



我国时尚服装设计知识产权法律保护探究

党 玺,冯鑫煜

(浙江理工大学法政学院,杭州 310018)

摘 要: 时尚服装设计是时尚设计的重要组成部分。在“快时尚”时代,时尚服装设计的抄袭等问题不容忽视,严重损害了设计师的合法权利。在分析我国保护现状的基础上,通过案例分析法、比较分析法,研究国内一些典型案例,探究国外相关法律保护,对我国时尚服装设计的知识产权法律保护提出建议。建议在《著作权法》修订中可以增设实用艺术作品,将服装样板作为非典型作品予以保护,避免功能性成为艺术性受保护的阻碍;在《专利法》中,增设快审中心,并将服装设计的外观设计专利申请纳入快审机制,同时借鉴欧盟模式,引入非注册的外观设计专利;在《商标法》中,扩展商标类型,以位置商标加强服装设计的保护。

关键词: 时尚服装设计;抄袭认定;知识产权;法律保护

中图分类号: DF523

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2020)12-0651-07

Research on legal protection of intellectual property rights of fashion clothing design in China

DANG Xi, FENG Xinyu

(School of Law and Politics, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: Fashion clothing design is an important part of fashion design. In the era of "fast fashion", fashion clothing design plagiarism and other issues cannot be ignored. These problems seriously undermine the legitimate rights of designers. On the basis of analyzing the current protection situation, through case analysis and comparative analysis, this paper studies some typical domestic cases, explores foreign legal protection, and puts forward some suggestions on the legal protection of intellectual property rights in China's fashion clothing design. Practical works of art should be added in the revision of *Copyright Law*, and garment samples should be protected as atypical works. We need to prevent functionality from becoming a barrier to artistic protection. In terms of *Patent Law*, fast audit center should be set up, and the application for a patent on the appearance of garment design should be included in the fast audit mechanism. At the same time, we should learn from the model of the European Union, and introduce the appearance design patent that does not need to be registered. In the aspect of *Trademark Law*, the types of trademarks should be expanded and the protection of clothing design should be strengthened with location trademark.

Key words: fashion clothing design; identification of plagiarism; intellectual property rights; legal protection

多年来,时尚设计行业不仅在我国而且在我国以外的国家(例如美国、俄罗斯等)、地区都产生了可观的收益^[1]。时尚设计是对时尚产品外观的设

计^[2],它能够给消费者带来物质享受与精神享受,具有相应功能效果,而时尚服装设计则是时尚设计的核心部分。我国与美国是世界上最大的两个服装零

售市场。以零售销售额计算,2018年我国以20.4%市场份额排名第一,美国紧随其后。预期我国服装零售市场份额将继续上升,于2023年达21.7%^[3]。2018年,美国服装销售额已经超过1000亿美元^[4]。到2019年底,我国纺织工业总营收已近4.5万亿元人民币,纺织工业总营收60多年间增长了478倍^[5]。

服装产业不断发展,“时尚服装”也逐渐区别于传统服装。“时尚服装”随时尚潮流不断变化,与传统服装注重遮体、保暖等功能的特点不同,“时尚服装”传递更多的美学价值,是设计师独特风格的个性表达^[6]。时尚服装凝聚着设计师的智慧劳动,需要法律倾斜性保护。近些年,有学者开始突破早期集中于著作权范围的研究,从知识产权整体框架的视角下探究服装设计的法律保护^[6],甚至有学者从竞争文化的视角下看待服装设计的保护^[2],研究的角度开始多样化。但是,学者们较少注意时尚服饰与传统服饰的区别,更很少探讨在充分考虑两种服饰的不同特点的基础上构建不同的知识产权法律保护。本文从分析时尚服装设计抄袭行为及其认定方法入手,在梳理我国服装设计知识产权保护现状的基础上,阐述了欧美对于时尚服装设计的保护模式,从多个角度提出构建我国时尚服装设计知识产权法律保护的建议。

一、我国时尚服装设计的知识产权法律保护现状

(一)《著作权法》对时尚服装设计的保护现状分析

我国著作权法采用“列举+兜底”的立法模式对著作权法意义上的作品进行限定^①,而服装设计并没有被归类于列举之内。在理论与实务中,服装设计也没有被当然归类于《中华人民共和国著作权法》(以下简称《著作权法》)第3条当中。2012年,在对《著作权法(修订草案送审稿)》进行第三次修订中,我国曾试图增加“实用艺术作品”这一单独的作品类型,保护期限为25年,但是至今仍未落实。目前的司法实践中,根据个案认定,大多通过美术作品、图形作品或模型作品,对于符合法律要求、具有艺术价值的服装设计进行保护^[6]。

2019年8月16日,国家版权局版权管理司回应《与贸易有关的知识产权协议》(以下简称《TRIPS协议》)第25(2)条的履行:“符合‘美术作品’要求的工业品外观设计,包括纺织品外观设计,著作权法应予以保护”。据此可以明确,从主管机关的角度而言,我国著作权法应当对于满足要求的服装设计予以保

护。设计一旦完成设计师便获得著作权,这契合了服装设计的时效性。设计师在设计完成的一刻获得著作权,可以防止设计迅速成为“网红款”而存在被人仿冒、抄袭的风险。然而,服装设计如要想满足获得保护的要求,确实存在一定的困难。

局限于现行《著作权法》的规定,司法实践的具体适用存在困难。时尚服装设计一般存在三个阶段,每个阶段有不同表现形式,即设计图、服装样板、成衣,相关法律和司法实践对不同的表现形式有不同的规定。设计图属于图形作品范围,受到《著作权法》保护;关于服装样板的属性,理论界和实务界人士尚未达成共识,其保护情况并不明朗,也不乐观。对于时尚服装(成衣)的艺术性部分,如果能够通过分离测试在物理上或者观念上分离出来,独立于实用部分,则成衣能够被作为作品,获得著作权法保护,反之,则不能。自2001年以来,以服装设计为对象的侵权案件中几乎都存在分离测试的应用^[2]。总体来看,服装成衣上的图形或印花是可以分离出来的,因此大多被认定为美术作品受到著作权保护,但是仍然存在以下问题:

1. 服装设计的款式变化难以创新

在分离测试中,服装款式的变化是重要的参考内容。但是,服装服饰发展至今,挖掘新款式是非常困难的,大多变化只是既有款式的拆分重组,难以达到独创性的标准。在上海山高水长服饰有限公司诉颜大伦、冯大伟著作权纠纷案^②中便有所体现。

2. 成衣抄袭认定困难

成衣抄袭是服装侵权案中常见的争议焦点。在国外,部分国家将服装作为“实用艺术品”来保护,但是“实用艺术品”并非我国法定作品类型^③。若能在美术作品中划定出艺术性美术作品和实用性美术作品,可以以此保护“实用艺术品”。但是,即便在此分类下,实用性美术作品还要满足美术作品的基本要

① 《著作权法》第3条列举了诸如美术摄影作品、包括产品设计图在内的图形作品和模型作品等九类作品,第(一)项至第(八)项为“列举”式,第(九)项规定的“法律、行政法规规定的其他作品”为“兜底”式。

② 在上海山高水长服饰有限公司诉颜大伦、冯大伟著作权纠纷案中,原告主张其波浪花边延长、变清代短褂为细长旗袍、大襟粗线条变圆滑线条、衣领变为细纹均属于独创性设计。审理法院认为,这些改变恰恰证明了相应元素已经出现,且各元素的排列位置也基本一致。波浪花边的延伸设计未能满足独创性的要求。

③ 《伯尔尼公约》有允许成员国以著作权法保护实用艺术品的表达,但我国《著作权法》没有相关规定,虽然在《实施国际著作权条约的规定》中规定了对外国实用艺术品的保护,但该规定在实践中少有适用,并且其存在“超国民待遇”的可能,饱受争议。

求。除非一件成衣在绝大多数时候被大众当作一件艺术品(美术作品)来看待,否则成衣的穿戴功能与艺术性设计往往交织在一起,难以分离^[7]。复制行为要求再现作品独创性并且复制品与被复制品都是作品。如前所述,服装成衣难以被认定为作品,所以根据设计图制作成衣也难以被认定为复制行为。

3. 服装样板的性质存在争议

从设计图、服装样板再到成衣,是时尚服装设计的三个阶段。服装样板是服装设计由设计图到成衣的必经过程,服装设计图是点、线、面等元素的组合,可以作为图形作品获得著作权法的保护,但是服装样板的性质在司法实践中存在争议。在上海发勋帝贺商贸公司与广州万想贸易公司侵权案^①中,法院认可了服装样板的作品性质。

在戎美案中,一审法院认为服装样板只是生产服装的必要工具,二审法院却又与之相反^②。实际上,设计图是点、线、面等元素的组合。服装样板也是点、线、面等元素的组合,并在此基础上进一步精确,这与设计图本质相同。如果认为服装设计图是图形作品,那服装样板也应当被认定为图形作品。

不难发现分离测试具有不可避免的主观性,为此我国进行了新的尝试:利用“程度标准”衡量服装设计的可版权性。在“戎美”案^③和“平步青云”案^④中,法院并没有进行严格的分离测试,而是试图对比实用性 with 艺术性的程度,这种做法被学界称为“程度标准”^[8]。程度标准也面临着实用性与艺术性比重如何衡量、衡量的标准难以确定、实用性与艺术性相互交织的部分如何考量等问题,仍然需要在司法实践中不断探索。

明确了艺术性部分的可版权性,下一步便是实质相似的认定。时尚服装设计的抄袭认定一般采用“接触^⑤+实质相似”的标准。实质相似要求原被告的服装设计达到实质相似的程度。从客观方面来看,首先要将服装设计上的思想与表达区分开,剔除思想部分。其次,将属于公有领域的现有表达以及完全反映事物客观形态的部分除去,再通过整体的相似程度加以判断。从主观方面来看,识别主体的感受是判断的主要标准。这里的“主体”指得是一般大众,如同美国的“普通观察者”测试法,我国在司法实践中也遵循该标准^⑥。

通过分离测试进行实质认定,对于认定抄袭起到了积极作用。但由于时尚服装本身的“结合体”性质与著作权指向独创性、侧重于保护艺术性部分的性质存在本质差异。时尚服装的“快时尚”特质与著

作权的长期稳定保护大相径庭,导致了目前认定抄袭存在困难。

(二)《专利法》对时尚服装设计的保护现状分析

对纺织品给予外观设计保护有利于纺织品的生产与国际贸易活动。世界贸易组织在不同场合表示,“服装”外观设计可以援引工业品外观设计的法律保护^[9]。在我国,申请外观设计专利需满足四个条件:设计与产品相结合;是关于产品形状、图案和色彩或其结合的设计;设计富有美感;能够在工业上应用的新设计^[10]。可见,我国申请产品外观设计专利的审查标准很高,这无形中增加了审查工作的难度与周期,至少也需要6个月的时间。而时尚服装设计的一大特点在于它的时效性,季节性服装与流行趋势不断更迭,若等到专利申请通过,市场可能已经不复存在了,申请产品外观设计恐怕也失去了意义。因此,通过申请产品外观专利保护而保护时尚服装设计在很多情况下不具有现实可操作性。

① 在上海发勋帝贺商贸公司与广州万想贸易公司侵权案中,法院认可了服装样板的作品性质。法院认为:服装样板同样汇聚了设计人员和专业制版师具有独创性的智慧劳动,应属图形作品,受到著作权法的保护。参考自上海发勋帝贺商贸有限公司与广州万想贸易有限公司著作权纠纷案,广州市南沙区人民法院(2013)穗南沙法民初字第423号判决书。

② “戎美”案二审法院认为:样板是对设计图的进一步表达和演绎,将服装的结构示意图演变成了与成衣更接近的板块,凝聚了设计人员的智力劳动,构成图形作品,应受到著作权法的保护。参考自上海陆坤服饰有限公司与上海戎美品牌管理有限公司、苏州日禾戎美商贸有限公司著作权权属、侵权纠纷案,上海市知识产权法院(2017)沪73民终280号。

③ “戎美”案二审法院认为:在判断成衣是否属于版权作品时,需要判断成衣的造型、结构和颜色组合而成的整体外型是否体现了作者具有个人风格的安排和选择,即艺术性部分是否超越实用性部分,如果服装仍偏向于日常穿衣范畴,则不具有独创性。参考自上海陆坤服饰有限公司与上海戎美品牌管理有限公司、苏州日禾戎美商贸有限公司著作权权属、侵权纠纷案,上海市知识产权法院(2017)沪73民终280号。

④ 上海发勋帝贺商贸有限公司与广州万想贸易有限公司著作权纠纷案,广州市南沙区人民法院(2013)穗南沙法民初字第423号判决书。

⑤ 只要原告能够举证被告有接触涉案服装设计的可能性,被告又无法举证自己设计的独立性,即可认定为“接触”。一般来讲,存在竞争、合作、委托等关系的情况下,被认定为“接触”的可能性更大。

⑥ 在胡三三案件中,法院便提出了一审法院提出了普通欣赏者标准,二审法院虽然认可上诉人(原告)提出的对服装艺术作品艺术性部分的判断,也基本同意本领域专家判断艺术性时更为精准,但法院同时指出,服装艺术性部分的判断标准,专业领域和司法实践中是不同的。胡三三诉裘海索、我国美术馆著作权侵权纠纷案,一审北京市第二中级人民法院(1999)二中民初字第145号判决书,二审北京市高级人民法院(2001)高知终字第18号判决书。

(三)《商标法》对时尚服装设计的保护现状分析

在我国目前的司法实践中,通过商标法对时尚服装设计进行保护的实例较少,大多是在服装设计被抄袭时使用了相同或近似的商标。因为商标法一般并不能直接保护服装设计本身。为防止对设计元素的独占保护引发垄断,《中华人民共和国商标法》(以下简称《商标法》)第11条与第12条将功能性表示排除在商标法保护的范畴之外^①。但是“红底鞋”一案引发了新的思考。

2010年,Christian Louboutin 时装女鞋“使用在鞋底位置的红色”获得了国际注册^[11]。随着我国服装产业的发展,该品牌的时装女鞋进入我国市场,但是在我国的商标注册并不顺利。商标局认为“鞋底位置的红色”不符合商标的显著性特征。相关公众难以将其作为区分商品来源的标识。而且品牌方也不能证明该标志通过实际的商业使用获得了显著性,因此驳回申请^②。而品牌方始终认为“鞋底位置的红色”属于颜色与位置结合的标志,具有固有显著性,并且通过长期大量的营销活动,标志的显著性进一步增强。在审判过程中,一审法院与二审法院分别以不同的理由要求原商标评审委员会重审^③。可见,判决并没有将此种位置与颜色结合的标志直接排除于商标法的保护范围。此外,在2008年及2010年匡威就曾通过立体商标申请注册一只鞋底标志(即在鞋底位置的简单图形的组合),并曾对多家零售商、生产商发起过商标维权诉讼,例如2014年对包括沃尔玛、H&M、Kmart、Skechers、Aldo、拉夫劳伦等在内共31家企业提起商标侵权和不正当竞争诉讼,主要针对的是一些仿制鞋销售行为,目的是为了维护自家经典的鞋款不被友商抄袭和搭便车。综上,如果能够在之后的商标法修订中加以借鉴,对于服装设计的保护也是一种创新的方法。

综上,在我国目前的知识产权体系下,对于时尚服装设计的保护主要集中于著作权视角下,但是由于时尚服装设计的特性与《著作权法》指向的差异,通过分离测试保护的难度较大。而在《中华人民共和国专利法》(以下简称《专利法》)和《商标法》方面由于审查期限、法条的局限性等原因,司法实践中少有适用相关法条的案例。

二、域外时尚服装设计的知识产权法律保护分析

(一)美国对服装设计的知识产权法律保护

随着服装产业的发展,“时尚法”在美国兴起并

被更多的人关注。服装设计的保护是时尚法的重要部分。针对服装设计保护的立法长期以来颇受争议。“美国设计师协会”致力于设计保护,做出了不懈努力。2006年3月,美国国会议员 Bob Goodlatte 提出了《禁止设计剽窃法案》。法案将原本针对船身设计的版权保护扩展到时尚设计的保护上,界定了时尚设计、服饰等概念,为时尚设计提供了3年的保护期,规定了服装设计的间接侵权责任,提高了侵权罚金^[12]。该法案旨在保护独立设计师的设计免于抄袭,但最终以失败告终。2010年8月,参议员 Charles Schumer 提交了《创新设计保护和禁止剽窃法案》。法案取消了注册的要求,但是提出了较高的原创标准,要求与现有设计相比,申请注册设计的变化必须是显而易见的,不能是“细枝末节的”,而且为非商业性使用如家庭使用提供了合理空间。虽然该法案最终依旧以失败告终,该法案所体现的理念对于未来保护体系的建设仍然具有借鉴价值。

1. 美国版权法对服装设计的保护

美国版权法对于服装设计的保护有限,因为在美国的立法与司法实践中,曾经态度鲜明地拒绝为服装设计提供保护。在美国,多数人认为设计的功能性无法满足版权法的要求。但是经过设计师以及行业协会多年的争取,服装设计的保护已经不再是无路可寻。在1954年 Mazer v. Stein 案^④中,美国最高法院对既有实用性又具有艺术性的作品给予了艺术作品的保护,明确了版权法保护的是艺术作品的艺术方面,与其是否适用于工业产品无关。

对于服装设计图而言,美国版权法要求其满足独创性与可复制性,但是对成衣的保护未明确规定。在 Varsity Brands 诉 Star Athletica 案^[13]中,美国最高法院在判决中提到:实用艺术品的艺术性部分只要能与实用性部分相分离,且分离后符合图形作

① 《商标法》第11条规定,下列标志不得作为商标注册:…(二)仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的。《商标法》第12条规定,以三维标志申请注册商标的,仅由商品自身的性质产生的形状、为获得技术效果而需有的商品形状或者使商品具有实质性价值的形状,不得注册。

② 《关于国际注册第 G1031242 号图形商标驳回复审决定书》(商评字[2015]第 8356 号)。

③ 北京知识产权法院的一审判决认为,诉争商标应属三维标志,要求原商标评审委员会重审。参考自北京知识产权法院(2015)京知行初字第3648号行政判决书。北京市高院二审判决认为,一审法院实为审查对象错误,涉案标志并不属于被《商标法》明确排除在外的,原商标评审委员会应当重新审查。参考自北京市高级人民法院(2018)京行终第2631号行政判决书。

④ Mazer v. Stein, 347 U.S. 201, 212-213 (1954)。

品或者雕塑作品的要求,便可以受到版权法的保护。

2. 美国专利法对服装设计的保护

专利法语境下的服装设计保护集中在外观设计专利。关于外观设计的专利保护,《美国专利法》第171条予以明确。该条规定:“任何人发明制造品的新颖的、独创的和装饰性的外观设计者,其发明者可依据本法的规定和要求获得专利。”只要服装设计符合外观设计专利保护的要求,设计师可以提出专利保护请求。在外观设计专利的申请上,美国采用实质审查制度。《美国专利审查指南》规定了申请外观设计专利的四个条件:装饰性、新颖性、非显而易见性、明确性。鉴于美国专利法对服装设计的外观独特性要求很高^①,对于一般的设计师而言,申请专利保护的“服装设计”不仅应当具有美感,而且还应当明显有别于其他同类服装,具有自身的独特性。此外,外观设计专利审查周期较长,经过审查等程序大概要花费14个月的时间,这对于时效性极强的服装行业来说是没有价值的。

3. 美国商标法对服装设计的保护

除了利用专利法对其予以保护之外,美国还通过商标法对服装设计进行保护。商标一般由图形、文字、数字、字母、颜色等元素或者这些元素的结合,用于区别其他厂商或产品的显著性标志。虽然不是设计本身,但是时尚服装设计可以借助商业外观获得商标法保护。现行《兰哈姆法》要求申请人在商业活动中对标志进行真实有效的使用,发挥指示商品来源的功能^[14]。即便标志(服装设计)本身不具备显著性,但是申请人可以通过大量的商业宣传与经营活动,使其获得第二含义,获得显著性,得到市场和消费者的认可,从而获得商标法的保护。

(二) 欧盟及其成员对服装设计的法律保护

1. 欧盟对服装设计的保护

2001年底,欧盟通过了《欧盟外观设计条例》,将外观设计划分为非注册外观设计和注册外观设计。

非注册外观设计的设计者自设计完成之日起,只要经法定形式公开即可自动获得3年的外观设计专利权。在此期间设计者可以通过外观设计专权阻止他人复制,但是他人独立创作的设计不在被阻止的范围。注册外观设计的设计者则是需要向欧盟提出申请,提交照片样板等资料。经审核后,保护期为申请之日起5年,可以续展,最长不得超过25年。而且,在非注册外观设计公开满12个月之后,设计者也可以申请改为注册外观设计,这12个月被称为宽展期,在此期间设计者可以充分考量自己的设计

是否有注册的必要,且不会被随意复制^[15]。欧盟采取的单一保护形式极具灵活性,这让时尚服装设计得到了比较充分的保护,较好地契合了“快时尚”的理念,非常值得借鉴。

2. 法国对服装设计的知识产权法律保护

法国作为无数设计师心中的“时尚之都”,其服装设计保护的历史可以追溯到法兰西王国时期。1850年法国便已经出现了第一家高端定制女装店^[6],服装产业在授权制造等保护知识产权方面意识逐渐增强,这也促成了《法国著作权法》和《法国工业外观设计法》的修订。

《法国知识产权法典》第L112-2条^②规定了季节性服饰的类别,将季节性服饰作为单独的权利客体进行保护。同时,《法国知识产权法典》第L512-2条^③针对外观设计专利也做了明确规定:“属于经常变更产品外形和装饰的工业外观设计”申请的简易程序。虽然法国在工业外观设计与著作权二者的适用上无法划出界限,事实上法国已采取了著作权和外观设计双重保护形式。

三、完善我国时尚服装设计知识产权法律保护的建议

(一) 从《著作权法》方面对服装设计法律保护的建议

在著作权法中,对于各类作品类型有着不同的独创性要求。一般而言,设计图与服装样板属于作品,可以受到著作权法的保护,但二者还是有区别的。设计图是点、线、面等元素的结合,而服装样板在平面图形的基础上,立体感更强,作为图形作品略有牵强。有专家也呼吁,将服装样板纳入著作权的法定客体之一。诚然,服装样板是任何成衣的必经之路,服装样板的保护也是时尚服装设计保护的当务之急。如果能将服装样板作为非典型作品予以保护,许多实践中的问题也许能够迎刃而解。非典型作品也称“非传统作品”,它不属于我国著作权法规

① 《美国专利法》(35 U.S.C. 171)、《美国专利审查指南》(MPEP)第1502条。

② 《法国知识产权法典》第L112-2条规定,由于时尚产业的要求,经常更新其产品外形的工业,尤其是服装业、裘皮业、内衣业、刺绣业、帽业、鞋业、手套业、皮革业,非常新颖或用于高档服务特别面料的生产,床上用品及靴的制作及家具布艺的制作,均视为季节性服饰工业。

③ 《法国知识产权法典》第L512-2条规定,对于诸如服装等属于经常更新其外形及装饰的工业的外观设计,申请可以在行政法院法规规定的条件下以简易方式进行。

定的作品类型,一般通过兜底条款进行保护。即使通过非典型作品进行保护也要符合作品独创性、可复制性以及表达等基本要求。独创性意味着作品来源于作者个人的智慧劳动,不是抄袭;可复制性是指无形的理念要通过有形的载体加以体现、固定。服装样板是固定在版面上的设计者思想的表达,传递设计师独特的理念与风格,符合可复制性与独创性,乃是设计师思想的表达,因此通过非典型作品予以保护具有其可行性。

另外,“实用艺术品”是服装成衣能够得到著作权保护的有效途径。2014年《著作权法(修订草案送审稿)》中,第五条第二款第(九)项加入了“实用艺术作品”这一作品类型。2018年《著作权法(修订草案送审稿修改稿)》中,设置了“美术、实用艺术、建筑作品”这一作品类型,这对于服装设计能够受到著作权保护有很大好处。

在实践中,成衣保护的立体造型与设计使其可以适用美术作品的相关规定,也可以通过专利法申请外观设计专利权。由于外观设计专利的申请周期比较长,保护不具有优势,大多数设计师还是会选择著作权法。如果对于服装成衣经过分离测试后的艺术性部分要求过低,就会导致只要符合最低限度的独创性,便可以受到著作权法的保护,这极易影响社会公共利益^[16]。因此,只有当服装设计具有比一般美术作品更高的独创性和艺术价值,服装成衣才能作为美术作品予以保护时。

正如前文所述,实践中也会出现由于实用性而对于艺术性部分的保护受到影响。然而,实用性部分不能也不应该成为对艺术性部分保护的阻碍。以建筑作品为例,建筑作品首先是建筑物,具有实用功能;其次,建筑作品展现了美学价值,巴黎圣母院的火灾使多少艺术家扼腕叹息。在对建筑作品保护时,也是充分考虑作品的美学价值而划定保护范围。因此,成衣必然会具有功能性,但是这又毫不影响其作为作品受到著作权法的保护^[17]。

(二)从《专利法》方面对时尚服装设计法律保护的

建议
目前,我国服装设计通过外观设计专利保护新颖性要求较高,且周期长,程序繁琐,这让本该在服装设计保护中发挥重要作用的外观设计专利成为设计师不愿意选择的保护路径。

借鉴《欧盟共同体外观设计条例》,我国应当增设快审中心,推动更多快审中心将服装设计的外观设计专利申请纳入快审机制。目前,我国在广东、湖

南等省市设立有快审中心,一般三至十五天可以拿到授权。除北京朝阳区外,我国少有地区明确将服装和服饰用品类纳入快速审查通道^[18]。对于“快时尚”的服装设计产业来说,缩短专利审查时限是非常好的保护措施。国家知识产权局也可通过地方快审中心出具专利授权证书。长远来看,我国也可以尝试类似欧盟的法律保护,将外观设计专利划分为注册与非注册两类,服装设计可以采用非注册类的外观设计专利。这种保护相较于快审中心更具实效性,对于服装设计的保护是比较理想的,但这也需要服装产业不断发展并推动立法,以法律方式予以落实。

(三)从《商标法》方面对时尚服装设计法律保护的

建议
通过“红底高跟鞋”的案件,不难发现,在我国的商标法无论在理论上还是在司法实践中都会对商标进行分类,按类别进行审查并给予保护。“红底鞋”的商标与学理上称为位置商标的标志类型相近。位置商标是在特定位置上使用的,是可视性标志的一种^[19]。位置商标不属于我国法定的商标范畴,但在实践中并非完全被否定^①。

位置商标在我国存在争议,我国曾于2007年签署了《商标法新加坡条约》,但最终没能转化为国内法^②。但是,在商标立法的过程中,我国对于商标类型的探索依旧保持着开放的态度^[20]。根据我国的相关法律规定,通过显著性审查才能获得商标权的保护,并没有排除位置商标的可注册性。在相关国际公约中也没有出现排除单一颜色商标、位置商标的表达。由此可见,在商标法所保护的商标分类中增设位置商标具有可行性,商标类别并不是标志不能获得保护的关键,显著性审查才是能否注册的核心。位置商标能够让服装设计在寻求某种设计保护时多了一种类别选项,某一位置的设计以此更易申

① 包括我国澳门地区在内,注册成功的国家(地区)也是很多的。《商标法新加坡条约》及其实施细则首次在国际上明确承认了位置商标的可注册性。《商标法新加坡条约》第2条规定,本条约应适用于与商品有关的商标(商品商标)或与服务有关的商标(服务商标),或与商品和服务均有关的商标……任何缔约方法律规定可以作为商标注册的标志所构成的商标均应适用本条约。《商标法新加坡条约实施细则》列举了各种非传统商标的种类,包括立体商标、全息图商标、动作商标、颜色商标、声音商标、位置商标等,并指出:“申请书中声明商标为位置商标的,商标的表现物中应当包括能体现该商标在产品上位置的一个视图。”

② 《中华人民共和国商标法释义(2013年修改)》中指出:“只要是具有可区别性的标志,就可以作为商标申请注册……考虑到实践中我国企业还没有将单一颜色作为商标注册的需求,且在商标注册、管理等环节也缺少相应实践,立法机关决定暂不在法律中明确。”

请到商标注册,即使这种位置设计缺乏显著性,但是设计师一旦通过商业营销活动使其获得显著性,服装设计也可以得到很好的保护。

无论是借鉴美国的知识产权法律保护形式、法国的双重保护形式还是欧盟的单一保护形式,我国都应当认真考虑实际情况,因地制宜地加以选择。经过多年的发展,我国知识产权法律体系已逐渐趋于完善,但是对于时尚服装设计的针对性保护尚处于起步阶段,同业竞争作为一种市场调节机制仍需继续发挥作用,因此不宜采取过度保护。因此,我国应当以加强时尚服装设计保护为目标,从单一保护形式入手,根据现实情况发展的需要,逐步完善并丰富保护时尚服装设计法律形式。

四、结 语

截至2020年,我国知识产权强国战略已实施10年有余,初见成效。但是,对时尚服装设计予以知识产权保护还有待进一步提高。目前,我国时尚服装设计主要通过《著作权法》予以保护,《专利法》《商标法》保护较少。结合欧美服装设计的知识产权法律保护,我国可以从《著作权法》《专利法》以及《商标法》三方面入手,进一步完善我国时尚服装设计的知识产权法律保护。在《著作权法》中,增设实用艺术作品,将服装样板作为非典型作品予以保护,避免功能性成为艺术性受保护的阻碍;在《专利法》中,增设快审中心,将服装设计的外观设计专利申请纳入快审机制,同时借鉴欧盟模式,引入非注册的外观设计专利;在《商标法》中,扩展商标类型,以位置商标加强服装设计的保护。本文对服装样板、成衣的性质认定仍有许多争议需要深入探讨。

此外,随着以时尚服装为代表的时尚行业的快速发展,在产品定价、品牌市场拓展等方面可能存在价格歧视、垄断协议、滥用市场支配地位等违反《反不正当竞争法》和《反垄断法》等问题,为进一步深入研究时尚产业相关法规提出了更高的要求。

参考文献:

- [1] Barvur M, Diana F. Fashion Law: Concept and beginnings in European Union and Romania[J]. Juridical Tribune, 2018, 8(4): 6-19.
- [2] 朱楠. 外观设计权的扩张:以美国和欧盟时尚设计知识产权保护变化为例[J]. 科技与法律, 2013, 5(2): 1-6.
- [3] 变宝网. 2020年中国服装行业市场规模及发展趋势预测[EB/OL]. (2020-01-06)[2020-08-03]. <http://www.bianbao.net/newsDetail1319687>.
- [4] 雨果网. 2018年美国服装销售额超过1000亿美元,运动服饰和折扣卖家吃香[EB/OL]. (2018-12-24)[2020-02-23]. <https://www.cifnews.com/article/40146>.
- [5] 上海热线. 服装行业全年蒸发4000亿 直播带货拉线上销售[EB/OL]. (2020-07-23)[2020-08-03]. http://edu.online.sh.cn/education/gb/content/2020-07/23/content_9608429.htm?spm=0.0.0.0.Z5UMhD.
- [6] 郝敏. 服装设计相关的知识产权保护模式探析[J]. 知识产权, 2019(9): 26-36.
- [7] 刘继祥. 英特莱格公司实用艺术著作权纠纷案[J]. 电子知识产权, 2003(5): 23-26.
- [8] 冯晓青,付继存. 实用艺术作品在著作权法上之独立性[J]. 法学研究, 2018, 40(2): 136-154.
- [9] 郑志海,薛荣久. 入世与知识产权保护[M]. 北京:中国对外经济贸易出版社, 2000: 89.
- [10] 吴汉东. 知识产权法学[M]. 北京:北京大学出版社, 2016: 135.
- [11] 高跟鞋志. 每个女人都有一双梦想中的“红底鞋”:Christian Louboutin[EB/OL]. (2016-06-22)[2020-02-23]. <https://mp.weixin.qq.com/s/6mkpzYPA8fVmJcPU4gkCOW>.
- [12] Raustiala K, Sprigman C. The piracy paradox revisited[J]. Stanford Law Review, 2009, 61(5): 1201-1205.
- [13] 金海军. 美国最高法院2016年度知识产权判例解析[J]. 知识产权, 2017(9): 67-88.
- [14] 李明德. 美国知识产权法[M]. 北京:法律出版社, 2003: 288.
- [15] 严笑卫. 欧共体外观设计保护制度面面观[J]. 中国发明与专利, 2009(9): 71-74.
- [16] 胡康生. 中华人民共和国著作权法释义[M]. 北京:法律出版社, 2002: 18.
- [17] 张红玲,胡丹丹,董奇. 我国服装设计知识产权保护的困境及解决建议[J]. 艺术设计研究, 2019(3): 13-17.
- [18] 北京市朝阳区人民政府. 我区新增加服装和服饰用品类外观设计专利申请纳入快速审查通道[EB/OL]. (2016-11-01)[2020-04-19]. <http://www.bjchy.gov.cn/dynamic/news/8a24fe835590648601581dde62f84372.html>.
- [19] 孙国瑞. 从“红鞋底”商标案看我国“位置商标”的走向[EB/OL]. (2019-01-11)[2020-02-23]. <http://www.zhichanli.com/article/7793.html>.
- [20] 知产力. “醉”是那一抹“红”究竟能否注册为商标[EB/OL]. (2018-12-17)[2020-02-23]. <https://mp.weixin.qq.com/s/azTi0xcUpNsXUSZNIhhoKQ>.

(责任编辑:秦红嫚)