

音乐侵权引出法律风险话题

在百度、雅虎中国遭遇同样的诉讼时，人们不得不正视：网络版权的国际维权战役即将打响

文/《法律风险观察》研究员 吴心竹

2006年7月，国际唱片产业联盟(IFPI)发表声明，称雅虎中国搜索引擎提供大量的盗版音乐网站链接服务，侵犯了唱片公司的版权，IFPI准备在几周之内对雅虎中国提起诉讼。IFPI主席兼CEO约翰·肯尼迪此前在6月举行的上海国际电影节上还表示，中国90%的音乐唱片都是违法的盗版侵权行为，根据联盟的数据统计，正版音乐制作商每年的损失平均在4亿美元。

雅虎中国对此回应说，雅虎只是一个搜索服务商，并不直接提供内容，因而也不可能有盗版行为。当版权人告知雅虎哪些内容涉嫌侵权，雅虎调查后会立即删除。

相似的一幕去年曾经上演，当时，索尼BMG、华纳、百代、环球以及新艺宝等多家国际唱片公司联合指控百度的音乐在线播放与下载侵犯其信息网络传播权。

在百度遭遇侵权之诉时人们还会猜测这是否是商业策略的演绎，但在中国第二大搜索引擎商雅虎中国再次遭遇同样的诉讼时，国人不得不正视这样一个严肃的问题：网络版权的国际维权战役即将在中国打响。

版权之争

2005年6月20日，上海步升音乐文化传播有限公司向百度提起音乐侵权之诉，百度因此成为中国乃至全球首例遭遇“音乐侵权”诉讼的搜索引擎网络技术服务商。此后一个月，国际多家唱片公司将百度送上法庭。9月，百度主动约请各大国际唱片公司将表示和解的意愿，但七大唱片公司集体缺席。当月，百度在上海步升起诉其侵权纠纷一案中败诉。随即，北京市第一中级人民法院就“国际唱片公司集体起诉百度侵权”一案开庭审理，庭审中国际唱片公司愿意接受法院的调解；但前提是，百度必须承认侵权。焦头烂额的并非百度一家。在2005年间，从网络搜索服务商到网络音乐、文学作品创造者，乃至是影视制作人，凡是借助了网络手段进行传播的，无不牵扯到纷纷扰扰的侵权纠纷中。尽管大多数人依然享受着网络世界带来极大丰富的信息以及拥有信息的快捷便利，但对于进军网络市场分取第一口蛋糕的中国商人们来说，是继续利用网络平台提供的免费午餐拖延到最后一刻，还是先人一步巩固自己的根基谋求长远发展，这是进退两难的抉择，更是不进则退的规则。

醉翁之意不在酒，以传统营销手段经营的国际唱片公司，看好的不是百度败诉，而是它败诉之后自己将取得的巨额盈利空间——非法网络音乐内容提供商不能再大行其道，音乐在线播放与下载的市场将回归版权人，即从事录音制作的唱片公司。

百度可能觉得自己很冤。和雅虎所言一样，它们提供的是互联网技术服务，而不是内容。真正音乐侵权的，是那些提供了内容下载的网站，百度只是提供了搜索引导而已。而百度作

为互联网搜索引擎服务提供者，并无义务、也无能力，去审查每一条信息及其内容是否构成侵权。百度说，自己成了替罪羊。

法律风险管理：企业的无形防火墙

一方面互联网企业需要在诉讼发生时尽量补救，但同时，设置一道防止外部不安全因素入侵的“防火墙”同样必不可少。

法律风险管理的目的是预防、阻挡或降低企业经营管理过程中可能遭遇的法律风险。由于现代商业社会的一切活动都无可避免地在法律监督下进行，因而绝大多数的风险最终都以法律后果的形式表现出来。如果企业建设一道法律风险管理的防火墙，不仅可以阻挡自身可能进入的不安全领域（如违规操作），也可以防止外部不安全因素的入侵（如侵权）。

法律风险管理如同一道安全门：通过这扇门，你的客户可以放心走进来，你的产品和服务可以放心走出去；而当火灾发生时，还需要这个门，因为可以帮助你和你员工化险为夷。

版权所有 © SGLA 2008。

此出版物仅供阁下参考和兴趣阅读之用，无意作为完整全面的信息，并不构成亦不应予以依赖为法律意见。请根据自身情况寻求专门咨询。