



联合国  
贸易和发展会议

Distr.  
GENERAL

TD/401  
3 June 2004  
CHINESE  
Original: ENGLISH

第十一届会议

2004年6月13日至18日，圣保罗

从配角到主角：

发展中国家在全球音乐行业中面临的政策挑战 \*

---

\* 本文作者是瑞典斯德哥尔摩皇家理工学院多媒体学科的客座教授 Roger Wallis 及贸发会议最不发达国家特别方案的 Zeljka Kozul-Wright。文中观点纯属作者个人意见，并不一定反映贸发会议的观点。

## 目 录

	<u>页 次</u>
导 言.....	3
全球音乐行业的趋势.....	4
全球化的挑战.....	7
音乐工业技术的发展.....	9
接触消费者的渠道在变化.....	10
合并、联合及由此导致的倡议.....	11
新竞争对手以及价值链的日益不稳定.....	15
收款协会作为必要的中介机构.....	16
国际规则和国家要求.....	16
国际作家和作曲家协会联合会共同信息系统倡议.....	18
公平游戏规则：国际、区域和地方的挑战.....	18
发展中国家的盗版现象.....	20
最佳做法和政策建议.....	21
风险分担.....	21
体制发展.....	22
建立并支持地方产业.....	23
结 论.....	24

## 导 言

1. 许多发展中国家的一个特点是：经济表现差和原料供应丰富，但是在原料方面受到发达经济国家的商业剥削，在自然资源方面特别如此。就较少讨论的文化资源的问题而言，情况也是如此。许多发展中国家的文化资产，本国人才和象征产出都非常丰富。然而，这些国家并没有能够将之转换为更加广泛和更加深入的“生产”能力。相反，在产值为数十亿美元的全球产业的增殖环节中这些国家仍然处于末端。

2. 就音乐行业而言，人才和试验一直是影响国际商业活动的创作源泉之一(Lovering, 1998年)。由于出现了有形和虚拟的新通信技术，文化和文化表达方式得以更加紧密地互动，因此这种创造性的商业潜力有可能会扩大。本文试图确定发展中国家发挥这种潜力和扩大增长的机会以及它们增加就业和出口受益的机会。

3. 具体来说，本文提出了一些希望开发其文化资产的决策者感兴趣的关键问题，并且试图对其作出回答：

- 全球音乐行业的目前趋势是否会支持比较贫困的国家在对其音乐作全球开发的过程中获得公平的收入？
- 音乐行业增殖环节的灵活程度如何，它是否允许新技术符合从事创作活动的各方的利益？
- 需要哪些中间人来照顾发展中国家的创作者和版权所有人的全球利益，在这一方面的版权制度的目前状况如何？
- 对于经济上比较贫困的行为者来说，娱乐业的纵向一体化是否是一种威胁？

4. 必须首先在国家一级寻求对于这些问题的回答，因为政策努力会产生最大的影响，但是国际因素也是很重要的。实际上，音乐行业从一开始就受到国内和国际经济因素相互依存的重大影响。版权制度和机构在发展可行的音乐行业方面提供了一个特别重要的界面。一个肯定的结论是：尽管版权制度存在着缺点，但是这种制度仍然是保护发展中国家创作者利益的最好方法。必须要在国家一级发展版权制度，否则这种制度非常可能被全球行为者所夺取，因为这些行为者并不急于尽可能扩大贫穷国家的收益。然而，如果要尽可能减少这种风险，就需要国际专门组织、以及国家、区域和(最终)全球各级反托拉斯机构的共同努力。

## 全球音乐行业的趋势

5. 音乐行业是典型的版权行业，其特点是高度专门化的资产，短的生产周期以及不可预测的市场。这个行业的许多特点来自公众对于以创意为基础的活动的强烈反映。这些活动使得自由市场成为体现供求关系的最佳组织(Dayton-Johnson, 2000年)。音乐行业的目前形式来自于19世纪末叶创意同可复制产品的分离，这种商品的生产成为组织方面和技术方面创新的重点。这些特点意味着，经济利益的创造、获得和保护对于理解音乐行业正在变化的结构和战略是至关重要的(Andersen和其他人, 2000年)。

6. 市场不灵和经济租金的存在引起了使得工业结构两极分化的倾向，少数大公司占有了增殖环节的关键部分，而大量的小公司则集中于高度专门化的活动。大公司往往拥有有形资产和无形资产，而有形资产的技术革新往往提供了获得大量利润的新的机会，这些公司根深蒂固，占尽优势，已经存在了很长时间。因此，五家国际大公司(AOL-Time Warner, Vivendi Universal, Sony, EMI和BMG——被称之为“五巨头”)目前控制了音乐产品销售的80%，其中Sony公司是唯一一个在第二次世界大战以后建立的公司，而BMG和EMI的历史可追溯到19世纪。此外，所有这些公司都曾经在生产技术方面起过带头作用(Negus, 1999年, 第37-45页)。为大公司提供高度专业性服务的小公司往往拥有强有力的本国关系，相当于工业区的密集经济是音乐行业的一个特点(Anderson和其他人, 2000年)。

7. 音乐行业创造收入的传统模式是：最初有人创作无形的音乐作品，最后产生体现这一作品的有形最后产品，并且提供给消费者。音乐行业的增殖环节说明了创作者同音乐产品用户之间的一系列联系(图一)。在这个环节中的所有活动都会增加最后产品的价值，但是所增加的价值同这些活动的获利能力并不一定一致，因为获利能力还取决于同上游公司和下游公司进行交易时的讨价还价能力(Mol和Wijnberg, 2000年)。

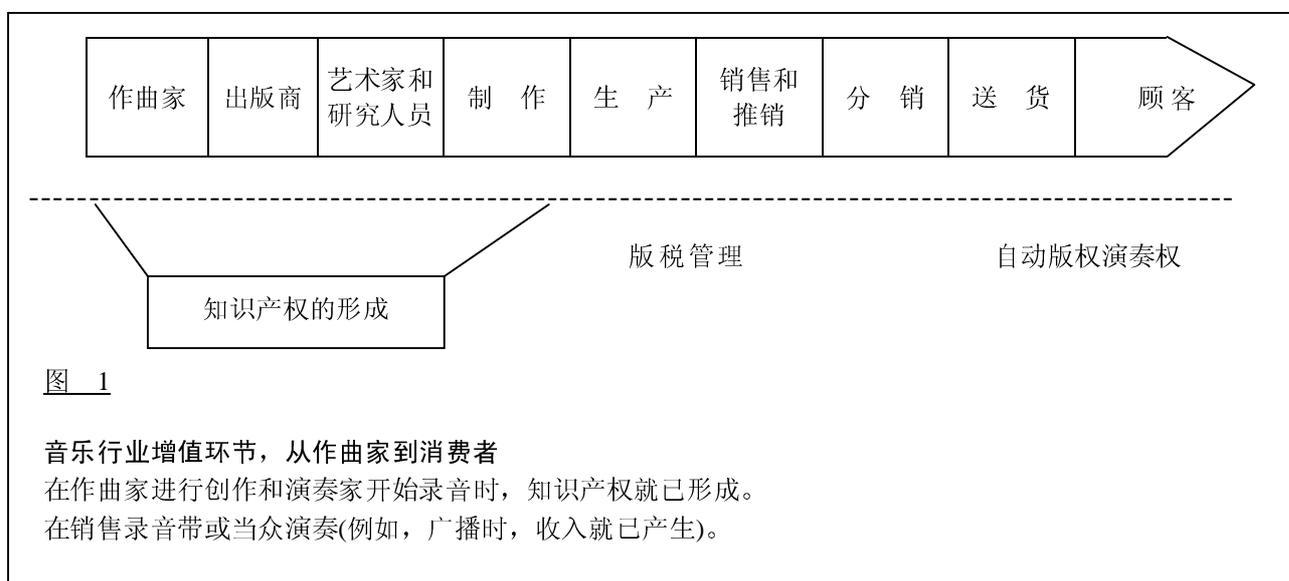
8. 一般来说，作者创作音乐作品，并且同音乐出版商(或者是唱片公司的艺术创作部)进行联系，然后签订合同，规定出版商拥有开发这项作品的权利。最初出版商曾经参与生产，因为他投资于活页乐谱的销售。当时人们认为同作曲家收成五五分成是合理的，因为出版商必须投资于活页乐谱的生产。然后出版商还必须寻找演

奏家和愿意进行录音和销售作品的唱片公司。在确定了作品和演奏家以后，唱片公司就会进行录音，生产唱片，推销产品和销售最后产品。

图 1

音乐行业的增值环节，从作曲家到消费者

在作曲家进行创作和演奏家开始录音的时候就形成了知识产权。在销售录音带和当众表演(例如广播)的时候，就产生了收入。



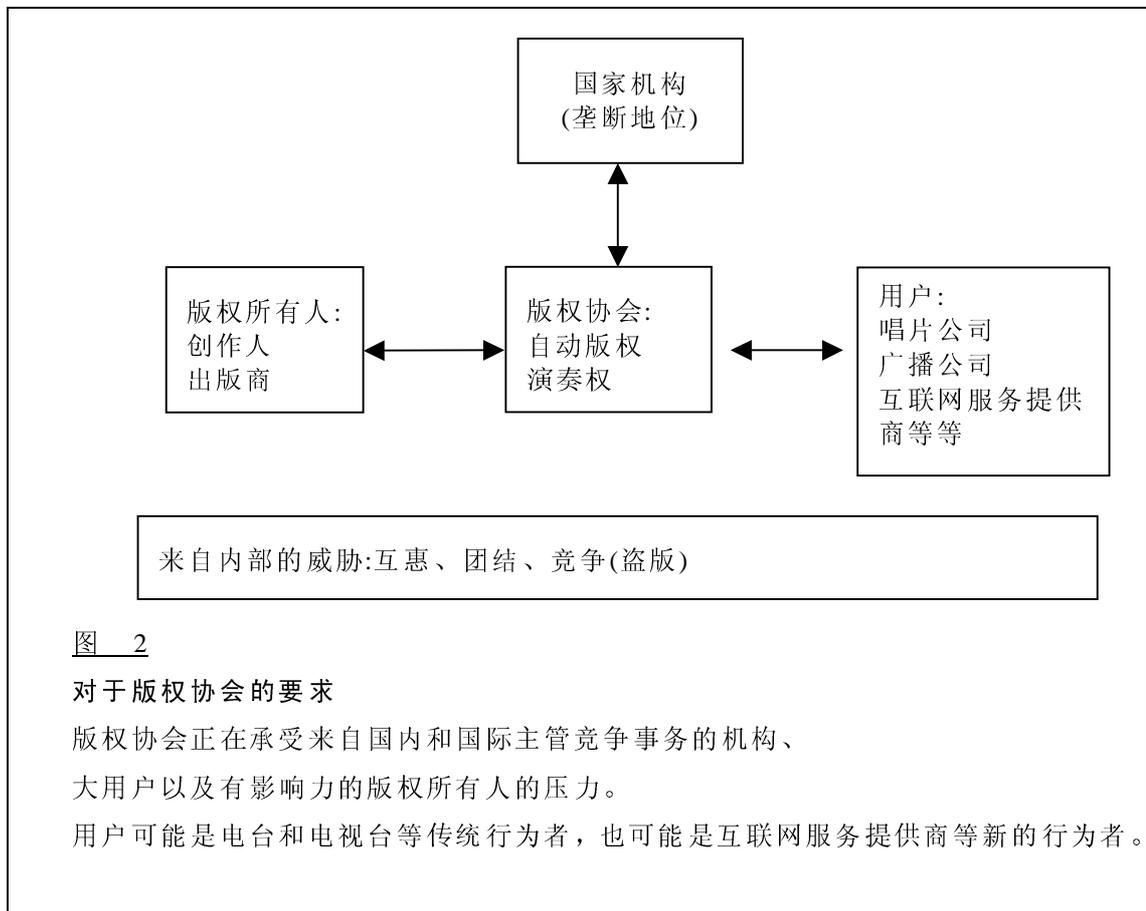
9. 由于关键的挑战是尽可能扩大听众和产品种类(表演、活页乐谱、录音等等)，销售歌曲是增值环节的关键部分。然而，销售环节的统一从根本上来说取决于音乐创意是否可申请版权。同其他知识产权不同，版权只保护固定形式的创意，而不会单凭创作者的声称而赋予版权。而且，从一开始，音乐创意的拥有人就对尽可能扩大市场感兴趣。虽然作者拥有原始所有权，但是申请版权的过程使得这种权利进入一个公众领域。很可能使它成为一种更为复杂的共同拥有的形式，这种所有权会牵涉到：作者、出版商、唱片公司以及参与音乐产品商业化过程的其他实体。各种权利是不同形式收入的基础。自动版权是指在 CD 光盘等有形载体上复制音乐作

品时必须向作曲家和出版商付费。演奏权向作曲和出版商提供了收入，在多数情况下，如果当众播放录音带，就必须向演奏者和制作者支付费用(见图二和图三)。<sup>1</sup>

图 2

对于版权协会的要求

版权协会正在承受来自国家和国际两级的主管竞争部门、大用户以及有影响力的版权拥有人的压力。用户可以是诸如电台和电视台等传统行为者或者诸如互联网服务提供商等新的行为者。



<sup>1</sup> 美国是后面这种情况的引人注目的例外，但是随着美国新的《千年数字版权法》的实施，这种情况可能会有所改变。

10. 从这个方面来说,版权对作为工业生产增殖环节基础的创作起到了激励作用,同时版权也考虑到试验和借用创意,而创意对于创作音乐作品是至关重要的。然而,版权远远没有提供一种没有风险的环境,而且公司所拟订的投资战略必须留意极不稳定的情况。选择艺术家及其发展马上带来了不稳定的情况。但是音乐作品的市场并不是“现成的”,而是必须予以创造和维持,需要在回报前景不明朗的情况下作出进一步投资。最后,自从音乐行业突破了供演奏用的产品在时间和空间方面所受到的限制以来,技术创新既造成了震荡也带来了潜在的收入(Gronow 和 Saunio, 1997 年)。

## 全球化的挑战

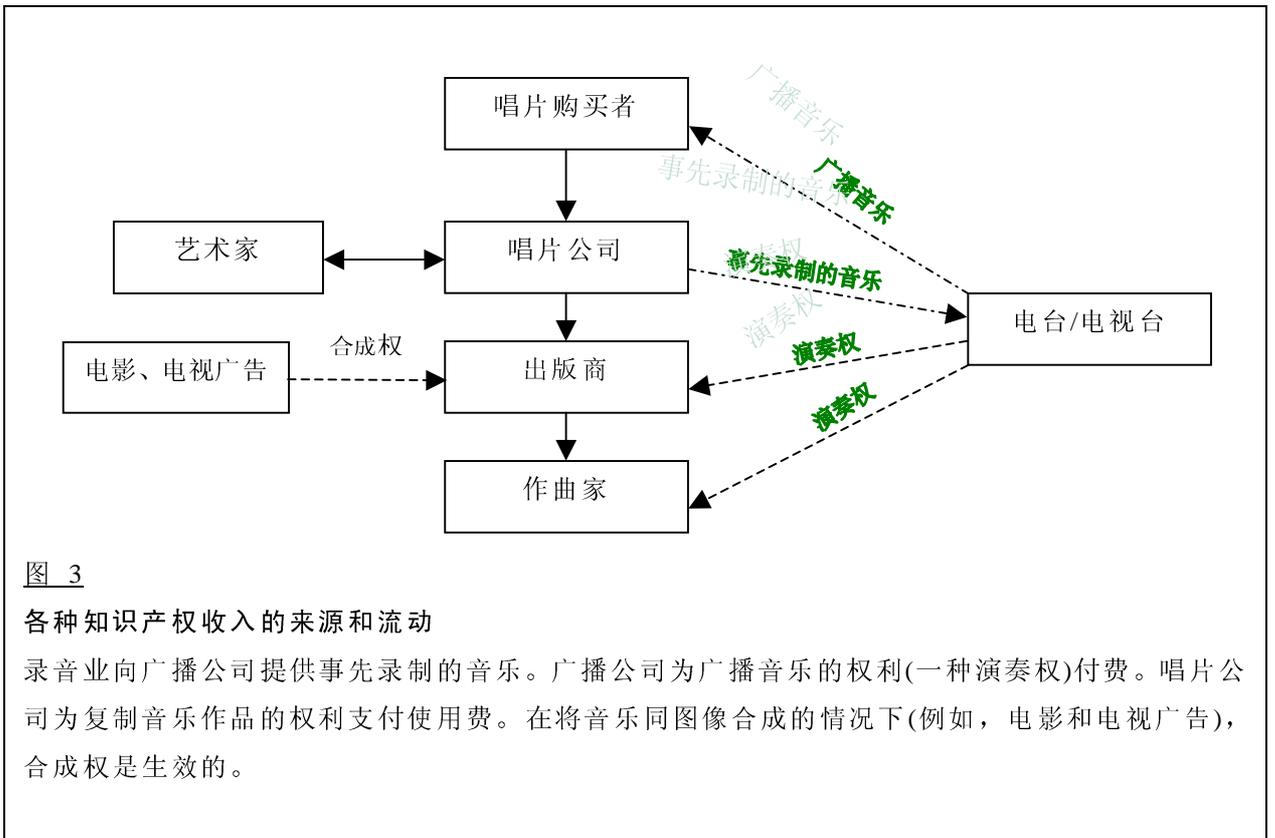
11. 同所有的媒体行业一样,目前音乐行业的变化是经济、政治和文化因素综合作用的结果,而文化因素又包括社会和法律两个方面。贯穿视听业和通信业的技术融合进程极大地影响了这种综合作用。但是,虽然一直以来的趋势是突出技术的推动作用,但是在许多方面政策变化更为重要。

12. 此外,在公司全球化的趋势中,在制订更加广泛的国际经济框架(贸发会议,1997年),特别是在制订有关创造利润和保持利润的公司战略时(Grahl, 2001年),必须确定资金的特别重要的作用。这种趋势往往突破了适合公司总部所在国具体条件的公司战略,而是实行了更加统一的工业结构和表现模式,在这种情况下,兼并、收购和获得流动资源在制订公司战略方面显得日益重要。

图 3

各种知识产权收入的来源和流动

录音业向广播公司提供预先录制的音乐。广播公司为广播音乐的权利(一种表演权利)付费。唱片公司为复制音乐产品的权利付费。在将音乐与图象合成的情况下(例如在电影或者电视广告之中),合成权利是有效的。



13. 在音乐和文化产品销售的方式发生变化的形势下,目前这种情况发展是十分重要的。最重要的趋势之一涉及知识产权收入的结构。这里的知识产权是指作者或其代表有权控制其作品和要求使用作品的人付费,同时也指在那些已经签署《1961年有关权利罗马公约》的国家中将保护范围扩大到演奏家和制作人(Malm 和 Wallis, 1992年)。在《关税及贸易总协定》、《北美自由贸易协定》以及欧洲联盟等方面的最近情况发展进一步推动了这一进程,特别是加紧了对于知识产权的控制,其中包括欧盟规定在作者去世以后对于版权的保护期延长到至少 70 年,而在

美国是 75 年。这些法律方面的情况发展使得作为长期投资的这种权利显得更有吸引力。<sup>2</sup>

14. 不但知识产权收入普遍增长，而且出现了这样的趋势：同诸如 CD 光盘和录音带等有形载体的销售收入相比，向媒体收取的使用音乐的许可证费用的比重越来越大，其中主要因素是：音乐电视的增长、私人电台的扩散以及在广告和电子游戏中音乐的使用。因此，在全球媒体领域中的行为者越来越把无形权利作为收入来源。EMI 的最近数字显示，出版活动，也即通过对作曲家向 EMI 转让的知识产权的开发或者贸易而获取收入的活动，占 EMI 集团营业额的 17%，但却超过该集团 2000 年净收入的 47% (*Music & Copyright*, 2002 年)。

### 音乐工业技术的发展

15. 上文提到的放松管制政策鼓励了技术的革新，同时又得到了技术革新的鼓励。支撑音乐工业的技术在全球各地已越来越普及。1980 年代的事实证明，多音轨盒式磁带录音技术快速传播到了几乎所有国家 (Wallis 和 Malm, 1984 年)。但同时，随着大型联合企业各种形式的合并扩大规模，使音乐企业的经济越来越具有全球性。尽管如此，真正的音乐制作企业还是从本国开始，艺术创作在各国千姿百态、群芳争艳。

16. 从总的方面看，(包括在低收入国家)已普及的新技术的采用，再加上少数全球性大型企业对工业的控制日趋加强，减少了富国小企业和穷国小企业之间在机会上的差异。这是因为从音乐的创作到制作，一直到物质和非物质形式的销售网络，数字化技术正处于无所不及地渗透音乐工业的过程中 (Wallis 等人，1998 年；Kretschmer 等人，1999 年)。

17. 理论上能使音乐创作者与全世界听众接触的网络和相关软件越来越先进，也越来越容易使用。现已停业的 Napster 网站或近日的 Kazaa 软件所使用的那种对等的文档分享技术允许可能有兴趣的消费者随意交流音乐样本。实例性证据表明，

---

<sup>2</sup> 美国在规定延长保护期的同时，也规定了放宽对于某些音乐用户的要求：某些类别的餐厅和酒吧不再需要为在其内店堂内播放音乐付费。这就引起了欧盟和美国在规定方面的冲突，后来世界贸易组织认为美国的规定是不能接受的。目前美国正在支付年度罚金，因为上述规定尚未取消 (2004 年)。

在通过对等(P2P)网络将非洲的一些音乐团体的录音传送出去以后,有人发现了这些团体,据此在芬兰便创立了这些团体自己的“兴趣会社”。在现实世界里创立歌迷团体(次文化)的过程在某种程度上可以在虚拟环境中重复。但是,这一技术也能使消费者回避对知识产权收益的偿付所形成的门槛,而这正是传统工业企图阻止这种技术(或通过买进技术而控制它)的理由依据。

### 接触消费者的渠道在变化

18. 在生产方面发生这类趋势的同时,向消费者传送音乐的渠道也发生了巨大变化。1980年代,许多西方国家政府力求放松对媒体的管制,导致新的地方电台和电视台大量诞生,其中包括有线广播和卫星广播。1990年代,在一些发展中国家可以看到类似的趋势,而互联网则为发展中国家添加了新的传播手段。

19. 互联网本身就属于基本上无管制的性质。这便引起了涉及“计算机化世界”中一些大体上仍然悬而未决的问题,其中包括隐私、安全和版权问题。存有音乐、并以固定而简便的数据形式(如MP3文档)提供音乐的网站很容易查访,这对那些掌控对艺术家投下大笔预先投资的企业造成了很大问题。文档分享技术的采用得到消费者的积极欢迎,但是受到音乐工业巨头在法院中的指控。但是,许多这类法律纠纷或者已经在法院外解决(例如一些大型音响公司与MP3.com之间),或通过旨在使采用新的技术“合法”的合作交易(例如BMG录音公司的母公司Bertelsmann与Napster之间的合作)来解决。<sup>3</sup>

20. 地位稳固的大公司对于互联网环境中富裕的消费者所进行的活动感到“道德上的惊恐”,使之放弃法律解决的途径,而改道更切合实际的解决办法。当然,这种新的变化极大地关系到发展中国家的音乐创作者的机会,使他们可以用新的数据途径接触到全球的可能听众。巨头(即主要音乐大公司)MusicNet和Pressplay在2001年发起的两项数据传播倡议应可以导致全世界商业上提供的音乐录音中80%从属于传播途径的双寡头垄断局面。Pressplay准备(与微软公司合作)提供由Vivendi

---

<sup>3</sup> Bertelsmann于2002年买下了Napster,然后又转售给生产光碟烧录器软件的制造商Roxio。Roxio现在再次发起Napster的合法下载业务,但不带P2P功能。Vivendi Universal对MP3.com掌握全部主宰权。但是,这些作业的长期可行性仍不确定。

Universal 和 Sony 控制的音乐。MusicNet 则可以取得另三大多国联合企业(EMI、Time Warner 和 BMG)所拥有的作品。两家均采用会员参加制，据此消费者支付固定的月费，可以下载固定数量的音乐作品录音。如果会费拖欠，消费者失去一切已下载的所有录音材料。但是这两项服务在商业上的可行性面临着不确定因素，而推迟了其开始运作的实际日期。<sup>4</sup> 而当它们最终开始运作时，这些服务却未能吸引消费者。Pressplay 技术转售给了 Roxio(这是 Napster 的品牌名称)，同时这种业务合作形式定于 2003 年底在美国作为合法下载服务重新开始运作。

### 合并、联合及由此导致的倡议

21. 大型音乐公司正力求推向进一步自由化和放松管制，以此扩大市场、吸引更多租听的客户；在与此同时，也不得不对由此引起的新的竞争压力作出反应。尤其是，由于业务扩大导致债台高筑，使公司经受不起销售的下降或其他冲击，并致使其更积极地沿着增值环节往下搜寻其他盈利来源。

22. 在这方面，地理和技术因素的和谐统一为音乐与其他媒体产品相结合带来了新的机会，因此受到极大注意。更重要的是，“纵向结合”(图 5)是过去几十年里国际音乐工业中一股很显著的潮流。各家公司战略性地利用合并与兼并手段加强其对制作和销售过程中关键阶段的控制。1980 年代，焦点集中在销售活动中，首先是因为独立的品牌对艺术家整个剧目的控制已被剥夺，随后又因为注意力开始转向通过控制零售点来掌握市场，其中包括通过扩大零售利润较高的音乐相关商品(例如 T 恤衬衣和招贴画)来掌握市场。1980 年代末，又出现另一转变，即转向出版业务。这包括将制作音乐录音的机构(唱片或“音响录音”公司)，与拥有音乐录音版权的机构(音乐出版商)联合起来。这一过程不仅改变了传统音乐工业的结构，而且也改变了工业的增长与演变互动模式，从而使巨头公司对市场能发挥高度的集体主宰权。

---

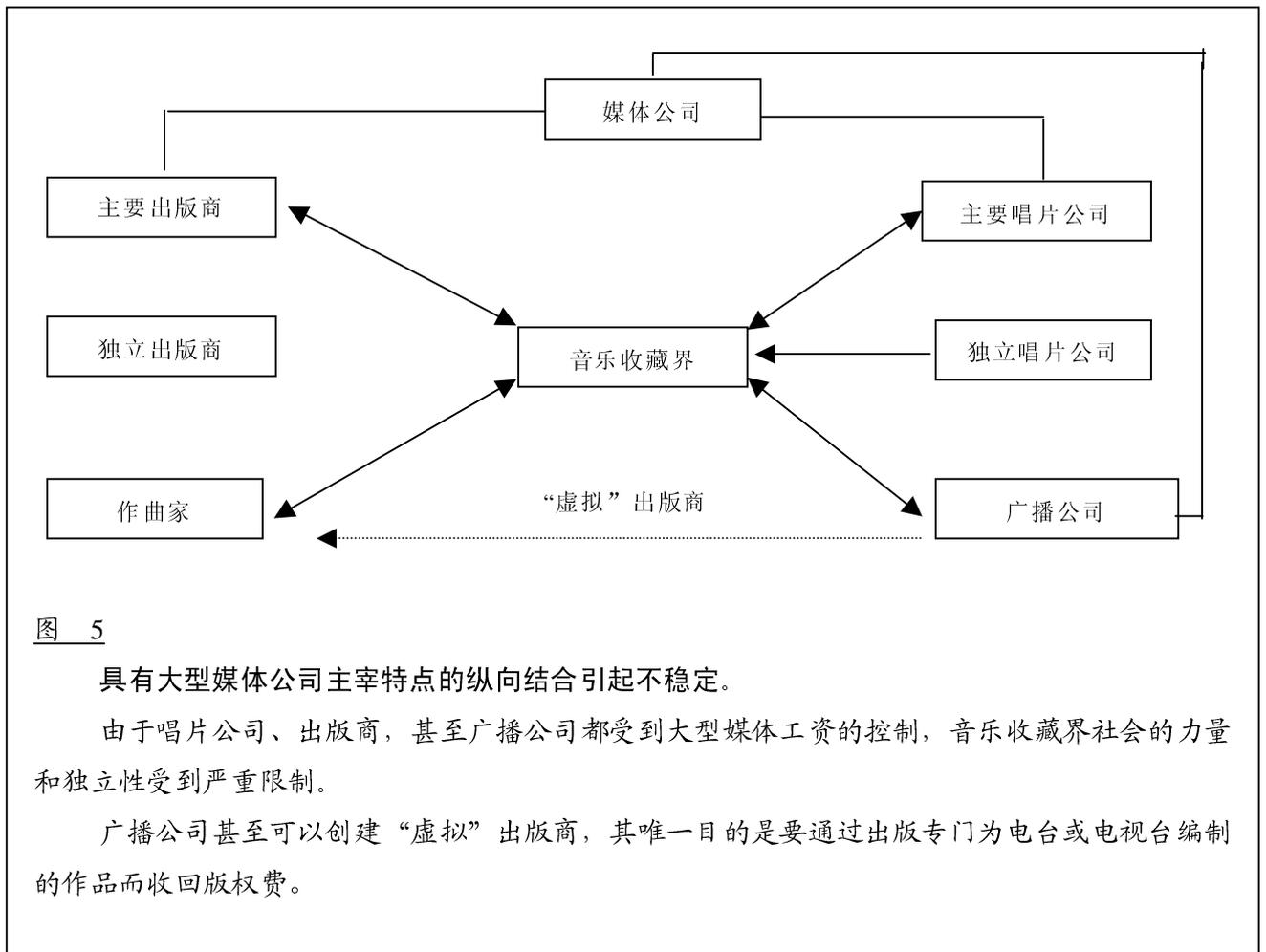
<sup>4</sup> 甚至在发达的工业市场里，消费者是否愿意每月支付高达十美元的费用来取得这类服务和条件，还完全不明确。但是，在美国，代表小型音乐制作商的议员和组织对于 Pressplay 和 MusicNet 的倡导作业所体现的集体主宰所带来的风险已表示严重关注(金融时报，伦敦，2001 年 3 月 4 日，《录音商标发起在线音乐企业》，国际音乐商业，《开火》，2001 年 10 月)。

图 5

大型媒体公司实现主宰的纵向结合引起不稳定

由于唱片公司、出版商，甚至广播公司都受到大型媒体公司的控制，收藏界的力量和独立性受到严重限制。

广播公司甚至可以创建“虚拟”出版商，其唯一目的是要通过出版专门为电台或电视台编制的作品而收回版权费。



23. 几家多国媒体公司现在“拥有”大多数超级明星，以及大量的音乐剧目版权。索尼(日本)、Vivendi Universal(法国)、AOL Time Warner(美国)、EMI-Virgin(联

合王国)和 BMG(德国)合起来算始终占有全球音乐销售和出版盈利的百分之 70 至 80。<sup>5</sup> 音乐制品的拥有权高度偏向集中对全球文化多样性造成极其深远的影响。

24. 过去几十年里发生大量的音乐和娱乐企业合并现象反映出追求规模经济和扩大控制面的愿望(即希望在全球性市场内销售全球性的热门作品)。这也反映出要在本身充满风险的市场里减少不稳定因素的愿望, 以及通过对制作和销售的控制更有效地吸引和保持客户的愿望(Andersen 等人, 2000 年)。<sup>6</sup> 公司战略的日趋“金融化”意味着合并之后音乐工业发生巨大的合理化整合, 并且使在国际上已成名的超级明星的作品范围变窄。

25. 这一局面造成的一项不可避免的结果是, 大型公司优先考虑的是保护大笔预付投资, 并利用其规模优势追求对市场的控制。不难理解这种鼓励措施对超级明星艺术家的吸引力。纵向结合的大型联合企业的自然目标是要将作品版权的拥有与版权的牟利开发结合起来, 这对多数创作者的经济状况会造成不良影响。有些创作者依靠不赞助大量新剧目的新的(因此在国际上不占有权威地位的)音乐收藏界, 而对他们来说, 情况尤其如此。而将创作者和表演者的版权与牟利开发权(制作与销售)如此“捆绑起来”对于竞争, 甚至对于这一工业的长期增长本身都是问题。纵向结合/集体主宰会严重限制创作者进入不同渠道来接触可能的听众, 而这可能是文化市场中创造力得到健康发展的最重要先决条件。于是, 如果小型公司的利益得不到反托拉斯条例的强有力支持, 也得不到制作者/创作者与消费者之间的公平独立的中介者的强有力支持, 则小型公司在市场上的运作会缺乏自由。<sup>7</sup>

26. 新介入的商家, 包括新兴发展中国家的商家必须面对音乐工业的这些挑战, 特别是巨头们对国际销售和推销的主宰。因此, 发展中国家的艺术家、企业家、音乐机构甚至政府必须与国际音乐工业建立公平的关系, 并审视这一关系。同时,

---

<sup>5</sup> 在两个市场(澳大利亚和联合王国)2001年前六个月内音乐制品实际销售的数字表明, 五大巨头控制了澳大利亚市场的 74%、联合王国的 90%(来源: 国际音乐商业, 2001 年 10 月)。

<sup>6</sup> 随着传输信息的能力在数据网络中不断发展, 媒体界联合企业对音乐工业具有特殊兴趣, 因为音乐工业在各种相关的媒体产品的错综复杂关系中占有关键地位。

<sup>7</sup> Wallis, 1990 年、Malm 和 Wallis, 1992 年、Choi 和 Hilton, 1995 年、Burnett, 1996 年、Negus, 1999 年。

上述这些趋势本身也使得大量艺术创作(而不是金融方面的)大胆尝试得以在许多小型公司(“独立公司”)中间进行,而这些小型公司代表了形形色色的文化和次文化,在这里,新的理念是由探索试验萌生的。而小国和穷国在这方面可能会占优势。

27. 一些出版商逐渐转向唱片工业业务的传统领域,特别是 A 和 R 领域,即将剧目与艺术家的选择配合起来。它们建立自己的录音制作室,并聘用歌唱家-作曲家编写并录制示范性音乐录音(然后可能由唱片公司发表和出售),这样,它们便在盈利阶梯上朝消费者的方向上升了。这一可能的冲突根源没有爆发成公开的对抗可能是因为许多合并行动已将出版和制作两方面利益的所有权结合了起来。

28. 另一方面,由于其规模,大型出版商在版权界有巨大的势力。在已经成熟的音乐出口国家,如联合王国或美国,这过程不太明显。在这些国家,艺术创作者及其律师可以加强其讨价还价的能力,或者通过建立自己的出版公司而(为自己的作品)保留控制权。在许多穷国,这种法律/商业的敏锐性往往很缺乏。在许多发展中国家,“出版”合同是一种称为“50/50 分成”的合同,这大体是指,在增值环节上的每一位出版商向另一位出版商付费时,必须将其 50%交给作曲家,但扣除行政费用。这种方式的一种结果是,譬如在肯尼亚注册的作曲家如果在美国出版了热门作品,最后收到的钱可能还不到在美国收到的某些版权费的 20%。除此以外,还有“终生版权”合同的条款(作曲家的终生年数加上在美国 75 年,欧洲 70 年),于是显然可见,出版业是国际音乐行业中最有利可图的业务了。

29. 不可否认,巨头们在国际音乐制品和国际艺术家的每一方面均发挥着关键作用。例如,瑞典主要出版商的子公司就建立了一些必要的接触,向主要的美国艺术家提供瑞典的作曲。<sup>8</sup> 于是,小型录音制作室取得录音业务,多国出版商赚取一部分版权,而音乐录音由巨头和一些独立公司联合制作并销售。

30. 发达国家和发展中国家的行业增值环节仍然存在巨大差异。尤其是,在许多发展中国家里,系统地连接整个价值链的大型公司仍然很弱或根本不存在。从一个角度看,这些差异是由于这一工业较长久的历史,而且与大小公司间互动关系有着难以分解的关联。控制全球音乐商业将近 80%至 90%的一小批多国联合企业都在

---

<sup>8</sup> 这种形式的交易极为成功,以至于主要的世界明星(例如 Britney Spears)现在都去瑞典,由一小批当地作曲家/技师拥有的录音制作室录音。

发达国家，而发展中世界里则有着大量小企业，在世界各地发挥着哺育艺术才华的功能(Andersen 等人，2000 年)。

### 新竞争对手以及价值链的日益不稳定

31. 上述情况表明，尽管大公司所占优势日增，音乐行业正在进行根本的结构调整。不过情况相当复杂。许多公司在 1980 和 1990 年代合并浪潮中债台高筑和随后股市崩盘造成的潜发问题，很可能会引起新一轮防御性合并，目前索尼和 BMG 录音部门合并尝试便是一例(2004 年)。

32. 另一方面，现在也能看到应对较小的竞争对手有利的新机遇。通过因特网，创作歌手和他们的唱片制作者应当能够绕过已确立的行业在世界任何地方寻找他们自己的听众(只要他们能够在这种分销渠道的众多嘈杂音中让别人听到和为人所知)。事实上，一些市场调查研究组织预言音乐制作和分销寡头垄断将会崩溃(Jupiter Communications, 1998)。

33. 但今天的实际情况与预言相去甚远。初期，五家主要音乐公司对采用因特网作为分销渠道的反应很慢。当它们正慢慢地考虑如何利用网上环境时，其他竞争者的做法则大相径庭。MP3.com 及有关公司直接了当地在网上提供音乐服务，这种提供方式显然与知识产权立法是不一致的。Napster 接踵而至，采用了一个日后被证明为“杀手级的应用程序”，一个允许用户分享存储在他们自己硬盘上的音乐的非常简单的应用程序。

34. 在音乐行业为音乐分销提供安全数字环境的努力中，最广为人知的尝试就是所谓的安全数字音乐倡导者联盟。这一构想未能实现也许是因为该联盟成员各自的目的很不一样。2000 年年底作为向电脑黑客提出的挑战，结果美国普林斯顿大学的研究者几个小时内便破解了密码。<sup>9</sup>

35. 网上销售并不能引人入胜地起飞。2000 年网上音乐市场在美国伴音载波市场所占比例为 3.2%，比 1999 年增加了 0.8%。在报导美国唱片工业协会提供的这

---

<sup>9</sup> 目前大音乐公司正设法开发新技术，防止消费者录制 CD 光盘或甚至从数字下载文件“烧录”他们自己的 CD 光盘。历史证据并不显示它们对新技术引起的任何新的商务问题会找到完美的技术答案。事实上，近期来这些公司已在法律上对下载音乐文件非法用户展开了大胆的攻击，迄今已部分取得成功。

些数字时，总部在伦敦的《音乐制品及其著作权》通讯指出，上述数字“证实国际上主要唱片公司在制定它们网上战略方面的延误使美国网上市场的扩展慢了下来” (Music & Copyright, 2003)。被大肆报导的苹果电脑推出 iTunes 打入这一市场一事也必须从全球范围考虑。每年世界销售量仍然达 10 亿 CD 光盘。这等于 100 亿个曲目 (在美国约达 30 亿个曲目)。第一年以每个曲目 99 美分下载的苹果网上唱片达 1 亿个曲目的事实必须从量的角度评价。令人感兴趣的是苹果在价值链中扮演的角色，它正在取代传统零售商。

36. 另一种反应从小型独立唱片公司的情况可见一斑。它们热衷于试验新技术，将因特网视为为音乐创作者创造机会，使他们能够将其作品传送到世界任何地方的潜在听众的最短途径。由于它们的合作伙伴往往是不十分出名的艺术家，或经营不是最流行的乐种，这些公司尤其欢迎这种能够绕过主流工业的机会。但即使这样，取得的成功仍然有限。很少消费者愿意为数码音乐下载付款。随着 MP3.com 等公司的涌现以及 Napster 等公司提供的文件分享应用程序的问世，音乐可以“免费”下载，付款下载音乐的人便更少。<sup>10</sup>

### 收款协会作为必要的中介机构

37. 著作权已成为在一个潜在支离破碎且反复无常的行业中将集体利益组织起来的一种手段。不过，实施音乐用户向著作权人交付版权费的办法决非理所当然，而是意味着需要建立一种与该行业的国际规模相一致的监测和行政管理机制，这是一项错综复杂的工作。

### 国际规则和国家要求

38. 确保创作自由需要一种有利于创作环境，即一种令创作者感到安心的环境，使他们能知道代表他们或替他们管理财产的人正在有效、公正地履行其任务，他们并没有受骗。鉴于产品的性质，借助和混合富有创意的音乐景象的主意的重要性，音乐著作权只能为该行业提供不完美的保护。此外，虽然这种制度可为该行业

---

<sup>10</sup> 尽管如此，有证据表明，随着以 MP3 文件形式提供的网上音乐的增多，诸如 CD 光盘等实物产品的消费也有所增加。

提供支持，但实施音乐用户向产权所有人支付版权费的办法决非理所当然，而是需要通过适当的体制结构加以监测和管理。这基本上就是收款协会要失学的角色 (Andersen et al., 2000)。

39. 图 2 举例说明了这样一种收款协会。这种协会公开作为著作权人(出版人和作家)与用户(音乐消费者)之间的独立中介机构。由于它们往往以实际上垄断者的姿态运作，国际管理机构和竞争当局等官方机构对它们的监管工作也逐步在加强。用户经常抱怨这些协会利用它们的垄断地位索取过高的费用。在欧洲，欧盟委员会鼓励协会之间展开一定程度的竞争，或许还认为某些用户的力量足以保证协会不至于滥用它们的市场支配力。

40. 代表较贫穷国家作曲家的收款协会的历史记录不但残缺不全，而且并不总能令人满意。在许多英国前殖民地，英国版权协会帮助建立起当地的胚胎型协会，主要目的是为英国作品收款，而不是为了在新独立国家中为本国创作物建立当地市场或国际市场。此外，随着这些新生协会逐步成熟，许多被指责无能乃至腐败。

41. 收款协会全球规则框架(包含在国际作家和作曲家协会联合会的章程内)允许当地著作权代理机构保留所收款项的十分之一用于“社会和文化目的”。因此，协会有机会支持当地音乐并普遍地将创作力问题与知识产权保护连在一起。

42. 对一个强有力的独立著作权收款协会的要求很直接了当，但也很严格。一个能识别音乐作品的用途、收款和发款的中介机构必须具备正确无误、最新和有效的作家和作品资料库，一个有效的交易事务处理系统，在其本身经营的地理区域建立一个全面的谈判和收款程序、及有效的当地发款程序，以及与其他国家的姊妹协会签订公平、有效的互惠协定。

43. 主要难题是提供给收款协会的资料质量。另一个难题是将不同的资料库联网，以免每个协会都各自要输入所有资料，而是可以通过适当的搜索引擎查阅其他资料库。目前已在运作的唯一实例在北欧地区，在该地区，瑞典、芬兰、丹麦、挪威和冰岛的音乐版权协会通过 Norddoc 这个网上资料库，将它们各自拥有的音乐作品和作家资料来源并在一起。

## 国际作家和作曲家协会联合会共同信息系统倡议

44. 国际作家和作曲家协会联合会是总部设在巴黎的一个国际作家收款协会组织。它制定规范收款协会之间关系的国际游戏规则。网上数据库使所有成员协会都同样有机会提高其效率，这是一个公平的全球制度所不可或缺的一项要素。国际作家和作曲家协会联合会于 1990 年代中期朝这个方向发动了一个重要倡议，即共同信息系统，该系统使得作品能够以唯一标识登记(并与所有权连在一起)。与这个系统连在一起是小型著作权协会在全球维护其会员利益的最佳办法。共同信息系统办法若运作良好，不诚实的人就难以将发展中国家创作人用唯一标识在共同信息系统上登记的作品据为己有。

45. 上述论点说明，发展中国家多么需要建立能有效运作的收款协会，来有效执行这种登记工作——这项任务甚至还包括登记由地方传统音乐改编的乐曲。一个有效的地方系统是(a) 确保成功的会员赚取的收入返回本国，和(b) 当地作曲家不至于被海外的协会抢走的最佳保证。除了对信息技术系统效率的主要要求外，有些协会集团为偿还建立新的共同系统所作投资，有可能在自己地区以外寻求更多的商务。即使在著作权界，“合并”一词也有它的深远意义。

46. 成熟和经验较少的协会之间的合作是必要的，但必须在条件平等的情况下开展这种合作——例如，瑞典作曲家收款协会便对波罗的海诸国(爱沙尼亚、立陶宛和拉脱维亚)提供了财政和技术援助。<sup>11</sup>

## 公平游戏规则：国际、区域和地方的挑战

47. 图 4 表明，收费协会在音乐产业中起着中枢作用，是权利持有人与开发商之间利益的有力、公平缓冲人，通过代表所有著作者与使用者进行合理谈判(可以提供各种曲目)以制订费率，平衡权利持有人与使用者之间的合理要求。通过商业兼并实现的纵向一体化对这一独立性具有重大影响。主要出版商在国际上实行卖方寡头垄断。它们的地方子公司可以派代表参加地方版权协会董事会——其代表结果是双效忠——既效忠于收费协会的地方理事会，又效忠于其国际“主子”。这使大公

---

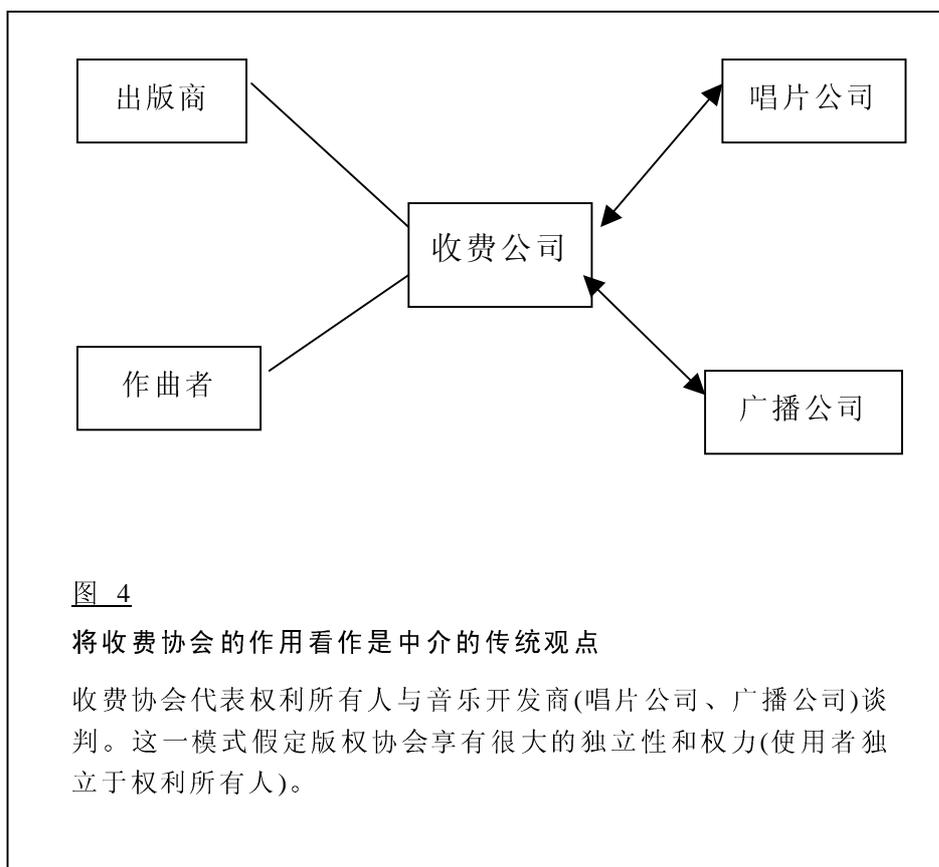
<sup>11</sup> 没有这种援助，过去两年在欧洲音乐大赛获得成功的波罗的海作曲家决不可能为他们的国家争取到来自知识产权的合理收入。

司可能牺牲小公司利益来获取资金好处。主要唱片公司各部门向某一协会提供其所  
有业务(如在欧洲提供机械复制版权费),以换取价格折扣。然后,它们的相关  
出版部门则要求协会降低为唱片所录歌曲支付版权费所使用的委托费。遭受损失  
的是小制作歌曲的作者,在这些制作中往往提高委托费,以使收费协会得以平衡  
帐目。类似动态很可能削弱发展中国家新兴收费协会的力量。

图 4

将收费协会的作用看作是中介的传统观点

收费协会代表权利所有人与音乐开发商(唱片公司、广播公司)谈判。这一模式  
假定版权协会享有很大的独立性和权力(使用者独立于权利所有人)。



48. 这类看法对发展中国家的收费协会具有各种影响。它们显然必须具有效  
率、透明,必须得到政府当局的道义和法律支持。它们还必须成为国际大家庭的一  
部分,但同时又要求对它们适用的规则也适用于较大型、较闻名的公司。从这些观

点中得出一项有力的结论：国际作词作曲者协会联合会作为收费协会活动的整合人，以及互惠和团结原则的监管人，其作用必须得到加强、扩大和提升，以反映全球音乐产业不断变化的面貌。<sup>12</sup>

## 发展中国家的盗版现象

49. 全球音乐产业经常提醒世界注意，盗版使艺术家和作曲家损失几十亿美元的收入。2000年世界各地盗版销售估计为42亿美元，一些发展中国家盗版猖獗。<sup>13</sup> 廉价复制技术的普及和光盘容量的增加是近年盗版的主要原因，光盘占2000年盗版销售的三分之一。然而，在大韩民国和泰国等一些国家可以看到加强版权法对减少盗版销售的影响(Throsby, 2002)。

50. 另一方面，不涉及“销售损失”的未经授权复制音乐的“盗版”严格说来不等于收入损失。那些拿不出10或15美元买一张光盘而喜欢买2美元一张光盘的人，在盗版光盘消失后，也不一定以高价买那么多光盘。这一论点也适用于通过Kazaa软件等服务系统从互联网上下载音乐的消费者。许多研究表明，使用影印技术从其他使用者的硬盘上下载音乐实际上增加了购买光盘等CD音乐产品的倾向或听音乐会等实际经历的次数(Oberholzer F 和 Koleman S, 2004)。

---

<sup>12</sup> 应该指出，瑞典作曲家尽管在国际市场成绩斐然，但直到最近才了解和实行这一共同做法。例如，国际作词作曲者协会联合会规则称，在另一国家的表演权(如在广播/电视台或音乐会上的表演收入)收费的50%必须通过在作曲者登记的国家的收费协会返还给著作者。这假定作曲者必须有可靠的地方收费协会，有关作品在当地登记，这些数据可在国际上获得。“另外”50%通常支付给地方出版商，它代表作曲者在有关领土的原始出版商。50/50分成是一项老规则，可追溯到很早的时候，当时在美国的德国歌曲代理人，即地方“分出版商”负责印制音乐谱稿，许多有名的作曲者，通过“源头”交易，保证自己得到大于50%的份额。在联合王国音乐产业，70/30的“源头”交易对于不大有名的作曲者也十分常见。换句话说，作曲者得到收费的70%(减去税和收费公司的行政费用)。有些成功的作曲者谈判得到了90/10的分成，也就说出版商只能得到10%的收费。

<sup>13</sup> 这不仅仅是发展中国家的问题，意大利盗版销售额估计为2.8亿美元。

51. 当然，对生产盗版光盘和录音磁带的工厂的非法企业主进行管制，必须是许多国家的优先事项。如果对地方机构消除盗版给予经济激励，管制盗版则最为有效。例如，一家正常运行的地方版权协会，可受益于有效的反盗版活动，因为这些活动可以为协会产生收入(通过合法销售的知识产权收入)。

### 最佳做法和政策建议

52. 解决发展中国家包括最不发达国家幼稚工业的问题，没有一套普遍适用的政策办法。本文分析表明，音乐产业正经历的变化可以为小型参与者提供新的机会，成为创造就业和扩大贸易的重要新兴领域。机会之一是有能力产生高额红利，进行再投资获取利润。音乐产业是一个有大规模交叉补贴的高风险产业，交叉补贴是必要的，以便可以针对严重的不确定性和波动性作出长期考虑。然而，同样趋势也可以使“捷足先登者”具有巨大优势，防止新从业者进入这一最有价值的活动领域。对小国而言，公私部门参与的混合模式是可能的成功之路。需要巩固部门内“创作者”与“非创作者”之间的专业桥梁，以便克服扩大业务的障碍。国家干预的经济理由是众所周知的市场失灵论点和文化产品的公共商品性质。

### 风险分担

53. 虽然获得资金是一个对所有企业都很重要的问题，但研究表明文化企业面临着巨大障碍，对小型企业尤其如此(Cunnigham, 2004)。这一问题在某些程度上反映了文化产品的性质，因其公共商品特性，很可能遭遇搭车者风险。于是，现有筹资方法在风险特别高的文化企业创业和发展阶段都不令人满意。这一问题在发展中国家更大，那里的金融市场薄弱，取消管制转移了风险较大、准备时间长或结构复杂产业的未来机会(Felix, 2003)。

54. 大多数发展中国家缺少发展文化产业的综合部门政策。纠正这一偏向是改进产业形象，形成潜在投资机会的第一步。目前，大多数音乐产业是中小企业，但发展中国家需要发展大中型企业，以便作为承担明显资金义务的竞争者进入全球市

场。一个可能的道路是经由手工业企业群或工业园区这样做。这在较发达国家音乐产业中很常见，可替代大型纵向一体化企业(Kozul, 1993)。

55. 在欧洲，有各种各样的公营、私营和混合融资计划供文化企业的商业发展使用，包括商业贷款、软贷款、赠款和针对中小文化企业发展的赠款方案(欧盟，2000)。例如，联合王国设立的这类新融资工具(如地方交换贸易系统)很适合当地情况。<sup>14</sup> 这方面的另一重要政策工具是贷款担保。这是一个给予相关资金支持的公私营贷款担保制度，如法国的电影和文化产业融资机构(IFCIC)和加拿大魁北克的声援社区发展组织(SODEC)。一些非洲国家也有贷款担保制度，如西非民间投资保证基金(GARI)(多哥，洛美)和 FANG(突尼斯)等。它们虽然不是银行贷款的替代，但可对银行支持企业发展提供一种担保。

56. 最后，发展机构也可以在文化企业融资上发挥重要作用。迄今，多边供资机构和区域发展银行在这一领域的作用不突出，尽管已出现一些变化的迹象。其他国际机构，如贸发会议和工发组织可以向中小企业协会提供补充技术支持，政府机构也可以在建立文化产业群中这样做。

## 体制发展

57. 本文件的总体结论是，重视版权体制和收入流动是核心问题。发展中国家必要时需要增订版权法，鼓励设立高效率版权制度，以保证为本国创作者和在国际上竞争的创作者提供一个公平竞争的平台。在这一努力中，发展中国家应该从国际版权机构接受技术和资金支持，以扶持本国的版权保护机构，即高效、公平和透明的版权机构。这意味着它们可以经受住比较严格的独立审计，音乐使用者(向收费协会付费者)和音乐创作者(领取收费者)都在合理程度上满意向所表演音乐的拥有者分配的收入。

58. 音乐产业任何削弱历来维系版权制度互惠和团结原则的全球举动(或更为严重的完全绕过后者的举动)，都可能在这方面产生消极影响。在这里，负有咨询和

---

<sup>14</sup> 详细讨论这些问题超出了本文件的范围，请参见 EU(2000)。

监管双重作用的产权组织和国际作词作曲者协会联合会等国际组织，承担着重要责任。

简言之，政策应该包括以下，

- 可能时，鼓励创作者将原始权利保留在国内(经由国内原始出版商)，国际开发合同应该基于合理的条件(即在成熟的音乐出口国家被视为合理的条件)；
- 从已创立独立、成功的地方版权管理机构的发达世界小国(如爱尔兰和瑞典)寻求各种形式的知识、技术转让和业务支持；
- 与知识产权组织等国际机构合作，向地方音乐家/作曲者和音乐产业企业家提供更好的音乐产业知识。

## 建立并支持地方产业

59. 创作的基础始于地方。兴旺的企业家精神可以鼓励小型独立公司生产各种音乐产品，成为出口成功的基础。反过来，又可鼓励大公司的地方子公司在当地音乐曲目和艺术家上投资。这样的环境可促进地方企业家发展，他们通过与多国音乐集团企业合作以实现协同价值。

60. 一些国家实施各种直接和/或部分资助地方制作的方案。1986年设立了加拿大录音发展方案(SRDP)，以支持加拿大公司制作加拿大音像音乐和广播节目，以及推销和分销。每年资助数额原为500万加元。加拿大政府工作组报告认为，尽管这一数额按不变美元计算约减少27%，但该方案对地方录音产业具有非常积极的影响。也有人批评说，SRDP对推销和分销活动的支持很少。

61. 成功的国际贸易风险项目，可能涉及地方企业家与国际公司之间的联合。成功的先决条件是具有“合理交易”领域的专门知识，包括清楚了解创作者为换取小额定金而签署权利转让的不利条件。发展中国家的新兴产业在与地方、国内企业以及国际公司建立关系时必须坚持良好的原则和做法。不了解有名的音乐出口国适用的标准，一个国家的音乐产业无论它的创作资产如何，都将处于不利地位。

## 结 论

62. 音乐产业公司全球化的趋势没有使国家甚至区域音乐产业的概念失去意义。卫星或互联网等全球销售渠道表明，对国家、领土或文化(语言)疆界没有任何尊重。另一方面，它们本身不可能具有促使全球娱乐名星和产品不断减少的效果。

63. 文化、教育、经济条件和获得技术等地方因素结合起来，即使在与国际趋势互动时，也可导致高水平的地方活动。因此，总体效果构成了事实上的国家资源。联合王国和美国几十年便是这种情况。最近，其他国家，如爱尔兰、瑞典和牙买加等小国也表明它们可以发展自己的繁荣产业。

64. 可以提出一些需要进一步研究的领域。它们涉及上述关键问题：集体管理制度；政府和私营部门支持当地产业建设的形式；通过教育和培训开发音乐产业技能。扩大知识产权收入以覆盖更多权利持有人群体的现象值得注意，发展中国家如何迅速并在具体情况下实际融入这一进程的问题也需要密切关注。

65. 以上不仅对发展中国家而且对整个国际创作业都具有重大意义。如果世界希望受益于发展中世界巨大的文化资产宝库，就需要积极支持创作业，以发展它们的供给能力，协助在公平贸易条件下扩大贸易和发展。这需要有公平的竞争环境，地方一级具有适当的国际知识。创作业，如音乐，可以成为促进和培育文化多样性的关键手段。铭记这一点，国际社会需要建立特别措施和机制，以促进文化多样性，承认社会和社会群体有权创作、散发、销售、获得尊重其特征和尊严的文化产品和服务。

## 参 考 文 献

- Ahlgren B (2000). Electronic trade in music: The shift from physical to non-physical products. Masters' thesis, Department of Media Technology and Graphic Arts, Royal Institute of Technology (KTH), Stockholm, Sweden.
- Andersen B, Kozul-Wright Z and Kozul-Wright R (2000). *Copyrights, Competition and Development: The Case of the Music Industry*, UNCTAD, Discussion Paper, 145, January, UNCTAD/OSG/DP/145, United Nations, Geneva.
- Burnett R (1996). *The Global Jukebox: The International Music Industry*. London: Routledge.
- Choi CJ and Hilton B (1995). "Globalization, originality, and convergence in the entertainment industry". In: L. Foster (ed.), *Advances in Applied Business Strategy*, Greenwich, CT: JAI Press.
- Cunningham S (2003). *Evolving creative industries: From original assumptions to contemporary interpretations*, transcript of a seminar, 9 May, Q U T Brisbane, Australia.
- Dayton-Johnson, J (2000). "What's Different About Cultural Products? An Economic Framework." (Dalhousie University) Paper produced for Strategic Research and Analysis (SRA), Strategic Planning and Policy Coordination, SRA501. Ottawa: Department of Canadian Heritage
- European Union (EU) (2000). Banking on culture, [www.EU.org](http://www.EU.org)
- Felix D (2003). The Past as Future? The Contribution of Financial Globalization to the Current Crisis of Neo-Liberalism as a Development Strategy, PERI Working Paper Series no. 57. Political Economy Research Institute, University of Massachusetts, Amherst.
- Gerdes J and Rolland E (2000). "Www-What went wrong. An analysis of the apparent collapse of the dot coms", Proceedings of the Third International conference on Telecommunications and Electronic Commerce (ICTEC), Dallas: Southern Methodist University.
- Grahl J (2001). "Globalized finance", *New Left Review*, March-April.
- Gronow P and Saunio I (1998). *An International History of the Recording Industry*, Cassell, Llewellyn, Wellington House, London.

- Hirsch PM (1992). Globalization of mass-media ownership: Implications and Effects, *Communication Research* 19: 677–681.
- Jupiter Communications (2000). “Selling music On-line”, paper presented by O. Beauvillan at PopKommconference, Cologne, August.
- Kozul Z (1993). Innovation and industrial organisation, PhD thesis, University of Cambridge, Cambridge.
- Kretschmer M and Wallis R (2000). “Business models and regulation in the electronic distribution of music”. In: B. Stanford-Smith, *E-Business: Key Issues, Applications and Technologies*, Amsterdam: IOS Press, pp. 197-204.
- Kretschmer, M, Klimis G and Wallis RA (1999). “The changing location of intellectual property rights in music: A study of music publishers, collecting societies and media conglomerates”, *Promethues* 17/2, pp. 163–186.
- Lovering J (1998). “The global music industry: Contradiction in the commodification of the sublime” In: A. Leysham et al (eds.), *The Place of Music*, New York: Guildford Press.
- Malm K and Wallis R (1992). *Media Policy and Music Activity*, London: Routledge.
- Mol JM and Wijnberg NW (2002). “Value chain envy: Explaining new entry and vertical integration in popular music”, Research Report, SOM, 02B32, University of Groningen, Netherlands.
- Music & Copyright (2002). “EMI reports an 83% rise in EBITDA to US\$ 24 million”, No. 240, 27 November, Informa Media Group, London.
- Music & Copyright (2003). “On Line retail market expands but high costs and increased competition threaten standalone web retailers”, No. 265, 24 December, Informa Media Group, London.
- Negroponte N (1996). *Being Digital*, Vintage Books.
- Negus K (1999). *Music Genres and Corporate Cultures*, London: Routledge.
- Oberholzer F and Koleman S (2004). The effects of file sharing on record sales: An empirical analysis, research paper, Harvard Business School/UNC Chapel Hill, March.
- Rutten P (1991). Local popular music on the national and international markets, *Cultural Studies* 5: 294–305.

Tapscott D, Ticoll D and Lowy A (2000). *Digital Capital: Harnessing the Power of Business Webs*, Harvard Business School Press, Cambridge, MA.

Throsby D (2002). “*The music industry in the new millennium: Global and local perspectives*”, paper prepared for the Global Alliance for Cultural Diversity, A Division of Arts and Cultural Enterprises, UNESCO, Paris.

UNCTAD (1997). *Trade and Development Report 1997*, United Nations, Geneva.

\_\_\_\_ (2003). Proceedings of the Youth Forum, Music Industry Workshop, Brussels, Third UN Conference on the Least Developed Countries, European Parliament, May, United Nations, Geneva and New York.

Wallis R (1990). “Internationalisation, Localisation and Integration: The Changing Structure of the Music Industry”, working paper of the Department of Mass Communication, Gothenburg University, Sweden.

\_\_\_\_ (2000). “The music industry and the digital environment seen through the eyes of a smaller collecting society”. In: J. Turton and E. Lauvaux (eds.), *Legal and Commercial Effects of Digitisation on the Music Industry*, Apeldoorn, Netherlands: Maklu Publishers, pp. 221–232.

Wallis R, Kretschmer M, Holtham C and Skinner C (1998). “Credibility capital: The new logic of electronic markets”. *Proceedings of First International Conference on Telecommunications and Electronic Commerce (ICTEC)*, Nashville: Vanderbilt University.

Wallis R and Malm K (1984). *Big Sounds from Small Peoples: The Music Industry in Small Countries*, London: Constable.

-- -- -- -- --