

执法咨询委员会

第十四届会议

2019年9月2日至4日，日内瓦

树立尊重知识产权的风尚数据库项目

秘书处编拟的文件

摘要

本文件介绍了产权组织秘书处开展的一个项目，该项目旨在协助成员国协调根据对版权侵权的“资金跟踪”方法而采取的自愿措施。该项目包括一个安全且有权限控制的在线平台，产权组织成员国内的授权机构可向该平台上传有意为版权侵权提供便利的网站清单。允许广告行业的合法参与者成为授权用户，使用清单中包含的数据来为互联在线的广告投放提供信息。在树立尊重知识产权风尚数据库（BRIP 数据库）中进行核对后，广告主可确保其广告不会意外地出现在侵犯版权的网站上。项目旨在减少流向非法网站运营方的资金，保护品牌不被损害，以及降低合法广告可能会让非法网站看似合法从而迷惑消费者的风险。BRIP 数据库现已开放，可接受来自产权组织成员国的授权贡献者和广告部门的授权用户。

一、背景

1. 目前，互联在线的广告占全球广告支出的一半左右，相对于传统广告形式，预计其重要性将持续提升¹。网站上展示的许多广告都是软件执行的复杂技术运行的结果，无直接人为干预。这类“程序化”的广告通常会根据关于浏览记录、位置和其它可检测出的用户特征相关的信息，对电脑上展示这些广告的用户的情况做出回应。在许多情况下，广告提供商将在机器操作的拍卖中为通过特定网站向

¹ eMarketer (2019年3月28日)，《2019年数字广告支出》，原文链接：
<https://www.emarketer.com/content/global-digital-ad-spending-2019>。

特定用户提供广告的机会而竞标。在执行这些自动化程序期间，电脑系统可能会访问相关信息的数据库，比如被认为不适合投放某一特定客户或产品的广告的网站黑名单。

2. 在线广告是版权侵权网站的在线运营方的主要收入来源。由于出售在线广告的系统复杂且难以控制，合法品牌可能会发现其广告出现在盗版网站上，损害其商标，无意之间给了这些网站合法的假象，也可能会迷惑消费者。在欧洲联盟知识产权局欧洲知识产权侵权观察站（EUIPO 观察站）开展的侵权网站调查中，在这些网站上找到的广告中，主流广告占 46%²。印度工商会联合会（FICCI）开展的研究发现，在 1143 个流行的盗版网站中，73%是靠广告支持。据估计，大型网站会产生 200-350 万美元的年收入。54%的广告主为知名品牌³。

3. 一些产权组织成员国与广告行业共享关于盗版网站的信息，使广告主（即，品牌拥有者）能够告知广告中介机构避免将其广告投放到特定的非法网站上。事实证明这些计划在减少侵权网站上的优质广告数量方面是有效的⁴。比如，在联合王国，伦敦市警察局知识产权犯罪股（PIPCU）拥有一份侵权网站清单（IWL）。该清单是根据权利人提交的证据而编制，并由 PIPCU 审核，通过在线门户同广告主共享。在法国，权利人向 2015 年 3 月 23 日签署的政府资助的《在线广告尊重版权和邻接权的良好做法章程》框架内的广告公司非正式地传达侵权网址清单。韩国版权保护局（KCOPA）在其“利益来源调查”项目中监测侵权网站上的品牌广告，同广告主（或其广告公司）接洽，避免此类广告的重现。一些其他国家也制定了类似的方案或计划来开展这方面的工作。

4. 此外，意大利国家电信监管机关（AGCOM）和俄罗斯联邦的联邦通信、信息技术和大众传媒委员会（Roskomnadzor）等多家公共机构也参与查封盗版网站，由此产生了关于网站侵权特征的可靠数据。这些查封网站的活动只在国家层面有效。这些机构汇编的信息也可供外部使用，用于限制这些网站的广告收入流，这些网站尽管在国内被封，但在国际上或许仍然可以访问。

5. 没有协调这些活动的机构来确保广告主可获得广泛的信息并将其纳入对广告中介机构的指示中。从用户的角度而言，国家系统的潜在薄弱环节包括其依靠数量有限的权利人获取信息，以及难以识别可疑的外文网站。

二、项目启动

6. 2017 年 9 月 29 日，产权组织秘书处邀请一组在广告领域活跃的成员国在产权组织会晤，讨论建立在线平台来协调同广告部门之间关于版权侵权网站的信息共享的可能性。

7. 秘书处提出的概念是一个安全的在线平台，成员国机构可向该平台上传版权侵权网站清单。将允许获得批准的广告部门参与者（品牌拥有者、广告公司及其技术服务提供商）下载清单，为其关于在第三方网站上投放广告的决定提供信息。这将是一个自愿的协调机构，仅限于分享现有信息。会上

² White Bullet 解决方案有限公司（2016 年），《可疑的侵权网站上的数字广告》，原文链接：<https://euipo.europa.eu/ohimportal/documents/11370/80606/Digital+Advertising+on+Suspected+Infringing+Websites>。

³ SIPI/Veri-Site（2017 年），《糟糕的广告：当广告变为胡闹》，原文链接：<http://ficci.in/study-page.asp?spid=20987§orid=13>。

⁴ PIPCU 新闻稿（2017 年 3 月 2 日），《创意行动发现英国广告减少 64%》，原文链接：<https://www.cityoflondon.police.uk/advice-and-support/fraud-and-economic-crime/pipcu/pipcu-news/Pages/Operation-Creative-sees-64-per-cent-drop-in-UK-advertising-.aspx>；法国文化部（2017 年 3 月 23 日），Rapport 2015-2016 de la Charte de bonnes pratiques dans la publicité pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins，原文链接：<http://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Rapports/Rapport-2015-2016-de-la-Charte-de-bonnes-pratiques-dans-la-publicite-pour-le-respect-du-droit-d-auteur-et-des-droits-voisins>。

达成的共识是，这样的机构是有利的。因此，秘书处制定了项目计划，并在随后的几个月构建了网络平台。

三、BRIP 数据库的具体运行

8. BRIP 数据库系统流程图如下：

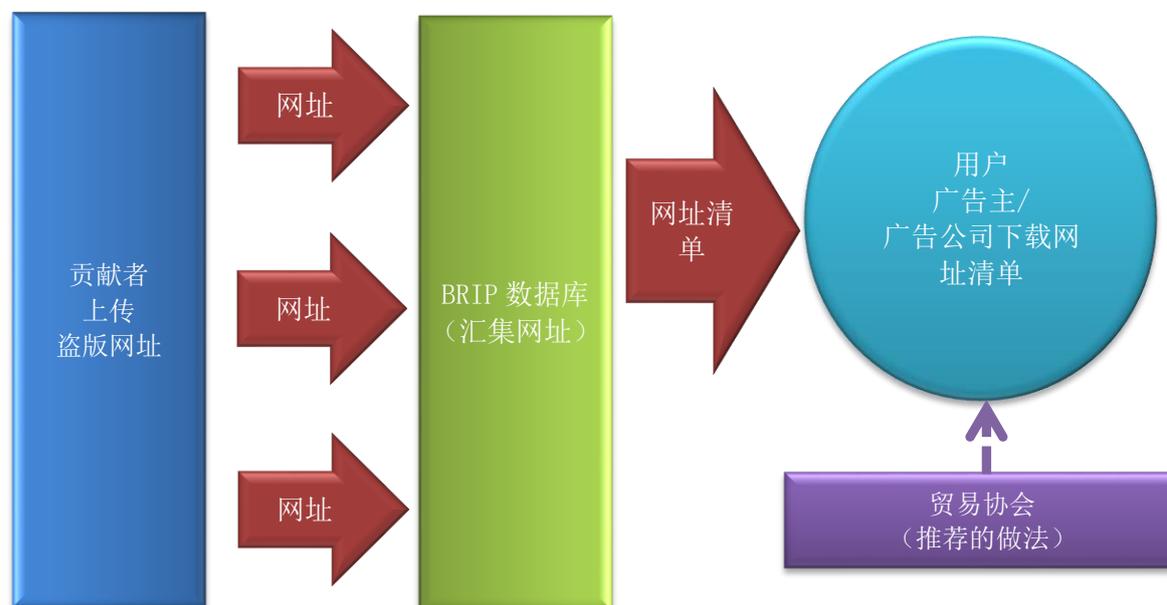


图 1：BRIP 数据库系统流程图

9. BRIP 数据库由一个安全的网站组成。收集侵权网站信息的机构（授权贡献者）向数据库上传侵权网址的清单（即，为版权侵权提供便利的互联网网站地址）。广告公司和广告主（授权用户）拥有访问数据库的受控制的权限，并且可选择使用哪些清单作为聚合订阅源访问。授权用户可使用数据来指导其技术服务提供商不允许其广告出现在清单中的网站上。系统的构建以授权贡献者和产权组织之间的谅解书（LoU）以及授权用户和产权组织之间的用户协议为基础。

10. BRIP 数据库的运行不是基于产权组织关于任何特定网站在法律上侵犯版权的任何假设。确切地说，之所以将某一国家的清单纳入平台，是因为该清单包含“令人担忧的网站”。令人担忧的网站定义是：“授权贡献者合理怀疑在其所在国家或其它地方有意侵犯版权和相关权利，或为此类侵权提供便利的在线地址”⁵。

11. 虽然维护侵权网站清单的所有成员国机构都有决定是否应将网站列入清单的程序，但采用的标准可能不同。然而，在实践中，被国家数据库定为目标网站总是公然为版权侵权提供便利。“令人担忧的网站”的标准适应国家方法之间的任何细微差异，同时也强调产权组织在数据传播中纯粹的工具功能。

12. 贡献机构仍然对其清单的有效性负责。将继续在国家层面监测系统有效性（若有）。因某一网站被列入国家清单而受影响的人保留其在国家层面拥有的任何复审或上诉的权利。若从国家清单上移除某一网站，相关的授权贡献者及时在产权组织平台上更新其清单。

⁵ 这一定义受到了《澳大利亚版权法》第 115A 条（网站查封）的启发。

13. 访问平台门户网站的权限仅限于产权组织在查实其善意后接受的广告主和广告中介。授权贡献者可以将任何特定的授权用户从访问其数据的权限中排除。
14. 在签署谅解书（若为授权贡献者）或用户协议（若为授权用户）后，每位网站用户将获得网站管理员提供的详细登录信息。网站用户可通过登陆页面访问平台。
15. 若要手动添加网站，授权贡献者需点击“添加域名”按钮。

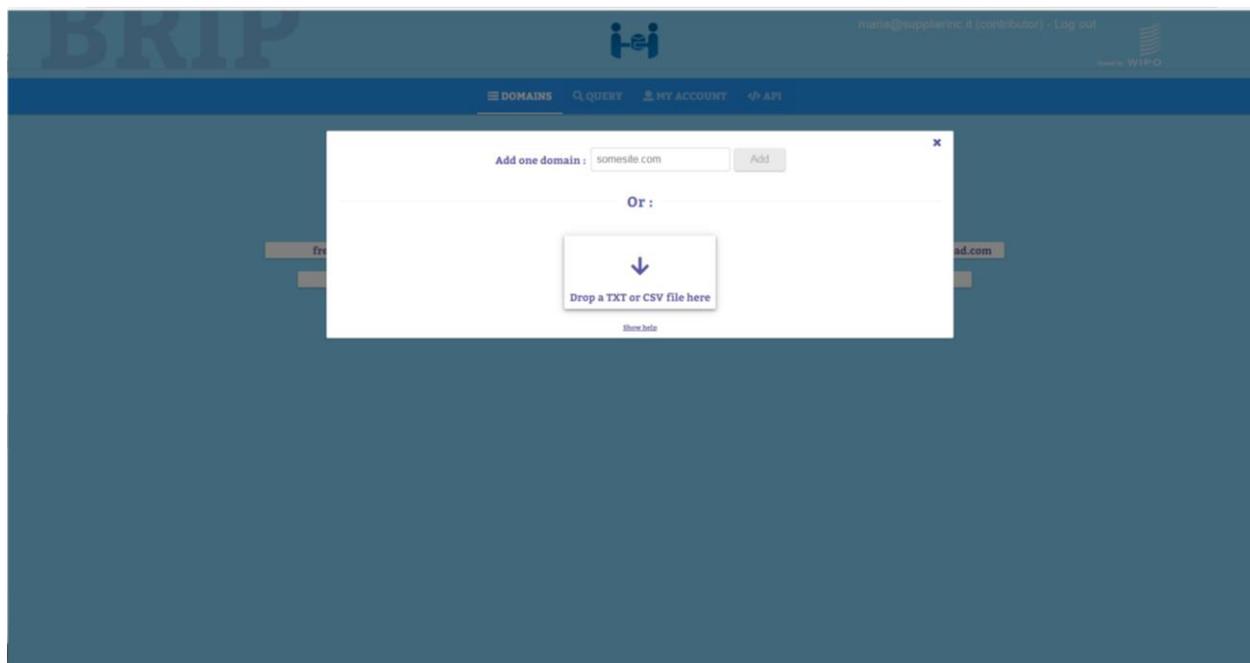


图 2：贡献者向国家清单添加网址的工具

16. 授权贡献者可手动输入单个网站的名称，或将 .txt 或 .csv 格式的清单拖入对话框中。然后，将自动上传列入清单的网址。也可以上传互联网协议（IP）地址，比如“193.5.93.25”。这允许将一般通过改装后的电视机顶盒访问的盗版应用程序和传统网站一同列入到清单中。
17. 平台的附带好处是成员国无需开发自己的在线基础设施来存放和传播令人担忧的网站清单。只需通过 BRIP 数据库即可提供清单，使用向授权贡献者提供的工具就能控制清单的访问权限。
18. 希望网站用户会利用应用程序接口（API）来更新或查阅网站。授权贡献者可设置其服务器来通过 API 自动同平台沟通。
19. 授权贡献者可点击“管理可见清单的人”按钮来控制哪些授权用户可访问其清单。点击该按钮后将显示所有有权访问平台的授权用户，可选择性地禁止任何用户访问。

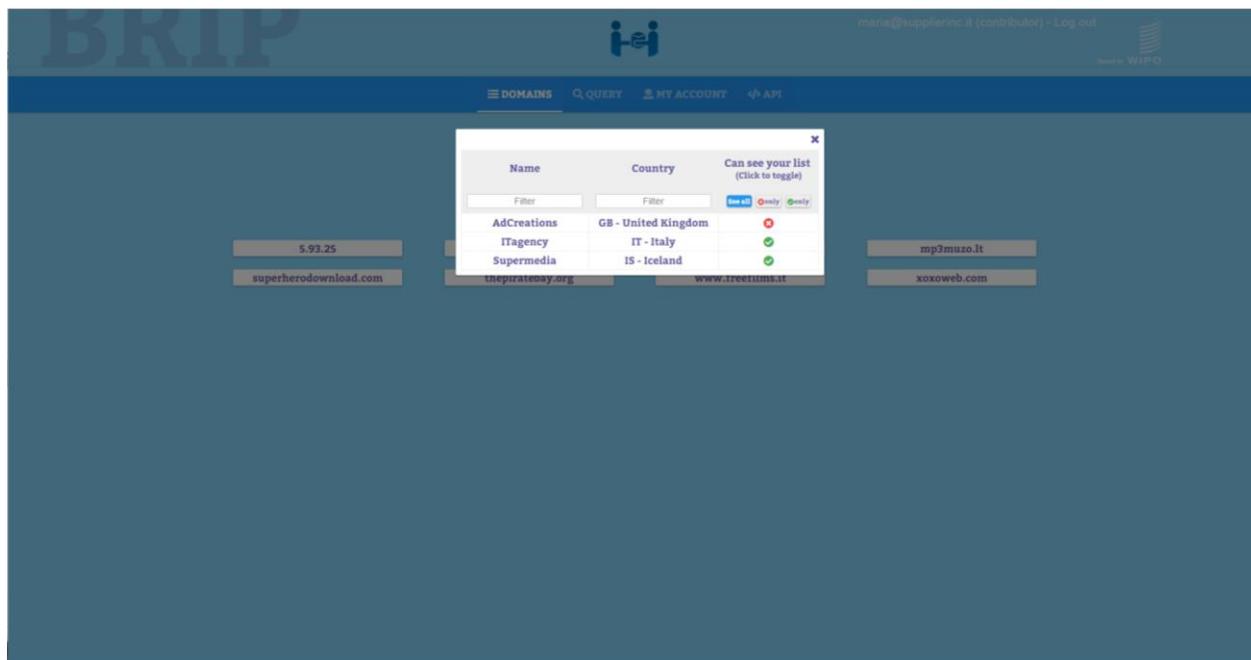


图 3：授权贡献者禁止特定授权用户访问的工具

20. 授权用户通过同授权贡献者相同的方式登录，但是无法向数据库添加或从中移除域名。授权用户可通过手动输入或通过 API 自动查阅数据库来检查某一域名是否被列在平台上。

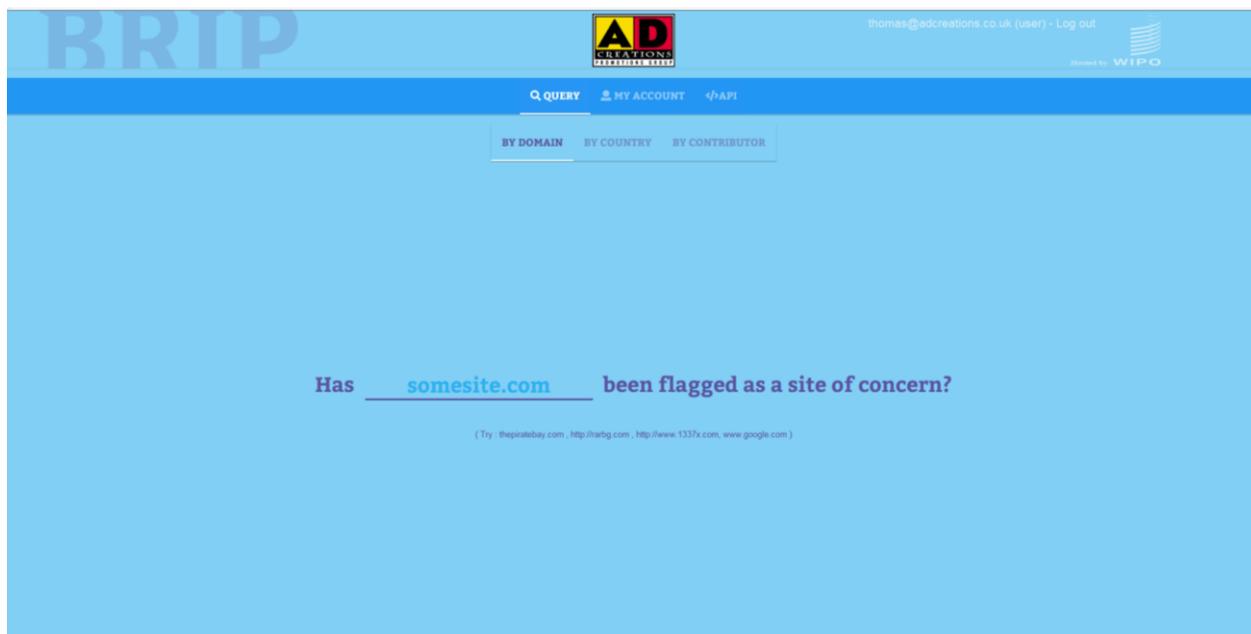
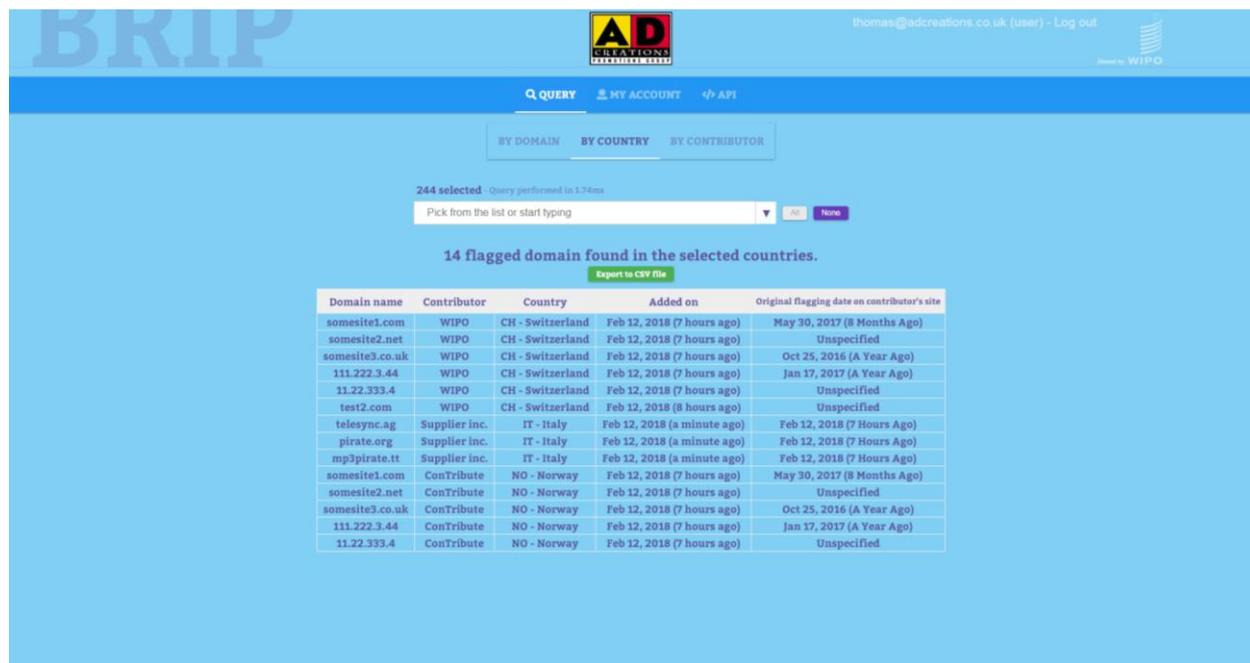


图 4：用户检查网址是否被列为令人担忧的网站的工具

21. 授权用户可按国家或授权贡献者来检索：



Domain name	Contributor	Country	Added on	Original flagging date on contributor's site
somesite1.com	WIPO	CH - Switzerland	Feb 12, 2018 (7 hours ago)	May 30, 2017 (8 Months Ago)
somesite2.net	WIPO	CH - Switzerland	Feb 12, 2018 (7 hours ago)	Unspecified
somesite3.co.uk	WIPO	CH - Switzerland	Feb 12, 2018 (7 hours ago)	Oct 25, 2016 (A Year Ago)
111.222.3.44	WIPO	CH - Switzerland	Feb 12, 2018 (7 hours ago)	Jan 17, 2017 (A Year Ago)
11.22.333.4	WIPO	CH - Switzerland	Feb 12, 2018 (7 hours ago)	Unspecified
test2.com	WIPO	CH - Switzerland	Feb 12, 2018 (8 hours ago)	Unspecified
telesync.ag	Supplier inc.	IT - Italy	Feb 12, 2018 (a minute ago)	Feb 12, 2018 (7 Hours Ago)
pirate.org	Supplier inc.	IT - Italy	Feb 12, 2018 (a minute ago)	Feb 12, 2018 (7 Hours Ago)
mp3pirate.it	Supplier inc.	IT - Italy	Feb 12, 2018 (a minute ago)	Feb 12, 2018 (7 Hours Ago)
somesite1.com	ConTribute	NO - Norway	Feb 12, 2018 (7 hours ago)	May 30, 2017 (8 Months Ago)
somesite2.net	ConTribute	NO - Norway	Feb 12, 2018 (7 hours ago)	Unspecified
somesite3.co.uk	ConTribute	NO - Norway	Feb 12, 2018 (7 hours ago)	Oct 25, 2016 (A Year Ago)
111.222.3.44	ConTribute	NO - Norway	Feb 12, 2018 (7 hours ago)	Jan 17, 2017 (A Year Ago)
11.22.333.4	ConTribute	NO - Norway	Feb 12, 2018 (7 hours ago)	Unspecified

图 5：按具体国家查询的结果

22. 关键功能是可以查询某一特定域名是否在列。在首选的实施中，在某一特定网站投放广告前，广告主的广告算法将通过 API 查阅数据。若数据库回复该网站在名单中，算法将不会向该网站投放广告。这样，整个操作是完全无缝的，不需要人为干预。

四、欧洲联盟层面的发展

23. 2018 年 6 月 25 日，在欧洲联盟委员会内部市场、工业、创业与中小企业总司（增长总司）的主持下，广告领域活跃的 28 位利益攸关者聚集到比利时布鲁塞尔，签署《关于在线广告和知识产权的谅解备忘录》（备忘录）。根据该备忘录，参与方致力于尽可能减少在侵犯版权或传播假冒商品的网站或手机应用上投放广告。

24. BRIP 数据库补充了欧洲联盟在此领域的工作。自 2018 年 9 月起，增长总司和秘书处之间保持着紧密的合作。

五、当前状态

25. 秘书处已就项目进度同成员国沟通。已同数个成员国展开双边讨论，着眼于这些成员国以数据贡献者的身份参与 BRIP 数据库的可能。在意大利国家电信监管机关和韩国版权保护局的协助下，测试数据已成功填充数据库。已完成技术安排，按计划 BRIP 数据库应该在现在开始运行。

26. 秘书处正开展目标活动来征求包括贸易协会在内的在线广告行业活跃方的建议和参与。秘书处已同该部门的地区和国家协会对话，这些协会已开始在其成员中宣传 BRIP 数据库，同时也已同独立品牌所有者对话。项目与广告部门当前利益的更大问题相关，即“品牌安全”，或避免因与可能损害品牌声誉的广告情景相关联而损害品牌。

六、结 论

27. BRIP 数据库现已向产权组织成员国的授权贡献者和广告部门的授权用户开放。项目回应了决策者对树立尊重知识产权风尚的方法日益增长的兴趣，这将依靠自愿合作，而不是司法或其它强制措施。然而，其成功将取决于其在成员国机构和广告部门中被接受的程度。

[文件完]