

Research on Legal System of
Digital Publishing Copyright Protection

数字出版版权保护 法律制度研究

华 鹰◎主编



科学出版社

Research on Legal System of
Digital Publishing Copyright Protection

数字出版版权保护 法律制度研究

华 鹰◎主编



科 学 出 版 社

北 京

图书在版编目(CIP)数据

数字出版版权保护法律制度研究 / 华鹰主编. —北京: 科学出版社, 2018.12

ISBN 978-7-03-060325-8

I. ①数… II. ①华… III. ①电子出版物-版权-保护-研究-中国
IV. ①D923.414

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 298797 号

责任编辑: 邹 聪 孙 宇 郑欣虹 / 责任校对: 贾娜娜

责任印制: 徐晓晨 / 封面设计: 有道文化

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京建宏印刷有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2018 年 12 月第 一 版 开本: 720×1000 B5

2018 年 12 月第一次印刷 印张: 14

字数: 240 000

定价: 78.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

前言

2016年12月30日，国务院印发“十三五”国家知识产权保护和运用规划的通知，正式发布《“十三五”国家知识产权保护和运用规划》（简称《规划》），《规划》在第四部分“重点工作”中强调要健全知识产权相关法律制度。研究完善商业模式和实用艺术品等知识产权保护制度。研究“互联网+”、电子商务、大数据等新业态、新领域知识产权保护规则。研究新媒体条件下的新闻作品版权保护。本书的内容正契合了《规划》提出的相关研究指向。

近十年来，随着我国网络技术和数字出版技术的快速发展，我国数字出版产业呈现出跨越式发展的趋势，其数字产品的创作、生产、传播和消费已逐步形成产业链，并成为我国文化创意产业新的经济增长点。但是，数字出版与传统出版有许多方面的不同，因而版权保护也存在巨大的差异。在数字出版环境下，原有的《中华人民共和国著作权法》（简称《著作权法》）和《信息网络传播权保护条例》已经不能适应现实需要，在司法实践中面临窘迫的境地。“谷歌侵权门”事件、“百度文库侵权纠纷”事件已清楚地表明了这一点。在数字出版环境下，现有的著作权保护模式已经不能实现著作权人、数字内容提供商、网络服务提供商和使用人之间的利益平衡，他们处在利益的博弈中。为了实现他们之间的利益平衡，需要对《著作权法》和《信息网络传播权保护条例》进行修改和调整，安排新的制度，以适应数字出版环境下的版权保护。

从世界范围来看，数字出版的版权保护问题已经成为数字出版产业发展进程中的一块短板，数字出版中侵权纠纷的救济问题也已成为公认的世界性难题。世界各国都在思考传统出版产业向数字出版产业转型后如何应对版权保护的问题，也在积极探寻行之有效的立法解决途径。其中美国在数字出版的版权法律保护方面颇有成效，其代表性的法律和文件有《美国版权法》、《知识产权与国家信息



基础设施》白皮书、《在线版权侵权责任限制法案》、《数字版权澄清和技术教育法案》、《千禧年数字版权法》、《数字消费者知情权法》等。美国有关数字出版的版权法律的特点是：①数字版权法律细致、具体、操作性很强；②数字出版的版权法律修订频率较高；③数字版权法律具有很强的前瞻性和包容性。美国数字出版的版权立法走向是：更倾向于保护版权人的利益而非公众利益，这一点在《千禧年数字版权法》的立法过程中得到了体现；保护力度不断加强，保护范围不断扩展；法律的关注点从对作品内容的保护转移到了对技术的保护。

我国对数字出版版权保护的研究起步比较晚，系统研究该领域的学者不多，发表的研究成果也屈指可数。同时，有关数字出版版权保护的立法跟进比较滞后，不能适应数字出版快速发展的需要。

本书是重庆市教育委员会人文社会科学研究项目“数字出版版权保护法律制度研究”的结题成果。该项目从2014年5月立项到2017年1月结项，历时两年半，依据结项要求，研究成果的部分核心内容已在学术期刊上发表。项目立足于我国传统出版产业向数字出版产业转型后著作权保护制度的滞后问题，紧紧围绕数字出版版权保护法律制度中亟待解决的问题展开讨论，并在制度构建上提出了相关的建议。

本书有助于拓展《著作权法》研究领域，弥补现有研究的不足，丰富传统著作权法理论。根据著作权法律制度建立的双重目的和二元价值目标，以及遵循的利益平衡原则，对数字出版环境下的著作权限制和例外制度、授权许可制度等提出了修改和完善的建议，以实现著作权人、数字内容提供商、网络服务提供商和使用人之间的利益平衡为目标，使著作权法制度的设计能够最大限度地激励文化创意内容的创作和传播，为我国《著作权法》第三次修订提供学理支撑和具体建议。

本书在研究方法上注重多学科的整合和多维度的思考；注重不同法域数字出版相关立法的比较研究；在逻辑框架上注重研究主线的贯通与点和面的结合；力求通过“大胆设想、小心求证”提出一些新的观点和建议，为该领域的研究尽一点绵薄之力。

本书的分工如下：项目主持人重庆工商大学法学院华鹰教授完成第一章“数字出版概述”、第二章“我国数字出版亟须构建标准体系”、第六章“数字出版环境下著作权法定许可制度的构建”、第七章“数字出版环境下著作权默示许可制度的构建”、第十一章“数字出版环境下著作权侵权纠纷的救济方式”的撰



写；同济大学上海国际知识产权学院华劼副教授完成第八章“数字出版视域下的反规避技术保护措施规则”、第九章“数字出版环境下版权权利穷竭原则的延伸性”的撰写；西南政法大学经济法学院谭玲博士完成第三章“数字出版环境下版权利益失衡及制度检视”、第十章“数字出版环境下著作权权利保护与实现方式”的撰写；重庆工商大学法学院冯焕杰硕士研究生完成第四章“数字出版环境下的著作权利益平衡机制”、第五章“数字出版环境下著作权合理使用制度的重构”的撰写。

特此说明的是，作者在有的章节使用“版权”一词，在另一些章节使用“著作权”一词。这是因为个别章节的内容涉及不同法域国家著作权合理使用和法定许可的比较研究，因而称谓不尽相同，大陆法系国家称为著作权或著作权法，英美法系国家称为版权或版权法。此外，本书是由四名作者撰写而成，他们在表达方式或用语习惯上也有所不同，有的使用了“版权”或“版权法”一词，有的使用了“著作权”或“著作权法”一词，但基本含义是一致的。按照我国《著作权法》第五十七条规定，本法所称的著作权即版权。因此著作权与版权系同义语。

在本项目研究和本书撰写过程中，笔者得到了重庆工商大学科研处的支持和帮助，在本书面世之际特致以诚挚的谢意。

华 鹰

2018年2月8日于学府苑

目 录

前言

第一章 数字出版概述	1
第一节 数字出版的概念、特点和类型	1
第二节 数字出版相对于传统出版的优势	16
第三节 我国数字出版产业发展现状	19
第四节 我国数字出版产业面临的困境及破解之道	39
第二章 我国数字出版亟须构建标准体系	46
第一节 数字出版为何要推行技术标准	46
第二节 国内数字出版标准发展现状	57
第三节 我国数字出版标准制定实施中存在的问题及对策	63
第三章 数字出版环境下版权利益失衡及制度检视	68
第一节 数字出版环境下的利益失衡问题分析	68
第二节 数字出版环境下利益失衡的制度检视	75
第四章 数字出版环境下的著作权利益平衡机制	83
第一节 利益平衡理论概述	83
第二节 著作权利益平衡理论	85
第三节 以利益平衡原则构建著作权利限制制度	89
第五章 数字出版环境下著作权合理使用制度的重构	91
第一节 著作权合理使用制度概述	91
第二节 数字出版环境下著作权合理使用制度面临的困境	92
第三节 数字出版环境下著作权合理使用制度的重构	96



第六章 数字出版环境下著作权法定许可制度的构建	101
第一节 现行《著作权法》对法定许可制度的规定	101
第二节 国际公约、各法域对法定许可制度的规定及比较	103
第三节 现行法定许可制度存在的缺陷	110
第四节 数字出版环境下法定许可制度重构的不同观点	114
第五节 数字出版环境下法定许可制度的构建	118
第六节 对《著作权法》具体条款修订的建议	126
第七章 数字出版环境下著作权默示许可制度的构建	132
第一节 数字出版环境下设立默示许可的必要性及制度功能	132
第二节 数字出版环境下构建默示许可制度的建议	134
第八章 数字出版视域下的反规避技术保护措施规则	138
第一节 数字出版环境下版权传播、交易、保护模式的新变化	138
第二节 反规避技术保护措施法律制度的形成	141
第三节 从反规避规则到优化权利管理系统	152
第九章 数字出版环境下版权权利穷竭原则的延伸性	158
第一节 数字出版环境下版权人处分作品的特殊性	159
第二节 版权权利穷竭原则在数字网络环境下的价值分析	161
第三节 美国和欧盟司法实践中版权权利穷竭原则适用范围的考察	163
第四节 数字网络环境下版权权利穷竭原则的确立	165
第十章 数字出版环境下著作权权利保护与实现方式	168
第一节 数字出版环境下的版权利益平衡机制	168
第二节 数字出版环境下的版权权利保护路径	170
第三节 数字出版环境下的版权权利实现方式	178
第十一章 数字出版环境下著作权侵权纠纷的救济方式	183
第一节 数字出版环境下著作权侵权纠纷救济方式概述	183
第二节 著作权私力救济的路径	192
第三节 著作权公力救济的路径	201
参考文献	213

第一章 数字出版概述

第一节 数字出版的概念、特点和类型

一、解读数字出版

（一）出版的定义

数字出版是在传统出版的基础上转型过来的，是出版方式的一种，具备出版的本质特征。从两个概念的对应关系上讲，出版是数字出版的上位概念，数字出版是出版的下位概念。充分认识“出版”一词，有助于加深对数字出版概念的理解。

出版一词在日常生活中运用非常广泛，相对于《著作权法》上所指的“复制”“发行”而言，“出版”一词为更多的人所熟知和应用，如图书和报刊的出版是人们对出版概念最为传统和直观的一种感知认识。经学者考证，“出版”一词并非中文原词，而是借自日语，“是日本人用了汉语中的‘出’和‘版’组成‘出版’一词来翻译了英文中的‘publish’，然后中国人又借用过来”（胡国祥，2008）。

我国出版界对于“出版”有很多不同的认识，目前通说的观点是编辑—复制—发行说。编辑、复制、发行是出版最基本的三个要素和环节，而近年来发展起来的各种全新的出版形式，都是源于对上述三个要素和环节的创新。基于上述观点可以这样认为，数字出版是将数字化技术和互联网技术应用于出版的编辑、复制、发行等环节的一种新型出版形式。

在我国《著作权法》中，出版是指作品复制、发行的复合行为，具体应包括



“以印刷、复印、拓印、录音、录像、翻录、翻拍等方式将作品制作一份或者多份”的复制行为与“以出售或者赠与方式向公众提供作品的原件或者复制件”的发行行为的结合。因此，出版可以被认为是一种将作品制作成为一定数量的复制品，并提供给公众的行为。其所形成的权利应当是一项复合型财产权，包括复制权和发行权两种。

（二）数字出版的定义

近几年来，数字技术手段和技术环境的迅猛发展催生了数字出版这个全新的概念。随着数字技术的不断完善，数字出版概念本身的内涵和外延也在不断地调整。由于数字出版行业尚处于初创和发展阶段，理论界和实务界尚未给出准确的定义，尚存不同的看法，大体有如下几种观点。

1. 数字介质说

该学说从强调数字出版所需要凭借的载体和介质出发来定义数字出版的概念，强调数字出版必须以数字化设备作为载体，出版物以二进制代码的形式存在。如“数字出版，是指在出版的整个过程中，从编辑、制作到发行，所有信息都以统一的二进制代码的数字化形式存储于光、磁等介质中，信息的处理与传递必须借助计算机或类似设备来进行的一种出版形式”（谢新洲，2002）。

2. 数字传播说

该学说从强调数字出版传播所借助的通道或途径出发来定义数字出版的概念，强调数字出版物的传播需要通过网络环境或其他数字化的通道实现。如“数字出版，是指以互联网为流通渠道，以数字内容为流通介质，以网上支付为主要交易手段的出版和发行方式”（却咏梅，2005）。

3. 综合过程说

该学说将数字出版定义为一个过程性的概念，而非单纯以出版介质或出版手段来定义，认为数字出版是一个综合运用数字手段实现出版目的的过程，包括数字化的内容、数字化的传播、数字化的应用等全过程。例如，“从广义上说，只要是用二进制这种技术手段对出版的任何环节进行的操作，都是数字出版的一部分。它包括原创作品的数字化、编辑加工的数字化、印刷复制的数字化、发行销



售的数字化和阅读消费的数字化。数字出版在这里强调的不只是介质，还包括出版流程”（张立，2006）。

新闻出版总署在《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》的文件中指出：“数字出版是指利用数字技术进行内容编辑加工，并通过网络传播数字内容产品的一种新型出版方式，其主要特征为内容生产数字化、管理过程数字化、产品形态数字化和传播渠道网络化。”这是目前官方对数字出版概念最为全面和完整的阐述。由此可以看出，新闻出版总署对于数字出版的界定主要采纳了“综合过程说”的观点，该定义不仅涉及了对技术、内容、传播渠道的限定，而且突出了出版物的主要形态和特征，为数字出版划定了较为清晰的范围，较好地统一了对数字出版的认知。但笔者认为，将数字出版的传播手段仅仅限定于“网络传播”是值得商榷的，因为技术手段日新月异带来传播渠道的多样化，已经出现了网络以外的传播途径实现信息资源的传递。而且，数字出版之所以区别于网络出版，即是突出其传播途径的多样化和开放性。因此，上述概念还值得进一步商榷。

二、数字出版的特征

数字出版与传统的出版存在着明显的差异。数字出版作为一种全新的电子传播媒介，打破了传统媒体的界限，它的特点主要表现在以下几个方面。

1. 内容生产数字化

内容生产数字化是指数字出版物借助二进制代码等数字化手段，将出版内容存储于相应的介质中，即采用数字化手段存储内容。数字出版内容生成过程的数字化使得内容个性化定制成为可能，数字出版物的使用者可以借助数字化的内容生成机制，获取自身需要的数字化出版产品，从而扩大了数字内容的吸引力，也丰富了数字出版的内容。

2. 产品形态数字化

数字出版的最大优势在于其产品形态的数字化，以及由此带来的产品传播、使用的便捷。产品形态数字化是内容生产数字化所带来的必然结果，也是传播方式数字化的前提。目前来看，数字出版物主要以“电子图书、数字报纸、数字期刊、网络原创文学、网络教育出版物、网络地图、数字音乐、网络动漫、网络游



戏、数据库出版物、手机出版物（彩信、彩铃、手机报纸、手机期刊、手机小说、手机游戏）”等形态出现，这些多样化的出版物形式本质上都是数字化产品的不同表现样态。

3. 传播方式数字化

计算机网络、手机网络、有线电视网络及将来可能出现的其他数字信息传播方式将极大地推进数字出版行业的发展。传播方式数字化是数字出版的一个突出特点，与传统出版相比，数字化的传播通道具有更为丰富的传播途径、更为完善的实现方式、更为快速的传播速度和更为优质的内容体验，从而必将对整个出版行业及大众使用出版物的习惯造成巨大的冲击。

4. 管理过程数字化

管理过程数字化，是指数字出版物的版权管理及流程管理需要借助较为先进的数字化技术实现，尤其是数字化的出版内容需要获得数字版权管理（digital rights management, DRM）系统的支持，才能保证数字出版产业的持续发展。与此同时，法律上对技术措施的保护和对垄断的防治，成为数字条件下版权保护亟须解决的一个难题。

5. 使用作品数字化

数字作品的读取、显示和阅读往往需借助特殊的终端来实现。在数字出版时代，作品内容以数字形态表现，这种形态与传统的纸质印刷不同，不能直接为使用者读取而必须借助数字化的转化手段。这种数字化手段需要借助数字化终端，用数字化解决方案和数字化格式标准来实现。

三、数字出版的类型

数字出版的类型很多。一般来说，数字出版的分类依据主要集中在信息传播、出版经营两个方面。在信息传播方面，一般按信息的最终形式来划分；在出版经营方面，一般按经营规模来分类。按信息的最终形式来划分，数字出版包含以下四类：网络出版、电子出版、手机出版、音像出版。网络出版与载体及终端无关，只要是基于信息网络，经符合资质的出版单位发布的作品都是网络出版物；电子出版物内容包含图文、视频、音频及软件等，载体为光盘、U盘、硬盘等；音像出版物内容为视频、音频，载体为磁带、光盘。



（一）网络出版

1. 网络文学

网络文学是指以互联网为展示平台和传播媒介的借助超文本链接和多媒体演绎等手段来表现的文学作品，其中以网络原创作品为主。通俗地讲，网络文学就是在网上发表的文学作品，包括经过编辑登载在各类网络艺术刊物（电子报刊）上的作品、微博上的短文、微信公众平台或者电子公告栏（bulletin board system, BBS）上个人发表的文学作品，以及电子邮件中的文学作品等。这种网络文学又被许多网站称为网络原创文学。

网络文学是随着互联网的普及而产生的，网络文学分为三类样态：一是已经存在的文学作品经过电子扫描技术或人工输入等方式进入互联网络；二是直接在互联网络上发表的文学作品；三是通过计算机创作或通过有关计算机软件生成的文学作品进入互联网络。网络文学的体裁主要有诗歌、散文、小说等，但由于与网络相结合，这些作品有自己的特点，许多网络小说就是在作者与读者的即时互动中完成的。目前网络文学还涌现出一些新的文学体裁，如论坛里通过接龙创造出来的故事，往往是几位作家、几十位作家甚至更多网民共同创作的接力小说，以及利用“队形”达到特殊效果，也可以被认为是新的文学形式。

目前较有影响的文学网站有“榕树下”“文学城”“黄金书屋”“碧海银沙”等。较有影响的网络文学作品有《第一次的亲密接触》《三生三世菩提树下》《三生三世十里桃花》《脸谱》《三体》《后宫甄嬛传》《盗墓笔记》《鬼吹灯》等，有的作品已经被改编成影视剧并广泛传播，取得良好的社会效益和经济效益。

网络原创文学具有多样性、互动性、传播便捷的特点，导致其著作权不易受到保护。同时如果使已经存在的文学作品经过电子扫描技术或人工输入等方式进入互联网络成为网络文学，又很容易导致侵权。因此，著作权问题是关系到网络文学发展的一个难点问题。1999年，王蒙、毕淑敏等六位作家状告“北京在线”网站侵权，被称为“中国网络侵权第一案”，其审理结果对网上著作权保护具有相当深远的意义。六位著名作家状告“北京在线”网站未经许可将他们享有完全著作权的文学作品《一地鸡毛》《坚硬的稀粥》《黑骏马》《预约死亡》等数字化以后登载到网上，法院判决六位作家胜诉。法院判决指出，作品上网是作品传播的一种新方式，作品的数字化行为本身并不具有《著作权法》意义上的独创性，作品载体形式



和传播方式的变化并不影响作者对其作品享有的专有权利。被告未经允许将原告作品上载到互联网,侵害了原告对其作品享有的使用权和获得报酬权,被告应停止侵权,在自己的主页上刊登致歉声明,并分别赔偿原告的经济损失。

2. 网络动漫

“动漫”是动画和漫画的合称与缩写。随着现代传媒技术的发展,动画和漫画之间联系日趋紧密,两者常被合称为“动漫”。网络动漫是高科技技术发展的产物之一。网络动漫的基石是计算机技术和信息技术,最初它并非源于动漫行业,随着网络的普及、计算机技术及信息技术的迅速发展,这些新技术逐渐被动漫领域吸收,成为现代动漫技术的关键和基础,如CG(computer graphics)技术,极大地促进了动漫(如三维动画)发展,并拓展了动漫的外延领域(如网络互动游戏)。其发展经历了从传统逐帧制作到计算机二维动画,再到现在的三维动画的过程。

我国的网络动漫经历了萌芽期、艰难发展期、突破期阶段,现在已经步入成熟期,网络动漫正是借助互联网的迅速发展逐步发展起来的,其前途无量。

2006年,国务院批准《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》和出台《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》,提出要积极发展以数字文化生产和网络化传播为主要特征的数字产业,加快发展民族动漫产业。由于得到了国家产业政策的支持,新媒体动漫艰难发展的状况得到改观。随着视频网站的迅速走红,我国新媒体动漫迎来了蓬勃发展的突破期,传统电视媒体的收视率下降,网络视频点击率不断攀升,消费者的需求让动漫作品制作公司开始重视互联网新媒体动漫。由于新媒体动漫审核效率高,易获取受众反馈,再加上国家对动漫产业的大力支持,众多动漫制作公司与工作室开始为视频网站量身打造新媒体动漫内容,直接在互联网上经营动漫品牌。《动漫蓝皮书:中国动漫产业发展报告(2012)》显示,2012年全国动画产量首次出现了下降,而互联网新媒体动画却出现了强劲增长。在《泡芙小姐》《我叫MT》等网络动漫获得成功之后,这种一集几分钟的系列片形式得到了广泛的应用。一些视频网站纷纷推出了自己的系列原创动画短片,例如,“有妖气”网站推出的《十万个冷笑话》,每月仅发布一集,吊足观众胃口。这部作品总点击量超过2亿,在互联网众筹网站,仅一个月便筹集资金100万元,达到了名利双收的效果。

这一时期的新媒体动漫呈现以下几个特点:第一,从新媒体动漫发展环境



看。互联网进一步完善,除了PC端,互联网用户逐渐向手机等移动终端转移。为适应这一变化,内容制造商必须将产品多平台开发,扩大市场占有率。动漫产品的题材多变,多为季播模式,时长一般在10分钟左右,便于移动终端观看。另外,手机与平板电脑都有专门的动漫APP来推送新的动漫作品。第二,从主要受众看。受众不仅集中在“80后”,在网络爆发期成长起来的“90后”“00后”更成为新媒体动漫的主要受众群体。第三,从创作群体看。新媒体动漫制作者以专业公司和工作室为主,视频网站成为主要投资商。第四,从盈利模式看。新媒体动漫产业趋于成熟,盈利模式趋于清晰。一方面,以众筹为代表的网络运营模式日臻完善;另一方面,新媒体动漫开始与传统动漫全方位整合优势互补。游戏、出版、电视、电影和互联网新媒体多平台移植与跨平台合作,成为运营模式的主要趋势。

3. 网络游戏

网络游戏又称“在线游戏”,简称“网游”,是指以互联网为传输媒介,以游戏运营商服务器和用户计算机为处理终端,以游戏客户端软件为信息交互窗口的,旨在实现娱乐、休闲、交流和取得虚拟成就的,具有可持续性的个体性多人在线游戏。它与传统单机游戏的区别是,必须通过网络、多人在线进行游戏。

网络游戏的技术架构分两种:一种是基于浏览器形式的网页游戏,是直接浏览器中进行游戏;另一种是客户端形式的网络游戏,即由运营商架设服务器提供游戏服务,用户通过连接服务器的本地客户端软件进行游戏。现在的大部分网络游戏都属于客户端形式。此类游戏的特点是大多数玩家都会有一个专属于自己的角色,而一切存盘及游戏资料均记录在服务器端。

网络游戏的类型主要有:第一,休闲网络游戏。即登录网络服务商提供的游戏平台(网页或程序)后,进行双人或多人对弈的网络游戏。一是传统棋牌类游戏,包括纸牌、象棋等,提供此类游戏的公司主要有腾讯、联众、新浪等。二是新形态(非棋牌)类游戏,即根据各种桌游改编的网游,如三国杀、UNO、狼人杀、大富翁(地产大亨)等。第二,网络对战类游戏。即玩家安装市场上销售的支持局域网对战功能的的游戏,通过网络中间服务器,实现对战。如反恐精英、星际争霸、魔兽争霸等,主要的网络平台有盛大、腾讯、浩方等。第三,角色扮演类(role-playing game, RPG)游戏,玩家扮演某一角色,通过执行任务,提升等级,等到宝物等,如大话西游、传奇等,提供此类游戏的平台主要有盛大



等。第四，功能性网游。即非网游类公司发起的，借由网游的形式来实现特定功能的网络游戏，如光荣使命（原南京军区与光荣使命网络联合开发用于军事训练）、由简股市气象台（基金与投资机构开发用于收集股市趋势与动态）、学雷锋（盛大出品的教育类网游）等。

网络游戏产业是一个新兴的朝阳产业，经历了 20 世纪末的初期形成阶段及近几年的快速发展，现在中国的网络游戏产业处在成长期阶段，并快速走向成熟期。中国网络游戏经过十几年的发展，无论是产品数量还是用户规模方面，都有了很大提升，在中国整个网络经济的发展过程中从无到有，发展到目前成为中国网络经济的重要组成部分。

除此以外，最值得关注的是盈利模式的变化。中国网络游戏经历了从收费到免费的转变，这种方式也得到了市场的认可，但这并不意味着盈利模式的固定；相反，随着网络游戏用户的数量增长和相对稳定，中国网络游戏的盈利模式将迎来再次转变。

第一，免费模式阻碍游戏体验提升。目前网络游戏依然以免费游戏为主，而这种模式对于网络游戏娱乐体验的提升会造成一定阻碍。人们玩游戏，主要是为了娱乐，而免费游戏往往使游戏产品演变为“金钱为王”的状态，用户需要花大量的资金去购买装备才能获得较好的游戏体验，这种现象在大型多人在线角色扮演游戏（massive multiplayer online role-playing game, MMORPG）方面尤为明显，而随着花费的增加，用户在资金方面的心理承受能力必然会降低，进而影响用户的游戏体验。

第二，收费模式将再次成为主流。从调研结果来看，中国网络游戏用户的花费模式较以往已经发生了巨大转变。收费模式主要有以下几种。一是道具收费。玩家可以免费注册和进行游戏，运营商通过出售游戏中的道具来获取利润。这些道具通常有强化角色、着装及交流方面的作用。征途、穿越火线、雅典娜 2 等都是这种收费方式。二是时间收费。玩家可免费注册账号，但需要购买点卡、月卡为游戏角色充值时间才能进行游戏。魔兽世界、EVE 等都是时间收费方式的。三是客户端收费。通过付费客户端或者序列号绑定账号进行销售的游戏，大多常见于个人电脑普及的家用机平台网络。战地叛逆连队 2、反恐精英起源、星际争霸 2、使命召唤：现代战争 2 等都是序列号绑定账号收费的。2008 年明确表示喜好道具收费的用户比例为 41.9%，而 2009 年该比例下降至 28.9%。喜好时间收费的用户比例从 25.8% 提升至 62.8%。



4. 网络教育出版物

网络教育是一种基于网络技术、计算机技术和通信技术进行知识传输和知识学习的新型教育形式，网络教育是现代远程教育发展的主流模式。

网络教育的基本特征是：第一，最大限度地利用各种资源。各种教育资源通过网络跨越了空间距离的限制，使学校的教育超出校园范围向更广泛的地区辐射，成为开放式教育。名牌学校可以充分发挥自己的学科优势和教育资源优势，把最优秀的教师、最好的教学成果通过网络进行传播，使教育不发达地区的学生同样可以接受高水平的教育。第二，充分体现“五个任何”与主动学习。“五个任何”即任何人在任何时间、任何地点，从任何章节开始学习任何课程。在学习模式上体现了学习和主动学习的特点，适应了现代教育和终身教育的基本要求。第三，双向互动、实时全交互。教师与学生、学生与学生之间，通过网络进行全方位的交流，拉近了教师与学生的心理距离，增加了教师与学生的交流机会，扩大了交流范围。并且通过计算机对学生提问类型、人数、次数等进行的统计分析能使教师了解学生在学习中遇到的疑点、难点和主要问题，更加有针对性地指导学生。第四，网络教育为个性化教学提供了现实有效的实现途径。第五，自动化远程管理。远程学生的咨询、报名、交费、选课、查询、学籍管理、作业与考试管理等，都可以通过网络远程交互通信的方式完成。

网络教育出版就是基于网络载体的教育出版，是融合网络技术、教育知识、出版形态的三合一产品，是网络化、数字化在教育领域的最新表现形式，也是未来主流的教育出版形态，具体包含网络教材、网络教育资源、网络教辅三种产品。网络教育出版为人们构建一个广泛在线学习的环境创造了条件。前些年，在上海、江苏扬州开始试点的电子书包项目，其核心内容就是网络教材的开发。

近几年来，大规模在线开放课程（massive open online course, MOOC）引起专家、学者的热切关注。与传统课程相比，MOOC 具有规模性、开放性、网络化、个性化和参与性等内在特征，它是一种参与者分布在各地，而课程材料分布于网络之中的课程，它通过基于主题或问题的讨论与交流将分散在世界各地的学习者和教师联系在一起，并且这种课程是开放的，规模越大，它的运行效果会越好。MOOC 是远程教育领域的新发展，也是开放教育资源所推崇的开放教育理念的新发展。