

AI 时代下的时尚保护

Allison Harding 与 Kevin Kuelbs

中文编译：程锡佩、左涵湄

人工智能（AI）正对几乎所有行业产生深远影响。其中，AI 对创意艺术领域的影响尤为复杂且充满争议。在时尚界，无论是小型独立品牌还是大型企业，都需要投入大量资源来挖掘消费者需求并设计新产品。然而，利用 AI 算法来对时尚艺术家作品进行追踪、逆向工程以及大规模复制的现象正日益增多，这使得他人无需承担设计和营销的间接成本，就能制造出类似产品。因此，保护创作者免受时尚产品抄袭的复杂度不断提升，其相关成本也给那些本就资源有限的品牌带来了重大挑战。

独立品牌 PopFlex®潜在防御案例研究

近期，健身企业家、PopFlex®品牌所有者 Cassey Ho 开始公开讨论其在捍卫自身设计、对抗侵权过程中的挑战与成功经验。Cassey 的品牌 PopFlex®近期因其“Pirouette 裙裤”而广为人知。该“Pirouette 裙裤”在流行文化中掀起了不小的波澜，起因是 Taylor Swift 被发现在音乐录影带和社交媒体帖子中穿着一条淡紫色调的该款裙裤。随即，这款裙裤（一种结合了裙子和短裤特征的服装）迅速走红，不仅推出了不同的色调和长度，甚至还进入了 Target 零售店的限量发售系列。Pirouette 裙裤的巨大成功使其成为 AI 抄袭的对象。然而，Cassey 做了一件并非所有小型设计师都会做的事——她在 2023 年 8 月，也就是 Taylor Swift 发布视频引发网络狂热的大约 8 个月前，就已经为她的裙裤获得了美国外观设计专利（专利号：USD1010983S1）。Cassey 声称，如今仅针对其 Pirouette 裙裤，她就已使 393 家复制其设计的网络卖家下架其商品，并使 100 多家涉及她另外四项涵盖不同 PopFlex®产品的外观设计专利的卖家下架其商品 [1]。

与 Pirouette 裙裤相关的最瞩目案例，涉及大型快时尚品牌 Shein 以及 Nordstrom 百货。Shein 利用 AI 进行快速设计，以至于其网站上在任何给定时间都有多达 60 万件商品——这一成就在 AI 和全行业大规模数据收集出现之前是根本不可能实现的[2]。Shein 在 2022 年的估值高达 100 亿美元，是众多拥有雄厚资源、能通过快速开发竞品来回应潮流时尚的大型企业之一。

因此，对于原创创意时尚品牌而言，甚至在新产品发布之前就考量保护其设计的潜在策略，变得比以往任何时候都更加重要。Cassey 于 2022 年 8 月发布了 Pirouette 裙裤，随后在 2023 年 1 月发布了经过设计改良的第二版 [3]。在第二版发布后的三周内，Shein 就推出了一款仿制版裙裤，甚至还涉嫌抄袭了 PopFlex®使用的营销图片。鉴于 AI 模型处理

的海量数据，这种情况并不罕见，这也持续引发了一个疑问：此类系统的输出究竟属于抄袭、衍生还是其他。

起初，Shein 请求与 Cassey 会面，表达了合作意向，甚至要求 Cassey 将她的新设计提交给 Shein 以避免进一步的问题。尽管双方未达成任何协议，但这一局面促使 Cassey 在 2023 年 8 月申请了她的第一个外观设计专利，此时距离 Pirouette 裙裤的首次发布刚好一年。在最近的一篇博客文章中，Cassey 感谢了 Shein 在激发她寻求这种设计保护方面所起的作用，让她学会了如何保护自己的品牌和产品线。值得注意的是，如果她当时没有与 Shein 会面，她可能会彻底错过申请外观设计专利的时间窗口，因为她恰好在其初始设计上市销售满一年之际提交了美国外观设计专利申请。

在此次事件之后，另一家大型零售商也推出了一款与 Pirouette 裙裤相似的产品。在发现另一款涉嫌抄袭 Pirouette 裙裤的产品由 Gottex 制造并在 Nordstrom 销售后，Cassey 的法律团队向 Nordstrom 发出了一封停止侵权函 [4]。目前该事件仍未彻底解决，但搜索结果显示，涉嫌仿制的裙裤已不再在 Nordstrom 网站上销售，这或许表明 Cassey 通过外观设计专利在保护该设计方面取得了至少一定程度的成功。

时尚界知识产权保护的类型

在当今快时尚和 AI 盛行的世界里，艺术家们必须了解保护自己作品的各种途径。在时尚保护方面，可以利用以下知识产权工具（下文将进行更详细的讨论）：

1. 发明专利
2. 外观设计专利
3. 商标
4. 版权/著作权

根据所设计和生产的服装产品的特性，可以按不同的方式使用这些工具。在某些情况下，可以同时利用所有这些工具以提供最大程度的保护。而在另一些情况下，并非所有这些保护方法都适用。例如，发明专利和外观设计专利的申请都必须在首次许诺销售、销售、在印刷出版物中公开或公开使用后的一年内提出。如果一个服装产品许诺销售已超过一年，则无法再利用外观设计专利或发明专利来保护该设计，但仍可利用商标和版权，具体如下文所述 [5]。

虽然人们最初可能不会想到将发明专利运用于时尚界领域，但发明专利可以为时尚单品的**功能性方面**提供保护。尽管获取发明专利的成本明显更高，也更复杂，通常需要数年时间才能授权，但对于功能性服装来说，这种专利被证明是无价的。例如，Spanx 有限

责任公司在 2024 年获得了一项与“弹性裆片 (Stretchable gusset)”相关的专利 (美国专利号: 12,121,075)。虽然并非每个服装产品都适合申请发明专利,但基于服装产品的功能特性,这是一个应当予以考虑的工具。

对于服装产品而言,外观设计专利是一种成本更低、更简单的专利获取策略,其主要关注服装的美学外观而非功能性。通常情况下,外观设计专利的审查和授权需要 9 到 12 个月,自授权之日起有效期为 15 年。此类专利不需要缴纳维持费,且由于不需要像发明专利申请要求包含详细的说明书,其法律服务费也大为降低。行使外观设计专利权并不要求存在完全相同的复制品;相反,其门槛在于“熟悉现有设计的一般观察者是否会被误导,从而认为被控侵权设计与专利设计相同”。因此,与发明专利相比,外观设计专利提供了一种有效且成本较低的保护手段,尽管正如上文所述,这种专利必须在正确的时间提出申请。

与专利保护相比,商标能以低得多的成本为品牌的名称和标志提供保护。在时尚方面,“商业外观 (Trade dress)”作为商标的一个分支尤为有用。商业外观与产品的整体外观相关联,前提是消费者将该外观与特定品牌联系在一起。例如,消费者会将红底高跟鞋与 Christian Louboutin 联系在一起。通常情况下,品牌可能先获得外观设计或发明专利,待该特定设计在某个行业细分市场获得更多关注后,再进一步利用商业外观保护,从而随着产品普及度的提高,提供第二条保护途径。

版权可以为服装单品的艺术方面提供保护,包括图形、图案或面料设计。虽然版权在作品创作完成时便自动产生,但版权登记是维权的前提条件,且登记流程简单、费用低廉。当服装产品包含独立于实用服装本身的专门图像或艺术描绘时,版权保护尤为有用。

结论

随着当前 AI 被用作快速、全面服装设计和生产资源的趋势,企业了解自身在保护设计方面的选择变得比以往任何时候都更加重要。鉴于 AI 对该行业的影响,艺术家应尽早努力去理解在正确的时间使用一种或多种可用知识产权工具保护其设计的价值。根据时间节点、外观美感以及功能性等因素,可以考虑运用发明专利、外观设计专利、商业外观和/或版权等方式进行保护。

参考文献

[1] Blogilates, HBD to me and my first design patent!, <https://www.blogilates.com/blog/happy-birthday-to-my-first-design-patent/>

[2] Medium, SHEIN and the Rise of Ultra-Fast Fashion: A Case Study on the App that Changed Shopping Forever, <https://medium.com/@adesinaf23/shein-and-the-rise-of-ultra-fast-fashion-a-case-study-on-the-app-that-changed-shopping-forever-f0f41312151d>

[3] McGrath, Louise, A CRIME OF FASHION: POPFLEX, A CASE STUDY OF A BRAND VICTIMIZED BY INTELLECTUAL PROPERTY THEFT.

[4] Blogilates, One of the largest retailers in America is trying to silence me, <https://www.blogilates.com/blog/popflex-nordstrom-rack-dupe/>

[5] Landslide. Friedland, et al. Choosing the Right IP to Protect Fashion Goods