

高仿服装逐渐成为行业乱象

数字时代,抄袭的“美”怎么管?

一些品牌服装一上市，消费者总能在网购平台找到仿制且价格更低廉的“同款”，几乎已成为服装行业的乱象。近日，浙江省高级人民法院再审审结一起利用某知名品牌服装款式与款号的对应关系吸引流量进行销售的案件，认定该种行为构成不正当竞争。



资料照片

销售高仿服装获利成为基本套路

很多服装企业都有过这样的经历，最新款服装一经发布，各种仿版“同款”就立马出现在各电商平台，除了价格更低，服装的外观与产品款号都和正品相同。通过款号搜索到特定款式的服装产品，购买相对廉价的“同款”，已成为一些消费者的网购习惯。

在利用某知名品牌服装款式与款号的对应关系吸引流量案中，被告在网店销售与江南布衣公司相同款式的服装，并在商品链接处标注该服装品牌字样及相同的服装款号，网店部分服装图片也与江南布衣公司提供的服装照片相同。

一些消费者购买后在网购平台上评论：“之前在专柜看到过一模一样的，觉得有点贵，我就上网搜了一下，果然有同款。收到货就立马试穿了，跟专柜的质量一样好，价格还便宜，很喜欢，推荐购买。”等。该案主审法官刘建中说，消费者网购时实际已知晓搜索的“同款”非正品服装，但因款式、面料与某服装品牌公司相同，且价格相对低廉，从而愿意购买。

经法院审理查明，被告大批量仿制了46款与某服装品牌公司服装款式相同的产品，而且在产品链接及网页中标注相同款号，利

用某服装品牌公司服装款式与款号的对应关系吸引用户流量，在网店开设期间实际交易金额达 390 余万元。

据了解,这只是服装款式抄袭乱象的冰山一角。根据国家统计局数据,当前我国服装制造企业约17万家,规模以上(年主营业务收入2000万元及以上)企业约1.3万家,占比仅8%。绝大部分中小服装企业研发实力弱或不具备研发能力,导致服装商品抄袭等侵权行为泛滥。特别是线上服装零售额已突破万亿元大关,市场巨大,为了紧跟时尚,抄袭爆款设计成了基本套路之一。

数字经济时代,如何保护原创设计?

时尚创新是服装行业的发展内核。如今服装逐渐成为人们表达个性、追求审美的产物。随之而来的，是行业缺乏著作权保护的难题不断显现。

刘建中表示,保护服装行业原创问题迫在眉睫。根据现有判例,大部分常规服装其美感无法与其实用功能从物理上相分离而独立存在,而且其独创性的美感也达不到作品的最低要求,一般不能作为美术作品受到《著作权法》的保护。即便给予美术作品的权利保护,侵权赔偿金普遍不高。这也是世界各国司法实践中普遍存在的问题。

刘建中介绍说，在实践中，有部分企业

将原创设计申请为外观设计专利，希望借此获得专利的强保护。但依据《专利法》，外观设计专利申请需要4个月至6个月的时间，而新款服装销售期一般只有6个月左右，待专利授权后再起诉为时已晚。而且，由于申请专利费用较高，且每年还需缴纳年费，企业一般只能选择有限的款式进行申请，因此难免会出现有部分设计进入市场后变成“爆款”却因未提前“押宝”申请专利的情况。当然，服装企业还可能面临专利无效的风险，也使部分企业对专利申请望而却步。

在数字经济时代，又迎来新问题。就如利用某服装品牌公司服装款式与款号的对应

关系吸引流量案一样，在网购平台上，侵权方除了抄袭服装款式，还会抄袭服装款号为自身产品引流，但无论是服装的款式还是款号，都不属于受知识产权专门法保护的客体。

服装行业属于快速消费品行业，产品生命周期较短，相关服装款式和款号一旦被快速大规模仿冒，会对生产企业的利益造成极大损害。该案合议庭分析认为：“在此情况下若法律不对其进行规制，势必会导致抄袭成风，进而影响设计者对于创作的积极性；然而服装本身又有最基本的功能性，若法律对其规制过于严苛限制了服装的流通，也会影响社会的公共利益。”

保护知识产权,法律是最后一道防线

最终，浙江省高级人民法院认定江南布衣公司对涉案服装款式和款号享有合法竞争性利益，受《反不正当竞争法》保护，为服装行业打开知识产权保护新思路。

判决书指出, 尽管就某一具体的服装款式而言, 某服装品牌公司并未举证证明该款式为其所独创或具有某种专有权利, 但就其服装产品而言, 服装款式是一个服装企业的核心竞争力之一, 可以为企业带来更多竞争优势。且根据某服装品牌公司提交的证据显示, 服装款号是用以区别品牌、上市年月、细分品类、流水号(生产批次)、属性、色号、号型等, 从某服装品牌公司对服装款号的编码规则看, 款号是区别产品的特定号码。该服装款号不仅是某服装品牌公司以及相关销售方管理商品的编号, 也是消费者定位到符合自己需求的重要途径, 即款号主要起到吸引网络用户流量的作用。所以服装款式和款

号能为企业带来竞争优势和竞争利益。

同时,对涉案服装款式的模仿和对相应款号的抄袭相辅相成,没有相关款号,消费者无法精准定位到被诉商品,而如果款式不同,消费者就算看到被诉商品很可能不会购买,被诉行为应为整体把握。被告作为从事服装行业的经营者,和某服装品牌公司具有直接竞争关系,其理应知晓服装款式和款号系服装企业的重要资源,也应知道在网络上购买服装时,消费者经常通过服装的款号搜索到特定款式的服装产品,其利用某服装品牌公司的服装款式和款号的对应关系,在不付出任何创造性劳动的情况下,大规模照搬照抄并辅以相关款号引流,足以认定其行为有违诚信原则和商业道德。

刘建中表示：“服装的款式、款号虽不属于受《知识产权法》和《反不正当竞争法》规定保护的客体，但如果使用他人服装款式、

款号的行为违反商业道德，扰乱市场竞争秩序，损害其他经营者或者消费者合法权益的，可适用《反不正当竞争法》予以规制。”

为此,浙江高院依据《反不正当竞争法》第二条第一款、第二款的规定:“经营者在生产经营活动中,应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则,遵守法律和商业道德。本法所称的不正当竞争行为,是指经营者在生产经营活动中,违反本法规定,扰乱市场竞争秩序,损害其他经营者或者消费者的合法权益的行为。”认定被告构成不正当竞争,判决其赔偿江南布衣公司经济损失150万元。

刘建中表示,由于服装的实用功能特性和平衡社会利益的考虑,《著作权法》《专利法》等均不能给予企业良好的维权手段,但《反不正当竞争法》第二条可起到最后一道防线的作用,该案可为行业内提供更多的维权参考。

【法官普法】

生产“高仿”服装 违法吗？

制作高仿服装服饰属于侵犯注册商标罪，触犯了《商标法》《民法典》《刑法》。

根据《商标法》第39条和《商标法实施细则》第43条的规定,侵犯注册商标专用权的侵权人应承担的法律责任。

责令停止侵权行为。其具体措施有：责令立即停止销售；收缴并销毁侵权商标标识；消除库存商品上的侵权商标；收缴直接用于商标侵权的模具、印版和其它作案工具；采取前四项措施不足以制止侵权行为的，或者侵权商标与商品难以分离的，责令并监督销毁侵权物品。

罚款。对尚未构成犯罪的侵犯注册商标专用权的行为人,可根据情节处以非法经营额 50% 以下或者侵权所获利润 5 倍以下的罚款;对侵犯注册商标专用权的单位的直接责任人员,可根据情节处以一万元以下的罚款。

赔偿损失。由侵权人赔偿被侵权人的损失。但是,被侵权人的注册商标在侵权案件被查处时已连续3年停止使用的,或者自注册之日起没有使用的;明知他人有行为侵犯了自己的商标专用权而没有提出制止的;使用注册商标,没有标明注册商标标记的,被侵权人则不得请求赔偿。

根据《刑法》规定对侵犯商标权构成犯罪的刑事制裁措施。《刑法》第213条规定,未经注册商标所有人许可,在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标,情节严重的,处三年以上有期徒刑或者拘役,并处或者单处罚金;情节特别严重的,处三年以上七年以下有期徒刑,并处罚金。《刑法》第215条规定,伪造、擅自制造他人注册商标标识或者销售伪造、擅自制造的注册商标标识,情节严重的,处三年以下有期徒刑、拘役或者管制,并处或者单处罚金;情节特别严重的,处三年以上七年以下有期徒刑,并处罚金。

在网上销售、购买

“高仿”假货违法吗？

消费“高仿”产品，如果消费者知假买假，应当批评教育；如果转手倒卖“高仿”产品，同样违法。

如果卖家把假货当真货卖,根据《消费者权益保护法》,其行为涉嫌欺诈,消费者可要求卖家退货并赔偿损失;如卖家明确告知买家所售商品为假货,其行为虽不构成欺诈,但在未经商标权人许可的情况下使用其注册商标,涉嫌侵犯他人商标权,商标权人可以要求行为人停止侵害赔偿损失。

《刑法》第二百一十四条规定，“销售明知是假冒注册商标的商品，销售金额数额较大的，处三年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金；销售金额数额巨大的，处三年以上七年以下有期徒刑，并处罚金。”

在网上卖“高仿”，短期可能挣钱，但终可能会受到法律的制裁。

(来源：人民法院报、郑州法院网)