

中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會申請審議社團法人台灣音樂著作權集體管理協會(TMCA)「公開傳輸概括授權『商業傳輸-非以使用音樂為傳輸之主要目的-串流型式-二、無收取資訊服務費，但收取廣告費』及『非商業傳輸-串流型式』」使用報酬率案意見交流會會議紀錄

一、 時間：115年3月4日(星期三)下午2時整

二、 地點：經濟部智慧財產局19樓簡報室

三、 主席：廖局長承威

紀錄：沈佩蓉

四、 出席人員：詳如簽名冊

五、 主席致詞：(略)

六、 承辦單位報告：(略)

七、 出席代表陳述及意見交流：

(一) 中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會(下簡稱衛星公會)陳依玫秘書長

1. 本會會員係將公開播送節目上傳至YouTube、Meta等網路平台，使用者透過點擊網路平台收看節目，會員從電腦將節目內容上傳到平台，屬於無經濟價值之內部傳輸行為，另依智財法院104年度行著更(二)字第1號判決，公開播送或公開傳輸行為係以傳達至公眾，始發生利用行為，故本會會員將節目上傳至平台，透過平台傳送至公眾，始發生公開傳輸行為，公開傳輸實際行為人應為平台。

2. 現今網路時代之特性由平台控制規則、資源、金流，並以演算法掌控數據，YouTube以總流量吸引數百億廣告投放，再分潤予上傳著作之利用人端(如本會會員與網紅)，考量集管團體之行政成本及執行性，其不可能逐一向廣大利用人收費，如可向網路平台收費，則較易執行。目前實務上網路平台多年來有支付公開傳輸授權費予集管團體，114年10月YouTube回函本會會員表示，

凡於 YouTube 頻道涉及音樂公開傳輸利用行為，無論收費模式採取訂閱費或廣告費，均由 YouTube 支付授權費予 MÜST；且臺灣 OTT 協會會員亦已透過集體協商與 MÜST 達成協議，並完成定額支付，故現行已有可執行之模式，再者，集管團體成立目的即為節省授權之行政成本，以及促進音樂流通及產業發展。本會認為，TMCA 應逕向網路平台洽談授權，以維護會員最大權益。

3. 就 TMCA 公告費率以音樂點擊次數計費部分，實務上 YouTube 顯示之頻道或節目觀看次數不等同於音樂點擊次數，且平台分潤亦係以「有效點擊率」為基礎換算分潤收入，而非以「音樂點擊次數」計算分潤收入，再者，TMCA 公告費率以音樂點擊次數乘以 0.35 元過高，恐影響利用人之音樂使用意願。此外，本會會員於網路平台獲得之收入屬於整體財報收入，故於計算公開播送使用報酬時即有涵蓋計入。
4. TMCA 訂定本項費率的各項要件皆違反集管條例第 24 條規定，如參考智慧局於 110 年 2 月 4 日智著字第 11016001510 號作成 ACMA 公開傳輸費率禁止實施處分函，處分理由與本案現況幾乎一致，例如集管團體並未溝通及未說明費率之利用狀況等。
5. 本項費率不論於預告或公告階段，TMCA 皆未與本會實質協商，即要求本會會員與其簽約，TMCA 曾於 112 年 12 月逕行公告公開傳輸費率，經本會提出審議，TMCA 又將費率自「公告」改回「預告」狀態，惟仍要求應與其簽約，至 113 年 12 月 2 日 TMCA 再次公告一樣的公開傳輸費率，故本會再次提出審議申請。
6. TMCA 未於網站公告其著作管理數量，僅於另案公開播送審議案內宣稱其管理曲目數達 39,807 首，著作管理數量為 MÜST 管理數量之萬分之 4.8，兩者數量極度懸殊，但公告費率卻與 MÜST 完全相同。且 TMCA 成立之初曾被檢舉有歌曲涉及虛偽不實，經智慧局處以罰鍰，再者，TMCA 與 ACMA 之著作管理情況相當重疊，

會員間常有流動，難以確認實際管理數量。

7. TMCA 與 MUST 之著作利用率相當懸殊，如 113 年 10 月本會取樣統計利用量較少之新聞頻道及較多之綜合性頻道(含 TMCA 所主張之熱門節目)的公開播送利用量數據，TMCA 僅為 MUST 之 2%，又數據未尚計入廣告音樂，否則 TMCA 之利用率應更低。考量本會公開傳輸行為係將公開播送之節目上傳至網路平台，故本案利用率可參考公開播送利用率數據。因本案審議標的係針對各類頻道之概括授權費率，且會員頻道並非僅使用台語歌及熱門歌曲，亦會使用國語歌及廣告音樂，爰應綜合考量整體頻道及節目之利用量，而不應用單一類型頻道或單一節目計算費率。至於 TMCA 提出 KKBOX 榜單表示，其於前 100 首排行歌曲中即管理 35 首，以此顯示其管理歌曲之利用率，惟該榜單並非本會會員之音樂利用率，兩者不同。
8. 關於利用著作之獲利，以 TMCA 所提超級夜總會為例，節目一周播出時間含重播共 8 小時，即使該節目全使用 TMCA 管理之歌曲，而未使用 MUST 與 ACMA 管理之著作，該節目時數於全頻道 1 周全時數(168 小時)占比僅 4.76%，此為電視台先天限制，利用量最多即為如此。

(二) TMCA 許仲勳律師

1. 集管條例第 24 條規定訂定使用報酬應審酌之因素，與利用人協商部分，TMCA 是以預告方式將使用報酬公布於網站，使利用人可知悉及表示意見，TMCA 亦有與部分利用人洽談簽約，惟預告期間並無利用人主動向 TMCA 表示意見。
2. 管理著作財產權數量的部分，TMCA 是以管理台語歌曲為主之集管團體，包含台語老歌及主流台語唱片公司，每年皆發行新歌，目前管理歌曲數量超過約 2 萬首，未來曲目數會再增加，如僅以集管團體管理著作數量作為主要審議標準，將所有外國歌曲及廣

告歌曲納入管理著作數量計算，TMCA 認為將有所偏廢及失真，恐影響台語歌曲的市場發展，故本會主張不應僅以集管團體之歌曲管理數量作為費率判斷基準。

3. 關於利用的質量，公開傳輸與公開播送不同之處在於，公開播送是線性播放，頻道把所有節目透過公開播送傳送至每個家庭收視戶，惟公開傳輸部分，電視臺(如民視及三立電視台)如經營 YouTube 或 Meta 平台，多僅選擇上傳收視率好或收視群廣大之節目，而不會上傳所有頻道及節目，故 TMCA 擇定統計及說明「特定節目」之歌曲利用量。又因費率係屬串流利用，本會方選擇以 KKBOX 平台之累積排行榜為例，說明榜單內屬 TMCA 管理者之比例多於 MUST 及 ACMA，證明 TMCA 管理歌曲之利用率高。
4. 就利用人所獲致之經濟利益，像節目「綜藝一級棒」大量運用台語歌曲，節目被上架至 Meta 跟 YouTube 平台，並連續四周全國收視率第一，而「超級冰冰秀」節目收視率破 3.0，因節目收視率高亦為頻道商帶來可觀的廣告收入，故 TMCA 整理大量利用 TMCA 歌曲之節目收視率情形。
5. TMCA 認為公開傳輸會涉及點擊率、播放次數或流量的客觀數據，訂定使用報酬時才選擇以點擊率乘以固定金額作為收費標準，當無法確認點擊率或營業收入者，TMCA 亦提供最低收費標準為每個平台 1.5 萬，利用人可以此與 TMCA 洽商雙方均能接受之使用報酬收費方式。

(三) 主席

謝謝雙方說明，部分討論議題尚未說明，請委員及雙方都可再說明及討論。

(四) 李瑞斌委員

1. 剛簡報提到 ACMA 公開傳輸費率曾依集管條例第 25 條第 8 項被禁止實施，請問智慧局對於該案之立場及態度為何？

2. TMCA 的公告費率是以相關營業收入的百分比計算，雙方對於「相關營業收入」有無共識？具體的項目或範圍為何？申請人書面文件提及，相關營業收入應為音樂利用之相關收入，若後續進入審議階段，審議委員對於相關營業收入須定義其範圍。
3. 我的理解是 TMCA 已與衛星公會部分會員簽訂合約，合約範圍包含公開播送及公開傳輸，雙方係以定額簽約，並非以相關營業收入計算，若審定費率仍以相關營業收入之百分比計算，是否有其實質需求及意義？目前 TMCA 公告費率就相關營業收入部分，因實際簽約內容與集管團體的公告費率有所差距，故有無修改空間？

(五) 主席

這個問題與討論議題二相近，請雙方稍後一併回復。

(六) 智慧局著作權組洪盛毅組長

依集管條例第 25 條第 8 項，集管團體訂定的費率如違反法律規定或無法律依據，主管機關可將費率禁止實施，請承辦科報告該案禁止實施之原因。

(七) 智慧局著作權組黃夢涵代理科長

1. 110 年本局將 ACMA 部分公開傳輸費率禁止實施主要有兩個理由，當時其費率包含「為公開傳輸必要之上載重製權」及「公開傳輸權」，但 ACMA 於審議過程中已把「為公開傳輸必要之上載重製權」自其章程之管理範圍移除，惟該項費率未隨之調整，本局認定此違反集管條例第 23 條規定：集管團體應依法令、章程及會員大會決議為會員執行集管業務。
2. 另外，ACMA 當年費率無法反映市場狀況，實務上難以執行，且 ACMA 未清楚說明費率訂定依據、未與利用人充分溝通，亦未就利用人利用其管理著作之情形進行合理調查，因而該案禁止實施 ACMA 該項費率，本局處分函亦請 ACMA 應重新與利用人協商，再訂定費率。

(八) 李瑞斌委員

ACMA 該案情況會同樣適用於本案嗎？

(九) 智慧局著作權組洪盛毅組長

當年 ACMA 費率除未與利用人溝通、協商外，主要問題在於其費率所涵蓋部分 ACMA 已無管理權利者，導致費率無法審議，與本案情形有所不同。

(十) 主席

這部分先說明至此，討論議題二針對部分會員之契約情形，再請雙方說明。

(十一) TMCA 鄭慧齡秘書

衛星公會共有 44 個會員，目前已與 TMCA 簽約完成契約者共 14 家，契約授權範圍包含公開播送及公開傳輸，授權費是以電視台上傳每平台之定額費用計算。

(十二) TMCA 喻文昌專員

因為簽約之電視頻道大多以公開播送利用為主，TMCA 為避免造成利用人過大負擔，簽約時先以最低之收費標準協商。舉例而言，超級夜總會於 YouTube 的點擊率是幾十萬、上百萬，如以點擊次數來算，一個節目上傳平台可能支付幾萬元、十幾萬，故雙方同意皆以最低「定額」收費，後續本會將更精確地計算使用報酬，如利用人可接受，再行調整費率收費方式。

(十三) 李瑞斌委員

請問 TMCA 認為費率以相關營業收入的百分比計算，此計算方式仍須保留嗎？TMCA 對於相關營業收入的定義為何？

(十四) TMCA 喻文昌專員

1. TMCA 認為仍須保留相關營業收入計算方式，當時訂費率考量惟有經消費者點擊，才產生瀏覽率，且無論為國語歌或台語歌每首歌均等值，歌曲所獲之分潤程度亦同。利用人可就以下三種計算方

式選擇對其最有利者與本會協商，包含以相關收入如影片分潤收入、點擊次數計算，或最低使用報酬之項目。

2. 相關營業收入之定義，原則上應以個別節目影片上傳所獲得之分潤收入，或須以影片點擊次數計算，因公開傳輸是將個別節目上傳至網路平台，但利用人可選擇對其較有利之收費方式與本會協商。

(十五) 金世朋委員

依據過往其他公開播送及公開傳輸費率審議案件，相關營業收入應是針對全頻道收入，惟依 TMCA 的說法是相關營業收入僅限於有利用 TMCA 歌曲之特定節目的收入，假使如此，計算上分母係數會變得非常小，部分節目如未利用 TMCA 音樂，相關營業收入為零，故須釐清此問題。另權利人亦不能僅依單一或幾個特殊節目計算電視台全頻道利用著作比例，此不合理。

(十六) TMCA 喻文昌專員

因為公開播送均係針對全部頻道，惟公開傳輸部分，因所有衛星電視通常是依節目切割，再將個別節目分別上傳至網路平台，如三立電視台可能是分別上傳「超級夜總會」及「超級紅人榜」等節目影片，並非整個電視台頻道內容均會全部上傳，這是兩者實務上不同之處。

(十七) 主席

雙方可先釐清本案費率究對誰收費等事實層面，TMCA 目前與利用人採取包裹式授權，且以定額收費而未採用相關營業收入。至於係以全頻道或特定節目的著作比例問題，審議時須再釐清。

(十八) 衛星公會陳依玫秘書長

1. 本會會員絕非僅針對單一節目上傳，TMCA 與本會會員簽訂公開播送及公開傳輸授權契約，簽定的授權金未必等於會員認同之費率數額，本會會員尚須考量集管團體擁有刑事訴訟權。

2. 本會感謝 TMCA 同意本會會員以最低收費標準 1.5 萬元付費，惟 MUST 與 ACMA 未比照 TMCA 之實務授權方式，如以費率公式計算，以點擊次數乘以 0.35 元，會員因支付授權費會面臨財務上壓力。另本會認為相關營業收入之定義亦不清楚，本案審議結果將有其參考性。
3. TMCA 審酌其管理著作之利用量，應依各類型全頻道之利用量及比例認定，將其與 MUST 之利用量比較，如僅依單一節目之利用認定相關經濟利益，縱使單一節目之點擊率達百萬次，亦不等同於集管條例第 24 條第 1 項第 2 款所稱之利用人因利用著作所獲致之經濟上利益。

(十九) 黃秀蘭委員

1. TMCA 訂定費率或以定額簽約時，是否曾與衛星公會討論？或僅向 14 家簽約電視台討論及說明費率？目前利用人有三種使用報酬計算方案可供選擇，似乎對利用人有利，請問一個平台收取 1.5 萬是每月或每年？貴會與會員協商時，是否有電視台曾主張低於 1.5 萬之金額，貴會有無接受？
2. 另剩下約 30 家電視台尚未簽約，TMCA 是否會如申請人所說，可能以刑事訴訟的方式逼迫電視台簽約？至目前為止，前述 30 家電視台均不能使用 TMCA 相關歌曲？貴會未來是否採取其他處理方式？

(二十) 章忠信委員

1. TMCA 表示預告期間其曾與利用人簽約及說明費率，惟 TMCA 當時尚未公告費率，預告期間即與利用人簽約及收費，此作法是否妥當？
2. 申請人主張既然 MUST 與 YouTube 已簽好授權，TMCA 亦應與 YouTube 洽談授權，而非向申請人會員收費，惟部分電視台已向 TMCA 付授權費，以法律層面而言，誰是利用人？誰該付費？因各

電視台把節目上傳至 YouTube、Meta 平台，而非上傳至電視台官網，故實務上可能付費之對象包含各電視台、公會或 YouTube 平台，如其中一方願意支付授權費用即可。另申請人應思考因 TMCA 之規模比 MUST 小，YouTube 等平台端可能不願向 TMCA 付授權費，如平台端未取得授權，因實際真正上傳者是各電視台公司，電視台有責任取得授權。

3. 集管團體制度之目的為節省授權成本，如可透過團體間協商之方式更好，TMCA 預告時，有無考慮與申請人衛星公會協商？因如與公會組織完成協商，公會旗下會員亦可達成授權協商。至於雙方於預告期即簽約，後續若審議結果為費率降低，TMCA 是否將多退少補？雙方有無可能採取集體協商以降低協商成本？

(二十一) 主席

謝謝章委員意見，章委員提到一個重要問題，有無可能由團體對團體協商？章委員亦提到費率於預告期即向利用人收費之問題，此問題與討論議題一就費率適用對象跟利用型態有關，請雙方一併回答。

(二十二) TMCA 鄭慧齡秘書

本會當時曾找衛星公會協調，爾後均由其會員找本會洽談，授權費是本會逕與個別電視臺洽談，而非與公會協商之金額，洽談過程中雙方基於合意簽訂合約，無產生任何不悅情況。另有關一個平台收 1.5 萬係收取一年之授權費用，並無申請人主張更低收費金額。至於其他衛星公會會員因均未使用本會管理之任何歌曲，故雙方未簽約，本會亦未向其收取任何授權費用。

(二十三) TMCA 江帝範律師

目前 TMCA 之作法是再三蒐證及發函通知利用人洽談協商，因為即使提告，檢察官亦要求集管團體須舉證對方有無故意過失，TMCA 不會因利用人未簽約，即直接提告或以刑逼民的情況。

(二十四) 衛星公會陳依玫秘書長

1. 縱使檢察官未對利用人起訴，亦不等於集管團體未向利用人提告。本會認為公開傳輸適用對象應為平台，包含 YouTube、Netflix、Hami Video 與 OTT 會員，甚至體育及新聞等各類網紅，如本會會員須付費，各類網紅亦應付費。如將影片內容上架至數個平台，會員須支付十幾萬，個別利用人應如何負擔？
2. 目前本會會員簽約是公開傳輸連同公開播送授權，會員同意授權金額不等於同意本項費率。

(二十五) 智慧局著作權組洪盛毅組長

有關由平台或內容提供者誰應取得公開傳輸授權？本局於 109 年處理中華電信 MOD 案曾討論此問題，本局解釋認為，因中華電信 MOD 是提供一個中立平台並出租予頻道業者，由內容提供者(頻道業者)提供並決定影片內容，故公開傳輸行為人是內容提供者(頻道業者)¹。本案為 YouTube 提供平台予頻道業者傳輸其頻道內容，按本局先前解釋，行為人仍應是內容提供者即頻道業者。

(二十六) 張玉英委員

1. TMCA 訂本項費率，針對商業傳輸-非以使用音樂為傳輸之主要目的之串流形式，費率適用範圍不僅限於衛星公會。YouTube 僅是平台之一，有無其他平台亦會使用 TMCA 台語歌曲？TMCA 有無進行市場調查？建議 TMCA 應全面審視，並思考公告費率之適用範圍為何？而非僅聚焦於衛星公會會員之利用。
2. 影片上傳至 YouTube 平台均屬費率適用範圍，惟目前僅衛星公會提出審議，並爭執 TMCA 為何不向平台要求授權？據瞭解，實務上 MUST 與 YouTube 有達成授權共識，因 YouTube 不可能要求平台眾多使用 MUST 音樂之影片上傳者，均須向 MUST 逐一洽談授權，智慧局雖曾就平台及內容提供者何者須取得授權為行政解釋，但如何落實有其困難之處。TMCA 應思考公告費率之適用對象有多

¹ 本局 109 年 12 月 10 日智著字第 10900069620 號函。

少？剛委員及智慧局均表示，內容提供者也有責任，但技術提供者是否亦有責任？很難論定，此可能為 YouTube 與 Meta 願付費之原因。

3. 至於相關營業收入部分，電視台是否須將其所有全部收入均納入計算，而不僅限於公開傳輸部分收入？本項費率之利用行為主要非以使用音樂為主，為何費率係以音樂點擊數計算？
4. 集管團體應具備專業性，TMCA 雖舉 KKBOX 平台台語榜為例，但 KKBOX 是以使用音樂為主之串流平台，非屬本項費率之適用範圍，且 KKBOX 平台分為台語榜及國語榜，國語榜內多數歌曲均由 MUST 管理，TMCA 未全面分析平台使用之所有音樂，即提出此部分之分析數據會有所偏頗。
5. 本項費率適用於所有一般娛樂頻道之眾多節目，並非僅適用於熱門節目，TMCA 僅舉例使用其歌曲次數最多之特定節目，數據不客觀，如僅完全仿照 MUST 訂費率，亦不妥適。建議 TMCA 應再瞭解其他頻道及利用平台使用 TMCA 歌曲之情況，而非僅闡述對 TMCA 最有利之論述，因費率會以節目一般或平均使用情形計算授權金，而非僅以使用情形最高之節目計算。

(二十七) 主席

謝謝張委員，張委員提到費率適用範圍及適用對象是誰？與議題一相關，以及涉及費率係如何訂定？目前實務授權未依公式及比例計算，而是以定額 1.5 萬元計算，惟本項費率實際上適用範圍不僅限於 14 家會員，尚有其他利用人，請雙方回到議題一說明。

(二十八) TMCA 喻文昌專員

1. YouTube 平台之相關營業收入係指每部影片之單獨分潤收入，如利用人無法提供，TMCA 才會以音樂點擊次數或最低收費標準供其選擇。另章委員提及應由利用人或平台支付費用，只要有一方願意支付授權費用，本會都可接受。

2. 目前 YouTube 與利用人如未與本會取得合法授權，利用人於上傳著作內容時，可能會收到版權聲明，如被他人檢舉，依 YouTube 機制該影片會被下架，利用人亦可能被追討授權費用，因此如 YouTube 未支付授權費，實務上由利用人向 TMCA 取得概括授權是最安全的做法。
3. MUST 去年從網路平台收到近 4 億之授權收入，但 TMCA 自網路平台收到約 200 萬授權收入，僅為 MUST 收入之 1/200，因此頻道業者或利用人支付 TMCA 授權金尚不至於過度負擔。實務上 TMCA 未發生因單一頻道上傳至數個 OTT 平台，即要求利用人支付十幾萬授權費之情況。

(二十九) 主席

請 TMCA 就業務單位想瞭解之討論議題一，說明當時費率訂定之參考依據。

(三十) TMCA 喻文昌專員

TMCA 會員老師源於不同之集管團體，當年創會時有參考其他集管團體費率。

(三十一) 李瑞斌委員

假設 YouTube 願意跟 TMCA 簽約，TMCA 會依現行公告費率收費嗎？

(三十二) TMCA 喻文昌專員

若向 YouTube 收取授權費用亦是依本項費率計算，但與平台簽約須歷經漫長過程，亦須由利用人統計其使用台語歌曲的次數。

(三十三) 衛星公會林聖鈞律師

我參與過智慧財產法院許多公開播送及公開傳輸相關案件，於 105 年曾有一個公開播送案例²，法院判決認定衛星電視台經由有線電視播送，應採取一階段費率，即應由衛星電視台付費。本案情況與該案應相同，因衛星電視台係把節目之數位訊號傳輸至 YouTube 伺

² 智慧財產及商業法院於 105 年 5 月 5 日作成 104 年度行著更(二)字第 1 號判決。

服器，最後由 YouTube 平台播放，故電視台之傳輸屬於內部傳輸行為，真正公開傳輸利用人應為平台。

(三十四) 主席

我想這部分涉及技術跟司法判決的問題，先討論至此。

(三十五) 賴文智委員

1. 集管條例第 24 條第 1 項之應審酌因素係屬集管團體之法定上義務，TMCA 應於公告費率時一併說明參酌之因素，如 TMCA 係於理監事會通過費率後即公告，TMCA 應記載理監事會當時如何審酌該等因素，包含 TMCA 有無確實與利用人協商或參考其意見？雙方協商時未必須達成意見一致性，但集管團體應記載利用人之意見內容。如 TMCA 想比照 MUST 訂定費率，須提出其合理性，如 TMCA 均未能做到，即未盡到法律要求妥善訂定費率之責任。
2. 我國費率訂定採取事後審議，而非費率經審議後始能實施之事前審議，法律既然把權力交給集管團體，集管團體須能清楚說明費率係如何訂定，集管團體如未審酌各項因素訂定合理之費率，最後費率均進到審議情況，並不合理。個人贊成集管團體如未妥善訂定費率，應禁止實施費率，因目前已太多集管團體未依集管條例第 24 條第 1 項訂定費率。集管團體如欲擁有訂定費率之權力，即須具備承擔及履行費率訂定之相關能力，否則往後修法如恢復至事前審議費率制，對於集管團體恐造成嚴重傷害。
3. 本項公告費率針對「非以使用音樂為主」項目是針對將視聽著作公開傳輸且屬串流形式者，以相關營業收入之 0.8% 計算，如 TMCA 與 YouTube 簽約，即應包含所有臺灣地區影片之相關營業收入之 0.8% 計算使用報酬，如以此計算，因 TMCA 之費率與 MUST 相同，故 TMCA 收費金額即與 MUST 相同，並不合理。

4. TMCA 比照 MUST 訂費率時，須思考費率適用情形為何及實務上如何執行？此處公式寫「音樂點擊」較簡略，應指影片如有使用集管團體管理之音樂，每點擊一次即以 0.35 元計算，但集管團體應附註說明「點擊次數係如何計算」，如欲採取此種方式，利用人須有能力提出其影片使用之歌曲清單，集管團體方可依清單辨認哪些點擊係屬於自己協會所管理之歌曲，同時集管團體亦可加以說明，如一部影片應播放至多少比例，即計算點擊數 1 次。
5. 目前公告費率之適用對象不僅限於衛星公會會員，只要 TMCA 未與 YouTube、Meta 等平台簽約，其他自 YouTube 獲得分潤收入之 OTT 業者與個人均可能適用本項費率。衛星公會應係主張，如 TMCA 與 YouTube 完成簽約，其會員即無須付費，惟前提是申請人所有會員僅將所有影音內容上傳至 YouTube 平台，未上傳至其他平台者，然實務上申請人會員是否均是如此？
6. 另 TMCA 公告費率所訂之最低使用報酬 1.5 萬元亦有問題，如以相關營業收入之 0.8% 反面推估，等於申請人會員源自 YouTube 獲得分潤之相關營業收入須達 180 萬，故須評估 TMCA 最低使用報酬之訂定是否合理？
7. 因 TMCA 為權利人方，依法即可向利用人收費，故申請人表示 TMCA 應向 YouTube 平台收費，而不應向申請人會員收費之主張並非妥適，如衛星公會會員可協助 TMCA 與 YouTube 溝通，YouTube 等平台亦願意支付授權費用，個人是樂見其成，惟申請人不應以此為理由主張 TMCA 須完全比照 MUST，與 YouTube 完成簽約，建議雙方應互相尊重。

(三十六) 張懿云委員

1. 本案費率目前無法審議，亦無法與 MUST 比較，且因 MUST 收費對象是平台，但 TMCA 設定主要收費對象是個別 YouTuber 與個

別頻道，收費對象完全不同，另 TMCA 須考慮本項 0.8% 費率是向各頻道業者收費，抑或向平台業者收費？

2. 個別頻道業者將節目內容上傳至網路，即符合本項費率定義，如賴律師提及，TMCA 就本項費率訂定最低收費標準 1.5 萬元恐不合理，就衛星電視而言，一年付 1.5 萬可能不貴，惟部分 YouTuber 一年分潤收入可能僅 20 萬，縱使以 0.8% 比例計算，其使用報酬僅須支付一千多元，其與 1.5 萬元之最低收費標準差距極大，請 TMCA 再思考。
3. 依著作權條約(WCT)及表演與錄音物條約(WPPT)兩項國際公約³規定，利用人將其內容上傳至伺服器，且伺服器處於可被連線的狀態，不論是否有點閱率，皆屬於公開傳輸行為，故申請人會員其將內容上傳至平台，符合公開傳輸行為之範圍。
4. 個人亦贊同章委員所提到，並非僅能由公開傳輸行為人即個別頻道業者支付授權費，亦可由平台幫忙付費，因後者作法更有效率。

(三十七) 智慧局著作權組洪盛毅組長

據本組瞭解，MUST 與 YouTube 之契約授權範圍係針對分潤一定金額以下之內容，如家長把小孩於幼兒園生活之相關影片上傳至 YouTube，因 YouTube 已為此類利用人支付授權費用，家長無須額外向 MUST 支付授權費；惟如利用人所獲分潤達特定金額以上，如知名 YouTuber 之高點閱率影片，則非屬於雙方合約之授權範圍內，故 YouTuber 須自行支付授權費予 MUST。

(三十八) 衛星公會陳依玫秘書長

YouTube 先前曾函復本會會員，凡屬頻道內容有利用音樂者，無論收入類別為訂閱費或廣告費，YouTube 均已支付授權費予 MUST；至於如屬源於網紅與網友互動與贊助所獲得之平台收入，因未涉及音

³ 由世界智慧財產權組織(WIPO)於 1996 年通過之著作權條約(WIPO Copyright Treaty, WCT)及表演與錄音物條約(WIPO Performances and Phonograms Treaty, WPPT)。

樂利用，YouTube 則主張其無義務須分潤相關收入予相關夥伴。

(三十九) 主席

我想此屬實務運作問題，就 MUST 與 YouTube 之契約授權範圍，以及費率如何適用及計算，實務上仍須由權利人與利用人協商討論。就今天議題，其他委員有無想提問及指導之處？

(四十) 李瑞斌委員

1. 集管團體管理之曲目數不等同於著作之使用量，故不應僅以曲目數訂定費率，否則往後僅須訂定 MUST 費率即可，其他集管團體之費率均不用審議。
2. TMCA 擁有眾多主流之台語歌曲，許多台語唱片公司亦為 TMCA 會員，惟 TMCA 未能提出一般節目之平均著作使用比例資料，此部分之資料說服力不足。目前唯一相關資料是衛星公會提出其統計 113 年其 6 個頻道之著作使用比例，其中 TMCA 自過去管理 2 萬多首歌曲提高至 3 萬 9 千多首，TMCA 之著作管理量幾乎等同於 ACMA，惟 113 年數據顯示，TMCA 之著作使用量為 ACMA 之 6 倍，建議 TMCA 不應僅提出特定台語綜藝節目之著作利用情形，如能提出針對一般性節目之著作利用比例，對 TMCA 將更有助益。

(四十一) 主席

今天聚焦討論特定節目之利用情形，惟尚須考量其他節目之整體著作使用率，此與討論議題三有關聯，因有些集管團體雖管理的著作數量較多，但其著作被利用情形較低，著作被利用得越多即越有價值，建議雙方未來再提出相關具體數據說明。又 TMCA 如曾參考其他集管團體訂定費率，須說明費率訂定之過程，以及費率數額為何合理，謝謝委員提出寶貴的建議。

(四十二) 衛星公會陳依玫秘書長

就申請人提出 113 年三家音樂集管之著作利用率資料，TMCA 使用

率比 ACMA 高 6 倍，是因 110 年費率審議將 ACMA 降為 MUST 的 1/10，ACMA 有提出訴訟惟經法院認定敗訴，其訴訟過程長達兩年，期間本會會員未能與 ACMA 談妥授權契約，故不敢使用 ACMA 著作。嗣後因 TMCA 成立，本會會員已與 TMCA 簽訂授權簽約，會員較常使用 TMCA 管理之著作，導致 TMCA 著作利用率為 ACMA 之 6 倍。又這份公開播送數據實際上比本會會員之公開傳輸利用率高，因部分會員是上傳全頻道節目至 YouTube，部分會員僅上傳部分節目，故其公開傳輸利用率比公開播送利用率更少。

(四十三) 主席

再請雙方就討論議題四進行說明，非商業傳輸項目會適用於哪些情況？

(四十四) TMCA 喻文昌專員

近期實例像國家教育院有經典老歌曲庫計畫，供他人至其網站使用歌曲，因屬教育非營利性質，即屬所謂「非個人或教育機關」之利用型態，本會即是以此費率(每首每月 400 元)與其談授權及報價，授權範圍僅限於公開傳輸，不包含公開演出及將歌曲用於訓練 AI 等其他利用用途。

(四十五) 智慧局著作權組洪盛毅組長

申請人曾以書面資料提及，衛星電視台如承接臺北市政府、新北市政府等政府單位標案，將跨年晚會上傳至 YouTube 平台網路直播，申請人曾表示不清楚就此部分應如何收費，請問 TMCA 就此利用型態會採取另外收費，亦或已包含於一般娛樂項目之 0.8% 費率內？

(四十六) TMCA 喻文昌專員

如電視頻道商已與本會簽訂概括授權，跨年直播之利用毋庸額外付費，惟如利用人為頻道商以外之其餘 YouTube 承包商，本會原則上會以公開傳輸直播使用「一次」計費，即以未滿一年每月最低收費標準 1300 元加 5% 稅金共 1365 元計費，實務上 TMCA 收費方式是希

望給利用人方便，如某個跨年晚會影片擁有 30 萬點擊率，TMCA 亦不會主張應以其影片點擊率乘上 0.35 元，而收取數萬元之使用報酬。

(四十七) 主席

可理解 TMCA 公告費率第 1 項至第 3 項是針對一般性及常態性者，而非商業傳輸之費率項目則係針對特例情況，雙方亦均可就契約內容個別協商。

(四十八) 衛星公會陳依玫秘書長

本會認同 TMCA 方才之主張，實務上無論是否屬跨年晚會直播或串流利用，如於 YouTube 直播，均屬公開傳輸利用行為，即應包含於公開傳輸費率之收費範圍內。本會亦認同，如 YouTube 有付授權費，本會會員即不應付費，如 YouTube 未付予 TMCA，一旦經本會會員與 TMCA 協商談妥授權費用，集管團體即不應針對跨年直播活動另行收費。

(四十九) 盧文祥委員

集管團體於訂定使用報酬率時，集管條例第 24 條規範至少五項因素為集管團體必須做的事情，惟有時集管團體採取之作法是未直接溝通，而以書面溝通或以公告方式與利用人溝通，就本案雙方是否有溝通？此仍是問題，我認為最重要的事情是須回歸至法律面檢視。

(五十) 主席

謝謝委員，集管團體與申請人、利用人等各方均應依照集管條例規範的法律程序處理本案，也鼓勵雙方持續協商，今天會議至此結束，謝謝大家。

八、 散會：下午 4 時 30 分