

人工智能与音乐版权保护如何和鸣共生

□本报记者 隋明照 文/摄

人工智能为内容产业发展带来了巨大影响，对于音乐产业来说同样如此。2024中国数字音乐产业大会近日在福建厦门举行，会上发布的《中国数字音乐产业报告（2023）》以及多个论坛活动中都提及了人工智能给数字音乐产业发展带来的机遇与挑战，版权保护是其中的关键问题之一。会上，音乐产业从业者与学者从实践出发，分享了各自的观点。

人工智能为音乐作品创作带来变革

“5G、人工智能、虚拟现实、增强现实、混合现实等技术，正在以前所未有的活力引领着数字音乐产业迅猛发展，同时也推动着产业链的深刻变革，重塑了音乐创作与生产、音乐传播与分发、音乐消费与体验的模式。以Suno为代表的音频模型，让普通人体会到了创作歌曲的美妙。”在2024中国数字音乐产业大会主论坛上，中国音像与数字出版协会理事长孙寿山在致辞中如是说。

孙寿山提到的Suno，是一款AI音乐创作软件，目前已经上线了中文版。用户输入歌词、风格及标题，AI会依据输入的歌词生成一首音乐。Suno也能够随机生成歌词，或者输入一些文字再生成歌词，系统会按照输入的关键词展开联想来生成歌词。北京大学法学院教授、博士生导师，北京大学人工智能研究院AI安全与治理中心主任张平提到，为了准备在数字音乐产业大会上的演讲，她专门去Suno平台，尝试创作了一支曲子。

不仅是国外的平台将AI用于音乐制作，国内平台也已经有了相似的探索实践。腾讯音乐娱乐集团副总裁杨奇虎介绍，利用AI技术，腾讯音乐已经可以提供音乐分离功能，做到智能识别音乐片段中的人声、背景声、乐器声等，实现一键分离；辅助写词功能则可以帮助创作者找到合适的押韵词语。杨奇虎提到，今年4月，全国首个AI作曲的民乐音乐会《零·壹|中国色》已经与观众见面。这场演出的全部参演曲目均由腾讯音乐娱乐集团和腾讯AI Lab联合研发的AI音乐大模型“琴乐大模型”创作，并经过乐团演奏家们二度创作最终打磨成曲，这场充满创意的音乐会受到了观众好评。

人工智能用于作词作曲，拉低了音乐创作的门槛，用户不需要专业乐理知识并经过大量练习就能创作歌曲，这给专业的词曲作者带来不小的冲击。中央音乐学院音乐人工智能与音乐信息科技系教师、青年作曲家巩子晗说，早期人



2024中国数字音乐产业大会现场。

工智能生成的音乐可以用“粗制滥造”来形容，但过了一年时间，人工智能生成的音乐已经可以用“成熟”来形容了，“人工智能发展的迅速以及智能程度让很多人产生了恐慌，‘失业’‘取代’‘害怕’成为了大家对人工智能评价的热词。”人工智能在艺术创作领域真的会取代人类吗？巩子晗认为，人工智能会取代相当一部分艺术工作的从业人员，完全取代尚需时间。专业的音乐从业人员应该将人工智能融入专业创作中，让技术服务于人类创作。

“洗歌”等版权问题令从业者担忧

《中国数字音乐产业报告（2023）》中提到，2023年，“AI技术的广泛应用为音乐词曲创作开辟了新的天地，既提高了创作效率，又展现出非凡的创新性。”同时提到人工智能技术给行业治理带来新挑战，“如何在促进人工智能技术发展和产业创新的同时，又能保障市场规范、有序发展，成为亟待解决的问题。”

中国传媒大学作曲系副教授冯金硕表达了对“洗歌”问题的担忧。他提到，在人工智能用于音乐创作之前，对抄袭、“洗歌”的判定就有难度，如果走诉讼程序，要证据非常充分才有胜算。人工智能应用于音乐创作之后，如果其生成的歌曲和已有作品很像，那么“洗歌”与否的判定，是机器还是人的

侵权责任认定会更复杂，而且因为人工智能生成产品的速度比人要快得多，涉及“洗歌”的情况可能越来越多，而且可能会产生更多纠纷。

杨奇虎同样提到，AI生成的音乐可能涉及对现有作品的模仿和复制，这可能引起版权争议。杨奇虎还提醒道，人工智能音乐创作可能加剧“文化挪用”现象，尤其是处理具有特定文化背景的音乐时，人工智能可能无法准确地理解和尊重文化差异，导致不恰当的文化元素的使用，这是特别需要提醒音乐创作者注意的。

随着AI音乐生成物的增多，权利归属、侵权责任和合理使用的界定变得更加复杂。杨奇虎和张平在演讲中都提到，人工智能用于训练的数据可能包含受版权保护的内容，这会给人工智能平台带来版权风险。张平说，目前人工智能平台用于训练的数据很多是从公开领域爬取获得的，但音乐大模型训练必须要有高品质的数据，而高品质的数据往往是受版权保护的高质量音乐作品，如何应对版权风险，需要平台方认真对待。

拥抱新技术仍然是主流声音

尽管面临诸多挑战，但是拥抱新技术的声音仍然是主流。

环球音乐集团大中华区主席暨首席执行官徐毅在音乐产业从业30余年，

见证了音乐产业从磁带唱片到数字化的转型。“任何一个了解音乐行业发展历程的人都会同意，音乐产业发展的本身就是一次又一次面临新技术的挑战甚至颠覆，又一次次拥抱技术革新的过程。”徐毅说，将人工智能仅视为一种威胁或者是挑战是短视的。合理开发和应用人工智能，会让人工智能成为强大的工具，帮助音乐产业完成新一轮技术革命，这一点已经逐渐照进了现实。

音乐产业从业者对良好版权环境以及版权法规完善的期待十分强烈。2024中国数字音乐产业大会分论坛二的圆桌对话环节以“人工智能时代数字音乐产业融合发展与版权保护”为主题，论坛中，科大讯飞研究院副院长、讯飞音乐首席科学家江源认为，人工智能如果“野蛮生长”，会对市场造成冲击，希望其发展能够“有法可依，有规可循”。腾讯音乐研究院秘书长王优西和看见音乐联合创始人邹小曼都表示，可以关注国际社会对于人工智能的相关法案，结合本国情况完善法规制度。

人工智能的发展势不可挡，《中国数字音乐产业报告（2023）》的“趋势与展望”部分提到，“随着人工智能技术，特别是生成式人工智能技术与大模型在数字音乐全产业链的深入融合与应用，功能性创作、智能化创作、个性化分发、场景化消费等全产业链变革即将到来。”而面对变革，版权开发与保护将会扮演更加重要的角色。

海外速览

多支美国NBA球队面临版权诉讼

近期，有14支美国NBA球队被卷入一项重大版权诉讼中，有人指控他们在通过社交媒体平台和NBA官方网站分发的宣传视频中未经授权使用了某些音乐，因此侵犯了版权。

这些诉讼是由Kobalt音乐出版公司和艺术家出版集团发起的，凸显出有关各方对在数字媒体中未经授权便擅自使用受版权保护音乐的行为正在采取日益严格的审查态度。

宣传视频未经授权使用音乐引纠纷

据了解，这些诉讼是7月18日在美国纽约南区地方法院提起的。原告包括所有涉案歌曲的独家授权代理Kobalt音乐出版公司以及麦克·凯伦的独立唱片公司艺术家集团的出版部门，即艺术家出版集团，以及其他各个原告（以下统称原告）。被告则是一些2023到2024赛季的知名NBA球队，其中包括纽约尼克斯队、克利夫兰骑士队、丹佛掘金队、明尼苏达森林狼队、亚特兰大老鹰队、印第安纳步行者队、迈阿密热火队、新奥尔良鹈鹕队、奥兰多魔术队、费城76人队、菲尼克斯太阳队、波特兰开拓者队、萨克拉门托国王队和圣安东尼奥马刺队（以下统称被告）。

原告在诉讼中表示，被告在其宣传视频中使用了受版权保护的音乐，而且并没有获得原告的许可、授权或同意。这些视频发布在了TikTok、Instagram、Facebook、YouTube、X以及NBA官方网站等平台上。原告指出，这些球队应该非常了解美国的版权法律，因此，原告认为被告是故意侵犯了他们的版权。

例如，针对纽约尼克斯队的诉讼涉及23首涉嫌侵权的曲目，其中包括布斯塔·莱姆斯的《Put Your Hands Where My Eyes Could See》。针对奥兰多魔术队提起的诉讼列出了37首曲目，例如梅杰·雷泽的《Lean On》和来自前NBA球员沙奎尔·奥尼尔的一首歌。克利夫兰骑士队则被指控侵犯了16首歌曲，包括爱莉安娜·格兰德《Into You》的3LAU混音作品和杰森·德鲁罗的《Swalla》。印第安纳步行者队的诉讼只涉及一首曲目，即奥斯汀·马洪的《Mmm Yes》。

原告声称，被告并未获得使用作品所需的许可，从而构成了直接侵权、帮助侵权以及代理侵权行为。原告表示，尽管被告完全了解此类使用所面临的法律限制，但被告仍故意使用了原告的版权作品，目的是“增加收视率”和“吸引他们的粉丝群”。

这起法律诉讼凸显了“在未获得许可的情况下将音乐作品整合到社交媒体内容中”的复杂性，因为这些视频用在宣传球队，带有商业目的。尽管社交媒体平台为用户生成的内容提供了广泛的许可音乐库，但这些权限并没有扩展到各个品牌自己创建的商业或促销视频上，这需要当事人获得单独的同步许可证。

音乐行业版权保护意识增强

据了解，每起诉讼的目标是针对每次侵犯版权的行为处以最高15万美元的罚款。鉴于涉嫌违规行为的规模，每支球队的赔偿总额可能会飙升至数百万美元。

截至7月22日，诉讼中所提及的许多视频已无法在任何社交媒体平台上进行观看。此次的删除行为可能表明上述NBA球队需要承认这些指控，或者采取预防措施来减少潜在的法律风险。

其实，这些诉讼是音乐行业领先实体所引领的版权侵权诉讼大趋势的一部分。最近，主流唱片公司索尼音乐集团、环球音乐集团和华纳音乐集团就起诉了人工智能音乐生成器Suno和Udio的创建者，指控后者在未获得授权的情况下使用了受版权保护的音樂。这些唱片公司以及ABKCO Music还对Verizon提出了诉讼，指控Verizon为其用户进行广泛的版权侵权提供了便利。这一法律行动凸显出音乐行业显著增强了斗争精神以保护好相关的知识产权。

有关此类努力的其他显著例子还包括索尼音乐对健身品牌Gymshark在其广告中侵犯了297条录音所采取的行动。随后，索尼音乐还对万豪国际提起诉讼，指控这家酒店巨头通过其社交媒体内容故意侵犯了版权。

很显然，这些诉讼的判决结果可能会给体育和音乐行业带来重大影响，这凸显了进行适当许可和遵守版权法的重要性，尤其是在数字媒体的背景下。

对原告有利的裁决可能会对NBA施加巨额的经济处罚，而且有关各方需要重新评估球队应该如何管理其数字内容中的音乐使用情况，对于音乐行业来说，这些诉讼体现出在数字时代保障知识产权的重要性。同时，这也对其他实体发出了严厉的警告，即在社交媒体和数字平台上未经授权便擅自使用受版权保护的音樂将会面临严重的法律后果。

（中国保护知识产权网）

山东省青岛市加大营业性演出场所周边执法力度

打击音像盗版 维护视听纯美

□李乃滨 杜玉甫

“200元一盘，500元3盘，绝对正版，走过路过不要错过……”演出场地周边的各个出入口，售卖盗版音像制品的叫卖声不时传到歌迷的耳中，这是山东省青岛市部分演出现场出现的真实景象。

每当有知名歌星演唱会时，场内人声鼎沸、震耳欲聋，场外一些小商小贩在售卖各种商品。当演出接近尾声时，熙熙攘攘的人群中，不乏售卖盗版音像制品人员的身影。销售盗版音像制品人员大都背着黑色背包，跟执法人员打游击战。他们时而躲起来，时而出现在，穿着伪造的志愿者红色马甲，佩戴伪造的工作证，看上去很像是演唱会现场的工作人员，跟执法人员“斗智斗勇”。

贪了“假便宜”，失了真钱财

近日，12345热线连接到群众投诉，有歌迷称在演出现场购买的偶像的演唱会专辑带回家后发现是盗版光盘。这一信息转到青岛市文化市场综合执法局后，立即引起局里的高度重视，每场演出安排市、区两级执法人员对演出现场周边进行执法检查。通过在演唱会现场及周边的不间断巡逻排查，在2024张信哲未来式终极版巡回演唱会—青岛站和张韶涵巡回演唱会—青岛站，执法人员抓获近10名售卖盗版音像制品的流动人员，收缴盗版音像制品200余件，以及伪造的志愿者红色马甲、工作



执法人员在演唱会场外执法，查获盗版周边。

青岛市文化市场综合执法局 供图



证等物品。

演唱会散场后以志愿者名义售卖假签名照、专辑属于演唱会的经典骗局，2023年就有网友发文称自己遭遇这类骗局，粉丝群体中也会提示“不要在场馆购买任何签名专辑、照片”，但为何这一骗局屡试不爽？

一方面，售卖方迷惑性很强，这也是诸多上当消费者没能反应过来销售的专辑可能存在问题的原因。此类假CD售卖者的售卖地点往往选在场馆内或是靠近场馆的地点，穿着伪造的志愿者红色马甲，佩戴伪造的工作证，看上去很像是演唱会的工作人员。另一方面，也有情绪的因素，一场酣畅淋漓的演唱会散场后观众意犹未尽地离开场

馆，情绪还沉浸在演唱会中，看到售卖这场演唱会艺人周边自然会想要购入留作纪念。此外，这种假冒专辑售卖的价格在演唱会消费群体的接受范围内，而且属于一次性买卖，观众来自全国各地，即使发现专辑有问题，再想找到这些流动的卖家难如登天，几百元的损失也就只能当作花钱买教训，因而真的会去较真维权的人并不多，这也使得售假方屡屡得手。

合法合规购买，守护市场秩序

随着国内演出市场的火爆，今年青岛市营业性演出场次较往年明显增加。

为加强对大型营业性演出活动的管理规范，依据《著作权法》《营业性演出管理条例》等法律法规，青岛市文化市场综合执法系统集中开展打击营业性演出场所周边侵权盗版专项行动，严厉打击营业性演出场所周边侵权盗版行为。

青岛市市场执法系统要求演出主办方在入场须知中注明“演出主办方未授权任何渠道售卖相关的签名专辑或签名海报，凡是在场馆周边售卖上述产品的，一律为假冒产品，请歌迷朋友从官方渠道购买周边产品，谨防上当受骗，如遇不法分子行骗，请及时举报”，同时在演唱会开场前宣传大屏幕上用字幕作出提示：“演出官方未设置光盘销售，请广大歌迷选择正规渠道购买光盘产品。”郑重提醒歌迷及消费者谨防上当受骗。侵权盗版行为不仅欺骗了消费者，更严重侵害音乐制作方的合法权益，伤害从业人员的创作积极性，广大歌迷通过正规渠道购买CD，支持正版作品，不给不法分子可乘之机。

下一步，青岛市文化市场综合执法局将与演唱会的主办方、场地方紧密结合，从源头加强监管和治理，充分利用广播、海报等方式在各个出入口及通道提醒消费者增强版权意识，谨防上当受骗。同时将联合公安等部门加强执法联动，加大对侵权盗版行为的查处力度，让售假者无处藏身，共同创造良好的文化市场环境。

（作者单位：青岛市文化市场综合执法局）