

賣幾匹窗簾布居然吃上著作權官司 小商戶叫屈：爲啥不告生產廠家，“釣魚維權”合法？

窗簾是家居必備品，但看似不起眼的窗簾花型，却成爲浙江地區著作權維權的一大熱點。在中國裁判文書網上，以“窗簾+花型+著作權”關鍵詞檢索，從地域分布來看，浙江省案件較多，有200多例。而2020年一年，共計21起訴訟案件，其中20起與浙江有關，大部分又涉及地處柯橋的輕紡城商戶。

知識產權主要包括專利權、著作權、商標權。近年來，知識產權領域的保護意識升溫，對侵權行爲的打擊力度也逐漸增強。而窗簾花型屬於美術作品，也歸屬著作權範疇。

何以針對窗簾花型的維權屢見不鮮？商家爲什麼會突然收到律師函被告侵權？被告的商戶爲何覺得冤枉？是釣魚維權、過度訴訟？著作權維權產業化了嗎？

商戶：進了一款花型，被告侵權了

在中國輕紡城（北聯）窗簾布藝市場一樓開店的張濤吃了一起“官司”。提起此事，張濤心中仍有不忿：“就像‘釣魚’一樣，來店裏買了幾米布，然後沒過多久就收到了他們的律師函，告我們侵權。”

張濤的窗簾批發門店原本賣素色窗簾較多，但門店生意不是很好，去年他從進貨廠家那兒買了一款有花型的窗簾挂在門店，結果沒掛幾天就收到了律師函。

“我去和工廠溝通，說他們生產的窗簾花型侵權，工廠說‘沒有啊，別的批發商都在賣，沒問題’，事實確實是這樣的，像我被告的那個花型，市場上也有其他商戶在賣。”對方向其索賠1萬元，願意賠錢可以私了。張濤說，這個事情至今還在處理。在交涉中，他曾表示自己并非生產窗簾花型的廠家，祇是經銷批發，讓原告告廠家，但對方却說“告廠家比較麻煩，批發銷售也是侵權”。

在輕紡城，商戶習慣將申請了版權的花型稱之爲“包版”。記者走訪了批發市場十餘家窗簾批發商戶了解到，窗簾花型每年在市場裏流通的數量非常多，而且更迭頻率高、流行時間短。對於商戶來說，很難提前預判什麼花型好賣或不好賣。因此一般都會將有花型的窗簾放到市場售賣，試水一段時間，如果銷量好，再申請包版。

商戶李爲告訴記者，包版意味着如果這個花型被自己注册成功之後，那麼在批發銷售環節，祇有他這一家店鋪能做這個花型的批發。其他家如果有賣一樣花型的，一般會先告知這些商戶，這個花型被包版了，請他們撤了不要再賣，如果說過了仍繼續賣，那會考慮走法律途徑。李爲強調：“其實市場裏的商家‘搞’市場裏的人很少，但現在有一幫人，專門搞花型侵權訴訟，商戶完全不知道，起訴書就已經到你家了。”

另一家批發窗簾的商戶王林在提及花型侵權的現象時，感慨自己暫時沒遇到過，但真的也希望不要遇上這群人。“就感覺有人專門賺這個錢，看市場上什麼花型有在賣，他們偷偷去申請包版，市場其他商戶不知情的情況下照常售賣批發，等他們把版權申請下來之後，就去這些在售的商戶買幾米布，把銷售記錄作爲證據，然後再起訴。”

不過，記者在走訪過程中了解到，輕紡城批發市場裏的商戶，也有因自己包版的窗簾花型被侵權而走法律途徑維護權益的。

2020年，杜夢發現自己工廠生產、門店銷售的包版花型，市場上其他商家也在銷售，於是去對方門店買了幾米布，以此爲證據，杜夢委託律師走訴訟程序。不過，杜夢介紹，到目前爲止，官司還沒正式開打。

21個判決案件：原告勝多敗少
如果以2020年作定量分析，在

中國裁判文書網檢索“窗簾、花型、著作權”，則共有22份判決文書，其中有20份涉及浙江省，被告主體多數爲紹興柯橋輕紡城的商戶。

記者在走訪中也了解到，對於絕大多數個體商戶來說，沒有人力物力去應對訴訟流程，因此最終走司法程序的，仍屬少數，絕大部分以雙方私下和解告終。

針對紡織面料花型的版權問題，6月24日，輕紡城（600790，SH）證券事務代表馬曉峰告訴記者，這一直以來都是市場的難點，不過，近年來浙江省政府在加大知識產權保護力度。批發市場裏工商、司法都有駐點，幫助市場商戶協調此類糾紛。這兩年商戶與商戶之間的版權糾紛，比之前緩和一些。

上述判決共涉及22件著作權作品，也出現了同一原告起訴多家侵權主體的案例。其中一告三的原告有一家，一告二的原告有兩家。

此外，還有一個被告主體同時被多家原告告上法庭的情況。數據統計，涉及一例侵權案件的被告有17家，涉及2例侵權案件的被告有2家。

從判決結果來看，21例案件中有19例原告勝訴，2例敗訴。總體來看，勝多敗少，賠償的金額在1萬~9萬元。

在這些統計數字背後，維權者和商戶間的交鋒，凸顯了當下窗簾花型著作權保護過程中的矛盾。例如，其中一份判決書中披露，原告沈某獨立創作的美術作品申請版權、投入生產經營後，發現被告呂某未經許可，通過呂某注册的微信售賣印有該花型的窗簾布。然被告呂某辯稱，原告現有的證據不足以證明涉案花型原告享有著作權，因爲涉案花型元素簡單，且早流行于市場。同時呂某提供了相關證據。

法院判決顯示，被告呂某提供涉案花型早流行市場的證據，雖與原告的美術作品有相似的地方，但不能僅因基本元素種類一致直接否定創作人的創作成果，最終法院判決原告勝訴。不過，在另一起案件中，情節和上述案例頗爲相似，被告潘某提出，第三方網站早于原告登記日期就已將案涉美術作品作爲共享素材予以展示。

最終法院判決認定，作品登記證的確可以作爲認定著作權人的初步證據。但是，作品登記系自願登記，版權登記機關祇作形式審查。實踐中，重復登記、將他人作品或作者不明的作品聲稱爲自己作品并予以登記的情況屢見不鮮，故作品登記證不是確權證書，祇是時間證據。如果在作品登記之前，所涉作品早爲他人在公開領域使用，即不能僅憑在後的作品登記證認定作品登記人爲著作權人。本案即系該情況。潘某提供的第三方網站共享素材中的美術作品上傳時間遠早于原告作品登記時間。最終法院判決原告敗訴。

告經銷商不告廠家，糾紛有怎樣的複雜性？

結果走向相反的兩個案件，也讓我們看到了窗簾花型維權背後的複雜性。知識產權三大領域：專利、商標、著作權，專利和商標都需要審查機制，而著作權則不同，它實行的是自願登記制度。

記者在輕紡城和商戶的交流過程中，面對近年來頻頻發生的窗簾花型侵權問題，商戶們更多的疑惑和委屈在于：“商戶是經銷商，祇是銷售流通環節，爲什麼原告不告生產環節的廠家？花型都是廠家生產什麼，商戶就進什麼貨。”

“同一個花型，有的著作權人告好幾家商戶，且集中委托某幾家律所，是不是存在維權產業化的情況？一家賠償一兩萬，找到5~10家侵權的商戶，可能原告維權的收益比商戶一年收入還要多？”

“如果本身有工廠的批發商戶開發出來的花型，先看市場好壞再決定包版，但在他們包版之前，就已經有人搶先申請了，這豈不是別人拿着商戶的花型來告商戶侵權？”

6月11日下午，紹興柯橋區市場監督管理局辦公室工作人員向記者表示，目前柯橋區窗簾花樣執行的是《作品自願登記試行辦法（1994）》，按照1994年的辦法，實行的是省域登記的模式，省域之間的數據是不連通的，每個省域之間的標準也不一樣，所以以往省域間的著作權作品存在數據壁壘、數據孤島的問題。

另外，在當前的情況下會出現這類情況：即A省如果登記標準比較嚴格，對於一些相似的，或者說達不到A省標準的著作權作品不予以登記，但若B省或者C省的標準較A省寬鬆，申請人可能會出現其作品在A省不予登記，但可以在其他省份登記的情況。

上述工作人員表示，通過异地登記成功，再來浙江省內進行維權，他們了解到的案例中不乏此類情況。此外，還存在一些過度維權、惡意維權，甚至維權產業化的現象。

“對於確實是侵權的情況，我們是鼓勵雙方走行政調解，或者說司法訴訟，這個都是可以的，但是據我們統計，絕大部分著作權人都是直接通過律師來的，通過行政和司法途徑的非常少。”

根據《著作權法》第54條規定，著作權糾紛可以調解，也可以根據當事人達成的書面仲裁協議或者著作權合同中的仲裁條款，向仲裁機構申請仲裁。當事人沒有書面協議，也沒有在著作權合同中訂立仲裁條款的，可以直接向人民法院起訴。

“釣魚維權”，可厚非乎？

針對告經銷商而不告廠家的問題，北京市嘉源律師事務所合夥人律師吳婧倩向記者表示，權利人在維權時，爲了從源頭上打擊抄襲和盜版，實現更好的維權效果，其實更希望能夠對侵權廠家進行打擊。但是以侵權爲業的廠家往往警惕性很強，十分隱蔽，權利人難以獲悉侵權廠家的線索，通過普通民事訴訟甚至難以找準適格的被告。在以往的品牌維權實踐中，一些知名品牌會花費大量的人力物力搜集線索，追根溯源到侵權廠家，再通過民事、行政、刑事等各渠道進行維權。但是一些力有不逮的權利人，可能無法通過有效的手段獲得侵權廠家線索。

爲什麼會起訴銷售方？吳婧倩表示，基于過往實踐，權利人一般有兩個出發點：一是通過起訴銷售方能够在市場層面上盡快制止侵權，並且能夠獲得一定的侵權賠償以彌補損失；還有一種是希望通過起訴銷售方進而能夠從銷售方的舉證獲悉廠家信息并追加廠家爲被告，從根源上制止侵權、實現其維權目的。

登陸A股時間不久的家紡企業衆望布藝（605003，SH）2020年年報中披露，公司通過常年持續不斷研發，已擁有面料花型1789套，款式26859種。衆望布藝在年報中提及：“設計往往被視爲布藝產品的靈魂，直接決定了一個公司產品的品質和市場定位。2019~2020年，設計費用支出占研發費用支出的40.64%和42.74%。”

上海文飛永律師事務所合夥人高飛律師表示，目前市場上也存在有些主體惡意搶注版權，對於不屬於其自行設計的花型到版權局進行登記，然後以此主張其爲著作權人惡意維權的行爲，這類情況中確實存在釣魚維權、惡意維權的問題。

提及釣魚維權和維權產業化的情況，高飛表示，比較典型的案例如有些圖片公司制作網站，不作權利提示，有意讓別人轉載，然後再通過訴訟方式要求對方賠償，這

也已經是一種商業模式。其運作路徑譬如設立一家知識產權公司，買斷一定期限內的版權或者商標權，然後對侵權行爲進行搜集和取證，隨後向法院提起訴訟，通過維權獲益。

吳婧倩表示，維權產業化的問題可能還是見仁見智。一方面，從司法實踐來看，祇要維權方是利用其合法權利進行正當維權，最終能夠獲得法院的支持。即使因權利人維權意識提高從而在特定領域維權案件激增形成所謂的“產業化”，也沒有什麼社會危害性。除非是惡意利用制度漏洞或者打擦邊球，在不具備或者偽造相關權利基礎的情況下進行惡意的、大量的維權，會形成不好的風氣，但是將爲法律所制止且最終會消亡。另一方面，不排除也可以倒逼銷售方提高著作權保護意識。經過多年的品牌方大力維權，銷售方對於品牌（商標權）保護意識明顯加強，但是關於窗簾花型（著作權）的保護意識可能還不充分。因此，目前逐漸高發的窗簾花型維權案件，不排除也將沿著品牌維權的路徑。

此外，站在原創著作權人立場來看，窗簾花型特別是熱銷窗簾花型，開發、設計、推廣，都需要花費時間、金錢和人力成本，一旦被盜版特別是在市場上大量流通、低價銷售，將對著作權人的原版窗簾的銷售產生衝擊，給著作權人及其經銷商等均造成不小損失。誠然，部分銷售者在從廠家進貨時并非存在銷售盜版花型的故意，但是也將給著作權人造成損失。因此，銷售者若能提高保護意識，在採購環節，盡量更規範地去跟廠家簽訂合同訂單，要求提供窗簾花型的著作權證明等，將使得整個市場更爲規範，一旦涉訴也能够爲銷售者的合法來源抗辯打下基礎。當然，這還需要時間。

法律專家：銷售方也可依法豁免責任

中國人民大學民商事法律科學研究中心副主任、中國知識產權法學研究會副秘書長、常務理事姚歡慶教授6月24日在接受記者採訪時，對“窗簾花型”著作權糾紛進行了深入分析。

“從著作權的角度而言，原則上是無授權不使用。沒有經過授權的，那麼這不是你的東西，都有可能構成侵權。當然，其中涉及到兩個方面問題需要區分開，就生產者而言，但凡生產的窗簾、床單等采用了某一種花型，祇要不是生產者自己設計的，都有可能涉及到侵權的問題，這是基本原則，無授權不使用。另外，就銷售者而言，往往是從生產者處購買產品，他并不知道生產者是否擁有版權或者得到授權。在這種情況下，根據著作權法59條，如果銷售者能夠證明產品的合法來源，他其實不需要承擔法律責任，所以從這個角度來講，銷售者其實可以通過第59條來豁免自己的責任。”

而對於“釣魚取證”的爭論，姚歡慶教授認爲，著作權人去門店先買花型布料，再發律師函的行爲，是正常的固定證據的舉動。“但是我能够理解爲什麼商戶會反映它是一個釣魚取證，是因爲商家非常有可能既是生產者又是銷售者。很可能存在的一種情況是，著作權人拿着自己申請的花型，要求商戶按樣加工，商戶都告訴你能生產，且按樣生產了。這時候就會落入到陷阱取證的問題，其實商戶可能不生產這種花型，但因爲著作權人提出按樣生產才制作的。”

對於商家來說，最簡單最有效的辦法是，商家拿圖案來要求商家定做，商家就應該把圖案留下，在這種情況下，一旦存在上述陷阱取證的情況，生產商家能够作抗辯。否則，商家如果没有留下著作權人“陷阱取證”證據的話，法律上就可

能判斷商家本來就生產銷售侵權產品，而非對方陷阱取證。

此外，關於著作權人不接受調解的情況，姚歡慶教授指出，調解方面主要區分兩種情況，一種是假冒著作權人，并非真正的著作權人，這類是非常典型的惡意敲詐的情形。另一種是著作權人利用訴訟維權方式，作爲一種商業模式牟利，大量訴訟侵權商戶并對其提出高額索賠。著作權人是有權選擇解決方式的，調解不是必須有的程序，但如果著作權人長期地、惡意地來“敲詐”，相關市場管理方需要有一例又一例的數據累積、建檔，有相關記錄，事後才有可能對“惡意訴訟”方作專門的指控，否則沒有數據統計，惡意訴訟方永遠都是第一次，事情就變得很難辦。

同時，針對惡意訴訟等問題，法律也提供了專門的解決機制，但權利人是有權來主張權利的，否則，最後就有可能侵權泛濫。在窗簾床單領域，設計是第一位的。保護原創、保護設計的理念一定要得到貫徹，權利人的保護毫無疑問應該得到貫徹。

姚歡慶教授表示，不論是市場管理方還是監督管理部門，都應該做好知識產權數據庫方面的工作。祇有長期積累，才能把惡意訴訟者驅逐出去。

歷史的溝壑與科技的彌合

採購了一次花型窗簾就被告侵權的張濤，說再也去不取工廠進花型的窗簾了。他說他不知道該去哪裏查，花型是別人包版的還是工廠的版，確定不了版權，他害怕又“踩坑”。

紹興柯橋區市場監督管理局辦公室工作人員表示，省域登記模式下的數據壁壘問題、花型人工比對的確是當前司法行政保護上的薄弱環節。不過，柯橋正在嘗試通過科技和技術的力量去解決這些痛點。

2020年，柯橋研發全國首個“中國紡織面料花樣版權數據中心及AI比對系統”，建立“一圖一ID”數字身份證，并對其進行“戶籍式管理”。

今年上半年，作爲浙江省全域數字法院改革重點應用項目，由柯橋區人民法院研發的“版權AI智審”系統正式面世。審判花樣版權糾紛的案件時，法院就可以通過AI比對系統進行版權溯源。上述工作人員介紹，今年柯橋在做一個紡織面料的花樣“數智”，希望能夠形成對花型等著作權一鍵式的保護。

另外，目前企業、個體工商戶的花樣等著作權登記還享有財政補貼。上述工作人員介紹：“柯橋區的企業、個體工商戶的花樣登記，已經不用個人或企業來承擔費用。祇要他們到市場監督管理局這邊提交申請，并核發同意，每季度匯總以後，這筆錢將由財政支出。”

而在打破數據壁壘、數據孤島方面，早在2019年，浙江、山東、江蘇、廣東四省版權管理部門聯合發起的《四省紡織品花樣版權保護聯盟協作機制》正式簽署，四省紡織品花樣版權保護進入全面共享共保階段。

需要指出的是，落點到具體而微的糾紛中呈現出了各種複雜性，但從大的趨勢來看，當前柯橋當地的窗簾花型著作權申請正在持續增長。柯橋區市場監督管理局提供的數據顯示，今年1~5月，柯橋區共受理了3394件申請，核發2500多件。2021年1~5月登記申請同比增長了106.07%，核發登記同比增長了148.67%。

姚歡慶教授表示，針對當前紡織面料花型存在的著作權糾紛，最關鍵還是要加強對商戶的普法教育，提高版權保護意識。

（輕紡城商戶張濤、李爲、王林均爲化名）