

论客户资料的版权保护 PDF转换可能丢失图片或格式，建议  
阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/483/2021\\_2022\\_\\_E8\\_AE\\_BA\\_E5\\_AE\\_A2\\_E6\\_88\\_B7\\_E8\\_c122\\_483732.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/483/2021_2022__E8_AE_BA_E5_AE_A2_E6_88_B7_E8_c122_483732.htm) 客户资料具有商业  
秘密的属性 客户资料可以成为版权的保护客体 客户资料作为  
商业秘密来保护，存在哪些缺陷？能不能提高客户资料的法  
律保护水平，以版权法来进行保护？用版权法如何保护？诸  
如此类的问题学界少有人探讨，本文拟对这些问题作一些理  
论疏导，并试图初步提出客户资料的版权保护规则。 客户资  
料能否作为版权保护的客 目前我国商业秘密的法律保护水平  
是极低的。这里所说的保护水平低有3层含义：一是法律保护  
限定条件过高；二是法律救济手段单一；三是对侵权人的惩  
罚性不强，甚至让其有利可图。为什么要选择版权作为客户  
资料的又一保护手段呢？因为，版权法是很开放的，其包容  
性要比专利法和商标法强。从最容易进入的切入点来解决问  
题，成本总是最小的。当然，这一点仅仅是一个经验性直觉  
，客户资料能否获得版权保护以及版权为什么要保护客户资  
料，最关键的是要看它是否具备版权客体的构成要件。 版权  
的客体是作品，一般认为其构成要件有三：一是思想或感情  
的表现；二是具有独创性和原创性；三是具有有形的表现形  
式。我们现在以这3个构成要件为评判指标，来考察一下客户  
资料，看其是否能成为版权的客体。 首先，看客户资料是否  
为特定思想或感情的表现客户资料是权利人在开拓业务过程  
中对客户资源的记载和维护，毫无疑问地表达了权利主体的  
某种思想或情感。它所表达的思想或情感是希望将目前的客  
户关系继续维持，从而有针对性地为 其提供商品或服务。以

客户资料为载体的这种对客户关系维持的思想或情感，是版权保护客户资料的前提。其次，看客户资料是否具有独创性和原创性作品的独创性或原创性主要表现在作者按照自己的选择、取舍、安排和设计对作品的素材进行综合，而不是依已有的表达形式复制，也不是依既定的程序推演。客户资料一般都是开发者根据自己对客户资源开发总结而来的，其编排形式、记载内容都会因为不同开发者的不同经营活动而有所不同。更为重要的是，客户资料的开发者大都投入了大量的人力、物力和财力来获取这些客户资料。第三，看客户资料是否具有有形的表现形式这一点是非常明确的，同任何作品一样，客户资料都可以有一定的载体，如书面记录、图案、手册、清单、计算机软件、文档甚至以口头形式表现出来。客户资料这种完全具备作品形式的智力创造成果是可以成为版权的客体的。版权法如何保护客户资料 如何对客户资料进行版权保护，我们可以从客户资料的版权性质、客户资料的版权主体和客户资料的版权内容以及客户资料版权保护和商业秘密保护的协商4个方面来分析。

一、客户资料的版权性质客户资料的版权，更多的是一种财产权利，客户资料版权所有人的客户资料享有排他性的专用权。因为客户资料信息主要体现的是财产利益，这种财产又不同于有形财产、而是一种无形财产。作为无形财产，客户资料是人类商业活动的智慧结晶，它又更多地表现为是一种智力成果。开发者为开发客户资料所载的客户资源付出了大量的智力投入，因此，客户资料的版权也应包括人身权。

二、客户资料的版权主体以商业秘密来保护客户资料，客户资料的权利主体基本上是具备民事主体资格的经济组织或者单独从事经济活动的个

体。用版权来保护客户资料，权利主体可以是经济组织也可以是经济组织的雇员。假如某个自然人通过自己的开发拥有一定的客户资料，他把这些客户资源以客户资料的形式表现出来，如果他带着这些客户资料受聘于某家公司，在他没有将这些客户资料出让给该公司时，他就是这些客户资料的权利主体。具备民事主体资格的自然人和经济组织可以通过合同约定谁是客户资料版权的主体。

### 三、客户资料的版权内容

虽然客户资料的商业秘密保护方法存在局限，需要版权保护来补充，但并不意味着客户资料不具有商业秘密的属性。实际上，创造性劳动和商业秘密性是客户资料的两个最基本的属性。因此，考虑到其商业秘密性，对客户资料的版权保护没有必要也不可能涉及到发表权、展览权、发行权等需要公开的权利。客户资料版权的内容主要包括署名权、修改权、复制权、保护客户资料完整权、出让权、整理权。

### 四、客户资料的版权保护和商业秘密保护的协调

如前所述，客户资料既是一种商业秘密也是一种具有独创性的作品。商业秘密方法保护客户资料存在局限，版权保护客户资料也不一定能够做到天衣无缝，比如版权不可能强调保密性，这容易使权利人疏于保护资料的秘密性进行维护。因此，有必要对客户资料的两种法律保护方法进行协调。概而言之，商业秘密保护方法侧重于对他人不正当利用权利人的客户资料的控制，是在从外部保护客户资料。版权保护客户资料运用的是知识产权法手段，保护的是开发客户资料的创造性劳动，更多强调的是激励。我们必须在考虑客户资料秘密属性的基础上探索其版权保护，协调客户资料商业秘密方法保护制度与版权保护制度的关系，从而完善客户资料保护的法律制度。（“德

恒杯法治权利律师”征文三等奖) 文章出处：普法网 100Test  
下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问  
[www.100test.com](http://www.100test.com)