

AI 時代下的時尚保護

Allison Harding 與 Kevin Kuelbs

中文編譯：程錫佩、左涵湄

人工智慧（AI）正對幾乎所有行業產生深遠影響。其中，AI 對創意藝術領域的影響尤為複雜且充滿爭議。在時尚界，無論是小型獨立品牌還是大型企業，都需要投入大量資源來挖掘消費者需求並設計新產品。然而，利用 AI 演算法來對時尚藝術家作品進行追蹤、逆向工程以及大規模複製的現象正日益增多，這使得他人無需承擔設計和行銷的間接成本，就能製造出類似產品。因此，保護創作者免受時尚產品抄襲的複雜度不斷提升，其相關成本也給那些本就資源有限的品牌帶來了重大挑戰。

獨立品牌 PopFlex® 潛在防禦案例研究

近期，健身企業家、PopFlex® 品牌擁有者 Cassey Ho 開始公開討論其在捍衛自身設計、對抗侵權過程中的挑戰與成功經驗。Cassey 的品牌 PopFlex® 近期因其“Pirouette 裙褲”而廣為人知。該“Pirouette 裙褲”在流行文化中掀起了不小的波瀾，起因是 Taylor Swift 被發現在音樂錄影帶和社交媒體帖子中穿著一條淡紫色調的該款裙褲。隨即，這款裙褲（一種結合了裙子和短褲特徵的服裝）迅速走紅，不僅推出了不同的色調和長度，甚至還進入了 Target 零售店的限量發售系列。Pirouette 裙褲的巨大成功使其成為 AI 抄襲的物件。然而，Cassey 做了一件並非所有小型設計師都會做的事——她在 2023 年 8 月，也就是 Taylor Swift 發佈視頻引發網路狂熱的大約 8 個月前，就已經為她的裙褲獲得了美國外觀設計專利（專利號：USD1010983S1）。Cassey 聲稱，如今僅針對其 Pirouette 裙褲，她就已使 393 家複製其設計的網路賣家下架其商品，並使 100 多家涉及她另外四項涵蓋不同 PopFlex® 產品的外觀設計專利的賣家下架其商品 [1]。

與 Pirouette 裙褲相關的最矚目案例，涉及大型快時尚品牌 Shein 以及 Nordstrom 百貨。Shein 利用 AI 進行快速設計，以至於其網站上在任何給定時間都有多達 60 萬件商品——這一成就在 AI 和全行業大規模數據收集出現之前是根本不可能實現的[2]。Shein 在 2022 年的估值高達 100 億美元，是眾多擁有雄厚資源、能通過快速開發競品來回應潮流時尚的大型企業之一。

因此，對於原創創意時尚品牌而言，甚至在新產品發佈之前就考量保護其設計的潛在策略，變得比以往任何時候都更加重要。Cassey 於 2022 年 8 月發佈了 Pirouette 裙褲，隨後在 2023 年 1 月發佈了經過設計改良的第二版 [3]。在第二版發佈后的三周內，Shein 就推出了一款仿製版裙褲，甚至還涉嫌抄襲了 PopFlex® 使用的營銷圖片。鑒於 AI 模型處理

的海量數據，這種情況並不罕見，這也持續引發了一個疑問：此類系統的輸出究竟屬於抄襲、衍生還是其他。

起初，Shein 請求與 Cassey 會面，表達了合作意向，甚至要求 Cassey 將她的新設計提交給 Shein 以避免進一步的問題。儘管雙方未達成任何協定，但這一局面促使 Cassey 在 2023 年 8 月申請了她的第一個外觀設計專利，此時距離 Pirouette 裙褲的首次發佈剛好一年。在最近的一篇博客文章中，Cassey 感謝了 Shein 在激發她尋求這種設計保護方面所起的作用，讓她學會了如何保護自己的品牌和產品線。值得注意的是，如果她當時沒有與 Shein 會面，她可能會徹底錯過申請外觀設計專利的時間窗口，因為她恰好在其初始設計上市銷售滿一年之際提交了美國外觀設計專利申請。

在此次事件之後，另一家大型零售商也推出了一款與 Pirouette 裙褲相似的產品。在發現另一款涉嫌抄襲 Pirouette 裙褲的產品由 Gottex 製造並在 Nordstrom 銷售後，Cassey 的法律團隊向 Nordstrom 發出了一封停止侵權函 [4]。目前該事件仍未徹底解決，但搜索結果顯示，涉嫌仿製的裙褲已不再在 Nordstrom 網站上銷售，這或許表明 Cassey 通過外觀設計專利在保護該設計方面取得了至少一定程度的成功。

時尚界知識產權保護的類型

在當今快時尚和 AI 盛行的世界里，藝術家們必須了解保護自己作品的各種途徑。在時尚保護方面，可以利用以下智慧財產權工具（下文將進行更詳細的討論）：

1. 發明專利
2. 外觀設計專利
3. 商標
4. 版權/著作權

根據所設計和生產的服裝產品的特性，可以按不同的方式使用這些工具。在某些情況下，可以同時利用所有這些工具以提供最大程度的保護。而在另一些情況下，並非所有這些保護方法都適用。例如，發明專利和外觀設計專利的申請都必須在首次許諾銷售、銷售、在印刷出版物中公開或公開使用後的一年內提出。如果一個服裝產品許諾銷售已超過一年，則無法再利用外觀設計專利或發明專利來保護該設計，但仍可利用商標和版權，具體如下文所述 [5]。

雖然人們最初可能不會想到將發明專利運用於時尚界領域，但發明專利可以為時尚單品的功能性方面提供保護。儘管獲取發明專利的成本明顯更高，也更複雜，通常需要數年時間才能授權，但對於功能性服裝來說，這種專利被證明是無價的。例如，Spanx 有限責

任公司在 2024 年獲得了一項與“彈性襠片（Stretchable gusset）”相關的專利（美國專利號：12,121,075）。雖然並非每個服裝產品都適合申請發明專利，但基於服裝產品的功能性，這是一個應當予以考慮的工具。

對於服裝產品而言，外觀設計專利是一種成本更低、更簡單的專利獲取策略，其主要關注服裝的美學外觀而非功能性。通常情況下，外觀設計專利的審查和授權需要 9 到 12 個月，自授權之日起有效期為 15 年。此類專利不需要繳納維持費，且由於不需要像發明專利申請要求包含詳細的說明書，其法律服務費也大為降低。行使外觀設計專利權並不要存在完全相同的複製品；相反，其門檻在於“熟悉現有設計的一般觀察者是否會被誤導，從而認為被控侵權設計與專利設計相同”。因此，與發明專利相比，外觀設計專利提供了一種有效且成本較低的保護手段，儘管正如上文所述，這種專利必須在正確的時間提出申請。

與專利保護相比，商標能以低得多的成本為品牌的名稱和標誌提供保護。在時尚方面，“商業外觀（Trade dress）”作為商標的一個分支尤為有用。商業外觀與產品的整體外觀相關聯，前提是消費者將該外觀與特定品牌聯繫在一起。例如，消費者會將紅底高跟鞋與 Christian Louboutin 聯繫在一起。通常情況下，品牌可能先獲得外觀設計或發明專利，待該特定設計在某個行業細分市場獲得更多關注后，再進一步利用商業外觀保護，從而隨著產品普及度的提高，提供第二條保護途徑。

版權可以為服裝單品的藝術方面提供保護，包括圖形、圖案或面料設計。雖然版權在作品創作完成時便自動產生，但版權登記是維權的前提條件，且登記流程簡單、費用低廉。當服裝產品包含獨立於實用服裝本身的專門圖像或藝術描繪時，版權保護尤為有用。

結論

隨著當前 AI 被用作快速、全面服裝設計和生產資源的趨勢，企業瞭解自身在保護設計方面的選擇變得比以往任何時候都更加重要。鑒於 AI 對該行業的影響，藝術家應儘早努力去理解在正確的時間使用一種或多種可用智慧財產權工具保護其設計的價值。根據時間節點、外觀美感以及功能性等因素，可以考慮運用發明專利、外觀設計專利、商業外觀和/或版權等方式進行保護。

參考文獻

[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