

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 詢問。

著作權

問：擷取新聞影片中自己受訪片段放到網路上，是否會侵害著作權？

答：剪輯新聞影片中的片段放到網路上之行為，可能涉及「公開傳輸」、「重製」等利用行為，除有著作權法第 44 條至第 65 條所規定合理使用情形外（例如：個人非營利在合理範圍內可以重製），均需取得影片著作財產權人之同意或授權，否則可能構成對著作權之侵害，而須負擔民、刑事責任。

由於該影片的著作財產權人通常是節目製作人或是電視台，而非受訪的來賓，故如欲利用影片片段時，仍應取得影片的著作財產權人同意或授權（例如在影片留言處詢問電視台能否利用），但如果只是單純將報導影片網址之連結放在網路上，讓大家自行點閱的話，則不涉及著作利用的問題喔！

商標

問：什麼情形下使用他人商標不需取得商標權人同意？

答：商標權人在註冊指定的商品／服務上，取得商標權，他人未經其同意，除不得使用相同的商標於同一的商品／服務外，亦不得使用近似的商標於相同或類似的商品／服務而有致混淆誤認之虞，以保障商標正確指示商品／服務來源功能的權益（商 35 II），但有下列情形之一者，其使用非作為自己商標的使用，或無影響市場公平競爭或消費者權益等情事，自不受商標權效力所拘束（商 36）。

- 以符合商業交易習慣之誠實信用方法，表示自己的姓名、名稱，或其商品／服務的名稱、形狀、品質、性質、特性、用途、產地或其他有關商品／服務本身的說明者。例如以描述性文字的原始文義表示商品／服務的品質、性質、特性、產地說明的情形；或電池上標示為特定品牌手機所適用，無以突顯的方式，例如顏色、字體粗細、大小等，引人誤認為該品牌電池的情形；商品上指示含有特定品牌的產品或零組件情形。此等情形，因非作為指示來源的商標使用，消費者若無因此對表彰的商品／服務產生混淆誤認之虞時，自不受商標權效力所拘束。
- 為發揮商品／服務功能所必要者。所謂功能性，指特定的商品或服務的 design 或特徵（例如商品形狀、商品包裝、聲音、顏色或氣味等），就商品／服務的用途或使用目的來說，為不可或缺，或會影響商品／服務的成本或品質者而言，其使用自不應受他人商標權效力所拘束。
- 在他人商標註冊申請日前，善意使用相同或近似的商標於同一或類似的商品／服務者。但以原使用之商品／服務為限；商標權人並得要求其附加適當的區別標示。
- 附有註冊商標的商品，由商標權人或經其同意的人於國內外市場上交易流通，商標權人不得就該商品主張商標權，例如真品平行輸入情形。但為防止商品流通於市場後，發生變質、受損，或有其他正當事由者，不在此限。所以商品進口商應注意，不宜任意改變輸入商品的包裝或商品的狀態，實務上案例認為若已非原「經其同意於國內外市場上交易流通」的商品者，則有但書的適用。