"黑洞"照片打开版权"黑洞"

起底视觉中国的版权生意经

责任编辑 金 勇 E-mail:fzbjiny@126.com

【事件】

视觉中国有"黑洞"版权吗?

4月10日晚间,全球六地同 步直播发布首张黑洞照片事件被刷 屏,这张由欧洲南方天文台公布的 首张黑洞照片引发了公众的科普热 情,一些企业官微及网友个人甚至 "P图"大赛。

但是,4月11日,视觉中国 网站上出现了这张照片,并注明此 图如用于商业用途,请致电或咨询 客户代表。这难免被大众理解为-旦使用"黑洞"图片就要付费给视 觉中国。

随后,中科院院士武向平表态 称:人类史上首张黑洞照片是由 200 多位科研人员组成的团队完成 的科研成果。一旦发布了,就是全 世界可以使用的,媒体上也可以看 见,只要标注是哪来的就可以。

视觉中国官方微博则在4月 11 日下午发表声明称, "黑洞" 照片属于 Event Horizon Telescope 组织,视觉中国通过合作伙 伴获得编辑类使用授权。该图片授 权并非独家,其他媒体和图片机构 也获得了授权。但是该图片根据版 权人要求只能用于新闻编辑传播使 用,未经许可不能作为商业类使 用。商业使用一般包括广告、促销 等使用场景,视觉中国并未获得该 图片商业用途的权利。

【发酵】

国徽、国旗版权也属视觉中国?

虽然视觉中国发布了对"黑 洞"图片的声明,但是这一风波并 没有就此停息

就在证明了视觉中国并不是 "黑洞"图片版权人后,更多的网 友开始了"捉虫"作业。 的官方微博发布视觉中国网站的截 图,上面被声明了"版权"的图片 都是自己企业的 LOGO (徽标或 商标),这其中包括苏宁、海尔 百度、360、新浪、南孚、联想以 及贵州茅台。NSR 杂志发现自己 的杂志封面也成为视觉中国的"版 权所有",同样被列入版权声明的 还有一众老一辈革命家的早年照片 以及多家博物馆的建筑外观。

另外, 北京市盈科律师事务所 律师发微博称,有一名艺人的经纪 公司曾收到视觉中国的付费要求, 而需要付费的图片居然是这名艺人

如果说对于这些图片视觉中国 还能以照片创作为理由声明版权的 话,团中央官微4月11日下午发 布的两张截图则让视觉中国辩无可

这两张分别是在视觉中国网站 上提供的中华人民共和国国旗和国 徽图案的截屏。上述截屏中带有 "版权所有:视觉中国"的版权声 明以及如用于商业用途的咨询电 话。团中央官微表示:"国旗、国 徽的版权也是贵公司的?"并@视 觉中国影像。

在共青团中央贴出的截屏中可 以看到,国徽一图的价格提示中表 示,用于内文(报纸、网站、杂志 内容) 不低于150元,整版跨页不 低于500元,杂志封面不低于

4月11日傍晚,视觉中国通 计官方微博声明, 对网友举报的视 觉中国网站关于国旗、国徽等不合 规图片,经查该图片由视觉中国签 约供稿人提供,视觉中国作为平台 方负有审核不严的责任, 为此深表 歉意。视觉中国已对不合规图片作 了下线处理,并将根据相关法律法 规持续性地加强审核, 避免类似情 况发生。

【源头】

视觉中国维权方式受质疑

事实上, 引爆网友声讨情绪的 主要是因为图片背后的公司一 觉中国。

公开资料显示,视觉中国是一 家以"视觉内容"为核心的互联网 科技文创公司,2014年成功在A 股上市。有分析人士总结视觉中国 的商业模式一 —从作者处获得版权 后再销售获利。而在维护这一商业 模式时,视觉中国的做法受到了不 少人的质疑。

对很多刚刚进入自媒体行业的 人来说,都会收到"前辈"们的一 -在网上搜图的时候, 定要看看图片上有没有视觉中国的 一旦用了视觉中国的图片, 水印。 视觉中国只接受"赔偿"而不是删 图道歉。

去年,以翻译外网文章为主营 的"煎蛋网"创始人 Sein 在网站上 发布文章《被视觉中国索赔图片版 权,很难受》,在文章中 Sein 表示收 到了视觉中国的"索赔"邮件,称

打包优惠)。经 sein 检查后,发现 视觉中国是 getty images 图库的中 国代理公司, 而煎蛋网所翻译的部 分外网文章所自配的图片便是来自 于 getty images 图库, 煎蛋网在翻

使用了原外网文章中 的图片, 构成侵权。

而此次的"黑 洞"图片也有异曲同 工之处。在该图片真 正的版权方欧洲南方 天文台 (ESO) 官网 上,使用该图片只需 要注明图片来源便可 自由使用, 无关商业 或非商业,即使是在 该作品的基础上进行 创作。但是,视觉中 国仍旧宣称该图片如 果用于商业用途存在 风险

被要求赔偿 25 万元人民币 (整体

译转载的过程中直接



首张"黑洞"图片 是如何被拍到的? 科普 可能还没有做完. 围绕 着"黑洞"图片的版权 争论已开始在线上演。 谁也想不到,从4月 10 日晚上在朋友圈刷 屏的"黑洞"竟然引爆 了视觉中国的版权问题 的讨论。

4月11日,针对 视觉中国网站传播讳法 有害信息的情况, 天津 市互联网信息办公室依 法约谈网站负责人,责 今该网站立即停止违法 违规行为,全面彻底整

视觉中国网站负责 人表示作为平台方管理 上存在严重问题,将全 面彻底整改, 在此期间 暂时关闭网站, 严格遵 守相关法律法规, 自觉 接受社会及网民监督。

莫把版权变霸权

继视觉中国被天津网信 办约谈后, 国家版权局亦表 杰将把图片版权保护纳入专 项行动,进一步规范图片市 场版权秩序。长期以来,视 觉中国动辄挥舞版权大棒索 取高额图片版权费用的做法 让很多媒体苦不堪言。视觉 中国究竟是要揽尽天下图 片,还是把它变成一门自己 主宰定价权的版权生意? 作 为国内有影响力的图片网 站,视觉中国必须调整"视 距",把目光聚焦在给用户 提供优质的图片服务上、并 依法维护好著作权人的合法 权益。希望跟视觉中国有同 样行为的公司能引以为戒, 莫把版权变霸权, 这样的做 法不合理, 也行不通。

【营生】

视觉中国依托版权而生

视觉中国, 2014年借壳远东 股份在主板上市。

方正证券研报《视觉中国 82 页深度报告: 立足本十市场, 打造 全球化视觉内容交易服务平台》显 示,视觉中国是中国第一家互联网 版权图片交易平台、行业开拓者和 领导者。公司目前主要服务于国内 主流广告商和大型媒体;同时加强 市场开拓,挖掘新媒体、企业客 户、C端用户商机。公司主要依靠 其核心平台 vcg.com (视觉中国官 网)为用户提供正版视觉素材和相 关服务,目标客户大致可分为广 告、媒体、企业和互联网平台四个

视觉中国 2017 年年报显示。 视觉中国的快速增长主要源于对图 片、视频的需求激增,同时,大数据、 人工智能、区块链等技术已经在内 容生产、内容传播、版权保护等各个 方面对行业产生巨大影响。公司自 行研发了鷹眼 (图像版权网络追踪 系统),能够追踪到公司拥有的图片

在网络上的使用情况, 更好地锁定 潜在的客户并满足其需求,实现精 准营销,大大降低了获客成本,实现 客户数量大幅增长。报告期内,公司 通过"鹰眼"发现的潜在客户数量较 去年同期有超过84%的增长;通过 鹰眼"新增年度协议客户数量较去 年同期增长超过54%。

2018年三季报显示, 2018年 初至本报告期末,视觉中国合并层 面营业收入70122万元,实现归属 于上市公司股东的净利润 22006 万 元,其中占上市公司总收入的 81.81%的公司核心主业:"视觉内 容与服务"实现营业收入 57369 万 元,同比增长 34.48%,核心主业 实现归属于上市公司股东的净利润 23223万元。值得注意的是,某从 业十余年的注册会计师对记者表 主营业务收入中包括版权纠纷

毛利率高达 63.73%, 总市值 高达 196.2 亿元的视觉中国,成也 版权,败也版权。

【走势】

从卖图到诉讼狙击

回溯以视觉中国、全景网为主 的图库网站发展, 其早期的盈利模 式均以卖图为主, 如今则有过渡到 以版权诉讼为核心的盈利模式之

广告公司出现图片、字体广告 版权问题起源于 2012 年前后如火 如荼的"双微运营"(微博、微 信), 当时大部分广告公司都承接 了大客户的双微运营,每个月单一 大客户使用图片的数量在百张左 右。这些图片大部分来自图库,而 国内图库的图片授权主要来自 Getty Images, 其中又以视觉中国 的图片相比而言更具创意。

2013年左右,视觉中国、 景网等开始起诉企业客户双微使用 的图片侵权,企业客户则委托广告 公司进行解决,通常的解决方式是 广告公司出几十万元购买图片版 权,此前侵权的图片被计为合法购 "当时图库网站还是以销售图 片为主的,因为当时技术不成熟, 判断是否侵权都靠人眼识别, 同时 维权成本比较高",一位广告公司 高管告诉记者。这是当时图库网站 以销售为主,以维权为辅的原因。

随着例如"鹰眼"等图片追踪 技术的发展,图片维权变得容易, 不管图片是否裁切、修改, 只要通

讨唯一的识别代码, 都可以找到侵权图 片。再加上,图库网 站逐渐发现. 一个销 售努力维护客户的年 流水,基本和打一个 版权官司的收益相 当,版权战开始越演

"原来销售部还 会顾及合作关系,对 法务部的起诉行为进 行干预,到后期发现 打维权比卖图更赚 钱, 法务部变得非常 强势,销售部也不再 对客户进行维护了"

上述广告公司高管称。

图库们用于起诉维权的图片其 至一直追溯到微博刚刚建立时,而 那时国内还处于版权相对混乱的时 代, 连那时的版权都追溯, 让广告 公司们觉得略显苛刻。

目前,随着企业纷纷暂停双微 运营,图库网站在维权上的收益也 出现锐减。

对于"滥用维权、漫天要价" 视觉中国创始人柴继军 4 月 11 日 则表示,因为未经授权使用图片的 现象非常严重,很少自媒体会主动 得到合理授权。视觉中国的图片都 是摄影师上传的, 视觉中国是在维 护摄影师的权益。实际上,到视觉中 国这里来获得授权并不是特别高的 价格,但是如果经诉讼途径,就需要 更多的费用。图片产业在国内太初 级, 自媒体也需要逐渐培养起图片 版权意识。"从长远来看,视觉中国 不可能去'敲诈勒索'。我们是一个 商业公司,你跟我合作签署合同,我 给你提供优质服务,仅此而已。

但一位 985 高校的摄影教师告 诉记者,图库公司理论上靠图库授 权盈利, 版权诉讼是一种维权和营 销手段。事件之所以发酵到现在的 地步,他认为,以视觉中国为代表 的图库们,过度维权和假冒版权是 其受众人讨伐的诱因。

这位摄影教师还表示, 图库其 实是比较好的图片版权保护方式, 不应该对这种形式进行否定。主要 原因是提供版权的个体太多,使用 版权的个体也太多,一对一进行版 权交易不太现实, 所以才有这种集

记者查询中国裁判文书网发 关于视觉中国告侵权纠纷的案 件中, 有不少案件被驳回。被驳回 焦点往往集中在公司对案涉图片是 否拥有著作权,被控侵权行为是否 发生在公司的授权许可期限内,以 及被告方是否构成侵权。

(综合自北京青年报、新华社、