

# 家具“抄袭”已成完整链条

## 小品牌抄袭现象严重,企业维权成本高成难题

每当逛家居卖场时,总能看到很多“似曾相识”的家具。这些家具或是与国际知名设计雷同,或是与国内热销产品孪生。长久以来,企业之间相互模仿抄袭在家具行业内已成为秘而不宣的潜规则,产品外观则成为抄袭的重灾区。

在刚刚结束的广州家具展上,皇家现代、四海家具以及皇朝家私代理的意大利品牌均遭遇了“抄袭”事件。业内人士认为,由于抄袭侵权的成本低、利润高,侵权案件屡禁不止,而企业面对维权高成本和繁琐的流程,通常选择忍气吞声或私下和解,也放任了抄袭之风。



▲对于普通消费者来说,更关注家具的质量、材料、价格等细节,外观的相似和雷同是放在后面的。

◀对于品牌家具来说,外观只是产品设计的一部分,还包括核心技术、品牌价值等内涵,这些是抄袭不了的。



### “相似”家具屡见不鲜

3月18日,在广州国际家具展开幕首日,香港皇朝家私发现其代理的意大利品牌TRECI(特瑞琪)被国内家具品牌孔雀王“抄袭”,产品相似度达90%以上。当天下午,TRECI家具第三代掌门人到展会场馆现场维权。

继孔雀王之后,森岩家具也被皇家现代家具点名,称其多款产品均是从皇家家具购得,略微改动后直接摆上展厅。森岩家具营销总监张文杰在媒体面前称产品不存在抄袭,也否认从皇家家具购买家具产品。张文杰称,“相似度100%在家具行业很普遍,几乎每家都类似,尤其是实木家具都差不多,没有说谁家抄袭谁家的”。记者致电森岩家具希望能采访相关人士,但未能如愿。

随后,在3月21日,四海家具也召开新闻发布会,状告艺术家百年“抄袭”其专利产品。据记者了解,在本次广州展上,共有包括艺术家百年、喜福、福鑫、玉环等四家企业不同程度“抄袭”四海家具去年设计的产品。

广州家具展上的“抄袭事件”并非个案,它折射出中国目前家具行业的一种不良之风,这股盛行的抄袭之风被业内人士戏称为“本土特色”,这与中国家行业的发展年限短、行

业门槛不高和企业领导者文化水平良莠不齐等诸多因素有关。

记者走访市场发现,将抄袭、仿冒之风称为“本土特色”并非毫无根据:在市场,品牌不同,外形相似的产品不胜枚举。在某卖场,爱依瑞斯的沙发拉齐奥系列与罗奇堡经典设计沙发MahJong系列就有颇多相像之处。实木和板式家具中,外观、款式大同小异的柜子、茶几、衣柜、桌椅更数不胜数。

### 利益驱使家具企业抄袭

“家具行业之所以抄袭之风盛行,是因为产品在研发、设计阶段,需要投入大量的人力物力,大型家具企业或能承担这笔费用,但对于大部分实力不强的中小企业来说,抄袭是最直接也是最便宜的捷径”。左右家私有限公司常务副总裁洪晓山如此理解企业抄袭的根源。

联邦家具北京公司总经理王建国也告诉记者,企业对产品的研发投入的心血非常大,在联邦光产品研发的团队就有300多人,从前期的科学市场调研,到市场流行趋势的判断和设计创新,再到产品研发、试推、改进,整个过程耗时长、花费多,但所推出的产品市场认同比率通常不到一半,而仿造、抄袭者模仿热销产品,不必承担市场风险也无需负担高额的成本。

皇朝家私公关总监陈瑞鑫则认为抄袭风盛行,是行业发展的一个必经过程。他说:“目前我国家居行业处于发展阶段,企业鱼龙混杂、良莠不齐,由于行业门槛不高,不少企业领导者文化水平不高,除了道德观念缺失外,这些领导者缺少产品设计创新和开发的理念,家族式经营模式也制约了设计师的发挥,最终选择仿冒、抄袭”。

北京皇家家具市场总监王俊表示,家具行业抄袭侵权现象泛滥主要原因是由于侵权的成本低、利润高,而维权条款缺乏标准化,让很多无良企业放胆抄袭,钻空侵权。

### 抄袭已形成完整链条

记者在采访中了解到,在一些中小规模的生产企业中流传着这样的生意经:出国看展,买版抄版,即使价格昂贵,只要得到一个新款仿造,即使只有七分像,也照样好卖。

玛荷尼家具代表王猛告诉记者,目前国内家具抄袭已经形成了一条比较完整、系统的链条。每到国际重大展会,这些企业都会出国观展,通过拍照、买版等方式,拿到新款产品的整体外观,然后在其小工厂内进行仿制、生产,最后运送到店内进行出售。王猛表示,这类产品虽然外观与正品很像,

但品质却有天壤之别,因为在工艺、功能等其他细节方面有所欠缺,一般来讲,其价格也与正品相差悬殊。

王建国告诉记者,随着抄袭情况越来越严重,不少展会对此加强了防备,看展抄版的方式受到一定阻碍,这就衍生出了另一种抄袭方式,即购买品牌设计的新品系列,回到工厂后进行拆解、研究,掌握家具外观、内部构造、材质等,注重形似之外,也抓神似,借此提高家具价格。

企业不惜花费精力和金钱出国看展、耗费巨资购买正品家具,将抄袭发展成为完整链条,还是因为有利可图。某家具企业负责人告诉记者,购买一套中端正品家具的费用大约在5万-7万元不等,扣除企业拆解、投入生产所需的成本外,定价在2万-4万元之间,利润一般能成倍增长。

### 维权成本高,企业望而却步

面对肆意的抄袭,被抄袭的企业愤怒之余,也不乏采取法律手段维护自身权益,但最后庭外和解、不了了之的居多。究其原因,洪晓山认为,由于家具专利官司胜诉赔偿金额相对不高、时间跨度较长、产品生命周期短等因素,一些家具企业面对专利侵权时,宁愿选择私下和解。

中国消费者协会律师团团长邱宝昌告诉记者,家具侵权一般集中在外观设计方面,而外观设计申请专利需要的周期较长,一整套流程下来,基本为一年左右,而家具的更新换代频率却很快,或许专利权申请下来的时候家具已经更新换代。

另外,邱宝昌强调说,专利是否侵权很难鉴定,只有产品外观具有80%以上的相似率,才能被确认为抄袭或仿造了该产品的外观,这就意味着,造假者只要略微修改产品的工艺、造型,就能很容易地避开侵权惩罚。即使认定侵权,造成的损失难以取证,也难以明确界定,只能酌情赔偿,赔偿金额一般在10万左右,企业维权付出的成本远比获得的赔偿多。

据记者了解,在申请专利保护方面,企业的反应也相对平淡,最主要的问题在于申请专利维权的成本太高,新开发的产品若全部申请专利,一来耗时长,二来增加成本,三则因为产品更新速度快。在采访中,不少家具企业表示,通过法律途径维权成本太高,在操作上并不现实。

业内人士认为,抄袭能够普遍存在,一是因为行业对抄袭行为的姑息;二是法律规则有相应的漏洞可钻,也给抄袭企业有可乘之机。

(下转D03版)