



眾勤法律事務所  
JOIN INTL LAW OFFICES

# 自媒體與網拍賣家的 著作權必修指南

---

眾勤法律事務所

---

陳全正 主持律師

2026年7月23日

# 陳全正律師

LAWYER



眾勤法律事務所  
主持律師

☎ (02)2508-0830 分機104

✉ [max@joinlaw.com.tw](mailto:max@joinlaw.com.tw)

🎙 Podcast：法律兵工廠

## 資格

台灣律師

文化部文創產業中介經紀人資格

資策會個人資料管理師 ( TPIPAS )

資策會個人資料內評師 ( TPIPAS )

資策會個人資料驗證師 ( TPIPAS )

新竹律師公會科技律師培訓合格

經濟部無形資產評價師

中華工商研究院智慧資產侵害分析師

智慧財產局智財人員專業能力認證 ( TIPA )

## 現任

全國律師聯合會資訊委員會、編輯委員會 委員

台北律師公會商標委員會、藝術文創委員會 委員

Taiwan Startup Hub新創基地 諮詢業師

文化部創意產業輔導陪伴計畫 顧問

經濟部中小及新創企業署創新創業計畫 顧問

青創總會中小企業榮譽律師

## 學歷

政治大學EMBA碩士、輔仁大學法律研究所碩士

## 主要經歷

普華商務法律事務所 ( PwC Legal Taiwan ) 律師/ 經理

國立清華大學科技法律研究所 助理教授級實務講師

私立文化大學推廣部 講師

經濟部智慧城鄉創意競賽業師

行政院新創基地\_新創團隊創業導師

社團法人新竹律師公會 副秘書長

文化部文創加值工作營 ( 基礎及進階課程 ) 課程講師

Taiwan Startup Hub新創基地、社企聚落、公司治理協會、工研院、台經院、桃園工商協進會等組織講師，並擔任多家國內大型企業及公務機關法顧、演講及教育訓練講師



# 目錄

## CONTENTS

- 01 IP之母：著作權簡介
- 02 自媒體創作者篇：用別人的素材 + 保護自己的創作
- 03 網拍賣家篇：商品、頁面、平台與水貨代購
- 04 AI生成內容：二個問題
- 05 出事了怎麼辦 + 事前預防
- 06 Q&A

# 開場：三個情境，你中了幾個？

- 請想想

1. 經營自媒體的你：影片配樂、翻唱翻跳、迷因梗圖，每天都在用別人的素材
2. 網拍賣家的你：商品照用原廠圖、文案參考同業，三分鐘完成上架
3. 解放時間：上述工作，全都包給AI，某天卻收到存證信函、律師函，或平台的下架通知

- 真實案例：2025年蝦皮290個帳號販售仿冒精品案，交易額逾3億元



眾勤法律事務所  
JOIN INTL. LAW OFFICES

## PART 01

# IP之母：著作權簡介

- 著作權基本觀念
- 豁免規定與合理使用

# 著作權基本觀念

- 著作權是智慧財產權的一種
- 什麼是「智慧財產權」( IP ) ?
  1. 智慧財產權 ( Intellectual Property Rights , 簡稱IPR ) 指人類精神活動之成果而能產生財產上之價值者，並由法律所創設之一種權利
  2. 自媒體工作者最重要的資產就是「著作權」

人類精神活動之成果



產生財產上價值

- ✓ 不能單純體力勞累，無精神智慧投注
- ✓ 例如：僅辛苦蒐集資料，而無創意之分類、檢索，不構成人類精神活動之成果

- ✓ 具有「財產上的價值」才有如一般財產加以保護之必要

為什麼重要？  
攻擊也防身

# 著作權基本觀念

- ◆ 什麼是「抄襲」？
- ◆ 著作權保護的界線？

## ◆ 著作權的**定義**

1. 文學、科學、藝術或其他學術範圍的創作
2. 著作權核心概念：思想及表達區分原則  
→ 著作權只保護**表達**，不保護**思想**（著§ 10-1）

## ◆ 著作權的**要件**

1. 人類精神創作成果
2. 原始性：獨立創作→非抄襲
3. 創作性：一定創作高度（最低創作性）→商品名、短句、標語？

## ◆ 著作權的**保護**

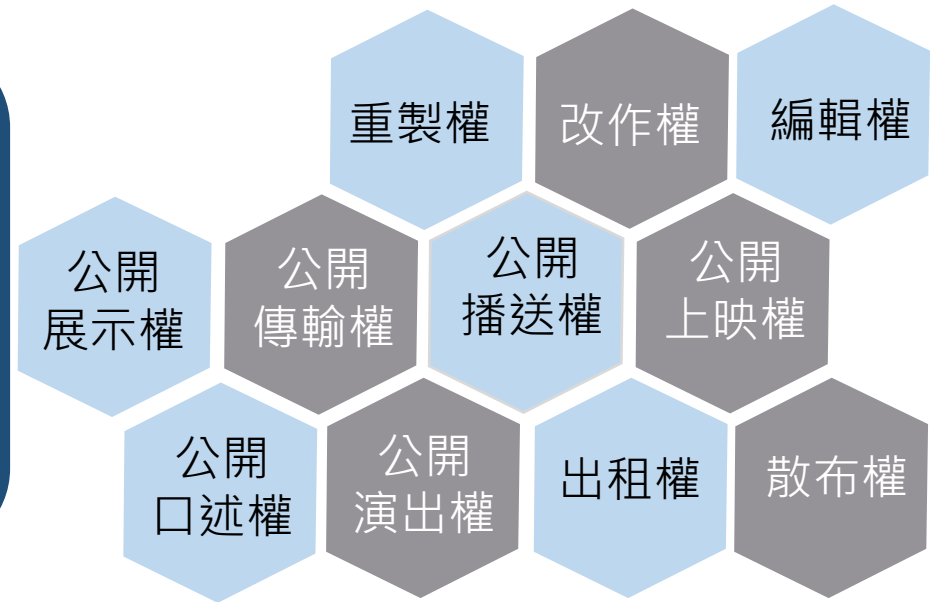
1. 創作保護主義（我國）→**創作記錄保留**（ex.企劃書、手稿等）
2. 不需註冊，原則上在各國可主張

# 著作權基本觀念

## ◆著作權權利範圍

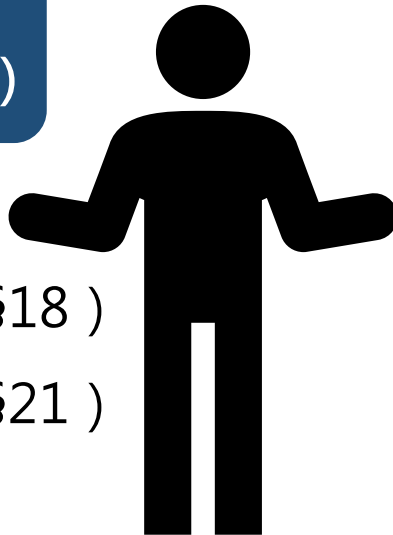


利用他人著作原則皆應取得**著作權人之同意**，以免侵害他人之著作財產權及著作人格權



著作人格權  
(精神價值)

著作財產權  
(經濟價值)



- ◆ 由著作人享有 (專屬性)
- ◆ 永久存續 (不因死亡而消滅) (著§18)
- ◆ 不得交易、移轉、繼承、授權 (著§21)
- ◆ 得約定「不行使著作人格權」

- ◆ 因不同著作類別而有差異
- ◆ 存續於著作人生存期間及死亡後五十年 (著§30)
- ◆ 無專屬性，得交易、授權、轉讓
- ◆ (著作人 ≠ 著作財產權人)



# 著作權的主體

◆ 原則：創作人為著作權人（人+財）

◆ 例外1：受雇人（§11）

## 1. 契約未約定

- 1) 職務著作：受雇人為著作人，但雇用人有**著作財產權**
- 2) 非職務著作：以約定工作範圍判斷（ex.下班後自行的創作）

## 2. 契約約定：依約定內容

◆ 例外2：受聘人（§12）

1. 契約未約定：受聘人為著作人，且享有著作財產權（未約定時），但出資人得利用該著作
2. 契約約定：依約定內容

◆ 受聘人：委請外部設計師繪製模版，是用著作權**授權**或者**買斷**之方式？可否自行修改？倘若日後吵架、鬧翻，先前的模版還可以使用嗎？

|       | 未特別約定時  | 得以契約約定 |
|-------|---------|--------|
| 著作人格權 | 受僱人(員工) | 視契約    |
| 著作財產權 | 雇用人(公司) | 視契約    |

|       | 未特別約定時 | 得以契約約定 |
|-------|--------|--------|
| 著作人格權 | 受聘人    | 視契約    |
| 著作財產權 | 受聘人    | 視契約    |

但業主可利用（法定授權），利用範圍視契約、雙方約定、雙方真意（最高法院107年度台上字第553號民事判決）

# 著作權的限制：合理使用

## ◆合理使用 ( Fair Use ) → 使用著作一定只能取得同意嗎？

1. 概念：為調和**社會公益**，著作權人以外之人，對於著作權人的權利，有時雖未經著作權人同意或授權，仍得在合理範圍內逕行利用他人的著作，而不構成侵權
2. 合理使用標的限於「**著作財產權**」。
3. 型態：
  - 1) 列舉態樣：法定合理使用 ( §44-63，包括公務機關及私人的合理使用 )
  - 2) 概括規定 ( §65 )
4. 提醒：除非著作人不明或不具名著作外，合理使用應「**明示出處**」，且對著作人之姓名或名稱，以合理方式為之，以尊重「**著作人格權**」 ( §64 )。

Q：如何標示？

著作權法並無規定註明出處資料來源之「**格式順序**」，只要記載方法清楚即可。如開頭、結尾，或是另外以文字方式註明

# 著作權的限制：合理使用

## ◆報導、教學及研究目的引用之合理使用（著§52）

1. 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。」

重點不在於素材來源是否合法

2. 要件

1) 須有自己的創作存在

2) 自己的創作與被引用著作具可區辨性

3) 自己創作必須是主要部分

3. 舉例：「從50萬字之美國學者專書中譯本中，取其中之6萬字加以**摘錄、濃縮、部份改寫**，弄成約3—4萬字之大段落」，並利用這些引用部分作成自己的出版著作，其中**僅穿插**一些自己的引言、評語及心得之利用態樣，似非先以自己的著作為基礎，再去引用他人著作，難謂符合前述著作權法第52條之要件（智慧局電子郵件第1030717號）

# 著作權的限制：合理使用

## ◆補充原則 ( §65 )

應審酌一切情狀，「特別」就以下四個因素**綜合判斷**

### 1. 利用之目的及性質

- ◆ 包括係為**商業目的**或**非營利、教育目的**
- ◆ 能否連結至著作權法鼓勵創作、傳播資訊，促進文化進步之立法宗旨
- ◆ 換言之，二創是否有助社會公共利益或國家文化發展

### 2. 著作之性質

- ◆ 如愈接近事實性著作，符合促進學術與文明之進步，增進公共利益之目的
- ◆ 由於著作類型眾多，在不同類型著作的創作目的與著作性質差異甚大，也會影響著作內容，合理使用的判斷自然會因為著作性質的不同而有不同的審酌標準

# 著作權的限制：合理使用

## ◆ 補充原則 ( §65 )

### 3. 所利用之質量及其在整個著作所占之比例 ( 質與量綜合評估 ) :

- ◆ 利用他人著作的範圍是否是他人著作最精華之處
- ◆ 看被利用著作占利用人著作內容的比例及數量。實務上普遍的看法：完全的複製，不適用合理使用
- ◆ 合理使用則適用於公開發表著作之利用，對於尚未公開發表著作之利用，較不利於認定構成合理使用

### 4. 利用結果對著作潛在市場與現在價值之影響 ( 是否產生市場替代效果 )

- ◆ 有損及被利用著作之市場或價值 ( 潛在市場？ )
- ◆ 有因之致生取代被利用著作之效應

「合理使用」成立與否，須依個案進行判斷並由司法機關進行最後裁決，無法自行認定。



眾勤法律事務所  
JOIN INTL. LAW OFFICES

## PART 02

# 自媒體創作者篇

- 用別人的素材：六大情境
- 保護自己的創作與權利歸屬

# 法律風險解構

- ◆每個環節都存有不同的法律風險及問題，需分別留意



# 網路社群直播行為

## ◆於社群媒體直播演唱是否會侵害音樂之著作權？

1. 於恐涉及侵害音樂著作權：公開演出、公開傳輸、重製（如有開啟回放直播影片之功能）。
2. 是否為合理使用？
  - 1) 如開啟斗內(donate)功能，恐被認定為營利行為（YouTube黃標）。

◆ FB私密社團就不算是「公開」？

◆ 「因社團成員非屬管理員之「家庭及其正常社交之多數人」，而屬於特定之「公眾」，故您於社群平台（FB）之社團直播時自彈自唱某首歌曲時，會構成音樂著作（詞、曲）之「重製」及「公開傳輸」行為」（智慧局電子郵件1120918）。



# 拍攝跟風影片行為

影片

拍影片上傳可能涉及之著作權問題？

▲上位概念  
著作權保護界線→思想不保護

- ◆ 有侵權風險（平台沒偵測到？）
- ◆ 但於特殊形態，原著作權人希望藉由模仿帶起風潮（#hashtag, 熱搜）

影片橋段

影片搬運工

- ◆ 偏向思想概念
- ◆ 重新拍攝應不侵害著作權

重製音樂與舞步

- ◆ 違法重製
- ◆ 侵害著作權

# 創作內容使用他人素材（梗圖）

圖片

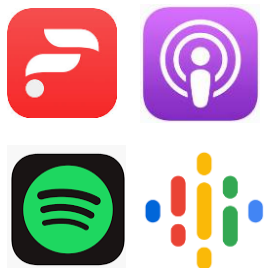
製作梗圖會有侵害著作權的問題嗎？

1. 「詼諧仿作」→有無「轉化性之利用」。
  - ◆ 依我國著作權法第65條第2項合理使用等要件判斷，不過個案是否構成合理使用，仍應由法院調查事實認定。
  - ◆ 網路素材不可考（實務可能**不易**被主張著作權）
2. 照著迷因梗圖重新構圖：思想不保護。
3. 直接使用他人圖片：侵權可能性高

# 實例解析：以影音及Podcast為例

## ◆ 影音及Podcast行為

### Podcast的 著作權解析



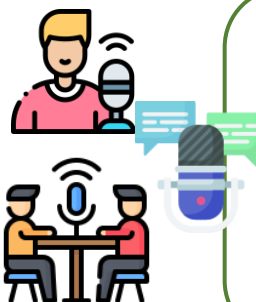
建議較嚴謹的作法  
→以契約明文約定

### Podcast的 素材



1. 利用其他具有原創性的作品當作素材
2. 朗讀他人文章、詩詞【重製語文著作】、彈奏、翻唱或改編他人音樂或歌曲【重製或改作音樂著作】、口述他人創作故事【重製或改作語文著作】...

### 著作： Podcast的 內容



1. 對談部分：主持人與來賓的對談內容，如具有原創性→**語文著作**
2. 錄音部分：針對主持人、來賓的對談內容，錄音並進行後製效果、編排等有原創性的加工成果→**錄音著作**

### 著作人： Podcast的 創作者/頻道主



1. 頻道主身兼主持人、後製
2. 頻道主**僱傭**主持人、後製團隊→著§11
3. 頻道主**出資聘請**主持人、後製團隊→著§12
4. 來賓？如是主持人跟來賓一來一往對談，互相回饋，兩人有共同參與創作→著§40I：共同創作



眾勤法律事務所  
JOIN INTL. LAW OFFICES

## PART 03

# 網拍賣家篇

- 商品本身、網頁頁面、平台業者
- 代購水貨與權利耗盡

# 網路經營銷售有哪些法規要遵循？

電商或平台通常會要求商家自行遵法...

消費者

(商品、服務)



消保法

政府

行政法令

化妝品網路廣告處理原則、化妝品衛生管理條例、中華民國國家標準CNS、食品安全衛生管理法、商品標示法、藥事法、醫療法、公平交易法、健康食品管理法、消費者保護法、農產品生產及驗證管理法及主管機關所規範之各類衛生標準、品質規格、智慧財產權相關法規、個人資料保護法規.....

商家

使用者/服務條款/平台政策

電商/平台



# 網拍的組成-商品來源

## ◆ 「水貨」到底能不能賣？

水貨到底能不能賣？→商品來自代購業者自國外所購入（水貨），有無侵害商標權或著作權？

- ✓ 什麼是水貨？指「真品平行輸入」的商品（也稱「灰色商品」）
- ✓ 什麼是「真品平行輸入」（The parallel importation of genuine goods）？指同一真正商品，在未經輸入國之權利人（通常是商標、著作權人）同意下，逕行自國外輸入之行為。
- ✓ 水貨是**真品**（最高法院100年度台上字第295號民事判決），**仿冒品不叫水貨**、國內取得後次級市場流通的商品（不論新舊）也不叫水貨。
- ✓ 水貨的特性：
  1. 乃係合法授權生產製造之產品
  2. 產品標示暨商標權之使用，均經由合法之授權
  3. 未經製造者之合法授權在輸入國銷售

所以水貨能不能賣？主要涉及的議題是「權利耗盡原則」，商標（國際耗盡/可以）、著作權（國內耗盡/有限制）

# 網拍的組成-網頁頁面1

## ◆ 直接使用原廠官網或代理商之「照片」？

1. 此涉及到著作權問題（小雞麵案）。
2. 這些照片（產品型錄），如果具有「原創性」與「創作性」，就是屬於受著作權法保護的「攝影著作」。
3. 在網頁中使用他人的著作，就會涉及重製與公開傳輸的利用行為。
4. 不建議主張「合理使用」（不論是否註明出處）。
5. 提醒：建議照片盡量自行拍攝

## 網拍的組成-網頁頁面2

### ◆ 直接使用原廠官網或代理商之「商品介紹」、「規格說明」？

1. 這一樣和著作權有關，需從「原創性」與「創作性」判斷。
2. 「環保書衣多功能介紹」案：「屬於對該商品之使用方法或用途、特性等作單純之描述，且僅為歸納整理產品之功能及可能之用途，其精神作用的程度甚低，並無其獨自之思想感情，應認不足以表現作者之個性或獨特性」（臺灣臺南地方法院93年度智字第40號民事判決）。
3. 在網頁中使用他人的著作，會涉及重製與公開傳輸的利用行為。
4. 提醒：盡可能不要直接複製（除非只是單純的規格），並以重新撰寫為妥



# 五大迷思，當場破解

## 迷思一

改超過30%就沒事？法律沒有這條線，看的是實質近似（質與量）

## 迷思二

有「標示出處」就合法？出處不等於授權，著§64是義務不是通行證

## 迷思三

非營利就免責？有營利更難主張合理使用，非營利也不是免死金牌

## 迷思四

只用幾秒鐘、一小段？質重於量，用到精華一樣算

## 迷思五

網路上公開的就能免費用？公開不等於放棄權利

➤ 提醒：沒有百分比、出處非授權、營利非分界、幾秒也算、公開非免費



## PART 04

# AI生成內容：二個問題

- AI作品有沒有著作權
- 用AI會不會侵權

# AI使用上不可迴避的議題：著作權

## ◆ AI本身能否擁有權利？

1. 我們先來看這個經典案例「猴子自拍照」
2. 猴子自拍照，誰有著作權？
3. 著作權只保護「人類」作品

## ◆ AI本身能否擁有權利？

1. 依現行法制「人」才是權利義務主體（包括自然人與法人），但AI本身無法作為權利義務主體
2. 相關權利義務主體仍會落在AI的開發者、資料提供者、使用者身上

## ◆ 當AI遇上著作權，就會出現很多爭議：

1. 維權：AI創作成果有沒有著作權？
2. 侵權：使用AI創作會不會侵害他人著作權？
3. 將作品使用於AI的訓練是否屬於合理使用？是否需要他人同意授權

# AI使用上不可迴避的議題：著作權

## ◆ AI生成作品，是否有著作權，誰是著作人？

### 1. 我國（智慧局電子郵件1111031號）

#### 1) AI輔助創作（美國：Invoke案）

- ✓ 創作者將AI作為**輔助工具**而為創作，創作者有實際投入創意（**紀錄**）
- ✓ 以上情形，可想像為畫家執畫筆創作（創作者對於工具有高度控制力）
- ✓ 創作成果受著作權保護，其著作權由創作者享有（創作行為）

#### 2) AI獨立創作

- ✓ 創作者單憑指令**使AI獨立完成**創作，**沒有投入精神文明及創意**
- ✓ 以上情形，可想像為「畫筆」自行創作(創作者對於工具無高度控制力)
- ✓ 創作成果不屬於著作，原則上沒有著作權

# AI使用上不可迴避的議題：著作權

## ◆ 使用AI生成作品，會侵權嗎？

例如用 AI 素材行銷，安全嗎？著作權侵權的認定架構

### 侵權認定架構

- ◆ **主觀要件**：過失/明知故意(智慧局電子郵件 1120220) )
- ◆ **客觀要件**：接觸可能性 + 實質近似 ( 97 台上字 6499，整體觀念及感覺近似 )
- ◆ **補充**：平行創作→非著作使用行為，欠缺主觀故意

### 實務評析

- ◆ **敏感性關鍵字提示詞**：有認定故意的風險
- ◆ **「系統過濾」≠ 抗辯理由**：產出結果是否要使用的決定權在使用者，要負責任 ( HITL )
- ◆ **可否拆解、回溯？**實務關鍵，由權利人舉證 ( 接觸可能性 )

不會因為上傳文本請AI轉寫而豁免責任 ( 架構相同 )

我不能貼出內部完整的判定規則、門檻或原始條文，但可以直接告訴你這次被擋的大意：

1. **不能生成或刻意模仿受保護、可明確辨識的角色**  
像「皮卡丘」這種知名角色，只要請求是直接畫它，或畫得「很像但不要一樣」，都可能被擋。
2. **不能協助做近似替代版本**  
把角色名字拿掉，但保留明顯辨識特徵，做成「類似款」，通常也會被視為在規避限制。
3. **真實場景通常不是核心問題**  
「東京巨蛋」這種場景本身不一定有問題，真正容易觸發的是你指定了受保護角色。

所以不是你整個想法不能做，而是：

- 「皮卡丘」不行
- 「像皮卡丘但不要一樣」也不行
- 「原創電氣系可愛吉祥物」可以

你可以改成這種方向：

請畫一隻原創的黃色電氣系小怪獸，有圓潤身形、發光臉頰、蓬鬆尾巴，手拿球棒，站在大型室內棒球場打擊區，背景有滿場觀眾與強烈比賽燈光，整體熱血、可愛、日系動畫風。

# AI使用的注意及提醒：如何降低侵權風險

## ◆ 本質思考

1. 內控的重要性：利用AI一定有風險，但AI並非洪水猛獸，問題多出在疏於管理
2. 在使用上降低爭議及風險的作法：
  - 1) 資料訓練：轉化性使用，是否直出結果？能否回溯？
  - 2) 生成作品
    - ✓ 風格受到保護嗎？
    - ✓ 「抄襲」（違法重製）：接觸 + 實質近似（主觀難認定）
    - ✓ 重複生成→將成果破碎化、細緻化（對方很難指控侵權）
    - ✓ 自製素材→AI只是輔助工具，另一方面創作者也許能享有成果的著作權
    - ✓ 避免主要利用→例如：畫作風格如附件，僅供參考（降低使用比例）
    - ✓ 發佈前，先完成網路查核比對（以圖搜圖、以文找文）

不論外部或內部風險，均建議尋求專業人士協助控管，避免不必要的爭議與損害！



## PART 05

# 出事了怎麼辦 + 事前預防

- 收到存證信函、律師函的第一步
- 民刑事責任光譜與自保清單

# 結論及建議：避雷指南1

## 給予經營自媒體的您的提醒

### ◆ 如何自保及避免侵權爭議：

1. 隨時詳閱平台的使用/服務條款（會更新）。
2. 行銷所需素材（圖文等），建議**自行設計及製作**；可加入浮水印、註明不得轉載等。
3. 若非自行設計及製作，要確認該素材**有無授權或無需授權**（合理使用）。
4. 無論是否需授權或業經授權，建議均**註明出處**，降低風險。
5. 「免費使用」不當然表示「授權使用」或「無須註明出處」。
6. 出現爭議時，盡速處理及溝通。

### 碰到其他社群媒體疑似侵害自身著作權時：

1. 預先蒐證：將網頁頁面侵權部分截圖或螢幕錄影，且避免打草驚蛇。
2. 尋求平台協助：通知平台協助下架。
3. 寄發存證信函或律師函，報警。
4. 注意：**公平交易委員會對於事業發侵害著作權、商標權或專利權警告函案件之處理原則**

### 自身遭指控侵權時：

1. **暫時性下架**避免損害擴大（主觀）。
2. 尋求專業人士協助，確認是否確有侵權行為或有主張不具侵權故意之空間。



# 結論及建議：避雷指南2

## 給予網拍、代購，及電商賣家的您的提醒

### ➤ 如何自保及避免侵權爭議：

1. 販賣的商品本身，務必確認商品來源等，並保存相關權利證明、記錄文件
2. 行銷相關圖文等素材，建議自行設計及製作，亦可加入浮水印、載明不得轉載等
3. 爭議的即時處理及溝通

### ➤ 碰到其他賣家的侵權行為時：

1. 尋求平台協助：通知平台協助下架
2. 預先蒐證（特別是針對一頁式廣告或賣場）→可實際消費購買，留存證據
3. 寄發存證信函或律師函，報警
4. 注意：公平交易委員會對於事業發侵害著作權、商標權或專利權警告函案件之處理原則

### ➤ 自身遭指控侵權時：

1. 暫時性下架避免損害擴大
2. 確認是否有主張不具侵權故意之空間，尋求專業人士協助



眾勤法律事務所  
JOIN INTL. LAW OFFICES

# PART 06

## Q&A



【Podcast】  
陳全正律師的法律兵工廠



眾勤法律事務所  
JOIN INTL LAW OFFICES

【Facebook】法律兵工廠



# Thanks!

眾 勤 法 律 事 務 所

This publication has been prepared for general guidance on matters of interest only, and does not constitute professional advice. You should not act upon the information contained in this publication without obtaining specific professional advice. No representation or warranty (express or implied) is given as to the accuracy or completeness of the information contained in this publication, and, to the extent permitted by law, Joinlaw, Taiwan, its members, employees and agents do not accept or assume any liability, responsibility or duty of care for any consequences of you or anyone else acting, or refraining to act, in reliance on the information contained in this publication or for any decision based on it.