头条平台上有几千万对中超感兴趣的,中超人驻会给他们带来极大的内容满足,从而提升平台的日活跃用户数量和时长。同时,中超的强IP也会让更多广告主认可头条视频信息流的广告价值。高永认为,相比门户网站,今日头条的流量更大,分发能力更强。门户位置有限,哪怕有无限的短视频内容,在有限的位置上也只能分

发有限的几条,但是头条以个性化推荐引擎分发,能够把优质的体育视频推荐给感兴趣的用户。同样,微博是一个社交平台,今日头条则是一个内容的消费平台,从用户的期待来说,上微博更多是一种社交行为,上今日头条则是消费公共信息。这也是体奥动力选择他们的原因之一。

孙政看好体育赛事短视频开发,但他同时指出,开发过程中,应将短视频的原始内容开发出更多的内容形式,比如赛事集锦、赛前前瞻、赛后复盘、赛场内外花絮等。同时找准用户的需求点,精准匹配用户的需求。

除短视频外,业界也在寻求体育赛事节目版权的更多变现之路。记者从体奥动力获悉,从2017赛季开始,体奥动力获得了中超联赛数据权益,并成立盈动力大数据科技发展有限公司,全面开展数据采集和研发,在自有APP平台进行全部赛事的数据直播,并伴随大事件短视

频推送,做到真正的数据可视化效果。同时开展针对俱乐部的数据服务业务,为球队提供个性化数据服务。未来,盈动力将建立自己的球员数据库,并开发足球类游戏和竞猜产品。

“体育赛事节目版权的开发有很多种可能。”孙政指出,除了基本的赛事转播、短视频、新闻图片以外,还可以将赛事与娱乐节目相结合,比如体育明星的娱乐化;将体育与旅游结合,如组织一些球迷到英国去看英超的关键比赛等;围绕赛事节目版权进行体育大数据开发,为体育博彩、球队训练、战术制定等提供参考;围绕节目版权开发衍生产品,比如NBA的官方授权游戏,赛事相关影视剧制作等。另外,对赛事信号的细分化内容制作也是国内体育赛事节目版权所有方需要学习的,比如英超的赛事信号可以分成上百种方案,对转播的精细化做到了极致。

## “风口”上的短视频,莫让版权扯了后腿

吾言

短视频站到了内容创业的风口。近日,腾讯科技发布的《2017自媒体趋势报告》指出:“短视频从兴起到标配,移动资源消费者对于1至3分钟视频的接受度最高,短视频高速发展的天时地利人和均已具备。”不过,在风口起飞之前,短视频在平台上被随意转发、未经许可随意下载引发的版权问题还须引起重视。

时长短,以秒计时,拍与传可无缝对接,实时分享,这是短视频以“短”取胜的优势所在,却为网络侵权留下了更多便利之门。短视频创作者经常发现自己的作品被“掐头去尾”后随意传播,或者未经许可擅自被使用和改编。此类现象既直接损害了创作者的利益,也重创了短视频行业的发展秩序。

有人质疑,短视频可以是一个搞笑的段子,也可以是一则精致的广告或是一碗发人深省的“鸡汤”,几十秒到几分钟时长不等,不能受版权保护?著作权法只保护表达而不保护思想,著作权客体必须是具有独创性的表达。就大部分短视频而言,其内容编排往往体现了制作者独特的构思和技巧,表现了个人的艺术审美,符合著作权客体的独创性要求。短视频一般利用手机、电脑等摄像设备录制,再利用软件进行剪辑,这与电影摄制、剪辑后形成“连续画面”,本质上并无二致。因此,短视频可作为类似摄制电影方法创作的作品进行保护。

还有人认为,短视频时长短,只有几秒钟内容相似,不可能构成侵权。实际上,在版权侵权判定中,时长并不是判断侵权与否的绝对标准,关键在于具有独创性内容的部分是否构成实质性相似。当然,如果在短视频制作过程中,仅仅为了介绍、评论或者说明之用,在作品中适当引用他人作品,自然可以适用“合理使用”。除此之外,即使短视频内容再短,只要是满足独创性要求的作品,都不能被擅自改编或使用。

总之,短视频时长虽短,但版权保护不可短视。目前,业界已经开始探索保护之道。据了解,中国版权保护中心联合业界企业开通了自媒体音视频线上版权登记平台,以在线登记为基础,为创作者们开展短视频的版权确权和维护。这既是业界版权意识提升的体现,也反映出业界对创新技术手段保护版权成果的迫切需求。



走进企业

## 斗鱼:知识产权促创新 开启全民直播时代

近日,由中国版权保护中心主办的2016CPCC十大中国著作权人颁奖典礼在京举行,武汉斗鱼网络科技有限公司(下称斗鱼)荣获“十大中国著作权人”奖,系湖北省5年来唯一入选企业。

成立于2014年的斗鱼是一家弹幕式直播分享网站,以游戏直播为主,目前已涵盖了体育、综艺、娱乐等多种直播内容。截至2016年12月,斗鱼的注册用户超过1亿,日流量超过2000万,在直播行业中处于领先地位。

“斗鱼能够获得快速发展,离不开知识产权。”斗鱼相关负责人表示,公司目前已登记20多项软件著作权,提交了700多件专利申请,注册商标近500件。知识产权既是企业巨大的财富,也能促进企业创新,让企业能够实现长远发展。如果企业不重视知识产权,就会在激烈的市场竞争中落于下风,甚至被市场淘汰,

因此,斗鱼坚持多措并举促进知识产权的创新、运用、保护和管理。

### 创新直播内容

2016年被称为我国的“直播元年”,资本的涌入将网络直播推向风口,网络直播平台成为人们日常生活的一部分。不过,随着行业监管政策的落地,直播行业在经历了市场整合之后,正步入平稳增长期,内容成为直播平台在未来竞争中的关键因素。

作为直播行业的佼佼者,斗鱼在内容创新上进行了探索。上述负责人介绍,斗鱼首先是挖掘拥有号召力的电竞明星和拥有稳定粉丝量的优质主播,生产优质内容满足用户的多元需求。其次,斗鱼还鼓励用户积极参与生产内容,比如斗鱼已开启录制功能,允许用户对直播内容进行录制编辑并上传,以期通过录制、点播激活存量用户,保证平台活跃

度。同时,斗鱼还与腾讯公司等就版权方面进行深度合作,共同打造精品内容。

此外,斗鱼还推出了多种“直播+”功能,通过丰富直播的内容,更有效地拓展及留存用户。比如斗鱼加速与旅游产业的融合,联合去哪儿网推出旅游直播,多名当红主播走到户外,通过直播的方式带网友体验异域风情,实现了旅游类平台流量变现的新模式。斗鱼还与米未传媒有限公司合作打造了全网首档直播综艺节目《饭局的诱惑》,首创了“直播+综艺”的新模式。斗鱼也尝试了和公益、教育、体育、科技、电商等领域的融合,都取得了不错的成绩。

“斗鱼希望为用户提供最丰富的直播内容,开启全民直播时代。”上述负责人说,目前多元化的内容覆盖,使得斗鱼直播的用户黏性非常高,而坚持挖掘优秀内容和加强内容创新,更让斗鱼在直播市场竞争中保持领

先优势。

### 保护创新成果

借助内容创新,斗鱼获得了大量的流量和用户,取得了显著的经济效益。为保护创新的成果,斗鱼加强了知识产权制度建设与体系建设。

上述负责人介绍,斗鱼成立了由公司CEO张文明、法务副总裁邓扬为负责人的知识产权领导小组,在公司内部相继制定了《专利管理制度》《企业知识产权文化建设制度》《企业知识产权体系建设方案》《企业知识产权宣传管理办法》《技术交底书撰写指导书》《专利挖掘指导书》等多项知识产权管理制度及知识产权指导文件。在管理体系方面,公司成立了法务部,并配备了12名知识产权专员,他们大多毕业于国内法律专业排名靠前的知名院校,主要负责知识产权的挖掘、申报、管理及侵权纠纷等事务。

另外,斗鱼还根据公司知识产权战略设立专项经费奖励员工。上述负责人介绍,公司每年都会拿出近500万元奖励员工。2017年为了鼓励员工,公司举办了“知识产权奖励快到碗里来”的活动,在原有的激励制度上进一步增加奖励金额,缩短奖励发放时间,将公司全员参与知识产权工作的热度推上了新台阶。目前,公司已累计提交专利申请725件,其中发明专利申请585件,登记了20多项软件著作权,累计注册海内外商标近500件。

在维权方面,上述负责人说,以版权为例,对于斗鱼购买版权的赛事及视频,斗鱼会发布官方公告要求其他直播平台不得未经授权传播。一旦发现侵权行为,斗鱼会发函通知侵权方停止侵权。同时,斗鱼也注重加强自律,防范知识产权风险。具体而言,斗鱼在直播扣分规则上规定不得上传侵权内容;设立专门的版权保护

投诉渠道,在收到侵权投诉及预警函后,法务部第一时间进行核对并反馈给超级管理员;超级管理员24小时不间断进行巡查,一旦发现直播侵权行为将立即采取措施。斗鱼还非常重视专利预警工作,目前已引入多家专业知识产权机构提供专利分析、专利预警方面的指导和建议,跟踪行业技术发展动态与专利技术分布,尽可能规避侵权风险。

“知识产权与企业休戚相关。”上述负责人说,未来,斗鱼将继续加大对内容创新的扶持力度,投入更多资金和精力用于生产更多精品内容,以内容差异化满足用户多元化需求,以内容规范化实现平台的可持续发展。同时公司将继续加大知识产权保护力度,既加强自律规避侵权风险,又加强维权以维护自身合法权益。(侯伟)

责任编辑

刘仁