

- 3、 ACMA 曾於 108 年公告公開傳輸費率，惟因涉及集管條例第 25 條第 8 項規定之情形，經智慧局於 110 年審定禁止實施。當時智慧局禁止實施處分之理由之一為 ACMA 未清楚說明費率訂定之依據，本次 ACMA 公告費率仍與 108 年公告費率情況相同，同樣未說明費率訂定之依據，亦未與申請人充分溝通、未就管理著作之利用情形進行合理調查等情形，僅告知利用人係照抄 MÜST 費率，明顯已違反集管條例第 24 條之規定。
- 4、 智慧局於 110 年禁止實施 ACMA 部分公開傳輸費率之函文有請 ACMA 再與利用人協商，本會亦多次主動函請 ACMA 重新公告費率，惟 ACMA 遲至 113 年 12 月 12 日始召開費率意見交流會並邀請利用人與會，會議中 ACMA 告知新費率業經董事會及會員大會通過，且全程未說明費率制定基礎及合理依據，針對與會者所提疑義，ACMA 表示利用人無論如何均會提起審議而未予回應。本會於會後轉知會員有關 ACMA 新公告費率之相關資訊時，即被會員轉告 ACMA 未待利用人表示意見即已逕行公告，且公告費率完全比照 MÜST 費率，並未調整。
- 5、 ACMA 和 MÜST 之管理著作數量極為懸殊，MÜST 網站公告為 8,200 萬首，ACMA 網站公告為 4 萬首，ACMA 管理數量為 MÜST 之 0.048% (約萬分之 4.8)，所訂費率卻與 MÜST 完全相同。另智慧局於 109 年新許可成立同樣以管理台語歌曲為主之集管團體 TMCA，近年來 ACMA 和 TMCA 間常有老師退會、權利不清及管理歌曲重疊之問題，依智慧局於 114 年 11 月 27 日意見交流會會議紀錄顯示 ACMA 和 TMCA 間確實存在管理情況重疊之問題，且本會於 114 年 12 月 1 日收受「趨勢投資股份有限公司」之存證信函表示 ACMA 所屬會員海山唱片公司已將著作專屬授權予該公司，卻又同時授權 ACMA 管理，可見 ACMA 之管理著作權利狀態不明，利用人難以從公開網站取得相關資訊去查知或釐清，ACMA 之管理數量恐有相當疑義。
- 6、 就利用人利用集管團體管理著作之利用量而言，本會統計

ACMA 所管理之音樂著作於八大第一台、三立台灣台和三立都會台於 114 年 5 月至 10 月之利用情形，ACMA 管理音樂之利用比例於綜合頻道為 0.022%，於公益/新聞頻道則完全無利用 ACMA 所管理之音樂。至於利用人因利用 ACMA 著作所獲之利益部分，以「超級夜總會」為例(雖該節目實際上並未於 YouTube 上播出)，每周播出 4 次共 8 小時，即使該節目全部音樂均使用 ACMA 管理之音樂，8 小時除以一周 168 小時，於全頻道播出時間亦僅占 4.76%，且利用人全頻道所收到之大部分收入均與利用 ACMA 管理之音樂無關，故其利用比例占整體比例極低。

- 7、本會認為，會員將公開播送之節目上傳到 YouTube，由用戶點擊觀看，實際上公開傳輸行為是自 YouTube 到公眾端，YouTube 以平台之總點擊次數吸引數百億之廣告投放，並以平台所訂定之內部演算法掌控數據、金流和營運規則，利用人只能被動接受平台規定之演算法及計算之分潤。再者，於 YouTube 呈現之全頻道或節目之觀看次數，其實並不同於音樂之點擊次數，更不能與分潤收入畫上等號，故應由 YouTube 平台負責向集管團體取得授權並支付使用報酬費用，且據本會了解 YouTube 有支付使用報酬給 MUST，則 YouTube 亦應支付使用報酬給其它集管團體。

(二) 主席

謝謝衛星公會的說明，接下來請社團法人台灣線上影視產業協會(下稱台灣 OTT 協會)進行說明，衛星公會尚未說明之意見可稍後再行補充。

(三) 台灣 OTT 協會吳姁珊秘書長

- 1、本會建議 ACMA 費率應調降至 MUST 費率十分之一甚至二分之一以下，MUST 管理曲目數量約 8,200 萬首，且為主流音樂，使用頻率較高，多用於全劇穿插，其利用型態多元；而 ACMA 管理著作數量僅 4 萬多首，且非主流音樂，多為傳統閩南語

老歌，通常僅作為片頭或片尾曲使用，以時間長度而言，通常不到全劇之十分之一。ACMA 管理曲目數量僅為 MUST 之 2003 分之一，差異極度懸殊，不應與 MUST 收取同等費率，建議 ACMA 費率應按「實際管理著作數量」與「實際利用情形」等予以調降。

- 2、本會同意 ACMA 所提出可協商修正之「串流形式 OTT」費率中將「免費觀看」之部分予以刪除。因提供免費觀看主要係獲取訂閱與廣告收入，該等收入均已計入相關營業收入中，若再按觀看次數收費將造成重複收費之問題。惟「串流形式 OTT」費率仍有疑義，ACMA 以「社群網路平臺」及「網路串流影音平臺(OTT)」之分類，前者適用「一般娛樂」或「運動或新聞等」費率，收費基礎為「相關營業收入」之 0.8% 或 0.3%；後者則一概收取「相關營業收入」之 2.5%，再者，分類標準不明確、欠缺客觀基準，導致同屬「非以使用音樂為主要目的之影音服務」的不同 OTT 平臺承受不平等之財務負擔。
- 3、因內容提供商未提供音樂清單予 OTT 平台，故平台無能力逐一辨識上架內容使用歌曲及所屬集管團體，實務運作多係提供劇名由集管團體辨識並確認。由於集管團體對於影視作品所使用之音樂著作清單最為了解，建議應採源頭管理，由製作公司於產製內容階段即向唱片公司或音樂集管團體取得授權，故建議應由 ACMA 提供完整之音樂著作使用清單予利用人。
- 4、ACMA 訂定費率前未實質與利用人協商，雖召開意見交流會，惟未通知全部受影響之利用人，僅單方面要求利用人接受公告費率，而未具體說明費率訂定架構、計算方式、各項費率適用之對象及權利範圍等問題，且未依管理著作於市場上實際被利用之情形訂定費率，亦無提供國內外現行費率作為參考，致所訂之費率欠缺具體客觀依據或比率基準，違反集管條例第 24 條規定。

- 5、 據瞭解 ACMA 官網公告之會員名單編號 J109 海山唱片股份有限公司似於民國 82 年已遭主管機關撤銷登記，其是否仍為合法存續公司且能持續授權？由於 ACMA 網站之會員資訊模糊，致利用人無從查知其實際管理之歌曲數量。另依《臺灣地區與大陸地區人民關係條例》第 72 條規定，大陸地區法人或團體非經主管機關許可，不得為臺灣人民團體之成員。ACMA 如未取得許可，係不得代理中國大陸會員行使權利，故其所稱之中國大陸歌曲數量不應納入費率計費基礎，否則應提出合法管理中國大陸歌曲之相關證明。
- 6、 ACMA 公告費率「商業傳輸-非以使用音樂為傳輸之主要目的」項下「串流型式」之「a. 收取資訊服務費」之「一般娛樂(如：網路電視之『電影節目』、『戲劇節目』及『綜合性節目』)」及「運動或新聞等音樂低使用率組成」，業已涵蓋透過網路傳輸不同類型影視節目之利用型態，ACMA 將「串流形式 OTT」獨立另訂不同費率，顯然適用範圍重複，使利用人難以區分，滋生授權爭議，亦欠缺法源上之合理依據，應予刪除。復依文化部「2024 年臺灣文化內容消費趨勢調查報告」內容，社群平臺之觀看情況高於影視串流平臺，然而 ACMA 費率標準未依音樂利用程度、內容型態差異、可歸因收益等因素，即逕採差異化收費，對 OTT 平台極度不公平。
- 7、 ACMA 於訂定費率前未與利用人協商，「串流型式」與「串流形式 OTT」費率適用範圍重疊且費率計算不公，應依據集管條例第 25 條第 8 項規定禁止實施。

(四) 主席

謝謝台灣 OTT 協會之說明，接下來請 ACMA 說明。

(五) ACMA 范信壹總經理

- 1、 本會團體會員皆為依法設立之公司，台灣 OTT 協會所述之本會會員「海山唱片股份有限公司」現仍屬合法登記之公司，特予澄清。

- 2、 本會於 113 年 12 月 13 日公告公開傳輸費率，台灣 OTT 協會提出申請審議的項目包含「商業傳輸」項下「串流型式」之「收取資訊服務費」、「無收取資訊服務費，但收取廣告費」、「無收取資訊服務費或廣告費等收入」以及「最低使用報酬」、「串流形式 OTT」等費率；衛星公會則申請「商業傳輸」項下「串流型式」之「無收取資訊服務費，但收取廣告費」、「最低使用報酬」以及「非商業傳輸」項下之「串流型式」之「一般利用(非個人或教育機關之利用)」等費率項目。至於衛星公會並非「串流形式 OTT」費率之利用人亦未提出審議，故不應就該項費率提出相關意見。
- 3、 本會尊重利用人申請費率審議之權利，但審議程序耗費時間及人力，所需投入之資源非常多，且流程複雜需準備相當多資料，本會認為如申請審議，申請人應承諾支付暫付款或使用報酬，始屬合理，目前已通知中華電信、遠傳電信和台灣威亞等公司處理授權事宜，惟該等公司均未理會。
- 4、 中華電信自稱僅是平台，故將取得授權之義務轉嫁給內容提供商，另一方面卻申請費率審議。惟參考智慧局 100 年 7 月 8 日智著字第 10016002190 號函之解釋內容，倘申請審議者對費率無適用之可能，其申請審議之正當性即有不足；故依中華電信之說法，其僅為中立之技術平台，無須取得授權，則中華電信申請審議之正當性顯有不足。
- 5、 有關衛星公會表示其係承接政府標案而適用非商業傳輸費率部分，既是政府標案，則屬商業行為，應適用商業傳輸費率，故認為衛星公會就非商業傳輸費率亦無申請審議之資格。
- 6、 公告費率項目「串流形式 OTT」之適用條件較為嚴格，除須為串流影音 OTT 平台外，另須同時符合二項條件，首先，業者收入來源以「會員訂閱收入」和「投放廣告收益」為主，有權主導經營，有效創造收入；再者，平台能主導經營型態、上傳內容及投放廣告方式等，平台經營可自主掌控，而不是

被動收取他人分潤。如利用人同時符合前述二項條件就適用於「串流形式 OTT」費率。

- 7、 另就「串流型式」及「串流形式 OTT」二項費率之適用差異，可依適用對象、營業收入及上傳者之不同而有所區別：
- (1) 適用對象：「串流型式」費率係適用於社群帳號經營者，如 YouTube 或 FB，由利用人上傳影音內容；「串流形式 OTT」費率則係適用於 OTT 平台業者，平台可主導上傳內容及經營型態，廣告或會員收入亦由平台自行處理。
 - (2) 主要營業收入：社群帳號經營者透過提高影片之觀看次數以獲得平台更多分潤，並增加吸引廠商業配之機會，屬被動收入。OTT 平台業者則以特定內容吸引消費者訂閱，透過提升服務或經營能力創造營收，例如 Line TV 係以台劇、綜藝為主，並創造相關廣告收入，KKTV 則多為日劇、動畫，以經營會員訂閱為主，各有不同之經營模式。
 - (3) 上傳者：社群頻道之收視對象通常較為小眾，利用形態較為固定，如旅遊主題，故本會可依照不同主題形態區分收費，且音樂通常非影響演算法之重要因素，故就社群平台制定較低費率；OTT 平台則為多樣化經營，有戲劇或歌唱節目等形態，平台作為單純經營者，無法一一區分，故訂定單一費率，另由於 OTT 平台所獲取之利潤和訂閱數較多，平台上之戲劇多會使用音樂襯托，吸引消費者觀看，音樂之重要性相對較高，因此本會針對 OTT 影音平台訂定較高之費率。
- 8、 至於 OTT 平台實際利用 ACMA 管理歌曲之案例，如 Netflix〈我的婆婆怎麼那麼可愛〉劇中曲、Friday、LiTV 和 4gtv〈春花望露〉和〈新兵日記〉劇中曲、LiTV 和 4gtv〈世間路〉片頭曲、Disney+〈愛的廣義相對論〉劇中曲、Netflix〈華燈初上〉片頭曲和劇中曲、Line TV 之〈初戀的情人〉片頭曲及 LiTV〈天橋上的魔術師〉劇中曲等都有使用到本會的音樂；

再舉綜藝節目之利用案例，如 Line TV 之〈大學聲 YOUNG VOICE〉、MyVideo〈花甲少年趣旅行〉、LiTV 之〈豬哥壹級棒〉、〈超級同學會〉、〈好神卡卡〉和 4gTV 之〈超級冰冰 show〉、〈民視第一發發發〉、〈WTO 姐妹會〉等，很多戲劇或節目形態都會利用到本會管理之歌曲。

- 9、 「串流形式 OTT」之公告費率經 ACMA 修正，將「年度總收入」改為「相關營業收入」之 2.5%計費，相關營業收入係指訂閱服務費、會費、月費、廣告收入（含免費收看搭配強制收看廣告）、企業贊助及投放 Banner 等收入。原公告費率之免費觀看部分及備註則均予以刪除。
- 10、 針對就公告費率「串流型式」項下各費率之適用對象及利用型態如何分類，係以社群用戶是否需付費、相關營業收入之定義不同予以區分：
 - (1) 收取資訊服務費：適用本項費率之服務業者，提供其社群用戶付費觀看內容，而費率架構所指之相關營業收入係指會費、月費、單片租借費用等，例如：付費會員可收看之專屬內容。
 - (2) 無收取資訊服務費但收取廣告費：適用之服務業者，提供其社群用戶可免費觀看相關內容，至於費率架構所指之相關營業收入則包含平台分潤、廠商業配和小額贊助等。
 - (3) 無收取資訊服務費或廣告費等收入：指社群用戶免費觀看內容，如企業形象影片，一般沒有相關營業收入。
- 11、 另「收取資訊服務費」和「無收取資訊服務費但收取廣告費」項目下再區分為「一般娛樂」和「運動或新聞等音樂低使用率組合」之費率，本會係以適用對象和利用情形加以區分。因串流型式費率適用對象主要為社群平台，一般提供給利用人帳號，利用人可能為個人或一般公司團體，所上傳之影片較容易分類，故費率有所不同。

- (1) 一般娛樂：對象如網紅及多數電視台，一般音樂之使用屬於背景音樂或配樂，例如 YouTuber 蔡阿嘎頻道之影片，或中天娛樂上傳 YouTube 之節目影片。
- (2) 運動或新聞等音樂低使用率組成：如緯來體育台或東森新聞台等，通常音樂的利用較偏向比賽或新聞之配樂。

(六) 主席

有關 ACMA 表示中華電信是否為本案費率之適格申請人之程序問題，因本案已有其他申請人申請審議，且費率經審議通過後一體適用所有的利用人，因此不影響本件費率審議案之進行。接下來進行委員詢答。

(七) 盧文祥委員

建議本案仍應先釐清並處理 ACMA 所提出之程序問題。

(八) 主席

ACMA 提出衛星公會會員承接政府標案為商業行為，應無適用非商業傳輸費率，故衛星公會並無該項費率之審議資格之程序問題，將影響本案審議範圍，再請衛星公會說明。

(九) 衛星公會陳依玫秘書長

- 1、本會提出有關 OTT 費率之意見，係期望可透過意見交流會協商對於費率之意見，雖本會會員未經營 OTT 平台，惟 ACMA 提到 OTT 費率適用對象之定義將產生本會會員究係適用「串流型式」費率或「串流形式 OTT」費率之疑問，依照 ACMA 說明，本會會員將節目上傳官網係適用「串流形式」費率，惟若將節目內容「完整」上傳官網，則適用「串流形式 OTT」費率，恐產生重複適用及付費之問題。
- 2、現行網路利用之形態已與過去大相逕庭，目前電視台已無自行架設伺服器或平台，皆將電視節目置於 YouTube，參考智慧財產及商業法院 104 年度行著更(二)字第 1 號判決認定：「…公開傳輸方式廣播到達公眾，始發生利用行為」由此可知，節目透過平台端到公眾才產生公開傳輸行為，始應付費，

故 ACMA 公開傳輸費率之適用對象係本會會員抑或 YouTube？

- 3、 至於本會會員承接政府標案部分，本會會員承辦之政府標案，如跨年演唱會等，其本身係屬於公益、為民服務之性質活動，並無收取任何入場費用，且其活動本身之公益性質並不會因為承辦單位是私法人即變成商業活動，此與知名歌手如周杰倫或江蕙之售票演唱會不同。

(十) 主席

請 ACMA 說明衛星公會所主張其適用「非商業傳輸」費率之意見，另如電視台已依據「商業傳輸」項下相關費率支付 ACMA 使用報酬，就電視台轉播跨年活動之行為，是否還需要另依據「非商業傳輸」費率支付相關使用報酬。

(十一) ACMA 范信壹總經理

- 1、 有關電視台轉播政府跨年活動部分，本會仍然認為係屬商業行為，故應適用商業傳輸之費率項目；如電視台已向本會支付商業傳輸之費用，則轉播跨年活動亦已涵蓋在授權範圍內，本會不會再另行收費。
- 2、 有關 OTT 費率和官網之利用，基本上 OTT 費率僅適用於 OTT 平台，且須同時符合收入來源為會員訂閱及廣告收益且由平台主導經營型態、上傳內容等兩項條件。至於衛星公會強調以 YouTube 作為收費對象之意見，本會認為 YouTube 為社群平台，已經把取得授權之相關責任轉嫁給利用人，利用人須自行取得授權，所以 YouTube 不可能與本會簽訂授權合約，因此本會費率可明確區分，社群平台只適用於串流型式費率；OTT 平台經營者則適用於 OTT 費率。

(十二) 主席

程序問題先暫告一段落，請委員就本案費率之議題進行詢答。

(十三) 賴文智委員

- 1、 建議 ACMA 應依照會議簡報之說明，以適用對象區分串流型式及串流形式 OTT 費率，並修改公告費率之文字及相關敘述，

使利用人容易理解，如 ACMA 仍沿用 MUST 之費率相同文字，對於不同集管團體之相同費率，解釋上適用範圍及對象亦應一致，故著審會只得依目前公告費率文字進行審議。

- 2、 又 ACMA 依照平台性質區分費率適用對象，針對 OTT 平台業者收取較高費率，建議 ACMA 就費率適用對象應定義清楚，以公視+APP 為例，依照 ACMA 之說明，該平台似屬 OTT 平台而適用較高額之費率，公視+APP 恐因其收入較少、廣告較少，而主張為公益性質，惟依照 ACMA 就 YouTuber 收入較少故收取較低費用之說法，公視+APP 是否應比照收取？因此，為避免相關疑義，費率之定義應該清楚明確，不應出現利用人可能適用 A 費率也可能適用 B 費率之情形。
- 3、 集管團體在訂定費率前或於內部將費率送會員大會和董事會討論前應確實與利用人溝通，否則費率既已通過而無調整空間。集管條例既規定集管團體之費率係採事後審議制，即期望集管團體具備自訂合理費率之相關能力，集管團體應把握自身權利。
- 4、 有關公開傳輸之定義，只要著作被上傳在網路處於任何人可隨時接取之狀態即構成公開傳輸行為，衛星公會所舉智慧財產及商業法院之判決係指旅館房間之利用情形，與公開傳輸不同。ACMA 既已表明公告費率之收費對象為頻道經營者，實務上 YouTube 雖可因商業考量選擇替頻道經營者付費，但不一定被認定其是公開傳輸之行為人。
- 5、 本案費率重點之一在於 ACMA 針對 OTT 平台之收費較高，對 OTT 平台之業者而言，YouTube 為其競爭者，ACMA 卻對 OTT 平台與 YouTube 訂定不同費率，恐有違反公平交易法之規定，故 ACMA 應說明就 OTT 平台訂定較高費率之理由。
- 6、 有關 ACMA 表示中華電信不得為費率審議申請人之意見，本人是持從寬認定態度，由於著審會最終之目的係協助集管團體訂定合理費率，而費率是適用廣泛之利用人，中華電信是否

為本案申請人並不影響本件費率審議程序進行，假設費率經審議決定後，相關利用人仍未依照費率支付使用報酬，則集管團體本有相關之權利得主張侵權等，因此建議本案仍應聚焦在費率本身之討論。

- 7、雙方應思考未來費率實施後之影響，雖然利用人建議智慧局禁止實施公告費率，即使智慧局本次禁止實施 ACMA 費率，惟 ACMA 仍可再次公告費率，建議雙方應就費率進行實質協商，討論雙方都可接受的費率，另 ACMA 應再思考是否重新調整費率，同時，利用人亦須自行評估相關侵權風險，ACMA 既已將利用其管理音樂之具體平台和節目均一一舉例說明，若利用人仍未給付暫付款，後續可能須承擔相關的法律風險。

(十四) 主席

請 ACMA 針對委員提問進行回應。

(十五) ACMA 范信壹總經理

- 1、有關中華電信的問題，由於該公司長期以來均主張其僅係中立平台，平台上之內容提供商負責向本會取得授權，故本會苦於無法對其提出侵權告訴以維護會員權利，惟中華電信卻可就本會費率提起審議程序，因此認為這種不對等的情形對集管團體是不公平的。
- 2、有關賴委員建議本會修正費率文字部分，將再考慮酌予調整。
- 3、就本會針對OTT費率訂定較高費率，涉及公平交易法之問題，本會認為應無違反公平交易法之規定，由於OTT平台和社群平台之收入組成不同，社群平台經營者之收入通常被動的自平台獲得分潤，故收入多寡受限於平台之規定；而OTT平台可以主導營收和經營形態，對會員收取會費等，其相關收入實際上高於社群平台經營者，因此本會訂定較高之費率。

(十六) 賴文智委員

有關費率之公平性問題，如以 ACMA 目前公告費率計算，LineTV

係以廣告費等收入乘以 2.5%計費；YouTuber 則係自 YouTube 平台之廣告或營利功能扣除平台抽成後之分潤收入乘以 0.8%計費，YouTube 所扣掉之抽成 ACMA 無法收費，亦即 YouTuber 係以被扣掉抽成後之收入再乘以 0.8%計價，但 OTT 平台係以收入之全額乘以 2.5%去計算，因 OTT 平台與 YouTube 音樂利用之形態相同，計價基礎卻不同，以 OTT 平台角度而言，並不公平。

(十七) ACMA 范信壹總經理

頻道經營者將內容上傳至社群平台如 YouTube，其收入因已被 YouTube 平台扣掉一部分，故實際所得收入本就比 OTT 平台之收入來得低，故本會認為不應再對其收取高額費率，以免被層層剝削。

(十八) 張玉英委員

- 1、 這邊提供一些意見請 ACMA 思考，首先是協商問題，權利人和利用人雙方之間應如何再加強溝通，ACMA 主張已確實與利用人溝通費率，但利用人卻認為僅係被 ACMA 告知調整費率，由於著作公開傳輸之利用形態相當複雜，雙方間溝通的工作相當重要。
- 2、 再者，ACMA 表示費率係參考 MUST 訂定，惟 MUST 收費對象是 YouTube，與 ACMA 所述收費對象為頻道經營者不同，因費率之公式和收費標準會因收費對象為何而有不同，請 ACMA 思考串流型式費率之相關營業收入之 0.8%及串流形式 OTT 費率以相關營業收入之 2.5%，分別係如何計算？兩者費率差異之依據為何？其他費率又係如何訂定？ACMA 究係向 YouTube 收取費用，抑或向其平台上成千上萬的 YouTuber、利用人和頻道收費。
- 3、 此外，ACMA 提到因中華電信 HamiVideo 係與個別內容提供者簽約，由內容提供者負責授權，因此未來 ACMA 須透過內容提供者收取授權費用而非中華電信，惟依照過去經驗判斷，ACMA

恐需耗費漫長之過程始能達成，故建議 ACMA 會後再思考與釐清收費之對象究係為何。MÜST 公開傳輸費率係十幾年前所訂，相關商業模式已變得相對複雜，且 MÜST 現階段已在考量修改費率並努力向平台洽商收費，ACMA 需再考量是否仍參考目前 MÜST 費率訂定公告費率。

- 4、 ACMA 應說明清楚所管理音樂於不同公開傳輸商業模式之實際利用情形為何？不必然須要掌握百分之百之利用情形，但至少須達一定程度之調查，盡到集管團體就管理著作利用市場調查之責任。

(十九) ACMA 范信壹總經理

就管理曲目數量部分，台灣 OTT 協會曾於智慧局會議中針對 MÜST 官網所公告管理曲目數量達 8200 萬首之數據提出相關質疑，並指出 MÜST 實際上國內會員創作之著作數量僅 28 萬；但現卻持 MÜST 管理曲目數量達 8200 萬首指稱本會管理歌曲僅為 MÜST 之 2003 分之 1，顯有矛盾。本會內部有針對管理曲目之利用情況進行調查，會後將再提供給智慧局參考。

(二十) 衛星公會陳依玫秘書長

- 1、 目前產業就公開傳輸之利用型態已與 100 年之型態相差甚遠，實務上已有相當複雜之發展。
- 2、 至於國內台語音樂集管團體遲遲無法向 YouTube 收費，本會提出是否存在公平交易問題之疑義，YouTube 僅支付予 MÜST 卻不支付予其他集管團體，並不合理。
- 3、 依照本會與 YouTube 間之信件往來，YouTube 表示只要涉及 YouTube 平台上音樂利用之 SVOD (Subscription Video on Demand, 訂閱制隨選影片) 和 AVOD (Advertising-based Video on Demand, 廣告制隨選影片) 收入，因獲利模式即主要為訂閱費和廣告費，因此就該等收入均有計算使用報酬支付予 MÜST，而並未區分點閱率。
- 4、 本會認為依照著作權法規定有關公開傳輸之定義，需著作到

達公眾端才算構成公開傳輸，早期電視台官網會自行架設伺服器，故確實有向集管團體支付相關公開傳輸費用，但目前大部分自架平台都已關閉，改為於 YouTube 上經營，如僅係將影音內容上傳至 YouTube 內部伺服器或機房，尚未達到公眾端，即未有實際公開傳輸行為。建議智慧局可考量目前產業實務利用情形確已改變，於未來著作權法修法就公開傳輸定義之規定有機會作相關調適。

(二十一) 主席

謝謝各位委員及雙方的意見，關於 ACMA 公告之兩項串流型式與串流形式 OTT 費率，主要爭點在於適用對象和利用形態上的區別，請雙方會後再思考釐清委員所提意見，對於費率如有其他相關意見，再請提供本局。另就利用人實際上之利用情形，以及與其他集管團體簽訂之合約、實際簽約費率、音樂著作之使用清單等，對於本案費率後續之審議相當重要。請雙方盡量提供以供審議委員參考。若各位委員無相關意見，今日會議到此結束。

八、散會：下午 4 時 15 分。