

分类号 F273.4/42  
U D C

密级  
编号 10741



# 硕士学位论文

(专业学位)

论文题目：数字音乐版权价值评估——以付费音乐  
《最伟大的作品》为例

研究生姓名：徐祥

指导教师姓名、职称：苏耀华 副教授

学科、专业名称：资产评估硕士

研究方向：企业价值评估与企业并购

提交日期：2024年6月1日

## 独创性声明

本人声明所提交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本文所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 徐祥 签字日期： 2024年 5月 31日

导师签名： 苏耀华 签字日期： 2024年 5月 31日

导师(校外)签名： 邵学研 签字日期： 2024年 5月 31日

## 关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 徐祥 签字日期 2024年 5月 31日

导师签名： 苏耀华 签字日期： 2024年 5月 31日

导师(校外)签名： 邵学研 签字日期： 2024年 5月 31日

# **Valuing Digital Music Copyrights - An Example from the Paid Music "Being a Big Work"**

**Candidate : Xu Xiang**

**Supervisor : Su Yao Hua Xing Ming Gang**

## 摘 要

近年来,伴随着互联网技术的飞速进步,中国陆续推出了旨在规范数字音乐市场的多项政策。这些措施不仅与音乐平台技术的不断更新保持一致,而且显著促进了网络音乐平台企业的扩张。尽管行业发展迅速,但也伴随着版权纠纷等一系列问题的增多。此外,数字时代下,音乐产业与互联网技术的紧密结合,为该行业开辟了新的增长途径,这种融合不仅推动了音乐领域的创新发展,而且更加强调了对数字音乐版权价值进行评估的重要性。基于这一背景,本研究采用多元线性回归分析方法,探究了在互联网环境中多种因素对数字音乐收益的影响,并通过收益分层法评估数字音乐版权的价值。此外,本文还将对评估方法的结果进行敏感性分析,以便对其准确性进行深入探讨。

本项研究在开篇部分明确了研究背景、其理论及实践上的重要性,并随即介绍了所采用的研究方法和其预期贡献。此外,本文综述了国内外关于数字音乐版权保护和数字音乐版权评估方法的相关文献,明确数字音乐相关版权定义本研究首先对数字音乐版权的定义及其理论基础进行了分析,建立了研究的基本框架。在应用层面,文章采纳了收益法作为数字音乐版权价值评估的主要方法。通过深入分析,确定了评估过程中必须考虑的关键参数,为进一步的价值评估提供了坚实的基础。在数字音乐收益预测方面,本文研究分析确定了五个主要解释变量对于数字音乐版权收益的显著影响:QQ音乐及网易云平台的评论数、音乐人在QQ音乐及网易云的粉丝总数、专辑评分、演唱会活动及版权方。结合搜集到的历史数据,构建了回归模型,去预测数字音乐未来产生的收益。在建立了一个针对数字音乐专辑付费下载收益预测的模型之后,本研究通过数据检索与文献综述的方式,确定了收益期限的参数,进一步地,采用了针对性风险调整方法,以确保收益率的准确性和可靠性。本文还将2022年数字音乐销量前100名的专辑数据运用于多元线性回归方程以验证模型的合理性。选取截至2023年6月销量第一的数字专辑《最伟大的作品》作为案例研究,运用收益分层法评估了其版权价值,并对评估结果的合理性进行了讨论。在论文的结尾,总结了整体研究,并对研究中遇到的局限性进行了讨论。

**关键词:** 数字音乐版权 无形资产评估 感知价值理论 收益分成法

## Abstract

In recent years, along with the rapid advancement of Internet technology, China has introduced a number of policies aimed at regulating the digital music market. These measures have not only kept pace with the continuous updating of music platform technology, but have also significantly facilitated the expansion of online music platform companies. Despite the rapid development of the industry, it has also been accompanied by an increase in a series of problems such as copyright disputes. In addition, the close integration of the music industry and Internet technology in the digital era has opened up new avenues of growth for the industry, and this integration not only promotes the innovative development of the music field, but also reinforces the importance of assessing the value of digital music copyright. Based on this background, this study adopts multiple linear regression analysis to explore the impact of multiple factors on digital music revenue in the Internet environment, and assesses the value of digital music copyrights through the revenue stratification method. In addition, this paper will conduct a sensitivity analysis of the results of the assessment method in order to explore its accuracy in depth.

This study clarifies the background of the study, its theoretical and practical importance in the opening part, and then introduces the research

methodology adopted and its expected contribution. In addition, this article reviews the relevant domestic and international literature on digital music copyright protection and digital music copyright valuation methods, and clarifies the definition of digital music-related copyrights. This study first analyzes the definition of digital music copyrights and its theoretical foundations, and establishes the basic framework of the study. At the application level, the article adopts the income approach as the main method of digital music copyright value assessment. Through in-depth analysis, the key parameters that must be considered in the evaluation process are identified, providing a solid foundation for further value assessment. In terms of digital music revenue prediction, the research and analysis in this article identifies the significant impact of five major explanatory variables on digital music copyright revenue: the number of comments on QQ Music and NetEase Cloud platforms, the total number of musicians' fans on QQ Music and NetEase Cloud, album ratings, concert activities and copyright parties. Combined with the collected historical data, a regression model was constructed to predict the future revenue generated by digital music. After building a model for predicting revenues from paid downloads of digital music albums, this study determines the parameters of the revenue term by means of data search and literature review, and furthermore, adopts a targeted risk-adjustment methodology to ensure the accuracy and reliability of the rate of return.

This paper also applies the data of the top 100 selling digital music albums in 2022 to the multiple linear regression equation to validate the rationality of the model. The digital album "The Greatest Hits", which is the number one selling album as of June 2023, is selected as a case study, and its copyright value is assessed by applying the yield stratification method, and the reasonableness of the assessment results is discussed. At the end of the paper, the overall study is summarized and the limitations encountered in the study are discussed.

**Keywords:** Digital Music ; Intangible asset valuation ; The theory of perceived value ; Valuation of intangible assets

# 目 录

<b>1 绪论</b> .....	<b>1</b>
1.1 研究背景及意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	3
1.2 国内外研究综述.....	4
1.2.1 国外文献综述.....	4
1.2.2 国内研究综述.....	6
1.2.3 文献述评.....	7
1.3 研究内容与方法.....	8
1.3.1 研究内容.....	8
1.3.2 研究方法.....	9
1.4 研究技术路线图.....	9
<b>2 数字音乐版权相关概念及理论基础</b> .....	<b>10</b>
2.1 数字音乐版权相关概念.....	10
2.1.1 版权.....	10
2.1.2 音乐版权.....	10
2.1.3 数字音乐版权.....	11
2.2 理论基础.....	12
2.2.1 计划行为理论.....	12
2.2.2 感知价值理论.....	12
2.2.3 消费者偏好理论.....	13
2.2.4 产品差异化理论.....	13
<b>3 数字音乐版权价值影响因素</b> .....	<b>15</b>
3.1 环境因素.....	15
3.1.1 宏观经济环境.....	15
3.1.2 行业发展前景.....	15



3.1.3 法律环境	16
3.2 作品因素	16
3.2.1 作品原创性	16
3.2.2 作品类型	16
3.2.3 作品质量	17
3.2.4 创作者知名度	17
3.3 传播影响力	17
3.3.1 平台播放量和留言数	17
3.3.2 粉丝数量	18
3.4 市场因素	18
3.4.1 市场供需	18
3.4.2 推广能力	18
3.4.3 议价能力	19
<b>4 数字音乐版权价值评估方法选择及参数的确认</b>	<b>20</b>
4.1 评估方法的适用性分析	20
4.1.1 成本法	20
4.1.2 市场法	20
4.1.3 收益法	21
4.2 数字音乐收入预测	22
4.2.1 预测思路	22
4.2.2 付费数字音乐收入影响因素分析	22
4.3 基于层次分析法的收益分层率的计算	26
4.3.1 收益分成率确定方法分析	26
4.3.2 收益分成率确定的基本思路	27
4.4 数字音乐版权收益期限和折现率	28
4.4.1 收益期限	28
4.4.2 折现率	29
<b>5 数字音乐版权价值评估应用分析</b>	<b>32</b>
5.1 案例简介	32

5.2 评估目的、评估基准日和评估假设 .....	32
5.2.1 评估目的 .....	32
5.2.2 评估基准日 .....	33
5.2.3 评估假设 .....	33
5.3 数字音乐版权价值评估 .....	34
5.3.1 解释变量的选取及数据说明 .....	34
5.3.2 模型检验 .....	36
5.3.3 《最伟大的作品》收入预测 .....	38
5.3.4 收益分成率确定 .....	40
5.3.5 收益期限及折现率 .....	49
5.3.6 评估结果 .....	50
5.4 评估结果分析 .....	51
5.4.1 敏感性分析 .....	51
5.4.2 样本中数字音乐销售额误差分析 .....	53
<b>6 研究结论与展望 .....</b>	<b>56</b>
6.1 研究结论与不足 .....	56
6.1.1 研究结论 .....	56
6.1.2 研究不足 .....	57
6.2 展望及建议 .....	58
<b>参考文献 .....</b>	<b>60</b>
<b>致谢 .....</b>	<b>64</b>

# 1 绪论

## 1.1 研究背景及意义

### 1.1.1 研究背景

大众养成的免费音乐习惯使数字音乐市场的付费率低。在数字音乐市场的初期阶段，KURO、KAZAA、SOULSEEK 等平台通过提供免费下载服务作为主要的市场策略，以此来增加下载次数并扩大用户群体。这种免费策略逐渐在消费者脑子里形成了一种惯性思维，使得用户仅需简单点击即可轻松下载所喜爱的歌曲至其数字播放器中，同时在中国，由于盗版音乐的普遍存在和对非法传播缺乏有效的监管措施，互联网用户已经习惯了不付费享用数字音乐，这一现象部分根源于互联网对信息自由流动和资源共享的基本理念。自从 Napster 开创了面向互联网的 MP3 音乐分享和下载的 P2P 服务商业模式以来，广泛的用户群体便期望能够免费听到音乐。在这种情况下，多数人往往不会去考量音乐的授权情况，正版与盗版在音质上的差异对于普通听众来说也难以识别。中国的数字音乐市场长时间未能实现正版化，使得用户对于付费购买和版权意识还处于萌芽阶段。尽管中国数字音乐的用户基数庞大，但相比于全球其他地区，国内用户的付费意愿较低。2022 年的数据分析显示，QQ 音乐在第三季度的付费用户占比达到了 4.8%，而网易云音乐在第二季度的付费用户比例为 5.4% 相较之下，新加坡与欧美地区的数字音乐市场付费用户比例已经突破 50% 的大关，而印度尼西亚的相应比例亦达到了 15%。这一数据反映出，近年来虽然中国的数字音乐市场增长势头强劲，但在付费用户转化率方面，相比国际市场，尚有较大的提升空间。此现象揭示了不同地区数字音乐市场成熟度的差异，同时也指向了中国数字音乐版权商业模式及其盈利能力提升的潜在路径，但消费者对于数字音乐的忠诚度并不高。探讨如何促使消费者愿意为数字音乐付费，以达到版权保护的的目的，成为了一个重要的课题。

在付费音乐交易日益增加的情况下，合理定价变得尤为重要。2021 年 7 月 24 日，遵循相关法律规定，市场监督管理局采取行政措施，要求腾讯及其关联企业三十天内终止所有音乐版权的独家协议，同时停止采用高额预付款方式支

付版权费用，并禁止无正当理由要求版权提供方提供对自身更有利的条款，此举旨在创造数字音乐市场的公平竞争环境。因此，腾讯音乐放弃了其独家版权授权，上游版权方可以向其他运营商授权，从而推动了数字音乐市场进入一个新的发展阶段。随着越来越多的资本进入该领域，频繁的付费音乐交易突显了对作品进行合理定价的重要性，以防止平台企业处于不利的竞争地位。

在处理商业侵权行为时，往往缺乏对涉案音乐作品价值的合理评估。在我国，数字音乐行业的版权争议已由初期的传统音乐机构与数字平台之间的对立，演化为数字平台内部的纷争。虽然通过独家授权实现音乐的付费下载是一种普遍做法，但这种机制使得一些音乐资源较少的平台采取侵犯版权的手段来丰富自己的音乐库，导致合法持有版权的平台反而成为侵权行为的受害者。随着正版化和付费下载的推动，数字音乐平台之间的法律纠纷愈发频繁。因在诉讼过程中缺乏对音乐作品价值的合理评估，侵权平台往往被迫下架争议作品，这不仅造成了数字音乐资源的进一步分割，也损害了消费者的音乐欣赏体验。

随着新媒体技术的融入，数字音乐版权领域需对其内容体系进行完善与更新。特别是在短视频平台的环境下，所面临的数字音乐版权问题与传统模式相比展现出了根本的不同。这种差异主要表现在两方面：一方面，短视频平台的出现模糊了之前清晰划分的传统出版和实体唱片的版权边界；另一方面，短视频作为一种新兴的传播媒介，使得版权保护的实施变得更为复杂。在这样的背景之下，版权保护的范畴不应仅限于音乐作品本身，还需扩展至数字平台衍生的新型音乐作品，包括对原始数字音乐进行改编或重创所产生的短视频内容。这些改编形式可能涉及将音乐作品用作视频背景、音乐重新编排、歌词改写，或是对原有曲目进行各种程度的调整，而这些改编作品往往未获得原版权所有者的正式授权。因此，短视频平台的普及为音乐版权带来了新的挑战，要求建立一个更加全面和细致的音乐版权保护机制，这无疑是一项复杂且迫切需要解决的任务。

数字音乐产业正在逐渐向全面“合法授权及付费下载”的模式转型。这一转变对数字音乐行业的长期发展与创新至关重要，需确保各利益方的经济权益得到妥善保护。相较于我国在建立相应制度方面仍处于摸索阶段，国际上的数字音乐付费下载模式已成为一种成熟的商业实践。虽然在国内，短期内改变免费下载的习惯似乎有难度，但音乐产业的未来健康成长无疑将依赖于合法音乐内容的付费

下载，这也是业内广泛期望的发展方向。在传统音乐产业与国内互联网行业的互动中，由于资金和技术的不足，使得以数字音乐平台为代表的互联网公司处于较为有利的地位。这种实力上的差距长期使得传统音乐行业难以吸引在线用户成为付费用户，并且难以从数字平台获得合理的版权费。而对于数字音乐产业的新兴企业来说，尽管它们在市场上占据优势，但仅依赖网络流量所带来的广告收益，难以弥补高昂的版权成本，频繁导致财务上的压力。因此，为了弥补实体音乐市场收缩所带来的收入减少，并为音乐产业的持续发展提供必要的财务支持，传统与数字音乐产业的合作伙伴共同期盼在线音乐的付费下载模式能尽快普及。

### 1.1.2 研究意义

#### (1) 理论意义

当前，数字音乐领域的研究主要聚焦于产业链分析、商业模式探讨、版权保护机制的建立，以及行业发展趋势预测等方面，在数字音乐版权领域内，对其价值的评估研究相对稀缺。鉴于此，本文旨在深入探讨和评估付费数字音乐版权的经济价值，丰富现有研究理论。对于丰富和完善数字音乐版权评估体系，提供了重要的参考价值。

考虑到数字音乐的特殊性，从著作权法的视角来看，侵权索赔过程中往往面临合理价值依据的缺失问题。本文通过评估数字音乐的版权价值，旨在为著作权法的进一步完善提供一个新的思考维度。

#### (2) 实践意义

增强平台和版权方在版权交易中的议价能力有助于促进数字音乐产业的健康成长。在数字音乐版权领域早期，特别是由于其独有属性和成熟版权估值机制的缺失，大型唱片公司与音乐服务商在音乐版权定价方面长期享有优势地位，这导致了版权管理的混乱以及产业链内版权收益分配的不公。这一状况严重制约了音乐产业的进步。然而，随着对独家授权策略的重新审视，音乐行业迎来了版权全面开放的新纪元。在这一背景下，频繁的版权交易激发了平台和投资者对于持有版权价值的精确评估需求，以便促进版权的有效转让与投资。构建一个全面的数字音乐版权评估体系，能够提高版权持有者在谈判过程中的优势，从而增强其在市场上的议价能力。此外，该体系对于保护音乐创作者的权益具有重要意义，

能够吸引更多具有创新能力的创作者参与到市场中,促进更多高质量音乐作品的产生。这种评估体系的建立,不仅有利于版权方的经济利益,也促进了整个音乐产业的健康发展。这将进一步激励公众为高质量的数字音乐内容支付,形成良性发展循环,推动数字音乐产业的持续繁荣。

侵权诉讼案中可以提供合理的价值依据。有合理的价值依据可以用于解决付费音乐版权在侵权赔偿、融资评估等知识产权交易过程中的问题,如交易双方因无法准确评估版权价值而面临的定价不明确、赔偿金额难以确定和融资方案难于执行的难题。通过提供一个科学的评估模型,本方法为知识产权的价值评估提供了可靠的参考依据,同时,该评估方法亦可扩展应用于其他类型的知识付费价值评估场景。

探索并解决知识产权价值评估问题,在当前社会市场交易中准确评价知识产权价值、解决相关法律政策执行过程中遇到的困难方面,具有重要意义。这有利于增强消费者对版权意识的认识和培养其付费习惯。随着流媒体时代的到来,数字音乐的用户基数和多样化需求持续增长,涵盖了平台会员费用、数字音源购买费用、周边商品费用及用户间的互动等多种消费形式,其中主要消费群体包括广大的普通用户和特定的粉丝群体。通过科学地评估数字音乐版权的价值,数字音乐平台可以依据此评估结果来确定合理的价格,从而有助于培养消费者的付费意识,增加他们对版权价值的理解,并鼓励大众积极参与维护数字音乐版权,推动消费者更加愿意为高质量的数字音乐内容付费。

## 1.2 国内外研究综述

### 1.2.1 国外文献综述

#### (1) 音乐版权的保护研究

国外音乐版权保护的相关研究覆盖了制定解决版权问题的策略和开发技术保护措施等多个方面。例如, Hasshi Sudler (2013年)分析了音乐、电影和软件作为被非法复制的主要对象,并探讨了盗版的发展趋势及其成因。他指出,数字化技术虽为盗版行为提供便利,但现有的数字版权管理(DRM)系统并不能完全消除盗版现象,强调需要借助于合理的商业模式来克服此问题。另外,

Jung-Shian Li、Che-Jen Hsieh 与 Cheng-Fu Hung (2010 年) 针对音乐作品在互联网上的广泛传播和数字版权保护的不足进行了研究,他们设计了一个集成数字版权管理功能的点对点(P2P)网络传播框架,通过采用拉格朗日多项式编码和 RAS 密码学方法来识别用户权限,为数字音乐版权保护提出了一种技术创新方案。Won-Young Cho 和 Byong-Hun Ahn (2010 年) 通过对韩国盗版问题的深入分析,从消费者心理角度出发,认为正版音乐的高价格是盗版行为流行的根本原因,并提出了以消费者需求为出发点的解决方案。Kalker T, Epema DHJ, Hartel PH (2004 年) 则通过引入对等网络协议,实现对授权音乐的跟踪、传播和支付监控,提出了一种将版权保护与版权管理相结合的有效策略。这些研究不仅为音乐版权保护提供了理论依据,也为实际操作提供了技术支持,对于构建一个健全的音乐版权保护体系具有重要意义。

## (2) 版权价值评估方法的研究

Gordon V. Smith (1989) 对无形资产的理论进行了深入探讨,并对各种无形资产评估方法适用的环境进行了详尽分析,奠定了无形资产评估工作的理论基础。Smith 认为,收益法尤为适用于无形资产的评估。同时, Landes 与 Posner (1989) 从经济学角度分析了版权法,并构建了相应的理论模型。Ariel Pakes (1986) 强调了在评估知识产权等无形资产时,传统评估方法很难准确计算由于侵权行为造成的损失,他首次建议采用期权定价法来评估知识产权的侵权损失。Yu-Jing Chiu (2003) 指出专利资产的价值不能完全通过会计账目体现,因此提倡在专利权资产评估时使用层次分析法。国际评估标准指南(2009 年)的第 4 号文件提出,对收益法的改进和修正有助于更准确地评估无形资产,其中,基于收益法改良的权利金节省法侧重于通过计算拥有无形资产后所节省的使用费用来估算资产的价值。Katz Bryan M. 和 Olsen Marc G. (2008) 认为,应通过收入和成本两个维度来区分技术型无形资产与其他无形资产,其中,现金流折现法和权利金节省法是评估技术型无形资产的关键方法。Sheng-hsing Chen (2008) 提出将净现值法与风险调整结合,以改进收益法。在数字经济的背景下, Pawel Kossecki (2020) 强调开发适用于计算版权及相关权利价值的方法变得更加关键,当前数字音乐价值评估主要采用传统的收益法、市场法,以及基于无形资产分割的层次分析法、实物期权法等多种修正模型和创新方法。

## 1.2.2 国内研究综述

### (1) 数字音乐版权的相关研究

在数字音乐版权领域的研究中,众多学者已经识别并讨论了中国数字音乐产业面临的关键问题。曹洋与赵景峰(2013年)指出,我国数字音乐产业存在众多挑战,包括利益相关者身份不明确、利益分配不均、版权费用难以落实、版权保护法律不健全以及频繁的侵权案件等。张丰艳(2016年)分析认为,音乐产业链在市场战略布局、作品展现、传播渠道选择以及销售评价等方面明显失衡。胡雪丽和罗茜(2018年)讨论了版权争议可能导致的版权费用虚高、市场秩序混乱、版权垄断限制音乐作品传播、用户付费意识形成困难等问题。姚林青与李跻嵘(2015年)通过计量经济模型探究了版权保护力度与音乐产业发展之间的关系,并对音乐版权保护提出了策略建议。曹克勇(2007年)对数字音乐的商业模式及其版权特性进行了深入分析,探讨了数字音乐行业与制造商之间的相互作用。张欢(2019年)研究了不同在线音乐平台的盈利模式,特别是腾讯音乐娱乐公司,以寻求版权保护的新策略。胡慧源(2017年)强调了数字音乐产业链整合的重要性,并指出版权保护在行业中的核心作用。版权争议和数字音乐平台之间的授权模式也吸引了广泛的研究兴趣。余梅、冉从敬、陈一在(2015年)总结了五种主要的数字音乐授权方法,并分析了它们的优劣,提出了版权发展的实践性建议。钟艳(2016年)从法律应用角度深入分析了数字音乐授权面临的挑战,并通过国外案例研究,为我国的数字音乐授权模式创新提供了新视角。沈阳(2019年)比较了国内外独家授权模式,并结合中国数字音乐平台的实际情况,从政策、市场和技术三方面提出了改进建议,旨在解决数字音乐授权的挑战。

在研究数字音乐版权价值领域,于帆(2019年)提出了通过构建多样化的商业版权模式来优化数字音乐版权价值开发途径的建议。张婧(2021年)强调,在推进数字音乐发展的过程中,必须重视版权保护,并致力于培养消费者的付费意识,同时关注提升用户体验,从而促进品牌盈利模式的多元化。

### (2) 数字音乐版权评估方法的研究

随着《中华人民共和国著作权法》的实施,版权保护进入了快速发展阶段。王家新(2015年)强调,作为知识产权的一部分,版权的价值评估在文化领域显得尤为重要。胡念(2008年)通过比较分析,认为相比重置成本法和现行市



价法，采用收益法对版权价值进行评估更为合理。特别是在对特定评估对象分析时，李文彩（2016年）研究电影著作权的经济价值后认为，收益法是评估电影版权最科学的方法，并运用多元回归模型预测电影票房。王磊钦（2019年）在分析音乐版权特性及价值决定因素后，建议采用收益分成法来评价音乐版权价值。（2013年）李曼采用了层次分析法和收益法的结合方式来对音乐版权的价值进行评估，进而建立了一个包含音乐作品本身、接收方特性、交易情况以及外在环境四个维度的评估模型，用以预估音乐作品的潜在收益。黄轩及其团队（2019年）引进模糊评价法来应对传统版权价值评估面临的挑战，通过模糊逻辑构建评估模型，综合考量用户需求、内容成本、市场供需及收益现值等因素对数字音乐版权价值进行全面分析与评估。Danaher及团队（2014年）在研究数字音乐销售策略时，利用准随机价格弹性法探寻最优定价策略，在分析营销策略和价格敏感度的基础上，应用实物期权法对数字音乐商业版权的价值进行评估。张德伟在2017年的工作中采用了二叉树期权定价模型对文化版权价值进行评价，并详细研究了实物期权法在文化版权价值评估中的使用及其潜在的优化途径。

### 1.2.3 文献述评

经过文献梳理，我发现学术界普遍对数字音乐产业及其平台的价值投以高度关注，涵盖了产业增长趋势与授权机制的研究。但是，对于数字音乐版权价值的评估，深层次的分析依然不足。研究重点多集中于构建数字音乐版权的保护框架、探讨版权价值影响因素及评估方法的开发。通常聚焦于通过完善法规、提高数字技术水平及构筑新型商业模式以维护数字音乐版权，却往往忽视了版权定价策略的核心地位。不当的版权定价策略有可能将数字音乐交易置于不利的境地。迄今为止，关于如何建立一个合理的版权价值定价机制的研究仍然稀缺。

在数字音乐版权价值评估领域，学术研究仍处于积极探索阶段。迄今，虽然存在多种评估版权价值的方法，但尚未在数字音乐版权评估上形成一套普遍接受的标准化方法，同时也缺少一个全面的评估框架。特别是关于决定数字音乐版权价值的各种因素，现阶段鲜有学者构建出一个综合性的估值框架。

最后，数字音乐版权价值的影响因素具有明显的时效性。对于任何一首数字音乐作品的版权交易，其影响因素随所处时间段的不同而变化，这要求研究者分

析具体时期的宏观环境。

## 1.3 研究内容与方法

### 1.3.1 研究内容

本部分内容的撰写将通过六个章节来展开，具体内容分布如下：

第一章是绪论。本文首先阐释了研究的背景及其重要性，接着从两个关键视角进行文献回顾：数字版权保护的研究以及数字音乐版权的评估技术。此外，文章还详细介绍了研究的主要内容和采用的方法。

第二章是相关理论概述。从版权、音乐版权、数字音乐版权等相关概念进行阐述，然后针对全文提出计划行为理论、感知价值理论、消费者偏好理论以及产品差异化理论等，并进行了阐述分析。

第三章是分析数字音乐版权价值影响因素。从环境因素、作品因素、传播因素以及市场因素分析，细分 13 个次级指标，然后紧接着说明数字音乐版权价值评估思路。

第四章是构建数字音乐版权价值评估模型。结合数字音乐版权的独特性，探讨三种成本法、市场法、收益法的适用性，然后，选取一种既合理又可行的评估方法，确定数字音乐版权价值评估模型所需的关键参数。分析影响数字音乐收益的因素，并运用多元线性回归方法建立数字音乐收益预测模型，进一步采用层次分析法建立影响数字音乐版权价值的评价指标体系，并确定相应的收益分配比率。

第五章是具体案例的版权价值评估。通过挑选出有代表性的案例，并利用前文所构建的评估模型对案例中的版权价值进行评估和深度分析，本文究旨在验证该评估模型的应用性和合理性。

第六章是结论与展望部分。在此章节中，根据前文的分析与讨论并得出本文研究的核心结论，并进行全面的总结。同时，指出研究过程中遇到的问题和存在的不足之处。最后，对未来的研究方向进行前瞻性的思考和规划，提出具体的研究建议。

### 1.3.2 研究方法

第一，文献研究法。通过大量阅读文献，筛选出与数字音乐、版权、数字音乐付费、版权评估方法等主题词相关的期刊论文，通过整理、对比、归纳、分析、总结，并基于研究目的进行深刻研究。

第二，对比分析法。对比分析法能有效分析关联事物间的异同点，因此本文将多次使用该方法。（1）本文旨在比较国内外学者关于数字音乐、版权及其价值评估的研究现状。通过这一比较分析，我们发现关于数字音乐版权价值评估的研究尚处于较为初级的阶段，尤其是在评估方法方面的研究更是稀缺。基于此发现，文章进一步明确了研究的目的和具体内容。（2）评估方法的对比，对三大基本方法作了比较分析，对它们的适用性进行了说明，通过对比分析，得出收益法适合用于数字音乐版权价值评估。

第三，案例分析法。在本项研究中，我们选择了国内知名艺术家周杰伦的数字专辑作为案例分析对象。利用先前开发的数字音乐收益预测模型及通过层次分析法确定的盈利分配比例，本文对该艺术家的数字音乐版权价值进行了评估。此过程不仅测试了模型的适用性和科学性，而且通过案例分析，本文进一步探讨了理论模型在实际应用中的有效性以及可能面临的局限。

### 1.4 研究技术路线图

在本文研究中，技术路线图如下图 1.1 所示：

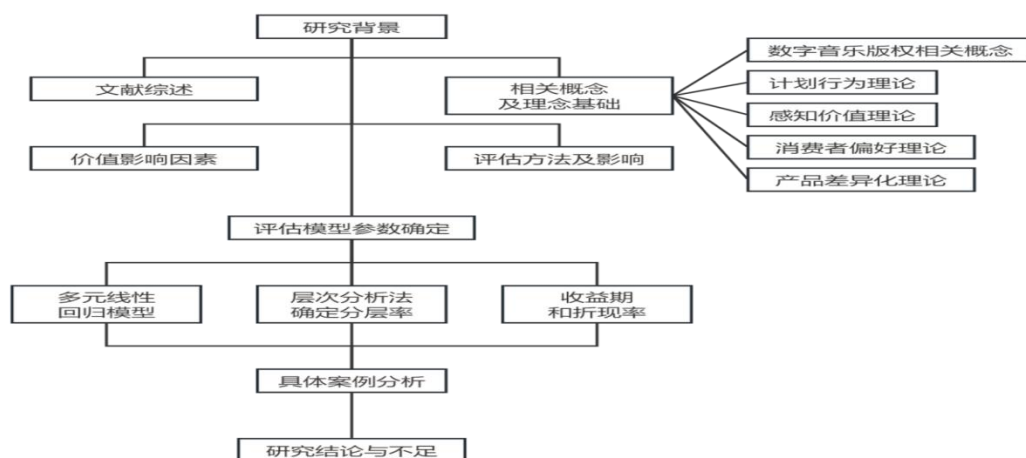


图 1.1 技术路线图

## 2 数字音乐版权相关概念及理论基础

### 2.1 数字音乐版权相关概念

#### 2.1.1 版权

版权，亦称著作权，赋予创作者在科学文化领域对所创造作品的各类权利，包括经济方面的利益以及个人权益。版权是属于知识产权的范畴，其内容涵盖了很多领域的保护对象，如自然科学、社会科学、文学艺术、音乐、戏剧、绘画、雕塑、摄影及电影等众多领域。在艺术、科学等多个领域中，版权保护了作品相关的一系列权益，既包括经济上的利益也涵盖了个人的权利。作为知识产权的一种形式，版权的适用范围广泛，涵盖了包括自然科学、社会科学、文学与艺术、音乐、戏剧、绘画、雕塑、摄影以及电影在内的多个领域。等创作领域的成果。本质上，版权是一种保护人类智慧劳动成果的无形资产，旨在保护那些源自创新思维和创造性劳动的成就。

版权价值的构成主要依赖于以下几个核心因素：首先，版权法的保护是其价值形成的基石，确保创作者能够从其智力成果中获益。其次，版权作品的商品性质表明它们可以进行估价、买卖及交易，从而在市场上产生经济价值。第三，作品的传播力度是价值实现的关键渠道，增强了作品的社会影响力及其潜在市场价值。第四，作品的实用性和艺术价值对于社会、文化或经济的贡献构成了其价值的基本要素，这些作品的受众接受度和影响范围直接影响到它们的价值评估。

#### 2.1.2 音乐版权

音乐版权是指根据法律规定，赋予音乐作品的创作者或版权所有者一系列独占性权利的制度。这包括但不限于复制、发行、表演、录制、改编以及公开传播作品的权利。音乐版权保护旨在保障创作者通过其创意劳动得到适当的经济补偿与社会认可，进而激励更广泛的音乐创新与创作活动。

音乐版权保护的對象通常涵盖旋律、和声、歌词等元素，这些是作品的创造性内容。然而，它不延伸到普遍性的和弦进程、节奏模式或音乐风格等非独创性内容上。音乐作品一旦创作完成，版权即自动生效，无须进行注册或提交任何申请程序。尽管如此，在某些国家和地区，进行版权注册能够为作品提供进一步的

法律保障，并便于证明版权所有权。

音乐版权的有效期限及其条款根据不同国家的法律体系而异，尽管如此，大部分国家均遵循《伯尔尼公约》等国际条约，按照这些条约，赋予作者逝世后至少 50 年的版权保护期。音乐版权赋予创作者对其作品使用方式的控制权，这包括确定谁有权表演、录制、播放或将作品用于商业用途，从而确保创作者利益得到公正的维护。

### 2.1.3 数字音乐版权

在数字化时代背景下，音乐创作和传播过程中所获得的版权保护，被称为数字音乐版权。该概念随着互联网技术的演进而形成。该类版权保护不仅适用于传统的物理音乐载体，如唱片和磁带，而且也适用于近年来通过各种新兴媒体传播的音乐作品。虽然数字音乐版权专注于作品的数字化形态，版权所有者仍享有依据版权法所赋予的所有合法权利。在我国知识产权法的框架内，作曲者、歌词创作者、表演艺术家及音乐发布机构均属于数字音乐版权的合法权利主体。

在线音乐服务平台将数字音乐版权看作是核心资产，其盈利模式主要基于所授权作品的数量及其受众偏好程度。考虑到中国音乐产业的发展起步较晚，其盈利方式较为单一。企业财报和市场分析显示，线上音乐服务的主收入源依旧是数字音乐作品的付费下载。而诸如售卖音乐专辑海报等的附加服务，尽管带有电商特征，这些收益并非直接由音乐版权产生。对音乐服务平台及版权持有者来说，并非所有盈利都是音乐版权直接带来的，比如某些附加服务的收入。因此，当使用收益法来评估音乐版权的经济价值时，这些与音乐版权非直接相关的收入部分应当被排除。

从目前主流在线音乐平台的收入构成来看，源自其他衍生服务的收益比例相对较小。基于这种收入进行评估，实际上对数字音乐版权的经济价值估算影响甚微。数字音乐版权的主要经济价值来源仍是通过付费下载服务获得的数字音乐专辑收入。

## 2.2 理论基础

### 2.2.1 计划行为理论

计划行为理论（TPB）提出于 1991 年，是由 Ajzen 基于理性行为理论发展而来，它还考虑了个体在行为控制上的局限性。该理论旨在提供一种更为精确的方法，以解释和预测消费者行为模式。在近些年，计划行为理论已被广泛运用于多项学术研究之中，目的是阐释并预测个体在行为意向与实践行为之间的关系。理论的核心构架涵盖三大要素：对特定行为的态度、主观规范、以及感知的行为控制。研究表明，计划行为理论有效地解释了个人在网络环境下的行为倾向（Klobas, 1995）。随着在线音乐市场的扩展，此理论也被应用于分析在线音乐消费者的行为。例如，Kwong 与 Park（2008）采用计划行为理论，探讨了学生订阅数字音乐服务的驱动因素。

本文在分析计划行为理论的三大核心内容：态度对行为的影响、社会规范的作用、以及对行为控制的感知如何影响在线音乐用户的付费意愿及其对数字音乐收益 $R_i$ 的贡献时，可按以下方式分析：用户对购买数字音乐专辑的行为态度可能表现为正面或负面看法；主观规范则指用户认为关键社交圈人士的观点（例如忠实粉、路人粉对发行的数字专辑的态度）；感知行为控制关乎用户对在线音乐平台上购买数字专辑行为能力的自我衡量。

### 2.2.2 感知价值理论

在管理学中，感知价值的研究始于彼得·德鲁克，他最早提出这个观点以审视商业议题，此后，许多学者对其进行了广泛的引用和概念上的进一步阐述。Porker（1985）将感知价值定义为消费者在衡量产品或服务的性能与购买成本之间的评估过程，而 Zeithaml（1988）则认为它是消费者基于个人感觉对产品或服务进行的评估。随着时间发展，感知价值的理论在研究消费者支付意愿方面变得越来越核心，并被广泛应用，研究重点也从对感知价值的直接探讨逐渐转移到分析其背后的动因上。特别地，Zeithaml 等人（1990）建议将顾客的感知价值区分为感知到的益处与感知到的损失两个维度，而 Sweeney（2001）进一步细分为实

用性价值、愉悦性价值和社会价值三个层面，探讨影响感知价值的机制，该框架也得到了学术界的广泛采纳。在互联网消费行为领域，感知价值理论的应用日益扩大，尽管研究主要围绕益处与成本两个关键维度，但在不同的研究情境下，学者们根据特定领域的特征进行相应的调整和精细化。

现有文献已经证明，用户的感知价值是解释其支付意愿的有效指标。在本文中，从两个角度去分析感知价值：感知收益和感知成本。感知收益侧重于数字专辑内容及听众使用时的感受，涵盖了在线音乐平台提供的内容质量体验以及社交互动的体验，另一方面，感知成本侧重于用户对数字专辑单价的主观评价。

### 2.2.3 消费者偏好理论

消费者偏好理论详细讲述了消费者在购物时对各种产品或服务的个性化偏好以及对它们的评估程度，这在很大程度上影响着产品的市场需求。在社会和技术不断进步的今天，消费者已经成为推动互联网市场增长的关键力量之一。将此理论应用于音乐行业，消费者的偏好体现在对不同音乐风格、偏爱的艺术家及音乐播放平台的选择上。在当前技术促进信息更广泛传播的环境下，消费者的偏好和习惯可能会因网络上的广告或评价而改变，促使人们在面对商业营销和流媒体平台上海量信息时，改变原有选择，去发掘起初可能不曾感兴趣的音乐领域。

在分析数字音乐收益的决定因素时，用户的音乐听歌偏好特别受到重视，特别是不同消费群体对各种音乐风格的偏爱差异。例如，平台如网易云音乐、QQ音乐等，每年年底会为用户定制一份反映其音乐偏好趋势的个性化歌单。根据艾瑞咨询的数据，偏好流行音乐的听众群体居多，这已成为当前的主流趋势，这一现象直接影响到了数字音乐行业的盈利情况。

### 2.2.4 产品差异化理论

在经济学领域，产品差异化描述的是一系列在基本特征上相似的产品之间的细微差别，这些差异赋予了这些相近产品在消费者心中的一定非完全替代性。尽管从根本上看，这些产品能够相互取代，消费者还是可以识别出它们之间的区别。以全麦面包和普通面包为例，尽管它们都属于面包类，但关注零脂肪饮食的消费者更倾向于选择全麦面包，这体现了产品间的明显差异。企业将产品差异化作为

一项关键战略，通过质量差异的实现、增值服务的提供以及广告宣传等方式吸引消费者，树立品牌个性。这类差异化策略的目的在于防止产品被完全替代，满足消费者对多样化和个性化的需求，从而提升数字音乐产品的付费订阅率。

本文采用产品差异化理论来分析，因为数字专辑的创作过程包括作词、作曲、配乐等，本质上是在塑造独特产品的过程。以著名音乐人周杰伦为例，他自己创作的多首歌曲，如《晴天》、《彩虹》《稻香》都极具人气。最初，音乐平台并未对歌曲进行细致分类，但在差异化竞争策略的推动下，拥有版权的数字音乐开始被分类管理，每个类别都吸引了大量的听众。用户偏好特定的音乐应用程序往往是因为该应用提供了其他应用缺乏的独特功能和特色。以网易云音乐为例，尽管其评论和分享功能可能被其他平台模仿，但其独有的歌单功能难以被复制，这成为吸引大量忠实用户的关键。



### 3 数字音乐版权价值影响因素

依据专家分析及版权价值评估原则，数字音乐版权价值受多种因素影响，本文考虑了宏观经济环境和行业相关政策的影响（参见李曼 2013 年以及李佩森 2019 年的研究成果），以及法律法规的作用（依据中国音乐著作权协会 1992 年的研究调查），作品创作的独特性（Boyer 2017 年，李胜利及其研究团队 2020 年，王建 2018 年和石爽 2020 年的研究所示）以及作品的传播范围等。随着数字音乐市场交易的频繁，市场动态成为评估版权价值时不可忽视的关键因素，因此，可以将影响版权价值的主要因素总结为上述四个。

#### 3.1 环境因素

##### 3.1.1 宏观经济环境

宏观经济环境，作为影响行业成长的关键外部因素，对我国数字音乐行业的发展产生重要影响。随着国内经济的稳步增长，数字音乐行业亦步入了快速发展期。市场对数字音乐版权的交易价值评估，直接受到宏观经济预期的影响，投资者依据经济发展趋势来评估版权的未来价格和价值。在预期宏观经济形势向好的背景下，数字音乐产业预计会吸引更多市场关注，这种趋势往往会促使数字音乐版权的成交价格提升，进而提高版权本身的价值。

##### 3.1.2 行业发展前景

在数字音乐产业链条中，包括音乐发行商、在线音乐服务提供商以及版权所有者等，都高度关注着行业的成长趋势，因为这直接关联到他们的财务收益和对音乐作品的投资策略。如果行业的发展前景得到积极评估，那么更多的投资者会被吸引到这一领域进行投资，进一步促进市场的发展。特别是在数字音乐行业发展良好的环境之下，对于版权所有者和音乐平台来说，制作方和投资者更加倾向于增加对制作和获得优质音乐作品版权的资源投入，并扩大这些作品的市场推广力度，目的是为了打开数字音乐消费市场。在这种乐观的行业环境中，市场对较高的数字音乐版权价值的接受度也随之增加。数字音乐市场的繁荣将使版权交易

更加活跃，从而有助于版权价值的增长。

### 3.1.3 法律环境

完善的法律体系对于数字音乐版权实现其经济权益至关重要。2015年之前，我国的数字音乐版权保护尚未充分重视，缺乏正版化政策的推行，导致盗版现象普遍，这对版权所有者的权益和版权的经济价值造成了严重损害。随后，正版化改革的推进以及一系列版权保护政策的出台，国家开始逐步建立和完善版权法律框架，强化法律的执行力度，提高了公众对版权保护的认识。这些措施保障了版权所有者的利益，并有效地维护了数字音乐版权的经济价值。

## 3.2 作品因素

### 3.2.1 作品原创性

音乐作品的创新性是决定其版权价值的关键因素。创新性表明作品是作者独立创造的成果，展现了其原创思维，而非对现有音乐作品的简单复制。这样的创新使音乐作品能在激烈的市场竞争中突显其独到之处，因为独特而高质的原创作品具备了明显的市场竞争力，并有利于作者在音乐领域的持续成长。创新性的音乐作品不仅反映了创作者的精神和个性，而且代表了其独有的艺术风格。优质的原创音乐作品能够吸引听众的注意力并激发市场的积极反响，进而显著增强其版权价值。

### 3.2.2 作品类型

音乐作品的风格种类以及其特有风格对其版权价值产生显著影响。市场上存在着丰富的音乐风格，包括但不限于古典、流行、民谣、摇滚等众多类别。在当代数字音乐市场，流行音乐因其贴近民众、内容易懂及触动情感的特质而占据主导地位，通常被认为是商业音乐的代表。流行音乐的创作形态多样，容易传唱，使其容易获得广泛的市场认可。相比之下，如古典音乐等小众音乐类型，注重深远的含义和精神启迪，远离庸俗，比如交响乐、协奏曲和室内乐等，这些风格的创作和表演遵循严格的规范，包括节奏、速度和音高的精确掌控，欣赏这类音乐

通常需要一定的音乐背景知识，故而吸引的听众较少。音乐作品的盈利潜力及版权价值直接受到不同音乐风格目标受众群体的规模和范围差异的影响。

### 3.2.3 作品质量

音乐作品的质量是决定其版权价值的关键因素。判定作品质量的标准涉及歌词内容、旋律构建和演唱者表现三个主要方面。首先，作品的歌词需要与其情感基调相契合，展现出逻辑性和情感共鸣，能够反映普遍的生活体验，这对作品整体质量产生直接影响。其次，优质的音乐作品不仅表现在富有深意的歌词上，还应具备流畅和悦耳的旋律，这些元素共同构成作品的基础框架。最后，演唱者如何表达歌曲同样至关重要，其唱功和情感投入对于歌曲的整体呈现影响甚大。综上所述，歌词创作、旋律安排以及演唱者的呈现共同构成了衡量音乐作品质量的核心元素。

### 3.2.4 创作者知名度

音乐作品的创作者名誉及其在业界的声望对于音乐版权价值产生了重要影响。著名创作者不仅其艺术才华获得市场广泛认可，同时其作品也更易得到消费者偏爱，并增加消费者支付意愿。拥有高知名度的创作者往往具备较大的听众基础，作品能触及更广泛的消费者群体，从而可能实现更高的经济回报。此外，创作者在音乐界的地位越显赫，其在版权谈判过程中的议价能力也相应增强。为了确保能持续获得这些杰出创作者的音乐版权，音乐平台可能会提出更优惠的版权分成条件，以此体现版权的实际价值。

## 3.3 传播影响力

### 3.3.1 平台播放量和留言数

数字音乐版权价值的实现，主要依托于作品的传播效果。在数字化时代背景下，互联网成为音乐传播的主要渠道，因此，选择一个合适的在线传播平台显得格外重要。中国市场上存在多个知名的音乐流媒体平台，包括网易云音乐、腾讯音乐娱乐集团下的 QQ 音乐、酷狗音乐、酷我音乐，及中国移动的咪咕音乐等。阿里巴巴集团的虾米音乐曾是其中之一，但已于 2021 年 2 月 5 日终止服务。各个平台的传播影响力不尽相同，平台的播放量在很大程度上决定了数字音乐版权

的价值。例如，2014年，QQ音乐与周杰伦合作标志着华语音乐数字化时代的开端，周杰伦的作品通过该平台获得了广泛的传播和评论，显著提升了其音乐作品的版权价值。而与QQ音乐相比，酷狗、酷我音乐和网易云音乐在评论数量及播放量上略显不足，这在一定程度上影响了作品的数字音乐版权价值。

### 3.3.2 粉丝数量

在数字音乐专辑市场中，歌手的知名度与粉丝基数之间存在显著的正相关关系。知名度高的歌手往往拥有庞大的粉丝群体或追随者，当这些艺术家发布新专辑或其他相关产品时，这一群体会积极进行购买，以此表示对其偶像的支持。这一现象是所谓的粉丝效应，基于粉丝的经济活动被称作“粉丝经济”。若歌手拥有庞大的粉丝基础，其数字音乐专辑的付费购买率通常会更高。因此，歌手的知名度，作为评估数字音乐版权价值的一个关键因素，绝不能忽略，这一点反映了粉丝经济的核心价值。在数字化时代，粉丝经济已被广泛采用，这也是群体心理和网络传播效应共同作用的结果。

## 3.4 市场因素

### 3.4.1 市场供需

市场在进行数字音乐版权资产的交易过程中，实质上也是一项商品的交易，它的价值直接受数字音乐市场供求关系的影响。当市场上风格相同的音乐作品过量时，这些音乐作品的版权价值往往会比一般情况要低。相反，如果某种风格的音乐作品较少，并且在市场上获得积极反响和高度关注，其版权价值则可能比一般情况要高。因此，在评估数字音乐版权价值时，需综合考虑行业增长潜力与市场供需状况，深入理解市场需求的范围与程度，并考虑特定音乐作品在供需关系中的定位，基于这些因素进行价值评估。

### 3.4.2 推广能力

音乐作品的推广力度是影响其版权价值的重要因素。版权所有者的市场营销策略在提高作品知名度方面发挥着关键作用，特别是那些实力雄厚的顶级企业，它们倾向于并具备能力进行积极的市场推广，以吸引更多潜在听众的注意力，并激励这些听众购买付费音乐作品，进而打开付费音乐市场的大门。因此，版权所

有者的营销能力对音乐作品版权的价值影响比较大,应该考虑在评估数字音乐版权价值时纳入该项因素。

### 3.4.3 议价能力

数字音乐版权的价值反映的是版权所有者与获授权方达成的谈判共识,这一过程受到双方谈判能力的影响,版权一次性支付金额也是由版权所有者个人谈判的能力决定。尽管行业内对于音乐平台与版权所有方的收益分配有一定标准范围,但具体分成比例则依赖于版权所有者的谈判力度。版权所有者的市场竞争地位、在行业中的声誉,以及谈判技能,均对音乐版权转让谈判的成果产生影响。具有高效谈判能力的版权所有者,能够在谈判过程中获得更有利的条件和权利。。

## 4 数字音乐版权价值评估方法选择及参数的确认

### 4.1 评估方法的适用性分析

#### 4.1.1 成本法

在数字音乐版权领域，采用成本法对版权价值进行评估并不合适。这主要是因为版权价值与其产生的成本之间存在显著的差异，这种差异主要由版权法的更新滞后和市场信息的非对称性造成。版权作为一种无形资产，其价值回报与初始投资成本之间的关系并非总是呈正比。尽管初期投资可能较高，但由于受到当时法律和社会环境的限制，版权的实际价值可能会有所波动，与成本之间不一定呈现出直接的正相关性。此外，版权价值评估是一个包含法律、经济和文化传统等多个领域的综合性工作，评估过程中需要评估者进行主观判断，反映了创作者的原创性和创新。由于版权价值与成本之间的关联性较弱，加上版权资产的独一无二和不可再生特性，使得采用成本法来评估版权资产的重新成本变得不切实际。因此，在我国对版权价值的评估实践中，很少使用成本法。

#### 4.1.2 市场法

市场比较法，也称为市场法，依据的是替代性原则，是一种资产评估技术。该方法基于对已进行的、具有相似性的市场交易案例的数据进行分析，以此为基础对目标版权进行估值。评估过程主要涉及对相似案例的市场交易价值的比较分析，方法包括但不限于可比案例比较法和市场比较分析法。此评估流程依靠详尽的比较和分析来确定版权资产的市场价值。评估的计算公式可以概述为：版权评估价值=参照物交易价格×各指标调整系数式

市场比较法在理论上是行得通的，但在实践中遇到了不少挑战，这限制了它的广泛应用。主要问题之一是，与国际市场相比，我国的版权交易市场还处于发展的早期阶段，活跃的交易案例较少，市场的活跃度有限。版权交易信息的不透明性也构成了一大障碍，参与交易的各方通常仅能获得有限的相关数据，许多公司出于对利益保护的考虑而不愿公开交易详情。此外，目前针对国内平台的版权

交易评估的研究较为缺乏,多集中在技术讨论上。尽管我国的版权创作总量较高,但在版权交易平台的构建和发展方面仍有不足。市场比较法的核心应用问题在于,如何有效且准确地将市场信息传递给评估机构或个人。然而,版权的独特性和专有性质限制了其在市场上的自由流动,使得获得相关交易数据变得更加困难。这些信息获取障碍可能会导致版权资产价值估算与实际价值之间的显著偏差,严重影响版权资产的市场价值实现。因此,尽管市场比较法理论上有效,但鉴于我国版权交易市场的当前状况,其适用性受限,实际应用并不普遍。这表明,在未来推动版权资产价值评估方法实用化的过程中,需要充分考虑市场实际状况,探索更多符合我国国情的评估策略。

### 4.1.3 收益法

在使用收益法对数字音乐版权价值进行评估时,核心工作是分析并预测目标资产在未来可能获得的预期收益,随后利用计算出的折现率,把这些预期的未来收益折算成当前的价值。此方法强调资产未来收益生成的潜力,进而揭示数字音乐版权价值与其潜在经济效益的一致性,这与无形资产,尤其是数字音乐版权的核心价值相契合。考虑到数字音乐版权价值通常基于其产生经济效益的能力,收益法不仅贴合了无形资产的特性,而且展现出较高的适用性于实际应用中。

在采用收益法对数字音乐版权价值进行评估时,其核心要素涉及对未来收益的预测、预期收益的持续期限,以及应用的折现率。该方法的目的是为了估算音乐作品未来可能实现的总体预期收益。鉴于数字音乐版权收益的特殊性,从总体收益中精确区分出由版权直接产生的收益部分尤为困难。为了准确估计数字音乐版权的独立收益,需从整体收益中仔细提取与版权相关的收益部分,这一操作涉及版权持有人与收益接受者之间的利益分配问题。该过程不仅需要准确预测音乐作品未来的收益,还要清晰界定版权收益的确切来源,以保证评估结果的公平性与精确性。具体公式如下:

$$V = \sum_{i=1}^n \frac{K \times R_i}{(1+r)^i} \quad \text{式 4-1}$$

其中: V——数字音乐版权价值;

K——收益分成率;

R<sub>i</sub>——付费数字音乐收入;

$r$ ——折现率；

$n$ ——收益期限。

基于式 4-1，接下来需要对各个指标进行分析，第一步是对数字音乐收入进行预测，分析影响因素后搭建多元线性回归方程，然后基于影响数字音乐版权价值的因素，通过层次分析法去对指标进行权重赋值，然后引入集值分析法减少由于主观因素导致的一定波动，求得调整系数  $K$ ，并求取收益分成率，最后通过官网公布的数据对折现率、收益期限等指标进行一个统计。

## 4.2 数字音乐收入预测

### 4.2.1 预测思路

参照电影票房预测的研究方法，本文借鉴了 Barry Litman 在 1989 年对电影票房影响因素的分析所使用的多元回归模型。利用此模型，本文预测了数字音乐的收益情况，其中数字音乐收益被设定为因变量，而那些影响收益的关键因素则作为自变量。选定 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日销售量排名前 100 的数字音乐专辑作为研究对象，基于这些数据构建了回归方程，并对该方程的有效性进行了检验。

### 4.2.2 付费数字音乐收入影响因素分析

音乐平台实现盈利主要是依靠用户在线购买数字音乐专辑。首先预测数字音乐专辑未来收益的是关键，其次是分析并找出那些会影响数字音乐专辑收益的因素。基于这些因素的影响，利用它们构建一个回归模型成为了预测未来收益的一个关键环节。

#### (1) 音乐人作品因素

在数字专辑销售中，作品的人气和质量是影响其销售的主要因素。简而言之，高质量的音乐内容是数字专辑销量增加的基本驱动力。一个作品的成功取决于卓越的歌词创作、旋律构建及演唱呈现，这些要素是音乐作品成功与否的决定性因素。因此，在消费者购买数字专辑之前，对数字音乐专辑的客观评估对于评价其版权价值至关重要。



音乐作品的风格多样性以及各种曲风所吸引的听众群体大小差异,对数字音乐专辑销售有显著的影响。举例来说,相比民谣音乐,流行音乐有着更广泛的听众基础,这种听众基础的宽度直接关系到潜在付费用户的数量。音乐的风格不仅影响作品的创作周期和生命周期,还影响许多其他方面,因此在评估音乐作品时,曲风风格是一个关键的考量因素。在华语音乐市场,流行音乐处于主导地位,这一点在各平台的数字专辑销量数据中有所反映:无论是对单个艺术家的专辑销量还是对比多位艺术家的销量,流行音乐专辑的销量普遍高于其他风格的音乐。这说明曲风风格是影响数字音乐专辑销量的一个重要因素。根据表 4.1 可以得知:

表 4.1 截止 2024 年 3 月 1 日 19:00 数字专辑销量统计表

专辑名称	歌手	数字专辑销量(万元)	豆瓣音乐评分	曲风流派
《最伟大的作品》	周杰伦	21743.9160	7.0	流行
《光点》	肖战	16327.1253	7.3	摇滚
《迷》	蔡徐坤	9077.1200	8.0	流行
《YOUNG》	蔡徐坤	7296.0610	6.5	流行
《好想爱这个世界啊》	华晨宇	6958.7637	8.8	流行

数据来源:来自于数字专辑销量官网 <http://y.saoju.net/szzj/> 以及豆瓣音乐网 <https://music.douban.com/>

## (2) 音乐人平台粉丝数据

在音乐行业内,包括作曲家、作词家和表演艺术家等音乐创作者,他们在平台上拥有的粉丝数量越多,其影响力也越广,从而提高了作品广泛受欢迎的可能性。尤其是表演艺术家在音乐盈利中的作用,相比作词和作曲的贡献来说,通常更为显著。表演艺术家的演唱技巧对音乐收益有决定性影响,好的演唱技巧能够把一首歌的灵魂与核心完美的表现出来。音乐作为一种传达思想与文化价值的载体,演唱者的表现力愈发强烈,就愈能激发听众的情感共鸣,满足其情感需求,进而获得听众的广泛认同与支持。比如,黄霄云的《星辰大海》传递了积极向上的生活观,毛不易的《消愁》讲述了平凡生活中的故事,这些作品因引发情感共鸣而吸引了大量粉丝,促进了听众对这些艺术家音乐作品的付费支持。

在中国的娱乐产业中,粉丝经济现象格外突出。具有强大品牌推广能力的创

作者，能够实现高度曝光并吸引众多粉丝，从而使其作品获得更广泛的关注和流行度，显著增加音乐作品的经济效益。以 2023 年数字专辑总销售额排行榜为例，像华晨宇、蔡徐坤、周杰伦这样的顶级艺人的数字专辑销售收入都超过了 6000 万元，销量突破了 190 万张。这样的销售成绩是粉丝坚定支持和高付费意愿的直接结果。粉丝不仅多次购买偶像的音乐作品以表达支持，还主动参与作品的推广和打榜活动，成为推动音乐销量的核心力量。艾瑞咨询的研究分析表明，大约 35% 的付费用户愿意为支持心爱的艺人付费。因此，粉丝群体在音乐作品消费过程中发挥着重要作用，为音乐作品的经济收益提供了坚实支撑。

### （3）互联网评价趋势

当音乐作品在网络上引发广泛讨论并累积大量的在线评论时，这种互动无疑对数字音乐专辑的销量有显著的促进作用。例如，在豆瓣等评价网站上，一旦作品获得高分及正面评论，受众群体的从众心理和审美影响会促使更多人关注并接受该音乐作品。对于那些最初持有中立意见的听众，见证了网络上积极评价的积累，可能会改变他们的态度，从而接受并欣赏该作品，实现了互联网传播的有效效果。相反，若作品在这些平台上主要收到的是低评分和负面反馈，整体的网络评价倾向于消极，可能导致对该音乐作品的市场表现持有悲观的预期。消费者会根据这些正面或负面的评论，在购买前评估该数字音乐专辑的价值，这种感知直接影响了音乐作品的销售业绩。

数字音乐专辑的商业成就在很大程度上由互联网上的公众评论和传播热度决定。因此，网络热度成了评估数字音乐版权价值时，评估人员必须考量的关键因素之一。在互联网文化和现代快节奏生活的影响下，新发布的音乐作品可以迅速成为热议的焦点。以周杰伦于 2023 年圣诞节发布的单曲《圣诞星》为例，该曲在抖音、QQ 音乐等主要音乐平台上激起了大量讨论，很多评论聚焦于作品的创作质量变化或旋律的重复性，这些讨论影响了公众对这首新歌的期望和接纳度。平台如豆瓣音乐通过开放式的评论机制，允许用户自由表达观点和评分，这不仅展现了评论的普遍性，还提供了一个全面性的评价视角，如对《圣诞星》的评分便是一个明显的例子。

表 4.2 以周杰伦最新单曲《圣诞星》为例

单曲	豆瓣音乐评分人数	评分
圣诞星	4694 人	4.1

数据来源：豆瓣音乐网 <https://music.douban.com/>，注：截取时间 2024 年 3 月 3 日

#### (4) 宣传度因素

音乐作品的市场推广程度是对其收益产生决定性影响的重要因素。推广渠道的选择及推广力度直接影响作品的销售成绩。不同的版权所有者，无论是唱片公司还是独立音乐人，其可用的推广资源和能力之间存在着显著的差异，会对音乐作品市场的传播效应产生直接影响。以华谊兄弟唱片公司为例，该公司作为知名的综合性娱乐企业，在影视制作和发行领域取得显著成就的同时，也积极参与音乐行业。凭借公司丰富的行业资源，华谊兄弟能够利用多元化的推广渠道为旗下艺人的音乐作品进行推广，如通过电视节目的演出或将歌曲用作影视剧的主题曲等方式，有效提升了音乐作品的公众知晓度。版权所有者在市场推广策略和能力上的差异，尤其是多渠道推广的优势，对提升音乐作品的市场影响力和经济收益至关重要。而资源较少的独立音乐人可能难以达到同样的推广效果，从而影响到作品的收益。因此，在评估数字音乐版权价值时，版权所有者的资源和推广能力是不可忽视的考量因素。截止 2023 年末，排名前十的唱片公司概况如下：

表 4.3 2023 年唱片公司排名

唱片公司排名	唱片公司
1	UNIVERSAL 环球音乐
2	Warner 华纳音乐
3	索尼音乐
4	滚石唱片
5	英皇娱乐 EEG
6	华研 HIM
7	华谊兄弟
8	福茂唱片
9	海蝶音乐
10	摩登天空 modernsky

数据来源：十大品牌榜

除版权方宣传活动外，演唱会同样是推广音乐作品的有效途径。通过在各地举行演唱会，音乐人不仅可以实现与粉丝的直接交流，加深与粉丝间的联系，增强在粉丝群中的影响力有助于吸引新的潜在粉丝，扩大音乐作品的传播范围，从而获得更广泛的听众认同和支持。以林俊杰在 2023 年成功举办的 15 场演唱会为例，涵盖了 7 个主要城市。这些活动极大地推广了他的数字专辑《重拾\_快乐》。截至 2024 年 3 月，该专辑的销量已超过 90 万张，销售额达到 3000 万元。这表明演唱会这一传统宣传方式不仅提升了音乐作品的知名度，也拓宽了潜在消费者基础，有力地促进了数字音乐专辑的付费下载量增长。

### 4.3 基于层次分析法的收益分层率的计算

#### 4.3.1 收益分成率确定方法分析

在执行收益分成法进行资产评估的过程中，准确设定待评估资产的分成比例构成了一个难点。学术领域普遍接受的解决方案包括经验分析法和要素贡献法。这两种策略在传统无形资产评估的实际操作中得到了广泛运用，用于确定收益分成的具体比例。

经验分析法基于权威机构公布的调查与统计数据，并对这些数据进行适配性调整，以估算特定行业中技术分成的比率。在数字音乐产业的分成机制中，按照“三七开”的比例进行收益分配是使用最广泛的一种商业模式。该分配比例与国际主流数字音乐服务平台，如 Spotify 与 iTunes，实施的分成比率相一致。此种分配模式的普及，反映了行业内对版权利益分配的一种共识，旨在平衡平台运营成本与版权方收益之间的关系。在中国，数字音乐平台一般能够确保至少 30% 的分成比率给版权方，若版权方或音乐人在市场上具有较大影响力，唱片公司可能获得高达 70% 的分成比率。然而，经验分析法提供的数据范围较广，实际操作中需要进行详尽且合理的分析。由于缺少具体的操作标准，最终的分成比率决策可能包含较多的主观成分。

要素贡献法经常运用“三分法”或“四分法”，但这两种方法的一个共同限制是，它们虽然区分了不同行业中各因素的重要性，未能充分反映在同一行业内不同公司因各自市场环境的差异而导致的各要素贡献比重的不同。因此，在评估过程中

若笼统应用这种分成方法，可能无法获得客观和精确的评估结果。这是因为该方法没有考虑到行业内不同企业所面临的具体市场状况以及这些条件对各个要素贡献比重的真实影响。

基于上述分析，本文选用了层次分析法和专家评分法作为评估工具。这两种方法不仅广泛应用于多个学术期刊，而且已被验证具有较高的实用性，因此被认为是适合本文的评估方法。

### 4.3.2 收益分成率确定的基本思路

在本文框架内，为确定收益分成率，我们遵循了数个关键步骤。首先，对中国数字音乐版权交易的现状进行深入分析，旨在识别市场当前实施的收益分成率区间。随后，针对被评估实体的具体情况，对这一区间进行适当调整。通过这一系列的分析与调整，我们确定了适用的最终收益分成率。此过程遵循的基本公式如下：

$$R = R_a + (R_b - R_a) \times K \quad \text{式 4-2}$$

式中：

R—数字音乐分成率

$R_a$ —行业收益分成区间最低值

$R_b$ —行业收益分成区间最高值

K—收益分成率的调整系数

在本文中，核心关注点在于通过市场交易数据获取收益分成比率中的两个关键参数 $R_a$ 和 $R_b$ ，以及如何精确求解调整系数 K，这是评估数字音乐版权收益分成率的关键步骤。为此，本文采用了层次分析法作为评估框架。该框架的首步是构建一个评价指标体系，覆盖了影响收益分成率的所有关键因素，并通过层级结构明确这些指标的相对重要性。随后，采用专家打分法为各指标分配权重，从而形成一个具体的得分范围。利用集合统计方法，我们能够汇总这些评分，计算出调整系数 K。综合考虑行业常见的收益分成范围及计算所得的调整系数 K，最终确定数字音乐版权的适宜收益分成率。

## 4.4 数字音乐版权收益期限和折现率

### 4.4.1 收益期限

作为一种知识产权，数字音乐版权的收益期限应兼顾法律保护期和作品的经济生命周期进行综合评估。在法律层面，著作权保护期限涵盖了作者在世及死后50年，以确保作者及其继承人利益能获得长效保障。经济视角下，数字音乐版权的经济寿命是指其能够在市场上产生价值的期间，与作品的市场需求持续性直接相关。因此，在评估版权的有效期时，既需要考虑法律赋予的保护时长，也要实时观察作品的市场表现，以准确判定其经济寿命的真实时长。

评估数字音乐版权价值及选定其收益期限的过程，与其他无形资产的评估相比，呈现出显著差异，这主要是因为不同音乐作品在创造经济价值方面的有效期限存在差异。另一方面，音乐作品的价值通常在发布后的一定时间内实现，这一期间的长度受到诸多因素影响，如作品的质量和演出者的声誉，而在此阶段后，作品能够创造的价值通常会有所下降。这表明，音乐作品的经济寿命及其收益能力，与其在市场上的接受程度及艺术品质密切相关。

全球各大数字音乐平台的市场策略各异，这种差异性对数字音乐版权的收益期产生了直接影响。以 Spotify 这样的国际著名音乐平台为例，它实行了多样化的付费模式，如年付、月付、周付以及日付，并规定每个账户只能对特定数字音乐专辑进行一次性购买。另一方面，中国市场上的付费文化尚处于培育阶段。例如，网易云音乐等国内平台采用了鼓励部分用户先行付费的策略，借助这部分用户的行为来引领更广泛的市场付费趋势。在国内，数字音乐作品一般设有一个具体的销售时间框架，期间用户需支付费用以获取试听或下载权限。销售期满后，作品通常可免费试听，有时甚至免费下载。这与国际市场的做法形成鲜明对比，不仅体现了文化与市场成熟度的区别，也指示了版权收益期限受到的不同影响。

将数字音乐作品的销售期视为其经济寿命是一个合理的假设。此结论建立在一个重要的前提上，即数字音乐作品的价值在很大程度上依赖于用户的支付行为，而销售期恰恰是这些付费收入形成的核心时段。因此，销售期的时长可以被认为是衡量数字音乐作品收益周期的一个重要指标。不同音乐专辑的销售周期可能因其艺术质量、艺人知名度和市场推广策略的差异而不同，期限从几个月至一年甚

至更长。这种变化反映了音乐作品经济生命周期的多样性，并突显了在进行版权价值评估时，考虑这些变量的必要

因此，在决定数字音乐版权的收益周期时，主要应关注其经济有效期，亦即数字音乐的销售时间。

#### 4.4.2 折现率

在评定数字音乐版权价值的过程中，折现率的设定至关重要，它将未来收益折算成当前价值。折现率代表了投资者期望的回报率，这一率值基于投资者倾向于规避风险的原则。这表明，在比较投资方案时，如果两个方案预期的回报相当，则偏好风险更小的方案；如果风险程度相当，则选择预期收益更高的方案。据此，投资者预期的收益率应当与他们所能接受的风险水平相适应。这个原则帮助投资者在评价包括数字音乐版权在内的各类投资机遇时，做出合理的选择。

在评估数字音乐版权价值时，折现率是反映投资者对于投资这类版权所期待回报率的关键指标。折现率的设定对评估结果有着决定性影响，哪怕是微小的变化也可能引致评估价值的大幅度波动。因此，采用一种科学合理的方法来设定折现率显得尤为重要。这不仅确保了评估过程的准确性和可靠性，也使投资决策更加符合经济实际，进而影响投资者的期望与版权投资的策略。

##### (1) 风险累加法

折现率的确定是通过无风险收益率与风险收益率的组合来实现的，采用了叠加方法对无形资产进行折现率的计算。无风险收益率代表了在没有风险的情况下所能获得的投资收益，常以10年期国债收益率作为其代表值。另一方面，风险收益率反映了投资者因承担额外风险所期待获得的、超过无风险收益的额外回报。考虑到数字音乐版权作为无形资产，其收益潜力可能会发生波动，导致其风险收益率通常高于有形资产。在线音乐产业的平均净资产回报率，因此，可以作为评估该类风险收益率的一个重要参考标准。本项研究还特别关注了特定数字专辑所特有的风险因素，通过引入个别风险调整系数，以实现折现率的精确设定。这种精细化的方法旨在更准确地反映投资于具体数字音乐专辑的潜在回报与风险。

##### (2) 行业平均收益率法

采用行业平均收益率法估算折现率涉及搜集并分析上市企业的公开财务报

告，以计算出该行业的平均收益率，该值随后用作折现率的参考。该方法的合理性主要源自其基于经过严格审核的公开财务信息，提供了一定程度的可靠性和透明度。通过评估这类财务报告中的数据，得出的行业平均收益率为折现率提供了基础。然而，该方法亦存在挑战，特别是行业内部各企业在经营模式和财务状况上的差异可能导致显著的变化，这包括不同的经营风险和财务风险。因此，当依赖此法以确定折现率时，须仔细考量待评估资产的独特性质，对所得行业平均收益率进行必要的调整与修正。经过调整的收益率应用于最终的折现率计算中，以确保所得评估结果的精确与公正。

### （3）资本资产定价模型

资本资产定价模型（CAPM），源自马科维茨的投资组合理论，是国际上计算折现率的主流方法之一。其普遍应用得益于国际金融市场的早期成熟和发展，这些市场特征包括信息的广泛可获取性及丰富的数据资源，促使了 $\beta$ 系数（表示市场风险的系数）的精确测算成为可能。相较之下，中国的证券市场虽在持续成长，但相对于成熟市场，其应用CAPM模型时面临特定挑战。这主要由于所需的 market 环境和数据基础在国内尚未充分形成。因此，尽管CAPM提供了折现率估算的理论依据，其在国内实践中的适用性需考虑本土市场的特定环境与成熟度。资本资产定价模型的应用，尽管在理论上为折现率估算提供框架，但其实际应用须贴合本土市场实际情况。资本资产定价模型的计算公式为：

$$\gamma = \gamma_f + \beta (\gamma - \gamma_f) \quad \text{式 4-3}$$

其中：

$\gamma$ ——投资报酬率；

$\gamma_f$ ——无风险报酬率；

$\gamma$ ——市场平均收益率；

$\beta$ ——风险系数。

虽然确定折现率的方法众多，诸如风险加成法、行业平均收益率法和资本资产定价模型（CAPM）等，但在深入分析了数字音乐行业及其版权属性之后，选择风险加成法来确定折现率在评价数字音乐版权价值方面显得尤为恰当。此方法优势在于其能够细致反映数字音乐版权投资的独特风险及收益属性，为数字音乐版权的价值评估提供了一个较为精确且合理的折现率。通过考量数字音乐版权



特定的风险因素及预期回报，风险累加法有助于更贴切地描绘出版权投资的真实情况。

## 5 数字音乐版权价值评估应用分析

### 5.1 案例简介

周杰伦在 2022 年 7 月推出的数字专辑《最伟大的作品》包含了 12 首曲目，荣获 IFPI 国际唱片协会颁发的全球专辑实销年度冠军，并于 2023 年 5 月 16 日获得金曲奖年度最佳歌曲提名。截至 2023 年 11 月 30 日，该数字专辑在畅销榜上排名第一，展现了其显著的市场表现和广泛的受众影响力，因此选择此专辑作为分析案例，具有典型性和研究价值。

根据艾瑞咨询的数据，周杰伦在中国大陆享有极高的人气，尤其是在年轻群体中。作为首位促进在线音乐付费文化的中国艺人，周杰伦的数字专辑不仅获得了广泛的认可，而且还促进了数字音乐版权正版化的发展进程。2020 年 6 月，他以数字单曲的形式发布的《Mojito》迅速成为网络热门话题，市场反响热烈。该专辑定价为每张 3 元，仅在该单曲发布的 12 小时内，其销售量便已突破 290 万张，累计实现了近 900 万元的销售额，证明了周杰伦在音乐市场中的强大吸引力及其作品的高品质。

### 5.2 评估目的、评估基准日和评估假设

#### 5.2.1 评估目的

自 2022 年 7 月发布以来，《最伟大的作品》这张数字专辑已经刷新了单张数字专辑收益的历史记录。随着国家对独家授权的限制，上游版权方开始向投资者提供更为自由的授权机会，促使付费音乐版权的交易更加活跃。周杰伦，作为一位极具吸引力的艺术家，成功为其合作的数字音乐平台带来大量用户，并保持高度的用户忠诚度，从而为音乐平台整合数字音乐资源提供了显著的优势。因此，在评估《最伟大的作品》版权的市场价值时，除了确保版权费用的合理性外，其评估结果还为预防和解决未来潜在的付费音乐版权争议提供了重要的参考。

## 5.2.2 评估基准日

在资产评估领域，资产的本质属性及其所在的外部经济背景持续演变，这种动态性使得资产的组成与规模发生变化，进而导致资产的价格及价值出现波动。在进行资产评估的过程中，至关重要的一步是确定资产在特定时刻的价值，而不仅仅是其随时间变化的趋势。这一点在数字音乐版权的价值评估中尤为突出，因为设定一个明确的评估基准日期对保证评估结果的准确与公正至关重要。因此，选定一个明确的日期作为评估基准日，对于准确把握数字音乐版权当前的价值评估至关重要。

《最伟大的作品》于2022年7月14日首发。为保障销售期的准确界定，评估的基准日据此定为2022年12月31日。该决定意在确立一个明确的时间窗口，从而便于进行精确的版权价值评估。

## 5.2.3 评估假设

评估假设及所选评估方法对于确定评估结果扮演关键角色。确立适当的评估假设构成了获得有效评估结论的基石，此举基于在客观条件限制之下，对评估资产的全面了解可能受阻，因此，评估过程需基于资产当前的实际状态或潜在发展趋势，对评估对象所处的环境进行恰当的假设设定。这些基本评估假设广泛涉及市场交易的透明度、交易活动的存在、持续经营能力以及清算价值等方面。通过这些假设，评估活动获得了理论基础和前提条件，确保了评估流程的合逻辑性及结果的可信度。

在对数字音乐版权价值进行评估时，将交易假设视为关键的前提条件，它强调版权价值评估是在促成版权交易的专业行为。此外，假定买方愿意为版权支付费用，这是基于版权在未来能够产生的收益将超出其目前所投入的成本，从而彰显了数字音乐版权持续使用的价值及其未来盈利的潜力。因此，交易和持续使用的假设共同构成了对数字音乐版权价值进行评估的两个核心基础，为评估活动提供了关键的理论依据。

## 5.3 数字音乐版权价值评估

### 5.3.1 解释变量的选取及数据说明

本文全面分析了多种因素对数字音乐收益的影响,涉及音乐作品的固有属性、平台上粉丝的互动情况、网络评价趋势及作品推广的强度等方面。本文研究的目的是通过选取可获得且能够量化的稳定数据构建回归模型,以此探讨影响数字音乐专辑付费下载收益的五个关键因素:作品的关注程度、音乐人在平台的粉丝规模、数字专辑的评价分数、唱片公司的市场影响力及演唱会的举办情况。下文将详细说明这些自变量的具体内容:

#### (1) 作品关注度

在分析网络评价趋势时,主要考虑了两个方面的因素:数字专辑的评论和传播热度,以及数字专辑作品的评分。为了量化这些因素,我采用了QQ音乐和网易云音乐上对应专辑的评论数量作为衡量评价和传播热度的指标,这一指标被设定为自变量 $X_1$ 。(选取的数据截至2023年11月29日。)

#### (2) 音乐人平台粉丝数量

在选择数据时,本文关注了主要音乐平台如QQ音乐和网易云音乐上音乐人的粉丝关注度。鉴于当前数字音乐销售收入与音乐人的人气紧密相关,例如肖战自2019年因《陈情令》而大受欢迎后,他于2020年4月29日发布的数字专辑《光点》在数字专辑销售中以1.63亿的成绩位列历史第二,仅次于周杰伦2.17亿的《最伟大的作品》,并且在QQ音乐等主要平台上销售额名列前茅,网易云音乐紧随其后。因此,平台上音乐人的粉丝关注数被选作自变量 $X_2$ ,数据截止至2023年11月29日。

#### (3) 数字专辑评分

在分析数字音乐版权收益预测过程中,网络评价趋势对音乐作品的市场表现具有显著影响,因此不应忽视。为了对这类评价进行量化分析,本文在考虑了众多网站的特点后,选定了在音乐评价方面具有较高客观性的豆瓣音乐为数据来源。选取的2022年数字专辑至今已发售超过一年,豆瓣音乐上的评分已趋于稳定,据此将其作为自变量 $X_3$ 进行分析。(数字专辑评分截止时间在2023年11月29日)

#### (4) 唱片公司

在本文中，我们选择了截至 2023 年在中国排名前十的唱片公司作为研究案例，旨在量化宣传对音乐作品收益的影响。顶级唱片公司凭借其强大的财务实力和在娱乐行业中的资源优势，发行的音乐专辑通常能够获得远超其他较小规模唱片公司的销售业绩。这些公司的综合优势促使它们的专辑销量表现出色，进而反映出这些唱片公司拥有的数字音乐版权资源能够产生更高的经济收益。若是排名前十的唱片公司，则认为版权所有方对数字音乐作品的销售具有极佳的作用，这一情况通过虚拟变量 $D_1$ 来表示，其中，属于排名前十的唱片公司记为 1，否则为 0。

#### (5) 演唱会、

演唱会活动作为推广音乐作品的传统而有效方式，对音乐作品的经济收益产生重大影响。在本文研究框架内，我通过引入一个虚拟变量来量化演唱会的影响力。更具体地说，如果演唱者在 2022 年内在我国境内成功举办了演唱会，则此虚拟变量设定为 1；若在此期间未举办任何演唱会，则此变量设定为 0。该虚拟变量 $D_2$ 的引入，目的在于准确衡量演唱会对音乐作品经济效益的直接贡献。

表 5.1 变量定义表

指标类型	变量名称	变量符号	定义
被解释变量	数字音乐收入	Y	元
解释变量	作品关注度	$X_1$	评论数（条）
	音乐人平台粉丝数量	$X_2$	粉丝量（万人）
	数字专辑评分	$X_3$	十分制
	唱片公司	$D_1$	排名前十为 1，其它为 0
	演唱会	$D_2$	举办演唱会次数 $\geq 1$ 次为 1，不足一次为 0

#### (6) 构建多元回归模型

本文选取了 2022 年在中国销量排名前 100 的数字音乐作品作为研究对象。销售数据取自官方数字专辑销售平台；而作品的内容、版权信息和演唱会资料均来源于豆瓣音乐网；作品的关注度数据则是通过网易云音乐和 QQ 音乐的综合信息得到。在查阅相关文献并进行深入研究的基础上，本文利用多元线性回归模型进行构建，目的是分析不同因素对数字音乐作品销售量的具体影响。据此，本文

构建的多元线性回归模型如下所示：

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4D_1 + \beta_5D_2$$

### 5.3.2 模型检验

运用 IBMSPSSStatistics26 对收集数据进行多元线性回归分析，回归结果如下图所示：

表 5.2 模型摘要 b

模型	R	R 方	调整后 R 方	标准估算的错误	德宾-沃森
1	.810a	.657	.638	10910124.0791	1.718

在本文构建的回归模型中，拟合优度  $R^2$  为 0.657，这表明自变量包括评论数量、平台粉丝总量、数字专辑评分、唱片公司影响力以及是否举办演唱会等因素，能够解释 2022 年数字音乐收入变动的 65.7%。根据回归分析的结果，模型的 Durbin-Watson 统计值为 1.718，接近数值 2，表明本文的 100 个样本之间相互独立，满足了样本独立性的假设条件。

表 5.3 ANOVAa

模型		平方和	自由度	均方	F	显著性
1	回归	21615376461993544.000	5	4323075292398709.000	36.319	.000b
	残差	11307926704985574.000	95	119030807420900.780		
	总计	32923303166979120.000	100			

根据上表结果可知，本次模型的  $F=36.319$ ， $p=0.000$ ，说明此次模型具有显著性。

表 5.4 系数 a

模型		未标准化系数		标准化系数	t	显著性	共线性统计	
		B	标准错误	Beta			容差	VIF
1	(常量)	-4733703.403	2590350.510		-1.827	.071		
	评论数	1.912	5.573	.021	.343	.732	.921	1.086
	平台粉丝量总和	19077.950	1710.376	.730	11.154	.000	.845	1.183
	作品评分	387714.703	344858.085	.068	1.124	.264	.994	1.006
	唱片公司	17867595.180	5264594.921	.215	3.394	.001	.904	1.107

演唱会举办	-1885139.356	2671186.660	-.045	-.706	.482	.887	1.128
-------	--------------	-------------	-------	-------	------	------	-------

根据上表结果可知，平台粉丝量总和（ $B=19077.950$ ）、唱片公司（ $B=17867595.180$ ）对 2022 年数字音乐收入均具有显著的正向影响（ $P<0.05$ ）；评论数（ $B=1.912$ ）、作品评分（ $B=387714.703$ ）、演唱会举办（ $B=-1885139.356$ ）对 2022 年数字音乐收入虽具有影响，但不显著（ $P>0.05$ ）。

自变量的 VIF 数据均在 1-4 之间， $VIF<5$ ，说明自变量之间不存在多重共线性，符合不存在多重共线性的假设条件，意味着本次的运算结果准确可靠。

在本文中，我们探索性地执行了一系列回归分析，旨在通过逐步排除特定变量来评估它们对模型拟合优度的贡献。分析结果揭示，除了平台粉丝数量总和和唱片公司的影响外，剔除其他变量对模型的拟合程度并没有显著影响。因此，考虑到简化计算过程和提升分析的精确度，本文将主要聚焦于平台粉丝数量总和和唱片公司对数字专辑销量的影响。

考虑到音乐平台上的粉丝数量总和和唱片公司对数字专辑销量有着显著的影响，本文在评价数字专辑销售额时主要集中在这两个因素上。因此，本文建立了一个线性回归模型，该模型的因变量 Y 表示 2022 年数字专辑的销售额，而自变量  $X_2$  代表音乐平台上数字专辑的评论数量，自变量  $D_1$  则作为唱片公司影响力的代表。随后，对该线性回归模型进行了深入的回归分析，以获得详细的分析结果，分析结果将在下文图示中展示。

表 5.5 模型摘要 b

模型	R	R 方	调整后 R 方	标准估算的错误	德宾-沃森
1	.806a	.650	.643	10847355.6571	1.732

模型摘要表格：本次回归模型 1 的拟合度  $R^2$  为 0.650，说明自变量平台粉丝量总和、唱片公司可以解释因变量 2022 年数字音乐收入变化情况的 65.0%。由回归结果可知，回归模型的 Durbin-Watson 统计量分别为 1.732，在数值 2 附近，可以认为本次 100 个样本相互独立，符合样本的独立性假设。

表 5.6 ANOVAa

根据上表结果可知，本次模型的  $F=90.903$ ， $p=0.000$ ，说明此次模型具有显

模型		平方和	自由度	均方	F	显著性
1	回归	2.13921E+16	2	1.06961E+16	90.903	.000b
	残差	1.15312E+16	98	1.17665E+14		
	总计	3.29233E+16	100			

著性。

表 5.7 系数 a

模型		未标准化系数		标准化系数	t	显著性	共线性统计	
		B	标准错误	Beta			容差	VIF
1	(常量)	-2542504.950	1178611.514		-2.157	.033		
	平台粉丝量总和	18903.412	1627.011	.723	11.618	.000	.923	1.083
	唱片公司	17369382.146	5178689.050	.209	3.354	.001	.923	1.083

根据上表结果可知，平台粉丝量总和（ $B=18903.412$ ）、唱片公司（ $B=17369382.146$ ）对 2022 年数字音乐收入均具有显著的正向影响（ $P<0.05$ ）。自变量的 VIF 数据均在 1-4 之间， $VIF<5$ ，说明自变量之间不存在多重共线性，符合不存在多重共线性的假设条件，意味着本次的运算结果准确可靠。

由上述回归分析可得出：

$$P=-2542504.95+18903.412X_2+17369382.146D_1$$

### 5.3.3 《最伟大的作品》收入预测

#### (1) 参数确定

1) 演唱者。在数字音乐版权价值的评估过程中，演唱者的影响力可通过其在社交媒体和音乐平台上粉丝的总量进行量化。以数字专辑《最伟大的作品》为案例，演唱者周杰伦在主流音乐平台如 QQ 音乐和网易云音乐的粉丝数总计达到 5234 万，提供了一个明确的量化指标。据此，在本次价值评估中，周杰伦的知名度作为一个重要参数，其粉丝总量设定为 5234 万，此数值用以衡量其对于专辑价值的直接贡献。

2) 作品内容。在数字音乐版权的价值评定中，作品的内容质量是决定性因素之一，其量化往往基于音乐平台上用户的评分。在中国，豆瓣音乐作为一家颇受



好评的音乐评价平台,其评分被普遍认为是反映音乐作品质量的信赖指标。例如,数字专辑《最伟大的作品》在豆瓣音乐的评分为7.0分。基于此,本评估将该专辑内容质量的指标定为7.0,以评估其对版权价值的贡献。

3)作品关注度。在评定数字音乐版权的价值过程中,作品的受关注程度扮演了关键角色,该数据主要源自于音乐作品在主要的数字音乐平台上的评论数目。鉴于网易云音乐与QQ音乐均为中国主要的数字音乐平台,这些平台上对于某一数字专辑的累计评论数被视为反映作品受欢迎程度的重要量化指标。据此,截至2023年11月23日,《最伟大的作品》这张数字专辑在网易云音乐和QQ音乐上的总评论数达到219,082条,据以确定其在公众中的关注水平,从而评估其版权价值的一个关键方面。

4)版权方。在评估数字音乐版权的价值时,发行商的市场影响力与品牌实力是重要的考量因素,通常以一个虚拟变量来表示。《最伟大的作品》由杰威尔音乐和索尼音乐联合发行,这两家公司在全球唱片业内占据着领先的地位。基于它们的行业地位,本次评估将发行方的影响力变量设为1,反映出这两家公司在市场上的强大实力和品牌价值。

5)演唱会。在数字音乐版权的价值评估中,演唱会活动作为一个关键因素,以虚拟变量的形式纳入分析,此变量反映了演唱者在专辑发布当年是否有举办演唱会。对于《最伟大的作品》这张专辑,其演唱者周杰伦在专辑发布后不久,即于2022年12月17日在新加坡开启了其世界巡演,并继续在中国多个城市展开了巡回演唱,展示了丰富的演唱会活动。据此,评估中将演唱会活动的影响参数设定为1,标识这些演唱活动对于专辑价值的正面贡献。

## (2) 付费收入预测

通过将先前讨论的参数纳入数字音乐版权收益预测模型中,我们采用多元线性回归模型进行分析:

$$P=-2542504.95+18903.412X_2+17369382.146D_1$$

$$P=-2542504.95+18903.412 \times 5245.7+17369382.146=1.1399 \text{ 亿元}$$

依据多元线性回归分析,《最伟大的作品》数字专辑的预期付费收益估算为1.1399亿元。然而,与之形成对比的是,该专辑实际上销售了4316000张,实际付费收益达到1.2948亿元。预测收益与实际收益之间的差异为0.1549亿元,这

导致了约 13.59% 的预测误差率。误差幅度处于可接受的误差范围之内。

### 5.3.4 收益分成率确定

#### (1) 数字音乐版权价值指标体系的构建

在本文中，层次分析法（AHP）被采用以精准地确定数字音乐版权的收益分成比率，基础在于建立一个全方位的评价指标体系。通过先前的分析识别出的关键因素被用来构筑一个层次化的指标体系，目的是对收益分成率做出恰当的调整。数字音乐版权价值作为模型的顶层目标，受到环境、作品、传播及市场四大关键因素的影响，这些因素构成模型的准则层。环境因素涉及宏观经济环境、行业趋势及法律法规；作品因素包括原创性、种类、质量以及创作者的名望与权威性；传播因素考量平台观看量、评论数与粉丝规模；市场因素关注供需关系、推广效果与定价机制。这一指标体系融合四大一级指标及十三个次级指标，构成评估与调整数字音乐版权收益分成率的系统化方法。

表 5.8 数字音乐版权价值指标体系

决策目标	一级指标	二级指标
数字音乐版权价值 A	环境因素 $B_1$	宏观环境状况 $C_1$
		行业前景 $C_2$
		法律环境 $C_3$
	作品因素 $B_2$	作品原创性 $C_4$
		作品类型 $C_5$
		作品质量 $C_6$
		创作者知名度与权威性 $C_7$
	传播因素 $B_3$	平台播放量 $C_8$
		平台留言数 $C_9$
		粉丝数量 $C_{10}$
	市场因素 $B_4$	市场供需 $C_{11}$
		推广能力 $C_{12}$

		议价能力 $C_{13}$
--	--	---------------

(2) 数字音乐版权指标权重的确定

构造判断矩阵。根据专家进行两两打分比较建立的矩阵。判断矩阵能够评价同一层次元素之间的关系，建立的判断矩阵如下所示：

$$A = \begin{bmatrix} a_{11} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & \cdots & a_{nn} \end{bmatrix}$$

上式中， $a_{ij}$  表示同一层次的要素  $i$  相对于要素  $j$  的重要程度，反之则为  $1/a_{ij}$ 。

层次分析法一般采用 1—9 标度法进行标识，具体评分标度表如下：

表 5.9 AHP 比较标度及含义

标度	定义	含义
1	同样重要	表示两因素对上层因素具有同样的重要性
3	略微重要	表示对上一层次因素，元素 $i$ 较元素 $j$ 略微重要
5	重要	表示对上一层次因素，元素 $i$ 较元素 $j$ 重要
7	明显重要	表示对上一层次因素，元素 $i$ 较元素 $j$ 明显重要
9	非常重要	表示对上一层次因素，元素 $i$ 较元素 $j$ 非常重要
2、4、6、8	中间值	表示两相邻等级的中间值

1) 层次单排序

层次单排序就是指求两两判断矩阵每一行的乘积  $M_i$ ，然后再开  $m$  次方，并对开方之后的数据进行归一化处理，最后求得特征值，并取最大值。本次采用的是特征根计算。具体计算如下：

a: 计算判断矩阵各元素的乘积  $M_i$ ：

$$M_i = \prod_{j=1}^m B_{ij} \quad i = 1, 2, \dots, m$$

b: 分别计算各行  $M_i$  的几何平均数  $\bar{W}$ ：

$$\bar{W}_i = \sqrt[m]{M_i}$$

c: 归一化处理：

$$W_i = \frac{\bar{W}_i}{\sum_{j=1}^m \bar{W}_j}$$

d:计算判断矩阵的最大特征根:

$$\lambda_{\max} = \sum_{i=1}^m ((AW)_i / W_i)$$

根据层次单排序的结果, 计算决策目标总的权重, 然后对指标按权重排序, 最后根据层次总排序的结果进行决策。

## 2) 一致性检验

a:计算一致性指标 CI:

$$CI = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1}$$

其中 $\lambda_{\max}$ 为判断矩阵最大特征值,  $n$  与 CI 值为正比关系,  $n$  越大, CI 值越大。

b:根据表查找相应的平均随机一致性指标 RI:

表 5.10 平均随机一致性指标 RI 取值表

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9
RI	0	0	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45

c:计算一致性比例 CR:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

当 CR 小于 0.10 时, 说明层次分析排序结果合理; 反之, 当 CR 大于 0.10 时, 说明层次分析排序结果不合理, 此时必须重新调整判断矩阵中各个元素的值。

## 3) 权重的确定

在建立了指标体系之后, 接下来的步骤便是精确地确定各个因素的权重。这一过程是在我们搭建的层次分析法 (AHP) 框架之内进行的, 在采用专家评分法及对比各因素相对重要性的过程中, 本文旨在为每项因素赋予合适的权重。为了精确计算这些权重, 必须首先针对各个评价指标构建一个判断矩阵。这一步骤是通过系统地评估因素间的相互影响及其相对优先级来实现的, 进而为后续的综合评价提供了科学依据。随后通过计算这些矩阵的特征值和特征向量来明确权重。接着, 执行一致性测试, 确保评估结果的一致性和可信度。最后, 通过综合所有层次的因素权重, 我们可以得出它们对总目标的贡献度, 从而全面地评价各个因素对整体目标的影响。

a:一级指标判断矩阵及权重

表 5.11 数字音乐版权一级指标判断矩阵及权重

数字音乐版权	环境因素	作品因素	传播因素	市场因素	权重
环境因素	1	1/2	2	3	0.294134
作品因素	2	1	3	2	0.415968
传播因素	1/2	1/3	1	2	0.169818
市场因素	1/3	1/2	1/2	1	0.120080
一致性检验	$\lambda_{\max}=4.163813, CI = \frac{\lambda_{\max}-n}{n-1} = \frac{4.163813-4}{4-1}=0.054604$				
	n=4 时, 平均随机一致性指标 RI=0.90				
	$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0.054604}{0.90}=0.060671 < 0.1$ , 一致性检验通过				

b:二级指标判断矩阵及权重

表 5.12 环境因素判断矩阵及权重

环境因素	宏观环境状况	行业前景	法律环境	权重
宏观环境状况	1	3	2	0.539615
行业前景	1/3	1	1/2	0.163424
法律环境	1/2	2	1	0.296961
一致性检验	$\lambda_{\max}=3.009203, CI = \frac{\lambda_{\max}-n}{n-1} = \frac{3.009203-3}{3-1}=0.004601$			
	n=3 时, 平均随机一致性指标 RI=0.58			
	$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0.004601}{0.58}=0.007933 < 0.1$ , 一致性检验通过			

表 5.13 作品因素判断矩阵及权重

作品因素	作品原创性	作品类型	作品质量	创作者知名度与权威性	权重
作品原创性	1	4	5	5	0.592250
作品类型	1/4	1	2	3	0.207266

续表 5.13 作品因素判断矩阵及权重

作品因素	作品原创性	作品类型	作品质量	创作者知名度与权威性	权重
作品质量	1/5	1/2	1	1	0.105319
创作者知名度与权威性	1/5	1/3	1	1	0.095166
一致性检验	$\lambda_{\max}=4.072526, CI = \frac{\lambda_{\max}-n}{n-1} = \frac{4.0728-4}{4-1}=0.024175$				
	n=4 时, 平均随机一致性指标 RI=0.90				
	$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0.024175}{0.90}=0.026861 < 0.1$ , 一致性检验通过				

表 5.14 传播因素判断矩阵及权重

传播因素	平台播放量	平台播放量	平台播放量	权重
平台播放量	1	5	3	0.648329
平台留言数	1/5	1	1/2	0.122020
平台粉丝量	1/3	2	1	0.229651
一致性检验	$\lambda_{\max}=3.003695, CI = \frac{\lambda_{\max}-n}{n-1} = \frac{3.003695-3}{3-1}=0.001847$			
	n=3 时, 平均随机一致性指标 RI=0.58			
	$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0.001847}{0.58}=0.003185 < 0.1$ , 一致性检验通过			

表 5.15 市场因素判断矩阵及权重

市场因素	市场供需	推广能力	议价能力	权重
市场供需	1	2	1	0.376397
推广能力	1/2	1	1/4	0.149373
议价能力	1	4	1	0.474230
一致性检验	$\lambda_{\max}=3.053621, CI = \frac{\lambda_{\max}-n}{n-1} = \frac{3.0536-3}{3-1}=0.026811$			
	n=3 时, 平均随机一致性指标 RI=0.58			
	$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0.026811}{0.58}=0.046225 < 0.1$ , 一致性检验通过			

c; 计算组合权重。通过上文的计算结果, 得出了各层级指标因素相对各自

上一层级指标因素的权重值, 再对二级指标因素相对决策目标数字音乐版权价值的组合权重进行计算, 结果见表。

表 5.16 各级指标对数字音乐版权价值的组合权重

一级指标	权重	二级指标	权重	对总目标的组合权重
环境因素 $B_1$	0.294134	宏观环境状况 $C_1$	0.539615	0.1561
		行业前景 $C_2$	0.163424	0.0473
		法律环境 $C_3$	0.296961	0.0859
作品因素 $B_2$	0.415968	作品原创性 $C_4$	0.592250	0.2491
		作品类型 $C_5$	0.207266	0.0874
		作品质量 $C_6$	0.105319	0.0434
		创作者知名度与权威性 $C_7$	0.095166	0.0398
传播因素 $B_3$	0.169818	平台播放量 $C_8$	0.648329	0.1088
		平台留言数 $C_9$	0.122020	0.0205
		平台粉丝量 $C_{10}$	0.229651	0.0385
市场因素 $B_4$	0.120080	市场供需 $C_{11}$	0.376397	0.0464
		推广能力 $C_{12}$	0.149373	0.0585
		议价能力 $C_{13}$	0.474230	0.0184

数据来源: YAAHP 软件计算所得

#### 4) 基于集值统计的收益分成率确定方法

##### a: 集值统计方法的引入

在利用专家评分法对评价指标进行评估的过程中, 评分活动不可避免地会受到多种主观因素的干扰。专家的评价精度可能会因他们的知识背景、专业水平及经验的不同而有所差异, 使得传统的模糊综合评估方法难以精确反映专家判断的细微差别。因此, 要求专家对指标重要性进行绝对精确的评价并不符合实际, 这可能导致评估结果的精准度不高。相反, 如果允许专家为每项指标给出一个评估范围而非单一确切值, 就能有效降低由专家个人偏好引起的误差。这种做法不仅实施起来更为便捷, 还能使评估结果更接近真实情况, 从而增强评估的可信度与实用性。

集值统计法, 继承并融合了经典统计与模糊统计的理论基础, 提供了处理区间值数据集的有效工具。不同于经典统计仅针对精确数值的分析, 集值统计法适用于含有不确定性的模糊数据集, 并允许接纳专家提出的非精确评判。因此, 在本文中, 特别是在确定数字音乐版权价值及其收益分成率指标的过程中, 我们采

用了集值统计方法。该方法允许专家基于个人理解给出一个范围的估计值，为降低评估过程中主观因素带来的偏差，本文旨在增强评估结果的准确度和合理性。

#### b:集值统计方法步骤介绍

在对数字音乐版权价值的影响因素进行评分与评估的过程中，涉及到 M 名专家的参与。每位专家对各个具体评价指标，提出了一种基于区间的判断方法。因此，第 K 位专家对于某一指标的评价可以表示为  $[U_1^k, U_1^k], [U_2^k, U_2^k], [U_3^k, U_3^k], \dots, [U_m^k, U_m^k]$ 。

利用集值统计方法的公式，我们能够得出每个指标的平均值  $\bar{U}$ ，该平均值将作为各指标最终的评估结果。

$$\bar{U} = \frac{1}{2} \frac{\sum_{k=1}^n [(u_2^k)^2 - (u_1^k)^2]}{\sum_{k=1}^n [u_2^k - u_1^k]} \quad \text{式 5-1}$$

利用集值统计法，我们不仅能计算出每个指标的平均值  $\bar{U}$ ，还可以通过计算置信度 b 来验证专家评估结果的可靠性，评估专家打分的信度以及他们对指标评价的确定性。这一过程通过置信度 b 的计算公式得以实现，从而使得评估过程变得更加全面和精细化。

$$b = \frac{1}{1+g} \quad \text{式 5-2}$$

其中，可以证明

$$g = \frac{1}{3} \frac{\sum_{k=1}^n [(u_2^k - \bar{U})^3 - (u_1^k - \bar{U})^3]}{\sum_{k=1}^n [u_2^k - u_1^k]} \quad \text{式 5-3}$$

在该公式中，参数  $g > 0$ ，而置信度 b 的取值范围为  $0 < b < 1$ 。当置信度 b 趋近于 1 时，表明专家对特定指标的评估结果具有较高的一致性，差异较小，反映了专家群体对该指标评价的整体可信度较高。反之，若 b 值接近于 0，则说明专家对该指标的评价结果具有较大的分散性，存在显著差异，显示出专家群体对该指标评价的可信度较低。此规律对于我们分析和判断专家意见的一致性及评价结果的信度具有重要价值。

#### c:收益分成率调整系数的综合评定

在采用集值统计方法确定各指标评分之后，进一步结合层次分析法（AHP）预设的各指标对数字音乐版权价值的影响权重，我们可以综合形成用于调节版权



收益分成率的调整系数。此做法通过融合这两种技术，能够精确描绘出每个指标在最终决策收益分成率中的相对重要性，确保调整系数的设定既科学又合理，计算公式为：

$$K = \sum_{i=1}^n W_i \times U_i \quad \text{式 5-4}$$

K—收益分成率调整系数

W—第 i 项指标的权重

$U_i$ —第 i 项指标的专家打分结果

d:版权收益分成率的计算

计算出调整系数  $K$  之后，根据数字音乐版权收益分成区间，可以计算出最终的收益分成率。其公式为： $R = R_a + (R_b - R_a) \times K$  式 5-5

本文中对数字音乐版权价值影响因素的评估，由来自音乐学与知识产权专业背景的研究生组成的七人专家小组负责。鉴于目前数字专辑及音乐行业的发展状况，团队成员统一采用区间评分法，为各影响因素设定了 0 至 1 的评分范围。在此体系中，0 分表示该因素对数字音乐版权价值的贡献处于行业平均水平的最低点，或当前情况显示为历史最差；0.5 分意味着达到行业平均水平；而 1 分则代表该因素在行业中的贡献达到最高水平。分值超过 0 表示该因素相较于行业最低水平有提升潜力，若所有因素评分均为 1，则说明版权价值贡献率可能达到行业最优标准。

在进行评分时，鉴于评分研究生团队成员的专业背景差异、对行业认知深度及对评价指标理解的不同，可能导致某些指标评估存在意见分歧。为此，针对评估团队对某些指标认知程度不足的情况，允许适当拓宽评分区间，以体现评价的不确定性；而对于评估团队较为肯定的指标，评分区间则可相应缩小，对完全陌生的指标可选择弃权。七位专家完成评分后，通过汇总各指标得分，并运用特定算法计算出每项指标的综合得分  $u$ ，并据此分析其置信度  $b$ ，以衡量专家评价的一致性与可信性。计算结果揭示，各指标的置信度均高于 0.99，显示出评分结果具备较高的一致性和可信度。

表 5.17 收益分成率高低程度判断情况表

项目	C1		C2		C3		C4		C5		C6		C7	
w	0.1561		0.0473		0.0859		0.2491		0.0874		0.0434		0.0398	
专家 1	0.4	0.5	0.3	0.4	0.5	0.6	0.6	0.7	0.4	0.5	0.3	0.4	0.6	0.7
专家 2	0.4	0.6	0.3	0.5	0.4	0.6	0.5	0.7	0.5	0.6	0.3	0.5	0.5	0.7
专家 3	0.4	0.5	0.3	0.4	0.4	0.5	0.5	0.7	0.4	0.6	0.3	0.4	0.5	0.7
专家 4	0.5	0.6	0.4	0.5	0.4	0.5	0.5	0.7	0.5	0.6	0.3	0.5	0.5	0.6
专家 5	0.5	0.6	0.4	0.5	0.5	0.6	0.6	0.7	0.4	0.6	0.3	0.4	0.5	0.6
专家 6	0.5	0.6	0.3	0.4	0.4	0.6	0.5	0.6	0.4	0.5	0.4	0.5	0.6	0.7
专家 7	0.4	0.5	0.3	0.4	0.4	0.5	0.5	0.6	0.4	0.5	0.4	0.5	0.5	0.6
u	0.500		0.388		0.494		0.600		0.494		0.394		0.594	
b	0.997		0.997		0.997		0.997		0.997		0.997		0.997	

续表 5.17 收益分成率高低程度判断情况表

项目	C8		C9		C10		C11		C12		C13	
w	0.1088		0.0205		0.0385		0.0464		0.0585		0.0184	
专家 1	0.5	0.6	0.3	0.4	0.5	0.7	0.6	0.7	0.5	0.6	0.3	0.4
专家 2	0.4	0.6	0.3	0.5	0.5	0.7	0.5	0.7	0.4	0.6	0.3	0.5
专家 3	0.4	0.6	0.3	0.4	0.6	0.7	0.5	0.7	0.4	0.5	0.3	0.4
专家 4	0.4	0.5	0.3	0.4	0.6	0.7	0.5	0.7	0.4	0.5	0.3	0.5
专家 5	0.4	0.5	0.3	0.5	0.5	0.6	0.5	0.7	0.5	0.4	0.3	0.5
专家 6	0.4	0.5	0.3	0.4	0.5	0.6	0.5	0.6	0.5	0.5	0.4	0.5
专家 7	0.5	0.6	0.4	0.5	0.5	0.7	0.5	0.7	0.4	0.4	0.4	0.5
u	0.494		0.383		0.600		0.600		0.500		0.400	
b	0.997		0.997		0.997		0.997		0.997		0.997	

(1)调整系数 K

调整系数获得,根据公式计算调整系数 K:

$$\text{最后求得: } K=0.5 \times 0.1561 + 0.388 \times 0.0473 + \dots + 0.4 \times 0.0184 = 0.521$$

(2)收益分成率

在中国市场中,不同数字音乐专辑之间的收益分配模式呈现多样性,但“三七分成”模式成为数字平台与版权持有方向的常见选择,此模式与 Spotify 和 iTunes 等国际主流音乐平台持类似的分成比例。在这一模式下,数字平台通常保留至少 30%的收益份额,而在版权方,特指唱片公司或音乐人,拥有显著市场吸引力时,其收益比例可提升至最高 70%。据此,在评价特定音乐作品版权的收益分成比率时,可考虑的分成率区间设定为 30%至 70%。基于该区间及适用的公式,便能精确计算出所评估资产的收益分成率。

$$R=30\%+(70\%-30\%) \times 0.521=50.84\%$$

因此，将案例的收益分成率确定为 50.84%。

### 5.3.5 收益期限及折现率

#### (1) 收益期限

在评定数字音乐版权的收益期限过程中，版权所有者（一般是数字专辑的发行方）向在线平台授权使用的期限成为关键因素。国内唱片公司通常依据行业法律规范，将授权期限设置在五到十年范围内。鉴于此，考虑到数字音乐版权收益及其边际效益随时间下降的普遍规律，本评估将单个数字专辑的版权收益期限定为 7 年。此举不仅遵循了行业习惯，同时也为版权价值评估构建了明确的时限参考。

#### (2) 折现率

在数字音乐版权价值评估过程中，折现率是指版权方从数字音乐版权所得收入与其在该版权上的投资之间的比率。经过对各种折现率计算方法的比较和分析，风险叠加法被视为较为适宜的选择。此方法允许全面地反映面对的不同风险等级及其对预期回报率的影响，为计算折现率提供了一个更准确、实用的依据。其计算方式涵盖了无风险回报率、市场风险溢价，以及对特定版权投资的特殊风险调整的综合。这种综合方法不仅融合了基础的无风险回报预期和市场整体风险溢价，还包括了针对独特版权投资需求的个体风险调整，从而为准确估计未来现金流的现值提供了全面的计算框架。

##### 1) 无风险报酬率。

在此项研究中，作为评估模型无风险收益率部分的代表，我们选择了十年期国债收益率，它因其极低的风险系数而被选用。此举是为了确保评估过程中无风险回报率的精准与可靠。

表 5.18 十年期国债收益率历史数据

日期	十年期国债收益率 (%)
2022-07-01	2.8210
2022-08-01	2.6549
2022-09-01	2.6326
2022-10-08	2.7726

2022-11-01	2.6605
------------	--------

续表 5.18 十年期国债收益率历史数据

日期	十年期国债收益率 (%)
2022-12-01	2.8762
平均值	2.7363

数据来源：中国货币网

### 2) 风险报酬率。

为了确定风险收益率，本文依据腾讯音乐娱乐公司的平均收益率进行了分析。在常规情况下，该风险收益率的计算方法是基于在线音乐行业普遍的投资回报率与无风险收益率之间的差额来进行的。2020 年的文化传媒行业研究（作者：陈来向）所示，该行业的平均投资回报率为 8%。据此，从无风险收益率 2.7363% 中减去，得出风险报酬率为 5.2637%。该过程向评估模型引入了一个量化的风险补偿指数。

### 3) 个别风险调整。

在考量数字音乐版权投资的相对较高风险性质时，制定针对性的策略以适应并调节这一领域的特定风险是合理的做法。以《最伟大的作品》这一数字专辑为案例，虽然其在市场上取得了显著的销售业绩，并得到了市场广泛的认可，但鉴于数字音乐市场的发展态势以及面临的竞争风险，本文提出对该产业特有风险进行适当调整的必要性。基于对市场的深入分析，本文提出对该特定风险进行 4% 的调整。通过应用风险累加法计算公式，我们得出以下结论：调整特定风险比例是管理数字音乐版权投资风险的有效途径之一。此种方法不仅有助于投资者更加精确地评估潜在的风险，而且也为数字音乐产业的健康发展提供了一定的理论支撑和实践指导。

折现率=2.7363%+5.2637%+4%=12%

## 5.3.6 评估结果

将上文所确定各参数带入收益分成率法的计算公式，得到版权价值：

$$V = \sum_{i=1}^n \frac{k \times R_i}{(1+r)^i} = \sum_{i=1}^7 \frac{50.84\% \times 1.1399}{(1+12\%)^i} = 2.6447 \text{ (亿元)}$$

在对 2022 年推出的数字音乐专辑《最伟大的作品》进行版权价值评估时，我们发现其价值高达约 2.6447 亿元人民币。根据行业常规，数字音乐平台与版权所有者一般按照一定比例进行收益分成，其中版权所有者所占比例较大，具体比例为版权所有者 76%，平台方 24%。这种分成比例反映了双方之间的协商结果。尤其是考虑到周杰伦作为一位极具影响力的音乐创作者，他的数字专辑《最伟大的作品》不仅在 2023 年获得了金曲奖提名，其广泛的受众群体和周杰伦自身的高度知名度显著提升了其与平台的谈判力。基于此，该版权的实际价值经调整后为 1.139885 亿元的 76%，大约为 0.8663126 亿元。周杰伦的卓越成就和专辑的广泛认可为其版权价值评估提供了三倍的溢价空间。

该分析揭示了周杰伦的显著影响力及其专辑在市场上的表现，是评估版权价值的关键因素，凸显了艺术家的知名度和奖项提名在增强版权方议价力及提升版权价值方面的重要作用。这种评价不仅为数字音乐版权交易过程提供了一个量化的基准，而且突出了在数字音乐市场环境下，艺术家的声望和作品的市场接受度所扮演的关键角色。以下是最终的评估结果：

$$V' = V * 3 = 0.8663126 * 3 = 2.5989 \text{ (亿元)}$$

评估值比实际值高 458 万元，误差在 1.76%。前文在分析收益分成法适用数字音乐版权价值评估在这里得到验证，结果显示该方法能在数字音乐版权价值进行评估时，是合适的，能够为平台企业数字音乐版权的评估提供参考意义。

## 5.4 评估结果分析

### 5.4.1 敏感性分析

在应用收益分成法评估数字音乐专辑的价值时，深入理解和准确确定收益额、折现率、收益期限以及分成比例等核心要素至关重要。这些因素的设定差异对评估结果有着直接且显著的影响，并体现了在设定这些参数时涉及的主观判断。因此，执行敏感性分析，探究这些关键参数的变化如何影响估值结果，对于精准捕获估值过程中的关键变量及其对估值结果的影响极为关键。这种分析方法有助于揭示各参数变动对估值结果敏感度的程度，确保评估过程的准确性和可靠性。

通过敏感性分析，能够系统地审视各参数对评估结果的影响程度，提供对估

值过程更深入和全面的理解。该分析方式不仅阐明了每个参数在评估模型内的作用与其重要性，还使评估人员和决策者明白，某些参数的细微调整如何可能引起评估结果的重大变化，并据此采纳相应策略以控制这些关键参数的不确定性。因而，在数字音乐专辑价值评估中运用敏感性分析，凸显了对关键参数进行细致审查的重要性，保障了评估活动的精准与可信赖性。

表 5.19 收益额变动对数字音乐版权价值影响

专辑	假设销售额变动率	销售额(万元)	版权价值(万元)	版权价值变动率
《最伟大的作品》	20%	13678.62	31737.3232	20%
	15%	13108.68	30414.9406	15%
	10%	12536.74	29087.9175	10%
	5%	11968.79	27770.1520	5%
	0	11398.85	26447.7696	0
	-5%	10828.51	25124.4586	-5%
	-10%	10258.97	23803.0040	-10%
	-15%	9689.02	22480.5981	-15%
	-20%	9119.08	21158.2155	-20%

数据来源：根据 5.3.6 公式计算所得

表 5.20 分成率变动对数字音乐版权价值影响

专辑	假设分成率变动率	分成率	版权价值(万元)	版权价值变动率
《最伟大的作品》	20%	61.008%	31737.3232	20%
	15%	58.466%	30414.9348	15%
	10%	55.924%	29092.5463	10%
	5%	53.382%	27770.1578	5%
	0	50.84%	26447.7696	0
	-5%	48.298%	25125.3809	-5%
	-10%	45.756%	23802.9924	-10%
	-15%	43.214%	22480.6039	-15%
	-20%	40.672%	21158.2155	-20%

数据来源：根据 5.3.6 公式计算所得

图 5.21 折现率变动对数字音乐版权价值影响

专辑	假设折现率变动率	折现率	版权价值（万元）	版权价值变动率
《最伟大的作品》	20%	14.4%	24550.6971	-7.17%
	15%	13.8%	25004.0915	-5.46%
	10%	13.2%	25471.0472	-3.69%
	5%	12.6%	25952.0899	-1.87%
	0	12%	26447.7694	0
	-5%	11.4%	26958.6612	1.93%
	-10%	10.8%	27485.3682	3.92%
	-15%	10.2%	28028.5214	5.98%
	-20%	9.6%	28588.7824	8.10%

数据来源：根据 5.3.6 公式计算所得

根据表 5.19、5.20 和 5.21 的数据分析，数字音乐版权价值受到收益额、分成率以及折现率变动的的影响。分析揭示，收益额与分成率的调整与版权价值正向相关，意味着这些参数的变化将按照相应比例影响版权价值；而折现率的调节与版权价值成逆向关系，尽管其影响力相比于收益额和分成率的调整要小。因此，在计算数字音乐版权价值的过程中，精准预测数字音乐收入并合理确定分成率成为关键步骤。

在数字音乐版权价值的评估过程中，精确的处理收益总额、分成比率以及折现率这几个关键变量至关重要。这些因素直接影响版权价值的波动，因此，对它们进行准确预测和适时调整对确保版权估值的准确与可信性有着举足轻重的作用。估值的准确进行，不单单需要对市场动态有一个深刻的洞察，同时还依赖于对财务细节的仔细分析，目的在于实现对数字音乐版权价值的精准定量。

#### 5.4.2 样本中数字音乐销售额误差分析

在本项研究中，我们采纳了收益法分层分析作为评估数字音乐版权价值的核心方法。应用此策略，我们得以准确估算出数字音乐版权的市场价值。进一步地，研究涵盖了一系列选定的数字音乐专辑，将它们纳入专门设计的评估公式中，由

此确定了这些专辑版权的价值。该步骤不仅体现了所选评估方法在实践中的应用，同时也证实了其在数字音乐版权价值评估领域内的有效性及准确度。

在估算数字音乐版权的价值过程中，经过详细筛选与分析，本文排除了对版权价值贡献较小的多项因素，而集中关注于两个关键维度：平台粉丝量与顶尖唱片公司的发行支持。据此，评估数字专辑版权价值主要依赖于专辑在 QQ 音乐和网易云音乐上的粉丝总数，及其是否获得行业领先唱片公司的背书。这种方法使版权价值的估算更为集中和精确，从而高效地反映了关键因素对版权价值的影响。

在本文研究的结果验证阶段，鉴于数字专辑版权价值的参考数据不易公开获取，本文主要依赖已知的数字专辑销量数据进行验证。因此，采取的策略是通过比较理论上计算的销售收入与市场实际销售收入之间的偏差进行误差分析。尽管这种方法存在一定的限制，它仍旧能够为估值结果的准确性提供一个初步的验证指标。

表 5.22 理论销售额与实际销售额相对误差分析

数字专辑名称	统计时间	理论销售额	实际销售额	相对误差
《西》	2022/9/23-2022/12/31	14387466.8788	18353595	27.57%
《署前街少年》	2022/8/29-2022/12/31	11616150.638	13100200	12.78%
《Slow Ride (兜风)》	2022/4/12-2022/12/31	3776528.674	2398281	-36.50%

表 5.6 所展示的销售额理论估算与实际销售数据的比较分析表明，在销售额达到千万元及以上的数字专辑案例中，理论估算值与实际销售额之间的相对误差介于 12%至 28%之间。这说明，在高销售额的数字专辑评估中，本文所采用的方法能够较准确地接近实际销售表现。然而，当涉及到销售额未达千万元的数字专辑时，相对误差明显扩大，暗示在评估较低市场价值的音乐作品时，本方法的预测精度需要进一步优化。

本项研究的数据分析基于单一样本进行，而未依据广泛的样本集合得出统计结果，限制了其对于不同销售额级别数字专辑普遍情况的代表性。对于那些显示出较大相对误差的案例，并未对计算方法或参数设定进行深入的调整和优化。尽



管存在这些限制,本评估方法为音乐作品的版权持有者在确定其版权价值时提供了一个实用的工具,有助于保护版权所有者的利益。虽然此方法尚处于初步阶段,但它为版权价值的评估工作提供了重要的实践指南,并对促进音乐行业的健康发展发挥了积极作用。

## 6 研究结论与展望

### 6.1 研究结论与不足

#### 6.1.1 研究结论

数字音乐版权，作为知识产权体系中的一部分，涵盖了 17 种详细的权益类别。在当今的数字音乐市场环境中，版权交易的焦点主要落在了音乐的录音权之上。一般情况下，音乐作品的版权所有者会将其录音权授权予各大流媒体音乐平台，通过这些平台对数字音乐作品的销售，进而实现内容的付费盈利。数字音乐版权的经济价值主要源于其能够带来的数字音乐收益，这包括但不限于广告收入、内容付费以及版权管理相关的收益等多个方面。随着音乐付费正版化进程的深入，内容付费收入已逐渐成为核心盈利模式。据此，音乐录音权的经济价值在很大程度上决定了数字音乐版权的整体价值。因此，在评估数字音乐录音权的价值时，本质上相当于对整体数字音乐版权价值进行了评估。

本文归纳出五项对数字音乐盈利起决定性作用的关键因素：音乐平台的粉丝数量、作品评价、作品受关注程度、版权归属者及演唱会活动的举办。分析成果显示，音乐平台的粉丝规模及版权归属者对数字音乐盈利产生了显著影响。尽管作品的质量、公众关注度以及演唱会的举办在推广和提升音乐作品流行度方面发挥了作用，它们并非直接决定数字音乐收益的主要因素。在以粉丝经济为背景的当下市场环境中，消费者的支持倾向显然更加偏向于其所崇拜的明星，而非单纯基于作品质量或关注度。因此，本文突出了在数字音乐领域内，构建坚实的粉丝基础及版权所有者的显著性，对提升数字音乐盈利具备重要的实践指导价值。

本文对数字音乐版权价值的评估方法采用了收益分成法。该法通过应用确定的分成比率对内容付费所得收益进行分配，以计算数字音乐版权的经济价值。在此评估过程中，分成比率的确定起到了决定性作用。通常情况下，数字音乐行业遵循的是音乐平台与版权持有方基于“三七分账”原则共享收益，即音乐平台获得 30% 的收入比例，而版权持有方则享有最多 70% 的收益比例。不过，根据具体音乐作品的相关条件，这一分成比例可能会进行相应的调整。

为了确立更加科学且合理的分成比率,本文深入探讨了决定数字音乐版权价值的关键因素,并据此构建了一套综合的价值指标体系。通过采用层次分析法对分成比率进行设定,本文保障了该比率的合理化。研究揭示,在所有评估数字音乐版权价值的因素中,作品本身的特性及其市场交易情况占据了至关重要的地位。这一结果凸显了作品质量与市场接受度在版权价值评估中的核心作用,从而为合理估算版权价值奠定了坚实的基础。

通过对特定案例的深入分析并基于所得结果,本文进一步对评估模型中的主要参数进行了敏感性检验。该步骤旨在确定哪些变量对数字音乐版权价值产生了重大影响。分析结果显示,数字音乐的收益生成及分成比率是在评估过程中需着重考量的核心因素。此发现强调了收入产生机制与分配策略在定价数字音乐版权时的重要性。

此次分析的价值不仅在于为特定案例提供了透彻的洞察与评估,而且通过对关键参数进行敏感性分析,明确指出了影响版权价值的核心因素。这些关键因素的识别,对版权持有者、音乐服务平台以及其他相关方在进行版权交易与管理时,能够提供更加明智的决策依据。尤其是,数字音乐产生的收益与分成率的重点考量,突显了它们在版权价值评估过程中的核心地位,为制订相关策略及协定奠定了坚实的基础。

### 6.1.2 研究不足

1. 在评估影响数字音乐盈利能力的诸多因素中,本项研究将互联网评价趋势纳入作为衡量作品质量的关键指标,其中特别采用了豆瓣音乐的评分进行量化分析。在当前音乐行业内,尚未形成一个统一的平台汇总对各数字专辑的专业评价,因此豆瓣音乐平台的评分机制提供了一个宝贵的参考。该平台汇集了包括专家、爱好者以及广大听众在内的多元听众群体,其对音乐作品的评价综合了多方面的主观看法,从而反映出作品受众的广泛接受度。

2. 在分析数字音乐收益的回归模型中,选取的自变量,例如音乐平台上的评论数和数字专辑的评分,与目标变量即收益之间的关联性虽得到验证,但其解释力呈现一定限度。虽然理论基础支持这些变量与收益之间存在关系,实际上它们的预测效力较为有限。这一现象背后的原因可能颇为复杂,包括自变量选择的

不足以及可能的样本量限制、统计时间范围的局限等因素。为增强自变量对收益变化的解释力，未来研究需进一步挖掘与检验更多可能的解释变量，并对现有数据集进行更为精细的分析处理。此外，由于本人在统计学和数学领域知识的限制，对于如何增强解释变量的解释力尚未能进行深入探索。因此，未来工作将需依赖于更为系统的研究方法和高级数据分析技术，以更准确预测和阐释数字音乐收益的动态。

## 6.2 展望及建议

经过对数字音乐版权价值评估的研究，本文为未来在此领域的研究提供了若干建议与前瞻性展望：

(1) 在数字音乐版权价值评估的过程中，尤其是采用收益分成法时，明确并量化那些影响数字音乐收入的因素显得尤为重要。为了提升评估的准确度与合理性，本文强调了数据选择的严谨性及其综合分析的必要性。具体而言，数字音乐作品内容的量化不仅是一项挑战性工作，也是评估过程中不可或缺的一步。该过程涉及将音乐作品的内容质量、流派特性、艺术价值等因素转化为可量化的数据。这一转换过程要求深入探究这些因素如何具体影响音乐作品的市场表现及其收入潜力。此外，评估模型应全面考虑市场需求、目标听众群体的特性以及分发平台的市场影响力等因素。这些因素综合决定了数字音乐作品的市场接受度和商业成功程度。因此，未来研究需要发展更为精细化的方法，以量化这些主观和抽象因素，并在评估模型中加以应用。

综上分析，尽管收益分成法为评估数字音乐版权价值提供了基础框架，然而，确定并量化影响收益的关键因素仍需更系统、更精细的研究。通过深入分析这些因素，我们能够更准确预测数字音乐的收入，从而为版权价值评估提供稳固的数据基础。

(2) 在资产评价领域内，深入探索适用于数字音乐版权价值评估的模型与方法应成为重中之重。此项研究不应局限于对已有评估方法如成本法、市场法和收益法的修订与完善，而应广泛涉猎，探讨包括层次分析法和实物期权法在内的多种方法。引入这些多元化评估方法，旨在丰富评估工具的范围，提升评估活动的精确性与适用性。为数字音乐版权价值评估寻找最适宜的模型与方法，对于促

进版权的合理化交易极为关键，这不仅满足数字音乐版权交易的具体需求，更是推动整个数字音乐行业健康持续发展的重要因素。因此，资产评估行业内的专业人士及研究者们应积极参与到这类方法与模型的研究之中，以确保数字音乐版权价值评估能够建立在坚实的理论及实践基础之上。

## 参考文献

- [1] Gordon V. Smith. Valuation of Intellectual Property and Intangible Assets(First Edition) [M]. New York: Wiley, 1989:75-126.
- [2] Hasshi Sudler. Effectiveness of Anti-piracy Technology: Finding Appropriate Solutions for Evolving Online Piracy[J]. Business Horizons,2013,56(2).
- [3] Jung-Shian Li,Che-Jen Hsieh,Cheng-Fu Hung. A Novel DRM Framework for Peer-to-peer Music Content Delivery[J]. The Journal of Systems & Software,2010,83(10).
- [4] Won-Young Cho,Byong-Hun Ahn. Versioning of Information Goods Under the Threat of Piracy[J]. Information Economics and Policy,2010,22(4).
- [5] Kalker T,Epema DHJ,Hartel PH. Music2Share-copyright-compliant Music Sharing in P2P Systems[J]. Proceedings of the IEEE,2004,92(6):961-970.
- [6] Ariel Pakes. Patents as Options: Some Estimates of the Value of Holding European Patent Stocks[J].Econometrica,1989,54(4):755-784.
- [7] Paweł Kossecki.Competitive Market Value of Copyright in Music. 20
- [8] 18, 44(4):411-422.
- [9] 蔡茅. 网络环境下我国数字音乐版权保护困境及解决策略[J]. 临沂大学学报, 2014, 36(06):130-132.
- [10] 常丽, 许向真. 关于无形资产评估中折现率确定方法的探讨[J]. 中国资产评估, 2005(03):25-27+5.
- [11] 陈守忠. 无形资产评估方法探讨[J]. 中央财经大学学报, 2004(08):77-80.
- [12] 陈伟斌, 张文德. 基于收益分成率的网络信息资源著作权资产评估研究[J]. 情报科学, 2015, 33(09):39-44.
- [13] 樊思驿. 粉丝经济视角下数字音乐产业发展分析[J]. 传播力研究, 2020, 4(23):114-115.
- [14] 高巧智. 数字音乐作品许可使用研究[D]. 南昌大学, 2020.
- [15] 黄德俊. 我国数字音乐产业的竞争策略研究——以理论模式“钻石模型”为视角[J]. 南京艺术学院学报(音乐与表演版), 2011, No. 130(04):40-47.

- [16] 胡慧源. 新版权环境下中国数字音乐产业链整合模式研究[J]. 中国出版, 2017(11):57-60.
- [17] 黄轩, 李阳, 陆文晋. 模糊逻辑视角下数字版权价值评估[J]. 南昌大学学报(理科版), 2019, 43(02):199-204.
- [18] 胡川. 无形资产评估中运用敏感性分析的探讨[J]. 数量经济技术经济研究, 2003(01):57-60.
- [19] 黄国群, 孟娜. 我国数字音乐商业模式特点及创新路径研究——以 RCOV 框架为视角[J]. 哈尔滨商业大学学报(社会科学版), 2017, No. 155(04):49-58.
- [20] 金泳锋, 邱洪华. 基于层次分析模型的专利价值模糊评价研究[J]. 科技进步与对策, 2015, 32(12):124-128.
- [21] 李文彩. 电影著作权价值评估收益法应用研究[D]. 辽宁大学, 2016.
- [22] 李榕彬. 国内数字音乐版权保护研究综述[J]. 传播与版权, 2019(11):172-174.
- [23] 刘家瑞. 论美国数字音乐版权制度及启示[J]. 知识产权, 2019(03):87-104.
- [24] 刘刚. 中国音乐产业价值链问题研究[D]. 中国地质大学(北京), 2006.
- [25] 刘莎. 浅析中国数字音乐的知识产权保护[J]. 通俗歌曲, 2016(01):164
- [26] 刘齐. 网络数字音乐版权问题及付费模式探讨——以“酷我音乐”为例[J]. 今传媒, 2017(9):29-32.
- [27] 李先瑞. 文化创意企业无形资产评估问题探讨[J]. 国际商务财会, 2010(02):73-75.
- [28] 李曼. 层次分析法在音乐作品价值评估收益法中的应用[J]. 会计之友, 2013(08):37-40.
- [29] 石爽. 数字音乐专辑发展探究[J]. 艺术评鉴, 2020, (8):30-31.
- [30] 孙敏娴. 数字音乐产业“内容付费”盈利模式探讨[J]. 市场研究, 2020(07):63-64.
- [31] 魏建, 田燕梅. 产业链传播创造价值:版权的价值形成与保护模式的选择[J]. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 2020, 49(01):133-144.
- [32] 王磊钦. 互联网时代的音乐版权估值研究[J]. 中国资产评估, 2019(03):46-49.

- [33] 黄国群, 孟娜. 2017. 我国数字音乐商业模式特点及创新路径研究——以 RCOV 框架为视角[J]. 哈尔滨商业大学学报(社会科学版), (04):49-58
- [34] 王佳. 数字音乐平台版权运营问题与策略研究[J]. 编辑学刊, 2019, (06):43-49
- [35] 司思. 论短视频平台的数字音乐版权保护[J]. 西南政法大学学报, 2018, 20(05):113-121.
- [36] 王铉, 雷沁颖. 2019. 人工智能对中国音乐产业链的渗透与革新[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 41(12):131-134.
- [37] 姚林青, 李跻嵘. 版权保护与音乐产业关系的实证研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2015, 37(02):110-116.
- [38] 苑泽明, 李海英, 孙浩亮, 王红. 知识产权质押融资价值评估: 收益分成率研究科学学研究, 2012, 30(06):856-864+840.
- [39] 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, 5(01):85-89.
- [40] 于帆. 数字音乐版权价值开发路径探究[J]. 新媒体研究, 2019, 5(15):51-53.
- [41] 周芹. 基于收益分成法的网络游戏著作权价值评估[D]. 中南财经政法大学, 2017.
- [42] 张晓慧, 雷昊. 曲谱著作权价值评估探究[J]. 会计之友, 2016(10):16-22.
- [43] 曾意. 影视版权价值评估[D]. 暨南大学, 2017.
- [44] 中国数字音乐内容付费发展研究报告 2019 年[A]. 上海艾瑞市场咨询有限公司. 艾瑞咨询系列研究报告(2019 年第 7 期)[C]. :上海艾瑞市场咨询有限公司, 2019:34.
- [45] 张德伟. 文化版权的价值评估研究[D]. 青岛大学, 2017.
- [46] 张利洁, 张艳彬. 《从免费惯性到付费变现——数字环境下知识传播模式的变化研究》[J], 《编辑之友》, 2017 年第 12 期
- [47] 周启伦. 浅述音乐传播中商业价值的实现途径[J]. 中国文艺家, 2019(12):297.
- [48] 周芹. 基于收益分成法的网络游戏著作权价值评估[D]. 中南财经政法大学, 2017.



学, 2017.

[49] 张晓慧, 雷昊. 曲谱著作权价值评估探究[J]. 会计之友, 2016(10):16-22.

## 致 谢

三年前，我满怀期待来到了兰州财经大学，开始我的硕士研究生学习生涯，时光飞逝，仿佛转瞬之间，我即将完成我的毕业论文，完成我在兰州财经大学的硕士学习生涯。放眼过去这三年的学习生活，我在兰州财经大学不仅得到了学校与老师的教导与培养，学习到了非常专业的知识，同时也获得了满满的同窗友情，这些都让我不断的成长着。

首先，我要由衷的感谢我的导师，是她对我辛勤指导，让我从论文的选题、结构框架的安排与构造到初稿的写作、后期反复修改，直至最终定稿，从始至终教授都在无私的细心指导、不辞辛劳地耐心讲解，给予我信心。正是在导师的帮助下，我才能开阔思路，认清重点。正是有了导师的悉心帮助才能使本文得以顺利完成。

其次，我要感谢我的同学们，在与你们相处的时间里，你们给予了我很多帮助，也教会了我很多为人处世的道理，他们成为了我人生道路上增加了宝贵的指引。

最后，我还要感谢我的家人，如果没有你们在生活和精神上的帮助与支持，我是不会顺利的完成近三年的学业。正是你们的关怀与理解，才能让我投入到学习当中，并顺利完成学业。在兰州财经大学学习的几年，我收获了很多珍贵难忘的记忆，这将让我一生受用。在此感谢我的母校，感谢我的导师，感谢我的同学，还有我最亲爱的家人。感谢在青春的路上，一直有你们。