

# 多部门联动成功抓捕“幽灵机” 防电影盗版靠技术更要靠自律

■文/本报记者 林琳

2019年春节档,在《流浪地球》、《疯狂的外星人》、《飞驰人生》、《新喜剧之王》、《熊出没·原始时代》等多部国产大片的带领下,档期内票房达58.4亿元。但与此同时,影片的盗版资源几乎在电影上映之初就开始在网上蔓延,不但在社会上造成了极大的负面影响,而且也给版权方带来了巨大的经济损失。

4月29日,公安部在江苏扬州召开新闻发布会,通报公安部部署开展打击春节档电影侵权盗版违法犯罪活动、成功侦办“2·15”系列专案工作情况。公安部治安管理局局长李京生通报,“2·15”系列专案查明并打掉8部春节档高清盗版影片的线下制作源头、线上传播网络、境内外勾连团伙。截至目前,各地公安机关共侦破影视侵权盗版案件25起,抓获犯罪嫌疑人251人,打掉盗版影视网站361个、涉案APP 57个,查缴用于制作高清盗版影片的放映服务器7台、设备1.4万件,涉案金额2.3亿元。

## ◎ 犯罪手段先进 不同于普通的盗版

参与侦破“2·15”系列专案的扬州市公安局治安支队警察柯路告诉记者,此次案件不同于普通的盗版案件,犯罪嫌疑人具有较强的专业知识,所制作的盗版影片也更加清晰。他表示,与以往常见的盗版多是利用DVD或蓝光翻录的不同,此次案件中,犯罪嫌疑人利用电影院正规的放映设备进行盗录,制作出“高清”版的盗版电影进行非法牟利,并利用技术手段和影院同步上映,甚至提前上映。

据查,嫌疑人完成春节档影片高清版本的盗录制作后,经加密向下线影吧发布高清盗版片源。春节档电影公开上映当天,该团伙下线一影吧业主,利用技术漏洞,通过录播软件再次盗录电影后,未经加密发给下线二级影吧,造成资源在互联网上扩散。

柯路告诉记者,本案的嫌疑人中,很多人都掌握了专业的电影放

映知识,有些人甚至过去参与过正规电影院的建设。他们对电影院放映设备的维护、安装非常了解。为防止盗版影片被发现,本案嫌疑人“克隆”了一台服务器,隐藏播放机的身份信息。

电影院所工程师周令非从技术的专业角度向记者解释了此次盗版案件的特点。

在此次案件之前,周令非把之前出现的所有盗版大致分为两类。一类是正规视频网站截流版和DVD/蓝光抓取版。“即是对非加密影片的直接复制,这类盗版的音画质与正版无异,但盗版的流出往往要等到正版视频网站和DVD/蓝光发行之后,因此对影片票房的影响甚微,但对影片下线的后市场收益影响深远。”

周令非口中的第二类盗版就是人们常说的“枪版”。“枪版”虽然音画质差,但出现时间早,对院线影片的票房影响往往是致命的。很多

剧情类、文艺类小成本影片,观众在粗略浏览影片“枪版”后,大多就不会选择去影院进行观看了。”

他还告诉记者,近年来随着智能手机和数字摄录设备的发展,实施影院盗录的拍摄设备越来越小型化,成像质量也越来越高,但盗录声音有厅堂感,其他观众走动影响拍摄等硬伤始终是盗版者无法解决的难题。

而此次“2·15”系列专案中犯罪嫌疑人所使用的手段让搞技术出身的周令非都感叹“前无古人”。“这种利用放映服务器系统漏洞实现的高清盗版结合了上述所有盗版类型的全部优点,它画质清晰、制作精良,声音更是使用线路录音直接录制,没有瑕疵;同时它通过非法修改放映服务器系统时间做到了同步上映甚至提前上映。可以说这是电影诞生以来最专业、影响最恶劣的盗版。”

## ◎ 盗版不仅偷走了票房 更盗走了“人心”

据中国版权协会监测数据显示,截至3月6日,春节档8部影片高清侵权链接数量达3.89万条,点击播放总量约8288.2万人次,初步预估票房损失和正片视频平台损失约7.87亿元。

在此次扬州召开新闻发布会上,

春节档影片的部分主创也来到现场。吴京、黄渤、沈腾和韩寒自嘲是“受害者联盟”。在公安部等有关部门介入之前,他们也曾联系到侵权方要求停止侵害时,但对方甚至态度嚣张。这无疑给了创作者极大的伤害。沈腾和吴京更

是分别用“盗版侵权者就像偷了电影人的孩子”和“盗版是在砸创作者的饭碗”的比喻表达盗版对创作者的伤害程度。黄渤则表示,只有消灭了盗版,创作者才能信心满满、无后顾之忧地创作更多、更好的作品。

## ◎ 升级技术手段 加强行业自律

春节期间发现高清盗版影片在网络传播后,国家电影局高度重视,迅速向版权部门移交线索,并部署技术部门开展水印检测,发现盗版版本出自GDC序列号为A15591的“幽灵机”。特别是公安部门介入调查之后,电影局迅速与公安、版权部门形成联动机制。

打击盗版是一场艰苦的持久战。未来,针对加强电影版权保护方面,国家电影局副局长李国奇表示,电影管理部门将更加重视电影版权保护,采取多项措施为产业健康发展提供保障:

一是加强同版权、公安部门的联动,建立长效机制,保持对侵犯电影知识产权行为的高压态势,及时封堵盗版链接、关停非法盗版网站,依法严肃处理处侵犯电影版权的违法犯罪行为。

二是加强技术研发,采取技术升级或强制淘汰方式将存在盗版风险的放映设备清除出市场,尽快实现放映机、放映服务器与密钥“双绑定”的加密方式,阻断高清盗录渠道。

三是切实加强行业内部管理,加大电影市场监管巡查力度,进一步规范影片节目管理和密钥分发的程序和制度,包括依法依规将点播影院、点播院线纳入管理,切实提升行业管理水平。

针对建立长效机制和加强技术研发,周令非对记者说,电影质检所从2012年开始监测院线电影盗版,并使用数字水印技术对盗版影片的来源进行定位。观众在电影院里观看的所有电影,在声音和画面里都被添加了放映设备的信息和放映时间,无论通过什么方式进行录制。他们都

可以通过水印技术进行法证定位,锁定盗录者。

记者了解到,随着影字【2015】578号《国家新闻出版广电总局电影局关于严厉打击在影院盗录影片等侵权行为的通知》和影字【2015】581号《国家新闻出版广电总局电影局关于加强数字水印技术运用严格影片版权保护工作的通知》的发布,以及《电影产业促进法》的正式实施,数字水印检测等反盗版技术迎来了全面应用的新时代。

“春节期间公安部破获四个重大电影盗录团伙使用的全部先导证据和线索都来自我们电影质检所反盗版工作组。以往,影院被观众盗拍,监管部门只能追究影院的管理责任。如今,随着电影局、版权司、公安部和电影质检所长效联动工作机制的建立,不管是专业高清盗版还是观众偷拍的枪版,进行传播严重侵犯著作权的,我们全部进行立案和追查。”老虎要打,苍蝇也要打。”周令非表示,进入3月以来,再未在互联网上发现院线电影的高清盗版,可以说反盗版工作收效明显。

杜绝盗版,同样离不开每一位电影从业者的努力。卢米埃影城董事长胡启鸣对盗版便是深恶痛绝。他表示,再高清的盗版也是“劣质产品”,对于导演、演员在内的每一名主创,盗版是对他们利益的侵犯和创作的不尊重。胡启鸣说,此次公安机关打击盗版的行动为他们提供了保护。作为影院的经营者,也应该提高版权意识,不仅自身要做到自律,一旦发现违法行为,应该第一时间主动配合公安部门的相关工作。

广州金逸珠江院线总经理助理

# 《光影星播客》 用“明星+公益”模式打开一片天

■文/孙信理

今年是打赢脱贫攻坚战的关键之年,是中国扶贫基金会成立30周年,也是电影频道和中国扶贫基金会共同成立的“爱心包裹”项目10周年纪念。电影频道多年来在公益项目上的认真投入,不仅传播正能量,也在社会上取得了良好反响。

作为电影频道的一档王牌栏目,《光影星播客》自2006年开播至今已500余位影视明星参与录制。十余年来“明星为电影频道做代言,频道给明星做宣传”的良性双赢体系积累了电影频道的明星资源。

同时,与中国扶贫基金会共同发起“爱心包裹”等公益项目为打造整个频道的品牌形象,扩大社会影响力等方面贡献不菲。“明星+公益”是《光影星播客》在电视栏目创新发展上高举的一面大旗,也成功打开了社会效益与经济效益双丰收的良好局面。

## 《光影星播客》开启明星变主播之路

2018年,《光影星播客》全年收视率在1%以上的周数有13周,最高收视率1.24%,超过80%电影频道播出影片的收视率,且全年位居电影频道所有栏目收视率排行之首。位列周排名前十的节目的周数有12周。能获得这样的好成绩,以下几个突出因素功不可没:

《光影星播客》作为一档服务类节目,既要树立自己的节目品牌,又要提高所介绍影片的收视率。在双重硬性指标的引导下,栏目组首创这档明星播报式栏目,并将明星嵌入电视节目导视系统的模式效应,极大提高了节目的整体收视率。究其原因,电视作为大众传播媒体,具有传播广泛和影响巨大的特点,这种新的主持形态使得明星从人物访谈语境中的被访者转换到影片推荐的主持人,使得明星主持人与节目相得益彰,创造了高收视率和可观的广告收入,明星通过这一平台也获得了威望和影响力。

这一创新式的栏目形态也在业界引起不小反响,一些电视频道争相效仿,大胆采用明星预告频道相关节目内容。如CCTV-8电视剧频道于2014年1月1日推出的影视互动服务类节目《星推荐》,也是每周邀请一位明星嘉宾,为观众推荐央视的精彩剧目。

纵观《光影星播客》每周邀请的热点人物,结合近期宣传重点和电视频道节目特色,为观众播报和推荐每周重点影片,同时揭开明星背后的故事,讲述明星的从影感受。在这里,他们是演员、歌手,更是一个不折不扣的主持人。深挖《光影星播客》收视率在1%以上的当期节目具体内容即主播和其所宣传的影片:如1月7日主播为演员陈楚生,携自己主演的影片《无问西东》做客《光影星播客》为影片代言,2月5日主播张歆艺携《泡芙小姐》,2月11日主播肖央携《唐人街探案2》,2月17日主播陈思

诚携《唐人街探案2》,2月26日主播蓝盈莹携《遇见你真好》,3月16日主播范湉湉携《闺蜜2》,9月3日主播吴优携《鸣鸿传》,9月30日主播艾伦携《李茶的姑妈》,11月6日主播沈浩携《中国蓝盔》,11月19日和11月23日主播中尔甲携《阿拉姜色》,12月31日主播陈瑾携《大路朝天》,综上内容可看出,当期主播多为大众所熟悉的流量或实力派演员,所宣传的院线新片也是大家关注度较高的影片。这也体现了《光影星播客》充分利用明星价值,宣传自己频道节目的同时,做好中国电影宣传排头兵的首任,达到双赢的节目初衷。

## 高频曝光突出其传播实力

《光影星播客》栏目在CCTV6电影频道全天候二十四小时滚动播出,涵盖全天十大核心时段,一周70次的高频曝光,日均累加收视率2.18%,尤其在晚间时段的占比更是达到收视高峰,根据CSM的原始数据可以看出,收视率1%以上的《光影星播客》当期编排播出时段多为黄金1时段(18:00)或者黄金2时段(20:00)播放影片的前后时间。黄金时段播放的国产影片多为院线票房口碑双佳的影片,因此高收视率影片必将拉动导视驻播时间。这一高收视表现同时实现了品牌、受众与内容的无缝衔接,有力的提升了传播度。

## 直观的品牌宣传与有力的价值回报

《光影星播客》作为一档王牌荧屏导视类节目同样需要吸引广告资源的投放,而其高质量的节目预告内容与明星主持的多频出现可以强化观众对节目的渴盼、期待心理,一旦观众们的“兴奋点”被激发出来,开始共同关注某一影片节目时,在广告商们的眼中,就是最宝贵的注意力资源,会直接激发他们投放广告的热程度。注意力资源可以是品牌的价值的体现,换句话说一个栏目的品牌价值及其回报无疑是广告主们最为关注的问题。《光影星播客》凭借独家的电影、明星等资源在栏目中提供设计了多种合作体系分别是:冠名片头、冠名角标、冠名标版与15秒硬广。每天10次的编排中都可以组合出现上述的合作方式,全年3650次的播出频率,为企业主们实现最强的品牌曝光与传播,带来最大程度回报的同时,也拉升了自身的收视率与品牌提升幅度及其影响力,实现了企业与栏目、品牌与经济效益的良好共赢。《光影星播客》栏目广告冠名及硬广的收入近年来一直保持在每年上亿元。

## 《光影星播客》不忘初心的公益践行者

明星变主播提升了《光影星播客》在众多电视栏目中的关注度,电影频道还在此栏目下特设“公益星主张”板块,立志把《光影星播客》打

成不忘初心的公益践行者。

“公益星主张”是以明星“真人秀+播报”的方式,围绕每期公益主题编写的脚本拍摄明星公益宣传片,形式多样活泼,传达深入人心。每年都会根据选题拍摄20余部反映社会主义核心价值观价值观、保护环境等主题公益宣传片。如近几年拍摄的“文艺新风尚”、“宪法日”、“家风”、“保护野生动物”、“快节奏慢生活”、“构建文明风尚”等宣传片在社会各界反响很好,还多次在相关公益宣传片评选中获得殊荣。

在公益推广方面,《光影星播客》栏目不遗余力,致力于从不同角度全方位展现新时代的人文关怀。通过慈善晚会、活动互动、媒体发声等一系列渠道,打造一个又一个公益品牌。借助多年来积累的明星资源,栏目从2009年开始与中国扶贫基金会共同发起“爱心包裹”项目。通过动员社会力量以捐赠爱心包裹的形式,关爱贫困地区及灾区小学生。项目开展十年来,成绩斐然,累计接受社会捐赠67756.57万元,其中来自个人的捐赠370.6万笔,来自单位的捐赠32.5万笔项目累计发放学生型美术包534.75万个,学生型温暖包49.37万个,学校型包裹3.1万个;惠及31个省(直辖市、自治区)的842个县,27738所学校和592.71万名学生,同时还有6549个家庭受益。同时该项目也成为电影频道对口帮扶贫困地区甘孜州与电影频道精神文明建设不可或缺的活动之一。2014年电影频道积极响应并参与中国扶贫基金会发起的“善行者”公益健康活动,发动来录制节目的“星播客”演员们,以“善行者”推广大使的身份宣传公益,用媒体发声来鼓励大家参与到这项公益活动中来,此项公益活所筹集的资金将用于支持“中国扶贫基金会儿童发展计划”,帮助贫困地区孩子们改善生活与生存状况。此外,《光影星播客》栏目还推出了国内文艺界首次以强大的明星阵容宣传环境保护的“2009环保星峰会”活动,2011年在中华人民共和国卫生部与全国妇联的倡议下,与北京协和医院共同承办制作了“母亲节关爱女性乳腺健康光影星播客特别节目公益晚会”,2012年与环境部联合制作播出了“六·五”世界环境日文艺晚会,三十多位担当过“星播客”的演艺明星一同参加宣传环保,上述活动都产生了热烈的社会反响,为栏目自身及电视频道的品牌建设搭建起良好的媒介平台。

《光影星播客》栏目发展十余年来,除了本身的信息传递功能,在电视频道的品牌建设上也扮演着重要角色。如今,《光影星播客》不仅在艺术形式上保持着创新姿态,同时作为一种大众传播媒体,也担负着传播中国电影文化的使命。

(作者单位:中央宣传部电影卫星频道节目制作中心总编室)

**数字影院整体方案提供商, 为您的影院建设保驾护航!** **400-819-2199**



**智信恒诚**  
ZHIXINHENGCHENG



**主营业务**

▶ 影院设备销售

▶ CGS巨幕改造

▶ 影院设备维保

▶ 激光改造

▶ 氙灯耗材

▶ 影院设备集成安装

**区域联系人:**

华南: 俞波 13681557011    华东: 乔建民 18001131606    西南: 甘贝贝 18614058668

西北: 杨勇 18910486756    华中: 田利 18611380686    东北: 乔鸿智 18001131607



广告