

# 行业研报：短视频音乐版权饱受批评，行业如何规范化？

Industry research report: Short video music copyright issues have been criticized, how to standardize the industry?

業界調査レポート：短いビデオ音楽の著作権が批判されていますが、業界を標準化するにはどうすればよいですか？

报告标签：短视频、快手、音乐版权、区块链、著作权

主笔人：张寒

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

## 头豹研究院

- ◆ 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- ◆ 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



### 四大核心服务：

#### 企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

#### 云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

#### 行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

#### 园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务

## 报告阅读渠道



图说



表说



专家说



数说

头豹科技创新网 —— [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) PC端阅读全行业、千本研报

头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群



### 详情咨询



客服电话

400-072-5588



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451

## 目录

---

◆ 名词解释	-----	06
◆ 创作者在短视频中添加了未经授权的背景音乐侵犯了什么权?	-----	09
◆ 哪类内容创作者易侵权?	-----	11
◆ 侵权易的必然性是怎么导致的?	-----	14
◆ 短视频内容创作者从何获取合法版权?	-----	17
◆ 如何降低维权成本?	-----	19
◆ 行业如何规范化?	-----	22
◆ 方法论	-----	24
◆ 法律声明	-----	25

## 目录

---

◆ Terms	-----	06
◆ Which right is violated by the content creator whose short video contains background music without authorization?	-----	09
◆ What types of content creators are prone to background music infringement?	-----	11
◆ What causes the inevitability of music infringement?	-----	14
◆ Where do short video content creators obtain legal copyrights?	-----	17
◆ How to reduce the cost of rights protection?	-----	19
◆ How to standardize the industry?	-----	22
◆ Methodology	-----	24
◆ Legal Statement	-----	25

## 图表目录 List of Figures and Tables

图表1: 著作权分类	-----	10
图表2: 合法使用著作权的范围	-----	10
图表3: 短视频产业价值链	-----	12
图表4: 短视频背景音乐配乐途径	-----	13
图表5: 短视频音乐侵权成本-收益模型	-----	15
图表6: 音乐侵权赔偿标准	-----	16
图表7: 内容创作者获取音乐版权路径	-----	18
图表8: 音乐版权管理机构授权模式	-----	18
图表9: 著作权集体管理组织经营类别	-----	18
图表10: 著作权权利人维权成本-收益模型	-----	20
图表11: 音乐版权管理机构盈利模式	-----	20
图表12: 中国商用音乐版权行业发展历程	-----	21
图表13: 短视频盈利模式	-----	23
图表14: 短视频博主递进模式	-----	23

## 名词解释

- ◆ UGC: User Generated Content, 用户生成内容, 即用户原创内容。
- ◆ PGC: Professional Generated Content, 专业生产内容, 泛指内容个性化、视角多元化、传播民主化、社会关系虚拟化。
- ◆ PUGC: Professional User Generated Content, 专业用户生产内容, 指在移动音视频行业中, 将UGC+PGC相结合的内容生产模式。
- ◆ 版权: 即著作权, 是指作者或其他人(包括法人)依法对某一著作物享受的权利。
- ◆ 短视频: 一般是在互联网新媒体上传播的时长在5分钟以内的视频。随着移动终端的普及, 短平快的大流量传播内容逐渐获得各大平台、粉丝和资本的青睐。
- ◆ 区块链: Blockchain, 一种按时间顺序将不断产生的信息区块以顺序相连的方式组合而成的一种可追溯的链式数据结构, 是一种以密码学方式保证数据不可篡改、不可伪造的分布式账本。

本报告将通过拆解2019年短视频行业MCN商用音乐侵权第一案，解析短视频音乐侵权乱象的原因、困境及对策。分别提出6个问题进行解答：

1. 内容创作者在短视频中添加了未经授权的背景音乐侵犯了什么权？
2. 哪类内容创作者易侵权？
3. 侵权易的必然性是怎么导致的？
4. 短视频内容创作者从何获取合法版权？
5. 如何降低维权成本？
6. 行业如何规范化？

## 摘要

### ■ 内容创作者在短视频中添加了未经授权的背景音乐侵犯了什么权？

未经授权将含有侵权音乐的短视频上传至短视频平台，在短视频制作环节侵犯了录音制作者权中的复制权，在上传至短视频平台后侵犯了录音制作者权中的信息网络传播权

### ■ 哪类内容创作者易侵权？

短视频背景音乐的主要侵权者多属需要通过多平台分发内容的PUGC和PGC，或是少数拥有专业剪辑技能，偏好线下制作配乐的UGC

### ■ 侵权易的必然性是怎么导致的？

侵权成本低是源于法律制度不够严格导致赔偿低和技术监测不到位，而侵权收益则相对难以评估。导致赔偿数额难量化，法院通常选择以较低的赔偿标准做出判决，助长了视频博主肆意侵权

### ■ 短视频内容创作者从何获取合法版权？

由于版权分散在各个音乐家或其所属的唱片公司手中，且著作权有过转让记录的情况下，难以确认目前音乐版权归属，需要依赖一个主导的机制和平台协助统一管理版权注册等相关信息

### ■ 如何降低维权成本？

降低维权成本可通过技术提升实现，音乐版权管理机构因自由竞争激烈，促进了各企业间技术能力的提升和技术应用的效率

### ■ 行业如何规范化？

平台和MCN机构都为了使旗下的视频内容更优质，观赏性更强，都会采取购买正版曲库的方式避免旗下博主辛苦创作的内容因侵权遭到下架的后果

## Q1: 在短视频中添加了未经授权的背景音乐侵犯了什么权?

- 音乐作品的收入组成为实体唱片收入、流媒体收入、复制收入、表演收入和信息网络传播收入，分别对应了机械复制权、表演权、信息网络播放权等作品使用权
- “Bigger研究所”未经授权将含有音乐《Walking on the sidewalk》的短视频上传至酷燃视频及新浪微博，在短视频制作环节侵犯了录音制作者权中的复制权，在上传至短视频平台后侵犯了录音制作者权中的信息网络传播权，又因信息网络传播行为可以吸收前置的复制行为，故裁定仅侵犯信息网络传播权

## Q1: 在短视频中添加了未经授权的背景音乐侵犯了什么权?

**还原案件:** Papitube旗下视频博主“Bigger研究所”在广告短视频“2018最强国产手机大评测”中, 未经授权使用了日本音乐厂牌Lullatone的原创歌曲《Walking on the sidewalk》作为背景音乐。本案权利人Lullatone得知后, 作为境外音乐人, 跨境授权委托商用版权音乐平台V.Fine代理其在中国的所有维权事宜, V.Fine在与Papitube沟通后无法达成一致, 遂启动法律程序维权, 要求“Bigger研究所”停止通过酷燃等一切平台传播含有音乐《Walking on the sidewalk》的短视频, 同时要求被告赔偿原告经济损失20万元及维权成本的合理开支5.7万余元, 总共25.7万元。2019年7月, 北京互联网法院一审判决判令被告papitube公司构成侵权, 判决被告罚款赔偿7,000元, 其中侵权补偿4,000元, 维权成本3,000元。

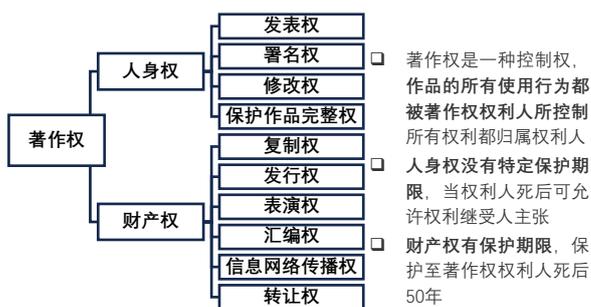


判决一出, 引起了业内不满, 知名音乐人、律师赵智功在微博愤慨发言说“不好的判决示范, 逼着音乐人不靠音乐主业作为收入来源, 不知道一审法院法官是否考虑过什么叫合成器、音源、鼓机、压缩和母带。不知道一审法院的法官有没有亲戚小孩子去学音乐, 知不知道上一节课多少钱? 就算不考虑行业因素, 国家富强了, 平均职工收入也不止7,000块吧? 7,000元的赔偿放到左边这张图里, 就是一粒尘埃。”

V.Fine和音乐人Lullatone无法接受该判决结果, 决定继续上诉。业内一致认为目前中国短视频行业音乐侵权问题存在**侵权易、维权难、成本高、赔偿低**等痛点。

- 著作权是一个丰富而复杂的领域, 首先需了解何为侵权? 以及什么行为侵犯了什么权? 法庭判决Papitube的母公司春雨听雷赔偿的4,000元侵权补偿+3,000元维权成本并不等同于被侵权作品应有的全部经济价值, 而是音乐作品中除去实体唱片收入、流媒体收入、复制收入、表演收入之外的信息网络传播收入中被侵权部分的具体被侵害行为的经济补偿价值, 音乐作品的收入组成部分分别对应了机械复制权、表演权、信息网络传播权等作品使用权。

图表1: 著作权分类



图表2: 合法使用著作权的范围

- “法定许可”和“合理使用”两种方式可使他人无侵权风险的使用著作权利人作品
- | 合理使用  | 法定许可  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 个人使用</li> </ul> 为了个人欣赏、学习、研究而使用他人的作品 | <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 印刷</li> </ul> 曲谱形式                                 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 免费表演</li> </ul> 对公众免费, 表演者也不收取酬劳     | <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 机械复制</li> </ul> 以CD\MP3\流媒体的形式复制                   |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 表演</li> </ul> 对作品进行公开表演                            |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 信息网络传播权</li> </ul> 电视节目、视频、广告、电台节目中使用了音频资料作为背景音乐播放 |

- “Bigger研究所”未经授权将含有音乐《Walking on the sidewalk》的短视频上传至酷燃视频及新浪微博, 在短视频制作环节侵犯了录音制作者权中的复制权, 在上传至短视频平台后侵犯了录音制作者权中的信息网络传播权, 又因信息网络传播行为可以吸收前置的复制行为, 故裁定仅侵犯信息网络传播权

## Q2：哪类内容创作者易侵权？

- PGC和PUGC有多渠道分发内容的需求，通常在线下制作完成配乐，一般不直接使用短视频平台已购买的拥有合法权益的曲库为短视频配乐
- 短视频背景音乐的主要侵权者多属需要多平台分发内容的PUGC和PGC，或是少数拥有专业剪辑技能，偏好线下制作配乐的UGC

Q2: 哪类内容创作者易侵权? (1/2)

图表3: 短视频产业价值链



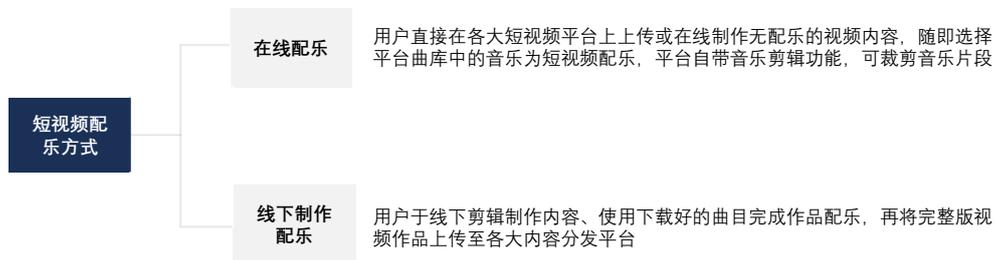
- 在短视频产业价值链中，内容生产者划分为UGC、PUGC和PGC三类，其中**UGC创作的短视频内容以社交需求为主，主要分发于社交平台 and 短视频平台，追求的是与特定的圈层分享共同话题，注重的是个人价值体现，即便是分享商业产品也多以口碑传播为主，商业价值较低。PUGC相比UGC覆盖的圈层更广，传递的口碑价值更高，传播渠道更公开更多元，因此具备较高的商业价值，内容制作也更加专业。而PGC是指专业的内容生产机构，职业化内容传播者，全渠道内容分发，传播力度广，商业价值高。**三类内容生产者所创作的短视频中都会运用背景音乐为短视频增添光彩。
- 音乐在短视频中不可或缺，背景音乐的作用是为了烘托、营造气氛，增强情感的表达。在传统影视作品中，背景音乐通常能替代对白、演绎来推动剧情发展。短视频相比传统长视频，内容更加碎片化、印象化，可更加迅速的转移剧情场景来传递局部的信息，会更加频繁需要使用背景音乐，而且通常会多曲合一地使用歌曲的高潮部分，从而加深情绪渲染、铺垫转折，优化短视频的传播效果。音乐对短视频的重要性还可以通过商业价值来侧面证明，在短视频刚刚兴起的时代，中外最受喜爱的两款短视频产品分别是抖音和Musical.ly，两者切入的都是音乐短视频类。

来源：企业官网、头豹研究院编辑整理



## Q2: 哪类内容创作者易侵权? (2/2)

图表4: 短视频背景音乐配乐途径



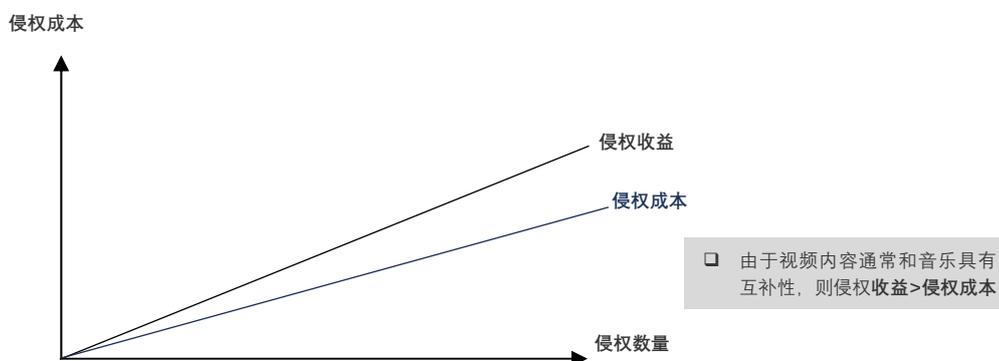
- PGC和PUGC有多渠道分发内容的需求，通常在线下制作完成配乐，一般不直接使用短视频平台已购买的拥有合法权益的曲库为短视频配乐，因为各短视频平台购买的曲库不同，分别来自不同的音乐版权管理机构，所以曲目重合度不高。如果短视频博主希望多平台分发自己的创作内容，通常会先完成线下制作，再将完整版视频再上传至各大平台，这就导致了除非短视频博主的配乐都事先获得过授权，否则将面临极高的侵权风险。
- UGC用户上传视频大多是为了社交需求，大多在单一平台发布，剪辑专业度不足，偏好使用平台已购买的曲库，使用平台自带的曲库意味着已通过平台获取了曲库中的各项权利，如信息网络传播权、改编权、表演权等，用户在该平台内发布该平台获取过授权的配乐则不会构成侵权。
- 短视频背景音乐的主要侵权者多属需要多平台分发内容的PUGC和PGC，或是少数拥有专业剪辑技能，偏好线下制作配乐的UGC。由于平台间已获授权的曲目无法互通，而PGC和PUGC有着多渠道分发内容的需求，因此通过平台购买曲库无法避免用户短视频音乐侵权行为的发生。

### Q3: 侵权易的必然性是怎么导致的?

- 音乐业内普遍认为目前侵权事件频发是因为侵权收益高、侵权成本低导致的。侵权成本低是源于法律制度不够严格导致赔偿低和技术监测不到位，而侵权收益则相对难以评估
- 因为赔偿数额难量化，法院通常选择以较低的赔偿标准做出判决，助长了视频博主肆意侵权，若提高赔偿标准从而提高侵权成本，使侵权无利可图可有效遏制侵权行为

### Q3: 侵权易的必然性是怎么导致的? (1/2)

图表5: 短视频音乐侵权成本-收益模型



- 音乐业内普遍认为目前侵权事件频发是因为侵权收益高、侵权成本低导致的。侵权成本低是源于法律制度不够严格和技术监测不到位, 而侵权收益则相对难以评估。

#### 侵权成本低

- 侵权行为难认定, 因为短视频中音乐片段经过剪辑、改编, 且来源复杂, 难跟踪难辨别。
- 法律制度中的“避风港”原则, 给侵权者提供了避风港, 避风港条款最早来自美国1998年制定的《数字千年版权法案》(DMCA法案)。最早适用于著作权领域, 后来由于网络中介服务商没有能力进行事先内容审查, 一般事先对侵权信息的不存在不知情。所以, 采取“通知+移除”规则, 是对网络中介服务商间接侵权责任的限制。大意即“网络服务提供者使用信息定位工具。包括目录、索引、超文本链接、在线存储网站, 如果由于其链接、存储的相关内容涉嫌侵权, 在其能够证明自己并无恶意, 并且及时删除侵权链接或者内容的情况下, 网络服务提供者不承担赔偿责任。”此举让大量视频博主及平台误认为自己的行为可以不负法律责任, 可在享用了侵权带来的流量后再通过一删了之避开责罚, 从而继续进行侵权行为。
- 赔偿低, 从图表6中的侵权赔偿标准中可以看出, 赔偿标准不清, 比例较低, 如侵权现场表演的赔偿标准来看, 是以门票收入除以现场表演的歌曲数量为基数, 以该基数的5%至10%酌情确定赔偿数额, 未将“实际损失的计算”落到实处。根据现行著作权法规定, 法院在裁定赔偿时会考虑三个标准: 一是权利人的损失, 二是侵权所得, 三是在前两项均无法证明的情况下, 法律规定的最高50万元的法定赔偿。据据阿里音乐代理律师、北京市文化娱乐法学会直播与短视频法律专业委员会主任糜志彬介绍, 在司法实践中, 关于在线音乐版权纠纷, 多数情况下都存在取证难的问题, 但法院很少按照50万元的顶格标准去判。法院习惯这种“取向”主要有两个原因: 一是如果判决标准高的话, 担心这种版权维权的案件会激增; 二是可能会助长一些恶意诉讼。(见下一页)

### Q3. 侵权易的必然性是怎么导致的？ (2/2)

图表6: 音乐侵权赔偿标准

侵权类型	赔偿标准
以音像制品的形式复制、发行涉案音乐作品或者在线播放涉案音乐作品	<ul style="list-style-type: none"> <li>原告为词、曲著作权人：每首音乐赔偿数额一般不少于600元，词、曲著作权人赔偿占比为4: 6</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>原告为录音制作者：每首音乐作品的赔偿数额一般不少于2,000元</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>原告为表演者：每首音乐作品的赔偿数额一般不少于400元</li> </ul>
将涉案音乐作品非免费现场表演	<ul style="list-style-type: none"> <li>如可确定门票收入，以门票收入除以现场表演的歌曲数量为基数，以该基数的5%至10%酌情确定赔偿数额，每首音乐作品的赔偿数额不少于3,000元，其中词、曲著作权人赔偿占比为4: 6。无法以上述方法确定赔偿数额的，可以综合考虑演出规模、演出性质、演出场次等因素，按照每首音乐作品不少于3,000元确定赔偿数额，原告为词曲著作权人赔偿占比为4: 6</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>如无法确定确认门票收入来确定赔偿数额，可综合考虑演出规模演出性质、演出场次等因素，按照每首音乐作品不少于3,000元确定赔偿数额，原告为词、曲著作权人赔偿占比为4: 6</li> </ul>
在经营场所将涉案音乐作品作为背景音乐播放	<ul style="list-style-type: none"> <li>原告为词、曲著作权人的，每首音乐作品的赔偿数额一般不少于600元，其中词、曲著作权人赔偿占比为4: 6</li> </ul>
在网络直播中播放或演唱涉案音乐作品	<ul style="list-style-type: none"> <li>根据主播人员的知名度、直播间在线观看人数、直播间点赞及打赏量平台知名度等因素，按照在线播放、现场表演的基本赔偿标准，酌情确定赔偿数额</li> </ul>
将涉案音乐作品用于电视广告、网络广告、宣传片、商业促销活动现场等	<ul style="list-style-type: none"> <li>按照经营场所背景音乐播放的基本赔偿标准，酌情提高1-10倍确定赔偿数额</li> </ul>

- 该赔偿标准在音乐界看来未将被侵权人“实际损失的计算”落到实处，根据中国商标法第63条、著作权法第49条以及专利法第65条的规定，均体现出在知识产权侵权损害中，损害赔偿的范围和数额，应当以侵权行为所造成的全部财产损失为限补偿受害人。侵权人未经授权，擅自使用他人知识产权制造或销售侵权产品，实质上所造成的损害是对权利人市场份额的侵占，是权利人可期待利益的减少，对于权利人而言，对权利的保护本质上就是实现可期待利益的保障，对于侵权人而言，侵害知识产权造成的财产损失本质上就是权利人可期待利益的丧失。通过完全赔偿原则可以得知，法律规定赔偿权利人的“实际损失”应该既包括其直接经济损失，又包括间接经济损失。
- 以“Bigger研究所”被侵权案为例，头豹尝试判断实际的被侵权损失，Lullatone的《Walking on the sidewalk》曲目在其他国家和地区的零售授权价为1,500美元一首，假设音乐人未被侵权的情况下，音乐使用方以零售授权价购入作品信息网络播放权，则音乐人原本应获利1,500美元，现因被侵权，造成了损失1,500美元，北京互联网法院一审中，由于V.Fine未能提交证据证明其经济损失及被告因使用涉案作品而获得的违法所得，判决被告罚款赔偿7,000元，其中侵权补偿4,000元，1,500美元≠4,000元人民币，赔偿金额远低于完全赔偿原则中制定的应有的赔偿标准。现阶段，被侵权产品是否真的存在设定的市场价值以及被侵权人创作该作品的创作难度、知名度、实际损失可否被量化仍存在考量难度
- 头豹洞察：正因为赔偿数额难量化，法院通常选择以较低的赔偿标准做出判决，助长了视频博主肆意侵权，若提高赔偿标准从而提高侵权成本，使侵权无利可图可有效遏制侵权行为

来源：头豹研究院编辑整理

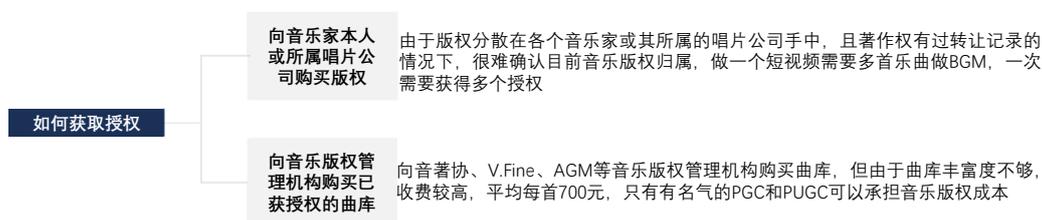


## Q4：短视频内容创作者 从何获取合法版权？

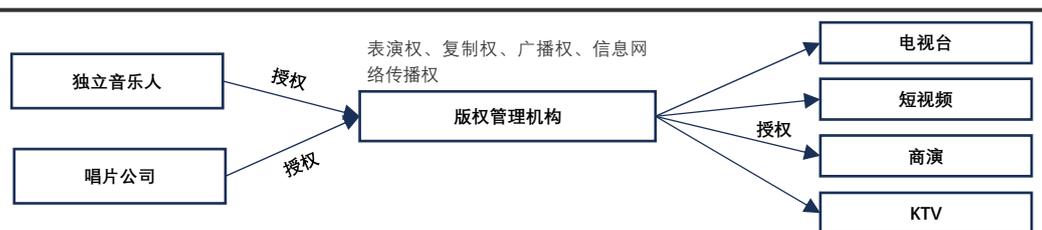
- 由于版权分散在各个音乐家或其所属的唱片公司手中，且著作权有过转让记录的情况下，难以确认目前音乐版权归属。做一个短视频需要多首乐曲做BGM，一次需要获得多个授权。需要依赖一个主导的机制和平台协助统一管理版权注册等相关信息，著作权集体管理被视为能够使创作者获得补偿的有效可行的方式

### Q4：短视频内容创作者从何获取合法版权？

图表7：内容创作者获取音乐版权路径



图表8：音乐版权管理机构授权模式



□ 由于众多短视频创作者无版权意识，在未经授权的情况下，或因获取授权困难，如过程缓慢、难以确认版权归属人等原因，促使创作者未经授权使用了他人的音乐作品，构成了侵权，大量侵权行为未被察觉，个体版权维护难度高。音乐水印等技术未兴起之前，因难以证明自己是原创者，在音乐版权管理的历史发展过程中，需要依赖一个主导的机制和平台协助统一管理版权注册等相关信息，降低维权成本。著作权集体管理被视为能够使创作者获得补偿的有效可行的方式，中国首个音乐版权管理机构为音著协，音著协成立于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合法权益的非营利性机构。

图表9：著作权集体管理组织经营类别

垄断式	自由竞争式
德国 (GEMA)	美国 (ASCAP、BMI、SESAC)
法国 (SACEM)	中国 (音著协、AGM、V.Fine)
日本 (JASRAC)	-

□ 目前主流国家音乐版权集体管理机构的管理方式分为垄断式和自由竞争式，并没有证据显示出何种方式更为优越，自由竞争式可有效遏制获得垄断地位的组织索取高额许可费的行为，各机构为了获得竞争优势往往会采取最有效的运作方式，尽力获取客户、降低成本。垄断式可避免力量分散，防止同业恶性竞争。

来源：音著协，头豹研究院编辑整理

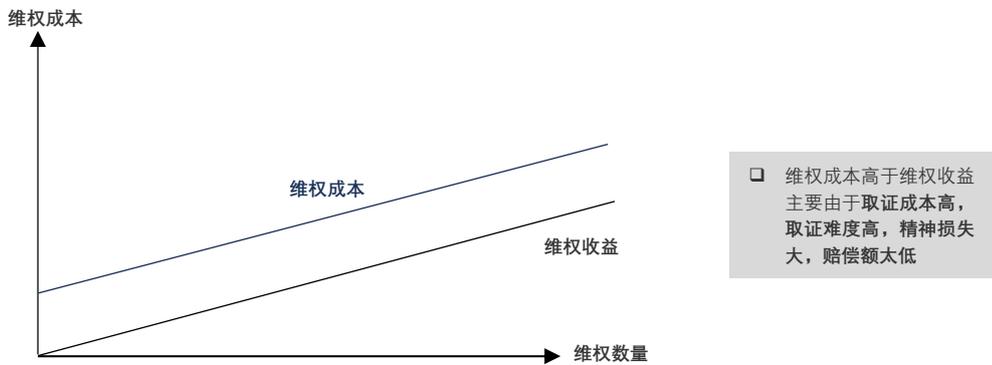


## Q5： 如何降低维权成本？

- 降低维权成本可通过技术提升实现，音乐版权管理机构因自由竞争激烈，促进了各企业间技术能力的提升和技术应用的效率
- 数字水印和区块链技术将实现确权易、降低音乐人维权成本

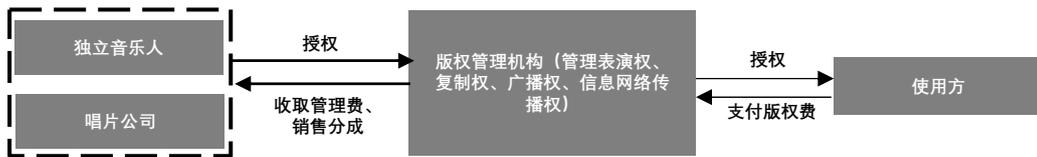
Q5: 如何降低维权成本? (1/2)

图表10: 著作权权利人维权成本-收益模型



- 维权需事先付出相当大的经济成本，“Bigger研究所”侵权一案中，维权成本高是由于此案涉及跨国维权，取证需要先到日本，形成了差旅费用，其次为证明音乐版权属于自己，需要先去日本公证处公证，拿到日文版公证文件后需到司法机关指定的翻译机构和认证机构翻译和认证，再由司法链上传区块链到互联网法院，实际共支出约和人民币42,041元。整个证据链的构成非常复杂，因为目前的诉讼举证要求必须用符合法律要求的方式取证，则大多数情况下必须通过公证实现，多数发生在境内的案件中，由于司法系统仍坚持合法出版的实体唱片，才是权属证明的充分证据，由此导致网络发布的歌曲维权困难重重，“证明自己是自己写的歌曲的所有人”十分困难，法庭要求证据链必须100%完整且能直观呈现，不能推定。举证责任过重，维权成本高，在诉讼过程中，还需要聘请律师等进行诉讼代理工作，**赔偿金额不能覆盖维权成本，故维权成本>维权收益。**

图表11: 音乐版权管理机构盈利模式

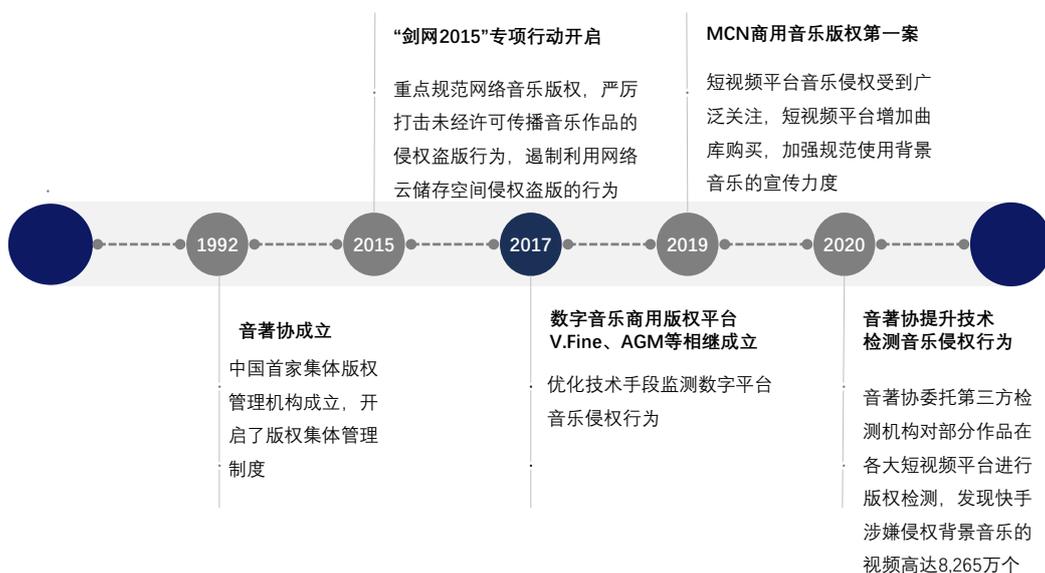


- 版权管理机构的收入来源=会员数量\*ARPU，为增加会员数量，版权管理机构会通过从上游获取更多的资源，更优质的曲库吸引下游会员，同时会通过追踪各平台侵权音频，通过维权的方式提升用户版权意识，从而拓展潜在客户。因此，采用技术监测侵权行为显得至关重要，降低维权成本可通过技术提升实现，音乐版权管理机构因自由竞争激烈，促进了各企业间技术的提升和技术应用的效率。

来源：音著协，V.Fine，头豹研究院编辑整理

Q5: 如何降低维权成本? (2/2)

图表12: 中国商用音乐版权行业发展历程



- 在V.Fine和AGM等平台未进入该行业发起竞争之前, 音著协未致力于提升技术, 是竞争催化了技术的应用与进步, 2019年前音著协起诉的音乐侵权案都以会员举报或相关侵权音乐大规模传播后再发起起诉为主, 未利用科技检测的方式主动监测各平台侵权行为, 直到V.Fine等机构利用识别和加密技术, 为已获授权的音乐作品提供了版权监控服务, 此举吸纳了众多用户, 抢占了原本属于音著协的市场份额后, 音著协现密切与第三方合作在各平台进行版权监测。于2020年11月7日下午, 音著协发布声明要求快手删除8,265万个涉嫌侵权视频, 停止侵权行为, 宣称会持续对短视频平台侵犯著作权行为进行监测, 推动互联网平台树立“先许可、后使用”的版权意识, 呼吁存在涉嫌侵权行为的互联网平台积极通过著作权集体管理组织解决相关问题, 便于权利人有效行使权利、使用者使用作品, 保护权利人合法权益。
- 数字水印和区块链技术将实现确权易、降低音乐人维权成本, 短视频中背景音乐经过多次剪辑、多曲拼接, 造成了确权难等痛点, 增加了取证难度, 传统的数字水印技术可使作品具有可辨认性, 例如在“野狼DISCO”的beat侵权案中, 权利人lhaksi通过伴奏带中的音频数字水印证明了beat的归属权, 确认了宝石GEM侵权的证据。而区块链技术的去中心化, 全网记账的特点, 可使每一个数据块中包含网络交易有效确认的信息, 数字音乐的上链存证可以有效认定作品的权益相关者, 使被确权的作品后续的传播、剪辑、交易信息都被记录在册, 实现全生命周期的可追溯性, 区块链对侵权的取证和确权有着重要价值。

来源: 音著协, 华西证券, 头豹研究院编辑整理



## Q6: 行业如何规范化?

- 平台和MCN机构都为了使旗下的视频内容更优质，观赏性更强，使观众在该视频的停留时间更长，达到赚取观众注意力的目的，都会采取购买正版曲库的方式避免旗下博主辛苦创作的内容因侵权遭到下架的后果
- 音乐版权规范化将进一步提升龙头MCN的实力，由于正版音乐曲库价格高，有实力的MCN公司如Papitube，在侵权案发生后已经为旗下短视频博主购买了合法的音乐曲库，拥有了丰富的曲库可使旗下博主自由剪辑配乐，可使短视频质量更优，从而提升竞争力
- 短视频背景音乐版权规范化后，由于分发内容的不便，UGC和实力较弱的PUGC们会选择集中于流量大的平台专心经营，会导致流量停留在大平台内，因短视频平台的流量都依靠优质博主贡献，这将使非核心的短视频平台生存更加艰巨

## Q6: 行业如何规范化?

- 平台和MCN机构都为了使旗下的视频内容更优质，观赏性更强，使观众在该视频的停留时间更长，达到赚取观众注意力的目的，都会采取购买正版曲库的方式避免旗下博主辛苦创作的内容因侵权遭到下架的后果。平台和MCN通过购买正版曲库驱使行业更加规范化的行为也给行业带来了不同的机遇和挑战。

图表13: 短视频盈利模式



- 短视频盈利依靠流量变现，而流量分为自带流量和增量流量，前者是自身拥有的粉丝数量，后者是通过短视频的转播、点赞裂变出的新生流量。

图表14: 短视频博主递进模式



### MCN自购曲库

- 音乐版权规范化将进一步提升龙头MCN的实力，由于正版音乐曲库价格高，有实力的MCN公司如Papitube，在侵权案发生后已经为旗下短视频博主购买了合法的音乐曲库，拥有了丰富的曲库可使旗下博主自由剪辑配乐，可使短视频质量更优，从而提升竞争力。
- 版权规范化后，无实力购买曲库的MCN、PCG、PUGC们只能使用单一平台提供的曲库，PUGC和PCG的商业价值较高是因为流量多，除本身已经具备一定的粉丝量外，还通过专业化运营，内容高效分发带来了新增流量，而UGC也可以通过依靠优质内容逐步积累流量转化为PUGC或PGC，PUGC和PGC们为保持其商业价值需不断通过获得新增流量的方式创造其商业价值获取盈利，就需要多渠道分发。无实力购买曲库会他们的多渠道内容分发的模式制造障碍，同时，这也将进一步阻碍UGC们递进转化至PUGC之路，使竞争减少，强者恒强。

### 平台自购曲库

- 快手于2020年9月15日宣布，与V.Fine达成企服合作关系，由后者为快手旗下快手App、开眼快创App、快影App、一甜相机App提供短视频音乐企服方案。在短视频背景音乐版权未规范化前，短视频博主可制作视频多次分发，使每个短视频平台都能吸纳到优质博主入驻。短视频背景音乐版权规范化后，由于分发内容的不便，UGC和实力较弱的PUGC们会选择集中于流量大的平台专心经营，会导致流量停留在大平台内，因短视频平台的流量都依靠优质博主贡献，这将使非核心的短视频平台生存更加艰巨。
- 如为加强竞争力，各短视频平台都选择购买正版音乐曲库，则将在短时间内快速促进行业正版化发展，龙头音乐版权管理平台将直接受益。

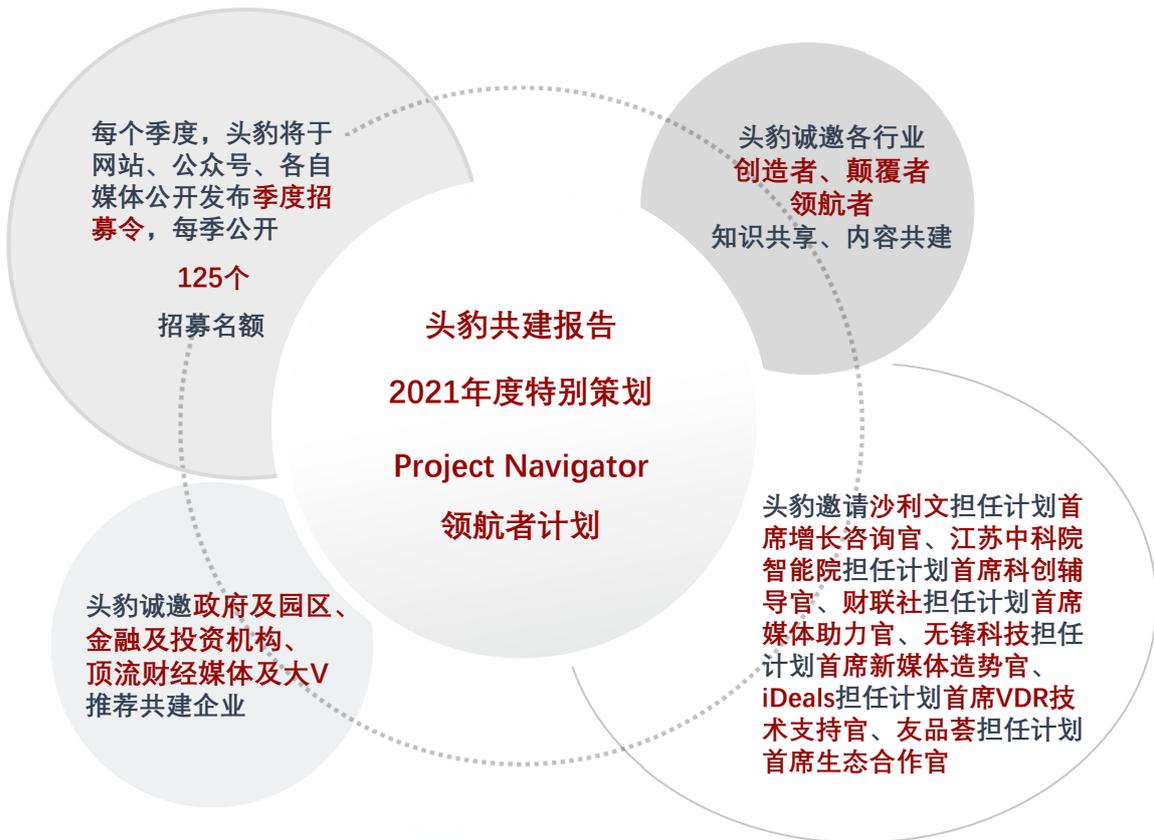
## 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从音乐产业、短视频行业发展、版权问题研究等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

## 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

## 头豹 Project Navigator 领航者计划介绍



备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。



## 头豹 Project Navigator 领航者计划与商业服务

- 头豹以**研报服务**为切入点，根据企业不同发展阶段的资本价值需求，以**传播服务、FA服务、资源对接、IPO服务、市值管理**为基础，提供适合的**商业管家服务解决方案**



备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

扫描上方二维码  
联系客服报名加入

读完报告有问题？

快，问头豹！你的智能随身专家



扫描二维码  
即刻联系你的智能随身专家

