從產業面觀點研究著作權侵權對產業的衝擊

結案報告（修正版）

計畫執行機構：台灣科技法學會

計畫主持人：劉尚志教授（台灣科技法學會理事長）

協同主持人：劉耀仁（世新大學圖文傳播暨數位出版學系專任講師/交通大學科技管理研究所博士候選人）

研究團隊

陳怡帆　許廷夫(交通大學科技管理研究所碩士研究生)

王貞懿　趙國璇(交通大學科技法律研究所碩士研究生)

中華民國九十三年十二月二十五日

目 錄

第 1 章：緒　論 4

1.1 研究背景、研究目的與研究範圍 4
1.2 研究限制 6
1.3 研究架構與研究方法 7

第 2 章：著作權侵權之技術分析 9

2.1 使用侵權物品的消費者因素 9
2.2 製造侵權物品的生產者因素 10
2.3 侵權技術概述 11

第 3 章：著作權侵權之產業概述 21

3.1 相關產業介紹 21
3.2 盜版產業現況 32
3.3 廠商反制著作權侵權之策略手段 39
3.4 法制面改善簡述 51

第 4 章：著作權侵權對產業經濟之衝擊 58

4.1 就業層面 59
4.2 企業的創新能力 63
4.3 政府稅收層面 65
4.4 國家競爭力 67

第 5 章：查緝與司法救濟面 72

5.1 盜版的查緝面 72
5.2 司法救濟面 95

第 6 章：結論與建議 106

6.1 研究結論 106
6.2 研究建議 111

參考文獻 114

附錄：Kuro 與 Ezpeer 訪談記錄

第 1 章：緒　論

1.1 研究背景、研究目的與研究範圍

1.1.1 研究背景與研究目的

智慧財產保護近年來已經成為國際上共通的國家性議題。為符合 WTO 的規範，並進一步讓我國的經濟活動轉型為「以智慧財產加值、創新」的知識經濟，保護智慧財產權已經成為我國重要的政策項目，經由鼓勵創新研發、保護創造與創新的成果，以促進產業升級。未能有效推動智慧財產創造與保護，行政院於六年國家發展計畫中已將知識產業列為未來發展重點，以建立我國良好的經營環境、提升國家競爭力，並能吸引高科技企業投資台灣、促成技術研發、影音內容創造，帶動我國經濟持續成長。

政府自 2002 年推動「保護智慧財產權行動年」後，進一步由經濟部擬定「貫徹保護智慧財產權行動三年計畫」(2003 至 2005 年)[1]，賦予各部會加強智財保護宣導、教育訓練及查緝等任務，如「貫徹保護智慧財產權行動三年計畫」的第一年提出「專利法」、「商標法」及「著作權法」的修正等 65 項重點工作，除了宣示我國的政策決心外，並進一步落實智慧財產保護的行動。。

為滿足 WTO 智慧財產權協定及國際相關貿易規範的協議，世界各國陸續研擬反盜版的各項立法、司法、與教育政策，以順應智慧財產權保護的全球趨勢。以美國為例，以美國、日本、澳洲、英國、德國為例，有鑑於「著作權產業」對其整體經濟的貢獻日益趨重，衍生出近年來各國反盜版之主軸均著眼於該產業之智財權保護。以美國為例[2]，將著作權產業區分為四類：

核心(Core)產品：原創的產品，其生產創造出的內容受版權保護，包括報紙、期刊、書籍、音樂產品廣播與電視內容、有線電視內容、錄音與錄影產品、電影、戲劇類產品、廣告、電腦軟體、與資料處理類的產品等。

---

[1] 行政院長游院長於 93 年 6 月 17 日於參加「經濟部頒發檢舉暨查獲盜版光碟工廠獎金及獎牌典禮」時所宣式的政策方案。

[2] Stephen E. Siwek, COPYRIGHT INDUSTRIES IN THE U.S. ECONOMY: T H E 2 0 0 2 R E P O R T, Economists Incorporated, http://www.iipa.com/pdf/2002_SIWEK_FULL.pdf

部分(Partial)產品：只有部分產物是受著作權保護的產品。

散布(Distribution)：散布受著作權保護的產品予企業和消費者的相關服務屬之，例如相關的運輸服務、查詢系統、批發或零售等。

相關(Related)：生產、散佈被用於連結受著作權保護內容的產品，如電腦、收音機、電視及視聽設備等相關產業。

美國以「著作權產業規模」、「勞動市場佔有率」、「國際貿易」等三個經濟指標衡量該產業所佔美國經濟的比重。自 1977 年起美國著作權相關產業的產值持續成長，成長率高於整體經濟的成長，2001 年核心著作權產業產值達到 5,351 億美元，佔 GDP 的 5.24%，全體著作權產業產值則達到 7,912 億美元，佔 GDP 的 7.75%。以勞動市場佔有率觀之，1977 年起美國核心著作權產業創造 1,484,000 個就業機會，勞動市場佔有率達 1.61%，到 2001 年已創造 4,711,200 個就業機會，勞動市場佔有率達 3.49%，而全體著作權產業勞動力從 1977 年起已創造 3,040,000 個工作機會，勞動市場佔有率達 3.30%，直到 2001 年創造 7,972,200 個工作機會，勞動市場佔有率達 5.90%，顯示愈來愈多的美國人受雇於著作權產業。以國際貿易來看，大部分美國核心著作權產業如電腦軟體及動畫出口迅速成長，2001 年著作權產業出口額達到 889.7 億美元[3]，遠大於其他主要產業部門，如化學品、汽車設備及零組件、飛機及飛機零組件、農產品、電子零組件等。

以國外為例可瞭解著作權產業對一個國家的經濟發展重要性日增，除了保護著作權產業能有效扶植智慧財產創造外，保護智慧財產權的過程亦將衍生相關的產業發展，進而促成週邊產業發展的綜效。

由於智慧財產受到侵權影響日增，除了影響國際聲譽外，對我國文化產業的發展衝擊，更可能從而造成國家與國民社會文化發展的遲滯。因而由著作侵權角度研究侵權產業的結構與技術、瞭解侵權產業的生態，並從而理解對產業的影響，對於制訂智慧財產保護政策、改善查緝方案與技巧，為亟需研究的課題。

[3]同前註。

1.1.2 研究範圍

依據民國 93 年我國著作權法最新修正案的定義，著作權包含：著作人格權與著作財產權（第 3 條第三項）。著作財產權區分為下列之類型：重製權（第 22 條）、公開口述權（第 23 條）、公開播送權（第 24 條）、公開上映權（第 25 條）、公開演出權（第 26 條）、公開傳輸權（第 26-1 條）、公開展示權（第 27 條）、改作權（第 28 條）、移轉散布權（第 28-1 條）、出租權（第 29 條）等權利型態。由於不同的權利型態產生的形式不同，侵權的方式與影響層面亦不同，本研究由於時間限制無法討論所有的著作財產權侵權型態，為了能針對著作權創意產業的產業影響，本研究的主要研究標的限縮在「重製權侵權」的範圍，以研究著作權創意產業遭受的影響。

故本計劃之研究範圍為：

1. 著作權侵權型態：重製侵權。
2. 以著作權創意產業為研究的產業範圍，包含音樂、錄音錄影、電影、商用軟體、圖書出版等相關產業。
3. 瞭解我國製作權創意產業的產業結構概況。
4. 瞭解並描述侵犯著作權產品重製權的產業體系。
5. 瞭解重製侵權產業所應用的侵權技術，包含網路傳輸。
6. 從「就業層面」、「企業的創新能力」、「政府稅收層面」、「國家競爭力」等四個面向，歸納我國製作權創意產業受到重製侵權的影響。
7. 歸納我國查緝侵權的司法面現況與問題。

1.2 研究限制

本研究的研究時間極短，僅約二個月的研究時間，並因為研究經費極度受限，本研究存在下列限制：

1. 專以現有的資料輔以深入訪談資料為分析主體，若現有資料中缺乏統計數據，有待爾後的研究建立之。例如創意產業包含之音樂產業、電影產業……等次產業，本研究無法觸及其歷年產銷統計資料庫之建立。

2. 本研究範圍針對「重製權」的侵權態樣研究，訪談對象專以「創意產業」重製權直接相關的團體，包含：權利人組織、查緝侵權的相關組織、及權利人公司、與著作利用團體（以受起訴處分之KURO、EZPEER 公司為代表），對於其他相關的團體，例如：網路服務供應商（中華電線等通路業者）或其他內容供應商（如ICP 業者）、內容使用單位（例如利用人團體及數位學習業者（E-LEARNING），都不屬於本研究的範圍。

1.3 研究架構與研究方法

本研究主要使用的研究方法，包含文獻回顧法、深度訪談法、與歸納法三類。

- 文獻回顧法

經由文秀回顧的程序，收集、彙整我國關於著作權創意產業的產業資訊、統計資料，及技術文獻……等，以彙整我國的產業現況與盜版現況。使用的文獻包含：書籍、學術論文、期刊文獻、統計資料與網路資源等。

- 深度訪談法

本研究採取深度訪談法，訪談著作權創意產業相關的專家，以構建我國的產業現況與問題，並瞭解我國法制實務上處理著作權侵權的現況。

訪談對象包含：

檢警機關：地方法院檢察署檢察官與刑事局偵九隊。

著作權權利人團體：包含 IFPI、BSA、MPA、IPAPA 與 TBPA。

權利人公司：包含微軟、唱片公司等。

網路傳輸業者：KURO 與 EZPEER。

- 歸納法

根據文獻回顧與深度訪談所或得的資料，分析、歸納我國製作全創意產業的現況、盜版侵權產業的現況、盜版技術，彙整產業面的影響，並提出建議。

本研究之研究流程如圖 1-1 表示：

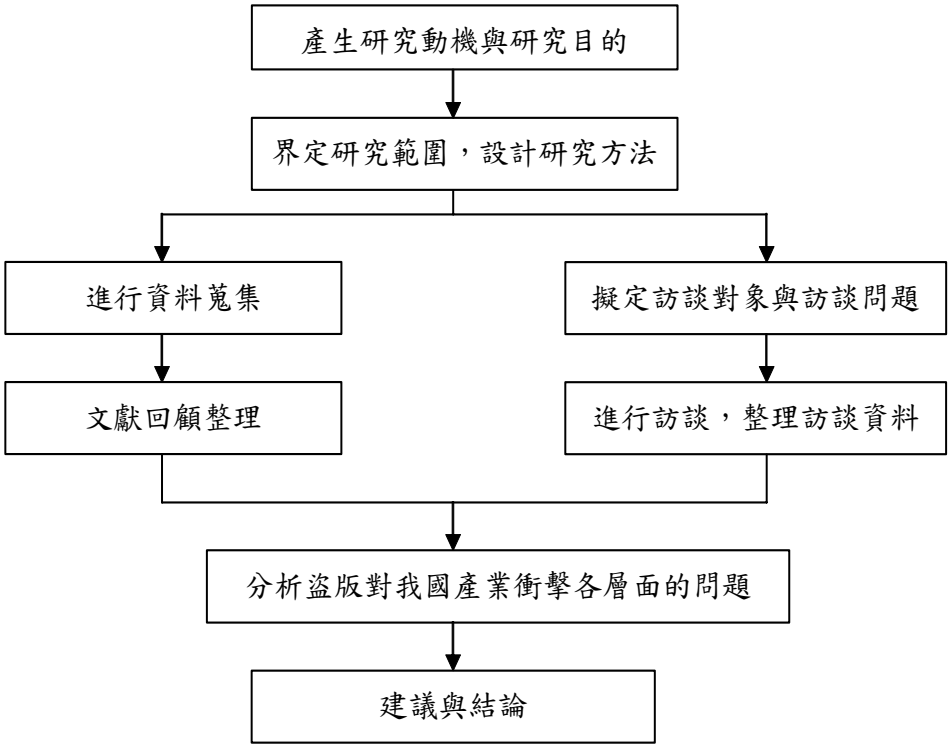

圖 1-1：研究架構圖

第 2 章：著作權侵權之技術分析

2.1 使用侵權物品的消費者因素

經歸納訪談結果所得的分析，可將盜版者使用盜版產品常見之因素歸納如下：

- 缺乏「使用盜版品是侵害他人權利」的意識，對於使用盜版品不認為是不當的行為。
- 不知道的情形下使用盜版。例如購買到的產品是完全仿冒的極度像真偽造品，消費者無從分辨真假，而使用盜版品。
- 為貪圖經濟上的誘因，而購買、使用盜版品。長久以來盜版商不需擔負研發費用、市場分析成本、行銷成本……等諸多成本，完全是處於正版公司的陰影下跟隨，則其成本必然大幅低於正版商品，消費者購買的盜版產品價格必然極低，吸引貪圖便宜、或無力負擔高價正版商品人士，因價格誘因而購買盜版產品。
- 為求便利原因使用盜版品。網路上搜尋、分享機制逐漸成熟，而且豐富的內容、多樣的產品類型，獲得各種數位產品的機會與便利性大幅提高，而正版產品需要出門購買，面臨交通、時間、體力限制，並且極難在一處就能獲得所需要的所有產品，促使盜版使用者願意使用盜版產品。
- 為求嚐鮮的炫耀心態，而使用盜版品。電影上映時，向同儕炫耀已觀賞過能滿足部分人士的虛榮心，因為那代表時尚。盜版電影經由數位攝影機同步側錄，立即轉檔、燒錄，一夜間即能有數千片盜版光碟在市面銷售，能滿足嚐鮮的心理需求。然而此種盜版模式由於無法滿足高品質的視聽效果，故無法吸引高品質要求的購買者。
- 同學、朋友私下分享的便利。由於燒錄機便宜、普及，朋友間私下流傳、相借的正版產品就非常容易燒錄，自己留下備份再還回原擁有者，甚至原擁有者私下燒錄拷貝以分贈朋友，都促成個人非法使用的普及。

2.2 製造侵權物品的生產者因素

由於盜版品在市場上一直有需求，且因成本低廉而獲利豐厚，因此陸續有人從事盜版品生產，小至個人使用者自行零星燒錄生產，大至組織式、跨國的盜版生產集團，盜版生產一直是春風吹又生的行業。透過訪談歸納而得的盜版品生產者的思考因素為：

- 便利誘因：個人使用者由於便利因素，自行少量燒錄，自用或和同學分享，此時盜版品使用者即是盜版品生產者。
- 經濟誘因：由於盜版成本低而利潤豐厚，除了大型壓片工廠外進入門檻低，誘使侵權者進入從事盜版，形成盜版產業。
- 技術選擇：盜版技術隨著不同產品、不同品質要求，而有不同的盜版方式，單純以燒錄方式盜版為極簡單的盜版方法，無須太多專業知識;而擬真偽造盜版，需要壓片技術、破解技術、印刷技術、及行銷體系。同時正版產品的防盜拷技術也日益進步，是否具備破解能力、破解技術掌握，都是盜版商需要面對的因素。
- 投資因素：盜版產品不論是燒錄或壓片，都有實體的光碟存在，假使盜版商評估錯誤將產生大量庫存而導致賠本，因此盜版商評估市場接受度，選擇燒錄或壓片生產。燒錄不需開母版，彈性大。壓片生產穩定、大量、快速，單位成本低，但母版開模成本高（平均約 500 萬台幣），評估市場會大賣的專輯、電影、遊戲，才會選擇以壓片生產盜版品。
- 時間選擇（Time to market）：許多產品具有流行性，例如偶像歌手的新音樂專輯。為了即時、同步在市場上搶先機，盜版者會選擇以燒錄的方式漏夜燒錄，隔天即能大亮的在夜市鋪貨，搶佔正版光碟上市的銷售先機。另外影響盜版者使用盜版技術種類的方式為前置作業時間。若盜版者能提前獲得未上市的新專輯內容（例如買通製作過程中的相關人員），且評估該專輯將大受歡迎，即有足夠時間製作母版，大量壓片生產，且能獲得正版產品一致的視聽品質。
- 風險考量因素：從事盜版生產，每天都面臨被查緝、起訴的法律風險，而不同的盜版方式所面連的風險強度不一，例如個人燒錄難以查緝，而大型壓片工場容易成為目標，所以多隱身於隱密的地方，以免引人起疑。為了逃避盜版品生產查緝，盜版商也發展出許多規避方式，以逃避被查獲風險。
- 被替代因素：由於盜版品和正版品一樣，都有實體產品存在，二者同時面臨網路下載的競爭。當網路下載風氣逐漸盛行，盜

版品的消量也逐漸衰退，因此盜版產業面臨網路下載替代的競爭，為從事盜版方式的因素之一。

2.3 侵權技術概述

2.3.1 侵權產品類型與侵權方式

正版產品一般可區分為表 2-1 之各種類型：

表 2-1 創意內容產品之分類

類型	介紹
音樂類產品	為音樂類 CD、DVD 等光碟片的形式
電影類產品	是指電影製作公司、發行公司，將已發行、已公開上映的電影或娛樂影片，以錄影帶或光碟的產品形式發行銷售。近年來錄影帶已經退出市場，以 VCD、DVD 主要的光碟產品形式。包含電影、卡通動畫、音樂影片等皆是。
商業軟體類產品	包含電腦作業系統、應用程式、防毒軟體……等，以光碟產品為主要的產品形式。
遊戲軟體產品	為遊戲機或個人電腦上使用的遊戲類軟體，主要包含兩大類：一、獨立遊戲機使用的遊戲軟體，各家軟體格式不相容(例如 SONY 的 PS2，微軟的 XBOX)；二、個人電腦使用的遊戲軟體，分單機版與網路連線版兩類。這兩大類的遊戲軟體，多以光碟產品的形式銷售。
教育類軟體產品	主要包含多媒體類的教育輔助（CAI）教材、百科全書、互動式電子書、學齡前兒童學習輔助產品、圖庫……等諸多類別的產品，以光碟為主要的產品形式，並多數與實體書籍組合成整套的成品，消費者將光碟與實體書籍組合使用，切割開來個別使用的效益較低。
實體書籍產品	包含中文、外文教科書、小說、文學、童書、漫畫、畫冊投資指南、雜誌……等，經由紙張印刷而成的產品。

資料來源：本研究整理

將前述的正版產品依產品形式區分，可區分成光碟類產品與書籍產品兩大類：

- 光碟類產品：形式為 CD，VCD，DVD，包含：音樂類產品、電影類產品、商業軟體類產品、遊戲軟體產品、教育類軟體產品，經由合法光碟廠商生產，內容多為數位格式。
- 實體類產品：形式以書本為主，經由印刷公司生產，內容為類比形式。

針對上述的正版產品區分，盜版產品的生產方式依產品形式不同，可以區分成下列的主要方式：

- 光碟燒錄方式盜版：以燒錄機一對一或一對多的方式，進行燒錄，成品和正版產品外觀差異極大，易於辨認。
- 壓片方式盜版：以正版品製作母版，依照正常的光碟生產程序，大量壓片生產的盜版光碟，所有的光碟種類都能生產。依光碟印刷、包裝的精緻程度，可以區分仿冒品與偽造品，以區分銷售對象。
- 網路傳輸盜版：個人以電子郵件方式、電子檔案儲存方式、網路伺服器下載方式、如 FTP、點對點（Peer to peer）分享方式，包含例如經由 EZpeer 與 KURO 下載音樂 MP3 的方式，直接複製數位產品。
- 影印方式盜版：以影印機影印教科書、幼兒美語教材等實體書籍，達成盜版的目的。

若將產品類型、盜版技術、與盜版品的行銷通路對應，可歸納如圖 2-1：

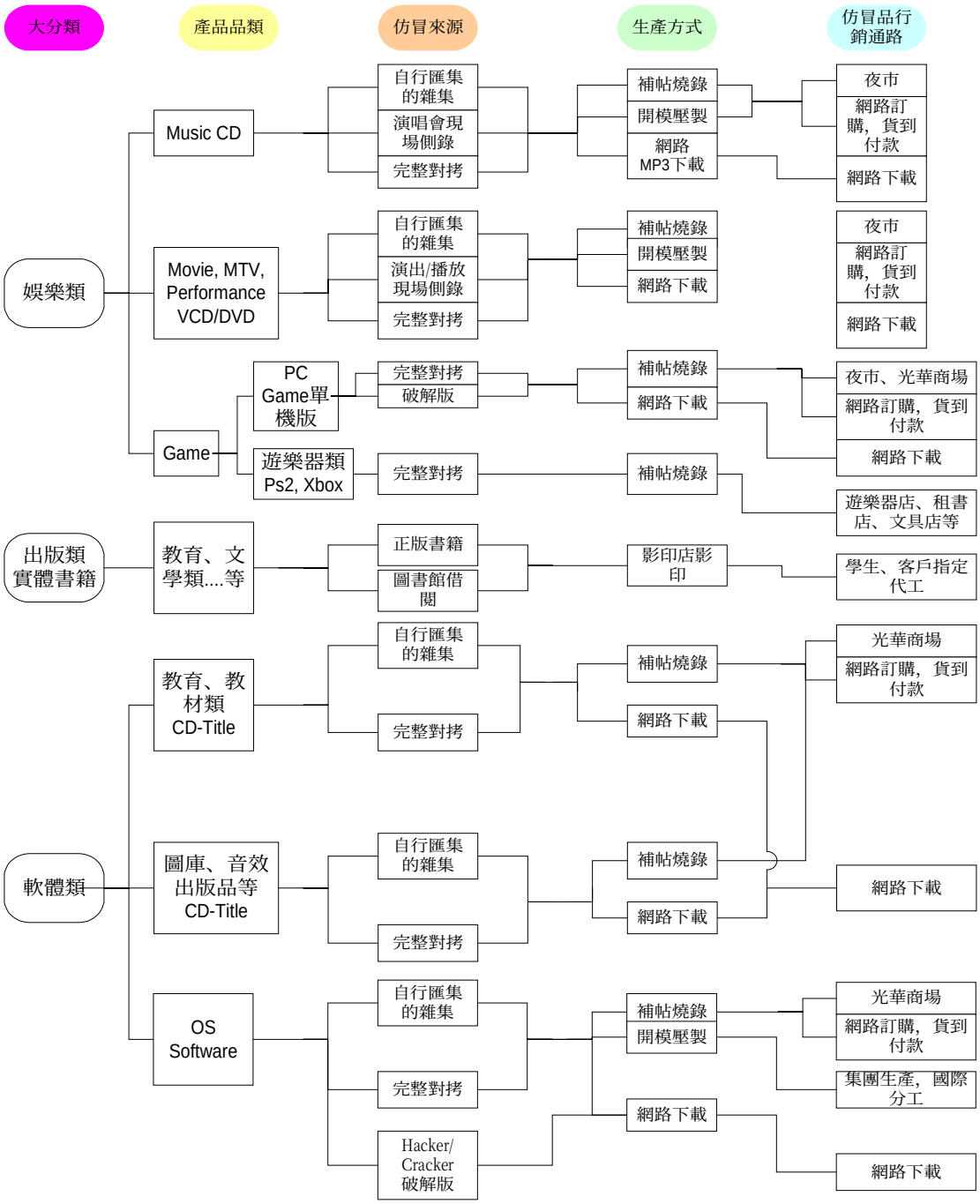

圖 2-1 盜版體系

資料來源：本研究整理

2.3.2 燒錄技術

燒錄盜版技術為目前光碟類產品，除網路下載外最容易個人行之的盜版方式，由於燒錄機與空白燒錄片成本大幅下降，燒錄速度提升，導致燒錄盜版只要稍微經過教導，依照標準程序即能行之，

成為目前最為零散卻也最難以防制的盜版方式。從事此種盜版的盜版者，多數為個人，或是小型組織式的方式，例如學生使用燒錄機，彼此交換燒錄片。

2.3.3 壓片技術

壓片盜版技術是使用和正版光碟相同的生產線，以自動或的方式大量生產盜版品，以供盜版市場銷售。所需資金、廠房、技術、設備的需求，和一般正規經營的光碟生產工場並無二致。其盜版的流程為：

收集內容（正版品、搜錄專輯……等）→→壓制母版→→光碟機壓製→→印刷→→包裝→→銷售

盜版侵權人會選擇此種方式，主要考量重點為評估該音樂專輯、商用軟體、電影、PC Game……等產品的市場銷量，再決定是否採行壓片生產。

由於光碟機都是國外進口，為了辨別每部機器所生產的光碟，每部光碟壓片機都有一組專屬的號碼，以衝壓的方式壓製在光碟上，一般俗稱機器識別碼（或稱內環碼）。光碟上另有一組識別碼為製版碼（或稱外環碼），用以識別母版。侵權人以「替換沖壓頭」的方式，自行將原廠的識別碼沖頭替換，以逃避追緝。曾有我國檢調單位查獲盜版光碟，依其內環碼追查，該機器卻正在歐洲某地，產生查緝上的困擾。

此種盜版產品，依市場需求程度不同，將盜版品的印刷包裝精緻程度區隔，可以區分為：

- 粗劣印刷，膠套包裝，一眼就能分便是盜版品，包含音樂 CD、電影 VCD、電影 DVD、電腦軟體、遊戲光碟等，都可以此種方式生產，主要在中國大陸、台灣、香港……等地，經由夜市、網路訂購、宅配貨到付款……等方式銷售，滿足只要求快速嚐鮮、卻不太重視視聽品質的消費者。目前此種盜版類型在海峽兩岸三第都有進行，多數是台灣提供技術，利用台灣淘汰的壓片設備在大陸壓製，再回銷台灣、香港，以及大陸當地銷售。
- 完全仿製、偽造，包含包裝盒、保證書、授權卡……等，皆模

仿正版產品的生產，讓消費者、銷售通路人員、企業採購人員都無法辨別真偽。此種盜版方式，主要針對商用軟體，完全仿製正版品的包裝方式以及防偽標籤，並以破解版的軟體為每一盒盜版品產生不同授權碼，達到無法辨別真偽的地步，並經由量販店、電腦經銷通路、軟體經銷通路，行銷全球，為極具國際化、專業分工體系的跨國性偽造仿冒集團運作方式，目前多以台灣提供技術、管理，大陸壓片生產，香港行銷出口的模式分工。

此類的仿冒，為求完全像真正版產品，每盒盜版品都有其個別的授權碼。此盜版手法乃是破解正版商用軟體授權碼的編碼技術，自行產生完全符合軟體公司編碼規則的授權碼，使購買者能安裝軟體，然而連線至軟體公司主機進行註冊時，則無法註冊，經與軟體公司洽詢，方知買到偽造的盜版品。

2.3.4 網路技術

隨著網路科技快速進步，網路頻寬大幅成長，以及軟體壓縮技術進步等前提具備，近年來數位產品（音樂、電影、遊戲……等）被盜版的情形，已經逐漸由「盜版實體光碟」進展到「經由網路散佈、下載」的盜版方式，更加速盜版產品的流通速度，對於正版產品與實體盜版產品都產生極大的影響。

此類盜版方式快速成長，所需具備的前提為：

- 電腦設備進步，儲存檔案能量擴增，例如硬碟單顆可以達到 400Giga Byte 容量，能有效儲存大量的數位產品。
- 軟體壓縮技術進步，能大幅減少檔案空間，以及檔案經由網路傳輸的時間。例如一張傳統音樂 CD，播放時間一小時約 650Mega Byte 大小，，壓縮成 MP3 的檔案格式後，整張 CD 僅需 50 Mega Byte 的容量，一張標準 80 分鐘的空白燒錄光碟，可以儲存超過傳統音樂 CD12 張的容量，大幅改善盜版以及盜版品散佈的便利性。另外，現在甚至有 MP4 格式，可讓音質不變，檔案更小。而此種壓縮技術對於電影的效益更為顯著，經由軟體壓縮（例如 mpeg4, mpeg 6 等，或其他壓縮技術），能將 DVD 9 規格的電影，壓縮成 VCD 規格，如此將能經由傳統燒錄光碟複製，也能以較短時間經由網路傳輸。

- 隨身儲存媒體（例如 USB 介面隨身碟）進步幅度大，價格低。隨身儲存媒體高容量（例如 256MB 或 512MB），附加 MP3 播放功能，且在電腦上隨插即用，對於個人在朋友間私下散佈包含音樂、商用軟體在內的數位產品，有極大的方便性，難以阻絕。
- 網路頻寬加大，促成網路散佈的效益增加，減少傳輸大檔案的時間，導致音樂 MP3 的傳輸極為方便，進而逐漸影響電影產品，能經由網路散佈、下載。
- 軟體破解技術（cracker）快速發展。由於許多商用軟體為了反制盜版，因此研發許多的防盜拷技術，以及安裝時的授權認證技術，以防止非法產品安裝與拷貝。然而破解技術亦同時快速進步，能快速產生授權碼，已可以跳過防盜拷技術而直接轉成標準的檔案格式，供儲存於硬碟中。

以網路傳輸侵權檔案，目前常見的方式包含：

一、主從架構

此類型技術的檔案傳輸方式可以下圖表示之，若 A 欲將檔案傳送給 C，則該檔案必須先傳送至伺服器，再由伺服器傳送給 C；而檔案在傳送的過程中，分別在伺服器及 C 電腦中形成重製。

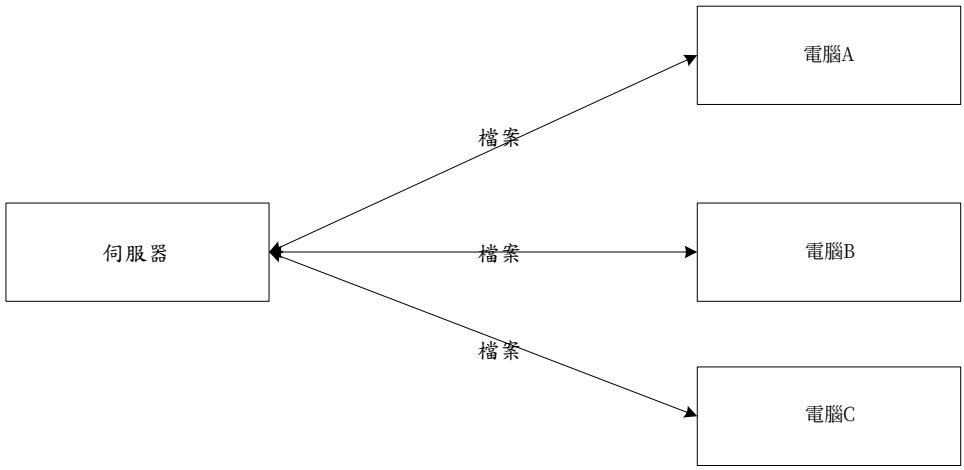

圖 2-2 主從架構示意圖

資料來源：本研究整理

此架構的優點為集中管理，伺服器可監控所有轉手的檔案，當

發現病毒或違法檔案時，可直接在伺服器端濾除（filtering），避免檔案散佈，而缺點則為伺服器負荷量大，易造成網路塞車，客戶端間則因缺乏溝通管道，易形成資源浪費。

此架構代表性的技術有二，即 WWW（world wide webs）與 FTP（file transfer protocol）。

二、P2P 架構

此類型技術的檔案傳輸方式可以下圖表示之，相較於 Client-Server 架構，原來的伺服器在此時僅扮演儲存檔案資訊的角色，由客戶端將檔案的內容及位置等資訊上傳至伺服器端，當其他客戶端利用搜尋引擎或專用軟體查詢時，伺服器傳回相關資訊，引導其至正確的位置取得該檔案。

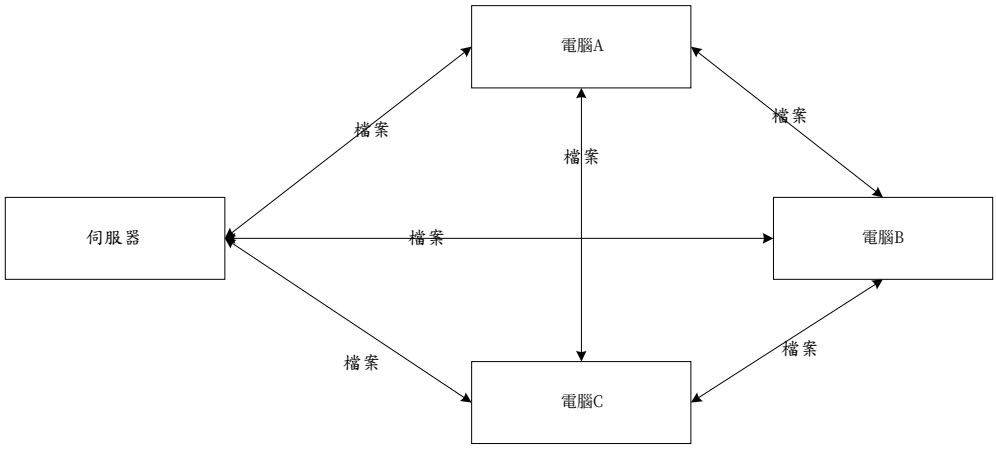

圖 2-3　P2P 架構之傳輸方式

資料來源：本研究整理

根據是否需要中央伺服器管理，P2P 架構又可分兩類，即集中式與分散式二種：

- **集中式**：即 Napster、Ezpeer、Kuro 所採用的 P2P 檔案傳輸方式。Napster 的伺服器僅需儲存、提供檔案的資訊，但仍需要中央伺服器指引，以便讓用戶知道哪台電腦有其所要的檔案，所以並不完全為點對點間的傳輸，故屬集中式 P2P model。

- **分散式：**為開放式的檔案分享模式，檔案分享的過程中並未利用伺服器儲存、提供資訊，而是利用分散式搜尋方式，亦即 A 向鄰近的 B、C 及 D 等電腦發出查詢，再由 B、C 及 D 向其鄰近的電腦發出查詢，直到查出 E 電腦存有該檔案時，再由 A 直接自 E 下載檔案。BT、eDonky、eMule、荷蘭的 KaZaA 即屬於此類型技術。

2.3.5 影印侵權

影印盜版是所有著作權商品中，最早存在的盜版方式。由於影印機進步快速，每張影印成本快速下降，使得影印高價進口教科書的行為，很早就出現在台灣的各大校園周邊影印店。然而此種盜版方式，和其他數位產本盜版方式最大的不同，在於其「供需關係」調整。

由於預估市場需求，盜版商和正版產品一樣，需要預估市場銷售量，事先生產某種數量盜版品儲存、運輸，以供市場購買之需。所以是標準的產銷模式如下：

預估需求→→生產→→輸送、儲存→→銷售

然而影印盜版印製服務供應商（例如影印店）不可能自行影印很多書籍供學生或客戶選購，都是依據學生或客戶當時的需要，由學生或客戶提供原版圖書，再予以複印，於交貨時收取代工費用，因此是一種標準的「依需服務（On Demand Service)」模式如下，和產銷模式不同。

客戶決定需求、自備原版圖書→→交付影印店複印→→影印店報價、亦訂交貨時間→→客戶於交貨期取貨→→付款、回收原版圖書，取貨

由於影印盜版的發動者並不是影印店，而是提出影印需求的學生，或是一般社會人士，因此無法預估何時、何地、何種圖書將被盜版的數量，學生採行影印盜版，乃是存在於價格差異的誘因，以及存有該本圖書不需長期保存的錯誤觀念所致，導致極難杜絕影印盜版。

下表為盜版方式匯總，並對應使用者使用盜版品時的使用狀態，以茲比較。

表 2-2 盜版方式彙總

	正版製造者	盜版者廠商	使用者使用盜版品的狀態
光碟	光碟內環碼、外環碼。	自製、破解。 沖頭技術。	可辨認 不可辨認
光碟表面	雷射花紋(Microsoft)	做到跟真的極像	辨認不出來
License	如印鈔票般花費心思	仿製，印到極像	(如)美國公司需要假的 license
包裝	繁複華麗	做的跟真的一樣	看不出來那個是真的那個是假的
產品序號 授權碼	不斷更新，防偽。 開發各種技術，使 User 只能灌在一台電腦裡，並且序號只能用一次，用一部電腦。	破解再破解	使用破解程式熟練。部分到品使用者自行發展破解程式，在網路上免費供應。破解程式流傳廣，花樣多，access 的管道亦多。
文件	加密	各軟體的破解版搭配應用以破解	(例如)使用者使用了 Adobe Acrobat 的『盜版正式版』，在搭配加密解密的破解程式，即使使用盜版軟體，一樣可以 access 到正版廠商提供的文件。
軟體教學服務提供	軟體開發團對精心製作的軟體使用教學平台、網站、或說明書(Bible Book)	照樣盜版	除了盜版的使用教學照樣可 access 外，坊間亦提供許多教學資訊，或是學習管道，因此是否享有正版的教學服務並無差。
防止輕易流傳	將檔案內容增大，使盜版軟體容易流失正確的檔案。(例如一些繪圖軟體)	利用檔案壓縮技術，批次傳送。	熟悉了以後，照樣可下載、取得。
辨別使用者	提供正版註冊的繁複管道，需提供購買序號、產品序號、bar code…等等，或是當使用者連上網路時，access 到使用者的電腦做偵察，查出電腦位置、電腦使用人。	1. 破解各種序號，使正版廠商無法辨認。 2. 做防止使用者被正版廠商透過網路偵測的技術	1. 使用者在使用盜版時亦有警覺心。 2. 賭定正版廠商不會花費如此高的成本，真的來抓個人盜版使用者。 3. 搭配現在的防毒軟體，當電腦回傳給正版使用廠商

		3. 提醒使用者不要連上網路	訊號時，其實透過防毒軟體，還可以辨認出正在連結正版廠商，提醒使用者趕快離線或是做處理。我認為這是一個有趣的矛盾。

資料來源：本研究整理

第 3 章：著作權侵權之產業概述

3.1 相關產業介紹

3.1.1 音樂產業

1950 年代以降，西洋音樂唱片為青年學生與知識份子接觸美國流行文化的主要管道，由於當時著作權觀念並未為普遍接受，且當時的著作權法採取著作權登記保護主義，排除未於台灣為著作權登記的外國歌曲於規範效果外，使得翻版商大行其道，而翻版的盛行也間接地促使西洋音樂在台灣的流行音樂市場廣為傳播。

1980 年代初期，唱片市場消費人口的走向低齡化、年輕化，加以我國的消費能力大增，跨國公司於是開始逐步進入台灣市場。跨國唱片公司除了間接藉由經貿談判影響台灣的著作權法修正外，由其主導的「國際唱片交流基金會」（International Federation of the Phonographic Industry，IFPI）也在1986 年中在台灣成立。IFPI 最主要的目的便是「鼓吹各國政府去支持那些能夠增進唱片業者收入的國際版權規範（Burnett，1996）」，以及「打擊盜錄」。1985 年著作權法的修改，使著作權法大致成熟，原本從事翻版的唱片公司一時間由合法變成非法，且IFPI 成立之後的首要工作是與國內發行翻版西洋唱片的公司的談判工作，使唱片公司紛紛轉型。此時正版西洋唱片銷售量節節上升，代理的正版產品受到保障而有利可圖，唱片業掀起代理權大戰。隨著本土公司的努力經營，跨國唱片公司逐漸發現台灣市場有利可圖，便開始逐步收回代理權，並藉由併購本土唱片公司等方式，逐漸進入台灣唱片市場，而台灣流行音樂唱片產業也邁向了另一個時代。

1990 年代是台灣流行音樂工業的轉捩點。國際唱片公司正式進入台灣，相繼建立子公司，或購併台灣本土唱片公司。台灣政府於1985年修正著作權法，並在美國不斷使用301 條款的施壓下，又於1990、1992、1993 年大幅修改增定著作權法。這使得在台灣，無論台灣人或外國人的作品，都由從前採取的「註冊保護主義」改變成「創作保護主義」，同時也加重了違反著作權的刑事責任。

1990年代初期，國內唱片亦嚐試跨出國際化的腳步，目前台灣唱片產業已高度集中化，由五大國際唱片公司Universal、Sony、Time

Warner、EMI、BMG 及本土的滾石國際唱片公司六家寡占市場。以1998 年IFPI 台灣排行榜來看，這六家唱片公司的市場占有率，便高達總市場占有率的91%，其他中、小型唱片公司加起來只占9%。

目前台灣流行音樂銷售統計，除了 IFPI 的記錄外，並無其他較為完整的參考資料，本研究由於時間及經費有限，故直接引用IFPI之統計數據。IFPI統計近年來國內片銷售量如表3-1所示：

表 3-1　IFPI 統計 1997 至 2003 國內正版唱片銷售量統計

	銷售量		年成長率	
年度	銷售金額	銷售數量	銷售金額	銷售數量
1997	12,332.3	47.6	1 %	8 %
1998	10,688.0	39.6	-17 %	-13 %
1999	9,886.7	35.1	-12 %	-7 %
2000	7,493.7	26.8	-24 %	-24 %
2001	5,775.7	18.3	-23 %	-32 %
2002	4,977.7	17.0	-14 %	-7 %
2003	4,487.1	15.3	-10 %	-10 %

* 本統計表之數字皆以百萬計

資料來源：IFPI

國內正版唱片銷售於 1997 年達到高峰，單年唱片銷售數量為四千七百萬張，唱片銷售金額則達到新台幣一百二十億元；但自 1998 年後情況大為改觀，唱片銷售量迅速萎縮，至 2003 年銷售金額僅為四十億元，銷售量亦縮減為一千五百萬張，約為 1997 年的四分之一。唱片工業的相關人士認為，盜版是造成銷售量衰退的元凶。盜版走向集團化確實對唱片產業造成了嚴重的影響，但整體景氣下滑、消費者娛樂消費結構的改變、替代性娛樂產品的增加、發行唱片的質與量之問題，及數位音樂的興起，亦直接或間接的成為唱片銷售量由盛轉衰的關鍵。此外，傳統唱片在曲目的編排與選擇方面不如數位化後的音樂具有彈性，可以個人喜好作選擇，這也多少影響了唱片銷售量的下滑。

近年來隨著 KTV 的盛行，音樂視聽伴唱帶的授權金，也成為唱片業者另一項重要的收入來源，除了唱片的產值外，音樂授權使用的權利金亦應歸屬音樂產業的另一項附加產出，表 3-2 為國內社團法人中華民國錄音著作權人協會(ARCO)及社團法人中華民國視聽著作權人協會(AMCO)二個仲介團體權利金收入統計表。如表 3-2 所示，2000 年至 2003 年音樂授權使用的權利金每年約為新台幣三千萬元至四千萬元之間；雖然有部分觀點認為，盜版可能提升音樂本身的普遍性，並增加唱片公司在音樂授權之權利金部份的收入，但是相較於盜版對正版唱片本身所造成的數十億元損失，此部分的收入仍然無法填補唱片業者蒙受的損失。

表 3-2　ARCO 及 AMCO 權利金收入統計

單位:新台幣元

年度	ARCO	AMCR	合　　計
2000	23,110,584	9,294,335	32,404,919
2001	26,318,744	11,357,566	37,676,310
2002	24,402,636	9,563,783	33,966,419
2003	24,377,837	9,176,213	33,554,050

資料來源：ARCO 及 AMCO

在1980 年中期以前，台灣從事翻版的唱片公司屬於合法經營。當外國唱片公司為了進入台灣流行音樂市場而鋪路，並成立IFPI後，翻版由合法轉為非法。藉由政府公權力的介入，正版唱片立刻取代了翻版唱片的地位，國際唱片公司的收益獲得保障。如果以IFPI的統計數據來看，這種情形到了 1997 年開始改變，唱片盜版的比例由下降轉成上升，而造成這一波盜版猖獗的主要原因有二，一為硬體設備的進步，透過可輕易取得的廉價燒錄設備，任何人都可以輕易的從事盜版的行為，二為網路技術的發展，使得唱片上的內容可以輕易的壓縮成數位格式並在網路上流傳。由表3-3可發現，1997年至2001年短短四年內，盜版率由17%攀升至48%，而這期間的唱片銷售額，則從1997年的新台幣一百二十億元跌至2001年的五十七億元。在這期間許多國內唱片公司紛紛倒閉，或者被國際性的唱片公司收購，這股盜版旋風成為國內唱片產業發展的莫大阻力。

表 3-3 台灣唱片市場盜版概況

年度 Year	盜版比例 Piracy Rate	盜版損失金額 Piracy Trade loss (新台幣百萬)	盜版品數量 Piracy Unit (百萬片/捲)
1997	17%	15,842	8.0
1998	25%	15,807	7.3
1999	35%	22,313	9.8
2000	40%	30,395	20.8
2001	48%	17,060	17.1
2002	47%	14,162	15.7
2003	42%	13,189	12.6

資料來源：IFPI，2004 年 5 月

3.1.2 資訊軟體產業

我國資訊軟體產業的萌芽是政府在 1979 年成立資策會，協助政府大力推動資訊應用、引進軟體技術、發展應用軟體及協助培訓軟體設計人才。於1984~1986 年間就軟體公司的規模而言，大部份公司的員工在 10 人以下，流動率超過20%，軟體工程師嚴重不足，此時期的出口很困難；我國軟體服務業的發展，是國內市場需求量成長之後才有比較好的發展。為了因應產業升級的迫切需求，從這個階段末期開始，政府對軟體工業的政策轉趨積極，是政策上的分水嶺。最重要的措施有1992 年1 月行政院核定設立「南港經貿園區」開發計劃；並於1993 年起實施了二期的「軟體工業五年發展計畫」。第一期(1993~1997)軟體五年計畫以產品、市場、競爭、發展環境四大策略核心，擬定產品發展、技術發展、人才培訓、發展環境、整合性推動等五大具體措施。第二期(1998~2002)軟體五年計畫，政府主要的策略是幫助業者拓展國際行銷，及積極輔助規模較大的業者上市上櫃，以取得資金打響知名度。軟體五年計畫最大的成果是將軟體業變成可以賺錢的產業，集結國內廠商的力量，以群體戰的方式，開拓國外市場。

表3-4　1998-2003 年我國資訊軟體市場規模分析

單位：新台幣百萬元

類別	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
套裝軟體	30,025	37,231	45,050	53,609	61,650	70,898
系統整合	13,477	18,598	23,806	29,281	33,673	37,041
網路服務	12,154	17,259	26,061	34,661	43,326	64,989
轉鑰系統	8.862	1,609	14,279	17,706	21,2482	27,622
專業服務	6,736	8,218	11,012	13,875	16,650	21,645
處理服務	2,137	2,522	3,177	3,749	4,312	4,743
合計	73,391	95,437	123,385	152,881	180,859	226,937

資料來源：資策會MIC 經濟部ITIS 計畫整理

表 3-5 台灣 1994~2002 商業軟體盜版統計

	1994 年	1995 年	1996 年	1997 年	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年
盜版率(%)	72	70	66	63	59	54	53	53	43
盜版損失(美金千元)	112,005	165,462	116,980	136,850	141,274	122,946	154,754	136,735	113,283

資料來源：BSA

3.1.3 遊戲軟體

1. 電視遊戲機與電腦遊戲

電子遊戲的發展和電腦技術的演進息息相關，從1961年麻省理工學院以大型電腦上開發的遊戲「太空大戰」(Space War)，到現今市場上存在各種不同形式的遊戲，在這40年的發展過程中，基本上遊戲產業的發展歷史可以就遊戲機與電腦遊戲兩個不同的遊戲平台加以說明。

全球遊戲產業之發展係由Video/Console Game開始發展，由於遊戲機可以充份運用電視的聲光效果，目前產值仍居全世界遊戲產業之冠，主要市場在於美、日等先進國家，現今主要業者為日本的SONY、Nintendo與美國的微軟。

單位：百萬美元

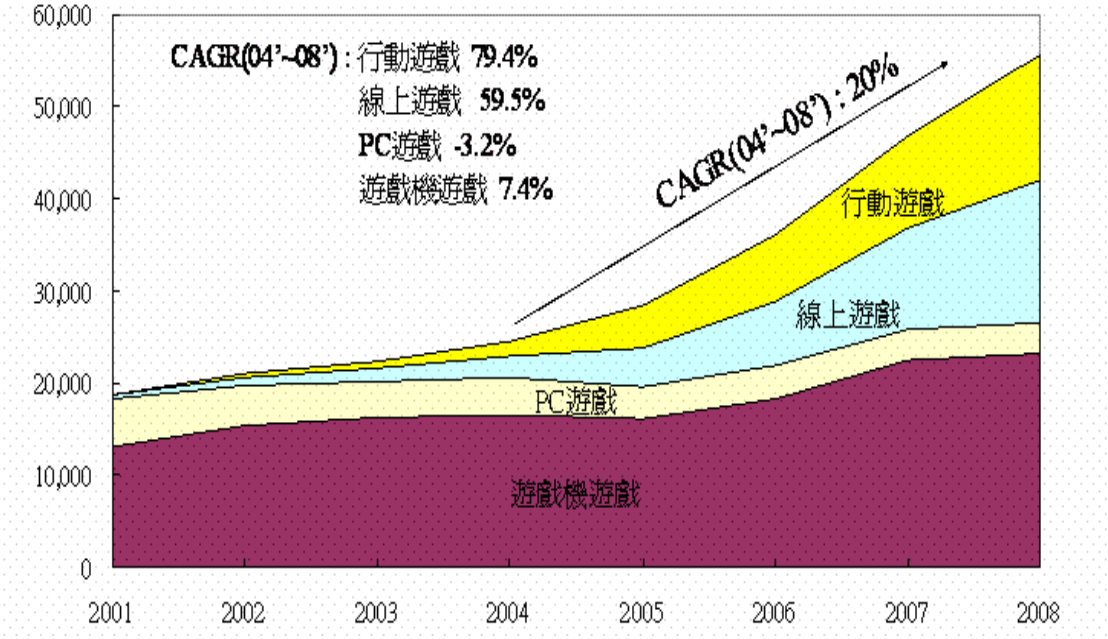

圖3-1 全球數位遊戲市場概況

資料來源：MIC，2004年10月

依台灣區玩具同業公會2001年4月之統計資料顯示台灣電視遊戲機軟硬體進口值從1994年至2000年呈現衰退的趨勢。追究台灣遊戲機軟硬體進口值不斷下降的因素，主要來自於遊戲主機廠商由於盜版問題紛紛退出台灣市場，使台灣缺乏正式的遊戲主機代理窗口，致使目前市面上流通的遊戲機多為水貨，未列入正式的進口統計值中。

表3-6 台灣電視遊戲機軟硬體進口值

年份	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
億元	25.60	17.07	10.97	11.65	8.25	12.38	11.62	62.23	119.54
年成長率(%)	--	-33.32	-35.74	6.20	-29.18	50.06	-6.14	435.54	92.09

資料來源：台灣區玩具同業公會，2003年4月

我國PC遊戲市場規模從1991年新台幣1.8億元，2000年已成長至43億元。PC遊戲歷經十幾年的發展，整個產業價值鏈已然完備，遊戲軟體已由早期代理國外軟體慢慢轉變為國人自行研發與代理

並行。隨著2001年國內遊戲軟體大廠智冠科技、大宇資訊陸續上櫃，電腦遊戲已逐漸被社會大眾所接受。

表3-7　1995~2005年台灣遊戲軟體規模與預測

單位：億新台幣

	電腦單機遊戲	年成長率	電腦遊戲軟體	年成長率	電腦單機遊戲佔電腦遊戲之百分比
1995	12.69	--	12.69	--	100.00 %
1996	14.47	14.03 %	14.47	14 %	100.00 %
1997	21.29	47.13 %	21.29	47 %	100.00 %
1998	28.09	31.94 %	28.09	31 %	100.00 %
1999	33.95	20.86 %	34.85	24 %	97.42 %
2000	38.02	11.99 %	42.83	22 %	88.77 %
2001	32.30	-15 %	49.40	14 %	65.18 %
2002	21.35	-34 %	62.39	26 %	34.22 %
2003	19.63	-8 %	88.34	42 %	22.22 %
2004	15.90	-19 %	99.04	12 %	16.05 %
2005	14.31	-10 %	138.49	14 %	12.73 %

資料來源：MIC，2004年8月

2. 線上遊戲

（1）發展歷程

- 由 MUD 演進而來的線上遊戲

所謂線上遊戲(Online Game)是指，個人用戶從客戶端安裝遊戲程式後，經由網際網路連線至遊戲公司之遊戲伺服器端，始能進行遊戲，且遊戲中所有變動的數據資料，均保留於遊戲公司之伺服器中。

線上遊戲的發展源頭為 MUD(有 Multi user Dialogue、Multi user Dugeon 與 Multi user Dimension 三種解釋)。早從 1979 年英國 Essex

大學，由兩位學生完成了此種類似聊天室的遊戲程式，遊戲模式為在伺服器主機端建立一個虛擬世界的資料庫，在其中設定許多限制條件與遊戲規則，再由玩家透過網路連結至其中與資料庫進行冒險，開始與其他玩家進行互動與交流；在進行 MUD 遊戲時，是藉由文字訊息的傳達，玩家必須閱讀伺服器端傳來的文字訊息，並且自行輸入文字指令，加上對此虛擬世界進行揣摩與想像，方能順利進行遊戲。

- MMORPG 為目前主流型態

線上遊戲繼承了原本 MUD 的多人連線概念，並將其原本以文字內容描述的遊戲型態，轉以視覺圖像表現，讓多媒體聲光娛樂效果更進一步。根據目前世界潮流與我國皆同，線上遊戲型態以大型多人線上角色扮演遊戲(Masively Multiplayer Online Role Playing Game, MMORPG)，其他尚有模擬類、策略類、動作類、解謎類以及運動類型等，但所佔比例均遠低於 MMORPG。

(2) 經營模式

線上遊戲必須從網路登入遊戲公司的伺服器，方能進行遊戲，遊戲業者經營方式，不再只是販售遊戲軟體，而是販售遊戲與網路服務之整合套裝產品，網路線路租費、伺服器建置與管理，甚至是系統維護與客戶服務的成本，都必須縝密的規劃。

表 3-8 線上遊戲之價值活動

因素	介紹
遊戲產品	遊戲產品的優秀與否，為最直接吸引玩家的因素。從直接帶給玩家感受的遊戲操作介面、圖形介面、遊戲內容的深度與多樣化，到內部程式碼的撰寫時必須注意的完整性、使用者端與伺服器端的資料交換與處理、網路傳輸速率、延遲處理等考量，都會與遊戲產品的優劣息息相關。

網路服務	穩定而持續的網路服務是線上遊戲的另一要素。以伺服器管理來說，目前大多數業者，為了節省機房設備、網路設備與管理人員之成本，傾向以電信業者 IDC(Internet Data Center)代管的經營方式，僅有少數業者自行架設機房與伺服器。單是上述各項如租用線路、維護主機與客服的開銷累加，就是業者必須每月重大的固定支出，就國外最當紅、使用者人數眾多的「Ever Quest」而言，此類費用便幾乎佔其單月收入的一半以上。
宣傳行銷	宣傳與行銷對任何產品的銷售都是必須的，業者目前主要遵循的獲利方程式為：積極提昇遊戲知名度，使玩家上線，進而形成社群拉力使人氣提高，使消費者的黏著度提高，獲得確實而穩定的收入。
付款方式	線上遊戲的收費方式，目前國內均是以「主程式產品免費，網路服務取價」的方式販售，線上遊戲主程式的部分通常可由遊戲公司之網頁進行下載，或是在零售據點以免費光碟的形式取得，真正屬於購買的部分則在於點數卡，來預付遊戲之服務費用。另外也有部分業者與電信業者或金融業者合作，以小額付款的方式或轉至電信帳單中一同支付。

資料來源：本研究整理

(3) 市場現況

2002 年我國線上遊戲市場仍維持高度成長，成長動力除了業者以行銷活動延續風潮、增加買氣外，提高售價、拓展新客群也是關鍵。例如遊戲橘子將天堂計費由 15 元/12 小時調整為 20 元/12 小時；包月制計費由 299 元/月調整為 369 元/月；以寵物、戀愛等題材之遊戲的推出。然而，隨著市場規模的擴大，業者也開始擔心市場是不是趨於飽和？

- 業者以漸進創新擴大既有市場

線上遊戲的風行，引發了各界的積極搶入。目前最流行、最容易收費的 MMORPG，遊戲風格則不外乎幻想、武俠、可愛三大類，年齡層則集中在 12-26 歲的學生族群，此年齡層已有 1/3 人口每週上網玩遊戲，要吸引新血加入日形困難，市場成長幅度縮小。如何開創新的遊戲風格，吸引新客戶群的加入，成為業者共同的課題。業者為吸引顧客上門，增加營業收入，可說是使出渾身解數，一般而言，不外乎兩大方向。

- 代理技術創新的國外作品

線上遊戲雖然令玩家廢寢忘食的，然而，相較於單機遊戲，尤其是 TV Game，無論是畫面、聲音、動作仍有很大的差距。受限於硬體、網路環境以及軟體技術，過去線上遊戲皆以 2D 為主流，一直到 2002 年才輪到半 3D 的遊戲登場。不可諱言的是，遊戲的畫面精緻與否以及其聲光效果的確是第一個吸引玩家目光的要素，因此國內業者積極向國外尋找技術、畫面精進的遊戲，企圖以此吸引其他遊戲的會員。

- 以經營模式創新創造額外收益

遊戲好不好玩，一半取決於遊戲的精緻度，一半受到遊戲的企畫所影響，而線上遊戲可以不斷改版、加入新劇情與新活動的特性，正可以透過企畫增加並延續其吸引力。線上遊戲發展到現在，已出現了結婚、線上導師等各種新玩法與新角色，也有業者藉著舉辦各種與時事結合的活動，增加客戶黏著度。

(4)未來發展趨勢

從國內線上遊戲的發展歷程，與目前業者的經營動態審視，我

們預測未來可能發展之趨勢有三。

- 線上遊戲媒體化

線上遊戲已儼然成為一個小型的媒體頻道，玩家在進行線上遊戲時，會自然且被強迫的接收遊戲中傳達出的訊息，若為熱門的線上遊戲，此時能傳達訊息的對象群眾更是相當廣大，再加上線上遊戲擁有與玩家互動的特性，能將訊息以背景廣告置入、線上廣播，甚至是特殊事件來傳達，更能使效果深植人心，為遊戲業者或異業合作對象的強勢宣傳媒體。

- 虛擬與實體世界交易的接軌

線上遊戲是以點數卡的點數，作為遊戲進行時數的抵扣，也是玩家直接以實際金錢購買之商品，因此如何增加玩家在點數的加值消費，將是線上遊戲業者思考的方向。例如將點數化為遊戲中的虛擬貨幣、以點數換取遊戲中的虛擬道具等，或者可利用點數與遊戲中的虛擬貨幣，作為換取實體商品的方式，這都將使點數卡的運用不單只在抵扣時數上，更可使遊戲業者的業務型態擴充，增加商機。

- 遊戲服務與類別的整合

未來各線上遊戲業者將可能擁有複數的產品，此時如何整合旗下的產品與服務將會是另一個重點。如同主題樂園的經營一樣，當玩家以虛擬的人物上線之後，此一角色便代表了其在虛擬世界的身分。玩家可利用此角色進行不同遊戲或服務，例如進行遊戲 A 結束之後，此角色可繼續走入遊戲 B，但時空背景或角色裝扮可能有所改變，結束之後可再進入聊天中心，與同樣在虛擬世界中的其他角色交流等等。

(5)結語

根據英國 Juniper Research 的最新調查報告顯示，遊戲產業將超越電影及音樂成為全球最大的娛樂產業，2008 年時的整體產值預估將達到 350 億美元。國內線上遊戲的開始時間點可謂在世界之前端，而在近年的發展下，遊戲型態、玩家認知以及產業生態上，也都逐漸到達穩定而成熟的階段，甚至由此轉變了部分社會對遊戲產業長年來的負面形象。

但是，從代理遊戲比例仍過高的情形，以及歐美國家遊戲產業

趨勢轉換至線上遊戲的速度來看，未來國內線上遊戲新進業者與既存業者，必須重新審視自身擁有之能力，並積極改善目前的缺失，不單從企業經營的角度，更要從遊戲的本質與玩家的需求進行研究，擴展新的視野與思維，使我國線上遊戲能發展的更完備，成為擠身世界之林的利器。

表3-9　1998~2006年我國線上遊戲規模預測

單位：億新台幣

	線上遊戲	年成長率	電腦遊戲(含線上遊戲)	線上遊戲佔電腦遊戲之百分比
1998	--	--	28.09	--
1999	0.9	0	34.85	2.58 %
2000	4.81	534 %	42.83	11.23 %
2001	17.1	355 %	49.40	34.61 %
2002	41.04	140 %	62.39	65.78 %
2003	68.71	67 %	88.34	77.78 %
2004	83.14	21 %	99.04	83.94 %
2005	98.10	29 %	112.41	87.27 %
2006	153.16	28 %	172.94	88.56 %

資料來源：MIC，　2004 年 7 月

3.2 盜版產業現況

3.2.1 盜版產業分類

盜版產品其實並不是在這幾年才出現，早在十幾二十年前，電腦尚未普及的時候，盜版錄音帶、錄影帶與卡匣式遊戲，在夜市就已經處處可見，只不過當時的盜版品質比起正版品，還是有一段差距，兩者之間還是存在某種程度的市場區隔，所以當時的盜版品對正版雖然存在威脅，但程度有限。然而隨著科技的進步，訊號由類比轉向數位，載體由錄音帶、錄影帶轉向光碟，盜版業者的技術亦不斷創新，藉科技的進步取得廉價的設備，使其盜版之產品品質跟

真品幾乎已可並駕齊驅，故除了出售以壓片或燒錄生產的光碟裸片之外，還出現了所謂擬真仿冒。而近幾年來，隨著網路的興起，盜版業者又乘上這股網路風潮，經營模式持續創新，出現以主從架構式的檔案傳輸技術、P to P 點對點的互連技術等科技為經營主軸的網路公司，由於其產品以數位訊號的形式傳遞，此一新型態的業者，對傳統的內容業者帶來更大的挑戰。故就光碟內容之盜版而言，依其產品型態之不同可區分為實體盜版與網路盜版。其中網路盜版又包括主從架構與 P2P 架構二類；實體盜版則有完整仿冒、非完整之壓片仿冒、燒錄盜版三類。如下表所述：

表 3-12 盜版分類

網路盜版	主從架構
	P2P 架構
實體盜版	擬真仿冒
	壓片仿冒(非完整)
	燒錄盜版(非完整)

資料來源：本研究整理

（一）網路盜版

網路盜版係由企業或個人提供無實體的網路通路給消費者，讓消費者進行光碟內容的複製與交換，提供網路盜版之產品者，依其技術之不同，可分為主從架構與 P2P 架構二者，而 P2P 架構又可分為集中式與分散式二者。

（二）實體盜版

實體盜版主要是以較低廉的價格提供複製的光碟給與消費者，這一類的盜版者生產有實體的產品，且通常以企業化的方式經營，此類提供實體盜版之產品者，依其生產型態之不同，大致可分為下列三種:

1.擬真仿冒

其定義為：完整的仿冒，使得消費者、正版廠商的銷售人員都

難辨真偽，需要送回公司方能辨識者稱之。此種仿冒從光碟本身品質開始，到防偽標籤、外部彩盒包裝、產品授權書、產品價格、產品搭售方式、行銷通路等一系列的完全仿冒，讓消費者無法辨認仿冒品與真品的差異。仿冒的體系為智慧型的跨國合作，並進入合法的銷售通路，主要銷售至歐美等對於智慧財產觀念較深的國家。

2.壓片仿冒(非完整)

其定義為：以壓片方式大量生產仿冒品，光碟表面以粗劣印刷方式呈現，包裝僅以簡單之塑膠袋、紙卡套處理，消費者能輕易分辨其為仿冒品。此類仿冒方式較不注重光碟外部的包裝，而僅以母片開模的方式，大量生產製造仿冒光碟片，壓片的生產速度大概六到十秒就一片，壓片之品質優於燒錄式光碟，目標客戶群在於僅需光碟內容而不在乎外觀、版權問題的消費者。

3.燒錄盜版(非完整)

其定義為：以燒錄方式生產仿冒品，光碟表面未印刷，或僅以粗劣印刷方式呈現，包裝僅以簡單之塑膠袋、紙卡套處理，消費者能輕易分辨其為仿冒品。燒錄盜版所需的生產設備價格低廉，不需投入大量的資金，故此類盜版者從有組織的企業體到個人皆可實施，盜版內容也更加豐富。一台燒錄機的燒錄速度大概三四分鐘一片，通常用於較小規模的生產，並以低價位行銷國內。

3.2.2 盜版產業之經營模式

（一）網路盜版

1.主從架構

經營模式主要可分三種，即非營利經營、會員制、收取廣告業主費三種。

經營模式	介紹
非營利經營	● 以 FTP 或架設網站的方式分享檔案。 ● 多為提供朋友或有同樣興趣的人交換檔案之用。 ● 主要多為學生架設

	● 規模不大，但由於技術門檻不高，架設的人不在少數，對於正版市場仍有相當程度的傷害存在
會員制	● 架設網站 ● 以收取固定會費方式經營
收取廣告業主費	● 架設網站 ● 向使用者收費，利用免費下載檔案的方式吸引大量使用者瀏覽網站使用，再以廣告介面向廣告業者收費

2.P2P 架構

經營模式主要可分兩種，即會員制、收取廣告業主費兩種。

經營模式	介紹
會員制	● 以收取固定會費方式經營 ● 例如台灣的 kuro、EZpeer
收取廣告業主費	● 向使用者收費，利用免費下載檔案的方式吸引大量使用者使用，再以廣告介面向廣告業者收費 ● Napster、MMO 即是採用此法獲利

P2P 代表廠商經營模式比較。

公司	技術	檔案類型	經營模式	現況
Napster（美）	集中式 p2p	音樂	收取廣告業主費	轉向合法方式經營
KaZaA	分散式 p2p	音樂、軟體、視訊、電影	收取廣告業主費	與唱片業者纏訴中。
Kuro	集中式 p2p	音樂、影像	會員制	IFPI 提出告訴
EZpeer	集中式	音樂、影	會員制	IFPI 提

	p2p	像		出告訴

（二）實體盜版

1.擬真仿冒

目前的擬真仿冒多屬跨國性集團式經營，已形成兩岸三地國際產銷分工體系：台灣出母片，大陸壓片、印刷，香港出口至世界各國；藉巨細靡遺的完整仿冒銷售至國外，以真品的價格販賣，獲取超額利潤。

2.壓片仿冒(非完整)

壓片仿冒主要銷售市場的在台灣，且具有完整上、中、下游之產銷體系，採本土化集團式經營，使用國外進口的壓片專用機器，追求低成本、大量生產的製造方式，再透過其中下游多樣化的行銷管道，例如：郵購、網路、夜市等，銷售其盜版軟體。

3.燒錄盜版(非完整)

燒錄盜版由於技術簡單，生產設備取得容易，故多半以個人化或家族式經營居多，以自產自銷的模式最為常見，燒錄盜版不需多花成本在母片開模上，所以能夠盜版更多樣化的產品，以小量多樣的產品獲取利潤，其經營範圍從軟體、遊戲，到音樂、影視都有，較不受正版產品本身的銷售量所限制。

3.2.3 盜版產業行銷模式

（一）網路盜版

1. 主從架構

Product	由於生產不需成本，其產品廣含軟體、影像、音樂，甚至連書籍亦有盜版。
Price	收費方式主要有會員制以及向廣告主收費二種，然無論何種方式，其價格均較正版商或實體盜版

	商有競爭力。
Place	以網路方式經營，無實體通路。
Promotion	由於此類型經營者為非法經營網站（俗稱黑站），無法循一般行銷管道推銷其產品，因此其銷售方式多循地下管道為之。主要手法有以下三種： 口耳相傳：利用使用者『口碑』介紹，在朋友、同事、同學等團體流傳 垃圾郵件：利用大量發送垃圾郵件，告知使用者產品訊息 網站聯盟連結：利用非法網站間彼此互建連結的方式推廣自己的網站。

2. P2P 架構

Product	其產品廣含軟體、影像、音樂。
Price	收費方式主要有會員制以及向廣告主收費二種，然無論何種方式，其價格均較正版商或實體盜版商有競爭力。
Place	以網路方式經營，無實體通路。
Promotion	以電視廣告、網路廣告等方式大舉促銷

（二）實體盜版

1. 擬真仿冒

Product	完整仿冒多半以商用軟體為主，因為西方社會重視授權書（使用合約），完整一套的仿冒比較有銷售市場，所以通常銷到歐美的盜版軟體是用完整仿冒的方式。除了實體的仿冒外，還包括包裝彩盒、授權書以及防偽標籤等，也都是仿冒的。
Price	以正版產品的價格為標準，酌量的採取折扣或減價等定價方式，但基本上與原版產品之定價相去不遠。
Place	完整仿冒的商用軟體一般賣到歐美去之後有兩種情形：一種是賣給公司行號作為企業的軟體；另

	一種是藉著正常通路、像是電腦軟體專賣店或超市等，切入鋪貨，擺在貨架上販賣，或在網路上販賣
Promotion	完整盜版品之行銷，通常會比照正版產品之促銷模式，包括搭配銷售的軟體、銷售贈品等等，以讓消費者無法分辨何者為正版何者為盜版。

2. 壓片仿冒(非完整)

Product	因為壓片盜版之生產成本高於燒錄盜版，故壓片技術生產的產品，其條件為市場規模要夠大，且母片品質要佳，所以通常用於生產音樂類光碟，上映中電影，或是熱門的遊戲軟體為主。
Price	非完整壓片盜版不重視外部包裝的仿冒，也無所謂防偽識別的仿冒，故其售價低於完整盜版，但由於需負擔射出成型機等機具原料之費用，所以價格略高於燒錄式盜版
Place	音樂與電影以夜市為主要通路，遊戲則大多鋪貨於玩具店、書店、光碟出租店等，品質較好的壓片仿冒則可外銷至海外。
Promotion	主要利用郵寄 DM、網路郵件、夾報、口耳相傳等地下管道。

3. 燒錄盜版(非完整)

Product	由於燒錄設備的取得容易且價格低廉，所以燒錄仿冒的產品不在乎市場規模是否夠大，母片品質是否夠好，其產品線的廣度也較大，從音樂、電影、到遊戲、軟體都有。
Price	燒錄仿冒的成本低，技術層次也不高，所以其價格相對於其他仿冒方式而言，普遍低廉。
Place	燒錄盜版又可分為組織型與個人型，所以其通路從組織型的夜市、書店、玩具店、郵購、到個人型的網路購物、學校、同學間的銷售都有。
Promotion	主要利用郵寄 DM、網路郵件、網站廣告、口耳相傳等地下管道、或夜市。

3.3 廠商反制著作權侵權之策略手段

正版商因應鬼魅競爭，所採取的手段大致可以分成三類，即科技面、法律面以及經營管理面三個方向，以下分別介紹之。

3.3.1 科技面

(一) 發展防偽、防盜科技

正版商為了避免盜版，遂發展各類防偽、防盜技術。例如微軟就對其光碟進行高科技防偽處理，而唱片界 CD 易曾推出燒錄的過程中加入防盜科技壓製的 CD。但是這些技術通常是『防君子不防小人』，有心人士若真想要破解，仍有方法破解。

(二）採用流式技術的遊戲軟體(Game On Demend)

目前單機版遊戲軟體商，開發出一種流式技術(GOD)銷售遊戲軟體，遊戲銷售商提供不同的包月與計時收費機制，並根據消費者目前遊戲的發展過程，向電腦發送必要的部份遊戲軟體，分段下載軟體，而不採以往套裝銷售的方法。

3.3.2 法律面

(一)訴訟手段

為了防堵著作權侵權，正版商遂成立了各類反仿冒聯盟，對各類盜版商提出告訴，試圖以法律手段防堵著作權侵權的猖獗。國內相關反仿冒聯盟如下表所列：

表 3-13 國內相關反仿冒聯盟

名稱	產業
BSA	軟體業
IPAPA	軟體業
IFPI	音樂產業
MPA	電影產業

全員集合	音樂產業

資料來源：本研究整理

目前針對這些遊說團體的主要訴訟目標可分為三類，即經營者、法人、個人使用者三類，以下即分別針對此三者分析之：

1.針對經營者

- 實體著作權侵權

針對經營實體盜版產業的業者，正版商採行的手段不一而足，有些是堅持採取法律訴訟手段，例如 IFPI，有些則是以和解為主。採取不同手段的原因主要是各權利團體的考量點不同，以 IPAPA、全員集合為例限於實力有限，其多採取和解手段，如此一來雖說可以拿到和解金，但對於實際抑止著作權侵權的效果，卻令人質疑。另一方面，IFPI、BSA 等組織由於經費充足，多採取不和解態度，且強調刑事手段，以收對於盜版業者的嚇阻之效。

表 3-14 國內權利人團體與其採用法律手段

名稱	手法
BSA	對於企業可以和解，但盜版商不可和解
IPAPA	以本土軟體公司為主，由於人手、資金有限，顧常採和解方式。
IFPI	堅持不和解，主打刑事手段。
MPA	堅持不和解
全員集合	以和解為主

資料來源：本研究整理

- 網路著作權侵權

針對網路盜版業者的法律訴訟，國外權利人提起訴訟的對像是以集中式系統的業者為對象，例如 nasper 即為一例，但在中央控制式的 p2p 系統逐漸瓦解後，剩下的即為分散式架構，由於分散式架構難以追尋其來源，於是在這方面的注意力漸漸減少，使得權利人另尋他對象提出控訴。國外著名個案羅列如下：

表 3-15 全球網路著作權侵權案件

案件	所屬國家	簡介
mymp3.com	美國	主從架構。 權利人團體勝訴。
Napster.com	美國	集中式。 權利人團體勝訴。 後遭購併，現採合法方式經營。
MMO	日本	集中式。 權利人團體勝訴。 停止服務。
soribada.com	韓國	集中式。 初審權利人團體勝訴，上訴中。
KaZaA	荷蘭	分散式。 爭訟中，美、荷宣布不構成侵權。
Gnutella	美國	分散式。 美判決不構成侵權。

資料來源：本研究整理

另一方面，在國內，士林地方法院檢察署檢察官於 2003 年 12 月初對國內 P2P 業者 EzPeer 及 Kuro 以違反著作權法 91 條第 1 項、第 92 條第 1 項、第 94 條提出公訴，並對各該公司科以同法 101 條第一項、第 94 條第一項所規定之罰金。[4]

2.針對法人

- 實體著作權侵權

實體著作權侵權針對法人的法律手段一直是正版業者的重點，尤其在商用軟體業，更將其視為主要的目標對象。但與對付盜版經營商不同的是，針對法人著作權侵權，尤其是企業公司，權利人團體例如 BSA 多可接受和解的解決方式。

- 網路盜版

在國外，如前所述，由於分散式架構業者難以追訴，故權利人將目標轉向其他可能對象，其中之一即為法人團體，由於法人並沒有直接對權利人侵權的行為，故判斷標準是以法人是否應該對員工或學生的行為負責為標準。而法院在判斷法人是否需要對其所屬個人的 P2P 使用行為負責，判斷條件如下表所列：

[4]於起訴書中指出：「其所使用之「點對點連結（Peer to Peer)」檔案傳輸技術，並非係無集中管理機制之「分散式點對點連結」檔案傳輸技術(如 KaZaa、Gnutella 等檔案資源分享應用軟體)，而係屬「混合式點對點連結」檔案傳輸技術. . 此一檔名索引伺服器之資料庫則扮演整個重製、下載過程之關鍵媒介角色，告知各飛行網公司線上會員何處即另一線上會員之磁碟機特定資料夾中存在搜獲之 MP3 格式音樂檔案，當某一會員確定要從其他會員處重製該 MP3 格式音樂檔案時，兩者之電腦即透過被告飛行網公司之「檔名索引伺服器」建立直接 TCP/IP 連線，並進行 MP3 格式音樂檔案之傳輸，非有被告飛行網公司之檔名索引伺服器之協助及助成，會員無由知悉其他飛行網會員個人電腦中，所儲存之 MP3 格式音樂檔案名稱、存取路徑及 IP 位址. . . 遑論進一步為會員與他會員已上網電腦間節點建立連線，再實施非法重製、公開傳輸本件告訴人等享有著作財產權之眾多音樂詞曲著作物. . 。」

表 3-16 法院判決條件

條件	判斷準則
contributory infringement	是否員工或學生有直接侵害行為： 是否員工或學生有直接侵權的足夠知識 學校或公司是否有持續性參與直接侵權活動
vicarious liability	是否學校或公司有權利控制員工或學生的網際網路行為？ 是否學校公司有權利在員工或學生的網際網路侵權行為中獲利？

資料來源：本研究整理

由於以上的條件難以證明，故法人難以成為權利人提起訴訟的對象。

3.針對個人

- 實體著作權侵權

目前針對個人使用燒錄機的盜版行為，權利人團體無明顯之行動方針。

- 網路著作權侵權

國外亦有嘗試針對個人提起訴訟，根據 NET 法案，權利人可以直接對侵權人提出訴訟，但是由於 NET 法案法案要求侵權人必須『蓄意侵權，且價值在 1000 美元以上，而且所有侵權行為必須是在 180 天內完成』，此條件使得舉證上有困難，且此行為亦可能會造成權利人的公關問題的惡夢，使得權利人在針對此項問題時不得不採取小心謹慎的態度。但近日來 IFPI 國際總會宣佈，將在丹麥、德國、義大利、加拿大展開控告非法檔案分享個人用戶的行動，此行動是否表示整個法律訴訟的目標將轉至使用者上，相當值得觀察。

在國內方面，幾年前的成大 MP3 事件，使得 IFPI 成為國內輿論眾矢之的，使得國內權利人團體對於針對個人使用者，尤其是學生，提出告訴更加小心，但近日 IFPI 亦針對個人使用者提出了告訴，未來如何演變，仍然值得觀察。

(二)行政立法手段

所謂行政立法手段指的是利用遊說人團體（lobby）或利用政府壓力使他國訂立有利於權利人團體的法令。在國外方面，美國最近訂定有關於 P2P 問題的法令，如下表。

表 3-17 美國相關法案

法案	簡介
consumer broadband and digital television promotion(CIBTPA)	此法令要求數位媒體製造商整合政府指示的著作權保護系統。
P2P piracy prevention act	此法令允許權利人可以針對侵權者的行為，以自我幫助的技術加以排除。

資料來源：本研究整理

3.3.3 經營面

1.影音業者(電影、音樂)

- 合法授權音樂下載機制

網路下載音樂已經成了大勢所趨，下圖為美國及歐洲線上音樂市場之預估產值成長圖，相較於實體銷售市場近年來疲軟的走勢，線上音樂市場成長可為十分有潛力。

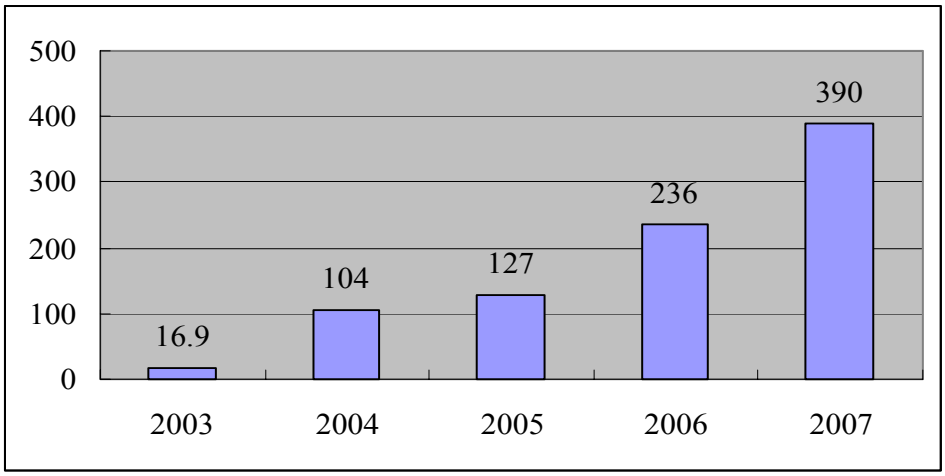

圖 3-1 美國線上音樂產值成長圖（單位：百萬美金）
資料來源：Forrester Research，資策會 MIC 整理；2003 年 8 月

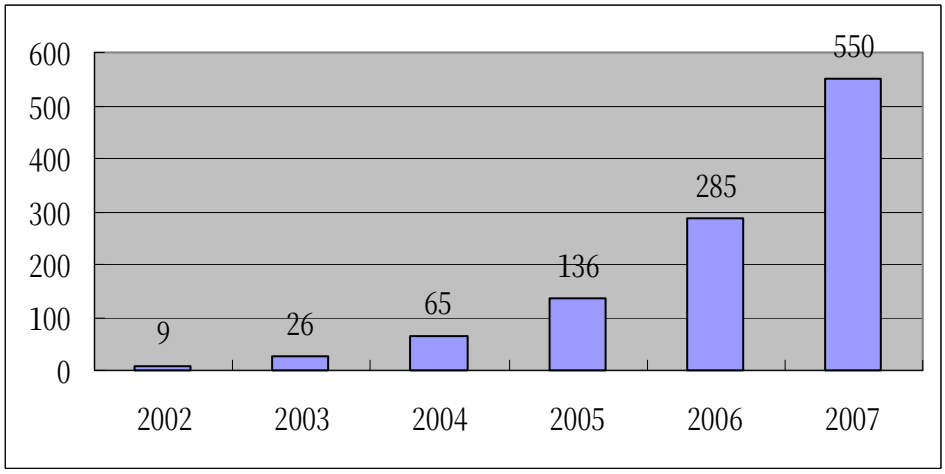

圖 3-2　歐洲線上音樂產值成長圖（單位：百萬歐元）
資料來源：Jupiter Research，資策會 MIC 整理；2003 年 10 月

針對此潛力十足的市場，合法正版業者也開始對此市場進行試探性動作。蘋果電腦（Apple Computer）在 2003 年 4 月推出第三代 iPod，並同時推出的 iTunes Music Store 付費音樂下載服務，說服全球 5 大音樂出版商提供付費檔案下載服務；2003 年 4 月底推出 iTunes 網路音樂下載服務，採單曲零售方式，讓客戶可以每首 0.99 美元的價格購買音樂檔案，下載後可自行燒錄成 CD，並可以轉拷到其他電腦。但此項服務僅限於 Apple 電腦用戶使用，且僅允許轉拷到 3 台已註冊的 Mac；而利用 iPod 下載時，音樂檔案也受「只進不出」的限制。這些防範措施使得消費者無法隨意在線上大量進行交換，也是使得五大唱片公司願意授權 iTunes 提供音樂檔案供用戶下載的主因。

該服務自開張以來，11 週內已累計 653 萬首線上音樂銷售量，現仍持續每周平均 45~50 萬首歌曲的水準。其爆發性的銷售量樹立了線上銷售音樂的良好典範。

表 3-18 iTunes 發行前 11 週銷售狀況

週數	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
銷售量（百萬首）	100	100	65	50	50	48	48	48	48	48	48

資料來源：本研究整理

全球市佔率不到 3%的 Mac 用戶所締造的亮麗銷售成績使得線上音樂成為眾所矚目的獲利新標的。受到 Apple 推出 iTunes 的成功所激勵，唱片公司更加積極地與線上音樂服務業者合作提供授權下載音樂檔案的服務，包括與原來提供免費交換檔案平台的 Napster、軟體大廠 Microsoft、唱片行 Virgin Megastores 等合作共同推出網路唱片行，另外如 Sony、Amazon、RealNetwork、Wal-Mart 甚至電腦直銷商 Dell 都計劃要推出線上音樂下載的服務，Apple 本身也趁勢於 10 月推出了適用於 Windows 2000 及 XP 的 iTunes

軟體。iTunes 所引起的線上音樂銷售熱潮由此可見一斑。

表 3-19 美國合法線上音樂服務者銷售模式

網路唱片行	提供歌曲數	合作唱片公司	銷售模式
EMUSIC	超過 20 萬首	超過 900 家獨立唱片公司	提供給註冊會員 $9.99/月
Rhapsody/Listen.com	超過 33 萬首	五大唱片公司及其他獨立唱片公司	提供給註冊會員 $9.95/月
Musicmatch MX	超過 20 萬首	五大唱片公司及其他獨立唱片公司	$0.99/首
BuyMusic.com	超過 30 萬首	五大唱片公司及其他獨立唱片公司	$0.79~1.15/首
MusicNet	超過 35 萬首	五大唱片公司及其他獨立唱片公司	提供給註冊會員 $8.95/月
Liquid Audio	超過 30 萬首	五大唱片公司及其他獨立唱片公司	$0.99/首
iTunes	超過 20 萬首	五大唱片公司及其他獨立唱片公司	$0.99/首
Napster	超過 50 萬首	五大唱片公司及其他獨立唱片公司	同時有包月及單曲銷售

資料來源：U.S Bancorp，資策會 MIC 整理；2003 年 09 月

台灣方面，BENQ 亦推出了類似的產品 QBEN，並請到了當紅偶像蔡依琳為其代言。雖然正版商努力發展合法的授權機制，但由於正版商所推出的合法下載機制每首約 0.99 美元，相較於盜版商每

月 99 元無限下載，價格仍偏高，故市場仍對此機制存觀望態度。目前台灣市場合法下載廠商如下所列：

表 3-20 收費機制

廠商	收費機制
iMUSIC	每首歌將收費新台幣 6～20 元不等
BENQ	約每首 20 元

資料來源：本研究整理

除了音樂下載之外，片商也推出電影的網路下載，目前下載電影的網站包括付費與免費兩種，主要以美國片商為主，付費網站有 Holleywood Reporter、Cinema-now.com、IMDb.com 等，免費下載者有 AOL movie Fone、Holleywood.com、Yahoo!等

表 3-21 收費網站

站名	收費方式	付費會員
Cinema-now.com	$9.95/m	1000
Holleywood Reporter	$1.95/m+PPV	-
IMDb.com	$12.95/m;$99/y	-
Kkrs.net	$4.5/m	753
Movie-flix.com	$595/m	6500
Movie-link.com	$1.99for 6days	-

資料來源：本研究整理

表 3-22 免費網站

站名	會員數
AOL Movie Fone	3 百萬

Atom Films	3 百萬
Ifilm.com	4.5 百萬
Holleywood.com	6 百萬
Yahoo!	6 百萬

資料來源：本研究整理

- **市場策略**

唱片業近年來常以老歌重出的方式，邀請老一輩歌手重出江湖。其著眼點即在於盜版或網路下載主要皆來自年輕人，中、老年人使用頻率較低。故以老歌重出方式吸引這些較不會購買盜版的客戶群。但此方式只是治標不治本，終究非長遠之計。

- **增加產品附加價值**

由於盜版產品較重視功能，而非包裝或售後服務。故正版唱片業業者即著力於此點與盜版商做出差異化的服務。例如，在歌手唱片中附海報或各類紀念品，吸引歌迷購買。

- **改變銷售模式**

由於盜版乃源於產品的曝光，一但產品上市就有被盜版的風險，故正版唱片業者近來推動所謂「預購服務」，在產品還未推出前，提供消費者多樣的贈品，如贈送海報、偶像商品等等，以吸引消費者預先在唱片還未曝光之前付款訂購，並以廣播、電視等撥放音質較差的方式進行唱片宣傳，以降低盜版者盜拷的意願。於訂購期過後，唱片公司已預售出部份唱片以後，才將新唱片上架，降低盜版的上市速度。

- **多角化新通路**

為因應盜版競爭產生的唱片不景氣，部分唱片業者開始轉向經營行動娛樂服務通路，結合流行音樂、電視偶像劇和動畫，透過手機平台提供數位娛樂服務，例如滾石移動。

- **合法授權權利金**

唱片業者逐漸將重點置於授權金經營的部分，例如對ｋｔｖ業

者所採用伴唱帶之授權，以及各種週邊產品之肖像授權

- **改版**

正版商將相同之產品，不斷的更換其包裝、設計，在每個不同版次附贈不同的商品，以增加擬真仿冒的成本，並藉多種版本的更換，累積正版品新品上市的嘗鮮期，以刺激消費者對正版的購買慾望。

- **其他**

許多唱片業者在對政府抓盜版的績效感到失望之餘，許多人開始設法自力救濟，例如江蕙在發行個人專輯之後，所屬唱片公司便自掏腰包組成抓盜版大隊，在全國各大夜市追查是否有此專輯的盜版流入市面。又如 2003 年中曾傳出有演藝圈人物自行針對市場上的盜版唱片進行反制，以組成「抓盜版黑衣巡邏隊」的方式在各大夜市站崗巡邏，主要目的在於阻止業者販售游鴻明的《台北寂寞部屋》以及 Celine Dion 的《真愛奇蹟》（One Heart）盜版專輯，這也充分顯示出演藝人員對於政府公權力的不信任。

2.軟體業者(遊戲、商用)

- **改變營運模式**

近年遊戲業者已發展出線上遊戲模式，其主要獲利是來自於收取月費，成功的迴避了盜版的問題，使得遊戲業者的產值近年來不斷上升。遊戲業者成功模式實值得其他數位業者思考。

- **提供加值服務**

強調售後服務，例如維修、使用者教育或下載更新....等加值服務。

- **改變經營通路**

由於盜版遊戲光碟佔據正常通路，部分遊戲商開始另闢新通路，以遊戲雜誌打入書報攤通路，再將遊戲光碟夾帶在雜誌中，因為價格壓低到與盜版相近，加上雜誌銷售佳，逼使原被佔據盜版之通路商重新尋求正版的供應。

- **差別取價**

針對不同使用者不同的價格彈性，訂定不同的價格策略。最有名的例如微軟與交通大學訂定的大量授權專案，此專案即針對盜版中的學生族群訂定出差別取價，股勵其使用正版軟體。另外 Autodesk 亦與與機械業工會合作，提出各種授權的優惠方案。

3.4 法制面改善簡述

3.4.1 九十三年九月著作權法修正內容概述

九十三年八月二十四立法院通過之「著作權法部分條文修正案」，增訂防盜拷措施保護機制、及修正罰則章，以解決現行法所生之問題，並增訂海關對於涉嫌侵害物主動暫緩通關放行之規定及其他有關暫時性重製重製權之排除之規定，而就仲介團體與利用人使用報酬爭議由強制仲裁回歸任意仲裁，就企業使用盜版軟體責任之主觀條件為修正，其相關修正之細項內容說明如後。

3.4.2 各項修正要點說明

一、防盜拷措施之定義及相關規定之增定

（一）第三條增訂第一項第十八款[5]，界定「防盜拷措施」之定義：

按世界智慧財產權組織著作權條約（WCT）第十一條及世界智慧財產權組織表演及錄音物條約（WPPT）第十八條要求對於防盜拷措施必須給予適當之法律保護及有效之法律救濟，爰參考上開條文、歐盟二〇〇一年著作權指令第六條、美國著作權法第一二〇一條、日本著作權法第二條第一項第二十款及韓國線上數位內容產業發展法第十八條及電腦程式保護法第三十條規定，除配合增訂相關條文外，並於本款先予定義。

[5] 著作權法第三條第一項第十八款：「防盜拷措施：指著作權人所採取有效禁止或限制他人擅自進入或利用著作之設備、器材、零件、技術或其他科技方法。」

（二）將第四章之一章名更改為權利管理電子資訊及防盜拷措施並於增訂第八十條之二[6]有關盜拷措施之保護規範：

按著作權人依本法享有著作權，但如其額外再採取防盜拷措施保護其著作者，則除既有著作權保護外，宜再給予額外之保護。又此等保護究與著作權有別，且刑法第三百五十八條駭客處罰條款無法替代著作權法防盜拷措施規定。爰增訂本條，明定防盜拷措施受本法之保護，增訂「防盜拷措施保護」機制，禁止對於著作權人所採取的禁止或限制他人擅自進入著作之防盜拷措施加以破解、破壞或以其他方法規避之，或製造、輸入破解、破壞或規避防盜拷措施之設備、器材、零件、技術或資訊，或提供公眾使用或為公眾提供服務等行為。

二、著作權罰則章之修正

修正罰則章，此為本次修正最具爭議之處：

（一）第九十一條[7]：

1、現行法罰則章九十二年修正通過後，在執行實務上，發生若干困難，包括：「意圖營利」與「非意圖營利」無法明確判斷，此外，現行法五份、五件、新台幣三萬元之規定，未臻明確，適用上亦發生疑義。又依現行法，企業為營業之目的而非法重製光碟（主要是以盜版電腦程式做營業之用），大多數案件被認為屬「意圖營利」，故加重處罰（法定刑上限：五年），

[6] 著作權法第八十條之二：「著作權人所採取禁止或限制他人擅自進入著作之防盜拷措施，未經合法授權不得予以破解、破壞或以其他方法規避之。破解、破壞或規避防盜拷措施之設備、器材、零件、技術或資訊，未經合法授權不得製造、輸入、提供公眾使用或為公眾提供服務。前二項規定，於下列情形不適用之：一、為維護國家安全者。二、中央或地方機關所為者。三、檔案保存機構、教育機構或供公眾使用之圖書館，為評估是否取得資料所為者。四、為保護未成年人者。五、為保護個人資料者。六、為電腦或網路進行安全測試者。七、為進行加密研究者。八、為進行還原工程者。九、其他經主管機關所定情形前項各款之內容，由主管機關定之，並定期檢討。」

[7]著作權法第九十一條：「擅自以重製之方法侵害他人之著作財產權者，處三年以下有期徒刑、拘役，或科或併科新臺幣七十五萬元以下罰金。意圖銷售或出租而擅自以重製之方法侵害他人之著作財產權者，處六月以上五年以下有期徒刑，得併科新臺幣二十萬元以上二百萬元以下罰金。以重製於光碟之方法犯**前**項之罪者，處**六月以上**五年以下有期徒刑，**得**併科新臺幣五十萬元以上五百萬元以下罰金。

著作僅供個人參考或合理使用者，不構成著作權侵害。」

且進入公訴罪（第一百條）之範圍，權利人與利用人反而失去民事和解的空間，對於企業造成困擾。為解決上述問題，此次修正將罰則條文之「意圖營利」與「非意圖營利」及「五份」、「五件」與「新台幣三萬元」的規定刪除。

2、第一項有期徒刑上限修正為三年，罰金刑上限調整至新台幣七十五萬元，依此等規定，一般未涉及銷售或出租之重製，例如一般公司行號之盜版軟體供自己營業之用、影印店之重製等，其最高自由刑為三年，較現行法（五年）為輕。

3、又意圖銷售或出租他人著作而重製之侵害行為，惡性較為重大，著作人所受之損失亦較為嚴重，爰於第二項加重有期徒刑及罰金刑之處罰，以有效阻遏侵害。

4、為有效遏阻盜版光碟的製造，修正條文將可罰性最高的侵害，也就是「為了銷售、出租而盜版光碟」之罰責予以加重，第三項將自由刑下限，從現行法「拘役」提高到「六個月」有期徒刑。

5、至於即使是超越合理使用，構成侵害者，是否舉發、是否處罰，檢察官與法官請考量侵害之金額及數量等，依法裁量。

（二）第九十一條之一[8]：

1、對現行條文有關意圖營利、非意圖營利、五份、新台幣三萬元之修正理由，同第九十一條。第一項併將罰金刑之上限調降為新台幣五十萬元。

2、盜錄、盜版物之大量重製與散布，為破壞我國著作權市場秩序最嚴重之問題，不僅破壞知識經濟產業之發展，亦形成文化進步發展之障礙，應予以禁止，另意圖散布之公開陳列、持有等之行為，為實際散布之前置行為，亦應予以禁止，爰於第二項增設處罰規定。

[8] 著作權法第 91-1 條：「擅自以移轉所有權之方法散布著作原件或其重製物而侵害他人之著作財產權者，處三年以下有期徒刑、拘役，或科或併科新臺幣五十萬元以下罰金。明知係侵害著作財產權之重製物而散布或意圖散布而公開陳列或持有者處三年以下有期徒刑，得併科新臺幣七萬元以上七十五萬元以下罰金。犯前項之罪，其重製物為光碟者，處六月以上三年以下有期徒刑，得併科新臺幣二十萬元以上二百萬元以下罰金。但違反第八十七條第四款規定輸入之光碟，不在此限。犯前二項之罪，經供出其物品來源，因而破獲者，得減輕其刑。」

3、為有效遏阻盜版光碟的散布，修正條文將可罰性最高的侵害，也就是「銷售盜版光碟」之罰責予以加重，將自由刑下限，從現行法「拘役」提高到「六個月」有期徒刑，並加重罰金刑之處罰。

4、按非法進口之真品，法律定位上仍屬「侵害著作財產權之重製物」，但究與盜版品有別，擬予鬆綁，爰增列但書，回歸第一百條本文告訴乃論，另在罰責刑度上，適用第二項規定刑度，較第三項規定刑度輕，以求立法之衡平。

（三）第九十二條[9]

對現行條文有關意圖營利、非意圖營利、五份、新台幣三萬元及自由刑下限之修正理由，同第九十一條。

（四）第九十三條[10]

1、對現行條文有關意圖營利、非意圖營利、五份、新台幣三萬元之修正理由，同第九十一條。另增訂「或科罰金」刑種類。

2、按有關著作人格權之侵害，仍有處罰之必要，德國、法國、日本、韓國等各國著作權法制仍賦予刑事處罰制度，此乃係回復九十二年七月九日修正前之條文，而非引進新制。

3、有關第八十七條第二款視為侵害製版權部分，九十二年修正已予除罪化，本條第三款爰予配合刪除。

4、有關明知係非法重製物，意圖以移轉所有權之方法散布而公開陳列或持有者，已規範於第九十一條之一第二項及第三項，爰於第三款增設但書排除之。

（五）第九十六條之一[11]增訂第二款違反防盜拷措施之刑事責任

---

[9] 著作權法第 92 條：「擅自以公開口述、公開播送、公開上映、公開演出、公開傳輸、公開展示、改作、編輯、出租之方法侵害他人之著作財產權者，處三年以下有期徒刑、拘役、或科或併科新臺幣七十五萬元以下罰金。」

[10] 著作權法第 93 條：「有下列情形之一者，處二年以下有期徒刑、拘役，或科或併科新臺幣五十萬元以下罰金：一、侵害第十五條至第十七條規定之著作人格權者。二、違反第七十條規定者。三、以第八十七條第一款、第三款、第五款或第六款方法之一侵害他人之著作權者。但第九十一條之一第二項及第三項規定情形，不包括在內。」

[11] 第 96-1 條有下列情形之一者，處一年以下有期徒刑、拘役，或科或併科新臺幣二萬元以上二十五萬元以下罰金：一、違反第八十條之一規定者。二、違反第八十條之二第二項規定者。

依照 WCT 第十一條及 WPPT 第十八條之規定，對於防盜拷措施，應給周延保護，爰配合修正條文第八十條之二防盜拷措施之增定，明定違反防盜拷措施之刑事責任。

三、其他各項修正說明

（一）、有關暫時性重製於重製權之排除：

就現行第二十二條第三項的暫時性重製於重製權中排除規定，將「使用合法著作」，修正為「合法使用著作」，以確保著作財產權人得以對於「非法使用合法著作」之人之暫時性重製，主張重製權。然而，新法於該項中，對於「網路中繼性傳輸」之暫時性重製於重製權之排除，增列「合法」二字，修正為「網路合法中繼性傳輸」，將導致人人無意間即觸法之可怕後果，蓋「網路中繼性傳輸」為數位網路環境中，資訊傳輸之重要運行，提供「網路中繼性傳輸」服務之業者，如同電訊業者，事實上無從判斷每一傳輸是否合法，基於技術中立之原則，為降低網路服務業者之負擔，有利數位內容產業之蓬勃，不宜僅將「網路合法中繼性傳輸」列為重製權之所不及，而應將任何「網路中繼性傳輸」中之暫時性重製，均排除於重製權範圍，否則將不利數位網路傳輸。新法之立法說明特別引用新加坡著作權法第十五條 1(A)作為參考依據條文，惟新加坡著作權法該條並未有如說明所述僅「網路合法中繼性傳輸」始為重製權所不及之規定。該條文如下：(1A) For the purposes of this Act, reproduction, in relation to any work, includes the making of a copy which is transient or is incidental to some other use of the work.，其引述顯有失真。

（二）、刪除表演人享有公開演出之報酬請求權：

修正前第二十六條第四項於九十二年七月修正時，原增訂規定為：「前項錄音著作如有重製表演之情形者，由錄音著作之著作人及表演人共同請求支付使用報酬。其由一方先行請求者，應將使用報酬分配予他方。」此為 WPPT 第十五條所賦予表演人就其錄製於錄音物上之表演，於錄音物被公開演出時，與唱片業者共同享有報酬請求權，惟此次修法卻在唱片業者的壓力下，違反國際潮流趨勢，強力剝奪表演人好不容易獲得的權利。立法理由美其名說明表

演人可藉由契約，從唱片業之收入中分享利益，惟此為國際唱片業於一九九六年 WPPT 通過比來，力阻新賦與表演人特定權利之一貫說詞。事實上，表演人相對於唱片業，多為弱勢，宜明文賦予權利，而非任其與強勢之唱片業洽商不利之契約條件，此項刪除既有權利之修正，表演人從未知悉，也未曾給表演人表示意見之機會，匆促強橫刪除，實為不當。

（三）、增訂海關對於涉嫌侵害物主動暫緩通關放行的規定：

於第九十條之一增訂海關對於涉嫌侵害物主動暫緩通關放行的規定，此一修正主要考量盜版品跨越國境流竄，會擴大侵權規模，故賦予海關對於涉嫌侵害物暫緩通關放行的權限，對於進出口貨物外觀顯有侵害著作權之嫌者，得通知權利人於最短時間內（空運出口貨物：四小時內；空運進口及海運進出口貨物：一個工作日內）到海關協助認定。一方面有效遏止盜版品自我國輸出，在全球造成問題，有損國家形象，另一方面也可確保海關通關作業之順暢，不影響合法廠商進出口商機。

（四）、第八十二條第三項將仲介團體與利用人使用報酬爭議之仲裁回歸任意制。

3.4.3 小結

本次修法增訂防盜拷措施保護機制，規定著作權人所採取防止盜拷的保護措施，應得到權利人的合法授權，才能加以規避或破解。此項修正，主要在符合國內數位產業保護著作權之迫切需求，有助於達成我國「善用網際網路、發展數位產業、電子商務」之「E-Taiwan 願景」，爭取我國數位產業發展之契機。

而罰則章之修正，是否能解決現行法之困難，尚須觀察。其他增訂海關對於涉嫌侵害物主動暫緩通關放行及其他有關暫時性重製重製權之排除、仲介團體與利用人使用報酬爭議之仲裁回歸任意制、企業使用盜版軟體責任主觀條件等條文之修正，亦均符合國際規範，整體而言，此次修正有助於我國數位產業與電子商務之發展；另一方面可改善著作權執行實務，惟此次修法得否得為我國建構一個良好的著作權法制環境，實尚須由執法實務及修正條文於我國法院將如何加以適用為觀察，方得論斷。

第 4 章：著作權侵權對產業經濟之衝擊

根據BSA委託國際數據資訊有限公司(IDC)在2003年所做的一份針對盜版對軟體產業影響所做的調查---「擴張全球經濟：降低軟體盜版的裨益」，發現若能降低盜版率10個百分點，將為台灣增加4,500個新的科技工作機會，並為軟體產業增加81億美金的產值。不論是從研究分析來看，或從政府單位的角度觀察，無論是GDP（國內生產毛額）方面或稅金方面的損失，盜版都對國家及產業競爭力上造成很大的影響，可見透過立法或教育宣導維護軟體產業的著作權，都是政府輔助軟體產業成長，以及增進GDP及稅收的重要做法。那麼，盜版到底對於經濟層面會有哪些衝擊？那麼，盜版到底對於經濟層面會有哪些衝擊？我們將從就業、企業的創新能力、政府稅收、以及國家競爭力等各個層面做討論。

為方便討論，我們主要以BSA和IDC所做的軟體產業調查為討論對象，原因為軟體產業所驅動的資訊科技，普遍被認為是經濟成長與繁榮的主要區動力。因此先認定減低軟體的盜版率，能創造新工作與新商機，進而帶來新的支出與稅收，並振興全世界遲滯的經濟發展。

在BSA和IDC的調查資料中顯示，四年間減低軟體盜版十個百分點對於全世界的經濟影響有：

1. 資訊科技成長隨著軟體盜版減低而加速

2. 較快速的資訊科技成長帶來新工作、稅收、與經濟擴張。

3. 盜版率高的國家藉由減低盜版將可達到最大的利益。

4. 盜版率較低的國家所獲得的利益已被證實。

5. 每個區域都能獲益於盜版的減低。

6. 減低盜版十個百分點是可以達成的。

並且可得出一個實質的數字，即全世界四年間減低盜版十個百分點，將盜版由百分之四十減低至百分之三十，可以增加：

- 一百五十萬份工作
- 六百四十億美元稅收
- 四千億美元的額外經濟成長

參考BSA和IDC的研究結果，我們在此研究報告中會將討論範圍擴展到所謂的「文化創意產業」，來研究這些會受到盜版影響的產業，在智慧財產權保護未經完善下，對就業、企業創新能力、與稅收等層面，會造成多大的影響。畢竟這是最容易受到盜版侵害的產業。然而文化創意產業的定義很多，不同觀點對文化與經濟結合也有不同的主張，我們之所以鎖定文化創意產業的範疇來討論，乃因「文化的經濟效益主要是建立下列三項核心構成元素基礎之上：第一、以創意為內容的生產方式；第二、以符號意義為產品價值的創造基礎；第三、智慧財產權的保障。」(資料來源：文化創業產業專屬網站『文化創意產業推動績效指標研究計畫期末報告』)

4.1 就業層面

在 BSA 與 IDC 於 2003 年「擴張全球經濟：降低軟體盜版的裨益」的調查中，針對盜版降低五個百分點、十個百分點、二十個百分點來看對各區域國民生產毛額與新工作機會的影響。並且所針對的區域包括：亞太區、北美、西歐、東歐、拉丁美洲、中東—非洲等區域的概括性統計。見表 4.1。根據此研究報告裡的描述，由此表可看出，較積極的二十個百分點的減低將在全世界產生逾一萬億美元的額外經濟成長與兩百二十五萬份新工作。五個百分點的適中減低仍能創造實質的經濟利益：挹注將近三千五百億的收益與創造逾一百萬份工作。盜版率每減低一個百分點，就能產生約四百億美元的經濟利益。

表4-1　2002年至2006年間盜版減低的累積利益。對於國內生產毛額的貢獻不包括進口或出口

盜版較大幅的減低帶來更大的利益	減低五個百分點		減低十個百分點		減低二十個百分點	
區域	對國民生產毛額貢獻(百萬美元)	新工作	對國民生產毛額貢獻(百萬美元)	新工作	對國民生產毛額貢獻(百萬美元)	新工作
亞太區	138,920	733,155	169,088	1,100,430	313,791	1,487,264
北美	118,580	77,909	150,922	146,792	400,768	263,102
西歐	71,947	108,094	91,289	202,709	239,945	360,505
東歐	9,169	29,191	11,192	49,279	24,169	75,806
拉丁美洲	5,104	13,709	6,416	25,392	16,456	44,196
中東--非洲	3,695	6,042	4,714	11,192	11,914	19,528
全世界	347,415	968,110	433,619	1,535,793	1,007,043	2,250,402

資料來源：BSA「擴張全球經濟：降低軟體盜版的裨益」調查報告

由於這是針對世界上各大區域的統計，我們希望能針對台灣有自己概略估計的數字，來顯現若有效降低盜版所能造成的影響。因此，以同樣的方法，我們要來看看，以2003年BSA所計算的台灣盜版率43%來看，若在台灣，在音樂、視聽、圖書等產業方面，若盜版可以有效地降低五個百分點，則能帶來多少的新工作機會？我們的統計計算方法如下：

根據主計處2004年12月最新的統計資料，預估2004年台灣的國民生產毛額為3,159億美元，每人國民生產毛額為13,995美元，折合為台幣約為每人468,999元新台幣的每人國民生產毛額。在勞動方面的統計數字，依據主計處2004年最新公布的資料，2004年10月，全國的就業人數為984萬人，而總就業人數以農業、工業、服務業來分。則其中工業就業人數占35.4%，約為3,483,360人；服務業就業人數占58.2%，約為5,726,880人。失業率為4.31%，失業人數為44.3萬人。

但我們要討論的服務業型態，主要著重在音樂、視聽、軟體、

書籍等較偏重於「文化創業類」的產業型態。這種類型也是最容易受盜版影響的產業。根據中華經濟研究院依據財政部財稅資料中心磁帶資料之估算，2002年台灣文化創意產業的就業人數共186,595人，而其所包括的產業範疇有：電影產業、廣播電視產業、出版產業、建築設計產業、廣告產業、設計產業、數位休閒娛樂產業。(註：並不包括軟體產業)。

本研究在此以上述範疇所包含的2002年就業人數來估計，盜版率降低五個百分點對就業人口的影響，因此以186,595人來做就業人口的推估。(註：以此來做推估不免粗糙，在未來的研究中將應有一個較確切的統計標的。)

首先，文化創意產業的就業人口以186,595為基準，乘上每人國民生產毛額13,995美元，則由文化創意產業創造出來的國民生產毛額為2,611,397,025美元。以盜版率為43%來看，這個文化創意產業的國民生產毛額部分，可除以57%來推算在完全沒有盜版情況下的實際國民生產毛額。得出在沒有盜版狀況下，文化創意產業可實際產出4,581,398,289美元的GNP貢獻。因此，若盜版率降低5%，即盜版率變成38%，則文化創意產業所產出的GNP貢獻為4,581,398,289美元 × 62% = 2,840,466,939美元。和原先43%的盜版率相比，多出229,069,914美元的貢獻。再除以現今的每人國民生產毛額13,995美元，則可大略估算出能多新增約16,368個工作機會。也就是，若盜版率能有效降低5%，在台灣的文化創意產業部分，就可以多增加約16,368個工作機會。整理如下，並見表4.2：

(文化創意產業的就業人口) × (每人國民生產毛額) = (由該產業創造出來的GNP)

186,595人 × 13,995美元 = 2,611,397,025美元

(文化創意產業GNP) ÷ (100%-原盜版率43%) = (沒有盜版下該產業能創造的GNP)

2,611,397,025美元 ÷ 57% = 4,581,398,289美元

(沒有盜版下該產業GNP) × (100%-(盜版率43%-5%)) = (降低盜版後該產業GNP貢獻)

4,581,398,289美元 × 62% = 2,840,466,939美元

對國民生產毛額貢獻：

2,840,466,939美元 - 2,611,397,025美元 = 229,069,914美元

能為文化創意產業新增加的工作機會：

229,069,914美元÷ 13,995美元 = 16,368個工作機會

表4.2 盜版率降低五個百分點後對台灣文化創意產業之就業層面的影響

盜版較大幅的減低帶來更大的利益	減低五個百分點(由 43%減低為 38%)	
假設盜版直接對文化創意產業產生影響	對國民生產毛額貢獻	新工作
台灣	229,069,914 美元	16,368

資料來源：本研究整理

將近一萬七千個工作機會的影響是大的。這樣的計算過程或許過於粗糙，但仍可看見盜版為就業層面帶來的衝擊，或是盜版率降低所能為就業市場帶來的效果。這部分還不包括軟體產業的部分，若再加上BSA和IDC2003年「擴張全球經濟：降低軟體盜版的裨益」研究報告中顯示，只要未來能夠降低軟體盜版率10%，將使得台灣在2006年的IT產業總值增加到81億美元，還可以增加4,500個工作機會。因此，總而言之對就業層面的影響，若此計算方式在可合理解釋範圍內，都可以說明，企業主因為盜版的衝擊，而減少原先該有

的產值，因而提供工作機會的機會成本變大。若能有效減低盜版率，對新增就業機會的成效是可預期的。

4.2 企業的創新能力

企業經過複雜且艱難的組織運作，便是希望能藉此帶來利潤，進而維繫並支持企業繼續運作，達到企業的目標。當智慧財產權的保護，因為盜版問題而徹底使這層防護網形同虛設時，使得企業即便是辛苦經營，卻無法從銷售的商品或服務中得到報酬與保障，因此，企業家與員工被迫將大量的時間、資源、與金錢，投資在無利可圖的創意、產品開發和業務上。企業的創新能力到底會因盜版造成多大的傷害，目前沒有一個針對所有企業整理出的統計資料。但盜版問題，所反映出的事實卻活生生地使合法的企業無法從各種運作銷售上得到該有的報酬，進而無法創造更多的機會來與對手競爭，更無法提供最大的利益給消費者。反過來說，如果智慧財產權能得到相當程度的保護，企業和創新者便能從服務銷售中得到報酬與保障，進而能有更多資源來創造新的企業，甚至能雇用更多的人，及產生更多的稅收。

另外一點比較有趣的是，從盜版降低可以增加企業創新能力的觀點來看，根據 BSA「擴張全球經濟：降低軟體盜版的裨益」的調查報告中指出，「事實上，本土性廠商從盜版減低的獲益比外國軟體商為多。雖然外國軟體商的確生產很多在許多國家中使用的軟體，但是他們可以在多重的市場分攤他們的盜版風險。雖然本土的軟體公司直接獲益於盜版的減低，但是實質的利益也因為需求與銷售的增加而直接流向本土的服務與通路業者。例如，IDC 估計套裝軟體銷售的每一塊美元就為當地服務營收產生額外的一塊美元，並且為當地通路營收產生一到二美元。總體而言，四年間減低全世界盜版率十個百分點將在本土營收中產生額外的三千五百億美元。企業可以因為盜版的減低，對內使員工獲得應有的報酬，對外則因合理利潤的獲得，使其能創造出更多新的服務。

「創新」是在高度變動與競爭的環境中，創造並延續企業競爭優勢的必要策略。但對企業的經營者來說，盜版的猖獗將迫使他們必須要分散資源在如何趨避盜版對其造成的傷害。更嚴重的是，盜版所帶來與合法商品的極大價差，使得企業在做正常的行銷上更加

吃力，畢竟對絕大多數的消費者而言，盜版的價格是驅動其購買並使用盜版的最大誘因。再者，盜版的品質更有可能會影響正版廠商的聲譽。因此，盜版問題越嚴重，企業的行銷、創新、內部管理等層面就會越加困難，在如此必須被迫分散資源的狀況下，試問，企業的創新能力該如何能發揮到最大？答案是十分困難的。由此論述可大略明瞭，有效的降低盜版率對企業的創新能力是有正面幫助的。

但是，從另一個角度來看，也有另一種觀點認為盜版的存在反而能激發廠商為了求生存與維持競爭力，而被迫不斷地創新；不但表現在產品上，更表現在經營模式上的創新與突破。侵權者對既有產業產生的衝擊，首當其衝表現在企業的營收數字上，而企業營收的疲弱，連帶削弱了產業原有價值活動各環節的活力。但在另一方面卻激發了產業新價值活動的出現，迫使許多內容產業的經營者，重新思考企業本身的價值活動與經營報酬之間的關連性，希望能以價值重整的方式，規避侵權者的價值竊取與利潤侵蝕。而事實上若創新的經營模式夠好，是有可能避開盜版威脅，甚而回過頭壯大已被盜版侵蝕之產業價值鏈的。曾經飽受盜版之苦的遊戲產業，從網路世界中發現了可靠的價值鏈模式，以遍佈各地的綿密網路咖啡店作為其價值鏈之基本環節，確保了遊戲點數卡與正版遊戲的銷售通路和消費能力，並回過頭來激勵了遊戲開發者不斷投入更多的資源，追求更精緻的遊戲製作。

同樣遭到盜版肆虐的應用軟體業者，則是重新定位核心能力所在的價值活動，從單純銷售獨立型應用軟體的經營模式，將價值版圖擴充到軟體購買後的後續支援性服務，例如軟體更新、問題解決等等。這種將價值活動延伸到產品購買後的服務之價值創新，在財務軟體及防毒軟體業界中尤為明顯，因為這兩種軟體通常必須不斷更新與調整，對後續服務的需求相當的大，而產品的後續服務則是無法盜版的，當提供的後續價值活動對消費者而言價值大於其目前所購買產品之價格，則將大大減低消費者購買盜版之意願。另外一種常見的模式則出現在軟體與硬體之間的價值分配上，企業將軟體搭載在硬體上銷售，硬體變成軟體的客戶，消費者則是硬體的客戶，透過這種方式，消費者買到的是一整套的軟硬體，此時軟體的收費將變得比較容易，但在這種模式中，軟硬體企業間的價值分配則是成敗的重要關鍵。

相較於軟體產業，音樂著作侵權的情況也不惶多讓，由於MPEG壓縮格式的技術發展，一首幾十MB的音樂，可以輕輕鬆鬆壓

縮成幾MB的大小，透過各種方式流傳、販賣，由於音樂檔案格式較小，故透過網路流傳是最常見的模式，盜版業者所提供的低價盜版品，使音樂製作的產銷成本模式面臨嚴苛的考驗，許多規模較小的公司，紛紛轉往專職的發行及經紀公司發展，也有許多的唱片公司在這波盜版的寒冬中停止營業。在過去，唱片公司最主要的收入來源仍在於銷售唱片所賺進的利潤。而目前在面對盜版侵權，但仍苦無有效降低盜版率的良策之情況下，唱片公司目前多採迂迴策略，積極創造唱片銷售以外的收入來源，透過新的價值活動分攤產品開發時所投入之龐大資源，以降低對唱片實體的利潤依賴程度。目前一張新唱片誕生後，通常會衍生出許多的周邊產品，例如音樂偶像劇、演唱會、MV授權金、寫真書等等，唱片公司透過這些較難被仿冒的活動，填補被盜版所侵蝕的利潤。在這一波價值重整中，較為成功的應屬線上音樂商店的興起。

然而這樣一種反向思考與例證，嚴格來講，執行起來是有一定的成本，並且對企業而言，這種情況下的創新要能成功並有所突破，是需要有一些相當的內外在條件的。並且，企業本身對於創新與突破，在沒有盜版的情況下，便有相當的誘因來追求成長與獲利。因此，盜版率實際能夠降低，才是大部分企業能有效發揮創新能力的基礎。

4.3 政府稅收層面

在BSA與IDC「擴張全球經濟：降低軟體盜版的裨益」的調查中，研究出「盜版率越低，資訊科技相關利益則越大。盜版率低的國家大致上享有較多的資訊科技工作、較大的資訊科技產業、與較大的稅收利益。盜版率低的國家由他們國內生產毛額中收到比盜版率高的國家更大的稅收利益」（圖4-1）。在此報告中還指出，「被研究的國家中，十一個軟體盜版率最高的國家（1996年至2001年高達75%或甚至更高）的資訊科技稅收利益，侷限於他們國內生產毛額的0.5%或更少。相形之下，九個軟體盜版率最低的國家（1996年至2001年低於35%或更低）的資訊科技稅收利益，平均為他們國內生產毛額的2.25%。」見圖4-1。從這張圖中可以看出，盜版率低的國家較有辦法擁有較大的資訊科技產業，進而為政府產生較大的稅收比率。

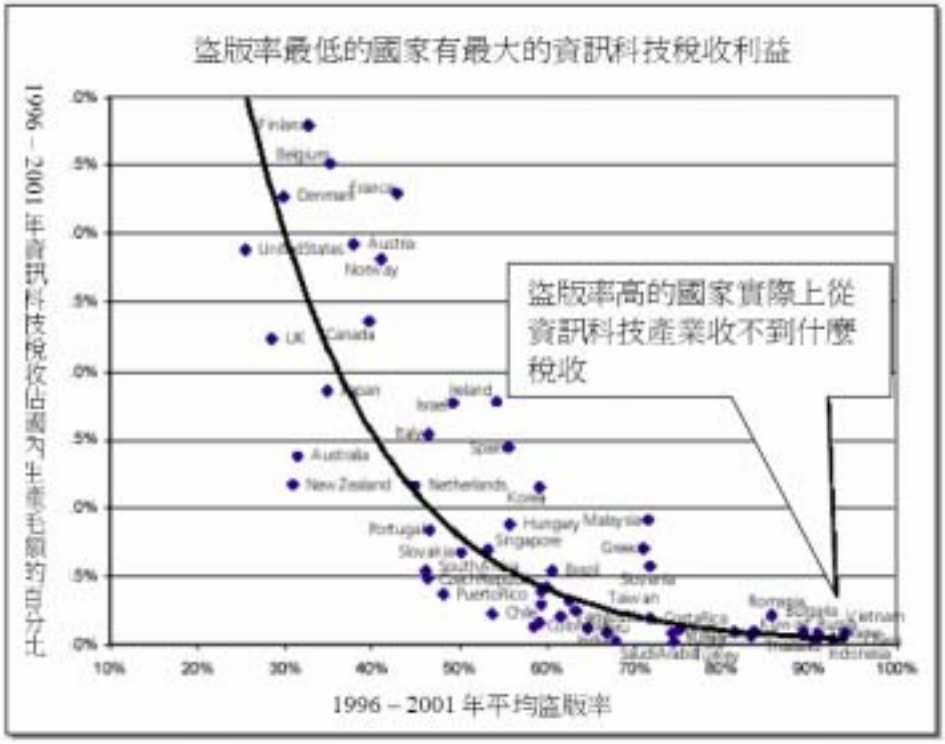

圖4-1 盜版率最低的國家有最大的資訊科技稅收利益

(註：德國最低的盜版率34%與最高達國內生產毛額的5.6%資訊科技稅收不在圖內)

資料來源：IDC數據、BSA研究報告。

然而，我們能夠觀察，以租稅負擔率(租稅占GNP比重)約為12.5%的台灣，(根據行政院主計處民國92年財政統計資料)，以2002年盜版率為43%的狀況來看，若可以有效地降低五個百分點，則能為政府增加多少稅收？我們的統計計算方法如下：

由前面在計算盜版降低五個百分點對文化創意產業的就業層面的影響時，我們有得到一個因降低五個百分點而能對國民生產毛額貢獻----229,069,914美元。因此，我們可以直接算出，這樣一個國民生產毛額的數字差距，剛好能夠大約估算為能夠因盜版率降低而使國家多得的稅收：229,069,914美元× 12.5% = 28,633,740美元。即，若能有效減低盜版率五個百分點，則政府每年可以多得約2900萬美元，折合新台幣為約10億台幣的稅收。至於軟體產業方面，則有BSA曾統計過的資料：台灣從2000年53%盜版率降低到2003年的43%，每降低百分之十的盜版率，本土軟體產業增加10億美元的產

值與政府8700萬美元的稅收…」。

五個百分點可以換來文化創意產業增加10億台幣的稅收，十個百分點可以換來軟體產業增加約30億台幣的稅收。這樣的估算結果是值得人們警惕。在文化創意產業高喊著需要政府當成一隻「看得見的手」，來幫助其培育人才、推動產業、並進而幫助這樣一個產業走出國際之時，另一隻更大的「看不見的手」---盜版，所換來的卻是一比不容忽視的稅收損失。當看不見的手越加剝奪去政府原本還能掌握的資源時，政府該如何著手呢？我們又怎能期望有最高效率的策略執行呢？因此，在政府稅收的層面上，盜版率該降低的必要性又再度顯現。

4.4 國家競爭力

國家競爭力的指標，以瑞士洛桑國際管理學院（IMD）和世界經濟論壇（WEF）從1989年起發展出一套包含：國內經濟實力、國際化程度、政府效率、金融實力、基礎建設、企業管理、科技實力、人力與生活素質等八大類和224個細分類的評比指標最具規模12。WEF於2000年以「成長競爭力指標」代表「全球競爭力指標」，指標內容修正為「經濟創造力指標」(Economic Creativity index)、「財務金融」、「國際化指標」三大項指標。於2001年WEF仍以「成長競爭力指標」代表「全球競爭力指標」，但指標內容再次修改為「科技」、「公共制度」、「總體經濟狀況」等三類13。WEF 修改國家競爭力的衡量指標，顯示強調創造力的知識經濟日益重要。

當全球進入知識經濟時代後，世界各國皆極為重視國家在新時代的競爭能力，特別針對「知識創造」、「知識擴散」與「知識加值」三方面的能力進行評比，例如英國、荷蘭、愛爾蘭與歐盟等國皆進行國家知識經濟的競爭力評比，或是國家創新能力評比（如美國）

---

[12] 參閱：左峻德（1997），國家競爭力和經濟成長率之互動關係-兼論我國競爭力之評比，經濟情勢暨評論季刊，Vol. 2, No 5。http://www.moea.gov.tw/~ecobook/season/ss201.htm

[13] 參閱：林秀英（2001），解讀國家競爭力指標（下），技術尖兵，12 月號，No 84。http://www.st-pioneer.org.tw/modules.php?name=magazine&pa=showpage&tid=1506

等有關的研究與評比14，以瞭解各國在全球競爭時代所佔有的地位。

知識經濟時代的特性，乃是由「投資驅動」階段轉換到「創新驅動」階段，國家的競爭優勢強調「知識」與「創新」，而著作權創意產業的競爭基礎，首推「創新」與「創造」，正符合知識經濟時代的競爭型態。要評估著作權創意產業遭受重製權侵權的影響，本研究嘗試從國家創新系統的模型討論。再者由於個著作權創意產業的統計資料付之闕如，本研究不以數據分析的方式分析著作權產業遭受重製權侵權對於國家競爭力的影響。

如圖4-2，國家創新體系係由創新要素投入、經過創新加值過程，產出創新成果，而創新成果交易將挹注國家的稅收，強化國家投入創新的資源。創新要素由著作權創意產業的產業界面向思考，包含：

- 國家的科技政策面向：為「著作權保護政策」。
- 市場面向：為自由、未受重製侵權的市場交易環境。
- 資金面向：為活絡的資金投入，以供內容創造與研發。
- 人才面向：為量好的創意人才，以及擁有豐富執行能力與經驗的創意產品處理、經營人才。

受到重製權侵權影響，著作權創意產業的市場因為侵權產品充斥而交易規模萎縮，將導致以下的現象：

- 獲利不足以支持持續性的產品創造：由於產業受侵權影響，市場規模縮水，創意產品推出的量與速度皆大幅下降，產品的交易規模亦大幅縮水。
- 因為市場規模萎縮，收益銳減，投資者對未來的獲利產生疑慮，資金募集難度增高。
- 市場萎縮導致企業難以持續營運，著作權創意產業藉由裁員、部門整併、企業合併等方式經營，如此釋出大量的創意人才與創意執行人才。為了生存，人才多數流往大陸發展，間接促使近年來大陸的創意產業蓬勃發展。

著作權創意產業的創新要素投入由於侵權影響，資金、人才、市場皆萎縮，則往後的創意產品的規模大幅縮減，圖4-2 的模型中，右方的創新成果區塊亦隨之萎縮，新創市場的能力亦隨之衰退，進玝國家稅收減少，能投入於創新的國家資源規模縮減，將間

[14] 同前註。

接影響國家競爭力。

依據圖4-2的國家創新系統模型討論著作權重製侵權對國家競爭力的影響，能據以推論國家競爭力將受影響，然而由於缺乏歷年來詳細的產業資訊，也未曾建構詳細的分析模型，因此難以精準的估算國家競爭力所受的影響範圍，建議應以後續的研究持續探索，並建構分析模型。

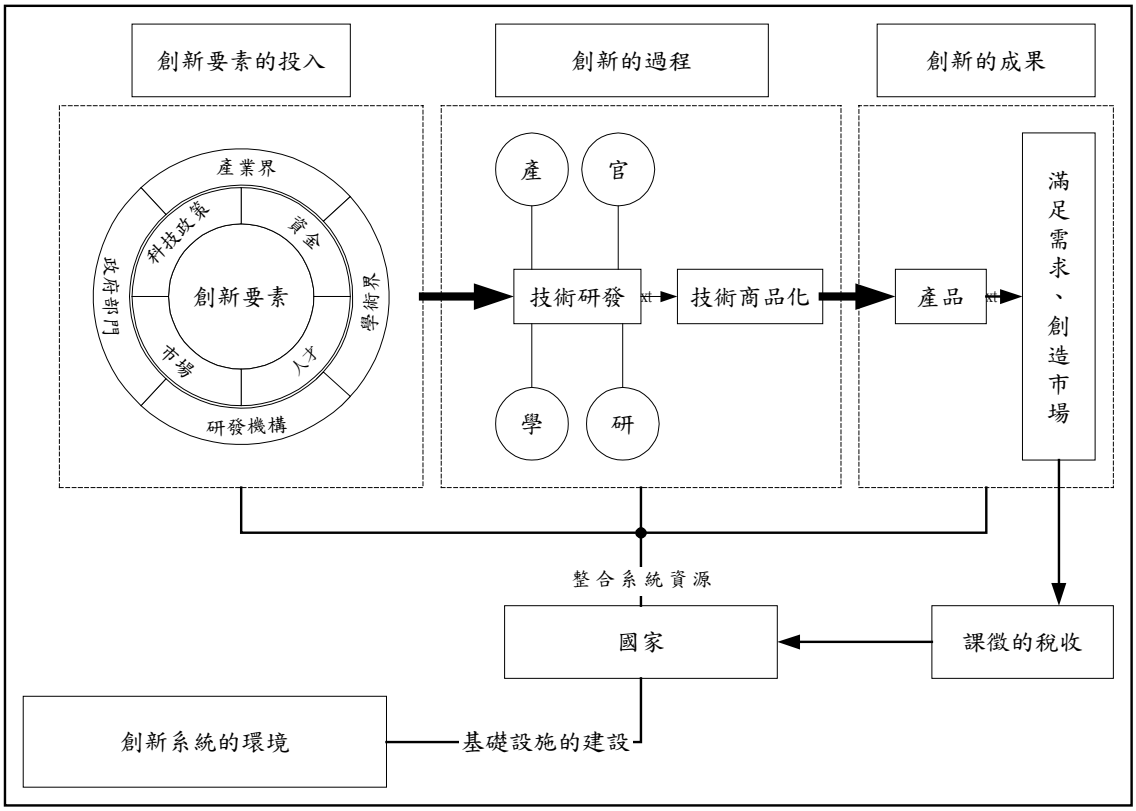

圖4-2 國家創新系統圖

資料來源：劉尚志，劉耀仁（2003），國家創新系統－我國技術創新之法制環境建構策略研究，國科會科學技術資料中心委託研究計畫結案報告，計畫編號 PG 9204-0427

從我國的國家競爭力思考，不論是文化創意產業或是軟體產業，面對知識經濟的時代，欲使產業持續發展並且帶動產業升級，進而提升國家競爭力的最根本成長動力來源，可歸納出四項：

- 人才培養與就業需求
- 良好的籌資管道
- 企業的行銷能力
- 智慧財產權的保護

其中，智慧財產權的保護若無法落實，將會使企業和整個消費的型態扭曲。企業因為創意產品遭受重製侵權所帶來的產值損失，影響其提供就業機會的能力；投資者因為盜版而對於新創意的信心不足，使得新興知識產業的籌資過程並不順利；企業在行銷上的模式已不如過往，即便消費者喜歡其提供的服務，但消費者確有以低價換取享受盜版者提供相同服務的選擇。這些提升產業升級的要項，之間的關聯性是如此緊密的牽動著，也形成了威脅國家競爭力無法提升的隱形殺手。

知識經濟高度發展，將能促使國民能以快速有效的學習方式有效地吸收、運用知識，例如「數位學習（e-learning）」，而著作權創意產業是提供學習內容的主要產業。國民學習能力高低，便利、合法地利用知識內容環境，對於高附加價值的知識產品創造為必備的基礎環境。國民運擁之世的創造力高，將反映在專利、內容的創新程度上，進而能強化國家競爭力。

表4-2 指出我國在全球的數位學習準備度的排名。依據MIC的研究，我國整體的數位學習準備度總排名全球第16，落後於瑞典、芬蘭、南韓、新加坡、丹麥、挪威、瑞士等與我國相近的國家。我國的社會環境更只排名第25名，顯見我國社會預備以良好的環境迎接數位學宜年代來臨的準備度尚有許多改善的空間。

表4-2 全球數位學習準備度國家排名

國家	總排名	教育環境	產業環境	社會環境	政府環境
瑞典	1	6	4	2	1
加拿大	2	2	3	6	14
美國	3	1	1	1	22
芬蘭	4	9	5	5	2
南韓	5	4	1	12	16
新加坡	6	11	7	4	19
丹麥	7	5	10	2	6

英國	8	3	12	9	3
挪威	9	7	10	9	5
瑞士	10	7	10	9	5
台灣	16	13	9	25	17

資料來源：鍾依萍，顛覆傳統的學習方式-線上學習發展趨勢分析，MIC數位資料庫，2004年12月。

第 5 章：查緝與司法救濟面

5.1 盜版的查緝面

5.1.1 查緝盜版之現況

政府近年來致力於維護智慧財產權之工作，除了加強對民眾之教育外，於查緝盜版與執法方面之工作亦不遺餘力的推動。政府在查緝盜版之工作方面，主要由檢察機關負責指揮偵查與進行起訴，而由警察機關執行取締盜版的任務。另一方面，民間的權利人為維護其權益、針對層出不窮的盜版侵權行為主動出擊，亦紛紛組成權利人團體，由該團體為侵權行為進行蒐證、告發或告訴之工作，以彌補政府查緝工作之不足；而權利人團體所提供之盜版統計與調查資料，也可能成為美方每年對我國進行 301 貿易制裁行動之依據。

以下就政府部門與民間團體之查緝分工模式說明之。

一、政府部門查緝分工模式

一般而言，目前檢察機關負責調查追緝產銷體系中上游的部分，這一部份多涉及組織犯罪或跨國經營的盜版集團，也就是盜版產業價值鏈中屬於製造端的部分，為盜版商品的源頭；而警察單位則負責查緝產銷體系中下游的部分，此部分位於價值鏈中的銷售端，因盜版商品通路的多元性，所以較為零散不集中，需較多人力投入查緝工作；至於查禁仿冒小組則負責協調檢警調機關策劃執行查禁仿冒商品工作。

以下分別就檢察機關、警察機關與政府成立之查禁仿冒專案小組對於查緝盜版的相關工作進行說明。

(1)檢察機關

依刑事訴訟法第二百二十八條第一項之規定：「檢察官因告訴、告發、自首或其他情事之有犯罪嫌疑者，應即開始偵查。」故檢察官乃進行偵查工作之主體。在查緝盜版的工作方面，檢察官居於指揮的地位，過去可見檢察官率領警察取締街頭盜版的情形；隨著對盜版生態的瞭解，現在檢察官著重於盜版之源頭和組織，而非

街頭盜版之取締。有關檢察觀之查緝重點如下：

a.針對產業上游的製造商

由上文可知，我國盜版商已形成一套獨特的產銷體系。而位於此體系上游階段的廠商，即是製造光碟內容違法著作權法的廠商。由其所供應的光碟，形成國內盜版產品供給方面的來源，也是自盜版產業獲利最多的部分；因此，若能偵破上游的集團，切斷供給盜版的貨源，將是能最快速查緝大量盜版品的點，對於減少盜版商品的幫助也會最大。在檢察官人力有限的情況下，使檢察官在破獲上游不法集團的工作上努力，將是最有效率的偵查方式，也是查緝收穫最大的方向。

b.鎖定可疑的製造工廠

縱使檢察官知道應設法破獲上游廠商，仍須有線索追查到上游方可；而這一部份乃需要經驗的累積，以及對產業知識的瞭解後，才能得出佈線查緝的 know-how。以壓片廠商為例，必須對於製造的原理、流程，要有詳盡的認識，以明白其可能製造的地點，與可能留下的可疑線索，才有追查的方向。例如：製造光碟所需的原料必須是高級的塑膠顆粒，必須使用昂貴的 PVC 顆粒來製造；壓壞的片子，用機器碎裂及溶解後，可轉賣成為再製塑膠用品之原料，然而，碎裂物是相當尖銳的，很容易穿破垃圾袋掉出來，若在可疑的地點發現這些跡証，則可判斷房屋內或附近有人在從事這類的製造，若在偏僻山區民宅中發現此類物品，則相當可疑為地下光碟工廠，因此這些 PVC 廢棄物成為追查的線索。此外，全球生產製造光碟片機器的公司僅有少數幾家。如果使用較新穎的生產機器，購買該種機器所需費用也較高，假使工廠被檢方破獲而扣押該機器，則損失較大，因此光碟製造商多不願冒這種風險購買該種類機器；若生產的機器機型較老舊，相對的價格較低廉，即使被檢警扣押其損失也不若前者大，故盜版光碟製造商多青睞購買這種機器，所以若有光碟公司購買的機器，則可懷疑其欲從事非法盜版光碟的製造，而由此方向來佈線追查。

c.注意跨國盜版集團的動態

我國盜版集團目前有跨國分工合作的現象產生，如前文所述，由台灣製造光碟後，送進大陸包裝印刷，最後再由香港出口到世界各地。這種兩岸三地在資金、技術、機器和行銷方面的分工形式，一方面可降低生產成本，另一方面也使檢警單位的追查不易。因此，檢察官亦密切注意這類不法集團的動態，加強兩岸三地的合作，希望能將盜版產業由製造、包裝到行銷整體價值鏈個個擊破、一網打盡，掃除這類不法集團的盜版行為。台北地檢署檢察官於 92 年 12 月 17 日及 12 月 24 日曾指揮刑事警察局、保智大隊、台北市調查處查獲寶成國際及鈞富資訊公司涉嫌長期勾結國際盜版集團，以台灣接單、大陸製作、香港轉運模式從事跨國性盜版電腦軟體犯罪，即為一例。

d.重視組織犯罪的介入

盜版產業的利潤極大，市場風險小，有利可圖，自然受到組織犯罪的覬覦。尤其在燒錄片的部分，因為技術簡單，生產設備便宜，進入障礙不若壓片製造商大，因此幫派份子容易介入，可自己扮演生產者的角色，並且整合產銷體系上下游的工作，從事通路銷貨。此類情形，因有黑社會的力量介入，因此一般民眾或權利人團體自行蒐證追查不易，且過於積極的干涉容易招致揮社會報復的行為，故憑靠民眾或利益團體的檢舉較不可行，需要檢察機關的掃蕩，才會有成效。在這一部份，也是檢察機關所重視的偵查方向，希望能消弭組織犯罪介入的情形，一方面保護智慧財產權，另一方面也能達到維護社會治安的功效。

(2)警察單位

依刑事訴訟法第二三０與第二三一條之規定，司法警察（官）為偵查輔助機關，對於有犯罪嫌疑者應即開始調查，故警察於發現有侵害著作權之嫌疑時，應展開調查工作。然而盜版光碟等侵害智慧財產權之犯罪行為，往往不易辨識與察覺，需要有受過專業訓練之警力進行查緝工作，才能展現查緝之效率與效果，因此內政部警政署特別成立保護智慧財產權大隊[15]，派駐於北、中、南等地專責

[15] 內政部警政署保二總隊保護智慧財產權警察大隊：專責查緝違反智慧財產權案件。民國 89 年「K 計畫」保智大隊的成果卓越, 於是政府為貫徹執行保護智慧財產權三年計畫, 加強查緝仿冒

查緝違反智慧財產權之案件；此外，關於網路盜版等電腦犯罪則專由刑事警察局偵九隊[16]進行調查，以杜絕網路上販售盜版光碟等侵權之行為。

警察單位在查緝盜版商品方面，多由產銷體系的下游著手，也就是針對銷貨通路的部分來偵查。一般而言，對於盜版光碟之共通包括：光碟來源識別碼(SID Code)，光碟產品售價高低，以及外觀包裝是否粗糙簡陋等。然而依盜版商品種類的不同，其各自擁有不同的銷售管道，辨識盜版產品的技巧也隨之不同。以下就各類盜版品之查緝重點說明之。

- **音樂電影類**

依據經驗，音樂和電影類的盜版光碟，多是由夜市店家或街頭攤販作為其銷售的通路。這一類的販賣方式，因據點不一，且攤位分散缺乏管理，所以需要大量警力的投入來巡察追緝。而通常這一類的盜版商品，包裝不若原版商品精緻，且以唱片為例，原版唱片一張專輯約 10 首歌曲，盜版唱片一張光碟卻收錄約 18 首歌曲，價格又較正版商品便宜許多，故極易辨識其為仿冒。

- **商業軟體類**

在商業軟體方面，因其通路分為個人盜版與企業盜版，所以查緝的方式也會隨之而異。在企業盜版方面，如欲對公司電腦進行搜查，依刑事訴訟法第一百二十八之一條規定：「偵查中檢察官認有搜索之必要者…應以書面…敘述理由聲請該管法院核發搜索票。」搜索需由法官開搜索票，但法官開立搜索票以檢察官認唯有搜索之必要為要件；但法官對此盜版市場認識不足，因此多傾向保守作法，使得搜索公司的電腦變得不易進行，也使得檢警的查緝行動受限。基於此緣故，著作權遭受侵害的公司或權利人團體多會自行進行查緝蒐證的行動，再決定是否對侵權公司採取法律行動，藉由自力救濟的行為來補強警方查緝的不足。

而在個人盜版軟體的方面，多以燒錄片（俗稱大補帖）的型態在夜市或店家出售，因缺乏包裝或包裝粗糙，極容易辨識為盜版品，警方在查緝該類物品方面亦較為容易。而在光碟片內容量的部

盜版，於民國 92 年成立保智大隊，專職查緝違法智慧財產權的犯罪案件。

[16] 刑事警察局偵九隊：負責追查電腦與網路相關犯罪，包括利用網路做為盜版光碟的行銷通路，或架設內容為侵害智慧財產權之網站等犯罪行為。

份，也從過去的 CD-R 約 640MB - 700MB 逐漸提升到 DVD-R 等級約 4.7GB - 8.5GB。

至於擬真仿冒的部分，因其通路以一般出售合法軟體的店家為主，且外觀仿真程度使人難以辨識，因此查緝工作也相當困難。惟因其售出價格較真品便宜，若真品售價 1 萬元，則擬真仿冒可能售價 3、4 千元，此點較為可疑，故是否係擬真仿冒，似乎可由售價觀察之。

- **遊戲軟體類**

遊戲軟體的消費人口多集中在兒童、青少年與學生等族群，且傳統上遊戲產品會在遊戲店、書店或光碟漫畫出租店等地方出售。因此，警方多鎖定該類場所與該種消費族群作為查緝盜版遊戲軟體的對象。一般而言，盜版遊戲如同其他盜版的商品，其包裝粗糙，甚至以裸片型態即加以出售，與正版商品的外觀包裝顯然有異，所以警方辨識能力高；然而，在經過嚴厲掃蕩盜版物品之後，店家已改變其銷售模式：在店面中陳列的皆為正版商品，惟私下可詢問店主「便宜貨」的購買事宜，之後店主再至附近商店燒錄遊戲軟體，最後顧客再至約定地點取貨。由此可知，警方查緝的工作雖然嚴密，但商人在有利可圖的情形下仍會變換其經營模式，使盜版商品防不勝防。

二、民間團體

過去著作權法對於重製罪除常業犯外一律採告訴乃論罪，因此需要權利受侵害之人出面提起告訴後檢方始能起訴盜版業者；在民國九十二年六月六日修正條文施行之後，對於盜版光碟業者之追訴改採非告訴乃論的方式，因此權利人針對盜版光碟之行為已不需再行告訴。然而，盜版之態樣層出不窮，行為模式一再翻新，且技術愈益進步，單靠政府之查緝工作可能緩不濟急，權利人為保障自身權益，仍須以自力救濟之方式對盜版進行調查、蒐證之工作，再將取得之證據交由檢警單位偵辦。此外，權利人團體也作為正版業者與政府溝通的窗口，經由遊說、協調等行為，加強政府對智慧財產權的重視與維護，並建議政府修法方向，以對抗盜版之侵害。另一方面，權利人團體亦於社會上扮演教育大眾的角色，進入校園或其他場合宣導智慧財產權之觀念，發揮其影響大眾之功能。

本研究之研究範圍包括音樂、電影、軟體與書籍等產業，依產業之不同，各自有其代表之權利人團體，包括：IFPI，MPA，BSA，IPAPA 與 TBPA 等。上述五大權利人團體共同組成「台灣智慧財產權聯盟(Taiwan Intellectual Properties Alliance，簡稱 TIPA)」，負責集中各團體的力量，作為統一對政府的窗口，以強化溝通協調的能力。

以下就各團體之簡介、運作模式與查緝盜版之模式說明之。

(1)財團法人國際唱片業交流基金會(International Federation of Phonographic Industry，簡稱 IFPI)

- 簡介[17]

IFPI 為國際性的組織，為聯合國教科文組織之顧問團體。國際總會註冊於瑞士，秘書處設於英國倫敦。亞洲地區辦公室(亞洲總會)設於香港，此外，在新加坡、馬來西亞、泰國、韓國等國亦設有地區辦公室。並已於 1995 年在中國大陸設立辦公室。歐洲地區在比利時、波蘭及義大利及東歐地區均設有辦公室。我國之 IFPI 則成立於民國七十五年，設立之宗旨在協助我國唱片業輸出音樂創作及引進國際音樂創作，以達成國際音樂文化交流，並提高我國音樂錄製水準，保護著作之錄製及發行。

國際 IFPI 與世界各國之唱片業協會皆有密切聯繫，包括：

- 澳大利亞的唱片業協會 (ARIA, Australian Record Industry Association Ltd)
- 加拿大的唱片業協會 (CRIA, Canadian Recording Industry Industry Association)
- 日本的唱片業工會 (RIAJ, Recording Industry Association of Japan) 以及日本音樂著作權協會 (JASRAC, Japan Society of Rights Of Authors And Composers)
- 英國的唱片工會 (BPI, British Phonographic Industry)

[17] IFPI 網頁：http://www.ifpi.org.tw

- 美國的唱片業協會(RIAA, Recording Industry Association Of America)，此為隸屬於美國之國際智慧財產聯盟(IIPA, International Intellectual Property Alliance)之相關組織。

現有國際 IFPI 在台所屬唱片公司名冊，包括中華民國國際 IFPI 在台所屬唱片公司包含 6 家本土公司、2 家日本公司、3 家歐洲公司及 1 家美國公司。

- 運作模式

台灣 IFPI 係以財團法人之形式登記成立，其資金來源為基金會中各會員唱片公司所捐助，所以採自給自足之運作模式，財務方面乃獨立於國際 IFPI 之外。台灣 IFPI 的成立目的主要係在打擊盜版，因此各會員將有關盜版問題之處理事項交由 IFPI 負責規劃與查緝，並作為代表音樂唱片業者對外行動之窗口。

- 查緝盜版之模式

台灣 IFPI 為打擊盜版，設有專門派駐人力於外，進行盜版之調查與蒐證動作，以配合檢調單位之取締及搜索。若 IFPI 掌握盜版之證據而送交檢警單位偵查，則對盜版者均採「不和解」之態度，不以民事求償為目標，而期望藉由刑事手段達到警惕社會大眾的目的。若有例外需和解之案件，則需經由全體董監事之同意後，或由 IFPI 檢附和解陳報通知、請各會員唱片公司核准後，方能與對方進行和解。

(2)商業軟體聯盟 (Business Softwarw Association，簡稱 BSA)

- 簡介[18]

BSA 創立於 1988 年，為一個促進安全及合法數位世界之全球性組織，做為全球軟體、硬體產業與政府、消費者的溝通橋樑。BSA 於亞洲、北美洲、歐洲、和南美洲都設有分支機構，目前全球總部位在美國華盛頓特區，歐洲總部位在倫敦，亞洲總部則在新加坡；BSA 於全球共有六十五個國家設有辦公室，其中包括台灣。BSA 的全球性會員則有 Adobe, Apple, Autodesk, Avid, Bentley Systems,

[18] BSA 網頁：http://www.bsa.org.tw/bsa.asp

Borland, Cisco Systems, CNC Software/Mastercam, Entrust, HP, IBM, Intel, Intuit, Internet Security Systems, Macromedia, Microsoft, Network Associates, Novell, PeopleSoft , Solid Works, Sybase, Symantec 以及 VERITAS Software。BSA 主張透過教育與倡議公共政策促進科技創新，並提倡軟體著作權、網路安全、拓展貿易交流機會、與電子商務。

- 運作情形

BSA 在台灣共有二十七個會員[19]，會員每年需繳交會費，而會費統一由總公司收納與管理，再分配給世界各國之分部，作為各國開銷支出之用，包括查緝盜版與律師之訴訟費用。此外，在查緝盜版時，若與盜版商達成和解之條件，則和解金亦均交由總部管理。

因 BSA 之全球性質，所以關於全球性的活動係由總部進行規劃，至於區域性質之活動則由區域總部負責，例如亞洲區的活動由新加坡負責籌畫；而屬於當地性質的活動，即由當地分部自行計畫。因此，每年各地區都會有規劃不同之目標與活動，而彼此會互相支援合作。

台灣 BSA 近年來除進行反盜版之活動外，也開始增設其他目標，包括資訊安全、電子商務和隱私權的保護，期望將 BSA 由專為反盜版而存在之角色轉型為較為正面之推動資訊產業的代言人。

- 查緝盜版之模式

因調查個人用戶使用盜版之成本過高、查緝工作困難，且街頭販賣盜版主要由 IPAPA 負責進行查緝，因此 BSA 查緝之對象多為

[19] BSA 目前在台灣的會員包括：奧多比有限公司台灣分公司(Adobe Systems Inc.)、台灣安捷倫科技股份有限公司(Agilent Technology)、美商蘋果電腦股份有限公司台灣分公司(APPLE COMPUTER ASIA INC., TAIWAN BRANCH)、台灣歐特克股份有限公司(AUTODESK, INC. TAIWAN)、美商賓特利系統股份有限公司(Bentley Systems Inc. Taiwan Branch)、希馬頓科技有限公司台灣分公司）(Cimatron Technologies Taiwan Corp.)、台灣微軟股份有限公司(MICROSOFT TAIWAN CORPORATION)、美商慧碁儀器股份有限公司台灣分公司(National Instruments Corp.)、PTC 參數科技股份有限公司(PTC)、思愛普軟體系統股份有限公司(Sap 臺灣分公司)、台灣賽門鐵克股份有限公司(Symantec Taiwan Co. Ltd)、凌群電腦股份有限公司(SYSCOM Computer Engineering Co.)、趨勢科技股份有限公司(Trend Micro Inc.)、Avid、Borland、UGS PLM Solutions、Internet Security Systems、Macromedia、Mastercam、Network Associates、SolidWorks、Sybase 以及 VERITAS Software。

企業用戶使用盜版之行為、與各會員之經銷商販售盜版產品之行為；此外也會配合檢警之偵查工作提供協助。BSA 並無專門負責查緝盜版的人手，惟 BSA 有專業之律師團隊，會與徵信公司合作，請徵信公司進行查緝與蒐證行動。等蒐證齊全後，BSA 會先徵詢被侵權之會員是否欲採取法律行動；若一案件中有兩家以上被侵權之會員表示願意採取法律行動，則案件即進入法律階段，之後所有的法律行為皆由 BSA 之律師團隊全權處理，會員不再牽涉於其中。

在司法的過程中，BSA 基本上是採「不和解」之原則，尤其對於製造盜版光碟與經銷商銷售盜版光碟之行為係採絕對不和解之態度；至於其他案件，因個案之性質而異，委由律師與就和解與否及其條件與對方進行談判協調，因此視兩造和解之意願而定。

(3)中華民國資訊產品反仿冒聯盟(Information Product Anti-Piracy Alliance of R.O.C.，簡稱 IPAPA)

- 簡介[20]

我國之資訊業界為打擊盜版，增進資訊軟體產業發展之空間，而於 1994 年由資訊工業策進會（III）、結合台北市電腦商業同業公會（TCA）、中華民國資訊軟體協會（CISA）以及資訊業者共同籌組「中華民國資訊產品反仿冒聯盟」（IPAPA），以防範與打擊資訊仿冒行為為宗旨而成立該聯盟。

- 運作模式

IPAPA 為附屬在中華民國資訊軟體協會下的組織，為本土之反盜版權利人團體，其經費來源主要是由會員繳交會費、以及與侵權行為人和解後之和解金而來。IPAPA 之會員包含國內外之軟體公司，成員與 BSA 相差不遠，但與 BSA 不同的是，IPAPA 在查緝盜版軟體的分工上，係被定位在查緝街頭盜版，或較小型以燒錄機型態之盜版侵權查緝工作。因 IPAPA 執行查緝後成效分散難以彰顯，對於街頭盜版之降低未見廣泛嚇阻之功效，所以 IPAPA 正考慮轉變運作模式，故目前已不再進行取締街頭盜版之任務，惟利用剩餘之經費進行推廣保護智慧財產權之工作。

[20] IPAPA 網站：http://www.cisanet.org.tw/ipapa/index.htm

- 查緝盜版之模式

IPAPA 有專責佈線查緝盜版之人員，且除非犯罪情節嚴重，否則 IPAPA 對犯罪之行為人採取較寬容之態度。IPAPA 採「起訴後和解」之方式與當事人進行和解，乃是基於經費之考量與街頭盜版規模較小之需要。但由於取締的結果卻仍較難降低或遏阻街頭盜版之氾濫，因此 IPAPA 目前已不再積極進行查緝工作。

(4)財團法人電影及錄音著作保護基金會 (Motion Pictures Association，簡稱 MPA)

- 簡介[21]

MPAA(Motion Pictures Association of America)成立於 1945 年，成立目的係因美國電影出口工業之興盛，需要有一針對國際市場的權利機構負責處理貿易方面的事宜，因此成立 MPAA；至於其全球性的組織即為 MPA，作為代表美國八大電影公司的權利人團體。MPA 總部在加州洛杉磯，歐洲、中東與非洲總部在布魯塞爾，亞太總部在香港，南美洲總部設在墨西哥；此外，在華盛頓、新德里、巴西里約熱內盧、新加坡、多倫多以及雅加達都設有辦公室。為了打擊盜版、維護正當的權益，MPA 於 1976 年成立一個國際性反盜版的小組，來加強著作權立法、協助各國政府與當地執法機構偵查與起訴盜版、代表權利人提起侵權行為的民事損害賠償、以及透過教育方式來宣導到盜版對電影事業所造成的傷害。

- 運作模式

MPA 與 BSA 相似，其分部之經費來源亦由全球總部統一運籌，而總部之資金來源實則為美國的八大電影公司。

- 查緝盜版之模式

MPA 在查緝盜版的工作模式方面，則與 IFPI 較為相似，派有專門人力在外進行實際調查電影盜版與蒐證的行為；並配合警方與海關查緝盜版的行動，提供辨識與盤點盜版物之協助。

MPA 對於盜版行為也是採絕對「不和解」原則之權利人團體，

[21] MPA 網站：http://www.mpaa.org

期望藉由刑事之處罰來遏止盜版之不良風氣；至於對民事賠償或和解金方面則認為對盜版商難以達到懲罰或阻嚇之效果，故不進行和解。

(5)台灣國際圖書交流協會(Taiwan Book Publishers Association，簡稱 TBPA)

- 簡介

TBPA 於民國九十一年成立，由國內外共四十九家從事出版、圖書之專業出版商所組成，其出版品涵蓋學術書籍與兒童教育等各類圖書。TBPA 成立之宗旨在於增進國內外圖書業者彼此之交流，並提昇國人對於智慧財產權觀念之重視。

- 運作模式

TBPA 為國內成立之圖書業權利人團體，因此資金需自籌，乃由會員繳交會費作為協會之經費來源。另外若有和解之案件，則和解金亦為協會收入之來源。

- 查緝盜版之模式

因圖書業受損害之最大宗來源為大專院校盜印教科書籍，其盜印模式與時間地點相當穩定，故協會並無設立專職在外查緝之人員，而係於特定時間（開學前後）至特定地點（校園附近）進行調查與蒐證工作。惟新著作權法雖將盜版光碟改為非告訴乃論之罪，但盜版其他物品則仍維持告訴乃論罪，因此盜印書籍之行為仍須由權利人提出告訴，檢察官方能提起公訴。

TBPA 對於盜印書籍之商人基本上也採取「不和解」之原則，至於實際情況仍須依個案而決定；惟即使和解，其目的亦不在於和解金，而是在於宣揚智慧財產權之觀念，因此都會要求道歉信之書寫。

因盜印書籍多為個別之犯罪，並非組織性犯罪，且商人之獲利亦不若盜版光碟可觀，因此強調以高刑罰之手段來達成遏止盜印之目的不易產生社會之共鳴；不若以緩起訴或緩刑的方式來警惕民眾，使盜印行為之風險成本增高，而達成協會宣導智慧財產權之目的。

5.1.2 查緝誘因

權利人團體因代表各產業行使關於著作權之權利，因此其查緝盜版的誘因較為單純，由權利保護的觀點出發，對危害其權利之行為進行查緝行動。但檢警單位雖屬於政府的犯罪偵察單位，畢竟其查緝盜版的誘因不若權利人團體直接，因此其查緝誘因將影響查緝的績效表現。以下即為本研究所分析出之檢警單位查緝盜版的誘因。

(一) 提高查緝盜版光碟的獎勵

由於政府決心掃蕩盜版光碟，提振我國國家形象，因此特別提高警察對於查獲盜版光碟的獎勵。依照所查獲盜版光碟之市值計算，進行記功行賞。

（二）專案小組的成立

除了上述之獎勵制度外，當政府成立查緝盜版之專案小組時，尚有另外之獎勵制度。因此，警方平常查獲的盜版光碟案件並不多，惟每年到了 3、4 月時，因為即將公布 301 名單，此時政府會成立專案小組來查緝盜版；而專案小組往往有特別的獎勵規定，所以警察就會特別賣力查緝，查緝也最為嚴格執行。

（三）提高檢舉人的獎勵

除了員警的查緝獎勵外，檢舉人亦有明確的檢舉獎勵。提供相關獎勵的政府單位包括智慧財產局與內政部等單位。

5.1.3 查緝績效

因資訊科技的進步，加上光電科技的成熟，使得盜版光碟自 2000 年開始大量產生[22]，相關之違法製造工廠、行銷通路與下游廠

[22] 以音樂唱片業為例：2002 年台灣音樂盜版比例為 48%, 而 1997 年時的盜版比例只有 17%。資料來源：IFPI。

商等儼然形成一套盜版之產銷體系。在經過長期與盜版之對抗後，不論檢警機關或權利人團體均對盜版之技術模式與經營手法有一定程度的認識；加上保護智慧財產權之觀念升高，政府各有關單位均配合保智工作修訂相關法令或政策，使得查緝盜版的行動得以進行更加順利。民國九十年實施光碟管理條例，由光碟製造端進行控管工作；九十二年一月一日成立保護智慧財產權警察大隊，使查緝盜版之工作由專責警力執行；同年六月六日公布新修正著作權法，加強對盜版光碟之刑事訴訟與罰則，均對查緝非法盜版之工作有所助益。而權利人團體不僅主動協助檢警單位查緝盜版，更扮演政治遊說與壓力團體的角色，在維護自身利益的同時，也間接促使我國對著作權之保護更加周延。

以下就各單位所公布之查緝績效資料整理說明之。

1.檢察單位

根據法務部的統計資料[23]，各地方法院檢察署受理包括違反著作權法、違反商標法、違反專利法之智慧財產權案件件數，自民國八十五年新收三千餘件至八十九年的七千件，案件呈逐年增加的趨勢，其中以違反著作權法案件最多，約占七成。

民國八十九年各地方法院檢察署新收違反著作權法案件計4774件，經檢察官偵查終結計5405人，平均終結一件違反著作權法案件所需日數為64日；偵結起訴（含聲請簡易判決處刑）人數計2,672人，占偵查終結人數的49.4%(即起訴率)，較全部刑事案件40.2%之平均起訴率略高；不起訴處分人數1455人，其理由以嫌疑不足約占五成及被害人撤回告訴約占四成居多。該年度經法院判決確定有罪移送地檢署執行之侵害著作權法案件計835人，定罪率；依刑度分，以處六月以下有期徒刑占六成二最多，其次為一年以上未滿二年者；按所犯法條罰則分，著作權法部分以違反第九十三條最多，即對著作人格權、強制授權重製物、著作權、製版權等之不法侵害。在有罪835人中，同時獲判宣告緩刑者計391人，占46.8%。

民國八十九年之後，違反著作權的案件有下降的趨勢，顯示在檢調單位的努力之下，查緝盜版已有顯著的成果。然而，在智慧財產權案件中，仍以違反著作權法案件最多，約占六至七成，次為違

[23]「法務統計分析-侵害智慧財產權案件統計分析」，民國90年7月16日與92年9月15日。

反商標法約占二至三成，專利法案件則不及一成。

九十一年各地方法院檢察署新收違反著作權法案件計 3120 件，經檢察官偵查終結計 4251 人，偵結起訴（含聲請簡易判決處刑）人數為 1819 人，占偵查終結人數的 42.8%，較全部刑事案件 40.0%之平均起訴比率為高；不起訴處分人數 1540 人，其理由以嫌疑不足約占五成七及被害人撤回告訴約占三成七居多。另根據最新統計本(九十二)年一至七月，著作權法案件平均結案日數約為 85.0 日，遠低於規定之八個月辦案期限。

九十一年經法院判決確定有罪移送地檢署執行之違反著作權法案件計 1316 人，同時獲判宣告緩刑者計 535 人，占 40.6%；定罪率為 72.5%；依刑度分，以處六月以下有期徒刑占 56.8%最多，其次為一年以上未滿二年者；按所犯法條罰則分，著作權法案件部分仍以第 93 條最多，即係以販賣盜版之方式侵害著作權之違法型態。

而在違反著作權法偵查終結案件中，依其犯罪之因素來分（扣除因素不詳者），與電腦光碟片有關者占六成二最多，其次為電腦軟體、錄影帶，犯罪行為多屬販賣與重製。再分析侵害智慧財產權犯罪者特性，在九十一年執行之定罪人數中，男性占七成八，女性占二成二，男女比例約為 3：1；年齡層以 30 至 40 歲者為多，占三成，次為 24 至 30 歲之二成四。至於侵害智慧財產權案件之再(累)犯者所占比率不高，僅有 7.5%。下表為檢察官起訴侵害智慧財產權之情形：

表 5-1 檢察官起訴侵害智慧財產權之情形

年別	新收件數	偵查終結人數					裁判確定有罪人數						宣告緩刑人數
		合計	起訴	不起訴	緩起訴	改作自訴及其他	合計	六個月以下	逾六個月未滿一年	一年以上未滿二年	二年以上	拘役、罰金	
85	3462	4445	1712	1927	-	806	632	423	65	60	1	81	199
86	4139	5320	1672	2604	-	1044	605	425	44	55	5	76	166
87	4306	5596	1856	2718	-	1022	603	428	47	63	2	62	172
88	5013	5940	2318	2532	-	1090	751	537	56	74	4	80	225
89	6930	7797	3590	2201	-	2006	1417	917	89	248	6	157	531
90	6105	7319	3347	2242	-	1730	2149	1387	135	377	19	230	907
91	5608	7422	3048	2571	38	1803	1686	1069	95	317	21	184	716
92	6510	8537	3363	3534	190	1450	2398	1314	175	402	14	493	716

資料來源：本研究整理（參考法務部統計資料）

2.內政部警政署

表 5-2 為警政署查獲侵害著作權案件之統計：

表 5-2 警政署查獲侵害著作權案件之統計

項目	年度別	件數	人數	估計金額
總計	2001	5,270	6,114	8,202,571,450
	2002	5,118	6,269	10,010,370,648
	增減比	-152	+155	+1,807,799,198
著	2001	合 計	4,511	5,091
		涉美案件	442	504

作 權		涉日案件		0	0
		他國案件		22	30
		本國案件		4047	4557
	2002	合 計 (2002/01-2002/12) 盜版光碟 (2002/06-2002/12) 其他案件 (2002/01-2002/12)		4,032 1992 2040	4,824 2327 2497
		涉美案件	413	504	4,195,474,221
		涉日案件	31	35	
		他國案件	25	27	
		本國案件	3563	4258	
	增減比	-479	-267	+3,849,341,715	
著 作 權 盜 版 光 碟	2002/06 | 2002/12	合 計	1992	2327	8,044,815,936
		涉美案件	192	235	
		涉日案件	31	35	
		他國案件	4	4	
		本國案件	1765	2053	
註：警政署自 2002 年 6 月起將侵害著作權案件分為盜版光碟案件與其他案件兩類					

資料來源：智慧財產權簡訊

表 5-3 為警方於民國八十九年至九十一年所查獲侵害著作權案件之統計：

表 5-3 侵害著作權案件之統計

年別	查獲案件	移送人數	侵權金額（元）
89	3280	3682	5,689,385,706
90	4511	5091	4,195,474,221
91	5118	6269	10,010,370,648

資料來源：本研究整理（參照內政部警政署統計資料）

表 5-4 則為保智大隊成立後，於民國九十二年至九十三年三月所查獲侵害著作權案件之成績統計：

表 5-4 查獲侵害著作權案件之成績統計

年別	查獲案件	移送人數	侵權金額（元）
92	2017	1025	6,624,092,380
93（至三月止）	347	209	3,059,585,530

資料來源：本研究整理（參照內政部警政署統計資料）

在九十二年所查獲之侵害智慧財產權之案件中，侵害著作權案件較九十一年減少約 35.29%。而保智大隊九十二年查緝案件數計 2,017 件，查獲金額新台幣 66 億 2 千萬餘元，占警政署查緝金額比率百分之五十以上，似乎已發揮專責警力查緝優勢。其中音樂光碟共 480,570 片，價值 189,989,272 元；影音光碟共 282,729 片，價值 585,976,898 元；電腦程式軟體共 2,366 片，價值 36,386,000 元；而遊戲光碟則共 39,550 片，價值 89,000,000 元[24]。而依九十三年之統計資料，已查獲盜版音樂光碟共 62,514 片，價值 146,579,800 元；影音光碟共 71,177 片，價值 772,595,850 元；遊戲光碟共 53,121 片，價值 1,341,410,500 元。

[24] 內政部警政署保安警察第二總隊保護智慧財產權警察大隊九十二全年度暨九十三年一月一日至二月二十九日成果統計表。

3.經濟部智慧財產局

依經濟部智慧財產局所公布之資料，民國九十二年之查緝成果如下[25]：

(1) 在光碟工廠查緝方面

九十二年共計執行 1088 次查廠行動，較去年同期查核 297 家次，增加 2.7 倍。查獲重大案件數比率僅 0.9%，較去年同期比率 5.4%，大幅下降，似乎顯示已達到遏阻光碟製造工廠侵權效果。

(2) 取締夜市盜版光碟成效方面

- 保智大隊展開全省密集同步掃蕩銷售盜版光碟行動，據統計九十二年上半年，共出勤 2004 次查獲影音及遊戲光碟 106 萬片，下半年出勤 2106 次僅查獲 36 萬片，顯示夜市販賣盜版光碟之情形已遽減，消費者已難在夜市買到盜版光碟。
- 根據財團法人電影及錄影著作保護基金會(MPA)於九十二年七、八月份對夜市販賣盜版光碟之調查顯示，夜市販賣盜版影音光碟不法業者攤位數顯著減少二分之一以上。
- 另據財團法人國際唱片交流基金會(IFPI)於九十二年八月間針對店家及夜市攤位販賣盜版音樂光碟產品之家數調查顯示，不法家數由 300 家遽減為 50 家。
- 警政署刑事警察局於九十二年九月在台北縣汐止市的光碟回收工廠中發現回收盜版及色情光碟片高達 3、4 億片，據工廠老闆表示，係因新著作權法改採非告訴乃論罪後，許多盜版業者或販賣商恐遭查獲，而將上述盜版品以廢料回收。

(3)盜版光碟出口方面

美國國土安全部「海關及邊境防護局」(CBP)及「移民及海關執法局」(ICE) 編製之 2003 年會計年度查緝仿冒進口商品統計資料26,我國產品遭美海關查扣仿冒品金額已由 2002 年之高達二千六百五十萬美元下降至六十一萬美元，排名由第二名下降至前十名之外，不論查扣仿冒品金額及排名均大幅下降，又除 2001 年美國海關查獲各國仿冒商品金額統計我國列名第五外，前五年我國均名列第一或第二，故 2003 年度係我國歷年情形最佳者。而美國海關所

[25] 經濟部智慧財產局網頁：2004 年 1 月 13 日。
[26] 經濟部智慧財產局網頁：2004 年 1 月 13 日。

查扣我國涉嫌侵害智慧財產權進口貨品中，我光學媒體產品遭查扣金額以及其占我所有被查扣貨品金額之比重亦較往年降低很多，由2002年之二千三百餘萬美元，占88%，大幅下降至2003年之二萬三千餘美元，僅占4%。顯示我國智慧財產權保護邊境管制體系已發揮顯著之成效。

由上述統計資料可發現，我國近年來於查緝盜版光碟與侵害著作權案件所作之努力，使得檢察官起訴案件量與法院判刑數量皆大增。2002年我國軟體盜版率由2001之53%下降至43%，顯示在商業軟體方面查緝工作似乎頗有成效；但音樂與影音光碟之盜版率則一直維持在44%與45%之間，居高不下。2004年我國再度名列美國「特別301」之優先觀察名單中，與我國盜版情形未見明顯好轉有關。

由查緝盜版的經驗而知，盜版業者對於政府之查緝似乎自有一套因應措施。上游工廠被檢警破獲後，轉向海外發展，形成兩岸三地的分工模式；行銷通路端則改由網路購物或夾報郵購的方式進行銷售；至於街頭盜版攤販則因數量眾多，且破獲之實益不若查緝工廠大，因此產生「抓不勝抓」的困擾。至於網路盜版情形，由於並未列入盜版率之計算中，因此難以估計其氾濫的程度究竟為何；且從事網路盜版者，許多為校園中之學子，更為查緝之死角，成大事件之後，更使得校園盜版無人願意查緝。另外，搜索權移院方法官行使也是阻力之一。以下就影響查緝功效之原因、亦即查緝工作所面臨之問題進行討論，並提出本研究之建議。

5.1.4 查緝工作所面臨之問題與建議

在對檢察單位、各權利人團體以及微軟進行訪談之後，可歸納出實務上查緝工作所面臨之問題。以下就各問題分析之，並提出本研究之建議。

（一）問題

1. 新型態盜版產銷模式的出現

傳統的產銷模式已為檢警單位所掌握，因此無論上游或下游的盜版商皆處心積慮改變生產與行銷的方式，讓檢警機關查緝不易。

跨國盜版集團的產生，即是一個典型的例子；盜版商將產業價值鏈中的不同部分分割到其最適合的地方進行，一方面可降低生產製造的成本、追求利潤的極大化，另一方面使檢警因國際合作的不易而難以將盜版商斬草除根。此外，因應夜市盜版攤販的減少，相對的盜版商就以其他形式來進行銷售，例如夾報廣告或網路行銷，或者如前文所述盜版遊戲軟體的地下化銷售方式，皆是創新型態的盜版通路。在面對日新月異的盜版犯罪手法之下，檢警單位的查緝人員關於這方面的專業知識若是不足，將使查緝工作只能追隨在盜版商的腳步之後，調查追緝的困難度提高許多，而無法達到杜絕盜版之目的。

2. 校園盜版查緝不易

校園一直以來即是使用盜版的溫床。早期校園內所使用的盜版亦為實體盜版，自從網路普及化之後，學術網路因其穩定快速的優點，反而使學生利用學術網路從事盜版的行為日益增加，包括音樂、電影或軟體，在網路上下載皆是極其平常的事情；此外，在校園內之影印店盜印教科書也是常見的事。學生雖對於智慧財產權有一定程度的瞭解，但無助於阻止其使用盜版的意念。自從成大 MP3 事件之後，校園更成為查緝盜版的死角，在可能引起輿論抨擊的壓力之下，無論檢警單位或利益團體都不願再觸碰這塊具有爭議性的話題，也使得查緝盜版在校園中之進行困難重重。

由訪談的結果可知，校園盜版對於不同之權利人有不同程度之影響，因此對於校園盜版之行為，不同權利人即有不同之因應對策。以微軟公司而言，校園盜版對其侵害佔整體利潤並不大，其查緝重點乃放在企業盜版的部分，因此針對校園盜版之改善，就以差別取價的方式行銷；但其他權利人就校內或校外之盜版則無類似明顯的差別，甚至盜印教科書對於書商而言就佔其利潤受侵害之最大宗，因此難以差別取價之類的的方式解決。未來也許各權利人團體就查緝校園盜版亦會發展出各自的應對模式，但目前而言仍無良好的方法解決。

3. 權利人團體對查緝工作之合作模式

權利人團體因其運作模式之不同，對於查緝工作與法律措施之態度亦有不同。資金來源充裕之權利人團體，有豐富的資源可供查緝，尤其以國際性的權利人團體最為明顯，因此在查緝工作方面較不需顧慮組織的經費支出，且對於盜版商可採不和解之強硬態度；

而一些本土權利人團體，因資金需自籌，而和解金亦為其經費來源，因此會考慮以和解方式查緝盜版，如此則容易使查緝流於表面化的工作[27]，對於遏止盜版並無實益。另一方面，權利人團體間對彼此亦可能不夠瞭解，造成合作時會產生摩擦，而不利查緝之進行。

4. 使用者之需求引發犯罪

盜版行為的特性之一，為其使用者之需求明顯決定盜版商之供給。例如以夾報方式進行郵購的行為，仍須消費者「下訂單」，業者才開始進行生產、燒錄；又如 P2P 的網路傳輸方式，乃是使用者間檔案之交換，完全由使用者決定盜版行為之發生。因此，檢警單位或權利人團體若單從供給端查緝盜版，仍無法杜絕盜版行為之誘因，盜版仍會繼續存在，惟換以不同的方式生存。此乃查緝工作之問題之一，也是盜版產業無法消滅的原因之一。

5. 盜版屬於知識型犯罪

從事盜版的工作中，有許多即是知識份子，例如負責破解商用軟體的密碼或正版廠商的防偽技術，進行真品仿冒偽造等等。有了這些知識份子的參與，使盜版技術迅速精進，盜版產業的手法也得以不斷翻新，讓檢警的查緝工作進行不易。對這些知識份子而言，智慧財產權的觀念應較一般人清楚，然而卻仍願意以身試法；也許正是因從事盜版的利潤十分誘人，而罰則相對過輕又不足以達到遏止的效果。此實為值得檢討的問題。

6. 組織犯罪的加入

因盜版之利潤豐厚，自然引起組織犯罪集團之覬覦；而組織犯罪若牽涉其中，則其犯罪規模必較普通之盜版商大，故現存之大規模盜版案件，如跨國盜版案件等，皆可合理懷疑有組織犯罪加入其中。組織犯罪較一般零星的犯罪行為更危險且難以查緝，而盜版產業加入組織犯罪的因素之後，會使得產業結構更加複雜，犯罪手法也會更見刁鑽；實務上可見查獲的犯罪人常為人頭頂替的情形，即是一例。就權利人團體而言，對於組織犯罪集團幾乎是莫可奈何，唯有倚賴檢警單位發動公權力，方有可能對其進行查緝。

7. 「反反盜版」的聲浪

[27] 訪談 IPAPA 秘書長之結果。關於 IPAPA 之運作情形，請參考上文與附錄中之訪談記錄。

有些民眾因不滿著作權利人挾法律保護之名義，而就其著作收取不合理之高額價金，並以法律手段對受侵害之權利救濟、使一般民眾亦陷於可能被起訴之恐懼中，所以社會上出現「反反盜版」的聲音，且此聲音隨著著作權利人之大動作反盜版而有逐漸升高的趨勢。受到輿論壓力所然，檢警單位或權利人團體之查緝行動亦會受到影響，不敢有太大的查緝個人盜版行動，以免動輒得咎。

（二）建議

1. 定期加強查緝人員之專業訓練，以因應新型態的產銷模式

針對侵害著作權案件之發生頻繁，有必要成立專責警力以進行查緝工作，因此目前警方已成立保護智慧財產權大隊，並與經濟部智慧財產局合作，訓練員警對盜版查緝之知識。然而，隨著製造技術的改良、行銷通路的創新、以及產銷合作模式的改變，本研究認為，應定期舉辦專業訓練之課程，以應付不斷翻新的犯罪手法。在專業訓練課程中，除了加強訓練辨識盜版、製作筆錄等的專業知識外，也應加強查緝人員之著作權觀念，以及對盜版模式脈動的掌握，使查緝訓練的課程符合社會現況所需。

2. 加強校園內法律觀念之教育，促進學生與權利人間之互動瞭解

對於校園內的盜版情形，本研究認為，首先仍須由加強學生之法律觀念著手；除了加強學生對著作權之認識外，也應加強一般基礎之法律觀念，使學生瞭解校園並非擁有特權，觸犯法律一樣需接受處罰。其次，由於對權利人團體之瞭解不足，容易使學生對查緝行動產生誤解，這一方面，校方可舉辦交流性質之座談會，邀請學生與權利人團體共同參與，增進對彼此之認識與互動，使保護著作權之行動落實在校園之中。

3. 調整檢警查緝之誘因，使查緝工作平均實施、不流於表面功夫

本研究認為，警方查緝盜版光碟之績效獎勵制度，宜由所查獲盜版光碟之市值改為由所查獲盜版光碟之數量認定之，以免對價值之衡量有灌水浮報的現象。此外，為避免查緝行動集中在 301 公布之前，政府應使警方出動查緝的誘因平均分佈，讓盜版商沒有「法律假期」，也不使政府之查緝行動流於表面功夫。

4. 增進權利人團體間之瞭解與合作，共同打擊盜版

目前我國五大權利人團體已成立一共同組織，以集中力量對政府施壓，但其他方面之查緝工作仍未見權利人團體間之合作行為。以同為查緝盜版軟體之 BSA 與 IPAPA 為例，依本研究之觀察，似乎就合作查緝而言尚缺乏溝通與協調[28]。本研究認為，權利人團體間除定期召開會議，分享查緝心得外，亦可實際上發展合作模式，共同打擊盜版，使查緝盜版之工作在權利人團體的合作中更能發揮效益。

5. 加強民眾對著作權之認識，宣導使用盜版亦為犯罪行為之觀念

著作權乃無形資產之一種，一般人可能容易忽略其重要性，而不認為侵害他人之著作權具有可罰性。即使知道侵權的可能性，也常因經濟考量的因素而寧願選擇使用盜版品，畢竟正版與盜版相較下，品質相差尚在可容忍的範圍內，但價格卻成明顯的對比。本研究認為，在這一方面，政府應宣導保護著作權之重要性，加強人民守法觀念的教育，使民眾不只知道盜版為違法行為、更進而認知使用盜版品亦係違法而具有可罰性，使人民願意遵守法律的規定，不因經濟考量的誘惑而助長犯罪的風氣。

6. 提高盜版行為之成本，降低從事盜版的誘因

針對知識份子從事盜版工作之問題，本研究認為，宜從提高對此類犯罪者之處罰著手，藉由增加從事盜版之法律風險，間接使得從事盜版之利潤與誘因降低，讓盜版相對而言無利可圖，而使知識份子從事盜版的意願減少。少了知識份子的協助，盜版技術的進步將不若以往迅速，對查緝工作而言也較得以順利進行。

7. 由檢警單位佈線，掌握組織犯罪之動態

因查緝組織犯罪之危險度較查緝一般盜版業者提高許多，因此由權利人團體或由民眾檢舉之可能性較低，需要國家公權力的發動方能有效查緝。檢警機關應由日常的資料或佈線，確實掌握組織犯罪的現況與動態；並可加強與其他國家之調查單位或海關的合作[29]，來偵破跨國盜版的犯罪行為，進而達到防止跨國盜版案件的發

[28] IPAPA 負責查緝街頭盜版，BSA 則以查緝企業盜版為主；但 IPAPA 因營運模式不佳，已停止查緝工作的進行。就此而言，兩個權利人團體並無針對日後查緝街頭盜版軟體的工作進行協調或分配，對於查緝工作而言甚為不利。

[29] 依訪談 MPA 執行長之結果，MPA 對於 IP 設在美國之盜版網站業者，會提供我國偵九隊與美國警調單位之合作管道。但對於 IP 設在較不重視智慧財產權之國家的網站業者，目前似乎仍無良好管道可資解決。

生。

5.2 司法救濟面

關於著作權受侵害時之法律救濟途徑，依著作權法之規定，可尋刑事途徑與民事途徑以茲救濟；至於其救濟方式，於上文中已為說明，故在此不再詳述。此處擬由訪談權利人團體所得之結果，與司法近年判決所得之統計資料，來討論處理盜版犯罪在司法實務上所面臨之問題與問題之成因，並提供本研究對於該問題之建議。

經由本研究之訪談結果可知，權利人對於司法判決最大的質疑，在於刑事案件法院普遍判刑偏低；而民事部分賠償金額則偏少，且真正可執行而得到之賠償金更少，實益不大，以致無法有效遏阻盜版之行為，增高盜版之風險，而降低盜版之誘因。造成這樣現象之原因，一部份係因我國法律制度之緣故，若要打破制度則需由修法著手；另一方面則是因權利人與法院和社會大眾之出發觀點不同所致，造成權利人對於實務判決之不認同。

以下由刑事和民事兩部分的救濟途徑出發，分別探討各自的判決現況，其次分析我國實務上之問題與原因，最後討論可能的因應措施與建議。

5.2.1 刑事救濟實務之現況與問題建議

一、侵害著作權之刑事處罰執行現況分析

由下表可發現，侵害著作權之刑事處罰，獲判無罪者之比例，民國八十八年為 19.1%，民國八十九年為 6.1%，九十年為 8.8%，九十一年為 10.0%，九十二年為 11.0%[30]。其定罪率方面，八十八年為 33.8%，八十九年為 47.2%，九十年為 64.3%，九十一年為 56.2%，

[30] 依司法院之研究報告，智慧財產權自訴比例較其他刑案多，且判決結果以「無罪」，「不受理」比例高，商標法甚至有 60.87%的人無罪。惟由表觀之，侵害著作權方面自訴與無罪之比例並不算高。

九十二年為 54.7%，因此其定罪比例並不算低；惟量刑方面，判六個月以下有期徒刑者比例最高，八十八年為 59.2%，八十九年為 53.6%，九十年為 64.4%，九十一年為 55.3%，九十二年為 46.3%，均佔約半數之比例；判一年以上兩年以下之有期徒刑者次之：八十八年為 19.5%，八十九年為 22.0%，九十年為 21.2%，九十一年為 30.0%，九十二年為 30.3%，有逐漸增加的趨勢；量刑最重為判三年以上五年以下有期徒刑：八十八年為 0.55%，八十九年為 0，九十年為 0.13%，九十一年為 0.09%，九十二年為 0.34%，雖然依著作權法之規定，侵害著作權法之常業犯罪高可處七年以下有期徒刑，然而依資料統計結果，實際最高刑責為五年以下，且佔全體相當少之比例。而科刑者受判緩刑之比例：八十八年為 29.0%，八十九年為 36.2%，九十年為 20.7%，九十一年為占 40.6%，九十二年為 42.2%，比例上接近全體之半數。

表 5-5 地方法院刑事第一審著作權案件裁判結果

年期（民國）				88	89	90	91	92
終結件數				1102	1755	2071	1540	1480
終結案件中平均一件所需日數						111.64	127.85	130.50
被告	總計			1611	2684	2436	2041	2043
	科刑	總計		544	1266	1566	1146	1117
		有期徒刑	六月以下	322	679	1008	634	517
			逾六月至一年以下	76	251	171	132	167
			逾一年至二年以下	106	279	332	343	338
			逾二年至三年以下	1	3	9	5	11
			逾三年至五年以下	3		2	1	7
		拘役		5	3	7	5	22
		罰金		31	51	37	26	55
	免除其刑					2		
	無罪			305	163	215	203	225
	免訴			2	12	11	15	10
	不受理	一般		621	641	565	422	335
		再行起訴						
	管轄錯誤			5	10	5	12	28
	通緝			13	9	25	17	32
	撤回			102	70	92	159	142
	駁回	公訴					2	1

		自訴		15	6	4	32
	其他		19			1	1
緩刑人數			158	458	504	501	471
得易科罰金人數			318	671	999	683	638

資料來源：司法院

由以上可觀察出，侵害著作權之刑事案件，以判處六個月以下有期徒刑為最多，且緩刑的比例居高；也就是說，以九十二年為例，實際入監服刑之人數也僅約佔總科刑人數之六成左右。

二、刑事訴訟之問題與建議

經由上述判刑統計之觀察，以及訪談權利人團體後之結果，可歸納出著作權利人在尋刑事訴訟救濟時所面臨之問題與產生之質疑。受到權利人所質疑的主要問題，即在於法院普遍量刑過輕的現象。至於造成該現象之原因，又可歸納出以下幾項：

1. 連續犯之制度

我國係大陸法系之國家，刑法之制度乃仿照德國與日本之規定，故設有「連續犯」之制度。如上文所述，所謂連續犯係指同一行為人，以連續之數行為，犯同一罪名之數罪，在裁判上以一罪予以處罰之意。故連續犯在犯罪數量上，至少是兩個以上可以各自獨立的罪，在法律效果上，則至多加重其刑二分之一。

按英美法系中並無連續犯之概念，相對的乃採用「一罪一罰」之概念，就被害人的立場而言，其權利被侵害一次，加害者即應成立一罪，侵害多次即為多罪，各罪均應分別加以處罰科刑，且其所科各刑通常亦都合併執行。

因此，同樣之數次侵權行為，如依我國刑法連續犯之規定判刑，其刑度會較以英美法一罪一罰之觀念判刑之刑度為輕，所以往往引起國外受侵權之權利人不滿，認為我國法院有輕判之現象。這是造

成法院量刑較輕現象之其中一個原因。

2. 法官判刑時之考量因素

依我國著作權法之規定，其法定刑相較各國而言刑度並不算輕，但執法時卻少見判以法律所規定之重刑，使販賣盜版之量刑不若權利人之預期，其中一項原因，係因法官下判決時之心理因素。由於一般認為侵害著作權之案件對社會的危害程度不若侵害治安之事件大，且查獲之案件以夜市攤販之類居多，獲利微小，因此法院考量犯罪情節等因素，並不會予以重刑處分。根據臺北地院與高雄地院八十八年及八十九年常業犯刑事判決書之抽樣分析結果，發現影響臺北地院法官量刑之因素僅有所生「危害鉅大」一個變項；而高雄地院法官除考慮所生「危害鉅大」之變項外，「獲利尚微」亦為審酌因素之一，兩變項總計可以解釋刑期近七成的變異量[31]。

針對盜版案件法官量刑過輕的批評，司法院表示，係因三分之二以上比例的違反著作權法等智財權案件為犯行不嚴重的小案，諸如學生的違法拷貝行為、青少年受僱販賣盜版品及夜市攤販賣仿冒盜版品等，多數會被判處六個月以下不等之徒刑、拘役或罰金。至於違法情節重大案件，法官判處逾一年者，一審約一成六、二審約一成三，加上判處六個月至一年者約一成，因此法官認為並未輕判，量刑輕重比例也並非不適當[32]。

對於這一點，權利人團體認為，考量各國之風土民情不同，的確無法要求法院對於盜版攤販等零售商重判；惟對於上游製造商等集團，應給予應得之懲罰，才能以重刑達到遏止的目的。

3. 緩起訴與緩刑比例過高

另一方面，權利人團體亦認為緩起訴與緩刑之比例過高，使刑罰並未發揮應有之規範目的，讓民眾無法由刑罰中得到盜版乃違法行為的警惕。關於這一點，檢察官與法官亦有其考量。在宣告緩刑方面，法官在衡量是否宣告緩刑時，客觀因素方面會考慮被告是否積極與權利人商談和解或已得權利人之諒解、權利人對緩刑有無意見、被告是否配合警方搜查及協助破獲等具體客觀因素；至於主觀因素方面則包括以被告是否深具悔意、有無不良素行、家庭因素、

[31] 「違反著作權法量刑概況分析」，司法院網站：http://www.judicial.gov.tw/hq/juds/3_90-1.htm。
[32] 「智慧財產權案件分析」，司法院網站：http://www.judicial.gov.tw/hq/juds/3_90-1.htm。

犯罪後態度是否良好等[33]。因此，危害不大、當事人又具悔意，在符合緩起訴與緩刑的要件下，檢察官與法官自然傾向給予被告自新之機會，而不以刑罰為主要目的。

由以上觀之，或因國內外刑法制度之不同、或因權利人與法院考量之因素不同，使得權利人團體與我國司法實務之間，對於盜版案件判刑之標準與認知並不相同，對於法律規範之目的與對社會之教育功能之期待亦有落差。本研究提出下列幾點建議，供權利人團體與司法實務運作對刑事案件判刑之參考，希望能有所裨益。

1. 刑法上連續犯制度之存廢宜儘速確定

關於連續犯之存廢問題，學術界與實務界均有許多相關討論[34]；實際上具體案件依連續犯規定論罪科刑的結果，常與社會一般人之期待差異甚大，因而質疑連續犯規定必要性的聲音越來越大，廢除連續犯的呼聲也日益高漲。加上同為大陸法系、又是我國刑法制訂所參照對項之日本及德國，對於連續犯之規定皆廢除或以幾近廢除，似乎亦顯示連續犯制度之落後與不必要。

以侵害著作權之案件而言，權利人之權利受到侵害，若要達到徹底貫徹權利保護之目的，自以廢除連續犯制度、改採一罪一罰觀念為宜。我國法務部曾於民國八十六年提出廢除連續犯之建議，惟未受司法院所接納；將來是否有廢除之可能，仍無一致之見解。然而儘速確定連續犯之存廢，對於實務上之量刑、包括盜版案件之刑事判刑爭議，才能加以確定，也才能使得權利人團體對於盜版商研擬進一步的攻防策略。

2. 設立智慧財產權專業法庭，增加法官對於著作權案件之訓練

辦理刑事案件之法官，本身案件壓力即繁重，需處理的案件類型亦相當廣泛，可能因此而認為侵害著作權之案件犯罪程度不若其他刑案重大；加上智慧財產權法與傳統法學有別，如未受過關於智慧財產權之專門訓練，可能對於其意義並不甚了解，而有專業知識不足之虞。

---

[33] 「違反著作權法量刑概況分析」，司法院網站：http://www.judicial.gov.tw/hq/juds/3_90-1.htm。
[34] 請參考上文關於連續犯之說明。

美國於 1982 年成立「智慧財產權專業巡迴上訴法庭」(Circuit for Appeal Federal Court，簡稱 CAFC)，至今已超過二十年；我國為因應加入 WTO，亦於民國八十七年七月一日於台北地院成立二個「智慧財產權專業法庭」之合議庭，由七位法官負責處理侵害智慧財產權之刑事案件。

本研究認為，未來宜於其他地方之法院增設智慧財產專業法庭，使關於智慧財產權之案件能如同台北地院之方式，專由該法庭審理；而擔任該法庭之法官亦需受過智慧財產權專業知識之訓練，並輔以技術專門人士在庭協助法官調查證據之工作，以確保智慧財產權案件之審理品質。對於盜版案件而言，也可有加快審理速度之功效，使權利人之權益不因審查工作之曠日費時而遭受更大的不利益。

3. 依個案之不同，而以適度的刑罰為必要

刑法之功能係為達到特別防禦與一般防禦之目的，因此對於犯行重大之人，懲以嚴刑不但能懲罰當事人，亦能獲得教育一般民眾不可犯罪之功效；但對於犯罪情節輕微之案件，如仍一味強調刑罰、而忽略對其犯罪個人之教育意義，則不但使刑法之目的受到曲解，亦容易因此而失去民意之支持。且著作權具私權性質，著作之利用基本上應為市場導向，過度的刑罰規定將誤導著作權人完全依賴刑罰對抗未經授權之利用，不就行銷成本作最合理的調配，則市場機制不存在，價格無從合理，社會與經濟資源將被不當地聚集與揮霍。

故本研究認為，對於犯罪情節重大之盜版商，尤其對於指揮盜版集團之經營、從事製造生產之上游商，應予以著作權法所規定之重刑處罰；至於侵害利益甚微之案件，則可以緩起訴或緩刑等科以社會服務之方式教化之，以符合犯罪行為之本質。

4. 須能有效遏止商業規模之故意侵害。

以近幾年之實務判決而言，雖然著作權法規定常業犯最高可處七年以下有期徒刑，但從未見有如此之判決產生；民國九十二年修法之後又提高盜版光碟之法定刑與罰金，然而目前仍未見有高刑度

之判決出現。對於惡意侵權且具商業規模之犯罪行為，其非法獲利極大，對於著作權之傷害也最深，不但危害著作權利人之權利，更對我國之形象有不良之影響，實應予以重罰。目前著作權法已將盜版光碟有關之犯罪行為訂為非告訴乃論罪，使國家對於此類具商業規模之犯罪行為追訴與審判能進行的更為順利；未來盼法院審理此類案件時，能做出有效遏止此類嚴重不法行為之判決，對於權利人之權利才能有所保障，且對於我國維護著作權之形象才有正面之作用。

5. 善用緩起訴之制度

民國九十二年修正刑事訴訟法之後，賦予檢察官在起訴與不起訴之外，對於微罪有「緩起訴」之權限，使輕微之犯罪者在一定期間中改過自新，即可獲不起訴而不受刑罰處分。緩起訴與與緩刑之意義相同，均在給予犯罪之人自新之機會，而免受刑罰處分。事實上，這類微罪之案件即使起訴，法院仍可能希望當事人與權利人能和解；因此與其對該類犯罪者起訴，不如以科以社會服務之方式教化之，更符合訴訟經濟之需求，例如向被侵權之權利人道歉、向社會福利機構捐贈一定數量之金額或服勞役、科以宣傳反盜版之義務等，使行為人認知所作所為係犯罪行為，並保證日後不會再犯。關於實務上之緩起訴處分，權利人或有認為比例過高，但亦有權利人認為能達到遏止小額侵權之目的[35]。

6. 侵害著作權案件之民事賠償分析

侵害著作權以民事求償之案件為數不多，以民國九十二年為例，刑事案件之件數共 1480 件，同年民事訴訟之案件則僅 117 件，相差甚遠。且在民事訴訟中，以訴訟標的之金額觀之，乃以 10 萬至 50 萬元之間最多，金額並不大。

5.2.2 民事救濟實務之現況與問題建議

[35] 詳細說明請參考附錄中 TBPA 之訪談記錄。

一、侵害著作權之民事賠償現況分析

表 5-6 地方法院民事第一審著作權終結事件訴訟標金額(單位:件)

年度	88	89	80	91	92
總計	20	19	17	64	117
以財產價值計算之件數	19	19	17	34	113
一千元以下	--	--	--	--	--
逾一千至五千元以下	--	--	--	--	1
逾五千至一萬元以下	1	1	--	--	--
逾一萬至五萬元以下	--	2	1	11	7
逾五萬至十萬元以下	2	1	3	4	9
逾十萬至 50 萬元以下	14	9	6	27	58
逾 50 萬至 100 萬元以下	--	1--	2	4	12
逾 100 萬至 200 萬以下	2	2	3	4	3
逾 200 萬至 500 萬以下	--	2	1	10	13
逾 500 萬至 1000 萬以下	--	--	--	2	5
逾 1000 萬至 5000 萬以下	--	--	--	2	2
逾 5000 萬以上	--	1	--	--	3
不以財產價值計算	--	--	--	--	1
其他	1	--	--	--	3

資料來源:司法院

由上表可觀察出,同為民國 92 年之侵害著作權案件,刑事部分於第一審共有 1480 件,而民事部分卻僅有 117 件,比例相差懸殊,可見尋求民事救濟之權利人並不若尋求刑事救濟者多。且以民事訴訟標的之金額而言,以介於十萬至五十萬元間者佔最多數,訴訟標的金額均不大。

就實務而言,法院在做成民事賠償額之決定時,會考慮犯罪之「數量」、「時間」、「地點」、「雙方當事人經濟地位」、「被告犯罪所得之利益及所造成被害人之損失」、「被告犯罪意圖是否基於營利」、「犯罪行為人係個人或是企業」、與「損害行為是否係故意且情節重大」等因素。如以上因素構成,而被害人又難以舉證其所受損害額時,則法院會傾向以法定賠償額之上限做成賠償金額的決定。其中較重要的為最後兩點,分述如下:

(1) 犯罪所得之利益及所造成之損失

侵權人之侵權行為造成之損失，究竟可否彌補，其行為是否造成不斷擴散之損失，使被侵害範圍過大於廣泛而無法計算，為法院審酌之重點之一。

(2) 損害行為是否為故意且情節重大

當事人主觀認知也是法院審酌損害賠償數額之重點。例如銷售電腦時拷貝軟體於電腦中，侵權當事人雖被法官判定為「常業犯」，但法官認為雖侵權人確有營利意圖，然其拷貝軟體於電腦中目的為增加銷售電腦硬體之業績，與專門銷售軟體之經銷商，主要目的在故意非法重製軟體銷售，有所區別，縱被認定為常業犯，仍難認已達「損害行為屬故意且情節重大」之程度。

二、民事訴訟之問題與建議

（一） 民事方面之問題：損賠償金額過低

依訪談結果得知，在民事方面，權利人認為因民事賠償的金額不大，並無懲罰或阻嚇犯罪行為的效果；況且民事賠償會因當事人脫產等行為，導致難以實際執行賠償金，故實益反而不若刑事訴訟大。而造成民事賠償額偏低的現象，最主要即為以下之原因：我國民法之損害賠償係以「填補損害」為目的。

我國乃是大陸法系，採德國之制度，對於侵權行為所造成之損害採取「填補損害」而非「懲罰」的態度。依我國民法之規定，損害賠償的目的乃是填補損害，因此侵權行為之被害人需舉證因行為人之侵權行為受有損害，並且舉出所受損害或所失利益之額度，則法院方能依其損害額判賠償金額。

在英美法系的國家，採取所謂「懲罰性賠償」的制度，因此對於惡意之侵權行為，可以懲罰性賠償之超乎損害的高價賠償予以懲罰並遏止之，所以對權利人而言，會認為我國之賠償金額過輕，達不到處罰的效果。事實上，大陸法系國家認為，處罰或懲罰乃應經由刑事手段、而非由民事程序進行，所以我國原則上並無懲罰性賠償的明文規範。有學者認為，著作權法第八十八條「法定賠償額」

[36]之規定，屬於懲罰性賠償[37]；但所謂法定賠償額，是否具有懲罰性賠償之意義，有所疑義。只能說在不能證明損害程度時，法院得斟酌行為情節科以一萬以上一百萬以下之賠償額，但是否此賠償額必高於實際損害，並不可知[38]。故應不必然具有懲罰性賠償之功用。

（二）建議：對於具商業規模之盜版光碟業者增定「懲罰性賠償金額制度」之規定。

由上述可之，若於提高我國民事損害賠償之金額，以達到遏阻盜版光碟行為之功效，則可仿效美國關於「懲罰性賠償金」的制度。

以下為美國「懲罰性賠償」制度之簡介：

1. 意義：懲罰性賠償是給付被害人超過其財產損害範圍的一種金錢賠償，超過的部分係用來懲罰加害人的不法行為，或嚇阻他人為同一行為。
2. 目的：①懲罰；②嚇阻；③填補損害；④報復。
3. 與損害賠償之不同：

①目的不同；

②損害賠償計算基礎不同；

③賠償方式不同：損害賠償以回復原狀為原則，金錢賠償為例外；懲罰性賠償則皆以金錢賠償；

④訴訟法可否獨立請求不同：懲罰性賠償需在填補性賠償被准許之前提下才得以受理。

4. 成立要件：

①被告的行為：超過社會可容忍的範圍；

②心理狀態：惡意、故意不顧他人權利；

---

[36] 著作權法第 88 條第 3 項規定：「如被害人不易證明其實際損害，法院依侵害情節酌定賠償額之上限，一般侵害為新臺幣一百萬元，其屬故意且情節重大者，得增至五百萬元。」
[37] 謝哲勝，「懲罰性賠償」，台大法學論叢，第 30 卷第 1 期，民國 90 年 1 月，p151。
[38] 美國有關侵害著作權的賠償，規定於 15 U.S.C.§1116(d)。

③其他要件：附屬於填補性賠償之請求，損害之發生與被告故意之心理狀態有因果關係，真正損害。

5. 審酌賠償範圍之因素：

①可責難的程度：不法的本質、行為人動機和心理狀態、受害程度、不法後是否有悔意；

②嚇阻因素：被告的財富和收入；

③訴訟輔助因素：原告之訴訟費用相關支出與律師費。

我國民法傳統上見解，係沿襲德國等歐陸法系國家見解，認為損害賠償僅在填補被害人之損害，並不具有懲罰之意義；有關懲罰乃是刑法之功能，不應由民法之賠償制度實踐。然而，有些歐陸法系國家亦承認懲罰性賠償之請求，如挪威、波蘭、巴西、以色列、菲律賓等[39]。德國最高法院亦在 1992 年承認美國的懲罰性賠償判決可以在德國境內強制執行。

相較於此，我國民法第二百一十六條第一項則規定：「損害賠償，除法律另有規定或契約另有訂定外，應以填補債權人所受損害及所失利益為限。」由此可知，若非法律另有規定或契約另有訂定兩者情況，我國原則上不承認懲罰性損害賠償。因此，可於著作權法中，另行增定關於懲罰性賠償金之制度，使侵害著作權之行為，尤其對於惡意侵害之商業規模盜版光碟業者，科以原賠償金額數倍之懲罰性賠償，藉由高額之民事賠償來遏阻具商業規模之盜版犯罪行為，使權利人之權益保護與民法損害賠償制度之間能取得平衡。

[39] 謝哲勝,「懲罰性賠償」, 台大法學論叢, 第 30 卷第 1 期, 民國 90 年 1 月, p115。

第 6 章：結論與建議

6.1 研究結論

盜版侵權的行為，古來有之，只要有正常的經濟活動，即有仿冒、作假的情事出現，中外皆然。然而近年來由於科技進步，經濟行為變化多樣，促使著作權創意產品的盜版侵權比以往更容易進行。經由訪談、分析，歸納，本研究的結論為：

- **我國盜版率大約為 40%上下**

截至目前為止，我國不論哪類的內容創意產品，盜版率都接近 40%上下，如表 6-1 所示。經由訪談台灣國際圖書業交流協會（TBPA），書籍的教科書部分的盜版率亦大約為 40%上下，顯然我國經由各方的努力，整體而言盜版率維持在 40%左右。

表 6-1 我國 2000~2003 盜版率變化表（單位：百萬美元）

產業別	2003		2002		2001		2000	
	損失	盜版率	損失	盜版率	損失	盜版率	損失	盜版率
電影	42.0	44%	42.0	44%	35.0	30%	30.0	30%
音樂與錄音唱片	58.0	42%	98.6	47%	51.7	48%	60.5	44%
商業軟體	無資料	無資料	91.2	43%	106.8	53%	123.9	53%
遊戲娛樂軟體	261.8	42%	591.6	56%	20.0	70%	20.0	90%
書籍	20.0	無資料	20.0	無資料	20.0	無資料	20.0	無資料
總計	無資料		847.9		332.9		553.7	

資料來源：國際智慧財產協會（IIPA）2004 年特別 301 報告-台灣

● 科技進步，影響正版產品的產品形式與經營模式

傳統上著作權創意產品最早已印刷品的形式存在於市場，例如書籍與雜誌。光碟科技進步導引出附著於光碟的數位內容，包含電子版本的書籍、影音產品、音樂、電子遊戲軟體、商業軟體……等。近年來由於壓縮技術進步導引出 MP3 的音樂形式等變化，導致著作權創意商品的形式，隨著科技進步而有大幅度的變化，商品的銷售、服務模式因而隨著轉變。科技進步，導致著作權創意產業的產業變革。

● 盜版產業間存在微妙的替代關係

科技對於盜版品的影響，與正版產品的影響同樣劇烈。光碟壓製的盜版方式能有效壓低成本，大量生產，對於燒錄形式盜版的業者而言，為極強的競爭與替代力量。網路下載無遠弗屆，提供消費者極為便利的選擇，對於光碟壓製的盜版形式而言，其替代力量更為強大。盜版品供應商因使用的盜版形式不同，彼此間的競爭力量強大，替代關係微妙。

● 消費者選擇正版商品與盜版商品，視乎對品質的堅持或附加價值

根據訪談與市場的觀察，消費者選擇的消費者因素於本研究報告第二章詳述，主要為價格因素。不需付費卻期望能享用為人性的貪婪面，然而市場上多數的消費者對於其真心喜愛的著作權創意商品，假若能提供歸屬感、感動感（例如對於偶像的認同），與其他的附加價值（例如：參加簽名會、握手會、簽名海報……等），則消費者將捨棄品質不佳的盜版製品，轉而購買正版商品以顯示其歸屬與認同感。

● 消費者也是盜版產品的競爭者現象

消費者貪圖盜版品的低價，進而經由網路下載大量的「免費」產品，朋友間私下以網路、燒錄機分享彼此的「收藏」，形成多人只需要買一片，連盜版品都不需要重複購買的微妙結構，因而形成「盜版商品消費者成為盜版商品的競爭力量」的微妙現象。

從產業的層面研究盜版侵權行為，瞭解其整體產業生態，有助於制訂適當的國家政策，能有益於扶植知識創造與產業創新，抑制盜版侵權的地下經濟發展。本研究從產業面的觀點切入，研究著作權侵權對產業的衝擊，歸納可得下列的產業面研究結論：

● 從國家層面觀之：

盜版侵權對於國家層面的影響，整體而言產生的負面影響為：

1. 正版稅收減少，盜版業者不繳稅

盜版侵權業者進行地下加經濟活動，獲利豐厚，然而正常的課稅管道無法對其課稅。正版業者受盜版產品影響，瓜分大量市場，導致銷售量下降，營業收入減少，國家的營業稅收因而大幅度減少。

如本研究報告第四章分析，正版業者受盜版侵權影響，導致公司倒閉，人員失業，進而導致個人所得稅的稅收減少。

2. 影響正常的產業環境發展，擾亂產業秩序

良好的市場環境與產業秩序乃是維繫市場發展的重要因素，然而盜版侵權業者不以正常的銷售競爭手段，沒有投入研發、內容創造的努力，直接以他人的內容來打擊其市場銷售，形成擾亂產業秩序的重大根源。產業秩序無法維持，整體的產業環境難以有效推展，對於國家的經濟活動必將產生重大的負面影響。

3. 影響國際形象，阻卻國際投資

「海盜王國」對於一個國家而言，不是光彩的代表。國際的創新與研發力量，因為在國內無法或得妥善保護，當地人民習於享受而不願支付費用，其後果是國際形象大受損商，國際的投資與內容產業裹足不前，不願意到我國投資，我國將難以獲得國際同步的知識創新動力來源。

4. 知識產業相關體系發展卻步

知識創新的產品形式，以專利、著作權產品形式為代表。著作權創意產品能獲得妥善的保護，市場上獲得相對的尊重，將能有效的鼓勵創新與內容創造，進而形成知識創新體系蓬勃發展，知識型產業的快速進步。

然而盜版侵權產品直接剽竊他人創意產品，創意人無法獲得相對的回報，則知識創新的體系將因人才不願意投入而逐步萎縮，導致產業體系發展受限，國家整體的創意能力發展受限。

5. 挑戰國家法制體系

著作權創意產品受到「著作權法」保護，由國家賦予專享的著作人格權與著作財產權，而盜版侵權業者直接盜版的作法，對於國家法律所賦予的人格權與財產權直接侵害，挑戰國家的法制體系與威信，其影響極為深遠。

● 從產業層面觀之：

1. 著作權創意產業受損，產值衰退

盜版侵權快速擴展，盜版產品影響正版產品的市場銷售數額，導致產業規模受損，產值衰退。例如：音樂產業，至 1997 鼎盛時，年營業額 120 億台幣，然而至 2003 年，年銷售額僅 49 億台幣，產業的總產值大幅衰退。

對照科技發展的歷程，自 1997 年後我國光碟燒錄機、空白燒錄片製造技術大幅成長，到 2000 年代市場上幾乎每部電腦都有燒錄機，對拷機更快速風行，消費者私下燒錄分享彼此的收藏，盜版業者以低廉的對拷機燒錄盜版品，與產值衰退的發生時機大致相符。

2. 著作權創意產業的上下游關連產業受到牽連而萎縮

著作權創意產業發展，能帶動上下游的關連產業發展，包括錄音室、詞曲創作自由作家、化妝業、攝影業、廣告業、公關業、印刷業、包裝業……等，與著作權創意產業形成完整的產業價值鏈，

當主體的著作權創意產值萎縮，則相關連的產業全體受牽連而萎縮，產業鏈結產生骨牌效應，對於國家的產業經濟影響劇烈。

3. 不公平競爭

盜版侵權產品依附在正版商品的影子下銷售，其業者並未投資於內容開發、行銷等努力，卻分享產品形象的商業價值，形成不公平競爭現象，導致專注於內容開發、產品創意執行的業者無法獲得合理的市場收入回報，難以繼續生存。

4. 無力投資於無形資產創造

著作權創意業者投資於內容創造，其成本非常高昂，投注的無形智慧與創造力難以衡量，然而盜版侵權行為影響其正版產品的銷售，創意業者無法從銷售獲得成本回收，則將無法持續投入新一階段的內容創造，無形資產的創造過程將因而中斷。

5. 創意產業以往累積的專門知識、經驗，快速消散，轉往大陸

創意產業的運作，從內容創造、創意內容處理與組合（例如編曲、錄音、錄影技術、混聲技術、電影剪接技術……等），都需要長時間累積經驗。以往我國不論音樂、電影加工、商業程式撰寫……等與創意執行相關的技術累積，已經成為華人市場最重要的產地[40]，擁有極為豐沛的創意執行人力資源與技術，然而隨著創意產業規模逐漸萎縮，我國過去所培養的執行人才外流的情形極為嚴重。

● 從知識創造層面觀之：

1. 創意努力無法獲得保障，創作意願下降

由於創意的努力成果被侵害，透資的心血與成本無法回收，導致創作意願下降，創意產品數量逐漸減少。

2. 求快速念頭瀰漫，從現有的創意裡重組，而無力、不願構思新創意

著作權創意產業為了維持正常的營運，但卻無法從新創的內容

[40] 訪談 IFPI, MPA, BSA 等都有相近的結論。台灣過去 20 年來，為華語內容最重要的創造、供應、加工、生產基地。

產品獲得回收，快速的作法為從現有的內容裡重新組合、加工，以新的組合產品形式銷售，搶短線，走一步算一步，難以培養持續的創意努力。

3. 社會的創新意願日漸薄弱

消費者習慣於免費獲取，創意執行人才隱藏創新的動力，則社會整體的創新動力將受壓抑，形成搶短、撿現成的速成價值觀。

6.2 研究建議

本研究提出下列的建議：

- **針對法治層面的建議：**

1. 定期加強查緝人員之專業訓練，以因應新型態的產銷模式
2. 加強校園內法律觀念之教育，促進學生與權利人間之互動瞭解
3. 調整檢警查緝之誘因，使查緝工作平均實施、不流於表面功夫
4. 增進權利人團體間之瞭解與合作，共同打擊盜版
5. 加強民眾對著作權之認識，宣導使用盜版亦為犯罪行為之觀念
6. 提高盜版行為之成本，降低從事盜版的誘因
7. 由檢警單位佈線，掌握組織犯罪之動態
8. 儘速 ISP 業者責任納入修法範圍
9. 強化兩岸三地打擊盜版之機制，有效地遏止「台灣製造母片、大陸壓片與包裝、由香港行銷全球」的跨國分工體系
10. 加快保智大隊法制化速度
11. 檢討「檢調不及於校園」的無形束縛，防止校園成為最大宗的盜版散佈通路。

- **針對司法救濟的層面：**

1. 刑法上連續犯制度之存廢宜儘速確定

2. 設立智慧財產權專業法庭，增加法官對於著作權案件之訓練
3. 依個案之不同，而以適度的刑罰為必要
4. 須能有效遏止商業規模之故意侵害。
5. 善用緩起訴之制度
6. 進行侵害著作權案件之民事賠償分析

● 針對著作權創意產業經營層面：

1. 發展新的商業模式（Business model），以內容授權逐步替代直接銷售。並以新的商業模式滿足消費者的便利、快速的需求。
2. 為創意商品增加附加價值，讓消費者寧捨便宜的盜版品，願意購買有歸屬感的正版產品。
3. 參考美國 iTUNE 的成功經驗，建構與 ISP 業者網路行銷的合作模式。
4. 由著作權創意產業投資，配合學校宣導與教育體系，強化保護智慧財產的價值觀。

● 針對後續研究的建議：

著作權創意產業為知識經濟發展的具體展現，唯有能有效、完整的對於該產業及其次產業描繪、統計，方能瞭解我國整體的著作權創意產業結構，及對於國家經濟的影響，以利於推動兩兆雙星計畫裡的數位內容產業扶植計畫。然而遺憾的是我國並持續地針對著作權創意產業進行統計，以致於隊於該產業的瞭解都是面對，散佈在文建會、新聞局、各產業協會的小型研究，難以有整體的面貌與統計。本研究針對後續的研究建議：

1. 依據年代，統計著作權創意產業的產業數據。
2. 統計各次產業的產業數據。
3. 參考美國 IIPA 的作法，進行我國內部的盜版分析，針對貿易損失、正版產品產業損失、失業率……等，每年進行統計、分析，以建立我國的資料庫。
4. 建立我國著作權創意產業與國家競爭力關係的分析模型。

參考文獻

一、中文部份

鍾依萍，「顛覆傳統的學習方式-線上學習發展趨勢分析」，MIC數位資料庫，12月，民國93年。

劉尚志，劉耀仁，「國家創新系統－我國技術創新之法制環境建構策略研究」，國科會科學技術資料中心委託研究計畫結案報告，計畫編號 PG 9204-0427，民國92年。

林秀英，「解讀國家競爭力指標-下」，技術尖兵，12 月號，No 84，民國 90 年。

左峻德，「國家競爭力和經濟成長率之互動關係-兼論我國競爭力之評比」，經濟情勢暨評論季刊，Vol. 2，No 5，民國86年。

章忠信，「著作權與數位網路科技發展：從 MP3.com 案及 Napster 案談起」，智慧財產權月刊，26 期，民國 90 年。

譚令蒂，「取締仿冒品對廠商創新意願的影響」，現代經濟探討叢書，台北：中研院，民國89年。

莊心潔，「PEER-TO-PEER 多媒體傳輸科技著作權問題之研究」，東吳大學碩士論文，民國 90 年。

王芷意等，「由 DeCSS 案談著作權科技保護措施對合理使用之衝擊」，國立交通大學科技法律研究所 2001 年全國科技法律研討會論文集，民國 91 年。

羅明通，「MP3 數位音樂檔案之重製、傳輸與合理使用之界線—從主要架構至 Peer-to-Peer 分散式檔案共享架構之觀察」，國立交通大學科技法律研究所 2001 年全國科技法律研討會論文集，民國 90 年。

羅明通，「P2P 資源共享架構之傳輸及重製在著作權法上之評價—兼論折衷式與無階式（NO-TIER）P2P 之技術差異」，月旦法學雜誌第 94 期，民國 92 年。

陳銘祥，「網際網路與法律」，月旦法學雜誌，第 72 期，頁 147-161，民國 90 年。

蔡明誠，「網際網路智慧財產的問題與展望」，21 世紀資訊網路法制國際研討會－會議記錄暨論文專輯，頁 173-201，民國 89 年。

蔡明誠，「數位時代著作權法律問題」，智慧財產權，頁 47-71，民國 90 年。

IFPI，「政府推動維護智慧財產權工作建議」，台北：IFPI Taiwan財團法人國際唱片業交流基金會，民國91年。

陳秀峰，「網際網路與智慧財產保護」，月旦法學雜誌，第79期，頁189-196，民國90年。

劉東發，「保安警察第二總隊專責警力查緝盜版光碟工作之研究」，中國文化大學政治學研究所碩士論文，民國91年。

陳佑寰，「著作技術保護指施之法規範－從分散式重製著作之多元管制談起」，台灣大學法律學研究所碩士論文，民國90年。

胡心蘭，「論科技發展對合理使用與著作權限制之影響」，中原大學財經法律研究所碩士論文，民國89年。

王維菁，「著作權與台灣影視產業的政治經濟分析」，世新大學傳播所碩士論文，民國 86 年。

陳韻如，「軟體盜版因素之研究：臺灣、美國二國比較」，中正大學資管所碩士論文，民國 88 年。

李欣蕙，「青少年音樂盜版行為因素之探討」，政治大學國貿所碩士論文，民國 91 年。

吳宏庭，「音樂產品之消費價值與消費倫理對盜版/燒錄購買行為關係之研究」，高雄第一科技大學行銷與流通管理系碩士論文，民國 90 年。

汪宜正，「數位音樂對唱片公司與音樂產業影響之探索性研究」，台灣大學商學研究所碩士論文，民國 90 年。

宋漢崴，「電影，膽顫心驚」，遠見雜誌，218 期，頁 92-94，民國 93 年。

江逸之，「唱片，變臉求生」，遠見雜誌，218 期，頁 88-90，民國 93 年。

李瑋，「智慧保衛戰開打」，遠見雜誌，218 期，頁 108-112，民國 93 年。

洛可可，「從 MP3 看唱片盜版的問題」，音樂月刊，202 期，頁 116-117，民國 88 年。

季方平，「盜版軟體猖狂　魔咒何時能破」，新台灣週刊，440 期，民國 93 年。

李瑞敏記錄，「成大學生宿舍搜索事件法律問題之探討--議題討論」，臺灣本土法學雜誌，第 23 期，頁 90-116，民國 90 年。

翁自得，「盜版改公訴罪，可以防盜版嗎？」，自由時報，15 版，民國 91 年。

蔡明誠，「從成大 MP3 事件論著作權之侵害及限制問題」，臺灣本土法學雜誌，23 期，頁 53-62，民國 90 年。

何春蕤，「誰的智慧？誰的財產？」，國際邊緣。
http://intermargins.ncu.edu.tw/intermargins/YouthLibFront/YouthSubculture/AgianstIntelle ctualProperty/index.htm

馮建三，「MP3、空氣與著作權」，國際邊緣。
http://intermargins.ncu.edu.tw/intermargins/YouthLibFront/YouthSubculture/AgianstIntelle ctualProperty/index.htm，2001.04.16

潘明君、李雅萍，「我國網際網路用戶數達 782 萬人—迎接寬頻新紀元，寬頻用戶突破百萬」，資策會推廣處 FIND 中心，民國 91 年。
http://www.find.org.tw/0105/howmany/howmany_disp.asp?id=6

大紀元，「盜版侵蝕 唱片業不景氣 大小公司都苦撐」。
http://www.epochtimes.com/b5/4/6/18/n572096.htm

劉宇凡，「盜版盜版　誰盜誰的版？」，先驅，第 55 期。
http://intermargins.net/intermargins/YouthLibFront/YouthSubculture/AgainstIntellectualProperty/p104.htm

台灣商業軟體聯盟網站，「2003 全球軟體盜版率調查報告中文版」。
http://www.bsa.org.tw/news.asp?id=151&mod=1&ref_id=109

台灣商業軟體聯盟網站，「全球盜版軟體研究」。

http://www.bsa.org.tw/news.asp?id=103&mod=1&ref_id=104

台灣商業軟體聯盟網站，「擴張全球經濟: 降低軟體盜版的裨益」。
http://www.bsa.org.tw/reference.html

文化創意產業專屬網站，「文化創意產業年報」，第二篇。
http://www.cci.org.tw/portal/download/2004Report/02.zip

財團法人國際唱片交流基金會，「台灣區音樂市場銷售統計」。
http://www.ifpi.org.tw/sales/Sales%20Figures.htm

AMCO 社團法人中華音樂視聽著作仲介協會，http://www.amco.org.tw/

ARCO 社團法人中華民國錄音著作權人協會，http://www.arco.org.tw/

經濟部智慧財產局，歷年著作權法相關法規資料。
http://www.tipo.gov.tw/copyright/copyright_law/copyright_law_3.asp

二、英文部分

Amy Garmon. (2003), "Subpoenas Sent to File-Sharers Prompt Anger and Remorse", *N.Y. TIMES*.

Ann Bartow. (2003), "Electrifying Copyright Norms and Making Cyberspace More Like a Book" , 48 VILL. L. REV. 13.

Ariel Berschadsky. (2000), "Article: Riaa v. Napster: A Window onto the Future of Copyright Law in the Internet Age", 18 J. MARSHALL J. *COMPUTER & INFO*. L. 755.

Abrahams, Paul and Harding, James. (2002), "The digital Divide". *Financial Times*.

Batchelder, R., Drakos, N., Hayward, S., & Sweeney J. (2001), "The Five

Peer-to-Peer Models: Toward theNew Web", *Garnet Group.* Avaliable:http://www3.gartner.com/resources/95600/95637/95637.pdf

Edvinsson, Leif and Sullivan, Pattrick . (1996), "Developing a Model for Managing Intellectual Capital". *European Management Journal*, 14(4), 356-364.

European Commission. (2002), "Digital Rights Management (DRM) Workshop". *European Commission's Information Society Directorate General*.

Harmon, Amy. (2002), "Piracy, or Innovation? Its Hollywood vs. High Tech". *The New York Times on the Web*. Avaliable:http://www.nytimes.com

Knight, Will. (2002), "Controversial copyright clause abandoned", *NewScientist.com news service*.

Kathryn I. Mullen. (2001), "The Rich Man's Eight Track: n1 MP3 Files", *Copyright Infringement, and Fair Use*.

Lee B. Burgunder. (2002), "Reflections on Napster: The Ninth Circuit Takes a Walk o the Wild Side", 39 AM. BUS. L.J. 683.

Michael W. Carroll. (2002), "Napster: Innocent Innovation or Egregious infringement? Disruptive Technology and Common Law Lawmaking: A Brief Analysis of A&M Records, Inc. v. Napster, inc", 9 VILL. *SPORTS & ENT*. L. FORUM 5.

O'Connell, Patricia. (2002), "A Speed Bump vs. Music Copying", *Business Week Online*.

Porter, M. E. (1985), "Competitive Advantage: Creating and Sustaning Superior Performance", *The Free Press*.

Pike, Christopher G. (2001) , "Virtual Monopoly". *Nicholas Brealey Publishing, London, UK*.

Raphael A. Gutierriz. (2002), "Save the Slip for the Service Providers: Courts Should Not Give Short Shrift to the Safe Harbors of the Digital Millennium Copyright Act", 36 U.S.F.L. REV. 907.

Reuters. (2002) , “Cheap pen cracks ‘copy-proof’ CD”. *ZDNet UK News*.

Rivette, Kevin G. and Kline, David, (2000) , “Rembrandts in the Attic. Unlocking the Hidden Value of Patents”, *Harvard Business School Press*, Boston, USA.

Roush, Wade. (2002), “The Death of Digital Rights Management?”, *Technology Review*, 105(2), 24-25.

Reavis, C., Knoop, C. & Rayport, J. (1999), “RCA Records: The Digital Revolution”, *Harvard Business School Case*.

RIAA. (1999), “1999 Music Consumer Trends”. Avaliable:http://riaa.com/pdf/1999_music_consumer_trends.pdf

RIAA. (2001), “2000 Consumer Profile”. Avaliable:http://riaa.com/pdf/2000_consumer_profile3.pdf

Shapiro, C. & Varian, H. R. (1998), “Information Rules”, *Harvard Business School Press*.

Shirky, C. (2001), “Where Napster Is Taking the Publishing World”, *Harvard Business Review*, pp143-148.

Shawn D. Chapman. (2001), “SPECIAL FEATURE THE NAPSTER LITIGATION: Pushing the Limits of Copyright Law and Upping the Ante in the Digital World: The Strange Case of A&M Records, Inc. v. Napster, Inc”, 89 KY. L.J. 793.

Stephen E. Siwek. (2002), “COPYRIGHT INDUSTRIES IN THE U.S. *ECONOMY:* THE 2002 REPORT”, *Economists Incorporated*. Avaliable:http://www.iipa.com/pdf/2002_SIWEK_FULL.pdf

Tag It. (2000), “Story of a Revolution: Napster & the Music Industry”. Avaliable:http://www.musicdish.com/downloads/napster_compendium.pdf

Tag It. (2000), “LOSS OF INNOCENCE: STORY OF THE MP3.COM”. Avaliable:http://www.musicdish.com/downloads/mp3_compendium.pdf

Taylor, M. & Towse, R. (1998), “The Value of Performer’s Right: An Economic Approach. Media”, *Culture & Society*, 45, pp.631-652.

Torres, A. (1999), “Unlocking the value of intellectual assets”, *THE McKINSEY QUARTERLY*, 1999-4, pp.28-37.

Vickie L. Feeman etal. (2002), “Napster: Innocent Innovation or Egregious infringement? Revenge of the Record Industry Association off America: The Rise and Fall of Napster”, 9 Vill. *Sports & Ent*. L. Forum 35.

Warren, C. (2000), “Napster is rocking the music industry”, *U.S. News & World Report*, 115, p.41.

附錄：Kuro與Ezpeer訪談記錄

（註：針對 Kuro 與 Ezpeer 兩家公司的訪談，本研究採取「來文照登」的方式，不予刪減、不予重整，訪談原文照列）。

1. 企業與企業之間的運作，許多受限於法律的影響，法律的規範與法制的環境。

2. 音樂產業屬於知識產業。

3. 傳統音樂產業必須顧及使用者的消費行為。傳統創意產業，例如：音樂產業。從 100 餘年前音樂可重複播放開始之後，從黑膠唱片－＞卡帶－＞CD－＞消費者，消費行為被主宰，受到大唱片公司的主導力限制，消費者只能按照即定的消費型式，接受唱片公司的主導。以音樂產業為例，現在消費者為創意產業最大的使用者，消費者只能消極接受音樂產業之即定的銷售模式，傳統唱片公司應該以消費者的立場為消費者著想。

4. 科技產業的發展，顛覆傳統產業宰制人類的使用方式和高額的付費享用原則，同時也帶動了後現代的主流意識興起，顛覆傳統意識型態霸權，中下階層抬頭，反對資產階級持續對中下層階級的剝削。消費者主宰權的增長，賦予消費者主權來訂價。

5. 音樂通路－＞科技產業
   科技無對錯，主要在使用者的行為。

6. 著作權的定義：依據我國著作權法第一條，為「保障著作人權益」,「調和社會公共利益」,「促進國家發展」，三者條件應兼具。目前太傾向於保障著作人權益。

7. 著作權近來的修定，使得我們享用的公共財愈來愈少，在強調過度保護著作者權益，使產業發展受到限制。但現存非只有著作權的單純存在，進而成為剝削通路商的行為，收購著作權的唱片業、出版社，想掌權音樂產業的能力，欲控制市場，著作權的增長、公共財的減少，並未對社會福只增加，被收購的著作人權益，也未受保障。保障的是唱片集團。

8. 網際網路：是由由下而上，打破權力的集中，使人人能享用知的權力。

9. 實際的例子：SONY 錄放影機，1980 年代有錄製節目行為，但美國判決「只要科技（在法律上中立）有實質非侵權的用途，就有存在的價值」，因此帶動合法機器製造，進而引導出現在錄影帶與 VCD 的租售產業，也讓當初大力反對的電影公司，可以另外創造出新的影片授權收益。

10. 影印機、燒錄機出爐，其科技中性的意義，和當初的錄放影機類似。

11. 美國認為網際網路對其來說是正面的，一方面可採用他人想法進而促進創意，發想和激發創意，取得多元的管道。

12. 今日遭受的官司，「今天是否在保障唱片業控制通路的權力？」

13. 科技，Internet，網路自由開放的空間，是科技中立。但有人利用科技來滿足私人利益，是不可否認的事實。

14. 科技的繼續發展，從可以聽，不能下載這方面來研發。會站在代收使用費的角度來執行。然而唱片公司不願授權，例如手機鈴聲，手機業代收代付，Kuro 與 Ezpeer 也願意朝此方向發展。

15. 著作權遭利用，宜用「協商付費」，而不是唱片公司堅持的「授權收費」。因為科技無法監控使用者分享的過程.現今只能捉大放小。透過網路的方式傳送給他人是介紹給其他人知道，發揮告知的功能。著作權的意義應該是要讓著作物被推廣。美擁抱 p2p 之因在於現在藝人最大收入已不在是賣唱片收入，而是網際網路帶來的其它週邊利益。

16. 和唱片公司的角度相反，相反之因，我們只是扮演橋樑、媒體的角色。但唱片公司卻球員兼裁判，掌握發行行銷功能及錄音資產。我們的角度是做好消費者和業者的橋樑就有利益，唱片業者則是為了保障自身利益及控制通路。創作者認為其創作好或不好應由消費者決定，而非由唱片業者掌握通路權，為追求市場最大利益而去決定一個創作的好或不好，甚至去決定（或滿足）消費者的喜好。

17. 未來若既續讓唱片業掌握通路，會喪失文化多元性，形成罐頭文化。創作好不好應由市場決定其是否能生存，應該讓多元聲音能發表。

18. 若以被訴違法之議，社會在進步就應該有衝撞的力量，傳統的著作權保護的是舊有的大公司，但是消費者想要的嗎？是否應修改著作權法？若不堅持下去，回到授權模式和唱片公司談，消費者仍無法獲得想要的東西及最大利益。

Question：兩家公司都想走上作為一個客觀的交易平台扮演消費者和唱片公司的橋樑，在法律和雙方妥協下，運用科技力量作為雙方利益都能達到最大公約數的廠商？

19. Ezpeer 的觀點：我尊重著作權，p2p 是一個好的科技但非偉大的科技，因偉大的科技應照顧所有人。現今 p2p 卻是一個最殘忍的科技。因此，我將技術做好了但卻沒發揮最大功用也沒有意義。

20. Kuro 的觀點：反問消費者對 DRM(數位版權管理)的感覺呢？DRM 是一個錯誤的事，是走倒車。以唱片歷史來看，過往花錢買卡帶、CD 後握有實體保存的好可重覆使用，但數位的東西無複製成本，DRM 限制消費者使用的範圍和次數使消費者花了錢卻無法和過往握有實體的使用模式相同。DRM 有無取代的方式？應該先將音樂品質及內容交到消費者手中的過程做好，因為大部份的消費者都是懶惰的，所以資源應放在那８０%會願意付出合理代價去換取內容的人，而非 20%花時間破解的人，盜版是永遠存在的。DRM 非關鍵，因其防君子不防小人，但現在大多數唱片業者認為 DRM 是發展數位音樂不可獲缺的一個部份。DRM 已非是否放鎖的問題。唱片功司將 DRM 看做控制/重新取得市場的關鍵，而非以一把鎖的角度去看 DRM，所以唱片公司認為無 DRM 就沒有談數位音樂的必要。唱片公司是不懂消費者。今天有人願意付錢買內容，唱片業者應去思考應以何種好的方式去收取？所以我們公司有提出　C2C 的概念。Content to community，community 好比 kuro 或 ezpeer 會員，content 是內容。將 p2p 的概念延伸，創作者將內容以一個 p 的身份丟到 community 上，使用者付出合理代價去獲得內容，而唱片公司可以獲取部份的利益。但今天唱片業者在授權上卻以搭售的方式出售歌曲版權，例有１０萬首歌必須全買不能只買

５０００首。像唱片行紅配綠的方式。

21. Ezpeer 的觀點：

A：把這些壓力放在我們業者身上合理嗎？

B：DRM 在各國有多少成功？其目的只是保護資本主義。

22. 創意無價，應由市場（及消費者）決定。但唱片公司認為舊的歌曲仍應該有其原本的價錢，忽略了市場上若不接受，其價值應等於零。故 p2p 也許非唱片公司的需求，但是最符合創作者的需求。不用再由唱片公司決定你的好壞、幫你包裝行銷，而由消費者去決定你的價值。我們並不是要當唱片業者而只是提供通路，創作者是直接面對消費者。

23. 從前單機遊戲需用很多科技保護原則防盜拷，但網際網路興起，on-line game 已經沒有盜版的問題。音樂能否走這個模式，用租售的方式，像有線電視，採月費方式？不用買斷版權，扣除傳統批發商等的角色，但利益仍是很大的。資策會的報告說明一個人一個月願意花２００元去下載數位音樂。

24. 美國走向科技是中性的。

25. 在台灣官司是受到非法律因素的影響：301 特別條款。

26. 回到科技保護原則，DRM 存在是必要的，但應看做是一潤滑劑，在創作者、唱片業、消費者和我們之間取得一平衡。Ezpeer 的觀點是，DRM 絕非現在唱片業者所要的模式，而是應該以調和社會公益為出發點。

27. 雖然現在和５大唱片業還沒好好談，但已有許多獨立創作者和 Kuro 接觸。在找到好的 DRM 之前，P2P 仍有其存在的好處，第一其為創作者的行銷工具，其次可讓創作者賺錢。也許現在還不能讓創作者達到賺錢的目的，但仍可 promote 專輯，仍可有其它方式的收益。和 IFPI 對抗時，並不是完全和創意產業隔絕。

28. 除了 P2P 之外，網路資源取得方式仍很多。傳統著作權法打倒

我們仍無法打擊其它的取得方式。問題仍然存在，何不跟著趨勢走？開創好的商業模式？在 P2P 的發展上，國內必須承受更大的壓力，即使勝利也是美國的勝利，以後 P2P 只能跟著歐美的科技發展走。

29. 錄放影機過去在修法前是違反著作權，現在網際網路也許修法後也非侵權行為，那是消費者出了問題還是法律本身對於網際網路的規範有問題？

30. 消費者非理性，消費是一直覺策略。看數位產業應該不用太多包縛，不用將太多其它因素考慮進去。創作的產品不論是透過唱片公司還是新科技，都需接受市場的考驗，消費者才是決定創作是否能存在的關鍵。受害的其實是利用這些內容賺錢的業者。這只是一種商業機制，產業變革。

31. 我們並非和唱片公司競爭，而是和免費的 P2P 競爭。我們只是想幫唱片公司解決問題，so，唱片公司找錯對象。

32. 針對「唱片公司是否應控告末端消費者？」的問題，美國即是告末端消費者，但並非最終辦法。改變著作權法才是解決之道。

33. 企業都應善盡管理員的責任，我們也如此認為，但前提是企業要能活下去。科技趨使商業模式的改變。唱片公司以後也許非靠唱片賺錢，而為其他利益收入，而消費者也可選擇更好的使用方式。