



龙小宁
厦门大学经济学院 教授、博导
本刊学术主编 专栏作者

本文关于著作权集体管理的讨论以KTV经营者为例，但分析中涉及到的多个问题和总结出的一般性规律也同样适用于音乐使用中不断更新的其他商业模式。

著作权集体管理与KTV收费的经济分析

本文尝试用经济分析方法来研讨如何解决著作权集体管理中遇到的诸多挑战，并针对KTV经营者面临的收费标准等具体问题给出相关建议。其中第一至第四节分别讨论相关问题，第五节是简短的小结。

一、为什么需要著作权的集体管理？

研究集体管理组织及其有效运营需要从知识产权的两个属性谈起，一是其作为智力劳动创造成果的属性，二是其拥有的公共物品特征，也即非竞争性（nonrivalrousness）。一方面，作为智力劳动创造的成果，知识产权的产生需要以人力、资金等投入为基础。为了鼓励技术、作品等知识产品的持续创造，必须给予知识产权所有者以经济激励，而知识产权保护以及相应的许可费收入即是通过给予知识产权所有者以一定时期内的垄断权，使其可以用知识产权的使用授权来换取经济回报的制度安排。

另一方面，知识产权的非竞争性（nonrivalrousness）意味着技术、作品等知识产权可以同时被多个实体所使用，而不需付出额外的成本和费用。例如，一首音乐作品可以被多人同时欣赏，而其中每个人从中得到的效用（utility）或满意度都不会因为他人的欣赏行为而减少。这一特征造成下面两个后果：一是边际成本为零这一事实意味着任何非零的价格都会造成一定量的消费者福利损失；二是也正因为消费量增加对应的边际成本为零，消费者认为搭便车行为具有合理性、缺乏主动缴费的动机，而这恰恰又给知识产权的许可收费造成了困难。

许可费征收困难的问题对于音乐作品等著作权的保护来说特别突出，原因在于海量的作品和对应的作者以及数量巨大的使用者是著作权所特有的属性，随之而来的高交易成本成为其权利行使中遭遇困难的根源。试想，一首歌曲的词曲作者、演唱者或制作者如何与每家电台和电视台逐一谈判许可使用费率并签订许可合同？反之，KTV中的顾客又怎样联系到其当天点唱的每首歌曲的词曲作者、演唱者或制作者并获得他们的使用许可？

应运而生的集体管理模式逐渐成为帮助权利人行使著作权及相关权利的重要制度安排。集体管理，是指作者、表演者和制作者以及其他权利人通过授权或委托专业的集体管理组织来集中行使权利人有关权利的模式。在这种模式下，集体管理组织可以用自己的名义进行以下活动：与使用者订立

著作权或与著作权有关的权利许可使用合同,向使用者收取使用费,向权利人转付使用费,以及进行涉及著作权或与著作权有关的权利的诉讼、仲裁等。

通过授权或委托专业的集体管理组织来集中行使权利人的有关权利,这种集体管理模式可以降低作品权利人与使用人之间的信息搜索成本、许可谈判成本和协议执行成本,也即交易成本,从而帮助建立有效便捷的许可使用制度,有利于作品的传播。基于上述分析,集体管理模式虽然从理论上讲可以适用于各种知识产权,但现实中主要应用于著作权的行使与管理中,这缘于著作权对应的海量作品、作者和数量巨大的使用者。

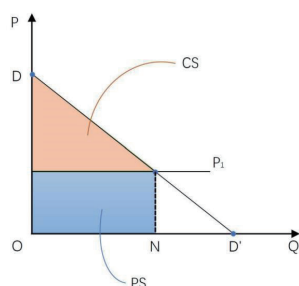
二、著作权集体管理组织应该如何定价?

著作权集体管理所面临的核心问题是集体管理服务中的定价问题,下面讨论几种相关的价格或费率应该如何制定。鉴于问题的复杂性和信息数据的缺乏,这里的讨论只提供理论框架,详实的具体分析需要在严谨的经济学研究论文中展开。

作为作品创作者与使用者之间的连接纽带,著作权管理组织需要确定两种价格或费率:向使用者收取的作品使用费率(P_c ,单位为:元/每次)以及向创作者支付的作品许可费率收入(P_p ,单位为:元/每次),而前者总额与后者总额之间的差额为集体管理组织的管理费用($N*(P_c-P_p)$)。其

中 N 为集体管理组织获得授权的所有作品的总使用次数,由上述的两种费率 P_c 和 P_p 共同决定:与 P_c 水平呈负向关系(高额使用费会降低作品的使用量),而与 P_p 水平呈正向关系(低水平许可费收入会减少作品的授权量)。

如上面第一节所述,知识产权保护中需要考虑社会各构成部分之间的利益平衡,既要考虑创新产品创造者的创新激励和必要的经济收益,也要关心消费者的福利水平。可以用以下公式来大体描述社会中各部分利益的关系:社会总福利分析=消费者福利+生产者福利,因此,我们需要解决以下的社会总福利最优化问题: $\max_{\{P\}} CS + PS$,其中 CS (consumer surplus的简写)为消费者剩余,用来指代消费者也即作品使用者的福利水平,而 PS (producer surplus的简写)为生产者剩余,代表生产者也即作品创作者的福利水平。首先,我们简略掉管理费用,假定 $P_c=P_p=P_i$,下图即给出最优化问题的图示:



其中 N 为音乐作品的总消费量也即总使用次数, DD' 为消费者对音乐作品的需求曲线,而上文讨论过的知识产权非竞争性(nonrivalrousness)特征意味着现存音乐作品的边际生产成本为0,换言之,水平轴 OQ 即为现存音

乐作品的供给曲线。因此,上图中橙色三角形 CS 即对应消费者剩余,可以用来衡量消费者从使用 N 次音乐作品中获得的福利水平,而蓝色矩形对应生产者剩余,可以用来衡量生产者从许可音乐作品的 N 次使用中获得的福利水平。从图中可见,价格 P_i 降低时会减少生产者剩余,但会同时增加消费者剩余,而能使社会总福利水平达到最优的对应价格应该为: $P^*=0$ 。容易看出,此时对应的三角形 ODD' 是社会总福利水平——也即橙色三角形与蓝色矩形面积之合——所能达到的最大值。

需要特别指出的是,图中显示的是现有音乐作品的供给需求分析,而没有考虑到对未来作品创作的影响。因此,如果只是基于上述的分析,那么鉴于知识产权的非竞争性特征就会得出许可费率为0的结果,会令未来新作品的创作完全失去经济激励。为解决未来创新激励的问题,应该对社会目标函数的选择进行调整,改变为如下的最优化问题: $\max_{\{P\}} k_1 CS + k_2 PS$,其中的 k_1 和 k_2 分别为消费者福利和生产者剩余对应的权重。

显然,为保证创新激励的存在需要满足下列条件: $k_1 < k_2$,因而最优价格应该大于0。具体的价格水平则由两个权重的具体取值决定,而后者将取决于两方面的因素:新作品创作的供给弹性,也即价格如何影响供给量,以及社会对当期消费者福利与未来创新水平之间的相对重视程度。新作品创作的供给弹性越高,则需要 k_2

有更高的取值;而对当期消费者福利水平的重视程度越高,则需要 k_1 有更高的取值。

给定 k_1 和 k_2 之间的比例关系,从图中可知,需求曲线 DD' 的位置也会决定最优价格的水平。对音乐作品的需求量越大,则对应的最优价格越高。通常对音乐作品的需求量随收入水平的提高和增大,因此最优价格也需要根据对应地区的水平进行调节。总体来说,更准确的最优价格决定还需要在更多的详实信息基础上进行,具体数据和信息要求包括整个社会对消费者和创作者的相对重视度,以及音乐作品的需求函数和供给函数,其中后者还需要在音乐作品价格和使用量的不同组合数据基础上进行测算。

上述分析中讨论音乐作品的一般收费标准,而实践中还会涉及至少两个具体操作层面的问题:一是收费基准应该是歌曲数量还是终端数量?二是不同歌曲之间应否和如何实施差别许可费?在具备海量数据信息的当前,针对第一个问题可以做出更有效的回答:收费标准应该基于歌曲点播数据,而不只拘泥于曲库中歌曲数量以及KTV经营者所拥有的终端数量等数据。而对于第二个问题,也可以基于歌曲点播数据来设计出差异化的计算公式。当然,点播次数是否应该作为歌曲

许可费缴纳和收入的唯一标准,换言之,曲库中未被点播到的歌曲是否市场价值为零,这些问题其实并没有显而易见的答案,因为更多歌曲的存在间接地提高了使用者点播歌曲时的效用水平,进而提高了整个曲库的市场价值。

那么,应该如何设计出既有利于吸引音乐作品创作者和制作人成为会员、又能鼓励作品使用从而提高消费者福利水平的许可费价格机制呢?这是集体管理组织需要解决的核心问题,而深入严谨的经济学分析可以在其中发挥关键性的作用。

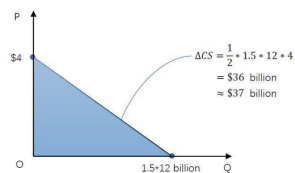
以上讨论中虽然只提及音乐作品消费者和生产者之间利益平衡考量,但可以把为消费者提供直接服务的KTV经营者等归入消费者集团,而将音乐作品的创作者和制作人与音集协等集体管理组织归为生产者集团。因而此处的分析即可较全面地涵盖相关的利益群体,当然集团内的权利划分与利益分配还需在各自的层次另做分析。

三、为什么要关心消费者福利?

上一节中得出了最优许可费率应该为正的结论,但仍需强调收费标准不能过高,否则会造成过多的消费者剩余降低,也即消费者福利的超额损失,这一点与一般分析中关于知识产权独占权可能造成社会福利

损失的结论是相一致的。Romer(2002)¹针对2001年发生的美国Napster案件进行的分析表明,对音乐收费的政策可能会带来巨大的消费者福利损失。

下图中蓝色三角形是对应每首歌曲定价4美元时带来的消费者福利损失。图中通过计算显示,当每首歌曲的价格定为4美元时,会带来360亿美元的消费者福利损失,而全球音乐的年销售额为370亿美元!可见,此时每首曲目4美元的定价一定是偏高于最优定价的,因为歌曲创作人所得到的最佳经济激励额不可能超出全行业的总营收!

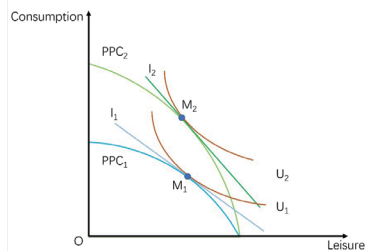


之所以需要反复强调消费者福利在经济分析和政策制定中的重要性,一来是因为经济增长和社会发展的终极目标一定是消费者福祉的提高,二来是因为有关消费者“占便宜心理”的提法需要讨论和澄清,这里重点针对后一个问题进行阐述。在之前的文章中,笔者提出过下面的观点:“随着技术的发展,其他产品和服务的生产成本越来越低,对应给定生产投入的供给量便会越来越大,但消费者的时间却没有增加的可能性,因而时间的价格就会越来越高,所以消

¹ Romer, Paul. 2002. "When Should We Use Intellectual Property Rights?" American Economic Review, 92 (2): 213-216.

费者自然会对自己时间的支配权有越来越高的要价。”²这里通过经济学分析为这一观点提供进一步支持。

下图中展示描述个体消费者的决策过程,其中个体的生产可能性曲线,如 PPC_1 ,对应不同的消费量和闲暇时间的组合,而个体的无差异曲线,如 U_1 ,则对应由这些组合决定的不同效用水平。消费量越大,闲暇时间越多,无差异曲线距离原点越远,对应的效用水平越高,个体的福利水平也越高,例如图中的 U_2 对应的效用水平就低于 U_1 对应的效用水平。根据个体最优化决策的条件,消费者会选择无差异曲线与生产可能性曲线相切之处对应的消费量和闲暇时间组合,如 M_1 ,而通过切点处与两条曲线均相切的直线,如 I_1 ,则对应消费品和闲暇时间之间的相对价格。



现在引入技术进步,其结果是生产可能性曲线由 PPC_1 变为 PPC_2 ,其在纵轴(对应消费量)上的截距变得更高,但它在横轴上的截距却不会变化,因为每个人每天拥有的时间并不会随着技术发展而增加。从图中可见,最优组合由 M_1 变为 M_2 ,价格

线由 I_1 变为更加斜率更高的 I_2 ,对应的闲暇时间中消费品的相对价格也提高了,也即需要更多的消费品才能换取另外一单位的闲暇时间。更严谨的模型推导中,其经济直觉却很简单:随着技术的发展,相对于其他技术可以帮助提高生产效率的产品和服务,消费者时间的稀缺性愈来愈高,相应地必然会不断提高其相对价格。消费者时间的有限性,意味着消费者的时间成本会越来越高,而时间又是任何消费过程中不可缺少的要素,因此为消费者分享技术进步果实提供了正当理由。

四、如何保证著作权集体管理组织的运营规模?

如上文讨论中所述,集体管理模式的优势是其得益于著作权管理和运营中规模经济的更低交易成本,因而集体管理组织的规模需要达到一定水平才可以保障其有效运营。换言之,需要有足够多的作者将足够多的作品授权于集体管理组织,才能使其拥有成本优势,并为其存在提供正当理由。而为保障集体管理组织的运营规模,需要考虑至少两方面的问题,一是司法裁判中的小权利人判赔金额如何制定,二是如何帮助集体管理组织,例如中国音像著作权集体管理协会(音集协),实现更高的许可使用费的收缴比例?

(一)小权利人判赔金额如何制定?

我们基于2014—2017年网上公开的知识产权案件分析得出,在所有涉及MTV音乐作品著作权的案件中音乐集体管理协会与小权利人作为原告的比例分别为88.7%和11.3%。可见,虽然绝大部分MTV音乐作品著作权侵权案件是由音集协提起诉讼的,但也有相当一部分案件由小权利人发起,而之后的2018—2020年更成为小权利人商业诉讼的爆发期。

由小权利人发起的诉讼案件可以是著作权人维护其合法权益的正当手段,但由于种种原因,小权利人发起的侵权诉讼也带来了诸多挑战。首先,一些小权利人并非以许可使用为目的而是以诉讼为目的,基于少量音乐作品在多家法院进行诉讼,显著增加了商业维权案件数量和司法成本;其次,一些法院的赔偿标准偏高,使得小权利人得到从诉讼中谋利的激励,这一方面进一步增加了诉讼数量,同时也减弱了歌曲创作人和制作人加入集体管理组织的动力。

解决这一难题的关键是要让小权利人在其所有曲目中每首歌曲平均获得的赔偿金额与音集协从其全面曲目中每首歌曲的平均获赔金额保持一致,也即避免小权利人从诉讼中获得更高的收益。在这种情况下,因为裁判结果中的每首歌曲平均获

² 详见:龙小宁,“不劳而获的寄生性竞争还是商业模式创新的助推器?——广告屏蔽技术的经济分析(上)”《中国知识产权CHINA IP》,2019年第12期,和龙小宁,“不劳而获的寄生性竞争还是商业模式创新的助推器?——广告屏蔽技术的经济分析(下)”《中国知识产权CHINA IP》,2020年第2期。

赔金额都相同,而鉴于音集协在作品及其著作权管理中的规模经济,其对应的每首歌曲需分摊的管理费用会更低,进而可以支付给音乐作品创作人和制作人的许可费收入会更高,这样便可为歌曲创作人和制作人加入集体管理组织提供激励。

需要指出,在计算上面提到的每首歌曲平均获得的赔偿金额时,是将每一案件中的获赔金额除以音集协或小权利人曲库中的所有歌曲数量而得出的数值,因此不同于一般计算中将案件获赔金额除以案件中列明的歌曲数量。这样计算的逻辑如下:鉴于取证成本高昂,虽然侵权行为通常是针对音集协曲库中全部曲目的,但音集协在一般诉讼案件中通常只针对极少数量的歌曲进行取证和举证,诉讼中包含的侵权作品比例非常低;对比之下,小权利人因为其拥有的音乐作品数量少,往往会针对所有的曲目进行取证和举证,因而其诉讼中所涉侵权作品占全部侵权产品的比例显著更高,经常接近100%;因此,在计算实际遭受侵权危害的所有歌曲平均每首获赔额应该基于曲库中全面曲目的数量进行调整。

在已有的相关案例中,判决往往会对音集协作为诉讼原告的案件和小权利人作为原告的案件涉及的每首歌曲给予相近的平均赔偿金额。例

如,2014年东莞市音集协作为原告和小权利人作为原告的两个案例中,每首歌曲平均赔偿金额都为857.14元。³但如果基于上文中正确可比的算法,音集协曲库中每首曲目对应的赔偿额其实只有0.13元!⁴

很容易看出,案例中小权利人平均每首曲目的获赔额大大高于音集协作为诉讼原告获得的每首歌曲平均赔偿金额。这就为小权利人四面出击发起诉讼提供了超强的动机,同时也可以解释为何人数众多的音乐创作者和制片人选择不加入或退出音集协而投入向他们承诺更高许可费收入的小权利人的怀抱。

值得关注的是,上面的计算原则已经在最近生效的一份上海市浦东新区人民法院判决中得以采用。⁵该判决以使用天数和终端数作为许可费计算基础,并认定上面方法计算出的许可使用费包括了涉案时间段内被告使用的所有原告实施著作权集体管理的音乐电视作品。可见,该案中的许可费计算即是以曲库中全部曲目数量为标准进行计算的。

(二)如何帮助音集协提高许可使用费的收缴比例?

除了为音乐创作者和制片人提供加入音集协的激励之外,还需要增加KTV等音乐作品使用方向音集协缴费的动力。此处,从考察KTV等商户在

决定是否向音集协、缴纳许可费时所作的成本收益分析角度,来帮助厘清音集协需要关注的决定因素和应该采取的重点措施。

一个KTV商户在决定是否向音集协缴纳许可费时,会对这一行为的成本和收益进行比较和权衡,相关的成本包括需要缴纳的许可费,而收益主要是避免可能被追责判付的赔偿金。其中KTV商户等音乐作品使用者缴纳的许可费金额取决于两个因素:一是音集协需要向音乐创作者和制片人转付的许可费收入,二是音集协的管理费用;而KTV商户等可能被追责判付的赔偿金取决于音集协发起诉讼的概率和法院裁判中的赔偿金额。

而目前音集协已经在重点着力的一项业务正是在有针对性地调整上述的相关成本和收益。在降低成本方面,通过关注小权利人诉讼,可以帮助确定合适的赔付金额和许可费最优水平,避免过高的许可使用费缴纳金额;进而带动音集协会员数量的增加,保证规模经济的益处得以实现,从而降低集体组织的管理费用。在提高收益方面,通过持续发起针对音乐作品侵权的诉讼,帮助建立商户的“侵权即被追责”的稳定预期,从而保护依法缴纳许可费的商户利益和竞争地位。

此外,音集协还可以从以下方面推行新的举措,进一步帮助音乐制品

³ 见(2014)东三法知民初字第48号和(2014)东三法知民初字第192号判决书。

⁴ 计算公式如下:音集协每首曲目的获赔金额=857.14*(14/90000),其中14为上述诉讼案件中举证的歌曲数目,而90000为音集协2014年发放的卡拉OK正版曲库中歌曲数目的下限值。信息来源: <http://www.chinanews.com/cul/2014/02-25/5881180.shtml> (读取日期:2020年9月28日)。

⁵ “中国音像著作权集体管理协会(以下简称音集协)诉H公司侵害作品放映权纠纷”案,相关讨论详见:刘畅,“KTV版权案中损害赔偿如何计算?”,2020年07月22日08:31,来源:中国知识产权报,网站: <http://ip.people.com.cn/gb/n1/2020/0722/c136655-31792955.html> (读取日期:2020年9月28日)。

使用人在许可费缴纳决策中降低成本和提高收益：首先，需要持续加强集团组织的财务管理和内部治理，最大限度地降低管理成本。这一举措还可以巩固音集协会员的信任感和满意度，保持会员数量的高水平，从而保障集体管理组织从规模经济中受益，进一步降低管理成本，达到良性循环。相关的措施既包括增加信息透明度、聘请外部监管等自发的组织行为，也可能包括在市场中引入其他集体管理组织等外部竞争措施。当然，在是否引入竞争性集体管理组织等决策中，需要特别关注如何权衡竞争带来的监管制约作用和著作权管理中规模经济效益之间的关系问题。

其次，还可以通过为KTV经营者提供更多的会员服务来帮助它们提高收益，从而达到吸引会员、提高缴费率的效果。一是建议音集协为KTV经营者等会员更有效地提供小权利人诉讼中涉及的应诉服务，并承担相关赔偿义务。这样可以帮助避免KTV经营者因音集协和“小权利人”双重诉讼，而陷入经营成本陡增的困境。对于音集协来说，虽然短期内会因为诉讼和赔偿费用的支付而增加成本，但长期中通过以下途径得到的收益增加却会远远超出这些额外成

本：(1)为KTV经营者等提供的额外服务将吸引更多的会员，而会员数量的增加可以带来更大的规模经济效益；(2)相关诉讼和赔偿费用的支付会帮助提高KTV经营者等的诉讼参与度，从而提高小权利人侵权案的诉讼成本、降低其诉讼收益，进而减少小权利人诉讼，降低它们对于音乐作品创作者和制作人的吸引力，从而进一步帮助音集协增加会员数量，进入规模经济的良性循环。

第二类音集协的额外会员服务项目是向KTV经营者等提供相关的音乐作品数据和信息。除了以作品和产品销售为目的的信息和数据之外，音集协可以在音乐教育、艺术修养、经济管理等多个领域为会员提供信息分享和课程培训等免费服务。还可以基于集体管理组织拥有的大数据资源，帮助会员开展市场分析、经济咨询等活动，以更有效地把握收费与服务相结合的新机遇。

五、小结：如何对待音乐使用的新商业模式？

本文关于著作权集体管理的讨论以KTV经营者为例，但分析中涉及到的多个问题和总结出的一般性规律也同样适用于音乐使用中不断更新

的其他商业模式，例如迷你KTV、在线点歌等等。在这部分对这些一般性问题进行归纳，作为全文的简短总结。

关于著作权等智力创造产品的分析中，都需要解决如下关键问题：来源于各类创新的额外利益应该如何分配？如本文第三节中所讨论的，在关注对未来创新影响的同时，司法裁决者和政策制定者还需要关注对消费者福利的影响。这既是由公民在经济和社会发展目标中占据的主导地位所决定，也缘于知识产权的公共物品特征，更因为技术发展和进步的持续态势而凸显其重要性。

但另一方面，技术革新在对创新额外收益如何分配不断提出挑战的同时，也为著作权等知识产权的有效管理和保护提供了更多的技术手段和信息支持。以著作权的集体管理为例，其拥有的海量数据和信息可以帮助集体管理组织在收费、诉讼等环节进一步降低成本、提高决策质量，同时为集体管理组织通过连接大数据和商业网络、增加会员服务项目和提供服务治理提供了更多可能。

可见，这是最好的年代，也是最坏的年代，而最终的结果取决于我们对待创新的态度，无论是涉及科学技术还是商业模式的！

文献引用：

- [1] Romer, Paul. 2002. "When Should We Use Intellectual Property Rights?" American Economic Review, 92 (2): 213-216.
- [2] 龙小宁, 2019. “不劳而获的寄生性竞争还是商业模式创新的助推器？——广告屏蔽技术的经济分析（上）”，2019年第12期，《中国知识产权CHINA IP》。
- [3] 龙小宁, 2020. “不劳而获的寄生性竞争还是商业模式创新的助推器？——广告屏蔽技术的经济分析（下）”，2020年第2期，《中国知识产权CHINA IP》。
- [4] 《中国音像著作权集体管理协会与东莞市格莱美歌舞娱乐有限公司著作权权属、侵权纠纷一审民事判决书》：（2014）东三法知民初字第48号。
- [5] 《叶佳修与东莞市金矿餐饮娱乐有限公司、陈威淋著作权权属、侵权纠纷一审民事判决书》：（2014）东三法知民初字第192号。