

WIPO杂志

音乐特刊

2025年



人工智能：
这是音乐产业的下一个
Napster时刻吗？

音乐周边产品：
打造品牌的新关键

流媒体：
中东和北非音乐热潮
背后的秘诀

WIPO

编者按

亲爱的读者：

我们很高兴与您分享2025年版杂志，探讨音乐与知识产权之间不断演变的关系。今年的关注点是音乐，从帮助奠定音乐版权基础的18世纪法律案件（第58页），到人工智能生成歌曲如何推动流量农场兴起（第30页），再到与音乐创作者的对话，以及来自业界领袖和创新者的文章，各种故事和观点精彩纷呈。

对音乐的关注恰逢其时。最新的行业数据显示，音乐产业增长显著，尤其是在盗版曾经盛行的地区。流媒体服务和行业协会报告了创纪录的版税支付以及在营销和艺术家与曲目方面的投资（第6页）。然而，随着数字发行的发展，艺术家们比以往任何时候都更需要了解自己的权利（第16页）。

人工智能(AI)、人类创意和版权之间不断变化的关系只会加快这场本已紧迫的对话节奏。人工智能正在颠覆商业模式。正如一位撰稿人所言（第34页），音乐产业很可能正在经历另一个Napster时刻，必须努力实现创意与新技术之间的和谐，同时呼吁在法庭内外进行许可（第44页）。在第48页，一位技术专家研究了人工智能系统如何生成音乐，并思考机器是否能帮助确保未来的公平版税。

艺术家补偿问题在其他版面也占据重要位置，格林纳达索卡歌手V'ghn（第2页）和佛得角歌手Solange（第40页）介绍了如何有效利用知识产权制度。我们还研究了中国的集体管理制度（第54页），并探讨了印度对地理标志保护传统乐器的看法（第68页）。

祝您阅读愉快。



诺拉·曼泰

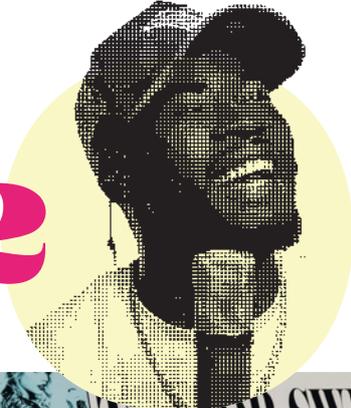
《WIPO杂志》编辑

电子邮件:wipomagazine@wipo.int

64



2



10

34

16



免责声明

本期《WIPO杂志》特刊本着音乐精神，配合世界知识产权日和2025年大会的主题出版。杂志由瑞士日内瓦世界知识产权组织（产权组织）免费发行。

《WIPO杂志》旨在帮助扩大公众对知识产权和产权组织工作的了解，并非产权组织正式文件。

本出版物中所用的名称及材料的呈现方式，不意味着产权组织对于任何国家、领土或地区或其当局的法律地位或对于其边界或边界线的划分，表示任何意见。本出版物不反映成员国或产权组织秘书处的观点。提及具体公司或具体厂商的产品，不意味着它们得到产权组织的认可或推荐，认为其优于未被提及的其他类似性质的公司或产品。

2

人物侧写

V'ghn: 格林纳达索卡音乐王子兼产权组织最新知识产权青年大使

6

数据

国际唱片业协会 (IFPI) 回顾音乐产业数字化转型十年

10

专题报道

音乐周边产品: 音乐家打造品牌的新关键

16

访谈

尼克拉斯·莫林德: 音乐创作者需要转变其对元数据和知识产权的思维方式

19

法庭之上

人工智能语音克隆: 一位宝莱坞老演员如何开创法律先例

22

概述

音乐版权: 协调音乐创意与商业

24

专题报道

K-pop 粉丝群围绕知识产权问题的集结方式

30

专题报道

人造流量及其对音乐世界的实际影响

34

观点

人工智能音乐会成为音乐产业的下一个 Napster 时刻吗?

40

访谈

Solange Cesarovna: 如果没有音乐, 我们就无法了解自己

44

观点

人工智能: 技术与创造力的协同作用

48

特邀文章

音乐版税: 人工智能音乐时代如何公平对待艺术家

54

专题报道

中国音乐产业的版权保护

58

特邀文章

改变音乐版权法面貌的18世纪法律案件

64

访谈

对话 Spotify 的 Imad Mesdoua

68

专题报道

印度手工艺人如何利用知识产权保护传统乐器制作

71

法庭之上

巴西法官考虑在阿黛尔案中适用《伯尔尼公约》

74

人物侧写

沙特制作人 Ahmed Alsallal 利用音乐推广知识产权

V'ghn:

格林纳达索卡音乐王子 兼产权组织最新知识产 权青年大使

| 作者:WIPO学院

格林纳达冉冉升起的索卡音乐明星V'ghn正在全球舞台上崭露头角,不仅因为他的关注者越来越多,而且因为他是产权组织最新的知识产权青年大使。了解他对音乐家如何将艺术创作转化为持久生计的见解。





格林纳达有着浓厚的音乐氛围，这里的爵士乐、雷鬼乐、舞厅乐和索卡乐艺术家在世界舞台上竞相绽放。Jevaughn John，也就是人们熟知的V'ghn，是一位28岁的索卡音乐人、词曲创作者和制作人。他在Spotify上拥有近10万名全球听众，最近还与维珍唱片公司签约。他在此分享了自己在音乐行业成长的重要经验。

小时候，Jevaughn John每晚都听父亲弹吉他，下午则在格林纳达古亚夫的Spices舞蹈团跳舞消磨时光。他花了六年时间把自己培养成为一名表演者，11岁时开始在索卡二重奏中演奏音乐。

在2013年格林纳达全国索卡之王大赛上，16岁的他作为独唱艺人一举成名。六年后，他在特立尼达和多巴哥举行的国际索卡之王大赛上获奖，成为格林纳达有史以来第一位进入前三名的音乐家。他的歌曲“Trouble in the Morning”在“Groovy”类别中获奖。

同年，V'ghn被提名为格林纳达、卡里亚库岛和小马提尼克岛的文化大使，以表彰他年纪轻轻就为格林纳达音乐事业做出的贡献。2025年4月，他成

为世界知识产权组织（产权组织）新的知识产权青年大使。

“我很荣幸代表格林纳达成为产权组织知识产权青年大使，”V'ghn得知这一消息时说，“我希望通过为像我一样的年轻创意者树立一个好榜样，表明我所在行业能提供的一切。”

V'ghn一直自己制作和发行音乐，但在2025年，他与总部位于伦敦的EGA Distro Ltd（维珍唱片旗下的一个厂牌）签订了一份包含10首歌曲的合约。签约前，他深入研究了知识产权，试图尽可能多地了解相关知识。他最终签订了一份包含10首歌曲的合约，以保留母带录音并保持独立艺术家的身份。

V'ghn解释说：“这个行业可能是无情的，因此艺术家能做的最重要的事情就是保护自己，了解自己的权利，包括自己的知识产权。”“音乐行业是没有退休金的，艺术家们需要谨记，有时候，经营音乐比在录音棚里录音更重要。”

同大多数艺术家一样，他60%的收入来自演出，而流媒体收入只占15%。他还与多个品牌合作，

在观众中推广它们的产品。通过这段经历,他了解到知识产权的另一面。

“对于像我这样的艺术家来说,知识产权不应仅仅始于版权,也不应仅仅止于版权,”他说,“商标也很重要。品牌和商业方面的工作让我看到了自己如何通过音乐来支撑我的未来。”

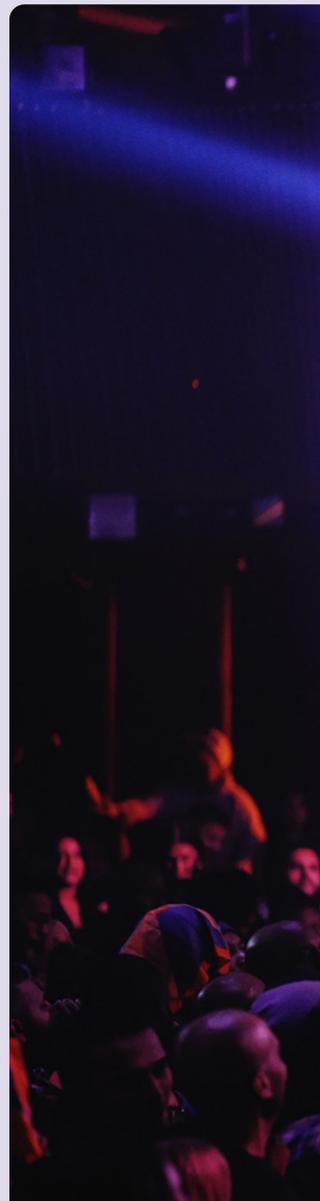
作为词曲创作者,对他来说最重要的是自己的作品能得到认可。“我为业界的朋友写过歌,比如Nadia Batson、Blaxx、Skinny Fabulous和Kons hens等。有时是他/她们请我为他/她们写,有时只是我写出来的歌曲更适合他/她们。我通常不为作词要求报酬——只要求对我的贡献给予认可。”

V'ghn是东加勒比音乐版权集体组织(ECCO)的成员,他的音乐在该地区的版权有赖于该组织的支持。

“你不能永远站在舞台上,但你的音乐会永远流传下去,因为音乐永不消逝。因此,作为创作者,必须确保我们的知识产权拥有版权并得到保护,因为这不仅会让我们受益,也会让我们的后代有机会过上好的生活。” **M**



对于像我这样的艺术家来说,知识产权不应仅仅始于版权,也不应仅仅止于版权。商标也很重要。



“品牌和商业方面的工作让我看到了自己如何通过音乐来支撑我的未来。”



国际唱片业协会 (IFPI) 回顾音乐产业 数字化转型十年

| 作者: Lauri Rechartt, 国际唱片业协会首席法律官



国际唱片业协会 (IFPI) 的数据显示, 自2014年以来, 全球录制音乐产业的产值翻了一倍多, 从140亿美元增至296亿美元, 其中流媒体目前占69%。这种持续增长归功于版权持有者的创新和对新音乐服务的许可, 也归功于曾经受盗版打击最严重的地区的人才释放。拉丁美洲、撒哈拉以南非洲以及中东和北非目前是录制音乐增长最快的市场。

最

新数据和趋势表明,持续增长的潜力依然存在,但国际唱片业协会强调,尊重版权框架和投资艺术家仍然至关重要。在人工智能公司为版权带来前所未有挑战的背景下,A&R(艺术家与曲目)和营销支出在2023年已达到81亿美元的历史新高。

从CD到流媒体:收入的转变

2015年,我为《WIPO杂志》撰写了一篇文章“音乐产业的现状”,探讨版权和未来发展的机遇与挑战。当时,国际唱片业协会(IFPI)刚刚公布了2014年的全球收入数据,显示录制音乐产业的产值达到140亿美元,其中CD销售是主要收入来源。Spotify有1500万订阅用户(2024年将达到2.63亿),增长的一个主要障碍是在线内容共享平台在没有许可证的情况下发行音乐,同时声称受益于“避风港”特权,从而造成了市场扭曲。

十年之后,2025年《国际唱片业协会全球音乐报告》提供了最新数据。2024年,该行业的产值将达到296亿美元,其中69%的收入来自流媒体。全球有超过7.5亿用户使用付费流媒体订阅账户,除少数顽固者外,主要的内容共享和社交媒体平台都已就音乐使用许可进行了谈判。可以说,该行业转型和增长的深度和速度甚至超出了最乐观的预测。

推动全球音乐产业增长的三大关键因素

(1) 实物产品和表演许可

虽然市场增长主要由付费流媒体驱动,但实物产品并未消失。相反,黑胶唱片的销量却在稳步增长。集体管理组织(CMO)也在增加广播和公共表演许可的收

入。因此,尽管数字流媒体占据了行业收入的大部分,但其他产品也在增长,并对整体趋势做出了贡献。

(2) 全球扩张和本地艺术家发展

该行业的增长是全球性的,覆盖所有地区。目前排名前十的市场包括中国、大韩民国、巴西和墨西哥,2024年增长最快的地区是中东和北非、拉丁美洲和撒哈拉以南非洲。此外,根据最近一篇关于“全球本土化”的论文,在研究中的大多数国家“2022年排名前10位的歌曲和艺术家中,国内份额都有绝对和相对的增长”。在国际唱片业协会,我们在每个市场的年度前十排行榜上都能看到这一趋势的证据。

这些数据表明,投资本地人才对于确保持续增长非常重要,而可预测和统一的全球版权框架对于支持此类投资也非常重要。《世界知识产权组织版权条约》和《世界知识产权组织表演和录音制品条约》是全球版权制度的基础,也是本地音乐和其他创意产业发展的助推器,其重要性无论怎样强调都不为过。

(3) 音乐价值链的均衡增长

音乐价值链上的所有群体——词曲作者、出版商、艺术家、唱片公司和发行商——都从中受益。在英国,知识产权局(IPO)和竞争与市场管理局(CMA)在各自关于数字时代音乐创作者收入的研究报告中指出,艺术家和词曲作者在不断增长的行业销售收入中的份额加大,同时被许可的流媒体服务则为消费者提供了前所未有的价值。

国际唱片业协会在全球范围内也发现了同样的趋势。2023年,唱片公司将其收入的34.8%支付给艺术家,2016年至2023年间,这一支付额增长了107%。词曲作者和出版商也从中受益——他/她们在2023年的流媒体收入是2001年(实物销售达到顶峰的一年)CD销售收入的两倍多。



81亿美元用于艺术家培养:穿透数字杂音

事实也是如此,虽然今天的艺术家在制作和发行音乐方面比以前有更多的选择和机会,但音乐制作的“民主化”和全球竞争使艺术家比以往任何时候都更难接触到歌迷。

根据Luminate (娱乐市场监测和洞察力提供商,原名MRC Data and Nielsen Music)的数据,流媒体平台上的歌曲超过1亿首,每天上传的新唱片超过10万张。这就是为什么唱片公司在音乐生态系统中继续发挥着关键作用;它们在发现、推广和培养人才方面的专业知识,可以帮助艺术家在日益激烈的争夺歌迷关注的竞争中取得成功。

在唱片业快速发展和经营环境发生重大变化的过程中,始终不变的是艺术性的核心地位,以及唱片公司对艺术家及其音乐的信念和投资。

进一步发展不是必然的,它需要投资、对人类艺术的信念和强有力的版权框架。

根据2025年《国际唱片业协会全球音乐报告》,2023年,唱片公司在A&R和营销方面的投资达到了81亿美元,创历史新高。这种投资至关重要,因为对艺术家的投资仍然是高风险的,10个艺术家中只有一两个能取得商业成功。这种投资也有利于该行业的其他参与者,从词曲作者、出版商到数字服务提供商。

在此背景下,版权保护仍然是唱片公司对艺术家及其音乐进行高风险投资的重要前提。如果没有版权提供的专有权,唱片公司就无法就其唱片使用的公平商业条款进行谈判,而这是确保新音乐创作和对新艺术家进行投资所必需的。

版权的这一基本原则在生成式人工智能领域同样适用。



版权保护仍然是唱片公司对艺术家及其音乐进行高风险投资的重要前提。



音乐产业的未来：流媒体、版权和人工智能

未来10年全球录制音乐产业将如何发展？我们这个行业最令人兴奋的一点是，我们根本不知道歌迷会接受什么样的未来音乐趋势、流派和艺术；总是会有一些新的和意想不到的内容。

但显而易见的是，今天的唱片业拥抱变化，直接参与推动创新。这意味着新兴市场的持续增长给艺术家带来了更大的发展空间和走向全球的机会。

在唱片公司探索如何加深艺术家与粉丝之间联系的过程中，技术将继续成为不可或缺的合作伙伴。至于人工智能，有一条积极的前进道路，即根据许可和透明原则，以公平条件向人工智能生成服务许可音乐。我们需要各国政府认可并支持这一点。

也许这是一个悖论，音乐令人激动的未来建立在支撑其过去十年发展的同一基础之上：尊重全球版权框架。M



本文作了缩减。
请在线阅读作者对当前人工智能发展的更多看法。

Lauri Rechart是国际唱片业协会的首席法律官，常驻伦敦。在加入国际唱片业协会之前，他是芬兰表演艺术家和唱片制作者版权协会Gramex的董事，也是芬兰知名律师事务所Procopé&Hornborg合伙人。他还因参加1988年夏季奥运会帆船比赛而闻名。



音乐周边产品：

音乐家打造品牌的新关键

作者：James Nurton, 自由撰稿人

泰勒·斯威夫特(Taylor Swift)和蕾哈娜(Rihanna)等音乐人如何在音乐之外建立价值数十亿美元的知识产权帝国,同时面对商标挑战,在创意控制权与商业成功之间取得平衡。



没有什么比现场观看自己喜爱的音乐家演出更让人激动的了——而且似乎越来越多的人都向往如此。泰勒·斯威夫特(Taylor Swift)最近举办的“Eras Tour”巡回演唱会是有史以来票房收入最高的巡回演唱会,观众总数超过1000万,票房收入超过20亿美元。与此同时,英国摇滚乐队绿洲(Oasis)在解散15年后,最近宣布将于2025年7月和8月举行一系列音乐会。演出日期立即售罄。

现场活动的受欢迎度表明,歌迷非常重视与音乐家和乐队的联系。对许多歌迷来说,购买纪念品和周边产品是延续这种关系以及对偶像认同的一种方式。

由于唱片销售和流媒体的版权使用费收益有限,周边产品销售对当今许多明星来说越来越重要。根据MIDiA最近一份报告显示,到2030年,全球周边产品销售市场将增长到163亿美元。

“音乐家可以通过周边产品销售使其知识产权受益最大化。这可以使他/她们的收入多样化,壮大他/她们的品牌,并创造更多与歌迷联系的方式。”英国伦敦布鲁内尔大学知识产权法讲师Hayleigh Boshier说。

然而,要想取得成功,周边产品销售战略需要对商标和外观设计等知识产权进行精心管理,并与第三方就许可和协议进行谈判。

对于音乐家来说,确保对其名称和相关知识产权的控制权至关重要。

嘻哈周边产品： 一场品牌革命

自20世纪60年代以来，凡是去过演出场所或唱片店的人，对于表演者和乐队的歌迷们可以购买到的一系列周边产品都不会感到陌生，从T恤、海报到钥匙圈和玩具，应有尽有。

但在某些音乐流派中，周边产品销售一直扮演着更重要的角色。位于加利福尼亚州洛杉矶的西南法学院的Kevin Greene教授认为，从20世纪80年代起，周边产品销售对于嘻哈歌手尤为重要。

Greene教授最近发表了一篇题为《告别版权？嘻哈音乐产业中商标权和公开权的崛起》的文章，他告诉《WIPO杂志》：“对于许多边缘化群体来说，音乐产业已经腐朽不堪。但是，嘻哈音乐带来了城市内的喧嚣风气。”

Greene认为，知识产权在历史上对非裔美国人音乐创作者产生了不利影响，使跨国公司受益：采样等技术不被认可，版权也没有充分承认非裔美国人创作的作品。但他说，1986年，嘻哈乐队

Run DMC“撞开了这扇门”，他们成为一个与大型运动品牌建立合作关系的乐队，推出了歌曲《我的阿迪达斯》。

继Run DMC之后，Drake和Travis Scott（均与耐克合作）、Jay-Z（与彪马合作）和Cardi B（与锐步合作）等艺术家也纷纷效仿Run DMC。如今，Greene说，“一开始就签订品牌合同成为一种惯例”。

名人服装品牌和时尚合作

有些音乐家甚至拥有自己的时装品牌，或作为设计师与奢侈品牌合作。蕾哈娜于2017年推出了Fenty Beauty品牌，并于2019年至2021年主导Fenty时尚品牌（由LVMH集团所有）。自2014年起，她还与彪马合作推出了Fenty X Puma品牌。据估计，这位歌手的身价高达14亿美元，这主要归功于Fenty Beauty和她的其他商业投资。

美国音乐家Pharrell Williams现在与路易威登合作，担任其男装创意总监。2025年1月，威廉姆斯和日本DJ兼

设计师Nigo在巴黎时装周上推出了一个男士街头服饰系列，赢得了好评。

赚钱的不仅仅是时尚产业。例如，说唱歌手Megan Thee Stallion与耐克、Revlon、Cash App和Popeyes签订了合约。2014年，Dr. Dre以30亿美元的价格将其耳机公司Beats by Dre卖给了苹果公司。

如何用商标保护 艺术家品牌

虽然成功的周边产品销售可以带来巨大的回报，尤其是对于拥有广泛歌迷基础的知名音乐家而言，但也有一些障碍必须克服。

首先，音乐家必须确保对其名称和相关知识产权（如徽标和图像）的控制权。以K-pop为例，经纪人与歌手或乐队（包括G-Dragon和iKON）之间曾多次就名称所有权发生争议。

当乐队成员加入或离开乐队时，经常会因此产生争议。20世纪70年代英

对于音乐家来说，一个关键的决定在于，是开发自己的品牌，确保完全的控制权和创作自由，还是与被许可方合作。



2023年8月在纽约举办RUN DMC x Adidas Originals弹出式艺术装置展,以纪念这个传奇嘻哈乐队成立40周年。



国乐队the Rubettes(因歌曲“Sugar Baby Love”而闻名)的前成员,因其中一人申请在英国和欧盟注册“Rubettes”商标,最终对簿公堂。其英国商标注册最终被高等法院裁定无效,而欧盟商标注册则被撤销。第二个关键点是确保商标注册在所有相关辖区涵盖所有必要商品和服务。马德里体系目前覆盖130个国家,可以在这方面成为宝贵工具。商标申请还应涵盖未来计划生产的任何产品,并考虑到说明商标用途的宽限期。

第三,其他知识产权,如注册外观设计和公开权(如有)也可能与此相关。外观设计权对于时装和家具等行业至关重要。但是,鉴于音乐家在媒体上的高知名度,他/她们必须特别注意新颖性要求以及因过早披露而导致外观设计无效的风险。

这种风险在欧盟普通法院最近审理的一起案件(T-647/22号案件)中显露无遗,该案涉及彪马公司提交的鞋类注册式共同体外观设计(RCD)。RCD是一项涵盖欧盟的统一工业品外观设计权。《欧盟外观设计条例》(EUDR)修订后,自2025年5月起,所有共同体外观设计均更名为欧盟外观设计(EUD)。

在彪马诉Forever 21一案中,法院基于歌手蕾哈娜于2014年12月在其Instagram网页和其他处发布的照片中披露的外观设计,得出该外观设计缺乏独特性的结论。

法院指出,由于蕾哈娜在2014年12月时(在提交RCD申请前超过18个月)已是世界知名流行歌星,她的歌迷和时尚界专家都对与她及彪马签订合同当天所穿的鞋子产生了特别的兴趣。

法院写道:“在这种情况下,完全有理由认为,2014年12月,在对音乐或蕾哈娜本人(包括她的服装)感兴趣的人中,有相当一部分人仔细观看了相关照片,以便从这些照片中辨别出该明星所穿鞋子的外观,从而识别出在先设计的特征。”

彪马向欧盟法院提出的上诉未被通过(C-355/24P号案件),这意味着该判决为最终裁决。

音乐家自有品牌与名人代言:两难选择

鉴于知识产权管理和保护的复杂性,音乐家的一个关键决定在于,是开发自己的品牌,确保完全的控制权和创作自由,还是与被许可方合作,这可以



虽然周边产品销售可以带来巨大收益,但也存在较大风险,包括诉讼。

降低前期成本,但意味着放弃一些控制权和收入分成。

Bosher女士说,无论采取哪种方式,“艺术家都应确保从自己的周边产品中获得合理的收入份额。在某些情况下,我们看到,由于不合理的佣金费用,演出场所从周边产品销售中赚取的利润比艺人还多。”

就非官方周边产品实施商标权

虽然周边产品销售可以带来巨大收益,但也存在较大风险,包括诉讼。在推出任何周边产品销售计划时,确保尊重他人的知识产权至关重要。这一点在拓展新产品线时尤为重要,因为新产品线可能已经有了成熟的品牌。

音乐家也可能需要诉诸法庭来维护自己的权利。2013年,蕾哈娜在英国起诉零售商Top Shop出售印有她照片的T恤衫。上诉法院维持了认定存在假冒行为的一审判决,因为一些相关公众会认为这些T恤衫是由歌手代言的。

2016年,Run DMC在美国对沃尔玛、亚马逊和其他零售商提起诉讼,称它们未经授权销售带有该乐队名称的商品。乐队要求赔偿5,000万美元。据

报道,Wu-Tang Clan乐队的说唱歌手RZA也曾起诉网上商城销售盗版产品。

名人代言失误

在某些情况下,过度曝光或不良行为会带来损失,最终导致周边产品销售交易被取消。

说唱歌手MC Hammer就是过度曝光风险的一个例子。Greene教授说:“在20世纪90年代初,他家喻户晓。”在此期间,MC Hammer为Taco Bell、百事可乐和肯德基代言,并出演了电视动画片《Hammerman》。但随后他失去了公信力,遭到了抨击。Greene教授写道:“奢靡无度(和大量超支)使他陷入困境。”

说到不良行为,Greene教授认为坎耶·维斯特(Kanye West)的经历是一个“警世故事”。在这位美国说唱歌手发表反犹太言论后,阿迪达斯与他结束了长达10年的合作关系,并于2024年撤下了所有Yeezy鞋款。另一位说唱歌手特拉维斯·斯科特(Travis Scott)在2021年的一场演出中造成10人死亡,损失了数百万美元的交易。

平衡艺术与商业

摇滚乐的纯粹主义者可能会对音乐周边产品销售的兴起感到不适,而一些音乐家,如王子(Prince),则以拒绝商业交易而闻名。但是,在一个职业生涯短暂且往往戛然而止的行业中,这可以是强大而有利可图的。

正如Greene教授所言,在当今名人驱动的文化中:“超级明星音乐家也是社交媒体网红,他/她们的品牌依赖于商标和版权”。

Bosher女士认为,在一个理想的世界里,音乐家只靠音乐就能获得足够的收入,而周边产品销售则更多地是与歌迷建立联系,而非使收入多样化。但今天的现实并非如此。

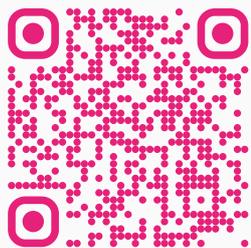
“精心策划的周边产品可以为歌迷创造出一种奇妙的方式,让他/她们与自己喜爱的音乐建立更深层次的联系,”她说,“只要来自周边产品的收入确实落入艺术家手中,这也是歌迷们支持他/她们所关注的艺术家的一个好途径,但遗憾的是,情况并非总是如此。”

M



音乐与知识产权 在此产生更多交集。

《WIPO杂志》的专题网页收集了改变网络音乐产业的商业战略、法律先例和技术变革。



聚焦 | 音乐



图: Getty Images/Anton Verelth

WIPO

尼克拉斯·莫林德：

音乐创作者需要转变 其对元数据和知识产权 的思维方式



瑞典音乐制作人尼克拉斯·莫林德 (Niclas Molinder) 敦促创作者进一步保护其元数据, 以便能够得到更好的行业保护。



尼克拉斯·莫林德开创了一项维护创作者权利的事业。他曾与ABBA乐队的比约恩·乌尔瓦厄斯 (Björn Ulvaeus) 等音乐行业巨擘合作, 并与著名制作人麦克斯·马丁 (Max Martin) 一起, 和比约恩共同创立了合作及数据工具 Session Studio。该平台帮助创作者记录正确支付版税和署名所需要的关键数据。作为CLIP (创作者学习知识产权) 平台的一名关键发起人, 莫林德在世界范围内大力倡导音乐权利和艺人教育。在与《WIPO杂志》的这次对话中, 他敦促音乐创作者采取积极措施, 确保获得应有补偿。

— 你对音乐版权的热忱来自哪里?

起初, 我没有打算参与音乐版权事务。我担任词曲作者和制作人长达20多年, 我的关注点始终在音乐创作上。但是有段时间, 我和我的合伙人收到了很多索取新歌和制作的请求, 数量之大, 让我们难以应对。为了管理这方面的需要, 我们开设了一家发行公司和

一家唱片公司, 将我们的业务转变为全方位的制作公司。

我第一次作为其他创作者的代表, 坐在谈判桌的另一边。确保所有的注册准确无误成为我的责任。那时, 我才真正领会到元数据的复杂性及其在一首歌的生命周期中的关键作用。我也认识到某些基本的东西: 我们随意使用的“歌曲”一词并不是一个法律定义——它是音乐作品和录音相结合的产物。显然, 元数据和权利管理对于确保参与歌曲创作的每个人得到适当署名和报酬至关重要。这是给我敲响了警钟。

— 你提到谈判桌的另一边。一些艺人觉得他/她们站错了队。同时, Spotify平台声称其在2024年支付了100亿美元版税。这是怎么回事?

首先, 我认为这是缺乏知识和教育的表现。很多时候, 我们不是去寻找解决方案, 而是相互指责。我真的不相信任何公司或组织会为了经济利益而故意

排斥创作者。问题在于系统本身——它具有复杂性, 如果没有正确的数据, 付款就会被延迟或者丢失。

— 那么另一边呢?

我自己从一名创作者的角度来看, 如果我们不记录与谁进行了合作, 谁对音乐作品或录音做出了贡献, 我们怎么能指望行业内其他参与者——发行商、经理人、唱片公司、流媒体服务平台和集体管理组织 (CMO)——为我们搞清楚这些呢? 知识产权和版税支付的基础在于, 每个人对参与者以及如何分配收入有相同的理解。

最终, 问题归结为如何保持透明和沟通。我想给发行商、唱片公司、经理人、CMO和行业内每个人强调的是, 高质量的元数据需要在创作过程的早期获取。如果我们从一开始就做到了这一点, 就能够在标识符之间建立安全连接, 资金就能更快、更准确地系统中流动。这将惠及每一个人。

— 作为一名音乐创作者，我该怎么做？

想象它和任何其他工作一样。例如，如果你在一家餐馆工作，你需要向雇主提供支付报酬所需要的三条关键信息：你的社会保障号码、详细的银行信息以及记录工时的时间报告单。

音乐创作者应采用同样的思维方式。在完成一首歌曲时，分享你的IPI、IPN和ISNI标识符，商定版权分配问题，并确保相关的每个人拥有完全相同的信息。并不是说这仅仅是有关创作者的问题——它关系到行业中每个人。但是，在我们讨论下游改进之前，创作者需要转变思维方式，认识到元数据作为其工作基本环节的重要性。

我所说的这些用纸和笔就能做到。这只是你需要做的一些事情。而重要的是拥有正确的思维方式和采取行动。

— 假设我掌握了所有的信息，我又如何确保这些信息将会被全球行业获取呢？

我的建议是使用与DDEX-RIN标准兼容的创作者工具。

真正棘手的是，该过程对于音乐创作者而言时常太过复杂。这就是音乐产业企业采用现有标准和解决方案（如Connex）至关重要的原因，这么做可确保在歌曲发布之前所有元数据的准确性和匹配度。

— 请试举一例。

假设你是一位词曲作者。在你的歌曲发布之前，你需要讨论并商定音乐作品的版权分配问题。这种对话通常让人感到不舒服，会产生不好的氛围，但是避而不谈会导致更大的问题。

如果版权分配未作记录，行业可能会承认你是词曲作者，但将会不知道如何分配报酬。结果，这笔钱会被扣下来，直到争议得到解决为止。许多词曲作者抱怨付款不及时，但事实上，只要一开始就利用所有词曲作者、发行商和CMO都可以获取的一个简单协议，这个问题就能够轻易避免。

— 因为难以找到创作者，这就是所谓的钱不流向任何地方的“金钱黑箱”？

是的，但是有些时候，这些钱最终确实能找到它的合法接收者。CMO、发行商和其他行业组织试图尽可能准确地分配版税。不过，我们还需要应对因数据不完整或不正确所造成的巨额行政成本和延误。如果CMO或发行商没有掌握必要的元数据，它们就必须手动追踪，这既耗时又昂贵。创作者需要更多地参与他/她们自己的管理。我们预先提供的数据越准确，随后追踪缺失信息所浪费的资源就越少。

— 你是否找到了解决方案？

行业需要从根本上转变我们的思维方式——真正的元数据准确性始于创作源头，而不是在歌曲发行之后很久通

过昂贵耗时的后期修正来实现。行业还需要更积极参与教育。我总是参加各种会议和音乐行业活动，教育始终是一个热门话题。人们不断地说：“我们需要为创作者提供更好的教育。”

— 这正是你要提供的东西。

没错。借助CLIP，我们完成了一些与众不同的事情：我们创建了一个免费的教育平台，可提供七种语言服务。最重要的是，所有内容都已获得整个音乐行业的认可。我们的顾问委员会由音乐产业领先的行业团体组成，这在此类教育倡议中尚属首次。当然，在全球范围内全面采用CLIP需要时间，但我们需要整个音乐行业的利益攸关方站出来给予支持。

致行业内的每个人：加入我们吧！这是免费的，不需要花费一美元、一欧元或任何一个其他货币。我们只希望你们帮助广泛宣传，把它传递给你们的创作者。M



Pouno Gomis在CLIP发布会上进行表演，这是尼克拉斯·莫林德帮助创建的产权组织平台。

本次访谈由《WIPO杂志》编辑诺拉·曼泰基于两次对话内容经过编辑浓缩而成。

法庭之上

一位宝莱坞老演员如何 开创法律先例

| 作者: Dipak G. Parmar, 印度知识产权律师

配唱歌手阿里吉特·辛格 (Arijit Singh) 是Spotify平台上最受关注的艺人。其声音被克隆后所引发的法院诉讼突显出人们对人工智能、知识产权和人格权问题的担忧日益增加。



在宝莱坞,最有人气的男歌手是其声音可与任何电影演员匹配但其本人不出现在银幕上的配唱歌手。阿里吉特·辛格是走出幕后的为数不多的艺人之一。

截至2025年6月,辛格是Spotify平台上最受关注的艺人,其拥有1.558亿听众,超过了泰勒·斯威夫特(Taylor Swift)的1.39亿听众。尽管斯威夫特仍位居流媒体榜单前十,辛格仅排名第59位。但是,作为一名独唱艺人,辛格的高人气引发了令人不安的态势:一些公司利用人工智能(AI)复制其声音。

2024年,辛格提起诉讼并取得具有里程碑意义的胜利,从而可能开创了AI时代人格权司法先例。阿里吉特·辛格诉Codible Ventures LLP案标志着印度应对滥用生成式AI工具、知识产权和音乐问题的首次判决。随着生成式AI挑战关于身份和著作权的传统规范,该案还突显出技术创新与人格权利之间的关系日益紧张。

那么究竟发生了什么事情?辛格指控Codible Ventures利用AI工具合成其声音的人工录音,这是一种被称作声音克隆的做法。Codible Ventures还

在其广告宣传中使用辛格的肖像,虚假陈述辛格为其虚拟活动代言或进行表演,且未经授权创造带有辛格姓名和肖像的各种资产。

法官裁定,辛格的姓名、声音、图片、肖像、形象和其他特征受其人格权和公开权保护。法院对这种新技术可能带来的剥削表示特别关切。

“令本案全体审判人员内心感到震惊的是,名人尤其是本案原告等表演者容易受到未经授权的生成式AI内容攻击的方式,”孟买高等法院的R.I. Chagla法官指出。

这项裁定不仅保护印度最受喜爱的歌手的权利,还为全世界创作者在AI时代有效处理未经授权利用其形象提供了重要参考。

印度的名人人格权司法先例

这并非印度法院首次裁定名人有权保护其人格权各方面免受未经授权的商业利用,早在AI出现之前就有类似判决。

不过,正如Naik Naik & Co.律师事务所副执行合伙人Madhu Gadodia在2024年一次产权组织对话中解释的那样,人格权的概念在印度相对较新。人格权必须来源于普通法、版权、商标甚至印度广告标准委员会(ASCI)。后者保护名人免受未经授权将其面孔用于商业广告;这同样适用于其可以辨识的声音。

在保护人格权和公开权的裁决中,原告必须证明三个关键要素:原告的名人身份,可从被告未经授权的使用中识别出原告,并且被告的这种使用是为了获取商业利益。M

只需要几秒钟音频
就能够克隆出准确率高达95%的声音



这种形式的技术利用侵犯了个人控制和保护自身肖像和声音的权利

在阿里吉特·辛格案中，孟买高等法院还裁定，辛格的人格属性，包括其姓名、声音、照片和肖像都是受保护的元素，未经授权创造商品、域名和数字资产是非法行为。

法院进一步认定了辛格人格权和公开权以下受保护的方面：其声音、演唱风格、声音技巧、声音编配与演绎、其举止和演唱方式，甚至他的签名。

此外，法院认定，使用AI工具重建辛格的声音和肖像——除了侵犯其对人格进行商业利用的专有权外——如果用于诽谤或邪恶目的，可能会影响他的职业生涯。

辛格通过孟买高等法院的临时禁令，成功维护了他的人格权，从而阻止了若干实体（包括AI工具平台）对它们进行商业利用。**M**

本文作了删减。关于此案和人工智能语音克隆的更多信息，请在线阅读。



Dipak G. Parmar教授(律师)是印度孟买Cyber-IPR的创始人,同时也是一名知识产权律师、调解员和仲裁员。他是知识产权与研究发展中心(CDIPR)顾问委员会和印度欧盟商会理事会等机构的成员。

“法庭之上”一栏的文章通常报道当前的法院案件和裁决,并及时分发以供讨论和评论。

音乐版权：

协调音乐创意与商业



音乐版权

版权是音乐产业的基石，保护词曲作者（在版权法中认可为作者）创作歌曲的原创性，并且确保他/她们能够在包括现场娱乐、唱片业、音像领域、电子游戏等充满活力的创意产业中，凭借自己的智力创造获利。版权是音乐价值链的起点。

作者需要了解自己如何能够在音乐市场中管理自己的智力创造和各项权利，以便做出对作为创作者而言的最佳决定。



音乐出版权

作者是音乐产业的起点。他/她们可直接或通过音乐出版商触及市场。出版商通过授权歌曲录音、向流媒体平台甚至向音像制品授予许可代表词曲作者，同时也促进艺术家的职业发展。音乐出版商代表作者确保歌曲在有相应报酬和署名的情况下使用，并确保创作者因其创造得到回报。



谁赚取音乐版税？

版税是对使用权利人的音乐而向其支付的款项。这包括创作者（词曲作者、音乐人和表演者）、代表作者的出版商、唱片公司（录音制品制作者），甚至包括获得或被许可歌曲和/或录音权利的人，如购买艺术家音乐曲目的公司。版税是对利用音乐和/或录音的补偿付款。这可以来自集体管理组织授予的同步许可。

知识产权为保护音乐作品、录音和表演提供了框架。这些权利使音乐能够成为一门生意，使创作者有机会控制其作品的使用，获得公平报酬，并投资未来项目。通过了解和利用知识产权，艺术家们拥有了发展可持续事业的基石，并为全球音乐产业的文化和经济活力做出贡献。

音乐产业是充满活力的领域，随技术进步和消费者偏好的改变不断发展。从流媒体服务到现场表演，知识产权对于驾驭这一复杂环境不可或缺。音乐人和行业专业人员必须及时了解知识产权法的最新发展，以有效管理自己的创意资产。



商标和音乐

音乐人和乐队除了对自己的歌曲拥有版权外，还可以将其名称和徽标作为商标保护。商标保护使艺术家能够通过纪念品和商品与粉丝互动。随着乐队扩大粉丝群，商标将确保其名称和徽标的专有权。



音乐创新的专利

在我们谈及音乐时，可能不会想到专利，但发明在音乐产业的不同领域发挥着重要作用。首先，发明彻底变革了我们获取和聆听音乐的方式，从黑胶播放机到使我们能够在手机上轻松获取音乐的发明。从混音到改进吉他等乐器的技术的更多技术发明以及专利为技术进步铺平了道路，使世界各地的音乐人和乐迷受益。

欲了解更详细的细分领域情况，请访问产权组织的音乐专题网页。





K-pop粉丝群围绕知识产权问题的集结方式

| 作者: Ana Clara Ribeiro, 巴西库里蒂巴知识产权律师



Seventeen乐队为2022年音乐会电影《Seventeen Power of Love: The Movie》的宣传图片摆拍。

韩国流行音乐 (K-pop) 的粉丝们不只是消费者——他/她们还是知识产权调查员, 通过扫描数据库来确定偶像的未来动向。与此同时, K-pop 产业扩展其知识产权战略, 以利用这些超级活跃的粉丝群。

如今的音乐产业，粉丝群就是一切。“超级粉丝”是最新流行语，因为艺术家和唱片公司意识到，忠实的粉丝比热门歌曲更有价值。

在大韩民国，这不是新闻。长期以来，K-pop各家公司通过网络直播、真人秀和独家粉丝活动培育了一种文化，旨在将普通听众转变为忠实的追随者，并加强粉丝和偶像（K-pop演艺人员的称谓，无论独唱艺人或乐队成员）之间的联系。

唱片公司借助超出音乐版权、商标标识和商品设计范畴的知识产权（IP）战略来维持这种文化，而K-pop产业总体上高度重视保护粉丝群资产的IP。

然后，还有粉丝本身。通过对版权和商标所有权等IP问题的理解，K-pop的信徒们能够更好地了解偶像即将发布的专辑，并庆祝他/她们所取得的成就。粉丝们发现侵权行为时甚至会捍卫其偶像的IP权利。

Hybe和JYP娱乐旗下的Hybe IPX和JYP 360分别设有专门从事IP许可的分支机构。一些公司将IP内容纳入其投资者简报，正如SM娱乐的SM 3.0:IP收益化战略中所显示的那样。Hybe发布了公开声明，内容涉及其IP政策以及对其IP权利和艺人权利侵权者所采取的行动。

K-pop各家公司还发布包括IP意识规则在内的“粉丝行为指南”，并鼓励粉丝们帮助其识别违规行为。2023年，SM娱乐推出KWANGYA 119网站

服务，粉丝可借以举报IP侵权行为。据该公司的一名律师称，此项服务平均每个月收到400份举报信。

防弹少年团粉丝（BTS Army）与Lalalees的“Borahae”商标争议

粉丝们经常会在点名违规者的同时通知IP所有人。2021年，男团BTS的官方粉丝群BTS Army发现，化妆品公司Lalalees已经对“l purple you”（韩文：“보라해”，或称“borahae”）的表达提出商标申请。“borahae”一词将“紫色”转化为一个表示“爱”的动词，并作为BTS粉丝俚语的一部分。当粉丝们发现Lalalees公司试图利用该词牟利时，他/她们纷纷在Lalalees公司的社交媒体网页上留言评论，并将问题报告给BTS的管理公司Hybe。Lalalees公司撤回商标申请，并发布一封粉丝致歉信。

“borahae”事件表明了K-pop文化中存在的一种更广泛模式。粉丝的热心支持时常转化为一种保护偶像的愿望，使IP侵权问题成为一个经常争论的话题。这类讨论可涉及到团体或公司间“抄袭”彼此概念的指控、取样纠纷，甚至是关于音乐剽窃的指控。

K-pop的歌曲版权：超越音乐范畴

与整个音乐产业一样，版权保护K-pop的核心产品：歌曲和专辑。韩国的音乐



粉丝的热心支持
时常转化为一种
保护偶像的愿望

行业是全球最成功的行业之一。2023年,韩国音乐版权协会(KOMCA)的音乐版税征收额排名世界第九,约为2.79亿欧元。

国际唱片业协会(IFPI)发布的年度统计数据显示,K-pop是2024年全球实体音乐和数字音乐销售额最高的类型。在IFPI的2024年“全球专辑销量榜”上,排名前20的专辑中17张属于K-pop。

粉丝指控歌曲、音乐视频(MV)和审美风格存在相似之处,引发争议

除了音乐之外,版权还保护对K-pop粉丝群至关重要的其他资产。粉丝与偶像之间的关系在特定的平台和应用程序上得到培育,例如Hybe的Weverse和SM的LYSN(包括Bubble应用),这些平台和应用程序使用受版权保护的软件和公司内容。这些网络利用传统社交媒体平台,为偶像与粉丝互动同时也让粉丝在群内感受亲密相连提供了一种独特的方式。

舞蹈作为K-pop的另一个组成部分,使编舞成为一个偶尔发生争议的相关话题。值得注意的案例包括女团Secret在2011年的歌曲“害羞的男孩”的编舞,这首歌在发行当年被首尔地方法院认定为版权作品。

最近,在2024年,两个女团之间关于舞蹈编排相似性的争议引发了有关韩国舞蹈版权的争论。女团NewJeans的制作人闵希珍(Min Hee-jin)声称,女团Illit的《幸运女孩综合症》的舞蹈编排抄袭了NewJeans的几段舞蹈。NewJeans的多数粉丝支持这一指控,并指出Illit其他舞蹈动作也存在相似之处。粉丝们所指控的NewJeans、Illit和Le Sserafim等组合的歌曲、MV和审美风格的相似性也引发了这些组合的唱片公司之间的争议,唱片公司随后发表公开声明,并采取法律行动,抵制诽谤和传播虚假信息。



2020年,BTS在美国纽约市参加NBC《今日秀》节目的现场访谈。



女团Ive在首尔“2022韩国文化节”(2022 K-Culture Festival)期间进行表演。

粉丝追踪K-pop词曲创作人员名单

鉴于K-pop的商业化和精心管控性，偶像们并不总是参与创作和音乐制作。然而，随着BigBang和BTS等组合的成功，偶像被提升到词曲作者和制作人的地位。如今，Ive和Seventeen等K-pop乐队的成员在其专辑中拥有词曲创作的署名权。BTS的所有7名成员和Twice的所有9名成员亦是如此。

即使相关音乐并非由表演组合创作或制作，K-pop的粉丝们也渴望更多地了解这些热门歌曲的幕后人。在公布一张专辑的曲目表时，粉丝们会寻找关于制作人和词曲作者以前歌曲创作名单的更多信息。The Bias List等博客会重点介绍K-pop的词曲作者和制作人的作品，粉丝们主张在分享艺术作品、图片和视频时署名艺人和版权持有人。

K-pop的狂热者还使用官方IP数据库，查明署名权的归属。当一名偶像成为KOMCA的正式成员（相关要求包括每年从其版权歌曲中获得一定的版税）时，此消息通常是庆祝性的话题标签和其他配套项目的主题。此外，通过在KOMCA的在线数据库上监测歌曲注册情况，可以让粉丝们找到其偶像新的音乐信息。

乐队名称商标

K-pop粉丝们还扫描其他IP数据库，以随时了解情况并发现新信息。他/她们



经常转向KIPRIS（韩国知识产权信息系统）在线数据库，搜索K-pop各家公司所提出的商标申请。

Ana Clara Ribeiro和Paula Giacomazzi Camargo在其关于粉丝群商标的文章中发现，商标是涉及艺人职业生涯及其与粉丝群关系的众多资产之一。

商标通过其最基本的形式保护K-pop乐队的名称和标识。一些公司将乐队名称注册为罗马文字商标，以及韩文（韩语字母）商标。例如，女团Aespa的名称同时以罗马字体和韩文（에스파）以及特殊字体进行了商标注册。

不过，乐队名称的商标注册仅仅是个开端。K-pop各家公司还注册了其他名称，如粉丝群名称。K-pop唱片公司通常会与其乐队品牌一起打造粉丝群。Army（BTS）、ReVeluv（Red Velvet）和 NCTzen（NCT）均为已在韩国知识产权局（KIPO）进行商标注册的粉丝群名称。甚至活动名称——如SM娱乐的“S.M.艺术展”——也进行了注册。



NewJeans成员李惠仁(Hyein)、范玉欣(Hanni)、金玟池(Minji)、牟智慧(Danielle)和姜谐潏(Haerin)参加在加利福尼亚英格尔伍德举行的2024年公告牌女性音乐奖(2024 Billboard Women In Music)。

K-pop的粉丝们渴望更多地了解这些热门歌曲的幕后人员。

K-pop的商标所有权纠纷

K-pop乐队是企业集团战略规划和投资的结果,所以企业集团拥有商标所有权。不过,这种情况可能正在发生变化。2022年,GOT7与JYP娱乐达成协议,将商标所有权由公司转移给乐队成员。该协议开创了先例,紧随其后的是前YG娱乐的艺人权志龙(G-Dragon)。

不是所有的艺人都这么幸运。2025年3月,NewJeans在对唱片公司Ador的诉讼受挫之后宣布暂停活动。此项裁决禁止该(想要改名为NJZ的)组合在纠纷期间举办自己的演出、制作音乐或签署广告协议。

K-pop的荧光棒和商品

虽然现在很多粉丝文化都存在于线上,但演唱会和线下亲身体验仍然是K-pop的重要组成部分。荧光棒是一款旨在体现K-pop乐队名称与审美风格的手持设备,是外观设计注册与专利相结合最具特色的粉丝文化产品之一。

这些设备通过蓝牙与实时音乐或录制音乐保持同步——这项技术可能涉及复杂的专利问题。SM娱乐拥有与其乐队荧光棒相关的众多设计应用和注册,而Hybe拥有其自己的外观设计和专利。

粉丝与其荧光棒的关系超越了商品购买本身,它们作为粉丝身份的符号,

可在现场表演中营造团结统一的感觉。K-pop粉丝们甚至带上自己的荧光棒参加与K-pop无关的活动,这是常见现象。

与版权和商标一样,粉丝们搜索KIPO数据库,以找出K-pop各家公司提出的外观设计注册和专利申请。2021年,BTS ARMY就是以这种方式发现了即将发布的个性化3D幻灯片浏览软件。这一发现在社交媒体和全球粉丝平台Weverse上引起轰动,产品很快销售一空。

K-pop粉丝们显然不是被动消费者——他/她们是K-pop生态系统的主动参与者。而IP在塑造这种动态关系中扮演着重要角色。K-pop各家公司利用粉丝行为作为其IP战略的一部分,同时还将IP用作商业目的,它们敏锐地意识到IP对该行业的重要性,将狂热的粉丝转变为拥护者。**M**

Ana Clara Ribeiro是一名律师、作家、司法专家和研究员。她在巴西的Baril Advogados律师事务所执业,重点关注媒体和娱乐产业的商标、版权和战略事务。她目前是巴西国家工业产权局(INPI)知识产权与创新方向的一位硕士研究生。Ribeiro女士也是一名国际音乐作家,她的文章发表在Rolling Stone、PopMatters、Remezcla、Consequence和其他众多网站上,其中K-pop是其专长之一。



图: Getty Images/monstij

人造流量及其对音乐世界的实际影响

| 作者: Clovis McEvoy, 自由撰稿人

人工智能驱动的流媒体欺诈正在让音乐产业蒙受数以亿计的损失。现在,利益攸关方正在利用新的检测工具和合作倡议进行反击。

全

全球录制音乐收入于2024年达到296亿美元。同年，流媒体经济作为音乐产业基石，其收入首次突破200亿美元。这也是犯罪分子实施流媒体欺诈的主要目标。

欺诈者利用机器人大军或组建整个流量农场，人为抬高流媒体播放量，将本应分配给音乐创作者、艺术家、唱片公司或出版商等权利人的数十亿美元从有限的使用费池中转移到自己的银行账户。音乐流媒体平台根据播放次数分配使用费，但通过操纵系统，犯罪分子可以破坏整个行业的商业模式。

这并不新鲜。流媒体欺诈与流媒体平台一样由来已久。然而，人工智能技术的爆炸式发展为这一长期持续的问题火上浇油，彻底改变了欺诈者的运作方式，并增强了其规避检测的能力。

过去，不良行为者会向流媒体平台上上传数量相对较少的曲目，并让自动机器人反复播放这些内容，以骗取使用费支付。不过，对盗版者来说，问题在于这种方法很容易被发现；不知名艺人的不知名歌曲突然获得数百万流媒体播放量，显然会引起警觉。人工智能颠覆了这一模式。

据Deezer估计，每天上传到该平台的内容中有18%是人工智能生成的。

现在，欺诈者利用人工智能歌曲生成器，在流媒体平台上大量输入数百万首假冒歌曲，每首歌的播放次数只有几千次——足以从每首歌中获取使用费，但不足以引起怀疑和检测。

2025年2月，在产权组织执法咨询委员会(ACE)第十七届会议期间举行的一次小组讨论会上，国际唱片业协会(IFPI)全球内容保护与执法总监Melissa Morgia表示：“人工智能是流媒体欺诈的终极助推器”，因为它可以让不良行为者“不被察觉，但仍能以足够大的规模开展活动，从而有利可图”。

迈克尔·史密斯诉讼案

最近北卡罗来纳州音乐家迈克尔·史密斯的案件就是这种新式人造流量欺诈的典型代表。通过上传数十万首人工智能生成的歌曲，并使用机器人对每首歌进行较少次数的播放，从多个流媒体平台中，史密斯涉嫌榨取超过1千万美元的使用费。

不良行为者不仅利用人工智能生成音频内容，还利用人工智能创建和管理用于流式传输这些内容的机器人。甚至有一些企业大胆地将流媒体欺诈作为一项服务进行宣传，强调他们利用人工智能大规模伪造数字身份，规避Spotify、Apple Music和Deezer等公司采用的反欺诈系统。推动使用机器人的公司将流媒体欺诈包装成音乐人发展品牌的有效途径，但却明显避而不谈它对整个音乐产业造成的损害。

人造流量对音乐产业的财务影响

最明显、最直接的危害是经济损失。流媒体平台用于支付使用费的收入池是有限的，每当有不良行为者成功骗取使用费，可分享给艺术家、唱片公司和出版商的收入就会减少。

这一价值链上的每个人每年都会损失大量收入

2025年4月，流媒体平台Deezer估计，每天上传到该平台的内容中有18%是人工智能生成的。大约有2万条音频。

Beatdapp是一家提供流媒体欺诈识别和使用费追踪服务的公司，其共同首席执行官兼联合创始人Morgan Hayduk认为，在整个音乐流媒体生态系统中，这一数字基本属实，这将意味着音乐流媒体行业蒙受着巨大的经济损失。

“如今，每一点市场份额都价值数亿美元，”Hayduk告诉《WIPO杂志》，“因此，我们说的是至少10亿美元——这意味着是从有限的使用费中抽走了10亿美元，这一价值链上的每个人每年都会损失大量收入。”

虚假流量对真正艺术家的影响

除了收入损失，流媒体欺诈还会产生一系列连锁反应。每当歌曲的播放次数被人为操纵，就会扭曲其所在平台的推荐算法，使真正的艺术家更难让人们听到他/她们的音乐。这也扭曲了艺术家计划巡演和宣传活动所越来越依赖的消费者数据，同时也减少了艺术家在音乐行业立足的机会。

华纳音乐集团全球内容保护副总裁David Sandler在小组讨论会上表示：“[流媒体欺诈]正在影响你们从未听说过的艺人，因为我们没有机会将他/她们推向市场。我们公司在发掘新艺人、签约新艺人和发展他/她们事业方面投入了大量的资金、时间和精力。我们花在打击欺诈上的每一美元，都是我们无法用于发掘新艺人的一美元。”

用于预防和检测欺诈的流媒体跟踪器

随着流媒体欺诈威胁增加，业界的应对力度也在不断加大。利用欺诈者所使用的多个相同技术，利益攸关方正在开发新的检测工具，以识别人工智能生成的内容和被操纵的流量。

“Deezer的使用费和报告总监Thibault Roucou说：“人工智能也能发挥益处。自2017年以来，我们一直在使用人工智能来打击这种行为，以检测用户的欺诈行为和可疑内容。”

除了基于人工智能的解决方案外，Deezer还推出了以艺术家为中心的新的报酬模式，并采用创新方法打击流媒体欺诈。在计算使用费时，Deezer为用户设定了1,000流量的上限——如果单个用户超过了这个上限，他/她们仍然可以收听音乐，但产生的使用费要低得多。

Roucou说：“这意味着，仅凭一个账户，你无法产生成千上万的流量和重新产生使用费。”这对打击无休止循环播放内容的机器人非常有用。

尽管取得了这些令人鼓舞的进展，但这一问题的解决超出了任何一家公司甚至任何一个政府的行动范畴。促成这些欺诈行为的网络遍布全球，这意味着任何应对措施都必须具有同样的广泛性。

在治安和执法方面，国际唱片业协会的Melissa Morgia指出，许多必要的机制已经到位；挑战在于帮助地方当局熟悉这一法律问题，以及促进音乐产业利益攸关方与欺诈网络所在辖区之间的沟通。

“在全球范围内采取行动的法律工具已经具备，”Morgia说，“这只是实施的问题。”

挑战在于帮助地方当局熟悉法律问题，并促进与音乐行业的沟通。

对于行业利益攸关方而言，最重要的是分享有关已发现欺诈活动的比率、类型和方法的数据，并就此问题采取集体行动。2023年，包括Spotify、SoundCloud和TuneCore在内的全球音乐公司联合成立了音乐反欺诈联盟。它与国家网络取证和培训联盟合作，代表迄今为止在这方面最协调的行业行动，是应对这一问题的基础性步骤。

随着我们进入人工智能时代，知识产权面临的威胁正以惊人的速度发展和倍增。未来几年，针对知识产权持有者及其使用费支付的攻击将越来越复杂，规模也将越来越大。整个行业的利益攸关方必须与公共机构和全球性组织合作，共同打击欺诈行为。

正如桑德勒指出的那样：“这是一个全球性的问题——它跨越国界，跨越流媒体平台，我们需要共同努力”。**M**



Clovis McEvoy是英国格林威治大学的附属研究员，拥有当代音乐创作硕士学位。他曾在新西兰奥克兰大学讲课，教授音乐制作、声音设计以及电影和游戏作曲。他经常为许多在线出版物撰稿，包括《MusicTech》、《MusicRadar》和《Future Music》。他还是获奖作曲家、声音艺术家和多学科团体Rent Collective的创始成员。

观点

人工智能音乐会成为 音乐产业的下一个 Napster时刻吗？

作者：María L. Vázquez, 阿根廷圣安德烈斯大学法学院院长

音乐产业通过学会适应，战胜Napster生存下来。现在，生成式人工智能正在测试同样的生存本能。



“什么都有。概不拥有，”Napster曾这样宣称。如今的生成式人工智能模型似乎在说：“什么都拿。概不署名。”不过，María L. Vázquez教授说，更公平的框架可能还会出现。20世纪90年代，这位哈佛毕业的律师在维京音乐公司工作，见证了早期文件共享技术在合法流媒体平台上的发展。Vázquez为《WIPO杂志》撰稿，探讨了我们可以从过去的颠覆发展中吸取的版权教训。

20世纪90年代，作为伦敦维京音乐公司的一名年轻内部律师，我在前排见证了音乐产业的巅峰时期。在Kensal House的办公室热闹非凡，几乎每周都有唱片公司签发录音和出版合同。维京公司曾在1991年以4,500万美元的价格签下滚石乐队，这证明它有信心从唱片销售中收回这笔钱。然而，该产业当时正处于前所未有的颠覆边缘。

1999年，Napster横空出世，改变了人们消费音乐的方式。点对点共享平台允许用户直接交换数字音乐文件。史上第一次，任何人只要有互联网连接，就可以即时、轻松、免费地获取音乐，这对整个行业的商业模式构成了威胁。唱片和CD的销量急剧下降，而文件共享服务却蓬勃发展。

美国唱片业协会(RIAA)最初以法律策略应对数字盗版，包括对个人用户提起了数千起诉讼。最著名的案件之一是Jammie Thomas-Rasset案，他因在文件共享服务Kazaa上下载和分享24首受版权保护的歌曲而被勒令支付22.2万美元。

然而，音乐产业却无法阻止非法下载。在2001年被关闭之前，Napster的用户数量已达8,000万。现在，几乎所有录制过的歌曲都可以在网上找到，更重要的是，消费者已经习惯了这种获取音乐的新方式。

在Napster被关闭的同一年，苹果公司推出了iPod和iTunes Store，这证明了转型发展。通过以0.99美元的价格提供正版数字歌曲，苹果公司证明了消费者愿意为在线音乐付费，只要价格合理且通过用户友好的平台提供。

正如物种必须适者生存，产业界也必须如此。

这为下一个重大转变奠定了基础：流媒体。Spotify等平台于2008年推出，用户可以通过订阅模式访问大量音乐库，无需所有权。

这一次，产业界没有反对这一变革。虽然许多唱片公司最初坚持使用CD等实体格式，但后来也开始接受流媒体。如今，流媒体驱动产生产业的大部分收入，这给我们上了一堂生动的进化论课：正如物种必须适者生存，产业界也必须如此。

人工智能的到来

时间快进到2022年11月30日。OpenAI的ChatGPT发布后，引发了与20多年前Napster一样的行业恐慌。不过，这一次利害关系甚至更大。

一些早期的“创意人工智能”公司在整个2010年代都是经许可使用数据，而道德的人工智能公司至今仍在这样做。然而，随着许多其他商业生成式人工智能公司急于开发自己的系统，它们搜刮了大量数据，包括很多版权作品或受相关权保护的作品，却很少关注追踪训练其模型的数据来源。在音乐领域，这意味着使用了现有的音乐作品和录音制品、合成节拍、歌词、和弦行进和音乐模式。



第一代iPod，于2001年发布。

也许这就是数字淘金热——现在收集，以后再问。然而，由于数据攫取的规模巨大，几乎不可能追踪原创作者或署名，更不用说对其进行补偿了。这引发了生成式人工智能公司与内容所有者之间日益加剧的冲突。

Napster对音乐的传播和销售方式提出了挑战，而人工智能生成的作品、曲目和深度伪造表演正在威胁着音乐创作和作者身份的根基。在这两种情况下，创意社群都进行了反击，对未经授权使用其作品和侵蚀知识产权表示担忧。

这些诉讼的核心有一个问题：人工智能训练是否构成对版权材料的合理使用？

就像从Napster中觉醒之后的情况一样，诉讼紧随而至。2023年4月，“Heart on My Sleeve”的发布给整个产业敲响了警钟，该歌曲未经授权，对德拉克和The Weeknd的声音进行了深度伪造。许多投诉接踵而至。这首歌发布后不久就被迅速从平台上删除，但其影响仍在继续回荡。

2024年4月,著名音乐人和艺术家,包括Billie Eilish、Nicki Minaj和Pearl Jam,共同签署了一封公开信,谴责不负责任的人工智能训练是对人类创造力的直接攻击。随后,在2024年6月,美国唱片业协会宣布,环球音乐集团、索尼音乐娱乐公司和华纳唱片公司对人工智能初创公司Suno和Udio提起诉讼,指控它们使用受版权保护的内容训练模型。

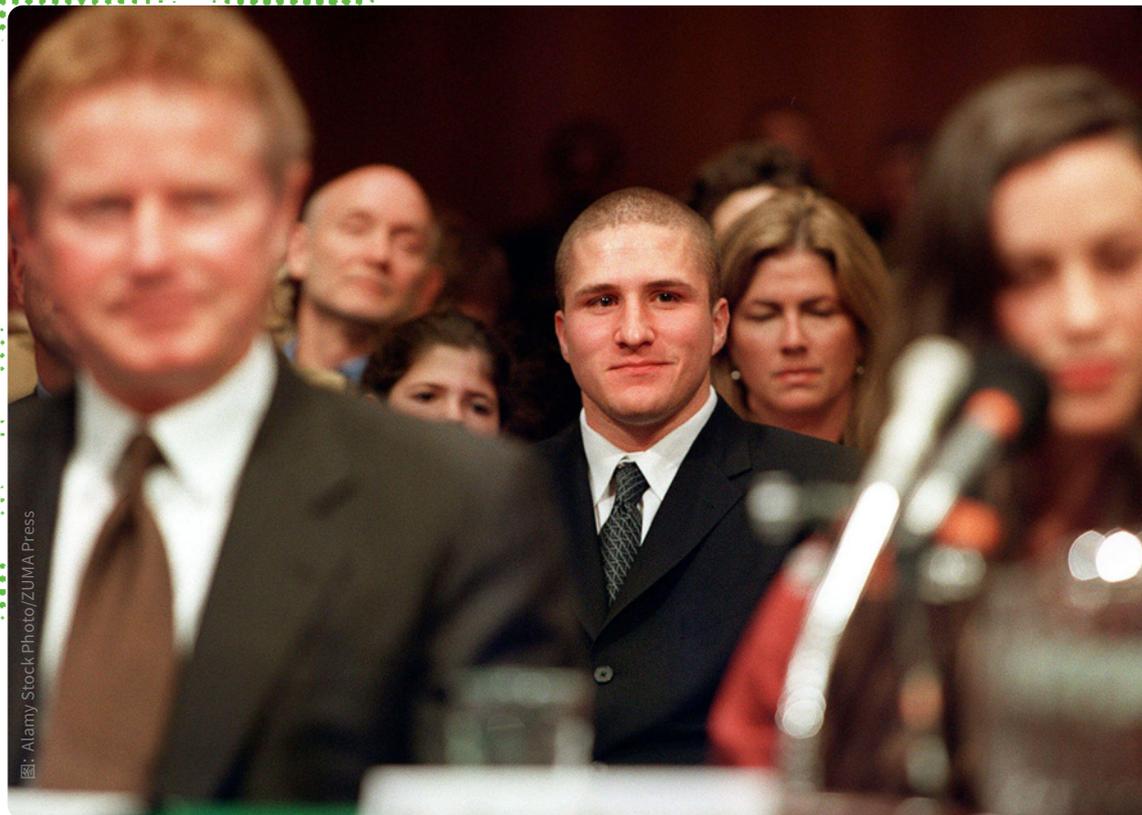
这些诉讼的核心有一个基本问题:人工智能训练是否构成对版权材料的合理使用?科技巨头们认为确实如此,并将人工智能训练比作人类阅读书籍。然而,与美国和其他英美法系国家不同的是,大多数大陆法系国家都有一个封闭的例外目录,只有在非常有限的情况下才能证明未经同意的使用是合理的。不过,《纽约时报》诉 OpenAI等美国重要案件的结果,以及音乐公司起诉人工智能

音乐公司的结果,都将产生全球影响,并可能影响全球的许可和行业规范。

然而,就在这些法律之争展开的同时,产业界也在继续探索一条不同的道路,这与其最终对流媒体平台的包容相呼应。一些艺术家和音乐专业人士并没有试图阻止人工智能的崛起,而是已经想方设法利用人工智能为自己谋利。

2023年4月,格莱姆斯宣布,将与使用她的声音创作了“任何成功的人工智能生成歌曲”的创作者分享50%的版税。《金融时报》2024年6月报道称,索尼、华纳和环球等公司正在与谷歌旗下的YouTube谈判,为训练目的许可其曲目,很有可能交换一大笔一次性付款。最近,在2025年6月,彭博社报道称,一些唱片公司正在与Suno和Udio商谈和解事宜,这让那些一直经许可使用训练数据并将继续这样做的公司非常失望。

Napster创始人Shawn Fanning
(中) 2001年在华盛顿特区举行的
参议院在线娱乐听证会上。



Napster未经授权的点对点共享为合法平台铺平了道路。然而，如今生成式人工智能中对受版权保护材料不受监管的使用，还没有显示出有哪种授权框架可能会大规模突破，以确保人工智能训练通过署名和补偿来尊重创作者。

“什么都有。概不拥有”，Napster曾这样宣称。如今的生成式人工智能模型似乎在说：“什么都拿。概不署名。”区别在于规模和可追溯性。Napster仍能让单首歌曲可辨别、可获取，Spotify则提供了可发现性，而人工智能训练则让它们变得不可见。

这个不可见性——或者更准确地说，可发现性——的问题非常重要。尽管每天都有数以万计的新曲目上传到Spotify等平台，但这些服务仍能提供可发现性，帮助艺术家积累受众。

随着人工智能生成技术推动音乐创作达到前所未有的规模，艺术家的个性将在训练过程中丧失殆尽。

如果人工智能系统的目标是与创作者建立真正的合作关系，那么它们就应该利用技术来提高人类艺术家的可发现性，以便保持知名度和竞争力。当艺术家的贡献得到署名和承认时，就可能更愿意选择加入人工智能训练数据集。

挑战不是抵制创新，而是以尊重创造力和奖励人才的方式塑造创新

除了希望人工智能公司确保作品署名外，就此类自愿许可进行谈判的创作者还希望保留对其作品的一些控制权，并获得公平的补偿。在理想的世界里，这些许可将尊重创作者的权利并促进创造力，同时为人工智能开发者提供获取内容的途径，而

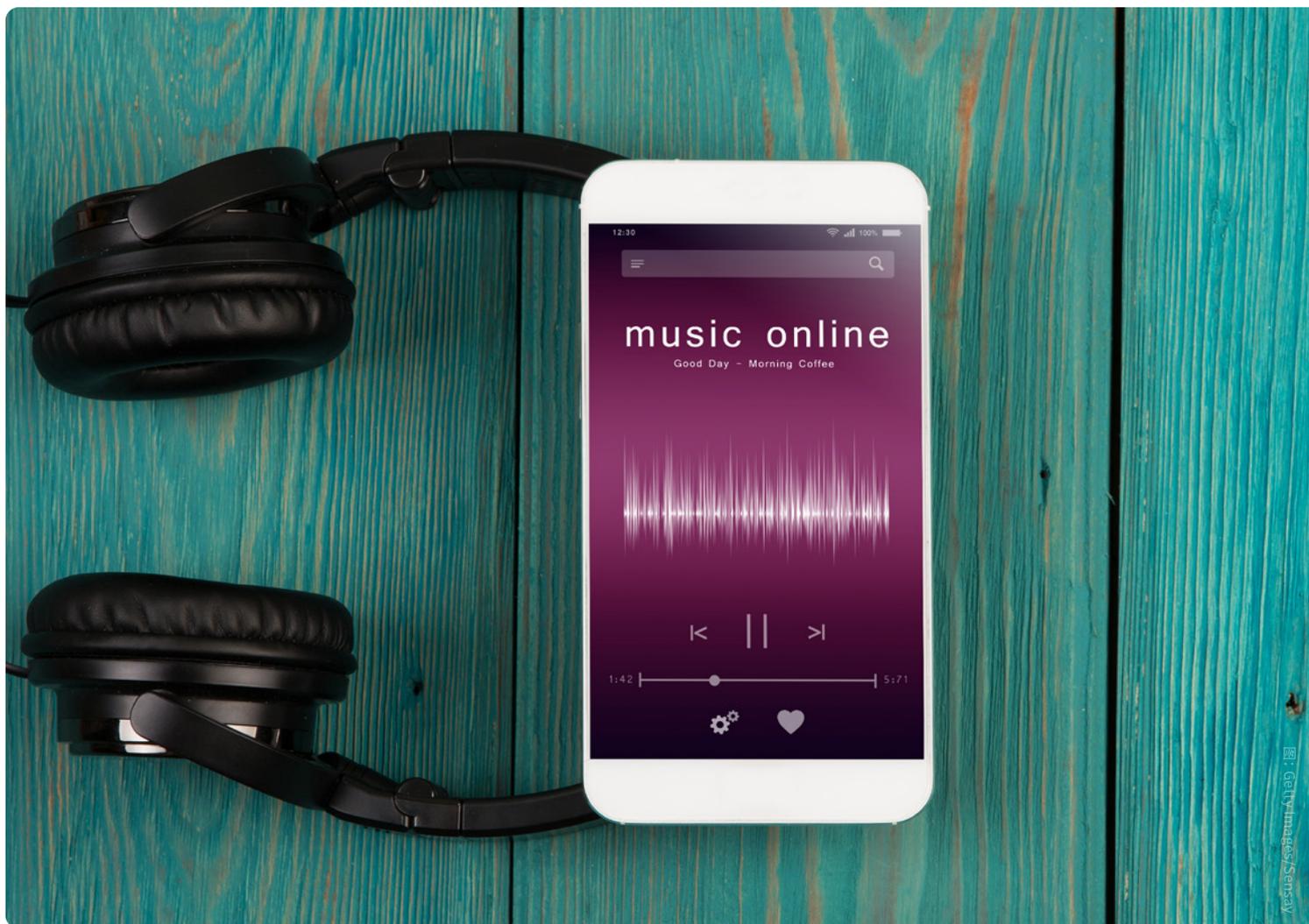
不存在法律上的不确定性。然而，考虑到训练人工智能模型所需的庞大数据规模，以及标准化框架和协作机制的缺乏，为数据搜刮中使用的每件作品获得自愿许可似乎确实是不可能做到的。

因此，集体管理组织(CMO)可以代表其会员在与人工智能公司的谈判中发挥关键作用。一些集体管理组织已经采用区块链技术来提高会员数据的准确性，该技术在监控培训数据、简化许可程序和支持公平补偿方面的潜力也受到了称赞。

自愿许可仍在继续推进，但如果我们希望避免完全依赖于一个缓慢而复杂的过程，一些学者建议，为机器学习颁发法定许可可能是另一个选项。法定许可可以为获取受保护作品设定一个标准，从而降低交易成本、提供法律明确度并确保公平补偿。然而，权利人和创作者对此持反对意见，任何“包罗万象”的解决方案都必须谨慎平衡，以鼓励人工智能创新，同时保护人类作者的重要作用。

无论如何，我们都应吸取过去的教训。对于音乐产业来说，面临的挑战不是抵制创新，而是以尊重创造力、奖励人才以及在艺术家和技术之间建立信任的方式塑造创新。

而对于当今人工智能系统背后的利益攸关方来说，也许可以利用自己的技术专长来解决其自己制造的难题，开发工具帮助艺术家以透明、公平和赋权的方式了解、管理和许可其作品用于人工智能训练。正如Napster造成的颠覆最终催生了iTunes和Spotify等模式一样，长期的成功将取决于能否形成尊重创作者权利的深思熟虑的对策。套用奥蒂斯·雷丁的话说，艺术家们只是“要求一点点尊重”。**M**



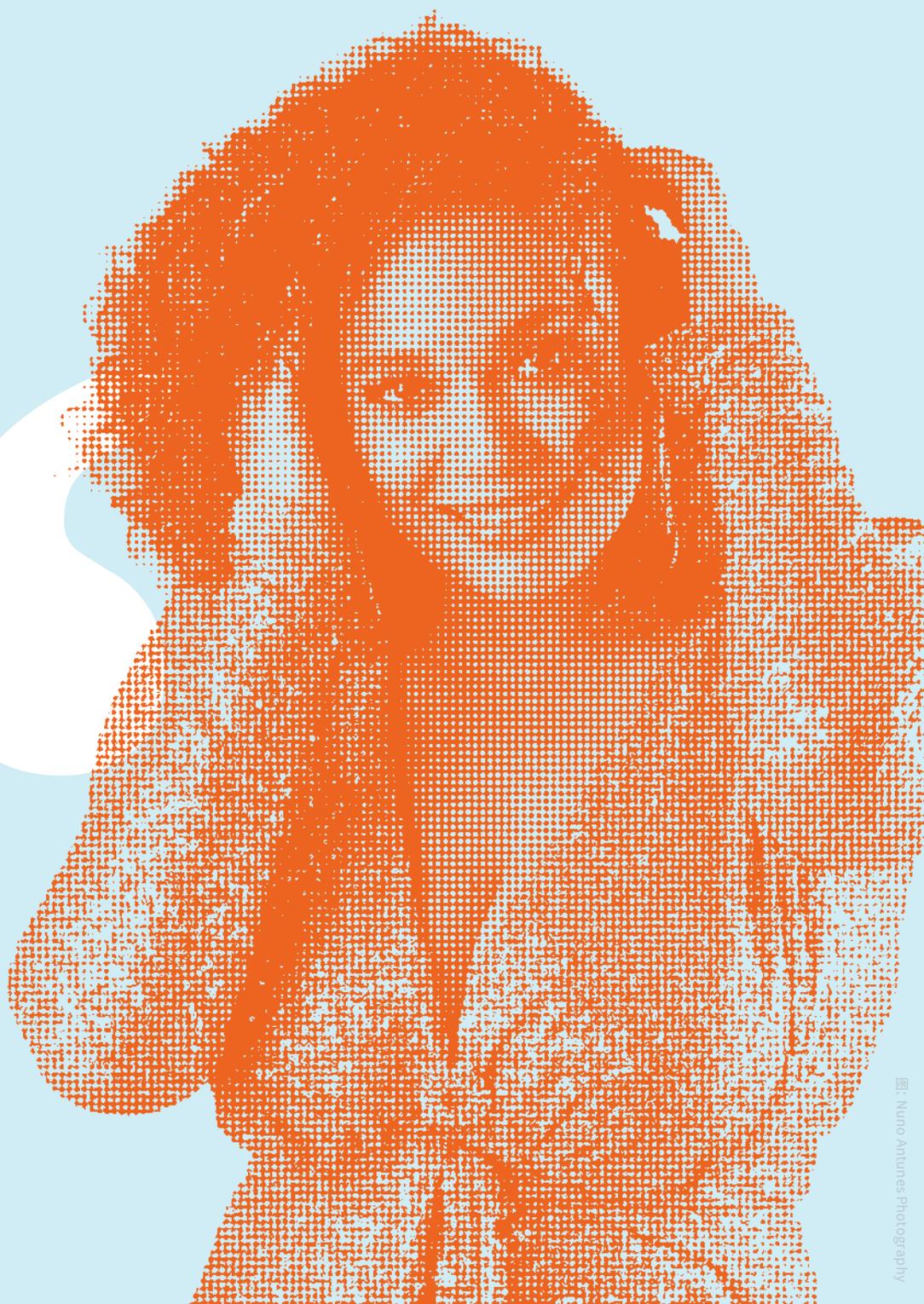
María L. Vazquez 教授现任阿根廷布宜诺斯艾利斯圣安德烈斯大学 (UdeSA) 法学院院长。她还担任UdeSA-WIPO知识产权与创新联合硕士项目主任和UdeSA知识产权与创新区域中心 (CPINN) 主任。她曾就读于哈佛大学法学院, 并曾在伦敦维京音乐公司和纽约百代唱片公司工作, 其后在布宜诺斯艾利斯的Marval O' Farrell & Mairal 律师事务所担任合伙人。

免责声明:《WIPO杂志》旨在帮助扩大公众对知识产权和产权组织工作的了解, 并非产权组织的正式文件。本文中表达的观点仅代表作者本人观点, 不反映产权组织或其成员国的观点。

Solange Cesarovna:

如果没有音乐,我们就
无法了解自己

“



Solange Cesarovna被称作莫尔纳女王 (Queen of Morna), 并在葡萄牙语非洲地区被公认为热情的版权大使, 她将分享其在设立集体管理组织 (CMO) 以及负责艺术家权利方面的经验。



图: Nuno Antunes Photography

Solange Cesarovna是佛得角最有成就的音乐大使之一。作为歌手兼词曲作家, 她一直代表西非群岛出现在从巴西到梵蒂冈的各地舞台上。2013年, 她共同创立了佛得角音乐协会, 这是该国第一个专门保护音乐知识产权的集体管理组织 (CMO)。如今, 该组织已经拥有1,700名成员——对于一个只有50多万人口的国家来说, 这已经很不错了。在连续担任该协会两任主席后, Cesarovna于2023年末卸任, 以重新专注于写歌和录音。她向《WIPO杂志》谈到了知识产权管理的重要性、在小国设立集体管理组织的困难、创作者可利用的资源及其下一步职业规划。

— 请给我们讲讲佛得角吧。

佛得角是一个讲葡萄牙语的小国, 由大西洋上西非海岸以外的10个美丽岛屿组成。我们自豪地认为自己是一个音乐之国。我们都愿意把音乐作为一项事业——如果它有那么容易的话 [大笑]!

我在五六岁时迷恋上了音乐。从很小的时候起, 我就会找一些可以表演或听音乐的公共场所, 比如我的家乡圣维森特岛和明德卢市。我在7岁获奖后应邀在各岛屿演出。8岁时, 我受邀为佛得角最大的节日——加塔斯湾音乐节 (Baía das Gatas) 揭幕。

“非洲和拉丁美洲蕴藏着巨大商机。”

— 音乐, 尤其是莫尔纳, 是佛得角国家认同的重要组成部分。莫尔纳对你意味着什么?

莫尔纳是分享我们的感受、我们的价值观以及我们如何与他人和世界联系的最好方式。孩子出生时, 我们用莫尔纳音乐来迎接他/她。我们去孩子家里通过唱歌来守护孩子。我们所唱的莫尔纳歌曲“Ná, ó Menino Ná”是由佛得角一位最伟大的作曲家兼诗人欧仁尼奥·塔瓦雷斯创作的。

— 你在2017年的专辑《Mornas》中收录了塔瓦雷斯的作品。使用他的词曲会带来任何挑战吗?

通过使用塔瓦雷斯的词曲, 事情就会变得更加容易, 因为这些词曲属于公有领域。佛得角在词曲作者和作曲家去世后50年内保护他/她们的音乐作品和版权。我所进行的作品录制属于Edições Artiletra出版社为庆祝塔瓦雷斯诞辰150周年而开展的项目的一部分。该项目的初衷是, 支持将莫尔纳列入联合国教育、科学及文化组织 (教科文组织) 于2019年批准的《人类非物质文化遗产代表作名录》。

塔瓦雷斯不仅是一位诗人、词曲作者和作曲家, 而且也是一位记者和政治家。整理这些事情花费了很长时间。我们必须确保有他亲手写的手稿和词曲。这样, 我们才能按照塔瓦雷斯创作歌曲的方式来进行再创作。

— 在音乐行业,艺术家们常常把微薄的报酬归咎于体制。你是否会说这个问题的解决在一定程度上取决于艺术家?

是的,但并不只是取决于我们。你还需要了解其他的利益攸关方是谁,他/她能够如何提供帮助,以及创作者和公共部门的义务。

你必须听取从事该领域工作的国际组织的建议,因为这将让你确信,你所追求的梦想并不疯狂,并且如果创作者行动起来,这个梦想是可以百分之百实现的。不过,他/她们需要研究体制的运作方式。

— 咱们来谈一谈利益攸关方吧。

在佛得角甚至还没有法律允许集体管理组织存在并代表创作者授予许可时,我们就开始成立集体管理组织了。当时已有一部版权法给予创作者对音乐作品的排他性使用权利。同一部法律规定,如果创作人员自己不能或不希望这样做,他/她们可以要求集体管理组织帮助他/她们发行作品,并授权其代表他/她们管理作品。但他/她们不能主张集体管理组织做什么工作或其拥有什么权利。在我们设立佛得角音乐协会之后一切都开始有所改观。

— 对于在一个小国设立集体管理组织,你从中领悟到了哪些最重要的事情?

一旦设立了该组织,你就需要增加会员人数,并找到有大量创作和录制作

品的活跃成员。你的国家必须明白,你的项目统一代表着你所在行业的一些最杰出的人物。

“我们试图在音乐会、机场、街头等任何可能的地方壮大我们的会员队伍。”

首先,我们去参加音乐会和演出,以便见到我们的同行,让他/她们知道我们设立了佛得角音乐协会。我们的任务不是表现在数字上,而是实实在在要去做的[大笑]。我们试图在音乐会、机场、街头等任何可能的地方壮大我们的会员队伍。

然后,你需要确保政府明白什么是集体管理组织。如果缺少你在自己的领域内正常运作所需要的法律框架,你就无法达成交易。我们想要确保这也是文化部长优先考虑的一件事。为了确保我们不仅能在本国范围内而且也能在国际层面开展工作,旧体制有必要对我们所需要的新法律进行投入,国家作为世界知识产权组织(产权组织)的成员国有必要通过相关条约,我们也有必要按照这些条约变更我们的法律。在内部,我们还必须确保自己了解集体管理组织所做的事情。

“你需要出色的文件记录和强大的分配系统。”

我们得到了产权组织的大力支持,该组织开发了葡萄牙语的WIPO

Connect系统,使我们能够在协会内实施系统。IT解决方案成为佛得角第一个记录和分配版权使用费的技术系统,从而确保将所收取的版权使用费恰当地支付给其合法所有者。

这一成就是在冠状病毒病大流行最严重的时候取得的,它代表着佛得角音乐家的一个重要里程碑。

— 展望当前的创意空间与知识产权体系,2025年有哪些挑战?

挑战仍然是在最不发达的国家里建立良好的集体管理部门。在不远的将来,似乎全世界都会关注非洲和拉丁美洲。这些大洲有很多优秀的年轻音乐家、创作者和词曲作者。你会感觉到存在一个极大的机会。利用这一机会的最好办法是,在国际利益攸关方(如产权组织、国际作家和作曲家协会联合会以及在全球范围内代表创作者的其他联合会)的帮助下组织起来。国际组织能够游说政府,它们的支持至关重要。

— 让我们来谈一谈由产权组织和音乐权利意识基金会(MRAF)共同推出的免费知识平台CLIP(创作者学习知识产权)吧。

CLIP为音乐生态系统内的所有参与者提供了一条学习途径。你可以帮助创作者学会在自己国家没有制定相应框架的情况下应该怎么做。如果有相应的框架,那就很好,他/她们就能够以最好的方式发挥自己的作用,因为创作者拥有权利,而我们也有相关责任。

我们在创作一首歌时希望组建起最好的乐队。同样,我们需要尽最大努力来管理我们的知识产权。

我发现CLIP的鼓舞人心之处在于,是同行即其他创作者在谈论我们认为非常复杂的主题,如标识符代码。你了解它们为什么重要,了解你应该签署的标准合同。在音乐行业的用语方面,甚至还有一个庞大的术语表。

— 你的音乐事业下一步有何计划?

我正在等待一个激动人心的时刻,它将让我分享自己的音乐新作和录音。我在2023年结束了作为佛得角音乐协会主席的任期,又回到了词曲创作。

— 这是否值得?

从零开始创立该组织,我们既有机会,也面临挑战。这意味着大量的工作要做。大量的知识要学习。大量的实验要进行。大量的分享要做。大量的时间要投入。不过,我非常高兴,因为该系统正在发挥作用。



图: Nuno Antu

同样毫不夸张的是,我对版权以及对知识产权管理的热情绝对增加了。我愿意继续为这个部门提供服务。我愿意继续学习。**M**



图: Eneias Rodrigues Photography

Solange Cesarovna与佛得角音乐协会的几位创始成员和非创始成员一起出席2018年协会的成立晚会。

本次采访基于两次对话内容经过编辑浓缩而成,并为本期作了删减。您可在线阅读《WIPO杂志》中的全文。



观点

人工智能：

技术与创造力的协同作用

作者：Geoff Taylor, 索尼音乐娱乐公司人工智能执行副总裁

人工智能和创造力不一定是对立的。索尼音乐娱乐公司人工智能执行副总裁Geoff Taylor认为,在未来,技术创新和知识产权将在同意、补偿、信用和透明等关键原则的基础上共同发挥作用。



我们几乎每天都能阅读到科技公司和创意部门之间关于人工智能未来的争论。这并不是什么新鲜事：关于技术和知识产权的讨论常常被定格为从二者之间二选一。然而，历史告诉我们，这是一个错误的二分法。正如音乐产业不断证明的那样，技术进步与尊重知识产权之间存在着强大而积极的协同作用。

一个多世纪以来，技术的发展决定了艺术家和歌迷与音乐产业之间关联的方式。如今，人工智能为提升创造力和畅想新的商业模式提供了全新的途径。然而，它的出现也带来了重大挑战。

许多艺术家看到自己的作品被用于训练人工智能模型，并在未经其同意、缺乏信用和补偿的情况下生成新的竞争性内容。此外，他/她们的声音和肖像也被盗用，以制造“深度伪造品”。这严重影响了他/她们的谋生能力，剥夺了他/她们对自己艺术身份的控制权。艺术家独特的声音和形象是他/她们作为表演者的核心所在。索尼音乐作为一家大力投资于人才的公司，致力于保护他/她们的作品和创意，避免因人工智能而带来的滥用。

在索尼音乐，我们已经发出了75,000多份移除通知，以保护我们的艺人免受深度伪造和人工智能翻唱(AI covers)的侵害。



音乐是人类最宝贵的发明之一。它将我们的情感联系在一起,激发创新,推动文化发展。从密纹唱片到索尼随身听、光盘、iPod和音乐流媒体,录制音乐的进步不断打破音乐生态系统的秩序。然而,每一次技术飞跃的背后都有唱片公司与科技公司的合作,在尊重艺术家创造力的同时,为歌迷提供新的体验。

我们现在面临着人工智能革命的新领域,其核心动力来自于对几个世纪以来人类知识和创意的综合与分析。虽然人工智能模型的能力完全依赖于人类的思维和想法,但一些人工智能公司正试图说服政府,应该允许它们免费获取人类的所有创意。它们的目的是利用这些“数据”生成新的内容,与现有消费服务中的合法内容竞争,但不需要支付创作者的主要业务成本。这将是前所未有的、毫无道理的市场扭曲。我们相信,存在一种植根于相互尊重与合作的更好、更可持续的方法。

在未经他人同意的情况下,秘密窃取他人的工作成果,开发出可能导致他人破产的产品,这种行为毫无公平可言。

我们对人工智能未来的愿景,是建立在创意企业与人工智能开发者之间的创新商业合作伙伴关系之上的。这种伙伴关系必须遵守几项关键原则。

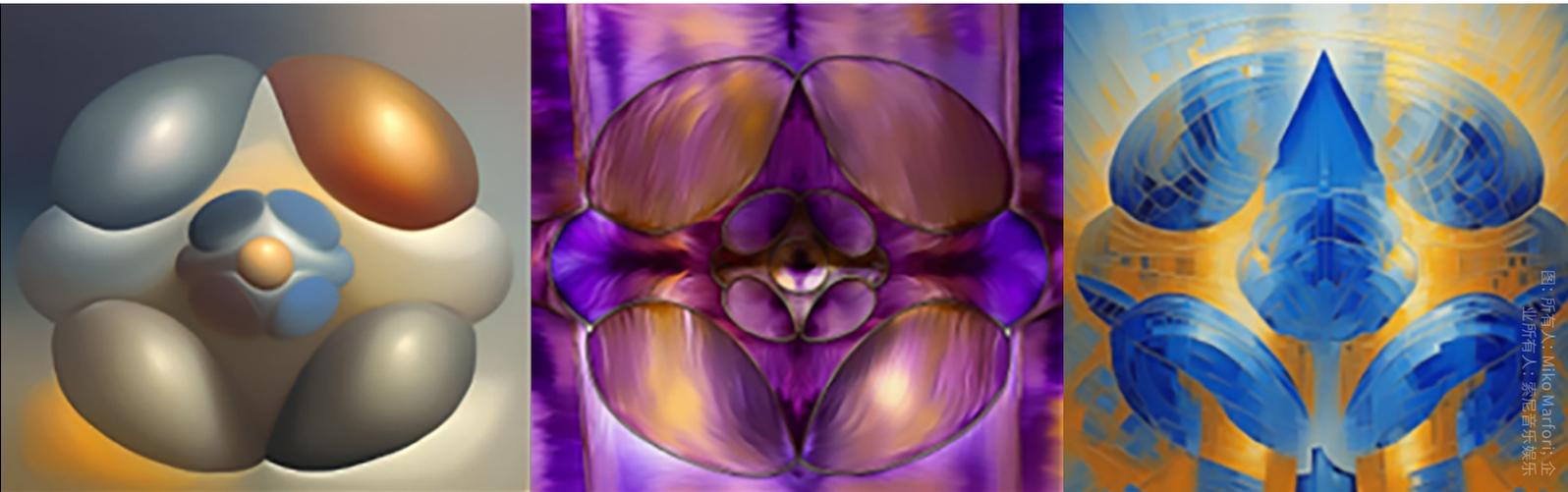
首先是同意和补偿原则。人工智能开发人员在使用艺术家的作品进行训练或克隆之前,必须征得其同意。他/她们不应该被允许为了自身利益,从网上收集囤积任何未经创作者安全标记的创意作品。这种“选择退出”机制在原则上是不公平的,在实践中也是行不通的。公平奖励创作者的贡献将鼓励对新的文化创造的持续投资,这反过来又会推动消费者参与到技术中来。

归属是另一项基本原则。人工智能系统必须对其所依赖的作品进行跟踪并注明出处,确保创作者得到适当的认可和补偿。

最后是透明度。当内容或互动是人工智能生成时,应告知用户。这将提高明确度并加强信任。

这些原则是建立一个有利于技术和创作者的可持续生态系统的基础,如同在音乐流媒体领域,类似的商业合作伙伴关系实现了15年的持续创新和增长。

在索尼音乐,我们已经在人工智能伦理倡议中接受了这些原则,并参与了多项谈判,向人工智能开发者许可知识产权。无论何时,我们都会像对待其他数字格式一样,与艺术家公平分享人工智能收入。



Metallic Spheres In Colour项目的
六个已获批准的封面艺术案例。

例如, The Orb和David Gilmour的粉丝们可以使用生成式人工智能来创建他/她们自己的专辑混音版和艺术作品混音版。Metallic Spheres在其他项目中, 人工智能被用来改变音乐视频中艺术家的形象。

遗憾的是, 目前这种负责任地使用人工智能的情况仍属例外。许多人工智能开发人员在未经许可或给予补偿的情况下, 使用受版权保护的内容训练它们的模型。有些人认为这构成了合理使用, 但未经他人同意, 偷偷拿走他人的作品来开发商业产品, 而不与原创产品的创作者分享, 这毫无公平而言。

此外, 这样做也是不明智的: 人工智能的创新需要人类不断提供新的原创内容, 这样人工智能的产出才能保持相关性和吸引力。文化和技术创新的融合才能带来成功。

目前, 人工智能对音乐的影响主要集中在一个紧迫的问题上: 未经授权的人声克隆。人工智能生成的深度伪造录音, 盗用艺术家的声音。这些“录音”混淆了粉丝的视听, 歪曲了艺术家的身份和声誉。在索尼音乐, 我们已经发出了75,000多份移除通知, 以保护我们的艺人免受此类深度伪造和未经授权的人工智能翻唱的影响, 但流媒体平台移除这些内容往往比较迟缓, 甚至根本不会移除。

时间是关键。包括音乐生成和拟真视频在内的生成式人工智能发展迅速。令人鼓舞的是, 人工智能合作的商业

法律应明确重申, 使用受版权保护的内容来训练人工智能系统需要获得许可。

市场正在加快发展步伐, 但由于许多人工智能公司仍将赌注押在能够免费获取内容上, 制约了该市场的发展。

在明确的权利框架和许可协议的推动下, 音乐行业在在线流媒体领域取得了成功, 为实现平衡、双赢的结果提供了宝贵的蓝图。如今, 全球有超过7.5亿付费用户以可以负担的价格按需访问庞大的音乐库, 创作者、技术部门和消费者都从中受益。

世界知识产权组织(产权组织)在制定协调知识产权与技术创新的全球人工智能政策方面发挥着至关重要的作用。强有力的知识产权保护可以与自由市场创新并驾齐驱, 确保人工智能为人类服务, 而不是与之相反。

通过鼓励人工智能开发者和知识产权持有者之间的商业合作, 我们可以共同建立一个生态系统, 让技术拓展而不是取代人类的创造力, 从而保护我们的共同文化, 确保全世界的创造者和创新者拥有一个可持续发展的未来。M

特邀文章

音乐版权：

人工智能音乐时代如何 公平对待艺术家

人工智能音乐产业正在发展壮大，这引发了如何保护其作品被用于训练生成式人工智能模型的艺术家并向其付费的问题。答案是否就在模型本身？

作者：Dorien Herremans, 新加坡科技设计大学副教授, 音频、音乐与人工智能实验室 (AMAAI) 负责人



“伊利亚克组曲”被认为是第一首由电子计算机创作的音乐作品。Lejaren Hiller是伊利诺伊大学香槟分校的教授兼作曲家，他花费巨大精力为该校的先驱计算机Illiac I编写程序，根据算法概率生成了四重奏。那是在1956年。

如今，随着算力和生成式人工智能 (genAI) 技术的崛起，仅通过文本提示词就可以在几秒钟内通过你的网络浏览器生成音乐。Suno和Udio等新的genAI模型可以创作出令人印象深刻的作品，具有精良的旋律、和声和节奏，以及专业的音色掌握。不过，与Illiac I不同的是，这些模型是利用人类创作的已有音乐进行训练的。因此，这种新发现的生成具有商业价值的音乐的能力要求我们重新思考该行业如何保护艺术家，并为其付酬。

随着这些genAI系统的兴起，一个基本问题也随之而来：我们该如何公平地对待艺术家？

在新加坡科技设计大学的音频、音乐和人工智能实验室 (AMAAI)，我们正在探索旨在检测音乐作品之间相似性的新人工智能模型能否揭示分配版权使用费的新方法。在人工智能将日益占据主导地位的音乐领域，这项研究可能有助于改变创作者获得补偿的方式。

我们如何学习音乐——原始神经网络

我们的大脑由约 860 亿个神经元组成，这些神经元通过称为“突触”的通路连接在一起，这就是人工智能模型的灵感来源。在我们的一生中，会接触到数以万计的歌曲。我们的大脑通过形成新的

突触连接和加强现有的突触连接，潜移默化地学习模式和预期。

在认知科学中，这一过程被称为统计学习。我们接触的某些模式越多，比如西方音乐中常见的纯五度音程 (do-sol)，这些连接就越强。这使我们能够形成对音乐的预期。例如，当我们听到一个不属于某个调式的不和谐音符时，它就会违反我们所学到的预期，导致我们认为它是错误的或不合适的。

我们对这些复杂网络的理解仍很有限

我们的大脑不会像录音一样存储整首乐曲。相反，我们的大脑会建立神经通路，对音乐中的模式和结构进行编码。正是这些通路让我们能够识别和预测旋律与和声。当我们哼唱或创作一首歌曲时，我们并不是在记忆某首特定的录音，而是基于习得的模式动态地构建音乐。



人工智能音乐是如何制作的

深度学习网络也基于类似的理念。人工神经网络的灵感来自于人类生物学，特别是连接主义理论，该理论认为知识是通过加强大脑处理单元 (神经元) 之间的连接 (突触) 而产生的。

在训练过程中，人工神经网络会被投喂成千上万的音乐作品。它们不会储存这些乐曲，而是学习音乐元素之间的统计关系，就像我们的大脑通过接触学习模式一样。

训练结束后留下的不是一个歌曲数据库，而是一组权重参数，这些参数编码了塑造音乐结构所需的统计路径。这些权重可以解释为类似大脑中突触的强度。当需要生成音乐时，网络就会进行推

理。进行输入(通常是文本提示词),它就会从学习到的统计分布中采样,生成新的序列。

然而,这些权重集可能包含数十亿个参数,形成了一个“黑盒”(内部运作不透明的人工智能系统),难以解读。

为了更好地了解这些网络,研究人员开发了SHAP(SHapley附加解释)和LRP(逐层相关性传播)等新技术,但我们对这些复杂网络的了解仍然有限。

道德的文本转化人工智能音乐生成器

这种缺乏了解的情况还导致了另一个问题:商业体系缺乏透明度。在AMAAI实验室,我们创建了Mustango,这是一个可控的开源文本转音乐模型,类似Meta的MusicGen。但与Meta的模型不同的是,Mustango完全是根据知识共享数据进行训练的。

这种开放性并不是该领域的常规做法。Suno和Udio等商业模型没有公开其训练数据集和模型的具体情况。这就提出了一个重要问题,即我们应该如何处理版权问题,以促进音乐行业人工智能道德的发展。美国唱片业协会(RIAA)诉Udio和Suno案(2024年6月)等近期法律案件就说明了这一问题。

由于神经网络与数据库不同,它不存储训练歌曲,而是将统计模式内化,因此很难检测特定音乐是否被用

于训练模型,而且由于人工智能公司可以轻易删除训练数据,因此几乎不可能进行审计。

在AMAAI实验室,我们正在研究如何帮助验证特定歌曲是否被用于训练模型。为此,我们正在探索成员推理攻击和扰动分析等新技术。例如,在后两者中,我们对歌曲进行细微改动,并观察模型对这些改动的反应。如果模型对细微变化反应强烈,则表明人工智能在训练过程中接触过这首歌曲。

音乐产业必须迅速做出调整。我们必须牢记,技术能够帮助我们促进道德的训练做法。

许可音乐数据集用于机器学习

随着这些genAI系统的兴起,一个基本问题也随之而来:我们该如何公平地对待艺术家?除非法院认可因为我们无时无刻不在身边听到音乐,因此受版权保护的可以自由用于训练音乐这一论据,否则商业genAI系统应当对其用于训练的音乐数据集适当许可。然而,由于没有通用的标准许可机制,这将使较小的初创企业和学术实验室陷入困境。由于无法获得大型数据集,它们在训练模型或将其权重开源方面面临巨大障碍,从而延缓了技术进步。由于缺乏明确的法律规定,这些团体往往无法冒面临法律诉讼的风险。

如果一个模型是由泰勒·斯威夫特和知名度较低的艺术家的音乐共同训练的,那么是否所有艺术家都应当获得同等补偿?





Dorien Herremans教授和同事Soujanya Poria教授向新加坡科技设计大学校长Phoon Kok Kwang教授展示他们的Mustango文本到音乐模型。

此外，获取合法的大型数据集通常需要大量的前期投资，这使得将规模较小的科技公司排除在外。

艺术家因使用其音乐训练人工智能模型而获得的补偿

在设计许可模式时还会遇到其他问题。例如，如果一个模型是同时用泰勒·斯威夫特的热门歌曲和知名度较低的艺术家的歌曲进行训练的，那么所有艺术家是否应该获得同等补偿？一刀切的许可费可能并不公平。一个更公平的方案是使用一种动态机制，查看每首歌对所生成的输出有多大贡献。

如果用户输入“创作一首像泰勒·斯威夫特创作的歌曲”的提示词，生成的输出将与泰勒·斯威夫特的音乐相似。在这种情况下，我们是否应该考虑根据相似性决定权利归属，确保对音乐输出影响最大的艺术家得到补偿？要做到这一点，我们需要技

术进步，包括高度精确的相似性模型，以帮助我们构想这样一个动态和公平的权利归属模型。

自然语言处理（NLP）为这种基于相似性的度量提供了基础。由于机器学习模型无法直接处理单词，因此我们在向任何模型投喂单词之前，先将其转化为数字向量，这一过程称为嵌入。这些向量本质上是多维坐标，研究人员从word2vec等早期模型中发现，根据分布式语义假设，在相似语境中出现的单词具有相似的向量位置。

在音乐领域，我们使用类似的嵌入过程来表示音频。在AMAAI 实验室，我们正在研究如何对这种嵌入进行微调，以创建有意义的音乐相似度指标，这些指标可以关注音色、旋律、和声、节奏甚至输入提示词本身。这些指标还可以扩展到检测剽窃行为。然而，由于缺乏明确界定的剽窃规则和数据集，此类研究仍具有挑战性。

通过生成式人工智能音乐提高人类创造力

在2024年的ISMIR (国际音乐信息检索协会) 大会上, 公平训练组织 (Fairly Trained) 的创始人埃德·牛顿·雷克斯等发表了主旨发言, 为关于艺术家权益的呼声增添了新动力, 并呼吁开发能够赋能音乐创作者而非取代他/她们的AI工具。该组织是一家非营利组织, 致力于确保艺术家为训练数据输入获得报酬。人工智能不是为纯粹的音乐生成而设计的模型, 而是可以通过充当协作伙伴、协助作曲家构思和声、加快工作流程、填充短旋律部分等方式, 将重点放在加强作曲家的创作过程。

与iPod 和音乐流传输引发的革命一样, 正在进行的人工智能革命可以说更宏大、更复杂, 它正迫使音乐产业迅速做出调整。在此过程中, 我们

必须牢记, 技术可以帮助我们促进透明度和道德的训练做法。

1956 年, “伊利亚克组曲”的首次公开演出引起了巨大反响。一位听众“预言未来人类的创造力将丧失”。如今的genAI 音乐模式在艺术界和许可领域也引起了类似的骚动。但是, 这些令人惊叹的新技术也可以促进协作工具的开发, 这些工具不仅不会削弱, 反而会加强艺术家的创作过程, 并确保他/她们获得公平的待遇。M

Dorien Herremans 是来自比利时的人工智能音乐研究员, 也是新加坡科技设计大学 (SUTD) 的副教授, 她领导着该校的音频、音乐和人工智能实验室 (AMAAI)。Herremans 多年来一直从事自动音乐生成和情感计算研究。她的研究成果曾刊登在《Vice Magazine》等刊物以及法国和比利时的国家媒体上。在2024年11月举行的产权组织对话会上, Herremans参加了“人工智能的输出: 保护还是不保护——这是一个知识产权问题”小组讨论。

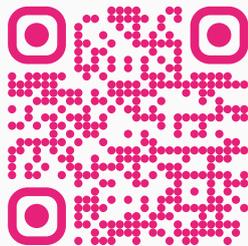


与全球受众分享 您的知识产权专 业知识。

《WIPO杂志》与法律、商业、政策和学术界的专
业人士建立联系，并以八种语言出版每篇稿件。

我们寻求对塑造当今世界的知识产权问题
的清晰分析和新颖观点。

有值得讲述的故事？
请向《WIPO杂志》投稿



WIPO



ist/Getty Images/Just_Super/Unsplash/Jack Thompson



中国音乐产业的 版权保护

作者: Qinqing Xu, 曼彻斯特大学知识产权法讲师

自1991年以来,中国在保护音乐版权方面取得了长足进步。在数字化和人工智能日益增长的世界中,平台、集体管理组织和新法规如何塑造该产业的未来?

中

国的音乐市场发展迅速，在全球十大音乐市场中排名第五。作为世界知识产权组织（产权组织）成员国，中国几十年来一直努力保护音乐版权。第一部《著作权法》于1991年生效，此后相关法规不断更新。

音乐产业的持续变革不断带来挑战。与联合王国或欧洲联盟等其他司法管辖区一样，中国面临音乐创作者报酬低的问题，以及数字化和人工智能产生的其他问题。中国市场也有其特殊的挑战。

目前，中国的版权行政管理机构正在共同努力，应对现代音乐市场的挑战。

监管背景和政府规划

《著作权法》分别于2001年、2010年和2020年进行了三次修订。2021年，政府还发布了《知识产权强国建设纲要》，提出了到2035年包括版权在内的知识产权保护目标。中华人民共和国国家版权局（国家版权局）计划于2026年发布下一个五年版权规划。2023年，在第九届“中国国际版权博览会”上讨论了有关集体管理的问题。

2005年，随着数字音乐业务的蓬勃发展，国家版权局联合中国互联网信息办公室、工业和信息化部 and 公安部共同发起了“剑网”行动，打击网络侵权盗版行为。同时，它还向在线音乐服务提供商发出通知，要求停止未经授权传播音乐作品。

“剑网”行动在打击网络盗版方面取得了重大进展，但向正版数字音乐的转变巩固了流媒体平台和音乐公司手中的权力。因此，2017年，国家版权局敦促环球音乐集团、华纳音乐集团、索尼音乐等国内外大型音乐公司确保其音乐许可制度的公平性，避免独家版权许可。

规范音乐独家版权许可的努力反过来无意中强化了音乐相关平台的主导地位。音乐人通常会将其版权转让给唱片公司，唱片公司再与流媒体服务商谈判许可协议，如中国领先的音乐公司腾讯音乐娱乐集团（TME）。它拥有四大流媒体平台：QQ音乐、酷狗音乐、酷我音乐和全民K歌。

TME等公司不仅是音乐作品的管理者和发行方，还可能拥有版权利益。例如，TME及其联合投资方在2020年和2021年收购了占20%的环球音乐集团股权，加强了对全球音乐资产的控制。TME宣布2024年第三季度的收入为70.2亿元人民币（约合10亿美元），但是并不清楚有多少利润分配给了音乐人。事实上，据报道，中国国家市场监管总局在2021年以违反中国《反不正当竞争法》对TME处以了罚款。

许多中国音乐人通过参加电视节目和综艺节目保持名气

另一个巨头是芒果TV，它利用与音乐相关的独家电视节目扩大市场影响力。与TME不同，芒果TV提供范围广泛的综艺节目、电视剧和娱乐内容。其越来越受欢迎的音乐节目经常邀请中国顶级艺人、偶像团体和新星参加。其产品组合包括从2013年到2024年的九季《我是歌手》、《无限超越班》以及《时光音乐会》。中国的乐迷必须付费才能收看芒果TV上的独家节目。继2024年《我是歌手》播出后，芒果TV背后的公司芒果超媒的股价飙升了12%。



中国新音乐人的崛起

在音乐选秀节目流行之前，中国音乐市场主要由知名歌手、传统媒体、线下渠道和专辑占据。音乐节目的激增让素人一举成名。2007年，曾是护理系学生的毛不易首次登上荧屏，并在《明日之子》节目中夺冠，引起全国关注。他的原创歌曲，如《消愁》和《像我这样的人》，一经推出便成为热门金曲——前者在发布后的24小时内播放超过1,000万次。

除了传统的专辑发行，许多中国音乐人还通过参加电视节目和综艺节目来保持名气。一个突出的例子是，2007年参加过《快乐男声》选秀节目的一组选手再次亮相。2022年，陈楚生、王铮亮、陆虎、王栎鑫、苏醒和张远在一档真人秀节目《欢迎来到蘑菇屋》中再次聚首，他们自称0713，以纪念在2007年节目中排名前13位。他们的友谊、幽默和亲和力吸引了大批观众，从而得以参演了芒果TV的综艺节目《快乐再出发》。乘着人气回升的东风，0713推出了新音乐，吸引了怀旧粉丝和新听众。他们的成功使其在更多的真人秀节目、商业代言和演唱会中亮相，成为中国音乐界近代史上一个引人注目的“复出”故事。

展望未来

2024年11月，“第八届中国网络版权保护与发展大会”在贵阳举办，会议探讨了新兴版权问题，包括人工智能对版权的影响，并在最后呼吁发展高质量的数字音乐产业。活动期间，中国音像与数字出版协会(CADPA)、中国版权协会(CSC)、企业、数字音乐平台和独立音乐人联合发起了《数字音乐版权市场公平竞争行业自律公约》。这一举措强调了其维护数字音乐市场公平竞争、避免独家版权许可协议、公平设定版权许可费以及改善集体管理组织运营的承诺。

中国音乐市场的发展和繁荣不仅取决于音乐人的创作成果，还取决于流媒体服务商发挥的作用、电视平台的影响以及正在进行的行业法规更新工作等因素。为音乐人建立一个更加公平的制度，在利益攸关方公司和集体管理组织之间营造一个增进合作的环境，对所有各方都至关重要。M



图: Getty Images/Asia-Pacific Images Studio

Qinqing Xu是联合王国曼彻斯特大学知识产权法讲师(助理教授)。Xu博士的研究兴趣主要集中在版权领域，包括音乐作品的集体管理，并涉及知识产权和游戏等其他广泛主题。她的专著《音乐版权的集体管理：中国、美国和澳大利亚的比较分析》于2023年出版。

A detailed oil painting of Johann Sebastian Bach, showing him from the chest up. He has a serious expression, looking slightly to the right. He is wearing a dark brown coat over a white cravat and a blue and gold patterned waistcoat. His hair is styled in a powdered wig with curls. The background is dark and indistinct.

特邀文章

改变音乐版权法面貌的 18世纪法律案件

作者: Eyal Brook, S.Horowitz&Co合伙人、人工智能主管

当约翰·克里斯蒂安·巴赫在18世纪的伦敦起诉未经授权的出版商时,他赢得了法律对音乐作品作为知识产权的认可。Eyal Brook认为,他的胜利仍回响在当今的数字音乐领域。

在 18世纪伦敦寂静的音乐厅里，很少有人能想到，空中飘荡的音符会成为历史上最具影响力的法律之争的主题。然而，正是在这一时期，“音乐作品”作为合法财产的概念首次被诉诸法庭。

音乐与版权法之间的关系揭示了我们在理解创造力、作者身份和音乐表达性质方面的深刻变化。从过去几个世纪用羽毛笔书写的乐谱，到今天通过算法生成的作品，谁拥有音乐创作——事实上，什么才是音乐创作——的问题一直在我们的法律框架和哲学理解中回荡。

音乐作品的诞生

传奇人物约翰·克里斯蒂安·巴赫的小儿子也许是音乐版权法故事中一个难以令人置信的主角。

1763年，约翰·克里斯蒂安·巴赫获得在14年内独家出版自己作品的皇家特许。巴赫最初自己担任出版商，发行了他的三重奏“Op.2”和交响曲“Op.3”之后，他将注意力转向了其他事业，其中最著名的是他与朋友卡尔·弗里德里希·阿贝尔（Carl Friedrich Abel）在伦敦沃克斯豪尔花园（Vauxhall Gardens）共同主导的系列音乐会。然而，成功往往滋生模仿。1773年，巴赫发现出版商朗文和Lukey公司获得了他音乐作品的复制品，并在未经许可的情况下将其出售，从他的创造性劳动中获取了大量利润。

当时的许多作曲家可能会接受这种普遍做法，而巴赫则不同，他既有经济实力，又有决心通过法律途径制止这种做法。

巴赫通过他的律师查尔斯·罗宾逊（Charles Robinson）提交了一份正式诉状，称他“创作并谱写了名为‘奏鸣曲’的大键琴音乐作品”，且由于“希望出版上述音乐作品或作曲”，已申请并获得一项“皇家特许”。

该文件描述了出版商如何“通过不正当手段获得复制品”，“未经起诉人许可和同意，印刷、出版和销售其多份作品复制品，并从中牟取暴利”。

随后，历时四年的法律“奥德赛”将重塑版权法。巴赫和他的合作者阿贝尔最初通过律师提交了两份起诉书，但都没有成功。

巴赫意识到他的皇家特许并不能提供足够的保护，因为其地位会随着时间的推移而削弱，因此他改变了策略，要求澄清音乐作曲属于《安妮法案》的范围。

有了这些文字，“音乐作品”合法诞生

该案最终于1777年提交王座法庭，由以对版权法的渐进式解释而著称的法官曼斯菲尔德勋爵审理。他的判决堪称革命性：

“议会法案的文字范围很广：‘书籍和其他著作’它并不局限于语言或文字。音乐是一门科学：它可以是书面的；且传达思想的方式是通过符号和标记。（……）我们认为，音乐作品属于《安妮女王第8号法案》规定的著作。”（*Bach v. Longman*, 98 Eng. Rep.1274 (K.B.1777)）(Eng.)

有了这些文字，“音乐作品”就合法诞生了。曼斯菲尔德勋爵证明音乐受版权法保护，消除了之前对这一问题的质疑，确保巴赫不仅因其作曲，也因其改变了法律对音乐艺术的想法而被世人铭记。

巴赫诉朗文案的重要性怎么强调都不为过。在之后60多年的时间里，该案一直作为一个主要判例，并开创了对版权法进行宽泛解释的先例，使其适用于任何被视为书籍或文字形式的事物。

在此之后，1842年英国颁布了《版权法》，这是作曲家的又一次重大胜利，该法将版权保护期限从14年延长至42年，并纳入了音乐作品的专有公开表演权和出版权。

1886年的《伯尔尼公约》在国际层面上推进了这些保护措施。虽然该公约没有规定什么是作品，但在第2条将受保护作品定义为“文学、科学和艺术领域内的一切成果，不论其表现形式或方式如何”。

《伯尔尼公约》列出的受保护作品包括“音乐戏剧作品”和“配词或未配词的乐曲”。今天，这些概念仍然适用于歌剧、音乐剧和各种音乐作品。

不断演变的定义

音乐作品仍然具有独特的性质。J. Michael Keyes 在其2004年发表的文章《音乐思索：反思音乐版权保护的理​​由》中写道：“与其他任何艺术创作相比，音乐更具有超凡的特质，它以一种复杂的方式渗入和渗透到我们生存的多个方面。”

这种复杂性导致各司法管辖区采用不同的方法。在英国，1911年的《帝国版权法》执行了《伯尔尼公约》制定的标准，但没有定义“音乐作品”一词。《1956年版权法》继续保持沉默。

直到1988年，英国的《版权、外观设计和专利法案》才明确规定，音乐作品包括“音乐，但与音乐一起演唱、说唱或表演的任何文字或动作除外”。

美国也采取了类似的逐步承认模式。1790年的第一部《版权法》没有提及音乐作品，只提及“地图、图表和书籍”。这一时期的美国法律主要侧重于知识，而不是创造力和艺术。直到1831年，旋

律和文字才受到法律保护,即便如此,法律对音乐作品的创作过程仍然保持沉默。

随后,David Suisman在其2009年出版的《销售声音:美国音乐的商业革命》一书中提到,1909年的《版权法》“决定了20世纪大部分时间美国音乐版权法的走向”。但是,尽管法律将钢琴纸卷和留声机唱片命名为法律意义上版权音乐的“复制品”,但并没有将声音本身作为版权的客体。(……)钢琴纸卷和留声机唱片上的音乐不是以声音而是以‘文字’的形式载入法律”。

当音符变成数字

技术变革极大地放大了音乐作品的模糊性。最重要的转变之一发生在文字符号与声音本身之间的关系上。由于历史上保存音乐的唯一方式是书面记谱,因此音乐作品的版权所有权发展成为一种纳入音乐文本——即乐谱——的知识产权形式。

然而,1971年《美国版权法》修正案将保护范围扩大到录制的声音本身。《罗马公约》和其他将录音制作者视为相关权持有人的民法法系辖区也作了这种区分。唱片作为独立作品受到版权保护,此外,唱片中包含的音乐作品也受到保护。这是唯一受版权法保护的艺术领域,作品与其录制格式之间存在区别。

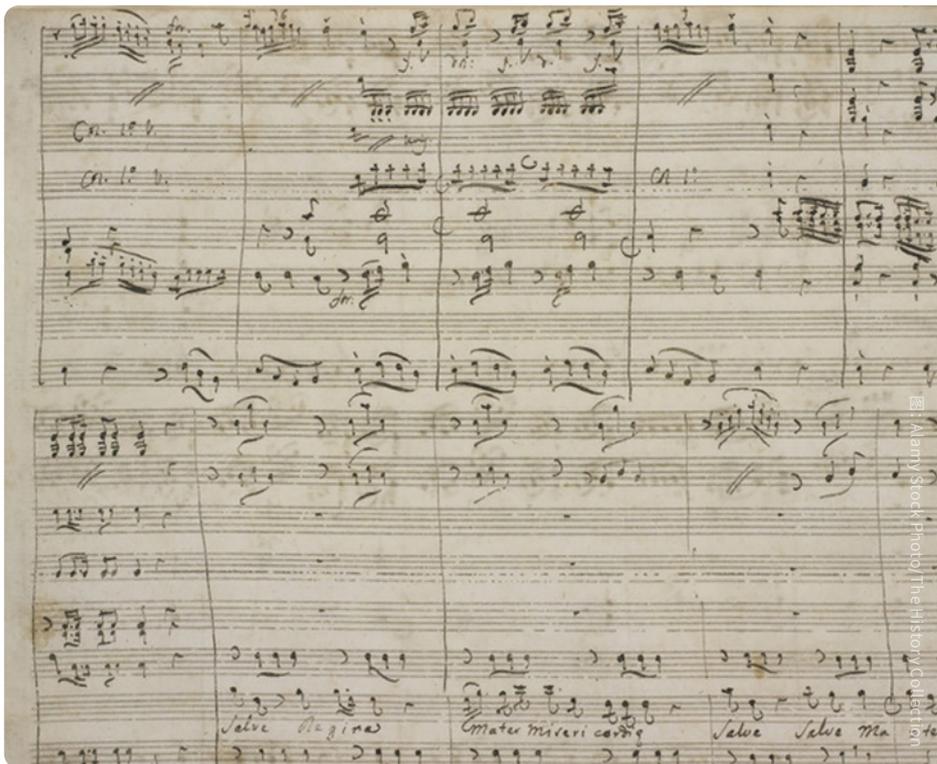
然而,现代又多了一层复杂性:当20世纪颁布新的权利来保护录音制品时,录音制品权被赋予委托录制的唱片公司或代理商。一种新的商品形式——母带录音——被载入史册,但仍然未提出承认创作者的问题。

如今,随着数字录音和发行技术使音乐制作大众化,关于人工智能产生的作品是否具有版权或能否成为相关权客体的讨论正在展开。

数字技术将乐器、录音机和计算机这些曾经各自独立的工具结合在一起,从根本上改变了创作过程和我们对其所有权的概念。

当算法生成一个新的作品时,谁拥有这个作品的版权?

约翰·克里斯蒂安·巴赫的音乐作品《Salve Regina》,作为手稿Add MS 29293的一部分收藏在大英图书馆。



数字时代催生了全新的音乐创作形式,其表现理念与早期截然不同。

人工智能生成的音乐与版权

展望未来,人工智能在音乐创作中的出现或许是对我们的音乐著作权和版权概念的最深刻挑战。

当一种算法在数以千计的人类创作的作品基础上进行训练,产生出一种听起来与人类作曲家创作的作品毫无区别的新作品时,谁(如有)拥有这部作品的版权?

这个问题与巴赫诉朗文案中提出的基本问题如出一辙,但却具有18世纪法院无法想象的新内涵。

正如曼斯菲尔德勋爵必须根据《安妮法案》确定音符是否可被视为“文字”一样,今天的法院也必须努力解决人工智能生成的音乐是否构成著作权作品的问题。

由于人工智能系统颠覆了传统的创造力概念,这一挑战变得更加复杂。在人类设计算法和提供训练数据的同时,人工智能本身也在越来越自主地生成新音乐。



伦敦沃克斯豪尔花园的全貌。John S. Müller 根据 Samuel Wale 创作的手绘水彩版画,约创作于 1751 年。

这就提出了一个深刻的问题，即传统的版权框架能否适应这些技术发展，或者是否需要全新的方法。

未完成的交响乐

从巴赫具有里程碑意义的案件到今天的数字和人工智能挑战，这一历程揭示了一个一致的模式：版权法必须永远跟上技术变革和不断发展的创造力概念的步伐。

音乐版权的历史在很多方面都是一部试图定义无法定义的事物的历史——用法律语言捕捉音乐创作中难以捉摸的本质。

从曼斯菲尔德勋爵关于音乐“可以是书面的；且传达思想的方式是通过符号和标记”的判决，到《伯尔尼公约》纳入音乐作品（无论其定义多么具有开放性），再到现代法律将作曲与录音分开，每一个法律框架都反映了当时的技术现实和哲学假设。

版权法在21世纪面临的挑战是继续实现版权的基本宗旨：承认和奖励人类各种形式的创造力。

当我们站在音乐创作人工智能革命的门槛上时，从这段历史中汲取的最宝贵经验或许不是任何特定的法律理论，而是认识到我们对音乐作品和著作权的概念并非一成不变，而是在不断演变。

试想一下，如果伯尔尼谈判代表在1886年就决定对该术语进行定义，将会发生什么。作为一个法律概念，“音乐作品”诞生于约翰·克里斯蒂安·巴赫维护其创作权利的决心——并随着每一次新的技术发展和艺术创新而不断变化。

版权法在21世纪面临的挑战是继续实现版权的基本宗旨：承认和奖励人类各种形式的创造力。这不仅需要法律上的智慧，还需要我们有意愿重新考虑关于音乐是什么以及音乐如何产生的最基本假设。

因此，巴赫的遗产不仅是他开创的先例，也是他开启的持续对话——一部未完成的法律思想交响曲，随着每一次新的技术革命和艺术运动而不断发展。

当我们面对人工智能的挑战以及随后可能出现的任何技术时，我们应当谨记，我们今天提出的关于所有权和创造力的问题，与近250年前一位作曲家在伦敦法庭上为争取他认为理应属于自己的权利而首次提出的问题形成共鸣。**M**

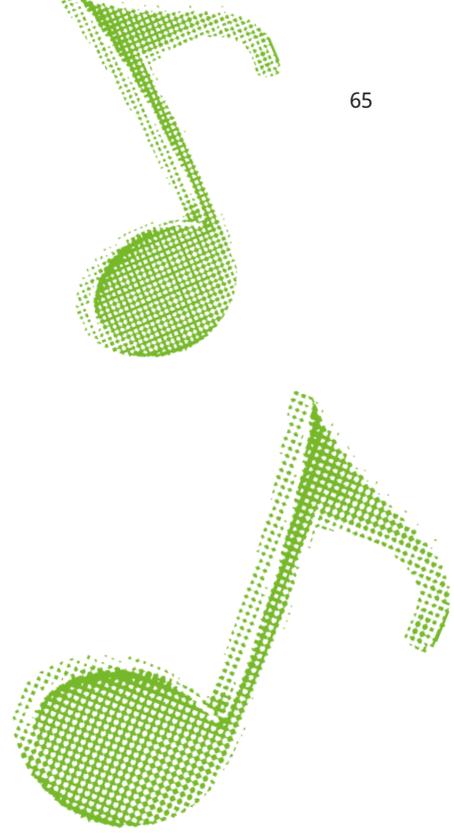
Eyal Brook是S. Horowitz & Co公司人工智能业务的负责人，曾就人工智能时代的音乐著作权问题撰写了大量著作。他是特拉维夫大学Shamgar数字法律与创新中心的高级研究员，同时也是一名兼职教授，在雷克曼大学和奥诺学术学院教授法律、音乐和人工智能等课程。

走进中东和北非地区的音乐热潮：

与Spotify的Imad Mesdoua对话



根据“Loud & Clear”这份Spotify的年度音乐经济报告,全球艺人正在不同语言和地区取得前所未有的成功。2024年,在Spotify上创造了至少100万美元收入的艺人合计以17种不同语言录制了音乐,比2017年增长了一倍多。中东和北非(MENA)地区的录制音乐收入出现了创纪录的增长,在全球音乐产业中名列前茅。《WIPO 杂志》采访了Spotify中东和非洲地区政府事务总监Imad Mesdoua,他解释了关键的增长因素,并揭示了帮助Spotify将当地音乐界和艺人提升为全球现象的“核心秘方”。



— 您曾是一名政治分析家,自称是泛非主义者。是什么吸引您加入Spotify?

这份工作是我梦寐以求的,因为它融合了我所关心的许多事情。从我能想到的时候起,我就是Spotify的用户,我一直觉得自己与音乐、艺术以及围绕文化和身份认同的政策问题有着紧密的联系。我来自阿尔及利亚,一个位于非洲和阿拉伯世界交汇处的国家。跨越这两个地区的生活让我产生了一种强烈的愿望,那就是架起文化的桥梁,提升当地的声音。这个职位最让我兴奋的是,我有机会支持那些曾经塑造了我所在地区的创意产业。

— 尽管面临经济挑战,但中东和北非地区的音乐产业仍呈现创纪录的增长。为什么会有这样突然的成功?

看到这些数据令人振奋,这种增长绝对不是巧合。有一些催化剂已经在背后存在了很长时间。

首先,这种爆炸式增长的基本要素是不可否认的。那就是有一群非常年轻的人口,他/她们高度连接,精通数字技术,热爱本地和全球的音乐。这是一个创意人才辈出的地区,而且国内对创意人才的需求与日俱增。

- 根据国际唱片业协会(IFPI)《全球音乐报告》,中东和北非地区是全球增长最快的音乐市场,2024年音乐收入的增长达22.8%
- 2024年全球录制音乐收入增长了4.8%,达296亿美元
- 在中东和北非地区,流媒体收入占主导地位,市场份额高达99.5%
- 中东和北非地区用户的音乐收听时间位居全球前列,平均每周27小时,比全球平均水平高出约6小时

其次,流媒体平台带来了变革。如果深入挖掘数据,你会发现中东和北非地区音乐产业的几乎所有收入都来自流媒体。这股崛起的浪潮正在席卷各个类别和流派的艺人。

中东和北非地区特有的第三个催化剂是,过去几年政府对创意产业的投资大幅增长。在沙特阿拉伯和阿联酋等市场,数十亿美元正从大型政府项目流向创意经济的不同领域,包括艺人成长、巡演、录制和展示音乐所需的基础设施。这有助于该行业以惊人的速度扩大规模。

最后,我要说的是我们所发挥的特殊作用。自Spotify于2018年11月进入中东和北非市场以来,我们一直非常重视我们所称的策划和编辑策略,以确保当地艺人不仅在国内,而且在全球舞台上都能获得知名度。

— Spotify与政府官员就政府投资进行了哪些对话?

我的职务涉及影响我们的业务、创意产业和广大创作者的各种问题。我的工作是在确保我们与各国政府开展建设性的持续对话,以建立一个能够促进文化繁荣的监管体系。

任何时候都有许多议题需要讨论。其中之一就是版权改革。该地区的各国政府正开始更新其国内法律,以确保这些法律能反映当今音乐产业的运作方式以及数字生态系统的演变方式。

我们看到,这些地区在采纳产权组织条约方面存在一些差距,无论是《产权组织版权条约》还是《产权组织表演和录音制品条约》,这些条约是数字音乐业务的基石。通过与政府官员的对话,我们正努力鼓励在音乐领域进行切实可行、易于实施并与国际最佳做法和版权条约接轨的改革。

我们还在讨论一系列与版权改革相邻或下游的问题,包括围绕元数据以及更好的透明度和报告系统的问题,这最终有利于音乐出版和其他领域版税的收取和分配。这是第一大部分。

第二大部分是我称之为像我们这样的平台在这些地区的运营问题。具体来说,我所说的是平台许可制度、税收问题和其他科技领域的法规。我们努力鼓励灵活性,并更好地理解数字流媒体平台的独特商业模式。

— Spotify的Loud & Clear报告显示,一些艺人从国外获得的版税多于从本国获得的版税。您认为这是为什么?

Spotify的优势之一是它是一个全球性平台。据统计,全球每13个人中就有一人使用我们的平台,因此地区艺人可以进入全球用户社区。2025年第一季度财报显示,我们的付费用户数为2.68亿,月活跃用户数为6.78亿,同比增长10%。

与此同时,由于每天上传的曲目数量众多,要在全球范围内赢得受众的青睐并不容易。我们在当地采用的策划因素在确保艺人们能从这股上升的潮流中获益方面发挥了重要作用。这种支持加上其他举措,为艺人壮大粉丝群创造了新机会。

您可以在我们最新的Loud & Clear数字中看到这一点。如果你看一下Spotify在2024年向尼日利亚当地产业支付的版税,已达到580亿尼日利亚奈拉(约合3,600万美元)。这是2023年的两倍。在南非,我们将在2024年支付近4亿南非兰特(约合2,100万美元),同样是2022年数字的两倍。这些收入中有相当一部分来自艺人们本土市场以外的听众,这证明了当本地人才获得全球曝光时,其经济影响是可以感受到的。

— 让我们来讨论一下您提到的Spotify的策划和编辑策略。

发现和个性化是Spotify的核心秘诀。没有两个Spotify体验是相同的,这归

功于量身定制的用户体验。这其中很大一部分是由复杂的算法驱动的,但也有很大一部分是人为策划的。

我们在世界各地拥有才华横溢的音乐编辑,他/她们对所覆盖的场景有着深刻的了解。他/她们生活在音乐中,呼吸着音乐的气息,不仅了解艺人们的作品目录,还了解正在筹备中的作品。他/她们的角色至关重要,因为他/她们与艺人、艺人团队和更广泛的行业紧密相连,与当地的音乐生态系统息息相关。

“我们地区发生的一切表明,音乐不仅仅是娱乐。它推动了经济增长,创造了就业机会,并将本地产业转变为全球力量。”

— 您能举例说明在实践中是如何操作的吗?

我们看到尼日利亚的Afrobeats和南非的Amapiano等音乐流派正在全球流行。我们的编辑将这些流派的歌曲列入全平台的播放列表,这在让这些音乐风格获得关注和帮助艺术家接触世界各地的新受众方面发挥了重要作用。然后,Spotify的编辑计划(如Radar Africa)通过平台支持和平台外营销帮助新晋艺人。Radar Africa曾报道过处于事业上升期的Tems、Tyla和Ayra Starr等明星。

在中东和北非地区,当地的音乐界也在蓬勃发展,无论是摩洛哥或埃及的说唱界,还是黎凡特和海湾地区的流行音乐和哈利吉音乐。Melouk El Scene、Yalla和Abatera等旗舰播放列表都体现了这些流派的崛起。“平等阿拉伯(Equal Arabia)”等计划还关注女艺人,包括Assala Nassri、Balqees和Angham,以在国内和国际上增加她们的受众。

— 这听起来就像现代电台的DJ,但使用的是数据。这对艺人们有什么直接帮助?

不完全是。与电台不同,Spotify并不是被动收听。我们的用户会主动选择想要听到的内容。这样,我们就能更清楚地了解人们究竟喜欢什么。这是很大的区别。Spotify还为艺人们提供了各种工具,使他/她们能够掌握自己的职业发展。

我们有一个名为“Spotify for Artists”的平台,允许艺人们上传宣传短片,但最重要的是,可以监控其收听率背后的数据。艺人们可以与粉丝建立联系,了解听众所在位置和收听时长,以及歌曲的实时表现。这种数据为艺人及其团队能够有目的的发展,而这不是电台所能提供的。

— 中东和北非地区的前景如何?接下来我们该听谁的音乐?

我坚信,中东和北非以及非洲将继续塑造全球音乐文化。看到本地区的艺人成为全球家喻户晓的明星,无论是

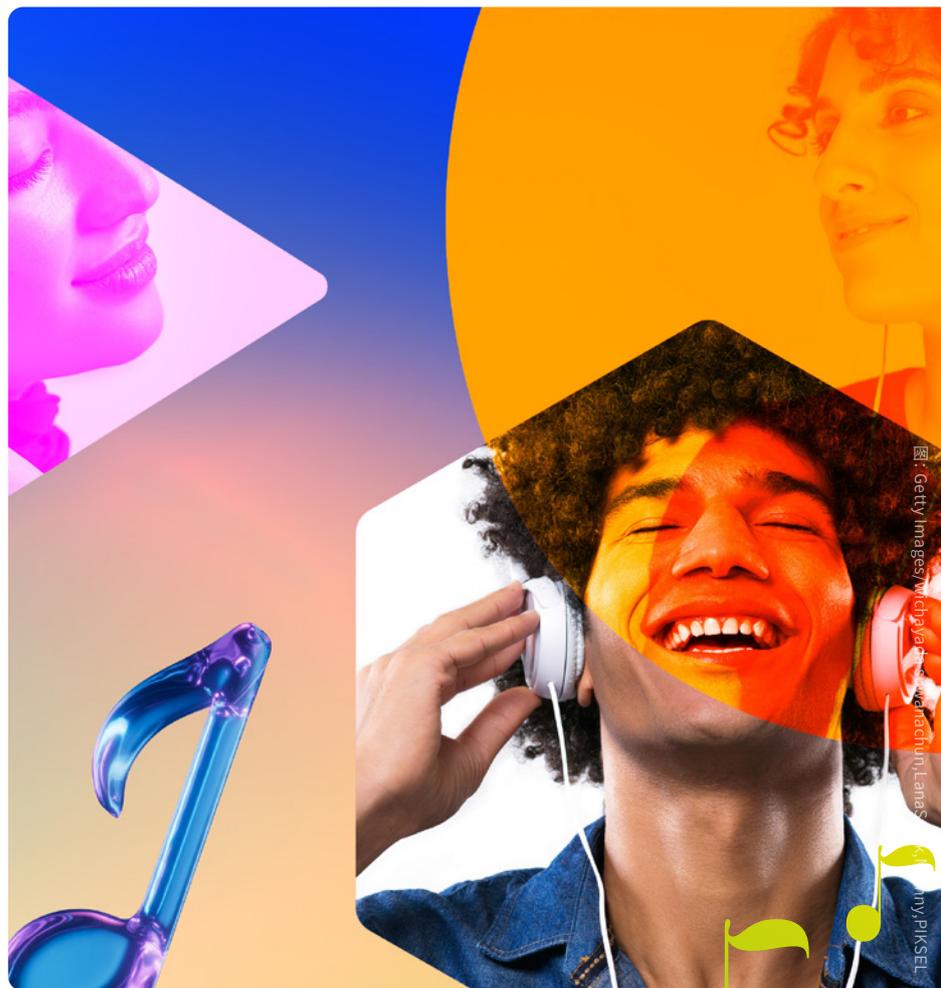
Tyla和Amaarae在科切拉音乐节上的表演,还是沙特艺人Mishaal Tamer打入拉美热播金曲排行榜,我的激动之情都无以言表。

今年,我去阿布扎比观看了酷玩乐队的演出。智利-巴勒斯坦艺人Elyanna为他们的世界巡演做了开场表演。有时,我们需要停下来,欣赏一下这些非凡的时刻。

我尽我所能密切关注该地区的新艺人,但如果你想自己发现下一波的杰

出人才,请从我们的“Radar Arabia”或“Radar Africa”播放列表开始。这些播放列表体现的创造力堪称世界一流,绝对值得你花时间欣赏。未来必定是一片光明!

我们地区发生的一切表明,音乐不仅仅是娱乐。它推动了经济增长,创造了就业机会,并将本地产业转变为全球力量。这也是软实力的最佳表现,在我们最需要的时候将人们和文化联系起来。我很高兴能在自己的岗位上为此做出贡献,哪怕是微不足道的贡献。M



本次访谈由《WIPO杂志》编辑诺拉·曼泰根据两次谈话内容编辑浓缩而成。



印度手工艺人如何利用 知识产权保护传统乐器 制作

| 作者: Neelima Bogadhi, 印度知识产权教师和研究员



由于对印度传统乐器的需求下降，制作这种乐器的手工艺人受到了沉重打击。本文介绍了这些手工艺人如何利用知识产权来保护产品和保障生计。

印度丰富的文化传统孕育了多种形式的音乐和乐器。博布比利维纳琴(Bobbili veena)是一种大型弦乐器，传统上由一整块菠萝蜜果树木雕刻而成，最早于17世纪在印度南部的博布比利镇制作。

2012年，印度政府为博布比利维纳琴颁发了地理标志证书。此类证书用于具有特定地理来源的商品，包括农产品和其他产品，这些产品具有与生产地相关联的品质、声誉或其他特征。参考意大利Grana Padano奶酪、墨西哥龙舌兰酒和大吉岭茶。

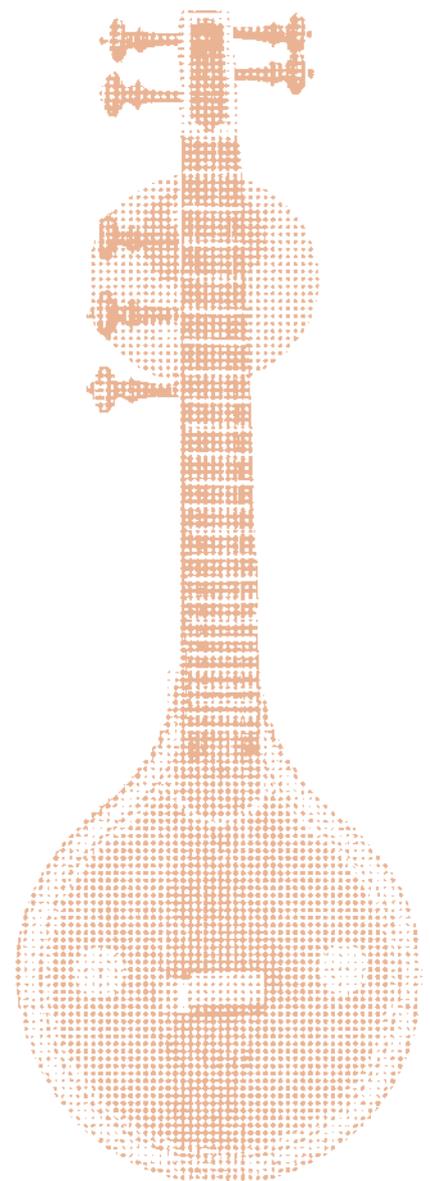
利用自然资源手工制作并融入当地社区传统的物品也可以获得地理标志。

就博布比利维纳琴而言，地理标志保护了制作这种乐器的当地手工艺人的文化，从而提高了其市场价值。这反过来又促进了地区经济的发展。

博布比利维纳琴的艺术

在印度，音乐不仅仅是娱乐。它事关获得精神性。该国出产的传统乐器发出的声音使之成为可能。

维纳琴是印度次大陆众多弦乐器的统称，有多种类型。博布比利维纳琴起源于博布比利地区的王室赞助，该地区现属于安得拉邦。博布比利王国由佩达拉尤杜国王于17世纪建立。他热爱音乐，并下令制作维纳琴，在宫廷中演奏。今天手工艺人们的祖先从维齐亚纳加兰迁移到博布比利定居。他/她们的技艺世代相传给居住在附近戈拉帕利村的后代。



维纳琴是如何制作的

制作博布比利维纳琴的主要原材料是原产于印度的菠萝蜜果树木材。该乐器由一整块菠萝蜜果树木雕刻而成。首先制作好的是“kunda”，即琴肚，它被挖空，然后覆盖上木板。然后是“dandi”，即琴颈，通常长51英寸，由同一根原木雕刻而成。在进行装饰镶嵌之前，要先连接七根弦。制作过程需要技艺和耐心；制作一把博布比利维纳琴需要长达25天的时间。

戈拉帕利是一个设施简陋、识字率低、经济机会少的小村庄。博布比利维纳琴是卡纳提克音乐（一种印度南部的印度古典音乐形式）的重要组成部分。然而，随着现代音乐的兴起，对包括博布比利维纳琴在内的传统乐器的需求在减少。由于对这种宏大乐器的需求减少，许多手艺人放弃了这门手艺，转而从事其他工作。许多人甚至从该地区迁徙出去。

为了振兴这一手艺，资深手工艺人们正在树立对延续家族传统以保护文化遗产和促进经济福祉重要性的意识。1950年代，手工艺人们成立了萨拉达维纳琴工人家庭工业合作社，开始制作微型维纳琴作为纪念品。同样是用菠萝蜜果树木制作，这些有趣的微型模型引发了自身的市场需求。



图：Neelima Bogadhi

在印度颁发地理标志证书

20世纪90年代，印度努力在国际上保护巴斯马蒂香米等产品，并于1999年通过了《商品地理标志（注册与保护）法案》。这一法案符合世界贸易组织（世贸组织）《与贸易有关的知识产权协定》（TRIPS），其中有一节涉及地理标志。

在印度，专利、外观设计和商标总局局长负责监督地理标志注册簿。注册程序非常严格，例如，要求证明拟注册物品的来源，并需提供历史证据和当地的团结与协调作为支持。

手工艺协会和政府部门经常帮助当地社区注册地理标志。关于博布比利维纳琴，最初的申请是通过安得拉邦手工艺品开发公司（APHDC）提出的，该公司认为该乐器是该邦的产品，有可

能获得地理标志。后来，APHDC 和安得拉邦技术开发与推广中心在村里建立了一个手工艺品开发中心，并帮助手工艺人们推销其产品。2012年，博布比利维纳琴在乐器类下，微型维纳琴在手工艺品类下获得了地理标志。

地理标志标签使该乐器重获声誉，尤其是在年轻一代中。印度还推出了一些举措来更好地利用它：工匠们因其技能而受到表彰；种植菠萝蜜树以改善优质木材的供应；博布比利维纳琴被列入“一村一产品”（OVOP）倡议清单。

然而，成功不仅取决于手工艺人和政策，公众也可以通过了解和创造对可持续手工乐器的需求来发挥作用。M

Neelima Bogadhi 拥有印度安得拉大学的博士学位，她的论文主题是印度法律和地理标志。她是《法学研究学院期刊》和《Bonafide Voices》在线杂志的助理编辑，也是安得拉邦达莫达拉姆-桑吉瓦伊亚国立法律大学的教员。Neelima在2023年产权组织青年视频竞赛中获得了二等奖。



图：Alamy Stock Photo/Matt Crossick

法庭之上

巴西法官考虑在阿黛尔案中适用《伯尔尼公约》

| 作者：Carla Frade, 版权律师和研究员

当一位巴西作曲家声称阿黛尔剽窃了他的桑巴经典作品时，由此引发的法庭案件提出了有关音乐相似性和国际版权执法的根本问题。

2024

年初，在试图达成友好解决方案未果后，巴西作曲家Toninho Geraes提起诉讼，指控英国歌手阿黛尔于2015年发行的歌曲《百万年前》(Million Years Ago)剽窃了他的曲目《Mulheres》。Geraes的歌曲被认为是桑巴舞的经典之作，1995年通过Martinho da Vila的歌声在巴西全国声名鹊起。

这位作曲家将歌手兼作曲家阿黛尔、联合作曲家兼制作人Greg Kurstin、发行商环球音乐以及唱片公司索尼音乐和Beggars Group告上法庭。除要求赔偿损失外，Geraes主要是希望作为这首歌曲的共同作者获得署名权，这样他就可以从这首歌曲的版税中分一杯羹。这也可能影响到阿黛尔。

提出剽窃索赔

1998年的联邦法律规定，巴西对固定在有形或无形媒介上的智力作品实行版权保护。对于音乐作品，版权保护范围包括歌曲的作曲(构成旋律的音符)和作词(歌词)，而表演(音乐家和歌手演绎歌曲的具体方式)则受到相关权的保护。Geraes的剽窃指控仅涉及歌曲的作曲。

如何判断两首歌曲是否相似

然而，巴西的上述法律并未定义或提及抄袭，其含义来自判例法和学术评论。根据这些资料，剽窃可定义为未经授权复制作品中受版权保护的内容，并将其作为剽窃者自己的作品。要胜诉，法官必须认定被告有机会接触到原告的作品，而且所剽窃的内容足以在侵权作品中被认出。在本案中，这意味着要确定两部作品是否相似。

但法院如何判断两首歌曲或作品是否相似呢？音乐作品的相似性是剽窃案件中一个核心且技术性很强的问题，需要专家进行分析。在具有里程碑意义的“Blurred Lines”案中，法证音乐学家Judith Finell担任胜诉方Marvin Gaye的专家证人，她告诉《WIPO杂志》，她在版权争议中的作用是“教育法官和陪审团”，并就“[两首歌曲]在音乐上的异同以及[与]可能的现有技术的[相似性]提供客观意见”。为了在法庭上说明自己的观点，Finell经常演奏乐器，以帮助陪审团理解她的分析。

争议双方都要求对歌曲的相似性进行分析，以支持其在巴西的权利主张。Geraes提出了专家和非专业人士的意见，认为旋律相似。他还指出，阿黛尔的合作作曲人Kurstin很可能接触过他的作品，因为他曾学习并公开推广巴西音乐。

环球公司、阿黛尔、Kurstin和Beggars辩称没有故意或非法抄袭，并将旋律相似归因于使用了音乐通俗用曲。她们辩称，这两首作品中的五度和弦行进方式不受版权保护，而其他音乐

特征则将它们区分开来。他们还试图质疑Geraes聘请的专家的资质和方法，从而使其不可采信。

索尼音乐公司以程序为由进行了辩护，声称自己被错误地列为诉讼一方，而且案件已过诉讼时效。

此后，此案交由法院指定的音乐专家处理，该专家于2025年5月发表了初步意见。该意见指出了旋律方面的相关相似之处以及和声方面的实质性相似之处，但并未就是否存在剽窃行为提出意见。

一旦各方都有机会提出自己的意见和最终诉状，法官将对案件做出裁决。与美国的诉讼程序等不同，巴西的版权纠纷不需要陪审团裁决。

国家裁决，全球影响

虽然最终裁决还未做出，但回顾之前的诉讼程序却很有启发性。2024年12月，里约热内卢的一名法官认为剽窃指控可信，发布了初步禁令，命令被告停止在全球范围内使用和传播《百万年前》。该判决甚至要求Spotify和YouTube等流媒体平台在全球范围内删除这首歌曲，但后来由于和解努力而暂停。

法官之所以有权下达如此广泛的命令，是基于两项关键的法律原则。首先是《保护文学和艺术作品伯尔尼公约》，这是一项由产权组织管理的条约，为版权作品提供国际保护。《伯尔尼公约》于



图：Alamy Stock Photo/PA Images

虽然禁令在上诉后被撤销，但巴西法院仍在继续审理此案

1886年签署，目前有180多个签署国，包括巴西、美国和英国。

《伯尔尼公约》的国民待遇条款规定，任何签署国的作品在其他成员国都享有与本国作品相同的版权保护。其次，2024年国家高等法院（STJ，巴西语缩写）的一个判例规定，鉴于互联网的互联性质，当巴西的利益受到影响时，巴西法院可以下令删除全球内容。里约热内卢法院（TJRJ，巴西语缩写）后来不同意州法官援引STJ的判例。

虽然中间上诉后撤销了禁令，但巴西法院仍在继续审理此案，预计将于2026年初对剽窃索赔做出最终裁决。无论结果如何，它都将影响数字时代如何处理具有国际影响的版权争议，尤其是国家法院对全球数字平台的管辖权范围。M

Carla Frade是一名版权律师和研究员。她最近完成了美国纽约大学的法学硕士学业，并在艺术法中心获得了奖学金。移居美国之前，她在巴西利亚大学获得了法律、国际关系和知识产权学位。Carla以前的工作包括作为巴西的产权组织代表团成员参与知识产权条约谈判，以及共同领导巴西音乐交流中心，该机构负责在国外推广巴西音乐。

“法庭之上”的文章通常报道当前的法庭案件和裁决，并及时分发以供讨论和评论。



沙特制作人Ahmed Alsallal利用音乐推广知识产权

| 作者：诺拉·曼泰，《WIPO杂志》编辑。

Ahmed Alsallal是音乐制作人、诗人，也是知识产权专业人士，他将沙特传统带入了现代音乐。了解他的民族歌曲以及他如何在整个海湾地区推广知识产权。

Ahmed Alsallal 既是艺术家,也是企业家,他对知识产权的创造可能性和商机有着敏锐的洞察力。作为一名制作人和诗人,他为沙特阿拉伯和整个海湾合作委员会地区的大型组织创作歌曲。他为专业艺术家制作的一些作品在YouTube和其他平台上的浏览量已超过5亿次。

Alsallal还为沙特知识产权局(SAIP)工作。2024年11月,他为在沙特阿拉伯利雅得举行的“缔结和通过外观设计法条约外交会议”创作了与会议视觉形象相一致的声音标志,为会议增添了艺术气息。“我总是在脑海中进行创作,”他说。“我看到了棕榈树。我看到了传承、设计和传统。”因此,他得到灵感,将沙特的传统元素融合在一起,包括阿尔达节奏和乌德琴的独特声音,并由现代管弦乐伴奏,他与一名编曲家合作完成了这一作曲,并融入了“沙特国歌的韵味”。

这曲音乐成为了11天会议的背景音乐,会议最终通过了《利雅得外观设计法条约》(RDLT)。该条约旨在帮助设计人在国内外市场上保护其作品。

人工智能将把音乐的精确度提升到新的水平,但音乐的灵魂只有人类的心灵才能赋予。

作为一名音乐制作人,Alsallal 擅长创作他所谓的“民族歌曲”——爱国宣传音乐。“我与私营和公共公司及组织合作,创作了60多首民族歌曲,”他说。它们往往表达了“我们对这个国家的抱负和梦想”。

他还在中东和北非最大的媒体公司MBC担任评委,“评估和培养沙特阿拉伯王国的人才”,他说。

尽管人工智能(AI)在创意产业中不断发展,但 Alsallal 仍然坚信与人类表演者合作的重要性。

“让我们遵守这一伦理道德规则,”他敦促道。“是的,我们可以把人工智能作为一种工具,帮助我们发展和提高创造力,但我们不应该依赖机器。艺术家们仍有自己的感情要汲取,而且他/

她们还有家庭要支撑,无论技术能实现什么。”

在被问及沙特阿拉伯的知识产权推广和他为SAIP所做的工作时,Alsallal提到了最近的一项活动“感受创意”,并强调音乐是超越文化界限的:“无论你说哪种语言,你都能理解音乐的语言,因为它直抵灵魂,引起心灵共鸣。” **M**



Alsallal在MBC学院举办的创意国家路演决赛中。

《WIPO杂志》重新 上线发布。

重新设计的网络体验使知识产权见解比以往任何时候都更容易获得。导航更简洁，搜索更方便，内容围绕知识产权领域的重要话题展开。

深思熟虑的分析和全球视角一如既往地满足您的期待，而现在可以更便捷地找到和分享。

探索我们焕然一新的数字体验。

以八种语言提供。

访问《WIPO杂志》



WIPO

WIPO杂志

第1/2025期

聚焦音乐和知识产权

ISSN (印刷版) : 1020-7074

ISSN (网络版) : 1564-7854

DOI:10.34667/tind.58703

编辑: 诺拉·曼泰

图片编辑: Fairouz El Tom

设计: Yona Lee

撰稿人: Neelima Bogadhi, Elay Brook, Carla Frade, Dorien Herremans, Clovis McEvoy, James Nurton, Dipak G. Parmar, Lauri Rechartd, Ana Clara Ribeiro, Geoff Taylor, Maria L. Vázquez, Qinqing Xu

致谢: Charlotte Beauchamp, Tobias Bednarz, Matthew Bryan, Sara Clegari, Solange Cesarovna, Rafael Ferraz Vazquez, Marina Foschi, Edwin Hassink, Nathalie Humsi, Hanna Koonen, Garrett Levin, Hua Liu, Dominic Matar, Imad Mesdoua, Allain Michel, Niclas Molinder, Miyuki Monroig, Oluwatobiloba Moody, Benoit Mler, Andrew Ong, Isabella Pimentel, Marie Paule Rizo, Nicole Rosenberg, Samar Shamoon, Damien Simonis, Binying Wang, WIPO Academy, Michele Woods

© WIPO, 2025年



署名4.0国际 (CCBY4.0)

允许使用者对本出版物进行复制、发行、改编、翻译和公开表演，包括用于商业目的，无需明确同意，条件是使用这些内容须注明来源为《WIPO杂志》，并在对原始内容作出修改时明确注明。

使用者无权使用产权组织的任何官方徽记或标识，并且未经产权组织事先明确书面许可，不得默示或明示得到产权组织的任何支持或认可。请向产权组织发出请求，以获得此种许可。

本开放获取政策不适用于第三方内容。如果产权组织发表的内容含有属于一个或多个第三方权利人的资料，例如图片、图形、商标或徽记等，任何希望使用这些资料者自行负责向权利人取得此种资料的权利许可。