

短视频平台企业知识产权保护体系研究

韦 苇, 任锦鸾, 蔡 霖

中国传媒大学经济与管理学院, 北京

Email: cucweiwei@163.com

收稿日期: 2020年9月16日; 录用日期: 2020年10月22日; 发布日期: 2020年10月29日

摘 要

随着移动互联网时代的到来, 短视频凭借其多元化、简单化等优势受到越来越多用户的关注, 这种新的表达形式催生了各种自媒体平台和短视频平台的出现。本文以短视频平台企业知识产权保护为切入点, 系统调研了政府公告、行业报告和企业数据, 剖析短视频平台企业知识产权保护存在的保护意识薄弱、维权困难、企业间不正当竞争、缺乏专业人才等问题, 从战略与支撑体系、平台运营和内容管理三个维度构建了短视频平台企业知识产权保护体系。

关键词

短视频, 短视频平台企业, 知识产权, 保护体系

Research on Intellectual Property Protection System of Short Video Platform Enterprises

Wei Wei, Jinluan Ren, Lin Cai

School of Economics and Management, Communication University of China, Beijing

Email: cucweiwei@163.com

Received: Sep. 16th, 2020; accepted: Oct. 22nd, 2020; published: Oct. 29th, 2020

Abstract

With the advent of the era of mobile Internet, short video has attracted more and more users' attention due to its advantages of diversification and simplification. This new form of expression has spawned various we-media platforms and short video platforms. Based on short video platform enterprise intellectual property rights protection as the breakthrough point, the paper systema-

tacially researches the government announcement, industry reports and enterprise data, analyzes the problems in short video platform enterprises, such as, weak protection consciousness on the protection of intellectual property rights, difficulty to protect their rights and unfair competition between enterprises, the lack of professional talents, and so on, and builds the short video platform enterprise intellectual property rights protection system from three dimensions of a strategic and supporting system, platform operation and content management.

Keywords

Short Video, Short Video Platform Enterprise, Intellectual Property, Protection System

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

短视频日益成为受众获取信息和休闲娱乐的重要载体。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第43次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2018年12月,短视频用户规模达6.48亿,用户使用率为78.2% [1]。短视频平台企业快速发展的同时,暴露了知识产权问题。2018年9月9日,北京互联网法院的法官通过在线审理的模式,审理了伙拍小视频在未经许可的情况下,传播抖音短视频上的视频内容,侵犯了抖音短视频的著作权。2019年7月23日,国内首例短视频生产制作机构商业音乐侵权案被审理。知识产权保护工作开始受到国家重视。2019年4月24日,中国知识产权保护高层论坛强调加强知识产权保护,国家知识产权局要着力抓好制定知识产权强国战略纲要、制定实施知识产权保护体系建设方案、完善知识产权法律法规、加强知识产权源头保护以及创新知识产权保护机制等5项主要工作。

短视频作为近年来出现的新媒体传播形式,逐渐成为受众日常生活中获取信息的重要渠道。短视频是否需要保护?短视频平台企业涉及哪些知识产权?如何进行短视频平台企业的知识产权保护?这些都是目前急需阐明的問題。本文从知识产权保护的角度出发,构建短视频平台企业知识产权保护体系,为短视频平台企业的发展提供支持。

2. 文献综述

2.1. 相关文献研究数量和趋势分析

本文的检索数据库主要是Web of Science和CNKI。以“Short Video”为主题词检索到98篇文献。其中涉及教育、医学、传播等领域。以“Short Video”和“Intellectual Property”为主题词检索到34篇文献。其中涉及政策、金融、教育等领域。以“短视频”为主题词检索到607篇文献。以“短视频”和“知识产权”为主题词检索到19篇文献。国内外对短视频平台知识产权管理的研究开始受到关注,但相关的系统研究较少。以短视频知识产权相关文献数量和趋势,具体如图1所示。

2.2. 国内外研究现状

2.2.1. 短视频行业内相关主体逐渐意识到知识产权保护的重要性

短视频制作和推送门槛低,普遍存在内容雷同[2],缺少优质的原创内容,面临着知识产权纠纷不断、

没有稳定的盈利模式等问题[3] (吕鹏和王明璇, 2018; 高菲, 2018)。数字资产管理的研究为短视频知识产权保护研究提供了借鉴, 版权资产管理体的构建主要以信息化手段为基础, 版权资产编码为核心, 产品微版权模型和资产转移追踪数据模型等为主要技术[4] (吴洁明和徐晨钢, 2015)。

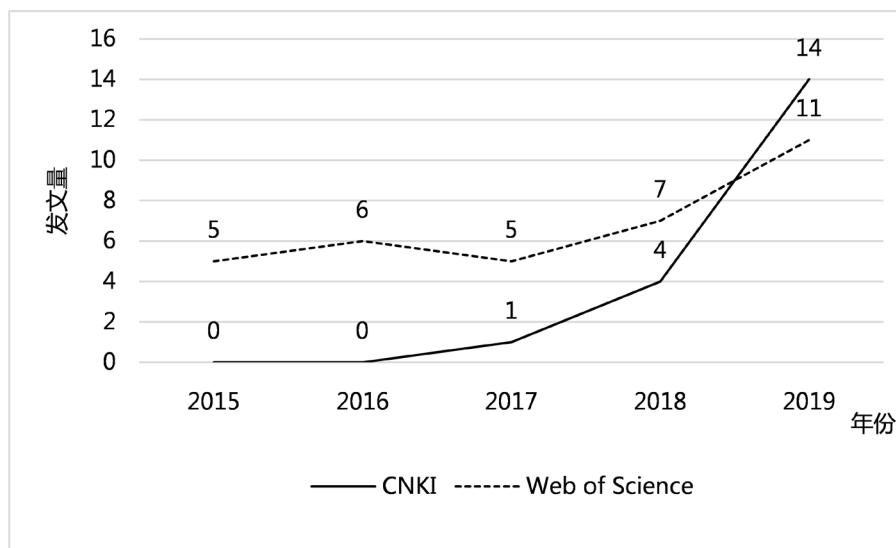


Figure 1. Analysis chart of literature quantity and trend
图 1. 文献数量和趋势分析图

2.2.2. 短视频平台企业的内容管理机制和推荐算法正在不断完善

越来越多的智能技术被应用于短视频的推荐, 如用多模态转换学习方法来预测短视频的受欢迎程度, 可以帮助更好地向用户推荐短视频[5] (Chen, 2016)。有学者提出了用设置手工标签的方法修订短视频智能推送过程中训练数据集不明确的问题, 提高了推荐效果[6] (Huang 和 Luo, 2017)。在政府部门积极推动建立多元短视频内容审查机制的基础上, 研究者也提出了不同对策, 例如基于用户分组、信息 - 摘要算法信息库, 以及人机结合的短视频版权保护体系, 对短视频内容进行审查[7] (卢升鸿, 2018)。

2.2.3. 少数企业已经开始重视知识产权保护体系的构建

对于一些技术要求较低的传统行业, 其知识产权保护对行业影响相对较少, 而对于有高技术要求的行业, 知识产权保护对行业发展的影响相对较高[8] (Yang 和 Maskus, 2001)。企业在运用知识产权时, 应该依据自身的实际情况, 采取适合企业发展的战略或策略来保护自己的保护[9] (李正华, 2004)。企业开展知识产权运营与保护工作应该从以下方面着手: 加强知识产权意识、建立健全的知识产权制度、完善知识产权组织体系、知识产权人才培养[10] (吴俊杰, 2013)。

2.3. 研究现状分析

在现有短视频知识产权的研究中, 基于短视频平台企业的发展现状、存在问题分析、运营模式探讨和发展对策建议的研究较多, 但相对零散、分散, 不成体系, 没有深入分析短视频平台企业知识产权保护的现状和问题; 有学者提出加强短视频平台企业知识产权保护的必要性, 但缺乏可执行的系统化方案; 针对短视频的监管机制建立, 有学者开始探讨相关内容和政策建议。目前, 企业知识产权保护体系建设主要针对高新技术企业, 还没有涉及到短视频平台企业知识产权保护体系。因此, 针对上述问题, 本文将对短视频平台企业知识产权保护体系进行研究。

3. 短视频平台企业知识产权保护存在问题剖析

3.1. 短视频平台企业知识产权维权困难

少数短视频平台企业在明知道侵犯了其他平台企业或用户的知识产权时，为了获得利益选择视而不见，继续侵犯其他平台企业或用户的知识产权，直到被其他平台企业或用户提起诉讼才会选择收敛，寻求和解的方式解决问题。当短视频平台企业发现被侵权时，会想到运用法律手段来维护合法权益，但考虑到维权成本和所获赔偿无法相匹配，并且侵权者受到的处罚力度较轻，短视频平台企业一般会先通过协商调解的方式解决，除了对其企业造成比较恶劣影响的侵权行为，短视频平台企业会采取向对方提起诉讼的方式制止其继续侵权。

3.2. 短视频平台企业审核机制不完善

随着越来越多用户的加入，短视频平台的发布量每日递增，短视频平台面对日益庞大的视频量，审核机制也会面临挑战。在审核的过程中，难免会存在漏审的违规侵权视频。伴随网红效应的出现，有些短视频平台企业为了增加用户粘性，开始迎合用户的猎奇心理，将一些具有娱乐化和低俗趣味的视频上传到平台上，短视频平台上的不良视频漏出，不仅对公众的心理或精神造成伤害，还会影响短视频平台企业的口碑。

3.3. 短视频平台企业间存在不正当竞争

短视频变现主要依靠广告，其他盈利方式包括平台补贴、电商导流、定制服务、知识付费、内容植入和“粉丝”打赏等。用户在观看网络主播的短视频时，可以通过视频下方的“购物车”按钮或者直接进入微店购买产品。但这些售卖的产品有的没有经过官方鉴定和售后保障，难以辨别真伪。短视频平台并不是专业的电商平台，无法保障商品的质量，有的网络主播为了赚取利益，销售假冒伪劣、三无产品。

3.4. 短视频平台企业缺乏专业的知识产权人才

短视频平台企业在知识产权管理上缺乏专业的知识产权人才。大部分短视频平台企业在知识产权管理上，只注重会给企业带来直接利益的知识产权，对能给企业带来潜在价值的知识产权管理的认识明显不足。大多数短视频平台企业的知识产权事务由多个部门人员交叉管理。在人员配置上，组成人员规模较小，缺乏专业性和独立性，容易出现沟通不畅、信息传递不及时、工作效率低等问题。尤其是面对较复杂的知识产权事务时，团队没有足够的人力进行整体把握，容易出现错过证据收集的最佳时机和延误维权的最佳时机。

4. 短视频平台企业知识产权保护体系构建

针对目前短视频平台企业知识产权保护存在的问题，本文将从短视频平台企业知识产权战略与支撑体系、平台业务运营和知识产权管理三个维度出发，进行短视频平台企业知识产权保护体系的构建，具体的构建方案如图2所示。

4.1. 短视频平台企业知识产权保护战略与支撑体系

对于大多数短视频平台企业，知识产权战略的制定是为了提升企业运用知识产权实现长期盈利的能力。在遵守国家机构出台的各项政策规范的同时，短视频平台企业可以通过制定一系列规章制度促进其知识产权保护体系更好地完善。技术水平的高低是短视频平台企业能够在行业内长期发展的基础，大部分短视频平台企业主要是从视觉效果、推荐算法和内容审核机制等方面进行技术支撑。设立知识产权管

理部门，让专业的人才处理企业内知识产权事务，为短视频平台企业知识产权保护工作增添助力。资金支持体系的资金来源主要是企业内部对知识产权管理的投入、知识产权的交易和转让、知识产权维权获得的赔偿等，对企业内知识产权进行投资，可以为企业内研发更多的知识产权提供支持。

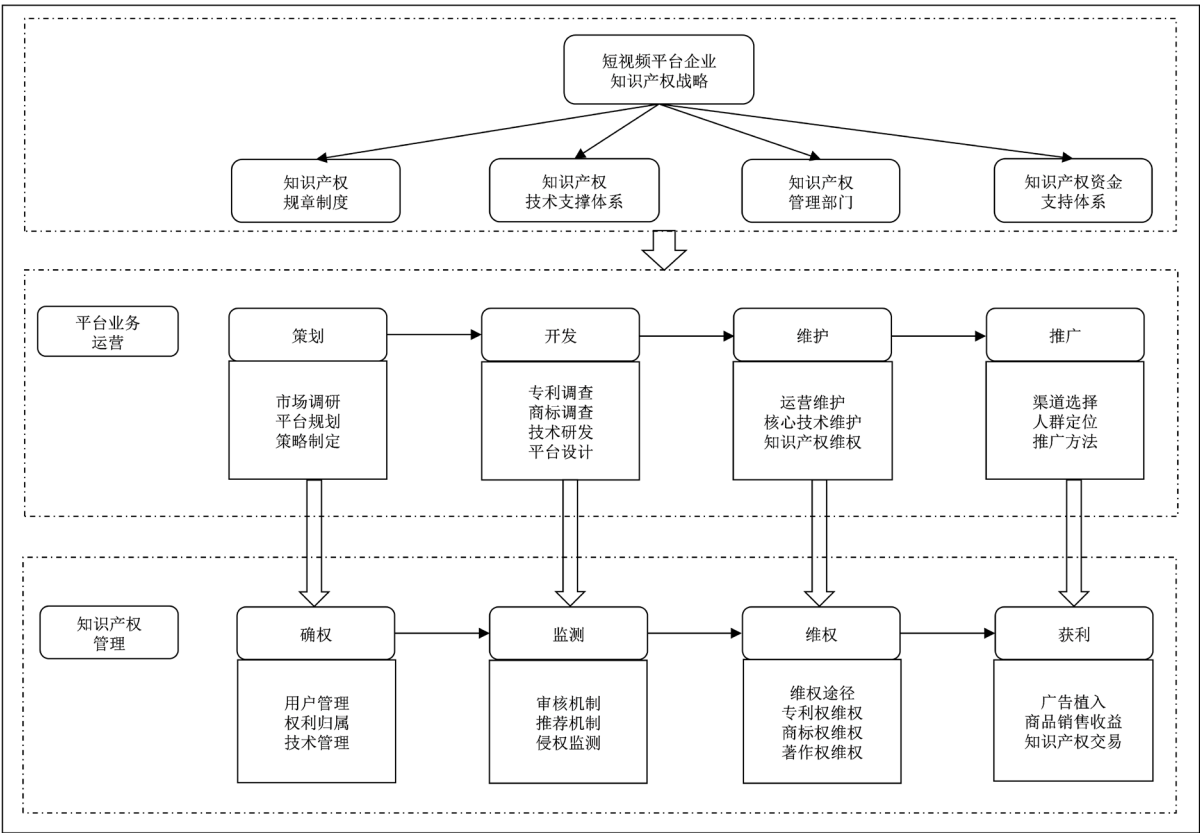


Figure 2. Short video platform enterprise intellectual property protection system

图 2. 短视频平台企业知识产权保护体系

4.2. 短视频平台企业知识产权保护平台业务运营体系

短视频平台企业在平台业务运营体系建设上可以从策划、开发、维护和推广四个角度进行。对市场规模、竞争对手的产品及其知识产权情况进行调研，结合自身企业的平台特性，对上传平台的内容进行合理策划。短视频平台企业依托短视频平台上的内容和智能推荐算法，平衡流量、内容、用户之间的持续性关系。在技术研发过程中，会涉及到短视频平台企业的核心技术，产生较多的专利和商业秘密。在开发阶段，短视频平台企业不但需要企业自身的知识产权调查工作，而且需要对同类型企业的知识产权进行检索。在推广阶段，要充分考虑市场、人群、环境等因素的影响，根据用户注册时留下的基本信息、平台上监测到用户的浏览记录，推测平台上用户的喜好，形成自己的社群。

4.3. 短视频平台企业知识产权保护内容管理体系

短视频平台企业知识产权内容管理体系主要应包括确权、监测、维权和获利四个方面。知识产权确权管理是短视频平台企业内容管理的重要工作。各短视频平台企业间可针对上传违法违规内容的账户实行信息共享，有效防止对被列入名单库的人员传播不良信息。权利归属问题上，短视频平台企业可根据平台上用户画像和账号粉丝画像，实时监测新增粉丝、点赞、评论、转发等数据，及时调整内容，通过

算法向用户推荐内容, 优化粉丝群体结构。侵权监测上, 可通过人工智能技术, 对平台上的海量实时内容进行监测, 对企业涉及的知识产权进行定期排查。维权管理方面, 短视频平台企业需要采取分类保护, 密切关注本企业的知识产权是否被其他企业或合作伙伴未经授权就使用。随着知识付费时代的来临, 短视频平台上逐渐兴起了内容付费, 部分短视频平台企业在其平台上传播专业知识, 并通过向平台上的用户进行收费的方式来获得收益。

5. 结论

短视频是近几年出现的一种新的内容传播载体, 越来越多的短视频平台企业开始布局短视频行业。但短视频平台企业存在着维权困难、缺乏专业知识产权人才、知识产权保护意识薄弱等问题, 构建知识产权保护体系来促进短视频平台企业健康发展显得尤为重要。本文针对短视频平台企业的知识产权现状和目前存在的问题, 从战略与支撑体系、平台运营和内容管理三个角度构建了短视频平台企业知识产权保护体系, 为短视频平台企业发展提供支持, 也为短视频行业的发展提供借鉴。

基金项目

教育部人文社会科学规划基金项目“5G时代智能媒体产业变革与管理模式创新研究”(20YJAZH085); 中国传媒大学中央高校基本科研业务费专项资金资助项目“5G时代智能媒体业务流程重构与管理模式创新研究”(CUC200A004)。

参考文献

- [1] 中国互联网信息中心. 第43次中国互联网络发展状况统计报告[R]. 北京: 中国互联网信息中心, 2019: 38-39.
- [2] 吕鹏, 王明璇. 短视频平台的互联网治理: 问题及对策[J]. 新闻记者, 2018(3): 74-78.
- [3] 高菲. 短视频发展的现状和瓶颈[J]. 当代传播, 2018(4): 33-36+40.
- [4] 吴洁明, 徐晨钢. 版权资产管理研究[J]. 科技与出版, 2015(12): 59-63.
- [5] Chen, J.Y., Song, X.M., Nie, L.Q., Wang, X., Zhang, H.W. and Chua, T.-S. (2016) Micro Tells Macro: Predicting the Popularity of Micro-Videos via a Transductive Model. *MM'16: Proceedings of the 24th ACM international Conference on Multimedia*, Amsterdam, October 2016, 898-907. <https://doi.org/10.1145/2964284.2964314>
- [6] Huang, L. and Luo, B. (2017) Tag Refinement of Micro-Videos by Learning from Multiple Data Sources. *Multimedia Tools and Applications*, **76**, 20341-20358. <https://doi.org/10.1007/s11042-017-4781-z>
- [7] 卢升鸿. 短视频的内容审查及版权保护机制研究[J]. 中国出版, 2018(19): 35-38.
- [8] Yang, G. and Maskus, K.E. (2001) Intellectual Property Rights Licensing and Innovation in an Endogenous Product Cycle Model. *Journal of International Economics*, **53**, 12-15. [https://doi.org/10.1016/S0022-1996\(00\)00062-3](https://doi.org/10.1016/S0022-1996(00)00062-3)
- [9] 李正华. 企业知识产权保护策略研究[J]. 商业研究, 2004, 21(2): 39-43.
- [10] 吴俊杰. 建筑业企业知识产权现状及战略分析[J]. 城市建设理论研究, 2013(16): 9-13.