

执法咨询委员会

第十六届会议

2024年1月31日至2月2日，日内瓦

盗版作品的消费行为——内容提要 *

研究报告撰稿人：市场营销学教授 Xuemei Bian 博士和研究助理 Humaira Farid 女士，诺桑比亚大学纽卡斯尔商学院，联合王国纽卡斯尔 **

摘要

本研究的目的是全面了解印度尼西亚和泰国消费者的版权盗版问题。它确定了两国盗版最严重的产品类别。此外，它探讨了盗版作品消费者的消费行为，以及各盗版产品类别最常见的获取方式和使用频率。它也揭示了使用盗版作品的动机，以及与正版作品相比，盗版作品的感知质量如何。本研究揭示了消费者对盗版作品的总体态度，并报告了盗版作品消费者和非消费者的态度差异。此外，本研究揭示了盗版作品非消费者故意选择不接触盗版作品的原因，并确定了阻碍消费者故意获得盗版作品的影响因素。此外，我们还报告了本研究结果带来的重要影响。

一、 引言

1. 多年来，盗版一直是个全球性问题，在网上和线下市场都很普遍。在不同国家，针对不同产品类别，盗版的程度可能会有很大不同。

* 本研究由大韩民国文化体育观光部（MCST）资助。完整版研究报告（英文）见：
https://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp?meeting_id=76048。

** 本文件中表达的观点仅代表作者本人观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

2. 为了消除盗版，有必要全面了解这个持续存在的全球性问题，同时它也是一个因国家和产品而异的问题。世界知识产权组织于 2021 年开展了一项研究，评估了菲律宾消费者关于盗版的态度和行为。在此基础上，本研究调查了印度尼西亚和泰国消费者的盗版问题，这两个市场都被认为盗版问题令人担忧。

二、 泰国和印度尼西亚主要调查结果的相同点

3. 这两个国家的消费者使用盗版作品仍然很普遍。盗版作品的流行程度因产品类别而异。在四种被考查的产品类别中，电影的盗版问题最严重。

4. 对于故意使用盗版作品的消费者来说，最常用的获取方式因产品类别而异，即：音乐（YouTube 上非官方用户创建的网站）、电影（非官方网站）、电视频道（非官方流媒体网站）、计算机软件（设备上的应用程序或服务）。消费者通过谷歌等搜索引擎找到大多数盗版作品。

5. 超过 10%的消费者每月使用盗版作品一次以上。

6. 消费盗版音乐和电影/电视节目/电视频道的最主要原因是认为订阅的性价比低；消费盗版计算机软件的最主要原因是买不起正版。

7. 在使用盗版计算机软件的消费者中，超过 50%的人认为盗版软件与正版软件相比质量相同或更好。

8. 大多数不使用盗版的消费者有信心能够区分非官方网站和官方网站。

三、 泰国和印度尼西亚主要调查结果的不同点

9. 在泰国，男性消费者比女性消费者更有可能故意使用盗版作品。在印度尼西亚，在除计算机软件以外的所有产品类别中，女性消费者比男性消费者更易于使用盗版。

10. 两国易使用盗版的消费者在年龄上存在一些差异。具体而言，在泰国，30 岁以下的消费者更倾向于使用盗版作品。相比之下，在印度尼西亚，30~39 岁的消费者比其他年龄段的消费者（包括 30 岁以下的消费者）更有可能使用盗版产品。

11. 与印度尼西亚消费者相比，更多使用盗版作品的泰国消费者认为盗版音乐/电影/电视节目和电视频道的质量不如正版。

12. 泰国欺骗性盗版的程度比印度尼西亚更高，泰国不使用盗版作品的消费者无意中遇到盗版的概率约为 50%，印度尼西亚消费者的概率则为 33%。

13. 泰国消费者和印度尼西亚消费者规避盗版音乐、电影/电视节目、电视频道的最主要原因不同。前者是订阅了正版服务/作品，后者是担心质量问题。

14. 关于规避盗版计算机软件的最主要原因，泰国消费者是感到愧疚/有罪，印度尼西亚消费者是担心质量问题。

15. 在印度尼西亚，盗版作品消费者和非消费者对盗版的态度有一些显著差异（例如，感知利得、判断、害处和认知）。在泰国，盗版作品消费者和非消费者的态度差异并不大。

16. 关于阻碍消费者故意获得盗版作品的最大影响因素，对印度尼西亚消费者来说是正版的的价格较低。对泰国消费者来说是正版作品更方便。

四、 结论

17. 尽管利益攸关方做出了种种努力，但盗版在泰国和印度尼西亚仍然很普遍，一些消费者仍不能完全理解盗版和假冒之间的区别。本研究的调查结果从消费者的角度，揭示了两国在版权盗版问题上的一些相同点和实质性不同点。本研究还确定了不同产品类别之间的差异。鉴此，旨在消除消费者盗版的政策和反盗版战略应考虑到产品类别和消费者特点，以及国家层面的差异。

[文件完]