

香港工業總會 知識產權中心經理
劉帥賢博士

澳門大學社會科學士、
北京大學中國法律學學士、
香港城市大學法律學（榮譽）學士、
香港城市大學中國法與比較法法律碩士（良好）
中國政法大學（競爭法）博士

香港貿易發展局中國商務、香港特區政府工業貿易署、香港設計中心知識產權顧問

第二章

1. 版權

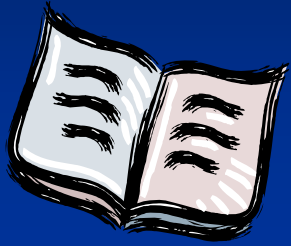
1. 版權需要註冊嗎？

■ 不須註冊。

■ 自動取得。



2. 什麼作品受版權保障?



版權作品

■ 例如：

1. 文學作品
2. 口述作品
3. 音樂、戲劇、曲藝、舞蹈
4. 美術、建築、攝影作品、電影作品
5. 工程設計，產品設計
6. 計算機軟件... ..等等



3. 版權擁有人有什麼權利?

1. 財產權轉讓
2. 財產權繼承、立遺囑
3. 複製權、出租權
4. 表演權、發行權
5. 公開播放權、廣播權

4. 版權保護的期限

各國版權法有其期限定義，香港為例：

1. 個人創作，作者生命加50年
2. 合作作品，最後死亡作者加50年
3. 職務作品，作品首次發表後50年



5. 關於藝術作品的條文

- 藝術作品(artistic work) 指— 美術工藝作品。
- 版權條例 - SECT 5



5.1 藝術作品的條文

- 凡藝術作品的版權擁有人就任何相應的外觀設計申請註冊，或該項註冊申請是經其同意而提出的，則該外觀設計不得僅因過往對該藝術作品所作的任何使用而就本條例而言被視作為並非新外觀設計。
- 註冊外觀設計條例 - SECT 10

- 已在**工業上應用**於該等物品，且該過往的使用是由該版權擁有人作出或經其同意而作出的，則**沒新穎性**。

2. 原創作品

2. 什麼是原創作品？

- 原創=有獨創性 (Originality)

基本原則:

- 並非對他人作品的抄襲，必須投入個人的技巧、勞動或判斷-(英國)。
- 由作者獨立創作完成的-(美國、中國)。

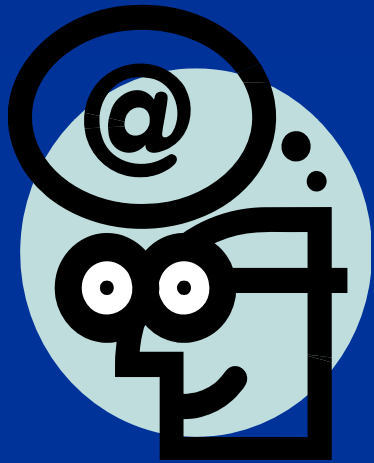
3. 不受保護

- 概念
- 技巧

3.1 思路受版權保障嗎？

思路受版權保障？

版權只保障作品



- 不受保障
- 劇作作品思想、思路構思
- 同一思想內容，有不同表達方式

4. 版權存在問題

- 它只是一個純粹的想法嗎?
- 作品實體形成嗎?
- 作品對作者有獨創性嗎?
- 作品是版權保護的一種類型嗎?
- 版權存在嗎?

問題 1

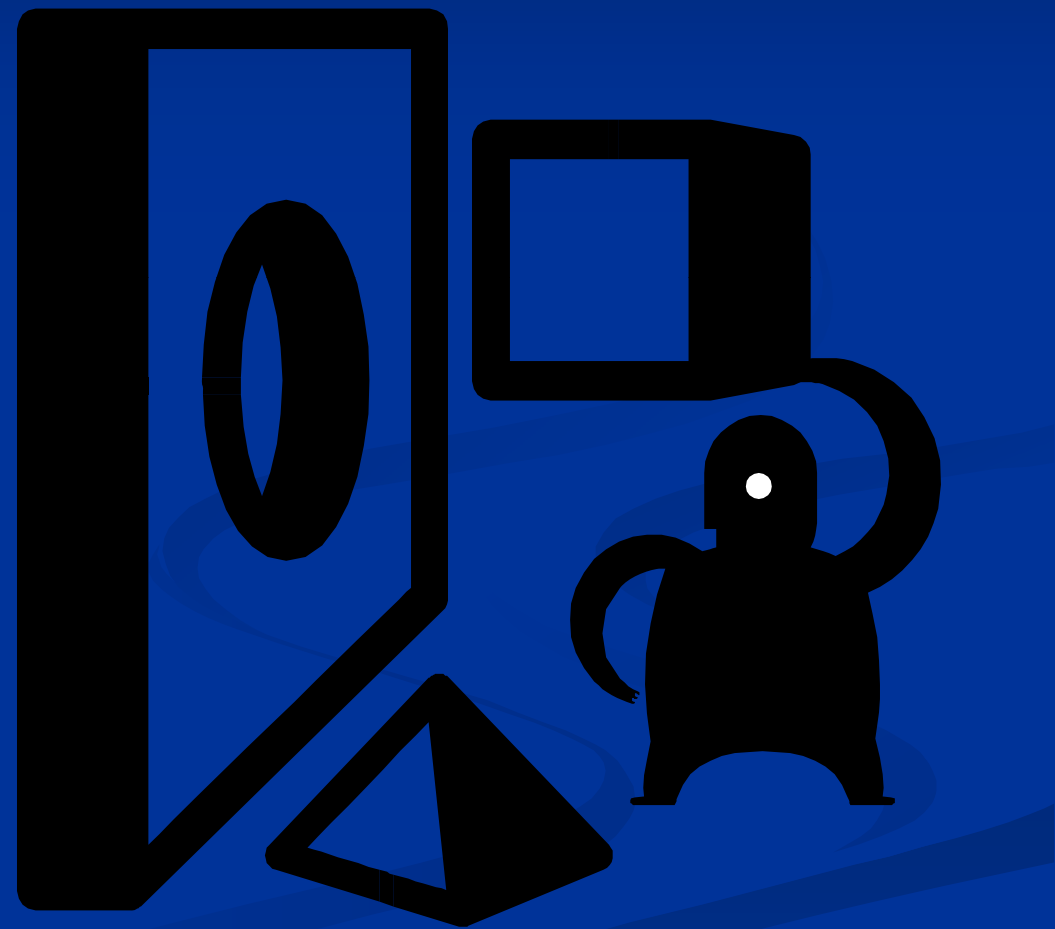
- 構思（我）
- 設計人畫

- 草圖（我）+設計人畫 ????
- “Underlying right”
- 他人使用如何 ????

問題 2 冊子

- 主要部分重現
 - 進行修改
- 有否侵權？？

■ 事例



■ 1. 影片設計





- (圖片自：www.goldex.com.hk)



- (圖片自：www.goldex.com.hk)

■ 是否侵權設計？

■ 客戶侵權。

■ 同行侵權。

■ 2. 草圖、圖



- (圖片自：www.goldex.com.hk)



- (圖片自：www.goldex.com.hk)

1.1 作品名稱的保護

1. 全部、部分
2. 語言文字學
娃哈哈 = 娃娃笑哈哈
3. 作者的思想部分

1954年歌曲《娃哈哈》 vs. 杭州娃哈哈集團

2001年電影《五朵金花》 vs. “五朵金花[®]”

1.2 作品名稱的保護

《反不正當競爭法》第5條第2款
第2項規定

1. 知名商品特有名稱
2. 充分舉證

2. 合約草擬

- 僱傭合約寫清楚。
- 守秘協議書。
- 版權註冊號。
- 委託協議書。
- 客戶合約。

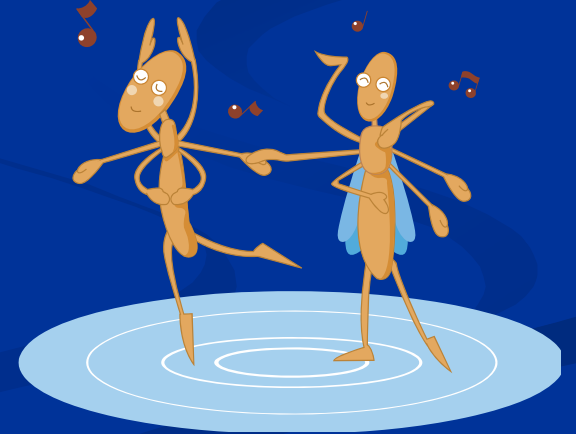


3. 作品

1. 表演權 / 表演者

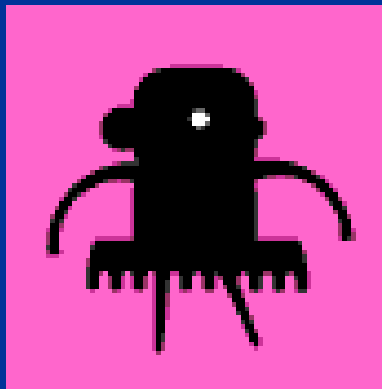


- 表演權，是原創人之權可授予他人表演的權利。
- 表演者，是表演者把作品演譯表示出來。



2. 舞蹈作品

- 舞蹈：連續動作、姿勢、表情。
- 動作設計、程序編排。



3. 攝影作品

- 以機械在感光材料，其他介質紀錄客觀物體形象。
- 無論拍攝效果如何都是一幅作品。
- 底片為原作品，洗出的是複製品。
- 以肖像為攝影作品作參展，複製，不能侵犯他人合法權益。

4. 電影/視作品

- 介質、音樂、畫面、放映器。
- 底片：原作
- 沖件：複製
- 電影/視作品、類似攝制電影的方法創作其著作權，製片者享有。編劇、導演、攝影、作詞、作曲享有署名權，按與製片所簽合同收報酬。《著》第15條

5. 民間藝術作品

- 神話故事、民間傳說、戲曲、民謠、舞蹈、造型、建築藝術。
- 沒固定載體，沒作者，能反映社會羣體。
- 《著》第6條，國務院另行規定。

4. 動漫+影片

Activation + Film

參看 PPT 25

■ 電影

■ 電視劇

■ 電視電影

■ 動漫??

5. 印刷

5.1 圖書出版

- 在合同約定期限，出版商享有出版該作品。
- 原作交付作品。
- 出版商重印、再版須通知原作付酬。
- 出版商拒重印、拒再版、脫期可終止合同。
- 《著作權法》第30條、第31條

5.2 版權、出版權、版本

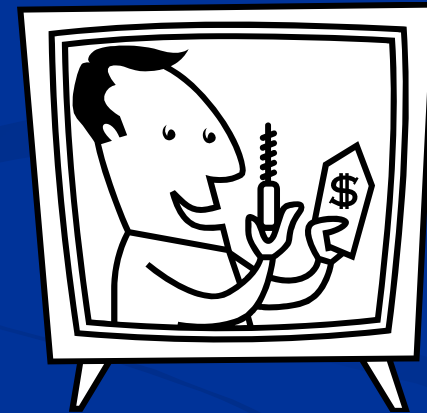
- 版權：作者對作品享有人身權和財產權。
- 出版：作者授權出版單位。
- 版本：版式、裝幀設計享有專用使用權。

Cap 528 s21，已發表版本的排印編排的版權，自該年起計25年期間完結時屆滿。

6. 廣告

6.1. 廣告糾紛

1. 廣告主—出資人
2. 廣告經營者—設計製作
3. 廣告發佈者—傳媒



6.2 廣告主與廣告經營者

1. 時間
2. 合同中的許可
3. 合同中的規避

6.3. 廣告傳播者

形式審查

6.4. 明星廣告中的模仿

1. 長得似明星
2. 化得似明星
3. 美容手術

“肖像侵權”

6.5 模仿違反廣告法

《廣告法》第25條 使用他人名義、形象會引起消費者的認知混淆。

■ 模仿演員聲音

2006布思vs.科爾蓋－帕爾莫利夫公司

1. 監管
2. 被許可後市場
3. 公共利益

1. 1988 Midler vs. Ford Motor Co

Ford → Young —廣告系列

Midler 原唱

Mr X 似唱／侵害表演／獲唱片授權

1. 未經所在的服務器
2. 直接傳遞
3. 未發警告

7. 職務

職務設計

- 職務設計誰屬



- 1. 什麼是職務設計:
受僱期間為僱主作出的設計。
- 2. 設計專利權誰屬: 屬公司所有。

- 3.委托設計:

其專有權應屬公司所有。

理由：給付義務

- 4. 解決職務設計糾紛：

- 僱員或設計者，設計公司
- 簽轉讓書 (Assignment)

- 522章第3條



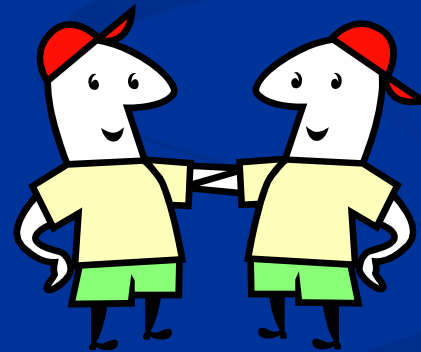
8. 侵權認定

1. 侵犯版權認定問題

1. 控訴人必須為版權擁有人,其作品是原創作品，比侵權人早完成該作品 (Originality) 。
2. 客觀相似性 (Objective Similarity) 。
3. 複製是否涉及實質性部份 (Any Substantial Taking) 。
4. 存在因果聯系嗎? (Any Causal link) 。
5. 侵權人能否接觸 (Access) 。

- 1.控訴人必須為版權擁有人,其作品是原創作,比侵權人早完成該作品。
- 證據:
- 作品完成時間證明。
(如:公開發表或給非存在利益人)
- 證據的可信性。

- 2. 客觀相似性 (Objective Similarity)
- 客觀相似-原創作品及侵權作品。
- 整體比較。



- 3. 複製是否涉及實質性部份。
- 實質性複製不是在”數量”去認定是否被侵權，而在”品質”方面去認定。
- 原創部份有否被複製?
- 重要部份有否被複製?
- 控訴人有否允許侵權行為?

- 4. 存在因果聯系嗎?
- 控訴人必須提出侵權作品來源於其作品。
- 這關係包括直接抄襲及間接抄襲。

- 5.侵權人能否接觸。
- 侵權人有機會去看控訴人的作品。
- (如:控訴人已公開發表其作品)

1.1 直接

- 未經著作權人，同意、許可，以任何方式實施侵權行為，造成損失。

1.2 間接侵權

- Cap 528 s29，改編作品。
- Cap 528 s31，管有侵犯版權複製品。
- Cap 528 s95，管有侵犯版權複製品，以買賣營利為目的。
- Cap 528 s32，提供製造侵犯版權複製品。

- Cap 528 s33，允許處所用作進行侵犯版權複製品。
- Cap 528 s34，提供器具作侵犯版權表演。

2. 侵權人抗辯理由 (Defence)

- 獨立創作 Independent creation
- 合理使用 Fair use (如:學術研究)
- 雙方作品都源於公共素材
Common sources



- 《最高人民法院關於審理著作權民事糾紛案件適用法律若干問題的解釋》第24款
- 實際損失=原產品下降量與複製品單位利潤乘積。
- 侵權複製品銷售量與權利人發行複製品單位利潤乘積。
- 實際損失=違法所得

反不正當競爭

特點

1. 違反誠實信用和商業道德
2. 壟斷協議、濫用支配地位、價格差別、不正當企業兼併
3. 行政壟斷

損害經營者的合法權益
擾亂社會經濟秩序

不正當競爭

2條2款

1. 損害其他經營者的合法權益
2. 擾亂社會秩序

廣告宣傳

第9條

1. 對商品質量
2. 製作成份、性能、用途、有效期、產地作
虛假宣傳誤導



排擠競爭對手

第11條 以低成本、低價格
下列不屬於

1. 處理有效期將到的貨品
2. 季節性降價
3. 因償債、轉產、歇業降價

散佈假消息

第14條 不得捏造
散佈虛偽
損害競爭對手商譽

1. 1萬元以上
2. 20萬元以下
3. 沒收違法所得

賄賂第8條 1萬以上 20萬以下 罰款

商業秘密第10條 1萬以上 20萬以下 罰款

廣告法

1. 詐騙、假冒他人商標、專利

信息不符、安全、誤導、
審查



謝謝
答問時間