

版权

COPYRIGHT AND FOREIGN
BOOK TRADE

马海群 等编著

与图书外贸



21世纪编辑出版学系列

黑龙江人民出版社

46

内容简介

本书在概述版权及版权产业的基础上,分析了图书对外贸易与图书版权贸易的内涵,并按照版权贸易的基本流程,分别阐述了图书外贸的策划与谈判、图书外贸中的版权合同及文本、版权代理与出版经纪人、版权集体管理制度与图书外贸的深入开展、图书外贸中的定价与支付等,并且从理论层面研究了图书外贸中的版权平行进口问题,如影响版权平行进口的理论、版权平行进口产生的原因、版权平行进口问题的国际立法比较等。

本书可供知识产权工作者、出版工作者、图书及版权贸易工作者、文化及版权产业从业人员、外贸行业从业人员等学习及研究参考,也可供编辑出版类及外贸类相关专业的本科生选做学习教材。

本成果受 2007 年度教育部新世纪优秀人才支持计划(NCET-07-0260)资助

图书在版编目(CIP)数据

版权与图书外贸/马海群等编著. —哈尔滨:黑龙江人民出版社,2009.1

(21 世纪编辑出版学系列)

ISBN 978-7-207-08087-5

I. 版… II. 马… III. ①版权-研究-中国②图书-对外贸易-研究-中国
IV. D923.414 F752.658.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 197395 号

责任编辑:徐 冲 张 巍

封面设计:于克广

版权与图书外贸

Banquan Yu Tushu Waimao

马海群等 编著

出版发行 黑龙江人民出版社
通讯地址 哈尔滨市南岗区宣庆小区 1 号楼
邮 编 150008
网 址 www.longpress.com
电子邮箱 hljrmcbs@yeah.net
印 刷 哈尔滨骅飞印务有限公司
开 本 787×1092 毫米 1/16
印 张 17.5
字 数 250 千字
版 次 2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-207-08087-5/D·1052
定 价 33.00 元

(如发现本书有印制质量问题,印刷厂负责调换)

本社常年法律顾问:北京市大成律师事务所哈尔滨分所律师赵学利、赵景波

前 言

《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》(以下简称《纲要》)是新中国成立以来我国文化领域第一个阶段性的国家发展规划纲领,《纲要》在强调文化体制不断改革创新的同时,将“民族文化保护”和“对外文化交流”单独列入国家文化的长期发展战略,显示了国家对新形势下我国文化发展的战略取向与政策选择的深刻把握。《纲要》确定了“十一五”时期文化发展的六大重点,其中包括:抓好文化“走出去”重大工程、项目的实施,充分利用国际国内两个市场、两种资源,主动参与国际合作和竞争,加强对外文化交流,扩大对外文化贸易,拓展文化发展空间,初步改变我国文化产品贸易逆差较大的被动局面,形成以民族文化为主体、吸收外来有益文化、推动中华文化走向世界的文化开放格局。《纲要》提出,中国将完善对外文化贸易制度,积极培育外向型文化企业。中国将重点扶持具有中国民族特色的文化艺术、演出展览、电影、电视剧、动画片、出版物、民族音乐舞蹈和杂技等产品和服务的出口,支持动漫游戏、电子出版物等新兴文化产品进入国际市场;发挥国有文化企业在对外文化贸易方面的主导作用,鼓励投资主体多元化,形成一批具有竞争优势的品牌文化企业 and 企业集团。同时,中国也将积极发展从事演出展览、广播影视、新闻出版等业务的对外文化中介机构。支持国内文化企业与国际知名演艺、展览、电影、出版中介机构或经纪人开展合作,向规模化、品牌化方向发展。《纲要》还将出版业列入九大重点发展产业之一,力图从主要依赖区域性市场向综合开拓国际国内市场转变,培育一批具有较强竞争力和实力的出版企业集团,打造一批社会效益和经济效益显著、具有较强影响力的出版品牌。“中国新闻出版业走出去”战略同样反映在了我国《新闻出版业“十一五”发展规划》之中。

《纲要》成为我国图书版权外贸及出版产业对外发展的重要政策指南。近年来,中国的出版业在改革开放中不断调整政策,逐步扩大对外开放。到现在为止,我国已经兑现了加入世贸时的承诺,开放了出版业的两个重要环节,一个是市场分销,一个是印刷制造。在分销领域,独资、合资、股份制、民营资本、国有资本都是可以的。在印刷领域,除了规定出版物印刷企业必须由中方控股以外,其他的印刷行业都是全部开放的。在图书出版领域,目前我国的政策规定不允许外资进入出版编辑环节,但是开放了单本书的项目合作。外国政府、外国出版企业每年都和中国相应的出版业有很多的图书出版合作。在图书合作出版、版权贸易方面,完全是开放的。在报刊、音像领域,我国也开放了版权合作项目。因而,我国的出版业对外开放与全球化发展已经取得引人瞩目的进展。

进入 21 世纪以来,建立在作品的创造、生产、传播和消费之上,以版权制度为支撑体系、以智力成果为核心资源的版权相关产业发展迅猛,不但形成了规模宏大的产业群,还带动了传统产业的更新改造,促进了生产力的快速发展和贸易规模的持续扩大,版权产业对 GDP 的贡献达 4% 至 12%,因而对经济增长的贡献越来越大,已引起世界各国的关注和重视。据世界知识产权组织 2003 年发表的《版权产业的经济贡献调研指南》(中文版)有关统计,美国经济中的核心版权产业在过去 24 年中(1977 年至 2001 年)占 GDP 份额的增长速度是其他经济部门的 2 倍以上(7% 对 3%);澳大利亚版权产业从 1996—1997 年到 1999—2000 年以平均每年 5.7% 的速度增长,超过同期内整体经济年平均增速的 4.85%;荷兰版权部门 1994—1998 年是该国整体经济增速的 1.5 倍;芬兰 1988—1997 年经济的年平均增速为 4.05%,同期核心版权产业的增加值增速为 8.3%。这些计算结果无不确认了版权产业 GDP 百分比递增的向上趋势,且近些年来事实有力地印证了这种趋势。中国的版权相关产业当前正处在发展的关键时期,在我国政府 2008 年 6 月制定的《国家知识产权战略纲要》中,版权战略是其中一个重要的部分,该战略纲要明确提出,扶持新闻出版、广播影视、文学艺术、文化娱乐、广告设计、工艺美术、计算机软件、信息网络等版权相关产业发展,支持具有鲜明民族特色、时代特点作品的创作。作为版权产业链的重要一环,版权贸易构成了版权产业可持续发展的强大支撑,并成为其中占主要比重的一部分。

版权贸易的功能和作用包含激励创新、推进产业发展和“走出去”三个方面。改革开放30年以来,我国的版权贸易取得了显著成绩,如版权贸易逆差在缩小;贸易范围在扩大,参与贸易的主体越来越多;贸易环境发生重大变化,版权贸易政策越来越有利;出版单位在认识上不断深化,越来越重视版权贸易等。版权贸易活动在极大丰富我国出版物市场的同时,也大大提升了文化产品的国际竞争力,文化“走出去”战略取得明显成效。政府也不断加大对版权贸易的扶持力度,如国家版权局自1998年起即开始举办“BIBF北京国际版权贸易研讨会”,主要目的是为了提升北京国际图书博览会(BIBF)的国际水准,借以推动我国版权贸易工作的深入开展。多年来,我国国际文化贸易“逆差”的问题一直备受关注,版权贸易是其中的重点,被引用率最高的“版权贸易逆差”数字是进出口之比的10:1。2006年,出现了一组值得纪念的数据:2006年9月,在第13届北京国际图书博览会上,我国输出版权1096项,引入891项,取得输出大于引进的历史性突破。一个月后,在第58届法兰克福书展上,中国展团同样出现版权贸易进出口比例的突破和逆转。当然从总体上看,还是引进大于输出,我国版权贸易仍存在产品贸易数量少、质量低,版权贸易还未形成常态等几个方面的问题。

本书的编撰目的是介绍与展示作为版权产业及图书版权贸易重要基础的版权法律制度的基本知识与最新进展,研究中国“文化走出去”及国家实施知识产权战略大背景下我国图书及版权贸易的发展进程、存在问题及发展策略,探讨版权贸易的基本流程、基本制度、相关理论及操作实务。本书的体系结构大体安排如下:首先,概述了版权及版权产业,如知识产权与版权(含邻接权)的法律知识、图书外贸中的版权保护、版权产业的贡献与测度等;其次,分析了图书对外贸易与图书版权贸易的内涵,如图书对外贸易的基本概念、图书对外贸易的产生和发展、图书对外贸易现状分析、图书版权贸易的形式、版权引进与版权输出、我国图书版权贸易发展策略等;再次,按照版权贸易的基本流程,分别阐述了图书外贸的策划与谈判、图书外贸中的版权合同及文本、版权代理与出版经纪人、版权集体管理制度与图书外贸的深入开展、图书外贸中的定价与支付等;最后,从理论层面研究了图书外贸中的版权平行进口问题,如影响版权平行进口的理论、版权平行进口产生的原因、版权平行进口问题的国际立法比较等。为方便读者学习并突出本书

特色,每章均精选了题头英文资料,编撰了导言与小结,并附相关的案例分析。

本书是集体创作的结晶。第一章(版权及版权产业概述)由黑龙江大学信息资源管理研究中心马海群、哈尔滨职业技术学院宗诚撰写,第二章(图书对外贸易)由马海群、黑龙江大学出版社戚增媚撰写,第三章(图书版权贸易)由马海群、黑龙江大学信息管理学院牛晓宏撰写,第四章(图书外贸中的策划与谈判)、第八章(图书外贸中的定价与支付)由马海群、东北师范大学传媒科学学院刘佳曦撰写,第五章(图书外贸中的版权合同)由宗诚撰写,第六章(图书外贸中的版权代理与出版经纪人)、第七章(图书外贸中的著作权集体管理)由马海群、戚增媚撰写,第九章(图书外贸中的版权平行进口)由牛晓宏撰写。全书由马海群编制撰写大纲、提出修改意见并统稿。

马海群

2008年9月15日

目 录

第一章 版权及版权产业概述	(1)
第一节 知识产权的概念、特征及其发展	(2)
一、知识产权及其范围	(2)
二、知识产权的法律特征	(3)
三、网络环境下的知识产权保护	(4)
第二节 版权的概念、性质及其法律关系	(6)
一、版权的概念与性质	(6)
二、版权的主客体	(9)
三、版权的内容	(13)
第三节 邻接权的含义与种类	(17)
一、邻接权的含义及与版权的关系	(17)
二、邻接权的种类	(17)
三、版权贸易中的出版者权	(18)
第四节 图书外贸中的版权保护及国际公约	(19)
一、版权的发生及保护期限	(19)
二、版权侵权行为及其构成要件	(19)
三、侵权行为的种类	(20)
四、版权的限制	(21)
五、主要发达国家版权保护制度及几个重要的国际公约	(23)
第五节 版权产业及其测度	(29)
一、版权产业的概念	(30)
二、版权产业的贡献与测度	(31)
三、西方发达国家的版权产业对我国的启示	(37)
本章小结	(39)

案例分析	(39)
第二章 图书对外贸易概述	(42)
第一节 对外贸易相关理论及我国文化贸易发展现状	(43)
一、对外贸易的概念、类型和理论	(43)
二、我国文化贸易发展现状分析	(46)
第二节 图书对外贸易的内涵及其产生与发展	(49)
一、图书对外贸易的内涵	(49)
二、图书对外贸易的方式	(51)
三、图书对外贸易的产生和发展	(54)
第三节 图书对外贸易的影响因素及社会作用	(58)
一、图书对外贸易的影响因素	(58)
二、图书对外贸易的社会作用	(60)
第四节 图书对外贸易比较分析	(60)
一、世界图书对外贸易发展数据	(61)
二、中国图书对外贸易发展数据	(62)
三、中西图书贸易不均衡发展的原因分析	(64)
四、中国图书对外贸易发展策略	(66)
第五节 电子图书及其对外贸易	(68)
一、电子图书的定义	(68)
二、电子图书的类型和特点	(68)
三、电子图书的发展与贸易	(69)
第六节 图书对外贸易与电子商务	(71)
一、我国书业电子商务的现状	(71)
二、网络出版与图书对外贸易电子化	(72)
本章小结	(73)
案例分析	(73)
第三章 图书版权贸易	(75)
第一节 图书版权贸易概述	(76)
一、图书版权贸易的基本概念	(76)
二、图书版权贸易的主客体	(77)
三、图书版权贸易的原则	(78)
四、图书版权贸易与一般图书贸易的区别	(79)

第二节 国内外图书版权贸易发展现状分析	(81)
一、WTO 框架下的国际版权贸易规则及发展趋势	(81)
二、国外图书版权贸易的发展现状	(82)
三、我国图书版权贸易的发展现状及存在的问题	(85)
四、我国图书与版权贸易的政策引导与政府支持	(87)
五、促进我国对外图书版权贸易的发展策略	(90)
第三节 图书版权贸易的形式	(91)
一、图书版权许可贸易	(91)
二、图书版权转让贸易	(93)
三、版权许可与版权转让的区别	(95)
第四节 版权引进与版权输出	(96)
一、版权引进的原则	(96)
二、版权引进的程序	(97)
三、版权输出的原则	(98)
四、版权输出的程序	(99)
第五节 图书附属版权贸易	(100)
一、附属版权的基本理论	(100)
二、国内外附属版权贸易实践	(104)
三、我国发展附属版权贸易的对策	(107)
第六节 版权交易与版权管理系统	(108)
一、版权交易系统	(108)
二、版权管理系统	(110)
本章小结	(112)
案例分析	(112)
第四章 图书外贸中的策划与谈判	(114)
第一节 对外图书版权贸易策划	(115)
一、选题的策划	(115)
二、市场(输出地)的策划	(122)
三、内容的策划	(123)
四、装帧和版式的策划	(125)
五、外贸图书的策划与组稿方式	(128)
第二节 图书外贸宣传手段的策划	(129)

一、营销与品牌的策划	(129)
二、宣传手段的策划及整合营销的运用	(130)
第三节 图书版权贸易的磋商与谈判	(134)
一、交易磋商的概念及形式	(134)
二、交易磋商与谈判的技巧	(136)
第四节 图书外贸磋商与谈判的程序	(137)
一、询盘	(137)
二、发盘	(138)
三、还盘	(140)
四、接受	(141)
本章小结	(142)
案例分析	(142)
第五章 图书外贸中的版权合同	(144)
第一节 版权贸易合同的基本知识	(145)
一、版权贸易合同的相关概念	(145)
二、版权贸易所涉及合同种类	(145)
三、版权贸易合同的基本特征	(146)
四、版权贸易中的电子合同	(148)
第二节 版权贸易合同条款	(151)
一、版权贸易合同的一般要素	(151)
二、版权贸易合同的特殊要素	(153)
第三节 版权引进合同文本分析	(154)
一、合同文本	(154)
二、合同注解	(162)
第四节 版权输出合同文本分析	(167)
一、合同文本	(167)
二、合同注解	(177)
本章小结	(180)
案例分析	(180)
第六章 图书外贸中的版权代理与出版经纪人	(183)
第一节 版权代理与出版经纪人的关系	(184)
一、代理与经纪人	(184)

二、版权代理与出版经纪人	(185)
第二节 图书外贸中的版权代理	(186)
一、版权代理的基本概念及其源起	(186)
二、版权代理的现状	(187)
三、版权代理的业务流程	(191)
四、版权代理机构介绍	(192)
五、电子版权代理及其应用	(195)
第三节 图书外贸中的出版经纪人	(197)
一、出版经纪人的概念及其源起	(197)
二、出版经纪人制度的发展与运作	(199)
本章小结	(202)
案例分析	(202)
第七章 图书外贸中的著作权集体管理	(204)
第一节 著作权集体管理概述	(205)
一、著作权集体管理的概念	(205)
二、著作权集体管理的缘起	(207)
三、网络环境下的著作权集体管理	(207)
第二节 著作权集体管理制度的发展和运作	(210)
一、国外著作权集体管理制度的发展和运作	(210)
二、我国著作权集体管理制度的发展和运作	(216)
第三节 图书外贸环境下我国著作权集体管理制度的完善	(219)
一、完善著作权集体管理制度的相关立法	(220)
二、发展、健全著作权集体管理组织	(222)
三、加强宣传、增强权利意识	(224)
本章小结	(226)
案例分析	(226)
第八章 图书外贸中的定价、支付与供应链管理	(228)
第一节 外贸图书的定价	(229)
一、图书产品的内在构成与特点	(229)
二、外贸图书定价策略	(230)
三、外贸图书定价方法	(232)
第二节 图书版权贸易的支付工具	(236)

一、汇票	(236)
二、本票	(239)
三、支票	(240)
第三节 书业供应链及其管理	(241)
一、我国书业供应链分析	(241)
二、书业供应链信息管理系统与供应链关系管理	(242)
三、以电子商务为支撑的版权贸易的供应链管理	(243)
本章小结	(250)
案例分析	(250)
第九章 图书外贸中的版权平行进口	(251)
第一节 平行进口的基本知识	(252)
一、平行进口与版权平行进口的概念	(252)
二、平行进口的要素	(252)
三、平行进口的特征	(253)
四、平行进口产生的一般原因	(254)
第二节 影响版权平行进口的两种理论	(256)
一、权利耗尽原则	(256)
二、版权保护地域性原则	(257)
第三节 版权平行进口产生的关键原因分析	(258)
一、版权平行进口产生的法律原因分析	(258)
二、版权平行进口产生的经济原因分析	(260)
第四节 版权平行进口问题的国际立法比较	(262)
一、版权国际公约的立法实践	(262)
二、部分国家或地区的立法实践比较	(262)
三、我国版权平行进口的立法建议	(265)
本章小结	(266)
案例分析	(267)

第一章

版权及版权产业概述

Copyright is a legal concept, enacted by governments, giving the creator of an original work of authorship exclusive rights to it, usually for a limited time, after which the work enters the public domain. Generally, it is “the right to copy”, but usually provides the author with other rights as well, such as the right to be credited for the work, to determine who may adapt the work to other forms, who may perform the work, who may financially benefit from it, and other, related rights. It is an intellectual property form (like the patent, the trademark, and the trade secret) applicable to any expressible form of an idea or information that is substantive and discrete.

From : Wikipedia

The report, Copyright Industries in the U. S. Economy: The 2006 Report, confirms once again that the U. S. copyright industries have outpaced the rest of the economy in real growth and in its contribution to the overall growth achieved by the U. S. economy as a whole. The copyright industries also continue to employ substantial numbers of workers whose compensation levels substantial exceed the average level of compensation paid to all U. S. workers.

By International Intellectual Property Alliance

版权贸易是以版权(copyright,又称著作权)为交易内容的商品交换活动。知识产业的大发展为中国的前进注入强大活力,对外版权贸易的开展在使中国出版走向世界方面提供了巨大智力支持。版权是版权贸易的核心概念,学习版权贸易首先应该弄清楚版权以及与版权密切相关的知识产权概念。版权是知识产权的重要组成部分,知识产权的诸多特征在版权中都有体现,因而在描述版权相关内容之前,有必要介绍知识产权的相关知识。本章的重点是概括性地阐述版权基本知识及版权产业发展的总体状况。

第一节 知识产权的概念、特征及其发展

本节主要介绍知识产权的基本概念、范围、特征及其在网络环境下的发展变化。

一、知识产权及其范围

知识产权(intellectual property)是人们对其科学、技术、文化等知识领域中的智力活动创造的成果和经营管理活动中的标记、信誉依法享有的权利。知识产权最早由17世纪中叶法国学者卡普左夫提出,后为比利时法学家皮卡第所发展。我国法学界曾使用“智力成果权”的提法,1986年颁布的《民法通则》开始正式使用“知识产权”一词。

知识产权有广义和狭义两种理解。广义的知识产权理解源于两个重要的国际知识产权公约(协议)。1967年7月14日在瑞典斯德哥尔摩签订的《成立世界知识产权组织公约》(World Intellectual Property Organization, WIPO)为广义的知识产权确立了范围,包括:关于文学、艺术和科学作品的权利(即著作权),关于表演艺术家的演出、录音和广播的权利,关于人类在一切领域的发明的权利,关于科学发现的权利,关于工业品外观设计的权利,关于商标、服务标志、厂商名称和标记的权利,关于制止不正当竞争的权利,以及一切在工业、科学、文学或艺术领域由于智力活动所产生的其他权利。1994年4月15日,《建立世界贸易组织协议》于马拉喀什签订。在该协议的附件中,正式发布了《与贸易有关的知识产权协议》(Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights, TRIPS)。TRIPS依据国际新形势,重新划定了广义的知识产权范围,认为知识产权的范围应包括著作权(含邻接权)、商标权、地理标志权、工业品外观设计权、专利权、集成电路布图设计(拓扑图)权、未披露过的信息专有权。

狭义的知识产权是指传统意义上的知识产权,主要包括著作权(含邻接

权)、专利权、商标权和制止不正当竞争权。其中,著作权(又称版权)及与著作权有关的邻接权(Neighboring rights)统称为文学产权(literature property),是关于文学、艺术和科学作品的创作者(Creator of a work)和传播者所享有的权利。1886年签订的《保护文学艺术作品伯尔尼公约》(以下简称《伯尔尼公约》)第1条规定:“保护作者对其文学和艺术作品(Literary and artistic works)所享权利。”第2条进一步指出:“‘文学艺术作品’一词包括文学、科学和艺术领域内的一切作品,不论其表现形式和方式如何”。实际上,文学产权涉及自然科学、社会科学、文学、音乐、戏曲、绘画、雕塑、摄影、雕刻、电影等作品及其所形成的翻译、改编、整理的作品。专利权、商标权和制止不正当竞争权统称为工业产权(industrial property),是指工业、商业、农业、林业和其他产业中具有实用经济意义的一种无形产权。1883年的《保护工业产权巴黎公约》(以下简称《巴黎公约》)第1条认为,这些工业产权包括发明、商标、服务标记、工业品外观设计、实用新型、厂商名称、货源标记、原产地名称、制止不正当竞争等。随着新技术的发展,自20世纪60年代以来,还出现了介于文学产权和工业产权之间的交叉权利,即工业版权。集成电路布图设计权是这类权利的杰出代表。

二、知识产权的法律特征

一般认为,知识产权具有专有性、地域性和时间性三个主要法律特征。

(一) 专有性

专有性又称垄断性或排他性,是指除知识产权人同意或法律另有规定外,其他任何人均不得享有或使用该项权利。在知识产权法中赋予知识产品以专有性,是由知识产品的易复制和扩散性所决定的。专有性虽然使知识产品在短期内不便于扩散和传播,但从长期和战略的高度来看,这是人类知识创新活动可持续发展的必然选择。从这种意义上讲,知识产品专有性的赋予仅仅是一种手段,最终目的还是为了促进知识的有序扩散和传播。

(二) 地域性

地域性是指除签订有国际公约或双边互惠协定外,由某一个国家法律保护的知识产权只在该国法律约束的范围之内有效,其他国家对此种权利没有保护的义务。地域性是知识产权区别于有形财产权的一个重要体现。原则上,对有形财产所有权的保护没有地域性限制,无论是公民从一国移居另一国的财产,还是法人因投资、贸易而从一国转入另一国的财产,都照样归权利人所有,不会发生财产所有权失去法律效力的问题。而作为无形财

产权的知识产权则不会发生域外效力。在没有国际公约或双边互惠协定的情况下,某一国法律约束力之外的其他任何国家的任何人均可在自己的国家内自由使用该知识产品,既无须征得权利人的同意,也无须向权利人支付报酬。

(三)时间性

时间性是指知识产权只能在法律规定的期限内有效,超过时效的知识产权不再受到法律的保护。时间性也是知识产权区别于有形财产权的一个重要体现。有形财产权不受时间限制,只要其客体没有灭失,所有权就一直受到法律保护。知识产权要受到时间限制。超过保护期限(term of protection)的知识产品,即进入公有领域(public domain),成为人类的共同财富,任何国家、组织或个人均可自由使用。对知识产权赋予时间限制是由来已久并一直沿续至今的做法。对知识产品采取永久性保护的做法,至少存在以下三个缺陷:一是对权利人的回报过高,从而失于公平。二是不利于鼓励知识产品的交流和传播,有失知识产权立法的初衷。三是没有必要进行永久保护,因为知识产品的生命周期普遍较短,而在保护过程中又往往需要较高的保护成本。

三、网络环境下的知识产权保护

(一)网络及知识产权发展概述

互联网的出现和发展,使传统的知识产权保护制度面临着冲击和挑战。在网络环境下,知识产权法作为一种利益平衡机制,虽然其基本职能未变,但在协调知识产权人利益和社会公众利益方面,无疑需要重新调整支点和砝码,否则,就难以解决日益增多和复杂的网络知识产权纠纷。

几乎自互联网面向社会公众开放之日起,有关网络环境下的知识产权法律保护需求的呼声就一直十分高涨。为满足这一需求,许多国家和地区发布了专门的报告,研究和探讨网络环境下的知识产权新问题。如美国知识产权工作组发布的《知识产权与国家信息基础设施》、欧共体委员会发布的《信息社会中的版权和邻接权》等。另外,以世界知识产权组织(WIPO)为代表的一些国际性组织也开始在这方面积极地进行国际协调,并形成了一些协议或条约,如《与贸易有关的知识产权协议(TRIPS)》、《世界知识产权组织版权公约》(WIPO Copyright Treaty, WCT)、《世界知识产权组织表演和唱片公约》(WIPO Performances and Phonograms Treaty, WPPT)等。我国为了适应网络时代的要求,也分别于2001年10月、2000年8月、2001年10月、