

□ 张良胜

一套组合拳,从“单点保护”到“全链护航”

9月24日,第七届全国少数民族文艺会演开幕式文艺晚会在北京人民大会堂举行,水城农民画连环画《豆豉耙娶媳妇》配合舞蹈《画里乡田》惊艳全场。

“以前,画完了就往箱子里一锁,生怕别人看见,更怕别人‘拿’去用。为啥?因为大家不懂啥叫版权。”贵州夜郎风文化有限公司负责人徐源表示,“如今,作品背后是完备的版权保护措施,生怕别人看不见。”

转变,源于我省近年来高度注重民族民间文化的版权保护与传承。

2020年,贵州省委宣传部、贵州省版权局组织实施“多彩贵州民族民间文化版权服务工程”,从作品登记、宣传推广、版权转化3个环节服务民族民间文化版权产业发展。而今年,我省印发实施《关于加强文化领域知识产权保护运用助推文化创意产业高质量发展的若干措施》(以下简称《措施》),理顺宣传、文旅、市场监管、司法等部门职责,搭建文化领域知识产权联合执法、侵权快速响应机制,破解以往版权保护多头管理、协同不足问题。

据省版权协会秘书长、中云版权公司董事长黄宁介绍:“《措施》是贵州文化领域知识产权保护与运用的顶层设计文件,补齐了我省特色文化版权治理短板,打通确权、保护、维权、转化全链条,为建设全省完备的文化领域知识产权保护体系锚定制度框架、机制基础与实施路径。”

“目前我国专利和商标是归市场监管总局管,涉及版权这部分,它是归另外一个部门管。”贵州省律师协会专委会副主任余清凯认为,贵州发布的《措施》非常有意,因为里面提出了各个部门来协调怎么来进行版权保护的问题。

在服务端,贵州优化“贵州省版权登记平台”免费登记“绿色通道”,为民族民间手工艺人、非遗代表性传承人提供便捷线上服务。2026年7月至9月,面向全国登记作品超16万件,较去年同期增长22.99%。平台累计登记我省特色文化资源作品超17万件。

在基层,版权服务团队先后深入榕江、台江、凯里、桐梓等地,上门开展作品登记和版权知识宣传,上门开展版权知识宣讲、登记培训350余场,服务相关文创企业和个人工作室共计5000余家。

在数据库建设方面,贵州持续建设“贵州省民族民间文化版权资源数据库”,并新建“四大文化工程”和“村字号”版权资源库。目前,民族民间文化版权资源数据库已入库作品4万余件。

打击侵权方面,开通维权热线,启动建设“调解专家库”,持续加大对我省文创产品在淘宝、京东、抖音商城、拼多多等主流电商平台被侵权销售的监测力度,有力打击和震慑了各大电商平台商家侵害我省文创版权的违法行为。

横向到边,纵向到底,我省全链条保护文化领域知识产权,让创新者“挺直腰杆”。



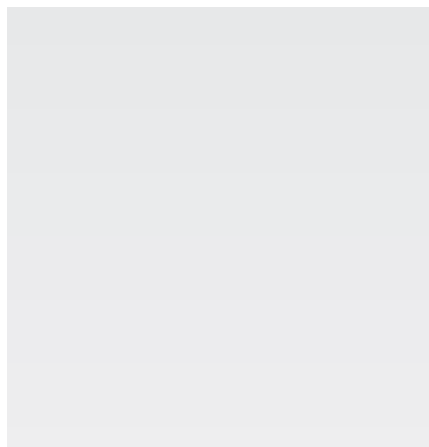
大方县漆器非遗代表性传承人高光友在为漆器绘制图画。(资料图片)



2025年11月5日,中国·雷山苗年在黔东南苗族侗族自治州雷山县铜鼓广场举行。本报特约记者 吴常琛 宋朝晖/摄

从“养在深闺”到“走向世界”

——贵州依托全链条知识产权保护助力文化产业高质量发展



苗族

贵州,被誉为“文化千岛”。以红色文化、阳明文化、民族文化、屯堡文化等为代表的多元文化体系,千姿百态、交相辉映。

近年来,贵州立足丰富文化资源,聚焦文创产业痛点,加强文化领域知识产权保护运用,推动文创企业、非遗代表性传承人以及中小微企业从被动维权向主动赋能转变,从单一保护向全链条运用转变,从资源优势向产业优势转变,让贵州文化品牌真正走向世界。

一群创作者,从“被动维权”到“主动布局”

绿茵驰骋的“村超”赛场、烟火喧嚣的“村BA”球场、流光溢彩的“村T”秀场……贵州“村字号”品牌持续火爆出圈,版权保护能否同步跟进,关系到“村字号”品牌的发展。

“品牌火了之后就更容易遭遇侵权,这是很难避免的。”台江体旅融合产业发展(集团)有限责任公司总经理陶国华介绍,“村BA”爆火后,做好品牌版



贵州“村T”现场。(资料图片)



《画里乡田》剧照。(资料图片)

权保护的紧迫性更加凸显。

“在我看来,版权、商标不是简单用来打官司维权的工具,而是‘村超’品牌的压舱石。”贵州“村超”传播总策划欧阳章伟谈道,火起来之后,蹭热度、仿冒商标的情况屡见不鲜。“所幸团队在最初就进行商标注册和版权登记,为品牌和衍生品筑起保护屏障。”

“之前我对版权没什么概念,听工作人员讲解之后才明白,版权就是用来保护我们自己创作成果的。”榕江侗族织娘、“村超牛”形象设计者赖雷感

慨,“我现在就把自己的名字都注册了商标,避免被人钻了空子。”

在黔东南苗族侗族自治州凯里市,“村T”品牌的流量东风催生了热闹的“绣里淘”非遗集市。贵州新凯文旅投公司市场发展部负责人冉昕介绍,仅集市内收集整理的各类民族纹样就多达上万种。凯里市委宣传部副部长陈超说:“版权保护中心工作人员上门一对一辅导,通过版权保护来促进商品销量。”

和“村字号”品牌一样,贵州非遗领域也发生同样转变。

专注于非遗12年的贵州瑞银鸟,目前拥有3个非遗刺绣生产基地、1个非遗银器生产基地、1个原创设计中心,品牌在全球拥有30余家门店,其品牌推出的文创产品:“繁花似锦银花瓶”“凤灵刺绣包”曾在2022年G20峰会期间被选为国礼。而在此前,登记有版权的作品仅77项。

“维权的屡次失败让我们一度觉得登记了也‘没什么用’。”贵州瑞银鸟文化传播有限公司行政专员郭羽霄表示,“随着维权途径拓宽、版权保护加强后,我们也从‘无力维权’转向‘敢于投入、放心原创’。”目前公司拥有国家专利55项、著作权登记1000余项。

黄宁表示,随着《措施》等落地见效,广大著作权人、中小微文创企业普遍反映,侵权取证难、维权成本高、民族纹样权属不清等突出问题得到有效解决,现在他们敢于投入创作,不再担心“自己辛苦创作,别人免费抄袭”。

一条转化路,从“点上开花”到“面上成景”

贵州省凯里市苗侗风情园,贵州古苗疆刺绣工贸有限公司工坊里,绣娘们指尖翻飞,五彩丝线在丝绸上勾勒出精美的苗族图腾。

“去年年销售额1300多万元,今年有望实现销售额2000万元以上。”苗绣传承人潘晓慧一边核对订单台账,一边高兴地说。

公司想做大做强,必须做大自己的品牌。潘晓慧说,“2025年8月,公司成功登记6件数据知识产权,成为贵州省首个非物质文化遗产数据知识产权保护案例,并完成了一个非遗‘数据保护—技艺传承—产业增收’闭环。”如今,公司拥有29项专利、62项作品版权,品牌影响力逐年提升,公司的绣娘队伍发展到6300多人。

徐源同样得益于我省完备的版权保护体系,他负责的公司今年农民画版权相关收益预计有望突破80万元。

“一幅画只能变现一次,这是传统乡土艺术创作普遍面临的天花板。”徐源说,版权理念的普及和版权体系的搭建,彻底打破了这个局限,运营转化正成为长效发展的核心动力。

如今在贵州,原作销售只是作品价值实现的起点,而非终点。

在产业融合与优势主体培育方面,我省构建“1+1+N”版权产业孵化体系,让村寨技艺变成可交易、可增值的版权资产。实施“民族民间文化知识产权保护专项工程”,每年遴选20个民间文艺经营主体,提供权属梳理、授权开发、市场对接等全链条服务,并建立收益共享机制。

在金融支持方面,针对文创企业“轻资产、融资难”痛点,贵州正构建文化领域知识产权价值评估与金融支持体系,推动“版权贷”“版权险”等产品发展,让版权证书变成融资抵押。

以“村字号”品牌为例,数据显示,截至今年8月,“村超”品牌已带动榕江县超千名绣娘重拾技艺,月均增收3000元;“村BA”品牌结合蜡染、苗绣工艺开发“村宝宝”玩偶等文创产品以及矿泉水、饮料等联名商品200余种,销售额超8000万元,提供就业岗位超1.5万个,吸引816名青年返乡创业。

版权保护让民族民间文化在国内“活起来、有收益”的同时,也在海外“火起来、有市场”。

近日,在海外社交平台上,贵州瑞银鸟一款银饰手机壳一天吸引了全球近70万网友围观。据郭羽霄介绍,公司在CTC、Instagram发布了16篇品牌故事,获得178.5万次曝光,2026年至今线上曝光6070万次。

这些数字背后,是贵州民族民间文化与世界的一次次直接对话。当前,瑞银鸟等贵州文创企业正着力欧美市场,用社交媒体讲述非遗背后的中国故事,以此作为品牌国际化运营的新支点。

版权出海,正在成为贵州非遗文创拓展价值边界的新方向。从单幅作品变现到品牌全链条开发,从本土小作坊到全球大市场,贵州文化产业依托完善的知识产权保护运用体系,正一步步把散落的文化珍珠串成亮丽的产业带,让“藏在深闺”的民族文化遗产,真正转化为带动群众增收、推动产业升级的发展动能,走出了一条具有贵州特色的文化转化发展之路。