

著作權基礎觀念 及 簽定數位授權契約的注意事項

城邦媒體控股集團法務部

資深經理 邱大山

2017/5/17

tom[®]

講師

邱大山

現任

- Tom Group Limited(HK)台灣營運中心 法務部資深經理
- 城邦媒體控股集團 法務部資深經理
- 城邦文化事業股份有限公司 監察人
- 城邦文化藝術基金會 監察人
- 台北市雜誌商業同業公會 法務顧問

經歷

- 財團法人資訊工業策進會科技法律中心 法務經理
- 財團法人資訊工業策進會電子商務研究所 專案經理
- 和平整合資訊股份有限公司 法務經理



尖端出版
HTTP://WWW.SPP.COM.TW

美麗佳人
marie claire

GOOL

麥田出版

奇幻基地

H₂O 原水文化

臉譜

痞客邦

Popteen

客邦
TECHBANG

貓頭鷹

布克文化

馬可李羅
MARCO POLO

橡樹林

bobo 小天才

bella 農農
www.nongnong.com.tw

POPO 原創

Smart 智富

BUSINESS WEEKLY
商業周刊

城邦書店

gamebase
遊戲基地 .com.tw

獨步文化

PC home

商周出版

新通訊

VoCE
美妝時尚網

夢夢

經濟新潮社

cite
城邦 基金會

紅樹林

Choc 格女生

媽媽寶寶

MY HOME

PC/ADV
電腦王

GOLF

PCuSER 電腦人

Micro-Electronics
新電子

積木文化

易博士
easy books

春光出版

課程大綱

- 一、著作權法保護的對象
- 二、著作人格權與財產權
- 三、著作財產權的讓與及授權
- 四、合理使用VS抄襲
- 五、簽訂數位授權契約應注意事項



一、著作權法保護的對象

著作：著作人在文學、科學、藝術或其他學術範圍的創作。

(第3條第1款)註1：本簡報中未註明法律名稱者，均指著作權法。

要件：

1. 原創性
2. 具體的表達(點子?想法?概念?原理?)(第10-1條)
3. 限文學、科學、藝術或其他學術範圍(第2條)
4. 非著作權法規定不保護之標的(第9條) 例如：法律、公式、單純傳達事實的新聞報導、國家考試試題...

著作的種類

第5條 本法所稱著作，例示如下：

語文、音樂、戲劇、舞蹈、美術、攝影、圖形、視聽、錄音、建築、電腦程式。

第6條 衍生著作(翻譯、編曲、劇本、改編成電影、電視劇、舞台劇...)

第7條 編輯著作(資料庫、圖表...)

第7-1條 表演著作(朗讀、舞蹈...)



創作的主體及創作意識

著作人：創作著作之人(第3條第2款)

Q：

1. 未成年人？禁治產人？精神喪失之人？
2. 動物的創作？
2. 定點攝影？
3. 自然人？法人(第15條第1項但書)？

tom[®]

想一想哪張圖有著作權



by Lincoln Harrison



二、著作人格權與財產權

著作人格權：專屬於著作人本身，不可讓與或繼承。

公開發表權(第15條)

公務員?

姓名表示權(第16條)

翻譯者? 審訂者?

禁止扭曲變更權(第17條)

須達損及名譽

著作財產權：可以讓與或繼承。

重製權(第22條)

建築設計? 室內設計?

公開展示權(第27條)

公眾?

散布權(第28-1條)

權利耗盡(第59-1條)

出租權(第29條)

所有權人? 錄音/電腦程式?

公開口述權(第23條)

手語?

公開播送權(第24條)

公開上映權(第25條)

公開演出權(第26條)

語文/音樂/戲劇/舞蹈

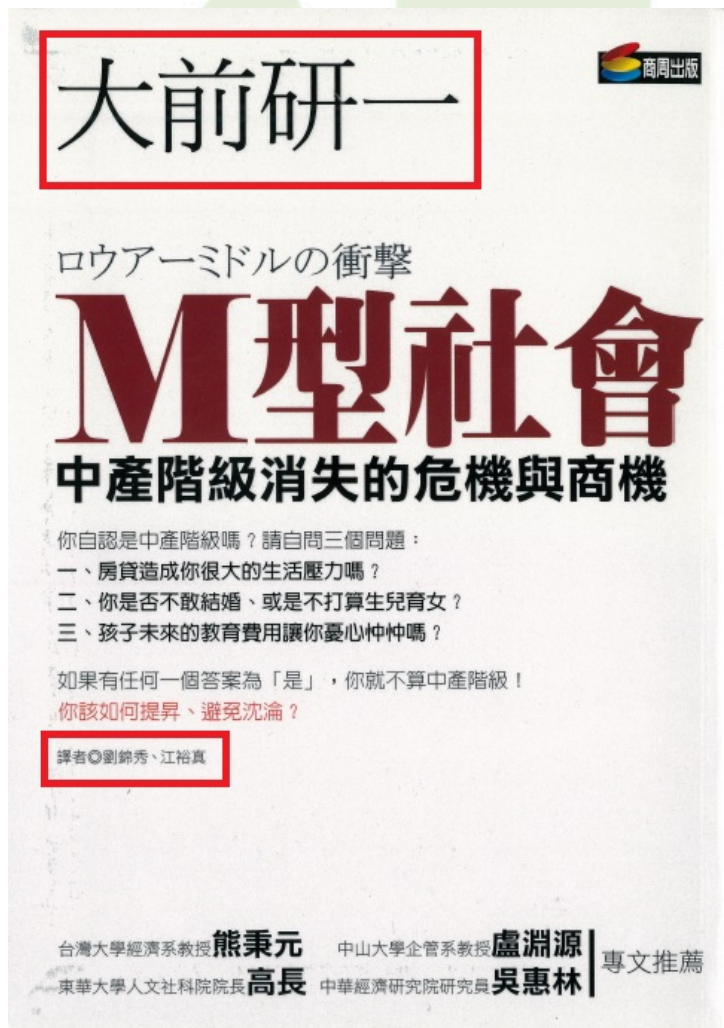
公開傳輸權(第26-1條)

固網/行動網路

改作權或編輯權(第28條)

衍生著作&編輯著作

著作人格權的展現



如果有任何一個答案為「是」，你就不算中產階級！
你該如何提昇、避免沈淪？

譯者◎劉錦秀、江裕真

著作人格權的展現

新商業周刊叢書 220

M型社會

原著書名 ロウアーミドルの衝撃
 原出版者原 講談社
 著者 大前研一
 譯者 劉錦秀 (前言、1-4章)、江裕真 (5~6章、總結)
 總編輯 陳黎吾
 責任編輯 王筱玲

發行人 何飛鵬
 版 商周出版 城邦文化事業股份有限公司
 臺北市中山區民生東路二段141號9樓
 電話：(02) 2500-7008 傳真：(02) 2500-7759
 E-mail：bwp.service@cite.com.tw

發行 英屬蓋曼群島商家家庭傳媒股份有限公司 城邦分公司
 台北市104民生東路二段141號2樓
 電話：(02)25000888 傳真：(02)25001990
 劃撥：1896600-4 英屬蓋曼群島商家家庭傳媒股份有限公司城邦分公司

訂購服務 台北股份有限公司各服務專線：(02)2500-7759 / 2500-7759
 服務時間：週一至週五上午09:30-12:00；下午13:30-17:00
 24小時傳真專線：(02)2500-1990；2500-1991
 劃撥帳號：19863813 戶名：書虫股份有限公司
 E-mail：service@readingclub.com.tw

香港發行所 城邦(香港)出版集團有限公司
 香港灣仔軒尼詩道235號3樓
 電話：(852) 2508 6231或 2508 6217 傳真：(852) 2578 9337

馬新發行所 城邦(馬新)出版集團
 Cite (M) Sdn. Bhd. (45837ZU)
 11, Jalan 30D/146, Desa Tasik, Sungai Besi, 57000 Kuala Lumpur, Malaysia.
 電話：603-90563833 傳真：603-90562833
 E-mail: citekl@cite.com.tw

封面設計 R設計
 內文排版 MIKI
 印刷 韋懋實業有限公司
 總經理 農學社 電話：(02)29178022 傳真：(02)29156275

行政院新聞局北市業字第913號 Printed in Taiwan

■2006年9月25日初版
 ■2007年9月30日一版106刷

(LOWER-MIDDLE NO SHOUGEKI) by OHMAE Kenichi
 Copyright ©2006 OHMAE Kenichi
 All Rights Reserved.
 Original Japanese edition published by KODANSHA LTD.
 Complex Chinese translation rights arranged with KODANSHA LTD.
 Complex Chinese translation copyright ©2006 by Business Weekly Publications, a division of Cite Publishing Ltd.
 All Rights Reserved.

本書由日本講談社獨家授權商周出版發行繁體中文版，版權所有，未經公司書面同意不得以任何方式做全面或局部的翻印、仿製或轉載。

ISBN 978-986-124-731-1

定價：300元

新商業周刊叢書 220

M型社會

原著書名 ロウアーミドルの衝撃
 原出版者原 講談社
 著者 大前研一
 譯者 劉錦秀 (前言、1-4章)、江裕真 (5~6章、總結)
 總編輯 陳黎吾
 責任編輯 王筱玲

發行人 何飛鵬
 版 商周出版 城邦文化事業股份有限公司
 臺北市中山區民生東路二段141號9樓
 電話：(02) 2500-7008 傳真：(02) 2500-7759
 E-mail：bwp.service@cite.com.tw

發行 英屬蓋曼群島商家家庭傳媒股份有限公司 城邦分公司
 台北市104民生東路二段141號2樓
 電話：(02)25000888 傳真：(02)25001990
 劃撥：1896600-4 英屬蓋曼群島商家家庭傳媒股份有限公司

封面設計 R設計
 內文排版 MIKI
 印刷 韋懋實業有限公司
 總經理 農學社 電話：(02)29178022 傳真：(02)29156275

行政院新聞局北市業字第913號

Printed in Taiwan

■2006年9月25日初版

■2007年9月30日一版106刷

(LOWER-MIDDLE NO SHOUGEKI) by OHMAE Kenichi
 Copyright ©2006 OHMAE Kenichi
 All Rights Reserved.

Original Japanese edition published by KODANSHA LTD.
 Complex Chinese translation rights arranged with KODANSHA LTD.
 Complex Chinese translation copyright ©2006 by Business Weekly Publications, a division of Cite Publishing Ltd.
 All Rights Reserved.

本書由日本講談社獨家授權商周出版發行繁體中文版，版權所有，未經公司書面同意，不得以任何方式做全面或局部的翻印、仿製或轉載。

姓名表示權

著作人格權：專屬於著作人本身，不可讓與或繼承。

公開發表權(第15條)

公務員?

姓名表示權(第16條)

翻譯者? 審訂者?

禁止扭曲變更權(第17條)

須達損及名譽

著作財產權：可以讓與或繼承。

重製權(第22條)

建築設計? 室內設計?

公開展示權(第27條)

公眾?

散布權(第28-1條)

權利耗盡(第59-1條)

出租權(第29條)

所有權人? 錄音/電腦程式?

公開口述權(第23條)

手語?

公開播送權(第24條)

公開上映權(第25條)

公開演出權(第26條)

語文/音樂/戲劇/舞蹈

公開傳輸權(第26-1條)

固網/行動網路

改作權或編輯權(第28條)

衍生著作&編輯著作

著作權歸屬誰？

第3條第2款：著作人

第11條(受雇人)

原則：受雇人為著作人，著作財產權歸雇主。

例外：雇傭契約可以約定以雇主為著作權人。

第12條(受聘人) 外包、承攬

原則：受聘人為著作人，著作財產權歸受聘人，但出資人有權利用。

例外：委外契約可以約定以出資人為著作權人。

Q：出資請人完成之著作遭受聘人第二次投稿？一稿二投

著作財產權存續期間

第30條~第35條

1. 著作人生前+死亡後50年。
2. 死亡後40~50年首次公開發表，發表後10年。
3. 共同著作，以最後一位著作人死亡後50年。
4. 別名/不具名著作，公開發表後50年。但別名為眾所周知者，死亡後50年。
5. 著作人為法人，公開發表後50年。
6. 攝影、視聽、錄音、表演著作，公開發表後50年。

三、著作財產權的讓與及授權

著作財產權的轉讓(第36條)

1. 著作財產權得全部或部分讓與他人或與他人共有。
2. 著作財產權之受讓人，在其受讓範圍內，取得著作財產權。
3. 著作財產權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。**

著作財產權的授權(第37條)

1. 著作財產權人得授權他人利用著作，其授權利用之**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。**

四、合理使用VS抄襲

剽竊 Plagiarism

「冒充作者，盜用他人心智之產物而宣稱為自己產物的錯誤行為」

（ Alexander Lindey , *Plagiarism and Originality* [New York: Harper, 1952] 2）。

抄襲，是習慣上用語，非法律用語。著作權法中並無「抄襲」一詞，

「按所謂著作『抄襲』，其侵害著作權人之權利主要以重製權、改作權為核心」（智慧財產法院97年度刑智上易字第00027號刑事判決）

著作財產權的限制(合理使用)

依法合理使用時，著作財產權受到限制，**無須得到著作財產權人的同意**。

第1條

「為保障著作人著作權益，調和社會公共利益，促進國家文化發展，特制定本法。本法未規定者，適用其他法律之規定。」

第44條 ~ 第63條

著作財產權的限制(合理使用)。

第64條

為表示對他人著作權的承認和尊重，應明示其出處，除不具名的著作，或著作人不明者之外，應以合理方式為之。

第65條第1項

著作之合理使用，不構成著作財產權的侵害。

合理使用的規定

第44條

中央或地方機關，因立法或行政目的所需，認有必要將他人著作列為內部參考資料時，在合理範圍內，得重製他人之著作。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。

第49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。谷阿莫5分鐘看完電影? <https://www.youtube.com/watch?v=7icUXwJRaXQ>

第50條

以中央或地方機關或公法人之名義公開發表之著作，在合理範圍內，得重製、公開播送或公開傳輸。

第52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。

第61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。

合理使用的規定

第44條

中央或地方機關，因立法或行政目的所需，認有必要將他人著作列為內部參考資料時，在合理範圍內，得重製他人之著作。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。

第49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。谷阿莫幾分鐘看完電影？

第50條

以中央或地方機關或公法人之名義公開發表之著作，在合理範圍內，得重製、公開播送或公開傳輸。

第52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。

第61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。

合理使用的判斷

合理使用一般性判斷標準(第65條第2項)

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44條至第63條規定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：

1. 利用之目的及性質，包括係為商業目的或非營利教育目的。
2. 著作之性質。
3. 所利用之質量及其在整個著作所占之比例。
4. 利用結果對著作潛在市場與現在價值之影響。

合理使用無絕對標準，爭訟當事人主觀看法通常分歧，只能由法官個案判斷。

如何避免被控侵權

1. 自己原創最好。
2. 事先獲得授權。
3. 可藉助他人想法，以不同方式表達。
4. 盡量利用已逾著作財產權存續期限的著作。
5. 審酌一切情狀，確認是否合理使用。
6. 商業目的使用，非合理使用。
7. 減少利用他人著作精華部分(質)。
8. 用愈少愈安全(量)。
9. 不得造成該著作潛在市場與現在價值之不利影響。

tom®

五、簽訂數位授權契約應注意事項

著作財產權的授權(第37條)

著作財產權人得授權他人利用著作，其授權利用之**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**。

數位授權(本簡報指“電子書授權”)，電子書係將著作轉換成電磁紀錄(電子檔)，再透過聯網/非聯網方式傳遞電磁紀錄並儲存於數位閱讀裝置(例如：手機、電腦、盲人點字顯示器)，由數位閱讀裝置將電磁紀錄轉換為可視、可聽、可觸的著作內容。

人事時地物

1. 人：授權人(有無權利、合著...)、特定身分...
2. 事：語言、格式、專屬/非專屬、轉授權、版稅、轉檔、線上/線下閱讀、B2C/B2B、試閱限制(篇幅)...
3. 時：授權期間、限時閱讀(租書概念)、不限時閱讀(購書概念)...
4. 地：特定區域、場所、IP...
5. 物：載具、DRM、閱讀器...

授權鏈

B2C



B2B/B2L



觀念釐清

紙本書/電子書 對(消費者/採購者)取得權利的差異

紙本書：取得書本**所有權**，適用散布權耗盡原則。

電子書：取得著作**使用權**，不適用散布權耗盡原則。

「散布權耗盡原則」，是指著作人或其授權的人，把著作原件或重製物之所有權移轉給別人的同時，就喪失了他的散布權，更直接的說法是他已經把散布權用光了，在此之後，就他所移轉出去的著作原件或重製物，對任何人都不能再主張散布權。因此在我國管轄區域內，從著作人或其授權的人那裡，因為買賣或贈與而受讓取得著作物所有權的人，當然可以自由管理、使用、處分（包括出口、出口後再進口）他所取得的著作原件或重製物。（來源：經濟部智慧財產局）

第59-1條 「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。」

觀念釐清

B2B電子書採購常見「賣斷」一詞是指「永久授權」，並非轉讓著作財產權。
賣斷是口語，用在法律文件上並不精確。

最新消息

首頁 > 最新消息 > 【新增資料庫】Airiti Books 華文電子書(買斷835冊-中文電子書共建共享聯盟)

【新增資料庫】Airiti Books 華文電子書(買斷835冊-中文電子書共建共享聯盟)	
公告日期	2014/12/15
發佈單位	系統資訊組
瀏覽人數	955

圖書館電子資源新增

「Airiti Books 華文電子書(買斷835冊-中文電子書共建共享聯盟)」

• 資源名稱：Airiti Books 華文電子書(買斷835冊-中文電子書共建共享聯盟)

• 使用期限：永久使用

• 資源簡介：

本館參加中文電子書共建共享聯盟，以買斷型式採購Airiti Books華文電子書，本資料庫包含了繁體中文綜合類電子書等835冊。

• 使用方式：

1. 請從本館網站首頁點選「電子資源管理系統」→「電子資源管理系統(ERM)」→「資源查詢」→輸入欲查詢之資料庫名稱。
2. 請尊重智慧財產權及出版社使用規範，並於個人合理使用範圍內使用，以免影響全校師生使用權益。

觀念釐清

B2B電子書採購常見「賣斷」一詞是指「永久授權」，並非轉讓著作財產權。賣斷是口語，用在法律文件上並不精確。

第四條 銷售模式及合作方式

一、乙方採取的銷售模式為有期限的出租方式，非賣斷方式，以扣點計價模式。乙方依據租用時間、採購性質及兼顧甲方和作者之權益，分訂市場可接受之合理銷售價格如下：

扣點計價：每次每點新台幣?元/本/?天

(說明：實際售價或有異動，但不得低於上列最低銷售價。)

其他地區或國家之銷售方案若有異於上述原則，則視實際狀況，由乙方向甲方報告並取得共識。

觀念釐清

B2B電子書採購常見「賣斷」一詞是指「永久授權」，並非轉讓著作財產權。賣斷是口語，用在法律文件上並不精確。

五、贈閱

- (一) 甲方各會員得以免費享有_____本電子書（清單詳如光碟附件）的永久使用權，連線方式與採購標的相同。
- (二) 每本書甲方各會員共享__個同時使用人次，使用權利與甲方相同。

第四條 乙方（出賣人）之義務

一、履約保證金

- (一) 為確保乙方依約履行，乙方應自決標日起五日內，依契約總價百分之十，計新台幣(大寫)_____元整，繳納履約保證金予甲方代表(大學)。
- (二) 履約保證金得以現金、銀行本票、保付支票或設定質權之銀行定期存款單繳納之。
- (三) 乙方未能依契約規定期限履約或因可歸於乙方之事由致無法於本條第三款規

授權費(版稅)範例

B2C

1. 單本計價：定價 * 冊數 * 版稅率(與終端消費者無關)

可下載電子檔，定價較高。

限時線上閱讀(短租)，定價較低。

2. 吃到飽：對消費者收取單期固定費用，授權方可得版稅為

(授權方被點閱數/平台總點閱數)*平台當期實際收入*拆分比

授權費(版稅)範例

B2B(永久授權)

電子書：紙本書定價 * 複本數 * 版稅率(與終端採購者無關)

電子雜誌：紙本雜誌定價 * 複本數 * 版稅率(與終端採購者無關)

複本數計算

電子書：一個複本數=3，二個複本數=(3+1)，三個複本數=(3+2)以此類推

電子雜誌：一個複本數=1，二個複本數=(1+1)，三個複本數=(1+2)以此類推

借閱方式：一個複本數，同時間限一個人借閱；二個複本數，同時間可兩人同時借閱，以此類推。

授權費(版稅)範例

B2B(計次/租書概念)

不管定價，皆以單本\$元 * 借閱次數 * 版稅率(與終端採購者無關)

借閱方式：以借閱次數計算，讀者借閱1次/?元/?天

tom[®]

感謝聆聽

tom[®]