

增修訂「著作權法」第三十七條第七項等之有關說明

一、參酌美國相關著作權法規，「廣告音樂（JINGLES）」係屬「附隨性」的音樂著作權利用，即其非為聽眾注意焦點，廣播電視公司受託「公開播送」的使用報酬率僅是「一般歌曲（Feature music）」的十分之一左右。另查日本與澳大利亞等國針對「廣告音樂」的重製與公開播送，實際上均由廣告業主先支付使用報酬，再將成本轉嫁利用人，俾能符合較小市場的運作，減少繁冗交易程序；按澳大利亞分別管理重製與公開播送的兩個獨立「音樂仲介團體」更於一九七七年達成協議，僅委由其中一家總其成，就源經營音樂使用授權作業。因應未來數位網路廣播電視的健全發展，廣告音樂授權趨向「單一制」經營管理誠有必要。

二、法理上，廣播電視媒體事業均係依據「廣播電視法」、「有線廣播電視法」、與「衛星廣播電視法」申請獲准設立，其在費率、廣告時段、與廣告內容等均受政府主管機關嚴格管制。另政府法規亦訂定「廣播電視廣告製播標準」，明確定義廣告內容範圍、形質、與時段，特定廣告內容則應先送「目的主管機關」核准，取得證明文件始得播送；同時亦要求廣播電視廣告使用他人或利用他人創作之音樂、歌曲等，應依著作權法等相關法令辦理。鑑此，廣播電視媒體係屬受管制之特許事業，具有準公用事業特質，逾越法規規定則遭罰款與撤照處分。就廣播電視系統、廣播電視媒體、與廣告業主等三者之間關係而言，廣播電視媒體係依法提供合法之節目與廣

告「公開播送」場所，廣告業主亦屬廣告著作權利「利用人」，其委託「公開播送」之廣告內容必須符合前揭法規要求，且不得經營非法生意，即包括廣告內容所有合法權利之取得。

三、顯然為公開播送目的所製作之廣告，「公開播送」係目的，「重製」等為手段。「公開播送」為主要權利，「重製」等則為次要權力。廣告業主係著作「出資人」與權利「利用人」，依法須取得合法權利證明文件，其必然包括主要權力，而不容分割處理。另爰「目的讓與理論」暨依前揭法律規定推定，「單一制」就源取得廣告音樂「重製」與「公開播送」等合法權利咸屬必要。

四、目前，我國有關「廣告音樂」授權市場，對於非著作權仲介團體所管理之音樂著作，有些係由廣告製作公司依著作權法第十二條及第三十七條規定，同時取得「重製」與「公開播送」權利，有些則由廣告製作公司

向該廣告中所利用到的音樂著作權人取得「重製」授權，委託廣播電視媒體播出時，再由廣播電視媒體向該等音樂之著作權人洽商「公開播送」授權，致使實務上發生未加入著作權仲介團體之著作權人向電視台主張「公開播送」權利，並脅以法律訴訟，對此國內廣播電視媒體與公開營業場所（包括醫院、大樓、與髮廊等）媒體近年來至感困擾。

五、實務上，廣播電視媒體面對廣告託播之情況，無法一一釐清廣告影片中利用之音樂著作是否確已取得「公開播

送」之授權，導致在播出廣告時，隨時有被告侵權之風險，影響廣播電視媒體產業之正常發展。針對前述問題，國外案例有些係透過商業運作機制，促使廣告製作公司於製作廣告同時，除取得「重製」授權外，亦取得後續委託廣播電視媒體「公開播送」等兩種授權；另有些則向著作權仲介團體取得概括授權，俾使電視媒體得以合法順利播出，建立公平合理的市場秩序。

六、為確保廣播電視媒體接受委託播出廣告時，對廣告音樂著作能順利合法利用，爰增訂第七項規定：「為公開播送目的所製作之廣告，就其所利用之音樂著作，廣告製作人應擔保於製作時取得重製及公開播送之授權。未取得授權者，廣告播送人就其公開播送行為，不適用本法第七章之規定。前項規定，於屬於著作權仲介團體管理之音樂，不適用之」。倘該廣告製作人未取得授權者，其後續善意之廣告播送人就該等「廣告」後續之「公開播送」行為，因根本不具犯罪之故意，宜排除其侵害著作權之刑事責任。

七、綜合上述，本項法律增修訂提案咸認俱有緊迫必要性，立法旨意迭經詳細研商，確能兼顧音樂著作「權利人」與「利用人」權益，促進市場公平合理競爭發展，崑請

智慧財產局卓督惠允為禱。

新增著作權法第三十七條第七、八項條文修正草案條文對照表

修正條文	現行條文	說明
第三十七條 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；其約定不明之部份，推定為未授權。 前項授權不因著作財產權人嗣後將其著作財產權讓與或再為授權而受影響。 非專屬授權之被授權人非經著作財產權人同意，不得將其被授與之權利再授權第三人利用。 專屬授權之被授權人在被授權範圍內，得以著作財產權人之地位行使權利，並得以自己名義為訴訟上之行爲。著作財產權人在專屬授權範圍內，不得行使權利。 第二項至前項規定，於中華民國九十年十一月十二日本法修正施行前所為之授權，不適用之。 音樂著作經授權重製於電腦伴唱機者，利用人利用該電腦伴唱機公開演出該著作，不適用第七章規定。但屬於著作權	第三十七條 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；其約定不明之部份，推定為未授權。 前項授權不因著作財產權人嗣後將其著作財產權讓與或再為授權而受影響。 非專屬授權之被授權人非經著作財產權人同意，不得將其被授與之權利再授權第三人利用。 專屬授權之被授權人在被授權範圍內，得以著作財產權人之地位行使權利，並得以自己名義為訴訟上之行爲。著作財產權人在專屬授權範圍內，不得行使權利。 第二項至前項規定，於中華民國九十年十一月十二日本法修正施行前所為之授權，不適用之。 音樂著作經授權重製於電腦伴唱機者，利用人利用該電腦伴唱機公開演出該著作，不適用第七章規定。但屬於	一、新增第七項。 (一). 我國有關「廣告音樂」之授權市場，對於非著作權仲介團體所管理之音樂著作，有些係由廣告製作公司依著作權法第十二條及第三十七條之規定，同時取得「重製」與「公開播送」之權利，有些則由廣告製作公司向該廣告中所利用到的音樂著作權人取得「重製」之授權，於送廣播電視媒體播出時，再由廣播電視媒體向該等音樂之著作權人洽商「公開播送」授權，致實務上發生未加入著作權仲介團體之著作權人向電視台主張公開播送之權利，並脅以刑事訴追，致廣播電視媒體產生利用著作之困擾。 (二). 廣播電視媒體在面對廣告託播之情況，實際上無法一一釐清廣告影片中利用之音樂著作是否確已取得公開播送之授權，導致在播出廣告時，隨時有被告侵權之風險，影響廣播電視媒體產業之正常發展。 (三). 針對上述問題，就國外情形，有些係透過商業運作機制，使廣告製作公司於製作廣告同時，除取得「重製」之授權外，亦取得後續廣播電視媒體「公開播

仲介團體管理之音樂著作，不在此限。 <u>為公開播送目的所製作之廣告，就其所利用之音樂著作，廣告製作人應擔保於製作時取得重製及公開播送之授權。未取得授權者，廣告播送人就其公開播送行為，不適用本法第七章之規定。</u> <u>前項規定，於屬於著作權仲介團體管理之音樂，不適用之。</u>	著作權仲介團體管理之音樂著作，不在此限。	送」二種授權；有些係向著作權仲介團體取得概括授權，使電視媒體得以合法順利播出，以此方式建立合法的市場秩序。 (四). 為確保廣播電視媒體對非著作權仲介團體管理之音樂著作能順利合法利用，爰增訂第七項規定廣告製作人應擔保於製作時取得「重製」及「公開播送」之授權，倘該廣告製作人並未取得授權者，其後續善意之廣告播送人就該等「廣告」後續之「公開播送」行為，因根本不具犯罪之故意，宜排除其侵害著作權之刑事責任。 二、增訂第八項。 因前項規定係為解決著作權仲介團體授權市場以外之爭議，而目前著作權仲介團體管理之音樂著作，通常已概括授權廣播電視媒體利用，故無適用第七項規定之必要，爰予排除。
---	-----------------------------	--