

智能设备语音唤醒词的知识产权保护路径探析

史雁雁

新疆政法学院，新疆图木舒克，843900；

摘要：人工智能时代人类的社会生活发生了实质性变化，随着人机交互技术的迅速发展，语音指令通过手机、汽车、家电等多个智能设备的运用进入了消费者的日常生活。通过分析最高人民法院发布的知识产权典型案例“小爱同学”唤醒词不正当竞争纠纷，在明确人机语音交互过程对特定语音唤醒词进行概念界定，进而明确语音唤醒词的法律定性。作为新兴产物的人工智能语音唤醒词，需要考虑现有的制度框架与其适配程度和未来的保护前景。所以探讨智能设备的“钥匙”即语音唤醒词的法律保护路径，是司法实践面临的新问题，亟需解决。

关键词：语音唤醒词；反不正当竞争；注册商标；保护路径

DOI：10.69979/3029-2700.25.01.016

1 问题的提出

1.1 案例导入

案情显示，小某科技有限责任公司于2017年7月发布了首款唤醒词为“小爱同学”的人工智能音箱，此后也在手机、电视等产品中搭载使用“小爱同学”唤醒词的人工智能语音交互引擎。陈某于2017年8月至2020年6月期间，在不同商品类别上共申请注册“小爱同学”等66枚商标，后又向小某科技有限责任公司关联企业发送律师函，要求停止侵犯其“小爱同学”商标权，并与深圳市云某科技有限公司在运动手表、闹钟等商品上使用“小爱同学”商标，共同发布产品宣传文章。小某科技有限责任公司认为，陈某、深圳市云某科技有限公司的行为构成不正当竞争，遂诉至法院。

法院最终认定“小爱同学”经过广泛宣传使用，可以作为有一定影响力的唤醒词、人工智能语音交互引擎的名称以及搭载人工智能语音交互引擎的智能音箱等商品的名称，受到反不正当竞争法的保护。陈某大量抢注“小爱同学”等商标，向小某科技有限责任公司关联企业发送“停止侵权”的律师函，违反了诚实信用原则，扰乱了公平的市场竞争秩序，也损害了小某有限责任公司的合法权益，属于反不正当竞争法第二条规制的不正当竞争行为。陈某与深圳市云某科技有限公司对外销售使用“小爱同学”标识的商品、发布引人误解的商业宣传信息，构成混淆及虚假宣传和不正当竞争。最终，法院判决立即停止侵权，陈某赔偿小某科技有限责任公司经济损失及合理支出120万元，深圳市云某科技有限公司对其中25万元承担连带责任。一审判决后，当事人均未上诉。

1.2 案例分析

该案系涉人工智能语音唤醒词权益保护的典型案例

例。分析本案被告的侵权行为可以发现，陈某先于小某科技有限公司在不同商品类别上申请注册了“小爱同学”商标，系抢注行为，且陈某利用抢注的商标实施了后续的不正当竞争行为。分析本案原告的维权行为可以发现，小某科技有限公司是从知名度、使用率来证明“小爱同学”在唤醒词、引擎的名称和商品名称方面具有广泛影响力，从而证明被告构成不正当竞争。法院最终认定“小爱同学”属于有一定影响力的唤醒词，受反不正当竞争法的保护，陈某由于恶意抢注行为而不受商标法保护。由此产生以下思考，在当前对于语音唤醒词的司法保护相对单一的现状下，如何构建对于语音唤醒词的多维度保护机制。

2 人工智能语音唤醒词的概念辨析

2.1 明确智能语音交互过程

为方便开展相关内容的探讨，需要首先明确语音唤醒词存在的语境和运用过程。伴随着人工智能技术的不断发展，人机语音交互的应用日渐增多。在此情景下，语音唤醒词更像是一种语音指令，该智能语音交互与生命体的外在刺激和内在反应如出一辙。在智能设备接收到外在语音刺激后，依靠自身所搭载的关键词接收反馈，智能设备对外做出反应或者遵照指令开展智能行为。智能设备如电脑、智能手机、智能音箱等在“接收”语音指令之后，随即按照该指令进行相应的操作，由此智能设备的工作流程大致可以分为三个步骤：第一，用户发出语音指令唤醒智能设备，第二，智能设备响应用户唤醒，第三，智能设备按照用户指令工作。尽管搭载语音交互的设备是智能产品，但是人工智能设备目前不能达到自然人的灵活和出色的反应水平，人类的简单肢体语言和动作并不能唤起人工智能产品。

2.2 界定语音唤醒词概念

目前,人工智能设备无法实现与人类相同的接收与反应机制,人类简单的肢体动作或面部表情无法触发人工智能设备的反应系统,只有预先设定的特定动作或语音才能唤醒设备并进入指定的工作状态。实践中小米公司在手机和电视里预先设定唤醒词“小爱同学”、百度公司在智能音箱中预先设定唤醒词“小度小度”就是通过相应指令的反应机制完成智能交互,也就是说语音唤醒词是通过发出下达指令将智能设备从待机状态切换成工作状态。

目前市面上,语音唤醒词内容的设定主体分为企业预先设定和用户自定义设置两种,前者例如小米公司和百度公司在品牌智能设备中预先设定语音唤醒词,后者例如华为手机,用户打开手机设置选择智慧助手,点击智慧语音及语音唤醒,开启语音唤醒功能后,用户自定义唤醒词。语音交互的过程中的重要环节是“唤醒”,主要有以下三种唤醒方式,第一种,通过语音先唤醒智能设备,设备准备运作,待用户发布具有的工作指令形成相应反馈;第二种,将唤醒词和工作指令一同说出,智能设备在被唤醒后直接启动操作;第三种,将工作指令内容直接设置为唤醒词,智能设备接收指令直接工作,例如直接对汽车智能助手说“导航到单位”。

2.3 明确语音唤醒词法律定性

对于语音唤醒词进行保护,需要界定语音唤醒词的法律定性。目前,在实践中存在以下两种观点,一种观点是,语音唤醒词是一种有特定指向性且具备区别于其他商品的显著商业标记符号,即商标,可以用来识别和区分同种类的其他商品或者服务。语音唤醒词虽然在商品购买环节未能发挥识别和区分功能,但是实际用户或潜在用户在使用环节能通过语音唤醒词识别对应的智能设备的来源,并得以区分不同的智能设备,这方面语音唤醒词反映了商标的本质属性,应纳入商标的保护范畴。另一种观点是,语音唤醒词与商品名称、企业名称、网络域名、网站名称一样,属于《反不正当竞争法》第六条所保护的权益。虽然作为一种新兴产生的权益,未在《反不正当竞争法》第六条予以明确地规定,但在使用中如产生一定的影响,也应纳入《反不正当竞争法》第六条第四项兜底条款的保护范畴进行保护。

3 语音唤醒词司法保护现状

3.1 反不正当竞争法保护难题

语音唤醒词是人工智能时代给知识产权保护带来的新课题。在“小爱同学”唤醒词不正当竞争纠纷案中,原告小某科技有限公司在论证语音唤醒词“小爱同学”属于《反不正当竞争法》第六条第四项兜底条款的保

护范畴时,需要对于法条中的“特定联系”进行高度证明。小爱同学”经过广泛宣传使用,可以作为有一定影响力的唤醒词、人工智能语音交互引擎的名称以及搭载人工智能语音交互引擎的智能音箱等商品的名称,应受《反不正当竞争法》的保护。“小爱同学”与原告的人工智能技术及产品之间已经产生了稳定的联系,并进而认定经使用取得一定影响的人工智能语音“唤醒词”应当获得法律保护。由此可见,以反不正当竞争法第六条第四项加以保护对原告的举证责任要求极高,在司法实践中存在由于权利人举证不能而保护不到位的风险。

3.2 商标保护意识不足

小某科技有限公司在首次发布唤醒词时申请注册了“小爱同学”商标,但仅在第9类电子产品类别申请注册,而被告陈某在原告发布语音唤醒词后在不同类别上注册商标高达66种,反映出企业在发布语音唤醒词时必须重视商标注册,在经营过程中需要提前进行知识产权布局,尽量多类别保护,否则一旦被他人抢先注册成功,不仅需要耗费更大的精力应对,还有可能影响品牌发展。商标一旦经注册,就成为一项公示性强且效力及于全国范围的法定权利,在维权过程中,相比于援引《反不正当竞争法》保护,在这种情况下权利人无需承担在先注册商标具有知名度的举证责任,只需要举证证明该商标已经注册,相较《反不正当竞争法》第六条第四项兜底条款的保护,注册商标在维权上具有天然的优势。

4 语音唤醒词保护路径探索

4.1 援引《反不正当竞争法》保护

“小爱同学”唤醒词不正当竞争纠纷案本案为语音唤醒词日后通过《反不正当竞争法》保护提供了路径支持。在本案中,原告研发的人工智能语音唤醒词“小爱同学”受法律保护的需求本身并未由《反不正当竞争法》直接规定。人民法院在裁判中准确地分析了涉案经营者的经营和竞争状况,指出“小爱同学”作为语音唤醒词在商业实践中被广泛长期使用并形成影响力的事实,“小爱同学”与原告的人工智能技术及产品之间已经产生了稳定的联系,进而认定为经使用取得一定影响的人工智能语音“唤醒词”应当获得法律保护。显然,这种基于对市场竞争实践的分析,确定法益保护的司法实践符合《反不正当竞争法》的立法本意。需要注意,为寻求《反不正当竞争法》第六条第四项兜底条款的保护,原告应充分举证其与被告存在市场竞争关系,即原告需要充分证明语音唤醒词与该商品或服务及其提供者建立起特定的联系,并且该语音唤醒词经过广泛宣传和使

用已经在市场中具有一定的影响,从而证明被告的涉诉行为构成不正当竞争,即权利人需证明其已对该特定语音唤醒词进行了大量的宣传和使用,使其产生了一定的影响,方可援引《反不正当竞争法》进行保护。

4.2 现有法律框架内注册文字商标保护

4.2.1 语音唤醒词商标显著性分析

首先,从商标本身特性分析,商标是生产经营者在其提供的商品或服务上能够为公众识别商品或服务来源的标记。智能语音指令是商品生产者对商品使用设置的一种“语音钥匙”,企业在设置上如果能保证该语音指令的发出不会因用户所处环境的变化而发生变化,且该语音指令的内容具有特定性、明确性及稳定性,便可作为商标注册。如对于小米公司的“小爱同学”的语音唤醒词,若用户发出“小爱”的指令,那么小米公司的智能设备并不会被唤醒,“小爱同学”唤醒词不会因为场景的不同而变换,可以作为商标注册。

其次,商标在商事活动中的主要用途是承载、传播与保护商誉。智能语音唤醒词在具体的使用场景中,也同样发挥着类似传播与保护商誉的作用。在非特定环境下,智能语音唤醒词的选择过于简单,缺乏固有显著性,需要通过长期或广泛地使用,需要与申请主体产生稳定联系并具备区分商品或服务来源的功能才能取得显著特征。智能语音唤醒词作为一种交互式语音命令,在日常使用时,智能语音唤醒词并非承担消费者与商品之间的连接功能,而是在日常的交互使用过程中强化用户印象,进而获得产品和商标知名度的提升。当然,在具体审查时,仍需根据其载体的不同,结合个案证据进行综合考量。

再次,智能语音唤醒词的指令是一种语音式命令,因其日常的交互使用而强化品牌印象,在交互过程中不断增加特定语音唤醒词的识别与区分性,进而突出该语音指令的显著性。“语音唤醒词”在其设置和使用方面是可以区分和识别不同商品,符合我国《商标法》第9条规定的内容,故“语音唤醒词”属于可以区别于其他商品的显著的商业标识。

4.3 语音唤醒词之文字商标保护

在市场经济发展过程中,各个企业对于产品上唤醒词的设置内容不尽相同,例如“小爱同学”“小度小度”“你好,小艺”“Siri”等,这些唤醒词的内容构成是以中文汉字或者外国英文字母组成。如果该唤醒词在前

者基础上能够成为该企业商品或者服务的标志或者标识,那完全可以申请注册文字商标。

按照《商标法》第22条的规定,商标注册申请人应当按规范的商品分类表填报使用商标的商品类别和商品名称,提出注册申请。在这种情况下,企业一般是选择在语音唤醒词对应的智能设备的商品项目(如第9类“智能手机等通讯导航设备”、第9类“数据处理设备、可下载的计算机应用软件”、第42类“计算机编程及相关服务”)上进行商标注册。本案中的侵权人就是利用我国商标注册的“一标多类”的原则,在不同的商品或者服务类别上抢注66个“小爱同学”商标,侵犯原告权益,构成了不正当竞争行为。不同用户会让语音唤醒词在口音表达上存在不同,但特定语音唤醒词的文字载体内容是准确固定的。若该文字载体具备显著性,应当以文字商标方式获得保护,只是这种文字商标的交流与传递是通过语音指令的方式。

5 结语

本文呼吁有关机构对语音唤醒词的法律性质尽快做出权威性的释明或对语音唤醒词予以专门的法律保护,以满足我国智能产品行业的企业不断发展的知识产权保护需求。当然,除了法律层面上的完善外,我国涉猎智能产品领域的企业也应在生产和使用推广过程中尽到审慎注意的义务,积极避免使用他人有一定影响力的语音唤醒词或与他人申请注册的商标相同或近似的词语,以避免不必要的商标侵权或不正当竞争的诉累。

参考文献

- [1]潘天怡、冯庆康:《智能语音唤醒词《商标法》保护路径研究》,《中华商标》,2024年第3期。
 - [2]莫嘉敏:《软件唤醒词适用“他人已经使用并有一定影响的商标”予以保护的司法认定》,《中华商标》,2022年第9期。
 - [3]吴汉东:《知识产权法》,法律出版社2019版,第480页。
 - [4]胡骋:《论非传统商标的显著性认定:价值立场与论证框架》,《知识产权》2020年第1期。
 - [5]何经纬:《用他人商标作唤醒词的法律性质辨析》,《中华商标》,2019年第2期。
- 作者简介:史雁雁(1995—),女,山西临汾人,新疆政法学院,讲师,研究方向:诉讼法学。