本園地旨在澄清智慧財產權相關問題及答詢，歡迎讀者來函或 E-mail 至 ipois2@tipo.gov.tw，本刊將盡力提供解答及回應。

## 著作權

**問：印製中國各朝代的經典書籍會有侵權問題嗎？**

答：「中國各朝代的經典書籍」雖然屬著作權法所稱之語文著作，但由於該等書籍著作之年代相當久遠，已逾著作財產權保護期間（保護期間為著作人之生存期間及其死亡後 50 年）而不受著作權保護，屬公共所有，任何人均得自由利用。

惟須注意的是，如果這些書籍經由出版社重新製版印行時，出版社有依著作權法第 79 條規定向智慧局申請取得製版權登記者，出版社就其版面，自製版完成時享有 10 年的製版權，這段期間出版社對其版面專有以影印、印刷或類似方式重製之權利，故重製前仍應取得出版社（製版權人）同意。故於印製這些書籍前，建議先留意一下有無製版權問題，如果未取得製版權登記或自製版完成日已逾 10 年，即可自由利用，不會有製版權侵權的問題。

## 商標

**問：「網路購物」和「網路上提供零售服務」，二者如何區分？如同一商標分由不同的人註冊於特定商品零售服務和網路購物服務時，網路購物的商標權人得否主張在網路提供特定商品零售服務的人侵權？**

答：商標指定使用於網路購物服務者，其服務性質係屬綜合性商品零售，與特定商品零售間，除匯集商品種類的多寡程度，以及是否以特定專賣形式來提供商品的零售服務不同外，復因商品結構、消費對象、購物環境等有別，可能使二者呈現截然不同的經營特色，故原則上互不類似，例如「百貨公司」與「鐘錶零售服務」互不類似。但網路行銷僅為商業經營型態，若依一般社會通念及市場交易情形，以同一商標使用於網路上特定商品零售與網路購物間，易使一般接受服務者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯的來源者，可能會被認為類似服務，個案上仍應就商品／服務的各種相關因素為斟酌。

**問：商標法有關著名商標的保護規定如何？**

答：註冊商標經商標權人廣泛宣傳促銷，若在市場上已具有相當信譽，且為相關業者或消費者所普遍認知時，堪認為著名商標。著名商標的保護，其保護範圍較一般註冊商標為廣，並不以使用於相同或類似商品／服務為限。故應注意下列情形，以避免侵害著名商標權人的權益。

- 不得以相同或近似於他人著名註冊商標的商標，使用在同一或類似商品而有致相關消費者混淆誤認之虞（商 §68），而直接侵害該商標權外，若使用在非類似商品／服務，而有致減損著名商標的識別性或信譽之虞的情形者，仍視為侵害該商標權（商 §70①），應負有民事責任。
- 明知為他人著名的註冊商標，縱非作為商標使用，而以該商標中的文字作為自己公司、商號、團體、網域或其他表彰營業主體的名稱，有致相關消費者混淆誤認之虞（如：營業主體經營的業務範圍與註冊著名商標指定使用商品／服務同一或類似）；或有減損著名商標的識別性或信譽之虞者（如：營業主體經營的業務範圍與註冊著名商標指定使用商品／服務非類似），亦視為侵害其商標權（商 §70②），負有民事責任。