

## 第三十章

# 我國數位內容著作權管理、授權及交易流通機制之探討

## Explore the Digital Right Management, Authorization and Distribution Issues of the Digital Content Industry

李漢銘

Hahn-Ming Lee

國立台灣科技大學電資學院資訊工程系教授

Professor, Department of Computer Science

and Information Engineering,

College of Electrical & Computer Engineering,

National Taiwan University of

Science and Technology

羅正棠

Cheng-Tang Lo

行政院科技顧問組副研究員

Associate Researcher,

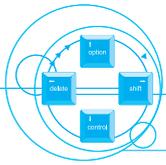
Science and Technology Advisory Group,

Executive Yuan

## 壹、前言

### 一、緣起目的

數位內容產業具有發展知識經濟與數位經濟之指標意義，世界各國皆以整體國家力量在推動，而我國數位內容產業已具基礎，且未來華文將成爲全球數位內容之主要語文之一，我國應善用現有電子資訊產業在全球生產體系中的優勢地位，加強相關產業的輔導，以取得產業發展之領先地位。爲扶植數位內容產業能

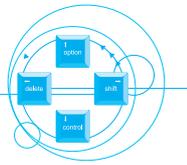


順利領導華文市場以落實知識經濟發展，我國將之列為「兩兆雙星產業發展計畫」（註1）之一，行政院亦於九十一年核定通過「加強數位內容產業發展推動方案」（註2）來加強推動。

數位內容產業從某種程度來看，係可視為將網路中四種物件元素（文字、圖形、影像、軟體）於不同平台（手機、電腦、PDA、數位電視、資訊家電等）上呈現，並發展其具體之商業模式，有別於網路WWW萌芽與實驗時期（一九九五至二〇〇〇年）資訊免費擷取與共享的環境。但也由於網路複製容易、散布快速且價廉，因此相關網路智慧財產權的保護益加引起重視，而本文撰寫的同時，報載科技界的五大巨頭包括英特爾、諾基亞、三星、東芝及松下等，進行所謂「哈德遜計畫」(Project Hudson)，（註3）規劃推出新的保護系統，防止數位音樂、影像、軟體等，被非法分享與複製；其他類似的系統包括微軟、新力、飛利浦與蘋果電腦等各家的產品，且微軟、日本NTT、Veri Sign 與環球音樂集團也組成「內容參照論壇」(Content Reference Forum)（註4）討論數位內容跨平台、跨科技散布的標準。

由於網路新技術之日新月異，相關網路智慧財產權之爭議與糾紛也與日俱增，在二〇〇三年中，我國就發生了音樂仲介團體IFPI 與網路P2P 業者關於侵權的爭議，甚而有網路P2P 業者與網路服務使用者經檢察官調查後正式提起告訴，而此案件所引用之二〇〇三年七月九日新修正公告之著作權法，是否著作權人過度濫用科技保護措施，過於限縮使用者合理使用空間，妨礙原始網路自由創作分享的文化與精神，也成為在本文撰寫的過程中，經常思考的問題，另外若導入此類數位圖文素材之交易機制，因消費者端許多交易多屬小額付款，也應有線上爭端調解機制作為配套措施，以避免司法爭訟過多與司法資源濫用的問題。

從政府角度資源來看，近年由於相關數位化工作及數位臺灣計畫之推動下，陸續有相關之數位內容與數位資訊產出，例如中央研究院計畫辦公室的數位典藏國家型計畫（註5）（前身為數位博物館計畫）、文建會與國立故宮博物院執行的網路文化計畫（註6）等，均有相當數量的文圖素材可供民間進一步加值與應用，但限於未有一套系統化之機制與規範，各典藏機關對公共資源應用仍未能有良好的釋放之明顯進度，對整體數位內容市場的活絡也成為一大障礙。



本文將就以上之問題與發展趨勢，綜整相關資訊加以分析，就數位內容在整個數位環境中相關認證、權利與交易資訊之保存追蹤、交易流程與平台、配套之交易糾紛排解機制作描述，最後並提出建議以供參考。

## 二、數位內容產業的定義、範疇與發展現況

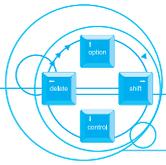
### (一) 產業定義與範疇

依經濟部工業局與數位內容推動辦公室所編印之我國2003 數位內容白皮書(註7)中之定義與範疇如下：

數位內容(Digital Content)係指將字元、影像、語音等資料以「數位型式」記錄並整合運用，同時也包括處理/使用數位內容的產品(用以將資料轉換成人可使用狀態之軟硬體)，以及提供創造與利用數位內容環境所需的服務。

我國數位內容產業定義與範疇如下：

- 1、數位遊戲：以資訊硬體平台提供聲光娛樂給予一般消費大眾，包含：
  - (1) 家用遊戲機軟體，如Console Game-PS2、XBOX、GameCube 等。
  - (2) 個人電腦遊戲軟體，如PC Game。
  - (3) 掌上型遊戲軟體，如PDA、Gameboy、手機遊戲等。
  - (4) 大型遊戲機台遊戲，如Arcade Game。
- 2、電腦動畫：運用電腦產生或協助製作的連續影像，廣泛應用於娛樂及其他工商業用途。
  - (1) 娛樂應用：影視、遊戲、網路傳播..，著重於娛樂效果。
  - (2) 工商業應用：用於建築、工業設計、醫學，著重於商業行為輔助。
- 3、數位學習：以電腦等終端設備為輔助工具，進行線上或離線之學習活動。包含數位學習內容製作、工具軟體、建置服務。
- 4、影音應用：運用數位化拍攝、傳送、播放之數位影音內容。包含數位音樂、數位KTV、數位電影、數位電視。
- 5、行動內容：運用行動通訊網路提供數據內容及服務。包含手機簡訊、行動數據服務(如導航/地理資訊等)。
- 6、網路服務：提供網路內容、連線、儲存、傳送、播放之服務。包含網路內容



(ICP)、應用服務(ASP)、連線服務(ISP)、網路內容儲存(IDC)等。

- 7、內容軟體：提供數位內容應用服務所需之軟體工具及平台。包含內容工具/平台軟體、內容應用軟體、內容專業服務等。
- 8、數位出版：數位典藏、電子資料庫(新聞、數據、圖像等)、數位化圖像授權等。

以下本文所指之數位內容及其產業活絡之各種策略與想法，將以上述之定義與範疇進行探討。

### 三、數位內容產業發展現況

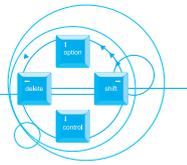
依據經濟部技術處ITIS計畫(註8)統計資料顯示，我國數位內容產業(包括數位遊戲、電腦動畫、數位學習、多媒體工具軟體、數位影音、網路服務與行動內容服務等)，在公元二〇〇二年的整體產值約新台幣一、五三七億元，預估數位內容產業之相關產值於公元二〇〇六年將可達到新台幣三、七〇〇億的產值目標，而屆時產業外銷部分佔整體產值比率亦將逐年提昇至30%以上。(註9)

題整體產業的推動思維與策略雖大致以產業的六項構面為主軸，包括環境建置與法規、人才培訓及延攬、促進投資與金融輔助、研究發展及應用、產業資訊及行銷與推廣策進等，但在執行工作上仍偏向注重個別產業的推動，例如在二〇〇三年係以遊戲與動畫兩個領域為主，二〇〇四年預計將重心放在行動內容、數位學習等，以致較欠缺對整體數位內容發展環境面共通課題之研究與關注。

### 四、國內相關研究

在整個數位內容產業之價值鏈中(如圖一)，原創素材、經過著作權仲介機構、著作權代理商、加值應用商，甚至可以再創新的素材經過同樣的循環遞送至消費者端，而在促進這樣數位內容創新流通交易的環境中，如何利用資訊技術方便消費者以網路或其他數位媒體方式獲取與利用，而活絡整個價值鏈的正面循環是本文探討之主題。

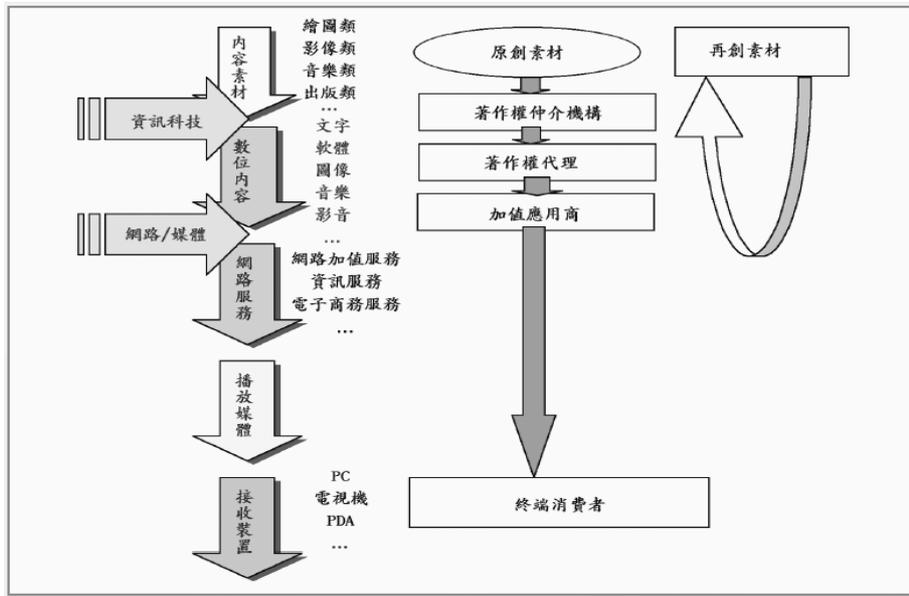
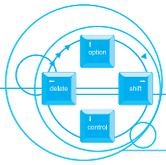
政治大學商學院在經濟部科技研究發展專案「我國數化知識商品流通與加值推動策略及制度設計研究」(註10)提到政府於面對數位知識商品交易時，在四



個角色上的具體作為如表一所示。該研究具體建議政府在促進數位知識交易中若扮演產業秩序的規範、仲裁者與產業基礎環境建立者的角色時，應推動圖文著作權交換中心機構之成立、加強音樂著作權仲介團體的管理、推動數位內容素材交易中心之成立、制定文字內容交換的規格標準及制定電子書之間閱讀介面的標準，而建置此數位內容素材的交易中心，該研究有二個建議方案，即以業界科專方式鼓勵成立賣方盤商與仲介的交易中心，和以學界科專鼓勵成立包含平台技術開發的第三方仲介中心與提供產業增值利用的公共內容素材交易平台。（註11）

本研究認為該研究建議有許多具體參考價值，但其中含括之有意義的參予者並未將廣大的個人使用者列入，事實上以網路使用者來看，廠商與個人之增值利用，就平台來看，並無差別也無法區別，授權價金與產品售價的設計本質也無不同，僅是於詮釋資料中對授權範圍設定不同而已，可以視為等同產品售價，且國外類似機構，均將仲介商/增值應用者和權利人權利仲介及與消費者利用之電子市集整合為一完整平台，並陸續轉換為公司型態，以期能永續經營（參考本文第貳章）。本研究認為政治大學商學院提到的著作權交換中心機構之成立、加強音樂著作權仲介團體的管理、推動數位內容素材交易中心之成立、制定文字內容交換的規格標準及電子書之間閱讀介面的標準四項工作應可以資訊技術整合成一全功能的數位內容授權管理交易平台，同時為考慮與國際社會接軌，擴大流通範圍，應導入國際較成熟之數位物件識別系統如美國的Digital Object Identifier（以下簡稱DOI）與日本的Content ID Forum（以下簡稱c IDF）等。（註12、13）

另資策會科技法律中心所提交工業局科專報告（二）「規劃數位智慧財產權交易機制/交易平台」（註14）中，除數位內容交易平台之介紹，且有專論數位內容交易平台衍生之消費者保護法之章節，提到數位化商品與實體商品兩類對消保法郵購買賣所稱商品之範圍之適用進行研究與探討，然衡酌數位內容交易平台之本質與實際發生之案例（如Kuro 與IFPI 之爭端），本研究認為相關線上爭端調解機制作為配套措施，是更重要且實際的課題。



圖一 數位內容產業之價值鏈

表一 促進數位知識交易的政府角色與作為

角色	文字	圖像	音樂
公共內容素材的提供者	制定資訊公開法作為公共內容釋出之母法		
	制定公共內容加值應用的政策		
產業秩序的規範與仲裁者	修正著作權法、稅法與消費者保護法，以適用於數位環境		
	推動圖文著作權交換中心機構之成立		加強音樂著作權仲介團體的管理
產業基礎環境建立者	推動數位內容素材交易中心之成立		
	制定文字內容交換的規格標準	制定高品質圖像	略
	制定電子書之間閱讀介面的標準	數位化獎勵措施	
公共使用者代理人	修正著作權法擴大合理使用範圍		
	規定合理的法定授權使用報酬率		
	建立數位著作權公共出借權之補償制度		

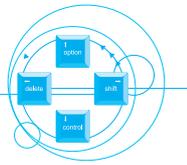
資料來源：政治大學商學院，「我國數位化知識商品流通與加值推動策略及制度設計研究」，經濟部科技研究發展專案

(民90年12月)：5-15

## 貳、國外數位智財權管理組織現況

### 一、歐洲智財權論壇

#### (一) 組織概況



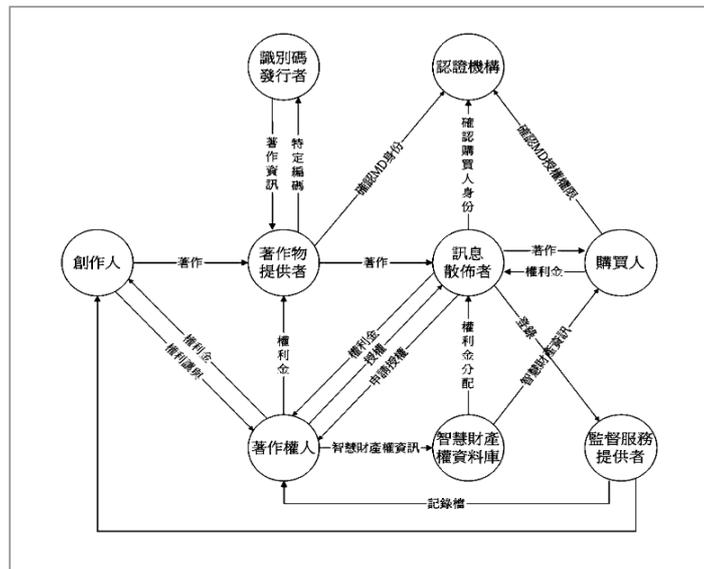
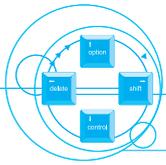
歐洲智財權論壇（IMPRIMATUR，即Intellectual Multimedia Property Rights Model and Terminology for Universal Reference）計畫（註15）係源於歐盟主管產業部門的第三處（European Common DG III），針對資訊事業需求所推動ESPRIT計畫的一部分，原本是針對電子數位智財管理系統ECMS（Electronic Copyright Management Systems）主題所形成之論壇。該計畫始於一九九五年十二月一日，並於一九九八年底結束，目前繼續以歐洲智財權論壇服務公司形態延續之。

## （二）營運模式

圖二係該計畫之核心架構，並為後面建立電子數位智財管理系統展示系統之主要依據。其中整個實驗計畫之營運模式與流程簡述如下：

在此系統中，創作人將著作物交給著作物提供者，或創作人可將該著作物移轉給著作權人，由著作權人將該著作加以利用，此時著作物提供者及權利人兩者間成立各類資訊均被儲存在智慧財產權資料庫中。著作物提供人在取得著作物後交由識別碼發行單位進行識別碼發行，識別碼發行者編碼完成後會將該著作物之著作資訊提供給著作物提供者，同時著作物提供者會到認證機構確認訊息散布者的身分，使該著作物完成所有認證程序。著作物提供者把數位化後的著作物連同權利金費用與授權之權利範圍等訊息提供給訊息散布者，讓大眾得以收到該著作物之流通訊息。

購買者為了取得著作物會和訊息散布者連絡，以搜尋是否有購買者可以利用之著作物，一但尋找到需要的著作物即在該媒體上確認該著作物之權利金與可以利用之範圍。完成簽約並給付權利金後，訊息散布者會在其媒體上提供購買者重製合法範圍之著作物。此時，訊息散布者收到權利金後，依照智慧財產權資料庫之價金決算或分配資料進行權利金分配，此系統皆可透過電子化的方式完成，並且在整個交易過程當中，由監督服務提供者扮演著確認該交易機制是否合法或照既定的模式運作，所有的交易過程，並將告知創作人及著作權利人。



圖二 歐洲智財權論壇之營運模式

(資料來源：<http://www.imprimatur.net>)

## 二、美國智財權清算公司

### (一) 組織概況

美國智財權清算公司 ( Copyright Clearance Center, Inc. ) 於一九七八年設立，(註16) 是目前全球最大的文字授權廠商，同時也是國際重製權組 ( IFRRO ) 成員，(註17) 與十三個其他國家簽有雙邊重製權合約可以收取授權費用。

目前管理約一七五萬件作品並代表九、六〇〇個仲介出版商與無數之作者行使授權業務。被授權的對象包含一萬家以上之企業與數千家政府、律師事務所、圖書館等機構。

### (二) 服務形態

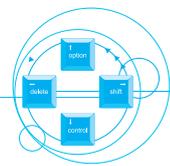
該中心服務網頁提供以下對象之服務：

#### 1、線上授權 ( Permissions Online )

根據使用的地點 ( 教室、圖書館或商業用途 ) 或呈現媒體/工具 ( CD-ROM Internet、Intranet、Extranet、書本、期刊型錄等 ) 之複製或使用。

#### 2、年度授權服務 ( Annual Licenses )

年度授權服務係指售予著作物利用人在一年之間可重複且不限次數利用



著作權清算中心已登錄在案超過一億七千五百萬個著作物，且此一授權為概括授權（**blanket repertory license**）。但年度授權服務適用對象之前提是利用人需為美國境內超過七五〇名員工之組織或機構或律師事務所之內部重製及利用。

### 3、著作權人服務（**Rightsholder Services**）

線上與使用者互動，如線上使用者問題回復、查詢授權歷史資料、維護授權狀態。

### 4、創作人服務（**Author & Creator Services**）

吸引創作人加入並授權該公司，以收取相關授權金之服務。

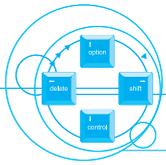
## 參、數位內容授權管理交易平台

參考歐美等國發展數位智慧財產權管理組織推動相關智財權管理之專案經驗，我國若思考建立一個完善的數位監理與流通環境，建立完整的內容授權管理交易平台應是其中最重要的工作之一，而目前經濟部工業局為引領臺灣技術交易服務業發展，並落實經發會產業組對「研議設立技術及智財權交易機制」的共識，提供建置臺灣技術交易市場（**TWTM**）整合服務中心及其資訊網，嘗試解決國內現行各技術網站欠缺「提供整體服務功能」和「國外技術資源接軌」的困境，並希望透過整合服務中心的諮詢媒合機制，結合技術交易服務業會員提供的技術增值服務，其目前著重的重點在以可交易技術/專利為標的，而於相關以著作權保護為主的數位內容的交換較少著墨。（註18）本章將規劃探討一完整功能數位內容授權管理交易平台功能與流程。

授權管理交易平台至少包含以下功能：

- 一、數位內容儲存與管理。
- 二、數位內容傳輸與交換。
- 三、數位內容保護與授權紀錄的追蹤。

而以功能、模組與使用流程來看，完整平台是由一權利資訊管理平台與電子



交易平台組合而成，以下將介紹整個平台使用之流程，為方便下列說明，我們先對一些名詞加以解釋。

### 一、名詞解釋

#### (一) 數位內容識別號 (ID)

數位內容最基本形成的創作物元素，一個數位內容可能由1 個或多個元素所構成。此由權利擁有人檢附數位內容元素的詮釋資料 (Metadata) 申請ID，如此可以確保權利的產生。

#### (二) 內容套件 (DID)

在販售或流通數位內容，可能必須將多個內容元素組合成一組套件，可以賦予此套件一組結合內容元素ID 與流通業者或再製業者識別碼的內容套件DID，以利收集數位內容套件的銷售訊息與實行價金分配。

#### (三) 認證機構 (CA，即Certificate Authorization)

與一般安全電子交易環境之CA 功能相同，認證機構擔任公信力第三者 (Trusted Third Party) 的角色，對個人及機關團體提供認證及憑證簽發管理等服務，以建立具有機密性、不可否認性之資訊通信安全環境。

#### (四) ID 發放機構

藉著核發識別號ID 與銷售的內容套件DID，以提供權利人一個安全加密上載數位內容方式，並提供註冊/查詢/修改智財權資料庫屬性資料、數位內容權限設定、加密、封裝及詮釋資料標準化的描述規格功能。

#### (五) 交易系統

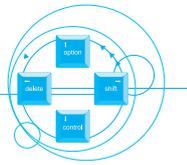
提供權利人與仲介商家網站的數位內容讓與/授權電子交易網之功能。

#### (六) 智財資料庫

主要功能是檢索/查詢/管理/儲存內容元素ID、內容套件DID 與使用權 (Usage Rules) 之詮釋資料。

### 二、流程說明

為呈現其全部之功能，以下將切割成權利人登錄權利資訊、仲介商申請套件

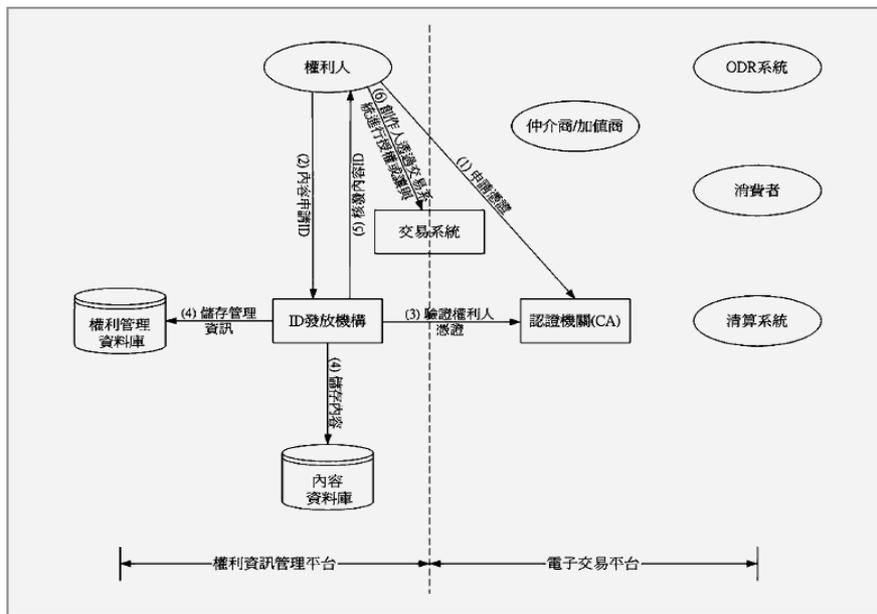
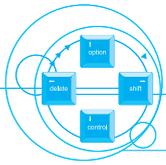


並銷售及消費者購買三段流程加以說明。

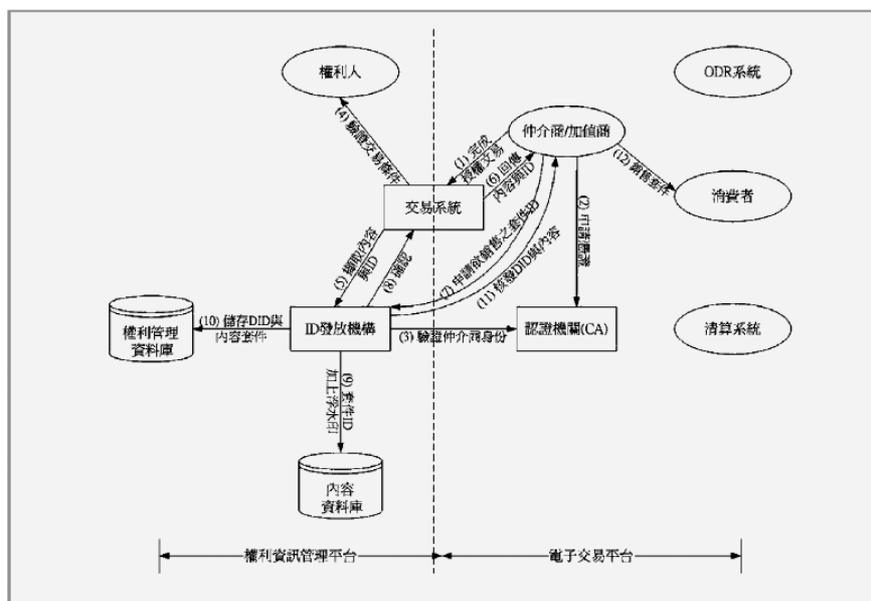
(一) 權利人使用登錄數位權利資訊流程  
權利人使用登錄數位權利資訊流程如圖三，詳細說明如下：

- 1、權利人向認證機關申請憑證。
- 2、內容創作人向ID 發放機構申請ID 識別碼。內容創作人依據自行認為有販賣價值的部分分別申請ID 識別碼，且以符合標準的術語定義與語法規格的格式來描寫此內容的擁有人、主題、建立的日期及格式等詮釋資料，將內容與詮釋資料加密後上傳ID 發放機構，以申請ID 識別碼。
- 3、內容創作人向ID 發放機構申請ID 識別碼之後，ID 發放機構會向憑證中心驗證此內容權利人的身分。
- 4、ID 發放機構向憑證中心驗證此內容權利人身分無誤後，即將實質內容以及此內容的ID 識別碼儲存於內容資料庫，同時ID 發放機構會將此內容的ID 識別碼及創作人在申請ID 識別碼時針對此內容所做的meta-data 描述資料一併儲存於權利管理資料庫。
- 5、ID 發放機構核發此ID 識別碼給創作人，並確認metadata 描述資料。
- 6、創作人在拿到申請之ID 識別碼後，即可透過介面將內容授權或讓與於仲介商做此內容的交易行為（交易系統之功能）。

(二) 仲介商申請內容套件DID 並銷售之流程  
仲介商申請內容套件DID 並銷售之流程如圖四，詳細說明如下：

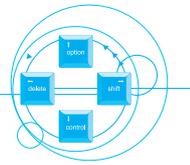


圖三 權利人使用登錄數位權利資訊流程



圖四 仲介商申請內容套件DID及銷售流程

- 1、仲介商利用數位權利管理平台提供的查詢/交易功能搜尋所要購買的數位內容，而相關的權利人資訊包括原始創作人、必要的權利、使用權條件會一一列出，仲介商確認所要進行的代理交易項目後，等待交易系統的處理作業，以完成內容的授權/轉讓之交易行為。
- 2、仲介商向認證機關注冊，申請數位憑證。

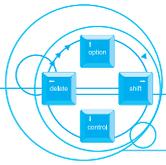


- 3、ID 發放機構向認證機關驗證仲介商身份。
- 4、交易系統向權利人驗證使用權條件後，產生雙方電子簽章具有不可否認性的電子合約。
- 5、交易系統會向數位ID 發放機構的資料庫去擷取仲介商所欲購買之數位內容與內容ID 。
- 6、交易系統將所取得的數位內容與ID 回傳給仲介商。
- 7、仲介商依據市場的經驗，可以組合使用1 個或多個數位內容元素組合而成一個的新的數位內容套件，接著必須將其所有包含的內容元素與數位ID 上傳，向ID 發放機構申請欲銷售的內容套件ID (DID)，而消費者在完成購買交易後，會有清算系統處理各數位內容權利交易之清算。
- 8、ID 發放機構向交易系統確認每個ID 與使用權限授權的電子合約。
- 9、ID 發放機構將仲介商所欲銷售的套件置入DID 浮水印技術儲存於內容資料庫中。
- 10、ID 發放機構儲存仲介商所欲銷售的內容套件DID 與使用的相關權限的詮釋資料於權利管理資料庫。
- 11、ID 發放機構核發仲介商所欲銷售的DID 及具浮水印保護的內容予仲介商，以供消費者購買。
- 12、仲介商銷售數位內容給消費者。

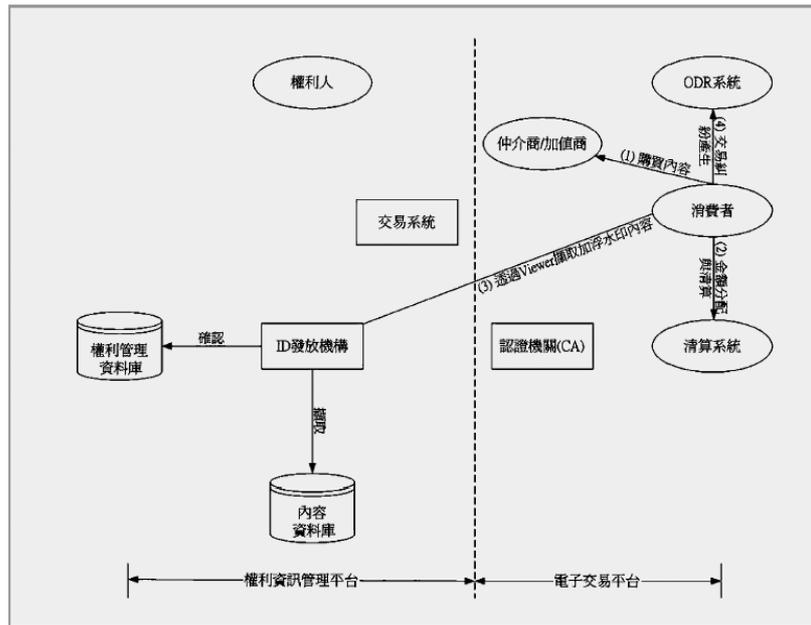
### (三) 消費者購買流程

消費者購買流程如圖五，說明如下：

- 1、消費者向仲介商購買數位內容。
- 2、消費者付費之後，透過清算系統，將權利人、仲介商、數位管理中心等各方所應得的權利金或其他費用進行分配。
- 3、消費者透過專屬瀏覽器解開浮水印得到DID，並向權利管理資料庫驗證使用權限後，即可以使用該數位內容。
- 4、消費者與仲介商或仲介商與權利人交易過程中，可先透過各廠商之客服系統申訴，若無法滿足其需求，可以進入線上爭端解決方案系統進行協商；



協商不成，則可以進行仲裁或訴(見本文第肆章)



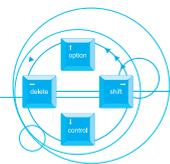
圖五 消費者購買流程

以上程序完整描述權利人從登錄權利資訊、仲介商申請內容套件DID 銷售，至消費者購買與交易糾紛解決整個流程，相關之平台與機制之規劃及模組的設計，可以以上述之流程為基礎進行思考。以模組設計角度來看，整個平台應包括權利資訊管理模組、交易系統模組、清算系統模組及ODR系統模組等。

## 肆、交易平台衍生的交易糾紛排解機制

本文探討之數位內容著作權管理、授權及交易流通機制，數位內容權利管理資訊交換、散布，進而促成創作者、仲介商、加值商之交易，並收取權利費用，本質上非常類似一個綜合的B2B 加B2C 電子商務市場；以完全解決機制之觀點來看，相關的交易糾紛排解機制也是其中重要的一環。

隨著相關網路交易之日趨頻繁、跨國交易量增加、使用者對其法律規則觀念之陌生等情況，線上糾紛必然激增，若此類爭端均仰賴司法資源進行訴訟，必定



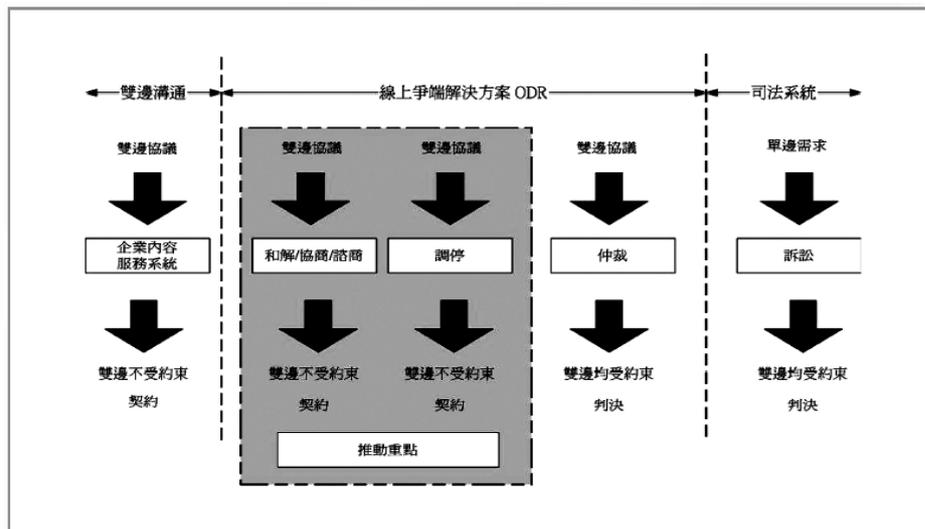
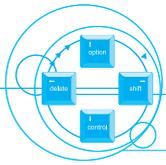
曠日費時，時效不彰，且容易浪費寶貴的司法資源。有鑑於此，除積極制定除訴訟、仲裁以外的其他以業者為主體之爭端解決方案（Alternative Dispute Resolution，以下簡稱ADR）外，隨著網路科技的普遍應用，線上版本的爭端解決方案（Online Dispute Resolution，以下簡稱ODR）亦隨之發展。

行政院於八十九年八月三十日通過「知識經濟發展方案」，並以「加速網際網路相關法規及制度之建構」做為六大具體措施之一「建構網際網路應用之基礎環境」之主要工作項目，接著經建會以NII 法制推動小組目前推動成果為基礎，於「知識經濟發展方案」項下，提出「網際網路法制發展計畫」，以期透過全面檢討相關法制，促進我國網際網路市場之健全發展，其中並於九十一年十二月委託資策會科法中心進行網路爭端解決機制之法律研究，建議政府應鼓勵設立ADR/ODR、對消費者推廣教育、監督ADR之運作及結合業者之自律標章加速推動等。（註19）

各國隨著這樣的科技發展趨勢，紛紛進行相關之研究與實驗，除可完善本國電子商務環境之發展，並可與其他國家互助合作，以下將針對ADR/ODR相關之發展現況、國際推動組織或實驗計畫等作一介紹。

## 一、線上爭端解決方案

ADR/ODR 是B2C 電子商務中建立顧客信心環境的重要基礎之一，其他基礎包括全球的信賴標章、良好的隱私保護電子付費系統及完善的防堵垃圾郵件之政策架構。而解決問題之手段，從寬鬆的彼此溝通磋商，一直到最嚴重的採取司法途徑解決，而ADR/ODR策重在中間以諮商、調解、調停等方式進行具拘束力之雙邊契約（如圖六）。在最左邊的解決方案是透過企業內的客戶服務系統解決，是極端仰賴業者自律的方式，而中間部分才有第三者的介入，有別於最右邊兩項具約束與強制力的仲裁及訴訟，ADR/ODR主要在對雙方依第三者（調解委員會）或依電子商務相關準則進行調停與協商，此類之調停與協商通常也是不具強制力的。



圖六 ADR/ODR 示意圖

(資料來源：GBDe Build Customer Trust WG Presentation)

## 二、推動組織概況

### (一) 國際電子商務對談組織

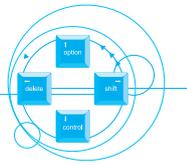
#### 1、背景資料

國際電子商務對談組織GBDe (Global Business Dialogue on Electronic Commerce) 是推動爭端解決方案ADR 之重要機構之一，(註20)於一九九九年由各大企業公司創設於紐約，並有以下之創立原則：

- (1) 電子商務具提升財富、生活品質及創造就業率。
- (2) 因網路無國界特性，需要跨國合作。
- (3) 變革之速度與範圍，端視企業能領先佈建有效率之電子商務架構。
- (4) 電子商務之政策與方案，應由企業或市場力量驅動。該組織並於二〇〇三年十一月六日與國際消費者協會 (Consumers International)，(註21)就ADR準則彼此簽訂合約，此簽約行動對未來在世界各國推動ADR 工作立下良好基礎。

#### 2、工作小組

國際電子商務對談組織於二〇〇三年時共下設三個工作小組：



- (1) 建立顧客信心小組 ( Building Consumer Trust )，負責企業為德意志銀行、NEC。
- (2) 未來網路小組 ( Future of the Internet )，負責企業為NTT Data、MIH。
- (3) 推廣與合作小組 ( Advocacy & Policy Cooperation )，負責企業為HP、MEDIASET。

### 3、二〇〇三年ADR部分主要推動主軸

- (1) 進一步發展電子付費系統準則。
- (2) 建立全球防堵垃圾郵件之政策架構。
- (3) 推廣線上爭端解決方案ADR、信賴標章與隱私的準則。

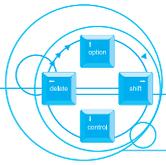
## (二) 日本經產省及日本電子商務引推協議會

### 1、電子商務準則

鑒於目前的法律架構無法解決所有的法律問題、電子商務演進快速、法院判決緩不濟急、法令未充分考慮技術之應用等因素，導致在目前的法律架構的解釋之下，仍有許多灰色模糊地帶無法澄清，目前較可行的解決方案為制定「電子商務準則」( Interpretative Guidelines on Electronic Commerce ) 及配套之擴大推廣，並實現現實/線上爭端解決方案ADR/ODR。制定「電子商務準則」可以有效並加速回應商業界之需求，且由於有專家們的參與，使得整個過程可以更公平及透明。

日本整個制定「電子商務準則」流程是先從日本電子商務引推協議會E C O M ( Electronic Commerce Promotion Council of Japan ) (註22) 蒐集整個電子商務的問題與障礙開始，接著將問題與需求分類提交審議委員會 ( Council )，審議委員會將問題與需求詮釋成爲準則呈報經產省 ( METI )，最後由經產省匯總印刷出版，整個「電子商務準則」最後又融合了公眾的反應、ADR 實行之成效及判例等，重新進入制定「電子商務準則」流程進行修訂。

日前日本經產省率日本電子商務引推協議會代表參與第三屆台日電子商務推動委員會議 (註23) 時，已提供該「電子商務準則」英文版本，並歡迎其他國家參考使用，「電子商務準則」爲ADR實行應用之重要依據，值得我國有關單位儘速參考推動。



### 2、ODR相關之實驗計畫

日本經產省及日本電子商務引推協議會合作，於二〇〇一年十一月到二〇〇三年八月進行ODR相關之實驗計畫，針對建立一個信賴的自律電子商務，由業界及非法務背景成員組成，並結合信賴標章的制度，嘗試研究一個線上爭端解決方案的可行性。

此解決方案的可行性研究主要針對電子商務B2C、C2C及跨國交易等形態為主。可行性研究依是否有拘束力與嚴謹之程度分為兩組收集資訊，一組以提供建議，供雙方參考和協助諮商（Conciliation/Supported Negotiation），但不介入雙方之排解，僅協助雙方互換資訊；另一組則以調停（Mediation）與仲裁（Arbitration）為主，其中調停委員會由專家、律師與消費者代表組成，並作成一不具拘束力的解決方案。

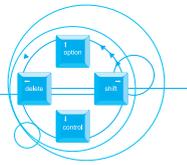
從後來的九八一個糾紛案例顯示，諮商佔11%，其中有70%得到解決；而調停僅佔1%，其中有60%得到解決；其他約88%則是用建議方式得到解決。而大部分能成功得到解決的糾紛，主要是因為誤解、訊息錯誤、表達不清、欠缺專業、自私或無心所引起，但若商店是因為破產或存心詐欺等原因，要成功解決糾紛的機率就不高了。

日本經產省及日本電子商務引推協議會為建立跨國ADR/ODR機制，已分別與許多組織建立聯盟或合作，例如BBB Online、韓國電子商務研究院、世界信賴標章聯盟、亞洲信賴標章聯盟等，我國目前也由國貿局、資策會科法中心與臺北市消費者電子商務協會與他們密切聯繫。

### 三、我國智財權ADR相關之法律規定

我國於二〇〇三年七月九日最新修正公告的著作權法第五章就已提出仲介團體與著作權審議及調解委員會之專章，明言著作權專責機關應設置著作權審議及調解委員會，辦理包含使用報酬率之審議、著作權仲介團體與利用人之間使用報酬爭議之調解、著作權或著作權爭議之調解及其他有關著作權審議及調解之諮詢，若前述之調解不成立時，則應依法仲裁。

第六十五條於修正公布時，新增第三項及第四項規定，以建立「著作合理使



用範圍協議」機制，賦予著作權人團體及利用人團體透過協商預防爭議之管道，並使著作權專責機關得以適時參與其間。

## 伍、結論與建議

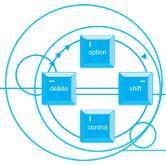
數位內容產業的蓬勃發展係於數位內容之自由流通與增值應用，可以產生新的內容，如此生生循環不息，為產業、社會注入生命活水。

談到數位內容之自由流通與增值應用，又必須確保內容創作者的權益被充分保護，目前各國均希望透過技術及管理方面的研究，解決著作權授權程序之繁複、交涉不易的問題，希望透過各種技術及觀念的開發，促進數位內容的流通。從世界智慧財產權組織研發電子化著作權管理系統、美國智財權清算公司、歐洲智財權論壇的運作等，研究各種資訊集中系統、數位ID 碼等都是為加速著作權權利內容授權程序、散布權利資訊及促進交易為目的。

隨著資訊技術的進步，著作權授權的交涉及授權契約的締結、資料庫的連結、電子商務之糾紛排解均已可透過電子形式來進行，如何運用開發技術建構一套適合本國國情的內容交易模式，並推動權利人及內容利用人積極利用電子交易技術解決著作權授權問題是我國未來可以努力的方向。以下就未來後續之推動工作提出一些建議：

### 一、建立適合我國的數位內容識別碼系統

其實在實體世界中，辨識號碼的使用已經行之有年，如出版界的ISBN、ISSN等，而在虛擬的世界則尚未針對數位內容定義編碼的方式，在美國的DOI、日本的CIDF等組織曾相繼提出建立一個世界共通標準作為數位內容唯一的辨識碼體系，希望藉由數位內容ID體系的廣泛使用，保護數位內容創作物的著作權及促進數位內容創作物的流通。另MPEG-21的主要工作便是定義數位內容的著作權和國際通用的編碼標準，目前DOI和CIDF等二個組織所設計的二套編碼方式也獲得制訂委員會的認同，進行平台的測試。



我國除一些研究機構外，國家圖書館亦對DOI之應用進行研究，此部分工作是數位內容著作權管理、授權及交易流通機制重要的一環，值得相關單位進一步研究探討。

### 二、推動建置數位內容授權管理交易平台

本研究針對其他各國推動數位內容授權管理交易平台之經驗作了初步介紹，以我國目前面臨之產業環境之挑戰與機會，目前應已是開始進行建置數位內容授權管理交易平台的適當時機，初期應以財團法人或委外計畫方式進行，且不僅以技術平台驗證為目的，更重要的是嘗試建立適合市場需求之數位內容著作權管理、授權及交易的營運模式。

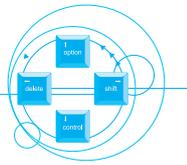
### 三、積極推廣宣導電子化權利管理資訊之仲介觀念

我國以往推動著作權仲介團體之工作並不算成功，其原因甚多，亦與我國特殊國情有關。值此數位浪潮之趨勢下，我國之智財權權責機關應善用此次時機，鼓勵新興智財權仲介商應用資訊技術，參與數位內容授權管理交易平台之工作。

### 四、積極推廣宣導、建立ADR/ODR與信賴標章的制度

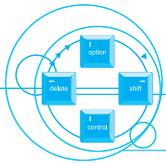
ADR/ODR 是一個業界自律為本的機制，必須要與信賴標章的制度相結合，在信賴標章的制度建立時，就將ADR/ODR機制置入，且必須與商家有合約關係，當然這樣的自律行為是需要許多的教育訓練與觀念的宣導，必須參與的各方都能普遍有所認知才行，網路社會是真實世界的縮影，有真實信賴的真實社會才可能有較可資信賴的網路社會，為使信賴可行的網路環境儘速來到，並能與國際社會接軌，相關的研究探討與觀念宣導應儘速展開。（編者按：本文作者李漢銘為國立臺灣科技大學資訊工程學系教授）

**【原刊載於檔案管理局出版之檔案季刊（九十三年三月）第三卷第一期】**



## 註釋：

- 註1：經濟部，挑戰2008 國家發展重點計畫，68（民國91年5月31日）。
- 註2：經濟部，「加強數位內容產業發展推動方案」，民國91年5月13日行政院核定。
- 註3：Introducing Project Hudson, <http://p2pnet.net/story/492>.
- 註4：Content Reference Forum, <http://p2pnet.net/story/367>.
- 註5：同註1，頁105。
- 註6：同註1，頁107。
- 註7：經濟部工業局，2003 數位內容白皮書，1-4，民國92年11月。
- 註8：經濟部ITIS 計畫，<http://www.itis.org.tw/>。
- 註9：同註7。
- 註10：政治大學商學院，「我國數化知識商品流通與增值推動策略及制度設計研究」，經濟部科技研究發展專案：5-15，民國90年12月。
- 註11：同註10。
- 註12：DOI (Digital Object Identifier), <http://www.doi.org>.
- 註13：CIDF Specifications 1.0, <http://www.cidf.org>.
- 註14：資策會科技法律中心，「規劃數位智慧財產權交易機制/交易平台」，工業局科專報告二），民國91年11月。
- 註15：IMPRIMATUR, <http://www.imprimature.net>.
- 註16：Copy Right Clearance Center, Inc., <http://www.copyright.com/>.
- 註17：International Federation of Reproduction Rights Organisations (IFRRO), <http://www.ifrro.org/>.
- 註18：經濟部臺灣技術交易市場 (TWTM) 資訊網，<http://www.twtm.com.tw/>。
- 註19：經建會網際網路法制發展計畫，  
<http://www.cedi.cepd.gov.tw/index.php?fPath=15>。
- 註20：GBDe (Global Business Dialogue on ElectronicCommerce), <http://www.gbd>



e.org/gbde2003.html.

註21 : Consumers International , 由全世界110 個國家的246 個組織所組成, 成員包括獨立、非營利、非政府與政府相關之消費者保護團體。總部位於英國倫敦, 並於非洲、亞洲、拉丁美洲與歐洲等地設立四個區域總部, <http://www.consumersinternational.org> 。

註22 : ECOM (Electronic Commerce Promotion Council of Japan), [http://www.ecom.or.jp/ecom\\_e/index.html](http://www.ecom.or.jp/ecom_e/index.html).

註23 : 國貿局, 台日電子商務推動委員會議簡報資料, 民國92年12月1日。

## 參考資料：

- [1] 資策會科技法律中心。「規劃數位內容智慧財產權交易機制/平台」。工業局科專報告(一), 民國91年11月。
- [2] 陸義淋等。電子商務法律通, 民國92年11月。
- [3] 歐陽崇榮。「數位物件辨識號與圖書館相關議題之探討」(國家圖書館委託, 民國92年9月)。
- [4] Understanding DRM Systems, <http://www.idc.com>.
- [5] Digital Rights Management White Paper, <http://www.medialab.sonera.fi>.
- [6] MPRIMATUR. "Synthesis of the IMPRIMATUR Business Model." (19/10/98): 7-8, <http://www.imprimatur.net/final/index.htm>.