

我国博物馆文物数字化影像授权模式研究

胡海容 葛胜涛

(重庆理工大学重庆知识产权学院, 重庆 400054)

摘要:近年来,在“让文物活起来”思路的指引下,文物数字化影像授权模式在激活博物馆馆藏资源存量、发挥市场机制调动各方参与文创产品开发中发挥着重要作用。目前,我国已形成以下属部门或直属机构为代表的直接授权模式和以代理商或授权平台为代表的委托授权模式。上述模式在推动文物数字化影像授权中发挥了重要作用,但也存在市场参与度不高、管控风险增加等问题。因此,应从制度激励、资源整合、风险防范3个方面进行完善。

关键词:博物馆;文物数字化影像;授权模式

中图分类号: G120

DOI: 10.3772/j.issn.1673-2286.2020.04.010

博物馆作为收藏、保护并向公众展示文物资源的重要场所,肩负着传承人类文明、教育引导大众的重要使命。截至2018年底,我国拥有博物馆5 354家,以及76.7万处不可移动文物、1.08亿件(套)国有可移动文物^[1]。随着科技在文化领域的广泛应用,利用数字化等科技手段原真再现或保存文物日益成为常态^[2],由此各大博物馆形成十分丰富的文物数字化影像资源。

近年来,在“让文物活起来”思路的指引下,故宫博物院、中国国家博物馆、上海博物馆等将市场化、数字化、多元化和普及化作为发展方向,其通过不同的授权模式对馆藏文物数字化影像资源进行的开发利用广受社会好评。为引导、促进博物馆文物数字化影像授权工作的开展,国家文物局于2019年5月出台了《博物馆馆藏资源著作权、商标权和品牌授权操作指引(试行)》(以下简称《操作指引》)。然而,在此过程中产生了不少问题。本文试图深入分析现有授权模式及其存在的问题,以期对我国博物馆文物数字化影像资源授权模式的完善有所裨益。

1 博物馆文物数字化影像授权的发展历程

博物馆文物数字化影像是指博物馆利用数码设备将馆藏文物(包含可移动文物和不可移动文物)进行拍摄、制作后形成的数字化信息。“授权”最初是20世纪80年代企业在经营环境变化背景下进行的管理模式创新^[3]。文化产业链分为研发、生产、流通和消费4个环节,随着时间的发展,“授权”一词在文化行业得到广泛的应用,其内涵和外延也不断得到拓展,并逐渐被博物馆文化创意产业所重视。目前,对于博物馆文物数字化影像授权的定义有两种观点:一种观点认为,授权是指博物馆通过合同约定的形式将其拥有或者代为管理的文物数字化影像作为标的物授予被授权者使用的过程^[4];另一种观点则认为,授权主要是其相关的知识产权的交易和管理的过程^[5]。本文认为,合同和知识产权均是文物数字化影像授权的重要内容,因此本文探讨的博物馆文物数字化影像授权是指博物馆将数字化图片、数字化图像等资源许可给第三方开发的过程。

我国博物馆文物数字化影像的开发始于原国家文

化部于1998年开展的中国数字图书馆工程^[6],其目的之一在于了解和保护现有馆藏文物。随着国家文物数字化工程的推进,目前我国博物馆文物数字化数据资源总量超过140TB^[7]。随着新博物馆学倡导的“为社会及其发展服务”理念在我国的发展^[8],部分博物馆逐渐授权开发馆藏资源,大致经历了以下发展阶段。

(1) 初步探索期(2008—2015年)。2008年起,随着社会公众文化需求的日益增长,特别是在我国国有博物馆免费开放政策实施之后,通过馆藏文物开发,在促进文化传播的基础上增加营业收入日渐被博物馆所重视。故宫博物院、中国国家博物馆、上海博物馆等在借鉴西方博物馆文物数字化影像授权实践的基础上进行了尝试,取得了良好的社会效益和经济效益。

(2) 快速发展期(2016年至今)。2016年,国务院发布的《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》首次明确了支持博物馆通过授权等方式开发利用文化资源。国家文物局于2019年5月正式出台《操作指引》为文物数字化影像授权进一步走向成熟提供了指引和保障。自此,全国范围内的文物数字化影像授权渐渐成欣欣向荣之势。

2 我国博物馆文物数字化影像授权模式现状分析

目前,我国以故宫博物院、中国国家博物馆、上海博物馆等为代表的国有博物馆在文物数字化影像授权方面的探索较为成功,不仅授权的方式多样,而且授权的领域广泛。因此,本文重点围绕国有博物馆的授权实践进行分析。

2.1 以下属部门和直属机构为代表的直接授权模式

直接授权模式是博物馆作为授权方与被授权方签订合同,授权其使用文物数字化影像资源的模式(见图1)。荷兰国家博物馆和大英博物馆是直接授权模式的典型代表。将这一模式与我国的实际相结合逐渐形成由博物馆下属部门或者直属机构负责授权的两种模式。

下属部门授权模式是指由博物馆下属的某个部门直接负责博物馆文物数字化影像授权工作,是我国国有博物馆广泛采用的授权模式。如故宫博物院由下属

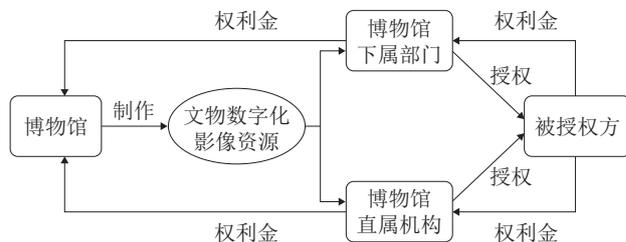


图1 我国博物馆文物数字化影像直接授权模式

的经营管理处负责包括文物数字化影像在内的无形资产商业使用的对外许可,上海博物馆和南京博物院由馆(院)办公室负责馆藏文物数字化影像资源的授权工作,河南省博物院由下属的信息管理处负责影像资料的管理和授权。其中,“故宫口红”便是知名彩妆品牌润百颜获得故宫博物院经营管理处的授权后开发的文创产品。在这一授权模式下,授权方往往会直接参与第三方对文物数字化影像资源的使用。其优势在于,不仅有利于作为授权方的博物馆及时了解文物数字化影像资源的开发情况,而且鉴于博物馆相关部门对馆藏文物文化内涵的深入了解往往有助于文物数字化影像资源的成功开发。但这一授权模式的不足也较为明显,囿于授权方为国有博物馆的原因,其公益一类事业单位的性质常使其在授权方式、范围、人员激励等方面会有一些限制,因此容易导致对市场需求和变化应变不足。

直属机构授权是指由博物馆成立的直属机构负责博物馆文物数字化影像授权工作。如国博(北京)文化产业发展中心(NMC-CIDC)便是中国国家博物馆设立的直属机构。该机构的性质为非营利,负责中国国家博物馆的馆藏文物数字化图像资源的授权管理工作。目前国博(北京)文化产业发展中心已经与肯德基、巴黎欧莱雅、Lily(时装品牌)、周大福等国内外知名品牌开展了馆藏文物图像的授权合作。肯德基获得《明宪宗元宵行乐图》等数字化影像授权后,在全国5 000余家门店同时推出相应的设计包装产品,并对北京、上海等19座城市的店铺进行了相应的主题装修。化妆品品牌巴黎欧莱雅选取《千秋绝艳图》数字化影像中赵飞燕、杨贵妃等7个人物元素开发了系列彩妆产品。国际时装品牌Lily以国家博物馆的《芙蓉双鹭图》、五彩花鸟纹八方花盆为创作灵感推出国博系列服装。在这一授权模式下,由于直属机构对博物馆的充分了解,再加上拥有更大的自主权,因此对于文物数字化影像的授权更能形成长效机制。直属机构相较于博物馆下属部门来

说在开展授权工作中拥有更大的自主权。但是,受限于直属机构的非营利性质,其市场化程度同样有限。

2.2 以代理商和授权平台为代表的委托授权模式

委托授权模式是指博物馆并不直接作为授权主体,而是委托代理商或授权平台等作为中间商,与被授权方通过合同方式授权,最终按照合同约定的方式使用文物数字化影像资源的模式(见图2)。在这一模式下,会发生两次授权行为,第一次是由博物馆授权给代理商或者授权平台,第二次是由代理商或者授权平台授权给第三方。法国卢浮宫博物馆和美国古根海姆博物馆是这一授权模式的典型代表。我国博物馆逐渐探索出代理授权和平台授权两种有代表性的模式。

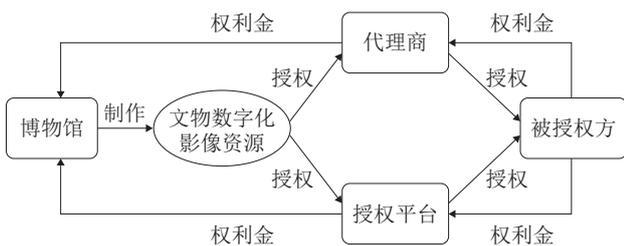


图2 我国博物馆文物数字化影像委托授权模式

代理授权模式即由博物馆授权某一代理商代表博物馆与被授权者签订授权合同,这是博物馆委托授权模式中常见的一种模式。2019年4月,山东孔子博物馆与丘雨文创集团签署《IP资源授权开发合作协议》,委托丘雨文创集团代理孔子博物馆70多万件藏品数字化影像资源等授权业务,以此促进孔子博物馆品牌传播和创意产品开发^[9]。在代理授权模式中,代理商作为授权的中介往往具有丰富的授权管理经验和成熟的客户群体,对市场需求反应迅速并具有较强的市场营销能力,可以助力博物馆迅速开拓授权市场,进而促进博物馆文化创意产品产业快速发展。但是,代理商作为以经济利益为主的市场主体容易忽略文物所蕴含的公益性,且博物馆对被授权的第三方利用文物数字化图像的管控能力明显减弱,在此过程中第三方基于市场利益的驱动对授权资源进行开发利用,博物馆面临的文化风险和经济风险随之增加。

平台授权模式与代理授权模式类似,但在授权方与被授权方的规模上有差异。在代理授权模式下,通常是一对一的,即由一家博物馆委托一家公司对外授权;

而在平台授权模式下,通常是多对多的,即将多家博物馆、中间商以及被授权方集中在某一平台开展授权。2017年,国家博物馆联合阿里巴巴和中央美术学院共同打造“文创中国”博物馆授权平台,该平台旨在汇集博物馆文物版权资源,通过授权的方式打通博物馆文化创意产品的设计和营销环节。目前该平台已汇聚了多家博物馆和中间商。随后腾讯集团发布了“艺术+”计划,上线了博物官小程序,计划联合100家博物馆,打造博物馆文物数字化影像资源授权平台。平台授权模式不仅解决了大部分博物馆开展文物数字化影像资源授权时硬件设施不足的问题,而且有效降低了文物数字化影像资源授权过程中的交易成本。但是在平台授权模式中,文物数字化影像授权主要在网络环境下进行,容易引发包括知识产权侵权在内的交易风险。

3 完善我国博物馆文物数字化影像授权模式的思考

近年来,在国家相关政策的支持引导下,以故宫博物院、中国国家博物馆为代表的多家博物馆在文物数字化影像授权模式方面进行有益的探索,但是相较于外国博物馆,我国博物馆数字化影像授权起步晚,因此亟待采取多种措施促进其实现良性发展。

3.1 制度激励: 助推文物数字化影像授权模式提质增效

新时期,我国博物馆肩负传承中华优秀传统文化的重要使命,通过授权的方式开发馆藏文物数字化影像资源兼具社会效益和经济效益的属性。在我国博物馆文物数字化影像授权模式尚不成熟的阶段,相关政策的支持、引导显得尤为重要。

(1) 制定博物馆文物数字化影像授权的管理性规范。目前,我国仅有《博物馆管理条例》第34条规定,国家鼓励博物馆挖掘藏品内涵,与文化创意、旅游等产业相结合,开发衍生产品,增强博物馆发展能力。作为我国第一部文化产业领域的法规,2019年12月13日公布的《文化产业促进法(草案征求意见稿)》也未对此有新的相关规定。因此,博物馆开展文物数字化影像授权的性质、风险防范与责任承担等均需从法律层面进行明确和规范,以消除博物馆数字化影像授权行业发展的后顾之忧。

(2) 制定引导博物馆开展文物数字化影像授权的激励政策。2019年国家文物局发布《操作指引》仅是对授权实施过程中的程序问题进行政策指引,但是对于授权过程中遇到的体制机制、知识产权保护和资金支持等问题均未涉及。我国大部分国有博物馆属于公益一类事业单位,长期的公益属性使其在发展观念和管理体制方面都面临较大的束缚,虽然我国近年来大力提倡博物馆开发文化创意产品,但是众多博物馆往往被启动资金和人员激励政策等问题所困扰^[10]。文物数字化影像授权作为近年来我国博物馆促进馆藏资源开发的新途径,尚需国家出台针对性的问题激励政策。

3.2 资源整合:促进文物数字化影像授权模式发展完善

根据文化嵌入理论的观点,通过授权模式对文物数字化影像资源进行开发利用,可以看作文物影像承载的文化符号和文化内涵融入相关产品或者产业的过程^[11]。同时,博物馆文化创意产业链条包含文化元素的挖掘、文化产品的设计制造、营销宣传等多个环节,如何利用符合博物馆自身发展实际的授权模式,在实现博物馆文化传播和教育公众的目标基础上实现经济收益,从而保障博物馆收益的最大化成为目前我国博物馆文物数字化影像授权模式完善发展的主要方向。

(1) 加大我国博物馆文物数字化影像授权模式中的资源整合力度。文物数字化影像授权模式涉及博物馆对授权标的的筛选、组合、营销等多个环节的整合。首先,在筛选环节中博物馆要选择无权利瑕疵、社会知名度高、市场可开发性强的文物数字化影像,并非所有的文物都适合进行市场化、产业化的开发利用;其次,在筛选之后要结合博物馆自身的资源优势进行组合,主要包括博物馆通过申请获得商标权或者专利权、博物馆在藏品研究中形成的著作权等,通过商标权、专利权的组合可以加强消费者对博物馆品牌的认知度并建立消费黏性,而通过著作权授权可以增强消费者对文物背后蕴藏的文化理解,提升产品的文化内涵;最后,博物馆要做好自身文物资源的营销,主要是指博物馆在日常的运营中要有意识地打造自身的文化品牌,通过开展系列展览、文化讲座等渠道对博物馆授权规划中重点开发的文物资源进行立体化展示,扩大文物的市场开发空间。

(2) 探索适合博物馆自身发展实际的授权模式。

从整体上看,我国博物馆文物数字化影像授权正处于发展阶段,其授权模式的探索也仅限于少数博物馆。目前我国专业类博物馆、中小型博物馆发展迅速,博物馆类型多样化的趋势日渐明显,因此各家博物馆应积极加强对外交流,借鉴法国博物馆的行业委托授权模式和大英博物馆的综合授权模式并结合自身实际进行试点探索。

3.3 风险防控:保证文物数字化影像授权模式健康运行

博物馆开展文物数字化影像授权的最终目的是在传播文化、发挥其教育功能的基础上增加经济收益。在此过程中,博物馆始终面临文化价值和经济价值的保护与平衡问题。由于目前我国博物馆开展文物数字化影像授权的模式尚不成熟,因此无论是在直接授权还是委托授权模式中均面临较大的风险。

(1) 进一步降低博物馆文物数字化影像授权模式中的知识产权风险。知识产权风险是影响博物馆文物数字化影像授权模式的重要因素。首先,确定哪些文物数字化影像受知识产权保护。虽然多家博物馆均主张授权的是著作权、商标权,但实际情况并非如此。以文物数字化影像中的文物图像为例,其是否满足我国著作权法规定的独创性并无一致的观点。一种观点认为文物数字化图像制作过程中运用的角度、曝光、光影等摄影技术体现思想和创意^[12];另一种观点则认为文物数字化图像制作的最终目的在于使观众通过数字化的方式观赏到文物的原貌,并遵循相应的标准,并不融入相关的创意^[13]。因此,应首先确定哪些文物数字化影像受到知识产权的保护。其次,建立与文物数字化影像授权模式相适应的知识产权风险防范机制。即便是受知识产权保护文物数字化影像,由于影像本身的数字化特点使其被复制和传播的风险明显增大。因此,采取技术措施、法律措施降低知识产权风险势在必行。

(2) 降低博物馆文物数字化影像授权模式中的文化价值风险。授权的本质是一种市场行为,在经济利益的驱动下,博物馆的社会文化属性容易被忽略,如故宫博物院在早期进行文创产品开发过程中出现的“恶搞”问题,对其文化品牌造成一定的损害。因此,博物馆在进行授权过程中要不断细化授权监管模式,确保其产权利益和文化利益得到有效保护。

4 结语

博物馆文物数字化影像授权作为新时期创新文化资源开发利用的重要方式,在促进我国文化创意产业链快速发展、更好地发挥博物馆的作用和功能等方面发挥着越来越重要的作用。目前我国已经在直接授权和委托授权的基础上进行了探索,并取得了良好的社会效益和经济效益。由于博物馆自身发展的特殊性和我国博物馆文物数字化影像授权模式发展的阶段性,完善博物馆文物数字化影像授权模式任重道远。

参考文献

- [1] 国家文物局:截止2018年底全国博物馆数量已达5354家[EB/OL].
http://www.sach.gov.cn/art/2019/5/18/art_1027_155110.html.
- [2] 刘芳,谢靖.博物馆藏品数字资源的长期保存系统建设[J].数字图书馆论坛,2019(3):28-33.
- [3] 管琳,钱伟.授权理论的文献综述[J].学术界,2017(4):238-245.
- [4] 杨毅,湛骁,张琳.博物馆文化授权:理论内涵、生成逻辑与实践路径[J].东南文化,2018(2):112-118.
- [5] 王秀伟.文化授权:文化产业价值链与生产经营机制的创新[J].学术论坛,2017,40(6):114-119.
- [6] 田野.我国数字化博物馆建设中的相关问题及对策[J].辽宁师范大学学报,2006(6):119-122.
- [7] 刘玉珠.强化站位、服务大局、促进发展、构建文物保护利用新格局[EB/OL].[2019-12-29].http://cn.chinadaily.com.cn/2018-11/08/content_37227005.htm.
- [8] 侯春燕.新博物馆学理念的创新和倡导——国际博协第23届大会研讨主题管窥[J].中国博物馆,2013(3):10-13.
- [9] 张志远.孔子博物馆启动IP开发授权,开拓文创产品市场[EB/OL].[2019-12-12].http://sd.ifeng.com/a/20190510/7425765_0.shtml.
- [10] 刘容.免费开放博物馆文创产品开发的现状与观念困扰[J].东南文化,2019(5):115-120,127-128.
- [11] 赵书松,廖建桥.知识嵌入性视角的知识共享研究[J].情报杂志,2009,28(4):112-118.
- [12] 梁志文.摄影作品的独创性及其版权保护[J].法学,2014(6):35.
- [13] 兰国红.博物馆藏品影像化的法律风险及其应对[J].中国博物馆,2018(1):3-7.

作者简介

胡海容,女,1979年生,博士,副教授,研究方向:知识产权法、知识产权管理,E-mail:hairong@cqut.edu.cn。
葛胜涛,男,1994年生,助理研究员,研究方向:博物馆知识产权管理。

Research on the Digital Image Authorization Model of Cultural Relics in Chinese Museums

HU HaiRong GE ShengTao

(Chongqing University of Technology Chongqing Intellectual Property School, Chongqing 400054, China)

Abstract: In recent years, under the guidance of the idea of "living cultural relics", the digital image authorization model of cultural relics has played an important role in activating the museum's stock resources and using market mechanisms to mobilize all parties to participate in cultural and creative product development. At present, China has formed a direct authorization model represented by the following affiliated departments or agencies and a delegation authorization model represented by agents or authorized platforms. The above models have played an important role in promoting the digital image authorization of cultural relics, but there are also problems such as low market participation and increased control risks. Therefore, it should be improved from three aspects: institutional incentives, resource integration, and risk prevention.

Keywords: Museum; Digital Image of Cultural Relics; Authorization Mode

(收稿日期:2020-01-12)