

「如何推動著作權仲介團體單一窗口」委託研究案

期末報告

新創智慧財產管理顧問有限公司

計畫主持人 葉茂林

中華民國九十七年二月二十八日

中文摘要

有關著作權集體管理組織(Copyright Management Organization：下稱 CMO)之運作，我國係以「著作權仲介團體條例」(以下簡稱「仲團條例」)規範。自民國八十六年該法施行以來，十年之間，我國共有七家 CMO 經許可設立。單就數量而言，和若干先進國家之相關團體相比，短短十年以來，我國能有如此多家之 CMO 成立與運作，已算頗有成績。

不過，平心而論，仲團條例施行十餘年來，在實務運作上仍發生若干問題，而亟待透過修法或主管機關輔導監督改善。即以制度設計為例，基於尊重結社之自由，仲團條例對於同類著作之 CMO 設立數量並未予以限制，以致目前在「音樂著作」及「錄音著作」方面，已有兩個以上之 CMO 存在，而利用人常因遭到同一著作的不同 CMO 先後登門要求簽約付費，而迭有怨言。

其次，由於國內大部分 CMO 之運作經驗尚短，規模仍小，並且缺乏相關資源，因此較難吸收著作權人加入（對於成立在後之 CMO 而言，此一問題尤為嚴重）；從而，其管理的財產目錄一直無法豐富起來。前述現象，更造成潛在利用人不願與 CMO 簽約，或不願支付其要求之授權金之情形；因此，十年以來，惡性循環之結果，也導致若干 CMO 會員數的成長有限。尤有甚者，因 CMO 之法定設立門檻不高，而退會另立門戶，造成利用人更多之困擾和怨懟。

對於利用人而言，多年以來，國內利用人和利用人團體都期待國內各家 CMO 整合成一家；如此一來，只要跟一家團體接洽處理，就能夠解決授權的問題，而不必擔憂利用著作之類型和利用方式為何。尤其，在目前的數位網路環境下，常發生利用人必須同時利用不同 CMO 所管理著作之情形；此時，因須同時向不同 CMO 分別洽取授權，因此利用人更加感受到由各家 CMO 成立單一窗口進行授權之必要性。

針對成立單一窗口之議題，智慧局特委託本計畫進行研究規劃。透過實地訪查國內音樂著作或錄音著作仲介團體之方式，本計畫研究人員除深入瞭解各該團體目前的實際授權運作狀況，並瞭解各家 CMO 與其他團體共同合作建置「作品資訊平臺」或「單一窗口」之意願及能力。此外，本計畫並邀請音樂著作及錄音著作之主要利用人及團體進行座談，以瞭解其目前在利用授權方面所遭遇之困難，並請其提出建立相關授權平臺之建議。最後，本計畫藉由相關研究及訪談，嘗試探討國內著作權相關團體建立單一窗口之可行性，並提出其短、中、長期之目標及具體之執行步驟建議。

目 錄

壹、研究目的.....	5
貳、研究方法.....	8
參、我國著作權集體管理組織授權實務運作現況	9
1. 集體管理組織的預期功能	9
2. 我國 CMO 的授權運作現況及困境	10
(1) 如同類著作 CMO 家數過多，則授權協商曠日廢時	10
(2) 如同類 CMO 超過兩家，則「概括授權」之總費用過高	11
(3) 網路數位環境下，現制未能提供「one-stop shop」之授權便利 ...	11
(4) 現行音樂 CMO「聯合委外」方式，可能涉及違法之聯合行為	12
(5) 在現行仲團條例規定下，仲團將其業務委外辦理易生疑慮	13
肆、建立單一窗口可能面臨之問題與挑戰	15
1. 國內利用人和仲團對於單一窗口的期待各有不同	15
(1) 利用人期待單一窗口能為其節省使用費支出總額	15
(2) 如未能增加收入，則仲團對單一窗口興趣缺缺	16
2. 目前各仲團收費方式及費率不一，較難整合成單一窗口	17
3. 現行「授權資訊快速查詢服務台」，對概括授權利用人助益不大	18
伍、單一窗口的短程、中程目標及其相關執行步驟、方法.....	20
1. 短期目標：由同類 CMO 成立提供諮詢、授權申請及代為收費單一窗口 ..	20
2. 短期目標之執行步驟及方法	21
(1) 由智慧局輔導同類著作 CMO 成立固定或虛擬之單一窗口	21
(2) 就音樂著作或錄音著作仲團擇一選定，作為單一窗口之示範	22
(3) 該單一窗口先限定提供授權諮詢、接受授權申請及代收費用	22
(4) 建議修法賦予主管機關命令成立單一窗口之權限	24
(5) 仲團條例修正後，已有 CMO 管理之著作類別，從嚴審查新設申請 ...	25
3. 中期目標：推動該單一窗口代表跨類著作之協商收費事宜	25
4. 中期目標之執行步驟及方法	26
(1) 選定特定利用型態或利用業別，賦予單一窗口對外談判協商權能 ...	26
(2) 單一窗口應納入其他類型著作 CMO，使逐漸成為 One-Stop Shop	27
(3) 整合該單一窗口過程中，應設有運作不佳 CMO 之自動退場機制	28
(4) 單一窗口應對內整合各家 CMO 計費方式及費率，以利進行協商	28
(5) 防止單一窗口濫用其壟斷地位及發生不公平競爭情事	29

陸、單一窗口的長期目標及具體執行步驟、方法	30
1. 單一窗口長期目標：符合網路環境、代管非會員及孤兒著作統一窗口 ..	30
2. 長期目標之具體執行步驟及方法：修法採行「延伸集體管理制度」	31
(1) 延伸集體管理制度可真正建立權利人及利用人雙贏之單一窗口	31
(2) 設計延伸集體管理制度須考慮之相關問題	34
柒、結論.....	36
捌、附錄.....	37
附錄一、台灣音樂著作權人聯合總會（MCAT）訪談記錄	37
附錄二、財團法人中華音樂著作權仲介協會(MUST)訪談記錄	40
附錄三、社團法人台灣音樂著作權協會(TMCS)訪談記錄	43
附錄四、音樂著作、錄音著作利用人座談會會議記錄	46
附錄五、中華民國廣播電視音樂著作使用人協會對單一窗口之意見	51
附錄六、民國 96 年度著作權授權管道查詢案件統計表	52

壹、研究目的

在理論上，著作權既為法律賦予創作人之專有權利，其權利人原可自行行使其權利，而並毋需透過其他個人或團體之協助。惟，實際上，即便目前網路通訊等數位化的工具如此便利，但目前大多數著作權人仍無法自行監督他人之利用行為，更遑論與利用人直接協商簽約授權了。也因為如此，才出現了著作權集體管理（collective management of copyright）制度。

一套健全的著作權集體管理制度，不僅能有效整合及服務著作權人，落實著作權的保護，並能讓利用人更方便地取得所需作品的利用授權，從而降低權利人和利用人間彼此間協商談判之人力、時間及費用等機會成本。而一國之 CMO 如能運作順暢，亦能避免訟爭與促進其國家社會文化的發展。此外，由於著作權集體管理有其社會及文化功能，故許多國家都將著作權集體管理組織(Collective Management Organization，簡稱為 CMO)¹地位為非營利之團體。

有關 CMO 之運作，我國係以「著作權仲介團體條例」(以下簡稱「仲團條例」)規範之；在該法制訂過程中，我國主要參考了日本、美國等先進國家的著作權集體管理經驗及相關法規，立法過程堪稱嚴謹。而自民國八十六年該法施行以來，十年之間，我國共有「社團法人台灣音樂著作權人聯合總會」(MCAT)、「社團法人中華音樂著作權仲介協會」(MUST)等七家 CMO 經許可設立²。單就數量而言，和若干先進國家之相關團體相比，短短十年以來，我國能有如此多家之 CMO 成立與運作，已算頗有成績³。

不過，平心而論，仲團條例畢竟係參考外國之法制和經驗而來，真正落實到台灣施行，或因國情有別，或因其他因素，在實務運作上仍發生若干問題，而亟待透過修法或主管機關輔導監督改善。即以制度設計為例，基於尊重結社之自由，仲團條例對於同類著作之 CMO 設立數量並未予以限制，以致目前在「音樂著作」及「錄音著作」方面，已有兩個以上之 CMO 存在⁴，而利用人常因遭到同一著作的不同 CMO 先後登門要求簽約付費，而迭有怨言⁵。

¹ 我國慣稱為「仲介團體」或「仲團」，本研究報告則以「仲團」或 CMO 稱之。

² 見經濟部智慧財產局網站：http://www.tipo.gov.tw/copyright/copyright_book/copyright_book_24.asp。最後造訪該網站日期：民國九十六年二月二十五日。

³ 澳大利亞文字著作之集體管理組織團體 Copyright Agency Ltd(簡稱為 CAL)於 1974 年成立，但遲至 1984 年才正式開始對外收費。

⁴ 在音樂著作仲介團體方面，共有「社團法人中華音樂著作權仲介協會」(MUST)、「台灣音樂著作權人聯合總會」(MCAT)及「社團法人台灣音樂著作權協會」(TMCS)等三個團體。而在錄音著作仲介團體方面，則有「社團法人中華民國錄音著作權人協會」(ARCO)及「社團法人中華有聲出版錄音著作權管理協會」(RPAT)等兩個團體。另，與音樂著作相關之視聽著作仲介團體，則有「社團法人中華音樂視聽著作仲介協會」(AMCO)。見經濟部智慧財產局網站：http://www.tipo.gov.tw/copyright/copyright_team/copyright_team_3.asp。最後造訪該網站日期：民國九十六年二月二十五日。

⁵ 見民國 95 年 9 月 4 日社團法人中華有聲出版錄音著作權管理協會 (RPAT) 調高營利性廣播電台使用報酬率意

其次，由於國內大部分 CMO 之運作經驗尚短，規模仍小，並且缺乏相關資源，因此較難吸收著作權人加入（對於成立在後之 CMO 而言，此一問題尤為嚴重）；從而，其管理的財產目錄一直無法豐富起來。前述現象，更造成潛在利用人不願與 CMO 簽約，或不願支付其要求之授權金之情形；因此，十年以來，惡性循環之結果，也導致若干 CMO 會員數的成長有限。尤有甚者，部分 CMO 之會員或因 CMO 之法定設立門檻不高，或因不滿原有 CMO 之運作表現，而退會另立門戶，造成利用人更多之困擾和怨懟。此一現象，已有違「績優 CMO 漸漸出頭、而表現不佳之 CMO 自動退場」之社會期待。

又，依照我國及多數國家之著作權法，著作於完成時即自動取得著作權、而無需滿足註冊或登記等形式要件。故實務上，我國潛在利用人在向 CMO 查詢著作資料時，常發現所欲利用之著作權人未加入 CMO、或權利人行方不明之情形，而最後被迫放棄原有之利用計畫，或乾脆抱著「先用再說」的心態、無視於可能的法律風險。

國內存在多家同性質 CMO、及 CMO 運作未臻成熟的現象，已如前述。對於利用人而言，多年以來，國內利用人和利用人團體都期待國內各家 CMO 整合成一家；如此一來，只要跟一家團體接洽處理，就能夠解決授權的問題，而不必擔憂利用著作之類型和利用方式為何⁶。尤其，在目前的數位網路環境下，常發生利用人必須同時利用不同 CMO 所管理著作之情形（例如：錄製影片插曲時，需同時利用音樂著作和錄音著作）；此時，因須同時向不同 CMO 分別洽取授權，因此利用人更加感受到由各家 CMO 成立單一窗口進行授權之必要性。

為協助各界利用人克服洽談授權之不便⁷，智慧財產局曾嘗試協調國內各 CMO，希望其彼此間形成一個共同授權平臺，以 one-stop-shop 之方式，提升授權利用管道之效率⁸。唯，或因礙於各 CMO 間之本位主義，或因整合平臺需耗費若干人力物力、非若干規模較小之 CMO 所能負擔，因此目前成效有限。

按我國著作權集體管理立法及實務運作之時間尚短，若干問題之產生本屬必然。不過，如欲使我國著作權集體管理機制未來運作順暢，則應建置一個讓著作利用人方便取得作品資訊、並省時省力、甚至節省授權費用的授權平臺，乃屬當然之理。尤其，此一授權平臺或機制同時需將數位網路環境下、利用他人著作之需求一併考量在內，方能符合時代之需要。

本計畫透過實地訪查國內音樂著作或錄音著作仲介團體之方式，瞭解各該團體目前的實

見交流會會議紀錄。

⁶ 見智慧財產局網站 http://www.tipo.gov.tw/copyright/copyright_team/copyright_team_5.asp#8。

⁷ 見智慧財產局民國九十六年二月七日「著作權集體管理條例修法草案即將出爐」新聞稿：
<http://www.tipo.gov.tw/service/news/ShowNewsContent.asp?wantDate=false&otype=1&postnum=13530&from=board>。

⁸ 見智慧財產局網站。網址為 http://www.tipo.gov.tw/copyright/copyright_team/copyright_team_3.asp。

際授權運作狀況，並瞭解各家 CMO 與其他團體共同合作建置「作品資訊平臺」或「單一窗口」之意願及能力。此外，本計畫並透過智慧財產局之協助，邀請音樂著作及錄音著作之主要利用人及團體進行座談，除一方面瞭解其目前在利用授權方面所遭遇之困難外，並請各該利用人提出改善及建立相關授權平臺之建議。最後，本計畫希望藉由相關研究及訪談，嘗試探討國內著作權相關團體建立單一窗口之可行性，並提出其短、中、長期之目標及具體之執行步驟建議。

貳、研究方法

針對「推動國內仲團成立單一窗口或連額窗口」之實務議題，由於國內並無相關之研究或論文，因此本研究乃先以實地查訪之方式，前往國內 MCAT、MUST 及 TMCS 等三家「音樂著作」仲介團體進行實地訪談，藉此瞭解目前相關仲介團體之授權實務運作方式；此外，並邀集相關著作之各主要利用人及利用人團體舉辦座談會，歸納利用人對於建立授權單一窗口之需求及建議。

除前述實際訪談及座談會之舉行外，本計畫並透過國內外學術網路 LEXIS、WESTLAW 之查詢，以及 WIPO、聯合國教科文組織(UNESCO)、美國、加拿大、北歐及歐盟等國家地區之著作權主管機關或團體之網站，瞭解其他先進國家是否已有實施單一窗口之先例。於期中報告階段，本研究並就「如何推動著作權仲介團體單一窗口」之課題，提出若干待解決之問題，並研究規劃之短、中、長期之目標及可能之執行步驟與方法。希冀能夠提出符合權利人與利用人需要、而又能符合公共利益之相關配套制度。

參、我國著作權集體管理組織授權實務運作現況

1. 集體管理組織的預期功能

在理論上，利用人如欲利用他人之著作，可以直接和權利人接洽並取得著作之利用授權。但實際上，在利用人確定其欲使用的素材後，必須設法找到真正的權利人，並且告知其欲使用的方式及表達取得授權的意願；假設權利人對於利用人之詢問有所回應，再經過幾次來往協商，最後終於簽約並支付使用報酬。在這種情況下，利用人需要付出的時間和人力之多，可想而知。萬一很遺憾的，發生權利人行方不明之情形，或權利人因覺時間寶貴或可得之授權金有限，而對於利用人之詢問不予理會時，利用人也可能徒勞無功。基於上述原因，才會有著作權集體管理制度的出現。

此外，二十世紀後期以來，由於科技的進步和商業的多元化，已經讓著作類型和著作的利用樣態更加複雜，而使得著作權逐漸成為複雜專業的領域。尤其，除了著作種類的增加以外，每項權利亦可依照利用型態、市場、利用人、時間及地域之不同而加以切割；這些複雜的變化，都已經超出一般著作權人或利用人可以理解的程度，而必須借重專業之集體管理組織居間協助⁹，否則權利人可能因自行行使著作權過於麻煩、而乾脆讓著作束之高閣。而如果利用人覺得取得授權程式繁複，曠日廢時，亦可能決定放棄利用他人的著作，或乾脆抱著「先用再說」的心態，直接使用相關著作而不循授權途徑。

集體管理制度的出現，其用意就在藉由 CMO 的有效運作，降低權利人和利用人雙方的交易成本，由權利人授權 CMO 管理其權利及監督其著作的利用行為，並且與潛在的利用人進行授權協商，並將取得的使用報酬分配給相關權利人¹⁰。因為，對於權利人而言，監督其作品在其本國的利用，已經困難重重，更遑論監督其作品在國外被利用之情形；故而，如將其著作交由專業之 CMO 管理，除能全心投入創作更多新的作品外，並且可以就其作品之本國或外國利用行為，獲得使用報酬¹¹。

而對於利用人而言，透過和 CMO 的直接接洽談判，不僅可以有機會使用到 CMO 所管理的所有作品，而且也能夠節省尋找個別權利人及談判授權的時間人力。

集體管理制度除了節省權利人和利用人之間的協商交易成本外，也具有社會及文化等公益效果。舉例而言，我國現行仲團條例參考先進國家之運作經驗和制度設計，規定 CMO 應自其所收取的管理費提撥 10% 之金額，專門用來辦理「會員之生活扶助、醫療補助、急難救

⁹ Daniel Gervais, "Application of An Extended Collective Licensing Regime in Canada: Principles and Issues Related to Implementation", (Study Prepared for the Department of Canadian Heritage ; June 2003), at p. 22.

¹⁰ Tarja Koskinen-Olsson, "Collective Management in Reprography," p. 10, published jointly by WIPO and IFRRO (April 2005). 全文可至下列網址閱覽下載：http://wipo.int/freepublications/en/copyright/924/wipo_pub_924.pdf

¹¹ 同前註。

助或災害救助」、「著作權之宣導」及「文化活動之舉辦或贊助」…等有利於社會文化的公益事項¹²，即為一例。

2. 我國 CMO 的授權運作現況及困境

著作權集體管理制度的設計目的，主要希望能達到同時協助著作權人和利用人的雙贏效果，進而促進著作的利用及國家社會的文化發展，前已述及。而我國現行的著作權集體管理制度，雖然已經在朝向前述的目標邁進，但平心而論，仍有相當大的努力空間。以下謹將國內 CMO 的授權運作現況及面臨的困境加以說明討論之¹³：

(1) 如同類著作 CMO 家數過多，則授權協商曠日廢時

在仲團條例立法草案階段，就同一種類著作究應允許一家或多家 CMO 設立運作，學者專家們曾有過熱烈的討論和正反的意見辯論；最後，主管機關基於「組織社團是憲法賦予人民的基本權利，不能強制所有的著作人都只能共同組成一個團體」之理由¹⁴，復以仲團條例立法之前，已有數個依人民團體法成立之合法著作權團體，故最後乃決定不限制 CMO 之成立家數¹⁵。

誠然，在理論上，允許多家管理同一著作之 CMO 並存，固然可能因彼此業務競爭，而為利用人帶來「利用條件多樣化」與「低使用費率」之好處；惟，前述自由競爭雖然在美國、英國等先進國家運作良好，但移植到我國實行之後，這幾年來卻似乎無法達到預期的效果。我國著作權學者研究日本 CMO 近年來之運作實務經驗後，亦指出此種制度可能導致著作利用人搜尋成本增加，造成利用人之困擾和負擔；此外，市場上存在多家 CMO，亦可能產生使用費累計增加之效果¹⁶。究其原因，或係因我國民情不同，或因成立仲團的門檻不高，因此，如有著作權人對於 CMO 的運作不滿意，或單純希望另立門戶，即可能又有新的 CMO 出現。

此外，針對前述各立門戶的現象，原本主管機關和學者專家都以為會因為各家 CMO 經營績效的差異，逐漸分出高下，而使得成效不彰的 CMO 自動關門大吉，或者主動和績效較佳的 CMO 合併；但，或因 CMO 各有門戶之見，或為鞏固其既得之

¹² 參見著作權仲介團體條例第三十五條。

¹³ 此主要基於本計畫研究人員先後訪談 MUST、MCAT、TMCS 及召開音樂著作及錄音著作利用人座談會所整理歸納之意見。

¹⁴ 見智慧財產局網站有關「著作權仲介團體之性質和功能」簡介（網站最後造訪日：2008 年 2 月 12 日）：
http://www.tipo.gov.tw/copyright/copyright_team/copyright_team_5.asp#8

¹⁵ 感謝智慧局審查委員於期末報告初稿審查時，提供提供當年仲團條例之立法理由。

¹⁶ 陳錦全、陳乃瑜著，「日本著作權等管理事業法制與實務之研究」，p. 113（經濟部智慧財產局委託，民國九十三年十二月）。

利益，加上現行仲團條例並無相關強制退場機制¹⁷，以致目前經營績效不佳的 CMO 仍寧願持續苦撐，而仍繼續在市場上運作¹⁸。

而國內利用人面對多家 CMO 上門要求簽約付費，需分別與之聯繫與磋商，方能確認所欲利用著作究屬哪家 CMO 所管理，難免花費更多的時間和人力；長此以往，國內利用人不僅抱怨連連，而且對於著作權和 CMO 甚至產生負面的印象¹⁹。

(2) 如同類 CMO 超過兩家，則「概括授權」之總費用過高

在理論上，利用人基於「有使用方需付費」的原則，對於自己所欲利用之著作，才需要洽商 CMO 取得授權並支付使用報酬；如果不想同時支付使用費給不同的 CMO，只要嚴格篩選自己想要利用的著作即可。

不過，在實際上，我國電視台、廣播電台、旅館、遊覽車等可能大量利用他人著作之利用人，卻往往覺得：由於多家同性質 CMO 皆採行「概括授權」之制度，因此利用人實際上「一隻牛剝兩層皮」--被迫支付了兩倍或兩倍以上的授權金！

國內若干利用人之所以迭有「一隻牛剝兩層皮」之抱怨，究其原因，乃是因為其屬於利用大量著作，但本身又往往無法決定或篩選欲利用著作。舉例來說，國內電視台對於外製單位所製作的綜藝節目所要播放或演唱的歌曲，或是廣播電台接受觀眾點播歌曲、旅館大廳接收廣播電台播送的音樂節目時，大多無法事先知道被利用的歌曲為何；針對此類利用人，國內音樂著作或錄音著作 CMO 又多採取「概括授權」的方式，並比照收費較高之 CMO 訂定費率或收費；如此一來，即便利用人僅利用某 CMO 之少數著作，仍可能被迫支付高額之概括授權費用（例如：某專門播放國語流行樂曲之電台，如偶而播送閩南語之暢銷歌曲，仍可能遭管理台語歌曲為主之 MCAT 收取概括授權費用）。

(3) 網路數位環境下，現制未能提供「one-stop shop」之授權便利

¹⁷ 現行仲團條例雖無強制退場機制之設計，但如仲團「不能有效執行仲介業務者」，主管機關應依該法第 40 條第 1 項第 4 款規定命其解散。參見經濟部智慧財產局民國 96 年 4 月 23 日智著字第 09600027020 號「命令社團法人中華視聽著作傳播事業協會解散」處分函。關於退場機制的部分，感謝 智慧局於期末報告初稿審查會中之指正。

¹⁸ 理想上，如 CMO 在運作時，不遵守主管機關當初所規定的相關條件時，主管機關應得採取適當的制裁措施，或是採最後手段、撤銷原先核發的許可。蓋如果對於 CMO 之設立設有事先審查或特許之規定，通常也會有「撤銷許可」的相關規範。按此時主管機關所扮演的監督角色，即與當初核准 CMO 時之角色近似。詳見 WIPO 所出版之「Collective Management of Copyright and Related Rights」專書，第 393 段。

¹⁹ 參見本報告附錄四之利用人及利用團體發言記錄。

在過去之創作環境，創作人之創作少有跨越不同類別之情形；也因此，傳統之著作權法依照著作類型之不同而分別予以保護，實有其根據。我國因循此一作法，在著作權仲介團體條例中限制仲介團體需由同類之著作財產權人組成，而不允許管理跨類型著作之 CMO 設立及運作，原亦符合法理。

不過，在現今之網路數位環境下，不僅跨類型之多媒體創作日益增加，而且利用人於利用製作數位內容時，也經常需要利用到不同類型之著作；此時，如仍要求利用人需分別和不同著作之 CMO 洽商授權事宜，必定曠日廢時，甚至可能因此需放棄原先之利用計畫。

又，在網路環境下，雖然尋找欲利用之素材已經十分便利，但由於著作權人大多未註明權利管理資訊，以致尋找著作權人要在茫茫網海中尋找權利人並取得利用授權，反而比過去類比時代更加困難²⁰。

為有助於數位創意產業之發展，理應允許單一 CMO 管理跨類型之著作，並進而提供「一次購足」的授權服務；如此一來，不僅能方便利用人取得授權，也能同時節省 CMO 及權利人之管理成本，並降低利用人因此侵權之可能性。

針對前述 CMO 不得跨類管理著作之問題，經濟部在 2007 年七月報行政院之「著作權仲介團體管理條例修正草案」之規劃中²¹，已經決定參考日本、德國、中國大陸、加拿大、韓國等國家之立法例，刪除原仲團條例中「同類著作始能成立集體管理團體」之限制，使 CMO 得依市場需要決定其管理之著作種類。因此，未來透過不同 CMO 之跨類合併，或新設管理跨類著作之 CMO，對於可能利用跨類著作之利用人而言，應可帶來相當之便利。

(4) 現行音樂 CMO「聯合委外」方式，可能涉及違法之聯合行為

國內各仲團如聯合成立單一窗口或聯合窗口，不論係由其中一家仲團代表其他仲團行使，或是由各仲團聯合委外行使，都會擁有實質上(de facto)的獨占地位，而可能發生濫用其市場地位或從事若干不正當之競爭行為之情形。

此外，在整合單一窗口時，也可能會造成小型仲團「搭便車」的情形，而反而

²⁰ See Daniel Gervais and Alana Maurushat, “Fragmented Copyright, Fragmented Management: Proposals to Defrag Copyright Management,” 2 *Can. J. of L. & Tech* 15, at 19.全文可至下列網站閱覽：
<http://aix1.uottawa.ca/~dgervais/publications/Defragmenting%20Collective%20Management%20of%20Copyright.pdf>。

²¹ 參見經濟部在 2007 年七月報行政院之「著作權仲介團體管理條例修正草案」第三條第一項第二款有關「著作權集體管理團體」之定義。

使得利用人的權益受損。因為，就常理而言，在各仲團分別進行授權的情況下，如某一仲團管理的著作數目很少，則可能會有不少利用人乾脆不使用該仲團所管理之歌曲。唯，如各仲團透過單一窗口以「包裹方式」向利用人收費，而不向利用人說明「依法可自由決定只和其中一家或少數幾家仲團簽約」時，可能使得管理著作數目極少的仲團因此搭上便車，而得以藉此收到授權使用費，而可能會損及利用人的權益，甚至造成不公平競爭。

即以目前國內「東堯科技公司」分別和 MUST、MCAT 及 TMCS 三家仲團簽訂契約、而委由該公司代向國內遊覽車業者收取音樂著作公開演出授權金為例，曾有若干利用人抱怨其工作人員要求必須同時與三家仲團簽約之情形，而不接受利用人與其中一家或兩家仲團單獨簽訂授權契約之要求。關於此點，TMCS 表示該會亦有耳聞，並已要求該業者需切實訓練及要求其工作人員，應尊重利用人之意願，而不得違法要求利用人須同時與三家仲團簽約²²(有關各仲團委外行為涉及違法部分，智慧局已去函令其停止及改正，容後詳述)。

相對於若干利用人對於委外業者執行方式的若干抱怨，前述三家音樂著作 CMO 目前對於委託東堯科技公司「代收」遊覽車業者之公開演出授權金執行情形，卻都表示相當滿意。究其原因，乃是因為在過去幾年來，這些 CMO 雖努力與遊覽車業者協商談判，但由於遊覽車業的行業特性（諸如：若干遊覽車雖登記在公司名下、但實際上卻為個別司機所有；又，若干遊覽車公司經營階層的背景較為複雜，協商談判時常感受到人身安全威脅之危險），因此都徒勞無功。相較之下，透過東堯科技的協助，目前 MUST 及 MCAT 已分別與約一千台遊覽車簽訂公開演出授權契約。

(5) 在現行仲團條例規定下，仲團將其業務委外辦理易生疑慮

按我國對於具有公益性質和獨佔地位的仲介團體，係參考歐洲大部分國家的作法，對其設立及運作予以監督輔導；從而，如若干團體或個人未依法向著作權主管機關申請設立並經審查後核准者，自不得執行相關仲介業務。此對照我國著作權仲介團體條例第 4 條之相關規定，即可得知。

又，我國現行之仲團條例第九條第一項亦規定：「未依本條例組織登記為仲介團體者，不得執行仲介業務或以仲介團體名義為其他法律行為²³。」惟，近年來國內各

²² 當然，除了前述執行方式的不當之外，更多的遊覽車業者係抱怨「景氣已經不好、仲團還來要錢」、或「機器已經花錢買了，為何消費者唱歌還得付錢」…等，而此與 CMO 之委外運作並無關連，故不贅述。

²³ 著作權仲介團體著作權仲介團體條例第九條：

「未依本條例組織登記為仲介團體者，不得執行仲介業務或以仲介團體名義為其他法律行為。」

仲團常因各種主客觀因素，而將其若干業務委外辦理。TMCS 蔡執行長即指出：目前音樂仲團的業務之中，有百分之七十到百分之八十是涉及到國內特種行業的；如果要這些利用人主動來申請授權付費，的確有其困難。而面對龍蛇雜處的環境，國內各音樂仲團必須委外處理，否則根本收不到費用。因此，TMCS 即委託「翰翔」向伴唱機業者進行收費，而 MCAT 則是委託「優樂」公司向伴唱機業者進行收費。

對於此類作法，智慧局早有留意。因此，除去函說明『委託他人代辦之範圍僅限於不涉及著作權仲介業務之手足延伸性質之行爲，如代收申請書或代收使用報酬之金額等等』外，並同時要求各家仲團立即停止違法委外之情事²⁴。而在智慧局去函後，各家仲團也似乎瞭解到主管機關監督之決心，故 TMCS 已於民國 96 年 9 月 20 日終止其與「翰翔」之合約。

不過，未來如鼓勵各仲團成立單一窗口，是否允許其將該單一窗口之若干業務委外辦理？不無商榷之餘地。按，於前述東堯科技代理國內三家音樂著作仲團向利用人收費的案例中，若干仲團表示東堯科技僅係「代爲發送費率表、告知費率及授權申請書」，但亦有仲團及利用人表示該公司另涉及代收款項等事宜。如東堯公司前述「代收代付」之行爲，類似於國內各大便利商店代收停車費或水電費之舉，則似符合智慧局『委託他人代辦之範圍僅限於不涉及著作權仲介業務之手足延伸性質之行爲』之函釋，而未涉及「執行仲介業務」，故仍屬合法。然而，如委外之單一窗口欲更進一步代替各家仲團和利用人協商談判費率時，是否已屬「執行仲介業務」，不無疑問（本報告認應屬之）。

又，從立法目的觀之，制定著作權集體管理相關規定及制度，本來就代表著立法政策上是鼓勵及期待著作財產權人加入相關團體，以節省相關交易之機會成本，並對具有獨佔和公益性之仲團予以監督輔導。況且，主管機關之所以核准特定仲團成立，無非希望仲團能透過一定時間的運作逐漸步上軌道，而能真正成爲著作權及利用人之間的橋樑。是故，如未來爲達到單一窗口之功能，而允許各仲團將其業務委外時，仍須留意各仲團之委外行爲是否涉及違法。

違反前項規定者，其所訂之個別授權契約或概括授權契約無效；因而致他人受損害者，行爲人應負賠償責任。行爲人有二人以上者，連帶負責。」

²⁴ 見智慧局民國 96 年 09 月 05 日智著字第 09600068540 號函、智著字第 09600060090 號函、智著字第 09600055060 號函。

肆、建立單一窗口可能面臨之問題與挑戰

1. 國內利用人和仲團對於單一窗口的期待各有不同

(1) 利用人期待單一窗口能為其節省使用費支出總額

經濟部智慧財產局對於國內利用人希望建立CMO單一窗口之需求，一直設法予以協助，已如前述。也因此，在經濟部最近呈報行政院版之「著作權仲介團體條例修正草案」中，已擬增訂第三十條：『二個以上集體管理團體向同一利用人收取使用報酬者，得經協商，由其中一集體管理團體或成立聯合之組織收取後，再由各集體管理團體予以分配。²⁵』這項條文，算是向單一窗口的建立，邁出了法制化的第一步。

唯，客觀言之，此一條文雖規定各家仲團得由單一窗口「統一收費」²⁶，使利用人得享受向單一窗口付費之便捷性，而稍稍節省了之利用人和多家CMO協商之時間。唯，如未來在實務運作上，該單一窗口僅提供付費之便利性，而不被各CMO賦予協商費率之權限時，似仍無法滿足利用人之實質需求。

按，從國內利用人或利用人團體之立場觀之，其所以希望國內各仲團成立單一或聯合窗口，主要目的並不在節省和不同仲團連繫及洽商談判的時間人力，而是為了節省最終所支付的權利金總額！蓋於本研究專案所召開之利用人「單一窗口」座談會中，國內多家利用人及利用人團體皆表示²⁷：所謂的著作授權單一窗口，如果只是負責統一收費，則最容易做到，但對於利用人的實益不大；對於利用人來說，最有幫助、但最難達成的，乃是能由各CMO建立「談判及付費」的單一窗口，而利用人只需依法或依協議給付一筆「定額」的使用費（lump sum），再由相同或跨類著作的CMO、自行按其管理著作被利用之比例協調分配。

據參與前述座談會之多家利用人團體表示：由於現行仲團條例不限制CMO的成家數，因此這幾年來CMO的數目逐年增加；而在CMO家數增加的情況下，即便電台、電視台、旅館等使用音樂、錄音著作的數量維持不變，但各家CMO依照概括授權相關規定所收的使用報酬總和，往往比起「只此一家」CMO的使用報酬費用為高。基此，國內各利用人乃期待：未來只需給付定額之使用費予各家CMO

²⁵ 參見經濟部呈報行政院之「著作權仲介團體條例修正草案」，中華民國九十六年七月。全文可連結下列網址閱覽：http://www.tipo.gov.tw/copyright/960801_報行政院版.doc。網站最後造訪日：2007年10月10日。

²⁶ 同前註，見草案條文總說明：「九、增訂兩個以上之集體管理團體得設立聯合之收費窗口」：為使著作權集體管理團體之授權更為便捷，實有成立單一窗口或聯合窗口收費之必要性，爰增訂本條作為設立之法源依據。（修正條文第三十條）。

²⁷ 參見本報告附錄四「音樂著作、錄音著作利用人及利用人團體座談會」中、各利用人針對議題一「成立仲團之「單一窗口」或「聯合窗口」是否有其必要性？理由為何？」之發言。

所組成的單一窗口，再由各家仲團自行依著作被利用之比例自行分配。

又，根據國內電視台及廣播電台過去與各家音樂CMO聯合談判之經驗，單一窗口或聯合窗口雖然能省下一些分別談判的時間或人力，但並不能帶來費率或收費的優待或降低，故利用人普遍認為實益不大²⁸。相反地，當若干利用人選擇和各家CMO分開洽商概括授權時，反倒較能取得費率或支付授權金之優待²⁹。對於利用人而言，在「節省談判時間和人力」與「節省最後之使用費支出總額」之間，如必須做出選擇，多認為寧願多花費人力及時間，只求多節省若干之授權使用費。

再者，依經濟部智慧財產局於民國94年做成之解釋令函說明，經『著作權審議及調解委員會審議通過之使用報酬率，仲介團體即可依該費率向利用人收費，著作權相關法規中並無該項報酬率係屬上限之規定。³⁰』是故，目前由國內三家音樂CMO所委外之東堯科技（即：三家音樂CMO之「單一窗口」），即據此而按照表訂使用費率收費！可以想見的是，未來各CMO組成單一窗口時，很可能各自都會堅持其自身的表訂費率，而不會願意協商調降使用費率或費用；若果如此，則「單一窗口」對於利用人反而較為不利。

(2) 如未能增加收入，則仲團對單一窗口興趣缺缺

本計畫研究人員訪談國內三家音樂著作之仲介團體時，最常聽到的疑問，乃是：「單一窗口能為仲團帶來什麼實質好處？」由此可知，如無經濟上之誘因，而只是為了提供利用人若干便利，則各家仲團在缺乏法律強制規定之下，對於成立單一窗口是興致缺缺。

誠然，智慧局早在民國94年之解釋令函中即指出：在網路數位化時代，隨著著作利用之多元化，授權關係益形複雜，世界各國之仲介團體已意識到成立單一窗口的重要性，我國之相關著作權仲介團體亦已朝此方向努力，而智慧局亦積極從旁協助³¹。不過，依照現行的仲團條例，各仲團並無成立單一窗口或聯合窗口之法定義務³²；**因此，未來如不透過修法的方式、強制各仲團成立單一窗口或聯合窗口，則必須提供足夠的經濟誘因，方能使各仲團願意撥出人力物力進行此項工作。**

²⁸ 同前註。

²⁹ 以 TVBS 目前和國內幾家音樂著作仲團談判的經驗為例，當個別協商時，各家仲團都會按表訂費率再給予一些折扣或優惠。見本報告附錄四「音樂著作、錄音著作利用人及利用人團體座談會」中、TVBS 范立達經理發言記錄。

³⁰ 見經濟部智慧財產局民國 94 年 4 月 27 日智著字第 09400031540 號函。該令函全文可至下列網址閱覽：http://www.tipo.gov.tw/copyright/copyright_team/copyright_team_94.asp

³¹ 見經濟部智慧財產局民國中華民國 94 年 6 月 17 日智著字第 09400049990 號函。該令函全文可至下列網址閱覽：http://www.tipo.gov.tw/copyright/copyright_team/copyright_team_94.asp

³² 見經濟部智慧財產局民國 94 年 12 月 23 日智著字第 09400113950 號函。有關著作權仲介團體成立單一窗口一節，由於法律並未明文規定，故無法強制要求仲介團體必須透過單一窗口收費。

誠如社團法人台灣音樂著作權協會（TMCS）所言：**除非單一窗口或聯合窗口的設立，可以增加會員可分配的授權金，否則，單憑道德勸說，或僅因單一窗口能提供仲團的若干行政上之便利，似仍不足以說服各家仲團出錢出力共同成立單一窗口或聯合窗口³³。**

本報告前已述及，目前國內三家音樂仲團分別委託東堯科技代向遊覽車業者收取概括授權使用報酬，主要乃是該三家仲團礙於遊覽車業之生態和行業特性，而長久以來一直無法能對遊覽車業者收取使用報酬。在此一前提下，國內三家業者基於「增加營收」之考量，方委外進行收費。由此亦可瞭解到：如無真正的經濟誘因，可讓仲團因此增加營收，仲團並不可能真正支持單一窗口之設立。

除了上述的積極經濟誘因之外，現有音樂仲團之所以委外「單一窗口」處理，乃是因為若干利用人之業種特殊、行業生態複雜所致。據受訪之MCAT及MUST會務人員表示，在國內利用音樂之主要利用人，除電視台、電台之外，主要為卡拉OK、KTV及舞廳、夜總會或遊覽車等業者。這些利用人當中，有些具有特殊之背景，有些則是所屬行業別十分特殊，而過去相關仲團人員前往洽商授權或取締侵權時，常有人身安全之顧慮或威脅。因此，若干委外單位因其瞭解行業生態特性，或藉其相關之人脈網絡，可以幫助仲團擴展業務、收取使用費，仲團基於增加營收和人身安全之考量，也就樂意將洽商授權業務，委外由若干「單一窗口」辦理。

最後，在經濟誘因方面，本報告認為：除「增加營收」之積極經濟誘因外，如初期建置單一窗口之人力經費成本過高，恐不易獲得各家CMO之會員大會或理事會之支持。

2. 目前各仲團收費方式及費率不一，較難整合成單一窗口

在鼓勵各家CMO成立單一窗口的過程中，即便提供了相關的經濟誘因³⁴，但由於目前各家仲團的收費方式不同，因此，如何先將各家仲團的費率（包含費率訂定方式）加以整合，恐怕是成立單一窗口前、最先需要處理的問題之一。

畢竟，國內著作權仲介團體都是依法設立的社團法人，而其組織架構中的最核心部分乃是其「會員大會」；舉凡費率訂定、章程修訂等重大事項，都需經過其會員大會的通過及同意，而並非行政人員所能自由決定或修改。

³³ 參見附錄之 2007 年 6 月 25 日社團法人台灣音樂著作權協會訪談紀錄。

³⁴ 例如：援引國外之經驗及實例，說服其相信：單一窗口之成立確可增加其收入。

舉例而言，目前針對若干廣播、電視業者收取「概括授權」使用報酬時，MUST 過去是以其營收百分比計算依據，但 MCAT 則曾透過協商談判方式，要求利用人直接支付一筆雙方同意之年度權利金。由於各家仲團的收費模式及計費方式不同，因此，如欲共同委託單一窗口進行收費，除了該單一窗口（例如：統一超商）單純依照各家所定費率進行代收外，如欲賦予該單一窗口協商談判之授權，實有其困難。

又，以音樂著作之公開演出為例，即便是採單曲計費，各家音樂著作仲團就每一首歌曲的所定的費率亦有差異。就此種費率之差異，如以「智慧無價」及私權行使自由的觀點來看，雖無可厚非，但形成單一窗口時，未來「低費率者」可能會逐年將其費率提高，而高費率者則不可能自動調降其費率。對於利用人而言，如果要求 CMO 單一窗口之結果，會造成「單一高費率」，則恐怕與其初衷與期待大相逕庭矣。

再者，目前國內各家 CMO 之使用費率雖係由其會員大會或理事會自由訂定，但如有新增收費項目或調高其費率時，依法仍須經著作權審議及調解委員會審議通過。在近年來審議過程中，審議委員為擔心廣播電台、電視台等適用概括授權之利用人被迫「一隻牛剝兩層皮」，因此都將各家仲團所管理之音樂等著作之粗估市占率列入考量，再核定各家 CMO 所定之概括授權費率。此一作法，係為維持一定之公平及合理性，使管理較少著作之 CMO 不致獅子大開口。不過，如未來各家 CMO 組成單一窗口時，因目前各家 CMO 對於審議後之費率均不表滿意，故如未來成立單一窗口，該單一窗口不太可能被賦予調降費率之權限，而較可能單純依各家 CMO 所訂費率進行代收而已。如此一來，對於利用人並無太大實益，前已述及。

況且，如未來仲團條例經修法後，將前述之「事前審議制」改為「申報制」（亦即：各家 CMO 之費率得先參考各項因素、自由訂定；於有爭議時，著作權專責機關再介入審議³⁵），則各家 CMO 即有可能會紛紛調高其費率——尤其是過去因市占率較小、而被核准較低費率之 CMO。又，費率自由訂定之結果，各家 CMO 所用之計費基礎恐怕千奇百怪（以目前對 KTV 包廂之收費方式，各家 CMO 之計費方式即有不同：有以房間數計算者，也有以坪數計算者）：如此一來，該單一窗口如何整合這些不同計費方式和費率，而利用人是否因此而得減少其費率支付總額，不無疑問。

3. 現行「授權資訊快速查詢服務台」，對概括授權利用人助益不大

為協助各界利用人克服洽談授權之不便，智慧局早在民國 94 年即已試辦「著作權

³⁵ 參見經濟部智慧局民國九十六年五月「著作權集體管理團體條例修正草案（第二稿）」第二十三條及第二十四條。

授權資訊快速查詢服務台」³⁶，協調國內各仲介團體，參考 one-stop-shop（一站購足）之方式，希冀結合各仲介團體，使之能形成一個共同授權平台（單一窗口），提升授權利用管道之效率³⁷。根據智慧局提供之「民國 96 年著作權授權管道查詢案件統計表」³⁸，在民國 96 年度的前十一個月份裡，即受理了 398 件之查詢案件；而在民國 95 年 1 月到 9 月之間，則共受理 445 件³⁹。從服務件數之數量而論，其成效確實頗佳。目前該授權平台之具體運作方式大致如下⁴⁰：

- （一）如利用人可自行獲得授權管道及相關資訊者，由利用人自行洽談授權。
- （二）如利用人無法自行獲得授權管道及相關資訊者，可填具著作權授權管道查詢申請表，向相關仲介團體或本局申請查詢；當其係向本局提出申請時，由智慧局轉請各仲介團體協助查詢，再將仲介團體提供的授權資訊傳回給利用人。

上述智慧局所規劃之單一窗口，雖然立意良善，且受理總件數頗多，唯，其主要功能仍僅侷限於單純提供著作權授權資訊予利用人⁴¹。客觀言之，礙於法令及尊重私權自治原則，此單一窗口既無法更進一步積極地居間為利用人和相關仲團進行協商、洽談授權，甚至連代為收費之基本功能都不具備；因此，雖可能滿足偶而利用他人著作之利用人所需，卻無法滿足大量且經常利用著作之電視台、廣播電台、旅館、飯店之期待和需求⁴²。

按對於電視台此類大量利用著作之經常性利用人而言，其取得授權之方式為概括授權；況且，此類著作利用人與國內各家仲團間早有聯繫，並且也有若干協商授權之經驗。因此，想當然爾，此類利用人多半覺得類似查詢平台（單一窗口）並無實質助益。

³⁶ 見經濟部智慧局民國 94 年 7 月 20 日智著字第 09416002950 號函。

³⁷ 見智慧局網站：「著作授權管道訊息」。相關內容可登入下列網址閱覽（網站最後造訪日：2007 年 10 月 10 日）：http://www.tipo.gov.tw/copyright/copyright_team/copyright_team_3.asp

³⁸ 見本報告附錄六「民國 96 年度著作權授權管道查詢案件統計表」。

³⁹ 參見 2006 年 10 月 27 日「建立著作權仲介團體單一窗口機制座談會」會議資料，註一。

⁴⁰ 同前註。

⁴¹ 例如，對於某利用人欲利用之歌曲，該平台可於查詢後告知相關著作人是否加入仲團、所屬仲團名稱、及其他授權資訊等。

⁴² 有關民營電台、電視台及旅館、飯店等利用人及利用人團體對於單一窗口之需求，請參見本報告附錄四「音樂著作、錄音著作利用人座談會會議記錄」。

伍、單一窗口的短程、中程目標及其相關執行步驟、方法

前已述及，國內利用人期待透過單一窗口之成立，以降低其授權費用之總支出金額；而站在各家仲團之立場，如需另外投入人力物力建立單一窗口，則必須能為其會員帶來實質收入，或由主管機關支援其初期之建置經費，否則各家仲團意願並不高，且不容易獲得各仲團會員大會、理事會等最高決策機構之支持。

就主管機關之立場而論，對於單一窗口之推動設立，必須設法兼顧目前國內各家 CMO 之規模、能力及意願，以及利用人及主要利用人團體之需求，並且盡量符合公平正義原則，方能同時為多數權利人團體及利用人團體所接受。

誠然，在最近智慧局所提出之「著作權仲介團體條例修正草案」第三十條（報行政院版）中，已規定各家仲團得共同成立單一窗口，且並不限著作類型⁴³。唯該規定並未強制各仲團必須成立單一窗口，故僅能設法從旁加以推動。

基於前述，本報告乃整理歸納相關國內利用人及仲團之訪談及座談紀錄，並參考國外類似 CMO 之實際作法，提出單一窗口之短程目標及中程目標如下：

1. 短期目標：由同類 CMO 成立提供諮詢、授權申請及代為收費單一窗口

就短期目標而言（設定於民國 98 年底前完成），本報告建議先整合同類著作之仲團（例如：管理音樂著作之 MUST、MCAT 及 TMCS，蓋因目前音樂著作之仲團家數最多），由智慧局以經費補助及行政指導（輔導）之方式，協助推動同類著作之 CMO 成立具備「提供諮詢」、「受理授權申請」及「單純代為收費」等三項功能之單一窗口。

前已述及，智慧局早在民國 94 年即已試辦「著作權授權資訊快速查詢服務台」⁴⁴，協調國內各仲介團體，參考 one-stop-shop（一站購足）之方式，希冀結合各仲介團體，使之能形成一個共同授權平台（單一窗口），提升授權利用管道之效率⁴⁵。而在民國 95 年間，智慧局為便利各界利用人快速獲得著作權授權資訊，並召開「建立著作權仲介團體單一窗口機制座談會」⁴⁶，朝向同類著作的仲團先合作成立單一窗口之方向努力⁴⁷。

前述「推動同類著作的仲團先合作成立單一窗口」之方向，堪稱正確。又，鑑於未

⁴³ 該草案既已刪除「同類著作始能成立集體管理團體」之限制，則此為當然之理。

⁴⁴ 見經濟部智慧局民國 94 年 7 月 20 日智著字第 09416002950 號函。

⁴⁵ 見智慧局網站中、有關「著作授權管道訊息」。相關內容可登入下列網址閱覽（網站最後造訪日：2007 年 10 月 10 日）：http://www.tipo.gov.tw/copyright/copyright_team/copyright_team_3.asp

⁴⁶ 參見 2006 年 10 月 27 日「建立著作權仲介團體單一窗口機制座談會」會議資料。據著作權組一科表示，該次座談會並未做成任何具體結論。

⁴⁷ 參見經濟部智慧財產局 95 年 10-12 月份大事記略。相關內容可至下列網址閱覽：

http://www.tipo.gov.tw/service/about/about_us/95%A6~10-12%A4%EB%A4j%A8%C6%B0O.doc

來完成修法之「著作權集體管理團體條例」(修法後之名稱)，即將賦予各仲團聯合組成單一窗口之法源基礎；因此，本報告建議：在民國 98 年底之前，智慧局宜視時機停止前述「著作權授權資訊快速查詢服務台」之諮詢服務，並依本報告之建議步驟及方法，逐步推動同類型著作單一窗口之設立與發展。

至於在短期內(即：民國 98 年底之前)，該同類著作單一窗口應扮演之角色為何？本報告建議，該單一窗口可仿效智慧局「著作權授權資訊快速查詢服務台」之作法，先單純提供著作授權利用之諮詢或查詢服務，接下來則可代收及代轉申請授權之表件，最後並可代為進行收費。如此一來，一般利用人及相關利用人團體可以建立起透過該單一窗口查詢之習慣，而該單一窗口也可逐步累積與利用人或相關團體意見溝通及相互交流之機會，並且將利用人之需求轉達各該 CMO 知悉。尤其在代收授權申請表件及使用費部分，看來雖似簡單，但實可以讓該單一窗口慢慢建立起處理文件和處理金流之能力。

又，針對跨團體之同類著作，如該單一窗口能逐漸累積授權諮詢及溝通之經驗，則未來即能逐步擴大及增加其服務之範圍與能力。在該單一窗口運作漸上軌道後，主管機關即可順勢要求各 CMO 應將原先屬於「手足延伸」之委外業務陸續收回，而轉由該單一窗口代為協助執行。

於各仲團屬於「手足延伸」之各項業務中，最常見且最容易由該單一窗口執行者，乃屬於使用報酬之代收業務。是以，於短期目標執行之後期，宜推動及鼓勵該單一窗口執行單純之費用代收業務，並使該單一窗口之相關人員及組織，能為未來協助各 CMO 整合其費率及執行費率談判等工作，預作規劃及準備。

綜上，本報告建議於民國 98 年底前，應達成下列三項單一窗口之短期目標：

- (1) 單純提供著作授權利用之諮詢或查詢服務。
- (2) 代收著作使用授權之申請表件。
- (3) 依照各家 CMO 之費率規定，單純代為進行收費。

2. 短期目標之執行步驟及方法

為達成前述之短期目標，建議在未來兩年內，智慧局可先後或同時採取下列之執行步驟及方法：

(1) 由智慧局輔導同類著作 CMO 成立固定或虛擬之單一窗口

在設立單一窗口的短期目標上，如欲達成事半功倍之效，最佳之步驟及方法，乃是由智慧局輔導相同類型著作之仲團先成立單一窗口。畢竟，國內管理同類著作之 CMO，其會員背景相當，且過去面對之利用人或利用人團體也大致相同；因此，面對同一批利用人之諮詢或授權申請時，如成立單一窗口處理，再由各家 CMO 按比例分擔相關經費成本，或許可為其節省下若干人力物力。因此，如能以「節省時間及人力物力成本」加

以說服，則各同性質 CMO 或能自願成立單一窗口。

惟，前述說服方式雖然言之成理，但不可否認的，在過去兩年多來，經過智慧局的苦心勸導和推動，各仲團對於單一窗口雖皆表示樂觀其成，但卻未見有何積極整合之動作。究其原因，或許係因各家 CMO 擔心成立單一窗口之初期需分擔若干人力及經費，因此才興趣缺缺。基此，本報告建議：各仲團如果礙於經費，初期無力另行成立人事及經費獨立之單一窗口，則建議可協調各仲團以「輪值方式」、透過電話轉接及設立共同網頁、電子郵件信箱之方式，成立虛擬之單一窗口。

蓋前述虛擬單一窗口之設立，由於係以輪值方式進行，且係將電話轉接至各 CMO 現有之辦公處所；如此一來，各家 CMO 即可運用現有之人力及設備，而毋需另外租用場地或耗費太多經費。如採行此類虛擬單一窗口之作法，則各 CMO 不問規模大小，都不至於因顧慮支出經費而躊躇不前。

(2) 就音樂著作或錄音著作仲團擇一選定，作為單一窗口之示範

就前述單一窗口之成立，在我國既屬首次，故推行期間，難免邊做邊學，甚至發生疏漏錯誤、而需隨時加以修正。是以，在推動初期，似不宜同時鼓勵及輔導兩個以上單一窗口之設立，而建議就目前之多家同性質 CMO（例如：音樂著作或錄音著作），擇其中之一先試行輔導設立，以做為未來其他類型著作成立單一窗口之示範。

又，本報告之所以建議初期先擇音樂著作或錄音著作之 CMO 推動單一窗口之設立，主要亦是考量到：如同時推動不同類型著作之仲團分別成立不同之單一窗口（例如：同時由音樂著作及錄音著作之 CMO 各自成立單一窗口），則未來整合時，不僅可能因為各個單一窗口存有不位主義而困難重重，主管機關也可能因為人力有限，而倍多力分。

再者，本報告之所以建議：選定目前家數較多之音樂著作或錄音著作 CMO，進行相關輔導和協助，主要乃因目前此兩類著作 CMO 之家數較多，以致概括授權之整體收費總額較高，而最為廣播電台、電視台等利用人所詬病。是以，如能針對該等著作成功整合為單一窗口，則必成效顯著，且有助於說服其他著作之 CMO 起而效尤。

(3) 該單一窗口先限定提供授權諮詢、接受授權申請及代收費用

如前節所述，雖然利用人及利用人團體基於「降低授權費用之支付總額」考量，而希望未來單一窗口也能代表各 CMO 進行「授權談判協商」。惟，在成立初期，單一窗口相關之人員經驗有限，且各家仲團對於如何收費及分配使用報酬，也必須受到仲團「董事會」、「理監事會議」及會員大會決議與章程的拘束及規範，因此，初期似不宜設定「代表授權協商」等過高之目標，而應先由「共同接受諮詢及授權申請」做起。

又，在短期內，由於該單一窗口僅單純提供著作授權利用之諮詢及查詢服務，因此，除可參考借鏡智慧局「著作權授權資訊快速查詢服務台」之作法外，另為節省場地成本及相關費用，並可以架設網站之「虛擬」方式，輔以加上電子郵件信箱及電話專線之設置，由參與該單一窗口之仲團以一季或半年為一期，輪值回答使用者透過網路或電話所諮詢之相關問題。如所詢問題超出該單一窗口所能回答之範圍，則由輪值人員加以記錄、並代為詢問有關仲團後，再予以回覆。

前述建議之單一窗口「提供著作授權利用之諮詢或查詢服務」之執行步驟，亦可參考德國 CMMV⁴⁸過去之作法。按 CMMV 係由德國音樂著作、錄音物、視覺藝術、電影作品、電視節目…等共九家著作權及鄰接權集體管理組織，在 1996 年 11 月所自願共同發起設立⁴⁹。其成立之目的，乃在協助多媒體節目製作人解決「找尋權利人」及「取得授權」之困擾。

在提供著作資訊方面，過去 CMMV 仍存在時，其所扮演的角色大致與智慧局目前採行之「著作權授權資訊快速查詢服務台」類似：在收到多媒體製作人所提供的欲利用作品明細表之後，CMMV 會代為向其相關會員團體查詢是否為其所管理之著作。如係其會員所管理之著作，則提供相關費率資訊及授權條件給查詢人⁵⁰；此時，查詢人可不透過 CMMV、而逕向各會員團體取得授權。萬一經查詢後，發覺該作品並非其會員團體所管理，CMMV 也會將獲得之作品任何資訊回報予查詢人，使之能進一步決定是否自行向權利人設法取得授權⁵¹。

除了前述的德國 CMMV 外，法國 SESAM 也和其功能相仿，也在解決多媒體節目或產品製作人取得著作授權的困擾。SESAM 係由五個法國著作權及鄰接權協會的所自願

⁴⁸ CMMV Clearingstelle Multimedia der Verwertungsgesellschaften für Urheber- und Leistungsschutzrechte GmbH (Multimedia Clearing house of collecting societies for authors' and neighbouring rights)。有關 CMMV 之成立過程，可至下列網站查詢：
http://www.gema.de/engl/press/news/n159/infooffensive_cmmv.shtml（網站最後造訪日：2007 年 10 月 10 日）。據智慧局同仁赴德國考察，GEMA 人員表示因 CMMV 已無存在之實益，故即將停止運作。惟，因 CMMV 若干作法仍有值得借鏡之處，故本報告於此仍簡述之。

⁴⁹ 參見下列網址：http://www.gema.de/engl/press/press_releases/cmmv.shtml。網站最後造訪日：2007 年 10 月 10 日。當時的發起團體，包括下列機構：

GEMA (Society for musical performance and mechanical reproduction rights),
GVL (Society for the exploitation of neighbouring rights),
VG WORT (Collectin society WORT),
VG BILD-KUNST (Collecting society Image-Art),
VFF (Collecting society for film and television companies),
VGF (Collecting society for exploitation rights in cinematographic works),
GWFF (Society administering film and television rights),
GÜFA (Society for film performing rights),
AGICOA (Copyright protection society)

⁵⁰ 同前註。

⁵¹ 同前註。

組成的「傘式社團」(umbrella society)⁵²，其運作方式是：由多媒體製作人將其欲使用之作品清單⁵³送交 SESAM，由 SESAM 利用其所屬會員之資料庫代為查詢後，如係其會員所管理之著作，則提供相關費率資訊及授權條件給查詢人。只不過，和 CMMV 相較，SESAM 則更進一步，如利用人欲取得授權，則 SESAM 即根據各協會所定之費率，代為向利用人收取使用費，再轉交予相關會員協會。

參酌前述智慧局「著作權授權資訊快速查詢服務台」、德國 CMMV 及法國 SESAM 之作法，本報告建議：國內 CMO 未來所成立之單一窗口，除單純提供查詢及諮詢服務外，也可以受理利用人之著作使用授權申請（包括設計及使用各式通用之表單），再將相關申請表件轉由各家 CMO 進行審核；於各家 CMO 審核通過後，該單一窗口即可依照之費率規定，代為進行收費。

於前述單一窗口建立後，主管機關應適時監督各該 CMO 將原先為利用人詬病之委外代收業務逐漸收回。按本報告前已述及，雖各仲團一再強調其委外部分僅止於「代收授權金」、而屬其業務之「手足延伸」；惟，因委外業者素質良莠不齊，且時有介入費率協商或包攬訴訟之傳聞。故如長期允許各 CMO 將其業務委外，則仲團設立之意義也會蕩然無存。因此，在單一窗口運作漸上軌道之後，建議主管機關輔導各家 CMO 將其非核心之「手足延伸」業務轉由單一窗口執行，使其人員能逐漸累積處理事務之經驗及能力，以為中期目標預作準備。

(4) 建議修法賦予主管機關命令成立單一窗口之權限

由於現行仲團條例欠缺強制仲團成立單一窗口之法源依據，因此，雖經主管機關多年來積極勸說及輔導，各仲團仍遲遲未有所行動，前已述及。是以，為加速單一窗口之設立，主管機關或可藉由仲團條例修正之便，以法條明文賦予主關機關命令不同著作仲團整合之權力，並輔以若干行政之輔導或處罰⁵⁴；如此一來，方能使各家 CMO 更積極參與單一窗口之整合，而不再只是作壁上觀。

又，由於單一窗口之實施目前尚難確定是否真能達成預定之成效，故建議該條文將「單一窗口」定位為試行性質，並由主管機關在試行後一至兩年內予以檢討。

⁵² 這五個社團包括了 ADAGP(Society of visual artists)、SACD (Society of drama writers and composers)、SACEM (Society of music authors, composers and publishers)、SCAM (Society of multimedia authors) 及 SDRM(Society administering the mechanical reproduction rights of authors, composers and publishers)。見 <http://www.sesam.org/english/missions/index.html#2>（網站最後造訪日：2008 年 2 月 1 日）。

⁵³ 該清單需將欲利用作品之名稱及作者全名載明。參見 SESAM 網站（網站最後造訪日：2008 年 2 月 1 日）。<http://www.sesam.org/english/digital/index.html>。

⁵⁴ 國內著作權學者 羅明通教授於接受本研究計畫主持人訪談時，亦曾建議主管機關應有更積極之行政指導，而應訂出各仲團成立單一窗口之期限。蓋依羅律師之主張，此舉並不致於妨害權利人權利之行使，故無違法之虞。

至有關條文之具體文字部分，建議可以採行下列之類似文字規定：「著作權主管機關得選定特定類型著作，令該類型著作之相關著作權仲介團體聯合成立單一窗口，提供授權之諮詢及受理使用授權或其他經主管機關同意之業務。該單一窗口於試行兩年後，如主管機關於檢討後認其成效良好，得擴大其試行之範圍。」

(5) 仲團條例修正後，已有 CMO 管理之著作類別，從嚴審查新設申請

現行仲團條例對於同類著作 CMO 的成立，並無數量上之限制，前已述及，故如發起設立之仲團並無該條例第七條「應不予許可」之情形者，主管機關均需依法許可其設立；其結果，因為同類著作 CMO 的數目逐年增加，而使授權更形複雜。尤其，對於適用概括授權之電視台、電台等利用人而言，即可能因此增加其支出之使用費總額。因此，利用人及相關利用人團體均主張：未來主管機關對於新設 CMO 之申請應從嚴審查，以免發生 CMO 數目不斷增加之情形，而造成利用人之困擾。

在仲團條例條例修正草案尚未完成修正前，如遇有同類 CMO 之新設申請，而申請團體並無仲團條例第 7 條所定應不予許可之各項要件時，主管機關除以行政輔導之方式、建議其考慮加入現有之 CMO 外，似無法以其他理由不予許可⁵⁵。

惟，於未來仲團條例修正時，經濟部規劃之修正條文若能照案通過，則主管機關將來面對 CMO 之新設申請時，如認『市場上已有 CMO 可就其管理之權利、發揮集體授權之功能』時，即可拒絕其申請設立⁵⁶。

是以，於仲團條例修正後，建議主管機關於收到新設 CMO 之申請後，於進行審查時，能輔以公聽會之召開，藉此廣納利用人及相關學者專家之意見，從嚴進行審查，以防止 CMO 家數之不斷增加。

3. 中期目標：推動該單一窗口代表跨類著作之協商收費事宜

在中期目標方面，本報告建議以民國 99～101 年之三年期間，為中期目標之執行期間。在單一窗口達成其短期之三項目標並運作順暢後，應推動該單一窗口將其他類別之著作納入，以形成「one-stop shop」(一站購足)之單一窗口，並賦予其協商談判之權限；同時，應要求該單一窗口逐步整合各 CMO 之線上財產目錄，以符網路時代之需要。

按，依照智慧局之規劃，未來仲團條例修正之後，將不再限制 CMO 管理之著作類

⁵⁵ 感謝審查委員 徐則鈺律師對期末報告初稿有關新設團體建議之指正。

⁵⁶ 仲團條例修正草案第八條第二項：「申請管理之範圍與業經許可之集體管理團體之管理範圍有全部或部分重複者，如業經許可之集體管理團體已足以發揮集體管理之功能，著作權專責機關就該重複之部分得不予許可。」(民國九十六年七月，報行政院版)。

型⁵⁷。又，修正草案第三十條復允許成立單一窗口或聯合窗口（此應指「傘式組織」）代為收費與分配⁵⁸，因此，原本由相同著作 CMO 所組成之單一窗口，即能加速其整合。依本報告管見，前述之整合，除了包括同類或跨類著作 CMO 間之相互合作之外，未來也可能是兩個以上 CMO 的實質合併。

蓋因仲團條例修正前，僅限於同類著作始能成立 CMO，因此，如有相關團體欲跨類之著作，則必須分別成立兩個以上的 CMO 分別運作。如未來本條例修正後刪除此項限制，則原本管理不同著作之數家 CMO，即可向著作權專責機關申請合併為一⁵⁹。此外，已成立之數個管理同類著作的 CMO，如欲合併為一個集體管理團體，亦可向著作權專責機關申請之⁶⁰。

無論如何，為順應網路時代的授權需要⁶¹，國內單一窗口的中期目標，須設法將錄音著作、視聽著作、語言著作…等 CMO 逐步納入（不論僅係相互合作或實質合併），而慢慢形成一站式服務，如此才能真正滿足所有利用人之需。

4. 中期目標之執行步驟及方法

前已述及，在完成短期設定之三項目標後，該單一窗口不宜僅限於諮商或代為收費，而應更積極代表各 CMO 與相關利用人協商談判費率，方能真正滿足利用人之需求。蓋如該單一窗口僅僅提供著作授權之詢問，則智慧局原先建置之諮詢平台即能滿足需求；又，如單一窗口僅限於遵照 CMO 所定之費率代為收費，則各 CMO 大可委託滿街林立之便利商店或金融機構代為處理，而無成立單一窗口之必要矣。

本報告認為，為達成前節所提之中期目標，應同時或先後採取下列之執行步驟與方法：

(1) 選定特定利用型態或利用業別，賦予單一窗口對外談判協商權能

在推行中期目標前，如屆時仲團條例修正草案已獲通過，則自可根據仲團條例修正草案第三十條規定，由該單一窗口向利用人收取使用報酬後，再分配予各 CMO，並無違法之虞，特先敘明⁶²。

⁵⁷ 參見仲團條例修正草案第三條第一項第二款（民國九十六年七月，報行政院版）。

⁵⁸ 仲團條例修正草案第三十條：「二個以上集體管理團體向同一利用人收取使用報酬者，得經協商，由其中一集體管理團體或成立聯合之組織收取後，再由各集體管理團體予以分配。」（民國九十六年七月，報行政院版）。

⁵⁹ 仲團條例修正草案第五條第一項：「數個集體管理團體，欲合併為一個集體管理團體時，應檢附著作財產權人名冊及第四條第一項第二款至第五款之文件，向著作權專責機關申請許可。」（民國九十六年七月，報行政院版）。

⁶⁰ 同前註。

⁶¹ 例如：個人部落格重製或傳輸音樂，個人上傳影音檔案到網站上供人欣賞等。

⁶² 參見仲團條例修正草案第三十條。

對已經達成短期目標之單一窗口，這時可選定若干特定之利用人業種或利用型態，以行政指導之方式，鼓勵各家 CMO 賦予該單一窗口談判協商費率之權限，以期使該單一窗口能直接與利用人洽商相關利用授權事宜。舉例而言，如以業種區分，則可先選定 KTV、卡拉 OK、旅館飯店業、醫院、大賣場或便利商店等特定行業。

據受訪之 MCAT 及 MUST 人員表示⁶³：依各該協會過去之經驗，如果是選擇新的利用樣態（例如：KKBOX 所經營的音樂網路公開傳輸、手機鈴聲下載），或是尚未進行收費之業別（例如：剛剛營運之高速鐵路），則因 CMO 和利用人之間尚未形成既定之收費規則，因此各家 CMO 協商讓步之空間較大。從而，如由單一窗口代為統一收費或協商談判，除各家 CMO 內部較不致產生反對意見外，也較不易遭到來自利用人的反彈。

尤其，就若干新興行業或利用樣態，其相關利用報酬標準多為近兩年才剛由智慧局核定，故國內三家音樂仲團所收取的費率較為接近；因此，如授權該單一窗口進行協商，對於仲團較不會產生困難，而且也不會受到來自利用人的阻力。甚且，有些 CMO 甚至都尚未申請費率核定，此時更容易事先與其他 CMO 達成共識，而統一交由單一窗口代為進行協商。

(2) 單一窗口應納入其他類型著作 CMO，使逐漸成為 One-Stop Shop

不論初期之單一窗口是先由音樂著作或錄音著作之 CMO 整合而成，在中期階段，應更進一步將性質相類似的 CMO 加以整合（例如：音樂著作與錄音著作）。當然，由於目前國內其他類型著作 CMO 數量甚少（例如：語文著作 CMO），甚至仍尚未成立（例如：攝影著作）；因此，主管機關亦可同時輔導其他著作類型之 CMO 加入，甚至鼓勵該單一窗口依法申請擴大其管理著作之類型，使之逐漸變成是「一站購足」(one-stop shop) 之單一窗口。

當然，因應網路環境的興起及未來多媒體著作製作之需，將同性質 CMO 加以整合的同時，也應同時將跨類著作及不同權利同時加以整合，才能使該單一窗口成為真正符合數位化環境之綜合性單一窗口。

又，在擴大其管理著作種類及數量之同時，單一窗口應同時整合各 CMO 所管理著作之電子資料庫。按，一套完整的電子資料庫，不僅便於潛在利用人查詢作品所屬之 CMO，另一方面也方便利用人比對其使用作品之數量與比例，作為雙方付費標準談判之參考依據，使各 CMO、單一窗口以及利用人之間就容易就付費標準達成協議⁶⁴。再者，如有費率之爭執，申請主管機關審議調解時，也較能有客觀具體之數據作為衡酌合理付費

⁶³ 參見本報告附錄一及附錄二之「MCAT」、「MUST」訪談記錄。

⁶⁴ 參見本報告附錄五「中華民國廣播電視音樂使用人協會對單一窗口之意見」。

標準之參考⁶⁵。

(3) 整合該單一窗口過程中，應設有運作不佳 CMO 之自動退場機制

按現行仲團條例雖無自動退場機制之設計，但如仲團「不能有效執行仲介業務者」，主管機關應依該法第 40 條第 1 項第 4 款規定命其解散，前已述及⁶⁶。不過，對於運作一段時間後、仍無法達到損益平衡之 CMO，是否屬於前述「不能有效執行仲介業務者」？法條並未明定。未來於仲團條例修正後，依草案第 43 條第 3 款之設計，如 CMO 在完成法人登記後五年，其管理費及其他收入仍不足支應支出時，主管機關應廢止其許可⁶⁷。此一條文如能通過，對利用人及單一窗口之未來運作，都有相當之助益。

按，如無強制退場之機制存在，任令若干營運績效不佳的 CMO 繼續存活於市場，不僅對於利用人產生額外費用及談判成本，對於績優的 CMO 亦不公平。又，在單一窗口試行的初期階段，本報告已建議主管機關嚴格管制 CMO 之新設；如在中期階段，能進一步配合單一窗口之推展，淘汰規模較小、管理狀況不佳的 CMO，則必能使 CMO 的數目逐漸減少，並進而促使各 CMO 主動加入單一窗口。

(4) 單一窗口應對內整合各家 CMO 計費方式及費率，以利進行協商

由於目前各家仲團的收費方式不同，因此，單一窗口如欲繼續向前推動成 one-stop shop，除了賦予其對外協商談判之權限外，各家 CMO 也應整合彼此及計費方式及費率的。

舉例來說，目前針對若干廣播電視業者或利用人，某家音樂著作仲團主張以其營收百分比計算授權費用，而另一仲團則要求單曲計費。又，即便是以單曲為計費標準，但各家 CMO 就每一首歌曲的所定的費率亦有高低差異。在此情形下，單一窗口面對數種不同的計費模式，如何能有效和利用人進行費率協商談判？不無疑問。

誠然，以「智慧無價」及私權自由行使的觀點來看，各家 CMO 基於其管理著作之特性、數量…之因素或主觀因素，而有定價之差異，本無可厚非；但，形成單一窗口時，如計費方式及費率過於混亂，不僅利用人不易理解，該單一窗口也無從據以折衝協商。因此，在中期階段，主管機關應輔導各家 CMO 整合其不同計費方式與費率。

其實，各家 CMO 計費方式及費率如能整合，也會減輕單一窗口未來分配使用報酬時之麻煩：按，未來如費率及計費方式等整合為一，則單一窗口在協商完成、並收取使

⁶⁵ 同前註。

⁶⁶ 參見經濟部智慧財產局民國 96 年 4 月 23 日智著字第 09600027020 號「命令社團法人中華視聽著作傳播事業協會解散」處分函。

⁶⁷ 參見仲團條例修正草案第 43 條第 3 款。

用報酬後，即可按照市場調查之各家 CMO 著作利用之比例，或是各家 CMO 事先同意之其他比例，分配應得之使用報酬予各該 CMO。

又，如計費方式及費率能在期中階段加以整合，則未來該單一窗口即能仿效加拿大之 CSI 方式⁶⁸，代表各家 CMO 向主管機關提出共同計費方式與費率之申請，或直接代表各家 CMO 公告其共同費率。如此一來，不僅方便該單一窗口對外與利用人進行費率協商談判，也便於未來對內進行使用報酬之分配。

(5) 防止單一窗口濫用其壟斷地位及發生不公平競爭情事

隨著單一窗口之規模日益擴大，其本身擁有之市場競爭優勢及地位亦會逐漸增加。尤其，如該單一窗口將全部之同類或跨類著作 CMO 整合成功時，即可能藉由其擁有之市場壟斷優勢，對利用人收取高額、不合理之使用報酬。

除此之外，在整合單一窗口時，也可能會藉由搭售的方式，要求使用人對若干不常使用之著作支付高額使用費。舉凡上述情形，皆可能會損及利用人或社會大眾之權益，甚至也可能造成與尚未加入該單一窗口之 CMO 間不公平競爭。因此，對於類似情形，主管機關未來在單一窗口實力逐漸壯大之際，更應適時監督防範。

⁶⁸ 按 CSI 為 CMRRA(Canadian Musical Reproduction Rights Agency) 及 SODRAC(Society for Reproduction Rights of Authors, Composers and Publishers in Canada)所共同組成，針對廣播電台和網路傳輸之音樂重製權，制訂共同費率，並向加拿大著作權委員會提出費率申請。CMRRA 及 SODRAC 兩家之主要業務均在進行音樂著作重製權之授權，較特別的是，CMRRA 係採個別授權之方式。參見 www.cb-cda.gc.ca/societies/index-e.html。網站最後造訪日：2008 年 2 月 1 日。

陸、單一窗口的長期目標及具體執行步驟、方法

1. 單一窗口長期目標：符合網路環境、代管非會員及孤兒著作統一窗口

雖然本報告已嘗試在符合現有及未來法律架構下，規劃出仲團單一窗口之短期目標及中期目標，惟，未來如前述短期目標或中期目標之推動不盡理想，則欲構建更為完善的集體管理制度，達到利用人及著作權人雙贏的目標，並同時符合社會之公共利益，似乎只能得考慮針對單一窗口之目標通盤考量，並以修法方式處理，較為妥適。

按，如能通盤修法，則改良後之集體管理制度，在授權利用部分，理應針對過去實務運作發現之缺失加以改進，並且設法鼓勵著作權人將其著作交由 CMO 管理，方能產生良性循環，使組織健全、表現良好之 CMO 得以成長壯大，而讓表現較差之 CMO 能自動退場或自動與績優 CMO 合作、合併。

當然，任何有關單一窗口或聯合窗口之新制度設計，除需矯正現有之 CMO 運作缺失外，還需考量未來 CMO 之實際運作需要和踐行能力，尤其需考量數位與網路環境下、利用人與權利人之需求。此外，相關制度之設計討論，不能單單只考慮現有 CMO（例如：音樂著作、錄音著作等 CMO）之需要，並需未雨綢繆，進一步思考未來新設著作 CMO（例如：國內美術著作等尙未有權利人設立 CMO、而語文著作 CMO 雖已依法設立、但尙未正式運作）可能之需求，才能避免落入「頭痛醫頭、腳痛醫腳」之思維，而能設計出一套可長可久之制度。

為實現上述理想，未來有關單一窗口新制度之設立或推動，應設法達到下列幾點目標：

1. 仍尊重著作權人行使其權利之個人意願
2. 促成運作良好的 CMO 持續茁壯、並吸引創作人踴躍加入 CMO
3. 應讓績效不彰之 CMO 強制自動退場、或併入績效良好之 CMO 之中
4. 讓利用人都能透過 CMO、取得欲利用著作的授權，並同時解決孤兒著作問題
5. 應能在數位網路環境下，讓 CMO 不論大小新舊，都能吸引權利人同意將新權利之授權交由 CMO 管理
6. 應讓運作良好的 CMO 能代表「非會員」（不論本國或外國）進行授權，使著作之利用更形方便
7. 應能配合科技環境的進步，提供「一站式」的授權機制，使著作（尤其是大量著作）之數位利用更形便利
8. 應使擅自利用之侵權現象迅速降低，使著作權人都能因著作的利用而收取應得之權利金

2. 長期目標之具體執行步驟及方法：修法採行「延伸集體管理制度」

(1) 延伸集體管理制度可真正建立權利人及利用人雙贏之單一窗口

不過，在制度上應如何設計，方能真正達成上述目標和理想呢？本報告認為：在立法政策上，應盡量參考及借重歐陸國家之經驗。蓋一般而言，英美法國家對於 CMO 之活動，並不特別看重其社會及文化功能，而認為其運作與一般商業活動區別不大；因是之故，而較欠缺系統化的法律規範，甚至允許 CMO 以營利方式設立運作。相較之下，採行「作者權」(author's rights)的歐陸國家，針對集體管理組織的活動，則認為其具有社會及文化功能（歐陸國家之著作權主管機關多為文化部門），故通常具有較系統化的法規規範及監督⁶⁹。而觀諸我國歷來對於著作權及集體管理組織所持之態度，既較接近於歐陸國家，是故，理應以歐陸國家之相關立法及制度設計，作為未來修法之主要參考依據。

而針對本報告前述之 CMO 實務運作之缺失，目前在歐陸國家之中，北歐國家(Nordic countries)所採用之「延伸集體管理制度」(extended collective management；亦稱為 extended collective license)，似較能矯正我國現制運作之缺失，並達成前述著作權集體管理制度之目標。茲說明理由如下：

按「延伸集體管理制度」係自 1970 年代開始施行，迄今已有約三十年之歷史，除已被為丹麥、芬蘭、冰島、挪威及瑞典等北歐國家所採行，並逐步擴大適用於不同著作或利用樣態⁷⁰（包含文學著作及音樂著作之公開播送、以機器重製作品、及利用有線設備進行作品的再播送等）；而由於此一制度具有許多優點，因此目前除了北歐國家之外，馬拉威(Malawi⁷¹)、俄羅斯(Russia⁷²)及烏克蘭(Ukraine)也於近十年間立法採用。此外，目前加拿大也將此制度作為修法之重要參考依據⁷³。

所謂「延伸集體管理制度」，仍植基於「自願性授權」(voluntary license)制度之上，只不過，相較於傳統自願性授權採取的「加入」(opt-in)機制，該制度則聰明地設計一套延伸集體管理的申請要件、並輔以不願參加者的隨時「退出」(opt-out)的機制。

⁶⁹ 參見 Adolf Dietz, "Legal Regulation of Collective Management of Copyright (Collecting Societies Law) in Western and Eastern Europe," 49 J. Copyright Soc'y U.S.A. 897, 900-901 (2002).

⁷⁰ 見 Tarja Koskinen-Olsson, "Collective Management in Reprography," p. 18, published jointly by WIPO and IFRRO (April 2005)。另見 Daniel Gervais, "Application of An Extended Collective Licensing Regime in Canada: Principles and Issues Related to Implementation", (Study Prepared for the Department of Canadian Heritage ; June 2003), at p. 47。全文可至加拿大文化資產部之網站下載（網站最後造訪日：2007 年 7 月 11 日）：http://www.canadianheritage.gc.ca/progs/ac-ca/progs/pda-cpb/pubs/regime/regime_e.pdf

⁷¹ 見 Tarja Koskinen-Olsson, 註 10 前揭文，p. 19。馬拉威之重製權團體 COSOMA(全名為 The Copyright Society of Malawi)目前即利用延伸集體管理制度收取使用報酬。

⁷² 同前註。目前俄羅斯重製權團體 COPYRUS(Russian Rightholders' Society for Collective Management of Reprographic Reproduction of Rights)即適用此制收取使用費。

⁷³ 同前註。另參見 Daniel Gervais 註 70 前揭文，p. 4。

「延伸集體管理制度」考量到：在現實上，並非所有本國及外國著作權人皆會加入 CMO⁷⁴，因此利用人在利用他人著作時，即使有心取得授權，但其接洽之 CMO 卻往往並未管理相關著作，甚至還經常會遇到孤兒著作之情形。爲了讓利用人能合法利用著作（尤其在利用大量著作或概括授權之情形），如 CMO 已代表「相當數量權利人⁷⁵」、針對某特定利用行爲和利用人簽妥授權契約，即表示大部分權利人相信其最能代表全體權利人授權；此時，該 CMO 可向著作權主管機關提出申請，如經核准，即得將其授權「延伸」(extend)涵蓋其他本國及國外之「非會員」(non-member)作品，而真正提供利用人得使用一切作品之機會。

爲了使延伸集體管理制度仍符合自願性授權，被納入此制度之「非會員」，不論係本國人或外國人，均能以簡單之聲明方式退出(withdraw)。此外，因延伸集體管理係採「非專屬授權」(non-exclusive license)，因此並不妨害「非會員」自行或授權第三人行使其權利。而在未聲明退出前，「非會員」可就其著作之利用享有分配使用報酬之權利。又，本國之非會員如希望享有表達意見、參與決策之機會，則自可選擇正式成爲 CMO 之會員⁷⁶。

依照加拿大學者 Daniel Gervais 之見解，延伸集體管理制度能加速 CMO 取得欲管理的權利及其管理之財產目錄，從而提高授權金收取的效力和速度，並且還能增加分配予著作權人之使用報酬⁷⁷。尤其，此一制度對於利用大量外國著作之國家，可以避免和外國著作權人設法聯繫授權之麻煩（蓋因目前仍有許多外國著作權人未加入其本國之 CMO⁷⁸）。

如綜合整理北歐國家目前所實施之延伸集體管理制度制度，可知該制度具備以下之特性⁷⁹：

- (1) 適用該制度之 CMO 必須證明其組織已代表相當數量之權利人。
- (2) 一旦該 CMO 與利用人簽訂授權契約，則該契約之授權條件及費率計算等、均對未加入該 CMO 之本國與外國「非會員」生效。
- (3) 除非「非會員」明示表示其不願被納入延伸管理，否則簽約之利用人除能利用

⁷⁴ 可能是不知集體管理制度之存在、或係不滿意 CMO 之運作而不加入；本報告前已述及。Also see Péter Gyertyánfy, “WHY IS A EUROPEAN DIRECTIVE ON COLLECTIVE MANAGEMENT NECESSARY? A PERSPECTIVE FROM A NEW MEMBER STATE OF THE EU,” 53 J. Copyright Soc’y USA 71, at 85-86

⁷⁵ 在北歐國家中，有規定 “substantial number” 者，亦有使用 “considerable number” 或 “important number” 者。雖然文字略有不同，但仍代表同一概念。此外，北歐國家著作權相關法規中，並未就何謂「相當數量」加以定義，而係由該國著作權主管機關依個案情形判定。See Daniel Gervais, “Application of An Extended Collective Licensing Regime in Canada: Principles and Issues Related to Implementation”, (Study Prepared for the Department of Canadian Heritage ; June 2003), at p. 32.

⁷⁶ Péter Gyertyánfy, supra note , at 96.

⁷⁷ See Daniel Gervais, “Application of An Extended Collective Licensing Regime in Canada: Principles and Issues Related to Implementation”, (Study Prepared for the Department of Canadian Heritage ; June 2003), at p. 16.

⁷⁸ 加拿大也利用到許多外國人之著作。同前註。

⁷⁹ 同前註，p. 17。

該 CMO 管理之著作外，並能利用同類型或同利用型態之「非會員」著作，而不論該非會員係本國人或外國人。

- (4) 未選擇退出之「非會員」，不論係本國人或外國人，可個別依授權契約所定費率計算方式（或主管機關核定之方式）分配報酬⁸⁰。
- (5) 一般而言，「非會員」如不願被納入此制，可在 CMO 向主管機關提出延伸管理之申請時，以簡易通知方式退出延伸集體管理制度（按：權利人亦得於嗣後退出，但退出之生效日期需在一定合理期間之後，以便 CMO 將其著作移除或通知利用人）；於退出後即可禁止他人利用其著作。
- (6) 因延伸集體管理係採「非專屬授權」，故不妨害「非會員」自行或授權第三人行使其權利。

從 CMO 角度觀之，能夠真正受惠於此一制度之 CMO，因為已經獲得「相當數量⁸¹」(considerable number)權利人之授權，並經主管機關審核通過，因此法律上即能「推定」該 CMO 已事先徵詢其會員意見並獲同意，且其會員並認為該 CMO 最能代表及維護同一類型著作（或利用樣態）權利人之最佳利益。如此一來，即能同時兼顧該 CMO 適用延伸集體管理之合法性及正當性⁸²。

在目前的數位網路環境下，權利人為避免其他 CMO 管理其作品，必願意主動加入其較為屬意之 CMO；是故，此一制度能讓 CMO 主動吸引權利人同意將新權利之授權交由 CMO 管理，而不論其大小新舊。此外，如某一 CMO 運作良好，更得以獲選代表「非會員」（不論本國或外國）進行授權；如此一來，運作良好之 CMO 能藉由此一良性循環持續茁壯，而吸引更多權利人踴躍加入該 CMO。而在此制度下，績效不彰之 CMO 如不願意和績效良好之 CMO 合作或與之合併，最終也會因績效不佳而自動退場，故兼有淘汰不良 CMO 之效果。

而從權利人之角度論之，在延伸集體管理制度之下，仍遵行自願性授權原則，而尊重其會員之意願；同時，就未加入 CMO 之「非會員」，不論其係本國人或外國人⁸³，也都能因著作的利用而收取應得之權利金，而充分體現尊重著作權之立場。在此制度下，權利人唯一之「負擔」，即是：如不願接受該 CMO 代為管理其著作，需在 CMO 向主管機關提出延伸管理之申請時，需以簡易通知方式退出該延伸集體管理制度而已。

再以本國與外國「非會員」相較，其在作品授權條件、授權金分配等方面，與取得

⁸⁰ 同前註，p. 19，引自 IFRRRO Detailed Papers – Different Models of RRO Operation in Practice。

⁸¹ 關於「相當數量」之定義，容後詳述。

⁸² 同前註。

⁸³ 國外亦曾發生作者及表演權人不願將其著作交由其本國 CMO 管理之情形。又，亦有不知 CMO 之存在、而未能加入 CMO 者。參見 Péter Gyertyánfy, “WHY IS A EUROPEAN DIRECTIVE ON COLLECTIVE MANAGEMENT NECESSARY? A PERSPECTIVE FROM A NEW MEMBER STATE OF THE EU,” 53 J. Copyright Soc’y USA 71, at 85-86.

延伸管理權利之 CMO 會員之地位並無不同，因此並無歧視「非會員」之問題，也不致違反國際著作權規範之「國民待遇原則」(national treatment)。

而就利用人之角度言之，此一制度如配合允許 CMO 管理跨類著作，即能配合科技環境的進步，提供「一站式」(one-stop shop)的授權機制，使利用人都能透過 CMO、取得欲利用著作的授權；除讓著作之利用（尤其是大量外國著作之利用⁸⁴或概括授權）更形方便外，並能降低利用人「誤觸地雷」而侵權之法律風險⁸⁵，同時又可一併解決孤兒著作所產生之問題。

而就著作權主管機關之立場論之，本制度仍植基於自願授權之原則上，強調尊重著作權人行使其權利之個人意願；如與容易引起著作權人或貿易夥伴疑慮之「非自願性授權機制」(non-voluntary system)相較，則兩者大不相同。而權利人如不願被納入延伸授權之著作範圍內，只要以簡單之通知方式聲明「退出」(opt-out)即可。況且，依照延伸集體管理而就授權「非會員」著作之利用時，其所授與者亦僅為「非專屬授權」，而不妨害作者自行行使其專屬權利、或再授權第三人利用⁸⁶。

對於主管機關而言，由於著作類型之不同、及各該著作之 CMO 之規模大小不一，故在 CMO 申請延伸集體管理時，主管機關仍有一定之考量彈性，甚至可委由獨立之委員會依個案審核及議決⁸⁷，而維持一定之客觀公正性。

此外，CMO 如欲取得延伸管理之權利，必須先代表「相當數量」之會員著作權人與利用人簽約，才能將其已經協商簽約之授權金計算方式等契約條件延伸適用於非會員之著作；由於前開立法技術，是先讓 CMO 與利用人先行協商出彼此都可接受之授權條件，再於嗣後適用於非會員身上，故可以避免 CMO 在取得延伸管理後、濫用其市場地位之疑慮。

綜上，延伸集體管理具有其他制度欠缺之優點和特點，又同時兼顧權利人利益及利用人之需求，故本報告認其真正符合我國之文化政策及社會公共利益，而建議予以採行。尤其，延伸集體管理制度如設計得當，正可以達到由一家 CMO（即單一窗口）代表同類著作或甚至跨類著作權利人談判及授權之之目標！

(2) 設計延伸集體管理制度須考慮之相關問題

本報告認為：任何有關單一窗口或聯合窗口之新制度設計，除需矯正現有之 CMO

⁸⁴ 同前註。

⁸⁵ 同前註。

⁸⁶ See Daniel Gervais, “Application of An Extended Collective Licensing Regime in Canada: Principles and Issues Related to Implementation”, (Study Prepared for the Department of Canadian Heritage ; June 2003), at p. 18.

⁸⁷ 加拿大設有「著作權委員會」(Copyright Board)，而我國則有「著作權審議及調解委員會」。

運作缺失外，還需考量未來 CMO 之實際運作需要和踐行能力，尤其需考量數位與網路環境下、利用人與權利人之需求。此外，相關制度之設計討論，不能單單只考慮現有 CMO（例如：音樂著作、錄音著作等 CMO）之需要，並需未雨綢繆，進一步思考未來新設著作 CMO（例如：國內美術著作等尚未有權利人設立 CMO、而語文著作 CMO 雖已依法設立、但尚未正式運作）可能之需求，才能避免落入「頭痛醫頭、腳痛醫腳」之思維，而能設計出一套可長可久之制度。

承上，於採用延伸集體管理制度時，也應派員前往北歐諸國考察其集體管理制度，瞭解其實際運作之優缺點，並且邀集國內外學者專家集思廣益，方能於制度設計時兼顧理論與實務之需。

依本專案研究人員之管見，未來如政策上決定採行北歐之延伸集體管理制度時，則似應就下列幾項問題委託學者專家詳加討論及規劃：

- 一、是否選定特定著作或特定利用樣態試行「延伸集體管理」？或直接全面實施此一制度？
- 二、CMO 之著作需達多少比例或數量、方能適用「延伸集體管理」？
- 三、權利人如不願被納入「延伸集體管理」，其退出何時生效？
- 四、同類著作 CMO 如超過兩家，「延伸集體管理」應如何實施？

柒、結論

按著作權集體管理制度的設計目的，主要希望能達到同時協助著作權人和利用人的雙贏效果，進而促進著作的利用及國家社會的文化發展。不過，我國現行的著作權集體管理制度，在授權運作方面，仍面臨「同類 CMO 家數過多、授權曠日廢時」、「同類著作之仲團超過兩家時，則概括授權之總費用過高」、「未能提供一站購足服務之便利」及「委外收費執行方式常為人詬病」…等問題。

上述若干問題，主關機關智慧局在輔導各 CMO 之過程中亦已瞭解其原因所在，並已在新修正之仲團條例中提出若干解決之制度設計（例如：取消跨類管理著作之限制、允許各仲團聯合成立單一窗口…等）。本報告係參考未來修正後之新著作權集體管理條例之規定，嘗試規劃及建議單一窗口之短、中、長期目標與作法，以供主管機關參考。

誠然，如未來本報告所建議之短期及中期目標及作法都能逐步實現，則能達到單一窗口之理想境界，且為國家社會之幸。唯，如推動結果仍不如理想，則本報告建議主管機關考慮進一步修法、採用「延伸集體管理制度」。當然，如決定修法，則因涉及之層面更廣，為考量周詳，建議主管機關能進一步針對「延伸集體管理制度」如何運作、派員廣為蒐集國內外文獻資料，甚至派員赴國外進行實地訪查，以補本報告之不足，並進一步委託學者專家進行研究，或召集相關學者專家研商對策，使相關修法工作能臻於完善。

捌、附錄

附錄一、台灣音樂著作權人聯合總會（MCAT）訪談記錄

訪談地點：台灣音樂著作權人聯合總會（MCAT）

訪談時間：2007 年 5 月 29 日下午 2:50

訪談對象：范瀨雲特別助理、陳文輝法務主任

范瀨雲特別助理（以下簡稱范特助）：

有關仲介團體（以下簡稱仲團）採取單一窗口供利用人協商授權一事，本會建議依照各仲團管理之著作種類，組成單一窗口。例如：目前國內音樂之仲團共有 MUST、MCAT 及 TMCS 三家，而這三家可組成「音樂著作」授權之單一窗口。至於錄音著作及視聽著作之仲團，也可比照辦理。

陳文輝法務主任（以下簡稱陳主任）：

有關統一的單一窗口，雖然稱之為單一窗口，但制度設計上不應成為授權之唯一窗口，而應允許利用人不透過該單一窗口、直接和某特定之仲團連繫取得授權。另外，有關范特助的意見，本人也持相同看法：畢竟，不同著作種類，其訂定的收費辦法和使用報酬分配辦法也有所不同，故如規定單一窗口，則應以不同著作種類加以區分。

范特助：

有關未來規畫單一窗口，目前國內三家音樂著作仲團透過民間私人公司的居間連繫、和遊覽車業者進行的授權協商，或許能作為參考。

過去幾年，MCAT 在和各遊覽車業者進行授權協商時，一直無法簽定授權契約。究其原因，一方面是因為遊覽車這個行業存有許多靠行現象，以致於大部分遊覽車公司都不願意為其司機（實際上擁有遊覽車所有權者）支付利用著作的授權金。而站在 MCAT 的立場，考量到和個別司機或業者進行授權談判需消耗許多人力及物力，而得到的授權金也可能有限，因此一直無法推廣遊覽車業的著作授權業務。

今年開始，MCAT 和其他兩家仲團共同聯合與東莞公司進行簽約，由東莞公司尋找及接觸遊覽車業者及司機，並將本會的費率辦法及授權申請書提供給遊覽車司機等利用人參考；如果業者決定簽約，則將授權申請書交由東莞公司人員帶回本會。本會於收到授權申請書後，會進行審查，並決定是否授權。

有關使用報酬部分，東莞公司並沒有任何決定權或彈性（亦即，僅能將目前本會訂定的每台

車兩千五百塊台幣的費率表提供給業者)，而不能任意哄抬價格或降價，也不能代理本會進行簽約或取締侵權。這樣的合作方式，主要是為了控管外包業者的工作品質，避免其以非法或遊走法律邊緣的方式，推廣授權業務。

而有關東堯公司所收取的服務報酬或傭金，並不直接由該公司從本會所收取的授權金中先行扣除，而是等到本會按費率表收取固定之授權金後，再以所收取的總額的某一比例百分比支付之。

前述支付東堯公司的傭金或服務報酬，並不會造成本會會員之額外負擔。因為，該服務報酬或傭金是從本會章程所訂之每年管理費中撥付（例如：從百分之二十的管理費中，撥付一定比例傭金予業者）。

截至五月底為止，上述的合作方式堪稱十分成功。目前已經有將近一千台遊覽車和本會完成授權簽約的動作。

由上述的成功案例，本人建議：未來如設立單一窗口，可依照利用人的利用型態或營業性質加以區分，並先選定 KTV、卡拉 OK、旅館飯店業、醫院、大賣場或便利商店等若干較為可行之行業或營業型態成立單一窗口，較容易成功。依過去經驗，如果是新的利用樣態（例如：KKBOX 所經營的網路點播），因為相關利用報酬標準是這一兩年才經過智慧局核定的，國內三家音樂仲團所收取的費率較為接近，因此如推動單一窗口，對於仲團較不會產生困難，而且也不會受到來自利用人的阻力。

范特助及陳主任：

從本會與東堯公司的合作經驗來看，未來如推動單一窗口，似不應硬性規定須由仲團自己進行一切授權事宜，而應允許仲團將部分非核心業務委託其他業者進行。因為，目前國內許多利用人對於著作權觀念還懵懵懂懂，並不瞭解音樂著作及錄音著作有何差別，也不明瞭何謂「公開演出」或「公開播送」；在這種情況下，如果硬性規定目前人力短缺的仲團須自行進行連繫及尋找利用人的工作，反而可能產生過高成本及費用（例如：派遣會內人員到中南部進行授權談判或收費）。因此，允許將若干非核心業務外包其他業者進行，實有其必要。

另外，若干利用人所處的行業別較為特殊（如：酒店、色情場所等），基於人身安全考量，由一般單純的會務人員前往談判或宣導授權確有為難之處，故外包其他業者亦有其必要性。

當然，過去若干仲團在進行工作委外時，也曾經發生過若干弊端，例如，有委外公司打著仲團名號、實際上卻是在推銷自己的服務或商品，甚或對於不願簽約之利用人以非法手段恐嚇威脅等。不過，這是仲團在委外時需要加以評估和進行控管的，而主管機關也可以在制度上加以規範，以避免流弊發生。

此外，目前本會針對 KTV 及卡拉 OK 業者，已經採取公開招標之方式，將若干非核心業務（主要是：宣導授權、提供費率表及授權申請書、回收利用人填妥之申請書等）外包給金將科技及優樂多媒體等兩家業者進行，本會會特別監督相關委外業者的表現；畢竟，委外業者的表現，將直接影響到本會的對外形象。

范特助及陳主任：

不過，未來由各家仲團共同組成單一窗口的方式，對於電視台及廣播電台這兩種行業似乎有其困難。畢竟，各家仲團目前對於其管理的音樂著作的計費方式差異很大。

在一兩年前，智慧財產局開始提供所謂的「著作權授權管道查詢申請表」，由有意利用著作之利用人填寫欲利用之相關著作資訊（例如：作品名稱、欲利用方式等）後，再由智慧局人員根據該申請表之資訊向各仲團進行查詢並回報予相關潛在利用人知悉。前述的協助方式，在推廣「使用者付費」觀念上有其教育意義，不過對於利用人或仲團實際幫助並不太大。

總之，MCAT 作為規模較小之仲團，很樂意與其他仲團進行合作及成立單一窗口，但未來單一窗口應先由「共同接受授權申請及諮詢」做起，而無法一下子要求各仲團在「授權談判」方面也採取單一窗口。畢竟，各家仲團對於如何收費及分配使用報酬，必須受到仲團「董事會」、「理監事會議」及會員大會決議與章程的拘束及規範。除非未來主管機關也統一了各仲團的收費辦法及分配辦法，要不然只能選定特定利用型態或行業、實施受理及諮詢之「部分單一窗口」。

有關具體條文部分，或許可以採下列之類似文字規定：

「主管機關得選定特定行業或特定利用型態，經諮詢相關著作權集體管理組織後，令該相關團體應聯合成立單一窗口受理利用人之申請；唯，該單一窗口僅提供授權之諮詢及受理業務，再由各家著作權集體管理組織分別與利用人進行授權協商及授權契約之簽訂。」

附錄二、財團法人中華音樂著作權仲介協會(MUST)訪談記錄

訪談地點：財團法人中華音樂著作權仲介協會（MUST）

訪談對象：方致怡總經理、馮懷生法務授權主任

訪談時間：2007 年 6 月 13 日

問：目前 MUST、MCAT 及 TMCS 三家仲團係委託東堯科技代向遊覽車業者聯繫處理授權事宜，其理由為何？換言之：貴會為何不自己進行聯繫及授權協商、收費等事宜？

馮懷生法務授權主任（以下簡稱馮）：

過去四、五年來，本會曾經多次嘗試向遊覽車業者收費，但都無法收取到任何費用，其主要原因有二：

第一，是由於遊覽車這個行業的特殊性。國內遊覽車很多是靠行的，亦即遊覽車的實際所有權屬於司機所有，但礙於法令僅允許遊覽車公司擁有遊覽車牌照，因此司機把其所有的遊覽車所有權「掛」在遊覽車公司名下，但平時並不將車子開回該公司，或受該公司的任何管理規範。在這種情形下，面對散佈在全省各地大街小巷、山間田野的一萬五千台左右遊覽車，本會有限的人力並無法一一加以追蹤並進行談判協商。況且，每一台遊覽車所能收取的費用僅有兩三千元，即便收到的個別遊覽車的授權金，仍無法抵銷本會所支出的人力及物力成本。

第二，是由於遊覽車和若干八大行業有點類似，過去本會人員偶爾會受到人身安全的威脅。東堯科技有其既有的人際關係和管道，並瞭解遊覽車業的「行規」和該行業溝通方式，因此，委託其進行收費，目前相當順利成功，已有約一千台遊覽車簽訂授權合約。

問：那「東堯科技」是如何和遊覽車業者進行溝通與聯繫的呢？

方致怡總經理（以下簡稱方）：

東堯會派人到全省各地的旅遊景點及大客車、遊覽車休息站去稽核。一旦發現有遊覽車上面未貼有本會的授權標籤者，就會先抄下車號，並告知司機需取得授權；如果經過一段時間後，該台車仍未取得授權者，東堯會藉由車號查詢其所屬的遊覽車公司，寄發存證信函到該公司警告：如不儘速取得授權，則本會可能會提出相關的民刑事訴訟。

問：日本的若干 KTV 及卡拉 OK 也可能是黑道所經營的，為何 JASRAC 可以自行收費、而不需要委外呢？

方答：

的確。日本若干卡拉 OK 是由山口組等黑道所經營的，但日本黑道尊重「使用者付費」的規則，並且也把支付的使用費計入其經營的成本，因此一般都不會拒絕付費。此外，日本業者普遍已建立「使用者付費」的觀念，因此在收費方面毋須花費過多時日和人力。反之，台灣

業者多半是抱著能拖就拖的心理，過去本會人員前往稽核遊覽車司機時，司機多半以「不知道」、「不清楚」或「以後再說」等拖詞應付，而不願回應本會人員的請求。

目前，本會所委託的東堯科技，也只是幫忙聯繫和交付授權申請書、費率表等相關文件；至於最後簽訂授權協議，還是由本會自行處理，費用也是由司機和遊覽車業者直接付給本會，東堯並不經手任何金錢。對於拒絕取得授權業者所寄發的存證信函部分，也是本會直接發送。

問：這種委外方式，是否會因此降低音樂著作權利人所能分配的報酬？或增加授權人（即遊覽車業者）所應支付的授權費用

方答：

不會的。因為，東堯最後可以獲得的報酬，是直接從本會依法可以扣除的百分之二十「管理費」項下支出，而不是由權利人可以分配的百分之八十授權費用中支出。此外，因為本會是要求東堯公司依照本會所定的費率（目前是每台遊覽車三千元⁸⁸）向業者提供授權文件，而不允許東堯公司彈性地調高或降低費率，因此不會發生「收的越高、賺的傭金越多」的情形；並且，該公司可以獲得的報酬，是在年終進行結算時，由本會百分之二十管理費中撥出一定比例的金額作為報酬，故這種委外方式並不會增加被授權人（即遊覽車業者）所應支付的授權費用。

問：世界先進國家都希望鼓勵集體管理組織的設立及發展，以方便權利人行使其權利及進行授權，並同時方便利用人進行授權協商、降低取得授權之成本。如果允許仲團將其所有業務或核心業務委外，是否違反了「仲團條例」的立法意旨？

方答：

本會也贊成仲團的核心業務不應委外。不過，由於若干利用人所從事的行業較為特殊，例如酒店、卡拉 OK 等八大行業，考量目前國內的實際狀況，仍應允許仲團將其若干業務委外。當然，考量委外單位的素質參差不齊，本會也認為主管機關可以加以監督控管。

問：貴會對於單一窗口的方向是否贊成？單一窗口的短期、中期及長期目標應為何？

方答：

單一窗口的確是應該努力的方向，但誠如 MCAT 所提過的建議，應先由若干產業（如遊覽車、卡拉 OK）或若干新興的利用行為（如：網路公開傳輸、手機鈴聲下載）開始進行，較為可行。同時，應考慮國內目前的實際狀況，允許委外辦理若干業務，但由主管機關嚴格加以監督。

此外，現行仲團條例仍允許著作權人不加入仲團、而自行行使其權利，而發生了一些權利人濫用權利之情形（例如：僅擁有一兩首歌曲，但自恃電視台一年當中不可避免的會播上幾次，

⁸⁸ 按，依照智慧局著作權審議及調解委員會審議通過之費率，該會之遊覽車使用報酬費率應為 2500 元。

而因此要求高額的使用費)。因此，未來如設計單一窗口，應允許並強制該單一窗口可以代管「非會員」(即：未加入任何仲團之權利人)之著作，並代收權利金。

短期而言，應先整合管理同性質著作的仲團(例如：音樂著作，蓋因目前音樂著作仲團家數最多)，中期則是將性質相類似的著作(如：音樂著作與錄音著作)加以整合；長期而言，則是允許著作跨類、而變成是「一站購足」(one-stop shop)的方式。不過，因應網路環境的興起，將同性質仲團加以整合，反而不若將跨類著作及不同權利同時加以整合的綜合性單一窗口來得重要。

同時，在進行整合過程當中，應有退場的機制，讓相同著作最後只留下一家仲團，才是真正的正本清源之道！否則，若干營運績效不佳的仲團存在，不僅對於利用人產生額外費用及談判成本，對於如本會這樣的績優仲團也並不公平。以現況而言，主管機關似乎並未嚴格監督及強制運作不良的仲團退場。

不過，由於目前各家仲團的收費方式不同，因此，如何先進行費率及費率訂定方式的整合，恐怕是當務之急。因為，目前針對若干廣播電視業者或利用人，某些仲團主張以其營收百分比計算授權費用，而某些仲團則要求單曲計費；不同的計費模式，要委託單一窗口進行收費，實有其困難。又，即便是單曲計費，各家音樂著作仲團就每一首歌曲的所定的費率都有差異，以「智慧無價」的觀點來看，雖無可厚非，但形成單一窗口時，可能會發生「低費率者」把其費率提高，或高費率者不願降價的情形，不僅可能造成單一窗口的困擾，也可能使得利用人產生抱怨。

此外，在整合單一窗口時，也可能會造成小型仲團「搭便車」的情形，而反而使得利用人的權益受損。即以「東堯公司協助 MUST、MCAT 及 TMCS 三家仲團代向遊覽車業者收費」為例，如果是 TMCS 自己向遊覽車業者收費，則由於其管理的著作數目很少，可能有不少業者會選擇不使用其管理歌曲、而拒絕付費。但由於東堯公司是以「包裹方式」向遊覽車業者收費，而可能不特別提到三家仲團可分開簽約之實際可行性，因此 TMCS 反而搭上了便車，而得以收到一千台遊覽車的授權使用費。這可能會損及遊覽車業者的權益，甚至這樣的行為也可能造成不公平競爭。因此，對於這種情形，主管機關未來對於單一窗口濫用其「壟斷地位」的可能性，應加以防止。

附錄三、社團法人台灣音樂著作權協會(TMCS)訪談記錄

訪談地點：社團法人台灣音樂著作權協會 TMCS 辦公室

訪談時間：2007 年 6 月 25 日下午 3 時

訪談對象：蔡哲修執行長、蔡文吉秘書

問：目前貴會及 MUST、MCAT 等仲團聯合委託「東堯科技」向遊覽車業者代收公開演出授權金，貴會考量之因素為何？

蔡哲修執行長（以下簡稱「蔡執行長」）答：

1. 主要是因為目前許多行業的利用人（例如：八大行業、遊覽車業者）並不尊重智慧財產權、以及欠缺使用者付費的觀念，而造成歷年來皆收不到授權金的情形。為了改善這種現象，本人乃鼓勵及建議若干朋友出面成立東堯科技。
2. 東堯公司只分得遊覽車業者所繳授權金中、有關管理費的百分之十，其實並不敷成本。東堯會答應代收，主要是考量遊覽車上面的電視螢幕及車身也可以播映或刊登廣告，而從和遊覽車同時合作播放廣告來賺取其他利潤。
3. 本會礙於人力物力，尤其司法訴訟途徑勞神傷財，因此才會選擇透過瞭解遊覽車業行規及生態的東堯公司進行收費。而 MUST 及 MCAT 的考量也應該是如此。

問：利用人目前期待由三家音樂仲團聯合成立單一窗口，貴會覺得可行否？

蔡執行長答：

1. 單一窗口如果要順利進行，除非進行修法、建立相關配套措施，否則並不可行。
2. 三家仲團都是獨立的法人，各自對自己的會員大會負責，各自有其不同費率及授權金分配辦法，而相關費率的變更也需要由各自的會員大會同意，因此各有不同打算及考量；如果硬要要求三家仲團組成單一窗口，如何整合各家不同的「費率」及「分配辦法」等，會是個極大的挑戰。
3. 除非未來單一窗口的形成，能夠增加本會會員可得的授權金，要不然本會會員一定會抱持反對的立場。因此，政府在規劃單一窗口時，必須提供適當的誘因給仲團，讓其會員覺得單一窗口對其有利（而不是只對利用人有利），才能夠獲得仲團會員的支援。
4. 如真要成立單一窗口，唯一可行的辦法，是由政府成立一個單位來進行授權金的代收代付。

問：目前三家音樂仲團聯合委託「東堯科技」進行遊覽車業者的授權事宜，難道必須透過「委外」模式，才能夠成功的收取授權金嗎？

蔡執行長答：

1. 目前音樂仲團的業務之中，有百分之七十到百分之八十是涉及到特種行業的，如果要這些

- 利用人主動來申請授權付費，幾乎是不可能。畢竟，這些利用人並沒有使用者付費的觀念。
2. 即便是一些知名的音樂著作利用人（如錢櫃、好樂迪等業者），也都抱著能拖就拖的心態，即便仲團發函或訴訟，仍然不願付費。
 3. 由於前述的國內特殊生態，因此委外進行收費確有其必要。
 4. 此外，為了符合成本考量，就特定業務，委外業者不可能只接受一家仲團的委託，而會希望同時接受數家仲團的委託，這是可以理解的。

問：如果委外的業者經營成功，未來有沒有可能變成「地下仲團」或一家獨大，而跨足到其他行業或其他著作財產權的授權領域？

蔡執行長答：

1. 國內不同行業的利用情形及生態並不相同，因此上述疑慮應不致發生。以東堯科技來說，該公司僅對遊覽車業較為瞭解，因此不可能跨足到卡拉 OK 或伴唱機等領域。相同地，目前國內有一家「優樂」公司是接受 MCAT 的委託、而向伴唱機業者進行收費（本會就伴唱機業者的收費事宜，則是委託「翰翔」進行），該公司也不可能跨足到遊覽車這個領域。
2. 基於前述，未來如果仲團欲就特定行業之收費委外，也一定是委託不同的業者進行；因此，應該不會發生委外業者一家獨大或成為地下仲團的情形。

問：如果未來修法後，規定仲團不得將其業務委外處理，貴會是否支援？

蔡執行長答：

1. 其實，目前 MUST 及 MCAT 的許多業務也是委外的，因此，如修法禁止業務委外辦理，則以台灣的行業特性，仲團應該沒有能力做到，而需要關門大吉。
2. 委外目前對於三家音樂仲團仍有其必要。但在執行上，可以責成仲團對之管理監督（如同銀行對於委外的債務催收業者），以維仲團形象及利用人的權益。
3. 本會對於委外的業者，也經常提醒告誡，不得以非法之方法要求對方取得授權及付費。

問：東堯的方式目前似乎獲得三家音樂仲團的肯定，未來是否可能要求東堯除了代收費用外，更進一步替貴會及其他仲團進行費率的談判呢（亦即：授權其可以在一定權限範圍內、決定費率多寡）？

蔡執行長及蔡文吉秘書答：

1. 目前不太可行。以目前仲團的運作方式，授權費率是需要經過會員大會同意的，而且一年變更一次；在此情形下，本會管理人員並無權授權委外業者調降費率。
2. 基於前述，本會要求東堯所代收之概括授權費率，都是固定的每車新台幣 1200 元。

問：實務上，個別遊覽車業者與東堯協商時，是否可以要求只取得一家或兩家仲團的授權，

而不必同時和三家仲團簽約？

蔡執行長及蔡文吉秘書答：

依照仲團條例，利用人的確是可以只和仲團一家簽約的。在過去，的確有少數利用人反應，委外單位要求一次需和三家音樂仲團簽約的情形。針對此點，本會特別要求委外單位注意：僅能盡量說服利用人一次簽訂三家仲團之授權（以免未來被其中一家提起訴訟），而不能強迫利用人必需一次和三家仲團簽約。

問：目前是否有利用人自行組成所謂的「單一窗口」、來向貴會進行授權談判呢？有否成功的案例？

蔡執行長答：

的確曾有若干行業公會的理事長及行業組成的「聯合會」，代表其會員來和本會進行談判，但其主要目的是來「砍價」（例如：遊覽車公會宣稱其會員共擁有一萬台遊覽車，或旅館公會提出其會員有多少多少家，而要求給予費率優待）。不過，這些理事長或主談者卻又不願意（或沒把握）承諾最後的簽約利用人會有多少，因此最後雙方也就不了了之，而並沒有什麼成功的案例。

附錄四、音樂著作、錄音著作利用人座談會會議記錄

時間：2007/6/12 2:30pm~5:10pm

地點：智慧財產局七樓會議室

主持人：葉茂林教授

列席：著作權組一科 李明錦科長、陸淑華 科員

出席人員：約六十五人（如附件出席人員名單及簽名）

（本次座談會中、若干利用人所表達之意見與本次「單一窗口」之主題無關，故略去不予記錄。另，主持人及著作權組李明錦科長針對若干利用人提出之錯誤著作權觀念予以釐清之部分，亦略去不予記錄。特先說明）

議題一：

成立仲團之「單一窗口」或「聯合窗口」是否有其必要性？理由為何？

六福集團 採購經理秦先生：

本人有四點建議：

1. 對於未來集體管理團體的成立，應從嚴審查，以免發生集體管理團體數目不斷增加之情形，而造成利用人之困擾。另外，也應該讓規模較小、管理狀況不佳的團體有退場機制，慢慢減少集體管理團體的數目。
2. 目前音樂著作的權利種類過多，有公開播送、公開演出等等不同權利，造成音樂著作利用人在支付費用上的負擔。未來應該讓收費的名目單一化，以免集體管理組織對於同一利用行為重複收費。
3. 就音樂的公開播送，目前電視台及電台都已經合法取得權利，為何飯店單純的接收行為，還需要付費呢？這實在顯不合理。
4. 目前集體管體組織收取的使用報酬費率過高，建議主管機關未來嚴格審查，甚至將之調降。

（以上建議與本次座談會之主題並無關連。惟，著作權組李明錦科長仍針對其發言所涉及的著作權觀念，一一加以說明及釐清）。

中華民國營電台聯合會李宗桂秘書長：

1. 讓各家集體管理團體設立單一窗口或聯合窗口，有其必要性，因為利用人以後就不需要個別的和不同集體管理團體打交道。但實務上操作可能有其困難，也可能造成聯合壟斷的情形。
2. 所謂的單一窗口，如果只是負責統一收費，則最容易做到，但對於利用人的實益不大；如果能進一步扮演「諮詢」的角色，對利用人較有幫助；不過，對利用人最有幫助、但

最難達成的，則是「談判及付費」的單一窗口。由於目前不同集體管理團體和利用人之間、對於何謂「合理付費標準」並無法達成共識。例如：對於電台公開播送其管理之音樂著作，如發生 MCAT 的收費高於 MUST 之情形時，MUST 可能不會接受：反之亦然。同理，對於集體管理團體所定的費率，就算各家集體管理之間能達成共識，利用人也可能還是覺得並不合理。因此如希冀單一窗口達到「談判及付費」的目標，實有其困難。

台南大億麗緻酒店萬小姐：
單一窗口或聯合窗口的確有其必要性。

民視侯先生：
單一窗口有其必要性，但應有相關的配套措施，例如應根據利用人利用不同著作的比例（如：閩南語電台可能播送之閩南語歌曲較多，但流行音樂電台則播送較多國語歌曲），訂定各家集體管理團體能收取的費率。

中華民國民營廣播電台聯合會
單一窗口是本會會員所期待的。因為目前就同一著作、常發生不同的集體管理團體重複主張權利及授權的情況，對利用人並不合理。

TVBS 范立達經理：
單一窗口或聯合窗口如不能給利用人帶來授權費率的優待或減收，則雖然能省下一些分別談判的時間或人力，但對利用人的實益並不大。以 TVBS 目前和幾家音樂著作仲團談判的經驗而言，當個別協商時，各家仲團都會按表訂費率再給予一些折扣或優惠，但如未來讓這幾家音樂仲團組成單一窗口時，很可能各家仲團會堅持他的表訂費率，而不會降價。如此一來，對於利用人並沒有任何好處可言。

花蓮旅館公會總幹事：
單一窗口或聯合窗口的功能，如果只是讓數家仲團可以提供收費上的便利性，則意義不大。

議題二： **現階段如要求各仲團組成單一窗口或聯合窗口，是否是其人力物力所能負擔？**

中華民國民營廣播電台聯合會馮先生：
單一窗口在作業上應該是仲團的人力或物力可以負擔，這就像原本經營臺北高雄航段的各家航空公司、能快速的組成聯營航線一樣。

李宗桂秘書長：

如單一窗口只是負責收費或提供諮詢，則應該很容易處理，也不會增加過多負擔。惟，如單一窗口還要負責談判，則可能會有實際上的困難。

ICRT 李先生：

本人有一疑問：現行法是否強制仲團需成立單一窗口？（主持人回答：無。）

議題三：

目前 MUST、MCAT 及 TMCS 等三家仲團聯合委外，由「東堯科技公司」向國內各家遊覽車業者進行收費，MUST 及 MCAT 均表示成效不錯，已有一千台左右之遊覽車簽訂公開演出之授權契約。請問：未來如要求成立單一窗口，是否允許仲團將該業務委外辦理？如是，則委外之業務是否應有限制（例如：僅允許代收款項？或可進行費率協商談判？）

臺北市遊覽車公會總幹事：

1. 委外辦理，可能發生一些弊端，例如：黑道介入，或因為委外之業者考慮自身的收入（備金）、而不願意降低授權費用等。
2. 如成立單一窗口，應讓管理同類著作之仲團分別設立，例如：由音樂著作之仲團成立單一窗口，而錄音著作之仲團則另成立單一窗口。
3. 目前東堯公司的模式，遊覽車公司並不滿意。因為，東堯公司並不介入費率的談判，而只是將三家仲團要求的費率加總後、告知利用人付費而已。

旅館公會省聯合會：

未來如要設立單一窗口，是不是應該訂定強制性的規定呢？其實，如果仲團所收取的費率合理的話，大家只要按照他們的表訂費率付費就好了，也不需要以法律規定單一窗口了。另外，為何仲團一定要委外才收得到費用，而自己卻收不到錢呢？

TVBS 范立達：

就利用人的立場而言，並不會贊成仲團將單一窗口委外；因為，其結果將使得委外公司的價格更加僵硬沒彈性。

高雄市觀光旅館公會林總幹事：

1. 本會會員曾在本次座談會前召開座談會，一致同意設立單一窗口。
2. 未來如成立新的仲團，相關法規亦應強制其加入單一窗口。
3. 該單一窗口不應只是負責收費、而應統合付費協商、簽約等等的相關事務。
4. 單一窗口不應造成價格壟斷，而應收費合理。

好樂迪公司李襄理：

本公司贊成單一窗口，並建議由統一著作的團體成立單一窗口。

福華飯店陳經理：

1. 在本次座談會前，北區同業聚會時均同意設立單一窗口。
2. 未來是否可允許先使用著作、再由利用人和單一窗口磋商付費事宜？（主持人：如此會有法律風險，應該在使用他人著作前先取得授權）。

花蓮旅館公會總幹事：

贊成單一窗口。因仲團可因此而降低其營運成本，進而也可以把其所定的費率加以降低。

中華民國民營廣播電台聯合會馮先生：

1. 建議未來針對不同類別之利用人召開座談會，以瞭解其需求。
2. 建議主管機關未來進行單一窗口的「可行性評估」問卷，據以做為參考。
3. 不贊成單一窗口將業務委外辦理，因該項業務費可能導致授權費用因此提高，而且還可能因委外單位的素質參差不齊、而影響仲團的形象。

台南大億麗緻酒店萬小姐：

1. 利用人對於仲團所收的費用是否合理，一直存有疑問。未來對於仲團單一窗口所收取的費用，應該進行「總量管制」，亦即：確認該單一窗口可以收取的費用總額，然後交由各仲團按照管理著作多寡及利用次數等方式進行分配。
2. 是否有可能要求仲團聯合整理一個資料庫，以方便利用人查詢，避免重複付費、並且有利於未來仲團分配使用報酬？

公共電視行政部林先生：

未來如設立單一窗口，應要求其建立網路平臺。雖然該平臺的初期建置成本可能很高，但未來可以節省利用人和仲團很多力氣，而利用人也可以依照著作的性質，查詢其所欲使用的著作屬於那個仲團管理。

民視侯先生：

1. 目前各仲團的資料庫經常不能 **update** 其著作目錄，而可能發生若干著作權利歸屬無法釐清之情形。
2. 未來單一窗口可以收取的費用，的確應該進行總額管制，才不致因為仲團向電視台採取概括授權的方式，而獲取過多之使用報酬。

TVBS 范立達：

1. 未來如採單一窗口，不應允許任何仲團例外不加入之情形。
2. 目前若干仲團年年調高其使用報酬之作法（如：**MUST** 要求概括授權費用調高 20%），顯不合理。

民營電台聯合會李秘書長：

1. 未來單一窗口應由同類著作之仲團共同設立，且應一併處理諮詢、談判及付費等事宜。惟，主管機關應防止仲團藉由其獨佔地位而發生不公平定價或談判之情形。
2. 未來財產目錄及利用清單應要求仲團提供，如此，在利用人提出其清單後，以可以加以核對。
3. 該聯合窗口應該有著作資料庫可供查詢。

民視侯先生：

去年國內各家無線電視台以協會的名義和 RPAT 及汪臨臨小姐聯合進行費率協商談判，的確取得了若干費率優待，故單一窗口確有幫助。

民營廣播電台協會陳理事長：

1. 贊成由同類著作仲團組成單一窗口，如此可減少談判對象及時間。
2. 贊成對於各家仲團單一窗口可收取的報酬進行總額管制。

高雄觀光旅館協會林總幹事：

目前全國旅館公會聯合會會員已達成內部共識，先行完成可接受之授權條件整合，並計畫透過「九太科技」和仲團進行協商。這是利用人聯合委外「單一窗口」的模式，供主管機關參考。

附錄五、中華民國廣播電視音樂著作使用人協會對單一窗口之意見

李宗桂 秘書長

一、 贊成同類著作之集體管理團體能共同設立單一窗口，且能處理利用人目前與仲團接觸所涉之「著作權業務諮詢」、「付費標準談判授權」及「繳費」等業務。如果不能處理付費標準談判與授權業務，則設立單一窗口之效益不大，甚至反而多了一層中間人徒增困擾。

二、 目前權利人與利用人在付費談判上，利用人處於弱勢地位（因為不得不用、且有著作權法之刑事罰威脅），但目前利用人與各仲團談判付費時，尚可因人或仲團之不同而有些許討價還價之空間。如果改由單一窗口處理，可能付費談判在其壟斷之地位下更為強勢，形成收費低者往上調漲、但收費高者卻不調降之現象，對利用人一端形成更大之付費壓力，使雙方之關係更加緊張，爭執或衝突日多。

三、 合理付費標準為關鍵所在，目前各仲團經主管機關審議所訂之概括授權費率，係以該仲團所管理著作數量與在市場所佔比例為考量，而欠考量利用人使用該仲團著作之性質（不見得市場佔有率高者，利用人利用其著作比例就高），且無單曲計費之機制，造成不公允之收費而雙方於付費談判老是談不攏之情況。例如國內 AM 民營閩南語廣播電臺使用 MCAT 的著作應遠高於使用 MUST 之著作，但 MUST 對 AM 閩南語電台之收費高於 MCAT。

四、 各著作權集體管理團體應就其所管理著作建立電子資料庫，方便利用人就其使用清單運用電腦比對核計使用該仲團著作之數量與比例（依現在之軟體技術並非難事），作為雙方付費標準談判之參考依據，建立多用多付、少用少用之公平合理機制。如此，各仲團間與單一窗口以及利用人間就容易就付費標準達成協議，如有爭執申請主管機關審議調解時，主管機關也有客觀具體之數據作為衡酌合理付費標準之參考。

附錄六、民國 96 年度著作權授權管道查詢案件統計表

社團 名稱 月份	台灣音樂 著作權人 聯合總會 (MCAT)	中華音樂 著作權仲 介協會 (MUST)	中華民國 錄音著作 權人協會 (ARCO)	中華音 樂視聽 著作仲 介協會 (AMCO)	中華有 聲出版 錄音著 作權管 理協會 (RPAT)	台灣音 樂著作 權協會 (TMCS)	著作權 組查詢 服務台	合 計
一月	25	13	1	0	5	0	1	45
二月	10	5	0	0	3	0	1	19
三月	15	18	0	0	6	0	2	41
四月	5	9	0	0	8	4	2	28
五月	25	21	2	0	3	5	3	59
六月	15	14	1	0	2	0	0	32
七月	10	15	0	0	3	3	1	32
八月	20	10	1	1	3	2	2	39
九月	12	11	3	1	5	5	3	40
十月	5	18	2	0	5	0	2	32
十一月	10	5	5	0	7	2	2	31
十二月	15	11	2	1	4	3	3	39
小計	167	150	17	3	54	24	22	437

(原始資料：著作權組 提供)