



本期关注:潮玩行业版权保护

版权赋能,潮玩产业“闪闪发光”

□本报记者 朱丽娜 文/摄

近年来,潮玩在“Z世代”群体中迅速走红,崛起的潮玩经济吸引各类玩家纷纷入局,引发了火热消费现象。潮流玩具又称艺术玩具或设计师玩具,是一种融入艺术、设计、绘画、雕塑、动漫等多元理念的玩具,种类包括盲盒、手办和艺术玩具等,不仅具有普通玩具基本的观赏功能,而且更注重对文化、艺术价值的挖掘,小小的玩具不仅体现设计师的创造思维,还被赋予了特定的文化和艺术理念。

创新与创意是潮玩的鲜明标签。在潮玩抢滩年轻消费市场的进程中,版权保护为其核心竞争力提供了坚实壁垒,形象授权和购买又促进了版权贸易迅猛发展,让潮玩IP变现可期。

在日前举办的第十三届国家影视动漫版权保护和贸易博览会现场,广东省东莞市获全国首个“中国潮玩之都”称号。无独有偶,在2023年第二届北京国际艺术设计玩具展览会(以下简称展会上),TNT SPACE、寻找独角兽、轮子小马、西萌玩具等潮玩品牌齐聚,《中国新闻出版广电报》记者在现场近距离感受到了潮流IP的魅力和创意设计的无限可能,更是在与品牌设计师面对面的交流中清晰地感到:版权,正在让潮玩这个充满创意和巧思的产业闪闪发光。

火爆的潮玩市场 饱受盗版“雷同”困扰

体验式消费、个性化消费的新消费浪潮袭来,让拥有鲜明个性和自主审美的“Z世代”成为潮玩的重要消费群体。当新消费浪潮赋能本土原创IP,中国的文化创意产业正以前所未有的速度崛起。艾媒咨询发布的《2021年第一季度中国潮玩行业发展现状及市场调研分析报告》显示,中国潮玩市场在过去5年复合增长率为34.3%,未来5年预计复合增长率达40%。中国潮玩行业占全球比例从2017年的11.18%增长到了2020年的19.17%,预估未来5年市场规模将突破763亿元,有望成为全球潮玩消费的核心市场之一。

潮玩市场的火爆,在展会现场得到了印证,记者看到,不仅整个展会现场人山人海,潮玩互动展演前大排长龙,现场限量玩具发售近百人等待,不少观众还打扮成自己喜欢的潮玩角色参展。

潮玩行业能够对消费者产生持续吸引力的秘诀是什么?这其中版权起到了怎样的作用?潮玩品牌TNT SPACE主理人王泽群告诉记者,精品IP始终是潮玩行业的核心。在盲盒玩法、线上渠道、线下门店体验都容易被复制甚至创新超越的情况下,经过长期耕耘并综合运营的IP,是一家潮玩公司最核心的资产。

随着潮玩行业关注度提升,产业链呈现多元发展态势。展会的主办方之一——青岛潮玩族平台创始人沈振宇介绍:“在潮玩市场上,IP一直是核心竞争力。但由于国内IP产业起步较晚,上下游链条还不成熟等因素,导致此前中国IP市场迟迟未能释放商业潜力。潮玩产业快速发展,也使得越来越多和玩具相关企业进入产业链。作为以内容为核心的行业,版权的运营和保护至关重要。版权会给予行业发展带来更多可能性,越来越多的企业与设计师签约取得形象授权和设计支持,制作独家产品;或与成熟IP形象授权合作,生产联名周边,从而刺激消费,打开增量市场。”沈振宇说,本次展会旨在搭建起潮玩IP展示、交流的舞台,让更多人知道潮玩行业重视的不光是玩具本身“玩”起来的感觉,更多的是设计、制造工艺、文化等层面的附加属性。同时也将设计师、潮玩爱好者们齐聚一堂,相互分享、探讨潮玩版权开发、运营的经验,给予潮玩品牌更多机会绽放光彩。

与国内潮玩需求增长相伴的,是潮玩品牌和潮玩IP的大爆发。然而,潮玩市场山寨现象也频繁发生,引发不少版权以及知识产权纠纷。相关数据显示,潮玩品牌泡泡玛特因IP纠纷起诉他人或企业的开庭公告就有超百个,大部分为商标侵权和著作权侵权案件。

王泽群介绍,作为典型的以知识产权为核心的轻资产行业,潮玩行业也饱受剽窃抄袭的困扰。目前潮玩行业中较为常见的侵权主要是盗版和假冒,对潮玩从业者来说,盗版和“雷同设计”是重灾区,既损害了原创设计者的创作热情,也导致行业发展前景受到影响。



▲展会现场的“一站式”版权存证平台。

▲展会现场。

版权保护成为未来发展关键

庞大的潮玩市场,带来了丰富的利润,也饱受侵权困扰。北京金诚同达律师事务所律师何可人关注潮玩行业版权问题已久,据她观察,关于潮玩仿冒目前常规涉及多种侵权。首先是著作权侵权,目前潮玩产业出现较多的侵权现象是著作权侵权。未经授权,擅自复制或修改他人IP生产潮玩产品,属于非法复制的直接侵权行为。同时,一些设计师如擅自对已有的潮玩IP形象进行修改然后生产产品,也有构成侵权的可能。其次,外观设计侵权也十分常见,外观设计是对产品的整体或者局部的形状、图案或者其结合以及色彩与形状、图案的结合所

作出的富有美感并适于工业应用的新设计。

针对行业中存在侵权情况,也已经出现相关维权机构平台。在展会现场,一个专门针对潮玩行业作品进行版权保护的BluSea平台展位吸引了不少设计师和潮玩行业从业者前来咨询。BluSea是一款专为创作者打造的作品存证平台,旨在保护创作者每一阶段的创作内容。在创作过程中,创作者可随时随地上传作品文件,快速获得权威公证机构出具的作品存证函。

BluSea展会负责人告诉记者,在一个潮玩漫长的创作周期中,从最初的手稿、建模、涂装到作品完成,需要经历多个环节,辗转多

人之手,每个环节都有可能产生版权流失的风险,也就是“版权瑕疵”。任何一个微小的版权瑕疵,都可能对潮玩IP造成毁灭性打击。

“而潮玩项目的版权资产管理十分具有挑战性,出于时间成本和金钱成本的考量,主理人及设计师无法为创作过程中的每一个手稿和阶段成果都申请作品登记。因此,传统的版权保护方式在此阶段并不适用。”该负责人说,BluSea一站式版权存证平台,就为潮玩创作者提供周期性标准化的版权管理;从立项起,每个节点的创作成果都可进行即时的版权存证,建立可靠证据链,才能避免版权瑕疵。

合理布局共护行业良好生态

大量仿冒潮玩的出现,不仅扰乱潮玩市场秩序,也严重损害了创作者等权利人的合法权益。

南京理工大学知识产权学院副教授、江苏省知识产权思想库主任徐升权表示,潮玩的另一个特性是其“限量”发售以及具有一定的收藏价值。这种限量的属性,是潮玩的IP价值的体现,也是原创作者持续开发的动力。侵权人未经许可的

生产、销售行为直接破坏的就是“限量”这一属性。通过稀释市场,或者以次充好等,损坏了正品的口碑和应有的市场收藏价值。

何可人表示,潮玩作品的创作通常需要一个相对较长的创作周期,从最初的手稿、建模、涂装到作品完成,需要经历多个环节,每个环节都有可能产生版权内容被第三方不当获取的风险。潮玩的设计师等权利人应妥善留存原始手稿,从立项起,对每个节点的创作成果进行即时存证,并在作品完成后及时进行作品登记。

“具备条件的知名潮玩品牌,还应建立完整的知识产权保护机制,在产品完成后根据不同情况进行专利申请、商标注册、作品登记等,通过合理布局专利、商标、著作权等,构建完整的知识产权保护体系,以便在后续市场化过程中,能够有充足的手段进行维权。”何可人表示,潮玩IP方可定期检索各大网络平台、销售场所等,一旦发现侵权行为,及时固定侵权证据。其中,经公证取得的证据证明力较强。具体而言,针对线下销售、制造的侵权产品,可以在公证员和公证处工作人员的监督下,以普通消费者的身份通过公证

购买的方式,取得侵权产品、侵权

店面、主体信息等证据;针对线上的侵权页面、侵权链接等,可以进行网页保全,以固定侵权内容。通过以上准备,为制止侵权行为打好基础。权利人投诉或者知情人举报,市场监督管理等部门可对知识产权侵权行为追究行政责任,责令停止侵权,警告,没收违法所得,没收、销毁侵权复制品,并处罚款等。

“对于潮玩这一新兴行业,权利保护是激励创作、实现合法利益的前提和基础,利益共赢机制则是促进行业繁荣、有序、良性发展的动力和保障。潮玩品牌建立一套完整的知识产权机制显得尤为重要。在产品完成后,新增的专利、商标、著作权作品依法进行登记,筑牢版权保护‘防火墙’,同时定期检索各大网络平台、商场街道等,一旦发现侵权行为,则应立即根据实际情况展开维权。”何可人说。



今年的深圳文博会上,泡泡玛特展出了城市限定款潮玩。资料图片

泡泡玛特: 打造优质IP 强化授权运营

□本报记者 朱丽娜

“2022年,泡泡玛特线下通过司法方式维权案件约900件,其中办结案件约200件。此外,2022年泡泡玛特线上通过投诉与举报的方式删除并制止销售盗版的侵权链接约1.5万条。”这是国内头部潮玩公司泡泡玛特在版权保护上的努力。

米奇、迪士尼公主、漫威复仇者联盟……近年来,泡泡玛特不断拓展IP版图,与迪士尼、华纳、环球等数十家版权方建立了合作关系,共签约近80个IP。早在2018年,泡泡玛特从与迪士尼签约向市场推出了第一个版权IP潮玩系列——“米奇家族坐坐”系列开始,公司逐渐开始将IP进行系列化开发。经过3年多的摸索,已经形成了一套版权开发运营“方法论”。

保护先行 细致呵护创作全流程

当前,国内的潮玩品牌与版权方合作的方式主要有两种:一种是从版权方获得IP授权,自主设计开发潮玩及周边产品,一种是直接采购版权方或其被授权商生产的产品进行销售。

记者了解到,泡泡玛特原创设计中心有超过30人的团队,专门负责IP的二次创作设计。但是对他们而言,爆款IP的运营,远不止产品本身。要打造一个优质IP,需要将它沉淀在不同的场景里有不同的支持,要有图库、内容支撑、宣发,以及所有的背景故事。泡泡玛特通常不会直接将版权方的图库进行开发,转化成产品,而是在图库的基础上进行延伸,通过自己的设计语言,创作出既符合版权方要求,又带有潮玩符号和特征的设计。

泡泡玛特将版权保护作为企业发展的“保护盾”。泡泡玛特相关负责人表示,作为一家潮流文化公司,泡泡玛特一直重视版权保护工作,时刻关注签约设计师的IP可能存在的版权风险。对每一个系列作品均向中国版权保护中心申请作品登记,同时对每一个IP作品的创作草稿也采取了第三方确权平台进行保护。公司还获得“2020年北京市版权保护示范单位”的荣誉称号。

跨界授权 开发更多年轻人喜欢的IP

持续进行深度原创开发,加上全产业链平台的规模优势,让泡泡玛特开发的版权产品在市场上广受欢迎。数据显示,泡泡玛特推出的哈利·波特首个系列手办销售额超过了1亿元。今年以来,泡泡玛特已经推出24款IP潮玩产品。

凭借优质的设计资源和强大的供应链能力,泡泡玛特为版权方开发更多有潮流属性的潮玩、周边衍生品。此外,建立渠道优势也为版权运营提供了非常好的舞台。“有的版权方看重我们的渠道优势,线下门店、机器人商店,以及线上电商平台、抽盒机都是非常大的流量入口。一旦与我们合作,他们的IP就会在一、二线城市的核心商圈门店露出。”该负责人介绍。

随着公司产品、运营渠道和品牌影响力的不断提升,对部分版权方而言,泡泡玛特已经从之前被授权方的身份,转变成战略合作伙伴。未来,在签约更多IP的同时,公司计划持续扩充产品线,开发更多年轻人喜欢的IP产品。

现在,泡泡玛特“碗里”的知名IP,如MOLLY、DIMOO和PUCKY,不断出现在好利来蛋糕、哈根达斯冰淇淋、德芙巧克力等品牌产品以及礼盒里。IP跨界授权愈发频繁,也在不断扩大外延。据了解,泡泡玛特公司已经与北京朝阳公园合作建设的泡泡玛特城市乐园或将在9月开业。

采访最后,该负责人提到:“随着潮玩产业发展壮大,行业侵权现象也不断出现。侵权行为不仅损害从业者的利益,消费者也无法获得好的体验。未来泡泡玛特将加大力度打击侵权行为,保护原创设计,努力打击盗版,讲好中国潮玩的版权故事,为促进潮玩行业健康发展贡献力量。”



展会上等待新品潮玩发售的观众排起了长队。