

親親黃色小鴨

文/江雅綺(北科大智財所助理教授，技轉組組長)

(圖取自 kemall.shop.rakuten.tw 網站)

您有去看過黃色小鴨了嗎？是否拍下了親親黃色小鴨的照片？

小鴨紅遍半邊天，許多人把小鴨和日本最有名的無嘴貓Hello Kitty相提並論，認為兩者都是卡通文創的成功範本。

事實上，兩者的智財權保障並不相同。Hello Kitty是一個原創的卡通角色，但黃色小鴨的造型並非由荷蘭藝術家霍夫曼（Hofman）所原創，它的造型本自浴缸小鴨，單單「放大」本身並不具有創造的高度，也就談不上著作權的保障。

雖然沒有著作權，但我們會發現，放大到某種程度，要完美呈現小鴨的可愛，需要很多技術的配合、精心的設計。而且，霍夫曼每次展出的小鴨，結構都不完全相同，視當地的水流、風向、周遭環境而決定最適合觀賞的版本，其中涉及的技術可能有專利或營業秘密保護。但最重要的，還是一場大眾免費共享的快樂經驗。

小鴨創作的核心，在於能夠運用高度的技術與設計，完成一場雅俗共賞的公共藝術體驗，技術與設計或可山寨，但體驗本身無法複製。易言之，商家可以大量製作小鴨杯子、T恤、布偶等等，但是無法製作一種共同觀賞的經驗。這就是霍夫曼團隊的黃色小鴨無可取代之處。