封面头条

『柯南』配音演员怒怼AI盗声：这是赔偿费

花3万元就能把侵权变授权？

配音演员武扬。

“我的声音被‘偷’走了。”近日，《名侦探柯南》剧场版国语配音演员武扬在社交平台公开发声，称被某财险广东分公司“非法克隆”声音制作视频，并公开发布在其官方账号。

武扬发声后，保险公司官方账号下架视频，自称是视频制作方的一家工作室表示愿意协商解决，但双方就3万元系“赔偿金”还是“版权费用”谈崩。

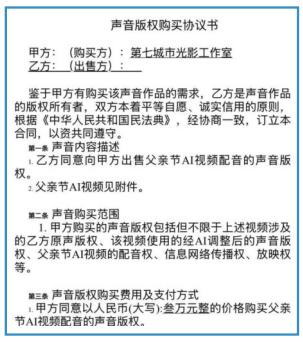
随着AI语音技术的发展和技术开源，当前克隆他人声音的门槛到底有多低？“盗用”他人声音是否侵权？AI拟声可能带来哪些风险？对此，华西都市报、封面新闻记者进行了调查。

声音被“偷”了

配音演员控诉声音被克隆盗用

6月18日，武扬告诉记者，“前段时间我为另一家公司录制父亲节短片，录制完成后想着搜出来看看，结果搜出来两个类似的，其中保险公司官方账号发布的视频，虽然是我的声音，但不是我录的，满满的AI科技感，我意识到声音被克隆盗用了，于是在网上发声维权。”

武扬介绍，他是专业配音演员，从事电影配音和广告配音，已入行10多年，参与过配音的电影角色有《血战钢锯岭》男主角戴斯蒙德·道斯、《正义联盟》中的闪电侠、《名侦探柯南》剧场版中的工藤新一。



声音版权购买协议书

甲方：（购买方）：第七城市光影工作室
乙方：（出售方）：

鉴于甲方有购买该声音作品的需求，乙方是声音作品的版权所有者，双方本着平等自愿、诚实信用的原则，根据《中华人民共和国民法典》，经协商一致，订立本合同，以资共同遵守。

第一条 声音内容描述
1.乙方同意向甲方出售父亲节AI视频配音的声音版权。
2.父亲节AI视频见附件。

第二条 声音购买范围
1.甲方购买的声音版权包括但不限于上述视频涉及的乙方原声版权、该视频使用的经AI调整后的声音版权、父亲节AI视频的配音权、信息网络传播权、放映权等。

第三条 声音版权购买费用及支付方式
1.甲方同意以人民币(大写)叁万元整的价格购买父亲节AI视频配音的声音版权。

工作室拟定的协议书。

武扬说：“曾有科技公司开出高价寻求合作，让我录TTS项目，也就是克隆我的音色，并一次性买断我的声音使用权，我没有答应。结果现在却被某些公司非法克隆我的声音，并在视频中使用。”

争议视频已下架

制作公司否认盗用想掏钱“买声”

记者注意到，某财险广东分公司账号中，6月15日发布的父亲节视频已经下架。武扬在平台发声维权后，6月18日，自称是视频制作方的第七城市光影工作室工作人员联系武扬，表示愿意协商解决。

武扬说：“工作室说父亲节视频是保险公司委托给他们做的，对于克隆音色，保险公司不知情，他们承认未经允许克隆了我的声音。我的诉求是下架视频，赔偿3万元，工作人员对赔偿金额也认可，但是看到他们发过来的合同，我非常气愤。”

记者在该工作室拟定的声音版权购买协议书中看到，第七城市光影工作室约定3万元购买父亲节AI视频配音的声音版权、信息网络传播权、放映权。“3万元是赔偿金，并不是购买版权的费用，协议中有意规避了这一点，目的是想把侵权变授权，我不接受，谈崩了。现在我正在整理相关材料，准备起诉。”武扬说。

19日上午，记者联系第七城市光影工作室，工作人员表示“没有侵权，没有盗用”，然后以工作繁忙为由挂断电话。同时，记者拨打某财险广东分公司所有公开联络方式，均未能取得联系。

实测声音克隆软件

仅需几秒录音即可生成声音模型

随着AI语音技术的发展和技术开源，语音合成的门槛逐渐降低。不少“声音克隆”软件打出了“一比一还原特色发音、发音方式”“细腻复刻原声音语气、情感等特征”的宣传语。那么，“声音克隆”的门槛有多低？克隆音色真的能够“以假乱真”吗？对此，记者实测了剪映、AnyVoice等多款软件的相关功能。

实测中发现，克隆音色的操作十分简单，技术层面几乎“零门槛”，仅需两步即可。首先，实时朗读一段文本或上传视频或音频采集音色，AI自动分析并生成声音模型，然后将需要朗读的文本输入，即可用克隆音色生成音频，全过程仅需一两分钟。

记者先后将武扬的声音素材、个人的普通话声音素材传入，都成功生成了克隆音色，且与真人音色很相近。此外，用带有浓郁乡音的普通话朗读文本并上传，克隆音色也可以高度还原地域口音。

律师说法

“窃取”人声侵犯人格权 视频发布方及制作方有连带责任

四川分忱律师事务所主任律师王仁根介绍，未经授权“窃取”他人声音，侵犯声音权益（人格权），《民法典》第1023条明确将声音纳入人格权保护范围，参照肖像权规则。未经许可克隆他人声音，若具备可识别性，即构成侵权。

武扬的维权案例中，视频制作公司若未经授权克隆他人声音用于视频制作，属于侵权行为。根据《民法典》规定，需承担停止侵权、赔礼道歉、赔偿损失等责任。赔偿损失的数额通常会根据侵权情节、对权利人造成的损害程度、同类市场产品价值等因素来确定。“保险公司也不能把责任全推给视频公司，其作为广告制作的委托人，主观上具有审查的义务，客观上发布和传播了侵权广告，需要承担连带侵权责任。”

王仁根提到，声音侵权风险高发：容易出现未经授权克隆名人或普通人声音用于商业广告、影视解说、短视频创作等情况，也有可能被用于制作虚假新闻、诈骗音频视频等，误导公众，扰乱社会秩序。此时，还可能致使社会降低对声音权利人的社会评价，同时侵犯他人名誉权，严重的涉嫌犯罪。

律师指出，从法律制度层面，有必要进一步明确声音权益保护的相关细则，如确定可识别性的具体判断标准、必须取得授权的主体及授权方式等。加强对侵权行为的处罚力度，增加违法成本。

记者 叶海燕 受访者供图
华西都市报-封面新闻

新闻调查

瓦楞纸箱上缠绕着难撕开的胶带，包装盒里有大量气泡袋、发泡塑料……不少人在收快递时，都会遇到这种“套娃”式包装。

快递包装缘何难以“瘦身”？记者进行了调查。

快递包装缘何“瘦身”难？

“套娃”包装、刺鼻气味、垃圾激增

成都市的徐先生在网上购买了一台迷你CD机。商品尺寸不大，包裹尺寸却是商品的两倍，里面放满气泡袋。

记者调查发现，一些商家会在包装中叠加薄膜、网套等材料；部分商家在快递中大量放置冰袋、防潮垫等“功能性”包装品。

此前，国家统计局陕西调查总队曾在全省20个市县抽选462名消费者进行调研，其中超过64%的消费者认为快递包装胶带缠绕过多，超过33%的消费者认为快递填充物过多，超过32%的消费者认为快递包装过大。

为降低成本，一些商家选择低价劣质的胶带、塑料和纸箱进行包装。部分快递集中存放的区域，即使戴着口罩也能闻到刺鼻气味。

2023年2月1日起施行的室内空气质量标准规定，室内甲醛浓度一小时均值应不超过0.08mg/m³。

过度包装也造成废弃物的激增。

在北京的一家垃圾分拣中心，记者看到成片放置的分类垃圾。中心负责人表示，这些垃圾主要从多个社区回收而来，每天送到中心的可回收物约为60吨。

中国工程院院士王琪表示，随着我国快递年业务量不断上涨，每年产生大量纸类、塑料废弃物，仅2023年我国快递包装废弃物总量已近2000万吨。

一家垃圾回收企业的分拣中心内堆满了废弃的快递包装盒。 图据新华社客户端

缘何“瘦身”“向绿”难？

一家快递企业的负责人告诉记者，企业负责寄递的95%以上的商品包装由平台电商负责，很多电商或为提升品牌溢价和开箱体验，或为避免运输过程中商品出现破损，普遍在包装上下功夫，进而导致过度包装。

从事食品加工的电商卖家张涛告诉记者，商品如果不“好好”包装，运输过程中可能会出现破损、挤压，消费者收到后往往会投诉或直接打差评。

新修改的《快递暂行条例》自今年6月1日起施行，条例提出，鼓励经营快递业务的企业和寄件人使用可降解、可重复利用的环保包装材料。

“相较传统的瓦楞纸箱或胶带包装，环保材料包装箱的成本往往是2倍甚至更高。大量使用可能会削弱商家的价格竞争力。”一名快递站点的负责人坦言。

除此之外，电商平台对商家的考核以销量、好评率、快递时效为核心，未将快递包装的环保性纳入权重，大部分商家对使用环保材料快递包装并无太多动力。

在绿色回收方面，修改后的《快递暂行条例》提出，鼓励在快递经营场所和企业事业单位、住宅小区等其他适当场所设置包装物回收设施设备。

记者在长春市走访的20家快递营业网点、快递驿站大多设有绿色回收箱，其设计初衷是让更多快递箱循环使用。

但记者发现，其中多数回收箱要么在角落闲置，要么堆进了杂物或垃圾，能真正发挥用途的屈指可数。除此之外，不少消费者并不在网点驿站现场拆箱，一些本可循环使用的快递箱最终被扔进垃圾桶。

快递过度包装治理涉及生产、使用、回收、处置等多个环节，全链条共同发力是实现标本兼治的关键。网点驿站是治理形成闭环的关键，推进快递包装“瘦身”“向绿”，需培养投递回收意识。

据新华社