

数字音乐版权市场的垄断形成与困境突破

王习丰

华东政法大学经济法学院, 上海

收稿日期: 2023年10月21日; 录用日期: 2023年11月18日; 发布日期: 2023年11月24日

摘要

以我国数字音乐版权市场历史发展着手, 逐步分析我国数字音乐市场垄断格局。我国数字音乐版权市场经历了盗版泛滥时期和独家授权时期, 进入后独家时期后, 依然有着垄断格局遗留下市场准入难、音乐版权新型侵权出现、音乐人收入低侵权救济困难等问题亟待解决。为了解决这些问题, 首先需要完善中国著作权集体管理制度, 从法定垄断逐步开放; 其次可创新网络科技和经营要素新业态, 探索数字音乐发展新道路; 最后是要完善音乐版权法律保护, 尤其是专有许可使用限制和《著作权法》与《反垄断法》的相互联结。

关键词

数字音乐, 音乐版权, 著作权集体管理, 反垄断

Monopoly Formation and Dilemma Breakthrough in the Digital Music Copyright Market

Xifeng Wang

Faculty of Economics and Law, East China University of Political Science and Law, Shanghai

Received: Oct. 21st, 2023; accepted: Nov. 18th, 2023; published: Nov. 24th, 2023

Abstract

Starting with the historical development of China's digital music copyright market, this paper gradually analyzes the monopoly pattern of China's digital music market. China's digital music copyright market has experienced a period of widespread piracy and a period of exclusive authorization, and after entering the post-exclusive period, there are still problems such as difficult market access left over from the monopoly pattern, the emergence of new types of music copyright infringement, and

the difficulty of remedies for infringement with low income for musicians. In order to solve these problems, it is necessary to firstly improve China's copyright collective management system and gradually open it up from a statutory monopoly; secondly, it is necessary to innovate new forms of network technology and business elements, and to explore a new path for the development of digital music; and lastly, it is necessary to improve the legal protection of music copyrights, in particular, the restrictions on the use of exclusive licenses and the interconnections between the Copyright Law and the Anti-Monopoly Law.

Keywords

Digital Music, Music Copyright, Copyright Collective Management, Antitrust

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

由数据网络支撑、平台协力运作所构成的互联网平台经济已成为社会经济稳定发展的主要形式之一，平台经济已经渗透进社会经济发展的方方面面[1]。但自由经济下，无序扩张的互联网平台极易因强者越来越强而形成寡头垄断。2020年《关于平台经济反垄断指南》的出台，包括国家市监局对阿里收购银泰案、阅文收购新丽传媒案、丰巢网络收购中邮智递案这三起案例以未依法申报经营者集中为由进行调查并罚款50万元，都预示着平台经济领域反垄断已成为重点法律问题。

2021年，数字音乐版权产业“独家授权”模式逐渐收到反垄断执法部门的重视。同年7月，国家市场监管总局对腾讯音乐涉嫌经营者集中予以处罚，并责令其解除版权独家模式等措施来恢复市场竞争状态。之后，网易云等各大音乐平台相继放弃独家音乐版权并采取版权互授等合作模式。

从世界各地来看，音乐行业都是首当其冲受到互联网发展冲击的产业。中国音乐产业从21世纪初互联网盗版音乐的泛滥横行，到2015年仅存几家音乐平台的“独家授权”竞争，最后发展到版权完全集中于腾讯、网易云两大巨头手中。可以看出，音乐产业紧随互联网的波动而动。

2. 我国数字音乐版权市场发展过程

我国数字音乐版权市场发展过程按照时间顺序可大致分为三个阶段。分别是盗版泛滥时期、独家授权时期和后独家时期。根据熊琦老师的观点，按照音乐类型我国数字音乐的发展也可分为三个阶段，分别为盗版且免费阶段、正版且免费阶段和正版且付费阶段[2]。

(一) 盗版泛滥时期

第一个阶段是2012年之前的数字音乐盗版横行时期。21世纪初，我国版权意识还未形成，音乐市场上无论是在线试听平台或者客户端下载平台都充斥着大量盗版作品，曾出现过搜刮、网易搜索、百度MP3、酷乐、SLSK等厂商，到2005年，我国市场上存在的音乐网站达到四百多家[3]。在2008年《数字音乐报告》里，国际唱片业协会(IFPI)点名批评了百度和雅虎中国提供大量未经授权的音乐；2010年《数字音乐报告》显示，当年中国音乐市场上数字音乐的比重为71%，盗版率约99%。

不同于电影、图书等资源，对于音乐资源，大多数用户没有对画质、屏幕或实体等质量的追求。例如mp3格式就是在这个时期产生，这种格式在尽量不损害音质的情况下将音乐资源压缩到最小，可以说

mp3 格式就是为盗版而生。再加上版权得不到重视的市场环境,追求正版的音乐平台在市场上缺乏优势,甚至因维护正版而处于竞争弱势。数字音乐处于这种劣币驱逐良币的环境下,导致诸多正版音乐平台纷纷倒闭,退出竞争市场。

随着数字音乐版权意识的全面普及以及充分的诉讼维权,盗版作品和平台开始没落。自 2012 年,两大搜索平台百度和谷歌开始提供正版数字音乐免费下载服务,正版覆盖率达到 94% 以上。

(二) 独家授权时期

为了治理盗版乱象,2015 年 7 月,国家版权局出台《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知》,责令数字音乐平台下架所有未经授权的音乐作品。同时,国家版权局联合国家网信办、工信部、公安部宣布“剑网 2015”专项行动正式启动,严查网络音乐等侵权盗版。在国家政策的影响下,盗版作品逐渐消失,同时各大音乐平台开始数字音乐版权竞争,这种做法一来为了响应国家政策,二来为了巩固其市场地位,同时为了自身利益开始积极维护数字音乐版权。独家授权模式既激发了平台打击盗版的动力,又提高了消费者的付费意识和音乐创作者的收入水平。

经过多轮的竞争与并购,数字音乐市场上仅存腾讯旗下的 QQ、酷狗、酷我音乐,阿里旗下的虾米音乐、天天动听,网易旗下的网易云音乐。其中,腾讯通过并购中国音乐集团迅速取得竞争优势地位,合并后其曲库音乐资源占比超过 80%,市场份额同样达到 80%。随着三大音乐巨头之间的愈发激烈的版权大战的展开,市场上的音乐版权成本以数十倍增长,用户想要尽情的听音乐也必须把所有的软件全部下载。

(三) 后独家时期

2017 年,国家版权局为了遏制这种现象,指出音乐版权哄抬价不利于网络音乐的健康发展,要求杜绝音乐作品版权专有许可、公平授权[4]。在这之后,三大音乐平台相继达成版权互授合作,并于 2018 年成功打通版权曲库,转授率高达 99%。

然而,腾讯所有的具有强力竞争力的音乐作品版权仍属于剩下 1% 之中,如周杰伦、五月天等一众粉丝量巨大的顶流音乐人的作品都不在相互转授之列。2020 年,腾讯得到了国际唱片公司如环球、华纳等的长期合作授权,其所有的版权在消费市场上的占比达到了 90%,已经明显具有垄断表象。2021 年,阿里旗下的虾米音乐在版权大战中竞争失败,宣布关停。至此,腾讯在音乐市场的垄断地位进一步得到巩固。

2021 年 7 月,国家市场监督管理总局对腾讯于 2016 年收购中国音乐集团涉嫌违法经营者集中进行处罚,此案也是我国《反垄断法》实施后,对违法实施经营者集中采取必要措施恢复市场竞争秩序的第一起案件[5]。至此,根据媒体报道称,我国数字音乐版权市场进入后独家时期[6]。

3. 我国数字音乐版权市场治理困境

我国数字音乐版权授权模式基本借鉴国外经验进行套用,属于“舶来品”,当下数字音乐版权的主流授权模式为:集体管理组织授权、独家授权、转授权[7]。这三种模式都曾在中国数字音乐版权市场发展过程中产生过重要作用,其中集体授权模式在音乐版权混乱无序时代为数字音乐的发展保驾护航,独家授权模式遏制了中国互联网初期盗版音乐的泛滥,而转授权模式则在一定程度上缓解了独家授权模式带来的市场垄断风险。然而,随着互联网科技的不断发展和数字音乐版权制度的逐渐完善,既有模式的弊端也开始显现。转授权模式虽是在独家授权模式上做出进一步的版权分摊,但仍无法解决我国数字音乐版权市场发展过程中逐渐积累的顽疾。我国数字音乐版权市场主要存在如下困境:

(一) 垄断格局仍然存在,市场准入门槛高

2021 年 2 月虾米音乐正式关停,意味着三大网络巨头之一的阿里巴巴在音乐领域竞争中的败退,数

字音乐市场上仅剩的腾讯和网易两家依旧活跃。根据腾讯音乐财报显示, 腾讯音乐在线音乐服务在 2019 年到 2021 年移动端月活跃用户数分别为 6.53 亿、6.44 亿、6.22 亿, 营收 254.34 亿元、291.53 亿元、312.44 亿元, 年内利润分别为 39.77 亿元、41.76 亿元、32.15 亿元, 实现连续三年盈利; 而网易云音乐在 2019 年至 2021 年在线音乐服务月活跃用户数分别为 1.47 亿、1.81 亿、1.83 亿, 总营收 23.18 亿、48.96 亿、69.98 亿, 净亏损 20.16 亿、29.51 亿、20.56 亿[8]。由数据可见, 二者在营收和活跃用户方面均存在不小的差距。尽管转授权模式使腾讯音乐放弃了近 99% 的独家音乐授权, 但庞大的用户量仍使其在音乐市场竞争中占据着绝对的优势地位, 这种优势地位得益于腾讯在独家授权时期实施的违法经营者集中行为, 反过来其市场优势又会促进其与上游版权所有方的版权交易。如此循环往复, 数字音乐市场上的寡头垄断格局将会愈发根深蒂固。其结果便是, 垄断平台进一步挤压用户选择权, 放大自身获利空间。对音乐平台竞争对手来说, 垄断行为主要是差别待遇行为和拒绝交易行为, 具体包括音乐版权转授价格方面的差别待遇、搭售过期版权以及无正当理由限制版权转售行为。此外垄断平台还可能存在诸如广告植入泛滥, 版权费用激增, 随意控制价格等危害行为。

在这种版权优势地位之下, 不仅老牌竞争对手在市场的倾轧中相继倒下, 不断提高的市场壁垒也使数字音乐行业难以出现新的竞争者。此消彼长, 我国数字音乐市场的腾讯和网易“一超一强”格局将不断得到巩固, 市场竞争被弱化。

此外, 根据我国民法和著作权法的规定, 独家授权协议属于意思自治, 并不违法。虽然腾讯涉嫌非法经营者集中被处以解除独家音乐版权的处罚, 但是这种处罚对与其交易的上游版权方并无效力。在腾讯受到处罚后, 版权方并不着急与其解约, 导致独家授权的解约进展十分缓慢。另一方面, 腾讯与国际音乐集团环球、华纳等有着深度的资本联系, 双方都持有对方的股份或投资。因此, 腾讯在数字音乐领域寡头垄断的优势地位并没有因解除独家授权的影响而改变, 仍需新型音乐版权合作模式来改变这一局面。

(二) 新型侵权产生, 版权救济困难

独家授权模式曾在打击数字音乐发展初期泛滥的盗版作品中起到了至关重要的作用, 有效保护了正版音乐市场竞争秩序。一方面, 在如今后独家时期, 音乐盗版侵权行为已经鲜有发生, 但随着网络技术的发展以及音乐作品更加方便且大量地使用(例如网络直播中的播放、翻唱的以及短视频等 UGC 作品中播放的音乐), 音乐侵权行为更加普遍及隐蔽。2021 年初, 中国音像著作权集体管理协会委托“12426 版权监测中心”监测快手 APP 上的未经授权滥用其管理的录音制品的行为, 发现涉嫌侵权滥用录音制品作为背景音乐的视频数量多达 1.55 亿个[9]。在全民短视频的浪潮之下, 用户刚提高不久的音乐作品版权意识被破坏, 音乐侵权变得更加“方便快捷”。另一方面, 当网络服务提供商上架未经授权的音乐作品的侵权行为暴露后, 往往通过互联网侵权制度中的“避风港原则”避免承担侵权责任。因此, 音乐版权保护任重道远。

其次, 无论是对于平台还是个人的侵犯音乐作品版权的行为, 权利人都很难维护自身的合法权益。首先是囿于数字信息技术的限制, 权利人很难在海量的视频作品中发现自己已经“被侵权”。其次, 在独家授权被剥夺后, 音乐平台便无法作为合格权利人维护版权利益, 因此便会在一定程度上怠于处置盗版侵权作品, 版权维护的压力将会再次转移回上游权利人[10]。与网络平台相比, 处于弱势地位的权利人(尤其是独立音乐人)往往要付出更大的时间和金钱成本来维权。根据 2020 年《中国音乐人报告》显示, 音乐人维权成功率不足 50%, 放弃维权的原因往往是维权成本高、没有能力维权、不知被侵权和没有实际损失[11]。

(三) 音乐创收低, 付费用户少

从全世界范围来看, 数字音乐市场经过充分的兼并与收购, 市场竞争者往往会越来越集中于互联网

巨头的手中，如中国从音乐市场从“百家争鸣”到如今腾讯、网易两家独大，如世界五大唱片公司到现在三大唱片公司华纳、索尼、环球。原因在于仅靠音乐市场的收入很难反哺上游，只有这些互联网巨头公司有资本通过别的业务来补贴音乐业务的亏损。尽管中国数字音乐市场的用户付费率从2003年的0.4%提升到2021年的11.9%，有了很明显的进步，但相对于国际数字音乐平台spotify45.2%的用户付费率，中国数字音乐付费用户还是有待提升。中国数字音乐市场中，仅有腾讯以其市场优势地位实现在线音乐服务整体盈利，网易云近三年在线音乐服务仍在亏损。

此外，平台的低收益率往往导致上游版权方不得不提高音乐版权的售价来弥补音乐创作中产生的成本与亏损，这种不合理的高价授权费最终将转嫁到消费者、被转授权方以及非头部音乐人的头上。根据《2021年中国音乐人报告》所述，2021年的音乐人中有16.37%无任何收入，有六成以上月收入不足八千元[12]。对于处在买方市场的音乐人而言，利润和资源往往集中在拥有核心音乐版权的头部音乐人手中，而这种具有核心竞争力的版权往往不会被转授权。长此以往，非头部音乐人在与音乐平台之间进行的版权交易中势必会处于劣势地位，甚至不得不被迫签订损害其自身利益的“霸王条款”。这种不合理的数字音乐营收体系不仅大大降低了原创音乐人的创作热情，也阻碍了中国音乐事业的良性发展。

4. 我国数字音乐版权市场治理策略

区别于发达国家由产业主体通过司法诉讼来扭转商业劣势的做法，我国2010至2021年期间多次采取由国家行政管理部门发起的行政干预的方式，确实起到了迅速规范数字音乐著作权市场的作用[2]。虽然前几次政府对音乐市场的干预都得到了显著的效果，但这种做法是否会一直有效且毫无隐患呢？维托·坦茨在《政府与市场：变革中的政府职能》中强调，市场失灵并非一直需要政府的持续干预。国家的过度干预往往会形成行业的垄断，阻碍市场和私人部门的发展。因此，行政力量何时介入和介入的限度问题至关重要，市场的稳健发展也不能完全依靠政府的力量，需要在行政干预之外寻求更加契合稳定的治理之道。

（一）推进著作权集体管理制度的健全

从国内外实际经验来看，著作权集体管理制度对数字音乐产业的持续健康发展至关重要。显而易见的是，我国并没有在著作权法领域树立真正的集体管理制度理念，而是以集体管理之名行行政管理之实，许可效率也就当然难以提升[13]。对于我国数字音乐发展而言，当务之急是要完善数字音乐版权集体管理制度。我国集体管理条例和著作权法采取的是一种法定的鼓励垄断的方式，要求同一个领域只能有一个集体管理组织。这种模式虽然鼓励垄断，但各国都会采取一定的措施来限制这种垄断(如美国通过和解协议来限制)。而我国却缺乏对垄断的限制与约束的方式，这就导致了线下非法集体管理的出现。因此打通传统症结的第一步，就是将著作权集体管理组织从法定垄断变更到逐步开放。

其次，民事代理和非法集体管理一定要明确区分。这样即便做不到开放集体管理组织，也可以从外部引入竞争，由此来迫使集体管理组织提升自身效率。另一方面，可参考欧美的竞争制度，采取有限放开集体管理组织的方式，产业内部细分多个集体管理组织相互竞争，可强化音乐版权的保护、提高管理效率，同时又能防止垄断的形成。

（二）创新网络科技和经营要素的使用

针对互联网快速发展带来的数字音乐新型版权侵权的发生，仅靠行政力量的干预很难将其斩草除根，往往只在短期有效制止侵权且极易反弹。在2007年之后，国外视频网站油管就通过内容与身份匹配系统建立资料库来过滤版权内容；目前，腾讯也已开始运用类似的“视频基因比对技术”，通过以视频中的关键帧和MD5值为检测对象，并以人工智能和算法技术来进行辅助匹配验证[14]。此外，区块链作为一种“去中心化”的分布式记账方式，其与中心服务器的技术架构相比，具有“不可篡改”的信用优势[15]。

再结合 DRM (数字版权管理) 技术, 通过平台对音乐作品加密与付费的控制, 版权侵权将很难实现。

《2021 年中国音乐人报告》显示, 2021 年, 有六成以上的音乐人曾在各个平台上上传音乐短视频。《2020 抖音音乐生态数据报告》显示, 2020 年排名前十的爆款歌曲总播放量为 945 亿, 相当于全中国平均每人播放 67 次^[16]。随着网络数字技术的快速迭代发展, 短视频、直播与音乐的融合和人工智能、区块链、大数据、虚拟技术的相继涌现, 腾讯音乐和网易云音乐这种传统数字音乐平台不再是音乐传播与盈利的唯一途径。对于音乐人和音乐平台来说, 利用新技术调整经营要素来达到互联网新业态竞争中的百尺竿头, 既是一种挑战也是一种机遇。

(三) 完善法律保护

我国现行数字音乐版权的保护法律有《著作权法》、《互联网著作权行政保护法》和《信息网络传播权保护条例》。实践中数字音乐权利人在诉讼中往往面临取证困难、赔偿数额难认定和赔偿数额过低等问题, 需要完善数字音乐领域版权保护与权利人救济规则。首先, 要降低权利人取证难度、加强侵权惩罚力度。其次, 针对互联网平台以“避风港”原则规避法律责任的行为, 司法实践中则需要法官严格加以考量。

我国《著作权法》对著作权的合理使用和法定许可制度等都做出了如指出作者姓名、作品名称和不得损害著作权人的合法权益等限制条件。然而专有许可制度在法律上却缺少合理有效的约束机制, 权利人往往会享有不被限制的排他、独占许可的权利。我国针对音乐版权独家授权模式的规制仅体现在国家市场监督管理总局以《反垄断法》中的违法“经营者集中”条款对腾讯音乐作出的处罚中。因此在我国, 版权独家授权模式并不当然具备违法性, 只是因为《著作权法》对于版权专有许可缺乏限制, 只能依靠《反垄断法》等外部机制调节^[17]。然而仅从反垄断方向对独家授权模式进行规制的模式只能是一种补救措施, 还需要从根源处限定版权专有许可的权利边界。可借鉴美国版权法相关规定, 从许可期限和专有许可数量上作出限制规定, 数量越多期限越短。并在到期后一定期间内限制平台持续获得同一作品的专有许可授权。由此可解决音乐平台长期固定垄断音乐版权的问题, 从内部控制版权独家授权模式的风险。

此外, 应在适度原则下维持《反垄断法》这一外部制约机制的兜底作用。虽然《反垄断法》未就数字音乐平台滥用数字音乐版权等知识产权排除、限制竞争作出具体详细的规定, 但当《著作权法》缺位时, 仍可以《反垄断法》概括性规定以及原则性条款如“滥用市场支配地位”条款来弥补。

参考文献

- [1] 徐晋. 平台经济学[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2013: 4.
- [2] 熊琦. 音乐产业“全面数字化”与中国著作权法三十年[J]. 法学评论, 2023, 41(1): 130-141.
- [3] 李思赢. 数字音乐独家版权模式解除与反垄断——以对腾讯音乐的反垄断调查为例[J]. 中国物价, 2022(4): 69-71.
- [4] 叶明, 张洁. 利益平衡视角下的数字音乐版权独家授权模式研究[J]. 电子知识产权, 2018(11): 32-42.
- [5] 国家市场监督管理总局. 市场监管总局依法对腾讯控股有限公司作出责令解除网络音乐独家版权等处罚[EB/OL]. http://www.gov.cn/xinwen/2021-07/24/content_5627058.htm, 2023-02-22.
- [6] 邢国涵. 数字音乐市场“后独家”时代来临专家呼吁加强政策支撑助力数字音乐健康发展[N]. 法治日报, 2021-10-12(10).
- [7] 吴悦. 互联网背景下数字音乐版权流转与保护探究[J]. 新媒体研究, 2022, 8(20): 42-44+78.
- [8] 陈俊明. 腾讯音乐“回港”跌势未止! 月活用户数持续流失[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1744748016827165231>, 2023-02-23.
- [9] 张玲. 涉嫌侵权视频达 1.55 亿个, 音集协控诉快手两年未解决侵权问题[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1690479769945333448>, 2023-02-25.
- [10] 陈煜帆. 后独家时代数字音乐版权市场的治理困境与应对策略——从平台经济领域的反垄断切入[J]. 出版发行

- 研究, 2022(7): 69-76.
- [11] 张剑. 2020年中国音乐人报告全文授权发布: 唱片已死、音乐永生[EB/OL]. <https://news.caijingmobile.com/article/detail/427767>, 2023-02-26.
- [12] 祖杨. 理想和面包兼得, 音乐人“为爱发电”的窘境如何破? [EB/OL]. http://k.sina.com.cn/article_6494755109_1831e192501901blk1.html, 2023-02-27.
- [13] 熊琦. 著作权集体管理制度本土价值重塑[J]. 法制与社会发展, 2016, 22(3): 96-108.
- [14] 田小军, 郭雨笛. 设定平台版权过滤义务视角下的短视频平台版权治理研究[J]. 出版发行研究, 2019(3): 66-69. <https://doi.org/10.19393/j.cnki.cn11-1537/g2.2019.03.021>
- [15] 杨延超. 新技术催生版权保护新格局[EB/OL]. <https://m.gmw.cn/baijia/2021-02/09/34610856.html>, 2023-02-27.
- [16] 李洪鹏. 《2021年中国音乐人报告》发布: 近七成音乐人上传过音乐短视频[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1733703019385233466>, 2023-02-27.
- [17] 黄先蓉, 常嘉玲. 我国著作权集体管理机制的发展困境与对策研究[J]. 中国编辑, 2017(1): 44-49.