五分钟看完一部电影、内容相似互相“搬运”……

短视频原创作者逾九成被侵权

在短视频App上，经常能看到一些主播带你“五分钟看完一部电影”，或是多个主播换汤不换药反复演绎同一个“老梗”。短视频正成为互联网知识产权侵权的最新高发地带。有调查数据显示，短视频独家原创作者被侵权率超过九成。

独家短视频原创作者被侵权率达92.9%

12426版权监测中心发布的《2020中国网络短视频版权监测报告》显示，仅2019年至2020年10月间，就累计监测疑似侵权链接1602.69万条，独家原创作者被侵权率高达92.9%。

“新华视点”记者发现，专业从事影视素材“搬运”的账号层出不穷。在某短视频平台拥有38.4万粉丝的某博主已将时下正热播的电视剧《觉醒年代》剪辑成数段短视频发布。该博主作品集全部由各类影视剧截取而成，收获近五百万的点赞，其主页网店中售卖的各类商品达800多件。

记者以“视频搬运”为关键词进行检索，出现了几百条相关结果，其中不少博主打着“自媒体运营教学”“搬运视频月入轻松过万”等噱头来吸引观众，在视频中传授“抽帧”“放大”“添加背景图”等规避平台审查的技巧。

相关监测数据显示，热门电视剧、综艺节目、院线电影是被侵权的“重灾区”。从短视频侵权量排名前10的作品来看，口碑较好的经典反腐剧《人民的名义》短视频侵权量达到26.93万条。

记者在某短视频平台上以“人民的名义”为关键词搜索，十余个影视类账号将原剧每集压缩剪辑为几分钟的“精华版”，以“合集”形式发布，播放量少则一两千万，多则过亿，均未标注视频来源。

除了将内容直接“搬运”，短视频创意和形式的模仿也引起争议。

1月24日，知名短视频作者房琪发布比对视频显示，另一位有着470多万粉丝的短视频作者发布的部分视频在创意、文案、场景上与其作品高度雷同，引发网友关注。

房琪在接受记者采访时表示，不论是法律法规还是平台规则，对于短视频是“模仿”还是“抄袭”都存在模糊地带。“有的人觉得维权是小题大做，有的人甚至认为维权是在‘以大欺小’，但很少有人知道，一条优质短视频背后究竟要投入多少精力和心血。”房琪说，对维权者来说，时间成本和诉讼成本都太高了，这在客观上给侵权者留下了“灰色空间”。

不少业内人士表示，虽然多家短视频平台已经设置防抄袭机制，但在互联网环境中，原创作品被侵权的形式多样、手段隐蔽、内容分散，给原创保护带来了更多挑战。

屡屡违法的背后是高额利润的驱动

近年来，国家有关部门多次约谈相关短视频平台，要求平台约束侵权行为，但收效并不明显。不少“搬运号”被封禁后，换个“马甲”继续侵权。屡屡违法的背后是高额利润的驱动。

——影视“搬运号”打着“作品评价”的名义，明目张胆剪辑、“搬运”热播影片和电视剧，并通过直播带货等方式牟取利益。

在某短视频平台上，拥有近130万粉丝的某博主以“一个电影，一个故事”为名，几乎每天更新一个裁剪后的影视作品。在其直播间中，多部上映电影不间断播放，吸引了数百名用户“围观”。在其直播间的“幕布”中，作者引导用户下载其“推广链接”中的游戏，以赚取相应厂商的“推广费”。

还有一些人在制作“搬运视频”的同时，还通过贩售“搬运教程”牟利。在某短视频平台上，拥有近60万粉丝的某博主在直播间以每份99元的价格兜售“影视大咖解说课”；数据显示，该“教程”已售出400余份。

有业内人士向记者透露，当粉丝数量积累到一定规模后，“搬运号”还可通过接广告任务或直接卖号等方式快速变现。

——短视频侵权素材获取门槛低，只要几元至几十元不等，就能获得种类繁多的“搬运素材”。

在淘宝上，通过指定关键词检索，可以找到不少售卖短视频剪辑素材的卖家，售价在几元至几十元不等。记者在支付30元后，商家系统即自动发货，这些剪辑素材中包含影视解说、街头采访、脱口秀、搞笑视频等数十种内容，只需通过百度网盘下载后即可直接编辑使用。同时，链接中还包含数百个拍摄剧本，其中包括以盗版书籍方式影印的经典电影剧本。

值得注意的是，为防止“搬运号”的初学者被平台检测系统识别出侵权行为，各平台还有不少账号教授多种技术手段以帮助初学者规避平台检测。

——界定短视频属于原创还是侵权，实践中有时存在一定难度；一些版权方维权意识也有待加强。

“如果你拿我的视频直接去直播带货，我可以直接告你侵犯我肖像权，但现状是，大部分侵权并非‘直接搬运’，而是以类似于微信公众号中‘洗稿’的方式模仿原创作者的创意、脚本和文案。”新榜内容总监夏之南说，一些短视频侵权作品的影响力比原作还要大，这些侵权者会认为是帮原作做了推广，客观上给原创作者带来了心理压力，动摇其维权决心。

多管齐下解决短视频侵权问题

我国著作权法等法律法规对侵权行为的认定做了原则性的规定。法律专家认为，是否存在营利行为可作为侵权与否的重要判断标准。

“侵权短视频的发布通常是以流量变现的方式营利，可形成对原作品的实质性替代。”浙江大学光华法学院互联网法律研究中心主任高艳东说，平台算法推荐可导致侵权内容传播得更广、更快，对权利人造成更为严重的损害，因此这类作品通常不在著作权法规定的对原作品“合理使用”之列。

高艳东建议，一方面有关部门要降低原创作品权利人的维权门槛和维权成本，如通过明确侵权作品的性质、建立侵权损失评估标准等方式实现；另一方面要考虑推出优化授权许可模式，如通过建立影视作品著作权集体管理组织、引入知识共享协议模式等方式实现。

还有一些业内人士认为，即使当前技术手段无法对短视频侵权行为提供有力支撑，短视频平台也应力挺原创。“我们马上就要进入5G时代，短视频创作量会越来越大，平台有义务保护原创作者的创新动力。”夏之南等人建议，相关平台要建立有利于原创作者的维权渠道，提升平台的公信力。

“为强化著作权保护，2020年11月11日，我国著作权法进行第三次修改，对侵权行为情节严重的，可以适用违法经营额一倍以上五倍以下的惩罚性赔偿。同时，将法定赔偿额上限由五十万元提高到五百万元。”中南财经政法大学知识产权研究中心主任曹新明建议，司法机关在面对权利人提交的诉讼申请时，要在立案等环节予以必要协助，这不仅能够提升公众对知识产权的保护意识，也能够震慑相关侵权者。

据新华社

现金收购茅台酒 宁波站

应老客户盛情邀请，再次走进宁波

另收购五粮液、洋酒、剑南春、郎酒、董酒、各类高度白酒

活动日期：2021年4月7日～4月12日

茅台酒收购价格（高度53%vol）

茅台酒年份	价格（元/瓶）	茅台酒年份	价格（元/瓶）
2013年–2020年茅台酒	2200–2700	1998年茅台酒	8000
2012年茅台酒	2900	1997年茅台酒	8300
2011年茅台酒	3000	1996年茅台酒	11500
2010年茅台酒	3300	1995年茅台酒	17000
2009年茅台酒	3500	1994年茅台酒	18000
2008年茅台酒	4100	1993年茅台酒	18500
2007年茅台酒	4300	1992年茅台酒	19000
2006年茅台酒	4500	1991年茅台酒	19500
2005年茅台酒	4600	1990年茅台酒	20000
2004年茅台酒	5000	1989年茅台酒	21000
2003年茅台酒	6000	1988年茅台酒	22000
2002年茅台酒	6200	1987年茅台酒	23000
2001年茅台酒	6400	1986年茅台酒	26000
2000年茅台酒	7000	1985年茅台酒	26500
1999年茅台酒	7700	1984–1980年茅台酒	2.7万–3.2万

全品相，不跑酒。另收冬虫夏草、安宫牛黄丸

地址

地址：宁波市海曙区中山东路151号

宁波大酒店门口开元曼居酒店6楼（8606贵宾室）

联系电话：186 1187 1782 张老师

184 5605 1825 张老师

公交线路：乘坐2/15/19/360/503/506/515/517/518/821/852/871/891/路地铁1号线到东门口站向西100米即到，开元曼居酒店！乘电梯直到六楼。

交易成功，报销车费！

温馨提示：本市，县均可上门收购。欢迎来电咨询。

提示：酒店外，车站旁，不设任何接待点，谨防上当受骗。