

藝術授權法律重心之變遷

毛舞雲

從文化資產保存法到智慧財產權法

藝術授權是藝術、法律與商業緊密結合的跨領域專業。就商業經營而言，藝術授權是一種將文物透過智慧財產權的形成及運用與商品結合，並創造附加價值的行銷方式及商業模式；就法律而言，藝術授權乃是交易雙方協議，將自文物所衍生之智慧財產權於特定條件下授予被授權人之行為，以讓文物所有人在保有文物原件的前提下推廣藝術。本文試以國立故宮博物院為例，從法律觀點出發，分析藝術授權從過去到現在，在法律適用上的變遷，並提出建議。

傳統藝術典藏之觀點： 從文化資產保存法觀之

早期授權觀念尚未普及，文物典藏機構對於藝術品的管理，多著重於如何「收藏與展示」，對於藝術品的衍生利用，仍較偏向「複製」的觀念，例如早期博物館禮品店中陳列的商品多為複製畫、複製器物等。在

這樣的時空背景下，「文化資產保存法」為文物典藏機構所普遍重視，其中有關文物的衍生利用，僅針對典藏機構設有具名複製及監製之規範（註一），而其中「複製」之意涵，是指依古物原件予以原尺寸、原材質、原色、原貌再製作者（註二）。然而上述規定在現今講求創意的

時代下，越來越難適用於文物的衍生開發，因為禮品店的主角已從「複製品」轉變為結合文物意涵並搭配巧思的「設計品」。近來複製品銷量的勢微，以及「朕知道了紙膠帶」、「墜馬髻頸枕」、「聖旨文件夾」等創意商品的熱賣，在在驗證文物從「典藏」走向「授權應用」之趨勢。



藝術授權為藝術、法律及商業之結合 作者繪製



國立故宮博物院以藝術授權人之名義參加2015年香港授權展 作者攝



朕知道了紙膠帶

墜馬髻頸枕

聖旨文件夾

本院文創行銷處提供

現代藝術授權之觀點： 自文化創意發展法重新定位

在上述趨勢下，輔以我國政府自民國九十年代開始推行數位典藏計畫及文化創意產業，藝術授權逐漸跳脫複製思維，開始注入越來越多設計元素。文化創意產業發展法雖無明示藝術授權為文化創意產業類別之一，但就該法對於文化創意產業的定義觀之：「本法所稱文化創意產業，指源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之產業」（註三），可知藝術授權係屬文化創意之一環，其雖未獨立成爲一產業類型，但散見於文化資產應用及展演設施產業、產品設計產業、數位內容產業、創意生活產業、出版產業、電影產業、廣告產業等（註四），幾乎涉及文化創意相關之各行各業。

**無形資產管理之觀點：
以智慧財產權法爲核心**
法律與藝術授權牽涉最密



1. 重製權——係指重複製作，亦即複製 (copy) 之權利，並非「重新製作」之意；

2. 公開播送權——指著作以廣播、有線及無線電視等方式向公眾播送之權利。例如某一節目透過廣播或某一影片透過電視向不特定多數人播放，則屬此一節目或影片之公開播送；若故宮藏品圖像於此影片中被使用而隨同播出，則屬另一著作之公開播送；

3. 公開上映權——指在特定的時間與空

間中，以視聽機等設備對公眾播放內容之權利，例如電影在戲院上映、《國寶娃娃歷險記》在展會現場的螢幕對觀眾播放、一段影片在會議室播放給與會者觀賞等，皆屬公開上映。需注意者為，僅視聽著作方有公開上映權之適用；

4. 公開傳輸權——指著作於網路傳輸之權利，例如將故宮藏品圖像或影片放在「國際網路」或「電信業者之通訊網路」提供使用者下載，皆屬公開傳輸；

5. 公開展示權——指向群眾展示尚未對外發行之著作的權利，例如博物館展出所典藏之書畫、器物等美術著作，即屬公開展示；

6. 改作權——指投入創意，以原著作為基礎另為創作之權利。原作經改作之後所產生的新著作為「衍生著作」，其與原著作分別獨立受著作權法保護，亦即兩者著作權之歸屬、利用型態、受保護權能皆可能有所不同；例如擷取影片或藏品圖像中一部分另外製作成一獨立影片或圖片，或以故宮靜態之藏品圖像

另外製作成動態影片或互動內容者，皆屬改作之行為。

(二) 著作人格權

由上述說明可知，不同的著作類型，受不同態樣的著作財產權保護，但「著作人格權」不因著作類型不同而有所區別，此種權利係專屬於著作人本身，不因轉讓或繼承而改變，永久有效。著作人格權之具體內涵包括公開發表權、姓名表示權、禁止變更權，分述如下：

1. 公開發表權——係指著作人就其著作享有公開發表之權利 (著作權法第一一五條)。

2. 姓名表示權——亦即署名權，係指著作人於著作之原件或其重製物上或於著作公開發表時，有表示其本名、別名或不具名之權利；著作人就其著作所生之衍生著作，亦有相同之權利 (著作權法第一一六條)。

3. 禁止變更權——著作人享有禁止他人以歪曲、割裂、竄改或其他方法改變其著作之內容、形式或名目致損害其名譽之權利 (著作權法第一七條)。

附表 著作類別與利用權能對照表

作者整理

著作權能	著作類別										
	語文	音樂	戲劇、舞蹈	美術	攝影	圖形	視聽	錄音	建築	電腦程式	表演
重製	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	O
公開口述	V										
公開播送	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	O
公開上映							V				
公開演出	V	V	V					報酬請求權			O
公開傳輸	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	O
公開展示				V	V		V	V			
改作	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	
編輯	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	
出租	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	O
散布	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	O

(V表享有完整權利，O表享有部分權利)

切者，在於智慧財產權法。根據「與貿易有關之智慧財產權協定」 (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, TRIPs, 下稱TRIPs協定) 此一國際公約，智慧財產權的範圍包括著作權與其相關的權利 (copyrights and related rights)、商標 (trademarks)、地理標示 (geographical indications)、工業設計 (industrial designs)、專利 (patents)、積體電路之電路

佈局 (lay-out designs of integrated circuits)、未揭露資訊之保護 (undisclosed information)。由於藝術授權主要涉及的是著作權法，而品牌授權牽涉商標法，創意商品之仿冒則涉及競爭法領域，各有不同，以下分別細述之。

一、著作權法：藝術授權及文化創意產業之基礎

以博物館藝術授權之角度而言，著作權法保護的是文物本身及由文物衍生出的各類著作之權利，原則上保護期間為自創作完成日起至創作人死亡後五十年。著作權法之所以對於藝術授權而言重要，原因在於著作之保護範圍、授權標的之界定、著作使用權能之判斷、侵權與否之認定等各方面，皆明確規範於著作權法，使其成為藝術授權的根本。

(一) 著作財產權

首先，著作權所保護者為具有原創性 (originality) 的表達 (expression)，創意、點子、想法等抽象概念必須被表現到使人感知的程度，也就是成為客觀具體的「著作」

後，才受著作權法保護。依據著作權法規定及經濟部智慧財產局公布的各項著作內容例示 (註五)，受保護之著作範圍包括語文 (如詩、詞、散文、小說、學術論述等)、音樂 (如曲譜、歌詞)、戲劇、舞蹈 (如默劇、歌劇、話劇等)、美術 (如繪畫、版畫、漫畫、卡通連環圖、素描、書法、字型繪畫、雕塑、美術工藝品等)、攝影 (如照片、幻燈片等)、圖形 (如地圖、圖表、科技或工程設計圖等)、視聽 (如電影、錄影等)、錄音 (指能透過設備表現出聲音者)、建築 (如建築設計圖、建築模型、建築物等)、電腦程式 (指直接或間接使電腦產生一定結果為目的所組成指令組合者) 及表演 (指對既有著作之表演) 等著作，而每種著作之權能皆有所不同，此涉及著作財產權之種類及權利內涵，包括重製權、公開口述權、公開播送權、公開上映權、公開演出權、公開傳輸權、公開展示權、改作或編輯權、散布及出租權等，列表如附表：

對國立故宮博物院 (以下簡稱



國立故宮博物院
NATIONAL PALACE MUSEUM



故宮南院-亞洲藝術文化博物館
SOUTHERN BRANCH OF THE NATIONAL PALACE MUSEUM-
ASIAN ART AND CULTURE MUSEUM

上：國立故宮博物院本院商標
下：國立故宮博物院南院商標

面涉及競爭是否公平之問題，則由公平交易法解決。例如該法明訂，不當使用著名他人姓名、公司名稱、商標等表徵，而造成混淆誤認者，屬仿冒行為（公平交易法第二二條），影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為，亦在禁止之列（公平交易法第二五條），若有違反，則將受罰鍰等其他行政處罰。

故宮若在文物衍生商品銷售時遭遇盜版仿冒情事，例如購物網站會出現的朕知道了餐巾紙、朕知道了皮帶等商品，乃未經故宮合法授權而自行生產製造者，其造成市場交易秩序混亂，使消費者混淆誤認，則屬公平交易法之管轄範圍。

四、與貿易有關之智慧財產權協定
正由於智慧財產權之流通性高，交易區域經常跨越國界，因此國際上對於「智慧財產之授權」有國際公約加以規範，例如前述的TRIPS協定為世界貿易組織（WTO）多邊協定之一項，故為所有WTO之會員國所遵守，且各會員國皆有權將此一協定之條款參酌國情，內化為各自的國內法，如



故宮與法藍瓷及金門酒廠合作開發經典高粱紀念酒 本院文創行銷處提供

二、商標法：保護文物典藏機構之註冊商標、維護品牌權益
（一）商標概述
不同於著作權探創作保護主義，商標權係採註冊保護主義，亦即非經

申請註冊核准，不受商標法之保護。正因為商標須經申請註冊核准方可使用，在權利期間便有其限制，依我國商標法規定，商標權保護期間為十年，到期後可申請延展，每次延展期間為十年（商標法第三三條）。而商標的形式多元，任何具有識別性之標識，以文字、圖形、記號、顏色、立體形狀、動態、全像圖、聲音等方式，或其組合之型態呈現者，皆可為商標申請註冊之範圍（商標法第一八條）。註冊完成之商標標示於商品或服務上，可使自己提供的商品或服務，與他人之商品或服務有所區別，產生識別性，讓消費者得以辨認，此一「識別性」為商標的核心概念。因此，所申請註冊之商標若與已核准的商標相同或近似，則會在審查階段被商標主管機關駁回。

（二）品牌授權與商標授權
通常而言，品牌標識成為註冊商標後，其授權與轉授權，始受法律保障。品牌授權與商標授權兩者之關係在於，「品牌授權」是指授予被授權人於一定期間及條件下「使用註冊商

標」之權利，使消費者將被授權人之產品或服務與特定品牌形象連結，進而達到品質保證之效果。若以未經註冊核准之標識作為品牌形象，在遇到品牌仿冒等法律爭議時，則無從主張自身權利。

品牌授權乃出於經營上的策略考量。以故宮為例，故宮身為商標權利人，藉由授權品牌予擁有成熟產品線與國內外通路之企業進行雙品牌行銷，不但可成功拓展故宮創意商品的銷售管道，更能發揮異業結盟之加乘效果，並進一步邁向國際化。例如故宮為慶祝九十週年院慶及南院開館，特別與法藍瓷及金門酒廠合作，藉由院藏文物為創意發想之基礎，以法藍瓷瓶盛裝陳年金門高粱，此一經典紀念酒系列遂成為故宮又一具時代意義的文創商品。

三、公平交易法：保護文物衍生商品於市場上的公平競爭
站在藝術授權之角度，著作權法及商標法旨在規範授權標的（亦即著作或商標）之使用，而經由授權所產製的商品或提供的服務，若在銷售方

此一來，各WTO會員國之智慧財產權法實則異中求同，同中存異。

對藝術授權而言，當涉及跨國授權或是跨國盜版仿冒等本國法律管轄以外之情事時，透過TRIPS協定，國與國之間有了共同的行為準則，可以為國際貿易以及權利維護提供更多保障。例如我國與大陸地區雖然分屬不同法律管轄，但透過TRIPS協定的「國民待遇原則」，大陸地區應以保護本國著作之程度保護我國之著作，亦即我國之著作在大陸地區亦受「大陸地區之著作權法」保護。有鑑於此，若在大陸地區發生仿冒盜版等侵害我國著作權之情事時，仍可依照大陸地區之規定進行民事、刑事或行政之救濟。

結論與建議

藝術授權之演變自「文化資產保存法」、「文化創意發展法」至「智慧財產權法」，其所標誌者為傳統向現代、有形向無形、典藏向授權逐步演進的過程。時至今日，藝術授權已與智慧財產權緊密結合，其中更以

「著作權法」為藝術授權與文化创意產業之核心。而在著作權法的保護之外，藝術授權行為若與品牌相結合，則涉及商標領域，其所衍生之商品或服務若涉及市場競爭公平性之問題，又與公平交易法相關連。另外由於智慧財產權有國際公約作為框架式之規範，因此權利人得以主張以他國法律而享有同等保護，其中以TRIPS協定最為廣泛使用。

藝術授權的相關法律隨時代演變，重心亦不斷更迭。以下圖（翠玉白菜）為例觀察藝術授權的發展過程，可知其進程係從「原始的文物典藏」到「初級複製品加工」乃至「創意商品設計」，相應地在法律保護上，重心也從文化資產保存法轉移到智慧財產權法，並由文化創意產業發展法擔任中間承先啟後的樞紐角色，圖示如下：

展望未來，故宮身為臺灣文化创意產業之領頭羊，宜趁文化創意產業勃興之際，與智慧財產主管機關共同合作，透過智慧財產觀念之推廣，為藝術授權之法律觀念紮根。本文認

承先啓後：【文化創意產業發展法】

← 【文化資產保存法】 → 【智慧財產權法】



清 翠玉白菜 國立故宮博物院藏

翠玉白菜仿製品

翠玉白菜創意商品：翠玉白菜傘

藝術授權重心變遷示意圖 作者製

為，目前首要任務在於「著作權的認識」及「契約意識的普及」：在「著作權法的認識」方面，因為藝術授權之標的是「著作及其權能」，且智慧財產具有無形性，因此必須以契約條款詳細描述標的內容及授權條件，始能明確雙方交易內容及權利義務；若對著作權法概念不熟悉，則難以掌握授權標的之性質與權能，容易造成授權時的誤判，衍生法律糾紛；在「契約意識的普及」方面，由於藝術授權多以智慧財產權為標的，而此等權利具有易複製性、流通便利性高等特徵，使用過程稍有疏漏即可能構成侵權，因此契約條款至為重要；更進一步，應養成在契約中解決問題之習慣，如此才能發揮契約規範最大的功能。

目前藝術授權之重心已演進到智慧財產授權，相信本於著作權所形成的藝術授權模式，能為故宮文創行銷以及臺灣文創產業貢獻更多「創藝」能量。

作者在職於本院文創行銷處

註釋

1. 文化資產保存法第六九條：「公立古物保管機關（構）為研究、宣揚之需要，得就保管之公有古物，具名複製或監製。他人非經原保管機關（構）准許及監製，不得再複製。」前項公有古物複製及監製管理辦法，由中央主管機關定之。
2. 公有古物複製及監製管理辦法第二條第一項：「古物之複製，指依古物原件予以原尺寸、原材質、原色、原貌再製作者。」
3. 文化創意產業發展法第三條第一項前段。
4. 文化創意產業發展法第三條第一項：「本法所稱文化創意產業，指：下列產業：一、視覺藝術產業、二、音樂及表演藝術產業、三、文化資產應用及展演設施產業、四、工藝產業、五、電影產業、七、出版產業、六、廣播電視產業、八、廣告產業、九、產品設計產業、十、視覺傳達設計產業、十一、設計品牌時尚產業、十二、建築設計產業、十三、數位內容產業、十四、創意生活產業、十五、流行音樂及文化內容產業、十六、其他經中央主管機關指定之產業。」
5. 詳見經濟部智慧財產局公布的各項著作內容例示：<http://www.tipo.gov.tw/ci.asp?xitem=332403&ciNode=7011&mp=1>（最後瀏覽日期：二〇一五年六月二八日）
6. 由於表演者著作非屬傳統著作權之保護範圍，其所享有的是「類似」著作權之鄰接權，故權能限制較多。