

相关链接

民宿日本亲历低碳

在刚刚结束的第5批“索尼海外学生交流计划”活动期间,济南外国语学校的胡天梓等10位同学还住到了由日本索尼员工提供的“民宿”家庭,他们切身体验到了日本人日常生活中低碳、环保的点点滴滴。

胡天梓同学告诉记者,在日本民宿家中,他感触颇深的是日本人对座便器进行的一个小小改进。与普通座便器不同,这个座便器上方有一个供我们如厕后洗手用的水池。水池与冲水箱相连,将洗过手的水储存在冲水箱中,减少了清洁水的用量。在水资源日益紧张的今天,像座便器这样小小的改变就可为我们节省许多宝贵的清洁水。

此外,日本处理垃圾的习惯也给他留下了深刻的印象。他说,在日本是没有限售令的,商店可以免费提供塑料袋,但人们仍然会自觉地在出门前带好环保袋,而不再索要免费的塑料袋,自己逛街、购物时产生的垃圾,自己收集在环保袋中带回家里处理。



索尼公司设计的“国家环保游戏”受到中日交流学生的欢迎

见证日本低碳生活

日前,记者应索尼集团SSPA(即“索尼海外学生交流计划”英文缩写)的邀请,与来自济南、广州、沈阳三地的30名优秀高中生赴日本东京、名古屋“探寻低碳生活的足迹”。为期一周的环保之旅,日本人点点滴滴的环保细节每每让人惊叹。



位于日本名古屋的索尼绿色回收工厂

□刘国胜

家电回收率世界第一

日本人想要扔掉一件旧电器,考虑的不是它能卖多少钱,而是咨询有关机构要缴纳多少回收费。日本《家电回收利用法》从2001年开始实施,对电视、冰箱、洗衣机、空调和电脑等废旧家电的回收利用有着严格规定。在位于名古屋的索尼绿色回收工厂,技术人员告诉记者,废旧家电浑身都是宝,他们从一台空调可拆解出55%的钢、17%的铜、11%的塑料、7%的铝,从一台电视可拆解出57%的玻璃、23%的塑料、10%的钢。

★点评:没有废弃的垃圾,只有未被发现的价值,索尼等日本企业的绿色回收工厂是把旧家电变废为宝的典范。据记者了解,日本

的绿色回收工厂没有国家补贴,但照样可以实现赢利。在废旧家电严重影响地球环境的当下,日本废旧家电处理措施值得我们学习。

拒绝使用一次性用品

第一次搭乘日本航空,飞机餐没有提供一次性的木筷,用的刀、叉也都是经过消毒的不锈钢制品,而非一次性塑料制品。我们下榻在品川的一家酒店,也找不到一次性的洗发水、护发素、沐浴液和塑料梳子,唯一的一件一次性用品,恐怕就是那支比门牙还小的牙刷,牙膏也只有胶囊大小,是我见过的最迷你牙膏。

★点评:近年来,越来越多的日本人都拒绝使用一次性用品,包括原来使用率较高的一次性筷子。日本人也很少使用纸巾擦汗,人手一条漂亮的手帕,实在是既环保又有品位。

健康饮食,吃到正好

不管是去到餐馆还是日本人家,我们从没有看到像国内一样的鱼山肉海,剩菜剩饭就更看不到了。日本人的一顿饭,不过是一个饭团、几片鱼肉、几只菜叶外加一

小碗大酱汤而已。他们饭量一般不大,只要营养达到标准,吃到几成饱就不再继续了。

★点评:日本人对吃饭的追求似乎比较简单,营养达标就OK。日本人近年来的平均身高已经超过了过度“横向发展”的中国人,日本人80多岁的平均寿命更是位居世界第一。有专家认为,日本人的健康水准,跟他们量少质高的饮食习惯大有关系。

不开私家车上下班

东京作为世界第二大城市,人均汽车保有量也不低,但我们在东京一周,都没怎么遇到堵车。尽管主要道路和商业繁华地段还是相对拥挤,但仍然很少出现很厉害的堵车现象。日本朋友告诉我,他认为最主要的原因在于日本极少有人开私家车上下班,遍布全国的新干线、火车、地铁、轻轨、电车、公交车为日本人提供了方便快捷的立体式交通。

★点评:日本的公共交通便利、舒适而且便宜,精明的日本人自然不会开昂贵的私家车上下班。此外,日本的公司不给职员提供私家车的停车场,付费停车场则价格高昂。有分析认为,日本人不开私家

车上下班的习惯还在于“经济杠杆”的调节。

垃圾回收分类精细

日本地铁站等公共场所的垃圾箱一般都有四五个之多,普通垃圾、资源(可回收)垃圾、塑料包装容器类垃圾、易焚烧垃圾、粗大垃圾



等分得十分精细,就连专门的书刊垃圾箱、瓶盖垃圾箱也很常见。而日本的大街和社区里,则很少看到垃圾箱。垃圾都是人们自己带回家处理,每天定时定点交给垃圾回收车,直接碾碎,不留任何痕迹。

★点评:日本人平时把垃圾分类做得很到位,投放垃圾时的举手之劳就能大大提升回收效率,降低回收成本。而最重要的是,高效的垃圾回收,直接创造了一个无比洁净的城市环境。

正版图片业缘何频遭“诉讼门”

——专访中国版权协会常务理事、华盖创意(北京)图像技术有限公司高级维权总监张宏麟

1.针对最近网上出现大量华盖公司是靠诉讼获利的一个诉讼专业户的说法,请问,华盖创意究竟是个什么样的公司?

华盖公司成立于2005年8月1日,是有全球“图片素材行业巨头”之称的GETTY IMAGES公司(以下简称Getty公司),在华成立的合资企业。Getty图片公司拥有各种图片资源超过10亿张,每个月保证10万张更新,同时还拥有影视素材,音乐素材特约拍摄等相关业务。Getty公司在这个领域拥有强大资源,遍布全球4500个大神级摄影师。历届国际摄影大赛,一半以上的金奖作品都是出自Getty摄影师之手。同时还是国际奥组委常年合作伙伴,2008年北京奥运会官方图片社,2010年南非世界杯官方图片社。

值得一提的是,Getty公司的强大实力保证了华盖公司在国内同行业的地位,也保证了华盖公司产品的质量。同时,华盖在新中国成立后,结合中国国情,在原有基础上不断完善产品线,现有包括本土图片品牌180多个,中文网站上传800万张图,以保证国内客户的需求。

2.为什么你们图片的价格远远高于市场的平均价格?

这是源于Getty公司产品的品牌价值。每个产品都要有自己独特的品牌价值,这个价值凝聚了产品原创者

的心血,体现了他的技术水平,表现了艺术性、独创性,自然就有价格区别。Getty公司的摄影师为了记录具有历史意义的人和事,甚至会付出生命的代价,为了展现野外生物难得的瞬间,忍受极端恶劣的环境长达数月,这仅仅是用价格就可以衡量吗?

3.国内图片行业盗版侵权现在是什么状况?

由于我国版权的司法保护相对于国外一些发达国家起步较晚,使得我们普通民众的版权意识也稍显淡薄。但是,随着改革开放,尤其是加入世贸组织之后,我国正逐步完善自己的著作权法律体系,随着近三十年来之发展和不断强化,从司法发展到国家国务院的指导意见和纲要,以及各级行政机关的行政法规制定,已经引起国内外法律工作者的高度关注与赞赏。

同时,我们应该看到,由于电子技术的不断发展,从技术层面上,图片素材作为销售产品被盗版的手段也不断趋于简化,在利益的驱动下,这也导致国内盗版产品的泛滥。值得一提的是,华盖公司开展维权工作五年来,随着时间的发展,有浓厚法律意识的企业也呈现出阶梯式增长趋势。以2009年为例,华盖公司营业额近一亿元人民币,其中95%的收入来自销售版权许可。也就是说,购买合法版权的费用几

乎占据了全部营业额。一个靠版权生存的企业,一定会做版权保护,尤其是在版权司法保护逐步完善的特殊时间里,更是有必要做保护,所以公司才会不惜花费大量人力物力从事自己产品的版权保护。在这个过程中,华盖公司本着尊重我国国情,以教育引导为主,通过自身的版权保护工作,规范市场,促使更多的人使用正版产品,使图片行业,这个在中国刚刚开始起步的新兴行业能够健康发展。

4.为什么很多网站都会有华盖的图片?

我们也发现,一些网站,域名注册信息都是个人,更谈不上公司注册地等工商信息了,他们以营利为目的在网络上非法转载他人的图片作品,这本身就是一种严重的违法行为,但是却巧妙地规避了风险,比如,在自己的网站角落里有所谓的“版权声明”,更是以付费享有的是“下载权”而非“图片使用权”掩人耳目。

在这里特别提醒:包括很多光盘图库等都是盗版产品,购买正版图片及影视素材一定要选择正规专业公司购买,这不仅能保护自己不受盗版所害,同时也断绝了盗版商的利益源头,真正做到净化版权市场。

5.对一些素材共享网站,华盖创意为什么不去找他们?普通民众又应该如何使用互联网资源、合理使用

这些素材网站呢?

这样的素材网站,①、他们的注册都是个人信息,没有任何联系方式及地址,并没有取得工商注册,不是合法运营主体;②、他们在自己网站的角落里,有明确的版权声明,这就规避了法律风险。尤其像昵图网,是一种收费形式,偷换了费用的构成部分,以“付费下载”混淆“付费使用”,使大家以为已经付费购得了使用权,不应该构成侵权行为了。其实这已经是一种严重的违法行为,但是他们的成交金额又很低,又不够法律制裁的临界点。

华盖公司作为一家企业并没有行政执法权,而在这样的网站里逐一查找公司的图片产品,工作量之巨大企业又无法做到。即使我们处理,这些网站也可以利用“避风港”原则不需要承担任何法律责任。

那么,图片素材使用者在选择从网络中获取图片素材使用时,首先应该关注网站信息的合法性,其次,不能只看到图片,而不留意“版权声明”。如果因为运营情况等原因不能自行设计或者拍摄,选择使用图片素材,一定要获得相应著作权人的许可,才能规避风险。

6.很多公司会委托广告公司或者设计公司负责公司的广告宣传。那么公司作为广告主,如何才能规避风险,减少不必要的损失。为什么华盖不能直接要求广告公司

承担侵权责任?

依据现行广告法的规定,广告主需要履行审查义务,也就是说不是签了委托合同就可以规避承担侵权行为的法律责任了。我们可以选择和有实力的广告公司合作,这些4A公司都有着很好的版权意识,他们也是正版的的主力消费群体,甚至会提醒客户注意版权的问题,及时帮助客户做好版权清除的工作。那么,并不是所有的公司都有很多的预算负责企业宣传,在不能选择大广告公司的时候,就需要提高自身的法律意识,不清楚版权来源的,或者网络下载,源自图库的素材不要同意广告公司使用。

反过来,我们发现有很多广告公司即使想买图,他的客户也不愿意付这个钱,广告公司当然也不会自己贴钱啊。广告法也保护了这类依法经营的广告公司的利益,规定广告主要承担广告内容的法律责任,同时作为使用方,著作权法也规定了行为人应该承担的法律责任。并不是享受到宣传企业的权利,而不需要履行义务和承担责任的。

7.为什么在发现侵权后华盖不能给予一次警告或者停止侵害的机会,而直接重金赔偿?

侵权行为依法是需要承担责任和后果的。既然违法,就要为自己的违法行为承担责任;这是做人的基本道理,

也是企业运营的基本原则;违法者已经造成了的损失,谁来承担,只有违法者自己承担啊。如果侵权行为人不需要承担后果,那是不是大量的合法购买者也可以选择不用购买使用权,大家都用盗版,权利人发现了就停止,没发现就继续侵权?那谁还来遵守法律?谁来合法购买?版权市场岂不是越来越混乱?

8.司法实践中法律对于华盖的维权是什么态度?你们不是也有败诉的案子吗?为什么也会败诉?

我们国家自颁布实施著作权法以来,各地司法和行政机关的坚决执行有力共睹。近几年,对于盗版和侵权行为更是不断加大了打击力度。华盖公司的诉讼案件,在全国各地几乎全部都得到了支持,毕竟法律保护著作权的精神和原则是明确的。针对网络上的一些对于华盖公司的无端猜测和诽谤,我们只能深表遗憾。

作为诉讼案件,胜败很正常,但一定搞清楚胜败的原因。华盖目前败诉的案子仅占全部诉讼案件的0.1%,这样的数字是可以充分说明事实的。其中有诉讼时效问题的,更主要的原因是了解图片行业。

经营者遵纪守法是最基本的原则。著作权法也同样是法律,也同样要尊重和遵守。我们始终相信法律是公正的。(孙玲)