

智慧財產法院 107 年度刑智上訴字第 43 號 營業秘密案件刑事判決

【爭點】

人力資源檔案含有業務重要資訊之人事資料，已採取合理保密措施者，為營業秘密。

【案件事實】

被告 A 原任職於告訴人 B 公司人力資源部，負責人才招募業務，雙方簽訂之聘僱契約書及 B 公司智權資訊保護規範提醒，皆定有保密規範；渠料，A 因日後自己成立之獵人頭公司增加人才資料庫所需，於即將離職之際，未經許可將 B 公司所有，僅限內部使用之人事資料，以 B 公司電子郵件信箱寄至 A 私人電子郵件信箱；經 B 公司寄發存證信函要求立即刪除或銷毀系爭人事資料後，仍繼續利用系爭人事資料，向 B 公司挖角人才，而遭 B 公司提起告訴。

案經臺灣臺北地方法院審理後認為，系爭人事資料包含姓名、學經歷、工作經歷等個人資料，係 B 公司員工就職時所自行提供之個人基本資料，可透過家庭、親友、個人學經歷背景、社群網站等管道查得；縱認該等資料內容係 B 公司加以彙整、編排而具有秘密性，但 B 公司並非人力銀行業者，前開資料單獨存在，難認具有經濟價值，故非屬 B 公司營業秘密，而判決被告 A 無罪，檢察官不服一審判決提起上訴。

【判決見解】

一、系爭人事資料具秘密性及經濟價值

（一）系爭人事資料係 B 公司成立以來，投入諸多人力、時間、物力所陸續整理編輯而成，不僅是蒐集整理公司業務員名單或個人資料，更進一步分析比對出 B 公司內每位業務人員所負責工作之國內外區域及分布比例、產品線、客戶名單等重要資訊。

(二) 取得上開資訊得以窺知 B 公司如何於國內外市場安排行銷人員及其各種產品行銷之區域配置與客戶比例多寡，更可知悉 B 公司每位業務員負責行銷之客戶，此為 B 公司所獨有之商業機密，並無法於市場公開領域或專業市場上查知，更非一般公眾所知或告訴人競爭者可以知悉之資訊，一旦被公開或洩漏給競爭對手，B 公司之業務員可能隨時有被挖角之風險，不無影響 B 公司市場上競爭力之可能，自具有相當之經濟價值。

二、B 公司對於系爭人事資料已採取必要之合理保護措施

(一) 被告 A 與 B 公司簽訂之聘僱契約書、離職前簽署之 B 公司智權資訊保護規範提醒，均載明未經授權不要傳輸、攜出、列印、傳真或用其他方式散佈、複製、使用 B 公司之機密資訊，而機密資訊指一切非公眾所知之資訊，不論有無標示機密；且不得上傳、下載或以任何方式複製、傳輸任何機密資訊到非 B 公司網路空間或未經 B 公司准許使用之儲存媒體，也不可以電子郵件寄送 B 公司機密資訊到未經 B 公司准許之郵件帳號。

(二) 又依 B 公司之智權資訊保護規範標準，業務上須以電子郵件對外傳送「內部使用級」以上資料，應經主管核准後始可傳遞，且寄送時必須複本通知主管。

(三) 另依證人證述，被告 A 無法以自己帳號及密碼登入取得系爭人事資料，而必須透過證人協助查詢、提供，始可取得；B 公司既有以前揭方式控管其所有之機密資訊不外流，堪認 B 公司對於系爭人事資料已採取必要之合理保護措施。

三、結論

被告 A 未經 B 公司許可，備份系爭人事資料 5 次，於民國 102 年 6 月 3 日收受 B 公司寄發之存證信函後，直至 103 年 8 月 20 日始將系爭人事資料完全刪除，並於該期間多次挖角 B 公司之員工，觸犯營業秘密法第 13 條之 1 第 1 項第 3 款「持有營業秘密，經營業秘密所有人告知應刪除、銷毀後，不為刪除、銷毀該營業秘密罪」。

智慧財產及商業法院 110 年度刑智上易字第 56 號 「視聽著作侵權事件」刑事判決

【爭點】

製作廣告利用系爭著作，是否符合著作權法第 52 條之合理使用規定？

【案件事實】

- 一、上訴人（即被告）A 公司負責人明知 B 公司所製作標題為「現場實測何謂透氣性，破解市售科技假髮迷思」及「NEW FASHION」之影片 2 部均係 B 公司享有著作財產權之視聽著作（下稱系爭 2 著作），竟擅自重製系爭 2 著作之片段並經剪輯後置入自製之透水款假髮實驗影片（下稱 A 公司假髮影片）中，且上傳於 A 公司經營之臉書粉絲團，使不特定多數人瀏覽觀看，涉犯著作權法第 91 條第 1 項及第 92 條擅自重製及公開傳輸方式侵害 B 公司之著作財產權等罪嫌。
- 二、A 公司負責人不服原審有罪判決提起本案上訴，供稱：其係為基於防衛自身商譽及澄清不實之目的，於 A 公司假髮影片引用系爭 2 著作係對比用，目的性正當，應合於著作權法第 52 條規定，且無須再以同法第 65 條第 2 項為重複審查；又引用行為未因此產生商業利益，又引用部分僅幾秒、無聲音且有部分畫面遮蓋，其質量及占比均不高，對市場價值影響有限，應屬於合理範圍等情。

【判決見解】

- 一、經參著作權法第 65 條 103 年 1 月 22 日立法修正理由所揭示，「豁免規定」與「合理使用」不同，「豁免規定」僅須考量要件是否符合即可構成，無須再行審酌其他合理使用之權衡要素，而合理使用條文中有「合理範圍」之規定，則須依著作權法第 65 條第 2 項規定之 4 項基準審視之。上訴人 A 公司既辯稱所為合於同法第 52 條規定：「為報導、評論、教學、研究或其他正當目的之必要，在合理範圍內，得引用已公開發表之著作」，該條文中有「合理範圍」之規定，則按上揭說明，自須再依同法第 65 條第 2 項規定之 4 項

基準審查。是以上訴意旨認應無須再以同法第 65 條第 2 項其他合理使用之標準為重複審查云云，為不可採。

二、上訴人 A 公司稱因系爭著作有影射 A 公司假髮品質問題，及虛構不能維修及不實價格分析而有引述系爭 2 著作之必要，符合於著作權法第 52 條規定，經查：

（一）系爭 2 著作並未提及其他品牌假髮名稱，且查上訴人 A 公司於假髮影片以自家商品進行透水實驗，並搭配臉書粉絲團文章所載內容，應已足使大眾了解其意在評論其他業者有以不實話術推銷商品行為，並澄清自家產品品質達到宣傳效果，實無再利用系爭 2 著作內容之必要。

（二）另審酌著作權法第 65 條第 2 項之 4 款要件，上訴人 A 公司引用本案 2 著作非屬「合理範圍」：

1、上訴人 A 公司主張重製系爭 2 著作未因此獲利，然 A 公司假髮影片片尾有「到年底前舊換新現折 3 千元」內容，且影片置於臉書粉絲頁之網頁文章載有現場訂購者可折價等字樣，可認上訴人 A 公司係以該影片推銷假髮為商業目的使用。

2、系爭 2 著作之測試假髮透水性、示範配戴並講述心得等內容，足以表現原創之個性及獨特性，具有相當程度之創作性，應給予相應之保護。

3、查上訴人 A 公司假髮影片總長 1 分 18 秒，系爭 2 著作分別長 3 分 12 秒及 1 分 11 秒，雖被引用部分僅占 20 秒，然均可辨識為 B 公司針對假髮透氣實驗等過程之主要片段，上訴人 A 公司利用系爭 2 著作之質量比例不低。

4、系爭 2 著作係 B 公司置於 Youtube 用以行銷假髮產品，上訴人 A 公司利用行為乃係評論商品，非為替代系爭 2 著作，其利用之結果對系爭 2 著作本身潛在市場或現在價值之影響不大。

（三）綜上，雖法院審酌上訴人 A 公司之利用行為雖對系爭 2 著作之潛在市場或現在價值之影響不大，然所為引用係作商業目的使用，系爭 2 著作具有相

當之創作性，應受保護，且利用之質量比例不低等情，認上訴人 A 公司利用行為不符合「合理範圍」使用。基上，上訴人 A 公司所為不符著作權法第 52 條規定，上訴為無理由，應予駁回。