經濟部智慧財產局
105年度「文創產業著作權實務與案例研討座談會」

數位內容的著作利用與授權

章忠信
東吳大學法律學系

08/05/2016

著作權筆記

學經歷

- 東吳大學法律學系司法實務組法學士
  美國美利堅大學華盛頓法學院國際法學碩士
  American University, Washington College of Law, LL.M
  國立交通大學科技管理學院科技法律研究所博士
- 臺科大智慧財產學院、交大、清大科法所;東吳、銘傳法研所、逢甲財法所;警察大學、中原、世新等法律系兼任助理教授(營業秘密法、著作權法專題、智慧財產權概論)
- 經濟部智慧財產局著作權組(簡任督導)
- 教育部教師申訴評議委員會、技職司、參事室專門委員

現職

- 東吳大學助理教授
- 大葉大學智慧財產權在職碩士學位學程兼任助理教授
- 經濟部智慧財產局著作權審議及調解委員會委員
- 法務部專家諮詢資料庫「著作權法」諮詢專家
- 教育部磨課師計畫智慧財產權諮詢平台主持人
- 「著作權筆記」公益網站主持人(www.copyrightnote.org)

著作的利用

- 授權利用(合意授權利用§37)
- 強制授權(向TIPO申請付費利用)
  - 音樂著作§69、孤兒著作(文創法§24)
- 法定授權(依法律規定付費利用)
  - 教科書之利用§47(重製、改作或編輯，不准上雲端)
- 合理使用(免申請、免付費)
  - §44~§65

著作權的內容

- 著作人格權--永久保護(§18)

  公開發表權(§15)

  姓名表示權(§16)

  禁止不當修改權(§17)

專屬於著作人本身，不得讓與或繼承。(§21)

- 著作財產權(著作人終身加50年或公開發表後50年，得讓與或繼承。)

著作權的內容
著作財產權

* 再現著作內容
  - ◎重製權(§22)
  - ◎改作權與編輯權(§28)
* 對公眾提供著作內容
  - ◎公開口述權(§23)
  - ◎公開播送權(§24)
  - ◎公開上映權(§25)
  - ◎公開演出權(§26)
  - ◎公開傳輸權(§26bis)
  - ◎公開展示權(§27)
  - ◎散布權(§28bis)
  - ◎出租權(§29)
  - ◎輸入權(§87-I-4)

著作財產權之期間

- 原則:著作人終身及其死亡後五十年(§30)
- 例外:著作公開發表後五十年

1.別名著作或不具名著作(§32)

2.法人為著作人之著作(§33)

3.特定著作(攝影、視聽、錄音及表演) (§34)

- 計算方式:以該期間屆滿當年之末日為期間之終止(§35)。

著作財產權消滅之效果(§30)

著作財產權消滅之著作，除本法另有規定外，任何人均得自由利用。

(不得侵害著作人格權)

公共所有(public domain)

著作財產權之讓與或授權

- 想當年李白杜甫誰給他們版稅！李白喝酒寫詩，酒店老闆把詩貼在牆上，「這就是上網」；來喝酒的人看見抄了下來，「這就是下載」。網路讓文學流通如此便利，「李白杜甫作夢也想不到！」----王鼎鈞

著作財產權之讓與或授權

- 王鼎鈞不在意寫作的稿酬--寫作帶來快樂，比金錢能給的快樂還多。
- 版商給的稿酬真的很微薄，不足大師在意？
- 李白的詩不如木工的椅子？任何人都要用椅子，實用耐久；李白的詩僅有達官貴人與文人才會購買欣賞，沒有實用性。

著作財產權之讓與或授權

- 李白從來無法想像印刷及傳播技術發明後，詩可以印刷賣錢，也可以收費授權他人透過廣播、電視與網路散播。
- 科技發明及不斷演進後，著作權法制隨之建立與修改。

著作財產權之讓與或授權

- 李白喝醉酒就寫詩抵酒錢，故酒錢等於版稅？
- 李白賣出寫詩的紙(真跡的物權)，讓老板貼在牆上，未賣出詩的著作財產權。
- 版稅是指每被轉抄一次都要付一次錢。如果當時有版稅概念，每次傳抄都可收一次費，李白只要寫一首詩，就可以喝一輩子，不必每次缺酒錢都要重新創作一首詩。
- 當時若有版稅概念，就無多首膾炙人口好詩。

著作利用之授權

- 授權利用≠使用者付費
- 市場機制決定一切
- 來自星星的你
  - 片頭曲？
  - 片尾曲？

著作利用之授權

- 美國國家美式足球聯盟（NFL）超級盃中場秀
- 麥可傑克森(1993)、珍娜傑克森(2004)、Rolling Stone(2006年) 、瑪丹娜(2012)、碧昂絲(2013)、Bruno Mars(2014)、凱蒂佩芮（Katy Perry）(2015)
- 未支付報酬，只負擔表演團隊的器材與食宿，約在數百萬美金。

著作利用之授權

- 2013年，超級盃收入90億美金
- 2014年，超級盃廣告時段，每30秒400萬美元;2016年，每30秒500萬美元。
- 超級盃中場秀冠名權----「超級盃百事可樂中場秀」
- 要付多少費用才能取得演出機會？

著作利用之授權

- 2015年凱蒂佩芮沒有發行新專輯或舉行美國巡演，但在超級盃中場表演經過1週之後，現有作品銷量激增92%，YouTube中場秀影片點閱率飆到數百萬次。

著作利用之授權

- 2016年英國酷樂樂團Coldplay
- 新世紀最吸金樂團--滾石雜誌
- 15分鐘現場演出，1億美國觀眾，酷玩樂團(Coldplay)2012年巡迴演場會觀眾的50倍以上。
- 藝人與樂團大放異彩的好時機。

著作利用之授權

- 2016年英國酷樂樂團Coldplay
- 新世紀最吸金樂團--滾石雜誌
- 15分鐘現場演出，1億美國觀眾，酷玩樂團(Coldplay)2012年巡迴演場會觀眾的50倍以上。
- 藝人與樂團大放異彩的好時機。

？音樂產業？慘業

- **“當代CD銷量下滑，但演唱會場次與黑膠銷售，卻在上揚，所以音樂肯定不會死，只是轉換跑道，因此，對於能夠唱現場的歌手來說，盛宴還在，餅仍大！只要放下對銷售數字的迷戀，一樣唱得很滿足！”**

(黃子佼 2015.03.26. 聯合報,
專輯難賣…演唱會黃金時代降臨)

音樂產業？慘業？

- 現場演唱或演奏(數百觀眾)
  - 報章報導、號外廣告(文字宣傳憑想像)
  - 廣播、電視
- 黑膠唱片、卡匣、卡帶、beta、VHS、CD、DVD
- 現場演唱或演奏(數萬觀眾)
  - MP3、MV(實質內容親體驗)

音樂產業？慘業？

- 數位權利管理(DRM)機制之運用
  - 資料庫鎖碼付費機制？
- 著作權集體管理制度之運作
  - 會員制(2004年KKbox每月149元無限收聽、2013年進入臺灣的Spotify、2015年Apple Music及Google Play Music)
- 著作權商品與廣告之角色變換
  - 音樂單曲免費下載，演唱會門票3,000元↑？

音樂產業？慘業？

- 黑膠唱片、卡匣、卡帶、beta、VHS、CD、DVD----所有權
- 線上音樂平台 (KKbox, myMusic, Omusic)----收聽權
- 檔案下載----串流
- 音樂產業不是消失而是變遷轉移
  - 演唱現場—載體—演唱現場＋線上音樂平台

？音樂產業？慘業

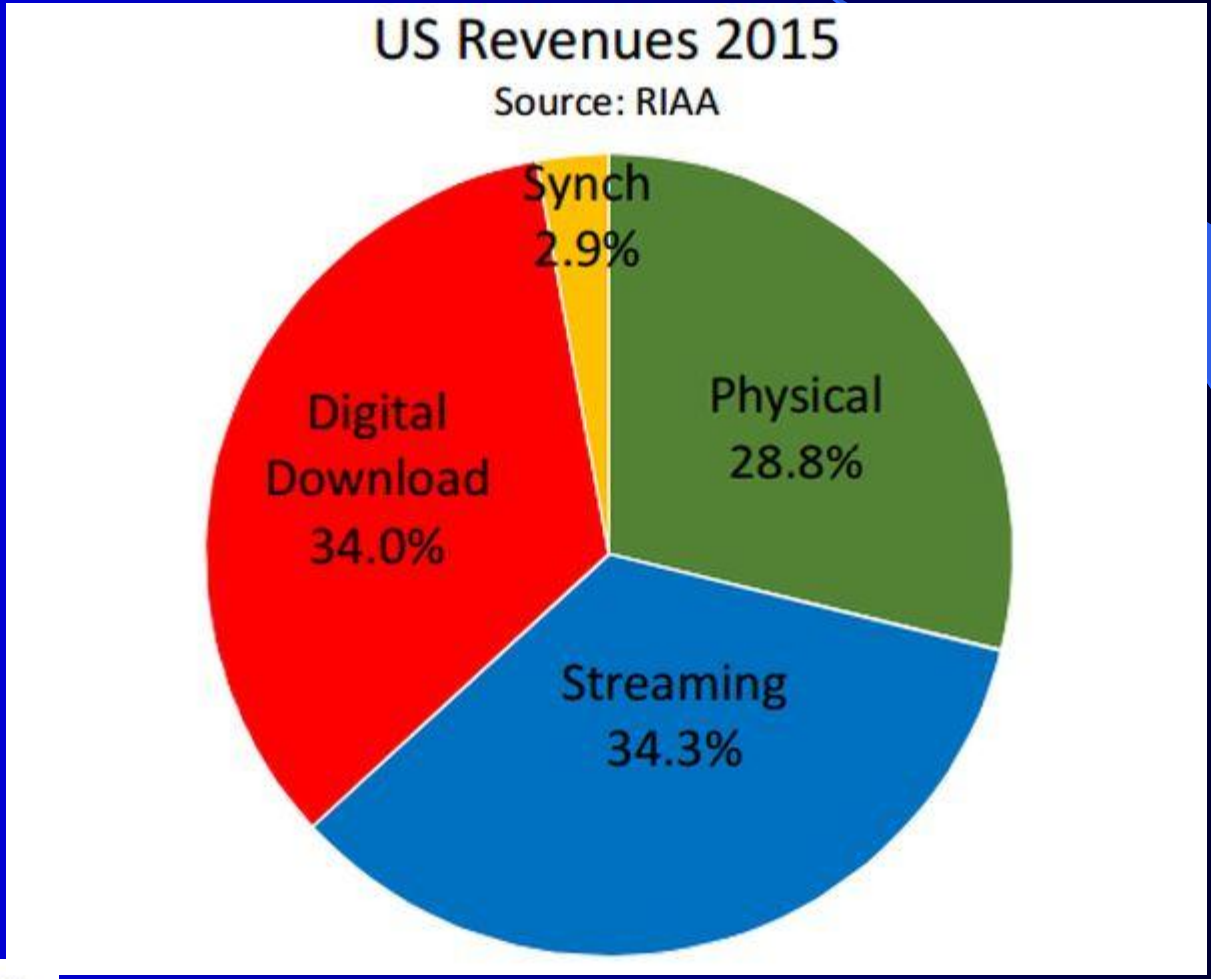
- 國際唱片業協會(IFPI) 2015.04發布統計，2014年全球數位音樂發行收益達68.5億美元，首次超越CD或唱片等實體音樂產品銷售額之68.2億美金。

？音樂產業？慘業

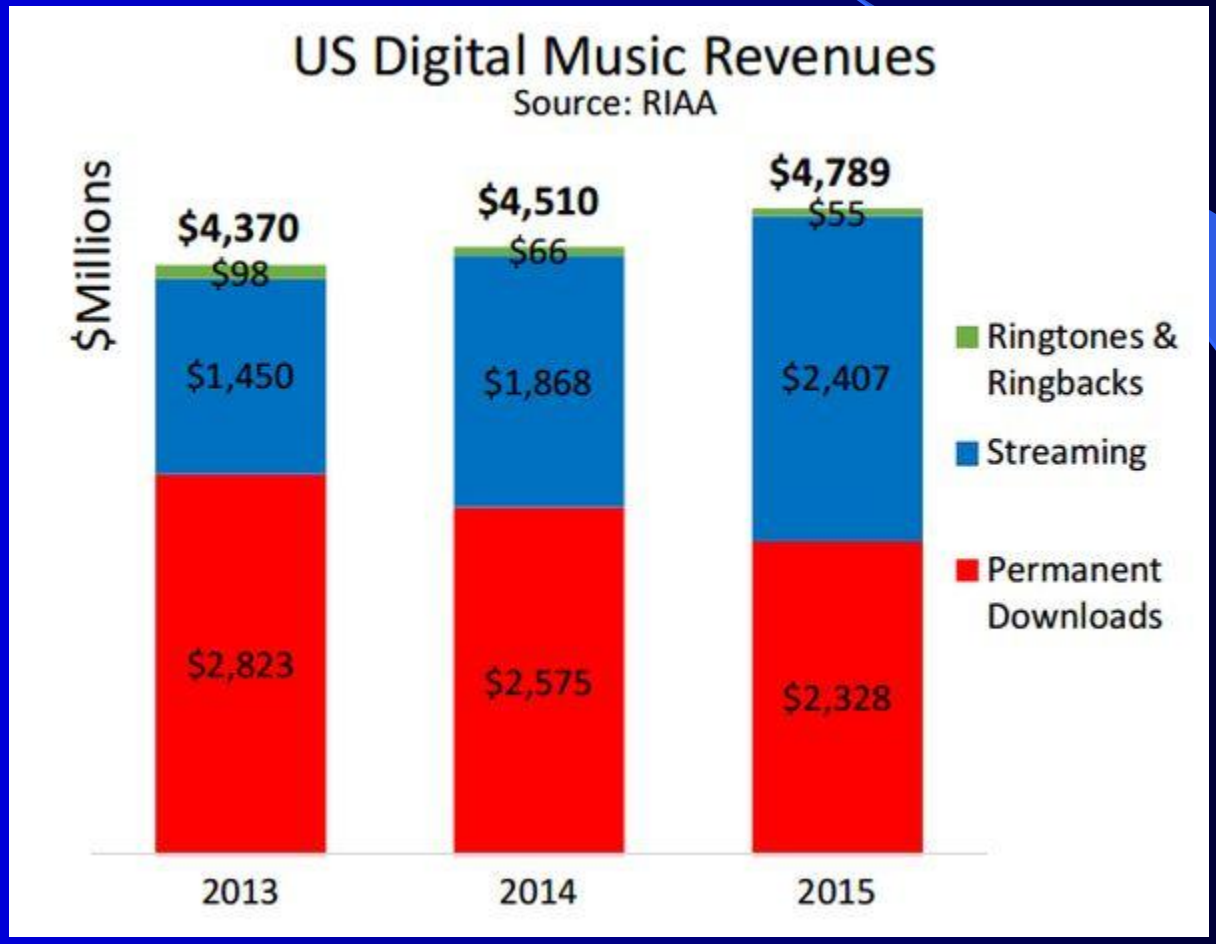
- 2015年全美音樂產業營收(48億)，CD銷售金額下滑一成，數位音樂成長6%，串流音樂(24億)首次超越下載(23億)，在Spotify、Apple Music帶動下，付費用戶成長快速(52%)。

(2016.03.20.美國唱片業統計)

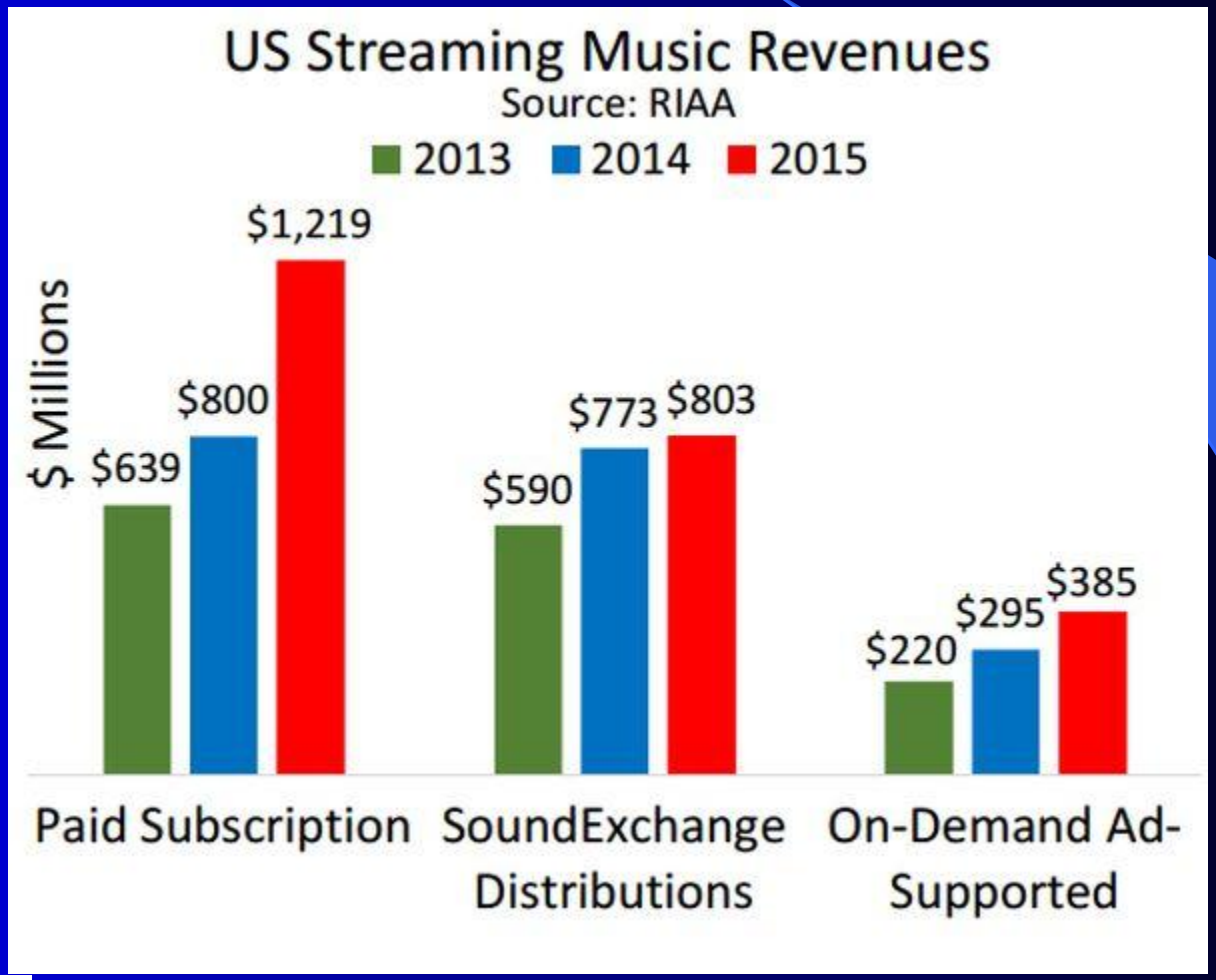
？音樂產業？慘業


US Revenues 2015
Source: RIAA
Synch
2.9%
Physical
28.8%
Digital
Download
34.0%
Streaming
34.3%

？音樂產業？慘業


US Digital Music Revenues
Source: RIAA
$Millions
$4,370
$98
$1,450
$2,823
$4,510
$66
$1,868
$2,575
$4,789
$55
$2,407
$2,328
2013
2014
2015
Ringtones & Ringbacks
Streaming
Permanent Downloads

？音樂產業？慘業


US Streaming Music Revenues
Source: RIAA
2013
2014
2015
$ Millions
$639
$800
$1,219
$590
$773
$803
$220
$295
$385
Paid Subscription
SoundExchange Distributions
On-Demand Ad-Supported

？音樂產業？慘業

音樂產業新型態已經到來：

- **體驗經濟（演唱會、互動式商品）**
- **科技與音樂結合（穿戴與體感裝置、AR與VR）**
- big data重要性提升(透過**串流平台與移動裝置**, 對消費者之廣告精確投射)
- 規模經濟或區域經濟不再。

？音樂產業？慘業

- big data重要性提升(透過**串流平台與移動裝置**, 對消費者之廣告精確投射)
- 全世界的消費者(how many), 誰(who)在甚麼時候(when)用甚麼設備(which)收聽甚麼音樂(what)？

？音樂產業？慘業

- 英國Musicweek報導，Spotify2015年第1季廣告收入比去年同期成長53%。
- Spotify For Brands證實，2015年第1季**移動裝置廣告收入比2014年同期成長380%。**
- 業者根據全球58個市場消費行為洞察報告，掌握到消費族群是哪些人、從哪裡來、何時收聽哪些音樂，進而鎖定聽眾族群，為品牌行銷做出更精準策略。

？影音產業？慘業

- 電影傳統產業鏈
  電影院—VHS、DVD—有線電視--無線電視
- 影音產業(影集、MV)新通路(OTT技術崛起)
  電視到網路、電腦到手機(行動載具)
  用行動載具看影片
- iPhone使用率結合4G吃到飽服務，讓OTT有發展空間。

？影音產業？慘業

Netflix

- 2016 年 2 月美國財經雜誌Fast Company「2016 全球 50 家最具創新力的公司」第五名。
- 自製播出影集:《紙牌屋》、《超感八人組》、《馬男波傑克》。

？影音產業？慘業

Netflix

- 1997年在美國成立的10人線上租片公司----用戶通過實體信箱接收或線上方式觀看10萬部DVD。
- 2015年50個國家接近6,000萬用戶，營收60億美元。

？影音產業？慘業

2000年

- Blockbuster（百視達）----528家連鎖店，2,000萬訂戶，4,190 名員工，大部分盈利來自客戶忘記按時還帶之違約金(一年3億美元)。
- Netflix----12 萬訂閱用戶，虧損6,000 萬美元，每月10美元每次可租借兩張DVD，線上預約，郵寄投送，不限次數。

2010年9月----Blockbuster宣告破產。

？影音產業？慘業

- 2006 年, Netflix訂戶接近千萬, DVD 租賃及銷售總收入達到 270 億美元。
- 不迷戀既有賺錢模式, 勇於邁向新挑戰---HBO。
- 2007年進入線上影音串流服務
- 2012 年, Netflix串流訂戶2500 萬人, 實體 DVD 出租訂戶從1,100萬下降為800萬。

？影音產業？慘業

- **2013 年Netflix推出自製節目《紙牌屋》, 使全球付費訂戶淨增1,100 萬。當年10月股票突破 300美元, 回到歷史高位。**
- 2015年付費用戶數超越HBO, 股價也漲至450 美金, 收入70億美元, 付費用戶6,600 萬。

？影音產業？慘業

- Netflix
- 實體DVD線上出租---淘汰Blockbuster
- 線上影音串流平台----打掉重練
- 自製節目串流影音服務----淘汰HBO？
- 電視公司的噩夢？

？影音產業？慘業

- 2016.01.Netflix雄心登台
  - 網路串流
  - 自製內容
  - 是影音圖書館，不是線性電視台
  - 月租費分為270元、330元、390元
  - 電影442部、影集142部，總數594部(相對少於美國站5661部、日本1823部、韓國712部、新加坡687部、香港596部)

？影音產業？慘業

- 2016.06.Netflix與三立合作，買下《命中注定我愛你》、《下一站幸福》、《犀利人妻》等超過20部電視劇，台灣及全球會員將可在Netflix上觀賞。

？影音產業？慘業

- Netflix的影音行銷革命
  - 無線、有線頻道的競爭者(再見電視)
  - 全面改革觀眾收視習慣
  - 不被廣告和收視數字綁住(收視率對外保密)
  - 不受播放平台限制(轉換平台播放器之無縫接續看)
  - 訂戶能快速找到最喜愛節目
  - 訂戶完全自主(在哪裡看、用甚麼看、看甚麼、看多久)
  - 透過訂戶看片紀錄之大數據分析推薦影片
  - 2016年Netflix預計投入50億美元製作原創內容

？影音產業？慘業

- Netflix的影音行銷革命
  - 全球付費會員達 7,500 萬人, 美國地區佔4,000 萬人, 預期全球化佈局下, 2016第一季將增加 600 萬總會員數, 整體會員人數上看 8,000 萬人。

影音產業？慘業？
產業之調整----以Netflix為例

- 串流取代下載
- 方便、合理、貼心的服務
  - 每月270元
  - 消費者自己決定一切(在哪裡、看甚麼、看多久、怎麼看)
  - 轉換機器或暫停後，可以接續觀賞。
  - 依據觀賞資訊提供精準後續服務
- 盜版已成為消費者不願承受的負擔

？影音產業？慘業

- 2016.04.大陸最大視頻網站愛奇藝與中華電信合作，將旗下熱門戲劇(「琅琊榜」、「奔跑吧兄弟」及「花千骨」)、綜藝、動漫等節目，包套上架中華電信MOD，創跨國OTT與國內電信業合作首例，台灣成為愛奇藝進軍海外第一個市場。
- 愛奇藝將籌組台灣團隊製作台灣在地化節目大戲。

？影音產業？慘業

- 愛奇藝是中國大陸百度轉投資的視頻網站，2015年11月為止的用戶數已達2.68億，其中，付費用戶約1,200萬，是大陸視頻網站龍頭，騰訊與優酷土豆緊追在後。
- 愛奇藝收入模式:免費收看則插入廣告，會員付費則零廣告。
- 未來將通過IP(知識產權)與遊戲商串連，利用VR(Virtual Reality，虛擬現實)創造新商業模式。

？影音產業？慘業

- 愛奇藝2016年在台灣編列12億元採購預算，大量採購台灣節目，先推出《滾石愛情故事》為開站大戲，接著再推出《一把青》，都可免費收看。

？影音產業？慘業

- 中華電信2016年營運重點----整合4G、寬頻上網、OTT及MOD，發展數位匯流服務。
- MOD目前擁有190個頻道，其中150台HD TV，8個國外新聞台，現有132萬收視戶，其中，199元戲劇及計時149元收視戶已經超過50萬。

？影音產業？慘業

- Netflix每月270元之入門資費僅能看標準畫質及支援一個螢幕。
- MOD不簽約，月繳199元，可同時支援三個裝置螢幕上線;綁約月租費降至149元，為Netflix入門資費五折。

？影音產業？慘業

- Netflix不反對共享帳號之理由
  - 初期吸引更多人使用
  - 共享者習管使用後，終要獨立使用(子女成長、興趣分流、使用習慣之隱私考量)

？影音產業？慘業

- 2016.03.20.Catchplay 宣布於台灣、印尼及新加坡推出Catchplay On Demand 線上看片服務。
  - 美國八大公司電影及獨立電影發行商。
  - Movie Fan 免費註冊，每月免費看一部，單片60-80元。
  - Movie Lover月費250元，不綁約，舊片看到飽，部分新片。
  - 當地電影院門票收費。

著作財產權之讓與§36

- 非要式行為，惟建議以書面為之。
- 得全部或部分讓與他人或與他人共有。
- 讓與之範圍依當事人之約定;其約定不明之部分，推定為未讓與。
- 讓與人喪失著作財產權。

著作財產權之授權§37

- 非要式行為，惟建議以書面為之。
- 授權利用之地域、時間、內容、利用方法或其他事項，依當事人之約定；其約定不明之部分，推定為未授權。
- 授權不因著作財產權人嗣後將其著作財產權讓與或再為授權而受影響。
- 被授權人非經著作財產權人同意，不得將其被授與之權利再授權第三人利用。
- 專屬授權之被授權人在被授權範圍內，得以著作財產權人之地位行使權利，並得以自己名義為訴訟上之行為。著作財產權人在專屬授權範圍內，不得行使權利。

專屬授權

- 被授權人在被授權範圍內，得以著作財產權人之地位行使權利。
  - 等同於著作財產權人(一般授權之被授權人僅是自己可以利用著作，但沒有任何權利)
  - 得再授權他人利用。
  - 得以自己名義為訴訟上之行為。
- 著作財產權人在專屬授權範圍內，不得行使權利。

授權的疑慮

- 著作利用授權有沒有例稿？
- 頭痛不可以喝三支雨傘標
- 頭痛要看醫生，才能對症下藥。

—感冒？
—睡眠不好？
—壓力大？
—高血壓？
—腦部長瘤？

授權的疑慮

- 著作類別、權利種類、利用狀態複雜
- 專屬？非專屬(能否再授權第三人？)
- 授權條件

—地域、時間、內容、利用方法？
—權利金計算？一次性、按件計酬？
—品質、價格？
—著作人格權之行使
—庫存處理？

授權基本認識

- 著作完成就自動享有著作權。
- 眼望耳聞，不是自己的著作，就是別人享有著作權的著作。
- 授權利用是原則，合理使用是例外。
- 授權利用≠使用者付費
- 書面約定清楚是王道(親自簽名)

授權利用新趨勢

- 著作內容之接觸授權已經取代著作權商品所有權移轉之著作流通模式。
- 授權期滿一無所有已經取代著作物為繼承遺產之消費模式。
- 權利耗盡原則難有適用餘地。
- 羊毛出在狗身上，豬付錢。

Pokémon GO 的創新行銷術

- 著作結合創新與科技獲取最大利益。
- 精靈寶可夢—到處捕抓精靈。
- 皮卡丘的小夥伴長大了—復古。
- 結合手機及全球定位技術—虛擬與實體。

www.copyrightnote.org

Pokémon GO 的創新行銷術

- 付一點錢給《Pokémon GO》，就會讓野生神奇寶貝出現在你的店內，玩家要抓寶貝，就要前來你的店內，人氣旺了，錢潮就來了。
- 有一隻眾人爭逐的稀世寶貝即將出現，店家你要出多少錢？請先來參與競標。
- 寶貝被抓一次，著作人分到一筆錢，直接付費單買寶貝也可以。

www.copyrightnote.org

著作權法第六十五條

著作之合理使用，不構成著作財產權之侵害。

著作之利用是否合於第四十四條至第六十三條所定之合理範圍或其他合理使用之情形，應審酌一切情狀，尤應注意下列事項，以為判斷之基準：

一、利用之目的及性質，包括係為商業目的或非營利教育目的。

二、著作之性質。

三、所利用之質量及其在整個著作所占之比例。

四、利用結果對著作潛在市場與現在價值之影響。

著作權人團體與利用人團體就著作之合理使用範圍達成協議者，得為前項判斷之參考。

前項協議過程中，得諮詢著作權專責機關之意見。

著作權法第四十六條

- 依法設立之各級學校及其擔任教學之人，為學校授課需要，在合理範圍內，得重製他人已公開發表之著作。
- 第四十四條但書規定，於前項情形準用之。但依該著作之種類、用途及其重製物之數量、方法，有害於著作財產權人之利益者，不在此限。

著作權法第四十七條

- 為編製依法令應經教育行政機關審定之教科用書，或教育行政機關編製教科用書者，在合理範圍內，得重製、改作或編輯他人已公開發表之著作。
- 前項規定，於編製附隨於該教科用書且專供教學之人教學用之輔助用品，準用之。但以由該教科用書編製者編製為限。
- 依法設立之各級學校或教育機構，為教育目的之必要，在合理範圍內，得公開播送他人已公開發表之著作。
- 前三項情形，利用人應將利用情形通知著作財產權人並支付使用報酬。使用報酬率，由主管機關定之。

著作權法第四十九條

- 以廣播、攝影、錄影、新聞紙、網路或其他方法為時事報導者，在報導之必要範圍內，得利用其報導過程中所接觸之著作。

著作權法第五十一條

供個人或家庭為非營利之目的，在合理範圍內，得利用圖書館及非供公眾使用之機器重製已公開發表之著作。

著作權法第五十二條

為報導、評論、教學、研究或其他正當目的之必要，在合理範圍內，得引用已公開發表之著作。

著作權法第五十九條之一

- 在中華民國管轄區域內取得著作原件或其合法重製物所有權之人，得以移轉所有權之方式散布之。

著作權法第六十條

- 著作原件或其合法著作重製物之所有人，得出租該原件或重製物。但錄音及電腦程式著作，不適用之。
- 附含於貨物、機器或設備之電腦程式著作重製物，隨同貨物、機器或設備合法出租且非該項出租之主要標的物者，不適用前項但書之規定。

著作權法第六十一條

- 揭載於新聞紙、雜誌或網路上有關政治、經濟或社會上時事問題之論述，得由其他新聞紙、雜誌轉載或由廣播或電視公開播送，或於網路上公開傳輸。但經註明不許轉載、公開播送或公開傳輸者，不在此限。

著作權法第六十二條

- 政治或宗教上之公開演說、裁判程序及中央或地方機關之公開陳述，任何人得利用之。但專就特定人之演說或陳述，編輯成編輯著作者，應經著作財產權人之同意。

我們所面臨的挑戰

- 快速的網路技術發展
- 創新的產業經營理念
- 永遠追不上的法律規範

著作權筆記

我們所面臨的挑戰

- 網際網路
- 共享經濟

著作權筆記

我們所面臨的挑戰

- 全球最大的內容提供商Facebook不生產內容。
- 全球最大的計程車公司Uber不擁有車輛。
- 全球最大的旅館Airbnb不擁有房間。
- 全球最大網商阿里巴巴不擁有商店。

我們所面臨的挑戰

網路世代的人們

- 在Google找網站
- 在Facebook找內容
- 在Uber找計程車
- 在Airbnb找住房旅館
- 在網店找商品

結　論

- 一切都是借用，何必堅持擁有？
- 創作結合創新與科技，無限商機。
- 法律只是基本規範，商業模式是長久致勝之道。
- 市場依舊在，創意定乾坤。
- 借力使力，合作擴大市場。

著作權筆記

認識著作權

請看

著作權筆記

http://www.copyrightnote.org

E-mail:ch7943wa@ms12.hinet.net

敬請指教

著作權筆記