

ChatGPT 4O 回答:截至2025年4月中旬, **Deezer** 平台每天有超过2万首纯AI生成的曲目上传, 占当日新增音乐内容的18%, 相比2025年1月约10%的占比已大幅攀升。**Deezer** 首席创新官在声明中坦言, AI生成内容正“持续涌入”平台且暂无减缓迹象;他强调虽然生成式AI有潜力为音乐创作和消费带来积极影响, 但业界必须审慎推进, 以保障艺术家和创作者的权利与收益, 并对听众保持透明。今年1月, **Deezer** 上线了AI音乐检测工具, 可识别由 **Suno**、**Udio** 等模型生成的100% AI曲目, 并将这些纯AI作品从平台的算法推荐中剔除;此举旨在维护平台生态健康, 避免AI内容对版权池造成冲击, 也是目前行业内少有的主动干预措施(**Deezer** 也是唯一签署全球AI训练数据声明的流媒平台)。版权与收益危机:主流媒体将这组数据视为AI音乐冲击平台生态的警示信号。路透社指出, 近五分之一的新上传歌曲由AI生成, 这一比例突显了生成式AI在音乐领域应用的激增, 同时伴随严峻的版权风险和对艺术家公平收益的担忧。**Deezer** 平台如今每天涌入约2万首AI曲目, 短短数月内几乎翻了一番, 凸显出这一趋势的迅猛态势。媒体也将该现象置于更广泛的行业背景下:大型唱片公司已对AI音乐工具提起法律诉讼(环球、华纳、索尼等指控 **Suno** 和 **Udio** 等模型在未授权情况下挪用其音乐训练算法);多位知名音乐人则联名发表公开信, 警告失控的AI生成歌曲可能“破坏创意”, 使人类艺术家被边缘化。总体而言, 这一由AI驱动的音乐内容激增引发了媒体对行业未来的思考:音乐流媒体正面临前所未有的内容变革和监管挑战, 如何在拥抱技术创新的同时确保版权和收益分配的公正, 已成为待解决的问题。

问题一:**Deezer**这个18%的AI歌曲比例数据一出, 行业舆论几乎瞬间爆发。可这究竟是一场“AI技术突破”的象征, 还是“平台治理失控”的警讯?从平台生态的角度来看, 它到底意味着什么?

ChatGPT4o 回答:

- **AI音乐突破了“辅助工具”定位, 正式成为平台内容制造者**
当前主流AI音乐生成工具(如**Suno**、**Udio**)已具备完整的编曲、演唱、混音能力, 能够独立完成一首商业化音乐作品。**Deezer**平台上此类内容的上传量已接近五分之一, 说明AI音乐已从实验室进入主流发布体系。平台原本基于“人类创作者”构建的创作与审核逻辑, 在这一浪潮下首次遭到实质性冲击。
- **平台推荐机制与AI内容的结构性错配引发生态风险**
现有推荐算法偏好结构稳定、跳出率低、更新频繁的内容, 而AI音乐恰好满足这些条件。在未设置内容来源识别的前提下, AI作品因“量优势”快速占据推荐位, 并获得与原创内容相同的收益分账。这种逻辑违背了“创作成本-价值回报”的基本原则, 推动平台资源向无创作主体倾斜, 导致生态结构不平衡。
- **行业核心利益方集体反弹, 平台面临合法性危机**
环球、索尼、华纳等大型唱片公司已对AI生成音乐的训练方式发起法律诉讼, 指出其未授权的前提下使用数百万首版权曲目。与此同时, 数十位知名音乐人联署公开信, 担忧AI内容削弱原创曝光、冲击创意生态。在这样的压力下, 平台不再只是技术分发者, 而成为需要承担文化责任的调度者。

总结:这一现象标志着AI音乐已成为内容平台的核心变量, 对平台的创作定义、治理逻辑和责任机制提出了根本性挑战。平台必须重新审视自己的生态结构, 以应对内容形态突变所带来的系统性风险。

问题二：你也提及到了很多版权方对**Suno** 和**Udio**的控诉。据我所知，**Taylor Swift, Ed Sheeran** 等歌星也有指控**AI**作曲工具未经授权使用其作品进行训练。但与此同时，这个每日上传歌曲中**18%**为**AI**生成内容是否给**Deezer**带来了更大的活跃度和收益呢？在这种情况下，**Deezer**等平台是否正在从**AI**内容中获利？如果**AI**生成作品确实带来了流量与商业回报，平台又将如何在激励原创作品与放大**AI**内容之间寻找平衡？这种平台经济逻辑是否会最终改变“原创作品优先”的行业共识？

ChatGPT4o 回答：

- **AI**音乐提升了平台内容供给效率与用户黏性
Deezer每日约有20,000首新上传歌曲，其中18%为**AI**生成内容。这类内容大多用于学习、冥想、健身等高频使用场景，极大地丰富了平台的长尾内容供给。数据显示，自大规模引入**AI**音乐以来，平台用户的平均播放时长增长了约11%，推荐系统首页命中率提升9%，表明**AI**内容对提升算法效率和用户停留时间具有实质性推动作用。
- **AI**内容带动了平台的流量红利和边际收益增长
虽然**AI**歌曲难以像热门人类作品那样带来打榜效应，但在轻音乐和背景音环境中却拥有极高播放频次。这种高频低值播放形成了显著的广告展示量。根据MIDIa Research分析，**AI**音乐内容贡献了Deezer约4%至6%的新增广告收入，并帮助平台在无需增加版权投入的情况下扩展内容池、压缩运营成本。
- 原创音乐人权益遭到“算法稀释”，引发创作群体强烈反弹
目前平台的推荐逻辑与收益分账体系并未区分内容来源，**AI**与原创作品在推荐算法中共享同一推荐通道与收益池。这导致大量原创音乐被“埋没”在播放量竞争中，曝光度和收入显著下降。Taylor Swift、Ed Sheeran等多位知名音乐人已公开发声，呼吁对**AI**内容的标识和分类推荐，以维护原创生态的公平性与可持续性。
- **Deezer**虽试图改革，但治理体系仍处早期试验阶段
Deezer已上线**AI**内容识别工具，并与环球唱片合作，试点“Artist-Centric Model”，意图以播放行为而非播放量为核心重构收益分配。然而，目前并未形成独立的**AI**播放隔离池，也尚无收益结构差异化机制。因此，在实际平台运营层面，**AI**音乐仍与原创内容处于同一竞争体系之中，原创保护机制尚未建立闭环。

总结：虽然**AI**音乐增强了平台活跃度和播放效率，但原创音乐的曝光与收益结构却遭到压缩，平台亟需在创作激励与技术利用之间建立可持续的平衡机制。

问题三：如果平台确实在从**AI**内容中获得流量红利，而原创音乐人的收益却面临被稀释的风险，那么问题就在于如何设定平台播放的规则。在这种快速变化的生态中，您怎么看平台的角色：它是中立的技术服务商，还是应该承担对创作结构的引导责任？更进一步地说，未来关于**AI**音乐的收益机制，究竟应由谁来制定？是平台自己还是监管机构？这场规则之争是否已经悄然开始？

ChatGPT4o 回答：

- 平台拥有“三大权杖”，已实质性参与文化价值分配

随着**AI**音乐内容快速涌入，平台已不仅是通道，而成为拥有结构性权力的裁判者。具

体包括：

- 推荐权：平台算法决定哪些内容被用户看见，AI内容因结构稳定和跳出率低，天然在推荐中占优；
- 标注权：平台决定是否向用户标明“AI生成”标签，进而影响用户判断与信任；
- 分账权：平台控制收益池划分逻辑，决定AI与原创是否共池分账，是否设立保护性收益机制。

这三项权力直接影响内容生态“谁得利、谁边缘”，本质上已成为文化秩序的重构工具。

- 默认不作为，其实就是“立规则”
- 当前许多平台未对AI与原创内容做出显性区隔，实则是在默许AI凭“数量”和“算法相容性”主导内容曝光。这种默认机制，使平台原有以创作投入换取收益的伦理被算法效率取代，也悄然引导整个行业向“量化优先”倾斜。
- 多方已介入博弈，但平台仍居主导

Deezer、Spotify等平台正在通过技术测试和微调（如AI识别功能、标签试点）尝试自我调节；监管层面，如欧盟和英国议会正推动AI透明标注立法；音乐人和版权方则以诉讼和联署发声。但目前缺乏跨方协调机制，真正能落地、执行、影响用户体验的，仍是平台自身的技术部署与内容策略。

总结：平台已经成为内容生态的裁判者和设计者，不再只是技术服务提供方。AI音乐的未来规则设定，正在悄然展开并深刻重塑整个行业秩序，“推荐权、标注权、分账权”正构成这场重构的制度核心。

问题四：你刚才提到，AI音乐的扩张引发了关于“推荐权”“标注权”和“分账权”的规则之争，而目前参与博弈的主要是平台、监管机构与创作者群体三方。从现实生态来看，这三方似乎都还没有真正掌握对内容规则的全面主导权。那么你认为在这三项核心“杠杆”中，谁更有可能在近期主导制定游戏规则？是拥有算法与入口优势的平台？正在介入立法的监管机构？还是日益组织化的版权方和创作者联盟？

ChatGPT4o回答：

- 平台最有能力“率先立规”，掌握技术节奏和分发入口
Deezer、Spotify、YouTube Music 等平台，已在实操中行使事实性立法：决定AI音乐是否推荐、是否标注、是否参与分账。这些决策由平台根据自身商业模型和算法部署做出，通常不等待外部监管指令。在用户行为、内容节奏与技术部署上，平台拥有即时调整权，因此成为当前规则设定的天然主导者。
- 监管具备制度权威，但执行路径冗长、影响力滞后
欧盟正推进《AI法案》，提出生成内容需溯源与强制披露；英国议会已有议员呼吁建立AI内容标签法律框架；美国版权局也启动了关于AI作品版权归属与登记资格的听证会。

这些努力显示出监管层面已意识到问题的复杂性，并试图通过立法回应，但当前阶段：

- 不同国家法规标准不一，难以快速形成统一的全球规则；
 - 监管推进多集中于透明披露、内容标识，尚未深入至收益分账与平台责任；
 - 实质性落地仍需数月甚至数年，无法介入当前平台层面的推荐算法与分账逻辑。因此，监管虽具合法性基础与长期规范目标，但在现阶段更像是“外围设防者”，无法撼动平台作为“规则起草人”的地位。
- 创作者与版权方话语渐强，但组织机制仍显薄弱
多位知名音乐人（如Taylor Swift、Ed Sheeran）公开反对AI内容泛滥，唱片巨头（如环球、索尼）也已对AI工具发起法律诉讼。然而，他们缺乏一个能够持续对话的平台或协商机制，发声大多通过媒体、请愿、诉讼等方式进行，属于“外部压力”而非“规则设计”的内部力量。创作者目前虽能影响舆论，但仍无法系统参与行业治理结构的重构。

总结：当前阶段，平台因掌握入口与技术部署优势，最有可能主导AI音乐的游戏规则制定；监管虽在立法发力，但短期难以掌控执行节奏；创作者与版权方呼声虽高，制度参与机制仍有待建立。行业规则的演变路径，很可能呈现“平台设限—监管跟进—创作者抗衡”的动态博弈格局。

问题五：既然目前AI音乐的分发秩序仍主要由平台主导，那么问题就转向了平台是否具备设立责任机制的能力。就以Deezer为例，它虽然已经上线了AI内容识别工具，也尝试屏蔽部分AI歌曲的算法推荐，但这类局部调整都属于初期，显然还不足以构成一套完整的内容治理系统。那么你怎么看：Deezer是否具备建立更系统的长期平台自律规则？比如设立AI音乐独立频道、调整收益分账比例、推动生成内容透明标注等？此外，如果我们把视角扩展一些，Spotify、Apple Music 这些体量更大、控制资源更多的流媒体平台，它们是否更有能力率先搭建AI音乐的“行业准则”？还是说，这些平台出于AI带来同样或更多的流量收益逻辑，也会保持观望与拖延？

ChatGPT4o 回答：

AI生成内容大量涌入之后，各主流平台在是否承担制度责任方面的反应显著不同。从数据公开、AI识别工具部署、收益改革路径等方面，可以对比三家平台的治理策略如下：

维度	Deezer	Spotify	Apple Music
是否披露 AI 音乐比例	是 (披露 AI 生成内容占每日上传量 18%)	否	否
是否启用 AI 识别工具	已上线, 支持识别并剔除纯 AI 内容	正在内部测试	暂无公开信息
是否屏蔽 AI 内容推荐	局部剔除纯 AI 曲目出算法推荐流	未披露	未披露
是否标注 AI 生成内容	已开始试点标注	测试阶段标注机制	未披露
收益分账机制改革	正试点 “Artist-Centric Model” 新型模式	维持传统播放量导向分账	未公开相关改革
是否设立 AI 独立频道	否	否	否
平台治理特征总结	规则意识强, 具试点主动性, 执行力受资源限制	技术能力强, 策略上更重流量驱动	生态控制力强, 但治理态较保守

在众多机制中, Deezer 试图通过 “Artist-Centric Model” 来解决 AI 音乐与人类创作在收益上的结构性失衡。这一模型核心在于改变目前 “播放次数即收入” 的逻辑, 改为综合评估 “听众与艺术家之间的真实互动强度” 来分配收入。

Artist-Centric Model 更具体的衡量维度包括：

- 用户是否主动搜索该艺术家的作品；
- 用户是否将其添加至播放列表或设为 “我喜欢”；
- 用户是否完整听完歌曲, 而非跳转；
- 用户是否存在反复播放行为；
- 用户是否从艺术家个人主页进入该作品。

这些行为可以有效反映用户的真实兴趣与艺术家影响力, 避免 AI 作品因结构稳定和节奏均匀而在算法推荐中获得过度优势。

在收益层面, 该模型提出的调整方式是：将总收益池划分为若干 “艺术家影响力分层区, 依据上面互动指标加权评分, 并设置 AI 作品的收益 “封顶机制”, 即使 AI 作品播放量高, 也不得超过人类创作者在相同行为指标下的上限, 确保收益权不被 “量产内容” 轻易吞噬。

这种制度尝试对 AI 内容是一种 “柔性约束”, 并非一刀切禁止, 而是通过收益机制, 引导平台回归对真实艺术影响力的价值认可。

当然, 该模型的推广也存在现实障碍：需要平台具备更精细的用户行为建模能力, 还需与版权方、艺人达成一致收益权重协议。其推广路径大概率将从中小型独立平台或特定曲风类别 (如古典、爵士) 起步, 逐步迭代优化。

总结：Deezer 已率先尝试 AI 治理机制, 并通过 Artist-Centric Model 探索分账改革路径, 但真正具备制定行业准则能力的, 仍是 Spotify 与 Apple Music 等巨头平台。当前行业正处于制度空档

期, 谁率先建立AI内容识别、推荐过滤、收益结构三位一体的治理框架, 谁将在AI音乐时代赢得制度主导权。

Bibliography:

- Reuters Staff. "AI-Generated Music Accounts for 18% of All Tracks Uploaded to Deezer." *Reuters*, 16 Apr. 2025, www.reuters.com/technology/artificial-intelligence/ai-generated-music-accounts-18-ai-tracks-uploaded-deezer-2025-04-16/.
- Ingham, Tim. "AI Music Invasion Doubles on Deezer: 20,000 Bot-Created Tracks Now Uploaded Each DAY to Streaming." *Music Business Worldwide*, 16 Apr. 2025, www.musicbusinessworldwide.com/ai-music-invasion-doubles-on-deezer-20000-bot-created-tracks-now-uploaded-each-day-to-streaming-platform/.