

基于商业生态系统的数字音乐版权管理路径探究

——以 QQ 音乐为例

王 成

(辽宁大学 商学院, 沈阳 110036)

摘要:2014 年全球数字音乐收入与实体音乐收入首次持平,但数字音乐盗版、非法使用等版权问题频出。基于商业生态系统视角,联系数字音乐版权管理发展的背景,以腾讯 QQ 音乐付费版权管理为例,尝试揭示数字音乐版权管理的商业生态现象,构建以 QQ 音乐为中心的商业生态系统模型,及探究其付费版权管理路径传导机制,并从政府、数字音乐服务商,数字音乐技术提供者、消费者等角度为数字音乐付费版权管理路径更好的工作提出合理化建议,以期对促进我国数字音乐版权管理的健康发展建言献策。

关键词:商业生态系统;数字音乐版权管理;QQ 音乐;路径传导机制

中图分类号:D923.4 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2016)07-0057-06

国际唱片协会首席执行官弗朗西斯·摩尔认为“在数字世界,音乐产业一直走在其他创意产业前面。当前,音乐产业的这种领先地位依然在持续,音乐产业的数字革命继续跨越新阶段,消费者对音乐的需求已经从拥有转向使用。音乐公司正在绘制一条可持续的增长之路。这永远不会是一条笔直的康庄大道,而且它们正在大步向前,拥抱新的模式,进行授权许可,投资和改善消费者的选择。”但国际唱片协会主席普拉西格·多明戈提出一个前提条件“所有市场中的参与方都尊重版权,因为现在音乐开始越来越多地通过数字渠道传播。而数字渠道使得音乐版权价值的实现变得异常复杂,难以得到很好地保护。”

2014 年整个行业的全球数字收入增长了 6.9%,达到 68.5 亿美元(见图 2)。全球数字渠道收入达到 46%,与实体收入首次持平(见图 1)。全球每个国家的音乐市场发展的速度和趋势都不尽相同。亚洲整体收入下降了 3.6%,其中我国的收入增长了 5.6%,与增长强劲的韩国(+19.2%)有很大差距,但我国仍然是一个巨大的潜力有待开发的音乐市场,目前的在线用户数多达 6.5 亿,授权数字服务也在增长中。然而,企鹅智库的调研结果却让看似最有可能的盈利模式(付费收听)的未来略显昏暗,《手机在线音乐》的调研结果显示,从未为手机在线音乐付费的消费者占很大比例,达到 81%。所以,缺少为音乐付费的文化,再

加上盗版的历史,我国的授权数字服务,数字音乐版权管理还有很长的路要走,未来需要大量的研究工作对其进行更好的开发和完善,以适应其发展的环境。

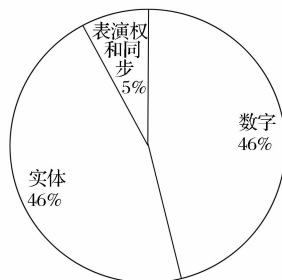


图 1 2014 年音乐产业收入的构成
资料来源:IFPI 2015 数字音乐报告。

2015 年 11 月 17 日国家新闻出版广电总局 81 号文件《国家新闻出版广电总局关于大力推进我国音乐产业发展的若干意见》指出充分发挥互联网音乐平台在国产原创音乐作品上的聚集作用。这在一定程度上对类似 QQ 音乐等的互联网音乐平台的良好发展给予坚实支持,促进其积极向完善的方向发展,加快互联网音乐平台的良性循环。总结和分析已有文献的基础上,笔者发现关于数字音乐的相关研究已经相当全面和完善,从数字音乐的现状到面临的问题再到解决对策都有了比较详细的定性分析,鲜有从商业生态系统角度对数字音乐相关问题进行研究,这将是

收稿日期:2016-03-13

作者简介:王成(1990—),男,湖北襄阳人,辽宁大学商学院,技术经济及管理硕士研究生,研究方向:创新生态。

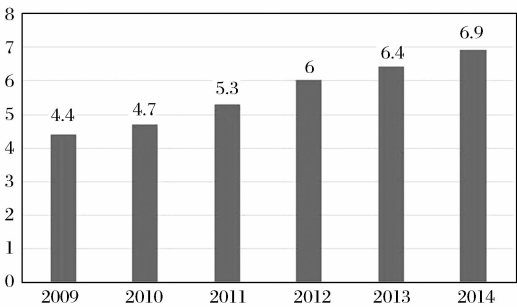


图 2 2009—2014 年全球数字音乐收入
(十亿美元)

资料来源:IFPI 2015 数字音乐报告。

本文的一个创新之处。考虑到商业生态系统的复杂性,本文选取 QQ 音乐平台这一具体案例分析数字音乐版权管理的路径。商业生态系统理论将 QQ 音乐平台看成是一个生态系统,将与其有关的参与者看成是生态位成员,从系统的角度考察系统内各成员的协调发展,共同进化关系。

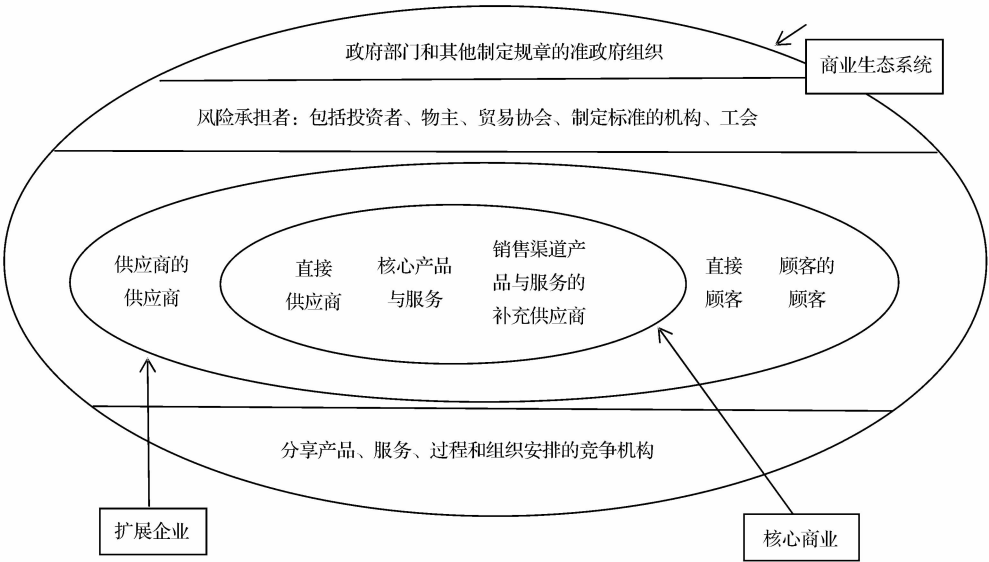


图 3 典型的商业生态系统^[1]

1.2 QQ 音乐平台呈现的商业生态现象

QQ 音乐是腾讯公司推出的网络音乐平台,是中国互联网领域领先的正版数字音乐服务的领先平台,有着个性明星主题,大咖装,添星妆等,同时也是一款免费的音乐播放器,始终走在音乐潮流最前端,向广大用户提供方便流畅的在线音乐和丰富多彩的音乐社区服务^[5]。截至 2009 年第二季度,注册使用腾讯即时通讯工具 QQ 的账户数已经超过 10.57 亿,活跃账户数超过 4.84 亿,一亿同时在线账户,QQ 游戏的

1 基于商业生态系统的 QQ 音乐平台概述

1.1 商业生态系统理论

Moore 早在“捕食者与猎物:一种新的竞争生态”一文中率先提出商业生态系统(Business Ecosystem)概念:以组织和个人的相互作用为基础的经济联合体,并从开拓、扩展、领导、自我更新或灭亡等四个阶段对商业生态系统的进化规律进行了较为详细的阐述^[1]。商业生态系统为凝聚创新理念的激烈的共同进化的微观经济划分了界限,它横跨了许多行业,包括了一系列利益相关者,如生产者、供应商、经销商、中介机构、消费者、投资者、贸易合作伙伴、行业协会、标准制定机构、科研机构、政府等,由他们的共同发展创新能力,通过合作与竞争,开发新的产品,满足顾客的需要,进行下一轮的创新^[2]。商业生态系统强调企业所处的经营环境是一个联系紧密的共同进化系统,一个企业想要在这一系统中获得长足发展,需要与其他企业等利益相关者互利共生,协同发展^[3]。(见图 3)

同时在线人数达到 8 663 万,在此基础上,手机 QQ 音乐推出吸引了大量消费者的聚集使用。随着乐迷数量的增加,QQ 音乐平台在为消费者提供优质的音乐服务的同时,也为消费者增加了附加值服务,这也不可避免的得到更多消费者对 QQ 音乐追捧和使用。2011 年 2 月底在全球范围内创下了 1 000 万同时在线的纪录,QQ 音乐向乐迷们献上免费欣赏海量高清 MV 的丰厚大礼。2014 年索尼和华纳以及若干领先的台湾独立厂牌与腾讯签署授权协议。华纳录制音

乐国际总裁 Stu Bergen 表示:“我们与腾讯合作的目的是为了把握住这一飞速发展国家中对音乐的巨大需求。通过合作,我们一定能够帮助创造一个鼓励艺人和企业投资的可持续的、合法的音乐生态环境。”在我国,最受欢迎的收费产品是腾讯的绿钻,月费为 10 元人民币(1.60 美元),目前大约有三百万用户。但是,在免费产品和网络盗版的双重压力下,整体的订阅用户数量仍很少。

腾讯积极寻找方法,为旧秩序注入新观念,用其他替代物延续竞争,在竞争日益激烈的当今社会,牢牢抓住了消费者的网络价值诉求,以“为用户提供一站式在线生活服务”作为自己的战略目标,其中 QQ 音乐是其业务布局的重要组成部分,满足用户个性展示和娱乐需求方面,还为手机用户提供了多种无线增值业务。大批乐迷、版权所有者、唱片公司等都在 QQ 音乐平台聚集,并吸引大量能够为消费者提供增值服务的组织机构参与进来,如为 QQ 音乐平台提供推广服务的导航网站、类似于豌豆荚的软件 APP 集成推广平台等,为 QQ 音乐平台带来收益的广告商、游戏商等,为 QQ 音乐平台付费环境提供改善服务的软件商,培训机构等,为 QQ 音乐平台提供支撑服务的金融机构、认证机构、监督机构、政府机构、电信服务商等^[3]。这些组织机构围绕着 QQ 音乐平台这一中心,以实现消费者最大价值为导向,在对自身准确定位的生态位意识基础上,互相之间积极沟通、协调、合作、配合来为消费者创造最优需求,通过 QQ 音乐平台资源共享,优势互补,搭建起边界壁垒,并在这一范围内通力合作不断创新,不断自我更新,建立起消费者需求反应机制,及时、领先于竞争对手满足消费者的动态需求,从而持续保持竞争优势,QQ 音乐平台及在此聚集的企业或组织呈现的就是一种互利共生、共同进化的商业生态现象。

2 QQ 音乐版权管理商业生态系统模型及路径传导机制

2.1 QQ 音乐商业生态系统模型结构

按照《国务院积极推进“互联网+”行动的指导意见》和《促进大数据发展行动纲要》,抓住“互联网+”和大数据的发展契机,推动互联网的创新成果与音乐产业深度融合,实现传统音乐产业技术进步,融合创新,业态升级。然而,传统的音乐产业的商业模式按照如下方式运行:唱片公司制作和发行录制有音乐的磁带或光盘,由各种代理商,如超市、便利店、音像制品店等进行销售,消费者再到代理商处选购,整个过程耗费的时间长,消耗的资源多,缺乏效率。即使在

计算机和网络技术迅猛发展的信息时代,传统音乐产业在音乐制作发行和销售上也进步较为缓慢,部分原因是担忧音乐数字化产生的盗版问题以及对相关信息技术缺乏足够的了解^[6]。QQ 音乐积极把握了互联网时代和大数据时代的创新成果,不断将高新技术运用到平台发展中去,通过调查研究及时发现消费者的动态需求,从而对平台进行优化。QQ 音乐平台将消费者、唱片公司、版权所有者、金融服务机构等利益相关者紧密、无缝地集成在一起,通过合理的分工和有效的协作,为消费者提供一站式服务,方便快捷,而且成本很低。QQ 音乐商业生态系统解决了传统音乐产业面临的严重考验及其担忧,不仅有助于 QQ 音乐整合商业生态系统中的丰富资源,获得长足的可持续发展,而且让各相关利益者从中获利,实现多赢局面(见图 4)。

QQ 音乐商业生态系统核心商业包含了 QQ 音乐播放器,数字音乐制造发布,支付服务,推广,监管部门等。QQ 音乐播放器是 QQ 音乐与广大消费者最直接的接触的服务端,通过 QQ 播放器的运行,QQ 音乐透过消费者的搜索足迹追踪记录可以很清晰的挖掘出消费者的需求,从而进行平台优化与完善,赢得消费者的良好口碑,口碑效应又将帮助 QQ 音乐的触角延伸到更多潜在消费者。数字音乐制造与 QQ 音乐是上下游的关系,授权给 QQ 音乐大量音乐作品。支付服务目前来说进展比较慢,长期以来的免费音乐服务已经深入人心,广大消费者并没有购买正版音乐的意识,但就 QQ 音乐绿钻服务的现状来看,不乏良好的势头的出现,说明我国是存在实行付费制度的基础的,只是有待进一步完善版权管理制度,这也是本文路径探究的重点所在。推广是当前我国几乎所有音乐平台获得收益的主要来源,QQ 音乐通过与游戏公司,广告公司等需要推广产品或服务的企业合作收取广告费来维持平台的运营。监管部门是根据 QQ 音乐商业生态系统的战略发展需要在系统内设立的,它在监督 QQ 音乐平台、音乐版权所有者,唱片公司等的同时,也接受消费者的反馈意见处理工作,针对消费者所反映的低品质甚至盗版音乐作品进行核实,如果属实,进行下架,严重的对相关者列入黑名单的措施,净化音乐平台营造正版艺术氛围,为广大消费者提供最佳视听盛宴;另外,对不符合 QQ 音乐商业生态系统战略发展要求的相关利益方进行惩罚或淘汰^[3],对进入 QQ 音乐平台设置标准,择优选取。

QQ 音乐商业生态系统扩展企业包括用户,唱片

公司,金融机构,广告公司,游戏公司等,它们是参与 QQ 音乐平台有效运营的各个相关组织,是 QQ 音乐平台必须依赖的机构,因为它们与 QQ 音乐共同进化,互惠共生,共同为广大消费者提供音乐服务提供各种支撑服务。这些组织并非仅仅依赖于 QQ 音乐商业生态系统而生存,但它们却可以通过 QQ 音乐这个平台为其本身赚取超额利润。

QQ 音乐商业生态系统的核心商业与扩展企业共同促进了 QQ 音乐商业生态系统的良性循环发展,

保障 QQ 音乐平台的可持续发展,但是随着我国经济快速发展的同时也出现了不法生产者和经营者为了牟取暴利,擅自生产或销售大量的假冒伪劣商品的现象。目前造假之风涉及的领域已相当广泛,音乐领域的盗版更是屡禁不止,再加上数字音乐的防盗版更加复杂,形成了坚实的造假文化,使得 QQ 音乐等音乐平台的发展面临较大威胁。为了能够继续保持竞争优势,一个强有力的健康有序的版权管理制度的建立迫在眉睫。

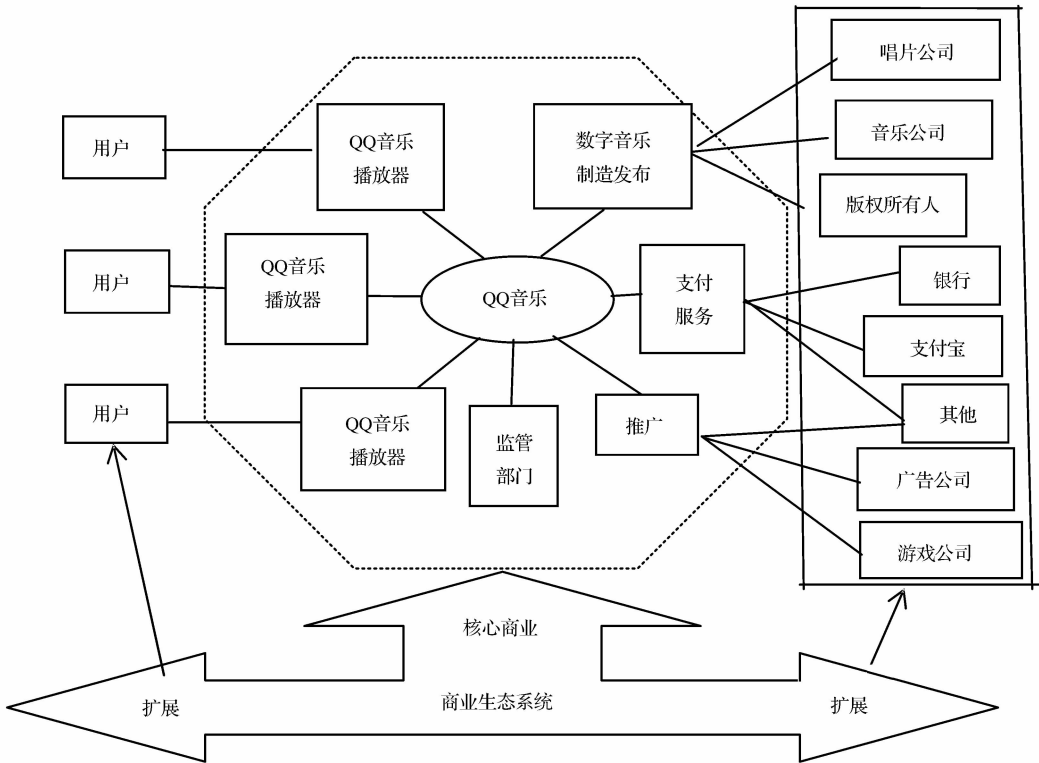


图 4 QQ 音乐商业生态系统

2.2 QQ 音乐付费版权管理商业生态系统模型路径传导机制

QQ 音乐商业生态系统在当今快速发展的数字时代面临着威胁,根据 Moore^[2]的商业生态系统的竞争与合作演化划分的 4 个阶段,即开拓、扩展、领导、自我更新或灭亡,QQ 音乐商业生态系统需要不断调整自身状态,不断创新以适应环境的选择,及时进化,寻找到更好解决版权管理的路径,打破我国长期以来只是一种简单的规则借鉴加政府主导,忽略对制度价值和经验的比较法考察的不合时宜的做法。QQ 音乐版权管理商业生态系统模型路径传导机制如图 5 所示^[7]。

我国当前在版权管理方面面临的重大争议——

“是否以及如何建立同时面向用户和服务提供商的付费机制进而弥补对唱片发行替代所带来的损失,实现音乐作品的版权价值”,从欧美网络环境下音乐产业转型的启示中我们可以得出根本的解决路径是培养用户的自觉行为,通过调整规则来推动网络付费等新的有效模式的建立。图 5 所示的 QQ 音乐版权管理商业生态系统模型路径传导机制就是基于当前音乐版权管理所面临的无有效付费制度而建立的。首先用户登录注册后方可使用该系统,用户向系统提交申请,由管理人员根据用户的需求进行是否授权等相关数据查询,而与此同时,审核者对用户的相关信息进行审核,用户可以随时查看管理员和审核人员的工作进度以及自己是否被授权^[7]。管理人员在对用户申

请进行查询时,对用户类型进行分类方便音乐作品授权,并且便于日后的准确推送相匹配的音乐作品。审核者在对用户进行审核时要对相关得付费工具的兼容性进行检验,并发挥监管的作用,针对用户提出的意见进行合理处理,满足用户的需求,审核通过后可

发放给用户授权码前去下载页面进行下载,如果没有通过审核,要及时告知用户未通过审核的理由,比如该产品在本平台未获得授权或者申请有误导致产品不存在等,并请用户输入正确或者本平台获得授权后再前来下载享用。

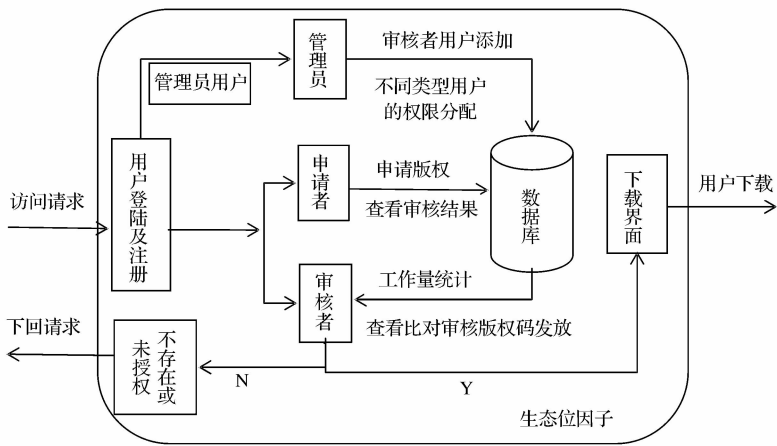


图5 QQ音乐付费版权管理商业生态系统模型路径传导机制

3 QQ音乐付费版权管理路径有效运行的对策

QQ音乐付费版权管理路径传导机制的有效运行,离不开多方利益相关者的共同协作努力,多方共赢是一个多方共同努力的结果,虽然一些利益相关者并为在传导机制中出现,但它们是作为潜在的环境生态位因子对QQ音乐付费版权管理路径传导产生影响。接下来本文将从政府、数字音乐服务商,数字音乐技术提供者、消费者等角度提出合理化建议,以期QQ音乐付费版权管理路径传导机制保驾护航。

3.1 健全和完善著作权立法,严厉打击各类数字音乐侵权盗版行为

规范网络音乐版权秩序是“剑网2015”专项行动的首要任务。2015年7月8日,国家版权局发出《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》,将严厉打击各类未经许可传播音乐作品的侵权盗版行为。这一举措为QQ音乐付费版权管理提供一个优质的大环境,有利于QQ音乐专注于优化付费版权管理路径。

3.2 数字音乐服务商加强版权自律

网络音乐行业加强自我约束是规范网络音乐版权秩序的基础。2015年7月15日,《网络音乐版权保护自律宣言》正式签署和公开发布,这是网络音乐版权自律的一个突出成果。各大数字音乐服务商在与QQ音乐合作过程中,要切实遵守自律宣言,积极维护正版版权,促进付费有价值可循。

3.3 充分利用先进的互联网技术,加入切合实际的新技术

移动性与音乐有着天生的契合度。当越来越多的互联网音乐公司在摸索广告以外的移动盈利道路时,QQ音乐的绿钻服务开始挺进付费版权管理的创新领域,虽然效果还不是特别明显,但是在我国免费文化的大背景下,这已是一个不小的进步。未来还有待于采用更多更先进的新技术为广大消费者提供增值服务。

3.4 加强消费者的版权意识,引导消费者逐步接受付费制度

我国大多数公民虽对精神产品有付费意识,但大多数人却不太了解音乐人付出的劳动^[8]。可以通过图文和视频向消费者宣传数字音乐版权的重要性,提高消费者对数字音乐版权使用资源付费意识,在此基础上,QQ音乐付费版权管理路径传导机制能够顺利实施。

4 结束语

商业生态系统强调企业所处的经营环境是一个互利共生、相互依赖的共同进化系统,以商业生态系统的眼光来应对现代经济的竞争,是商业发展的必然趋势^[3]。本文基于商业生态系统视角,联系数字音乐版权管理发展的背景,以腾讯QQ音乐付费版权管理为例,尝试揭示数字音乐版权管理的商业生态现象,构建以QQ音乐为中心的商业生态系统模型,及探究其付费版权管理路径传导机制,并从政府、数字音乐

服务商,数字音乐技术提供者、消费者、等角度为数字音乐付费版权管理路径更好的工作提出合理化建议。

数字版权管理的相关问题的研究仍需进一步深化,现有文献大都采用的是定性研究,数字音乐版权管理的相关理论已研究的相当丰富和全面,而本文从管理角度对数字音乐付费版权管理的路径做了尝试性探究,仍有很多不足之处,比如在构建商业生态系统时没有将环境要素添加进模型中,另外,所提出的路径传导机制有待进一步验证。未来可以尝试从定量的角度来研究数字版权管理的相关问题。

参考文献

[1] MOORE J F. Predators and prey: a new ecology of competition[J]. Harvard Business Review, 1993, 71(3): 75—86.

[2] MOORE J F. The rise of a new corporate form[J]. Washington Quart, 1998, 21(1): 167—181.

[3] 向坚持,钟灵,丁吴勇. 网络团购商业生态系统模型研究[J]. 湖南师范大学自然科学学报, 2014(1): 58—62.

[4] 杨艳萍,李琪. 电子商务生态系统中企业竞争策略研究[J]. 科技和产业, 2008(9): 72—74.

[5] 新闻资讯收集. QQ 音乐是腾讯公司推出的网络音乐平台[EB/OL]. (2015—10—30). <http://www.hahsd.com/yule-pindao/yinle/20151030/3237.html>.

[6] 刘刚,熊立峰. 消费者需求动态响应、企业边界选择与商业生态系统构建——基于苹果公司的案例研究[J]. 中国工业经济, 2013(5): 122—134.

[7] 郭之超. Web Service 技术在音乐版权登记系统中的应用[J]. 电脑开发与应用, 2015(2): 42—44.

[8] 王育霖. 大众化数字音乐版权问题浅析[J]. 中国出版, 2015(15): 49—52.

[9] 于慈珂. 构建良好的网络音乐版权生态,推动我国网络音乐产业健康发展[J]. 中国出版, 2015(15): 48.

[10] 吴晓明,龙迎湘. 集体管理组织在网络音乐版权管理中的应用[J]. 中国商务, 2015(5): 137—139.

[11] 杭敏. 美国音乐版权的运作与管理模式[J]. 中国出版, 2012(4): 69—71.

[12] 余梅,冉从敬,陈一. 数字音乐版权的授权模式研究[J]. 信息资源管理学报, 2015(1): 85—89.

[13] 周辉,盛星宇. 完善网络音乐版权制度的欧美经验[J]. 中国出版, 2015(9): 18—21.

[14] 蔡茅. 网络环境下我国数字音乐版权保护环境及解决策略[J]. 临沂大学学报, 2014(6): 130—132.

[15] 孟兆平,周辉,盛星宇,杜一凡. 网络音乐版权价值实现的路径分析: 电商模式构建[J]. 电子知识产权, 2015(Z1): 107—113.

[16] 孟兆平,盛星宇. 网络音乐版权治理难题及路径思考[J]. 中国出版, 2015(3): 52—56.

The Path of Digital Music Copyright Management Based on Business Ecosystem

——Based on the case of QQ music

WANG Cheng

(Business School, Liaoning University, Shenyang 110036, China)

Abstract: Global digital music revenue and physical music revenue had been flat for the first time in 2014. But it shows up some copyright problems, such as digital music piracy, illegal use and other copyright issues frequently. Based on the perspective of the business ecosystem, combining with the development background of digital music copyright, and taking Tencent QQ music copyright payment management as an example, this paper attempts to reveal the business ecosystem phenomenon of digital music copyright management, building a business ecosystem model with QQ music-centric, and exploring the path transmission mechanism of QQ music payment copyright management. Then it provides some rational proposals for digital music payment copyright management from the government, digital music service providers, digital music technology offers, consumers, and other angle, in order to promote the healthy development of China’s digital music copyright management.

Key words: business ecosystem; digital music copyright management; QQ music; path transmission mechanism