



# 教育周刊 Education Weekly



教育产业观察订阅号

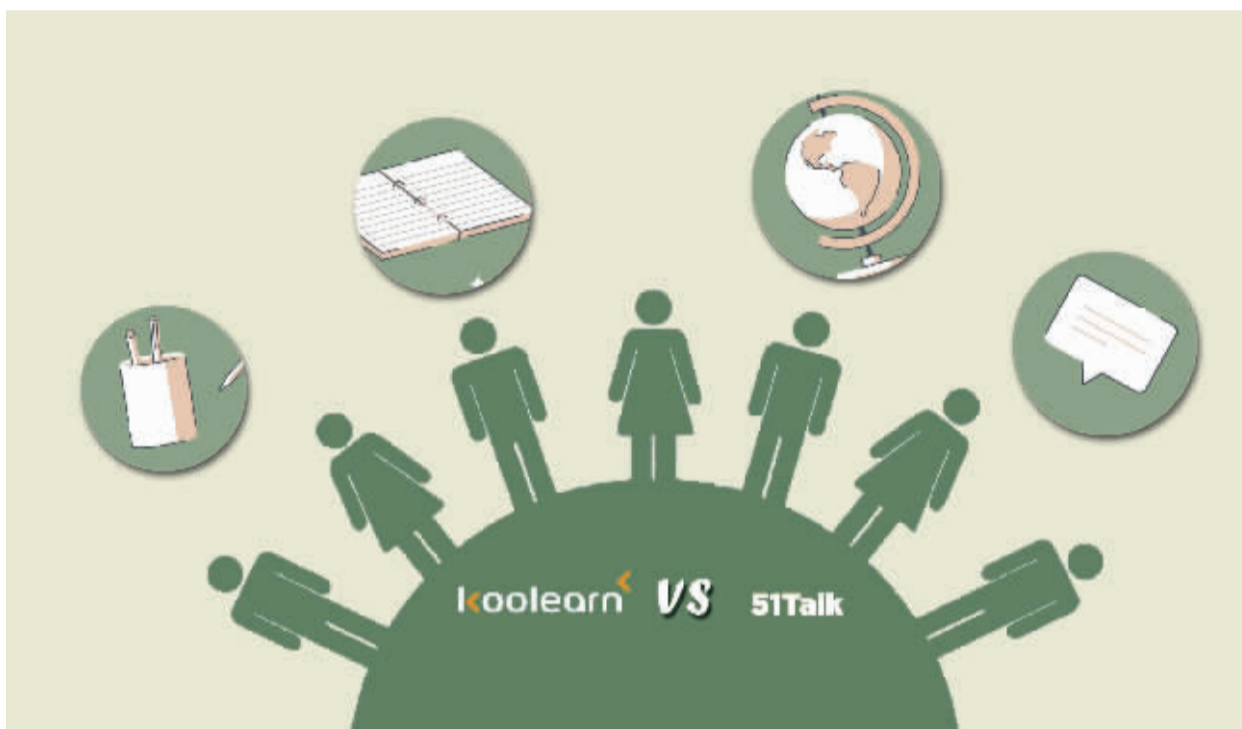
## A1-A4

2019.4.12

总第268期 今日4版 周五出版(双周刊)  
新闻热线 64101977  
主编 程铭劼

## 在线英语版权之战一触即发

近日，始于2017年的新东方在线与51Talk的版权纠纷终于画上句号，“在线教育赴美第一股”51Talk被判赔偿“在线教育赴港第一股”新东方在线经济损失24万元、合理开支6600元。事实上，步入红海之后，在线英语的同质化现象严重，内容几乎成为玩家们差异化博弈的底牌。而为了获取优质内容，DaDa、51Talk、VIPKID等一大批线上语培企业已加入到版权内容的争夺战中。有从业者表示，伴随着在线教育行业的壮大，其知识产权问题也日益突出，侵权、盗版事件屡禁不止，在线教育企业建立版权意识迫在眉睫，哪家能更好地利用版权优质教学资源，或许将会优先争得一张获客的王牌。



### 控诉51Talk侵权

根据海淀区人民法院发布民事判决书，诉讼的起因是51Talk于2016年底在其天猫网店“51Talk教育旗舰店”以1元低价大量销售的课程，其中包含多个新东方在线享有著作权的英语教学视频。为此，新东方在线于2017年末，以侵犯著作权为由，将51Talk连同天猫一同告上法庭，并索赔126.5万元。

新东方在线提交的公证书记载，涉案视频课程播放过程中的背景均有“Koolearn”、“新东方在线”的字样。除个别视频有主讲的新东方老师署名外，其余涉案视频课程中均无署名。同时，在2018年1月，新东方在线与署名老师共同出具了《著作权权属声明》，声明称其著作权除署名权外归新东方在线享有。而天猫作为提供交易服务平台的主体，未及时制止侵权交易。

根据判决书，法院认为涉案视频权利归属于新东方在线，51Talk构成对于新东方在线对其享有的信息网络传播权的侵害。对于新东方在线对天猫的诉讼请求，法院不予支持。最后法院判决51Talk赔偿新东方在线经济损失24万元及合理开支6600元，新东方在线主张的经济损失过高，法院不予全额支持。

至此，两家上市公司的版权一战落

下帷幕。近年来，随着在线教育企业的市场竞争愈发激烈，不仅争夺师资生源，还掀起了一场版权争夺战。且有越来越多的在线语培头部企业在国外版权争夺中纷纷布局。新东方在线与51Talk这场官司，或许只是教育行业逐步走向合规化的冰山一角。赛伯乐教育产业基金合伙人程子婴认为，在政策层面监管不断趋严下，作为内容核心的版权，或是未来各家比拼的重点内容。

### 海外版权受青睐

“流量+内容”的平台化战略被众多互联网教育公司视为破局之道。在线英语发展之初，流量抢夺不可避免，而对于起步较早亦或融资规模较大的玩家而言，在触达流量自增长的节点之后，内容争夺就显得尤为必要。

尤其是在线语培领域更看重品牌知名度。产品的实际购买者和消费者不是同一主体，家长对内容背后提供方的熟知度或将很大程度上影响到其选报的意愿。因此，有知名出版社及海外教材体系品牌背书的企业，其吸引力显然要大得多。其次，强大的品牌背书能节省营销成本，利于打消用户疑虑，包括接受度和信任度等。

纵观市场上的教材，一类为自主研发，一类是重金买入海外原版，根据需

要再进行二次研发。有出版社人员透露，很多培训机构想要自己做教材研发，但就凭老师在国内教学的工作经验或者是具有国外背景的就编一套被认可可能推广的教材，是很困难的。

据公开资料显示，VIPKID已与10家国外为主的出版社签约，DaDa已与11家签约，51Talk与6家知名出版社签约。以牛津大学出版社旗下少儿英语分级读物《牛津阅读树》为例，同时授权给了DaDa、51Talk、励步等多家公司，而加入争抢的远不止这几家。

这也间接给盗版等乱象滋生孕育了空间。据悉，日前美国麦格劳-希尔教育曾发布了有关Reading Wonders课程的声明，指出在市场中发现某些从事在线辅导和教育的第三方服务提供商，在未经授权的情况下使用麦格劳-希尔教育的产品、商品名称和商标，给其品牌和产品带来了严重损失，并声明DaDa为其官方合作伙伴。

### 亟待加深版权意识

在海外版权教材大红大紫的同时，其高昂的价格也不是每一家在线英语机构所能承受的。据了解，根据美国麦格劳-希尔集团、培生集团等数据统计，近30年间，美国的教材费涨了812%。有业内人士预估，当下的费用应该至少在

120万-150万美元左右，且还不能保证是独家代理。这对于本就“规模不经济”的在线英语机构，无疑是一块巨大的成本投入。

“海外版权教材固然好，但去年教育部下发了教材检查通知，不过对于培训机构影响不大，但对于海外出版社而言意味着市场缩减，也意味着针对培训机构合作价格顺理成章的调整。”上述出版社人员表示，解决了版权引进问题之后，如何进行本土化培育，以适应中国市场的学习需求也是培训机构该面对的。

互联网教育研究院院长吕森林曾表示，在线教育企业发展到一定阶段，必然会加大对知识产权的保护力度。亦有从业者表示，对在线教育平台而言，如何保障高质量的教学资源与内容是“取胜之匙”，也是在线教育平台核心差异化竞争的要素之一。而版权是在线教育赖以发展的根本，也是整个在线教育行业健康、长远发展的重要目标。因此，在线教育平台不仅要维护自身版权，更要举行业之力来加强版权保护。在当下的2.0创业时代，通过正当、合法的途径来达成与出版商的合作，对知识产权拥有敬畏心，才能使得在线教育企业拥有长远发展。

北京商报记者 刘斯文