

知识产权文摘

张燕宾 陶国峰 主编

中国知识产权法学研究会 中国人民大学知识产权学院 编



D923.404-53

20141

知识产权文摘

中国知识产权法学研究会 编
中国人民大学知识产权学院

主编

张燕宾 陶国峰

鸣谢

曹中强 杨叶璇 董葆霖 程永顺

胡 杰 郑小粤 姚 芃 李秀明

特别鸣谢

华进联合专利商标代理有限公司

北京清晨印象文化创意有限公司

北京阳光知识产权与法律发展基金会

新星出版社 NEW STAR PRESS

图书在版编目(CIP)数据

知识产权文摘 / 张燕宾, 陶国峰主编; 中国知识产权法学研究会, 中国人民大学知识产权学院编. — 北京: 新星出版社, 2013.11

ISBN 978-7-5133-1067-3

I. ①知… II. ①张… ②陶… ③中… ④中… III. ①知识产权—文集 IV. ①D913-53
中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第247714号

知识产权文摘

张燕宾 陶国峰 主编

中国知识产权法学研究会 中国人民大学知识产权学院 编

责任编辑: 程 鹃

责任印制: 韦 舰

版式设计: 魏 丹

出版发行: 新星出版社

出 版 人: 谢 刚

社 址: 北京市西城区车公庄大街丙3号楼 100044

网 址: www.newstarpress.com

电 话: 010-88310888

传 真: 010-65270449

法律顾问: 北京市大成律师事务所

读者服务: 010-88310811 service@newstarpress.com

邮购地址: 北京市西城区车公庄大街丙3号楼 100044

印 刷: 北京京华虎彩印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 14.5

字 数: 154千字

版 次: 2013年11月第一版 2013年11月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5133-1067-3

定 价: 38.00元

版权专有, 侵权必究; 如有质量问题, 请与印刷厂联系调换。

知识产权制度与中国的现代性

刘春田

当代中国正面临剧烈的社会转型，即从一个前现代性（传统）社会转变为一个现代性（modernity）社会。这一转型，是中国现代性的建构历程，是从传统社会向以现代核心价值观（自由、理性、个人权利）为支撑，以市场经济、民主宪政和民族国家为基本制度的现代文明秩序的转变。这一转型肇始于晚清，已历经一百余年的变革。在此期间，中国的经济、政治、文化、社会乃至生活方式都发生了巨大的变化。这些变化，从根本上说，是中国的现代化运动造成的。但到今天，它依然是一个“未完成的方案”。知识产权是工业文明的产物，是现代社会最基础、最重要的财产制度之一，是一个日益国际化、全球化的规范系统、理论系统、知识系统和文化系统，同时也是现代人类的基本生活方式、行为方式、思维方式和发展方式。这就决定了知识产权制度与现代性之间具有内在的密切联系。为此，我以“知识产权制度与中国现代性”为主题谈三点个人认识。

一、知识产权制度是现代性的基本标志

现代社会的基本特征，表现为“科学技术可以无限地运用于人类生活”以及“市场机制可以无限制地扩张导致经济（生产力）的超增长”。所以，现代社会是科学技术高度发展的结果，也是市场经济高度发达的产物。科学技术和市场经济之于现代社会，有如车之两轮，鸟之双翼，互相依存，不可偏废。

但是，科学技术本身并不是生产力。生产力的发展，既取决于科学技术的发展水平，也依赖与之相适应的社会制度的不断调整，还要仰仗意识形

态，即价值观念的更新。这三个因素都至关重要，缺一不可。

在这些制度中，居于首位的就是知识产权制度。在知识经济时代，知识与技术创新日新月异，已成为求强致富的核心要素。新知识、新技术要切实转化为财富，转化为生产力，片刻也离不开知识产权制度。知识产权制度与新知识、新技术的结合，是现代社会的点金术，是人类文明的生财之道。历史实践一再证明，知识产权法律作为一项财产制度，既不是阳春白雪，也不是锦上添花，而是任何现代社会得以生存和发展的基础制度和重要支柱，是任何现代性社会的基本标志。

二、知识产权制度的输入是源于中国对现代性的渴求

中国近现代历史上，曾经历两次重大的历史变迁，分别是晚清变革和中国改革开放。中国知识产权制度的初创和重建也正是发生在这两个时期。在法制史上，通常认为法律移植是中国法律近代化和现代化的基本途径。非中华固有之制的知识产权制度的初创与变革尤为如此。百年中国知识产权法制的形成与发展，就其内容而言，不外乎立足中国的实际，确立法律的基本原则，参酌西方法律制度，通过制度移植，进而建立一套服务中国现代性的，以普世价值主导的法律学说为内核，以西方法律框架为模板的知识产权法律体系。

但关于知识产权制度进入中国的原因，则见仁见智。很多人认为，无论是清末变法时期的初创还是改革开放初期的重建，知识产权制度输入中国，都是迫于西方列强，特别是美国的压力。例如，有学者把中国的知识产权立法称为“枪口下的法律”，说的也是这层意思。

实事求是地看，在近现代的这两次大规模知识产权立法的过程中，西方的压力是客观存在的。1840年鸦片战争以后，中国被强行拖进了世界现代性的历史进程，中国社会被强行纳入了西方资本主义经济规律运行的发展轨道，成为世界市场不可或缺的一个环节。中国要想按照原有的节奏、方式继续走下去，已不可能，也不现实。中国与西方的遭遇，动摇了存在数千载

的中国中心观，也改变了由这个中国中心观所形成的世界图景，触发了“数千年来未有之变局”（李鸿章），被严复形容为“观今日之世变，盖自秦以来，未有若斯之亟也”。

“欲救中国残局，唯有变西法一策”。改造社会，向现代转型既是救亡图存，推动中国社会发展的唯一出路，也是当时朝野有识之士的集体共识。于是，从“师夷长技以制夷”到“中体西用”，中国社会开始了缓慢的，但是自觉的现代化变迁。

现代化是一个多层面协调转变的过程。就经济领域而言，其实质是工业化，并以此为基础建立起系统的工业文明，这也是现代社会区别于传统农业社会、农业国家的基本特征。在这一要求下，知识产权制度建设不可避免地被提上日程。纵观历史，我们可以看到，从清末到新中国，两个相距近百年的知识产权法制建设在逻辑上惊人地相似。

1898年7月，光绪皇帝批准颁布《振兴工艺给奖章程》，在中国历史上首次以法律的形式奖励和保护发明创造，正式引入西方现代专利制度，目的在于“劝厉工艺，奖募创新”，以实现“智民富国”。1903年7月，清政府设立商部，这是中国历史上第一个以促进、保护和奖励工商业为宗旨的国家机构。商部成立后，即着手制定商律和一系列奖励实业的规章制度。1904年8月，清政府正式颁布中国历史上第一部成文商标法《商标注册试办章程》。1910年12月，清政府资政院又表决通过了《大清著作权律》。尽管处于风雨飘摇之中，清政府仍在短短十多年时间建立了知识产权制度。

由此不难看出，清朝政府之所以启动大规模的知识产权立法活动，主要原因是出于举国上下对现代性的渴望，出于对改造国情的强烈需求。

新中国知识产权法制的重建，同样是中国当时的历史背景和国情实际综合考量的必然结果。中共十一届三中全会，凝聚全民共识，一定要摆脱百多年的国民贫弱，矢志实现“四个现代化”，为中国社会向现代性转型创造了良好的内部基础和可持续发展的根本动力。中美关系正常化则为之提供了重要的外部条件，为中国知识产权法制的重建提供了契机。也是在短短十多

年，就建立了知识产权制度。但我们并不能因此而推导出，中国知识产权法建设是美国施压的结果。因为无论清末，还是当代中国，建立知识产权制度的根本原因是源自中国自身改造国情、发展进步，也即继续完成未竟的现代性转型的内在需求。

中国知识产权制度建设的外部条件的重要性也不言而喻。一个落后的农业的中国要向工业化转变，向先进国家学习是不二之选。中国的改革开放与中美建交几乎同步并非历史的偶然，中国现代知识产权法制的重建与中美经贸关系紧密相联也非历史的巧合。就某种程度而言，这是中国走向世界、走向现代性国家的必然选择。

三、中国既需要建构独特的知识产权理论体系，又要进行相应的文化建设

知识产权本非中国固有之制，而是移植西方，拿来主义的结果。百余年来，它经历了一个规模空前的对西方学术的“知识引进运动”，无论我们依据的思想、理论，抑或我们采用的概念、方法和工具，甚或我们研究的对象、问题等等，大都是西方舶来的产物。中国知识产权研究的发展，也是一个以西方理论、西方话语为主导，解读、阐发中国问题的轨迹。

另一方面，中国知识产权制度又是在中国独特的政治、经济、文化、社会等制度语境中存在并发展起来的。中国知识产权理论的应然体系也必将本土化的。在此意义上，中国不可能建立与其他国家完全一样的知识产权制度和理论体系，客观上也找不到这样的样板。我们不可能全盘照搬其他任何一个国家的知识产权制度和理论，是否借鉴、如何借鉴，应当根据自身的需要，结合自身的问题而决定。在此意义上，域外如何、国际怎样，都不应当成为中国知识产权制度改革和理论建构的根本动力与理想图景。

因此，中国知识产权研究应当扎根中国实践。“实践—经验—理论”是理论产生和发展的客观过程，经验以实践为基础，理论是经验的提炼与升华。没有对中国经验尤其是长时期、大规模司法实践经验的系统研究与总结，就不可能发现中国问题，也就不可能产生为中国所需要的、反映时代精

神的知识产权理论。中国知识产权研究所缺少的，是从经验到理论，能将两条路径连接起来，形成从实践到经验，再从经验升华为理论，又服务于实践的逻辑链条的成果。这是更接近事物发展的客观规律的知识。自1980年代以来中国系统的知识产权法律制度建设、大规模的经济社会实践，和与之相对应的日新月异、与时俱进的司法活动，就是独具中国特色的实践，也是有中国特色的知识产权理论的源泉。

“在现代性的价值认同和制度形态选择上，不同民族和文明会存在差异。在这个意义上讲，现代化并不等同于西方化。而是全球‘多元现代性’的构建。”同样道理，工业社会也不等于资本主义社会，工业文明不等于西方文明。在工业化、现代性的旗帜下，必然会呈现多样化的理论、方案与实践，无论西方还是中国，无论早发还是迟到，其实现手段、发展路径和最终结果，都无可避免地彰显各自的文明的基因与历史胎记，无不各具特色，共同构成工业社会、工业文明的多元形态。中国知识产权界既要放眼天下，也要理首中国，尤其有义务对中国经验进行调查研究，做出符合实际的理论概括，以提升自己的理论品质，完成理论自觉的使命，并最终建构中国特色知识产权理论体系，并把这些成果贡献给世界。

虽然在时间上，中国早已历经近代史，并进入了现代史，但中国的“近代化”却远未完成。中国不仅错过了工业革命，也错过了启蒙运动。中国既不是近代世界规则的制定者，又在经济全球化浪潮中迟到了，魂牵梦萦百余年的社会转型也依旧是未竟之业。但是，历史告诉世界，中国是一个负责任的国家，是一个世界秩序的建设者。中国一定会理性地发展，尽快让自己与世界融为一体，共同进步，携手发展。

中国知识产权法研究会张燕宾等几位同仁，经过认真筹划，推出了《知识产权文摘》。我相信，他们的努力一定能为积累和丰富与知识产权有关的现代文化建设作出贡献。

谨以2012年5月我在中美知识产权司法审判研讨会上的发言代序

目 录

代序：知识产权制度与中国的现代性 刘春田

为品牌代言的政治家们 诸葛漪 / 1

郑亚旗：经营父亲郑渊洁 夏宏 / 10

腾讯为何要和奇瑞争夺汽车领域QQ商标？ 王小敏 / 17

李静复制李静：电商“外行”能走多远？ 翟文婷 / 21

关注“国内立体商标争议第一案”背后 姚芃 / 31

论消费者在商标法上的优越地位 李东海 / 37

赫德与中国《商标注册试办章程》 董葆霖 / 48

商标注册试办章程（清） / 50

商标立法要义 章圭臻 / 55

商标是什么？ 程永顺 / 57

珍贵文物仿制品能用专利保护吗？ 胡嫒 / 60

时装的外观设计专利保护 郑友德 / 67

一个民间发明家和他的卖饭机器人 樊力 / 73

专利挖掘者 贺涛 / 79

世纪之交西方知识产权观念的输入 安守廉(美国) 译者：李琛 / 87

振兴工艺给奖章程（清） / 92

专利布局，一场面向未来的圈地运动 姜洪波 / 94

仿制药时代：最好与最坏 刘琳 / 97

专利司法实践对专利制度及立法的推动与完善 程永顺 / 105

切肤之痛——商业秘密侵权泛滥 韩元牧 吴莉娟 / 122

客户名单——经营秘密保密关键

我国历史上首例小说盗版案催生《大清著作权律》 陈大康 / 127

大清著作权律(清) / 131

《百年孤独》的版权纠结 全海龙 / 139

《人在囧途》状告《泰囧》侵犯著作权 余瀛波 / 145

“中国好声音”开播引版权大战 酷我百度起纷争 雷建平 / 147

丧礼音乐也要付钱 小星 / 150

《红色娘子军》还能舞下去吗? 孙莹 / 154

《著作权法》修法幕后 乌力斯 / 159

我和版权有个约 何映宇 / 162

抄袭到底伤害了谁? 范昕 / 165

数字音乐:巨鲸之死 金姬 / 168

关于记者著作权的若干问题 陶国峰 / 173

李经纬:从孤儿到“中国魔水”一颗健力宝星的陨落 张丽娟 / 179

褚时健:做一份事业,感觉就是遇到了一个舞台 朱慧憬 / 183

中国知识产权制度中的一个里程碑 程永顺 / 189

知识产权中国式“泥沼” 蒋一凡 / 193

简析PCT申请的程序安全保障 王正发 / 198

30年代上海的市井文化 倪锡英 / 206

香港那碗茶 刘荻 / 215

动态 / 218

为品牌代言的政治家们

诸葛漪

名人政要们的穿戴不仅能影响到时尚潮流，更是一种有效的政治工具。政治家的打扮是与大众之间的交流行为。本杰明·富兰克林曾忠告说：“为自己而吃，为别人而穿。”对政治家而言，穿着是绝对不能疏忽的方面。如果想成为大众支持的政治明星，就要通过着装来表达自己的，通过着装的颜色传达政治信息。

LV广告男模戈尔巴乔夫

阴暗的天空，破败的柏林墙，黑色老式轿车，还有一个前苏联总统戈尔巴乔夫，谁能想到，这些景物的组合居然是为了宣传时尚奢侈品牌Louis Vuitton。

从去年开始，Louis Vuitton 在原有时装广告基础上增加了全新核心价值广告系列。这些广告并不用于推销任何新产品，而是关于品牌形象和理念，即“旅行”。Louis Vuitton 传讯总监 Antoine Arnault 强调：“我们希望大家重新认识 Louis Vuitton。”

俄罗斯《青年参考》报评价，“由戈尔巴乔夫担任模特拍摄的这组照片，本身存在巨大的反差：一位过时的政治人物，在一个过时的环境里，居然使用绝对时尚的品牌旅行包。刹那间，Louis Vuitton 的光芒让戈尔巴乔夫的形象显得更为黯淡，但也绝对吸引眼球。”

俄罗斯媒体报道认为，十年前戈尔巴乔夫曾为必胜客拍摄了电视广告。虽然广告拍摄方不愿透露 Louis Vuitton 在新广告上给戈尔巴乔夫的代言费，但鉴于戈尔巴乔夫1997年为必胜客快餐拍摄电视广告，一下子就赚了16万美元，此次戈尔巴乔夫的代言费也应该不会太少。据悉，戈尔巴乔夫起初并不情愿接拍这个广告，直到 Louis Vuitton 承诺为他的环境慈善组织“国际绿十字”捐款并在广告中提到该组织。几年前，戈尔巴乔夫就把他的名字“戈尔巴乔夫”、昵称“戈尔比”甚至前额上那块暗红的胎记统统都注册成了商标。此外，戈氏还同意将“戈尔比”的昵称用于苹果电脑，其广告收入全部划入他本人的账下。

戈尔巴乔夫现身时尚广告显示了奢侈品行业在地缘政治上的大转变：富有的俄罗斯人正在西进，他们的花销占据奢侈品大蛋糕中的很大一块。贝卡里称，Louis Vuitton 希望新的审美倾向能够开拓中国和俄罗斯的受众。

奢侈品不再只是红男绿女的物欲符号，同样也是知识分子、政客精英的精神诉求。戈尔巴乔夫正是 Louis Vuitton 最传神的注脚。由奥美广告公司操刀的这一新广告战略也反映了奢侈品公司试图在更人性化的层面上接触消费者。过去，许多奢侈品牌主要依赖于所谓的“把产品当英雄”的方式来推广。新的方式则把产品整合进了更逼真的场景中。比如新广告中的所有名人没有注视照相机。戈尔巴乔夫的包甚至远离画面中心，上面还盖着报纸和杂志。

但这则看似商业味道十足的广告，也因为主角特殊而引发争议，居然被发现蕴涵着政治阴谋：放在 Louis Vuitton 旅行包上面的杂志俄文标题为《利特维年科谋杀案：他们为了七千美元而放弃嫌犯》。如果翻开杂志就会发现，这篇文章是在指责普京应该对“没有被揭穿的杀害俄罗斯女记者安娜和前克格勃工作人员利特维年科的凶手们”负责。对于广告中的这个细节，英国媒体表示非常惊奇，因为外界普遍认为，戈尔巴乔夫是普京的支持者，他在不同场合都表示过对他的赞赏。戈尔巴乔夫甚至还组织了一个政党支持普京。作为广告中的主要角色，难道戈尔巴乔夫连身边放着什么杂志都没有看

吗？仅仅用疏忽似乎解释不通。尽管广告公司奥美声称毫无政治意涵，他们若想传达讯息，不会使用斯拉夫文，还颠倒着放，不用放大镜看不清楚，但这种说法无法取信于大众，连汉堡上的芝麻粒都是手工精心安放的广告界大佬，怎可能如此粗心大意。

英国《金融时报》记者针对广告中的这个细节，希望采访戈尔巴乔夫，不过戈尔巴乔夫本人并没有就此进行任何回应。俄罗斯新闻网站在报道中援引分析人士的观点指出，作为一家世界知名的公司，Louis Vuitton 不太可能将自己卷入政治争吵当中，所以广告本身是个阴谋这几乎不可能。发生这种事情的原因，很可能是现场工作人员有意或者无意的行为，也许是哪个人想跟他开个玩笑。不过，这显然是个疏失。

俄罗斯政坛许多人物在商业领域也颇有头脑，最有效的方法之一就是出售自己的姓名商标专利。有些人的姓名专利权价值数万或数十万美元。众所周知，俄罗斯人对伏特加情有独钟，因此，伏特加巨大的市场自然吸引了众多政治家。现在在俄罗斯酒类市场上以政治家名字命名的伏特加应有尽有：“戈尔巴乔夫”、“叶利钦”、“普京”、“日里诺夫斯基”等等。普京牌伏特加仅在波罗的海国家销售。俄罗斯自由民主党主席日里诺夫斯基甚至进军化妆品市场，生产专门针对女性消费者的“日里诺夫斯基”牌香水。

“商标注册风”也刮到乌克兰。乌克兰总统尤先科早在2001年就注册了“尤先科”、“维克多·尤先科”、“维·尤先科”、“尤先科集团”的商标。随着“橙色革命”风暴在乌克兰刮起，尤先科的长子安德烈抢先注册了“橙色革命”的商标。乌克兰全国曾激烈争论安德烈是否有注册、出售“橙色革命”标志纪念品的权利。据计算，“橙色革命”纪念品可为小尤先科带来1亿美元的巨额收入。

美国：穿着等于支持率

有人夸张地说，奥巴马之所以能够在超级星期二后，一口气夺下11个州的胜利，是因为其俊朗时尚的外表能够通杀二十到四十岁间的所有女性选

民。这位四十六岁的黑人政治家曾和他的妻子米歇尔被多个杂志评为“最佳着装人士”。他在参加脱口秀节目“晚间秀”时，用黑色代替中规中矩的深蓝色，以黑色单排扣西服配上标准的白色衬衫，再衬上一条2.5英寸宽的浅蓝领带（以今天标准，连3英寸宽的领带都被视为太窄。）这身穿着赢得了主持人大卫·雷特曼发自内心的赞许。“你穿了一套极品西服，那真是一套有候选人资格的西服啊。”当天出席同一个节目的好莱坞影后哈利·贝瑞一个劲地点头：“我喜欢这套西服。我还会给他的衣服投票。”

奥巴马的衣服总是契合男装潮流——修身西服和锥形领带，比国会山常见的保守剪裁青春很多，呈现出一种具有迷惑性的简单式样，没有上身口袋里折叠的手帕，没有袖口浮华的链扣，没有领夹或双色衬衫，没有绚丽的领带图案，只有上档次的品位。《人物》杂志夸奖他穿泳裤都比对手好看。但政客穿着太时尚是冒风险的。肯尼迪曾担心对衣着的高品位会疏远自己与大众的距离，奥巴马也为此遭受了批评。《纽约时报》的专栏作者就指责奥巴马花太多时间在健身房和为《名利场》《VOGUE》拍照。

奥巴马的竞争对手、前第一夫人希拉里2002年还曾被《人物》杂志评为“年度最差着装”。自从决定竞选那天起，她的衣着品位也开始随着炙热的人气扶摇直上。民主党击败共和党夺回国会控制权的庆功大会上，希拉里身穿一件鲜艳的黄色上衣服装。专家评论：黄色是星条旗和美国两大政党的旗帜都没有采用的颜色，希拉里在关键场合选择黄色出场，就是她有参选总统的野心的最好证明。希拉里曾在出席参议院会议时穿了一件低领口的上衣，不经意地泄露了胸前“春光”，惹来《华盛顿邮报》大做文章。普利策奖得主吉文表示希拉里一向中性打扮，今次露出乳沟未免“异常炫耀，让人看了感觉不舒服”。也有人认为希拉里露乳沟显然不是“不经意”，而是经过深思熟虑的行为，她所体现的是女权主义，她所炫耀的不是身体，而是政治主张，只不过从政治策略上说，这个炫耀太大了，过度刺激，那是另外一回事。

律师出身的希拉里以前喜欢穿深色外套，美国著名时装设计师Oscar de

la Renta 建议她改穿浅蓝色和浅粉色的衣服，这样看起来更具亲和力，也有助缓和希拉里工于心计与强势的冰冷形象。至于她那款知性的金色短发，则归功于某次脱口秀前的大手笔。据说，这可以让她遮掩年龄增长带来的灰白发迹，增加肤色亮度，并且修饰脸形。在最近的竞选活动中，设计师 Diane von Furstenberg 看准了希拉里身上所蕴涵的潜在时尚价值，不但向其捐献了4600美元，还为前来助阵的切尔西提供了该品牌2008早春系列Warped连衣裙。在全世界的闪光灯照耀下，相信 Diane von Furstenberg 日后能得到的回报自然远不止那几千美元。

在美国政界，红色套装据说已成了一个约定俗成的惯例，因为红色象征权势，具有很强的视觉冲击力，在一片单调的“灰蓝”色系中能脱颖而出，因此备受女强人的青睐。红色的披肩、珍珠项链、Armani套装，六十七岁的美国众议院议长佩洛西以一身令人怀疑其年龄的着装点缀了《纽约时报》的封面。她当选首位众议院女议长时，按照《华盛顿邮报》的话说，“Armani 套装让她看起来非常职业。”

克林顿政府时的国务卿奥尔布赖特也以喜欢穿红色套裙著称。她和英国前首相撒切尔夫人一样钟爱珍珠，她们都坚信珍珠能衬托女性的庄重。但不同的是，奥尔布赖特还有一套自己的“胸针哲学”。当她和伊拉克外长阿齐兹会面时，就戴着一枚蛇形胸针。与俄罗斯总统叶利钦会面时，她佩戴的胸针换成了一枚象征美国权威的雄鹰。她每次出使中东地区，通常会戴着象征和平的金色鸽子，或“不达目的绝不罢休”的山羊造型的胸针。她在会见朝鲜最高领导人金正日时，佩戴的是美国国旗的胸针。在欢乐的场合，她会戴个热气球胸针，有时为表达诚意还会搭配小天使胸针。尽管奥尔布赖特佩戴的胸针多属于模仿型的设计产品，但其中蕴涵的哲理及外交语言不言自明。

奥尔布赖特的继任者国务卿赖斯更爱美，她的办公室里有两面落地镜，好随时关注自己的仪容。不俗的衣着品位使她获得了2001年《时尚》杂志年度最佳服饰奖。赖斯的助手吉姆·威尔金森透露，她喜欢著名设计师设计的昂贵服装，尤以Armani和Oscar de la Renta最受青睐。并且她还是个“鞋

痴”，热衷于收集高跟鞋。至于化妆，美国人都知道她最爱YSL唇膏。

英国：你的领带是什么颜色

职业穿着是一种心理学，兴起于上世纪80年代的“权威穿着”（power dressing）潮流就是一个绝佳例子。被誉为美国首位衣柜工程师的 John Molloy 在《穿出成功》一书中说，穿上足以表现权威和专业的衣着，是成就事业的必要条件。

布朗担任财政大臣十年，一直对红色领带情有独钟。在成为英国首相当天，他系一条红色领带离开财政部，却在晚些时候换上了一浅蓝色领带站在唐宁街十号门口挥手致意。英国格拉斯哥机场遭遇“汽车爆炸”恐怖袭击，布朗随后换下紫色领带，转而戴上了一条深蓝色领带发表讲话。因此媒体猜测，布朗凡是遇上历史性转变的时刻，总要换上一条蓝色领带。其中，浅蓝是布朗的最爱，深蓝居其次。即使哪天布朗选择了一条黑色领带，也必定少不了蓝色条纹分布其间。

英国保守党领袖卡梅伦经常系着自己招牌式的绿色领带，脚穿系着绿色鞋带的运动鞋，以彰显自己的环保观念。在英国《GQ》杂志评选中，戴维·卡梅伦荣登2007年度“英国最佳着装男士”的第二名，仅次于新任007丹尼尔·克雷格。卡梅伦喜欢穿剪裁得体的西装，白色衬衫搭配领带。衣领既不僵硬也不太松垮，领带既不宽大也过窄。惠勒说，他的穿衣风格是既不想引人注意也不想令人不愉快，就像他的政策一样。《GQ》杂志在评价这位喜欢穿限量版匡威运动鞋的保守党领袖时称，卡梅伦是“一位深知外表和语言具有同样重要性的政治家”。

卡梅伦的“秘密时尚武器”是一位名叫蒂莫西·埃佛勒斯的著名设计师。布朗也很喜欢埃佛勒斯的设计，不过布朗的穿着却完全没有像卡梅伦那样获得认同，在《GQ》榜单上，他被评选为“最差着装男性”的第二名。英国《独立报》评价说，卡梅伦与布朗的对比不由得让人想起这样一句老话：“重要的不是你穿什么，而是你怎么穿它。”自从成为伦敦萨维尔街百

年英国老店Gieves & Hawkes的顾客后，布朗的衣着没有问题，唯一的缺点就是他那笨拙的姿态，以及他那不太令人舒服的装扮。

法国：总统爱意大利名牌

法国总统萨科齐非常讲究衣着，但显然他和拿破仑一样受到身高的“困扰”。萨科齐身高约1.65米，比身高约1.69米的拿破仑还矮了一小截，是法兰西第五共和国个子最矮的领导，因此萨科齐强调“向外扩而不是向上扩”，为此他所做的就是衣服上用非常大的垫肩。

他想传达的明确信息是：“我也许不高，但我很宽厚。”尽管名模妻子站在身边比他还高，但却不会让人觉得他就被比下去了。《名利场》杂志更把他评选为2007年度“全球最佳衣着人士”。有趣的是，作为时尚之国的领袖，萨科齐最爱的品牌并不是法国国货，而是意大利品牌Prada。在总统就职仪式上，萨科齐选择了Prada单排三扣深蓝色西装，郑重地扣上了中间那粒纽扣。看萨科齐出席正式场合非常注重细节，他很少选择一粒扣西装，更偏爱单排二粒扣或单排三粒扣西装，完全不会犯将扣子全扣上的土气错误，他经常潇洒地不扣扣子，步履轻松地朝群众挥手。《名利场》编辑赞美他，“萨科齐的风格耀眼、浪漫、富有男子气概，而且还带有一种极富吸引力的亲切感和幽默感……我们喜欢他就职典礼上穿的Prada西服，他所有的衣服，甚至慢跑时穿的运动服，都无可挑剔。”

萨科齐竞选总统时的对手、社会党领袖罗雅尔也常因身上优雅的名牌服装而引人注目。罗雅尔的长发和喇叭裙是典型的天主教上层妇女的穿着。在正式获总统候选人提名后，罗雅尔改以一身白色系服装亮相，让人感到几分居家味道。罗雅尔本身是左派，她却选择了右派更容易接受的服装。显然，她希望在拉住左翼选民的同时，也勾住右翼的票。罗雅尔在接受媒体采访的时候，曾坦白承认：“为了能够代表法国，我得时刻注意自己的穿着。”Paule Ka、Agnes'b、Zara都是其钟爱的品牌。