

Kadrey 案「著作權市場稀釋」論點研究—— 與著名商標淡化理論比較暨經濟分析

胡心蘭

壹、前言

貳、從商標法移植而來的幽靈

- 一、美國聯邦法著名商標制度
- 二、人格權概念下之著作權稀釋理論

參、著作權市場稀釋理論

- 一、美國著作權局 AI Report
- 二、Kadrey 案中「著作權市場稀釋」論點
- 三、Poseidon Wave Media v. Suno 案補充證據缺口
- 四、著作權市場稀釋論點評析

肆、淡化／稀釋理論的效率分析

- 一、商標淡化保護之法理基礎—超越混淆理論
- 二、著作權獎勵機制之本旨
- 三、制度性稀釋的效率質疑
- 四、小結

伍、結論—對我國之啟示

作者現為東海大學法律學院教授，美國杜蘭大學法律學院法學博士（S.J.D）。
本文相關論述僅為一般研究探討，不代表本局及任職單位之意見。

摘要

在 *Kadrey* 案中，法院雖然認定訓練具有「高度轉化性」，但在合理使用第四要件「市場替代性」部分特別強調：考量不能只看 AI 是否直接替代原作品，還必須考慮「間接替代效果（indirect substitution）」。*Kadrey* 案法院明確指出，AI 訓練可能影響未來創作市場與潛在授權市場，即便未證明具體銷售替代，此種論述結構，已接近商標法中著名商標「淡化／稀釋（dilution）」的保護邏輯，惟兩者同樣面臨難以量化損害、強調制度性或象徵性價值侵蝕、及對權利人保護過度擴張等評議。本文將嘗試分析 *Kadrey* 案中「著作權市場稀釋」之論點，經濟學之效率理論探究其學理上之正當性，並與著名商標之淡化理論予以分析比較。

關鍵字：Kadrey 案、著作權市場稀釋、商標淡化理論、間接替代效果、效率分析

Kadrey v. Meta、Copyright Market Dilution、Theory of Trademark Dilution、Indirect Substitution、Efficiency Analysis

壹、前言

2025 年美國著作權法學術與實務界最具爭議的概念，莫過於「著作權市場稀釋（Copyright Market Dilution）」¹。這個術語既不見於任何成文的著作權法典，亦不曾獲得任何聯邦法院的正式認可，卻在短短兩年間，從著作權持有人提交給美國著作權局（Copyright Office）的意見書之中¹，一躍成為多件生成式人工智慧（Generative Artificial Intelligence, Gen AI）著作權訴訟的核心主張²，並在 2025 年的 *Kadrey v. Meta Platforms, Inc.* 案中，獲得美國北加州聯邦地方法院 Chhabria 法官長達數頁的「附帶意見（*obiter dicta*）」支持。

在 *Kadrey* 案中，法院雖然認定訓練具有「高度轉化性」，但在合理使用第四要件「市場替代性」部分之分析則採行一項新興論述路徑，即將市場損害之認定從傳統的「直接替代（direct substitution）」擴張至「間接替代效果（indirect substitution）」³與「制度性侵蝕」，亦即縱使 AI 模型之輸出與原著作不構成實質近似，仍可能因大量生成同類型、同主題之競爭性作品，而稀釋原著作之市場誘因與授權價值。此一論述結構與商標法上「著名商標淡化（trademark dilution）」⁴之保護邏輯高度相似——兩者均不要求混淆或直接競爭之證明，而係

¹ U.S. Copyright Office, *Report on Copyright and Artificial Intelligence Part 3: Generative AI Training pre-publication version*, at 65 (citing “UMG Initial Comments at 12-13.”) May 2025, available at <https://www.copyright.gov/ai/Copyright-and-Artificial-Intelligence-Part-3-Generative-AI-Training-Report-Pre-Publication-Version.pdf> (last visited Jun. 10, 2026) (hereafter: *AI Report*).

² See e.g. *UMG Recordings Inc. v. Suno, Inc.*, No. 24-cv11611 (D. Mass. June 24, 2024); *Bartz v. Anthropic PBC*, 787 F.Supp.3d 1007 (N.D. Cal. 2025); *Kadrey v. Meta Platforms, Inc.*, 788 F.Supp.3d 1026 (N.D. Cal. 2025); *Poseidon Wave Media LLC v. Suno, Inc.*, 1:26-cv-03921, (S.D.N.Y. May 12, 2026).

³ *Kadrey*, 788 F.Supp.3d at 1052-56.

⁴ “Dilution” 一詞可譯作「稀釋」或「淡化」。Trademark Dilution 即我國商標法第 30 條第 11 款「減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞者」，而我國智慧財產局頒布之「商標法第 30 條第 1 項第 11 款著名商標保護審查基準」則使用「淡化」一詞，故於商標法領域，dilution 多翻譯為「淡化」（如 TDRA 多譯為「商標淡化修正法」），然仍有「淡化」、「稀釋」、「減損」三詞混用的情形（如黃銘傑老師即曾於文章中同一頁同時使用三種名詞。參見氏著，「著名商標之『著名』程度及適用於同一或類似商品（服務）之探討——從最高行政法院 101 年度判字第 47 號判決及司法院 102 年度『智慧財產法律座談會』『行政訴訟類相關議題』第 7 號提案及研討結果談起」，月旦法學雜誌 249 期，頁 227，2016 年 2 月。）

本文為符合我國翻譯習慣，於商標法領域，將使用「商標淡化」一詞，然於著作權法領域，由於目前關於 *Kadrey* 案之學界討論又多以「市場稀釋」為題（參見章忠信，AI 訓練之合理使用爭議解析，當代法律 44 期，頁 68，2025 年 8 月），故本文於討論 Copyright Market Dilution 相關議題時，將使用「著作權市場稀釋」一詞，合先敘明。

強調對某種制度性或象徵性價值之侵蝕，惟兩者同樣面臨難以量化損害、強調制度性或象徵性價值侵蝕、及對權利人保護過度擴張等評議。本文將嘗試分析 Kadrey 案中「市場稀釋」之論點，探究其學理上之正當性，並與著名商標之稀釋理論、法律經濟學學說予以比較分析。

貳、從商標法移植而來的幽靈

美國聯邦商標法即「蘭哈姆法（Lanham Act）」於 1995 年採用淡化制度後，即允許著名商標權人即使無須證明混淆誤認可能性（likelihood of confusion），仍得主張其商標因他人使用而遭到「模糊化（blurring）」或「污損（tarnishment）」而減損著名商標之識別性及信譽。其核心在於著名商標具有超越來源識別功能之市場價值，因此即使消費者不致混淆來源，過度類似之使用仍可能削弱其識別性。

然而，著作權稀釋與商標淡化仍有根本差異。商標法保護的是市場識別功能與商譽，而著作權法保護的則是特定表達，而非文類、風格、題材或市場本身。因此，若將商標淡化概念移植至著作權法，即可能導致著作權從「保護特定表達」轉變為「保護市場位置」或「保護文類競爭優勢」，這將大幅擴張著作權範圍。

一、美國聯邦法著名商標制度

美國著名商標制度的興起可追溯至 20 世紀初，當時隨著全國性廣告與大量消費品市場的發展，部分商標之功能不再僅是區別商品來源，而係成為具備強大獨特性與廣泛公眾認知之「名牌」。因此，美國自 1995 年通過「聯邦商標淡化法（Federal Trademark Dilution Act, FTDA）」，並於 2006 年修正為「商標淡化修正法案（Trademark Dilution Revision Act, TDRA）」，強調著名商標在不涉及混淆之情況下仍應享有對抗淡化的專屬保護。美國法院實務亦發展出一套較為嚴格的「著名性」認定標準，例如在 *Moseley v. V Secret Catalogue*⁵、*Tiffany v. Costco*⁶ 等案例中均有所體現。

⁵ *Moseley v. V Secret Catalogue, Inc.*, 537 U.S. 418 (2003).

⁶ *Tiffany and Company v. Costco Wholesale Corporation*, 971 F.3d 74 (2ed. Cir., 2020).

（一）美國商標法下商標權侵害態樣

美國聯邦法規下商標侵害有兩種態樣，第一種態樣為商標混淆誤認之虞，若他人使用之商標與商標權人之商標近似，導致消費者就商品或服務來源產生混淆誤認之虞，即構成對其商標權之侵害。

第二種態樣則為商標淡化，未經商標權人之授權而使用商標之行為，導致消費者對該商標不會留下單一聯想或獨特性印象，則可能造成商標權人之商標權受侵害。因商標權人投入大量資金行銷其商標，漸漸使消費者認知其商標之獨特性。因此，倘若他人使用與該商標近似的標誌，即使未造成混淆，或雙方並無直接競爭關係，只要其使用足以削弱原商標的獨特性與識別價值，即應認定商標權遭受到侵害⁷。

（二）商標淡化之理論發展及立法歷程

美國聯邦最高法院指出「與傳統侵權法不同，商標反淡化之保護制度並非出自普通法之發展，其動機亦不在於保障消費者利益，……而是保護商標本身的獨特性與企業之商譽⁸。」法院引用資深律師 Frank Schechter 於哈佛法學期刊發表之「Rational Basis of Trademark Protection」一文，說明 Schechter 借用 1924 年德國威瑪共和時期的艾柏菲爾地方法院之 ODOL 案中提出之淡化概念⁹，指出若長期於不同之商品或服務類別使用與著名商標相同之商標，而有致減損或分散著名商標所表彰之品質與價值時，除了使消費者產生混淆誤認，更會導致原商標使用人產生不可回復之損害。

⁷ 林怡州，美國法上商標戲謔仿作（TRADEMARK PARODY）案例介紹，實務新知 18 卷 11 期，頁 2，2016 年 11 月。

⁸ “Unlike traditional infringement law, the prohibitions against trademark dilution are not the product of common-law development, and are not motivated by an interest in protecting consumers.... the preservation of the uniqueness of a trademark should constitute the only rational basis for its protection.” *Moseley*, 537 U.S. at 429 (quoting Frank Schechter, *Rational Basis of Trademark Protection*, 40 Harv. L.Rev. 813, 831 (1927).)

⁹ 該案原告指控鋼鐵製造商（被告）將其漱口水瓶之「ODOL」字樣完全使用於指定之鋼鐵商品上。德國法院認為一般公眾聽到或看到 ODOL 此品牌，會想到原告的牙刷商品，同時會使得一般公眾認為被告的商品具有優良的品質。參見王美花、張瓊惠，論商標之淡化，智慧財產權月刊 84 期，頁 71，2005 年 12 月。

Schechter 的文章成為著名商標保護之思想起源，美國於 1996 年 FTDA 係在蘭哈姆法之基礎上¹⁰，首在聯邦法的層次就商標淡化行為進行規制，形成一套以「使用」為核心的商標保護體系，以補充傳統混淆理論之不足。FTDA 法典化於 1996 年蘭哈姆法第 43 條（c）項，代表了聯邦對淡化原則的承認，以及對著名商標所蘊含的獨特性和商業吸引力所體現的商譽進行保護的相應需求¹¹。

然由於 FTDA 未明確說明淡化究竟需達到何種證明程度，導致各法院對「淡化」是否需要實際損害產生分歧。美國聯邦法院於 2003 年 *Moseley* 案判定統一見解，認為 FTDA 明確要求原告需證明「實際淡化（actual dilution）」，而非僅有構成淡化之虞。在本案中，原告為 Victoria's Secret 品牌的附屬公司，對經營名為 Victor's Little Secret 成人用品零售店的 Moseley 夫婦主張商標侵權以及違反 FTDA 的商標淡化¹²。一審及二審美國聯邦第六巡迴上訴法院均認定被告之利用行為未產生混淆誤認之虞，不構成商標權之侵害，但在商標淡化部分判原告勝訴，認為原告不需證明「實際損害」，只要證明有「淡化之虞（likelihood of dilution）」即可¹³。

然美國聯邦最高法院認為，FTDA 的條文規定，若他人的商業使用「造成淡化」（causes dilution），則商標所有人有權獲得救濟。法院強調，這與許多州法律中使用的「有淡化之虞」字眼有顯著不同。淡化為「著名商標識別與區分商品或服務之能力的削弱」¹⁴，而聯想不等於稀釋，消費者在心中將「後使用商標（junior mark）」與著名商標產生「心理聯想（mental association）」並不同於淡化，也無證據顯示該著名商標識別能力的下降¹⁵。最終最高法院一致裁定，FTDA 要求證明「實際淡化」。

¹⁰ Pub. L. No. 104-98, 109 Stat. 985 (enacted and effective January 16, 1996) (codified at 15 U.S.C. § 1125(c) (1996)).

¹¹ 張佑碩，商標淡化理論之疑慮及因應之研究，東吳大學法律學研究所碩士論文，頁 29，2022 年。

¹² *V Secret Catalogue v. Moseley*, 54 U.S.P.Q.2d 1092 (W.D. Ky. 2000); *affirmed*, 259 F.3d 464 (6th Cir. 2001).

¹³ *Id.* at 422-24.

¹⁴ “the lessening of the capacity of a famous mark to identify and distinguish goods or services” *Moseley*, 537 U.S. at 433 (citing 15 U.S.C. § 1125(c) (1996)).

¹⁵ *Moseley*, 537 U.S. at 433-34.

Moseley 案大幅提高了著名商標的舉證門檻，實務上淡化保護幾乎難以成立。結果引發學界及國會強烈反彈，認為判決違背淡化制度之立法目的。「國際商標協會（International Trademark Association）」於 2003 年成立特別委員會，研究反淡化法並提出修改建議，該委員會起草了報告及修訂法案，並提交美國國會審議，後國會於 2006 年通過 TDRA¹⁶，將舉證標準明確改為「造成淡化之虞」，同時細分淡化類型並重新界定著名性之標準，以推翻先前 *Moseley* 案判決之限制，使淡化制度恢復其有效性。

TDRA 再次確定，即便消費者不存在來源、贊助或授權混淆的可能性，任何人不得對著名商標進行淡化性使用。TDRA 開啟了聯邦商標保護的新時代，大幅擴大著名商標的法律專屬範圍，蓋傳統商標法主要建立在保護消費者免於錯誤與欺騙的政策上，而反淡化法則更接近商標中的絕對財產權，甚至與侵入法（law of trespass）有著強烈相似之處¹⁷。

二、人格權概念下之著作權稀釋理論

「著作權稀釋」不是第一次被提出來，經本文作者於 Westlaw 法學電子資料庫，以“Copyright Dilution”為關鍵字於期刊論文中搜尋，發現最常被引用的一篇文章是為 2009 年 Lucille M. Ponte 教授撰寫之「保護創意免受無休止的數位剝削：著作權稀釋這個新概念的時機是否已經到來¹⁸？」該文的研究契機在於，於 2000 年初，隨著寬頻連線普及技術工具的快速發展，線上創意內容的來源正日益分散，數位開放內容平台 YouTube、MySpace、Wikipedia 等興起，使受著作權保護之作品被任意複製、混搭、改作的風險大增。媒體產業積極打擊著作權侵權，卻長期忽視創作者的人格權問題¹⁹，尤其對創作者對著作之「表彰／歸屬權（attribution/paternity right）」，及作品「完整性權（integrity right）」——長期保護不足²⁰。

¹⁶ Pub. L. 109-312, §2, 120 Stat. 1730 (effective Oct. 6, 2006) (codified at 15 U.S.C.A. § 1125(c) (2006)).

¹⁷ McCarthy, 3 McCarthy on Trademarks § 24:101. Highlights of the 2006 Federal Antidilution Act.

¹⁸ Lucille M. Ponte, *Preserving Creativity From Endless Digital Exploitation: Has the Time Come for the New Concept of Copyright Dilution?* 15 B.U. J. Sci. & Tech. L. 34 (2009).

¹⁹ *Id.* at 35-38. 美國唯一明文承認人格權的聯邦法「視覺藝術家權利法」（Visual Artists Rights Act, VARA）保護範圍極其狹隘，並排除音樂、電影、書籍等著作類別。

²⁰ *Id.* at 55-58.

Ponte 教授倡議，應借鏡 TDRA，將淡化此一概念帶入著作權領域以補充美國著作權法對「人格權（moral right）」保護之空缺。Ponte 教授將創作者及其創作作品視為其個人藝術品牌之基礎，創作者之藝術聲譽體現了其作品的品質和獨特性。若其創作因網路普及與數位化技術被大量抄襲，則該創作者之獨特的風格便可能被模糊，並在商業市場乃至整個思想市場中失去其獨特性。同樣的，若其創作與色情、非法活動或其他詆毀性產生關聯，藝術家及其作品的聲譽也會受到損害²¹。

是以，根據 Ponte 教授之解釋，「著作權模糊化」應可定義為「利用者作品的抄襲使原作者作品的獨特性受損」；而「著作權汙損化」則可定義為：「抄襲或扭曲、破壞原作者作品而損及原作者名譽或商業信譽」，並借用 TDRA 之多因素判斷標準如：原作品之識別性、知名度、是否有意造成關聯、實際造成的關聯性等判斷是否構成淡化²²。然 Ponte 教授強調，著作權稀釋的概念並非旨在否定獨立創作原創作品的權利。「思想與表達二分」、「最低程度創意」、與「合理使用」等原則仍可限縮著作權稀釋之適用，只有在利用者部分或全部實際重製了原著作時，才需要對原作者進行適當的署名，或者構成因貶損或損害性關聯而提出的版權損害索賠的依據²³。

以 *Newton v. Diamond* 案為例²⁴，著名爵士長笛演奏家及古根漢獎學金得主 James Newton，質疑 Beastie Boys 樂團的饒舌歌曲「Pass the Mic」中取樣其音樂作品「Choir」中的三個音符並再循環超過四十次。最終美國聯邦第九巡迴上訴法

²¹ Ponte, *supra* note 18, at 88.

²² See Lanham Act § 43(c)(2)(B), 15 U.S.C.A. § 1125(c)(2)(B).

(In determining whether a mark or trade name is likely to cause dilution by blurring, the court may consider all relevant factors, including the following:

- (i) The degree of similarity between the mark or trade name and the famous mark.
- (ii) The degree of inherent or acquired distinctiveness of the famous mark.
- (iii) The extent to which the owner of the famous mark is engaging in substantially exclusive use of the mark.
- (iv) The degree of recognition of the famous mark.
- (v) Whether the user of the mark or trade name intended to create an association with the famous mark.
- (vi) Any actual association between the mark or trade name and the famous mark.)

²³ Ponte, *supra* note 18, at 90-91.

²⁴ *Newton v. Diamond*, 349 F. 3d 591, 592 (9th Cir. 2003), *aff'g* 204 F. Supp. 2d 1244, *reh'g denied*, 2004 U.S. App. LEXIS 23398, at *1190 (9th Cir. Nov. 9, 2004) (en banc).

院為 Beastie Boys 的利用行為符合「微量利用 (de minimis use)」原則，即僅有數十秒的取樣，且一般聽眾不認為是挪用，即構成微量利用，不構成著作權侵權。然 Newton 真正在意的，是 Beastie Boys 的音樂常帶有露骨語言，與其音樂作品「Choir」背後的基督教信仰相悖²⁵。Ponte 教授認為此案適足以說明「著作權稀釋」中「模糊化」與「汙損化」的適用。

就「著作權模糊化」而言，由於 Beastie Boys 的饒舌歌曲與 Newton 的爵士樂歌曲實質相似性並不高，Beastie Boys 亦無刻意以其歌曲與 Newton 的音樂創造關聯性，更何況 Beastie Boys 在其 CD 上表彰 Newton 的姓名，難認 Beastie Boys 有意奪取 Newton 的名氣，或淡化其市場上之價值。再者，數位取樣並沒有損害 Newton 音樂的整體獨特性，且正是其獨特的性質促使該樂團選擇了系爭取樣，是以 Newton 成功主張「著作權模糊化」的可能性不高²⁶。

然 Newton 就「著作權汙損化」的主張或較有說服力，因 Beastie Boys 樂團確實於物理上扭曲了他作品的音調和節奏。除此之外，若 Newton 能證明 Beastie Boys 這種帶有強烈個人色彩的音樂風格與他創作原曲的基督教價值觀相悖²⁷，並損害其作為一位嚴肅爵士音樂家的聲譽，則其主張即有可能成功。而由於 Beastie Boys 並非出於詼諧仿作或非商業目的使用該採樣，因此合理使用原則亦不足以構成有效的抗辯。依 Ponte 教授建議的「著作權稀釋」制度，Newton 可以尋求法院禁 Beastie Boys 使用其音樂，或尋求法院認為合適的其他救濟措施²⁸。

參、著作權市場稀釋理論

與前述人格權概念下之著作權稀釋理論不同，著作權市場稀釋理論試圖主張，AI 公司以受著作權保護之作品訓練其語言模型，其所生成之輸出成果一縱使與任何單一著作權作品均不構成「實質近似 (substantially similar)」—仍應整體性地被視為市場損害，從而動搖合理使用抗辯之根基。

²⁵ *Newton*, 349 F.3d at 592.

²⁶ *Ponte*, *supra* note 18, at 100.

²⁷ Newton 曾明確表示，Beastie Boys 取樣其音樂的歌曲被用於美國成人動畫影集「Beavis and Butthead」，令其感到侮辱。*Id.* at 67.

²⁸ *Id.* at 100.

一、美國著作權局 AI Report

美國著作權局隸屬於美國國會圖書館（Librarian of Congress），長期以來屬於立法部門，向美國國會提供著作權政策建議，協助起草立法，並就著作權相關事務提供技術研究，更進一步而言，美國著作權局負責制定人工智慧使用受著作權保護的著作進行訓練是否屬於合理使用的政策解釋²⁹，而這正是 *Suno* 案、*Bartz v. Anthropic PBC*³⁰ 案與 *Kadrey* 案，乃至於所有 Gen AI 相關著作權爭議的核心問題。

美國著作權局於 2023 年起對 AI 所引發之著作權法律及政策問題進行研究，並將尋求自各界之意見整理成「著作權與人工智慧（Copyright and Artificial Intelligence）」報告書，於 2024 年 7 月發布「第一部：數位分身（Part 1: Digital Replicas）」³¹，針對 Gen AI 利用名人之聲音、肖像、外貌等創造出之「數位分身」所造成及衍生的問題，建議美國國會應制定一項聯邦法權利，保護所有人在其有生之年免受未經授權之數位分身的故意散布³²。而在 2025 年 1 月發布「第二部：著作權適格性（Part 2: Copyrightability）」³³，探討了使用 Gen AI 創作的作品的著作權適格性問題，強調著作仍需由人類創作，並著重於此類作品獲得著作權保護所需的必要人類貢獻。

而美國著作權局於 2025 年 5 月發布之「第三部：生成式 AI 訓練（Part 3: Generative AI Training）」預先發行版中直接指出，使用受著作權保護作品進行

²⁹ 美國著作權局局長（Register of Copyrights）Shira Perlmutter 於發布較不利於 Gen AI 訓練成立合理使用之「AI Report—第三部」後，即遭到美國總統 Trump 越職解除職務，Perlmutter 提起訴訟，美國哥倫比亞特區巡迴上訴法院以 2：1 多數裁定 Perlmutter 的解職「可能違法」，並下令暫時恢復其職位。*Perlmutter v. Blanche*, 1:25-cv-01659-TJK, 2025 WL, D.C. Cir., Sep. 10, 2025. 美國國會眾議院甚至已通過修正草案「H.R. 6028: Legislative Branch Agencies Clarification Act」要求美國著作權局局長須由總統提名、參議院確認任命，Kyle Jahner, *House Passes Bill to Let President Name Copyright Head*, June 10, 2026, Bloomberg Law, available at <https://news.bloomberglaw.com/ip-law/house-passes-bill-to-move-copyright-office-to-executive-branch> (last visited Jun. 10, 2026). 如此可見美國著作權局於制定 AI 政策及發展之重要性。

³⁰ *Bartz v. Anthropic PBC*, 787 F.Supp.3d 1007 (N.D. Cal. 2025).

³¹ U.S. Copyright Office, *Report on Copyright and Artificial Intelligence Part 1: Digital Replica*, July 31, 2024, available at <https://www.copyright.gov/ai/Copyright-and-Artificial-Intelligence-Part-1-Digital-Replicas-Report.pdf> (last visited Jun. 10, 2026).

³² “We recommend that Congress establish a federal right that protects all individuals during their lifetimes from the knowing distribution of unauthorized digital replicas.” *Id.* at 57.

³³ U.S. Copyright Office, *Report on Copyright and Artificial Intelligence Part 2: Copyrightability*, January 2025, available at <https://www.copyright.gov/ai/Copyright-and-Artificial-Intelligence-Part-2-Copyrightability-Report.pdf> (last visited Jun. 10, 2026).

AI 模型訓練涉及著作權中之重製，除非能提出授權或其他合理抗辯如合理使用等，否則即可能被推定侵權（Prima Facie Infringement）³⁴。而是否能成立合理使用，美國著作權局認為這是一個必須根據具體事實逐案審查的議題，並無絕對的公式，如是否符合轉化之要素，即需依據 Gen AI 模型最終之功能目的為個案判斷，若模型被限制於非替代性的任務（例如用於內容審查、非商業研究或分析），其轉化性較高；反之，如果模型被訓練來生成與訓練資料實質相似的表達性內容（例如生成特定受保護角色的圖像），則應認係缺乏轉化性³⁵。

此外，美國著作權局並不認同「非表達性使用」之概念所稱 AI 訓練僅提取事實或概念的說法，因為語言與圖像模型實際上吸收了字詞排列、敘事結構和美學等「表達」的本質。同時，美國著作權局也拒絕將 AI 訓練類比為人類學習，因為生成式 AI 能以超人類的速度與規模建立完美的副本，這與人類不完美的記憶和學習過程截然不同³⁶。而 AI 開發者若明知而使用包含盜版或非法破解付費牆獲取的資料集來進行訓練，這種獲取非法存取權的行為將對合理使用的主張產生不利的影響³⁷。

在第四項要件底下，美國著作權局提出三項 Gen AI 模型訓練最可能造成之市場損害：第一種，直接市場替代（lost sales）：若模型輸出的內容與訓練著作實質相似，且使用者得輕易取得，則可直接替代著作銷售。專為 AI 訓練而開發的資料集（instruction-tuning datasets 等），若未授權使用，亦構成明確的市場損害³⁸。第二種為市場稀釋（market dilution）：美國著作權局採取較寬廣解釋模式，明確拒絕將市場損害限縮於對特定著作的直接替代。理由在於美國著作權法第 107 條文義明定考量「著作潛在市場的效果」，而 AI 系統生成內容的速度與規模構成前所未有的稀釋風險——大量 AI 生成的同類著作（如推理小說、音樂）——即使不與特定作品構成實質近似，也會壓縮人類創作者的市場空間、稀釋授權金池（royalty pools）。至於 Gen AI 模型能模仿特定創作者風格亦可能造成可認知

³⁴ U.S. Copyright Office, *AI Report*, *supra* note 1, at 26-28.

³⁵ *Id.* at 46.

³⁶ *Id.* at 47-48.

³⁷ *Id.* at 52.

³⁸ *Id.* at 62-63.

的市場損害³⁹。最後，授權市場損失（lost licensing opportunities）：美國著作權局認定 AI 訓練授權市場在部分領域已存在或合理可預期發展（音樂、新聞、股票圖像、學術出版等），授權活動在報告撰寫期間持續增長。凡授權可行之處，未授權使用在第四項要件下即應受不利對待⁴⁰。

根據本文作者前文之介紹⁴¹，關於美國著作權局於合理使用分析之研究意見，除第一項要件下關於非法來源是否影響合理使用之成立的見解外，其餘均與 Kadrey 案 Chhabria 法官之判決意見非常相近，尤其是第四項要件下關於市場損害之見解與論述。

二、Kadrey 案中「著作權市場稀釋」論點

如同美國著作權局 AI Report 所設之前提⁴²，Chhabria 法官在 Kadrey 案亦是開宗明義地指出，關於 Gen AI 公司未經許可重製受著作權保護的作品來訓練模型是否違法的問題，「雖然細節決定成敗，但大多數情況下答案很可能是肯定的。著作權法最根本的關注點在於維護人類創作藝術和科學作品的激勵。因此，未經許可重製受保護的作品通常是違法的⁴³。」Chhabria 法官擔心，藉由 Gen AI 的協助，人們可以花費極少的時間和精力讓大量的圖像、歌曲、文章、書籍等充斥市場，大眾可「從事無限制且廣泛存在的行為……對原作的潛在市場造成實質性的不利影響⁴⁴。」因此，透過使用受著作權保護的作品訓練 Gen AI 模型，企業實際上正在製造一種會嚴重損害這些作品市場的東西，從而極大地削弱人類以傳統方式進行創作的誘因⁴⁵。

³⁹ *Id.* at 64-66.

⁴⁰ *Id.* at 66-71.

⁴¹ 參見參見本專題第一篇「美國 *Bartz v. Anthropic PBC* 案及 *Kadrey v. Meta Platforms* 案判決合理使用分析」，「三、（二）*Kadrey v. Meta Platforms, Inc.* 案」節之分析介紹。

⁴² 參見註 34 與相應之本文。

⁴³ “Although the devil is in the details, in most cases the answer will likely be yes. What copyright law cares about, above all else, is preserving the incentive for human beings to create artistic and scientific works. Therefore, it is generally illegal to copy protected works without permission.” *Kadrey*, 788 F.Supp.3d at 1034.

⁴⁴ “unrestricted and widespread conduct of the sort engaged in by the defendant ... would result in a substantially adverse impact on the potential market’ for the original.” *Campbell*, 510 U.S. at 590.

⁴⁵ *Kadrey*, 788 F.Supp.3d at 1035.

Chhabria 法官在判決中明確指出，Alsup 法官在 *Bartz* 案中以「訓練學童學習寫作」類比 AI 訓練的說法⁴⁶，「是一個不恰當的類比，不能成為漠視合理使用分析中最重要要件的理由」⁴⁷。他的核心批評在於，一個人類學生讀了書並學到了寫作，頂多讓書市多了一位作者；而一個訓練了億萬部書籍的大型語言模型（Large Language Model, LLM），卻能讓任何使用者在數秒內輸出大量競爭性文字，二者的市場衝擊規模不可同日而語。就 Chhabria 法官看來，在 AI 時代將「學習性類比」不加批判地移植至合理使用第四要件是一危險的捷徑，且美國聯邦最高法院在 *Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. v. Goldsmith* 案（下稱「AWF 案」）已將第一與第四的分析方法擴展至考慮「次要使用是否與原作具有相同或高度相似的目的」這一更廣泛的市場功能性判斷⁴⁸。若 Gen AI 模型被訓練來生成「同類型」內容，且其商業模式正是以此類內容的巨量生產與分發為核心，則即便沒有任何單一輸出與原告作品構成傳統意義的「實質相似」，這種訓練行為仍可能損害原作所處的整體市場類別。因此，即便 Chhabria 法官認定 Gen AI 訓練具有「高度轉化性」，但在第四要件「市場損害」之部分仍特別強調，不能只關注 Gen AI 之產出是否會直接替代原作品，還必須考慮「間接替代效果」。

然而，儘管 Chhabria 法官在理論層面承認市場稀釋的可認知性，然在本案仍作出了 Meta 勝訴的裁定，關鍵在於原告完全未就市場稀釋提出任何實質證據，只含糊引述了 AI 生成書籍「充斥 Amazon」的報導⁴⁹。Chhabria 法官指出，要推論 Llama 會稀釋原著市場，需要環環相扣的多重推論，遠比美國聯邦第二巡迴上訴法院 *Hachette Book Group, Inc. v. Internet Archive* 案中「讀者或許會選擇免費下載原著而非付費購買」的單一推論複雜得多⁵⁰，因此不能允許「自明性推論（self-evident）」的捷徑，原告必須提出超越「產業整體受 AI 衝擊」這種一般性論述

⁴⁶ *Bartz*, 787 F.Supp.3d at 1021-22.

⁴⁷ “This inapt analogy is not a basis for blowing off the most important factor in the fair use analysis.” *Kadrey*, 788 F.Supp.3d at 1036.

⁴⁸ *Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. v. Goldsmith*, 598 U. S. 508 (2023). 關於 AWF 案之分析介紹，請參見胡心蘭，再論挪用藝術與著作權合理使用原則，月旦民商法雜誌 82 期，頁 21-54，2023 年 12 月。

⁴⁹ *Kadrey*, 788 F.Supp.3d at 1055.

⁵⁰ *Hachette Book Group, Inc. v. Internet Archive*, 115 F.4th 163, 194 (2d Cir. 2024) (“the secondary user maintained a database that let internet users ‘download an identical copy of’ the plaintiffs’ books for free.”)

的具體證據，證明特定被告的特定訓練行為，與原告自身市場份額或收益的具體下降之間，存在可被合理推論的因果連結。

Chhabria 法官於 *Kadrey* 案開放了著作權市場稀釋理論的可能性，但未降低其事實證明門檻，其在處理此一議題時提出了一連串的問題：Llama 有產出書籍形式作品的的能力嗎？其產出之「書籍」能與現實作者之出版書籍競爭嗎？這樣的競爭實際上對現實作者書籍的銷售有什麼影響？會完全取代現實作者的書籍嗎？LLM 開發者可以重製與不能重製原告書籍的情況下，原告書籍所面臨的市場威脅有何不同？原告提交的訴狀和證據中就上述問題均未有回應。換言之，並非稀釋理論錯誤，而是原告舉證責任未能完成。然而，此即做坐實了稀釋理論舉證基礎之薄弱，連最積極支持稀釋理論的原告，在訴訟中都未能提出任何具體證據，而 Chhabria 法官自承此點，卻仍在附帶意見中為稀釋理論大力背書，此一附帶意見雖不具拘束力，但其廣泛引用與影響力已不容小覷。

三、Poseidon Wave Media v. Suno 案補充證據缺口

Poseidon Wave Media v. Suno 案的訴狀內容 (Complaint)⁵¹ 或許稍可回應 Chhabria 法官要求之「著作權市場稀釋」證明的門檻。原告 Poseidon Wave Media LLC 兩位成員為 John Emanuele 與 Richard Cupolo，自 2005 年起以樂團名「The American Dollar」創作電影感／氛圍系 (cinematic/ambient) 純演奏無歌詞音樂⁵²。原告主張 Suno 在未經授權情況下，將原告享有著作權的錄音「擷取 (scrape)」並用於訓練其 Gen AI 音樂模型，原告明確聲明，並非主張 Suno 生成的輸出音樂檔案本身侵權，而是主張輸出檔案與原告原曲的高度相似性，是用以「佐證」Suno 確實曾將原告歌曲輸入訓練語料庫的證據⁵³。

針對 Suno 可預期提出的合理使用抗辯，於第四要件，原告主張授權 (licensing) 係其商業模式核心，過去近 20 年是其最大收入來源⁵⁴，自 Suno 服

⁵¹ *Poseidon Wave Media LLC v. Suno, Inc.*, Complaint, 1:26-cv-03921 (S.D.N.Y. May 12, 2026).

⁵² *Id.* at 6-7.

⁵³ *Id.* at 16. 原告主張其測試方法為：在 Suno v1 及 v2 介面輸入「create a song that sounds like [曲名] by the band the American Dollar」之提示詞，並下載生成檔案進行分析原告舉出三個詳細範例（“Age of Wonder”／“Anything You Synthesize”／“Signaling Through the Flames”），逐一列舉節奏結構、延遲效果、樂器入場順序、殘響特徵等數十項「高度相似」要素。*Id.* at 18-25.

⁵⁴ *Id.* at 7-8.

務上線後，授權收入下滑近 80%，且訴狀強調收入下滑存在清晰的時間分界線，精確對應 Suno AI 服務公開上線的時間點⁵⁵。此一「時間關聯性（temporal correlation）」論述是原告建立因果關係的主要證據結構，但訴狀並未提供任何控制變因分析（如同期整體授權音樂市場走勢、串流產業結構變化、原告自身曲目組合變化等），純粹以時序前後關係推論因果，這在訴訟攻防中容易遭到「相關不等於因果（correlation is not causation）」的質疑，是被告可能著力反駁的薄弱環節。

原告援引 *AWF* 案，主張第一項要件聚焦於「令人討厭的替代問題」⁵⁶，並將此替代邏輯延伸至第四項要件的市場損害分析：原告詳細描述 Suno 的訂閱制商業模式，並強調付費版用戶可將生成內容用於商業用途（如上傳至 YouTube、Spotify、Apple Music），形成「Suno 生成的檔案越多，Suno 收費越多」的商業邏輯⁵⁷，目的在於將第一項要件下之「商業性利用」與第四項要件下之規模性「市場替代」綁定論證，用戶被激勵大量生產並商業化部署輸出內容，而這些輸出內容直接在串流平台上與原告等人類創作者的真實錄音競爭播放與收聽。原告主張「潛在被授權人（potential licensees）」現在可以「幾近零成本」生成 AI 仿作（AI-soundalike），從而完全規避原本應支付給原告的授權費，而該 AI 仿作音檔本身正是用侵害原告著作權的方式生成的，即被告以侵權手段生產出用來取代原本應授權客戶（如電視節目、廣告商）使用原告原曲的替代品，形成「以仿品取代正品」的損害結構⁵⁸。

而作為獨立損害類型，原告主張的市場稀釋論點核心在於生成速度與規模本身即構成獨立的市場性傷害，不僅是個案替代問題，蓋 Suno 號稱已有超過 1 億用戶，估計每日產生約 700 萬個新音樂檔案，原告引述 200 多位藝術家連署之 Artist Rights Alliance 聲明，將 Suno 的行為定性為「直接針對以巨量 AI 生成『聲音』取代人類藝術家工作」，且此舉「實質稀釋了支付給藝術家的授權金池」⁵⁹。於此，

⁵⁵ *Id.* at 9, 29.

⁵⁶ *AWF*, 598 U.S., 528 (Stating “In that way, the first factor relates to the problem of substitution—copyright’s *bête noire*.”)

⁵⁷ *Poseidon Wave Media*, 1:26-cv-03921, at 10.

⁵⁸ *Poseidon Wave Media*, Complaint, at 29.

⁵⁹ “directly aimed at replacing the work of human artists with massive quantities of AI-created ‘sounds’ . . . that substantially dilute the royalty pools that are paid out to artists.” *Id.* at 30.

原告將「市場稀釋」建構為一個總量（pool-based）損害模型——即 AI 生成內容並非取代個別曲目的個別授權交易，而是透過總體供給量暴增，稀釋整個串流／授權生態系統中可分配給人類創作者的收益總量。這與傳統著作權侵權案件中「逐筆比對、逐筆計算損害」的損害模型不同，更接近反不公平競爭法或市場結構性損害的論述方式。

四、著作權市場稀釋論點評析

事實上，稀釋比替代更難以證明。

Poseidon 原告並非主張利用 Suno 生成之「Echoes of Wonder」⁶⁰ 這個輸出檔案直接取代了原告歌曲「Age of Wonder」的授權可能性，而是主張 Suno 每日 700 萬個檔案、1 億用戶的生產規模，本身就構成對整個氛圍系／電影感配樂授權市場的結構性淹沒。Poseidon 訴狀中市場稀釋論述的理論基礎，實質上直接承襲自 Chhabria 法官在 Kadrey 案對第四項要件的擴張解釋。Chhabria 的核心貢獻在於將「市場稀釋」與傳統的「直接市場替代」區分為兩種獨立的損害類型。傳統市場替代是個案層次的——AI 輸出直接取代某一特定授權交易，而 Chhabria 所承認的市場稀釋，則是總量／結構層次的——即便沒有任何單一 AI 輸出與原告任一特定作品「實質相似」，只要訓練資料庫能讓 AI 大量生成「同類型」內容，使市場被海量同質商品淹沒，原作者的議價力與收益池本身即遭稀釋。

傳統著作權侵權的市場損害分析建立在一個相對簡單的因果模型上：被告的侵權複製品 A，直接取代了原告作品 B 在某一具體交易中的位置，這種「一對一替代」模型的證明結構清晰：只需證明（1）替代品存在、（2）替代品在功能上可互換、（3）至少在統計上可觀察到原作銷售／授權的下降。與另一 AI 模型訓練相關之 *Thomson Reuters v. Ross Intelligence* 案相較⁶¹，為了訓練其 AI 搜尋工具，Ross 未經許可將 Westlaw 的判決摘要用於其法律諮詢 AI 模型的訓練⁶²，並對外宣

⁶⁰ 原告於 Suno 輸入指令「創作一首聽起來像美國樂團 The American Dollar 的『Age of Wonder』的歌」，Suno AI 創作了一個標題為「Echoes of Wonder」錄音檔，原告指稱其旋律、曲調、節奏、與風格等與原告作品驚人地相似。Id. at 19.

⁶¹ *Thomson Reuters Enter. Ctr. GmbH v. Ross Intel. Inc.*, 765 F.Supp.3d 382 (D. Del. 2025).

⁶² Ross 需要為 AI 提供訓練資料——法律問題和解答的資料庫。因此，Ross 曾經向 Thomson 請求授權 Westlaw 的內容，但由於 Ross 是競爭對手，遭 Thomson 拒絕。*Thomson Reuters Enter. Ctr. GmbH v. Ross Intel. Inc.*, 765 F.Supp.3d 382, 391 (D. Del. 2025).

稱該模型可以用來分析法律案件並搜尋法院判例。承審之 Bibas 法官判定 Ross 使用「判例摘要」的目的（建立競爭性法律檢索工具），與 Thomson Reuters 使用「判例摘要」的目的（協助使用者導覽 Westlaw）高度相似，且屬商業使用，目的是在創建一種法律研究工具來與 Westlaw 競爭，這使得第一項要件「使用目的」與第四項要件「市場效果」高度疊合，幾乎是同一個判斷在兩個要件中重複出現，Ross 輸出內容與 Westlaw 原始材料之間的競爭關係是直接且結構性的，二者在同一功能市場中直接互斥。又於 *N.Y. Times v. Microsoft Corp* 案中⁶³，GPT-4 能逐字再現 N.Y. Times 文章即係相對具體的「輸出端直接競爭」證據，此二案件中市場損害的證明存在一個可清楚定義的「替代行為」。

然市場稀釋論則放棄了「一對一」的因果鏈，改採「多對多」的結構性論證：被告訓練出的 AI 系統，其產出與原告任一特定作品都不構成「實質相似」的巨量同類型內容，透過總量效應壓低整個市場類別的議價力與單位價值。這種論證的證明難度顯著提高，原因有三：首先，利用行為與損害間之因果關係不明確，雖市場上存在數百萬個 AI 生成的競爭作品，然原告無法指出「哪一個」AI 輸出取代了「哪一筆」原本屬於自己的交易，只能訴諸總量數據與時間先後關係。如 Poseidon 原告只能提出自己 80% 授權營收下降與 Suno Gen AI 服務上線的時間重疊，此陳述僅有時序對應，缺乏個案層次的因果鏈，亦未達到 Chhabria 法官稱原告必須提出超越「產業整體受 AI 衝擊」這種一般性論述的具體證據的要求。

其次，要證明稀釋造成的損害，理論上需要建構一個「若無 AI 訓練介入」的反事實市場基準（counterfactual baseline），並證明實際市場數值顯著低於此基準。但同步授權市場（sync licensing）⁶⁴ 本身存在串流產業結構轉變、廣告預算配置變化、平台演算法改變等多重干擾變因，使反事實基準的建構在方法論上極為脆弱。且市場稀釋建立在一個不甚實際之「同質可替代性」假設之上，即同一類型的所有作品彼此都是可互換的替代品，不論其品質、原創性或評價如何，亦不論創作者知名度、粉絲（fans）偏好等。最後，市場稀釋是否屬於美國著作權法

⁶³ *N.Y. Times v. Microsoft Corp.*, No. 1:23-cv-11195 (S.D.N.Y. Dec. 27, 2023).

⁶⁴ 同步授權（Sync Licensing）是指授權他人將音樂作品與影像（如電影、電視節目、廣告、電玩遊戲或預告片）同步結合的過程。這通常是音樂創作者的重要收入來源，包含前期授權費與後期的公開播送權利金。

第 106 條重製權保護範圍內的「可認知損害 (cognizable harm)」，本身就是一個尚無定論的法律問題，Alsup 法官在 *Bartz* 案中即否認原告稱訓練 LLM 將導致大量類似的作品湧現並與其作品形成競爭之主張⁶⁵，將「訓練模型使其有能力生成競爭性新作品」定性為一種不受著作權法保護的市場現象，蓋著作權法旨在促進具原創性之作品的創作，而非保護作者免於競爭。

簡言之，*Poseidon* 案的市場損害證明結構更接近「上游供給市場萎縮」而非「下游消費替代」——原告主張受損的不是聽眾從 Spotify 轉向 Suno 生成的音樂，而是 B2B (Business-to-Business) 授權市場中，廣告商／製作公司本來會付費取得原告曲目的同步授權，現在轉而自行生成替代品。這種 B2B 授權市場損害的證明，理論上比 *NY Times* 案的 B2C (Business to Consumer) 訂閱流失更難舉證。更令人玩味的是，在美國著作權局之 AI Report 中引介著作權市場稀釋理論：「即使生成式人工智慧模型的輸出與特定的受著作權保護作品不具有實質性相似性，如果這些輸出在該類型作品的市場上形成競爭，法院也應考慮所造成的損害⁶⁶。」同時亦為 *UMG Recordings Inc. v. Suno, Inc.* 案原告⁶⁷，聲稱其曲庫將被 Suno 用戶創作的作品「淹沒 (overrun)」，這些作品與受著作權保護的真實錄音作品爭奪播放量，並「大幅稀釋支付給藝術家的授權金」⁶⁸之環球音樂集團 (Universal Music Group, UMG)，其執行副總裁兼首席數位長 Michael Nash 於 UMG 2025 年第四季財報電話會議上對其投資者保證授權金稀釋不會對 UMG 現在或未來的收入造成財務損害，表示，Gen AI 產生的內容在市場上「幾乎無人問津 (barely registers)」——占全部流量的不到 0.5%，所謂 AI 授權金稀釋的說法「完全是基於

⁶⁵ *Bartz*, 787 F.Supp.3d at 1032.

⁶⁶ “courts should consider the harms caused where a generative AI model’s outputs, even if not substantially similar to a specific copyrighted work, compete in the market for that type of work.” U.S. Copyright Office, *AI Report*, *supra* note 1, at 64.

⁶⁷ *UMG Recordings Inc. v. Suno, Inc.*, No. 24-cv11611 (D. Mass. June 24, 2024).

⁶⁸ “Suno’s efforts are ‘directly aimed at replacing the work of human artists with massive quantities of AI created ‘sounds’ . . . that substantially dilute the royalty pools that are paid out to artists.’” *Id.* at 28 (citing from Artist Rights Alliance, *200+ Artists Urge Tech Platforms: Stop Devaluing Music*, Medium (Apr. 1, 2024), <https://artistrightsnow.medium.com/200-artists-urge-tech-platforms-stop-devaluing-music-559fb109bbac>.)

一些零星案例過度推斷出來的」⁶⁹。如此自亂陣腳的說詞⁷⁰，更顯示「著作權市場稀釋」理論難以證明之處。

肆、淡化／稀釋理論的效率分析

如前述之討論，著作權市場稀釋論點將市場損害之認定，從傳統的「直接替代」擴張至「間接替代」與「制度性侵蝕」的概念，此一論述結構已逐漸接近商標法中「著名商標淡化」保護邏輯之核心特徵。著作權法傳統上以「實質近似」與「替代效果」作為侵權與損害判斷之核心工具，而商標法之淡化保護則係刻意繞開此種以競爭關係為基礎之分析框架，逕行保護商標之「識別性」本身不受侵蝕。然而著作權法與商標法之立法目的不同⁷¹，於美國法制下，兩者之憲法基礎亦各有異⁷²，若將著作權合理使用之市場要件轉化為一種「準稀釋理論（quasi-dilution theory）」⁷³，其制度效率是否成立？

⁶⁹ Adam Eisgrau, *Universal Music Group May Have Admitted “Dilution” Theory in Copyright Infringement Case Versus Suno Is Baseless*, The National Law Review, March 17, 2026, available at <https://natlawreview.com/article/universal-music-group-may-have-admitted-dilution-theory-copyright-infringement-case> (last visited Jun. 10, 2026).

⁷⁰ 在 2026 年 3 月 12 日 UMG 控告 Suno 案的聽證會中，Suno 的律師宣讀了 Nash 的評論。UMG 方試圖阻止對這些評論及其背後數據進行調查取證，然聽證法官駁回了這項請求。Brian McBrearty, *Record Business Dilution Theory*, Mar. 19, 2026, musicologize.com, available at <https://www.musicologize.com/march-2025-ai-state-of-play/> (last visited Jun. 10, 2026).

⁷¹ 商標法之立法目的在於保護消費者對指示商品來源之標誌不會發生認識錯誤，能根據其對該標誌所產生之消費經驗快速且正確的做出決定，另一方面也保護製造者可就其長期投資並維護品質而生之商譽獲得應有之回報。See *Qualitex Co. v. Jacobson Products Co.*, 514 U.S. 159, 164 (1995).

著作權法之立法目的，係以兩種不同但相關的方式促進科學與實用藝術之發展：第一，著作權法將增進新興創作之質與量；第二，著作權法亦欲擴張一般大眾接觸該等新興創作的機會，進而「促進科學與實用藝術之發展」。

⁷² 美國著作權法之憲法基礎為美國法第一條第八項第八款「著作權條款」。然關於美國商標法之憲法基礎則有爭議，有稱係美國法第一條第八項第三款，規範州際及對外貿易之「商業條款（Commerce Clause）」，然美國聯邦最高法院 *The Trade-Mark Cases*, 100 U.S. 82 (1879) 則指出商業條款亦不足以支撐當時的聯邦商標法，因其保護範圍過寬——它並未限於州際或對外貿易中使用的商標，而是涵蓋了所有商標使用情形，包括純粹州內的商業活動。是以最高法院宣告 1870 年及 1876 年聯邦商標法違憲無效。美國國會記取教訓，於 1881 年重新制定聯邦商標法，明確將保護範圍限縮於州際貿易及與外國的商業往來中使用的商標，從而奠定商業條款作為聯邦商標法憲法基礎的地位。

⁷³ 本文此處使用「準稀釋理論（quasi-dilution theory）」一詞，係刻意保持概念距離。蓋商標法上的淡化有其特定之法定要件（TDRA 第 43(c) 條），著作權法上之市場稀釋論並非直接援引商標法條文及要件，而僅係在論證結構上具有功能性相似。

一、商標淡化保護之法理基礎—超越混淆理論

一般商標的保護原則是「商標近似、商品／服務類似」才構成侵權，但著名商標的價值溢出，使其保護範圍擴張到非類似商品或服務上，著名商標從「混淆誤認」擴張到「減損識別性／信譽」（淡化）後，確實提供強力防護，但也讓保護邊界更依賴抽象判斷，帶來壟斷與競爭扭曲的疑慮。傳統商標法保護的是「在誠實競爭的前提下，持續享有因勞動而吸引顧客惠顧之權利」⁷⁴，損害是具體的、可計量的，而淡化保護的是「假設性未來市場」，損害是推測性的（speculative）。

著名商標之所以需要超越「混淆誤認」的保護，正是因為其已脫離商標法的常態結構，而進入一種「保護財產性投資價值」的例外領域。淡化理論之經濟正當性論述主要建立於「商標獨特性之經濟價值」此一概念之上，亦即，著名商標之識別性與獨特性，係商標權人經過長期、大量投資於廣告宣傳、品質維持、品牌經營等努力所累積之無形資產，當第三人於非競爭性商品或服務上使用近似商標，縱使不致引發消費者混淆，仍可能逐漸削弱該商標於消費者心智中之獨特聯想，使其從「單一、明確指向特定來源」之識別符號，逐漸淡化為一般性、普通化之詞彙或符號，此一過程即為「模糊化」之核心機制。

以經濟學語言敘之，商標透過提供一個簡潔、易記且明確的產品或服務識別符號，來節省資訊成本（economize on information costs），當商標因與其他事物產生聯想而使消費者必須「多想一下」才能辨識出該商標所指涉的商品或服務時，這種節省效果便會降低⁷⁵，類似商標的存在提高了消費者的搜尋成本（search costs），削弱了商標作為資訊傳遞工具的效率。美國智財學者 Barton Beebe 教授指出，現代商標法的反淡化保護所欲維護的，並非提出淡化概念之 Schechter 原始理論中的「唯一性（uniqueness）」，而是行銷文獻中所稱的品牌「典型性（typicality）」—即品牌喚起特定產品類別的能力⁷⁶。Beebe 承認部分學者主張反

⁷⁴ “the right to continue enjoying the patronage of attracted customers attracted by labor, subject only to honest competition.” Mark P. McKenna, *The Normative Foundations of Trademark Law*, 82 Notre Dame L. Rev. 1839, 1884 (2007).

⁷⁵ Barton Beebe, *A Defense of the New Federal Trademark Antidilution Law*, 16 Fordham Intell. Prop. Media & Ent. L.J. 1143, 1148 (2006) (citing from Richard Posner, *When Is Parody Fair Use?*, 21 J. Legal Stud. 67, 75 (1992).)

⁷⁶ *Id.* at 1147-48.

淡化法的真正經濟功能在於「防止挪用（misappropriation）」，亦即禁止他人不勞而獲地利用著名品牌的「神祕感」或「銷售力」⁷⁷。然其指出 TDRA 在文義上並非反搭便車法規，TDRA 僅規制「實質上損害商標識別性或聲譽的行為」，純粹的搭便車在蘭哈姆法之下不構成訴因，蓋過度擴張反淡化保護至涵蓋搭便車，將形同在著名商標上創設準財產權，不當排除他人正當的競爭性使用。

然而，商標淡化理論自確立以來，即面臨法律經濟學界之持續批評，第一，損害之不可量化性：與混淆理論不同，淡化損害並不要求證明任何具體之消費者行為改變（例如購買決策之轉移），而僅須證明商標獨特性之「心理聯想」遭到淡化，此種純粹心理層面之損害極難以實證方法量化，從而使法院在審理淡化案件時，往往僅能依賴直覺判斷而非實證證據⁷⁸。第二，不要求市場減損之實際證明：淡化理論之請求權人通常無需證明其商標所代表之商品或服務銷售量、市場份額或授權收益確實因被告之使用行為而減少，僅須證明「可能性（likelihood）」之模糊化效果即足，此一寬鬆之證明標準，使淡化保護實質上成為著名商標權人之「預防性保護（preventive protection）」機制，而非傳統侵權法上之損害填補機制⁷⁹。第三，可能阻礙新進入者並降低市場競爭動態：由於淡化保護不要求競爭關係，著名商標權人得以對抗於完全不同產業、不同消費者群體之第三人使用近似標識，此一保護範圍之擴張，可能對新創企業、中小型事業造成額外之法律風險與遵循成本，從而提高市場進入門檻，並間接強化既有著名品牌之市場優勢地位，與商標法原本欲促進之市場競爭動態目標產生緊張關係。

⁷⁷ *Id.* at 1164.

⁷⁸ 對淡化理論可量化性之系統性批評，見 Beebe, A Defense of the New Federal Trademark Antidilution Law, *id.*（雖然標題稱為「辯護」，該文亦承認量化困難之核心問題，並嘗試以符號學分析架構部分回應此一批評）；另見 Barton Beebe, *The Semiotic Analysis of Trademark Law*, 51 UCLA L. Rev. 621 (2004)，該文以符號學方法分析商標之「意義生產」過程，並指出淡化理論之保護對象實為商標之「符號價值」而非傳統商品來源識別功能，此一轉向本身即偏離商標法之原始制度目的。

⁷⁹ McKenna 教授對著名商標過度保護之批評，特別聚焦於此一寬鬆證明標準所導致之「保護範圍漂移」（protection creep）問題，McKenna, *supra* note 74. McKenna 教授主張商標法應重新聚焦於消費者保護與市場資訊效率之原始目的，而非淪為商標權人之財產權擴張工具。

二、著作權獎勵機制之本旨

於美國智財法制普遍奉行「功利主義 (utilitarianism)」之「獎勵理論 (Incentive theory)」下，美國聯邦憲法「著作權條款」中「國會賦予之獨占特權既非毫無限制，也不是旨在提供特殊之私有利益。相反的，此一有限的授權是為了達成重大公共目的的一個手段。其主要目的在於以此特設之獎勵促進作者與發明家之創作活動，且在有限期間之排他控制期滿後，使得公眾得以接觸他們（作者與發明家）天賦才華之產物⁸⁰。」

著作權保護在法律經濟分析傳統上之正當性基礎，建立於對「資訊財 (information goods)」特性之經濟分析。Landes 教授與 Posner 法官在其經典著作「An Economic Analysis of Copyright Law」中，將著作之創作活動定性為一種具有高固定成本、但邊際複製成本趨近於零之經濟活動⁸¹。此一特性的經濟意涵在於：著作之創作者必須投入大量前期成本，如時間、勞力、研究、製作等，方能完成第一份「原件」，然而一旦原件完成，後續每一份複製品之邊際成本極為低廉，在數位環境下甚至近乎於零。若著作權法不賦予創作者排他權，則任何第三人均可以遠低於創作者原始投入成本之價格，複製並銷售該著作，形成經濟學上所稱之「搭便車問題 (free-rider problem)」⁸²。在自由競爭市場下，搭便車者之競爭壓力將使著作之市場價格趨近於邊際複製成本，創作者將無法回收其前期固定投資，從而導致社會整體之創作投資不足。

此即著作權法上經典之「公共財問題 (public goods problem)」，著作具有無排他性 (non-excludability) 與消費無敵對性 (non-rivalrous consumption) 之特徵，若無法律之人為排他權介入，市場機制本身無法提供創作者足夠之經濟誘因，此即所謂「誘因—近用之取捨 (incentive-access trade-off)」⁸³——著作權保護程度愈

⁸⁰ “The monopoly privileges that Congress may authorize are neither unlimited nor primarily designed to provide a special private benefit. Rather, the limited grant is a means by which an important public purpose may be achieved. It is intended to motivate the creative activity of authors and inventors by the provision of a special reward, and to allow the public access to the products of their genius after the limited period of exclusive control has expired.” *Sony Corp. of America v. Universal City Studios*, 464 U.S. 417, 429 (1984).

⁸¹ William M. Landes & Richard A. Posner, *An Economic Analysis of Copyright Law*, 18 J. Legal Stud. 325 (1989); 其後擴充為專書 William M. Landes & Richard A. Posner, *The Economic Structure of Intellectual Property Law* (Harvard University Press, 2003), 第 2 章。

高，創作誘因愈強，但社會大眾近用著作之成本亦愈高；反之，保護程度愈低，近用成本降低，但創作誘因亦隨之削弱。

在此一經濟模型下，著作權保護之核心目的可歸納為：防止「替代性競爭」，藉以維持創作者投資之回收可能性。值得強調的是，此一保護邏輯之射程，理論上應限於「替代性」之競爭關係——亦即第三人之行為使消費者得以較低成本取得與原著作具有功能上可替代性之內容，從而分食原著作之既有市場需求。至於非替代性之使用，例如評論、學術引用、談諧仿作、轉化性使用等，因其並非以「取代原著作之市場功能」為目的或效果，傳統上不被視為著作權保護所欲排除之對象，此亦為合理使用原則存在之經濟基礎⁸²。

然如前所述，著作權市場稀釋理論將市場損害之認定從傳統的「直接替代」擴張至「間接替代效果」與「制度性侵蝕」，吸納商標淡化理論之功能與結果，二者存在高度之結構性相似：其一，兩者皆不要求「直接替代」或「混淆」之具體證明，而係訴諸某種抽象、整體性之市場結構侵蝕；其二，兩者皆難以提出可量化、可觀察之實證損害證據，而高度依賴推測性之因果連結；其三，兩者之保護邏輯均隱含將權利人之保護範圍，從「具體交易之保護」擴張至「制度性或象徵性價值之保護」。然著作權法與商標法兩種制度設計目的本不相同之法律領域——前者旨在激勵創作活動之投資回收，後者旨在降低消費者搜尋成本並保護商譽——卻在合理使用第四項要件與稀釋理論之操作層面上，逐漸趨於保護「潛在市場結構」本身，而非具體之交易行為或實際發生之經濟損失。此一現象在效率分析上是否具有正當性，不無疑問，蓋若兩種制度設計目的不同之法律領域，最終均演化為相同的「結構保護」邏輯，則可能意味著此一邏輯本身已逸脫個別制度之原始經濟目的，成為一種獨立於制度脈絡之「保護擴張慣性」⁸³。

⁸² 關於智慧財產權於法律經濟學下之闡釋，參見胡心蘭、蔡岳勳，從法律與經濟學的角度分析美國著作權法之科技保護措施及合理使用原則，中原財經法學 14 期，頁 157-243，2005 年 6 月。

⁸³ 關於跨法律領域保護邏輯趨同現象之一般性理論分析，可參照學者 Mark A. Lemley 的論點：智慧財產權保護範圍之擴張往往具有「自我強化（self-reinforcing）」特性，一旦某種寬鬆保護邏輯於某一法律領域獲得承認，往往會被其他領域之權利人援引作為類比論據，主張同等保護，而不問該邏輯是否真正契合各該領域之制度目的。見 Mark A. Lemley, *IP in a World Without Scarcity*, 90 N.Y.U. L. Rev. 460 (2015)，該文雖以稀缺性消失之數位時代財產權正當性為核心論旨，但其分析架構亦適用於檢視保護邏輯跨領域移植之正當性問題。

三、制度性稀釋的效率質疑

在前述理論基礎之上，著作權市場稀釋論在制度效率層面恐面臨三項相互關聯但各具獨立分析價值之質疑：外部性是否可量化、潛在授權市場是否屬於法律擴張前即會自然形成之市場，以及交易成本與反共有地風險。

（一）外部性是否可量化？—過度內部化風險

市場稀釋理論之核心主張為：AI 訓練可能削弱未來人類創作之經濟誘因，並侵蝕尚未形成、但具有潛在價值之授權市場。然而，法律經濟分析方法論之基本要求，係任何主張負外部性（negative externality）存在並據以正當化權利擴張或管制介入之論述，均須提出可觀察、可預測，且具備一定統計顯著性之實證基礎，而非僅憑理論上之可能性即逕予承認⁸⁴。

若無具體實證證明作者之實際收益確已下降，或整體創作投資水準確已降低，則所謂之「制度性侵蝕」僅能停留於推測性風險（speculative risk）之層次，而非已實現或可預測之確定損害。在此種實證不確定之狀態下擴張排他權保護範圍，可能導致法律經濟學上所稱之「過度內部化（over-internalization）」問題—即透過法律機制，將原本應由市場機制自然篩選、且可能根本不存在或極為輕微之外部成本，強制內部化為 AI 開發者之法律責任，從而扭曲資源配置效率。

（二）潛在授權市場是否屬自然市場？—循環論證問題

法律經濟學區分兩種市場，「自然市場（natural market）」即縱使無司法擴張介入，市場機制本身亦會自發形成之交易市場；與「法律創造市場（legally constructed market）」，即僅因法院限縮合理使用範圍、擴張權利人之排他權，方因此產生之交易市場。換言之，因為法院拒絕合理使用才產生授權需求，則其本身就是「權利擴張的產物」。如著作權

⁸⁴ A. C. Pigou, *The Economics of Welfare* (4th ed. 1932). Pigou 之外部性矯正理論雖以課稅作為主要工具，但其核心方法論——要求量化邊際社會成本與邊際私人成本之差距——同樣適用於評估財產權擴張（如商標淡化保護）作為外部性矯正機制之正當性。

合理使用第四項要件分析中長期存在之「循環論證問題」套用於 AI 訓練授權市場之分析可得出以下推論：若 AI 訓練資料之授權市場，僅因法院否定訓練行為構成合理使用，方因此產生（即 AI 公司因擔憂訴訟風險或法律不確定性，轉而尋求授權以規避法律風險），則該授權市場本身即為法院限縮合理使用範圍之「結果」，而非合理使用分析所應參照之「既存事實」。此時，若法院再以「AI 訓練授權市場已然存在」作為論證理由，認定合理使用不應成立，即陷入典型之循環論證——以法律擴張之後果，反證法律擴張之必要性。

此一「自然市場」與「法律創造市場」之區分，與著名商標淡化理論之經濟批評具有高度可比性：淡化保護擴張創造了新的交易需求——在沒有混淆誤認的情況下，美國國會立法創造新權利，進而產生新的授權交易。但此種擴張本身未必增加社會剩餘，而更可能僅是將既有之經濟資源，從新進入市場之事業重新分配予既有著名商標權人。換言之，「權利擴張創造新交易，但未必增加社會剩餘」此一命題，同時適用於商標淡化理論與著作權市場稀釋理論，構成兩者效率正當性之共同弱點。

（三）交易成本與反共有地悲劇

著作權市場稀釋論所隱含之強制個別授權要求，可能導致之配置效率問題。AI 訓練行為之資料來源，通常涉及數百萬件、甚至數十億件之著作內容，來源遍及全球各地、橫跨各種著作類型，且權利歸屬高度碎片化（fragmented ownership）——單一 AI 訓練資料集，可能涉及數以百萬計之不同著作權人。依循著名經濟學家 Ronald Coase 於其經典論文「The Problem of Social Cost」所建立之寇斯定理（Coase theorem）分析框架⁸⁵，當交易成本趨近於零時，初始權利配置並不影響資源最終配置之效率結果，因為雙方總能透過自願協商達成效率最大化之交易安排⁸⁶；然而，當

⁸⁵ Ronald Coase, *The Problem of Social Cost*, 3 J.L. & Econ. 1 (1960), available at <https://www.law.uchicago.edu/sites/default/files/file/coase-problem.pdf> (last visited Jun. 10, 2026).

⁸⁶ 寇斯定理（Coase theorem）之核心概念為：在交易成本為零（或極低）的情況下，只要產權明確界定，無論初始產權歸屬給誰，當事人間的自由協商與市場交易就能讓資源配置達到經濟效率最大化，不一定要靠政府介入。

交易成本顯著存在，初始權利配置之選擇即直接決定資源配置之效率結果——此時，何方應被賦予初始排他權，應取決於何種配置方式之交易成本較低。

若著作權市場稀釋論之邏輯被法院全面採納，其制度後果將要求 AI 開發者就訓練資料中所涉及之數百萬件、權利歸屬高度分散之著作，逐一取得個別授權，方能免於侵權風險。在此種情境下，依循 Michael A. Heller 教授所提出之「反共有地悲劇 (tragedy of the anti-commons)」理論，當資源之使用權被切割為過多、過度分散之排他性權利份額，且任一權利人均得單獨否決 (veto) 整體資源之使用時，將導致資源之利用不足，其效率損失之嚴重程度，甚至可能超越傳統共有地悲劇 (即排他權不足所導致之過度使用) 之問題⁸⁷。最終可能導致大量本應具有正面社會價值之 Gen AI 訓練模型因交易成本過高而無法進行，或僅有資本雄厚能承擔大規模授權成本或訴訟風險之大型科技公司方有能力進行 AI 模型訓練，是以提高進入門檻，進一步強化既有大型科技公司於 AI 產業之市場優勢地位。

四、小結

生成式 AI 產業具有高度技術外溢效益，短期著作人之授權收益損失，未必等同於長期社會總福利之減損，然大量 AI 作品湧入著作市場因而分散著作物之需求及收益，進而影響人類創作誘因之觀點亦非全然危言聳聽而需予以正視。依前述分析框架，在實證未明、創作誘因受損程度尚屬不確定之現階段，維持較為寬鬆之訓練合理使用推定——即原則上肯認 AI 訓練之合理使用適格性，除非著作權人能提出具體實證證明特定類型市場確已發生可觀察、可量化之稀釋損害——可能較為適當。此一寬鬆推定之政策選擇，並非否定市場稀釋理論於未來可能成立之可能性，而係將舉證責任合理分配於主張市場損害已實際發生之著

⁸⁷ Michael A. Heller, *The Tragedy of the Anticommons: Property in the Transition from Marx to Markets*, 111 Harv. L. Rev. 621 (1998). Heller 之理論最初係以後共產主義國家私有化過程中之財產權過度切割現象為實證背景，但其後已被廣泛援引分析智慧財產權領域之「權利叢 (patent thickets)」問題，亦可類推適用於分析 AI 訓練資料授權之碎片化困境。

作權人一方，並隨實證資料之累積動態調整保護範圍，而非由法院在欠缺充分實證基礎之情況下，逕行擴張第四項要件之適用範圍，形成一種事實上之「預防性稀釋保護」。

在效率考量下，相較於將合理使用第四要件全面性地轉化為制度性市場稀釋理論，或可以更精緻之分類處理取代全面性之保護擴張，並儘可能將保護範圍限定於具備實證基礎之具體損害類型。換言之，若欲承認市場稀釋理論之可認知性，其適用範圍應嚴格限縮於「明確競爭性輸出」之情形——即著作權人須提出具體證據，證明特定 AI 模型確實大量生成與其著作於同一細分市場（specific sub-market）構成直接競爭關係之內容，且該競爭性內容之生成規模與速度，確已對該細分市場之既有交易產生可觀察之量化影響（如銷售量下降、授權詢價減少等可驗證指標）。此外，須提出超越時間先後關係的因果證據，而非僅憑抽象、泛稱之「同類型作品增加」即逕予認定稀釋損害成立。

反之，相較於以合理使用之全面否定之「事前排他」作為回應市場稀釋疑慮之制度工具，可考慮採取「事後收益分享」之替代設計——即原則上肯認 AI 訓練之合理使用，但要求 AI 開發者於模型商業化後，依其商業收益之一定比例，提撥予代表著作權人之集體基金，作為對創作生態系統長期健全之制度性貢獻，而非要求個案中之逐一授權或損害賠償。此一收益分享模式之效率優勢在於避免事前排他可能導致之技術發展遲滯與市場集中風險，同時將著作權人之經濟補償與 AI 技術之實際商業成功程度掛鉤，而非與抽象、難以量化之「稀釋損害」掛鉤，從而避免前述之過度內部化與循環論證問題。

伍、結論——對我國之啟示

對我國法而言，Kadrey 案「著作權市場稀釋」論點之啟示，不在於我國應立即承認一項獨立的「著作權市場稀釋」請求權，而在於提醒我國法院未來解釋著作權法第 65 條第 2 項第 4 款「利用結果對著作潛在市場與現在價值之影響」時，必須謹慎區分「可受著作權法評價之市場損害」與「一般市場競爭壓力」。我國著作權法合理使用判斷基準雖與美國著作權法第 107 條文義高度對應，但我國並

無美國法上「轉化性使用」與 Gen AI 訓練合理使用案例之豐富判例法累積。智慧財產局目前亦僅以函釋方式指出，將受保護著作用於 AI 模型訓練，於資料收集、預處理、模型訓練及優化過程中均可能涉及「重製」，除符合著作權法第 44 條至第 65 條合理使用規定外，原則上仍應取得著作財產權人同意或授權；至於生成結果若未與原著作構成實質近似，則未必當然構成改作或侵害。換言之，我國現行法下真正關鍵的問題，仍將回到第 65 條合理使用之個案衡量，而非透過概念移植創設一項新的稀釋權。

是以，我國法院未來面對 Gen AI 訓練爭議時，不宜將「市場稀釋」作為一項獨立且抽象的侵害判準。蓋我國商標法上確有著名商標淡化制度，其規範基礎係建立在著名商標之識別性與信譽保護，且商標法第 30 條第 1 項第 11 款及相關審查基準均以「減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞」作為明文基礎；相對而言，著作權法所保護者乃特定之原創表達，而非作者之市場地位、創作風格、題材類型或作品所處之文類市場。若未經嚴格限制即將商標淡化之保護邏輯移植至著作權法，將使著作權由「禁止未經授權利用特定表達」擴張為「排除他人進入相同創作市場」之工具，進而背離著作權法鼓勵創作與促進文化流通之制度目的。

較妥適的作法，應是將所謂「市場稀釋」限縮為第 65 條第 2 項第 4 款下的輔助性市場效果因素，而非獨立權利或獨立侵害態樣。具體而言，原告若主張 AI 訓練造成市場稀釋，至少應證明三項要件：第一，存在可具體界定之作品市場或授權市場，而非僅抽象主張「人類創作者市場」受到威脅；第二，AI 模型輸出與該市場中受保護作品之可保護表達具有足夠關聯，或至少在市場功能上足以替代特定類型之授權交易；第三，市場損害必須具有可觀察之因果基礎，不能僅以 AI 生成內容數量增加、創作者收入下降或產業競爭加劇，即推定著作權法上之可認知損害。此種限制，亦可避免 Kadrey 案所暴露之問題：即市場稀釋在理論上或許具有警示意義，但在證據上極易流於總體市場焦慮，而難以證明特定訓練行為與特定市場損害之間的法律上因果關係。

然而，著作人之合理關切不因上述嚴格舉證要求而失去制度出口。本文前述所建議之「事後收益分享」替代設計，在我國法制下具有可供銜接的制度基礎：我國著作權集體管理制度（著作權法第 81 條以下）雖以傳統授權模式為核心，

然其以集體代理取代個別授權談判、以統一費率取代個案損害計算的運作邏輯，與收益分享模式具有制度上的親和性。未來若有針對 Gen AI 訓練之特別立法討論，可考慮以現有集體管理機構（如 MÜST、ARCO 等）為基礎⁸⁸，研議建立跨著作類型之 Gen AI 訓練補償機制，由 Gen AI 開發者依商業收益之一定比例提撥至統籌分配基金，取代個別授權或侵權訴訟作為唯一的規範工具。此一路徑固然尚待立法層次的進一步評估，惟其核心優勢在於既可解決個別授權碎片化與交易成本過高之現實困境，亦可避免法院在欠缺實證基礎下擴張合理使用原則第 4 款要件適用範圍所衍生之過度內部化風險，在著作人與 Gen AI 開發者之間形成動態調適的利益均衡機制。

綜上，Kadrey 案真正值得我國借鏡者，並非其對市場稀釋風險的直覺性憂慮，而是其同時暴露出的舉證困難與制度擴張風險。我國法若欲回應此一議題，應循雙軌並進：於司法層面，將市場稀釋嚴格限縮於第 65 條第 2 項第 4 款之輔助性市場效果審查，拒絕使其成為著作權法中的「準商標淡化制度」；於立法層面，則積極評估以集體管理機制為基礎的收益分享設計，為著作人提供更具可行性的制度性保障。在 Gen AI 發展仍處於快速演進、實證資料尚未充分積累的當下，唯有如此雙軌並進，方能在維持合理使用原則核心彈性的同時，真正回應著作人的正當關切。

⁸⁸ MÜST 全名為「社團法人中華音樂著作權協會（The Music Copyright Society of Chinese Taipei）」，主要管理詞曲創作人的權利。ARCO 全名為「社團法人台灣錄音著作權人協會（The Association of Recording Copyright Owners of ROC）」，主要管理唱片公司或錄音發行者的權利。