

版权保护背景下数字音乐产业发展问题

黄志锋, 张翊颖, 韩建峰

(泉州师范学院 陈守仁商学院, 福建 泉州 362000)

摘要:数字音乐产业是当今音乐市场的中流砥柱。随着流媒体技术的发展,数字音乐展示出了其无与伦比的优势。但在繁荣的背后,中国数字音乐产业在产权保护方面暴露出了诸多问题。一方面,版权人饱受侵权行为的困扰,现有的版权保护体系很难完整地保护版权人的各项权益;另一方面,版权本身也存在着被滥用的倾向,使其难以发挥自身的作用。以保护版权与深耕版权资源作为方向,借鉴国外制度经验,着眼于法规、技术和集体组织制度角度提出有关版权保护与开发的设想与建议。

关键词:数字音乐;版权;独家授权;侵权

中图分类号:G1 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2023)10-0189-07

音乐产业是现代全球文化产业中不可缺少的一部分。在过去,以 CD、唱片或者磁带为载体的传统实体音乐筑起了音乐产业的半壁江山,实体音乐作为一种重要的娱乐方式进入了大众视野。但同时,大量盗版光碟流传在街头巷尾,唱片公司因盗版所蒙受的损失不可估量。当前,基于互联网的数字音乐的出现,改变了中国人收听音乐的习惯。

尽管数字音乐有着诸多优点,盗版现象仍如影随形。在知乎上搜索“音乐下载”四个字,搜索结果即显示了大量相关的帖子,其中大部分结果都在标题上显著地标明“免费下载”几个字,并且这类帖子往往都有着数十甚至上百的网友回复,可见数字音乐的市场虽然极为巨大,相应的侵权案件也时时发生。2021 年,据国际唱片业协会的统计数据显示,中国数字音乐的占比位居世界第一,而盗版音乐所占的比例则达到了 86%^[1]。为此,通过分析中国数字音乐产业的现状,结合国外案例,以期得出几点可用的建议。

1 中国现代数字音乐产业概况

数字音乐是指以数字格式存储并以互联网上作为平台传输的音乐^[1]。数字音乐作为新时代的音乐作品而言,与使用 CD、唱片作为载体的传统实体音乐之间的最大区分,就体现在其自身易于制作、易于传播、易于存储的特性上^[2]。但是,数字音乐所

享有的版权相比其他的版权类型而言更加复杂。其主要原因在于数字音乐版权本身的权利类型更加复杂。第一层面主要为音乐作品版权,包含所有权、复制权、演绎权与发行权、公开表演权、展出权及数字时代下的信息网络传播权;第二层面则主要为邻接权,也就是处在从属地位的录音制品版权。令人惋惜的是,虽然数字音乐进入中国的可追溯时间较早,但所处年代的局限性限制了其自身的发展。而数字音乐产业中卓有成效的商业体系构建,则主要归功于近些年来资本、政策等因素的共同作用。

2014 年,移动端互联网发展趋势明显,许多公司抓住商机,在移动端推出了各式各样的移动音乐平台。2015 年可以说是数字音乐正版化的元年,有关方相继出台了《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐的通知》《关于大力推进中国音乐产业发展的若干意见》等文件,拉开了中国数字音乐正版化的帷幕。“剑网行动”便是源自于此。2017 年,中国音乐产业中的投融资规模也攀新高,资本的大量涌入为音乐产业发展创新注入了更多活力。2018 年,在《关于大力推进中国音乐产业发展的若干意见》的指导下,中国的数字音乐产业在内容方面不断创新,产业结构逐步整合,共享产业发展模式,数字音乐产业总产值达到了 609.5 亿元,

收稿日期:2022-12-08

作者简介:黄志锋(1977—),男,福建惠安人,泉州师范学院陈守仁商学院,教授,管理学博士,硕士研究生导师,研究方向为企业管理、区域经济、文化产业;张翊颖(1998—),女,泉州师范学院陈守仁商学院,硕士研究生,研究方向为艺术管理;韩建峰(1998—),男,泉州师范学院陈守仁商学院,研究方向为文化产业管理。

并且依然保持着上升的势头^[3]。2021 年相关行业报告显示,全球音乐唱片市场增长了 6.7%。标志着全球音乐唱片市场进入了连续增长的第六年。

在中国的数字音乐产业中,音乐流媒体服务占据了绝对的主导地位。流媒体是指将一连串的媒体数据进行压缩之后,通过在网络上分段发送数据的方式,将音频媒体即时地传输给消费者欣赏。用一种通俗的说法就是“即点即听”。流媒体服务极大地方便了消费者进行数字音乐的消费与收听,这也成为国内绝大部分音乐平台服务商提供的服务方式^[4]。

2021 年以后,国际唱片业协会组织(International Federation of the Phonographic Industry, IFPI)发布的报告显示,全球录制音乐市场再度增长 18.5%。其中,付费订阅流媒体收入的增长尤为突出,相比上一年提高了约 22 个百分点。截至 2021 年底,全球共有 5.23 亿的付费订阅账户。根据受访者的数据统计,消费者订阅音乐并收听的平均时间增长了 51%。同时,报告也给出了有关中国的音乐产业数据。97%的消费者通过音乐流媒体的方式(免费或是付费)收听音乐,中国消费者每周约有 22.9 h 花在了收听音乐上^[5]。但与其他国家相比而言,中国音乐产业的一个突出标志在于,用户平均花费 45%的时间在短视频 APP 上。也就是说,短视频 APP 上的音乐视频同样也是消费者收听音乐的渠道之一,尽管它没有那么“传统”,但不可否认的是,短视频 APP 构成了中国音乐产业上的重要一环。

2 现代数字音乐产业出现的问题

数字音乐产业作为中国目前的数字经济中互联网产业链的一环,受到了较多社会关注。自 2015 年,国家开展“剑网行动”大力整治数字音乐侵权事件,又过去了几年。在这段时间中,数字音乐的版权保护力度增强,人们也逐渐形成了尊重版权的意识。但不可否认的是,中国的数字音乐产业距离国际数字音乐产业仍然有着不小差距,其中一些问题引人深思。

2.1 数字音乐侵权行为难以管制

数字音乐尽管是明确由版权法律所保护的一种艺术作品,但是在实践过程中,针对数字音乐侵权的现象依然屡见不鲜。数字音乐产业领域的盗版乱象曾经给音乐界造成极为沉重的冲击,也引起了社会各界的广泛讨论。时至今日,若是分析数字音乐产业中最大的威胁是什么,答案或许仍然是

“盗版”。数字音乐产业之所以会如此强调版权的重要性,可归结为以下三点。

2.1.1 数字音乐易于复制与传播

数字音乐自身的性质决定了其易于被复制与被传播。数字音乐与借助 CD、唱片为载体的传统实体音乐有着诸多不同。数字音乐作品能够被不限数量、保质保真地大量复制,并借助快速便捷的互联网进行传播。针对提供音乐服务这方面而言,数字音乐的这一性质是帮助其产业快速成长的巨大优势所在,但另一方面无疑是滋生盗版的温床。

消费者若是花钱购买在线音乐平台的正版音乐,则平台服务商必须向消费者开放其所购买数字音乐作品的下载,这不仅是消费者所应得的权利,也是平台服务商需要履行的义务。易于复制、易于传播的特点在另一方面也使得数字音乐的盗版成本极低,又成为其致命弱点。此外,音乐创作抄袭也是数字音乐侵权行为的一种表现形式,将旋律、歌词进行复制或简单的改动,便能创作出一首歌曲,这无疑是对音乐创作者的一种侮辱,同时也暴露了音乐产业缺乏相关监管的问题。

2.1.2 侵权主体小且分散

过去,传播盗版数字音乐的主体往往是一些音乐分享网站,或是早期野蛮生长的部分音乐平台,但随着社会版权意识的提高,此类侵权主体渐渐消失,取而代之的则是一个又一个隐藏于互联网这一丛林的“游击兵”。这是因为,互联网时代“对等网络”技术的极速发展,为数字音乐侵权传播提供了近乎完美的隐蔽效果。所谓的“对等网络”,就是俗称的 P2P(Peer to Peer)模式,在“对等网络”中,每一个参与者都相当于一个共享资源的节点,处于网络中的每一个用户,既是资源、服务和内容的提供者,也可以是资源、服务和内容的获取者^[5]。这就意味着,每一位获取了数字音乐作品的消费者,都拥有着将这一资源分享至对等网络的能力。现今网络上,传播盗版数字音乐的侵权主体,绝大多数恰恰就是获取了数字音乐作品的网络用户,他们使用的传播工具五花八门,包括了百度网盘、迅雷链接、115 网盘等,与那种域名固定的网站相比,此类侵权主体很少拥有一个固定的传播平台,往往是采用“游击战术”,更具有隐匿性的同时,也使得版权打击很难具体落实到这些侵权主体上。

此外,短视频 APP 同样也可能存在着数量极为庞大的音乐侵权行为。大多数短视频都由网络上的个人用户制作,其中所用到的背景音乐若是属于

用户自行上传且平台无版权的音乐,那么这便构成了音乐侵权的行为。但是,用户基数的庞大使得维权方搜索此类侵权行为犹如大海捞针,最终也只能是不了了之。

2.1.3 维权成本过于昂贵

21 世纪初,EMI 集团公司曾因音乐版权问题纠纷而选择起诉阿里巴巴公司,最终获赔 2 400 元。如今,尽管国家落实了一部分关于数字音乐侵权行为的法律条文,但由于上述的种种原因,中国数字音乐维权行为的成本相较于收益而言并不匹配。在 P2P 模式下,无数的侵权主体可能都只是一个对于互联网本身微不足道的网络用户。此外,泛滥的自媒体作为数字音乐侵权行为的主体,对其进行维权所耗费的时间、精力及财力都是巨大的。当然,或许上述的维权成本对于音乐服务商此类规模较大的企业而言并不算什么,但若站在独立音乐人的立场上进行考虑,这般维权成本几乎可以称得上是“天堑”。细算维权成本的话,维权主体自身需要在维护自身权益的过程中承担发现侵权行为的成本、寻求法律救济的成本及执行司法判决的成本,而这对于现今数字音乐行业中的许多独立音乐人而言是难以负担的^[5]。失衡的维权成本从根本上掐灭了被侵权主体为自身维权的动机,从而导致许多针对数字音乐产业底层的侵权行为层出不穷,且屡屡逃脱法律的制裁。

2.2 版权恶性竞争埋下隐患

版权应是为保护创作者权益所诞生的权利,但在现今数字音乐产业的发展中,版权却被异化成掠夺利益的工具。得益于如今发达的通信媒体技术,一首数字歌曲的生产与分销成本变得极低。而在数字音乐平台运营渐趋同质化的今天,曲库的差异或成为数字音乐平台之间最大的区别,数字音乐的收听作为数字音乐平台所能提供的核心服务,曲库的大小甚至可以视为平台间竞争的关键力量。2017 年,腾讯音乐通过持续不断的收购版权,集齐了包括环球、索尼、华纳在内的多家中外唱片公司的独家版权,在中国整体数字音乐版权的占比达到了惊人的 90%。2018 年,腾讯音乐旗下的三家数字音乐平台的市场占有率超过了 75%^[3]。2022 年 1 月,国家版权局约谈各家唱片公司,要求各个服务商尽量不签署独家协议。这一举措起到了一定作用,腾讯音乐公告称放弃了一部分独家版权,但该举措对头部音乐人的版权反垄断收效甚微。手握有头部音乐人版权的唱片公司仍然有着选择音乐

服务商的自由,若是版权非独家所带来的收益无法与版权独家的收益相比,那么唱片公司则会拒绝其他服务商的授权,转而与愿意出最高价的服务商签订“非独家授权”,以维持其头部音乐人版权的市场价格。在这种情况下,独家协议“名亡实存”。音乐服务商对于独家版权的追崇往往会损害消费者的利益,削弱了版权的正面作用。

1) 削弱用户消费积极性。当前国内规模较大的数字音乐服务商对于其主营业务一般是提供两种消费方式。一种为会员订阅制,消费者通过每月付费订阅数字音乐服务商提供的音乐内容,在有效期内无限畅听服务商所划定的数字音乐;另一种则是直接提供给消费者购买数字音乐专辑的渠道,消费者可付费购买数字音乐专辑,从而获取数字音乐的文件下载并可终身畅听。这两种消费方式各有利弊,但对目前的版权环境而言,会员订阅制存在着为用户消费设置门槛的问题。会员订阅制相对于购买专辑而言,在消费者经常收听音乐的情况下是较为实惠的,适合大多数的数字音乐消费者,但每个音乐平台所占有的音乐版权都不尽相同,这就导致了一种极令消费者感到不满的情况出现:想要收听的音乐版权分散在各个音乐平台上,从而不得不在多个音乐平台购买订阅服务;同时,最新释出的专辑往往并不适用于会员订阅制,而是需要用户额外付费购买专辑,造成了用户重复付费的现象。此前,腾讯音乐被指出现利用版权优势“杀熟”的现象,即当一首免费收听的歌曲检测到有较高的收听率时,腾讯音乐便将其移出免费歌曲的范畴,转而变成会员专属。以上种种情况无疑伤害了消费者的利益,削弱了用户付费订阅音乐服务的积极性。

2) 哄抬版权费用扰乱市场。2015 年的最严版权令无疑为当时的数字音乐市场刮过一阵清风。但相应的,各大数字音乐平台也就此展开了无休止的数字音乐版权的抢夺大战。尽管在这之后,国家版权局接连约谈了二十余家境内外音乐公司,要求停止这种哄抬版权、扰乱音乐市场的行为,但在 2019 年,全球专业的法律媒体 MLex 宣称国内最大的音乐平台巨头腾讯音乐,曾遭受过反垄断调查^[6]。这表明独家授权这一模式已引起国家政府层面的注意。作为商品的数字音乐版权实际上缺少版权估价系统,也就是说,版权售卖并没有一个合规的定价标准。作为知识产权中的无形资产而言,版权的资产价值完全由唱片公司与版权购买方而定,这

种由市场供求来决定的购售关系较易导致市场泡沫的出现。同时,音乐市场有着“双边市场”的特点,以“免费市场+收费市场”作为其经营模式的数字音乐服务商,更乐意将精力放在对用户流量的竞争抢夺上,以提高生产者选择自身作为经营平台的积极性,这也就导致了互联网数字音乐市场成为巨头的游戏^[7]。2017年,酷我音乐与酷狗音乐被腾讯音乐吞并;2021年,虾米音乐停止运营。拥有雄厚资本的超级平台将独家版权授权模式玩成了一场看不见硝烟的战争,而最终为此买单的则往往是消费者。

3) 恶性竞争违背版权初衷。知识产权的最终目的应是通过保护创作者的知识劳动成果,从而实现社会总收益的最大化,但版权的恶性竞争很明显地违背了这一点。在数字音乐市场中,对于某些广为传唱的音乐而言,“头部效应”是极为明显的^[8]。以腾讯音乐为例,在各个音乐服务商纷纷争抢版权之际,腾讯音乐先行完成了版权的聚拢。尽管在国家的介入中,腾讯音乐将其曲库的99%通过转授权的方式共享给其他的音乐平台服务商,但其仍坚持占据1%的独家音乐授权,也就是处在“头部”地位的音乐版权,这使得转授权这一模式几乎形同虚设。独家授权这一模式能为音乐平台带来最大的消费者流量,当一个音乐平台缺少消费者想听的音乐时,消费者自然会流向另一个能够提供这一服务的音乐平台。这1%的独家音乐,往往就是能够决定消费者最终选择哪一个音乐平台的因素,消费者实际上并没有基于版权以外的差异而拥有充分的选择权,个体用户的消费需求很现实地被锁定在拥有独家版权的数字音乐平台上。随着时间推移,用户往往会更加依赖于那些拥有主流音乐独家版权的平台,并为平台本身带来更多的利益,从而造成了数字音乐市场的版权垄断现象。

3 规范数字音乐产业的措施建议

数字音乐产业中所出现的问题,皆与版权有着千丝万缕的联系,对侵权进行有效的规制与反制版权被滥用是数字音乐产业破局的关键。所幸的是,随着时代的进步,数字音乐产业也在逐渐进步。

3.1 通过法规与技术加强版权保护

数字音乐作为一种信息时代的产物,其性质决定了其可由技术加密,并借由技术发展而进步。而数字音乐版权作为一种知识产权,其所凭依的就是法律本身赋予它的力量。

3.1.1 新兴技术有望引领版权保护

大数据技术作为社会技术潮流之一,其完全可

以应用到数字版权保护机制的建设中。大数据是由各类信息网络化、信息化所得的产物,大数据可对海量的数字化信息进行高效的处理、筛选、分类等,并完成它的任务^[5]。参考中国版权保护中心的范例,这一技术若应用在数字版权保护上,可用于搭建一个收集、处理、公示数字音乐版权信息的大数据平台,以大数据技术为基础,通过对信息的整理与收集,实现中国的数字音乐版权系统透明化,实时更新国内发生的版权信息变更,并记录数字音乐作品的传播痕迹。为维权提供充足而明确的证据保障,相当于一个“天眼”,令绝大多数的数字音乐侵权行为无所遁形。大数据平台可通过收集合同签订的信息,并与各个音乐服务商展开合作,建立平台与服务商之间的联系,保证版权信息的及时更新。也有学者提出,可以从信息加密的角度对数字音乐版权进行保护。通过“区块链”技术,对数字音乐进行“指纹”认定。“区块链”是指为一个个保存着信息的区块所组成的链条。这一技术有着难以被篡改和去中心化的特点,目前已有应用在商业领域上的范例。例如,利用经过区块链技术加密的数字合同来传递敏感信息。在音乐领域上,若利用区块链技术为数字音乐版权确权,既可以记录下后续的交易信息,也可以作为司法上的证据材料,并且还可通过数字指纹的方式,融入上述的大数据平台之中,通过指纹比对的方式,尽可能地减少数字音乐抄袭现象的产生^[9]。

3.1.2 法律法规应成为版权的保护伞

《中华人民共和国著作权法》于1990年颁布,并于2012年进行了重新修订。时至今日,社会的日新月异使得法律条文很难适应现今复杂多变的数字音乐产业形势。完善相关的数字音乐版权法律条文,对数字音乐版权划分进行明确的界定与分类应是重中之重。相关法律应主要从两个角度进行更正。一方面,应加强对侵权行为的威慑作用。1997年,美国经过修正后的《禁止电子盗版法》中加入了类似于“连坐”的处罚条例,允许政府追究购买或使用盗版作品人的责任,对于盗版使用者的处罚力度之大令人咋舌。对于国内的法律而言,应要求平台落实自身的监察主体作用,标记侵权行为,为维权行为提供方便,并且还需加大对侵权行为的处罚力度,对于累犯、重犯的侵权行为,应考虑适当引入没收财产乃至限制人身自由的刑罚手段;另一方面,法律也应合理限制独家授权模式的运用,不得让资本操控版权,使其变为获利的工具。在限制独

家授权模式方面,可参考美国颁布的《录音制品数字表演权法案》中的规定,限制独家授权模式对于数字音乐版权独占的数量、天数等,通过硬性的法律条文规定来削弱独家授权模式的影响^[7]。针对上文中提到的“非独家授权”的现象,可借鉴美国《版权法》中的法律条文,规定数字音乐作品授权的期限,并要求作品在一定期限内不可重复授权给同一家音乐平台,创造版权重复授权的窗口期。而作为独家授权模式的补充,转授权模式应得到充分的鼓励,不应存在因企业竞争关系所导致的转授权歧视。此外,适当介入反垄断法的,既不能伤害数字音乐产业的积极性,也不能过于沉默,导致市场垄断造成较大规模的伤害。

3.1.3 构建更为完善的版权集体管理组织制度

在理论的实践中,考虑到保护数字音乐产业版权的效率最大化,较为通用的方法是引入版权集体管理组织。对此,可以从国际版权集体管理组织制度得到启发。以美国为例,美国的版权集体管理组织并不唯一,而是根据产业内部进行划分。这种制度催生下的版权集体管理组织会具有更强的专业性,其管理范围尽管有所重叠,但这反而建立了组织之间的竞争关系^[10]。为了能够吸纳更多的音乐人入驻协会,协会会更积极主动地帮助入会的音乐人调查社会上出现的侵权现象,并替其收缴版权费用,以此保护音乐人的版权权益。若中国借鉴此制度,首先可做的便是细分行业领域,使版权集体管理组织的职能细化,增强其职能的专业性和凝聚性,并提高组织的效率。此外,版权集体管理组织的制度规范应当透明,同时对自身内部的管理机制做出改革。例如,定期举办交流会议,做到双向信息的交流,并考虑提高会员在管理体系中的权重,赋予其一定的民主权利,以回应社会上的质疑,吸引更多的音乐人加入组织,避免组织沦为“透明人”。如此一来,有着竞争关系的各个管理组织为了吸引会员入会,能够以更加积极的态度服务音乐人,并发挥自身的作用帮助音乐人处理版权侵权的行为。

3.2 数字音乐产业应注重整体价值体系开发

数字音乐产业中,平台的竞争往往演变为版权的竞争。消费者若是提到某些音乐平台,第一件要做的事便是确认该音乐平台所拥有的版权。而各个音乐平台也乐于“投其所好”,在与各个综艺节目、唱片公司的谈判中重金买下版权。版权保护固然重要,但若是音乐平台只满足于通过版权招徕消

费者,那么难免有失偏颇。

3.2.1 注重培养用户版权付费意识

近些年来,中国用户在数字音乐消费中的付费率有所上升,但与其他有着成熟模式的国家相比仍有差距。因此,国家层面应着手宣扬守法精神与版权意识。针对音乐行业从业人员与年轻一代的网络用户,分别以组织会议学习与公益广告投放进行宣传,并可在搜索引擎的相关搜索结果中加入对于下载盗版资源的规劝告示。此外,教育也应从学生开始,在思想品德的课程教材中编入版权保护的相关知识与范例,将版权保护的意识根植人心,形成社会层面尊重版权的清风正气。对于当下而言,可以借鉴苹果公司创立的 iTunes 音乐商店。iTunes 音乐商店最早是苹果公司为了推销其 iPod 音乐播放器而推出的音乐分销平台,该平台将音乐版权方与用户直接对接,用户可以方便地从音乐版权方手中直接购买正版音乐,并下载至 iPod 中。这种模式使得用户较为直观地认识到为版权付费的行为与意义。而对于中国用户而言,根据艾瑞咨询于 2019 年做的一项调研显示,有 67.1% 的用户认为仅凭免费内容足以满足自身的需要^[11]。借鉴 iTunes 的经验,数字音乐产业可以共同建立一个电子商务平台,通过类似“淘宝”的模式,引入拥有实名认证的音乐人作为版权卖家,与用户进行买卖对接,通过市场定价调节机制,将定价权交给市场,且此种方式在国内外已有类似的实践,如国内的“猴子音乐”“曲多多”等。网易云作为音乐服务平台的巨头,也在 2023 年 1 月着手建设 Beat(伴奏)交易平台。这种售卖商品“明码标价”的模式既可以作为版权集体管理组织制度的补充或替代,也有助于用户更加直观地形成购买版权、支付版税的付费意识。

3.2.2 积极发掘独立音乐人资源

随着互联网的发展,独立音乐也逐渐进入大众视野。独立音乐是一种与主流商业唱片公司有所区分的音乐形式。独立音乐的创作较为自由,创作者往往只有一个人。数字技术与自媒体的发展为独立音乐人提供了发声的渠道与机遇,独立音乐也因此迅速成长。网易云音乐曾推出过“石头计划”,投入资金挖掘独立音乐人资源。但在音乐人之间,“头部效应”依然十分明显。平台可考虑加强对于独立音乐人的扶持与培养,增加独立音乐人的曝光力度,整合资源制作独立音乐人节目,提高独立音乐人原创内容制作方面的投资,建立音乐人才激励机制,缩小音乐人之间两极分化的差距。具体而

言,音乐服务平台可给予独立音乐人流量扶持,通过大数据算法使其最新的原创作品直接推送至可能感兴趣的用户。为独立音乐人提供包括网络直播、音乐短视频、线上音乐节等在内的宣传渠道,并在APP内植入线下音乐节或Live house(小型现场演出)的售票口,为独立音乐人吸引流量。其核心内容可概括为将线上演出与线下演出相结合,通过线上的演出积累听众,激发独立音乐人创作激情,随后通过线下演出的高变现能力来确保音乐人的收益,形成一个良性循环。此外,音乐服务商也可借鉴英国独立唱片厂牌4AD的经验,考虑建立拥有较强的独立性的“厂牌”,以保证独立音乐的独立性不变质,并在商业性与独立性中找到一个平衡点,借此吸引独立音乐人加盟。而在实现版权价值方面,独立音乐人则是上述的版权电商平台的最佳卖家,独立音乐人可在平台上自由出售制作的正版音乐,以达到版权保护促进创作的最终目的。

3.2.3 服务商垂直深耕平台模式与内容

音乐版权作为音乐服务商的核心竞争内容的地位,在目前转授权不完全的情况下难以撼动,但这并不意味着音乐服务商平台自身的内容与模式就不能吸引用户。近些年来,音乐服务商已经在积极探索平台的内容与付费模式。例如,采取捆绑付费的形式,将音乐平台的会员与视频网站、偶像经济的相关增值付费业务相捆绑,以达到更高的付费率。此外,在探索付费新模式的道路上,2021年有着较大热度的NFT或为各个服务商指明了一条新的道路。NFT的全称为Non-Fungible Token,意为非同质化代币,有着独特性和稀缺性,其技术核心依赖于上文提到的区块链技术,刻入的版权信息不可篡改。NFT的引入可为音乐这一艺术品引入全新的概念——数字艺术品。举例说明,音乐服务商可制作以NFT为前提的数字音乐专辑,该数字专辑限量发行,每一张数字专辑都有着独一无二的编号和封面,消费者购买的数字专辑将作为收藏品永久刻入区块链当中。在这一过程中,区块链相当于消费者在现实中的“储藏柜”,区块链中的数据难以被篡改,且会记录下翔实的交易记录与持有者数据。消费者可以依据自己的意愿,再次交易该数字艺术品,售卖给其他愿意购买的用户。这项技术在海外热度较高,国内的先行者则是腾讯的“幻核”区块链和阿里巴巴的“鲸探”区块链。数字艺术品的功能并不仅仅是收藏与交易,也是用户手中的一个“凭证”。音乐服务商可根据这一凭证开展更多的

相关活动来提高数字艺术品的价值,例如,音乐服务商可为拥有凭证的用户开通专属的身份标识,展示于用户的个人页面或是社群讨论界面中,可举办拥有凭证方可入内的线上数字音乐派对,可与其他音乐IP进行联动等。由于年轻人对于数字音乐的付费意愿更高,更愿意尝试新鲜事物,数字形式的艺术品对该群体会有着不错的吸引力。

4 结语

从2012年的99%盗版率到2021年的全球第六大音乐市场,中国的音乐产业走过了坎坷崎岖的一段路^[1]。对于中国音乐产业这十余年的巨变,国际唱片业协会IFPI评价道:“中国政府通过长期的法制建设,将版权人的收入还给了他们,并进一步地投资了音乐社区。我们相信这将是一个绝佳的范例,它证明,制定正确的法律能为数字音乐产业塑造一个光明的未来。”但是,中国数字音乐产业目前所显现的某些弊端并不是顷刻间便能解决的,这注定是一条漫漫长路。本文所提供的设想与建议也受限于篇幅,不能进行深入的发掘。然而,中国音乐产业的盗版现象,更应该从制度与环境的层面去思考。不能奢求每一位普通公民都能自觉地遵守秩序,而是应该着手建立合理的制度来矫正侵权的行为。如果没有成熟的版权保护体系,没有完善的政策法规,没有公民的版权付费意识,那么数字音乐产业的发展将受到极大影响。令人欣喜的是,在有关版权保护的社会调查中,大部分受访对象都表现出对音乐版权的认可与支持。或许数字音乐发展的前路并不会一帆风顺,但一定能稳步向前。对于每一个普普通通的消费者,保护版权的意义就在于在旅途疲惫之时,能够在音乐所带来的港湾中稍作歇息,怀揣着信念与勇气奔向下一段旅程。

参考文献

- [1] 彭译萱. 中国数字音乐版权交易模式研究[J]. 出版广角, 2020(23): 64-67.
- [2] 娄创. 中国数字音乐产业版权生态链的构建与对策研究[D]. 重庆: 重庆理工大学, 2020.
- [3] 李卓群. 数字音乐平台盈利模式分析[D]. 北京: 北京交通大学, 2020.
- [4] 张林. 利益平衡视角下数字音乐法定许可制度的构建[D]. 北京: 北京外国语大学, 2020.
- [5] 刘承魁, 孟铂林. “法律+技术”视角下中国数字音乐版权保护体系构建[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2020, 40(1): 167-173.
- [6] 辜凌云. 数字音乐独家版权模式反垄断法问题研究[D]. 北京: 北京外国语大学, 2020.

[7] 龙俊. 数字音乐版权独家授权的竞争风险及其规制方法[J]. 华中科技大学学报(社会科学版), 2020, 34(2): 83-94.

[8] 黄虚峰, 孟娜. 正版化背景下中国独立音乐版权开发研究[J]. 中国出版, 2020(5): 39-44.

[9] 唐宁. 数字音乐版权研究[D]. 北京: 中国音乐学院, 2020.

[10] 张丰艳. 数字音乐文化传播中的版权困境与解决之道[J]. 中国音乐, 2013(4): 174-177.

[11] 中国数字音乐内容付费发展研究报告(2019年)[C]//上海艾瑞市场咨询有限公司. 艾瑞咨询系列研究报告(2019年第7期). 上海: 上海艾瑞市场咨询有限公司, 2019: 34.

Research on the Development of Digital Music Industry
under Copyright Protection

HUANG Zhifeng, ZHANG Yiyang, HAN Jianfeng

(Chenshouren Business School, Quanzhou Normal University, Quanzhou 362000, Fujian, China)

Abstract: The digital music industry is the mainstay of the music market. As the development of streaming, the music market has achieved its growth and has played its unparalleled advantage. But China’s digital music industry has exposed many problems behind the prosperity. From the perspective of copyright protection, copyright owners are plagued by infringement. The existing copyright protection system was difficult to protect the rights and interests of copyright owner. On the other hand, copyright itself had the tendency to be abused, making it difficult to play its own role. Suggestions for copyright protection and development are proposed, including drawing on the experience of foreign systems and focusing on regulations, technology and collective organizations systems.

Keywords: digital music; copyright; exclusive license; infringement