

藝術授權手冊規劃計畫

期末總結報告書

委託單位：國家文化藝術基金會

執行單位：國際技術授權主管總會中華分會

中 華 民 國 九 十 六 年 五 月 十 五 日

目錄

壹、前言	3
貳、藝術授權，商機無限	5
第一節、授權與商品化	5
第二節、授權與市場	8
參、授權	10
第一節、著作授權	10
一、著作類型及權能	10
二、著作授權契約	13
第二節、商標品牌授權	19
一、商標品牌保護	19
二、商標品牌授權	19
三、商標品牌授權契約	20
第三節、與藝術授權相關的契約及其注意要點	24
肆、授權個案	27
第一節、工藝產業	27
一、工藝產業的範疇	27
二、個案分析：藝術瓷器公司	28
三、工藝創作授權範例（一）	31
四、工藝創作授權範例（二）	34
第二節、視覺藝術產業	36
一、視覺藝術產業的範疇	36
二、個案分析：創意動畫公司	38
三、繪畫創作授權範例	46
四、視覺藝術創作授權範例（一）	49
五、視覺藝術創作授權範例（二）	53
第三節、舞蹈產業	56
一、舞蹈產業的範疇	56
二、個案分析：財團法人雲門舞集文教基金會	57
三、舞蹈作品衍生商品授權範例	68
第四節、音樂產業	72
一、音樂產業的範疇	72
二、個案分析：滾石音樂集團	73
三、音樂創作授權範例	83
第五節、表演藝術產業	88

一、表演藝術產業的範疇.....	88
二、個案分析：紙風車劇團.....	89
三、表演藝術創作授權範例.....	96
第六節、文學出版產業	100
一、文學出版產業的範疇.....	100
二、個案分析：文字媒體集團.....	102
三、文學創作授權範例（一）.....	107
四、文學創作授權範例（二）.....	109
伍、授權相關法律與契約的重要觀念	113
第一節、藝術工作者（授權方）進行授權時應注意之事項	113
一、締約前應注意之事項.....	113
二、締約中應注意之事項.....	113
三、締約後應注意之事項.....	114
第二節、著作使用者（被授權方）接受授權時應注意之事項	116
一、締約前應注意之事項.....	116
二、締約中應注意之事項.....	116
三、締約後應注意之事項.....	117
陸、結語：市場中的藝術	118

契約範例

契約範例 1：創作授權書範例.....	7
契約範例 2：工藝創作著作授權契約.....	33
契約範例 3：多媒體素材授權契約.....	41
契約範例 4：繪畫著作財產權授權契約（單次）.....	48
契約範例 5：舞作授權合約書.....	59
契約範例 6：視聽資料代售經銷契約.....	61
契約範例 7：視聽資料代售經銷契約.....	62
契約範例 8：商標授權契約.....	63
契約範例 9：音樂著作使用授權契約書.....	64
契約範例 10：圖像授權契約.....	70
契約範例 11：音樂著作重製授權契約.....	76
契約範例 12：音樂著作權概括授權契約.....	79
契約範例 13：音樂著作權經紀合約.....	85
契約範例 14：詞曲音樂著作使用同意書.....	86
契約範例 15：公開演出個別授權契約.....	90
契約範例 16：人員聘僱契約.....	92
契約範例 17：數位版權授權書.....	97
契約範例 18：圖書、文字授權使用契約.....	106
契約範例 19：著作財產權讓與契約.....	110

壹、前言

藝術「創作」是藝術的根源，也是藝術的最終呈現形式。藝術作品本身亦同時包含經濟價值與文化價值。經濟價值是直接透過市場交易獲得，而文化價值則間接透過市場交易之後所帶來的擴散效應與衍生應用而將其文化內涵傳遞與儲存在社會文化脈絡當中。而隨著複製技術與各種影音科技的發展，藝術作品的市場交易也逐漸從實體作品的交易大幅擴展到作品概念的交易，從作品本身的複製品生產擴展到衍生商品的開發。而無論是複製作品的生產販售或衍生商品的開發應用，都直接牽涉到藝術授權的相關議題。

然而，什麼是藝術授權？一言以蔽之，就是藝術作品的擁有者將其所擁有的各種權利授權給想要使用該藝術作品進行複製、衍生生產、再製、銷售等商業應用的契約關係。授權的目的的一方面在於增加藝術作品的經濟附加價值，另一方面則使得藝術作品透過授權機制的擴散與流通，增加其社會與文化價值。其中，一位藝術家所創作的藝術作品，可以是一本小說、一首詩、一件音樂作品、一幅畫、一個雕塑品、一件裝置藝術品、一個錄影創作或表演藝術作品。作品完整地存在於一個具體的形式裡面，或以財產權的方式呈現(如一件音樂作品)，作品本身或他的財產權是可以交易的。作品從市場交易中獲得的價格，雖然不是最理想的，但卻是展現藝術作品經濟價值的一個指標。除此之外，創作者的作品也以概念的型態呈現，作品所包含的概念雖然不受版權保護但卻是交易的。而概念的交易則牽涉到更為複雜的授權契約模式。

以往藝術作品的授權大多集中在平面作品的授權上，其中包括卡片、月曆、包裝紙與明信片等可明確界定授權範圍的產品上。然而，過去十年來，透過藝術授權生產的衍生商品，像潮水般湧入一般的大眾零售市場。藝術授權的作品類型從單純的平面作品擴展到立體的雕塑、動態影像等；授權的範圍從禮品、衣飾、寢具、室內裝飾、精緻杯盤、蠟燭、肥皂、食物到郵票，都成為藝術作品潛在的授權範疇，此一轉變一方面使得藝術作品的附加價值大幅提昇，另一方面也讓藝術作品的授權方式愈趨複雜。

藝術授權的經營方式可以分成幾個層面，首先是國際著作權相關法規的保障與限制、其次是交易雙方契約關係的建立，最後是授權商業模式的運作機制設計。在台灣，著作權相關權利觀念尚未普及之前，早期的藝術創作者幾乎無法從藝術作品的衍生使用中獲得經濟的附加價值；近年來，政府與民間團體對於著作權相關概念的推廣，使得藝術創作者逐漸建立著作權觀念，瞭解著作權保護之相關要件，但也因為創作者對於相關法規的認知與應用加值的概念尚未建立，對於著作權的觀念停留在「保護」重於「授權流通」的觀念，而使得藝術作品的授權使用難度提高。

因此，如何針對這些有價值的藝術內容，經由適當的授權機制與契約形式來創造附加價值，是藝術產業能否在持續獲得經濟活水與維持創作泉源之間取得平衡點的關鍵議題。

本手冊希望透過國外藝術授權相關經營模式之探討與國內成功個案之分析，針對藝術工作者的需要，以深入淺出的方式引介、整理、釐清並推廣「藝術授權」的相關概念，期能建立正確的觀念。一方面希望使藝術工作者得以透過創意之發想、應用與加值，獲得持續創作的支持與動力泉源；另一方面，透過法規、契約規範之探討，亦為國內藝術授權法規不足之處提出建議與補充，希望能夠對於國內藝術環境產生正向影響，為藝術工作者塑造更完善的藝術創作空間。

本手冊將分為四個部分，以試圖將藝術授權相關問題，用明確清楚、可供落實的方式加以整理、分析並提供解決方案。本手冊所規劃之主題及其內涵如下：

- 1、 藝術授權相關之概念與意涵
- 2、 相關概念在文化創意產業具體應用情形與成功個案分析
- 3、 藝術授權模擬教學案例
- 4、 藝術相關智財權問題釋疑

本手冊的目的是提供藝術授權工作者一些有關實務上的原則及參考，具體授權條款仍應請教智慧財產法律專業人員。

貳、藝術授權，商機無限

2005 年 12 月，聯合國教科文組織（UNESCO）發表一份報告ⁱ指出，1994 至 2002 年間，國際文化產品ⁱⁱ貿易已由 380 億美元增長到 600 億美元。然而，由於缺乏資料，特別是關於文化服務的資料，UNESCO 估計全球文化產業和創意產業（culture industry and creative industry）的全球市場價值為 1 兆 3000 億美元，而且這個數字還在迅速增加中。另外，資深藝文工作者 Michael Woodward 則指出ⁱⁱⁱ，2001 年全球授權市場高達 1,750 億美元，而 20 年前不過僅有 100 億美元。

即使從狹義的「藝術市場」^{iv}來看，根據《授權雜誌（License!）》最新統計數據顯示，2002～2003 年「藝術授權與出版」產業繼續維持 5% 高成長率，總營業額達 189 億美元。全世界藝術授權與出版業年成長高達 10 億美元，其中 70% 是由藝術授權所產生^v，成為整體授權產業成長第二高的項目^{vi}。而藝術授權產業於 2002 之產值比 1998 年成長約 50%^{vii}，是所有授權類型中營業額成長最快的一類^{viii}。以英國為例，英國政府估計每年「藝術及創造性產業」^{ix}的總營業額約 50 萬億英鎊（£50 billion），直接貢獻於 4% 的 GDP。

第一節、授權與商品化

在文化創意產業中，藝術產業歸屬於核心產業類別，而藝術授權又是使藝術「產業化」的新興選項^x。所謂授權，乃是將受法律保障的權利，例如和特定產品或服務相關之名稱、肖像、商標、口號、照片、專利等無形資產，透過各種授權約定讓與被授權者（licensee）使用，並換取「權利金（royalty）」或其他形式報酬的過程。通常由授權者（licensor）與被授權者（多為製造商或服務業者），或雙方代理人，簽署一份正式授權契約完成授權（Sabina Gockel, 2000）。

而藝術授權就是將藝術品經由授權活動結合商品的商業模式，一般由藝術創作者和授權業者簽訂合約，授權業者給付權利金並取得代表創作者對外處理其作品、進行銷售、週邊商品再製、以及再授權企業使用等事宜之權利。

藝術工作者可將創意結晶，以相當價格出售所有權利給他人；也可以保留所有權利，在取得類似租金一樣的授權費（license fee）或權利金（royalty）後，允許他人享有某種程度的使用權利。藝術工作者透過授權方式，允許他人實施使用該項發明或創作，創作人不但可以享有權利金，而且也降低了自己投入經營市場的風險。

基本上，藝術授權中的大多數情況，指的是在契約簽訂下，收取授權費獲權利金後，在一定範圍、時間、地理區域、產品或服務項目內，將著作權或商標權授權給他人使用。對藝術創作者來說，將創作品授權到各種不同的產品應用上，可以是一種累積和推廣知名度的方式。包括書籍、音樂、工藝、時尚，或是衣服、杯盤、卡片等生活用品，到處都可以看到藝術授權的痕跡。但同時也有許多藝術創作者認為，雖然將自身創作授權出去可以獲得相對應的報酬，但他們卻因為對這市場不瞭解而卻步。但根據國外業界經驗，唯有經過市場的考驗，創作品才能真正獲得肯定，創作者也才能不斷累積並擴大自己的名聲。

在此同時，創作者必須思考幾個最根本的問題：

- 1、會不會對自己的作品過度保護？部分商品可能只需要擷取作品的其中部分，因而需要將它們（無論是工藝、繪畫或文章）切割處理，會介意嗎？
- 2、希望自己的作品出現在哪些商品上？
- 3、將創作品授權的主要目的是什麼？若是為了收入，多少是底線？還是為了名聲？會不會因為有人願意使用或出版就隨意授權？

這兩個問題的答案，決定了創作者的作品將如何授權給他人使用、使用在哪些商品上、使用年限、地理範圍、授權形式等等。無論如何都必須謹記：一個成功的藝文作品授權者，都必須仔細想像自己的作品，將以何種面貌出現在最終商品上。以下表為例，說明常見的商品及其權利金比例：

商品	權利金
日曆	5-10%
商業印刷	7-10%
紡織品	5-10%
祝賀卡片	4-8%
禮物包裹	3-5%
杯組	5%
明信片	3-5%
海報	7-10%
床單	5-8%
浴簾	6-8%
文具	4-6%
衣物	8-10%
毛巾	4-8%
家居用品	4-8%
壁紙	5-10%
手錶	6-8%
限量商品	10-15%（知名品牌可達20%）

資料來源：Woodward（2001），p18

而對被授權者（使用者）來說，挑選創作品的標準就是判斷是否能夠吸引消費者的購買。愈受歡迎的創作品，愈可以銷售出更多的產品，創作者也就愈有機會獲得更多的權利金收入。對創作者而言，授權可能有下列三種方式：1、「創作品」授權；2、「創作者-品牌」授權；3、「創作品-品牌」授權。

1、創作品授權

顧名思義，就是將自身的創作品授權給他人一定權限內重製、散播或改作。然後收取一定比例的權利金。使用者（出版商或製造商）或許會提供他們常用的授權契約版本，但創作者也可以自己擬定契約版本；契約內容不必要複雜難懂，也不需要咬文嚼字、艱澀隱諱。常見的契約內容、項目如以下範例：

契約範例 1：創作授權書範例

ABC 出版商看到王大明先生一系列關於大自然主題的畫作。從其中十幅作品中挑選出三幅，預計要重製並出版。王大明收取的固定授權費用為每幅新台幣一萬元（總計三萬元），限使用於明信片之上，且僅限於台灣地區發行。這三幅作品會被 ABC 出版商使用於五十張不同的明信片設計，使用期間為一年。

在上述範例中，創作者可選擇收取固定費用，也可以選擇依銷售量收取權利金，又或兩者兼備。授權的地理區域、產品類別、授權年限等，也都可以是創作授權書考量的重點，其中的相互搭配需要對市場具有相當的熟悉程度。以賀卡市場為例，在台灣或許銷售量不大，但在美國，每年有將近 26 億張耶誕卡、8 千萬張畢業賀卡的銷售量。此時，就應選擇依銷售量抽取權利金，而非選擇一次固定授權費用賣斷。

2、「創作者-品牌」授權

當創作者的創作品受到市場的歡迎、名氣達到一定程度後，甚至創作者的名字本身也可以用來授權。業界公司為了讓產品更受消費者青睞，除了會要求創作品的授權外，也可能會希望與創作者簽訂三、五年的專屬契約，以便將創作者的姓名（簽名）與產品搭配，或是直接印製在產品之上，成為 logo 之一，甚至創作者的姓名本身就是行銷的標的，例如知名服裝設計師凡賽司。由於通常創作者擁有相當知名度時，才會有這樣的契約，因此權利費用的收取經常可分成兩部分：一部份是一開始的授權費，另一部份則是每年的保障給付（權利金），有時還會依照產品銷售的數量抽取分紅。

3、「創作品-品牌」授權

這裡的「創作品-品牌」跟上面的「創作者-品牌」相當類似，不同的是做為品牌搭售的不是創作者本身，而是他所創作的作品。這種情形通常發生在創作品實在太過受到市場歡迎，甚至反而已經讓人忘記了創作者的存在。著名的凱蒂貓或泰迪熊就是最好的例子。

第二節、授權與市場

藝術授權的主要市場，是各產業製造商等有興趣對藝術品進行重製、再販售藝術衍生商品者。20 世紀的藝術授權商品大多集中在紙類產品，如賀卡、月曆、海報、包裝紙等，是一般容易理解的可授權內容。但最近十年，藝術授權商品範圍已遍及各種零售市場，從紙類商品到數位化電子商品都有。它可以是禮品、服飾、寢飾、家飾、蠟燭、香皂、食品或郵票，也可以是手機螢幕、液晶掛畫，藝術商品形式變化無窮，藝術影像幾乎可被授權使用於任何有形商品。至於什麼產品適合藝術授權，取決於生產者的品味、商品目的與藝術家的判斷之間。

根據 2004 年 LIMA 委託哈佛／耶魯大學授權金產值研究（Harvard/Yale Royalty Revenue Study）指出，2003 年各授權產業的通路大致分為三種，包括精選通路、大眾通路、和直銷通路：

- 1、精選通路（Select Outlets）：如百貨公司與專門店（specialty outlets）；
- 2、大眾通路（Mass Outlets）：如大賣場、便利商店、食品與藥品商店；
- 3、直銷通路（Direct）：如郵購等直效行銷（direct marketing）與電子商務通路等。

如下表顯示，藝術授權商品超過六成的通路產值（licensing revenues by distribution channel）比例來自百貨公司、精品專櫃等高級通路，明顯以精選通路銷售為主，與其他商品性質不同。可見藝術授權商品通路必須維持與藝術品相同的特質，選擇通路須格外注意。相反的，卡通人物與品牌授權則以大賣場等，能接觸到最多消費者的通路為主。

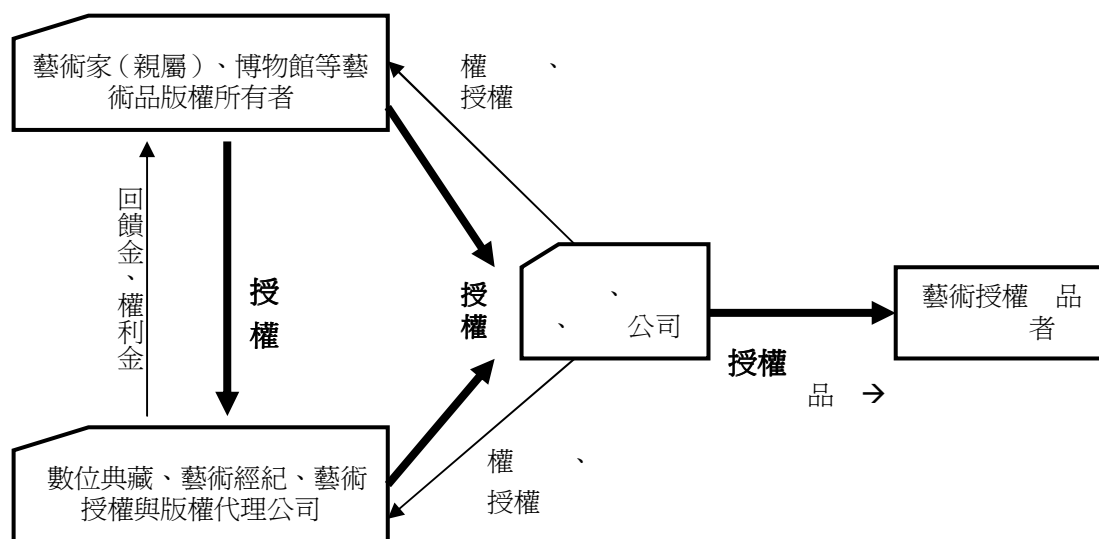
各類授權商品通路產值比例

	%精選通路	%大眾通路	%直銷通路
藝術品	66	28	6
Characters	21	76	3
Collegiate	59	33	8
Fashion	56	38	6

Nonprofit	55	35	10
Publishing	30	64	6
Sports	40	54	6
Trademarks/Brands	27	69	4

資料來源：LIMA 2004 Harvard/Yale Royalty Revenue Study

總結而言，藝術授權主要是在一連串授權活動中，產生源源不絕的權利金收益，授權經紀收取應有利潤，並將權利金回饋藝術創作人。如下圖：



資料來源：盧恩慈（2005）

ⁱ 《1994 至 2003 年特定文化產品和服務的國際流通情況》(International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003)。對大約 120 個國家的特定產品跨國貿易資料進行分析。

ⁱⁱ 報告將文化產品分成印刷媒體、錄製媒體、視覺藝術和視聽媒體等類別

ⁱⁱⁱ Woodward, M, Art Licensing 101, 2001

^{iv} 藝術產業「第一市場」系指以藝術品為核心的市場，包括畫廊、博物館、類藝文空間、策展公司的展覽市場、與藝術史、藝評、藝術教育家的研究市場等。「第二市場」則是以藝術品原作之拍賣為核心，包括藝術品鑑價、真偽鑑定等服務也包含其中。而「第三市場」係指以開發藝術品之著作財產衍生價值為核心的市場，藝術授權即屬此類

^v “Industry Annual Report”, License!Research, 2003

^{vi} 郭羿承，2004，「2005 國際藝術授權產業發展趨勢」

^{vii} “Licensing Industry Survey”, LIMA(International Licensing Industry Merchandisers' Association), 2004

^{viii} 盧恩慈，藝術授權產業之營銷策略研究，政大科管所未出版碩士論文，2005

^{ix} 包括：音樂、舞蹈和戲劇、民俗藝術、創造性著作、建築及相關領域、繪畫、雕塑、攝影業、平面和工藝藝術、工業設計、服裝和流行設、藝術相關之展現、表演、演奏及展示、藝術之研究與運用等類別。我國（經濟部工業局）則定義「藝術文化產業」包括：圖書出版、音樂、藝術品、表演藝術、廣播電視、廣告、建築、工藝。

^x 郭羿承，2004，「2005 國際藝術授權產業發展趨勢」

參、授權

藝術創作者，於完成舞蹈、音樂、詞曲、繪畫、雕塑或劇本等創作，可取得著作權的保護；另如包裝外觀或立體之藝術設計，除取得工藝品創作的保護外，如符合專利法上新型或新式樣之要件，經過申請，也可同時獲得專利權之保障。又如公司或產品 LOGO 的設計，可取得圖形著作保護外，也可申請商標品牌登記，取得商標品牌權保護。是以，藝術創作者就藝術創作內容所受法律保護的不同權利內涵，均可分別授權他人使用，以取得商品化經營之利潤收入。

藝術創作者，所創作的成果，如係獨立完成具備原創性，即受到著作權的保護，藝術創作者與使用者建立的授權關係，多以藝術創作者產出的某項著作物或全部著作物為標的，由使用者向藝術創作者支付一定的對價以取得其同意，使用這些著作物。如何使用著作物的方式及價格的計算等條件，即受著作授權契約的規範。除牽涉著作之授權外，在各種推廣行銷活動上也可能牽涉到商標品牌授權的問題，因此，以下，僅分別介紹著作授權及商標品牌授權之重要概念及事項，後再整合介紹藝術授權相關的契約及其注意要點。

第一節、著作授權

藝術創作者，不論為工藝家、雕刻家、設計師、作家、畫家、繪圖師、音樂家、舞蹈家、錄音師、歌手等等，所創作的作品內容，多可歸類進入著作權所保護的類型內。且於創作完成時，不需經過申請或登記，即取得著作權之保護。若新著作係參考他人既有著作所為之衍生著作，則藝術創作者需支付該他著作人使用其著作之權利金，惟新完成之衍生著作，仍獲得獨立著作權之保護。藝術創作者，就其創作所獲之著作權，即可授予他人使用以獲取利潤。

一、著作類型及權能

藝術創作，受到的著作權保護，包括著作人格權及著作財產權。不同著作類型所受著作人格權保護的程度均相同；但因著作本身性質差異，所可行使的著作財產權權能則有差異。

著作人格權

其中，著作人格權，包括了公開發表著作權、姓名表示權、不當變更禁止權，專屬於藝術創作者本身，不因轉讓或繼承而改變，永久受保護。

公開發表著作權，係指，若著作尚未公開給多數人知道之前，著作人本身得享有公開發表的權利，他人未經同意隨意宣傳或散佈，即屬侵害著作人的公開發表著作權。

姓名表示權，即著作人於著作上或著作的複製物上，或在著作公開發表時，要求表示其本名、筆名，或可要求不具名的權利。也就是說，若著作授權他人製造複製品或轉化設計出衍生商品，著作人可要求在此複製品上標示其為創作人，或在衍生商品上標示其為創意來源，若有辦理複製品或衍生商品的產品發表會，並可要求標示自己是創作人的訊息。

不當變更禁止權，或是同一性保持權，即著作人享有禁止他人用歪曲、割裂、竄改或其他方法改變其著作的內容、形式或名目，以避免自己名譽受到損害。不論變更是否取得著作人的同意，若變更的方式，顯然已不當危害到著作物本身所欲表達的意涵，甚有使他人對於著作物產生負面印象或聯想時，如將美術畫作與裸體女郎照片接合之情形，著作人即可要求禁止，以避免著作物的價值或名譽受到損害。惟在已獲授權變更的情形，若使用人已預先敘明此種變更方式並獲得著作人同意，著作人即不得於事後反悔。

著作財產權

著作財產權，著作財產權的權利內涵，包括了重製權、公開口述權、公開播送權、公開上映權、公開演出權、公開傳輸權、公開展示權、改作或編輯權、散佈、及出租權等。著作財產權，可自由處分、轉讓或繼承，保護期間隨著作人類型或著作類型而不同，各類型著作所得行使的著作權權能也不同。

1. 著作權保護期間

原則上受保護至藝術創作人死亡後五十年的期間，英國及美國著作財產權的保護期間，更長達至藝術創作人死亡後七十年的時間。法人為著作人的著作，著作財產權則僅受保護至公開發表後五十年。若是攝影、視聽、錄音及表演等類型的著作，其著作財產權則僅受保護到著作公開發表後五十年期間。

2. 著作類型

著作權法保護的創作，細分其類型主要分成語文、音樂、戲劇、舞蹈、美術、攝影、圖形、視聽、錄音、建築、電腦程式及表演等著作，各類型著作的內容包括有：

《語文著作》：包括詩、詞、散文、小說、劇本、學術論述、演講及其他之語文著作。

《音樂著作》：包括曲譜、歌詞及其他之音樂著作。

《戲劇、舞蹈著作》：包括舞蹈、默劇、歌劇、話劇及其他之戲劇、舞蹈著作。

《美術著作》：包括繪畫、版畫、漫畫、連環圖(卡通)、素描、法書(書法)、字型繪畫、雕塑、美術工藝品及其他之美術著作。

《攝影著作》：包括照片、幻燈片及其他以攝影之製作方法所創作之著作。

《圖形著作》：包括地圖、圖表、科技或工程設計圖及其他之圖形著作。

《視聽著作》：包括電影、錄影、碟影、電腦螢幕上顯示之影像及其他藉機械或設備表現系列影像，不論有無附隨聲音而能附著於任何媒介物上之著作。

《錄音著作》：包括任何藉機械或設備表現系列聲音而能附著於任何媒介物上之著作。但附隨於視聽著作之聲音不屬之。

《建築著作》：包括建築設計圖、建築模型、建築物及其他之建築著作。

《電腦程式著作》：包括直接或間接使電腦產生一定結果為目的所組成指令組合之著作。

《表演》：指對既有著作之表演。

3. 著作權能

不同著作類型，因創作性質的不同，會有不同的著作財產權內涵，整理如下：

	重製權	公開口述權	公開播送權	公開上映權	公開演出權	公開傳輸權	公開展示權	改作或編輯權	出租權	散布權
語文	◎	◎	◎		◎	◎		◎	◎	◎
音樂	◎		◎		◎	◎		◎	◎	◎
戲劇、舞蹈	◎		◎		◎	◎		◎	◎	◎
美術	◎		◎			◎	◎	◎	◎	◎
攝影	◎		◎			◎	◎	◎	◎	◎
圖形	◎		◎			◎		◎	◎	◎
視聽	◎		◎	◎		◎		◎	◎	◎
錄音	◎		◎		◎	◎		◎	◎	◎
建築	◎		◎			◎		◎	◎	◎
電腦程式	◎		◎			◎		◎	◎	◎
表演	△		△		△	△			△	△

其中，重製權，係指以印刷、複印、錄音、錄影、攝影、筆錄或其他方法，直接或間接，將原著作永久或暫時保留之重複製作。若是將劇本、音樂著

作或其他類似著作的演出或播送，加以錄音或錄影，也屬重製。若為建築著作，根據建築設計圖或建築模型而建造建築物者，也屬重製。

公開口述權，係指以言詞或其他方法向公眾傳達著作內容。

公開播送權，係指用有線電、無線電或其他器材的廣播系統傳送訊息的方法，藉聲音或影像，向不特定人或特定多數人傳達著作內容，以讓公眾可以直接收聽或收看。將廣播或電視節目錄製下來，帶到學校或其他公開場合，以有線電、無線電或其他器材將原播送之聲音或影像傳達給公眾收聽或收看，也屬公開播送行為，如未獲該廣播或電視節目的著作人同意，即構成侵權。

公開上映權，即單一或多數個視聽機或其他傳送影像的方法，在同一時間向現場或現場以外其他一定場所的不特定人或特定多數人傳達著作的內容。

公開演出權，指以演技、舞蹈、歌唱、彈奏樂器或其他方法，向現場不特定人或特定多數人傳達著作的內容。雖有借助擴音器或其他器材而將原播送之聲音或影像，向公眾傳達，也屬公開演出。

公開傳輸權，以有線電、無線電之網路或其他通訊方法，藉聲音或影像向公眾提供或傳達著作內容，使不特定人或特定多數人得自由在其選定的時間或地點，接收著作內容。如，將影音資料儲存在網站上供瀏覽群眾任意下載，即屬公開傳輸行為。

公開展示權，指向不特定人或特定多數人展示著作內容。

改作權，係指以翻譯、編曲、改寫、拍攝影片或其他方法就原著作另為創作。舉例而言，將中文版書籍翻譯成英文版，或將劇本拍攝成電影，均屬改作行為。

散布權，不問有無約定付費，將著作物或其複製品提供給不特定人或特定多數人交易或流通。

二、著作授權契約

1. 總論

著作授權契約，乃由著作權人與被授權人，就特定著作的授權使用，雙方提出的條件，達成共識，成立契約。

藝術創作者希望對方如何使用其著作物，或者，希望對方不要怎麼使用其著作物，均宜以著作授權契約加以詳細的規定或限制。若細分著作授權契約內應約明的條件，可包括人、事、時、地及物五大部分，藝術創作者宜與被授權人分別就人—授權人及被授權人、事—授權使用的條件、時—契約成立及存續

時間、地—簽約地點及授權使用區域、物—授權標的等事項，分別具體加以約定，以明確釐清雙方的權利義務。

2. 人

授權人，必須為著作權人本人，或有權代表著作人的人。是否有權代表，需視其可否提出有效的代理書或授權書文件。

被授權人，如為公司組織，必須由有權代表公司的人代理簽約，且用印時須同時有公司大小章及代表人的蓋章。

簽名與蓋章具有同一效力，不過，公司法人組織除必須有代表人簽名外，仍必須有公司大小章，方對公司發生拘束效力。

授權人為確保被授權人確實履行著作授權契約的義務，得要求被授權人提出保證人，並約定保證人需在被授權人本身無法履行義務時，代為履行，或約定需在被授權人無法履行賠償責任時，擔保賠償之責。若有保證人之約定，該保證人條款，需經保證人本人的同意及簽章。

3. 事

【著作授權契約的成立】

著作權的轉讓或授權，由著作權人與請求轉讓或授權之人，雙方意思自由約定即可，不以簽訂書面契約為必要條件。

著作權人與他人口頭承諾約定著作權轉讓或授權時，就成立契約。但是，雙方雖曾有口頭承諾，但事後若一方反悔，另一方就必須提出口頭承諾確實存在之證明，如有其他人在場聽聞，即可為證。

契約簽訂前，雙方書信往來的內容，雖針對合作的權利義務關係，建立有初步的協議或承諾，惟契約簽訂後，若書信承諾的內容與契約約定的內容發生衝突時，契約約定內容的效力將優先於過往書信的內容。

契約簽訂後，另簽訂有修改或補充原契約內容之議約條款時，議約條款需經雙方簽章並附於原契約之後。若議約條款的內容與原契約的內容發生衝突時，因議約條款約定在後，解釋上，議約條款的內容效力將優先於原契約之約定內容。

【著作授權方式的約定】

著作權的授權，可以分成專屬授權、非專屬授權或單一授權三種方式。

「專屬（exclusive）授權」，係指著作人將著作財產權「單獨且只有」授權給特定的人，該特定的人便獨占此著作權的使用，且原著作權人也不可再為

此權利的行使，更不可以再授權給其他人。

相對的，在「非專屬（non-exclusive）授權」之情況，著作權人雖將著作權授權該特定人使用，著作權人自己可以繼續行使，並且可以繼續將同一權利授權給其他不特定人使用。著作權人可以與多數人同時或先後訂立數個非專屬授權契約，就同一著作財產權為授權，使多數個人可以同時或先後取得該著作權的使用。

或者，著作權人也可約定「單一（sole）授權」，是指著作權人將著作權「單獨且只有」授權給「特定一人」，但仍保留自己本身運用該著作財產權之權限，不過著作權人就不可以再將同一著作權授權其他人。

【著作授權基本條款內容】

著作權人就著作授權契約的各項條款，應與相對人詳細約定清楚，以防止未來有爭議或糾紛發生。

著作授權契約的重要條款包括有：

《授權地區》：雙方應訂明著作授權使用的地理區域範圍多廣，僅台灣地區或全世界。

有些出版契約會以「大中華地區」或「華語地區」界定授權的地理區域，不過，因為，雙方對於哪些國家屬於大中華地區或華語地區，可能有不同的認識，所以，比較保險的作法，還是在契約裡具體列出包含的國家範圍。

《授權內容》：若著作權人有數項創作，應清楚訂明該授權契約是針對哪一項創作；又因為一樣創作包含有重製、公開播送、公開上映、公開傳輸及散佈或改作等不同權能，因此應清楚約定同意對方使用該著作的哪些種著作權。

如音樂著作，小齊授權其「XX」音樂專輯的全部或哪幾首歌曲的「公開播送權」給廣播電台。如語文著作，若一開始美婷僅欲出版社幫她出版小說的中文版本，希望等市場反應狀況好壞時，再與出版社討論翻譯英文版本在海外發行或翻拍成電影的計畫，則美婷一開始即僅需授權出版社「重製」及「散佈」權，待未來再決定要否授權出版社「改作權」。分開階段討論不同的出版計畫，對於美婷而言，如果她的小說推出後，相當受到市場的喜愛歡迎，則在與出版社討論翻譯版或翻拍電影的計畫時，權利金就會有比較大的談判空間。

《授權時間》：授權行使的時間有多長，一個月、一年或起迄某年某月某日期間之約定。由於授權契約會牽涉到權利金的計算及收取的問

題，與公司法人主體建立授權關係時，其使用著作物的次數及權利金數額的結算，與公司會計年度一致，用一年、半年、或一季去界定，對於公司會計帳簿等財務處理，會比較方便；而著作人，也可要求對方提出經會計師簽證的財務報表，以確保公司權利金計算並無虛假。

《授權費用》：雙方應就授權使用的對價，詳加約定。計算方式可採一次授權金¹（授權金）或次數授權金（權利金），或兩者兼採的方式。

（1）授權費：

雙方約定就授權人的一定期間、一定區域的使用，未根據使用次數，一次給付鉅額的使用對價，或可名之為「簽約金」、「簽約權利金」或「down-payment」。

（2）權利金：

不受使用時間或期間之限制，但被授權人只要每次使用著作權，就必須支付授權費用，或可名之為「經營權利金」。

◆使用次數：可根據被授權人製作著作物之數量，如CD出廠數量；或根據銷售著作物之數量。

不論出廠或銷售數量，均屬被授權人控制範圍內，需由被授權人提供財務資料，方知具體數字。為避免被授權人提供以短報多或提供不實的數量，授權人可於授權契約內附帶要求定期檢視被授權人相關財務報表的機會。

◆權利金：可根據被授權人製造成本、或銷售或使用著作內容所獲營業利潤之一定比例計算，如出版雕塑著作，以雕塑品出廠價之一定百分比，計算授權金；或如語文著作，以每本書定價之一定百分比計算授權金；或出版音樂著作，以每張CD定價之一定百分比計算授權金等。

（3）授權費＋權利金：

著作權人可以要求被授權人於訂約之際，就先預付一定金額之簽約金，並約定若被授權人使用超過約定的次數標準，超過部分就必須按比例計算授權費用。

¹ 數授權 權 授權 授權 數 授權

此一定金額之簽約金，即使被授權人之使用未達約定之次數標準，仍不為退還。反之，嗣後被授權人使用超過約定的次數標準時，就必須再按超過次數乘上每一次使用應付的授權費，計算應再支付之授權費。如語文著作之出版，得約定版稅：先支付新台幣XXX元整；逾一萬本時，超過部分依定價之一定百分比乘上超過印製量計算。

《授權費用的給付》：可分次給付，或為收取方便，採取每月或固定時間給付之方式。授權費並得以被授權人於固定時間內累計使用次數，計算其應支付之授權費用。

【著作授權基本條款的約定】

著作權的授權，可以針對創作所具有的著作財產權，分別權利種類、地區、時間、語言或一定的利用方法等方式，授權不同人實施。

以散文、小說為例，屬語文創作，創作人擁有重製、公開陳述、公開播放、公開演出、改作、編輯、出租、公開傳輸、散布等著作財產權利，如著作人擬自為出版，其得分別權利種類授權不同人實施，如必須將重製權授權某甲印刷廠、將編輯權授權某乙編輯社、將散布權授權某丙出版社；若著作人欲將出版事務全權委由出版社處理，則應一次授權這些權能予出版社行使。如分別地區授權不同人實施，創作人可將小說的散布權授予不同人實施，台灣地區授予甲出版社、香港大陸地區授予乙出版社，美國地區授予丙出版社。

再舉美術著作為例，朱小姐的畫作廣受喜愛，但為配合商品推廣時程的安排，她可就畫作使用於手錶、衣物、手帕甚至雨傘等不同商品，分階段各別為重製的授權。

【姓名表示權】

著作人格權專屬於藝術創作人所有，即使藝術創作人將著作財產權轉讓或授權他人，創作人仍可以要求公開表示其為創作人、或表示其姓名。如未授予改作權，也可禁止他人不當改變其創作內容。

【轉授權約定】

授權契約相當重視「人」的性質，是以，被授權人非得著作權人同意，不可將受授權之著作權，轉授權他人使用。反之，著作權人如同意被授權人可將著作權再授權他人，得以條約訂明或口頭同意之。

如著作人同意被授權人可以再轉授權著作權，原著作人對於被授權人再轉授權所取得之利潤，亦得預先要求被授權人應提出一定比例與著作人分享。此一定比例之轉授權金，約定方式如同授權金之約定。

【數位化約定】

著作實體內容經過數位化後，透過網際網路，可加速宣傳或擴散的效果，相對地卻也提高著作內容遭人非法仿冒盜用的危險，因此對於著作出版權之授權，宜區別實體產品和數位產品之授權，分別約定，並就授權後數位化產品的保護措施，詳加約定。

【契約版本及份數】

授權契約，宜由授權人及被授權人各保留一份雙方均已蓋章的正本。如需印製副本，宜在副本上註明「副本內容與正本相符」之字樣。

【準據法及管轄法院約定】

授權人與被授權人得於契約內訂明，契約約定條款如有不明或生爭議的情形發生時，可以某一特定法律為準據，加以補充或解釋適用。舉例言之，授權雙方均屬中華民國居民，約定以雙方均熟稔的中華民國法律為宜。

此外，授權人與被授權人並可於契約內訂明，雙方如就契約約定內容發生爭議或其他違約情事時，必須以特定地區的地方法院為第一審訴訟的管轄法院。考量將來糾紛發生時應訴的便利性，宜以鄰近的地方法院為管轄法院。

【訴訟前提程序】

授權人與被授權人另可於著作授權契約內訂明，雙方就契約內容若發生糾紛，在進入法院訴訟程序之前，必須先履行書面通知對方或先為調解的程序，以盡可能減省訴訟所必須花費的精力、勞費。

4. 時

著作授權契約，自雙方均完成簽章的時間開始，即有效成立，原則上，雙方均應開始為契約所載權利義務的履行。例外狀況，若雙方均同意契約暫緩履行或約定特定時間點方開始履行，則不以簽章完成時點為準。此約定宜一併記載於契約之中，以便免一方不承認契約效力。見上述《授權時間》條件之說明。

5. 地

著作授權契約的簽約地點，較不牽涉實質影響，可不記載於契約當中。但是，雙方在著作授權契約內約定的權利義務履行地點，則屬著作權授權條件內容之一，具有相當之重要性，不宜忽視。見上述《授權地區》條件之說明。

6. 物

著作授權契約應訂明，究竟係就何創作物、何著作財產權能為授權約定，屬著作授權契約的關鍵要素，影響甚劇。見上述《授權內容》條件項之說明。

第二節、商標品牌授權

一、商標品牌保護

藝術創作者若將其創作的圖形或立體圖案，另向經濟部智慧財產局申請商標品牌之登記，即可同時獲得著作權及商標品牌權的保護。藝術創作者將此商標品牌圖樣標示於商品或服務上，可使自己提供的商品或服務，與他人供應的商品化服務相區別，讓消費者得以辨識。如遇他人冒用商標品牌，創作者可選擇以商標品牌侵害的救濟途徑處理，或以著作權重製侵害的途徑，加以救濟。

若藝術創造者對其產出的創作，有一定的標示或 LOGO，如有些畫家習慣在其畫作上簽上自己的藝名或註記，這些標示或 LOGO，雖未必已申請商標的註冊，仍屬藝術創作者的象徵，若欲保持產品的來源，可以在授權他人使用創作同時授權此註記之使用。

二、商標品牌授權

商標授權，又可稱「品牌授權」，係指藝術創作者將其擁有的商標或品牌，授權他人得使用於其所製造或供應的商品或服務上，使消費者以為該等商品或服務，乃由藝術創作者所供應。品牌和商標兩者，實際上是指同樣的東西，品牌只是另一種描述商標的方式。品牌通常指向公司本身，也可能僅針對特定公司的商品，如「FENDI」，原本僅用在該公司的手提包商品上，現在則被廣泛運用於手提包，利用 FENDI 品牌的利益去吸引消費者注意。雖然有人以為，Brand 僅限於眾所周知的 Trademark，不過本質上，其實他們是同樣的東西。

商標品牌的授權使用，不僅是圖樣本身的授權使用，也意味著該品牌背後所象徵的品質保證的授權使用。舉公司 LOGO 授權一例來看，代表的就是公司累積商譽的授權。

商標品牌授權會表彰品牌所有權人的利益，品牌擁有人會想授權他人使用，也是出於推廣品牌，使商標品牌可擴展使用於許多不同產品或服務領域，或是擴展商譽，使更多消費者可以認識此品牌，如可口可樂，以增加品牌利潤的心態。

商標品牌授權的誘因

所謂品牌授權，品牌擁有人本身並不參與授權商品的製造或銷售，其所獲得之利潤，純粹來自品牌商標本身授權的權利金。對品牌所有人而言，商標品牌授權是進入新產品或服務市場、或地理區域的管道，增加利潤、增加商標品牌知名度；相對地，對被授權人而言，可藉取得某一家族品牌其中一個品牌的授權而進入到該產品服務市場中。如美國公司，會在歐洲、亞洲及非洲等地授權不同公司在該地理區域使用其商標品牌，這麼作，可以提高利潤也增加或擴

展商標品牌的知名度以及公司商譽，另一方面，也可藉助商標品牌授權，建立策略關係（strategic relationship），如購買商向上游供應商表示，在使用其產品時會加註供應商商標，但供應商需以比較低的權利金授權購買商使用其商標品牌，此時，若購買商是家大公司，商品在市場上有一定銷售地位，那麼供應商就會樂意藉其推廣品牌，互謀其利。

對被授權人而言，透過商標品牌授權可以降低或減少進入新產業或新市場的成本，產品製造好後，要銷售產品卻無知名度，透過他人品牌的授權，使用他人品牌，立即地，產品可廣泛宣傳，因為大家都認識該品牌，此外，取得一品牌授權較容易進入某一市場。

對買家或消費者而言，買家知道，有著名商標品牌標示的產品會有該商標品牌代表的品質及形象，來源的可靠性、可用性及服務。

三、商標品牌授權契約

商標品牌的授權契約，授權人與被授權人必須清楚約定，就何商標品牌為授權、受授權人得使用該商標品牌於何種類或何範圍的商品或服務、授權使用的時間多長，以及授權費用等事項。

授權型態主要可以分成四種型態，純粹公司商標或品牌授權（Corporate Trademark/Brand）的佔最大比例，也有人物或娛樂授權（Character/Entertainment）、時尚授權（Fashion）或是學術授權（Sports/Collegiate）等。

商標品牌的授權，如僅基於雙方生產銷售某一特定商品或服務的 Co-branding 的合作關係，通常不會就商標品牌授權費用的約定，而是由雙方基於合作契約約定比例，分配共同生產銷售的商品或服務的營業利潤。

為保持商標品牌授權他人使用後，不損及其背後的商譽價值，授權人宜具體列出被授權人就其商標品牌可使用的商品或服務種類、範圍及數量，甚或可仔細約定至「限於何時間出廠」的商品，或「限於在哪些地區銷售」等條件。特別的商標品牌授權條款，包括有定義條款、授權條款、地理區域、期限、付費、授權管理、被授權人義務、廣告行銷、品質控制、其他授權人義務、被授權人使用、執行、承擔保險、授權人保證及終止等。

《定義》

首先，定義條款，必須將所有可能的意思或範圍都納入列出，以示清楚、雙方認定一致，並避免爭執發生。如被授權人，應包括公司或本人、代表人、代表、股東、代理人等，盡可能列出，避免範圍模糊將來有爭議發生。什麼將被授權也要說明，包括商標時程、商標品牌設計展示，商標品牌的成分或部分在特定國家可能已登記，也要在契約裡講清楚。授權商標品牌的變化也要確認，同一商標品牌可能以不同方式使用於不同商品上。

《授權條款》

授權人可以授權已登記或在申請登記中的商標品牌、普通法下未登記的商標品牌及將來即將登記完成的商標品牌。此外，也要清楚「專屬授權」、「單一授權」和非專屬授權的定義，專屬授權，商標品牌權人本身授權後不可使用；專屬授權但不包括授權人本身，即單一授權，商標品牌權人則可以使用；非專屬授權，則是指被授權人未取得獨家使用權利。

轉授權，必須明示清楚規定於合約裡，一般原則是，除非授權以其他方式陳述，被授權人所獲授權商標品牌限於自己使用，不可授權他人。由於當授權商標品牌表現於產品時，該產品受到商標品牌本身代表品質保證的影響，所以授權人應有權對於轉授權表示核准之意。即使同意轉授權，轉授權的範圍也不超過原本授權的範圍，兩者條款應一致。

《領域》

同樣的，授權限於哪些地理區域或國家區域，也要約定清楚。在未授權地區發生有水貨等平行輸入問題時，方可根據法律及契約約定，保護自己的權益。

《期間》

另外，也必須清楚明確地陳述出授權期間，若授權契約未訂明存續期間，將由雙方以合理意思表示通知，加以終止或決定效力。生效時點可以是任意的或約定的生效日期。

授權契約的重新（renewal），指於契約中約定，在存續期間屆滿後，合約可自動更新，或取得另一方的同意而更新。

《授權費用》

授權費用的支付有許多約定方式，如 Lump sum 單一付款，在一開始契約簽成時即支付，即 down-payment；或是權利金約定，保證最低年權利金數額，可能是每年固定且每年持續增加，或是視未來契約履行狀況而增減。

權利金會因為商業策略考量而有高低之別，比方說，賣方可能會以較低價甚至免費銷售產品給買方，但要求買方同意其可使用買方商標品牌，以昭告其他潛在買方客戶，吸引市場上其他廠商向賣方買產品，如此一來，不僅拓展提高賣方銷售量，提高賣方產品的市場占有率，也間接擴展買方本身品牌的知名度。

《授權管理》

商標品牌授權，當然也需要一套管理機制，如會計、審計及審核等，包括定期更新及更新日期、監督被授權人、檔案管理、季度或年度報告及審計等。

《被授權人義務/禁反言》

授權人也會要求被授權人同意並承認，授權人對於授權商標品牌的權利，否則被授權人可能不會盡力去製造產品達到商標品牌本身代表的品質水準，被授權人也應同意不會挑戰授權人對於該商標品牌的權利，並且要以善盡最大努力去維護授權商標品牌，

合約裡也可能訂有「最低數量（Minimums）」或「一定數量（Milestones）」的約定，要求被授權人必須在多少數量的產品或服務上使用到該商標品牌，未達到要求最低或一定標準，可能仍必須支付一定數額的權利金、或是授權就終止或其他效果等。

《廣告及行銷》

在廣告及行銷上，應確認行銷推廣的責任由授權人或被授權人何人負責。若商標品牌授權人本身名氣很大，可以協助某些廣告及行銷活動，以提高被授權人在品牌下營運的誘因。通常授權人同意被授權人為廣告行銷時，也會附帶要求進行品質的控制。

《品質控制》

品質控制是品牌授權的重要部分之一。在專利授權的情形，授權人可能不會去管被授權人製造或生產商品的狀況，但商標品牌授權的情況很不一樣，授權人為維護商標或品牌本身建立的價值，會要求被授權人所製造產品應達到一定的品質或水準，重視程度端視品牌本身代表的品質水準程度。為能有效控制產品服務的水準，授權人所提出的水準應是可以達成的，且授權人必須先決定其希望被授權人提供多高水準品質的產品，以使被授權人有所遵循，若要求的水準很高，授權人也必須更密切地向被授權人進行仔細的監督。

直接品質控制，授權人主動監督授權產品。提供被授權人一份製造銷售授權產品的指南，以確認產品的特性及品質，或者直接供應被授權人生產產品所需的成分原料，或要求被授權人每年、每季或一旦有新產品將上市時都要提供樣品，授權人也可去監督檢視被授權人的廠房，也可要求被授權人提供客戶提供意見或抱怨管道，並要求被授權人將此結果回報授權人。

間接品質控制，授權人可以將品質控制的工作授權給代理人或被授權人負責，由獨立代理人檢視被授權人的產品及製造狀況。若授權人不是在被授權人的產業裡時，被授權人也可受指派為品質控制代理人。母子公司也可受指派來進行品質控制工作。在合資成立公司的情形，也可成立品質控制委員會專責處理。

《品質控制中授權人的義務》

授權人品質應與被授權人品質相同，以維持商標價值。有些法院意見認為授權人應有默示的義務，應盡最大的努力，不得破壞專屬被授權人的權利價值。不過，授權人無義務維持商標的優勢，雖不能故意損害該商標價值，但可推出其他新的商標品牌，而將授權商標品牌降至第二順位，授權人並無義務維持其優勢程度，也因此，被授權人應尋求授權人就此做成合適的承諾。

《其他授權人義務》

授權人另也負有維持商標品牌的義務，以及因登記產生的保護義務，發現有人侵害，應以信函通知停止使用，在侵害人不願停止，授權人並有義務提出侵害商標品牌訴訟。專屬被授權人也可提出商標品牌侵害訴訟，非專屬被授權人則無。是否有權提出侵權訴訟，也可在合約裡訂明。

《被授權人品牌的使用》

授權人可能要求被授權人必須利用「®」或「TM」象徵，TM 通常必須是已經登記的商標品牌才可以使用。若已登記商標品牌但未使用此象徵，可能會影響未來他人侵權時可請求的損害賠償數額，因為法院可能會認定商標品牌權人並未努力維護其所擁有的商標品牌，而降低所可請求的賠償數額。授權人可以透過將商標品牌使用於特定產品或服務、使用方法，顏色、風格、具識別性的使用等方式，使用並控制商標品牌代表品質的相關事項。

《對第三人的權利行使》

授權人及被授權人在共同對於第三人行使權利時，可以約定在行使權利及侵權訴訟時互負資訊分享義務，在訴訟中合作，以減少訴訟成本並共同分配訴訟所得。在授權人負擔全部訴訟責任時，在合約裡應加註被授權人不得享有任何訴訟所得收益。

《損害賠償及保險》

被授權人應賠償授權人因被授權人製造的產品所負的產品責任。商標品牌所有人授權商標品牌到美國，若授權產品使用導致有消費者受傷，消費者可能根據商標品牌對於商標品牌所有人/授權人提起損害賠償訴訟，因此，授權人應在授權同時，要求被授權人應投保產品責任保險，並訂明清楚的保險條款，包括將授權人列為被保險人、承保範圍、可扣除數額（即自負額）的多寡，及撤銷或修改保險條款應通知授權人等事項，比較安全。

《授權人可能的保證及承諾義務》

被授權人可以要求授權人在合約裡承諾，其有權進行商標品牌的授權，並無利益衝突，且授權商標品牌已經登記，商標品牌是可以使用的，並承諾擔負

侵害第三人商標品牌的賠償責任等。

《終止條款》

授權人在一定條件下可以立即終止契約，如授權商標品牌的不當使用、未維持品質、未付權利金、未維持保險契約、未經同意轉讓或轉授權商標品牌使用、詐欺或非法代理、侵害他人情事及回復期間等。

第三節、與藝術授權相關的契約及其注意要點

一般藝術授權契約，多會以授權的創作內容及使用的權能，作為分類的依據，如實務上常見的藝術授權契約，包括有語文著作出版契約、美術攝影著作公開展示授權契約、音樂著作公開播送授權契約、語文、音樂或戲劇的公開演出授權契約、視聽著作發行授權契約、視聽著作公開播送授權契約及各類著作改作授權契約等等。

What you want is what to be written in the contract!

各類不同的藝術授權契約，內容規範上雖有差異性，不過，締結契約基本應注意的事項都是相同的，坊間或網路上可以找到一些藝術授權契約的範本，此些範本均僅代表授權關係基本上或稱架構上，應約定的各類條件；但是個別授權關係，牽涉不同的事實狀況及當事人間過往的商業關係等等，更加複雜。因此，藝術授權契約最保險的作法，並不以各類各種範本的條款為限，只要對於對方有任何要求，或期望雙方必須履行的細項，均應逐一詳細寫入合約當中。藝術創作者可從「**人、事、時、地、物**」五大面向去思考，再從著作物本身的性質以及法律上賦予它的權能，界定願意給對方的使用空間及範圍，就可確保契約約定內容之充足及妥適性。

舉法藍瓷與國立故宮博物院就「郎世寧-桃花戲春」系列瓷器的授權合作關係為例，故宮藏中國歷史上相當豐富，極富價值的器物、書畫或圖書文獻等等，是世界上收藏最多中華古文物的博物館，而法藍瓷公司以貿易起家，在世界各地均有經銷或代理據點，其主要瓷器設計製造業務，走高品質高價位的路線，於市場上已吸引特定的消費者族群，在全球瓷器品牌上，頗具聲名。

從故宮觀點而言，林曼麗院長推出的「Old is New!」口號，即期許故宮可以扮演推手角色，將其所典藏的文物藝術品，轉化設計運用於各類消費商品上，讓藝術融入一般民眾的日常生活之中，提高中華古文物藝術在社會環境裡的能見度，此類衍生商品的設計推廣，即需要藉助民間極具創意天分的設計人才；由於故宮本身的定位為公務機關，雖擁有數量龐大的文物藝術品，礙於法令及角色問題，恐怕無法像私人企業一般，自由推廣各項商業活動；更因受到預算、人力及各項資源的限制，除博物館內的賣場及機場賣店等幾個銷售據點外，未曾跨足海外的市場，通路不足，因此更需要與私人企業合作。

從法藍瓷的觀點而言，法藍瓷公司為華人創立的公司，過去推出不少精緻瓷器，為能推出中華古文化藝術的系列瓷器，即以最具代表性的故宮珍藏品為優先選擇。

對雙方而言，故宮典藏的無價及珍貴性，及法藍瓷訴求瓷器高品質奢華的銷售理念，雙方的合作更可提高對方的品牌及形象。

因此，法藍瓷與故宮結合品牌及圖像之授權，由故宮提供郎世寧畫作的圖像檔案，由法藍瓷的創作人才從中擷取元素，集合設計的巧思及創意，將這些元素運用於瓷器上面，燒製出一整套富具郎世寧畫作意涵的精美家用瓷器，包括茶壺、茶杯、端盤等等；為表徵其來源之珍貴，故宮與法藍瓷也達成品牌合作的協議，在各個瓷器上不僅註記法藍瓷的品牌，也註記故宮的品牌。藉由法藍瓷海外市場的通路，故宮得以將其品牌推廣到世界各地，而法藍瓷也仗勢著故宮典藏的質精形象，得以提升其本身瓷器的優值市場地位，甚至更進一步建立法藍瓷為中華藝術瓷器的代表及象徵。

雙方合作關係，以品牌授權為主，圖像授權為副，在法藍瓷與故宮簽訂的契約中，具體約明許多相關的重要事項，如品牌授權及圖像授權可以使用的張數及規格、圖像衍生設計商品的種類及數量、商品銷售期間及銷售通路及地區範圍、權利金的計算方法及支付方式、違約時的處理等等。

在權利金條件下，故宮為確保與法藍瓷的合作有一定的收益，保障其本身的權益，雙方採用「簽約金+權利金」的方式，由法藍瓷在簽約同時先支付一定數額的費用，日後每銷售一項產品，再另外按照約定比例計算權利金，每一固定期間結算，支付故宮。

藉法藍瓷與故宮合作一案的經驗可以發現，藝術授權，在締約前尋求合作對象時，即必須考量到自己及潛在合作對象的各項優缺點，雙方的優缺點可不可以互相彌補以發揮加分的效果。在選定合作對象，具體談論藝術授權合作的細節時，雙方合作的各項權利義務內容，即希望可以利用雙方哪些優勢條件，自己可以提供對方哪些優勢條件，希望對方如何彌補其劣勢條件，未來合作關係中如何互動等，即需用契約文字詳細敘明，以確保未來之履行，並避免在未來發生任何解釋上的爭執。

與公務機關合作要注意時程

面對不同的申請授權或授權對象，在進行時藝術授權時，也會有不同之點。與公家機關合作，必須配合政府機關業務處理的時程問題及政府採購程序，洽談過程花時較長，完成採購程序方能進行簽約，完成簽約後，授權法律關係方屬確立，通常這樣的時程至少要花2~3個月，若有意與公務機關進行合作，宜提早規劃；此外，契約簽訂主體仍是公務機關，承辦業務人員僅屬聯絡窗口，許多事情因權責結構分工關係，需交其他單位或上級長官之裁示或同意，未必

承辦人員口頭承諾的事項即可成為雙方合作或契約約定的內容，無法拘束公務機關，且承辦人員因上級指令調動職務的情形經常發生，因此，與公務機關合作時，必須盡量採取書面約定的作法，且應隨時注意公務機關內部人事調整的情形，以保障自己的權益。

三方合作推廣，應說明三方權義

若一項藝術授權合作計畫，牽涉到不止兩方當事人，不同當事人間的合作分別是獨立的法律關係，必須分別就各當事人間的權利義務關係詳加約定。舉例來說，甲、乙、丙三方合作開發一項商品，甲擁有智慧內容，乙擁有設計潛能，丙則為製造能量，三方合作此項商品的行銷計畫，此時，甲乙丙各負責哪些事務，宜具體明列，且甲對乙、乙對甲、甲對丙、丙對甲、乙對丙、丙對乙之權利及義務，均必須具體說明，以為計畫之執行，也避免未來發生權義不清之糾紛。此種合作模式，契約簽訂，得以一個完整合約統一規範，亦得分別就甲乙、乙丙及甲丙三方權利義務關係。

契約未約定者，回歸法律規定

原則上，授權契約的條款由當事人自行約定同意，法律並不多作干涉，不過，有些事項，若授權契約未有規定或規定不清楚時，則必須回歸相關法律之適用，如權利瑕疵擔保責任、請求權時效等，則需適用民法之相關規定。

肆、授權個案

第一節、工藝產業

一、工藝產業的範疇

工藝產業係指從事工藝創作（包括木材、玻璃、金屬、陶土、織布、紙類等各類原物料）、工藝設計、工藝品展售、工藝品鑑定制度等之行業。工藝產品的主要特色為具有能表現出獨特的無形文化價值，具有藝術品的特性，因此產品的價值會依顧客不同而有不同的認知與體驗；同時，工藝產品的價值，也會與產品的創意、創作人的技能、時尚趨勢有密切關係。此外，由於工藝產品處理步驟繁多，產品多樣化要求多，單一產品數量有限，故生產自動化程度有限，生產過程需要高度密集之人力；但若設計創意風格能夠與其他廠家形成區隔，便可於消費者心目中獲得肯定。

由於每一個消費者都有不同的產品需求，當廠家具有相當知名度後，經營手法可以將產品大致分為限量品（高價、少量）、大眾品（系列作品或隨身佩飾等）與客製品（顧客因為特殊活動的需求）等三類。由於工藝產品具有藝術品的特質，也就是數量少、產品具有獨特性，且價格具潛在向上發展性，因此不是一般製造業與服務業的價格戰，其競爭方式乃是建立在如何提高產品的價值上，也就是廠家獨有的藝術涵養與創意風格。

工藝產品如果缺乏創意設計，很難有長期競爭及生存的空間。然而，工藝產品的藝術創作及其衍生創作，由於複製成本低，相當容易被刻意抄襲，不是單靠智慧財產權的保護就能夠完全預防。固然廠家經營者的獨特創意與技術自信，才是應付對手的最佳策略，不過在創意邁向產業化的過程中，這可能是諸多廠家未來需面對的問題。

目前國內從事工藝創作的公司，大部分的經營規模並不大，以個人或工作室型態經營者居大多數。加上國內工藝產業規模不大，除了上游原料供應商，中、下游的生產、行銷、銷售則無明確之分工。部分廠商直接面對消費者，部份則是利用百貨公司專櫃、經銷商、直營店等通路來接觸一般消費大眾，兩種方式兼採者也有。

二、個案分析：藝術瓷器公司

藝術瓷器公司是一家自創品牌、行銷國際的精品生活瓷器公司。其藝品將各類畫作、自然風物與溫潤剔透的瓷器融入結合，多次獲獎，深得讚賞。藝術瓷器公司在藝術授權方面，主要以使用者為主，而非授權者；相關授權業務則有高階經理人處理負責。

藝術瓷器公司產品的藝術創意來源，主要來自繪畫作品。這些與瓷器結合的畫作，主要來自以下三個面向：一、專屬繪圖設計師；二、簽約繪圖設計作品；三、知名館藏文物。說明如下：

（一）專屬繪圖設計師

藝術瓷器公司內部有公司繪圖設計、雕模、上繪彩釉師傅數名。經設計繪圖後，呈送公司高層後，再依市場經驗選取畫作，由雕模師發展成 3D 立體、加以上繪彩釉，成為藝術瓷器公司藝品上之立體圖樣。這些公司設計師作品，初始即簽立契約，約定著作權歸屬於藝術瓷器公司，並簽訂保密協定，藝術瓷器公司因而自可隨意發展使用。且由於簽約時即確立薪資報酬模式，藝術瓷器公司無須再支付任何使用費用。

（二）簽約繪圖設計作品

除公司內部設計師外，藝術瓷器公司也與國外繪圖設計師合作，採用其作品應用於瓷器藝品上，製作程序同公司設計師。但由於並非藝術瓷器公司職員，因此授權方式有所不同。又可分為下列三種：（一）授權費；（二）權利金；（三）授權費＋權利金。分述如下：

（1）授權費

或由對方主動接洽、或由藝術瓷器公司慧眼賞識，藝術瓷器公司支付一筆費用（設計費）給予非公司內部（國內、外）之繪圖設計師後，取得該設計圖之著作財產權，得以利用該著作從事重製、改作，並發展立體圖樣成為自有著作權。至於設計費用多寡，端視雙方議價能力而定。

（2）權利金

與前一種方式不同，設計者選擇不要一次拿取定額授權費，而是依照藝術瓷器公司日後銷售件數多寡，依到岸價（FOB 價）收取一定比例金額之權利金。例如，藝術瓷器公司某系列作品若採用該位設計師之作品，約定權利金比例為 5%。則若該作品 FOB 價為 10 萬台幣，則該位設計師可以獲得權利金數目為：10 萬 x 5% x 銷售件數。此種方式與前種方式各有優劣，端視設計者自

身需求。另外，權利金比例高低，同樣需視雙方議價能力高低而定。

(3) 授權費＋權利金

第三種則是結合上述兩種的優點。設計師不但先行收取部分授權費，並與藝術瓷器公司商議權利金比例，同時獲得兩方保障。在這個作法之下，設計師首先收取一份保證金額(downpayment)，若日後權利金收取金額不足授權費，則設計師最低保障收入即為授權費。相反的，若權利金金額超過前述初始授權費，則藝術瓷器公司必須再支付超過授權費部分的金額給予該位設計師。

例如，假設初始授權費為100萬台幣，雙方約定權利金抽取比例為FOB價（也是10萬元）之10%。假若該系列作品銷售50套，則設計師應得權利金為 $10\text{萬} \times 10\% \times 50 = 50\text{萬}$ ，金額小於授權費100萬，因此該位設計師僅能領取授權費100萬，不得再領取權利金。反之，若作品頗獲好評，銷售多達500套，則該設計師應得權利金高達500萬，超過最低保障金（即100萬）有400萬之多，則藝術瓷器公司必須再支付該位設計師400萬元，以符合契約規定。

在這三種方法中，第三種方法（授權費＋權利金）雖然看似對設計師最為有利、對藝術瓷器公司（使用者公司）最為不利。但事實上該類方法通常僅限於授權方相對使用方具有強大議價能力時。以迪士尼公司為例，該公司將旗下卡通人物授權給使用方，不但先收一筆授權費，之後的權利金抽取比例甚至高達15%。

(三) 知名館藏文物

藝術瓷器公司最為知名的館藏文物合作案，即為與某博物館之合作推案。在此合作案例中，藝術瓷器公司與博物館以共同品牌(Co-Branding)的方式首先推出古代某知名畫家的畫作。雖然該畫作已逾著作權保護期限，但由於是重要古蹟文物，其授權與運用仍受到文化資產保存法之限制。為此，博物館辦理公開招標案，藝術瓷器公司也藉此機會獲得與該博物館合作之機會。

在此合作案，藝術瓷器公司每年支付博物館一定數量之金額，並依日後銷售金額及數量，支付博物館一定比例之權利金。但是，藉由將該博物館畫作從平面轉成立體圖案，並賦予新意，藝術瓷器公司之創作也因此符合著作權法第五條第一項「改作」行為，成為衍生著作，並享有著作權保護。

以藝術瓷器公司亦曾與某慈善團體及另一博物館合作為例，前者將畫作委託藝術瓷器公司製作成為立體產品、後者則是委託藝術瓷器公司將原先立體產品複製成一尊尊小型立體產品。前者僅是單純將平面畫作立體化、後者更僅是單純重製，因而均不符合著作權法衍生著作要件。表例如下：

文化藝術創作授權調查表：藝術瓷器公司（使用者）

創作品	來源	被授權方式	被授權用途	衍生商品	付費模式
繪圖設計	職員	☐ 專屬授權 ☐ 非專屬授權 ☒ 其他_公司所有	自由使用	瓷器	☐ 授權費、 ☐ 權利金 ☒ 其他__雙方契約規定__
繪圖設計	簽約 繪圖設計師	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權 ☐ 其他_____	重製、改作	瓷器	☒ 授權費、 ☒ 權利金 ☒ 其他__視雙方議價能力而定__
畫作（文化資產）	國立博物館	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權 ☐ 其他_____	重製、改作	瓷器	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他_____
品牌	國立博物館	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權 ☐ 其他_____	使用	共同品牌 （Co-Branding）	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他_____
畫作	慈善團體	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	重製（委託製造）、 散佈（委託販售）	立體畫作	☐ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他_____
塑像	另一博物館	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	重製（委託製造）、 散佈（委託販售）	立體塑像	☐ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他_____

三、工藝創作授權範例（一）

（一）個案說明

大強自小跟隨老師傳學藝，一手木刻工藝創作已得真傳，因此被允許出外自行發展。大強開始自行創作後，由於手藝精湛，加上年輕人創意活潑多元，創造出不少令人耳目一新的作品。但他偶然的機會下發現，市場上開始出現跟自己作品十分類似，實則工藝水準有相當差距的粗糙仿作，大強十分氣憤，卻不知如何是好。

（二）授權問題

（1）大強該如何保護他的作品、主張他的權利？

（三）授權策略與步驟

（1）選擇適當的智慧財產權保護：

1、專利法保護

木刻工藝作品本身，其實最為符合專利法中新型或新式樣的保護範圍。專利法雖然保護力量強大，但同時也有兩個缺點：

- （a）保護年限稍短：根據我國專利法規定，新型專利自申請日起算十年屆滿，新式樣專利則是十二年屆滿。相較於著作權的保護，著作權保護期間長達著作人生存期間，再加上死亡後五十年，選擇著作權保護似乎較為有利。
- （b）保護成本偏高：每申請一個專利權保護，就必須繳交申請費用一筆；如果同時有多個工藝創作要申請，申請費用就以同比例增加。而且，專利權擁有人必須每年繳交專利維護費，多個專利權同樣必須繳交多個維護費用。若大強創作靈感和速度源源不絕，每年需要繳交的專利費用可能會高達一、二十萬。

2、著作權保護

相較於專利法，著作權法不僅不需付費，且保護年限相當久遠。在實務上，大強最好在創作木刻作品的同時，一併保留該作品的平面繪圖，該平面圖樣便可以同樣享有著作權的保護（著作權法第十條規定，著作人於著作完成時享有著作權）。根據判例顯示，如果某立體物是未經授權根據平面圖像製作而成的

（例如小鴨圖像變成小鴨立體玩具），該立體物就是該平面圖像的「重製」，是違反著作權法的。並且，大強應該盡可能設想其創作作品的各種不同面貌，包括角度、結構等等，然後同樣繪成平面圖像。

這樣做的好處是，如果有心人不是完全仿照大強的工藝品創作，而是加了一些修改，藉以規避著作權法（例如從平面小鴨圖像，製作成面帶不同面貌、具有肢體動作的立體小鴨，可能會被視為「改作」，該立體小鴨便成為「衍生著作」），的確會造成相當的困擾。但如果大強擁有該木刻作品的各類平面圖像著作權，只要有人故意仿冒大強的木刻作品，大強就可以主張自己擁有該圖像的著作權，並宣稱該仿冒木刻只是以立體性質單純再現他所擁有的圖樣，違反了自己的權利，進而提請警方偵辦。雖然不見得必然擁有絕對排他權，但至少替自己爭取了有力的談判地位。

根據著作權法規定，美術著作（含雕刻）的圖像授權使用於商品上時，即立體轉成平面之行為，或是大量製造與工藝著作作品，均屬重製行為，工藝創作之著作人可參考如下立體著作授權契約範例，其中，甲方將其著作物分甲、乙、丙三種重製方式授權乙方使用，雙方因合作情形約定授權費用，且甲方保留於重製物上表示著作來源的權利：

XX 工藝創作著作授權契約範例

立契約書人○○○（即著作財產權人，以下稱甲方）與○○○（被授權人，以下稱乙方），就 XX 工藝創作之著作權授權事宜，雙方同意協議如下：

第一條 授權標的

甲方享有 XX 工藝創作著作（立體設計圖、立體模型）之著作財產權，如附件○。

第二條 授權範圍

甲方專屬授權乙方於本約有效期間內以立體方式重製本著作。

第三條 授權期間

甲案：授權期間自民國○○年○○月○○日起至民國○○年○○月○○日止。

乙案：授權期間自民國○○年○○月○○日起至立體物完成日止。

丙案：授權期間自民國○○年○○月○○日起至立體物滅失日止。

第四條 授權費用

甲案：授權免費使用。

乙案：授權費用總額新台幣○○元整。

丙案：甲方另依據「設計契約」領取之報酬，即為本著作之授權費用。

（註：由當事人依事實情況自行約定）

第五條 著作人之標示

乙方應將著作人之姓名或名稱，以○○之方式標明於重製後之立體物上。（註：由當

事人依事實情況自行約定)

第六條 讓與或繼承之禁止

甲方之專屬授權，不得讓與或繼承。

第七條 權利擔保

一、甲方擔保本契約授權標的，並無侵害他人著作權或其他權利之情事，否則，由甲方自負法律上責任。

二、乙方如因利用授權標的，致遭第三人主張涉及侵害他人著作權或其他權利時，甲方應出面協助乙方為必要之處理，乙方如因此遭受損害者，甲方應負賠償之責。

第八條 契約解釋

一、本約未盡事宜，依著作權法及其他相關法令定之。

二、本約應依中華民國之法律解釋。

三、本約之任一部份縱經解釋認為無效，不影響其他部分之效力。

第九條 契約變更

本約之內容，非經雙方書面同意不得變更。

第十條 合意管轄

本約涉訟時，雙方同意以○○法院為第一審管轄法院。

第十一條 契約原本

本約一式二份，由雙方各執一份為憑。

甲方（著作財產權人）：

代表人：

營利事業統一編號：

地址：

電話：

乙方（被授權人）：

代表人：

營利事業統一編號：

地址：

電話：

中 華 民 國 年 月 日

契約範例 2：工藝創作著作授權契約

四、工藝創作授權範例（二）

（一） 個案說明

大強初步遏止了仿冒的問題後，開始有廠商找上門來，表示希望可以代理大強的作品去銷售。而大強的想法是，老師傅技藝這麼高超，卻一直待在小地方沒人認識，很多好作品也都蒙上灰塵。他覺得應該做點不一樣的事，最好是把這些作品盡量商品化，推廣給社會大眾欣賞購買。但他又想，就算有人購買，因為木刻作品產量相對又慢又少，知名度該如何打開呢？

（二） 授權問題

工藝品由於其本身特性的關係，流通和宣傳不似其他創作那麼容易，而且一般似乎除了工藝品本身外，難以找到可以衍生應用的商業產品。

（1）大強該如何將他的木刻作品授權出去？

（2）除木刻作品本身外，大強還可以從事哪些授權？

（三） 授權策略與步驟

首先必須盡量確保自己的著作權利：

（1） 工藝品本身

大強可以將他的作品授權給專業製造廠商，由廠商負責生產製造和銷售。大強可以酌收一筆授權費用，然後再依銷售數量抽取權利金。另外，若想要繼續往更高階市場邁進，大強可以參加具有公信力的評審獎賽，只要能夠取得名次獎項，不但作品本身評價將會提高，創作者本人也會獲得肯定。

（2） 衍生作品

除了工藝品本身的授權外，如果工藝品大受好評而成為知名形象，那麼工藝品的改作就是另一種授權標的。例如原工藝品如果是大型戶外雕塑，那麼就可以修改為小型桌上飾品；可以等比例縮小，也可以增修不同的角度或動作，形成各式形象，拓增市場產品線。

另外，做為著作權利來源的平面圖像也是另一種授權標的。無論是書刊雜誌、海報，還是出版書籍，要刊登作品的圖像都必需支付一筆授權費用。

另外還可以朝向更高附加價值的商品。例如不用侷限整體工藝品必須同時

存在，而是針對作品中的某特定元素，將其特點突顯出來，然後與異業結合(例如在實用用品上加上特定元素的裝飾)，這樣在兩個產業都可以分別提供與眾不同的特殊價值。

(3) 創作者本人及其技藝

當大強作品和創意普遍獲得認可，而被尊稱為達人後，大強的授權方式又可以有所改變。例如其中的特殊技藝，大強不願意隨意對外公開，但又捨不得讓其失傳。這時大強就可以授權其獨家技藝給有心學習的人士，並規定這些人士除自己作品使用外，不得將這特殊技巧洩漏給其他人，也不可以任意開班授課。大強甚至可以限定學習者必須經過面談，確認其預計進行的作品需要用到此一技藝，大強才給予教導。

工藝創作授權範例（二）（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途	衍生商品	收益模式
木刻設計 木刻作品	製造銷售商	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	使用、重製、散佈	木刻作品	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他： <u>收取初始授權費用一筆，然後根據銷售數量抽取權利金</u>
木刻設計 木刻作品	飾品公司	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用、重製、改作	擺飾品	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他： <u>收取初始授權費用一筆，然後根據銷售數量抽取權利金</u>
木刻設計 木刻作品	圖書、影像公司	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用、重製、散佈	照片、海報、攝影	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他：
創作技藝、知識	後進學習者	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權		其他創作品	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他：

第二節、視覺藝術產業

一、視覺藝術產業的範疇

視覺藝術產業係指從事繪畫、雕塑及其他藝術品的創作、藝術品的拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品的公證鑑價、藝術品修復等之行業。簡單來說，視覺藝術主要強調可以憑藉天生視覺來觀賞瀏覽的創作作品，包括繪畫、雕刻、攝影、版畫、電影創作等。更細部而言，雕塑、建築等立體工藝藝術，有時也被稱為造形藝術；亦即，工藝產品也可視為視覺藝術的兩大範疇之一（另一主要範疇則稱為精緻藝術）。不過藝術範疇並沒有一致定義，不需過於刻意強調其分別。以下簡單介紹視覺藝術範疇的子類別：

繪圖（drawing）

繪圖是指繪圖者使用任意工具、以個人技巧來勾勒出圖案；通常為將描繪出的圖案印製在物品表面之上。常見的工具具有鉛筆、墨水筆、彩色鉛筆、蠟筆、彩色筆、麥克筆、美術用刷等；有時也會以數位工具（如電腦）模擬上述工具創造出的效果。

繪畫（painting）

意指將顏料透過中介物品，塗抹到紙張、布料或牆壁等表面上。若將繪畫賦予藝術的意涵，指的是藝術家透過審美觀點，以表達其個人觀念或美感，有時有會用來表達特定主題或思想。

版畫（printmaking）

版畫的最初定義，在 1960 年維也納舉行的國際造形美術協會會議，曾有三點定義：（1）為了版畫作品的創作，美術家利用石頭、木材、金屬或絹布等材質，參與製版，使自己的心中意像藉版材轉印於畫面上；（2）美術家自己親手、或在其監督下，自其原版直接印製的作品；（3）在完成的版畫作品上，美術家負有簽名的責任，通常用鉛筆將限定張數寫於左下角，右下角則簽上自己姓名和製作年代日期等。因此，國際性版畫展在簡章中均列有上述三項規定，而且明白規定單刷版畫（Mono-type）不被接受。

但是隨著時間的轉換和科技的進步，上述要件已逐漸放寬。例如單刷版畫已經被若干公開展覽接受了，因為單刷版畫是利用版畫製作方式，只製作一張，沒有第二張。要額外注意的是，版畫分為 *estampe* 及 *reproductions*，前者是有限定數的複製品，而後者是無限量的複製印刷物；兩者雖同為複製品，但其

意義與價值全然不同。

攝影 (photography)

指的是透過光線的運作來製作圖片的一連串過程。在這個過程中，中介媒介或儲存設備經由一段時間的暴露在光線之下，可以紀錄從特定物體反射或發射的光線；其希臘原義為「將光繪製下來」。這個過程可以透過俗稱的相機（包括機械相機、光學相機、數位相機）來完成。完成的成果則通稱為相片（photograph）或照片（picture）；而在數位相機的術語中，影像（image）則是取代了前兩者。

電腦藝術 (computer art)

現在的視覺藝術已經不再侷限於傳統的藝術媒介，如今的電腦可以加強色彩的萃取和捕捉，或是進行多重組合的嘗試，或是從事3D創作。特別的是，電腦的運用，可以讓不同的藝術風格融合在一起，已經使傳統的視覺藝術的分類界線模糊了。

造形藝術 (plastic arts)

包括建築、陶瓷工藝、金屬作品、紙藝作品、雕塑、織品藝術、木雕作品、玻璃工藝、地景/環境藝術（land art）等。

二、個案分析：創意動畫公司

創意動畫公司是一家結合企畫、編劇、電腦動畫創作、音樂音效等人才，以創意為重心，從人物造型設計、動畫元件、動畫腳本等多自行發想設計，並以電腦高科技完成的動畫創作公司。創意動畫公司之原住民動畫系列，於國內獲得經濟部數位內容產品獎及金根獎之表揚，並經常受邀參加國際動畫展或影展，擴展台灣本土文化藝術於國際視聽。其藝術授權業務，不假手他人，均由公司內部熟稔法律的同仁專責處理；公司並經常教育員工智慧財產權相關知識；智財管理應用之觀念深植公司。

創意動畫公司的產品，主要分成三大類，包括開發原創電腦動畫作品、與媒體合作開發動畫節目、設計製作宣傳廣告動畫。目前業務以原創開發電腦動畫作品為主，另仍經常與媒體、或受企業或政府單位委託，設計製造動畫節目或廣告動畫等。其動畫創意來源，除主要取材於蔡志忠先生的漫畫外，也結合台灣本土的原住民文化，由原住民文化工作者及漫畫家邱若龍、冉色斯創意影像及甲馬創意組成工作團隊，邱若龍負責原畫創作，發展出一系列原住民族傳說故事的作品，此外，另有其他不同題材之動畫作品。

以下分從一部動畫完成，可能牽涉到的智慧財產授權，探討創意動畫公司在扮演「授權者」角色及「被授權者」角色上，分別所為之約定安排：

（一）動畫作品授權

舉某系列動畫之產品為例，創意動畫公司已透過不同的傳輸平台，國內市場多由自己管理授權業務，國外市場則透過代理商尋求授權之途徑，將市場多元化拓展，擴展至全世界，包括有：

- 1、電視媒體或數位頻道播映：將動畫作品授權於電視或其他媒體上播出，以一次一部授權或全部授權公開播映。
- 2、影片公開播映市場：授權機關團體，如各級學校、圖書館、飯店、航空飛機及客運巴士等場所公開播映。
- 3、改編多媒體書或全彩映畫版：將動畫作品授權出版社，改編圖文並茂的全彩畫本，附上動畫 DVD 及互動教學光碟，以多媒體書之產品形式，於傳統書店通路行銷。
- 4、影音光碟 VCD/DVD：授權公開發行販售或出租，主打影音產品市場通路。
- 5、E-Learning 教育市場：將動畫作品授權出版社，出版互動式智庫電子書，銷售市場。
- 6、手機、PDA 等行動系統播映：將動畫作品全球性、非專屬並約定一定期間授權，得內裝於特定機種的行動裝置內，或授權特定機種的行動裝置得下載接

收該動畫數位內容，並收取授權費。

（二）元件授權

創意動畫公司將「蔡志忠系列動畫」中之動畫，做成資料庫，在國家圖書館網站上建立資料庫；另也與文建會合作，製作完成「原住民系列動畫」之元件資料庫，置於文建會網站上；此二元件資料庫均免費授權一般網路瀏覽者為教育或學術等非營利目的之使用，但未來如有使用者欲將之利用生產衍生著作或商品，則需與創意動畫公司進一步洽談授權事宜。

（三）肖像授權

創意動畫公司利用動畫內容之人物肖像，與其他廠商合作，印製於實體物品上，包括有抱枕、T恤、杯子等，或製作成人仔等周邊商品，與其他廠商的合作方式有三種：

委託代工：無關授權，廠商僅為代工角色，商品製作成本由甲馬負擔，並由創意動畫公司自行推廣販售；

授權製造：創意動畫公司將肖像授權廠商生產銷售商品，創意動畫公司僅一次收取或按約定比例收取權利金；

共同投資：由創意動畫公司與廠商共同投資，分攤費用，共負行銷責任，分享彼此的行銷通路，並就利潤按比例分享。

此外，參考日本漫畫產業的發展經驗，創意動畫公司也希望能與玩具或周邊商品製造廠商，於動畫創意開發及製作階段即開始合作，共享著作內容，共同投入資金進行動畫創作之開發，並由製造廠商開發動畫衍生的周邊商品，共享獲利。

由於創意動畫公司授權業務中，有相當比例為多媒體素材（包括動畫元件、肖像圖形等），在授權標的內容上，宜具體列出有哪些素材、動畫元件或肖像圖形等，將範圍界定清楚；關於授權費用之計算，被授權者會將授權標的使用於哪些商品項目上，宜於合約中訂明，授權費用可以採取一致性的比例，亦可因各種商品的製作成本或定價之差異，分別約定比例。相關契約的簽訂便至為重要，列舉契約如下：

多媒體素材授權契約範例

立契約人 ○○○（著作財產權人，以下稱甲方）

○○○（被授權人，以下稱乙方）

緣甲方同意授權乙方利用授權項目製作多媒體產品，雙方同意訂定本契約，約定條件如下：

（1） 授權標的與範圍

甲方於本契約有效期間內，將其所創作並享有著作財產權之○○○授權乙方為下列利用：

- (2) 利用全部或一部原本、影本或經編撰之授權項目製作多媒體產品之一部或全部。
- (3) 複製授權項目之全部或一部，並將其與其他資料合併編輯或製作衍生著作。
- (4) 複製、銷售、出租、改作、編輯、散布、公開口述、上映、演出、展示、播送、公開傳輸多媒體產品及其所有版本，並得再授權第三人利用。
- (5) 使用授權項目之全部或一部於多媒體產品有關之資料、使用手冊、宣傳或銷售文件上，並得與多媒體產品一併或單獨散布。

乙方獲得之授權均係依據中華民國著作權法之規定所生之權利，不具專屬性。

(6) 授權期間

自○○年○○月○○日起，至○○年○○月○○日止。

(7) 交付期間

甲方應按時將可供複製之授權項目交予乙方。

(8) 授權費用

甲案：授權費用總額新台幣○○○○元整。

乙案：乙方應支付甲方之報酬，依多媒體產品發行單價×發行數量 ×○%計算。

(9) 多媒體產品之著作權

甲方同意乙方為多媒體產品及其所有版本之著作人。

(10) 姓名標示權

如授權項目出現於多媒體產品，乙方同意在多媒體產品上標示甲方對授權項目擁有之權利及乙方業經授權之字樣。

(11) 權利擔保

(12) 甲方擔保其對授權標的有讓與著作財產權之權利。甲方並擔保本著作之內容並無不法侵害他人權利或著作權之情事。因甲方違反本條款擔保事項，致乙方受有損害，乙方得終止本契約，並請求損害賠償。

(13) 乙方如因本契約標的，致遭第三人主張涉及侵害著作權及其他相關權利時，應於知悉後三日內，以書面通知甲方。甲方有協助處理解決之義務。如最後經法院判決確定、或經仲裁判斷、或經甲方同意之和解、調解，致乙方對該第三人負有賠償責任，甲方應賠償乙方因此所受之損害。

(14) 讓與之禁止

非經雙方書面同意，任一方不得將本契約讓與第三人。

(15) 契約之變更

本契約非經雙方以書面合意，不得變更。

經雙方合意變更者，應附於本契約之後作為契約之一部。

(16) 懲罰性違約金

一方違反本契約之約定者，他方除得請求損害賠償外，並得請求懲罰性違約金新台幣○○元。

(17) 契約之補充及解釋

本契約若有未盡事宜，依著作權法及其他相關法令定之。

(18) 一部無效

本契約縱有一部無效，不影響其他部分之效力。

(19) 合意管轄

甲案：因本契約涉訟時，雙方同意以台灣○○地方法院為第一審管轄法院。

乙案：因本契約所生之糾紛，雙方同意依仲裁程序解決。

雙方同意以中華民國法律為準據法。

第 14 條 契約原本

本契約壹式貳份，由雙方各執乙份為憑。

立契約人（甲方）：（姓名或法人名稱）

代表人：

身份證字號（或統一編號）：

地址：

電話：

立契約人（乙方）：（姓名或法人名稱）

代表人：

身份證字號（或統一編號）：

地址：

電話：

中 華 民 國 年 月 日

契約範例 3：多媒體素材授權契約

（四）被授權業務

一部動畫，不僅包括動畫內容，也牽涉到音樂、配音等後製工作。

動畫內容方面，以蔡志忠系列動畫作品為例，均由蔡志忠先生無償授權使用，而由創意動畫公司及明日工作室負責製造及行銷，三方約定，各自擁有動畫創作著作權之三分之一，對於動畫創作的管理或處分計畫，均應取得兩方以上的同意，三方並按此比例分享利潤。至於其他的動畫作品，在公司內部創作的產品，著作權均歸屬公司所有，員工初進入公司時，即簽有契約，約定此事；如將動畫委託外部製作，通常約定著作權歸屬創意動畫公司，但如對方屬大師級人物，如原住民系列動畫作品之人物造型漫畫家，則會與之約定一定比例共同擁有著作權，除一開始支付一筆授權費外，往後並按比例共享利潤。

音樂或配音部分，創意動畫公司多向外尋找，音樂多由作曲人專門創作，或尋求市場上現有音樂，授權給創意動畫公司使用，前者情形，通常會先支付創作費予作曲人，甚會與作曲人約定依一定比例共享音樂創作衍生動畫作品之

著作權；後者則由創意動畫公司支付授權費取得使用權限。而配音則按照契約約定，僅按配音時間支付費用予配音員，配音員須簽訂契約將動畫內容的聲音著作權讓與創意動畫公司。

單一動畫產品如有多數之人共同擁有時，創意動畫公司與所有共有人約定，只要取得持有權利比例達三分之二或一定比例以上之人的同意，就可為此共有動畫之管理或處分。

（五）管理及未來規劃

創意動畫公司生產動畫創意產品，最重要的東西不是硬體，而是硬體裡面儲存的軟體內容，除特別重視門禁以及保全制度外，也定期將電腦儲存內容，製作備份檔案，以分散風險。

對於未來數位內容產業的發展，創意動畫公司期望將動畫創作內容如孫子兵法，推廣設計成線上遊戲之商品，目前正進行深入研析討論中。並希望的建立一座動畫藝術館，結合多媒體等設備，設計 3D 立體娛樂中心。

文化藝術創作授權調查表：創意動畫公司（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途 ²	衍生商品	收益模式 ³
動畫作品	電視台/數位頻道	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	公開播送	影音節目	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____說明： <u>以次數或期間計算權利金。</u>
	數位內容供應商/電信公司	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	公開播映	行動裝置瀏覽	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____說明： <u>簽約之際未取得任何授權費，按使用者實際下載的銷售營收，與供應商/電信公司以一定比例分享營收。</u>
	各級學校/圖書館/飯店/航空飛機/客運巴士	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	公開播映	影音播放	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____說明： <u>以次數或期間計算權利金。</u>
	出版社	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	重製、改作	多媒體書(全彩映畫本、動畫DVD及互動教學光碟)	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____說明： <u>按定價收取一定比例之版稅，簽約當時先取得一定銷售數量之版稅，如銷售超過此數量，再按比例收取超過部分之版稅；若無，也不退還。</u>

² _____ 權、權 權 所 權 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、

³ _____、公 _____等權 _____數 _____者

	出版公司	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	重製	影 音 光 碟 VCD/DVD	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____ 說明： <u>按定價收取一定比例之版稅，簽約當時先取得一定銷售數量之版稅，如銷售超過此數量，再按比例收取超過部分之版稅；若無，也不退還。</u>
	線上學習經營商	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	重製、改作	E-Learning 互動式智庫	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____ 說明： <u>簽約之際未取得任何授權費，按使用者實際下載的銷售營收，與供應商/電信公司以一定比例分享利潤。</u>
元件	一般大眾	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用、重製、改作	動畫衍生創作	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____ 說明： <u>非營利之學術或教育之使用，免授權費。</u>
肖像	製造廠商	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	重製、散布	抱枕	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____ 說明： <u>純粹授權，則一次收取或按約定比例收取權利金；共同投資，則按投資比例分享利潤。</u>
				T 恤	
				人仔	
				杯子	

文化藝術創作授權調查表：創意動畫公司（使用者）

創作品	來源	被授權方式	被授權用途 ⁴	衍生商品	付費模式 ⁵
動畫/漫畫	蔡志忠先生	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	使用、改作、散佈等財產權	製作動畫內容	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____ 說明： <u>免費授權，共有衍生著作著作權。</u>
	（內聘）繪圖/動畫製作師	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用		☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____ 說明： <u>支付薪資，供應人不取得著作權。</u>
	（外包）繪圖/動畫製作師	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權 ☒ 其他：買斷或共	使用		☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____ 說明： <u>買斷情形，僅支付製作費用；共享情形，除支付製作費用外並按比例分享利潤。</u>
音樂	作曲家	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	使用	動畫配樂	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____ 說明： <u>除創作費外，可能約定共享動畫產品著作權，按權利比例分享利潤</u>
	音樂供應商	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用		☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他_____
配音	配音員	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	使用	動畫配音	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____ 說明： <u>按配音時間計算支付配音費用。</u>

⁴ _____ 權、 _____ 權 _____ 所 _____ 權 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、

⁵ _____、公 _____等權 _____數 _____者

三、繪畫創作授權範例

(一) 個案說明

阿妮是一位藝術相關科系畢業的年輕女生，目前正在思考自己的未來出路。在校期間，她的繪畫作品表現便時常獲得師長同學的認可，也經常代表學校參加校際繪畫比賽或展覽，因此打算日後繼續往這方面發展。

(二) 授權問題

阿妮若從事自由畫作，除了將畫作賣予他人外，就是藉由畫作授權的管道。但畫作該如何授權？授權對象又該如何選擇？

(三) 授權策略與步驟

(1) 選擇授權產品：

日常生活中的各項商品，只要是具有圖像的部分，都是畫作授權可以經營的地方，例如日曆、賀卡、明信片、杯組等等。阿妮可以從這些用品著手，思考自己的畫作適合附著在哪些商品上，然後主動聯繫相關製造廠商，自我推薦來獲得畫作授權的機會。

(2) 選擇授權模式：

由於阿妮剛從學校畢業，雖然受頒一些獎項可證明實力，但還沒有經過市場的考驗，剛起步的授權條件約定易處於弱勢地位。部分廠商願意支付一筆小額的固定授權費用，但部分廠商則僅願意給予一筆微薄的權利讓渡費。在考量到目前正是需要拓展知名度的時期，阿妮也只好忍痛割捨。

但隨著時間的遞移，阿妮的作品市場和消費者的肯定，名聲也逐漸累積。這時阿妮的授權方式可以有所改變。例如：在一些較受歡迎的畫作方面，除了固定授權費用外，阿妮並要求依照產品的銷售數量收取 5% 的權利金。對於市場前景較保守的商品，阿妮選擇高授權費、低比例權利金的策略；相反的，如果預計商品銷售量龐大，阿妮就會選擇簽訂較高比例的權利金。如果作品比預期更受歡迎的話，阿妮還可以限定授權的地理區域，將國外市場交給更具當地市場經驗的代理商處理，以求更多的利潤。

若是阿妮選擇自行與他人簽訂單次授權契約，如公開展示授權契約，可參考契約如下，通常被授權人會如第四條(一)要求授權人擔保該著作物的著作財產歸屬權，也要授權人保證其著作物未侵害他人權益，以確保被授權人使用時

不會被他人主張權利：

繪畫著作財產權授權契約（單次）

立契約書人 著作財產權人：○○○（以下簡稱甲方）

被授權人：○○○（以下簡稱乙方）

甲方與乙方就下列著作之著作財產權授權事宜，經誠意協商後，同意依下列條款簽訂本契約：

第一條 契約之標的

契約標的為附件「著作明細表」中所記載之著作。

第二條 授權範圍

甲方授權乙方得將第一條之著作限於「○○○（使用方式）」使用壹次，乙方不得使用於授權範圍外之用途。

第三條 費用計算

基於「使用者付費」之原則，乙方應繳付畫作使用費予甲方。每幅畫作以新台幣參百元計，乙方共使用○○幅畫作，總計新台幣○○○○元整。

第四條 雙方之義務

（一）甲方擔保本契約附件「著作明細表」所載之著作，確實享有完整之著作財產權，且有權得以授權乙方使用，且無侵害第三人權利情事。

（二）乙方使用本契約標的之內容，應附記或以適當方式表現本契約標的之著作人。乙方應免費贈送第二條之著作一至三冊（份），以利甲方典藏及供眾參閱。

第五條 損害賠償

本契約任一方當事人如違反本契約之約定或擔保，應依法賠償對方當事人所受之損害。

第六條 管轄法院

雙方同意對因本契約所生任何糾紛，當事人應依誠信及業界慣例解決。無法協議解決者，應以中華民國法律為準據法，並以甲方所在地之地方法院為雙方涉訟時第一審管轄法院。

第七條 契約之作成與修改

本契約乙式二份，其附件視同契約之一部，由雙方各執乙份為憑。本契約之修正，應由雙方協議另以書面為之，並視同契約之一部。

立契約書人

甲方：

簽約代表人：

地址：

電話： 傳真：

乙方：_____

身分證字號：_____

戶籍地址：_____

電話：_____ 傳真：_____

中	華	民	國	年	月	日
---	---	---	---	---	---	---

契約範例 4：繪畫著作財產權授權契約（單次）

附件：著作明細表（圖片）

年 月 日

圖片編號	圖片名稱	規格	圖片出處	圖片來源	備註

文化藝術創作授權範例：個人繪畫創作（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途	衍生商品	收益模式
繪畫創作一	餐具公司	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	使 用 權、重製權	杯 組、餐盤	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他 說明： <u>廠商則直接將著作財產權購買下來</u>
繪畫創作二	辦公文具公司	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使 用 權、重製權	賀 卡、包裝紙	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他 說明： <u>限定使用於賀卡及包裝紙，不得使用於其他商品</u>
繪畫創作三	流行服飾連鎖	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使 用 權、重製權	服 飾、背包	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他 說明： <u>向廠商收取初始授權費的同時，也簽訂了收取銷售數量的比例權利金。除限定授權使用的商品外，也限定使用權利僅有一年</u>

四、視覺藝術創作授權範例（一）

（1） 個案說明

治平為自由攝影師，熱愛大自然，經常到世界各地旅行，用照片機或攝影機蒐集各地美景。治平不僅取材山水風景攝影，也取景於各部地區不同民族的風土名情，更有隨手拍攝的有趣街景。治平早期利用軟式底片儲存圖影片，後來隨著數位化趨勢，也使用數位相機及攝影機記錄各地美景，總計底片及數位檔案，治平的圖影資料數量已超過數十萬之多，十分珍貴。

（2） 版權問題

（1）治平將自己拍攝的人物圖影像授權他人使用之前，需不需要取得圖影像主角的同意？

（2）治平必須自己處理授權業務或有專門機構可以委託？

（3）治平拍攝的圖影像可授權哪些商業使用？

（三） 授權策略與步驟

（1）治平應取得圖影像內角色人物的同意，方可將該圖影像創作授權他人：

治平在拍攝這些人物角色時，僅取得肖像拍攝的授權，圖影像內的人物角色並未同意治平可以將他們的照片散佈授權別人使用。治平必須先取得人物角色的同意，才可將內含他們肖像的圖影像授權他人使用。否則，可能遭到肖像權侵害的指控。

（2）治平可自己處理圖影像授權業務，也可選擇坊間專門處理圖像授權的機構，處理授權業務：

治平可以自己整理所有圖影像著作，尋找市場上的需求方，以個別授權方式，不移轉著作權，將圖影像資料授權他人使用。

然若為避免圖影像著作授權業務之繁瑣，治平也可尋找專門處理圖影像授權的機構，如 artkey 藝術授權中心，將部分或全部的圖影像資料，以統包專屬授權之方式，由該機構全權處理治平圖影像創作的授權業務。

(3) 治平的圖影像創作，可以使用的商業範圍相當寬廣，分別就圖像及影片創作加以討論：

圖像創作部分：治平可將世界美景、風土民情或有趣街景等照片，授權平面出版者，如雜誌或報紙等平面新聞媒體或雜誌出版社，使用於其出版品中；也可授權廣告或創意設計公司，使用其圖像改作合成新圖片；並可授權製造廠商將這些照片印製於卡片、日誌、筆記本，或立體商品，如馬克杯、報枕或T恤等商品上，加以銷售。

影片創作部分：治平除可擷取部分影片內容，作為圖像創作，授權他人使用外；並可將影片創作授權電視台公開播送，或授權其他傳播媒體公司改作製成富具教育意義的自然教學影片。也可將可將記錄動植物變化的自然影片，無償授權予學校或其他教育機構，以為教學之用。

此外，如將所有圖影像創作加以數位化，透過網站上資料庫的架設，提供網路瀏覽者等個人下載使用，也可取得小額授權費用之收益。

(4) 治平有權要求使用其圖影像創作的人，應標示註明該圖影像的著作權人為自己。

文化藝術創作授權範例：視覺藝術創作人或團體（一）（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途	衍生商品	收益模式
圖影像創作	授權仲介公司	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	全部著作權能	(數位化)圖影像資料庫	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他 說明： <u>與授權仲介公司按一定比例分配圖影像授權收益。</u>
圖像創作	平面新聞媒體或雜誌社	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用、重製權	報章雜誌圖片	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他
	廣告創意公司	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	改作、使用	創意圖片	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他
	製造廠商	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	重製	卡片、筆記本、日誌、馬克杯、抱枕、T恤等商品	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他 說明： <u>一次收取授權費，或約定抽取商品定價之一定比例作為授權費。</u>
影片創作	電視台	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	改作、公開播映	電視節目	☐ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他 說明： <u>按播送次數，收取授權費。</u>
	傳播媒體公司	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	改作	教學錄影帶或光碟產品	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他 說明： <u>1、一次收取授權費；2、或約定抽取商品定價之一定比例作為授權費；3、或可與之約定共享改作之教學錄影帶或光碟等創作內容，共負費用，共享盈虧。</u>
	學校或教育機構	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	公開播送	教學內容	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他 說明： <u>無償授權</u>
圖影像創作資料庫	一般大眾	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用、改作		☐ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他 說明： <u>網路瀏覽者需支付費用非得下載圖影像檔案。</u>

文化藝術創作授權範例：視覺藝術創作人或團體（二）（被授權者）

創作品	來源	被授權方式	被授權用途	衍生商品	付費模式
人物圖像	一般人	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	肖像使用權、重製權	圖影像創作	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他 說明： <u>純粹攝影，通常不需授權費；如將攝影創作授權商業化使用，需取得肖像權人同意，可能需支付合理費用予肖像權人。</u>

五、視覺藝術創作授權範例（二）

（一）個案說明

子晴是個高二學生，平時喜歡用漫畫塗鴉把生活周遭發生的事物記錄起來，也經常在週記裡用漫畫描述國家一週大事，而被老師挑選出來在課堂上發表。子晴天馬行空的創意，深受班上同學的喜歡，她的週記就如同漫畫週刊一般，受到期待。子晴從國一到現在的漫畫記事，已累積有數十本筆記本之多，她也自詡將來可以像幾米一樣，讓更多人欣賞她的創作。

（二）授權問題

（1）子晴可以自己出版她的漫畫週記嗎？

（2）子晴如何讓更多人看到她的漫畫週記？

（三）授權策略與步驟

（1）子晴應先得到父母允許方可將漫畫週記創作出版出去：

子晴為高二學生，尚未達到法定成年年齡，未有完全的法律行為能力。漫畫週記授權一事，應得子晴的法定代理人（即子晴的父母）的事前允許或事後承諾，方生效力。

（2）子晴可以聯絡出版社，將其過去創作的漫畫週記集結成冊，加以出版：

出版之初，子晴可先試驗性的將她的漫畫週記的一部份，集結成冊，授權予特定一出版社出版，並約定未來書本銷售出去時，方按每冊定價的一定比例收取版稅。待銷售成績表現不錯時，再將其他部分的漫畫週記，集結成冊，授權該出版社出版，此時，子晴就可以與出版社，約定抽取比較高比例的銷售版稅。

子晴宜在授權合約內，詳細約定出版社可以發行的區域，如有計畫將漫畫週記的內容透過網路銷售流傳，也宜就電子化內容的出版，就一定的授權期間，具體約定授權費用。

出版社如要求子晴只可以將漫畫週記授權給它出版，子晴一旦同意，雖不得再將漫畫週記授權其他出版社出版，但可談得比較高的授權費用。

（3）子晴可以聯絡週刊或雜誌出版社，約定將未來每週的漫畫週記，授權刊載在其出版品上：

子晴可與週刊或雜誌出版社約定，將她未來固定每週會創作的漫畫週記，專屬授權予出版社刊載在週刊或雜誌上，讓更多人可以欣賞她的漫畫作品，子晴並可就此每週創作出版收取一定數額的授權費。

(4) 子晴可以將漫畫週記的部分內容，授權出版社或製造廠商印製於卡片、日年曆或其他衍生商品上，加以銷售：

子晴可以就特定部分的漫畫週記內容，授權出版社或製造廠商，使用印製至卡片、日年曆或其他衍生商品上，子晴可僅就圖像授權收取一定金額的授權費，或先收取小額授權費後，待未來各種衍生商品銷售超過約定數量後，才就超過數量，就商品定價按一定比例抽取授權費。子晴約定衍生商品之授權時，宜就授權印製的各項商品內容及數量，具體約定清楚，避免出版社或製造廠商無限制使用漫畫內容。

(5) 不論何種項目的授權，子晴均可要求出版社必須註記其姓名於出版的作品附近，揭示其為著作權人。

文化藝術創作授權範例：視覺藝術創作人或團體（二）（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途	衍生商品	收益模式
漫畫週記(過去)	書籍出版社	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	重製權、編輯權	書籍	☐ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他 說明： <u>按每冊定價的一定比例收取版稅。</u>
漫畫週記（未來）	雜誌週刊出版社	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	使用權、公開表示權、散佈權	期刊雜誌	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他 說明： <u>就每期出版創作收取一定金額的授權費。</u>
漫畫週記部分內容	出版社、製造廠商	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用權、重製權	卡片、日曆、年曆等衍生商品	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他 說明： <u>收取一定金額的授權費用；或按衍生商品銷售數量，收取一定比例的定價為授權費用。</u>

文化藝術創作授權範例：視覺藝術創作人或團體（二）（被授權者）

創作品	來源	被授權方式	被授權用途	衍生商品	付費模式
人物圖像	一般人	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	肖像使用權、重製權	圖影像創作	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他 說明： <u>純粹攝影，通常不需授權費；如將攝影創作授權商業化使用，需取得肖像權人同意，可能需支付合理費用予肖像權人。</u>

第三節、舞蹈產業

一、舞蹈產業的範疇

1973 年林懷民創立「雲門舞集」，成為台灣第一個職業舞團。其後「光環舞集」(1984)、游好彥舞團(1984)「舞蹈空間」(1989)、「原舞者」(1991)等職業舞團陸續成立之後，台灣的舞蹈產業逐漸成形。

舞蹈產業的主要組成成員包括，以舞蹈創作和表演為主的舞團、編舞者和舞者、表演場地和藝術行政機構和藝術經紀公司。其他的支援活動包括舞台設計、音樂創作、服裝設計、道具、舞台燈光、音效等周邊支援活動。

其中，與授權業務密切相關的主要是舞團的舞蹈創作。舞蹈創作通常由編舞者擔負整個舞作的意念構思與呈現，其角色類同於電影產業中的編劇和導演，編舞者是舞蹈創作的靈魂人物。也是尋求舞蹈授權時的主要授權對象。

在舞蹈產業中，主要的授權項目包括：舞作、舞作表演時所記錄下來的相片或影像、舞作在表演前後衍生出的圖像、海報、音樂原聲帶、知名舞團的品牌與商標等。其中，舞作表演的影像紀錄和音樂通常會以 DVD 和原聲帶的形式在大眾市場販售；海報、圖像主要授權給雜誌、書籍等平面媒體使用，或者授權給周邊商品製造商，如服飾、家飾、文具等作為開發周邊衍生性商品使用。

較為複雜的是舞作授權本身。因舞作不像文學作品或音樂樂譜，可以透過書寫的方式精準地複製或改寫。舞作的呈現過程包括了編舞者的意念、舞者的詮釋和各種音樂、舞台設計、道具等元素的搭配。因此在進行舞作授權時，除了舞作本身，通常需要考慮重現舞作時的精準度。所以在舞作授權時，編舞者本身通常會包含在授權契約當中，負責重建舞作；或者由編舞者和被授權者協定，指定一位適合的重建舞作的製作人，負責重建舞作的工作。

除了由舞作創作所衍生出的舞作、圖像、影像授權之外，舞團本身的品牌也是主要可以被授權的標的物。如「雲門舞集」的商標即授權給咖啡館、筆記型電腦廠商和舞蹈教室等，透過品牌行銷與授權創造更多舞作之外的附加價值。

二、個案分析：財團法人雲門舞集文教基金會

雲門舞集成立於1973年，為台灣第一個職業舞團，也是華語社會第一個當代舞團也是國際重要藝術節的常客，在歐美亞澳各洲兩百多個舞台上，呈現了一千多場公演。三十年來，雲門呈現了將近一百五十齣舞作，從古典文學，民間故事，台灣歷史，社會現象的衍化發揮，乃至前衛觀念的嘗試，雲門舞碼豐富精良經典舞作包括：《薪傳》、《白蛇傳》、《我的鄉愁，我的歌》、《九歌》、《流浪者之歌》、《家族合唱》、《行草》、《水月》等。

雲門是一個以創作為主的藝術團體，在授權關係上，經常同時扮演「授權者」與「被授權者」的角色；目前雲門以基金會的形式經營兩個舞團：雲門舞集與雲門舞集2，主要的資金來源為現場演出的收入為主，每年大約有三百六十萬元的營業額。為開拓財源，雲門亦透過合作與授權方式，推廣與衍生雲門相關產品。主要的授權業務包括「舞作」的衍生運用以及「品牌」（即雲門名稱）授權兩種。「舞作」授權根據授權內容不同約有三種授權方式；品牌授權約有五種方式。主要的被授權業務包括音樂、服裝、舞台、編舞等。分別說明如下：

（一）舞作授權

舞作授權可以分為三個部分：（1）舞作授權；（2）舞作影像授權；（3）舞作相關文字、照片、音樂等授權。

（1）舞作授權

舞作授權的核心為舞作重建，在舞作重建過程中通常包括舞作、技術指導、編舞費用、排練指導等重建舞作之相關費用，通常會將舞作相關費用整合在一份契約書中，授權方式以授權金為主，依據演出場次作為授權計價單位；舞作授權對象分為舞團與學生團體兩種，學生團體的價格略低於一般舞團。

舞作授權通常會牽涉到三個對象，第一個是舞作的創作者；其次是希望獲得舞作授權的個人、舞團或表演機構；第三是重建舞蹈的舞作重製人。舞作創作者和重現舞作的舞作重製人都是具有高度創意的藝術工作者。最理想的狀況下，舞作創作者會應其他舞團或表演機構的邀請，親自擔任重建舞作的工作，但由於創作者本身往往致力於新作品創作，沒有時間可以為所有請求授權的團體重建舞蹈，因此就必須另請熟悉創作者舞作的舞作重製人擔負重建舞作的重責大任，兩者的關係如同鋼琴作曲家和鋼琴演奏家之間的關係一樣。舞作表演的成敗，除了舞作作品本身的品質之外，重建舞作的詮釋者擔負更重要的角色。

下面的範例契約，雖未有清楚的條項分列，當事人間關於舞作授權合作關係的相關事項，仍用文字說明的相當清楚，實際上，一份鉅細靡遺，詳盡說明的白話契約，未必會比一份專業法律字眼的制式契約範本差，關鍵仍是在於，是否約明清楚所有事項，能供雙方履行契約時的依據，避免未來糾紛發生。在此範例中：甲方清楚劃分舞作的演出授權及舞作演出錄影的授權，丙方必須先取得甲方同意，方得將甲方舞作演出加以錄影。關於授權費用，甲方為保障自己權益，得要求乙方應在舞作相關資源交付前先支付一半，待演出後在支付另一半費用：

舞作授權合約書範例

【關於合約內容】

- 甲方為舞作授權人
 - 乙方為舞作被授權人
 - 丙方為舞作重製人
 - 甲方所提供的所有資源，乙方要在○○月○○日之前歸還
 - 丙方負責重建舞蹈，並在呈現之前作最後藝術性的認可
 - 丙方的費用在合約之外另行決定
 - 乙方同意丙方必須監督舞台布景的製作（包括服裝、裝飾物），燈光及服裝設計必須如甲方所提供的設計資訊下去執行，在合理的情況下容許些微的改變，但必須事前提出諮詢。
 - 甲方必須提供專業的音樂，並在合約結束後歸還。校方必須承擔所有音樂上所需負擔的費用 (ex:音樂版稅...)，若需額外的幫助，可向甲方的音樂指導提出諮詢的要求，此費用包含在合約之中。
 - 乙方會重製一組服裝，演完歸乙方所有。
 - 在首演前的排練時數不可少於 40 小時，在丙方認為有加排之所需時，乙方必須配合。
 - 節目單必須參照甲方所提供的節目資訊，節目單印製之前必須先經過甲方的複查及同意後，得以印製。
 - 在未經甲方的同意下，不得攝影、錄影或播放舞作及舞作片段，除以下例外。甲方允許乙方拍攝建檔用的影像，而此影像必須複製一份給甲方。單純作為建檔用的照片是可被接受的，但用在任何公開的宣傳物，也要事先經由甲方的同意，校方必須提供關於此舞作的任何宣傳品 (ex: 海報、節目冊或舞作評論)，關於排練時所有影像的存檔也必須複製一份給甲方。
 - 乙方需支付的合約費用為 USD4,000.-，分成兩階段付費，第一階段必須在○○月○○日前先支付 USD2,000.-，第二階段必須在○○月○○日前完成剩下的部分。付費的方式可利用乙方所開設的支票用郵寄的方式給付到○○○帳號，或是用電匯的方式，匯到以下戶頭：
- 銀行名稱：
- 地址：
- 銀行聯絡人：

傳送號碼：

帳戶號碼：

戶名：

帳戶類型：活期存款帳戶

• 甲方提供需歸還的物品：音樂帶、影像帶、節目及文獻資料本、樂譜、燈光設計圖、租借的服裝。

• 甲方提供關於技術性的諮詢（包含音樂、燈光、服裝...）

• 合約若有任何問題，請和甲方的保管者及協調人 000 聯絡。

契約範例 5：舞作授權合約書

(2) 舞作影像授權

舞作影像授權以錄影著作為主，早期僅有《薪傳》曾製作 VHS 自行對外銷售。目前約有 30 齣舞作完成錄影著作授權。錄影著作授權分為三種形式：

1. 製作+銷售；2. 銷售代理；3. 播映授權。

1. **製作+銷售（時限限制）**：由英國 RM 藝術影帶公司取得獨家授權於荷蘭海牙拍攝「流浪者之歌」錄影帶，其後四年陸續在歐洲拍攝「水月」（2001）、「竹夢」（2002）等舞作，於歐美亞澳各洲電視台播出，DVD 發行全球。授權方式採限定用途、一次授權金的授權方式，限制一定年限內（如，五年）影片的全球銷售權為 RM 所有，台灣版權由公共電視與麗音影音⁶代理。

2. **銷售代理（時限、區域限制）**：由金格唱片公司將 Digital Betacam 影帶轉製成 DVD，並負責影片之包裝設計與銷售。授權方式採限定區域（授權台灣區發行權）與年限（五年）之獨家授權，除預付授權費之外，如銷售超過授權金額，則以到岸價（FOB 價）收取一定比例金額之權利金；DVD 供貨版權屬雲門所有。

在簽訂影像授權的銷售代理契約時，授權地區、授權時限與使用範圍是契約書中最核心的三個要件。授權地區必須寫明在哪些確切的地理區域販售；通常是以國家的行政區劃為限定範圍，如「台灣地區」、「中國（不包含台灣）」等，授權時限乃依據雙方對於該影像內容的長期價值認知，作為協商的標準；通常以年為計算基準，如一年、三年或永久授權等。授權範圍主要是限定可以運用在哪些場合或透過哪些載體播放。一般分為公開場合播放、私人家庭播放；由於網路媒體興起，有些授權契約開始將網路傳輸納入授權的範圍內。授

⁶ 藝術、與、代理品有、
、物、等、經品有、
、公等等、等品

權範圍必須清楚界定，可以附件方式詳列在契約書後；此外，若各別授權範圍採取不同的權利金計算方式及支付方式，為求完善說明，可以以附件方式，說明清楚。此外，本分合約還約定乙方必須每半年繳交授權節目推廣銷售情形的報告予甲方，可能考量在於履約控管風險的降低，因為通常授權契約的會計或履約稽核的頻率，會配合會計師查核簽證實務的程序，以一年為一期，如第五條(二)：

視聽資料代售經銷契約書

OOO(以下簡稱甲方)

立契約書人

OOO(以下簡稱乙方)

甲方授權乙方於國內外地區非獨家代理銷售甲方享有著作財產權之紀錄影片(帶)及各類政令宣導節目(以下簡稱授權節目)，經雙方同意簽訂本契約，議定條款如下：

一、契約編號：GL-96058-3

二、授權地區

全球各地。

三、授權範圍

見附件「權利金支付標準」所載「權利」及「用途或範圍」欄。乙方不得為超越授權範圍之銷售。

四、授權期間

中華民國96年1月1日起至同年12月31日止。

五、權利金之計算及支付

(一) 乙方於國內外銷售授權節目價格及支付甲方權利金標準，依附件約定辦理。

(二) 乙方於每一會計年度終了，應將授權節目銷售情形及銷售金額作成明細表，並依附件所定之支付標準計算應支付甲方之權利金，以即期支票給付甲方。

如屬大宗訂購、錄影帶材料成本上漲或其他合理因素，前開價格得經甲方同意後調整之。

六、節目帶供應

甲方負責供應乙方授權節目母帶、完整劇本、劇情介紹等宣傳資料；銷售用所需空白母帶、樣帶、光碟均由乙方負責，銷售時，乙方並得自行轉拷為適合使用之規格產品。

七、廣告宣傳

為推廣銷售授權節目，乙方應於定期出版之節目錄影帶目錄、所屬網站及數位影音資料庫，公告節目影帶相關訊息，加強宣傳。乙方每半年並應將授權節目推廣銷售情形(包括授權期間)，列表送甲方備查。

八、權利擔保

甲方擔保享有授權節目之著作財產權，若有因著作財產權利歸屬發生爭議或糾紛，概由甲方負責處理。

九、侵權解決

授權節目之著作權及商標權，在契約有效期間內，如遭他人侵害，乙方應即時通知甲方，並配合甲方排除之。

十、本契約如有未盡事宜，悉依民法、著作權法及相關法令辦理。甲、乙任何一方不履行或違反本契

約所列條款時，他方得不為催告逕行終止本契約，並請求一切損害賠償。

十一、因本契約涉訟者，甲乙雙方同意以臺灣臺北地方法院為第一審管轄法院。

十二、本契約書壹式二份，由甲乙雙方各執一份為憑。

立契約書人

甲 方：OOO（公司名稱）

授權代理人：OOO（負責人）

地 址：

乙 方：OOO（公司名稱）

授權代理人：OOO（負責人）

地 址：

中 華 民 國 OO 年 OO 月 OO 日

契約範例 6：視聽資料代售經銷契約

（2） 舞作衍生內容之授權

舞作衍生內容包括舞評、節目單、海報、照片、音樂、藝術家照片等，授權對象包括教科書編印廠商、政府部門、學術使用等。授權方式均以限定使用範圍、一次授權金方式為主。學術使用通常不予以收費，但必須簽訂授權書並註明出處。

（二） 品牌授權

品牌授權准許被授權者在一定期限內，使用授權者的品牌形象即由品牌形象衍生出的各種可被授權的物件，如品牌名稱，商標、專利、虛擬人物、製造過程、技術、設計或行銷技術等。品牌擁有者可以透過授權來換取權利金或其他型式的報酬，而被授權者藉此可以增加產品的銷售量。

雲門的品牌授權方式大致分為三種：（1）「雲門舞集」名稱及 logo 的品牌授權；（2）Co-Branding；（3）雲門品牌與舞作衍生商品。授權方式分為每年結算之權利金、一次授權之權利金、共同品牌之對價授權三種方式。分述如下：

（1） 雲門品牌授權

雲門基金會將「雲門舞集」的 logo 做為商標授權之標的物，授權宜陸開發股份有限公司以雲門字號創設咖啡館，目前在台北館前路、健康路共兩家。雲門根據營業狀況抽取權利金。

品牌授權是一種藉由契約方式，准許被授權者在一定的期間內，擁有授權者與品牌相關的識別標示或技術的使用權，如品牌名稱，商標、虛擬人物、製造過程、設計或行銷技術在其產品上。授權者通常會收取權利金作為報酬，而

被授權者則借品牌的加值，希望藉此能增加產品或服務的經濟價值。

品牌授權的授權標的可以是註冊商標圖案（可能為圖像或文字或同時包括兩者）或其他原創人物角色、圖像造型，被授權廠商可以用在商品的促銷或衍生設計成其他商品。品牌授權的標的若是註冊商標，則應受商標法之規範，註冊商標應向商標專責機關登記；若是其他圖像造型等，則視實際交易情形，適用著作權法、民法或其他相關規定。

商標權授權契約書

茲商標權人同意將所有註冊第○○○○○號○○○○商標授權予被授權人。本契約自民國○○年○○月○○日起生效。

（一）授權期間自民國○○年○○月○○日起至○○年○○月○○日止。

（二）授權使用商品或服務為：

商標權人：○○○○○

簽章

代表人：○○○

被授權人：○○○○○

簽章

代表人：○○○

契約範例 7：視聽資料代售經銷契約

（2） Co-Branding

Co-Branding 的授權方式通常都是採贊助或合作的方式，並沒有收取權利金。如，雲門在 2004 年夏季授權 NET 推出雲門 T-Shirt，屬於贊助性質；又如雲門以共同品牌合作方式授權宏碁使用「雲門」商標，推出雲門手機，並授權「行草」之音樂鈴聲下載等。

（3） 雲門品牌與舞作衍生商品

除品牌授權之外，根據雲門舞作及舞蹈專業等衍生產品之授權也相當重要。雲門曾以三年時間發展「生活律動」教材，並授權雲門國際股份有限公司使用「雲門」之品牌及教材開發與使用之權利來經營舞蹈教室。

通常，商標授權契約，目的在於加強或提高消費者對於商品來源的信賴，特別是商品本身的品質保證，是以，商標權人會要求被授權人必須嚴格把關其商品的品質，以避免其本身商標的價值因替劣質商品代言而遭到侵害；商標授權的權利金，因商標會使用在每一商品之上，故通常會按照商品數量及價格的一定比例加以計算，不過，有些商標權人，為確保自己能獲得一定數額的權利金，也可能會採取一次一定數額全部付清的方式：

商標授權契約

立契約書人：甲方：

乙方：

緣甲方同意狀其所註冊第○○○號「○○○」商標權授權乙方使用，雙方約定條款如下： 授權期

間：自本契約簽訂之日起至商標專用期間屆滿為止。契約期滿如欲續約，雙方應於期滿前三個月內另訂新約。

授權商品：商標法施細則第二十四條第○○類之○○○。

授權範圍：乙方得於台灣地區（含台、澎、金、馬）□製造、□使用、□販賣標示上開商標之商品。

授權登記：本契約簽訂後，甲方同意無條件配合乙方向主管機關辦理商標授權登記，登記所需費用由雙方平均分擔之。

權利金：乙方應支付甲方新台幣○○○元予甲方作為權利金。

品質保證：乙方所使用、製造、販賣之商品應確保其品質，如有任何瑕疵，均應由乙方自行負責，概與甲方無關。乙方並應於其商品或包裝容器上為商標授權之標示。

特別約款：本契約簽訂後，甲方不得將上開商標權再授予任何第三人使用於乙方授權之商品上。契約終止：除任何一方有破產、和解事由發生時，本契約即自動終止外，本契約得由任何一方於三個月前以書面通知他方後，雙方合意終止之。

違約罰則：任何一方違反本契約者，他方除得請求懲罰性違約金新台幣○○○○元外，如有損害，並得另行請求賠償。

誠信原則：雙方應本誠信原則履行本契約；如有未盡事宜，雙方同意得另行議定條款補充之。

管轄條款：如因本契約而生之一切爭議，雙方合意以台灣台北地方法院為第一審管轄法院。

契約份數：本契約乙式二份，分由雙方各執乙份為憑。

契約範例 8：商標授權契約

（三）被授權業務

雲門舞作包含的元素包括舞作、音樂、舞台、服裝等主要的創作來源。舞作是由專業編舞家創作，雲門給予編舞家的創作費用包括月薪、創作費、演出授權費等三種。其中創作費為一次授權費用，演出授權費則依據演出場次給予一定比例之授權金，舞作版權均屬於雲門。

音樂部分分為委託作曲和音樂授權兩種。委託作曲通常先給予作曲家工作費，其他依據演出場次給予一定比例之授權金；音樂授權多依據演出場次給付授權金，授權金之比例依據各國音樂授權仲介團體之規定而定。如需發行DVD或另做他用，需另與音樂所有者另訂授權契約。

音樂著作使用授權契約書

立契約人：○○○（授權者，以下簡稱甲方）

：○○○（被授權者，以下簡稱乙方）

基於音樂內容之使用授權交易，及所定之條件，授予甲方授權人對所列之音樂或音源（音樂版權），為一項非專屬使用之授權，以下列樂曲與音源為限訂立本契約。雙方為音樂授權事宜，特訂立本合約，條款如下：

授權樂曲或音源：○○○共○○首。

第一條、甲方為上述樂曲及音源供應在當地之唯一代理店，其著作權及音源使用，一切權力歸為甲方所有，甲方與乙方訂立本契約，保證乙方在以下條文約定下，承諾其全權使用上述樂曲。

第二條、本契約係承諾著作權與其音源使用有關者，由本契約之約定，上述樂曲及其音源著作權，著作鄰接權及原版唱片權等任何權力，並未由甲方轉移乙方。

第三條、同意重製權，同步使用，公開播映權為一次付費新台幣○○○元整，授權期限為自本合約簽訂日期起算九十九年，一但收到完整款項及簽名的合約書即生效。

第四條、根據本契約，乙方使用上述樂曲範圍，限定於影像作品等音樂素材，廣播、教學製作、電視、多媒體及商品介紹影帶等音樂素材製作，其他背景音樂，作為效果音的錄音、廣播、通信、以及其他類似的使用內容。

第五條、乙方在個別使用上述樂曲時，不必向甲方報備，支付費用；只要為乙方使用，亦不限制地域。

第六條、乙方不可把甲方所提供之音源全部或其中之一部之原樣複製後，租借、贈與、販賣與第三者。另乙方不得供第三者此音源當作背景音樂音源所可使用的方式發表、演奏、通信或儲存等行為，如有發現任何未經核准的使用，將訴求法律途徑解決，任何違約的行為自動將合約所給予的權力無效。

第七條、乙方不得改變上述樂曲或其音源，又上述樂曲另項演奏錄音等，如不使用上述樂曲音源，乙方應先事先書面徵求甲方同意。

第八條、乙方萬一侵犯契約約定，本契約即時停止，乙方接受甲方提供之上述樂曲所有音源乙方應向甲方負擔損害賠償之責。

第九條、契約未訂定事項，如有發生問題，應由甲乙雙方，依誠信原則協議解決之。

第十條、本契約所生之糾紛，雙方同意以台中地方法院為第一審管轄法院。

第十一條、契約一式二份，甲乙雙方各執一份為憑。

立契約人：

甲 方：

代表人：

統一編號：

地 址：

電 話：

乙 方：

代表人：

統一編號：

地 址：

電 話：

中 華 民 國 年 月 日

契約範例 9：音樂著作使用授權契約書

文化藝術創作授權調查表：雲門舞集（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途 ⁷	衍生商品	收益模式 ⁸
舞蹈作品	國際舞團/ 學生團體	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	重製、重建	舞作	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>依據演出場次收取權利金</u>
	藝術產品製 作公司	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	重製	DVD	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>限定授權年限，一次給付授權金</u>
	通路商	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	販售	DVD	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>限定授權年限、區域</u>
	媒體（中華 電信 MOD）	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	公開播送	影音節目	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>一次賣斷公開播送權利，限定 MOD 使用</u>
	書籍出版商 /政府部門	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用權	教科書、課程 延伸教材、政 府文宣	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>限定授權年限、區域</u>
	學術單位	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	使用權	學術論著	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_ <u>僅需簽訂授權 使用書，無須付費</u>

7 權、 權 權 所 權 、公 、公 、公 、公 、公 、 、 、公 、

、公 等權

8 者 數

文化藝術創作授權調查表：雲門舞集（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途 ⁹	衍生商品	收益模式 ¹⁰
品牌形象	飲食業者	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用權	雲門咖啡	☐ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>每年依據經營狀況結算抽成金</u>
	服飾業者	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	使用權	雲門 T-Shirt	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他 Cobranding ，採合作贊助方式，無權利金
	通訊業者	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	使用權	雲門手機、手機鈴聲下載	☐ 授權費、 ☒ 權利金、 ☒ 其他 <u>手機部分採 Cobranding 合作贊助方式，鈴聲下載依據下載比例抽成。</u>
舞蹈教學教材	舞蹈教學業者	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	使用權、改作權	生活律動教材、雲門舞蹈教室	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他 _____

⁹ _____ 權、權 權 所 權 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、

_____、公 _____等權

¹⁰ _____

數 者

文化藝術創作授權調查表：雲門舞集（被授權者）

創作品	來源	被授權方式	被授權用途	衍生商品	付費模式
舞作	編舞家	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權 ☐ 其他_	使用權	舞蹈演出	☐ 授權費、 ☐ 權利金 ☒ 其他__薪資、創作費、演出授權費__
音樂	編曲家/ 音樂授權仲 介團體	☒ 專屬授權 ☒ 非專屬授權 ☐ 其他_____	使用權	舞蹈演出配樂	☐ 授權費、 ☐ 權利金 ☒ 其他__工作費、演出授權費__
舞評	文字工作者	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權 ☐ 其他_____	重製、改作、使用	節目單、簡 介、網站、書 籍	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>一次買斷</u>
照片	影像工作者	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權 ☐ 其他_____	重製、改作、使用	節目單、簡 介、網站、書 籍	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>一次買斷</u>

三、舞蹈作品衍生商品授權範例

(一) 個案說明

某舞團在過去 20 年間，曾前往世界各地演出大小舞作。其中包括各種國際藝術節、藝術代理公司、各地表演藝術團體、政府部門、私人展演場地、公益團體等之邀約，進行方式通常由邀約單位負責場地規劃、時間安排、公關宣傳等工作。

在公關宣傳部份，通常會製作宣傳海報，這些海報多由主辦單位設計製作，除了時間、地點及文案等內容之外，其內容或以舞團的 logo 形象、或以舞作的經典畫面為主，或者包含其他共同演出的舞團的影像。

累積 20 年之後，某舞團已經累積相當多舞作創作，且透過舞作授權演出、巡迴演出等方式，也已經使舞作的知名度大增，更使舞團本身的品牌形象愈見提升，甚至成為代表國家文化的重要形象代表。

今天，某政府單位與該舞團洽談授權事宜，希望能透過授權使用這些經典海報，將這些海報翻製成一系列的郵票、年曆與賀年卡等衍生性商品，試問該舞團應如何處理？

(二) 授權問題

(1) 海報若是由主辦單位設計製作，部分影像的內容雖為舞團所有，該海報的著作權為主辦單位還是舞團所有？

(2) 海報內容若包含其他舞團的影像，部分影像的肖像使用權可能仍為該舞團所有？

(三) 授權策略與步驟

(1) 舞團應先確認每一張海報在規劃設計之初，是否已經與主辦單位簽訂契約，確認海報的著作權歸屬問題。雖然主辦單位通常會與舞團共享海報著作權，但舞團在將海報授權出去之前，仍必須事先確認此一著作權歸屬問題，以避免重複授權問題發生。

(2) 海報內容若包含其他舞團的影像，可以透過兩種方式處理：

甲、與主辦單位確認該內容歸屬問題，若海報內含其他樂團影像時，約定由主辦單位負責與另一舞團協商海報著作權歸屬事宜。

乙、與授權對象簽訂契約，明確告知某些海報內容可能涉及其他舞團對於海報的著作歸屬權問題，請授權對象自行處理。

(3) 選擇授權策略：

丙、**選擇授權方式**：確認授權對象想要衍生出哪些商品，如果僅包含郵票、賀年卡、書籤等同質性高的商品，或可選擇一次購足的套裝式授權模式，在一份契約內同時授權多種衍生商品的加值應用；若包含影視媒體、多媒材（如杯子、桌墊等）等應用，應考慮採取限制授權的方式，在不同媒材上的衍生性商品應收取不同的授權費用。

丁、**訂定授權權限與費用收取方式**：時間與區域是授權權限的主要考量因素；在時間方面，可能採取分次授權、年限授權跟一次永久授權三種方式，如果是沒有時間限制的大眾消費性衍生性商品，如卡片，通常會以一年為限，端視授權使用狀況與銷售狀況隔年再決定續約與否。如果是年曆、桌曆或配合紀念活動的衍生性商品，應可採取分次授權的方式，依照使用次數收取權利金。如果應用在耐久性商品上面，如家電、桌椅、汽車、房屋裝潢上，應可考慮永久授權方式。這三種授權方式的授權金收取方式與金額也都不相同。一般而言，分次授權的金額最低、年限授權必須依照銷售額而調整、永久授權的費用最高。

圖像授權契約範本

立契約人○○○（著作財產權人，以下稱甲方）與○○○（被授權人，以下稱乙方），因乙方執行『○○○專案』（以下簡稱本專案）需要利用甲方所提供之圖像，雙方約定以下條款，以茲共同遵守。

第一條

甲方於本契約有效期間內，將其享有著作財產權之○○○圖像（包含攝影、海報等可清楚識別本舞團形象之圖像內容）之散布、重製、改作、編輯、公開口述、公開播送、公開演出或於網路上公開傳播等權利，非專屬授權乙方行使，以製作與利用執行本專案所需之資料內容。

第二條

乙方應於甲方交付本著作時，支付甲方權利金新臺幣○○○元整。

第三條

甲方擔保其對本著作有授與本契約所稱之權利。甲方並擔保本著作之內容並無不法侵害他人權利或著作權之情事。若甲方違反本條之擔保事項而致乙方遭受損害時，乙方得隨時終止本契約並向甲方請求損害賠償。

乙方如因本契約標的遭致任何第三人控訴其侵害著作權及其他相關權利時，應立即以書面通知甲方，甲方有協助處理解決之義務。如最後經法院確定判決或經甲方認可之和解，乙方應賠償該第三人時，甲方應賠償乙方因此所遭致之一切損害（包括但不限於對第三人之賠償、律師費用等）。

第四條

本授權契約期間自民國○○年○○月○○日起至民國○○年○○月○○日止，計○年。

第五條

本契約若有未盡事宜或不明之處，依著作權法及其他相關法令定之。

第六條

甲乙雙方同意，對因本契約所引發之一切糾紛，應本誠信原則解決之。如有訴訟之必要，雙方同意以台灣○○地方法院為第一審管轄法院。

第七條

本契約一式二份，由雙方各執乙份為憑。

本契約若有任何修改，應由雙方協議另以書面為之，並附於本契約之後，作為本契約之一部分。

立契約人

甲 方：

統一編號：

住址：

乙 方：

住址：

代表人：

中 華 民 國 年 月 日

契約範例 10：圖像授權契約

文化藝術創作授權範例：舞蹈創作團體（一）（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途	衍生商品	收益模式
宣傳海報	政府部門、藝術活動策展單位	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用權	郵票、賀年卡	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他 說明： <u>依據銷售量收取授權金</u>
		☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用權	年曆、月曆	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他 說明： <u>一次給付全年度授權使用權利金</u>
		☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	重製權	展覽活動海報、活動T恤	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他 說明： <u>根據使用次數收取權利金</u>

文化藝術創作授權範例：舞蹈創作團體（一）（被授權者）

創作品	來源	被授權方式	被授權用途	衍生商品	付費模式
宣傳海報	主辦單位（設計製作者）	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	使用權、重製權	郵票、賀年卡..	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他： <u>協商著作權歸屬關係，通常會以共同持有，互不干涉授權使用的方式為主。</u>
舞團形象	其他舞團	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用權	郵票、賀年卡..	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他： <u>請主辦單位協商或由取得授權單位逕行協商取得授權</u>

第四節、音樂產業

一、音樂產業的範疇

音樂產業不同於一般傳統製造業，具創作特性並與時代脈動相呼應，富有知識創新特質，為高度專業化知識勞力密集產業。在文建會與新聞局的產業定義當中，音樂產業分別列在「音樂與表演藝術產業」和「出版產業」中。一般而言，音樂產業大致可區分為唱片產製與銷售、現場表演和為其他產業提供音樂服務的電影電視配樂和廣告歌曲。

其中唱片產製與銷售為核心的流行音樂產業和「新聞」、「雜誌」、「書籍」、「電腦軟體」等同被歸類為以「著作權」授權關係為維繫產業運作的「著作權」產業。相關的價值活動包括：有聲出版品製作、資料傳播製作、現場表演、作詞與作曲、有聲出版品分配與零售、著作權管理、行銷活動、音樂發行、藝術與創意的工作室、網路與數位音樂、多媒體內容、設計（唱片封面設計、商業設計）、樂器業（樂器製作、樂器修護、買賣）、流行時尚（造型師、化妝師、攝影等）、音樂書籍等。

現場演出則以結合視覺娛樂與即席體驗為主的現場演奏會、音樂劇、演唱會及其相關支援活動等，被歸類為「音樂與表演藝術產業」的一環。產業範圍包括音樂劇及歌劇（樂曲創作、演奏訓練、表演等）、音樂的現場表演及作詞作曲、表演服裝設計與製作、表演造型設計、表演舞台燈光設計、表演場地（大型劇院、小型劇院、音樂廳、露天舞台等）、表演設施經營管理（劇院、音樂廳、露天廣場等）、表演藝術經紀代理、表演藝術硬體服務（道具製作與管理、舞台搭設、燈光設備、音響工程等）、藝術節經營等。

其三，電視電影配樂和廣告歌曲則是以創作者的詞曲創為核心，藉由委託製作、詞曲授權等方式，為特定廠商或商業活動提供音樂製作的專屬服務。有些時候，歌曲會同時被運用在廣告和灌製成唱片，藉由唱片宣傳和廣告本身提供的宣傳效果，產生唱片銷售和廣告效益提升的綜效。

與授權業務最為相關的產業範疇則是圍繞音樂內容，把音樂版權作為核心價值，通過多種授權與交易方式，創造不同的盈利途徑，以獲得利潤。其範疇包括唱片製作與銷售、線上音樂、手機下載、KTV、現場演唱會、跨國音樂版權交易等都屬於需要授權服務協助的音樂產業範疇。

二、個案分析：滾石音樂集團

滾石唱片公司成立於 1980 年代，是促使台灣流行音樂產業從民歌時代走向流行音樂時代的重要推手，90 年代主要的華語流行樂手多屬滾石旗下，如羅大佑、李宗盛、小蟲、張艾嘉、潘越雲、齊豫、齊秦、張洪量、馬兆駿、趙傳、陳淑樺、周華健、黃品源、娃娃、香港的 Beyond 樂團、伍佰、張信哲、林憶蓮、辛曉琪、蘇慧倫和五月天、梁靜茹、品冠、陳綺貞等新生代本土歌手。鼎盛時期曾擴展版圖至東南亞、泰國等地區，成為亞洲最大的華語流行音樂公司，並成立滾石文化公司發展音樂出版業務。在台灣有線電視發展初期亦曾跨足電子媒體成立滾石音樂台，為本土最具代表性的流行音樂公司。

以滾石唱片公司為首的滾石音樂集團的業務範圍主要環繞在音樂創作的商業化與加值運用上，其中包括詞曲授權、唱片製作、歌手經紀、唱片發行、數位加值運用等。在音樂產業中，滾石唱片扮演中介經營者的角色，透過取得音樂創作者的詞曲版權，轉化為錄音著作，透過行銷通路發行唱片或授權使用音樂作品。授權使用形式大致分為重製權與使用權兩種；重製權的使用對象多為商業使用者（如唱片公司、廣告公司、數位經營平台等），使用權多指公開播放使用權，授權對象多為 KTV、卡拉 OK、公開營業場所等未牽涉重製行為的廠商，唱片公司多交由音樂仲介團體收取授權費用；在重製權方面，授權標的物可以大致分為三個部分：（1）音樂著作授權；（2）其他著作授權；（3）數位音樂通路授權。分別說明如下：

（一）音樂著作授權：

音樂著作主要包括詞、曲兩個部分。除了一般的歌曲之外，也包括電影配樂、廣告配樂、廣告歌曲等。目前各大唱片公司均將詞曲授權部門獨立為個別公司，以專屬經紀的方式與創作者簽訂合作契約，詞曲授權公司負責將詞曲授權給唱片公司、廣告公司、電影公司、其他詞曲經紀公司、數位音樂經營平台、KTV 業者等授權對象，按照一定比例扣取佣金之後，將授權所得幾付給詞曲創作者，以釐清創作人與唱片製作公司之間的權責關係。詞曲授權的費用主要分為詞曲授權費、詞曲版稅二個部分，說明如下：

（4）詞曲授權費

詞曲授權經紀公司透過專屬經紀方式取得創作人所有詞曲創作的專屬授權。其專屬授權範圍通常會限定授權年限，該年限通常和創作人與經紀公司簽訂合作契約之年限相同。詞曲授權公司取得授權之後，透過 A&R 或由唱片製作公司提出需求，再將詞曲授權給唱片公司等授權對象。詞曲的授權以一首歌為計價單位，通常同時包含詞、曲兩者之授權，不同國家、區域、公司或創作者會依據詞曲作者的知名度及其與唱片公司的合作關係，透過協商來

訂定不同價格的授權費用。以台灣為例，通常以業界公定標準——即一首歌曲的授權價格約為三萬元，其中包含詞 12,000 元和曲 18,000 元——為基準，視情況調整授權費用。

（5）詞曲版稅

這部分的收入與音樂著作的銷售量有關，一般而言，唱片公司向詞曲版權公司取得詞曲版權灌錄唱片之後，唱片公司除了給付詞曲授權費之外，必須依據唱片銷售量提撥部分比例的版稅金給付給詞曲版權公司，再由詞曲版權公司給付給創作人。

版稅的計價方式依據地區與國別各有不同的規定，通常依據唱片成本價抽取一定比例的版稅金。台灣地區目前的公定版稅價格為成本價的 5.4%。如取用國外公司的詞曲版權，版稅計價方式以使用者的國家為準。例如，滾石唱片取得美國詞曲版權公司的授權，版稅即以台灣的版稅比例為收費標準。通常唱片公司會先預付一筆版稅費用，每半年結版稅一次，超過預付費用則追加給付，未超過則以預付金額為該半年之版稅費用；未達版稅銷售標準，預付金不會退回給唱片公司。

（二）其他著作

除了詞曲版權之外，滾石唱片公司的主要授權業務在於錄音著作、視聽著作（即 MV）與前述兩者相關的平面影像、文字與圖樣設計等。錄音著作與視聽著作為詞曲創作的衍生著作，除了包含詞曲版權之外，亦包括錄音師、製作人等相關製作人員的著作權；通常唱片公司會以委託製作合約的方式，要求製作團隊讓與相關著作權利給唱片公司。關於錄音著作與視聽著作的授權方式，茲分述如下：

（1）錄音著作

對唱片公司而言，錄音著作通常意味著包含 10 至 12 首已錄製完成的歌曲所組成的 CD 或錄音帶，其本身就已經是一個完整的音樂著作衍生商品，通常會透過發行與零售通路來銷售該衍生商品。不過，每一首錄製完成的歌曲都可以成為獨立的授權標的物。不過，由於國內音樂著作權人之重製權與散布權均保留自己手中，並未將之交仲介團體管理，故授權手續較為複雜，必須向詞曲著作本人或代理之音樂出版、經紀公司洽談授權。這些單一錄音歌曲的授權通常有三種類型：

合輯：唱片公司推出唱片之後，或因歌手轉換到其他唱片公司、或一些專門出合輯的唱片公司的需求，會希望集合已經錄製完成且發行過的歌曲推出合輯。這些歌曲的授權方式是以一首歌曲為授權單位，每首歌曲根據合輯的預估銷售量先預收一筆授權費用，再依據超過預估銷售量的銷售額來

收取額外的授權費用。

廣告歌曲：廣告公司會透過兩種方式與唱片公司取得廣告歌曲。一種是單純取得單一歌曲的授權，通常以一次權利金、限定使用地區、時限與廣告搭配內容的方視為主。另一種方式是與唱片公司合作，透過歌手代言，將當紅歌手的歌曲作為廣告配樂。

其他表演團體授權：表演團體如舞蹈團體、劇團等需要公開使用音樂的團體，通常會與唱片公司簽訂歌曲授權契約，明訂使用範圍與權利。以雲門舞集為例，會依據表演場次來給付歌曲使用的授權費用。授權方式都是非專屬授權，除非劇團的需求相當大，不然很少劇團有能力取得歌曲的永久專屬授權。

音樂著作重製授權契約書範例

立契約書人○○○（詞曲版權擁有者，以下簡稱甲方）、○○○（被授權者，以下簡稱乙方）。甲方願將本契約標的著作財產權授權予乙方重製，雙方同意訂定本契約，並約定條款如下共同遵守：

第一條 契約標的

甲方願將其所管理之音樂著作（下稱契約標的，如附表）之著作財產權授權予乙方重製。

第二條 授權範圍

甲方授權乙方在本契約所定之使用期限內錄製於乙方所生產之 CD 產品，並限發行於中華民國（台灣）所管轄區域內。

第三條 使用期限

本契約自乙方支付重製使用報酬之日起至民國○○年十二月三十一日止發生效力。

第四條 使用報酬

乙方同意於簽約時支付甲方本契約標的重製授權金每首單價新台幣_____元整〔不含稅〕，合計____首，稅前總價新台幣_____元，稅後總價新台幣_____元，前開金額如以票據支付，於該票據金額兌現後，本約始生效力。

第五條 禁止之行為

乙方重製於第二條所規定之產品僅限於每一產品為壹種單一版本，不得重製第二版本，亦即同首歌曲不得重製不同編排、曲數、調性、速度、節奏、樂器、音色之背景音樂。

非經甲方之同意，乙方不得將本契約標的再授權予任何第三人重製或委由任何第三人加工重製。

第六條 樣本之提供

重製後，乙方應即免費提供每一產品二份樣本予甲方存檔備查。

第七條 損害賠償

乙方如違反本契約之條款時，除應就本契約標的每首歌曲支付甲方新台幣三十萬元之懲罰性違約金外，另賠償甲方因此所受之一切損失。

第八條 權利瑕疵擔保及協助訴訟義務

甲方擔保本契約標的確實有管理及另為授權之權利。若甲方違反本條之擔保事項致乙方遭受損害時，乙方得隨時解除本契約並向甲方請求損害賠償。

乙方如因本契約標的遭致任何第三人控訴其侵害著作權時，應立即以書面通知甲方，甲方有協助處

理解決之義務。如最後經法院確定判決或經甲方認可之和解，乙方應賠償該第三人時，甲方應賠償乙方因此所遭致之一切損害（但不包括對第三人之賠償、律師費用等）。

第九條 契約之補充及解釋

本契約若有未盡事宜或不明之處，依著作權法及其他相關法令定之。

第十條 爭端之解決與管轄法院

甲乙双方同意，對因本契約所引發之一切糾紛，應本誠信原則解決之。

如有訴訟之必要，雙方同意以台灣台北地方法院為第一審管轄法院。

第十一條 契約之作成與修改

本契約一式二份，由雙方各執乙份為憑。

本契約若有任何修改，應由雙方協議另以書面為之，並附於本契約之後作為本契約之一部。

立契約書人

甲方：

代表人：

住址：

乙方：

代表人：

住址：

中 華 民 國 年 月 日

契約範例 11：音樂著作重製授權契約

在錄音著作重製授權的契約中，通常會藉由禁止行為之表列來界定授權使用的範圍。例如規定重製版本的數量（通常都會限制只能重製一個版本）、重製的方式（必須透過協議確認在重製過程中，只能完整收錄原錄音（例如，歷年精選集），還是可以改變曲調、節奏、音色等（例如，Remix 舞曲大碟）。

另外，乙方也可以要求甲方確認是否在一定期限內為專屬或非專屬授權。通常若僅收錄原錄音著作時，乙方會要求專屬授權，以取得一定期限內對該錄音著作的獨佔，避免投入重製成本之後，因為其他廠商的競爭而產生損失。這種情況在製作精選集的時候經常發生。若是為了製作廣告歌曲、舞曲、背景音樂等，通常不會要求專屬授權，以降低授權費用。

（2）視聽著作

視聽著作指由唱片衍生而出，包含影音內容的衍生性商品，通常指 MV。MV 的授權對象包括電視台、KTV 業者、卡拉 OK 業者等。授權給電視台業者的方式可能透過合作契約（如 MTV 台）或依據使用次數收取權利金；授權給 KTV 業者的授權方式以單一 MV 為授權單位，透過經銷商授權給 KTV 業者，每年依據 KTV 業者使用次數收取權利金。

(3) 數位音樂通路授權

目前數位音樂授權分為兩種，及手機鈴聲下載與線上數位音樂平台。兩者的授權模式大致相同；手機鈴聲業者與平台業者必須先給付一筆預付金額，取得數位音樂重製授權，每年再依據不同音樂平台計價方式（如計次、會員費抽成等）結算年度錄音版權授權費用。授權方式通常採限定年限（一年為限）、區域（台灣區、中國區）與媒體平台（網路、手機），如業者跨區經營，必須根據經營區域收取兩筆授權費用。

(三) 音樂仲介團體

音樂仲介團體在音樂公開授權使用上扮演相當重要的角色，公開播放的範圍包括現場演出、公共營業場所、廣播電視、Pub、大飯店、跳舞教室、體育館、KTV 等場所公開播放音樂作品的行為。因 KTV 的營業所得與歌曲直接相關，因此在公開播送的授權費用上，主要的授權對象為 KTV 業者。不過，詞曲版權公司亦無法直接監督 KTV 業者音樂使用次數，因此多將公開授權的權利交由經銷商專屬代理，由經銷商授權給 KTV 業者，由經銷商每年向 KTV 業者收取授權金，扣除經銷商的代理佣金之後，將剩餘的授權金給付給詞曲授權公司。

除了 KTV 與卡拉 OK 業者之外，由於公共營業場所無法確實監督其音樂播送的次數與曲目，詞曲授權公司皆委由仲介團體以抽查的方式進行，台灣處理監督與盜版取締業務的仲介團體為 IFPI。

詞曲著作的公開版權授權由社團法人中華音樂著作權仲介協會（MÜST）負責管理詞曲著作的公開播送權、公開傳輸權及公開演出權三項權利，透過協會集中授權，另作統一收費與分配動作。

音樂著作權概括授權契約書範例

○○○（音樂著作權仲介團體，以下簡稱甲方）

立契約人 ○○○（以下簡稱乙方）

緣甲方係為音樂著作財產權人行使權利、收受及分配使用報酬，經主管機關許可，依法所組成之著作權仲介團體，而乙方為就甲方已得專屬授權之所有音樂著作於約定期限內作不限次數地公開演出，是雙方協議如下列約定：

第一條（契約標的及授權範圍）

甲方授權乙方得不限次數地於本契約期限內在乙方指定之場所（如附件）內公開演出甲方所管理之一切音樂著作（下稱契約標的）。

第二條（使用報酬之收受）

一、乙方同意按下列之使用報酬收受方法支付使用報酬予甲方。計費方式依本契約所附之使用報酬費率收費標準內之概括授權公開演出之項目計算之。經甲、乙雙方同意，全年度應支付之音樂著作公開演出使用報酬共計新臺幣○○萬○○○佰○○拾○○元整（含稅）。本年度依比例應支新臺幣○○萬○○○佰○○拾○○元整（含稅）。（如總金額超過 13,333 元以上，實付金額為扣除 15 % 之權利金稅

款後之餘額，年底統一以甲方為扣繳對象開具扣繳憑單，並由乙方按期繳納申報)

二、乙方如將相關場地租予第三人使用時，該第三人有公開演出音樂之行為，與乙方無關，甲方應自行與該第三人另行洽商公開演出付費之事宜，唯乙方願協助甲方，在第三人承租該場地時，協助甲方將相關之申請文件轉交該第三人，提醒應遵守相關法令規定。

三、乙方應於每年度的一月十五日前（或訂約時）付清當年度費用。乙方若未依約按時給付使用報酬予甲方時，甲方得請求支付遲延利息。

四、契約存續期間如乙方之門市、營業店有所增、減時，須即時書面傳真通知甲方，甲方須將使用報酬依年度比例作加收、退費之計算，並於下個年度續約時一併收費或扣減。

五、甲方於收到乙方費用後七日內，將授權貼證寄發予乙方，乙方應貼於各門市店門首或店門其他明顯之處。

第三條（期限）

一、本契約存續期間自民國○○年○○月○○日起至○○年○○月○○日止。

二、雙方得於本約期限屆滿前二個月協議就續約之條款做合理之修正以另定新約，唯期滿後，於新約未訂立或任一方尚未以書面通知對方不願續約前，本約視為繼續有效。

第四條（權利擔保）

一、甲方擔保其對契約標的確有依本契約約定內容授予乙方公開演出之權利。

二、於本契約期限內，如有第三人對乙方就契約標的之公開演出主張著作權時，乙方同意將該第三人所發之函件、通知及該第三人與乙方交涉之情形，以書面通知甲方。

第五條（通知送達）

就本契約一切事項所為之通知，皆以甲乙雙方簽約時所列之地址為送達地點。除非經他方事前書面通知變更送達對象及地點，否則不因任一方實際住居所或營業地有所變更而受影響。

第六條（權利讓與之禁止）

未經甲方事前之書面同意，乙方不得將本契約授權所得之任何權利全部或部份讓與或再授權予他人。

第七條（契約終止及損害賠償）

一、本契約訂定後，如一方違反契約任一條文之約定或發生對他方權益為不利行為之情事，經他方書面定期催告改正而不改正時，他方得立即終止本契約並請求損害賠償。

二、本契約訂定後，任一方發生解散、破產之情事時，他方得終止契約。但已支付之使用報酬並不得請求返還。

三、本契約終止後，並不影響請求損害賠償之權益。損害賠償之內容包含但不限於下列費用：應付之使用報酬金額；因提起訴訟所支出之訴訟費用及律師費；調查費用及執行費用。

第八條（契約解釋（本契約之解釋，以中華民國法律為準據法））

一、本契約一切附件，與本契約約定有相同之效力，並為本契約之一部。

二、本契約任一部份縱經認定為無效，雙方同意不因此影響其他部份之效力。

三、本契約之內容，非經雙方書面合意不得變更。

第九條（調解、仲裁及管轄機關）

因本契約所生之爭議，得移請經濟部智慧財產局著作權審議及調解委員會進行調解，或交由仲裁機關提請仲裁或逕自提起訴訟。因本契約所生之訴訟，雙方合意以台灣台北地方法院為第一審管轄法院。

第十條（契約原本）

本契約書一式二份，由雙方各執一份為憑。

立契約人

甲方：

代表人：

地址：

乙方：

代表人：

地址：

中 華 民 國 年 月 日

契約範例 12：音樂著作權概括授權契約

由於公開場合的範圍與使用時機相當廣，若要逐一監督收取授權費用，創作者或擁有音樂版權的公司將須付出高額成本，因此，無論國內外都將公開場合的版權使用授權給著作權仲介團體代為管理與監督。著作權授權團體通常會以抽查的方式檢查各大公開場所、KTV、廣播電台、電視台等，管理與監督一般公開場所音樂使用的情形。一般而言，經常使用音樂的公開場所和電台、電視台等，都會主動和著作權仲介團體簽訂年度授權契約，採年度結算的方式，定額付給著作權仲介團體授權費用。仲介團體再依各音樂版權公司所授權的歌曲數量，按比例扣除成本與佣金，將授權金交付給音樂版權公司。

台灣錄音著作的公開版權授權由社團法人中華民國錄音著作權人協會 The Association of Recording Copyright Owners of ROC（簡稱 ARCO）負責，除錄音著作公開播送權外，也包括公開演出之報酬請求權。視聽著作的授權由社團法人中華音樂視聽著作仲介協會 The Audiovisual Music Copyright Owner Association（簡稱 AMCO）負責管理視聽著作之公開播送及公開上映使用權利金收取事宜。

文化藝術創作授權調查表：滾石唱片（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途 ¹¹	衍生商品	收益模式 ¹²
音樂著作	唱片公司	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用權	專輯、音樂合輯	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>依據銷售量收取授權金</u>
	詞曲授權公司	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用權	音樂合輯	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>依據銷售量收取授權金</u>
	樂譜出版公司	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用權	樂譜	☐ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>限定授權年限、區域</u>
	數位平台業者	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用權	數位音樂	☐ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>先預收授權費，其後根據使用或下載次數與數位平台業者拆帳</u>
	KTV 業者	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用權	音樂點唱系統	☐ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>透過經銷商收取授權費用</u>

¹¹ _____ 權、權 權 所 權 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、

¹² _____、公 _____等權 _____數 _____者

文化藝術創作授權調查表：滾石唱片（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途 ¹³	衍生商品	收益模式 ¹⁴
錄音著作	唱片公司	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	重製權	音樂合輯	■授權費、■權利金、□其他 _____ 說明： <u>限定授權年限、地區，先預收授權費，再依據銷售量加收授權金</u>
	詞曲授權公司	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	重製權	音樂合輯	■授權費、■權利金、□其他 _____ 說明： <u>限定授權年限、地區，先預收授權費，再依據銷售量加收授權金</u>
	廣告公司	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	重製權	廣告配樂	■授權費、□權利金、□其他 _____ 說明： <u>限定使用年限、地區與搭配內容</u>
	其他表演團體	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用權	舞蹈、戲劇配樂	■授權費、□權利金、□其他 _____
視聽著作	KTV、卡拉OK業者	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用權	MV、VCD、DVD	□授權費、■權利金、□其他 _____ 說明： <u>透過經銷商收取授權費用</u>
	數位音樂平台業者	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	重製權、使用權	數位音樂	■授權費、■權利金、□其他 _____ 說明： <u>先預收授權費，其後根據使用或下載次數與數位平台業者拆帳</u>

¹³ 權、權 權 所 權 、公 、公 、公 、公 、公 、公 、公 、公

¹⁴ 權 等權 數 者

文化藝術創作授權調查表：滾石唱片（被授權者）

創作品	來源	被授權方式	被授權用途	衍生商品	付費模式
歌詞	創作者	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	重製權、使用權	歌曲（未完成）	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他_____
歌曲	創作者	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	重製權、使用權	歌曲（未完成）	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他_____
編曲	編曲師	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	重製權、使用權	歌曲	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>一次買斷</u>
錄音	錄音團隊	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	重製權、使用權	CD 專輯	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>委託製作</u>
MV	影音製作團隊	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	重製權、使用權	VCD、DVD	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他_____ 說明： <u>委託製作</u>

三、音樂創作授權範例

(一) 個案說明

大華是一位甫出校門、充滿熱情的音樂創作者，在就學期間，也曾參加多項音樂創作大賽，都獲得不錯的成績，因此希望未來能以音樂創作為業。他的創作範圍包含歌詞、歌曲以及純音樂創作等，已經完成的歌曲創作已經高達數十首，但除了創作比賽之外，都還沒有錄製成音樂出版品。

(二) 授權問題

大華要以何種方式將其創作授權出去？透過何種授權方式能夠維持創作所需的經濟支援？

(三) 授權策略與步驟

(1) 選擇呈現作品的方式：大華首先應決定要讓他的創作以什麼樣的方式透過作品呈現來獲得經濟支援。主要的方式包括：

1. 參加創作歌曲比賽，獲得獎金。
2. 在提供創作者表演的場所表演（如 Pub），賺取表演費。
3. 錄製唱片。
4. 授權讓其他歌手演唱。

其中，前兩者較無牽涉授權問題，但也無法藉此獲得大量的經濟來源；後兩者主要為授權問題，可以透過不同的音樂產業商業授權模式來獲得更多的經濟來源。

(2) 選擇授權模式：大華可以將詞曲授權交由專業詞曲版權公司代為管理授權問題，主要有兩種授權方式可供選擇：

1. 經紀人模式：大華可與詞曲版權公司簽訂經紀約，將大華本人及其所有詞曲創作全部專屬授權給詞曲版權公司，由詞曲版權公司全權處理授權對象、公關行銷、收費機制等工作，其中詞曲版權授權的衍生商品，主要包括唱片、公開演唱，以及由唱片衍生的 KTV 歡唱授權、原音手機鈴聲等。詞曲版權公司祇有在詞曲授權出去之後才需給付大華版稅或權利金，大華則需從版稅或權利金中提撥一定比例的佣金給詞曲創作公司作為經紀費用，國內詞曲版權公司抽取佣金的公定價約為授權金的 3.5%。
2. 詞曲授權模式：大華也可以僅將指定的詞曲版權交由某家詞曲版權公司代為處理授權業務，其他歌曲交由其他家詞曲版權公司處理。大華保留新創作的授權權利。

音樂著作權經紀合約書範例

立合約書人：○○○詞曲經紀公司（以下簡稱甲方）

○○○（創作者，以下簡稱乙方）

甲、乙雙方為音樂著作權經紀事宜，同意訂立下列條款，以資共同信守：

第一條（授權範圍）

乙方願將以下著作交付甲方於台灣地區（包括台、澎、金、馬，中華民國政府管轄之行政區域）代為管理與有償授權供他人使用或出版。

1.○○○（歌曲名稱，如有多首歌曲，需一一表列）

第二條（著作權歸屬）

音樂著作之著作權仍歸乙方所有，惟甲方於授權之必要範圍內，對該著作有選擇權與處分權。

第三條（費用分攤）

乙方負責音樂著作交付予甲方之前所生之一切費用，甲方負責收受著作物之後所生的一切管理及銷售費用。

第四條（專屬授權）

乙方保證交付甲方之音樂著作係屬原創或合法得以出版、發行、銷售之著作，無侵害他人著作權，乙方並不得重複授權他人或將著作權轉讓他人。

第五條（授權模式協議）

甲方於收到將音樂著作授權於第三者所得之酬金前，無支付乙方任何費用之義務。

第六條（授權金分配比例）

著作物經授權實際所得之酬金，扣除必要成本費用後，其實際所得由甲方分配 40%，乙方分配 60%（依甲乙雙方協議彈性調整）。

第七條（授權金之結算方式）

授權所得款項之取款時間由甲方決定，惟甲方必須在獲得酬金之日起，每月按時將酬金依第六條之規定結算予乙方。

第八條（權利之移轉）

甲方為授權管理之便利，有權移轉本合約權利之全部或一部予音樂仲介團體或國外第三人，但應於移轉前以書面通知乙方，甲亦有權複委託國外客戶代為授權，但應於契約簽訂五日前通知乙方。

第九條（境外著作權之管理）

如有必要於國外為著作權登記，乙方應予配合。

第十條（合約之終止）

合約存續期間，除有第十二條之情形外，任何一方非經他方之同意不得終止本合約。

第十一條（帳務透明化）

乙方在雙方同意之時間下，可檢查與本約有關的帳目，惟檢查帳目所生一切費用，由乙方負擔。

第十二條（違約之罰則）

如有一方違反本合約致他方受損害時，應賠償懲罰性違約金○○元，受害方亦得不經他方之同意逕予終止本合約。

第十三條（契約有效期限）

本合約自訂立之日起生效，有效期間○年，本約期間屆滿一個月內，甲、乙雙方之一方如不續約應以

書面通知他方，如未於一個月前通知，視為續約，續約期間○年，續約之續約亦同。在合約期間所為之授權行為，乙方承認其效力繼續履行。

第十四條（管轄法院）

如因本合約而生爭執，雙方同意以○○地方法院為第一審管轄法院。

第十五條

本合約壹式參份，甲、乙雙方各執乙份為憑。

甲 方：

法定代理人：

乙 方：

身分證號碼：

中 華 民 國 年 月 日

契約範例 13：音樂著作權經紀合約

無論採取哪一種授權模式，大華都必須和經紀人、詞曲經紀公司或其他使用者簽訂詞曲著作使用同意書，以確保大華的基本權利，在這個基礎上可以進一步洽談版稅、授權金、各種使用或合作的拆帳方式。

詞曲音樂著作使用同意書

立同意書人○○○（以下簡稱甲方）與○○唱片公司雙方為音樂使用同意事項訂立條款如下：

第一條（授權標的）

甲方就其下列所有音樂著作授權乙方使用：

1. ○○○（詞曲名稱，需全部列舉）

第二條（簽約金或授權金）

乙方支付甲方使用費新台幣○○萬元。

第三條（使用範圍）

乙方得安排藝人、歌手演唱上述音樂著作、錄音製唱片、卡帶、CD 出售，並得公開演出、播送，惟需事先告知甲方。

第四條（授權地區）

授權地區：台灣地區（含台澎金馬）

第五條（授權期限）

自合約簽訂日起算五年

第六條（授權報酬所得之分配）

甲方並授權乙方處理國內外著作權授權事宜，積極創造該著作之價值，如有收益，扣除必要費用後，乙方抽取佣金○○%，所餘報酬需全數交付甲方。

第七條

本同意書自簽訂日起有效，雙方各執一份為憑。

立同意書人：甲方○○○

乙方○○唱片有限公司

代表人○○○						
中	華	民	國	年	月	日

契約範例 14：詞曲音樂著作使用同意書

目前大部分詞曲版權公司大多以經紀人模式為主，不過若歌曲數量較少且較不知名的創作者，詞曲版權公司可能會先以詞曲授權模式為主。所以，以大華的創作量，應該與詞曲版權公司簽訂經紀約較為簡便，也較有利。

(3) 加入詞曲創作人協會：大華應考慮加入詞曲創作人協會以保障自身詞曲創作授權權利。目前台灣主要的詞曲創作人協會包括：社團法人中華音樂著作權仲介協會（MÜST）、中華音樂人交流協會、台灣音樂國際交流協會等。

文化藝術創作授權範例：音樂創作授權（一）（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途	衍生商品	收益模式
詞曲創作（個別）	詞曲版權授權公司	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	使用權、重製權、公開播放	表演	☐ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他 說明： <u>詞曲版權公司給付創作人版稅，並抽取一定比例之佣金</u>
		☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	使用權、重製權	DEMO帶、詞曲創作	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他 說明： <u>詞曲版權公司先向下游授權對象收取一筆授權金，再依據使用量與銷售量收取版稅，抽取一定比例佣金後，給付授權費與版稅給創作者</u>
詞曲創作（全部）	詞曲版權經紀公司	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	代理、經紀	詞曲創作	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他 說明： <u>根據經紀約給付授權費用</u>

第五節、表演藝術產業

一、表演藝術產業的範疇

表演藝術產業包含核心的生產表演藝術產品的創作者，以及支援創作者具體呈現其創作的表演場所、經紀公司、舞台、燈光、設計、服裝、道具等周邊組織或個人。表演藝術訴求的是一種臨場、現場體驗與參與的經驗，在整個體驗過程中獲得一種共享的經驗，使表演者和觀賞者共同創造出一種獨特價值的產業。

根據我國文化創意產業的範疇定義，凡從事戲劇（劇本創作、戲劇訓練、表演等）、音樂劇及歌劇（樂曲創作、演奏訓練、表演等）、音樂的現場表演及作詞作曲、表演服裝設計與製作、表演造型設計、表演舞台燈光設計、表演場地（大型劇院、小型劇院、音樂廳、露天舞台等）、表演設施經營管理（劇院、音樂廳、露天廣場等）、表演藝術經紀代理、表演藝術硬體服務（道具製作與管理、舞台搭設、燈光設備、音響工程等）、藝術節經營等之行業都是表演藝術產業的範疇。

在台灣，一般從事表演藝術的創作團體或劇團大都是以公益、藝術創作等非營利組織的形式出現，擔負表演演出的成員組合和劇本創作、音樂製作等多半維繫在按件計酬的契約關係上，雖具產業雛形，但尚無法真正視為一種產業類型。目前，表演藝術團體逐漸走向多元化經營及品牌建立的營運模式，以行政管理集中統籌的方式，將藝術行政、會計、出納、授權等業務，集中在專事行政管理的核心組織當中，各個創作團體可以共同分享行政資源，更專注在表演藝術創作與現場演出的創意表現上。

對表演藝術產業而言，委託創作、劇本、音樂授權、表演影像紀錄、DVD 製作與影像販售等藝術授權服務和相關周邊商品的衍生應用便成為表演藝術產業中，提供經濟支持的重要來源。以紙風車劇團為例，「紙風車基金會」本身即為一個行政管理中心，其功能在於提供旗下的創作團體必要的行政資源與授權業務的協助，藉此整合各種表演資源，並藉由基金會此一行政平台的仲介服務，使劇團之間相互交換知識與創意，開創更豐富多元的表演與藝術服務。

二、個案分析：紙風車劇團

紙風車劇團（網址：<http://www.paperwindmill.com.tw>）隸屬於紙風車文教基金會下，專事兒童戲劇表演的創作，秉持著「兒童需要兒童劇，台灣需要台灣的兒童劇場。」的基本理念，成立迄今十多年來，已創作不少兼具教育性及娛樂性的兒童劇表演。堅持作品的原創性，是紙風車創作的重要指標；也希望結合音樂、舞蹈、戲劇、文學、燈光、美術等等因素，透過劇場形式，呈現給兒童一個不一樣的想像世界。

紙風車劇團，主要受政府單位或民間企業或團體的委託，承辦大型活動，規劃製作兒童戲劇之表演，並定期演出自己創作的戲劇。紙風車劇團逐年推出的生肖系列兒童劇表演，在2004年推出孫悟空大戰牛魔王、2005年推出雞城故事等，不僅深受兒童及家長們的喜愛，也獲得社會各界熱烈的讚賞及回應，在2006年即將推出生肖系列「一〇一忠狗」一戲。

（一）取得授權業務

紙風車劇團，將音樂、舞蹈、戲劇、文學及美術等創作因素，凝聚結合成一齣舞台劇的演出。以下分別就音樂及舞蹈、美術及劇本兩項目，分別探討紙風車取得授權的方式：

（1）音樂：

一齣兒童劇的演出，需要使用許多音樂背景音樂。如果劇情本身有特殊需要，紙風車會委託詞曲創作人，專就兒童劇本身量身訂作全新的音樂，由紙風車交付製作費用予創作人，約定音樂的著作權歸屬於紙風車；如使用現有他人創作的音樂，紙風車會透過音樂著作權人協會等仲介團體，取得這些音樂的使用權，並按照協會的要求，繳付授權使用費。

公開演出個別授權契約書範例

緣○○○係為音樂著作財產權人行使權利、收受及分配使用報酬，經主管機關許可，依法所組成之著作權仲介團體，而申請人為就本會已得專屬授權之特定音樂著作於約定期限或場次內作公開演出，是雙方協議如下列約定：

第一條 契約標的及授權範圍

本會授權申請人在申請人指定之場所內公開演出本會所管理之特定音樂著作（下稱契約標的），該特定著作之著作財產權人姓名或名稱如申請書所示。

第二條 使用報酬之收受

一、申請人同意按本會之使用報酬收受方法支付使用報酬予本會，其計費方式依本契約所附之使用報酬費率收費標準計算。

二、申請人同意提供下列申請書或實際售票證明，並應依前條規定支付使用報酬予本會，

若申請人未依約按時給付使用報酬予本會時，本會得請求支付遲延利息。

(1)、營利性質：

將實際使用契約標的之次數、場次情形詳列申請書上，於演出前七日交予本會，並於各場次活動結束後七日內提供實際總收入售票證明（如年代、兩廳院售票電腦報表或報請國稅局繳納娛樂稅相關證明影本）與本會，雙方依此實際售票證明作結算。

(2)、非營利性質：

將實際使用契約標的之次數、場次情形詳列申請書上，於演出前七日交予本會雙方依申請書在活動演出前作結算。

三、未經授權逕行使用（演出）本會管理音樂，經本會蒐證後除應支付音樂使用報酬另需加付本會蒐證之相關費用，特此聲明。

四、申請人應提供於申請書所示利用契約標的之場所入場券或門票各二張以上予本會，以利本會查核申請人實際使用之次數及情形；申請人應協助本會人員完成上開工作。

五、本條第二項所列之申請書內容如有不完備或不詳之處，申請人應於收受本會通知後三日內補正，雙方並依此清單結算。

第三條 期限

契約存續期間如申請書所列。

第四條 權利擔保

一、本會擔保其對契約標的確有依本契約約定內容授予申請人公開演出之權利。

二、於本契約期限內，如有第三人對申請人就契約標的之公開演出主張著作權時，申請人同意將該第三人所發之函件、通知及該第三人與申請人交涉之情形，以書面通知本會。

第五條 權利讓與之禁止

未經本會事前之書面同意，申請人不得將本契約授權所得之任何權利全部或部份讓與或再授權予他人。

第六條 契約終止及損害賠償

本契約訂定後，如一方違反契約任一條文之約定或發生對他方權益為不利行為之事，經他方書面定期催告改正而不改正時，他方得立即終止本契約並請求損害賠償。

第七條 契約解釋

本契約之解釋，以中華民國法律為準據法。

一、本契約一切附件，與本契約約定有相同之效力，並為本契約之一部。

二、本契約任一部份縱經認定為無效，雙方同意不因此影響其他部份之效力。

三、本契約之內容，非經雙方書面合意不得變更。

第八條 調解、仲裁及管轄機關

因本契約所生之爭議，得移請經濟部智慧財產局著作權審議及調解委員會進行調解，或交由仲裁機關提請仲裁或逕自提起訴訟。因本契約所生之訴訟，雙方合意以台灣台北地方法院為第一審管轄法院。

契約範例 15：公開演出個別授權契約

公開演出授權契約所約定的授權內容通常指完整歌曲的演出，如果劇團需要配合劇本與舞台效果需部分修改詞曲內容，則必須在授權合約中藉由表列使用方式與範圍將修改的方式與內容界定清楚。如之後需搭配表演 DVD 出版原聲帶，則必須另外和音樂著作仲介團體簽訂「音樂錄音著作重製授權使用合約」。

(2) 舞蹈、美術、劇本：

紙風車劇團的舞蹈編排、服裝設計等美術事項及劇本等創作的來源，因創作人為劇團本身雇用的員工，或是合作對象，有不同的處理，分述其情形如下：

內部雇用：

基於尊重各團員意願的精神，在雇用之初，紙風車並未強制各團員必須承諾就職期間的創作著作權歸屬劇團。因此，團員創作均屬劇團與團員共同擁有。紙風車僅在表演或其他必要情形下，如「紙風車三十六計」一書出版時，方另支付費用予團員，使用該創作。

外部合作：

若創作來自外部合作的人員，紙風車會直接支付製作費用予創作人，並約定該創作的著作權歸屬紙風車劇團所有。

此外，劇本另一來源，係改編自他人的著作，如「八歲，一個人去旅行」一戲，改編自吳念真先生的小說，紙風車配合吳念真先生小說繪本的出版，推出戲劇表演，取得吳念真先生著作的無償授權使用。

內部雇用契約的重點在於集體創作的著作權歸屬問題。一般而言，會採用內部雇用的方式，最重要的原因就是希望將集體創作中的個人，可以將其著作權授權或讓與給團體或組織，以利公開表演或劇碼的重複使用。

人員聘僱契約範例

立契約人：○○○（聘用工作者的團體或組織，以下稱為甲方），茲同意聘用○○○（聘用人員，以下稱乙方）為其從事勞務之提供，雙方同意訂定下列雇用事宜條款並切實遵守。

第一條（工作範圍）

甲方得依公司業務上需求及乙方之專長，指定乙方應予提供勞務之內容，並得隨時依公司業務 情況及內部調整之必要，更改乙方工作範圍及職務，乙方不得拒絕。

第二條（聘僱報酬）

關於乙方之報酬、薪資及其他福利，及到職、離職等事項，均依乙方到職後由甲方製作之到職約定書內之規定辦理，薪資原則上為月領，年終獎金及其他補貼均依甲方規定決定。

第三條（乙方遵守之義務）

關於上班時間、工作要求、休假制度、加班及其補貼、請假、全勤獎勵、年度考核等一切事項，乙方同意依甲方訂立之契約書、職員工作規則及人事管理規則辦理（甲方並得視情況修改），乙方不得異

議。

第四條（智慧財產權）

乙方同意於任職期間，基於職務為甲方所作，或與甲方業務有關所作出之任何享有著作權之創作，包括但不限於文稿、書信、企畫案、規格書等語文著作，或是因業務上製作之攝影著作、圖形著作（包括科技或工程設計圖形）、錄音及視聽著作，皆以甲方或其代表人為著作人，相關之著作人格權及著作財產權或其他智慧財產權等皆歸甲方擁有。

第五條（保密義務）乙方同意甲方對於第四條鎖定之各項著作，及甲方各種相關之技術、產品、規格、行銷計畫、人事及財務資料、客戶名單、策略規劃等，經甲方明訂為營業秘密者，乙方即應確實加以遵守，非經甲方同意或公司業務實際需要，不得洩漏予任何第三人或供非職務目的之使用。本條規定，於乙方離職後○年內仍然有效。

第六條（工作期限）

本合約自民國○○年○○月○○日至民國○○年○○月○○日止，合約期滿雇用關係即終止。

第七條（適用法律）

本合約之解釋效力極其有關事項，除適用民法僱傭及勞基法之規定外，另依中華民國其他法律規範處理。

第八條（管轄法院）

甲乙雙方同意如有訴訟，應以○○地方法院為第一審管轄法院。

第九條（合約）

本合約一式二份，甲乙雙方各執乙份為憑。

立契約人：

甲方：

代表人：

地址：

乙方：

地址：

中華民國 年 月 日

契約範例 16：人員聘僱契約

對表演藝術這種以「創意發想」為創造附加價值來源的產業而言，如何適當保護與應用「創意」的無形資產是維繫劇團生存的關鍵因素。其中，創意的來源和可能傳佈的管道主要都是劇團內的工作人員。劇團之間的工作人員流動率頗大，如何透過契約來平衡維護劇團的核心價值和提供創意工作者自由創作的工作空間的均衡，是簽訂人員聘僱契約最重要的工作。其中，智慧財產權等保密條款是最需要審慎檢視與協商確認的部分。

（二）授權他人業務

1. 表演影帶或劇照的出借

紙風車劇團致力於兒童劇的演出，劇團本身也會將每場演出的精彩畫面，以照相或錄影的方式，加以拍攝留念。社會各界為非商業目的的使用，得預先通知紙風車劇團取得同意，公開播送或使用其表演片段的影帶或劇照。

2. 服裝道具的出借

兒童劇表演的服裝，屬劇團及設計師共有，經兩者同意，也經常出借使用。

3. 表演衍生產品的製作

紙風車就每齣戲劇的演出，均會製作節目單，並在表演場所現場販售，供觀賞者購買。紙風車並透過紙風車基金會出版「紙風車三十六計」一書，記錄劇團的發展成果。此外，紙風車已就去年巡迴演出的「雞城故事」製作成DVD 光碟，目前仍在規劃階段，未來期望可以整理過去所有的兒童戲劇演出，製成光碟，推出銷售到市場上。

文化藝術創作授權調查表：紙風車（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途 ¹⁵	衍生商品	收益模式 ¹⁶
表演影帶	新聞媒體及其他單位	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	公開播送、使用	電視節目	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____
表演劇照	新聞媒體及其他單位	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用、重製	平面報導	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____
服裝道具	其他表演單位	租借	使用		☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他_____

¹⁵ _____ 權、權 權 所 權 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、

¹⁶ _____、公 _____等權 _____數 _____者

文化藝術創作授權調查表：紙風車劇團（使用者）

創作品	來源	被授權方式	被授權用途 ¹⁷	衍生商品	付費模式 ¹⁸
音樂	音樂著作人協會	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用權	戲劇表演	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他_____
	詞曲創作人	☐ 專屬授權 (6) 非專屬授權 ☒ 其他	使用權		說明： <u>依照協會要求，繳交使用費。</u> ☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____
劇本	團員	☐ 專屬授權 (7) 非專屬授權 ☒ 其他	使用	戲劇表演	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____
	委託他人製作	☐ 專屬授權 (8) 非專屬授權 ☒ 其他	改作權		說明： <u>製作完成屬雙方共有；紙風車會另支付買賣費用予員工以取得全部的著作權。</u> ☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他_____
「八歲，一個人去旅行」劇本	吳念貞	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	改作權	戲劇表演	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他_____
					說明： <u>無償授權。</u>

¹⁷ _____
權、權 權 所 權 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、公 _____、

¹⁸ _____
、公 等權 數 者

三、表演藝術創作授權範例

(一) 個案說明

王伯伯擁有自己的布袋戲劇團「農家樂布袋戲團」，在雲嘉地區受各地寺廟邀請，在慶典上表演給神明及到廟祭拜的善男信女觀賞。布袋戲劇團規模不大，但因王伯伯擁有自己創作或繼承家族祖先的獨特角色、劇本及布袋戲偶，在鄉間小有名氣。伴隨台灣本土藝術之宣揚風潮，王伯伯也希望在他有生之年，可以將自己投注在布袋戲劇的所有創作，加以推廣。

(二) 授權問題

(1) 王伯伯擁有哪些可以授權出去運用的項目？

(2) 採取何種授權模式對於王伯伯較有利？

(三) 授權策略與步驟

1、界定可授權的著作及個別可授權加以運用的項目：

王伯伯自家族繼承所得的角色、劇本或布袋劇偶，如為王伯伯的祖先自己所創作，王伯伯也因繼承取得該等創作的著作財產權，可以自由運用。王伯伯就自己創作或繼承所得的戲偶角色、劇本或布袋劇偶，可以透過授權，生產衍生商品，加以推廣，獲取商品化的利潤。

(1) 就戲偶角色的部分，王伯伯可將這些戲偶角色的肖像權申請為著名商標，再透過商標授權的方式授權給製造廠商，將戲偶角色的形象印製到衣服、背包、杯子及日曆等衍生的日常生活使用產品上：

(2) 王伯伯可與製造廠商約定，簽約當時製造廠商先支付一定金額的授權費給王伯伯，但當這些衍生商品的銷售數量超過一定數字時，製造廠商再按超過的數量，支付銷售營業額的一定比例給王伯伯；王伯伯也可與製造廠商約定在一定期間內一次支付授權費用。前一方法較具彈性；後一方法比較省事，但因無法確知未來銷售狀況，費用數額較難估算。

(3) 哪種授權方式，王伯伯都應在授權合約書裡約定清楚，授權標的包括哪些戲偶角色、授權製造生產的商品項目包括哪些、授權製造生產的期間等事項。

2、就劇本的部分，王伯伯可將劇本著作權，授權予語文出版社出版成冊、或授權其他布袋戲團表演使用：

王伯伯可將劇本的著作重製權，專屬授權予某一語文出版社，由該語文出版社全權負責該劇本的發行、打字、印刷，銷售於市場上。王伯伯無須費心於

出版工作，僅需根據與此出版社的契約約定，按出版書的銷售量，依定價計算，抽取一定比例的版稅收入。

王伯伯宜在契約中約定清楚，各個自創或祖傳劇本的發行區域或語言等授權範圍項目，比方說，王伯伯可先嘗試僅於台灣地區發行甲劇本，則契約中就可約定「僅將甲劇本授權出版社於台、澎、金、馬地區繁體中文版本的發行」，明確規範出版社有權行使的範圍。

此外，王伯伯亦宜在契約裡，就劇本的書本及電子檔的出版，分別加以約定，以因應未來劇本或其他著作線上電子化的趨勢。

數位版權授權書範例

一、授權內容：

立書人○○○（授權者）同意授權○○○（以下稱乙方）將○○○布袋戲劇之劇本進行數位化、重製等加值流程，並以電子形式透過單機、網際網路、無線網路或其他公開傳輸方式，提供用戶進行檢索、瀏覽、下載、傳輸、列印或出版電子書等。

二、著作權聲明：

本授權書為非專屬授權，立書人仍擁有上述授權著作之著作權。立書人擔保本著作係立書人之原創性著作，有權依本授權書內容進行各項授權，且未侵害任何第三人之智慧財產權。

三、權利金：

（一）權利金方案：（請擇一勾選）

☐ 本書人同意無償授權並放棄權利金收入。

☐ 立書人同意將權利金收入捐給【機構名稱】。

☐ 本著作所有共同作者可得授權著作售價之 12%之權利金收入，本人同意本授權書資訊若有資料不全、錯誤或日後異動而未書面通知乙方之情事，導致乙方無法完成權利金給付，則華藝應設立獨立專戶提存該筆權利金，由【機構名稱】通知立書人向乙方領取。

立書人簽章：

中華民國九十三年 月 日

契約範例 17：數位版權授權書

王伯伯如將劇本授權予其他布袋戲劇團使用演出，最好約定清楚演出次數等事項，並向布袋戲團收取一定金額的授權費用，並可聲明布袋戲團因演出所生的衍生創作，均與王伯伯共享著作權。

3、王伯伯自己手工縫製的布袋劇偶，為王伯伯創作的戲偶角色的具體展現，所以肖像授權應與第 1 項結合。此外，王伯伯如受政府參展單位的邀請，於國際布袋戲博覽會上展出自製的布袋戲偶，則可以出租方式向參展單位收取一定數額的租金。

（2）採取何種授權模式對於王伯伯較有利？

王伯伯期望在有生之年，可以將他一生經營的布袋戲劇團發揚光大，除透過上述各種不同著作權授權模式，將王伯伯的布袋戲創作廣為散佈外，另也可加入品牌經營的思維，與製造廠商約定，在各個商品上附帶印製王伯伯「農家樂布袋戲劇團」的商標字樣，使社會大眾更深入認識王伯伯及農家樂布袋戲劇團本身。

文化藝術創作授權範例：表演藝術創作人或團體（一）（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途	衍生商品	收益模式
戲偶角色	製造廠商	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	肖像使用及重製權	衣服、背包、杯子及日曆等日常使用產品	☐ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他 說明：1、 <u>可先收取一定金額的授權費，待商品銷售超過約定數量時，就超過部分再抽取一定比例的銷售金額作為授權費用。</u> 2、或者，以時間或區域為限，僅收取一次授權金額。
劇本	語文出版社	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	出版、重製	劇本書籍	☐ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他 說明： <u>按書本定價抽取一定比例的版稅。</u>
	其他布袋戲劇團	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用	衍生表演	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他 _____
布袋戲偶	政府單位	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	公開展示	展覽	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他 _____

第六節、文學出版產業

一、文學出版產業的範疇

出版產業係指從事新聞、期刊雜誌、書籍、唱片、錄音帶等具有著作權商品發行等之行業。從商業角度而言，出版業指營利性的、經常性的出版事業；非營利性的出版、或無須由自己核算的委託出版，則不稱為出版業。經營出版業的負責人稱作出版人、出版者或發行者；經營出版業的機構叫做出版社、發行所。出版業是在出版物具有商品價值以後形成的一種行業，其沿革因地區或國家而異。若以文學性質劃分，主要為圖書出版及雜誌出版，介紹如下：

圖書出版

出版者是負責圖書出版，也是擔當風險的人，而且大體上負責一切的投資並選擇稿件出版，往往要預墊版稅支付作者、買下紙張交給印刷廠，最後還要登廣告，並且大部分交給書報社辦理發行，以將圖書發給書店，或自己直接向讀者推銷。現在幾乎沒有一家出版業者本身擁有印刷廠或裝訂廠；同時，僅有少數業者經營或控制零售的書店。因此，出版業實際上分成二個有關行業——出版與發行，而書店為極重要的零售處。

雜誌出版

雜誌依照一定的編輯方針出稿，一般以一週以上的間隔定期發行，原則上為平釘冊子形態出版物。因其具有定期性，所以不同於小冊子和書籍；又因不以新聞報導為主，而是以解說、評論、教養、娛樂為主，再加上裝訂方式上的特點，所以有別於報紙。雜誌的種類極多，大致可依下列性質分類：（1）定期性（月刊、週刊、季刊等）；（2）營利與否（商業雜誌、機關雜誌、公關雜誌等）；（3）內容（綜合、企業、宗教、人文、婦女、兒童等）；（4）開本（八開、十二開、十六開、二十五開等）。

工作職位內容

一本圖書或雜誌由作者構思、創作成稿，到達編輯、美術設計之手，處理包含文字、繪畫、攝影、設計等的著作物，經過印刷、裝訂等手續，而達於圖書或雜誌的形態，再經過書報社或其他方式，交給書店銷售的過程，即稱之為出版。在這一連串的過程中，主要包括三種職業，即作者、編輯、發行商或中盤商（書報社），以下分別介紹：

作者

出版圖書時所說的作者，指的是該書的著作者。作者一詞，主要是從概念上與出版物（特別是單行本）的編者、譯者、校訂者、雜誌投稿者、畫家等相區別。也有泛稱執筆者，則指執筆寫文章的人，即一切文字作品的作者；有時也指為匯編、選集或報章雜誌等撰寫文章的人。

此外，作者還包括翻譯者、寄稿人、合著或合譯等，以下分別說明：（1）翻譯者：從事翻譯工作的人，也叫譯者、翻譯家。翻譯者享有翻譯著作權。翻譯者近年來雖然在報酬上已漸漸提高，但是應有的權益還未被足夠重視。（2）投稿人：或稱寄稿者。在報刊上發表為目的而寫成著作，並將此著作提供給出版社；相當於圖書的作者。透過出版人、編輯人預約而寫成的原稿，或由寄稿人主動寄去的投稿或應徵文稿，一經出版社同意後發表，均可認為寄稿合同已經成立。（3）合著：或稱共著、共同著作。指由二人以上的作者共同寫作的圖書。真正的合著為全體作者共同進行推敲、修改，每個作者都對全書負責。合著支付版稅的辦法，一般以所執筆的頁數為基準，但也要考慮到其他合著者付出的心血；最主要之點是，須由出版社取得合著者的同意，以協商解決。

編輯

一般指一切從事編輯工作的人員，特別是應聘於出版社和其他發行出版物的單位，以編輯為職業的人員。英語的 editor（編輯者），一般是編輯負責人。日本則包括編輯助理，和編輯部的一切成員。出版社除編輯（狹義的）之外，還有校對員、出版部等。英美的編輯負責人，相當於編輯主任的稱為 editor in chief 或 chief editor；掌握整個編輯過程的稱為 managing editor；負責審讀原稿的稱為 reader；負責原稿的整理、修改以及版面設計等工作的稱為 copy editor。

發行商、經銷商或中盤商

大部分的出版社人員有限，不大可能直接和全國百千多家書店來往；如果選擇其中十分之一直接往來，在國內就算是中上水準了。所以在書店和出版社之間，另有一種專營書籍批發的中盤商，也就是一般所說的發行商或經銷商。大多數的書都是透過發行商轉到書店，部份才是由出版社直接發到書店。一般出版社批給發行商的折扣是五折或六折不等，如果是全國性的總經銷，則可能又略為優惠，不過它仍然要透過各地區的發行商發行；發行商再把這些書以七折或七五折批給書店¹⁹。

二、個案分析：文字媒體集團

文字媒體集團旗下刊物包括：（1）財經周刊：華文財經周刊，是台灣具影響力的主流財經雜誌之一；（2）文化出版：出版企管及財經類書籍；（3）管理小書：重點條列方式整理歐美財經新書的創新觀點，搭配國內經理人的實務經驗分享的隨身書。文字媒體集團與其他多家知名集團，同屬於一家大型出版控股集團之內。

文字媒體集團的著作來源，主要來自三個面向：一、記者採訪著作；二、外文書籍翻譯；三、國內作者著作。說明如下：

（一）社內記者採訪著作

根據著作權法規定，新聞稿本身如果是單純為傳達事實之新聞報導所作成之語文著作，不得為著作權之標的，任何人都可以利用。相反的，如果該新聞報導不只是單純的事實陳述，而是帶有記者本人的深入分析評述，便可以受到著作權法的保護；且公開發表時冠上記者姓名，以表示其為著作人者，推定該記者為著作人。

但是，如果記者與其受僱之報章雜誌社約定其職務上之著作由公司為著作人，則公司享有著作財產權。另外，又依著作權法之規定，受雇人職務上完成之著作，以受雇人（記者）為著作人，但是著作財產權則歸屬雇用人（公司）。也就是說，公司雇用的記者所寫的新聞稿，在雙方未約定以公司為著作人的情況下，記者是著作人，享有「著作人格權」；公司是著作財產權人，享有「著作財產權」。所以報社刊登記者的新聞稿及新聞照片，必須標示記者的姓名，否則有可能會侵害記者的姓名表示權。

至於其他人士要利用該新聞稿的話，除符合著作權法第四十四條至第六十五條合理使用之情形下，仍須徵求著作財產權人（公司）的同意或授權。如果記者和公司自己約定，記者職務上的著作由該記者享有著作財產權的話，這種情形下，要利用該記者的作品，自需取得該記者之同意或授權。否則就必須主動向公司申請授權。而在一般業界，報章雜誌社與記者大多會簽訂契約，約定著作財產權歸與公司。也就是說，其他人士的引用必須向文字媒體集團申請授權。下列便是「財經周刊」的授權方式²⁰：

（1）授權標的

2. 平面授權：於平面印刷品上刊登授權標的物者。
3. 網際網路授權：於網站、電子報等電子媒體上刊登授權標的物者。

²⁰

(2) 收費

- (1) 文章授權：每字定價為新臺幣 1.5 元計算，不滿 1,000 字以 1,000 字為計價單位（稅外加）。
- (2) 圖片授權：每張 2000 元起；表格視同圖片處理。

(3) 使用期限

- 4、平面授權：以一次使用為原則。
- 5、網際網路授權：授權日起 6 個月內重複使用授權標的物，期滿須重新簽約。

(4) 其它規定

3. 授權轉載標的物以商業周刊內稿為限。
4. 若文章內容需譯為外國文字，本公司不提供翻譯稿，亦不審稿，惟須要求註明譯文非由本公司提供。轉載費用以中文字數為計算單位、同時於同刊物刊載中文及外文，收費一次。
5. 凡獲本公司授權轉載者必須註明轉載自商業周刊、期數、作者等資訊。刪減文字或翻譯為外國文字者，應加註刪減者及翻譯單位。
6. 本站內容可供本站會員個人非商業用途使用，會員利用時須遵守中華民國著作權法及國際著作權法的所有相關規定。使用者不可變更、發行、播送、轉賣、重製、改作、散布、表演、展示或利用本站局部或全部的內容或服務，以獲取利益。
7. 本刊不提供個人非商業以外用途的授權。

(二) 外文書籍翻譯

翻譯一般指的是不同語文之翻譯，例如中文與英文對翻。至於台灣與大陸之間繁簡字體的轉換，則尚未達到「翻譯」的程度。「翻譯權」與「翻譯著作權」不同，例如，某英文著作的著作權人專有英翻中的「翻譯權」，而若台灣有人獲得授權，將其翻譯成中文版本，該中文版形成「翻譯著作權」。翻譯著作之著作權相對於原著之著作權，雖是一種「第二次著作」權，但也是一種著作權，如他人擅自予以重製，也一樣構成「重製罪」。

「文化出版」及「管理小書」系列，有許多是將外國優秀叢書翻譯成中文後出版。一般作法有二：(1) 先與國外出版社買下版權，再從國內尋找翻譯人員；(2) 與前者相反，先確定國內有勝任的中文譯者可以接手，再去洽談版權。

對國內出版社而言，前者的好處在於可以立即搶下熱門暢銷書籍，以免同業聞風競爭。但缺點則是萬一版權合約到期仍然找不到適合的翻譯人才，將只是徒然浪費心力。這類情形多以引進國外專業書籍為常見。第二種的好處雖然是可以避免找不到翻譯人才的缺點，但是國內出版競爭激烈，一旦喪失先機，可能一本暢銷書就失之交臂。但無論何者，一般出版社在支付翻譯者一筆翻譯費用後，便獲得翻譯著作權。無論如何，國內出版社要翻譯外國書籍，必要得取得外國著作權人的授權許可²¹。

（三）國內作者著作

就出版著作而言，一般作者可分兩類：（1）沒出版或只出版過少數幾本書籍；（2）常常出版著作書籍。對第一類的作者而言，在現階段雖然他們在名義上擁有其著作之著作財產權，但因尚未建立經驗及名氣，故只好與出版社簽訂制式的、但事實上通常相對偏向有利於出版社的契約。對這類作者來說，只要能夠得到出版社願意合作出書，大多就已心滿意足。不只廉價長期轉讓著作財產權給出版社，有時還簽下著作財產權利賣斷的契約都不自知。

至於第二類作者，雖然稍有名氣，對簽約也較有經驗，也努力想要爭取較優惠之版稅，但除非他的作品都很暢銷，不然通常也是難以有太多的談判籌碼。據行情，這類作家或許可以有 8-15% 的版稅（暢銷書作家才有可能爭取到 15%，惟簽約金或可另議）。範例契約如下所附：

圖書、文字授權使用契約範例

立契約人 ○○○（著作財產權人，以下稱甲方）

○○○（被授權人，以下稱乙方）

甲方同意將所有之本契約標的著作財產權中，有關○文平面紙本出版物之權利授權予乙方，雙方同意訂定本契約，約定條件如下：

第一條 授權標的及範圍

甲方於本契約有效期間內，將其所創作並享有著作財產權之○○○（以下稱本著作），有關○文平面紙本出版物（包括書籍、報章、雜誌）之重製、散布權專屬授權乙方行使。

前項專屬授權之領域，限於中華民國管轄區域，亦即乙方於中華民國管轄區域內，取得重製及散布之授權，享有獨家發行本著作之權利。

第二條 授權期間

²¹一般來說，除非該書稿由翻譯者開發，由出版社談版權，譯者才有相對主導權，但仍須視翻譯合約如何定。如由出版社開發書稿，找譯者翻譯，並支付譯稿費，即使該出版社最後放棄出版，譯稿轉換買賣權利，應由出版社對出版社，或出版社對版權仲介，除非合約另有規定。

自○○年○○月○○日起，至○○年○○月○○日止。

- 乙方於契約有效期間內所完成之重製物，得於契約期限屆至後繼續銷售。
- 乙方於契約有效期間內所完成之重製物，於契約期限屆至後，不得繼續銷售。

第三條 交稿時間

甲方應於民國○○年○○月○○日前將全部稿件交畢。

乙方應於民國○○年○○月○○日前發行第一版。

第四條 授權費用

(4) 甲案：授權費用總額新台幣○○○○元整。

(5) 乙案：乙方應支付甲方之報酬，依本著作發行物單價×發行數量×%計算。

第五條 發行版數與價格

本著作發行版數、數量與價格，由甲乙雙方協議訂定之。

於本契約有效期間內，乙方得隨時因應市場需要調整，甲方無正當理由不得拒絕。

第六條 姓名標示權

乙方應將甲方之姓名刊載於本著作之封面及版權頁。

第七條 權利擔保

(6) 甲方擔保其對本著作有著作財產權。甲方並擔保本著作之內容並無不法侵害他人權利或著作權之情事。因甲方違反本條款擔保事項，致乙方受有損害，乙方得終止本契約，並請求損害賠償。

(7) 乙方如因本契約標的，致遭第三人主張涉及侵害著作權及其他相關權利時，應於知悉後三日內，以書面通知甲方。甲方有協助處理解決之義務。如最後經法院判決確定、或經仲裁判斷、或經甲方同意之和解、調解，致乙方對該第三人負有賠償責任，甲方應賠償乙方因此所遭受之一切損害。

第八條 讓與及再授權之禁止

非經甲方書面同意，乙方不得將本契約或本契約第一條之授權標的再授權第三人，亦不得將本契約讓與他人繼受。

第九條 妨害之禁止

自本契約成立之日起，甲方不得再將本著作之全部或一部自行或委託他人重製及散布，亦不得為其他不利於乙方獨家發行之行為。

第十條 著作變更與校對

非經甲方同意，乙方不得擅自將本著作內容增、刪、修改或分割。

本著作每版付印前，乙方得請求甲方擔任最後一次之校對。

第十一條 契約之變更

本契約非經雙方以書面合意，不得變更。

經雙方合意變更者，應附於本契約之後作為契約之一部。

第十二條 懲罰性違約金

一方違反本契約之約定者，他方除得請求損害賠償外，並得請求懲罰性違約金新台幣○○○元。

第十三條 契約之補充及解釋

本契約若有未盡事宜，依著作權法及其他相關法令定之。

第十四條 一部無效

本契約縱有一部無效，不影響其他部分之效力。

第十五條 合意管轄與準據法

(8) 甲案：因本契約涉訟時，雙方同意以台灣○○地方法院為第一審管轄法院。

(9) 乙案：因本契約所生之糾紛，雙方同意依仲裁程序解決。

雙方同意以中華民國法律為準據法。

第十六條 契約原本

本契約壹式貳份，由雙方各執乙份為憑。

立契約人（甲方）：（姓名或法人名稱）

代表人：

身份證字號（或統一編號）：

地址：

電話：

立契約人（乙方）：（姓名或法人名稱）

代表人：

身份證字號（或統一編號）：

地址：

電話：

中 華 民 國 年 月 日

契約範例 18：圖書、文字授權使用契約

三、文學創作授權範例（一）

（一）個案說明

小娟是國內知名翻譯研究所畢業，翻譯能力不在話下，也替出版社試譯過一、兩個章節。有一家出版社委請小娟幫他們翻譯某上榜暢銷外文書籍，但不知原因為何，這家出版社後來不出版這本翻譯書了，不過還是給予小娟當初約定的翻譯費。但是小娟心裡想，她覺得這書不錯，也投入了許多心力，這樣不出實在可惜，所以打算自行找其他出版社來出版。

（二）授權問題

（1）原始合約到期（或作廢）否？

（2）找得到別家想出版嗎？

（3）譯稿權利由誰擁有？

（4）有沒可能自行與國外出版社洽談版權授權呢？

（三）授權策略與步驟

首先，小娟必須先確定，原來出版社跟國外簽訂的契約到期了沒有？一般來說，契約通常約定一定時限內必須將書籍翻譯完畢；如果該契約實現還沒到期，國外出版社可能也沒辦法簽立新約；必須得等到舊合約失效才可能有新合約。但是，如果原台灣出版社放棄出版的原因，是因為時限已到，來不及出版，那麼小娟就可以進入第二個步驟。

第二，就是需要另找一家有興趣的國內出版社。這個問題看似不難，其實已經具體牽涉到書籍出版的財務、行銷、通路等規劃，需要公司規模的集體資源才比較有希望成功。

第三，確認關鍵問題：小娟的譯稿權利由誰擁有？回到最初，雖然原先台灣出版社因故沒有出版這本翻譯書，且可能出版年限已經超過國外出版商的契約規定，但小娟當時領取了一筆翻譯費用，除非小娟當時與出版社另有協議約定，由小娟擁有著作財產權，否則在正常情況下，翻譯文件的權利可能為原出版社所有。如果要重頭翻譯可能會讓小娟打消念頭；如果原出版社願意販賣譯稿著作權倒還好，但又怕索價很高。

第四，即便是在最順利的情況下，譯稿權利在小娟手上，且原台灣出版社與國外簽訂契約到期，那麼小娟是否有可能自行負擔國外出版商的授權費（假

設金額不高的話），自己向版權公司買下中文版權，然後再依翻譯好的稿件找另一家台灣出版社出書、然後由小娟自行抽版稅？甚至小娟跳過出版社一環、自行掏腰包付費出版？

這樣看起來似乎可行，但在實務上，暢銷榜上的書籍，如果還可以被一般個人買到，大概都是出版社評估以後放棄的了。並且，版權授權通常不會以個人為對象（不會賣給私人）；除非個人跟作者有特別交情，而權利又保留在作者手上。但這種機會微乎其微，因為美國出版社通常會把各種延伸權利（翻譯權、改編權等）牢牢抓在自己手上。加上後續還必須出版、結算金額等連串商業經營環節，都不是一般個人可以輕易負擔的。

所以，結論是，如果可以的話，小娟就其翻譯稿最好與出版社商定，以專屬授權方式授權，而非直接予以賣斷；並且限定一定時間內若未能完成出版，則翻譯者有權利將翻譯稿授權給予他人；然後再找另一家可信的出版社，再次取得國外翻譯授權許可後重新發行。

文學創作授權範例（一）（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途	衍生商品	收益模式
外文翻譯稿 (一般情形)	出版商	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	使用、重製、散佈	中文出版書	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☒ 其他： <u>收取授權費一筆。通常則是收取稿費，將譯稿權利賣斷給出版社</u>
外文翻譯稿 (理想情形)	出版商	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	使用、重製、散佈	中文出版書	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他： <u>收取初始授權費用一筆，然後根據銷售數量抽取權利金</u>

四、文學創作授權範例（二）

（一）個案說明

志明是個在學大專生，閒暇無事就在電腦上撰寫自己的武俠科幻小說。一天這個作品終於大功告成，志明忍不住直接找上出版社，希望對方可以幫助出版，然後志明可以依照收取的版稅，完成出國留學的心願。

（二）授權問題

（1）直接與出版社洽談出版事宜，需要注意哪些重點事項？

（2）除文學創作本身外，志明還可以如何運用他的作品？

（三）授權策略與步驟

就出版著作而言，一般作者可分兩類：（1）沒出版或只出版過少數幾本書籍；（2）常常出版著作書籍。對第一類的作者而言，在現階段雖然他們在名義上擁有其著作之著作財產權，但因尚未建立經驗及名氣，故只好與出版社簽定制式的、但事實上通常相對有利於出版社的契約。對這類作者來說，只要能夠得到出版社願意合作出書，大多就已心滿意足，不只廉價長期轉讓著作財產權給出版社，有時還簽下著作財產權利賣斷的契約，如下所附：

著作財產權讓與契約範本

立契約人○○○（著作財產權讓與人，以下稱甲方）與○○○（受讓人，以下稱乙方），緣甲方願將本契約標讓與給乙方，雙方同意訂定本契約，並約定條款如下以共同遵守：

第一條 （讓與標的）

甲方願將其所享有○○○（以下稱本著作，如附件）之著作財產權讓與給乙方。

第二條 （報酬之交付）

乙方應支付甲方價金新台幣○○元整。

第三條 （不利行為之禁止）

甲方自本契約成立後，不得將本著作全部或一部自行或委託他人印售，或另行變更書名發行或編印，以及為其他不利於乙方銷售之行為。

第四條 （權利瑕疵擔保及協助訴訟義務）

甲方擔保其對本著作有讓與著作財產權之權利。甲方並擔保本著作之內容並無不法侵害他人權利或著作權之情事。若甲方違反本條之擔保事項而致乙方遭受損害時，乙方得隨時解除本契約並向甲方請求損害賠償。

乙方如因本契約標的遭致任何第三人控訴其侵害著作權及其他相關權利時，應立即以書面通知甲方，甲方有協助處理解決之義務。如最後經法院確定判決或經甲方認可之和解，乙方應

賠償該第三人時，甲方應賠償乙方因此所遭致之一切損害(包括但不限於對第三人之賠償、律師費用等)。

第五條 (損害賠償)

當事人若有違本契約各條款之情事，應賠償他方因此所遭受之損害。

第六條 (契約之補充及解釋)

本契約若有未盡事宜或不明之處，依著作權法及其他相關法令定之。

第七條 (爭端之解決與管轄法院)

甲乙雙方同意，對因本契約所引發之一切糾紛，應本誠信原則解決之。

如有訴訟之必要，雙方同意以○○地方法院為第一審管轄法院。

第八條 (契約之作成與修改)

本契約一式二份，由雙方各執乙份為憑。

本契約若有任何修改，應由雙方協議另以書面為之，並附於本契約之後作為本契約之一部分。

立契約人

甲 方：

統一編號：

住址：

乙 方：

統一編號：

住址：

代表人：

中 華 民 國 年 月 日

契約範例 19：著作財產權讓與契約

至於第二類作者，雖然稍有名氣，對簽約也較有經驗，也努力想要爭取較優惠之版稅，但除非他的作品都很暢銷，不然通常也是難以有太多的談判籌碼。據行情，這類作家或許可以有 8-15%的版稅（大暢銷書才有可能爭取到 15%，惟簽約金或可另議）。

因此，此時志明的策略思考應在於：（1）提高自己談判的籌碼；（2）拓展自己作品的附加價值。

在第一點方面，提高談判籌碼的方式，就是讓出版社相信自己的著作將可以成為暢銷作品。例如志明可以先嘗試在網路上連載，如果作品真的優秀，引起許多網友的熱烈迴響，便可以此為證據，證明自己的作品在市場上有一定歡迎度，藉以提高版稅比例。

第二點方面，對現今的出版業來說，所要考量的不只是書籍本身內容好壞、封面設計是否美觀等問題，還必須思考這本書的成本、行銷、預估銷售量

等問題。也就是說，花費同樣的創作成本，除了單純銷售實體小說創作外，志明可以將自己的創作改編為其他型式的作品。例如：遊戲腳本、電視劇本、Flash 動畫、各種介面的電子書版本等等，這些產業市場力量龐大，一旦作品受到歡迎，都可以將作品推向另一個層面。

最後，就是著作權的歸屬問題了。畢竟出版業通路和出版社的力量還是比單一作者要強出許多，在簽訂契約的同時就必須特別謹慎。能夠保住自己的著作財產權是最好，若是為了求出版，不得不忍痛賣斷給出版社，至少需注意「著作人格權」之疑慮，小心仔細地去看自己所簽署過的契約，若見到類似「著作人同意不行使著作人格權」的字眼，一定要強力爭取刪除，以避免真的「人」「財」兩失啊。

文學創作授權範例（二）（授權者）

創作品	授權對象	授權方式	授權用途	衍生商品	收益模式
小說創作	出版商	☒ 專屬授權 ☐ 非專屬授權	重製	書籍、文章	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他
			散佈、發行	書籍、文章	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他
			重製	電子書	☐ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他 <u>依不同版稅和下載數量計算權利金</u>
			散佈、發行	電子書	☐ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他
	電視台	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	改作	劇本	☒ 授權費、 ☐ 權利金、 ☐ 其他
	遊戲公司	☐ 專屬授權 ☒ 非專屬授權	改作	遊戲腳本	☒ 授權費、 ☒ 權利金、 ☐ 其他： <u>收取初始授權費用一筆，然後根據銷售數量抽取權利金。且限定使用於特定遊戲腳本使用</u>

伍、授權相關法律與契約的重要觀念

第一節、藝術工作者（授權方）進行授權時應注意之事項

一、締約前應注意之事項

- 1、對方真的有能力如您所希望的將您的著作行銷到市場上嗎？
- 2、對方公司營運狀況健康嗎？有無欠債或支票跳票的情形發生過？
- 3、對方公司內是否有優秀的行銷人才？又過去有無類似的經驗或實績呢？
- 4、要不要把多找幾家一起合作，以推廣著作的知名度呢？
- 5、對方在國內或是國外市場上是否有通路可以支援呢？

二、締約中應注意之事項

- 7、您希望您的著作如何被行銷到市場上呢？是您原著作的複製品嗎？還是根據您的著作內容所設計的其他收藏品或家庭用品呢？
- 8、您希望可以在哪些地方買到您的著作的複製品或衍生商品呢？書局？便利店？或百貨公司？
- 9、您希望對方怎麼樣幫您把您的著作推廣出去呢？您希望對方幫您辦簽名會、產品發表會或其他宣傳活動嗎？或是平面媒體上的宣傳廣告呢？
- 10、網際網路這麼方便，您有沒有特別與對方約定如何將您的著作作用數位方式推廣呢？例如除實體通路外，也透過網路商店銷售，或是在入口網站上刊登商品的廣告呢？
- 11、您希望對方只幫您作台灣地區或特定地區的推廣嗎？如果其他地區或國家目前不打算推廣或想找其他人合作，有沒有在契約裡註明清楚呢？
- 12、如果您希望購買者或一般消費者知道這個複製品或衍生商品是源自於您的著作，要不要要求對方在商品上註明來源，如您的名稱呢？
- 13、您真的要把您的著作作品賣斷嗎？將來會不會因為衍生商品銷售成功而提高它的價值呢？
- 14、您希望從對方收到多少權呢？要怎麼計算權利金呢？是以授權商品的「出廠價」或是「定價」作為計算基礎呢？
- 15、您希望對方怎麼將權利金付給您呢？一次付清？或每季、每半年、或

每年支付權利金呢？如果您想保障一定的收入，要不要先要求對方簽約同時先給付一定數額，以後再分期分次計算支付呢？

- 16、 如果是分期分次支付權利金的情形，為確定對方沒有少報或少計算，需不需要對方提出經過認證的會計報表讓您檢查呢？
- 17、 您希望對方用現金、支票、匯款或其他方式將權利金交給您呢？
- 18、 在交付原創著作給對方進行複製時，對方有沒有保竊盜或遺失險呢？原創著作應該在多久時間以後歸還給您呢？
- 19、 希不希望對方完成複製品或衍生商品的設計或製造後，先給您看過再推出市場呢？
- 20、 希不希望對方也給您幾份複製品或衍生商品，以讓您可以送給親友或保留收藏以作為紀念呢？
- 21、 要不要直接與對方約定，以對您比較鄰近、方便的法院作為將來紛爭解決的管轄法院呢？
- 22、 為確保對方將來確實將您的著作推廣出去，並保障您的權利，要不要對方先支付一筆履約保證金給您保管呢？
- 23、 如果對方沒有按照約定行事，遲延一天計算多少違約金呢？如果他有先支付履約保證金讓您保管時，要不要直接以履約保證金扣違約金呢？
- 24、 如果對方相當嚴重地違反約定，讓您不想繼續與他合作，要不要直接講明發生何種情事時就解除契約呢？
- 25、 為保障約定可以確實履行也確保您受損害時的賠償，要不要要求對方提出擔保品，或找第三人來當他的保證人呢？
- 26、 方便未來依循也避免爭議，要不要把雙方同意的所有條件用文字記錄下來呢？
- 27、 對於合約裡面的所有條件，您都瞭解且清楚其效果了嗎？要不要找人幫您確認內容後再簽約？

三、締約後應注意之事項

- 1、為聯絡合約履行的細節事項，要不要確定對方的主要聯絡窗口？
- 2、若您覺得對方所設計或製作的複製品或衍生商品品質不甚滿意，要不要提供點建議給他們？
- 3、對方幫您辦理產品發表會或其他宣傳活動呢？您希望活動是如何進行？而

自己又可以如何與他們配合呢？

4、對方是否有按時繳納權利金給您？您所收到的數額跟他會計報表上顯現賣出去的量是不是相符合呢？

5、對方有違約情事發生時，您要不要先以電話或書信關心？若對方對您的關心置之不理，您要不要開始計算違約金，以確保您的權益呢？

第二節、著作使用者（被授權方）接受授權時應注意之事項

一、締約前應注意之事項

- 1、對方的著作真的具有原創性，可以在市場上形成一陣旋風嗎？
- 2、若要建立長期合作關係，對方產出著作的速度是否很規律呢？
- 3、對方著作的推廣，可用何種方式？是直接製造複製品嗎？或是轉化設計至衍生商品上呢？
- 4、對方的知名度有多大，有無可能協助未來著作複製品或衍生商品的推廣宣傳活動呢？

二、締約中應注意之事項

- 1、您希望取得對方著作的獨家使用權利嗎？
- 2、您希望可以怎樣使用對方的著作呢？如果對方名氣很大，是不是可以用品牌合作方式共同推廣呢（co-branding）？為了借助創作人的名氣，需不需要將對方的姓名表示在著作上面呢？
- 3、您希望取得對方著作的台灣地區、大陸地區、其他區域、或是全球廣泛的授權嗎？
- 4、對方的著作如果很有發展潛力，要不要直接買斷呢？
- 5、使用對方著作時，希不希望自己有修改調整其內容的權利呢？將原著作轉化設計至衍生商品上，需不需要對方參與並提供設計建議呢？
- 6、權利金計算基礎是什麼呢？要選擇按照出廠價、定價或其他標準的一定比例計算呢？
- 7、要怎樣計算應支付給對方的權利金呢？一次付清？或每月、每季、每半年、或每年分期按照您使用的數量再計算支付呢？
- 8、要如何支付對方權利金呢？用現金、支票、匯款或其他方式比較方便呢？
- 9、授權期間屆滿後，如果還有部分複製品或衍生商品沒有賣完，該如何處理呢？想延長一定期間把他賣完或是直接銷毀呢？若直接銷毀，還要不要支付權利金呢？
- 10、取得對方著作授權當時或授權後有數位化使用或推廣的計畫時，您是否有向對方說明或討論，並取得其同意呢？
- 11、如果是價值不菲的著作，將真品進行複製過程中，需不需要投保竊盜

險或遺失險呢？

- 12、 若您有找其他廠商共同合作，如在海外地區是找當地廠商製造及代理，要不要跟著作人講明這種情形，且獲得他轉授權的允許呢？
- 13、 為確保著作來源的安全及可靠性，需不需要著作人擔保其著作的原創性，並承諾若有他人主張侵害權利時由其自行負責呢？
- 14、 如果想長期推廣此項著作，要不要約定固定期間，如每年，定時更新契約，以繼續合作關係呢？
- 15、 要不要直接與對方約定，以對您比較鄰近、方便的法院作為將來紛爭解決的管轄法院呢？
- 16、 如果對方相當嚴重地違反約定，讓您不想繼續與他合作，要不要直接講明發生何種情事時就解除契約呢？
- 17、 方便未來依循也避免爭議，要不要把雙方同意的所有條件用文字記錄下來呢？
- 18、 對於合約裡面的所有條件，您都瞭解且清楚其效果了嗎？要不要找人幫您確認內容後再簽約？

三、締約後應注意之事項

- 1、為避免保管上困難，著作物是否在您使用完後或按照約定歸還對方呢？
- 2、您在規劃著作複製品或衍生商品的簽名會、產品發表會或其他宣傳活動時，需不需要找對方協助呢？對方在活動上又可以如何配合？
- 3、如果市場對於著作的複製品或衍生商品反映不佳時，要不要再加強宣傳活動或是以促銷方式推廣呢？
- 4、在您支付權利金給對方後，是否取得對方的收據以為憑據呢？
- 5、如果您簽約當時有繳付履約保證金給對方保管，合約終了您並未發生任何違約情事，對方是否已將履約保證金退還給您了呢？

陸、結語：市場中的藝術

談到藝術授權，一般人一定會馬上聯想到複雜且深奧難懂的法律契約條文，以及昂貴的律師服務費用。對於許多藝術創作者而言，各種保障藝術創作的法規與各種保護創作的規定最重要的功能是在防止藝術創作被不當地複製、再製與使用，至於藝術是否能夠透過授權，使得藝術創作可以創造更大的價值（包括經濟價值與社會文化價值）則是次要的問題。藝術創作本身即為價值，其價值建立在創作者的創意與社會文化的厚植之中，隨著時間推移，藝術創作自然也會在社會文化中被彰顯成為具有所謂「藝術價值」的藝術品。

不過只要深入觀察每一項藝術創作之所以成為當代經典或具有高度文化價值的藝術品，其背後都有一套社會經濟制度在支撐。以音樂創作為例，從海頓、莫札特到貝多芬，是 17 世紀到 19 世紀中期古典時期維也納樂派相當興盛的時期，海頓所代表的是典型的宮廷樂師、莫札特在王宮貴族與市民階級的品味間掙扎，貝多芬則坦然走向自由、且多少有點匿名的市場而創作，其中產生變化的是藝術家及其顧客之間的關係，代表者藝術家由服務私人的工匠藝術走向服務大眾品味的自由藝術。

再以繪畫為例，畫廊、私人美術館、畫作拍賣會、藝術經紀公司等是構成繪畫交易市場的重要角色，也是發掘與塑造繪畫藝術風潮和「文化」想像的關鍵推手。維持這個藝術市場的存在使其能夠扮演塑造當代文化的關鍵在於交織著經濟與法律的各種制度。這些制度除了實體的交易行為之外，也包含了社會文化的互動在裡面。我們會發現與一般工商產業運作邏輯有相當大差異的地方是，藝術產業所依賴的並非經濟商品（economic goods）的供需法則，而是文化商品（cultural goods）的運作邏輯。經濟商品是建立在個人主義的基礎上，而文化商品則是奠基於群體或集體的行為，經濟的驅動力（impulse）是個人主義的（individualistic），而文化的驅動力是集體的（collective）。

藝術與商業的組合，構成一組相當奇妙的夥伴關係。本質上，藝術與商業一向處於矛盾對立的狀態，藝術家與商人從各方面來說是天生宿敵，因為對於藝術「該是什麼」，以及音樂「該做什麼」等普遍性問題，他們看來一直堅持著相互衝突的觀點。不過隨著 20 世紀中期以來資訊與複製科技的突破性發展，使得藝術創作開始藉由各種形式的商品進入到大眾消費市場，科技的轉變已促使藝術創作者改變其謀生的方式。藝術家與商人似乎已經開始學會如何一起工作，以促成他們的藝術作品進入商品市場中。

這種兼具經濟商品與文化商品的特性，使得藝術產業的運作必須經常面對經濟與文化兩種截然不同的思維邏輯所帶來的衝擊。這個產業的運作仍與其他

大型商業活動一樣，唯一的不同是「產品本身」以及「對新產品的持續需求」。透過商業觀點來檢視藝術創作可以發現，「持續改變的產品」正是這個產業獨一無二的關鍵。而無論是經濟商品或文化商品，推動產業發展的驅動力都是創新。在藝術授權產業中有兩種創新機制，一種是透過科技創新，達到降低成本、擴大市場範疇，形成規模經濟的生產導向創新機制；一種是透過創作者的文化創意來引爆一波波文化與流行風潮。而在這兩種創新機制之間扮演整合角色的藝術授權機制則成為藝術授權產業的核心議題。

我們在前面已經介紹過現代藝術授權產業的蓬勃發展。其目的有二：一方面希望能給予藝術創作者對於藝術授權所能帶來的附加價值的信心，將著作權「保護」的觀念進一步推展到著作權「應用」的作法；另一方面，透過實際個案的分析與教學個案的舉例，我們所要說明的是，藝術授權並不是建立在限制性的法律規範之上，法律所提供的是一個基礎工具，讓我們能夠透過各種商業模式的變化加以應用，將這些商業模式訴諸於行動，就是藝術授權。

藝術授權的多樣性，一方面是建立在藝術本身的多樣性的基礎上，一方面則是建立在參與者對於商業市場的多元想像之上。文學、音樂、繪畫、視覺藝術、舞蹈、表演藝術這些以創作為核心的藝術原型，不管在表現形式、創作品、創作歷程、創作人、創作團體等方面都有其特殊的特質存在。有些部分可以透過藝術授權來增加附加價值，有些則必須透過保護機制或契約規範來保障其既有的價值。本手冊的目的即在於透過個案分享與教學案例，簡單介紹在不同的產業有哪些作法是可以被接受、可供模仿學習的，有哪些授權問題應該被注意與提醒。

在談了那麼多藝術授權與藝術商品化的概念之後，希望對於想要瞭解藝術與商業結合的優點及如何將其付諸實行的作法的讀者有所幫助。最後我們將在附錄中介紹另一種介於商業與非商業之間的授權機制—Creative Common，以供讀者進一步思考藝術授權的無限想像空間。