

音樂使用報酬收益權利之交易模式 對著作權集體管理團體之影響—— 以韓國民間交易平臺 MUSICOW 為例

黃夢涵

壹、前言

貳、韓國音樂著作財產權與鄰接權之使用報酬收取現況

參、韓國新創公司音樂牛

一、音樂牛介紹

二、運作模式

三、音樂著作權指數

四、投資者獲得使用報酬之時程

五、投資者類型

六、小結

肆、平臺的優勢與劣勢

伍、現況與未來發展

陸、對集體管理制度的影響

一、仍需仰賴集管團體收取著作利用的使用報酬

二、對集管團體之會員數量與歌曲數影響較小

三、小結

柒、結語

作者現為經濟部智慧財產局著作權組專員。
本文相關論述僅為一般研究探討，不代表任職單位之意見。

摘要

近年來，COVID-19 疫情肆虐，音樂相關產業紛紛受到影響，既有的營運模式受到挑戰，新型的音樂流通模式興起，音樂不再僅限以單純授權之方式獲得收益，在韓國新創公司 Musicow 建立全球第一個由公眾直接購買及出售音樂使用報酬收益權利的平臺，該平臺不是直接將著作財產權分割為股份之方式出售，而是將歌曲（包含音樂及錄音著作）「獲得使用報酬收益」之「權利」進行拆分，讓創作人可以跟粉絲共享音樂與使用報酬收入，本文主要透過 Musicow 營運的方式、一般民眾如何透過平臺獲得收益、平臺的優缺點、現況及未來發展及對著作權集體管理團體之影響等方面介紹此種新興音樂流通模式。

關鍵字：音樂使用報酬收益權、音樂牛、著作權集體管理團體、音樂著作權指數
Right to Claim Participation in Copyright Royalty、Musicow、Copyright
Collective Management Organization、Music Copyright Property Index

壹、前言

隨著網路科技技術的發展，連帶讓 YouTube、Netflix 等新媒體崛起，使得人們對利用視聽的娛樂習慣改變，故傳統廣播、電視等娛樂模式逐漸式微，網路串流影音平臺數量增加，付費訂閱串流媒體人數大幅提升，市場規模不斷擴大，依據 IFPI¹ 統計的數據顯示，2021 年，因付費訂閱串流媒體的成長，全球音樂錄製² 市場比前一年成長 18.5%，總收入達到 259 億美元³，由此可見，音樂產業與影視內容有著密不可分的關係。

雖然串流媒體的成長帶動音樂唱片市場，惟受 COVID-19 疫情的影響，既有的音樂營運模式受到衝擊，為拓展音樂產業的收益來源，部分創作人或歌手選擇透過發行非同質化代幣（NFT）方式，讓歌曲以另一種形式與粉絲互動與接觸，美國嘻哈歌手 Nas 就將兩首新歌〈Ultra Black〉和〈Rare〉以 NFT 形式發行，並將虛擬代幣分為黃金、鉑金和鑽石，購買者可以在歌曲播放時獲得一定的版稅，引起民眾極大興趣，這樣的例子越來越多，也讓投資音樂著作權市場成為現行趨勢之一。

因歌曲被利用能獲得使用報酬，韓國新創公司音樂牛（下稱 Musicow）將「使用報酬收益的權利」變成一種新的商業模式，此模式是將韓國民眾引以為傲的韓流歌曲變成投資項目，並鎖定投資客層為社會大眾，亦降低投資的資本門檻，讓民眾在投資獲益的同時也能支持喜歡的歌手或歌曲，此種交易模式推出後，掀起一股投資音樂著作權的風潮。

¹ 為國際唱片業協會（International Federation of the Phonographic Industry）之簡稱。

² 原文為 Recorded Music。

³ <https://www.ifpi.org/ifpi-global-music-report-global-recorded-music-revenues-grew-18-5-in-2021/>（最後瀏覽日：2022/12/21）。

貳、韓國音樂著作財產權與鄰接權之使用報酬收取現況

韓國著作權法規定，著作人享有重製權、公開表演權⁴、公眾送信權⁵、散布權、出租權及改作權等專有權利，並採鄰接權制度，提供表演人享有重製權、散布權、公開表演權、廣播權及互動式傳輸權之權利⁶，就錄音物製作人部分，則享有重製權、散布權、出租權及互動式傳輸權⁷，至於廣播機構業者部分，享有重製權、同步廣播權及公開表演權⁸，另表演人及錄音物製作人對於利用商業錄音物進行廣播或公開表演、數位聲音傳輸⁹業者使用收錄表演之錄音物進行傳輸之情形時，可向利用人請求支付使用報酬¹⁰。簡言之，法律賦予著作財產權人及鄰接權人擁有前述權利，若著作被他人利用時，其可獲得相應的使用報酬。

在收取使用報酬部分，韓國著作權法規定，著作權委託管理業（即著作權集體管理團體，下稱集管團體）¹¹可替著作財產權人及鄰接權人管理著作，並訂定不同型態的費率，以處理著作的利用與授權，著作財產權人將權利交給集管團體後，由集管團體向利用人授權並收取使用報酬後，再分配給委託管理的著作財產權人或鄰接權人。由於著作財產權的複雜性、著作利用型態多元且創作者不一定具有商業交易能力等因素，透過集管團體處理授權事務，除讓著作財產權人與鄰接權人的權利可以落實，增加著作被利用之機會，亦讓利用人有方便取得授權的管道，減少洽談授權之交易成本。

韓國音樂著作權協會（Korea Music Copyright Association, KOMCA）為現行韓國最大之音樂著作集管團體，其市占率超過96%以上，會員包含作曲、作詞者和音樂出版公司，並管理重製權、散布權、公開演出權、公開播送權、公開傳輸權等權利¹²，2021年共收取2,885億韓元（約71億新臺幣）的使用報酬；另韓國

⁴ 即我國的公開演出權。

⁵ 包含我國的公開播送及公開傳輸權。

⁶ 韓國著作權法第69條至第74條規定。

⁷ 韓國著作權法第78條至第81條規定。

⁸ 韓國著作權法第84條至第85條之2規定。

⁹ 使公眾同時接收而依請求以數位方式進行聲音之送信，但不包括互動式傳輸。

¹⁰ 韓國著作權法第75條至第76條之2、第82條至第83條之2規定。

¹¹ 韓文為 저작권위탁관리업，為方便讀者閱讀，文章皆以集管團體代稱著作權委託管理業。

¹² 著作權集管組織對微中小型企業之最佳授權實務指南，經濟部智慧財產局，107年12月3日，第41頁，<https://topic.tipo.gov.tw/copyright-tw/cp-434-688344-980e3-301.html>（最後瀏覽日：2022/12/21）。

音樂表演人協會（Federation of Korean Music Performers, FKMP），為韓國唯一一家表演人相關之集管團體，負責收取表演人相關之使用報酬，管理公開演出權、公開播送權、公開傳輸權等權利，2021 年共收取 425 億韓元（約 10 億新臺幣）的使用報酬。前述兩家管理不同領域集管團體之使用報酬收入皆有新臺幣數十億之多，且每年收入不斷成長，顯見韓國的音樂相關授權市場規模不容小覷。

參、韓國新創公司 Musicow

一、Musicow 介紹

Musicow 是 2016 年 4 月於韓國成立之新創公司，並首創全球供大眾投資音樂著作權交易之平臺（下稱平臺），自 2017 年開始提供線上服務，目前會員累計已超過 100 萬，交易金額從初期的 7,393 韓元（約 184 元新臺幣）累積至今超過 3,399 億韓元（約 82 億新臺幣）¹³，曲庫約有 14,000 首歌曲，其中對外拍賣的歌曲約 1,191 首，發行日期自近 2 年至 10 餘年之歌曲皆有（近 5 年發行之歌曲約 347 首，5-10 年內發行之歌曲約 336 首，發行超過 10 年歌曲約 508 首）¹⁴，歌曲類型包含知名歌手 IU、TWICE、EXO 演唱之歌曲及韓劇 OST¹⁵ 等，目前員工數為 81 人¹⁶。

Musicow 與 KOMCA、韓國娛樂製作人協會（Korea Entertainment Producer's Association, KEPA）¹⁷ 及 FKMP 簽訂合作備忘錄，共同合作，並希望透過與音樂創作者、粉絲及投資者共同分享音樂的使用報酬，達到支持創作者、提升粉絲及投資者對於著作財產權保護之意識及擴大音樂授權市場等目標。

¹³ <https://www.musicow.com/about>（最後瀏覽日：2022/12/21）。

¹⁴ https://www.musicow.com/market?tab=list&sortorder=releasedate_in_5（最後瀏覽日：2022/12/23）。

¹⁵ Original Sound Track 之簡稱，指電影、戲劇、動畫遊戲等之配樂，即原聲帶。

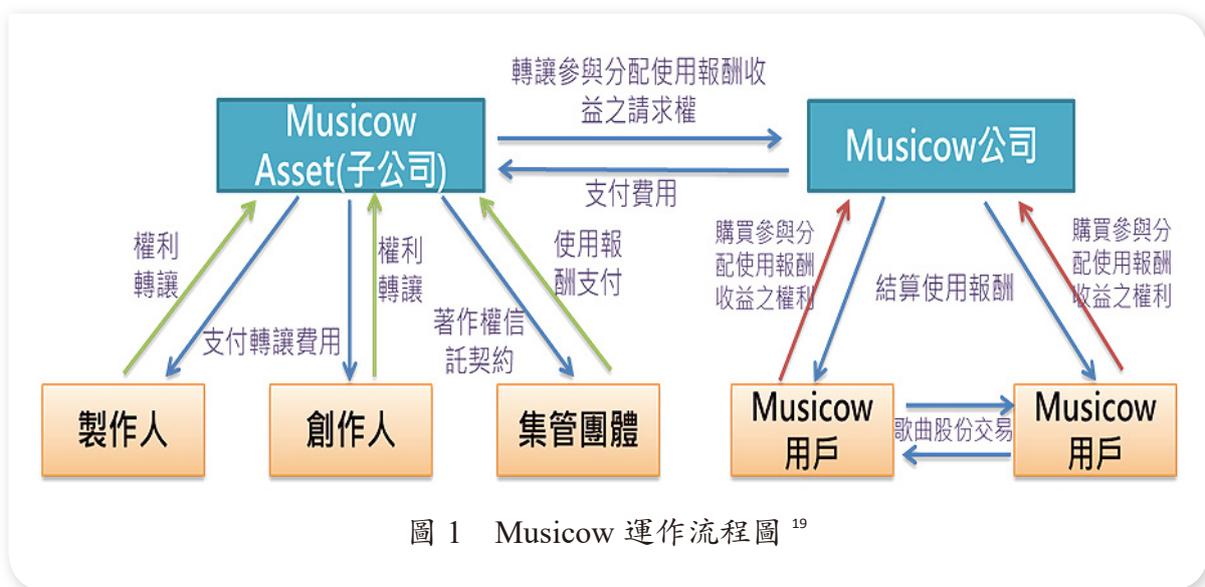
¹⁶ <https://thevc.kr/musicow>（最後瀏覽日：2022/12/21）。

¹⁷ 成立於 1992 年，由 408 家唱片、表演人和表演的公司組成，目前約有 3,000 名附屬藝人。

二、運作模式

(一) 取得歌曲著作財產權及鄰接權

Musicow 成立子公司音樂牛資產股份有限公司（下稱音樂牛資產公司）¹⁸，負責向權利人購買歌曲著作財產權及鄰接權，其中鄰接權多向唱片製作人（即錄音物製作人）取得，價格則是利用自行開發的預測指數，以歌曲過去的使用報酬為基礎，預測未來 20 年的使用報酬收入作為買價，並可與權利人協商購買部分或全部權利，另為確保取得並管理前述歌曲著作財產權，音樂牛資產公司加入 KOMCA 成為會員，以獲得使用報酬之分配，並將收取到的使用報酬移轉給 Musicow，便於後續將使用報酬分配給投資人（參圖 1）。



目前平臺上歌曲之著作財產權多為音樂牛資產公司與其他人所共有，擁有整首歌曲之著作財產權情形似乎較少，以平臺使用報酬收益最高的歌曲為例，Brave Girls 演唱的〈Rollin'〉與 EXO 演唱的〈Just as usual〉

¹⁸ 韓文為주식회사 뮤직카우에셋。

¹⁹ 為作者自行繪製。

本月專題

音樂使用報酬收益權利之交易模式對著作權集體管理團體之影響
——以韓國民間交易平臺 MUSICOW 為例

在 KOMCA 網頁的著作資訊顯示，音樂牛資產公司持有〈Rollin'〉1/2 詞及 1/4 曲之權利（參圖 2），〈Just as usual〉部分則持有 1/5 詞及 1/4 曲之權利（參圖 3），因此當前述歌曲分配使用報酬時，音樂牛資產公司無法獲得全額的分配款項，仍須視其擁有著作財產權之占比分配。

> [대중] 롤린(ROLLIN') - 100001519564

부제목 : ROL RIN (ROLLIN') 외 1 개 + more

가사첫소절 : 그날을잊지못해 BABY 날보며 [가수명 : 브레이브걸스]

기획사/방송사 : 브레이브엔터테인먼트주식회사

공표일자 : 2017-03-07 ISWC : T-930.255.978-0

앨범명/프로그램명 : ROLLIN'

분류	作者姓名		양수자명	승계자명	협회관리
	저작자명	권리출판사			
作詞者	A	차훈(10001513)	주식회사 뮤직카우에셋		관리
	A	용감한형제(W0725900)		(주)멜로디갤러리	관리
作曲者	C	투캅프 1(10000136)			관리
	C	차훈(10001513)	주식회사 뮤직카우에셋		관리
	C	투캅프 2(10007786)	音樂牛資產公司		관리
	C	용감한형제(W0725900)		(주)멜로디갤러리	관리
編曲者	AR	투캅프 1(10000136)			관리
	AR	투캅프 2(10007786)			관리

圖 2 〈Rollin'〉於 KOMCA 網頁顯示之著作權利資訊²⁰

> [대중] 지켜줄게(JUST AS USUAL) - 100003613181

부제목 : JI KHYEO JUL GE (JUST AS USUAL) 외 2 개 + more

가사첫소절 : 위로가되지않는말들로날잡아보려해도 [가수명 : EXO 외 1 명 + more]

기획사/방송사 : (주)에스엔터테인먼트

공표일자 : 2021-06-07 ISWC : T-305.397.788-7

앨범명/프로그램명 : DON'T FIGHT THE FEELING - SPECIAL ALBUM

분류	作者姓名		양수자명	승계자명	협회관리
	저작자명	권리출판사			
作詞者	A	VENDORS(SAN) (10010341)			관리
	A	THAMA(10016492)			관리
	A	VENDORS(ZENUR) (10021055)	주식회사 뮤직카우에셋		관리
	A	VENDORS(FASCINADOR) (10021170)			관리
	A	RAYES SHAQUILLE(Z0505581)	후지퍼시픽뮤직코리아 주식회사	音樂牛資產公司	PRS
作曲者	C	VENDORS(SAN) (10010341)			관리
	C	VENDORS(ZENUR) (10021055)	주식회사 뮤직카우에셋		관리
	C	VENDORS(FASCINADOR) (10021170)			관리
	C	RAYES SHAQUILLE(Z0505581)	후지퍼시픽뮤직코리아 주식회사		PRS

圖 3 〈Just as usual〉於 KOMCA 網頁顯示之著作權利資訊²¹

²⁰ https://www.komca.or.kr/srch2/srch_01.jsp (最後瀏覽日：2022/12/21)。

²¹ 同前註。

（二）將歌曲可獲得使用報酬收益之權利進行拆分與定價

Musicow 考量著作財產權的交易較為複雜與繁瑣，若投資人購買後成為共有著作的著作財產權人時，權利的行使須在每個共有人同意的情形下才能進行²²，且亦須向韓國著作權委員會（The Korea Copyright Commission）辦理變更登記²³，不符平臺提供民眾小額投資的目的，因此不是直接將著作財產權分割成小單位出售給投資人，而是以參與「分配歌曲（音樂著作、錄音著作）之著作財產權或鄰接權使用報酬收益之權利」（性質類似於債券），作為平臺交易的標的。

Musicow 將前述參與分配使用報酬收益之權利拆分為個別的股份，透過平臺進行拍賣與交易，由於其對每首歌曲所持有之著作財產權比例不同，故提供進行拍賣的股份總數皆不相同，拍賣的起始價格是依據相似類型歌曲的歌手、粉絲等來預測歌曲之價值，同時價格亦考量投資者長期持有歌曲時，每年將得到 8% 的收益率等因素進行定價，另為顧及小額投資者，起始價格通常是 5,000 韓元到 30,000 韓元（約 116 元至 693 元新臺幣）間，平臺交易方式與股票市場近似，當用戶²⁴得標股份後，收益來源為參與分配歌曲被重製、公開播送、公開演出、公開傳輸等方式利用後，所產生的使用報酬分配（類似股息之概念）以及買賣歌曲股份之差價。

（三）拍賣參與分配使用報酬收益權利之股份

拍賣分為定期拍賣與不定期拍賣兩種，前者是每週提供約 5-6 首歌曲進行拍賣，每首歌曲拍賣時間為 6 天，若歌曲為週一中午 12 點上架，拍賣截止日期則為週日晚上 9 點，依此類推，平臺在歌曲拍賣之前會用 E-Mail 通知所有用戶新歌上架之資訊，後者是不定期舉辦，拍賣時間通常可能是一天或是更短。用戶可以自行到平臺網站瀏覽歌曲相關拍賣訊

²² 參韓國著作權法第 48 條（共同著作之著作財產權之行使）規定。

²³ 參韓國著作權法第 55 條之 3（變更登記等之申請等）規定。我國並無著作權登記制度，韓國則採自願登記制度，依據同法第 53 條規定著作人得就其之本名、別名（限於公開發表當時使用之別名）、住居所及著作之名稱、種類、創作日期、是否已公開發表等事項向韓國著作權委員會登記，另第 54 條規定，著作財產權之讓與亦為得登記之事項，惟未經登記不得對抗第三人。

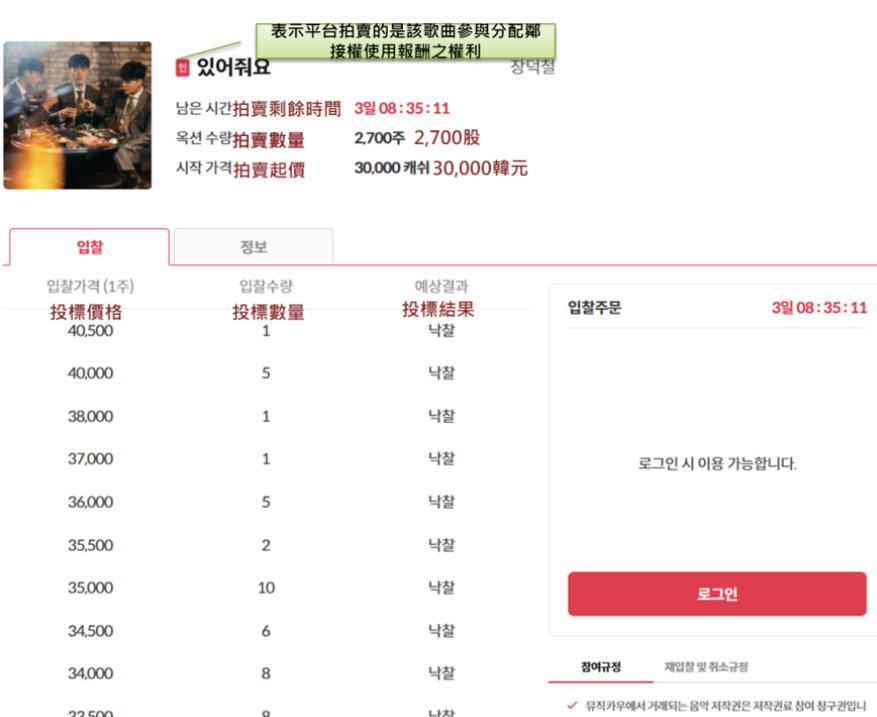
²⁴ 欲在平臺上參與拍賣之投資者須註冊成為用戶。

本月專題

音樂使用報酬收益權利之交易模式對著作權集體管理團體之影響
——以韓國民間交易平臺 MUSICOW 為例

息，包括：拍賣總股數、起始價格、他人得標的價格與數量、拍賣歌曲係以著作財產權或鄰接權參與分配使用報酬收益之權利、基本歌曲資訊以及過去五年內該歌曲之使用報酬收入（公開傳輸、公開播送、公開演出及重製）、拍賣著作財產權分配使用報酬收益之歌曲是否有包含二次創作的權利²⁵等，讓參與拍賣的人依照這些資訊決定是否要競標（參圖 4-圖 6）。

當兩個不同用戶，購買同首歌曲的股份，由於歌曲的使用報酬收入都是固定的，若得標的金額越高，歌曲收益將會越低，回本的時間將會越久，故上述的拍賣資訊是非常重要的，參與拍賣之人須確認得標金額與過去該首歌曲使用報酬的年收益比率是否與心中所期望的收益率相符合。



表示平台拍賣的是該歌曲參與分配鄰接權使用報酬之權利

있어줘요 장덕철

남은 시간 **拍賣剩餘時間** 3일 08:35:11

옥션 수량 **拍賣數量** 2,700주 2,700股

시작 가격 **拍賣起價** 30,000 캐쉬 30,000韓元

입찰	정보	
입찰가격 (1주) 投標價格 40,500	입찰수량 投標數量 1	예상결과 投標結果 낙찰
40,000	5	낙찰
38,000	1	낙찰
37,000	1	낙찰
36,000	5	낙찰
35,500	2	낙찰
35,000	10	낙찰
34,500	6	낙찰
34,000	8	낙찰
33,500	8	낙찰

입찰주문 3일 08:35:11

로그인 시 이용 가능합니다.

로그인

참여규정 재입찰 및 취소규정

✓ 뮤직카우에서 거래되는 음악 저작권은 저작권료 참여 청구권입니다.

圖 4 平臺揭露之歌曲投標資訊²⁶

²⁵ 指翻唱。

²⁶ <https://www.musicow.com/song/2512> (最後瀏覽日：2022/03/30)。

저작인접권 정보 鄰接權(著作權)相關資訊

공표일자 發布日期	2019-10-09	가수 演唱人	장덕철
작곡 作曲	덕인	작사 作詞	덕인
편곡 編曲	DOKO	저작권 보호기간 保護期間	발매일 다음 해 1월1일부터 70년
과거 1년 저작권료 (1주 기준)	3,979원 <small>過去一年的使用報酬費 (以一週計算)</small>	시작가 대비 과거 1년 수익률	13.3% <small>過去一年使用報酬與拍賣價格之比率</small>
유통사 發行商	카카오엔터테인먼트	저작권료 지분 使用報酬分配份額	1/20,498
기타 주요사항 其他重要事項	* 유통사(전송사용료)의 관리범위에 해당하는 지역의 인접권료 대상 * 한국연예제작자협회(보상금)의 관리범위에 해당하는 지역의 인접권료 대상 * 以發行商管理範圍內的鄰接權為準 (傳輸使用費) * 受制於韓國娛樂製作人協會管理範圍內的鄰接權 (補償)		

圖 5 平臺揭露之歌曲投標資訊²⁷



- ✓ 과거 1년 저작권료는 이전 달 정산액이 포함된 과거 1년간의 저작권료 수익을 의미합니다.
- ✓ 과거 1년 미만의 저작권료 자료만 존재하는 경우 연으로 환산되어 표시됩니다.
- ✓ 소수점 계산으로 인한 저작권별 합산의 차이가 있을 수 있습니다.

圖 6 平臺揭露之歌曲投標資訊²⁸

²⁷ 同前註。

²⁸ 同前註。

除了每週新上架歌曲的拍賣交易外，若用戶想要買賣已下架的歌曲（非當週拍賣的歌曲）時，則可在平臺上與其他用戶進行交易，在平臺網頁或 APP 頁面選擇銷售或是購買，並填寫自己想要銷售（購買）的價格及數量，若出現買（賣）家，雙方交易即成立，惟若所填寫的金額與市場上所期望的價格不符時，等到與買（賣）家填寫的金額相當的交易價格出現時，該筆交易將會自動成交，若買（賣）家不欲交易，則可自行取消訂單。

平臺對每股交易將收取成交金額 1.2% 之手續費，最高上限為每股 300 韓元（約 6.9 元新臺幣），若在平臺交易持續 5 週以上，每股則收取 1.0% 手續費，最高上限為每股 250 韓元（約 5.8 元新臺幣）。

三、音樂著作權指數（Music Copyright Property Index, MCPI）

為全球首個針對音樂著作財產權交易所制定之投資指數（類似於股票指數，參圖 7），2020 年 4 月由 Musicow 與金融科技公司 Koscom 協商制定的，是計算平臺上所有交易歌曲與前一天交易相比波動的情形，依照平臺上著作財產權的交易資訊所計算，並考量音樂著作財產權及鄰接權每月分配使用報酬等特點，以 2019 年 1 月 1 日為 100 點，作為指數之基準點，公式如下：

$$MCPI_t^{29} = MCPI_{t-1} \times \{1 + (\text{當日總收益}^*)\}$$

$$* \text{ 當日總收益} = \text{估值損益率}^{30} + \text{使用報酬收益}^{31}$$

其中「估值損益率」可以知道平臺上現金流之變化，「使用報酬收益」則是一個月的使用報酬與前一天平臺市值相比的回報率³²，若投資者持有股份，每個月所獲得的使用報酬收益是以持有股份的天數與數量依比例計算。

²⁹ t 係指日期。

³⁰ 估值損益率 = 前一天歌曲當日市值 - 昨天的市值 / 昨天的市值。

³¹ 使用報酬收益 = 稅前支付使用報酬總額 / 昨天的市值。

³² https://blog.naver.com/musi_coin/222309764517（最後瀏覽日：2022/12/30）。



每日價格

日期	MCPI指數	全職	波動率
22.03.18	206.55	▲0.23	+0.11%
22.03.17	206.32	▼2.79	-1.33%
22.03.16	209.11	▲0.76	+0.36%
22.03.15	208.35	▼5.60	-2.62%
22.03.14	213.95	▼4.27	-1.96%

圖 7 MCPI 指數走勢³³

四、投資者獲得使用報酬之時程

目前平臺上架歌曲分配音樂著作使用報酬之集管團體為 KOMCA，分配鄰接權使用報酬之集管團體為 KEPA，由於集管團體對不同利用型態的使用報酬分配時程不一，投資者所能獲得使用報酬的時程，亦會因著作被利用方式不同而有所不同，若該首歌曲被利用的次數多，投資者可能每個月都能收到使用報酬收益，因此應以一整年的時間來計算使用報酬收入是較為準確的。

在音樂著作部分，利用型態主要可分為無線廣播、互動式傳輸、YouTube、卡拉 OK、百貨、酒店、遊樂設施及舞台表演等，由於部分利用型態可能因使用量較多，而所需之計算時間與分配時間較長，故使用次數的計算由每個月計算至半年計算一次都有，使用報酬的分配次數、時間因不同之利用型態而有差異，快則每個月均可獲得分配，慢則於著作利用後 10 個月始獲分配（參圖 8），另對航

³³ <https://www.musicow.com/mcpi>（最後瀏覽日：2022/03/30）。

本月專題

音樂使用報酬收益權利之交易模式對著作權集體管理團體之影響
——以韓國民間交易平臺 MUSICOW 為例

空、火車之利用，則固定將上個年度發生的使用報酬於下年度 7 月及 11 月分配，有線廣播（IPTV 等）則是於當年度 7 月及 11 月分配。

另部分歌曲的使用報酬包含二次創作的權利，故當此種類型歌曲被翻唱時，投資者會獲得額外的使用報酬，同時也會因為翻唱而使得原歌曲的使用報酬收入提高。

© Musicow, Inc. ALL RIGHTS RESERVED.

협회 매체별 정산 시기

使用月份

발생	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
방송 無線廣播	정산 올해 9월		올해 12월			내년 3월			내년 6월			
※ 발생 3개월치 6개월 후 정산! 每3個月計算一次，並於使用後6個月分配使用報酬												
발생	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
전송 互動式傳輸	정산 6월		7월		8월		9월		10월		11월	
※ 발생 1개월치 5개월 후 정산! 每個月計算，並於使用後5個月分配使用報酬												
발생	1월, 2월	3월, 4월	5월, 6월	7월, 8월	9월, 10월	11월, 12월						
유흥 단란 노래방 卡拉OK	정산 3월, 4월		5월, 6월		7월, 8월		9월, 10월		11월, 12월		1월, 2월	
※ 발생 2개월치 다음 2개월 간 정산! 每2個月計算一次，並於使用後2個月分配使用報酬												
발생	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
복제 무대공연 舞台表演	정산 2월		3월		4월		5월		6월		7월	
※ 발생 1개월치 1개월 후 정산! 每個月計算一次，並於下個月分配使用報酬												
발생	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
호텔, 백화점 유원시설 등 酒店、百貨及 遊樂設施等	정산 올해 10월						내년 4월					
※ 발생 6개월치 4개월 후 정산! 每6個月計算一次，並於使用後4個月分配使用報酬												
발생	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
유튜브 Youtube	정산 내년 1월 정산		내년 4월 정산			내년 7월 정산			내년 10월 정산			
※ 발생 3개월치 10개월 후 정산! 每3個月計算一次，並於使用後10個月分配使用報酬												

※ 그 외 정산
 ◦ 항공, 기차, 경기장 등 사용료는 전년도 발생한 사용료를 7월, 11월에 정산
 ◦ 상기 방송 부분은 무선방송 기준이며 PP, IPTV, SO 등 유선방송 사용료는 7월, 11월에 정산
 ◦ 외국업권: 년 4회

圖 8 著作財產權使用報酬之分配時程

屬鄰接權之錄音著作部分，使用報酬來源多為網路傳輸之利用及廣播機構、數位聲音傳輸業者支付之權利金等，使用次數的計算有分成每個月或每 3 個月計算一次，分配時程自使用次數計算後，每 2 個月或每 3 個月分配一次（參圖 9）。

저작인접권 매체별 분배 시기

		使用月份													
		발생	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	
전송 互動式 傳輸	발생														
	분배 分配 時間		3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	
		※ 발생 1개월치 2개월 후 분배! 每個月計算一次，並於使用後2個月分配使用報酬													
유튜브 Youtube	발생														
	분배		3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	
		※ 발생 1개월치 2개월 후 분배! 每個月計算一次，並於使用後2個月分配使用報酬													
방송보상금 廣播機構	발생														
	분배		올해 5월			올해 8월			올해 11월			내년 2월			
		※ 발생 3개월치 2개월 후 분배! 每3個月計算一次，並於使用後2個月分配使用報酬													
공연보상금/ 디지털음원송신 公開演出/數 位聲音傳輸	발생														
	분배		올해 6월			올해 9월			올해 12월			내년 3월			
		※ 발생 3개월치 3개월 후 분배! 每3個月計算一次，並於使用後3個月分配使用報酬													

※ 특이사항
 ◦ 위 자료는 (사)한국연예제작자협회 기준으로 작성되었습니다.
 ◦ 전송/유튜브 분배주기는 유동사 별로 (사)한국연예제작자협회와 다를 수 있습니다.

圖 9 鄰接權使用報酬之分配時程³⁴

另在使用報酬數額部分，分析 2010 年至 2011 年發行的 12 首歌曲，可以發現於音樂發行的當年，因音樂播放頻率及歌曲受矚目程度較高，因此收入會最高，到第二年之後收入開始下降，之後開始趨於穩定（參圖 10），因此以平臺的角度而言，歌曲的投資報酬率是可以預測的。

³⁴ 圖 8 至圖 9 翻譯並摘自 Musicow 網站。

本月專題

音樂使用報酬收益權利之交易模式對著作權集體管理團體之影響
——以韓國民間交易平臺 MUSICOW 為例

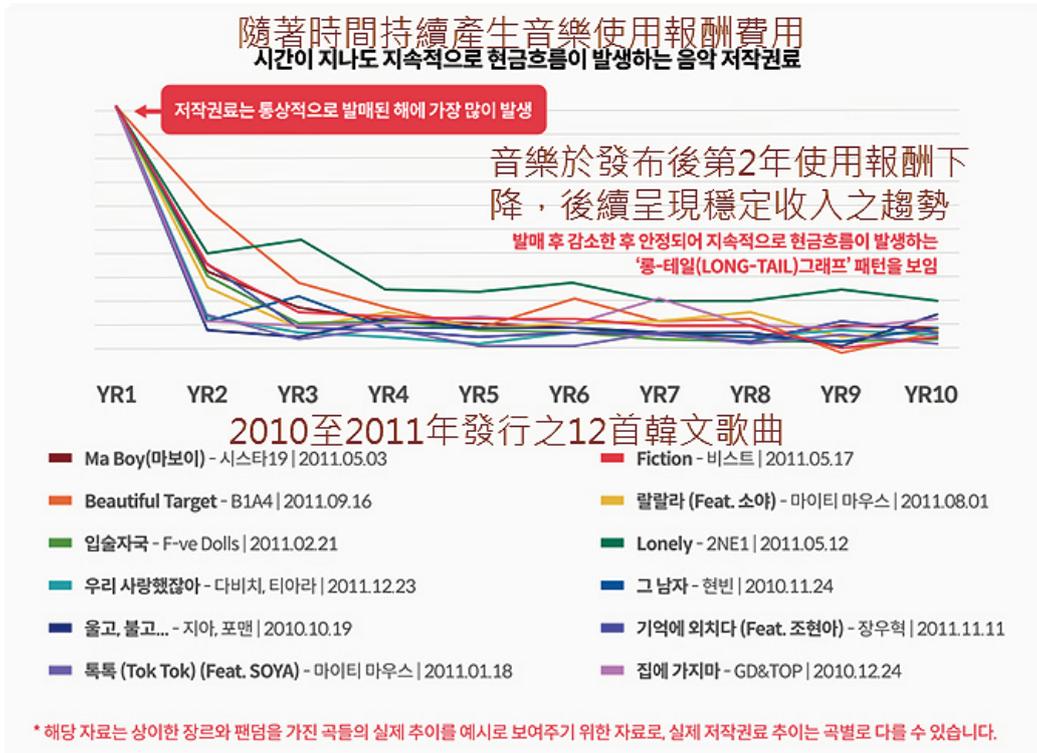


圖 10 歌曲使用報酬收入趨勢長尾圖³⁵

五、投資者類型

在平臺進行拍賣的用戶可分為「粉絲」及「投資人」兩種類型，兩者對於拍賣的價格看法為兩個極端，對於粉絲來說，花錢投資喜歡歌手演唱的作品，便是對於歌手的支持，因此會不斷提高拍賣的價格，至於投資者則是希望能夠以最低的價格購買股份，若拍賣的價格過高，將會使得收益比降低，而不符其對於投資獲益比率的期待。

當歌曲越受歡迎，投資者購買價格越高，投資回本的時間就會越久，以 IU 於 2010 年發行的歌曲〈提前祝聖誕快樂〉³⁶ 為例，交易價格最高曾到每股 98 萬韓元（約 23,000 元新臺幣）³⁷，但過去一年的使用報酬收入約僅為 2,916 韓元（約

³⁵ 譯自 <https://blog.naver.com/musicow/222270744449>（最後瀏覽日：2022/12/30）。

³⁶ 韓文歌名為미리 메리 크리스마스。

³⁷ 為 2021 年 9 月 1 日之交易價格。

68.4 元新臺幣)³⁸，因此繼續持有該首歌曲，可能會有虧損之風險，僅能以轉賣股份的方式才有機會獲利；若屬於較不受歡迎的歌曲，則因為購買的價格相對較低，如果繼續持有該歌曲，投資回本的速度會較快，但如果要透過轉售股份的方式賺取買賣的價差，僅能透過平臺會員間之交易處理，故更難轉售。

六、小結

Musicow 是近年來新興的民間交易平臺，為全球首次將參與著作使用報酬收益的權利，分割為股份的概念，讓一般民眾藉由股份的競標，獲得特定歌曲參與使用報酬收益分配的權利，民眾除作為消費者及粉絲外，亦能透過拍賣或競標自己喜歡的歌曲股份而獲得收益，此種投資方式，讓民眾感覺自己能與歌手或創作人共同享有原本僅專屬後者的著作財產權，因此吸引許多不同類型的投資者，每年平臺的會員及交易的金額都不斷增加。

此外，為營造歌手與粉絲有共同的參與感，在平臺上發行新歌的案例有越來越多的趨勢，隨著新歌發行的同時，粉絲也能與創作人共同分享歌曲的使用報酬，讓粉絲有一種我與喜愛的歌手有連結的歸屬感。

又為鼓勵創作人積極持續的創作，若歌曲拍賣價格超過原本訂的金額時，Musicow 會將溢價的 50% 轉回給創作者，期望以此方式讓創作人、粉絲及投資人，建構音樂生態良性循環的模式。

肆、Musicow 平臺的優勢與劣勢

近來平臺不論是在用戶數量或是交易金額都成長快速，主要原因可歸結為參與音樂使用報酬收益分配的權利所需投資金額相較其他金融投資屬於小額，由於拍賣歌曲一股的價格約為新臺幣 120 元至 600 元間，比起股票或是其他投資而言，入手更為容易，吸引不少年輕族群進行投資；相對於股票須分析公司的財務結構

³⁸ <https://www.musicow.com/song/489>（最後瀏覽日：2022/12/30）。

作為投資的根據，以熟悉的音樂作為投資標的，可以相對快速做出決定；參與拍賣的投資者不僅可藉由音樂進行投資，同時也能支持自己喜歡的歌手或歌曲；且不易受原物料價格波動、政治情勢等因素影響。

依據延世大學與弘益大學商學院教授對主要資產收益率的分析結果，自2018年1月至2021年6月音樂著作財產權（股息＋股份市值）年均收益率約為36%、黃金為11%、股票約為10%³⁹，顯示平臺投資報酬回報比預期更高。

雖然平臺有上述的優勢存在，但仍有幾個缺點仍為投資者所詬病，由於投資僅限於平臺，拍賣歌曲數量仍少，且僅有韓語歌曲，因此市場規模與其他投資標的相比而言較小；「獲得參與使用報酬收益分配的權利」屬於新興的投資標的，尚無準確的指標及訊息判斷音樂的價值，投資者僅能依據平臺所揭露的使用報酬資料認定是否值得投資，故投資的訊息仍嫌不足；歌曲拍賣的得標金額較容易以人為方式操作，如果參與拍賣的人數過多或部分投資者（例如粉絲）出價的金額過高，恐造成得標的金額低於可獲得的使用報酬費用，造成後續交易的困難；音樂的利用量普遍隨著時間慢慢降低，通常於歌曲發行的第一年使用報酬最高，然後不斷下降，因此部分歌曲透過轉售股份變現較為困難。

Musicow 成立發展時間尚短，且又屬於新興的投資項目，因此在健全的市場機制、法律規範與資訊透明等方面仍須加強，才能在拓展音樂投資市場的同時保障投資者權益。

伍、現況與未來發展

由於 Musicow 成立時是以電子商務相關業務獲得經營許可，而提供拍賣的標的為參與分配歌曲之著作財產權或鄰接權使用報酬收益之權利而非著作財產權本身，故屬於私部門的債券交易，而適用民法的規定，其業務並未受到韓國金融相關單位的監督。

³⁹ <https://www.wowtv.co.kr/NewsCenter/News/Read?articleId=2021112134841>（最後瀏覽日：2022/12/26）。

2021年年底，韓國金融監管機關多次接到投資者對 Musicow 提出違反金融投資服務及資本市場法⁴⁰之投訴，包括：拍賣參與分配使用報酬收益的權利結構及拍賣歌曲的價格計算是投資決策的重要關鍵因素，卻沒有相關的揭露資訊供投資者參考；第三方無法以透明的方式檢查投資者權利及支付是否安全的被管理、儲存及結算；未有針對債權的監控體系，投資者將會面臨操縱市場價格等不公平的交易風險；由於投資者非直接投資歌曲的著作財產權，故其所獲得的權利僅是對 Musicow 的債權，因此若 Musicow 破產，則無法保障投資者的債權⁴¹等 Musicow 經營產生的相關問題，此係因 Musicow 及其平臺缺乏外部之監控機制，同時相關資訊的不透明恐將造成投資者的損害及公司業務結構不穩定，韓國金融機關為保障投資者權益，最終決定介入調查。

歷經韓國金融機關數月的評估後，於 2022 年 4 月 20 日認定 Musicow 業務屬於投資證券之範圍，須在 6 個月內（即 10 月 19 日前）改變目前的業務的營運結構，例如加強對投資者保護、進行證券發行的審查等，並將結果向韓國金融機關報告，在此之前平臺不得拍賣新的歌曲（新的債權）及投放新廣告，平臺亦於網站上宣布，自 4 月 21 日起將全力完成韓國金融機關的要求與標準，此期間不再提供新歌曲的拍賣，待業務重組完成後再恢復新歌的拍賣，現行平臺上拍賣過的歌曲，將維持既有的服務，提供使用報酬的結算，以維持市場內交易順暢⁴²。

在韓國金融機關要求的 6 個月改善期間內，Musicow 為加強對用戶的保護及提供服務安全性，建立資訊保護系統並進行安全系統的改善等，同時建立內控規範、市場監管及資訊揭露制度，並引進實名制帳戶，成立爭議調解委員會等各項改進措施，終在 2022 年 11 月 29 日經韓國金融機關宣布，其業務結構調整符合要求⁴³。

另由於 BTS、BLACKPINK 等 K-POP 音樂席捲全球，Musicow 考量美國為全球最大音樂的市場，對於外國歌曲接受度較高，粉絲的數量與規模也很龐大，同時，美國沒有類似 Musicow 這樣的交易平臺，因此於 2022 年 3 月宣布將進軍美國設立分公司，提供與韓國 Musicow 平臺相同的服務，惟兩個平臺是互相獨立的，

⁴⁰ Financial Investment Services and Capital Markets Law.

⁴¹ <https://www.fsc.go.kr/no010101/77698>（最後瀏覽日：2022/12/26）。

⁴² <https://www.musicow.com/help/notices/439?type=1&keyword=>（最後瀏覽日：2022/12/26）。

⁴³ <https://www.fsc.go.kr/no010101/79010>（最後瀏覽日：2022/12/26）。

韓國民眾無法使用美國的 Musicow 平臺，在美國的民眾亦無法使用韓國的平臺進行投資。預計美國 Musicow 平臺將提供美國的流行歌曲及韓國 K-POP 歌曲，目前，Musicow 已取得包括 IU、BTOB 等偶像歌曲在內共計 1 萬首歌曲的「參與分配歌曲之著作財產權或鄰接權使用報酬收益之權利」⁴⁴。

陸、對集體管理制度之影響

一、仍需仰賴集管團體收取著作利用的使用報酬

Musicow 與音樂著作及表演人集管團體簽訂合作備忘錄，共同進行平臺上音樂的著作權保護與提升著作權保護之意識。另同時亦需集管團體替拍賣歌曲收取著作利用之使用報酬，以便平臺收到使用報酬分配後，再依股份與持有天數分給投資者，故不論從著作的利用或是保護的角度而言，雙方為共同合作的關係。

另外為提高拍賣歌曲的使用報酬金額，屬於粉絲類型的投資者，會以多點閱 YouTube 或在 KTV 演唱自己擁有股份的歌曲等方式，以支持喜歡的歌曲與歌手，除無形中增加集管團體的使用報酬外，同時亦增加自己每月的使用報酬收入。

二、對集管團體之會員數量與歌曲數影響較小

由於創作人可選擇轉讓全部或部分之著作財產權，若是知名度較高的創作人，通常不會轉讓全部的著作財產權，而是選擇與 Musicow 共有歌曲，既可以收取讓與的權利金亦能持續享有著作利用的使用報酬收益，此外依照 KOMCA 網頁資料，平臺拍賣的部分歌曲係與他人共有，完整享有著作財產權的歌曲較少，同時，Musicow 讓持有歌曲著作財產權的音樂牛資產公司加入集管團體，以獲得使用報酬收益的分配，因此集管團體所擁有的歌曲數量基本上不會有過多變動，現階段而言，Musicow 似乎對集管團體會員或歌曲數量並沒有產生太多的影響。

⁴⁴ <https://m.hankookilbo.com/News/Read/A2022032417280004509>（最後瀏覽日：2022/12/26）。

三、小結

Musicow 平臺的存在，對集管團體仍是利多於弊，拍賣參與歌曲的使用報酬收益分配權利，除促成歌曲的利用次數增加，透過歌曲的利用，亦提升集管團體的使用報酬收入，連帶也提高歌曲股份持有人的收益，此外，未來平臺在美國成立分公司後，亦將擴大韓國 K-POP 歌曲的市場與影響力，增加著作利用率，集管團體亦能獲得更多海外的使用報酬收入。

柒、結語

Musicow 平臺為一種新興的投資模式，對民眾來說，既可投資獲利亦可以與自己喜歡的歌曲或歌手產生連結，共享著作使用報酬的分配；對於較不知名的創作人而言，由於創作初期時的收入不多，若向銀行貸款恐無法用歌曲的著作財產權作為資產抵押，或僅能以著作財產權為抵押申請高額利息的借款，反而增加創作人的負擔與壓力，創作人若將歌曲著作財產權轉讓給音樂牛資產公司，由於讓與的費用是依照歌曲未來 20 年的使用報酬支付，因此創作人可獲得一筆資金，以支應創作及生活的支出，而不須擔心生計，至於已有相當知名度的創作人或歌手，則可以透過拍賣歌曲的方式加強與粉絲的交流與關注。

此外，若有歌手回歸或是演藝圈重大事件時，平臺上相關歌曲的交易及搜尋量也會暴增，例如：Big Bang 回歸時，平臺與 Big Bang 相關的搜尋量增長 174%，相關歌曲的交易量也成長 100% 以上⁴⁵；韓星玄彬與孫藝珍結婚的消息，讓共同主演的電視劇愛的迫降 OST 搜索量增長了 981%，歌曲拍賣的成交量增長 233%⁴⁶，因此不論是歌手或歌曲，只要有讓公眾關注的事件，將會連帶讓周邊的產品受到大眾的注意。因此 Musicow 不論是與集管團體或創作人（歌手）都屬於合作共贏的一種商業模式。

⁴⁵ <https://zdnet.co.kr/view/?no=20220311101128>（最後瀏覽日：2022/12/26）。

⁴⁶ <https://www.mk.co.kr/star/hot-issues/view/2022/02/140380/>（最後瀏覽日：2022/12/26）。



本月專題

音樂使用報酬收益權利之交易模式對著作權集體管理團體之影響
——以韓國民間交易平臺 MUSICOW 為例

平臺拍賣參與著作使用報酬收益分配之權利的行為最終被認定為投資證券，受金融投資服務及資本市場法約束，目前 Musicow 仍持續完善投資市場的透明度與安全性，並擴充其業務範圍，未來應會有更多投資者願意進入著作財產權相關的投資市場。

由於平臺金融投資問題所產生的影響，韓國欲開始對使用加密貨幣及 NFT 等區塊鏈新技術的交易納入監管，其金融相關機關已於 2022 年 4 月 28 日公布相關之指引方針⁴⁷，鑒於此種交易型態越來越普遍，韓國政府後續的態度與走向值得我們注意。

⁴⁷ <https://www.fsc.go.kr/no010101/77728?srchCtgry=&curPage=&srchKey=&srchText=&srchBeginDt=&srchEndDt=>（最後瀏覽日：2022/12/26）。