

从音集协强制下架歌曲事件看音乐产业版权问题

音集协要求 KTV 下架 6000 首作品事件近期引起广泛关注,此事件反映出国内音乐产业版权保护及版权规范方面仍存在较多问题。本报告试图从美国音乐产业的版权分类及产业管理组织模式出发,厘清中国音乐版权分类及产业组织模式,在借鉴发达国家音乐产业组织管理模式的基础上,总结中国音乐产业版权目前已有的问题及未来可能的发展趋势。

核心观点

- **版权保护机制、产业主体“有为而治”保证美国音乐产业良性运转。** 音乐产业的最上游为音乐创作人,具有极度分散的特点,以广播音乐公司(BMI)为例,其代理的词曲作者及出版商超过 70 万个。个体音乐产出者必然具有溢价能力低、收入确认难的问题,而良性的产业生态又需要让创作者获得应有的收入以维持创作产出量。因此,美国音乐产业出现了完备的版权保护机制和创作者集体代理组织,这两大制度设施对产业良性运转产生了重要作用。**美国版权管理及数字发行等垂直服务商崛起:** (1) 专业数字音乐版权管理公司出现,并不断抢占版权份额,例如, BMG、Kobalt、Tunecore; (2) 数字音乐发行平台崛起,例如 CD Baby、Tunecore。
- **国内音集协与音著协是音乐著作权人的唯一代理方,** 其中“音著协”代表的是词、曲作者的利益,“音集协”代表的是录音、录像、音乐电视制作者的利益。根据国际作者与作曲者协会联合会(CISAC)发布的《2018 年全球版权报告》,截至 2017 年全球音乐版权增长 6.0%,达 94 亿美元。全球版权实现连续 5 年增长,较 2013 年增长 28.2%。2017 年中国版权收费总计 2.06 亿元人民币。其中数字版权收入所占比例极高,是创作者最大的收入来源,占中国音乐著作权协会收入的 38.1%。
- **集体管理制度不完善导致上下游产业链未能形成良性循环。** 国内的版权管理组织至少存在三方面问题: (1) 竞争的缺失导致管理机构议价及维权动力不足,也未公开绝大部分收费标准。(2) 音著协所管理的版权种类过于分散,缺乏有效手段检测版权使用情况,从而为各类版权进行市场化定价。音集协在监测数据方面仍存在技术问题,业务效率较低; (3) 音集协对代理公司缺乏有效的业务监管。
- **集体管理组织是保障音乐产业版权收入的代理组织,是版权收入发展的重要基础。** 基于音乐产业庞大的市场业务,各环节的职能将向精细化与专业化的方向发展,代理组织不可或缺。为实现音乐产业版权收入市场的持续扩大,为集体管理组织的专业化与职业化发展提供良性的保障机制将是未来重要的发展方向。借鉴美国市场化模式及已有的众多集体管理组织机构,中国音乐版权集体管理组织模式进行完善的可行路径大致有两个方向:一是引入市场化机制,二是从制度层面对现行集体管理组织制度进行完善。若秩序重建,音乐版权内容价值将迎来重大重估。

风险提示

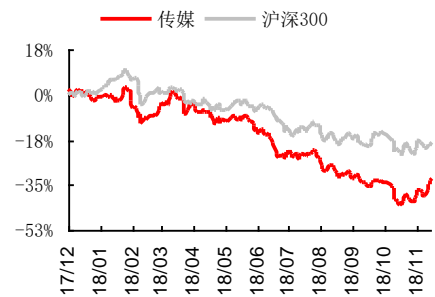
- 正版版权政策推进不达预期,第三方版权管理机构运作效果不达预期,经济增长放缓



东方证券
ORIENT SECURITIES

行业评级 **看好** 中性 看淡 (维持)
国家/地区 中国/A 股
行业 传媒
报告发布日期 2018 年 12 月 3 日

行业表现



资料来源: WIND

证券分析师 **邓文慧**
021-63325888-7041
dengwenhui@orientsec.com.cn
执业证书编号: S0860517100002

联系人 **马继愈**
021-63325888-6107
majiyu@orientsec.com.cn

相关报告

从 Roku 看海外 OTT 终端设备盈利模式	2018-11-30
严监管下, 2019 年是否会出现内容荒?	2018-11-30
付费会员高增长, 行业景气依旧向上	2018-11-29

目 录

1 版权分类：中美略有差异，国内版税规定待完善	4
1.1 美国音乐产业版权规定及分类.....	4
1.2 美国数字音乐版权分配路径解析.....	5
1.3 中国音乐版权涉及七项财产权利，无明确版税收取规定	7
2 国内外音乐产业管理组织及模式.....	8
2.1 市场化机制下美国音乐产业高效运作.....	8
2.1.1 出版商和版权集体管理组织代理创作人实现产品变现	8
2.1.2 专业版权服务及数字发行服务商崛起	10
2.2 中国音乐产业的管理组织模式待完善，版税收入市场增长空间较大	11
2.2.1 版权管理及保护工作实行国家版权局指导、地方部门执行	11
2.2.2 我国著作权集体管理组织接受国务院行政部门主管	11
2.2.3 我国音乐版权市场快速增长，仍有较大空间	12
3 事件背后的音乐产业版权保障及行业未来发展方向.....	13
3.1 事件：KTV 统一下架 6000 首歌曲.....	13
3.2 行业现状：集体管理制度不完善导致上下游产业链未能形成良性循环	13
3.3 未来趋势：制度化保障集体管理组织模式合理运行	14
风险提示	14

图表目录

图 1：1999-2017 年全球音乐产业收入（单位：十亿美元）	5
图 2：数字音乐商店销售模式下的版权分配	6
图 3：音乐授权使用模式下的版权分配	7
表 1：中国音乐作品著作权涉及的相关财产权利	7
图 4：BMI 收入来源	9
图 5：ASCAP 主营情况	9
图 6：Kobalt 提供三大服务	10
图 7：Tunecore 音乐版权管理业务	11
表 2：2016 年卡拉 OK 著作权使用费收取标准（单位：元/天/终端）	13

11月5日，中国音像著作权集体管理协会（以下称“音集协”）发出《关于停止使用部分涉诉歌曲的公告》，要求各KTV终端生产管理商和卡拉OK经营者删除或者不再向消费者提供6609部音乐电视作品即MV。此事件反映出国内音乐产业版权保护及版权规范方面仍存在较多问题。

本报告试图从美国音乐产业的版权分类及产业管理组织模式出发，厘清中国音乐版权分类及产业组织模式，在借鉴发达国家音乐产业组织管理模式的基础上，总结中国音乐产业版权目前已有的问题及未来可能的发展趋势。

1 版权分类：中美略有差异，国内版税规定待完善

1.1 美国音乐产业版权规定及分类

音乐版权分为众多类型，词曲作者和表演艺术家分别享有不同的著作权：词曲作者持有音乐作品歌词和旋律的权利，而表演艺术家持有录制歌曲的权利。通常来讲，音乐作品版权归音乐发行商所有，而音乐录音制品版权归唱片公司所有。唱片公司需要首先获得音乐作品版权人的机械（复制）许可后才能将音乐作品制成唱片、CD、MP3等录音制品。

根据美国版权法规定，音乐作品和录音制品版权人均享有复制权、表演权、发行权、演绎作品权等：

（1）表演权

当音乐作品或录音制品被公开演出时，使用者需要向版权所有人支付表演权版税。根据版权人的不同，表演权又分为（1）音乐作品表演权，（2）录音制品表演权（利用机械播放的数字化传输权）。表演权一般包括公共表演权（电视台、电台、餐厅、酒吧等）、数字表演权（流媒体、卫星电台等）和现场表演权（演唱会等）。

（2）机械（复制）权

机械（复制）权是建立在机械（复制）许可之上的，当音乐作品被制作作为CD、唱片、MP3等录音制品，或者在付费点播流媒体（如Spotify）上播放时，音乐作品版权方会获得机械（复制）权版税。目前，音乐作品机械（复制）权的版税率由政府通过强制许可来设定，通常是每一份版权9.1美分。

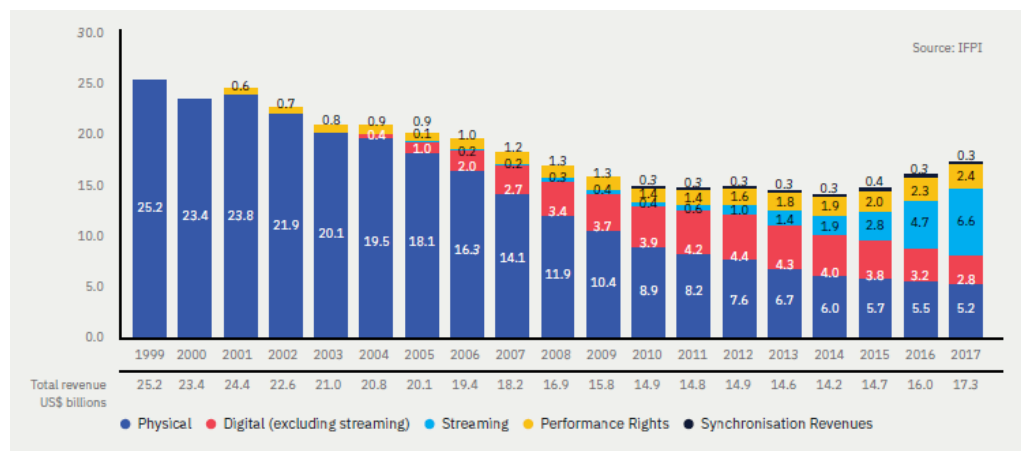
（3）同步播放权

同步播放权通常与视觉影像伴随出现，当广告、电影、电视节目、电子游戏等使用背景音乐时，需要支付同步播放版税。一般来说，词曲作者和演唱者都享有同步播放权。以影视作品配乐为例，电影制作者选取某个音乐作品作为配乐时首先要取得音乐作品作者的许可，如果电影制作者没有同步获得录音制品主体（演唱者）的许可，那么他只能自己演唱或演奏该音乐作品应用在电影中。因为在实践中不同的歌手、不同的演奏者可能在不同的时期，将同一个音乐作品录制成不同版本的唱片，如果电影制作者需要该音乐作品在某个版本中的片段或全部，他就必须同时获得音乐作品主体和录音制品主体的应用许可。

1.2 美国数字音乐版权分配路径解析

流媒体音乐平台的崛起，数字音乐（流媒体+下载）收入已占到音乐产业整体收入的一半以上。全球音乐产业收入自 1999 年达到 252 亿美元的巅峰后，经历了长达 15 年的长期下滑。2015-2017 年，全球音乐产业收入分别为 147、160 及 172 亿美元，同比增长 4.3%、8.8%和 8.1%。2015 年起音乐产业连续三年回暖，核心驱动来自于音乐流媒体收入的增长。2015-2017 年，来自全球流媒体音乐的收入分别为 28、47 和 66 亿美元，同比增长 47.4%、67.9%和 40.4%。2017 年，流媒体音乐收入占音乐产业收入的比重已达 38.2%，数字音乐（流媒体+下载）收入已占到音乐产业整体收入的一半以上。

图 1：1999-2017 年全球音乐产业收入（单位：十亿美元）



资料来源：IFPI，《GLOBAL MUSIC REPORT 2018》，东方证券研究所

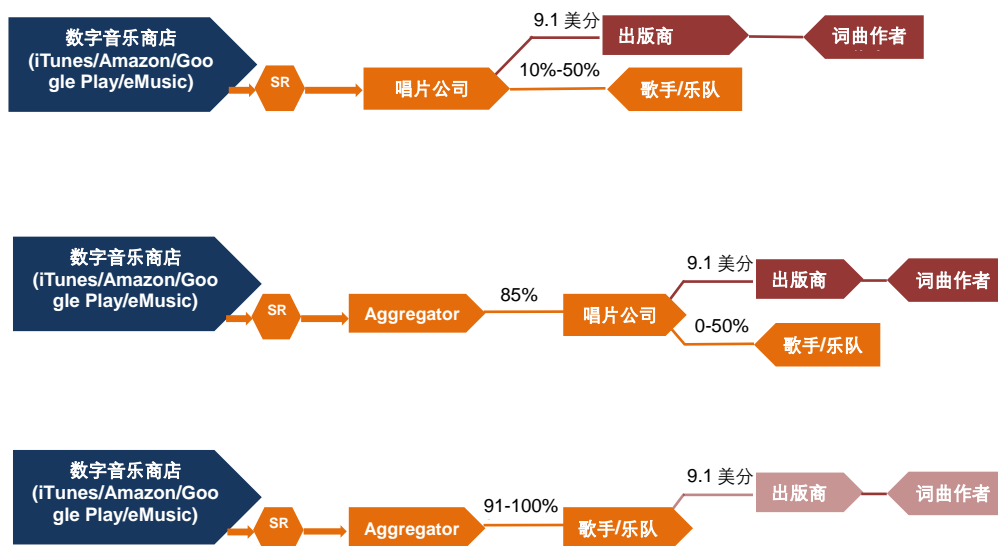
数字音乐版税的分配机制如下：

（1）数字音乐商店销售模式下的版权分配

在数字音乐商店（如 iTunes、Amazon、eMusic 等）中，用户付费下载数字专辑或者数字音乐形成数字音乐销售收入。一般来说，唱片公司或者唱片公司联合体将直接获得销售收入并进行分配：

（1）根据机械（复制）权的规定，唱片公司向出版商（词曲作者）按照每份 9.1 美分的价格支付机械（复制）版税；（2）销售收入中的 10-50% 支付给演唱歌手或乐队。歌手或者乐队也可以不与唱片公司签约，而委托 CD Baby 等网站发行专辑，从而获得销售收入分成的大部分。

图 2：数字音乐商店销售模式下的版权分配



资料来源：Royalty Exchange，东方证券研究所

(2) 音乐授权使用模式下的版权分配

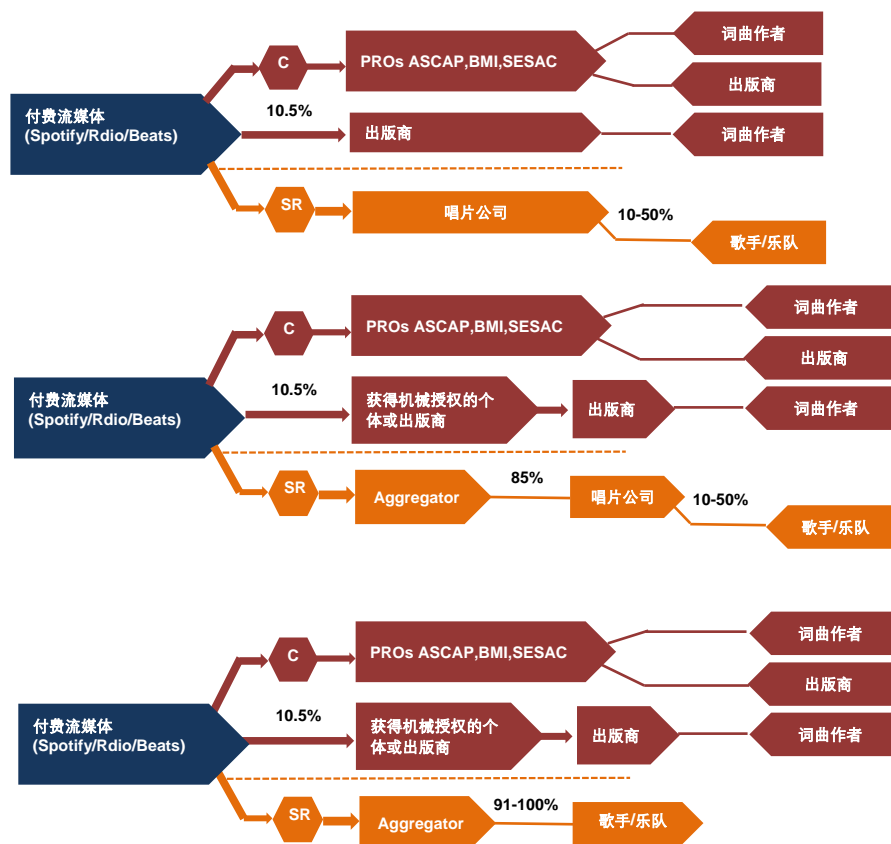
当音乐作品或录音制品授权给电台、广告、电影、电视、商场、网络平台等 B 端使用时，总体逻辑是版权方根据授权情况分别支付版税，由于使用方的不同，具体操作存在差异。由于付费流媒体（如 Spotify、Beats）的传播模式同时涉及到三类版权，以下重点分析。

(1) 付费流媒体播放的音乐同时具有表演和销售的性质，因此，在美国现有的版权法框架下，需要同时支付表演权版费和机械（复制）权版费。

(2) Spotify 的收入中，约 10% 支付给音乐作品版权人（同时包括机械复制版权费和表演权版权费）；约 60% 支付给录音制品版权人（主要为灌录版权费）。

(3) 录音制品版权人一般为唱片公司、唱片公司集体或者独立音乐人，这取决于唱片公司的规模、音乐人是否与唱片公司签约。独立音乐人能够获得灌录版权费的绝大部分，而如果与唱片公司签约，则只能分配 10-50%，具体比例取决于唱片公司与音乐人之间的合同。

图 3：音乐授权使用模式下的版权分配



资料来源：Royalty Exchange，东方证券研究所

1.3 中国音乐版权涉及七项财产权利，无明确版税收取规定

我国音乐著作权包括涉及人身权和财产权的共十七项，其中涉及著作权人享有的财产权利主要有七项，包括：复制权、发行权、出租权、表演权、广播权、信息网络传播权及摄制权。著作权人可以许可他人行使以下权利并依照约定或者《著作权法》有关规定获得报酬。

表 1：中国音乐作品著作权涉及的相关财产权利

序号	相关财产权利	具体内容
1	复制权	即以印刷、复印、拓印、录音、录像、翻录、翻拍等方式将作品制作一份或者多份的权利
2	发行权	即以出售或者赠与方式向公众提供作品的原件或者复制件的权利；
3	出租权	即有偿许可他人临时使用电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品、计算机软件的权利，计算机软件不

		是出租的主要标的的除外；
4	表演权	即公开表演作品，以及用各种手段公开播送作品的表演的权利；
5	广播权	即以无线方式公开广播或者传播作品，以有线传播或者转播的方式向公众传播广播的作品，以及通过扩音器或者其他传送符号、声音、图像的类似工具向公众传播广播的作品的权利；
6	信息网络传播权	即以有线或者无线方式向公众提供作品，使公众可以在其个人选定的时间和地点获得作品的权利；
7	摄制权	即以摄制电影或者以类似摄制电影的方法将作品固定在载体上的权利。

资料来源：公开信息，法律法规，东方证券研究所

我国著作权法对使用他人作品进行出版、表演、录音录像、广播电台播放、电视台播放进行明确规定，应当取得著作权人许可，并支付报酬。**版税率作为用于计算版税数额的百分比，其高低一般取决于作品性质、作者名望、市场需求等因素，由作者或其代理人 与出版者协商确定，美国对复制版税有明确规定，但在我国没有相关规定。**

我国针对音乐作品版税征收的相关标准**仅限于“录音法定许可”的付酬标准**。法定许可是指可以不经著作权人许可，以特定的方式有偿使用他人已经发表的作品行为。如果著作权人声明不许使用的，则排除在法定可以使用的范围之外。《录音法定许可付酬标准暂行规定》规定了录制发行录音制品采用版税的方式付酬，即**录音制品批发价×版税率×录音制品发行数**。不含文字的纯音乐作品版税率为 3-5%；歌曲、歌剧作品版税率为 3-5%，其中音乐部分占版税所得 60%，文字部分占版税所得 40%。改编作品进行录音向作品的著作权人支付 70%，向原作品著作权人支付 30%。

2 国内外音乐产业管理组织及模式

2.1 市场化机制下美国音乐产业高效运作

2.1.1 出版商和版权集体管理组织代理创作人实现产品变现

版权法的存在明晰了产业链上各参与者的权利归属因而确定了收入的分配方向。**高度分散的音乐创作人（也即版权所有人）为了专心创作和表演又将产品变现委托专业机构进行打理，这种授权关系将高度分散的上游创作人集合为数量相对可控的出版公司及版权集体管理组织，一方面增强了上游的溢价能力，另一方面也保证了申请授权及版税分配程序能够快速实施。**

(1) 音乐出版公司

在音乐产业中，音乐出版商负责确保在音乐作品被用于商业用途时，词曲作者能够获得回报。一般而言，词曲作者通过签订出版合同将其作品的版权授予出版商。作为回报，出版商进行作品授权、检测授权情况、收取版税并将其分发到词曲作者手中、同时留存部分版税作为自身收入。

(2) 版权集体管理组织

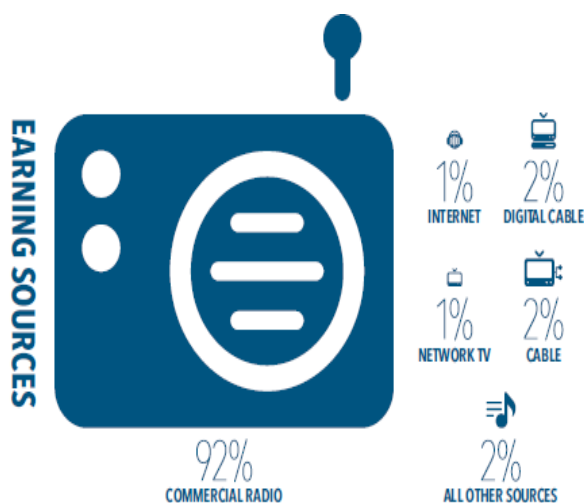
版权集体管理组织（Copyrights Collective Administration Organization, CCAO）是音乐版权的第三方管理机构，主要职能是为版权人进行版税的收集、管理和分配，同时积极进行反盗版活动，成为美国版权实现的重要力量。版权集体管理组织包括美国作曲家、作者及出版商协会（ASCAP）、

广播音乐公司 (BMI)、欧洲戏剧作家与作曲家团体 (SESAC)、哈里·福克斯代理公司 (HFA)、美国唱片业协会 (RIAA) 和音乐交换组织 (Sound Exchange) 等。其中, ASCAP、BMI、SESAC 为管理音乐作品表演权的集体管理组织 (Performing Rights Organization, PRO); HFA 为管理机械 (复制) 权 (Mechanical Rights) 的集体管理组织。

版权集体管理组织按照权利来源不同分为音乐作品版权集体管理组织和录音制品版权集体管理组织。音乐作品版权集体管理组织是由作者和出版公司授权形成的, 包括 ASCAP、BMI、SESAC 和 HFA 等。

广播音乐公司 (BMI): BMI 目前与约 900,000 个词曲作者及音乐出版商签订授权协议, 代理超过 1400 万首音乐作品, 其主要授权客户为商业电台, 为 BMI 贡献了 92% 的授权收入。BMI 在 2017 财年营收 11.3 亿美元, 较上一财年的 10.6 亿美元增长了 6.6%; 在向词曲作者和版权代理商的版税分发方面, BMI 上一财年共向其支付 10.23 亿美元, 较上一财年的 9.31 亿美元增长了 9.9%。按收入来源分, 媒体营收 (包括有线电视及广播收入等) 共计 5.24 亿美元, 较上一财年的 4.92 亿美元增长了 6.5%。一般营收 (包括商场、酒店、机场、酒吧及俱乐部的背景音乐收入) 共计 1.49 亿美元, 较上一财年的 1.4 亿美元增长 6.43%。BMI 同时公布其在 2017 财年授权企业数达 2.8 万, 较 2016 财年的 1.5 万, 上升了近 87%。

图 4: BMI 收入来源



资料来源: 官方网站, 东方证券研究所

图 5: ASCAP 主营情况



资料来源: 官方网站, 东方证券研究所

美国作曲家、作者及出版商协会 (ASCAP): 与 BMI 类似, ASCAP 目前与约 555,000 个词曲作者及音乐出版商签订授权协议, 代理超过 1,000 万首音乐作品。2014 年 ASCAP 向 70 万个商业客户授权其代理的音乐作品, 实现总收入 10 亿美元, 同时向音乐词曲作者以及以及音乐出版商支付版税收入 8.84 亿美元, 同比增长 3.8%。

2.1.2 专业版权服务及数字发行服务商崛起

(1) 音乐版权公司 Kobalt: 强大技术检测手段保障高效的版税收集

Kobalt Music 成立于 2001 年, 目前其为互联网时代的音乐版权公司, 为客户提供音乐出版、厂牌服务以及邻接权管理三大服务。同时还提供在线数据和版税报表、数字营销等相关服务。**简单来说, Kobalt 同时代理词曲创作人音乐作品版权和独立歌手/乐队的录音制品版权。**Kobalt 通过强大的技术手段监测音乐播放和使用情况, 并收取版税、分配版税。截止 2016 财年, Kobalt 合作的版权代理公司已超过 600 家, 服务超过 2.5 万名词曲音乐人。

图 6: Kobalt 提供三大服务

KOBALT MUSIC PUBLISHING

Kobalt Music Publishing is the largest independent music publisher in the world. Using our proprietary technology platform, we provide unparalleled transparency with seamless online copyright administration, royalty tracking, and digital collections.

KOBALT LABEL SERVICES

Kobalt Label Services (KLS) was established in 2012 for independent artists as an alternative to the traditional Major Label regime. We provide the team and expertise, the global network and infrastructure, and the funding that enables artists to achieve the full potential of their releases around the globe.

KOBALT NEIGHBOURING RIGHTS

Kobalt's unique, modern, and transparent approach to Neighbouring Rights is geared to simplify a very complex process, maximize earnings, and speed up payments. Our direct relationships with key global collection societies reduces repetition, minimizes potential errors, and provides a substantial uplift in revenue.

资料来源: 公司官网, 东方证券研究所

(2) 数字发行服务商 CD Baby: 主要依赖上架费与销售提成

CD Baby 是全球领先的数字音乐作品独立集合商和发行商。独立音乐人或者小型唱片公司可以通过 CDBaby 来将自己的音乐作品或专辑发行到 iTunes、Spotify、Amazon Music、GooglePlay 等音乐传播平台上。

CD Baby 在上架时每首歌会收取上架费 9.95 美元, 如果是一张专辑则收取 24.5 美元, 没有年费。在每首单曲或者每张专辑销售之后, CD Baby 会收取 9% 的提成(实际上提成比例为 0%-9% 不等)。CD Baby 的收费模式适合许多销量并不多的音乐人。

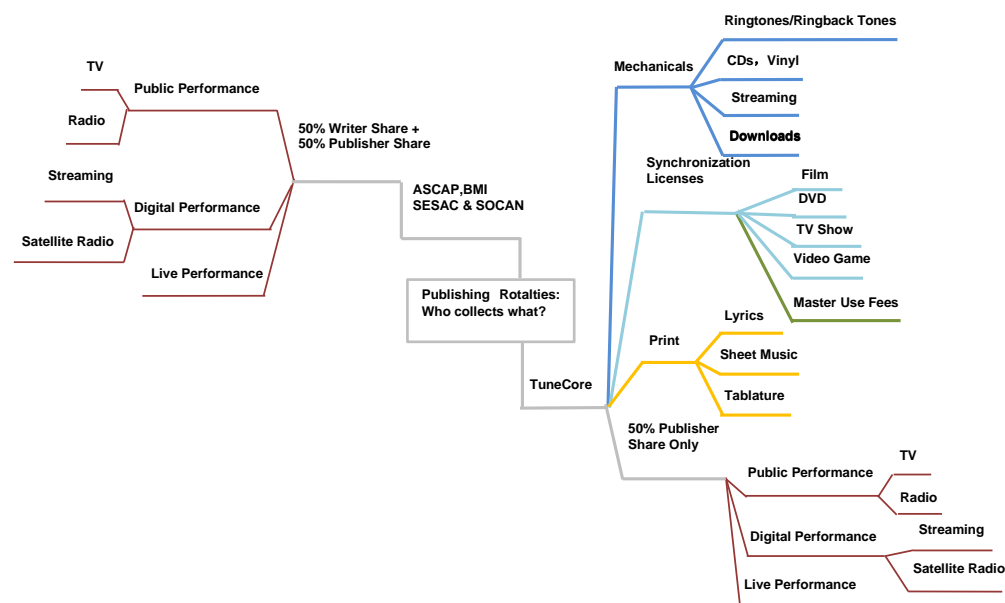
(3) 数字发行及版权管理服务商 Tunecore: 以上两者的结合体

Tunecore 与 CD Baby 相比, 业务更加全面, 包括数字音乐发行、音乐版权管理两个方面。

数字音乐发行: 通过 Tunecore 的平台, 独立音乐人可以将数字音乐作品方便、快速地分发到 iTunes、Spotify、Amazon Music、Google Play 等音乐传播平台上。**与 CD Baby 参与销售收入分成不同, Tunecore 仅仅收取上架费和管理费。**在 Tunecore 平台上, 音乐人能够获得作品销售收入的 100%。Tunecore 对每张单曲的上架费是 9.99 美元, 一年之后每张单曲的年费则依然维持在 9.99 美元。整张专辑的上架费为 29.99 美元, 在上架一年后 Tunecore 会收取每张专辑 49.99 的年费, 同时也可以一次性缴付两年或者五年管理的收费, 费用各是 75.98 美元和 206.95 美元。

音乐版权管理：**Tunecore**一定程度上扮演了独立音乐出版商的角色，即获得机械(复制)权、表演权、同步播放权等各类音乐版权，同时监测音乐作品的使用情况并收取版税。Tunecore 一般仅仅收取 75 美元的登记费以及 10% 的版税提成。

图 7：Tunecore 音乐版权管理业务



资料来源：公司官网，东方证券研究所

2.2 中国音乐产业的管理组织模式待完善，版税收入市场增长空间较大

2.2.1 版权管理及保护工作实行国家版权局指导、地方部门执行

国家版权局是国务院著作权行政管理部门，主管全国的著作权管理工作。自 2018 年 3 月起新闻出版管理职责（国家版权局）被划入中央宣传部。国家版权局主要负责对著作权保护及作品管理的一切相关工作，对版权相关的重大违法违规行为进行查处。

地方著作权行政管理部门是各省、自治区、直辖市人民政府设立的著作权行政管理部门，在业务上接受国家版权局的指导，是地方上进行著作权管理的行政管理部门，对违反版权保护规定的违法违规行为也具有查处职能。

2.2.2 我国著作权集体管理组织接受国务院行政部门主管

我国 2005 年起实施的《著作权集体管理条例》是考虑到著作权人难以有效行使相关权利，如表演权、放映权、广播权、出租权、信息网络传播权、复制权，可以通过著作权集体管理组织进行集体管理。

著作权集体管理组织，是指为权利人的利益依法设立，根据权利人授权、对权利人的著作权或者与著作权有关的权利进行集体管理的社会团体。**著作权案集体管理组织经著作权所有者授权，可以集中行使权利人的有关权利并以自己的名义进行的下列活动：**

- (一) 与使用者订立著作权或者与著作权有关的权利许可使用合同
- (二) 向使用者收取使用费；
- (三) 向权利人转付使用费；
- (四) 进行涉及著作权或者与著作权有关的权利的诉讼、仲裁等。

国务院著作权管理部门主管全国的著作权集体管理工作。同时，我国著作权集体管理组织必须按照《著作权集体管理条例》规定进行设立。**音集协与音著协是音乐著作权人的唯一代理方。**其中：(1) 著协（中国音乐著作权协会）：中国音乐著作权协会成立于 1992 年 12 月 17 日，是由国家版权局和中国音乐家协会共同发起成立的目前中国大陆唯一的音乐著作权集体管理组织，是专门维护作曲者、作词者和其他音乐著作权人合法权益的非营利性机构。(2) 音集协（中国音像著作权集体管理协会）：中国音像著作权集体管理协会是经国家版权局正式批准成立(国权[2005]30 号文)的我国唯一音像集体管理组织，依法对音像节目的著作权以及与著作权有关的权利实施集体管理。

中国音乐著作权协会与中国音像著作权集体管理协会同属于集体管理组织，均是经国家版权局批准成立，对著作权及相关权利进行集体管理的、非营利性组织。“音著协”代表的是词、曲作者的利益，“音集协”代表的是录音、录像、音乐电视制作者的利益。

2.2.3 我国音乐版权市场快速增长，仍有较大空间

根据国际作者与作曲者协会联合会(CISAC)发布的《2018 年全球版税报告》，截至 2017 年全球音乐版税增长 6.0%，达 94 亿美元。全球版税实现连续 5 年增长，较 2013 年增长 28.2%。2017 年中国版税收费总计 2.06 亿元人民币。其中数字版税收入所占比例极高，是创作者最大的收入来源，占中国音乐著作权协会收入的 38.1%。

我国对内容及知识产权保护的法律意识以及数字音乐仍处于初步发展阶段，这意味着未来中国市场还有进一步增长的巨大潜力。CISAC 发布的《2018 年全球版税报告》报告称，预计到 2018 年，中国的数字版税收费总额将是 2017 年的 2 倍以上。

3 事件背后的音乐产业版权保障及行业未来发展方向

3.1 事件：KTV 统一下架 6000 首歌曲

11 月 5 日，中国音像著作权集体管理协会（以下称“音集协”）发出《关于停止使用部分涉诉歌曲的公告》，要求各 KTV 终端生产管理商和卡拉 OK 经营者删除或者不再向消费者提供 6609 部音乐电视作品即 MV。

音集协代表音像节目及音像制品，全面接受 KTV 版权收费工作。本事件中涉及的“音集协”管理的权利包括，音像节目表演权、放映权、广播权、出租权、信息网络传播权、复制发行权以及其他适合集体管理的音像节目著作权和与著作权有关的权利。同时，该协会成立后接手并全面推进卡拉 OK 版权收费工作，而此前以中国音像协会名义开展的卡拉 OK 版权收费工作及有关文件也转到中国音像著作权集体管理协会。

音集协每年都通过 KTV 经营者提供的点播数据，委托第三方统计公司进行加权平均后，按照点播量向经营者收取著作权使用费后再支付给版权方，音集协从中抽取部分份额用于机构日常的基本运营。本次事件后，音集协与合作 10 年之久的天合文化集团有限公司解除了双方合约，天合集团所属的 7 家子公司同时退出音集协。

3.2 行业现状：集体管理制度不完善导致上下游产业链未能形成良性循环

与美国音乐产业制度类似的是，我国也使用了集体管理制度，但我国的音乐作品集体管理组织仍处于垄断地位，不及美国版权集体管理组织的市场化程度高。因此，我国的音乐版权集体管理组织具有垄断性和稀缺性。国内的版权管理组织至少存在三方面问题：（1）竞争的缺失导致管理机构议价及维权动力不足，也未公开绝大部分收费标准。除针对 KTV 经营者使用的音乐作品表演权、复制权、放映权，音集协在官方网站上给予了明确的收费标准外，该协会的收费标准及分配比例与委托方单独签订，不会在网络及章程中进行明确规定。

表 2：2016 年卡拉 OK 著作权使用费收取标准（单位：元/天/终端）

地区	收费标准	地区	收费标准	地区	收费标准	地区	收费标准
上海	11	辽宁	9.2	河南	8.3	四川	8.0
北京	11	内蒙古	8.7	湖北	8.3	宁夏	8.0
浙江	10	河北	8.6	海南	8.2	新疆	8.0
天津	10	重庆	8.4	广西	8.2	青海	8.0
广东	10	吉林	8.4	陕西	8.2	西藏	8.0
江苏	9.6	山西	8.3	安徽	8.2	甘肃	8.0
福建	9.3	湖南	8.3	江西	8.2	贵州	8.0
山东	9.2	黑龙江	8.3	云南	8.2		

资料来源：公开信息，中国音像著作权集体管理协会官方网站,东方证券研究所

(2) 音著协所管理的版权种类过于分散，缺乏有效手段检测版权使用情况，从而为各类版权进行市场化定价。音集协在监测数据方面仍存在技术问题，业务效率较低，在技术层面并无法达到美国 Kobalt 的技术监测系统，无法在无数终端上获取数据使用情况。故只能依赖国家音乐版权集体管理组织进行代理收费。Kobalt 强大的技术检测系统，在数据统计、版税收集与分发上能够做到高效进行。而传统的方法在版税分配上都需要 2-5 年的时间。(3) 音集协对代理公司缺乏有效的业务监管。KTV 向代理公司缴纳费用，但仍然未获得歌曲版权，被音集协通知下架歌曲的事件也并非首次发生。音集协面对音乐产业内庞大的版权征收业务尚未做到有效承办。

3.3 未来趋势：制度化保障集体管理组织模式合理运行

我国对内容及知识产权保护的法律意识以及数字音乐仍处于初步发展阶段，这意味着未来中国市场还有进一步增长的巨大潜力。现有集体管理组织模式下，著作权方并未获得全部应收版权收入。

集体管理组织是保障音乐产业版权收入的唯一中介组织，是版权收入发展的重要基础。基于音乐产业庞大的市场业务，各环节的职能将向精细化与专业化的方向发展，代理组织不可或缺。**为实现音乐产业版权收入市场的持续扩大，为集体管理组织的专业化与职业化发展提供良性的保障机制将是未来重要的发展方向。**借鉴美国市场化模式，及已有的众多集体管理组织机构，中国音乐版权集体管理组织模式进行完善的可行路径大致有两个方向：一是引入市场化机制，二是从制度层面对现行集体管理组织制度进行完善。

风险提示

● 正版版权政策推进不达预期

正版版权政策以及行业巨头共同推动下的付费时代来临是音乐产业崛起的重要催化因素之一，若正版版权政策不达预期，则音乐产业生态的完善将低于预期。

● 第三方版权管理机构运作效果不达预期

第三方版权管理机构的存在是音乐产业秩序建立以及价值重估的必要条件，若迟迟不出现第三方版权管理机构，或其运作效果不达预期，则版权价值无法得到最大化重估。

● 经济增长放缓

经济增长及转型引起的消费水平及居民文化娱乐需求提升是推动传媒板块整体及音乐行业景气提升的重要因素，若经济增长放缓，则居民文化娱乐需求会受到一定影响。

分析师申明

每位负责撰写本研究报告全部或部分内容的研究分析师在此作以下声明：

分析师在本报告中对所提及的证券或发行人发表的任何建议和观点均准确地反映了其个人对该证券或发行人的看法和判断；分析师薪酬的任何组成部分无论是在过去、现在及将来，均与其在本研究报告中所表述的具体建议或观点无任何直接或间接的关系。

投资评级和相关定义

报告发布日后的 12 个月内的公司的涨跌幅相对同期的上证指数/深证成指的涨跌幅为基准；

公司投资评级的量化标准

- 买入：相对强于市场基准指数收益率 15%以上；
- 增持：相对强于市场基准指数收益率 5%~15%；
- 中性：相对于市场基准指数收益率在-5%~+5%之间波动；
- 减持：相对弱于市场基准指数收益率在-5%以下。

未评级 —— 由于在报告发出之时该股票不在本公司研究覆盖范围内，分析师基于当时对该股票的研究状况，未给予投资评级相关信息。

暂停评级 —— 根据监管制度及本公司相关规定，研究报告发布之时该投资对象可能与本公司存在潜在的利益冲突情形；亦或是研究报告发布当时该股票的价值和价格分析存在重大不确定性，缺乏足够的研究依据支持分析师给出明确投资评级；分析师在上述情况下暂停对该股票给予投资评级等信息，投资者需要注意在此报告发布之前曾给予该股票的投资评级、盈利预测及目标价格等信息不再有效。

行业投资评级的量化标准：

- 看好：相对强于市场基准指数收益率 5%以上；
- 中性：相对于市场基准指数收益率在-5%~+5%之间波动；
- 看淡：相对于市场基准指数收益率在-5%以下。

未评级：由于在报告发出之时该行业不在本公司研究覆盖范围内，分析师基于当时对该行业的研究状况，未给予投资评级等相关信息。

暂停评级：由于研究报告发布当时该行业的投资价值分析存在重大不确定性，缺乏足够的研究依据支持分析师给出明确行业投资评级；分析师在上述情况下暂停对该行业给予投资评级信息，投资者需要注意在此报告发布之前曾给予该行业的投资评级信息不再有效。

免责声明

本研究报告由东方证券股份有限公司（以下简称“本公司”）制作及发布。

本研究仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。本报告的全体接收人应当采取必备措施防止本报告被转发给他人。

本报告是基于本公司认为可靠的且目前已公开的信息撰写，本公司力求但不保证该信息的准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的证券研究报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的证券研究报告之外，绝大多数证券研究报告是在分析师认为适当的时候不定期地发布。

在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人作出邀请。

本报告中提及的投资价格和价值以及这些投资带来的收入可能会波动。过去的表现并不代表未来的表现，未来的回报也无法保证，投资者可能会损失本金。外汇汇率波动有可能对某些投资的价值或价格或来自这一投资的收入产生不良影响。那些涉及期货、期权及其它衍生工具的交易，因其包括重大的市场风险，因此并不适合所有投资者。

在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任，投资者自主作出投资决策并自行承担投资风险，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

本报告主要以电子版形式分发，间或也会辅以印刷品形式分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面协议授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容，不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。

经本公司事先书面协议授权刊载或转发，被授权机构承担相关刊载或者转发责任。不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

提示客户及公众投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的本公司证券研究报告，慎重使用公众媒体刊载的证券研究报告。

东方证券研究所

地址：上海市中山南路 318 号东方国际金融广场 26 楼

联系人：王骏飞

电话：021-63325888*1131

传真：021-63326786

网址：www.dfzq.com.cn

Email：wangjunfei@orientsec.com.cn

