



遭遇疯狂盗版 技术对决方能遏制掠夺

本报记者 操秀英

“这种看热闹片子，看看盗版足够了。”2月17日正逢周六，本是走进电影院，观看热映大片的时...

进去一看，发现全都是高清版本。原以为这只是个别现象，没想到盗版竟成为近期的热词之一。

浏览器、第三方中小网站的侵权泛滥；三是这些侵权网站的服务器有70%是在国外，这其中又有一半是在美国。

源到下游分发的完整产业链。每个环节有分工，有专门获取视频的部门，还有技术、销售及推广等部门。

8部影片网络侵权链接2.5万条

早在2月2日，国家版权局就针对《流浪地球》《飞驰人生》等8部春节档影片发布版权保护预警，明确强调直接提供内容的网络服务商，在影片上映期间不得提供名单内的作品。

作为国家版权局的技术支持单位，冠勇科技在本次春节档期间，受权利人委托并联合中国版权协会版权监测中心(12426)、北京网络版权监测中心等，共同监测电影《流浪地球》《疯狂的外星人》等热门影片。

“枪版肯定是在电影院摄录的，而高清版本应该是在影片拷贝传输放映期间流出的。”吴冠勇分析。一位不愿意透露姓名的电影发行人员介绍，为了保护版权，一部电影的全部拍摄素材，由跟机员转交给数字影像技术员，此后的剪辑、调色、特效，每一步都有专人交接，并签订责任协议。

有利可图的事才会成为一门生意。“盗版的盈利模式分三块，一个是直接售卖资源，第二个是贴片广告，第三个是播放器网页中的广告。”吴冠勇分析。网友反映，此次春节档的盗版影片中总会时不时飘过澳门某赌场的广告弹窗，还有一些网络游戏广告。

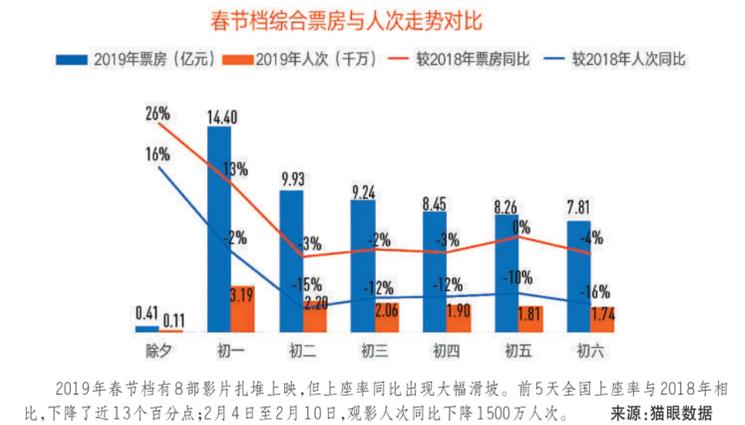
完整的盗版产业链获利巨大

“今年春节档盗版有三个显著特征。”冠勇科技董事长吴冠勇告诉科技日报记者，一是2018年春节档没有高清版本流出，而今年在影片上映36个小时内，就有1080P高清版本出现；二是即时通讯工具、

档没有高清版本流出，而今年在影片上映36个小时内，就有1080P高清版本出现；二是即时通讯工具、

“目前我们的主要做法是下线维权，在这次春节档影片盗版中，经过我们的有效通知，社交媒体与云存储类链接下线率均达到了90%以上。”吴冠勇说。据了解，截至2月14日晚，国家版权局已处理权利人投诉的侵权链接6362条。

打击，会通过技术手段进行对抗，最大程度延长盗版链接的存活时间。有业内人士认为，应继续加大新兴技术在打击盗版方面的应用。



打造国际版权保护联盟势在必行

“目前我们的主要做法是下线维权，在这次春节档影片盗版中，经过我们的有效通知，社交媒体与云存储类链接下线率均达到了90%以上。”吴冠勇说。据了解，截至2月14日晚，国家版权局已处理权利人投诉的侵权链接6362条。

打击，会通过技术手段进行对抗，最大程度延长盗版链接的存活时间。有业内人士认为，应继续加大新兴技术在打击盗版方面的应用。

社区团购能否成为商家营销的新“风口”

第二看台

本报记者 李禾

继无人货架之后，社区团购突然火爆了起来。据不完全统计，截至目前，社区团购领域获得融资的企业已达27家，总融资额度近30亿元。而电商巨头也纷纷加入这一赛道，苏宁1月上旬上线社区拼团服务，并在全国招募10万个团长；京东铺设了“友家铺子”；IDG等投资了“松鼠拼拼”；拼多多则投资了“虫妈邻里团”……社区团购似乎正在成为新零售的下一个风口。

线下同时营销的模式。“社区团购是先通过‘团长’等带头人，沟通、收集社区用户需求，再集中满足需求的一种购买方式。”车客家园创始人李晶在接受科技日报记者采访时说，这是一种更高效的营销方式，也是满足个性化需求的低成本实现方式。由于这种方式解决了生鲜损耗高、客单价低等传统电商不易突破的难题，目前主要用于生鲜等易损耗以及高频的消费产品，也因其优势备受资本的追捧。

辑”模式。如生鲜电商本来生活网的首家“本来鲜”社区店日前在上海开业，打造“门店+网店”模式，融合生鲜市场上及线下业务。该电商还在成都、武汉、长沙、郑州、天津等城市开设了近300家社区门店，希望通过这种模式实现300米到店、30分钟到家。

突破传统电商难题，备受资本追捧

其实，团购并不是新鲜事，早在2010年，团购风潮就已盛行过，当时全国各地一下子涌现了5000多家团购网站，但风口一过，由于商品问题、霸王条款等，只有少数团购商家存活下来。而当前的社区团购，则有两种新的模式：一种是以微信社群小程序为主的纯线上模式；另一种是既建有线下社区门店，又把同一微信群集中了众多顾客，进行线上

商业逻辑深刻变革，比拼服务效率

李晶说，社区团购是一种“线上逻辑”和“实体逻辑”都可以使用的工具。“线上逻辑”，也就是纯线上模式，运营起来会“跑”(发展)得更快，但跑不好很容易出问题；“实体逻辑”，也就是有线下社区门店，跑起来会慢一点，但会很扎实。“现在各类电商以及实体零售网络纷纷布局社区团购，我认为这会推动实体商业运用互联网工具进行‘互联网化重构’。实际上无论哪种零售模式，拼到最后，都是在比拼谁服务用户的效率更高、体验更好。”

熟人让购物社交化，背后也有风险

社区团购平台在获客方面，少不了“团长”助攻。通常情况下，团长是身边的熟人，可能是朋友、邻居，也可能是小区门口的保安，他们有充裕的时间，也有一定的号召力。团长的日常工作是在微信群里发送商品，组织用户根据需求选择团购。而这种团购形式，使得购物社交化。

购物社交化的社区团购，能否成为新零售的发展方向？对此，业内人士的看法各有不同。苏宁生态基金合伙人林森认为，社区团购作为电商升级后新零售的机会，极有可能成为家庭的重要购买渠道。社区团购用强于微信的邻里信任做背书，打通线上线下，可构筑一套新的零售体系。

热点追踪

过个文化年 逛博物馆渐成新年俗

本报记者 唐婷

2月17日，故宫博物院发布公告，邀请各界代表参加“紫禁城上元之夜”文化活动，这也是北京故宫首次晚间对公众预约开放。观众可参观“紫禁城里过大年”展，还可以观赏到通过艺术灯光投影于建筑屋顶上的《千里江山图卷》等绘画作品，在故宫过一个不一样的“文化元宵节”。

近年来，“博物馆里过大年”日益受到广大游客和市民的喜爱。据中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)调查，今年春节期间参观博物馆、美术馆、图书馆和科技馆、历史文化街区的游客比例分别为40.5%、44.2%、40.6%和18.4%，观看各类文化演出的游客达到34.8%。

“对知识的渴求与自觉地探索，是一个人、一个民族、一个国家进步的象征。过节方式的转变，恰恰体现了国人对知识和文化的尊重，以及对自身未来发展的美好愿景。”国家博物馆(以下简称国博)开设的“亥岁祯祥——2019新年迎春书画展”策展人杨莹露在接受科技日报记者采访时说。

今年春节，从正月初一到初六，国博的总参观人数突破了36万人次，单日的参观人数和总人数都刷新了纪录。人气旺的不只是国博。来自国家图书馆的数据显示，据不完全统计，除夕到初六，该馆到馆总人次突破12万，相对于2018年春节期间的5万余人次，同比增长140%。

十五之前都是年，“博物馆里过大年”的热度在正月初六以后仍在持续。杨莹露表示，越来越多的人选择在假期携老携幼地来到博物馆、美术馆、图书馆，反映出了人们对知识的渴望。特别是在对下一代的培养中，越来越多的家长愿意而且支持孩子多走进博物馆、图书馆，让孩子得到历史与文化的熏陶。

“文博‘虎登’：新时代·新命运”展览策展人刘均认为，全国各地有大量观众选择到博物馆里过文化年，这一方面表明，近年来人们的文化消费呈现多层次、多样化、个性化的需求，博物馆热逐渐成为新时代中国文化发展新的亮点；另一方面，博物馆自身也锐意进取，深挖改革红利，通过举办特色展览、提升接待服务水平，力求满足人们新的需求。

越来越多的在假日走进博物馆，也给博物馆的接待能力和展陈设计等带来了更大的挑战。杨莹露表示，面对观众日益强烈的文化需求，国博将在展览与传播上不断完善，满足不同知识结构观众的观展需求。同时，打破单一的展示方式，探索不同的科技手段，让观众在多元的观展体验中获得知识。此外，还将充分利用网络与科技的传播手段，加强展览的在线展示，让无法及时来到现场的观众足不出户也能感受到展览的魅力。

图个明白

珍贵树种让森林“升级”



近年来，福建建瓯大力推广种植珍贵树种，通过多项措施提升森林质量。截至2018年底，建瓯市新造或改造珍贵树种林地达8000多亩。图为2月17日，林业技术人员在建瓯市林业局东峰镇珍贵树种培育基地观察苗木生长情况。

“鸟浪”现身自然保护区



近日，海南东寨港国家级自然保护区良好的生态环境吸引了数万只候鸟来越冬，自然保护区出现“鸟浪”景观。图为2月17日，来到东寨港国家级自然保护区越冬的鸟类在天空飞翔。



扫一扫 欢迎关注 科技视点 微信公众号