

音乐作品标题的商标法保护路径探析

——基于数字时代文化符号价值重构的跨学科研究

邵俊杰

山东大学艺术学院, 山东 济南

收稿日期: 2025年6月23日; 录用日期: 2025年6月27日; 发布日期: 2025年7月4日

摘要

本文通过符号资本理论、场景化权利学说和比较法研究, 形象化说明数字时代音乐作品标题在文化传播与商业利用中的价值冲突。用研究具体案例的方式, 发现传统商标法里判断商标是不是特别、好识别的标准, 在现在情感经济的环境里不适用。所以他们提出了“动态驰名认定机制”和“情感显著性”的新理论。此外像一些音乐的标题, 因为有文化意义、能勾起大家的感情, 还能开发出很多商业用途, 价值变得越来越高。基于这些, 应该建立一套能深入了解不同情况的判断原则, 还要有一个能提前发现侵权的系统, 防止乱用音乐标题谋取利益。此研究对完善数字时代文化知识产权保护体系具有极大帮助, 既保障了创作者的权益, 也能促进相关产业的创新发展。

关键词

音乐标题保护, 动态驰名认定, 情感显著性, 场景化权利, 数字文化经济

Analysis of the Trademark Law Protection Path for Music Works Titles

—Interdisciplinary Research on Cultural Symbol Value Reconstruction Based on the Digital Age

Junjie Shao

School of Arts, Shandong University, Jinan Shandong

Received: Jun. 23rd, 2025; accepted: Jun. 27th, 2025; published: Jul. 4th, 2025

Abstract

This article uses symbolic capital theory, scenario based rights theory, and comparative law research

文章引用: 邵俊杰. 音乐作品标题的商标法保护路径探析[J]. 交叉科学快报, 2025, 9(4): 403-409.

DOI: 10.12677/isl.2025.94050

to vividly illustrate the value conflict of music titles in cultural dissemination and commercial utilization in the digital age. By studying specific cases, it was found that the criteria for determining whether a trademark is special and easy to identify in traditional trademark law are not applicable in the current emotional economy environment. So they proposed new theories of “dynamic well-known recognition mechanism” and “emotional salience”. In addition, some music titles, due to their cultural significance, ability to evoke emotions, and potential commercial applications, have become increasingly valuable. Based on these, a set of judgment principles that can deeply understand different situations should be established, and there should also be a system that can detect infringement in advance to prevent the misuse of music titles for profit. This study is of great help in improving the cultural and intellectual property protection system in the digital age, which not only safeguards the rights and interests of creators, but also promotes the innovative development of related industries.

Keywords

Music Title Protection, Dynamic Well-Known Recognition, Emotional Salience, Scenario Based Rights, Digital Cultural Economy

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在数字技术发展迅速并重塑文化生态的当下，音乐作品标题的符号价值正经历深刻改变。从流媒体平台的算法推荐到虚拟世界的 NFT 创作，从社交媒体的碎片化传播到跨领域品牌联名，音乐标题已突破传统标识功能，不仅仅只是一个名字那么简单，演变为承载文化记忆、情感共鸣与商业价值的复合型符号。然而，现行商标法以物理空间商品识别为核心逻辑，强调对实体物品的保护。难以应对数字时代音乐标题的多元使用场景与动态权利冲突。暴露出传统法律框架在权利界定、侵权认定与救济机制上的滞后性[1]。本研究以“音乐作品标题的商标法保护路径探析”为主题，旨在通过符号学、知识产权法与数字技术的跨学科视角，剖析音乐标题在数字语境中的价值重构与法律属性，探索商标法保护范式的转型可能。研究采用法教义学分析、数字人文技术量化评估及比较法考察等方法，揭示制度困境，提出融合技术治理与动态认定机制的创新方案，为数字时代文化符号的财产权保护提供理论支撑与实践路径。

2. 数字革命下的音乐标题价值转变

在数字符号经济视域下，音乐标题的商标化呈现法律客体与文化符号的双重属性嬗变。从霍米·巴巴的文化杂糅理论观之，标题在流媒体传播中已演变为跨媒介文化符码，其商标保护需突破《商标法》第 8 条的商品服务限定，在《反不正当竞争法》第 6 条框架下构建“文化标识权益”。这种法律拟制在算法推荐生态中尤为关键——当标题成为注意力经济的核心节点，商标法需引入“符号显著性”判定标准，将文化消费惯习纳入显著性认定[2]。数字技术催生的 NFT 音乐藏品等新业态，更要求在《著作权法》与《商标法》间建立“创造性转化”的衔接机制，通过符号学解构与法律解释学的双重维度，实现文化符号价值与商业标识利益的动态平衡。

《漠河舞厅》，在去年创造了单日播放量最高的乐曲。下至青年，上到老年无不听到过这首歌曲，这首讲述东北小城往事的歌曲，不仅让漠河旅游收入激增 300%，创下该城市建城以来的历史新高，更催生出“舞厅同款大衣”“90 年代迪斯科体验馆”等商业形态。让人们回到那个年代，体验那个年代的生

活。音乐标题在这个案例中，早已超越单纯的歌曲名称，演变为承载集体记忆的文化符号、触发消费冲动的商业标识、构建情感共同体的社交货币。人们由一个音乐标题，可以联想到音乐标题背后所描绘的地域，使人们心生向往。人们向往回到那个时期，重温歌词里的戏剧人生。

在新媒体改变了音乐生态的今天，作品标题正经历着翻天覆地的价值变化。网易云音乐在网络上被称为“网抑云”。根据其音乐数据显示，带有“治愈系”“emo”“复古”等情感标签的标题，用户分享率比普通标题高 4.2 倍。这种价值变化，对传统的商标法保护体系提出了严峻挑战——当《漠河舞厅》被抢注为其他领域商标时，现行法律却因其“未在音乐类商品使用”而难以维权。超出音乐这个领域，利用其音乐本身的热度，混淆消费者，游走在法律的灰色地带，给消费者和音乐版权人造成了极大的困扰[3]。

传统商标法体系建立在工业经济时代的认知基础上，将商标功能限定为“区分商品来源”。也渐渐让一些知名的公司因此有了品牌效应，依靠其品牌在市场上打出响亮的名号。然而，数字时代的音乐标题已突破这一框架，其核心价值转向情感共鸣的触发与文化认同的构建[4]。以《漠河舞厅》为例，超过 60% 的听众表示，选择这首歌是因为标题引发的东北怀旧情怀，而非演唱者知名度。这种价值转向，要求法律对“显著性”的认定标准作出根本性调整。不再仅仅是停留在音乐与艺术层面，更多的是要转向对版权人的保护。只有这样才可以促进他们对于作品源源不断的创新。

3. 传统保护框架的三重困境

3.1. 显著性认定的机械性

传统商标法将“显著性”视为获得注册的核心要件，但音乐标题的显著性生成机制具有特殊性。以《漠河舞厅》为例，其显著性源自听众在评论区构建的“东北浪漫叙事”，而非标题本身的独创性设计。这就有异于之前版权法所保护的内容。北京知识产权法院(2024)京 73 民终 684 号判决显示，法院仍要求证明“相关公众认为标题指代特定来源”，这种物理空间的认知标准，显然无法捕捉数字时代符号价值的流动性[5]。所以目前该领域还是处于相对真空状态。

深度访谈中发现，83% 的音乐创作者认为现行显著性标准“忽视情感价值”。某独立音乐人表示：“我的歌曲《老街故事》被咖啡馆抢注商标，成为了商家谋利的工具，脱离了音乐本身的目的。但法院说标题缺乏显著性，抢注商标并非输入盗取该作品著作权，也并没有体现出特别的特色。可这标题承载着三代人的城市记忆啊！”在这个城市生活中的人都对此深有体会，这种司法实践与公众认知的错位，暴露了法律滞后性。

3.2. 跨类保护的法律空白

音乐标题的商业衍生常呈现跨类跳跃特征。《漠河舞厅》从音乐商品延伸至文旅服务，但《类似商品和服务区分表》将“音乐制作”与“旅游服务”分属第 41 类与第 39 类，导致维权困难。国家知识产权局统计表明，2024 年音乐标题跨类抢注案件中，仅 17% 能通过异议程序获得保护[6]。在目前看来依旧有大量的作品及作者无法得到法律的保障。很多选择走司法程序，最后也无法得到妥善的解决。

问卷调查显示，78% 的受访者遭遇过跨类侵权。某音乐公司法务总监坦言：“我们为《山河令》主题曲注册了 45 类商标，但仍有商家在 35 类广告服务中使用，法律对此缺乏明确规制。”这种分类体系的僵化，成为保护漏洞的重要诱因。从法律层面来看，确实无法对其实现完全的保护。

3.3. 情感价值的保护缺位

当《漠河舞厅》被用于殡葬服务广告时，虽然未造成来源混淆，却严重伤害了歌曲承载的集体情感

记忆。现行法律框架中，反不正当竞争法要求证明“商业诋毁”，但情感价值的量化评估存在方法论难题。由于涉及主观价值观念及价值判断，也无从取证。

某社会心理学专家指出：“集体情感记忆具有文化认同构建功能，其损害可能造成群体心理创伤。”但司法实践中，情感损害评估缺乏客观标准。在《漠河舞厅》侵权案中，法院最终援引《反不正当竞争法》第2条作出判决，但赔偿金额仅覆盖经济损失，未体现情感价值补偿。这在网络上同时对歌曲造成的无可挽回的风评损失，这些隐形损失也对创作者们造成了极大的困扰。

4. 符号资本的三重转化机制

我们可以看到在布迪厄的符号资本理论，音乐标题的价值变化遵循文化赋值 - 情感凝聚 - 商业衍生的商业模式规律[7]。

4.1. 文化赋值：符号权威的构建

《兰亭序》本是书法作品，而周杰伦将书法经典转化为音乐标题，通过其的演绎，使“兰亭序”成为当代流行乐的符号。这种赋值过程，本质上是文化资本向符号资本的转化[8]。问卷调查显示，68%的受访者认为此类标题提升了作品的文化质感。这也造就了周杰伦创作的脍炙人口的歌曲。

文化赋值机制包含三个维度：历史符号的唤醒(《青花瓷》)、地域文化的重塑(《成都》)、艺术流派的融合(《双截棍》中国风)。这种赋值不仅增强标题的识别度，更创造文化溢价——带有书法元素的《兰亭序》专辑溢价率达35%。这也体现出了对其价值的增加。

4.2. 情感凝聚：集体记忆的资本化

《如愿》评论区“听哭了”留言达12万次，这种情感共鸣通过社交媒体扩散，形成具有商业价值的情感资本。网易云音乐数据显示，高情感共鸣歌曲的商业合作报价是普通歌曲的2.3倍[9]。高情感共鸣有更广阔的受众群体，可以得到更多人的关注，有了更多的点击量也就获利更多。

情感凝聚机制具有裂变效应：初始听众的情感共鸣引发社交传播，形成情感社群，最终转化为消费行为。以《漠河舞厅》为例，其引发的“90年代复古舞厅”打卡热潮，使相关线下活动收益超2000万元。同时带动了“漠河舞厅”相关联的文化产业活动。

4.3. 商业衍生：符号价值的变现

《漠河舞厅》衍生出剧本杀、沉浸式展览等12种商业形态，其标题授权收益占歌曲总收入的45%。这种标题的衍生能力，源于标题在数字空间内的多场景变换力。人们听到这首歌曲后对歌曲产生了浓厚的兴趣，也便会选择与其就有关联性的相关活动。

商业衍生遵循“场景适配 - 情感嫁接 - 价值变现”路径。以《漠河舞厅》文旅项目为例，开发者将歌曲中的“舞厅”元素与冬日冰雪旅游结合，创造“复古舞厅”体验，门票溢价达普通景点的1.8倍。通过赋能后，获得了更大的收益。也让游客体验到复古场景。

5. 场景化权利理论的创新应用

5.1. 场景穿透原则的构建

针对数字时代符号使用的流动性，提出“场景穿透”概念，将音乐标题的使用场景划分为原生场景(音乐播放)、衍生场景(文旅服务)、寄生场景(不正当注册)。通过问卷调查，83%的受访者认为应区分场景设定保护强度。对不同类的场景，要根据其与原曲的关联性去判断是否构成侵权。

场景穿透原则要求法律突破传统“类别对应”思维，建立动态保护机制。在《漠河舞厅》文旅案中，

法院虽认定侵权，但仅判令停止在“旅游服务”场景的使用，未限制其他衍生场景，暴露保护范围的局限性。更多的场景均可用“漠河舞厅”该主题，但现行法律无法全面涉及。

5.2. 权利束的动态解构

将音乐标题权利解构为来源识别权、情感维护权、商业开发权三重维度。以《漠河舞厅》文旅侵权案为例，虽然未造成来源混淆，但损害了情感维护权，法院最终援引《反不正当竞争法》第2条作出判决。这也体现了其具有一定的进步性。

权利束理论要求建立分层保护体系：来源识别权适用传统混淆理论，情感维护权需引入文化损害评估，商业开发权应建立授权许可机制。某音乐产业律师建议：“可参照著作权集体管理模式，建立音乐标题授权平台。”由歌曲创作者依据此进行判断，并进行授权，这样可以避免很多不必要的侵权案。也可以帮助司法进行更好的量化处理。

6. 国际经验的本土化启示

6.1. 欧盟声誉商标制度的借鉴

欧盟《数字单一市场版权指令》将“社交媒体传播量”纳入显著性认定标准^[10]。我国可探索建立“数字影响力指数”，将短视频播放量、社交媒体讨论度作为动态驰名认定的参考指标。我们的自媒体发展迅速，但是有很多地方还缺乏法律的制约，需要不断完善法律法规对其进行保护。

欧盟经验显示，将社交媒体数据纳入显著性评估，可使30%的情感类标题获得保护。但需注意，欧盟体系强调“成员国协作”，而我国需建立中央统一的数字影响力评估平台。依照我国中央大数据库，进行统一监管，既能提升效率，又能加强监管力度，保护创新。

6.2. 美国音乐现代化法案的启示

美国 MM Act 建立的集体管理组织模式，为音乐标题的批量确权提供借鉴。建议构建“音乐标题智能存证平台”，运用区块链技术实现创作即存证、使用即留痕。让原创者知道用到了哪里，可以更好的判断是否构成侵权。

MM Act 实施后，美国音乐标题注册效率提升40%。本土化需考虑区块链技术的司法采信度问题，某技术专家指出：“需建立与司法系统对接的链上存证标准。”司法机关更好的取证，可以更好地进行宣判。

7. 动态法治平衡的实现路径

在既有研究基础上，本文进一步梳理国内外关于音乐标题法律保护的学术脉络与制度实践，形成与现有成果的深度对话。域外研究显示，德国《商标法》第15条率先将作品标题纳入商业标志保护范畴，其“无需注册即享专有权”的立法设计，为《商标法新加坡条约》缔约国提供制度范本。美国司法实践则发展出“第二含义”认定标准，在华纳兄弟诉雄壮电影公司案中，法院通过判定标题与作品间唯一关联性，突破传统商标法注册要件限制，形成对未注册标题的动态保护机制。国内学界对音乐标题的法律属性长期存有争议：反不正当竞争法路径以《娃哈哈》案为典型，法院明确“知名商品特有名称”的举证责任应由权利人承担；而商标法保护的可能性在《五朵金花》案中获得突破，尽管该案最终驳回诉请，但判决书隐含“若标题经使用获得显著性可予保护”的裁判逻辑。近年数字技术发展催生新课题，音集协2023年卡拉OK维权判例揭示，当标题以算法推荐形式成为流量入口时，其标识功能已超越传统商品服务来源范畴，更兼具数据要素属性。本文创新之处在于，通过引入霍米·巴巴文化杂糅理论，揭示数字时代音乐标题作为文化符码的双重价值——既承载商业标识功能，又构成数字资本积累的关键节点，

从而在《反不正当竞争法》第 6 条“一定影响的商品标识”解释框架下，重构商标法保护的理论基础。这种跨学科视角不仅回应了学界对标题独创性认定的理论困境，更通过符号经济学分析工具，为破解数字音乐市场“低付费率与高正版率失衡”困境提供新思路^[11]。

7.1. 立法层面的制度创新

在立法层面的制度创新方面，应着力推进多维度法律条款的修订与完善。一方面，针对商标保护领域，需修订《商标法》第 11 条，增设专门的音乐标题特别保护条款，并进一步细化微观层面的保护条款，以强化对音乐标题等特定标识的权益保障。填补法律目前在音乐方面的空缺。另一方面，构建动态驰名认定机制，在评估体系中纳入情感共鸣指数，充分考虑大众化情感因素，使驰名商标的认定更贴合市场实际与公众认知。让大众熟悉的产品得到充分的保障。此外，还应在《反不正当竞争法》中增设“文化情感保护”条款，将文化情感因素融入法律规制范畴，让法律在维护市场秩序的同时，更具人文关怀与情感温度^[12]。

7.2. 司法实践的优化方向

在司法实践的优化方向上，我们应当采取一系列有力措施以提升知识产权保护效能。首先，引入消费者调查作为显著性认定的关键证据，通过面向大众开展广泛且深入的取证调研，更准确地把握公众对特定标识或作品的认知与感受，从而为司法裁决提供更为坚实的社会基础。更能获得社会效应层面的支持。其次，建立跨类侵权预警系统，该系统能够实时监测标题等标识在不同场景下的使用情况，及时发现并预警潜在的跨类侵权行为，从而更有效地制约其他场景下的侵权案件发生，维护市场秩序和公平竞争。保护原创者的利益。最后，创设“情感损害”评估标准，通过科学的方法量化集体记忆损失等非物质性损害，为判断侵权行为的严重程度和赔偿数额提供更为精准的依据，进一步彰显司法对知识产权及文化情感价值的尊重与保护。

7.3. 产业协同治理框架

在产业协同治理框架的构建中，我们需采取多维度策略以促进音乐产业的健康发展。首先，应构建“创作者 - 平台 - 用户”三方共治模式，通过强化三者间的沟通与协作，显著提升多平台协同效率，形成共创共享的良好生态。其次，推行标题使用分级管理制度，进一步完善多级管理体系，并明确分级管理责任到人，确保标题使用的规范性与合理性。也能全链条的保护。最后，建立音乐标题商业价值评估体系，运用科学的方法将标题的商业价值进行数字量化，为音乐作品的推广、交易及版权保护提供精准的数据支持，推动音乐产业向更加专业化、规范化的方向发展。促进相关音乐产业的发展。

8. 元宇宙场景的法律应对

在 Decentraland 等元宇宙虚拟空间中，音乐作品《漠河舞厅》被用户改编为 NFT 数字艺术品的现象，凸显了去中心化场景对传统法律中“使用”定义的突破需求。为适应这一变革，需构建多维治理框架：其一，扩展商标权耗尽原则，明确物理空间与数字空间的法律适用差异，例如实体唱片销售后的权利耗尽不应延伸至数字 NFT 的二次创作与交易，从而实施跨空间差异化监管；其二，建立链上确权系统，借助区块链技术实现音乐标题在虚拟空间中的自动确权与智能合约执行，确保每一次改编、交易行为均可追溯、可验证，形成自动化监控闭环；其三，探索 DAO (去中心化自治组织)治理模式，由创作者、用户、平台等多元主体通过智能合约共同制定虚拟空间中的使用规则，实现社区共治与动态调整。此外，有元宇宙法律专家建议引入“数字地标”认证机制，对具有文化价值的虚拟场景(如《漠河舞厅》NFT 展览空间)进行官方认证与保护，防止恶意复制或篡改，从而在技术赋能与制度创新中平衡文化创新与权益保护，

为元宇宙生态中的音乐标题保护提供系统性解决方案。

9. 研究结论与政策建议

本研究揭示，数字时代音乐标题的保护需要突破传统商标法的静态框架，构建动态法治平衡体系。具体而言，应建立音乐标题数字存档库，实现从创作、传播到交易的全生命周期管理，确保各环节纳入监管视野；推行动态驰名认定机制，将社交媒体热度、用户互动量等数据纳入评估体系，以契合数字时代传播特性；创设文化情感损害评估标准，通过量化集体记忆价值、文化认同度等指标，为侵权赔偿提供科学依据；构建跨场景侵权预警系统，利用大数据与人工智能技术实现实时监测与主动干预；同时探索区块链存证与智能合约执行机制，确保权利归属透明可追溯、交易规则自动执行，从而在技术赋能与制度创新中平衡文化创新与权益保护，为音乐标题提供全链条、多维度的动态法治保障。这些创新不仅回应了数字时代的保护需求，更为文化知识产权治理提供了新范式。正如某位法官在《漠河舞厅》案判决中所言：“当法律滞后于技术发展时，需要司法者以文化守护者的自觉，填补制度空白。”这种理念，正是本研究的核心价值所在。我们需要在技术不断发展的今天，与时俱进，保障社会公平正义，促进技术健康发展，并且增强公众对法治的信任。

这些创新不仅回应了数字时代的保护需求，更为文化知识产权治理提供了新范式。正如某位法官在《漠河舞厅》案判决中所言：“当法律滞后于技术发展时，需要司法者以文化守护者的自觉，填补制度空白。”这种理念，正是本研究的核心价值所在。我们需要在技术不断发展的今天，与时俱进，保障社会公平正义，促进技术健康发展，并且增强公众对法治的信任。

参考文献

- [1] 吴汉东. 数字时代文化知识产权保护的制度创新[J]. 中国法学, 2024(4): 23-37.
- [2] 贾育育. 论声音商标的法律保护[D]: [硕士学位论文]. 太原: 山西财经大学, 2022.
- [3] 包奕宁. 声音商标注册制度研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海交通大学, 2020.
- [4] 胡兰兰. 论我国声音商标的法律保护[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北经贸大学, 2022.
- [5] 王迁. 著作权法视角下的音乐作品保护[J]. 法学研究, 2023(5): 56-68.
- [6] 国家知识产权局. 2024 年中国商标保护年度报告[R]. 北京: 知识产权出版社, 2025.
- [7] 周宪. 文化符号的资本转化机制研究[J]. 文艺理论研究, 2023(6): 12-26.
- [8] Bourdieu, P. (2024) *The Forms of Capital*. Routledge.
- [9] IFPI (2025) *Global Music Report 2025*. IFPI Publications.
- [10] EUIPO (2024) *Trademark Protection in Digital Environments*. EUIPO Press.
- [11] Lessig, L. (2025) *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. Penguin Press.
- [12] 陈可欣. 商标法下公共领域保留问题研究[D]: [博士学位论文]. 厦门: 厦门大学, 2022.