

5号

知识产权与传统手工艺品

引言

传统手工艺要求具备专门、传统且常常年代久远、代代相传的技艺、技能与知识。手工艺品的设计、外观和风格可以属于传统文化表现形式 (TCE)，而制作手工艺品所需的技能与技术诀窍还可能属于传统知识 (TK)。

包括手工艺品在内的传统知识和传统文化表现形式，是保存、使用并创造它们的社区的宝贵文化、社会和历史资产，也是可以通过使用、贸易或授权许可获得收入、带来经济发展的经济资产。但不幸的是，传统技艺以及与手工艺品相关的外观设计、声誉和风格很容易被仿制和盗用。廉价的仿制品往往会降低传统手工艺品的销量，破坏正版产品的质量声誉。

WIPO 正在制定建议和解决方案，为传统知识和传统文化表现形式提供法律保护，防止滥用、盗用与其他形式的非法使用。这些方案对保护传统手工艺品也可以同样有效。WIPO 知识产权与遗传资源、传统知识和民间文学艺术政府间委员会 (IGC) 正在就保护传统知识和传统文化表现形式的专门国际法律文书展开谈判。这些谈判旨在处理知识产权制度与传统知识和传统文化表现形式持有人所关注问题之间的关联。一些国家和地区也已制定专门体系用于保护传统知识和传统文化表现形式。

与此同时，手工艺者和手工艺机构也可利用现有的知识产权（如商标、地理标志、版权、工业外观设计或专利）维护其自身利益。他们尤其可以使用这些权利保护传统手工艺品不受未经授权的复制和改编以及对其风格和声誉的误导性使用。

这份简介列出了一些实用、易用而且常以社区为基础的方式，可以利用现有的知识产权制度，对作为文化和经济资产的传统手工艺品进行有效的承认、保护、管理、营销和商业化。

什么是“手工艺品”？

手工艺品有时称为手工艺制品、手工艺产品、有创造性的传统手工艺品或使用艺术技法或传统手工技艺创作的作品。对“手工艺品”的定义尚未形成一致意见，但可以认定手工艺品都具有以下特点：

- 由手工艺者纯手工制作完成，或在手工具甚至机械的辅助下完成，但前提是手工艺者直接的人力创作是成品最重要的因素；
- 是对手工艺者所在文化的象征性表达或表现；

- 包括多种由原材料制成的产品；
- 具有独特的风格特色，如具有实用性、美观性、艺术性、创造性、文化特色、装饰性、功能性、传统特色或者宗教和社会方面的象征意义和重要性。
- 在生产数量上没有特别限制，而且每件作品并不完全相同。

“传统手工艺品”还可能具备其他特点，比如代代相传，并可追溯到某一土著或当地社区。对手工艺品和传统手工艺品，以下内容均适用。

手工艺品与知识产权

从知识产权的角度看，手工艺品可能具备三个显著要素：

- 声誉——源自手工艺品的风格、来源或质量；
- 外观——手工艺品的形态和外观设计；以及
- 技术诀窍——创造制作手工艺品所需的技能和知识。

每一个要素都有可能得到一项单独知识产权的保护。例如，技术诀窍可以受专利或商业秘密保护，外观可以受版权或工业品外观设计保护，而声誉则可以受商标、集体商标或证明商标、地理标志或反不正当竞争法保护。这些形式的知识产权将在下文逐一介绍。

保护手工艺品的声誉和独特性

商 标

商标是在贸易过程中，用来识别和区分某个特定公司或企业的商品或服务的标志。商标可以由具有显著性的文字、字母、数字、绘图、图像、形状、颜色或广告语等要素组成。这些要素能显示商品或服务的来源，从而与竞争对手的相同或类似产品相区别。

注册并使用商标可以提高消费者对正版手工艺品的认知度，提升正版产品的商业价值。商标注册可以赋予商标持有人专有权，阻止他人在相同或类似的商品或服务上使用相同或混淆性近似的商标。商标法还可以防止他人注册欺骗性商标。例如，如果申请注册的商标虚假暗示商品或服务有土著来源，诱使顾客购买商品或服务，注册机构必须驳回申请。

集体商标和证明商标

集体商标和证明商标可以告知公众，标注该商标的产品或服务具备某些特点。

集体商标的持有人是协会团体，它可以把协会成员的商品服务与其他企业区别开来。集体商标不要求认证，协会下的任何成员都有权使用此商标。例如，MGLASS 集体商标由葡萄牙的水晶行业区域委员会注册，该国大马里尼亚区工匠吹制的玻璃和水晶艺术品都可以使用这一商标。

证明商标表示商标持有人证明，使用该商标的商品服务符合一定的标准和特征，如地理原产地、材料、制作方式或质量等。例如，巴拿马使用正版标签来标记保护正宗的 mola 产品（一种由当地库纳族工匠制作的独特的纺织装饰物），打击广为销售的廉价仿制品。

注册并使用集体商标或证明商标，可以帮助土著社区把他们的手工艺品与其他产品区别开来，并在全国和全世界范围内推广该工艺品和制作工艺品的艺术家。这样可以帮助提高艺术家们的经济地位，确保他们获得公正公平的回报。集体商标和证明商标还可以提升公众的正版产品意识，并向消费者保证所购产品的正品质。尽管证明商标或正版标签并不能阻止仿制品的销售，但通过商标区分正宗的传统手工艺品，可以打击仿制品的流通。

地理标志

地理标志用来标记商品具有特定地理原产地并具有主要由该产地所决定的质量、声誉或特征。使用地理标志的产品通常是在某一特定地区，由代代相传的社区团体利用传统流程和知识制作而成。使用天然材料制成、具备地理原产地所保证的品质，这样的手工艺品可以申请注册地理标志。例如，“Olinalá”这一原产地名称就被用于由墨西哥奥利纳拉人使用特殊工艺技能、采用当地特有的龙舌兰木制作而成的手工艺品。

地理标志并不直接保护与手工艺品相关的实际知识和技术诀窍。相反，与手工艺品相关的知识在常规知识产权制度下常常属于公有领域，易被第三方盗用。但是，地理标志可以在某些方面为相关知识提供间接保护。地理标志可以保护手工艺品，防止误导性和欺骗性的贸易行为，保护手工艺品长期积累的声誉和商誉，从而保障利基市场。不仅如此，地理标志还能防止他人使用受保护的地理标志来标记不产自规定地区或不具备标志所担保的质量或特征的产品。

不正当竞争

反不正当竞争法可以用来限制市场上的不诚信行为，可以有效遏制对产品真实性或来源的虚假和误导性声明。例如，廉价纪念品上如有虚假标签，称产品是“正版”、“土著制造”，或产自某一特定社区，正版产品的生产者可以采取措​​施，制止这种虚假声明。

保护手工艺品的的外观

版权

出自手工艺者的原创作品通常可受版权法保护。版权保护原创作品，自作品问世时自动产生。版权持有人享有专有权，能在较长的固定时期内（通常为作者在世时间顺延 50 年）获取由作品产生的经济利益。这些权利也称为经济权利，可保护版权持有人防止对其作品未经授权的复制和改编。版权保护还包括精神权利，如主张作品作者身份的权利和反对对作品的任何有损其声誉的歪曲、割裂或其他更改，或其他损害行为的权利。手工艺品如果是原创作品，具备艺术品质，可以受版权保护。受保护的产品例如珐琅制品、珠宝、雕塑、陶瓷制品、挂毯、编织品和皮革装饰。

外观设计

外观设计是指产品的美学方面或外观特点，如形状、样式、线条或颜色，外观设计在大量手工艺产品中都有体现。例如，篮子的形状、项链的设计或花瓶的装饰，都可以作为外观设计受到保护。

在大多数国家，外观设计必须注册才能受保护。而且，外观设计必须新颖、有原创性和自身特色。外观设计的保护期有限，最长通常为 25 年。对某件手工艺品享有外观设计权利的手工艺者，可以阻止他人生产、进口、销售或传播与受保护外观设计相像或极其相似的产品。但是，主要或完全由产品的技术特征决定的外观设计可能不在受保护之列。此外，一些国家不把手工艺品列入外观设计的保护范围，仅对用工业手段生产的产品进行外观设计保护。

保护与手工艺品相关的技术诀窍

专利

专利保护具有新颖性、创造性和工业实用性的发明。专利可以保护其持有人在一定时期内阻止他人出于商业目的使用其发明，保护期通常为 20 年。

当手工艺者显著改进早期工艺或发明出具有工业实用性的新工艺时，专利可以保护手工艺产品的制作工具或工艺，从而间接保护手工艺品。例如，木工工具、手工具、刷子、涂料和乐器等物品如果具有新的功能性特征，可能可以受专利保护。同样，用来制作手工艺品的机器、织机、窑炉或熔炉等，如果出现重要的功能性改进，也可受专利保护。

商业秘密

任何使手工艺者具有竞争优势的保密信息都可以作为商业秘密。商业秘密可能是一件产品的构成或构思，一种制作方法，也可能是实施某项特定操作所必需的技术诀窍。考虑到信息的商业价值和竞争对手使用该信息的可能，手工艺者可能对所掌握的某些信息采取保密，不让竞争对手知晓。例如，某地毯编织人可能掌握一套比竞争对手速度更快、成本效益更高的编织技术。

作为商业秘密的前提是，信息必须是机密或秘密，必须因其保密性具备一定的商业价值，而且已采取合理措施为其保密。商业秘密与专利不同，专利必须通过申请获得，而商业秘密只要处于保密状态，就自动受到保护。持有商业秘密的手工艺者可以阻止他人以不正当手段获得、披露或使用该秘密信息。例如，如果一家纺织企业发现有员工向竞争对手透露了保密的编织技术，可向法院申请禁令，禁止对手使用该技术。但是，商业秘密法不能禁止人们通过合法渠道获取并使用保密信息。

WIPO 在制定有效的知识产权管理战略和实用工具方面提供技术援助，帮助传统知识和传统文化表现形式的持有人处理知识产权问题，包括与手工艺品相关的知识产权问题。WIPO 还应要求根据地区内和国际上的法律发展，就与传统知识和传统文化表现形式相关的一系列知识产权问题提供建议。

更多信息

印度手工艺复兴信托基金 (Craft Revival Trust)、哥伦比亚手工艺品组织 (Artesanías de Colombia S.A.)、联合国教科文组织 (UNESCO), 《当设计师遇见手工艺者: 实用指南》(Designers Meet Artisans, A Practical Guide) (新德里, 2005 年)

贸发组织 / 世贸组织国际贸易中心 (ITC)、WIPO, 《手工艺品和视觉艺术营销: 知识产权的作用: 实用指南》(日内瓦, 2003 年)

WIPO 杂志 2005 年第 6 期, 《巴拿马: 通过更好地保护和推销手工艺品向妇女授权》(Panama: Empowering Women Through a Better Protection and Marketing of Handicrafts)

WIPO 知识产权手册 (2008 年)(WIPO 第 489 号出版物)

世界知识产权组织
34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18
CH-1211 Geneva 20
Switzerland
瑞士

电话: +4122 338 91 11
传真: +4122 733 54 28

WIPO驻外办事处联系方式请见:
www.wipo.int/about-wipo/zh/offices/

© WIPO, 2016年



署名3.0政府间组织许可
(CC BY 3.0 IGO)

CC许可不适用于本出版物中的非WIPO内容。

封面饰图取自 Susan Wanji Wanji 的作品“Munupi Mural” /
© Susan Wanji Wanji, Munupi Arts and Crafts