

所有詞曲作者音樂下架 版稅支付改編者成爭拗點 環球TikTok續約爆封殺令 牽動音樂市場未來收入

香港文匯報訊 坐擁全球逾10億用戶的短片應用程式TikTok，與全球最大音樂集團環球唱片的爭端升級。環球唱片本周釋出「撒手鐮」，在2月初已要求TikTok下架所有環球唱片簽約藝人作品的前提下，再要求該平台在2月底前，下架所有環球唱片簽約詞曲作者參與創作的曲目。《華爾街日報》指出，如今TikTok上短短數秒的歌曲片段，產生的流量已遠超常規音樂推廣平台，今次爭端料極大影響全球音樂市場未來數年的收入和發展走向。

今次爭端始於環球唱片與TikTok的音樂授權協議到期。2017年，TikTok收購短片程式Musical.ly之後，繼承了該程式以折扣價與環球唱片簽署的授權協議。如今環球唱片希望簽署長期合約，基於平台音樂使用量收取版稅，取代現有的「一筆過版稅」短期協議。市場數據網站eMarketer統計，自上一份協議簽訂以來，TikTok的廣告收入已增長3倍有餘，環球唱片亦受益於TikTok的「音樂發現」功能，為名下藝人吸引粉絲。不過雙方磋商期間糾紛不斷，爭論主題包括人工智能(AI)的使用。環球唱片希望收取版稅僅支付給真人藝人，但TikTok認為，這筆資金同樣應該付給利用平台工具、使用AI技術自創音樂或改編藝人歌曲的內容創作者。分析普遍預計伴隨AI技術發展，粉絲用AI自創音樂或改編曲目會更為輕鬆。

TikTok指應考慮作品宣傳作用

環球唱片亦認為，TikTok與其他短片平台運作方式無異，環球與Meta和Google等科企都達成價格高昂的版權合約，同類平台支付的版稅，約是TikTok現有合約的5倍。但TikTok強調其產品具獨特性，新協議應考慮TikTok為音樂作品的宣傳推廣作用。

報道分析，在音樂串流媒體領域流量增長趨緩、社媒的音樂推廣能力日增之際，環球唱片需要向TikTok爭取更好的經濟條款，避免影響公司長遠營收。TikTok則正在尋找廣告以外新的收入來源，如果達成價格高昂的新協議，平台會承擔更高營運成本。

有藝人歡迎環球唱片做法。德國女歌手Kim Petras表示，雖然她的爆紅單曲要從TikTok下架，但她認為得到保護，「環球唱片的初衷是確保藝人得到公平報酬，這適用於所有人，我們須為團隊承擔責任。」

新晉藝人不滿失實貴推廣渠道

但部分新晉藝人不滿稱，環球唱片反而令他們失去實貴推廣渠道。美國新興樂隊Similar Kind主音布林恩稱，她原計劃和樂隊在TikTok上舉行預售活動宣傳新專輯，如今都要泡湯，「在這一點上，環球唱片對我們的傷害大於幫助。」



◆環球唱片要求TikTok下架所有環球唱片簽約作者參與創作的曲目，當中包括Taylor Swift等藝人作品。
網上圖片

TikTok短片配樂洗腦 原曲易爆紅

香港文匯報訊 唱片業多年來依賴各類推廣渠道增加銷量，近年串流媒體的出現，令音樂銷售實現「去細綁化」。現時利用音樂串流媒體，歌迷們只需支付少量訂閱費，即可享受程式內所有歌曲。TikTok等短片社媒平台的興起，更提供了全新的音樂宣傳途徑，免費影片中短短數秒的配樂，足以吸引更多用戶尋找並收聽完整曲目，為藝人和唱片公司帶來更多收入。

《華爾街日報》分析，TikTok的

「音樂發現」(snippets of sound)功能實際上是拆分了完整曲目。利用該功能，TikTok用戶可以將最長不超過60秒的音樂片段，剪輯到自己想要發布的各類影片中。其他用戶瀏覽TikTok推薦的大量短片之時，也免費聆聽了各類流行的音樂片段，或是發掘出令人眼前一亮的冷門曲目。若這些影片走紅，用戶們會主動搜索其背景音樂來源，再去收聽或是購買完整曲目。

英國數據追蹤機構MIDIa Re-

search統計顯示，在TikTok服務涵蓋地區，絕大多數年齡介乎16歲至19歲的年輕人每周都會使用TikTok，他們平均每周觀看影片的時間有足足14小時，花在串流媒體音樂上的時間也有12.6小時。

備受年輕人歡迎的TikTok，也以音樂作為主要吸引流量的方式。內容識別技術公司Pex統計，單是去年TikTok上的影片中，便有85%都包含各類音樂，且該比例還在上升。



◆Similar Kind在TikTok上表達對環球的不滿。
網上圖片

一人簽環球須全首下架 影響市面八成熱門歌曲

香港文匯報訊 環球唱片出版曲目從TikTok下架風波，也揭露音樂版權界的混亂局面。TikTok估計事件影響平台上20%至30%流行歌曲。然而現時許多熱門單曲涉及來自多個發行商的不同詞曲作者，他們當中只要有一人與環球唱片簽約，相關歌曲都必須下架。這也意味環球唱片主要競爭對手索尼與華納唱片，以及各間獨立唱片公司也會受到波及，影響市面約80%熱門歌曲。

Beyonce新歌被波及

報道指出，環球唱片首批下架曲目是其簽約藝人的作品，第二批則涵蓋所有與環球唱片出版部門簽約詞曲作者、經理人和製作人參與的

作品。索尼的簽約藝人Beyonce的新單曲「Texas Hold'Em」，便受到事件波及。該單曲製作人之一納塞里表示，他是環球唱片簽約藝人「Hit-Boy」的經理人，由於他參與了該單曲製作，即使Beyonce並非環球唱片簽約藝人，新單曲也要從TikTok下架。納塞里曾經為環球唱片負責TikTok平台營銷。他表示自己親歷Texas Hold'Em在TikTok走紅，平台上以其為主題的舞蹈影片源源不斷，推動歌曲在熱門單曲榜單「Billboard HOT 100」登頂。納塞里表示，他知道TikTok支付的版權費用不高，「但這不重要，最重要的是令歌曲走紅。」

藝人影片「靜音」 鼓勵用戶想像背景音樂

香港文匯報訊 TikTok與環球唱片的協議談判陷入僵局，雙方火藥味漸濃。TikTok主動在環球名下音樂版權到期後，將平台上相關藝人影片全數「收聲」，甚至鼓勵用戶「想像一下背景音樂」。環球唱片則把多名重磅簽約藝人的宣傳活動，大規模轉向其他平台，試圖表明其無須TikTok也能維持吸引力。

TS等宣傳活動轉移其他平台

美媒報道，環球唱片旗下知名女歌手Ariana Grande，2月剛剛發布與索尼音樂集團簽約歌星Mariah Carey合作的新單曲「Yes, and?」。然而在TikTok的宣傳片中，用戶們卻「只見其人、不聞其聲」，背景音樂只是用人工智能(AI)合成的聲音表示，「我們不能在此播放該歌曲。所以請欣賞這段影片，並嘗試想像一下它的聲音。」

TikTok2月中也通知創作人，表示圖片帖文獲得

的讚好和評論，現時平均分別是短片的1.9倍和2.9倍。TikTok周一(2月26日)強調，環球唱片撤下其歌曲清單後，TikTok的平台參與度並未下滑，用戶也沒有流失。

環球唱片則把包括Taylor Swift(TS)等多名簽約歌手的宣傳活動，轉移到Reels和Snapchat等平台。環球唱片稱2月頭3周，即是公司陸續開始從TikTok撤下曲目期間，公司名下藝人歌曲的全球串流媒體播放量較此前3周稍有增加。



◆Mariah Carey新單曲在TikTok宣傳片中「只見人、不聞聲」。
網上圖片

環球談判前放風下架 惹TikTok高層不滿

香港文匯報訊 TikTok與環球唱片的音樂版權協議於去年底到期，雙方同意延長一個月期限，為簽署新協議爭取磋商時間。不過知情人士披露，環球唱片擔心談判團隊分歧難以短期解決，為此專門制訂應急計劃，起草致藝人的信。TikTok抱怨環球唱片在1月底的談判開始前，便公開信件宣布有意下架歌曲，許多TikTok高層全程並不知情，對此非常不滿。

《華爾街日報》報道稱，樂壇盛事格林美頒獎禮於2月4日在洛杉磯舉行。頒獎禮前的1月30日，TikTok音樂版權團隊多名負責人應環球唱片安排，在環球唱片加州辦事處

與其高層會晤。TikTok團隊在會晤前一天已致函環球唱片，寫明條款細節並總結自身立場，但並未收到回覆。反而在會晤開始前，環球唱片公開了致藝人信函，聲稱TikTok「不同意就平台使用歌曲、向藝人提供公平報酬的條款」。

知情人士稱，TikTok對環球唱片的信函感到意外，許多高層甚至是從社媒X上，得知環球唱片有意將歌曲從TikTok下架。加上TikTok行政總裁周受資在會晤翌日，即1月31日要遠赴美國首都華盛頓出席國會聽證會，環球唱片忽然釋出「撒手鐮」，令TikTok更感到遭受輕視。

