

智慧財產權概論

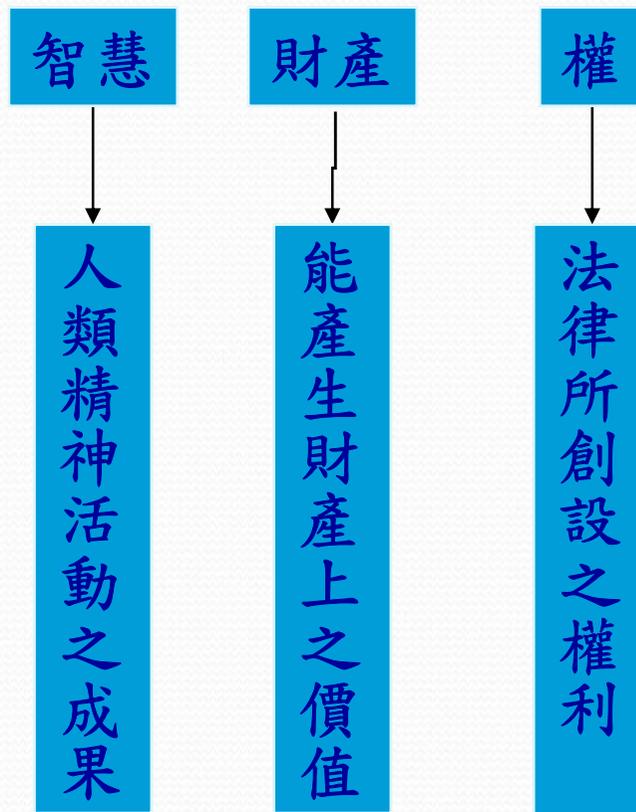
認識智慧財產權

- 智慧財產權定義？
- 智慧財產權分類？
- 智慧財產權涵蓋範圍？
- 智慧財產權用途？

智慧財產權定義

「智慧財產權」其係指人類精神活動之成果而能產生財產上之價值者，由法律所創設之一種權利。

「智慧財產權」必須兼具「人類精神活動的成果」及能夠「產生財產上價值」雙重的特性。



智慧財產權分類

廣義的智慧財產權

包括商標法 (trade mark law)

專利法 (patent law)

著作權法 (copyright law)

積體電路電路布局保護法 (lay-out law)

營業秘密法 (trade secret law)

公平交易法 (fair trade law)。

狹義的智慧財產權

商標法、專利法、著作權法三種法律為主。

不同的保護目的分類

- (1) 保護精神文明的**創作**為目的：著作權法
- (2) 以**保護產業或技術成果**為目的：專利法、積體電路電路布局保護法、營業秘密法
- (3) 以保護**產業的識別**標章：商標法
- (4) 以維護交易秩序為目的：公平交易法

智慧財產權比較

商標	註冊制	十年 每次延展以十年 為限	三年以下有 期徒刑	非告訴乃 論
專利	申請制	發明-20年 新型-10年 新式樣-12年	除罪化 回歸民事解 決	告訴乃論
著作權	完成時享 有	著作人之生存期 間及其死亡後五 十年	六月以上五 年以下有期 徒刑 (91條)	非告訴乃 論(91條)

智慧財產權涵蓋範圍

依據一九六七年七月十四日於斯德哥爾摩簽定，一九七〇年生效之「成立世界智慧財產權組織公約」第二條第八款規定，「智慧財產權」包括以下之權利：

文學、藝術及科學之著作

表演人之表演、錄音及廣播

人類之任何發明

科學上之發現

不公平競爭之防止

產業上之新型及新式樣

製造標章、商業標章及服務標章，商業名稱及營業標記

其他在產業、科學、文學及藝術領域中，由精神活動所產生之權利

智慧財產權涵蓋範圍

- 「關稅暨貿易總協定(General Agreement on Tariffs and Trade, GATT)」(即世界貿易組織WTO前身)一九九三年十二月十五日達成最終協議，一九九四年四月於摩洛哥簽署世界貿易組織(WORLD TRADE ORGANIZATION)協定，其中之「與貿易有關之智慧財產權協定(Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights, including Trade in Counterfeit Goods, 簡稱TRIPS)將「智慧財產權」包括以下之範圍：

著作權及相關權利

商標

未公開資訊之保護(營業秘密)

產地標示

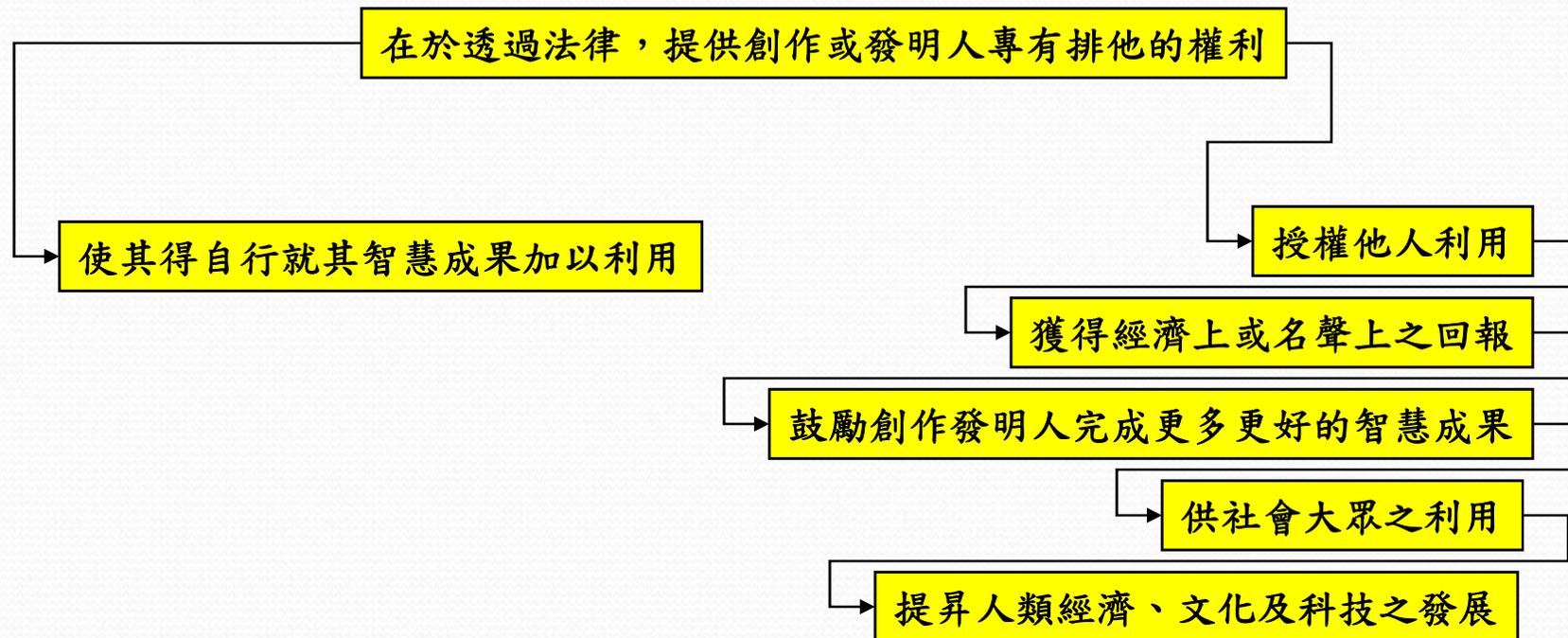
積體電路之電路布局

授權契約中違反競爭行為之管理(公平交易)

專利

工業設計

智慧財產權用途



專利概論

專利的重要

- 知識產權不僅是競爭的一種力量。實知知識產權、一種財產，它更是科技創新的世界。知識源是核心競爭力。進入21世紀，知識產權競爭立於世界之林。我國正在實施知識產權戰略，從科技三個關鍵。

1. 尊重他人知識產權，應用他人知識產權實施專利二次開發，並在此基礎上產生源頭創新的知識產權。
2. 讓別人充分利用你的知識產權，一流企業賣專利，二流企業賣服務，三流企業賣產品，要注重專利數，更要注重專利的被採用率和專利創造的價值。
3. 注重知識產權文化的建設和迴圈。

▼引述胡錦濤總書記在參加農工、九

專利的種類

發明	物	物品(有一定空間型態)
		物質(化學品. 醫藥品. 飲食品. 嗜好品)
		生物物質(有生命的物質)
	方法	製造方法(有最終產品)
		工作方法(量測方法. 運輸方法. 連接方法)
		使用方法
		軟體專利(必須與硬體配合)
新型	物品的形狀. 構造. 或裝置之創作, 改良	
新式樣	物品的形狀. 花紋. 色彩或其結合之創作	

專利的種類-----範例

1876 貝爾發明電話機



電話筒+聽筒(構造的改良)



水果形狀電話機(視覺效果)

發明



新型



新式樣



什麼是專利



第一件工業發明專利
在1421年
Florence，授與
建築工程師Filippo
Brunelleschi，享有
三年製造運送大理石
貨船的獨佔權。

我國專利法第一條：「為鼓勵、保護、利用發明與創作，以促進產業發展，特制定本法。」

專利=國家與發明人間的法律協定

國家授與發明人在一定時間內享有排他性之製造、利用、販賣該項發明的權力

為何申請專利

(專56條)規定未經物品或方法之專利權人同意，任何人不得製造、販賣、使用或為上述之目的而進口該物品。其他各國亦明定同樣的規定於其專利法規上。

- 確保客戶訂單(告訴客戶我們有專利)
- 排除競爭對手(警告對手侵害專利)
- 增加權利金收入(將產品售價加入權利金)
- 避免權利金支出(跟其他專利權人交互授權)

我有什麼好處



RD考績加分

個人成就感

確保客戶訂單

參加發明展

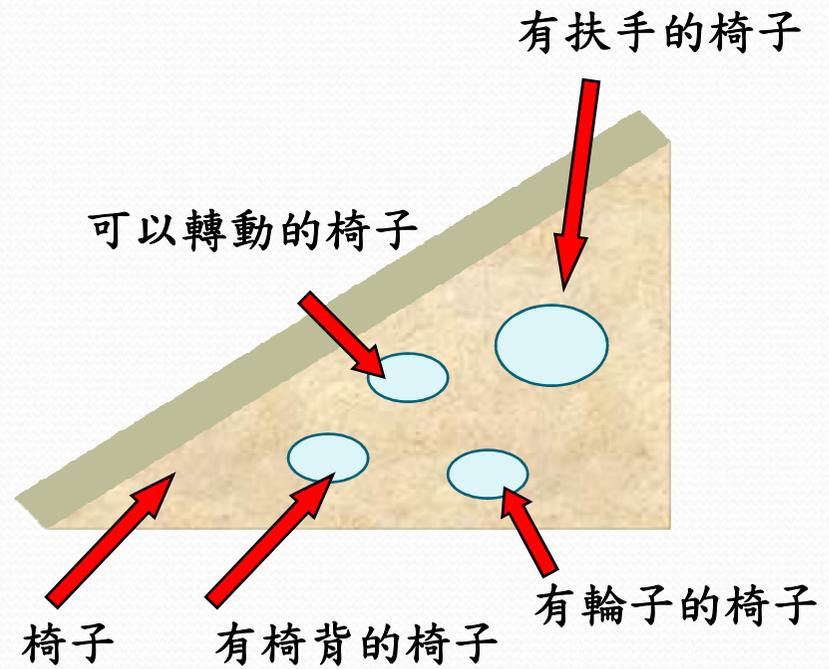
技術授權(專利價值)

排除競爭對手(擴展業績)

排他權/獨占權



排他權



導正錯誤觀念

專利係屬地主義

~~世界專利 國際專利~~

有別於著作權

~~自行研發不會侵犯專利權~~

未經他人同意不得
製造, 販賣, 進口, 使用

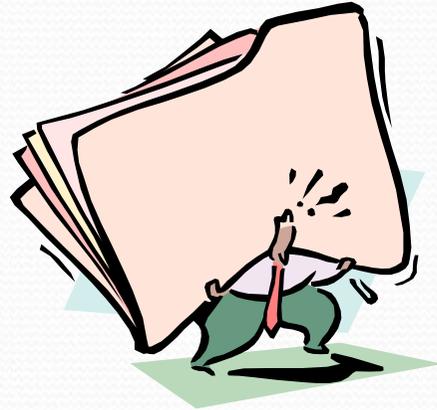
~~通路不會侵犯專利權~~

專利與營業秘密的不同？

- 專利：已公開技術且符合專利要件

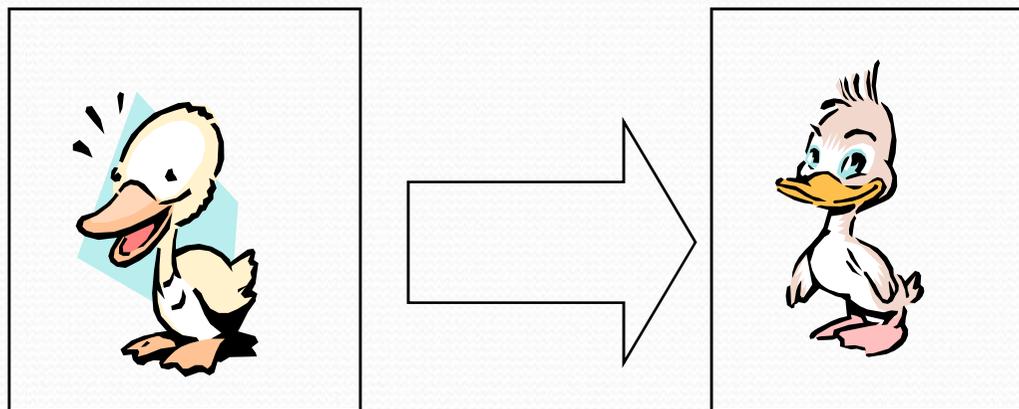


- 營業秘密：未公開的資訊保護

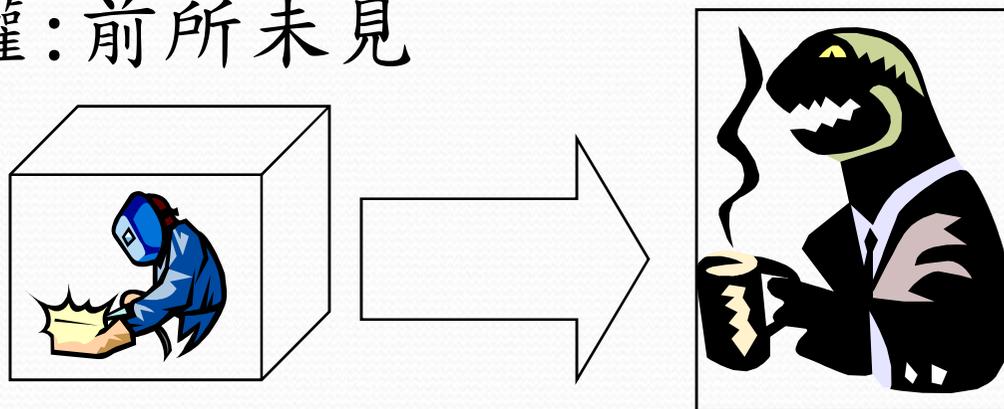


專利與著作權的不同？

● 專利：推陳出新



■ 著作權：前所未見



專利類型

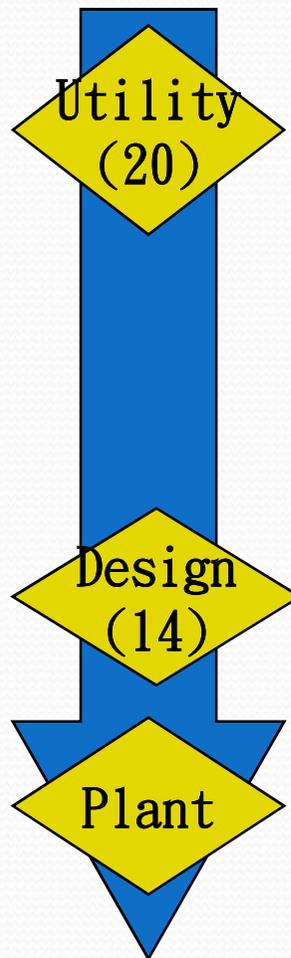
中華民國



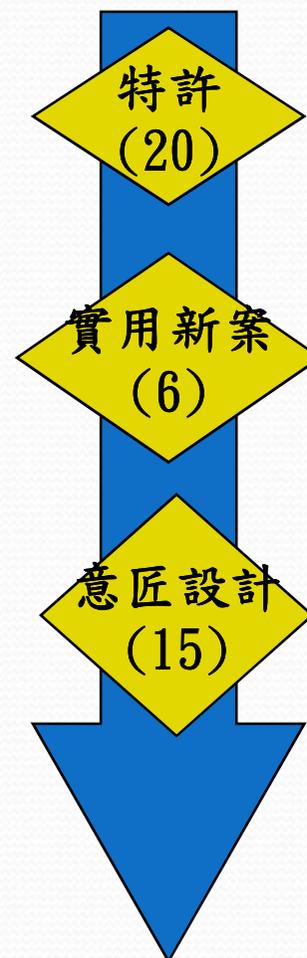
中國大陸



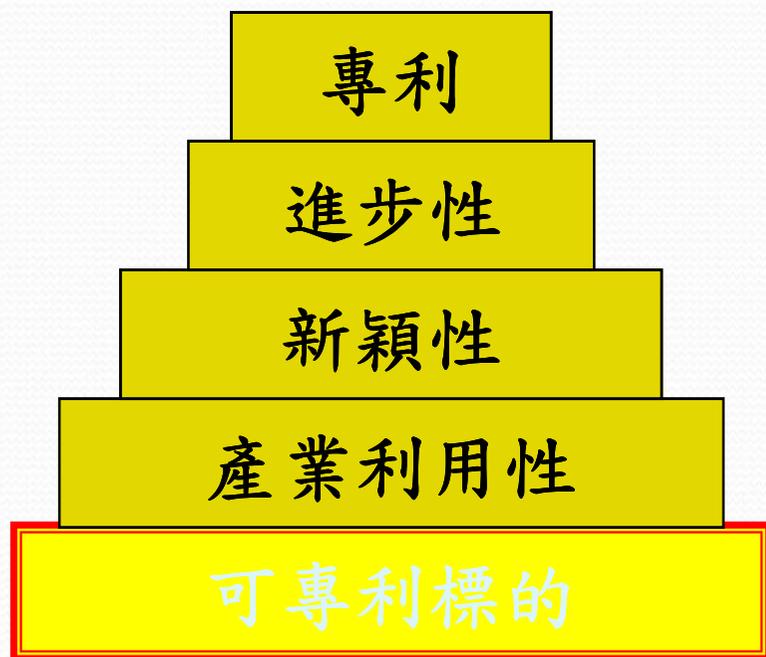
美國



日本



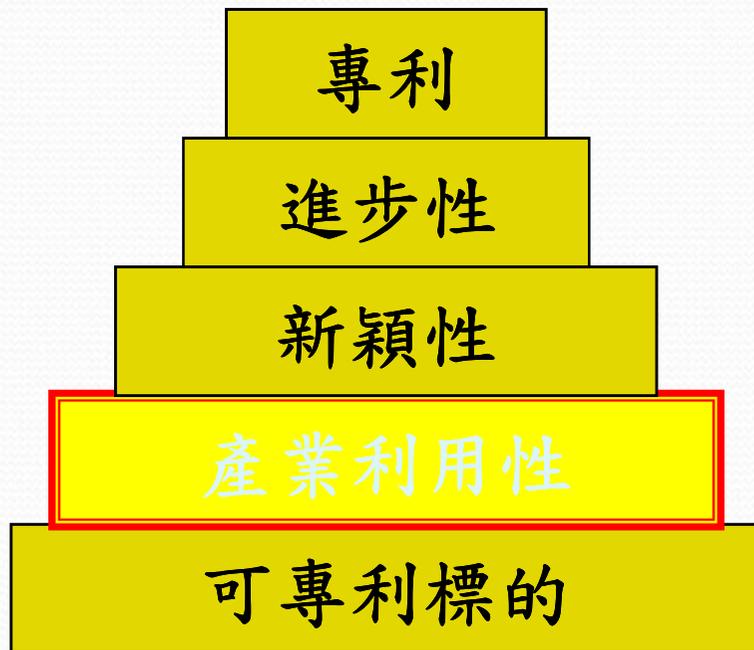
專利要件



不予專利標的：

- 動植物新品種
- 人體或動物疾病之診斷治療或手術方法
- 科學原理或數學方法
- 遊戲運動規則
- 需藉助人類推理記憶力始能實施
- 妨害善良風俗

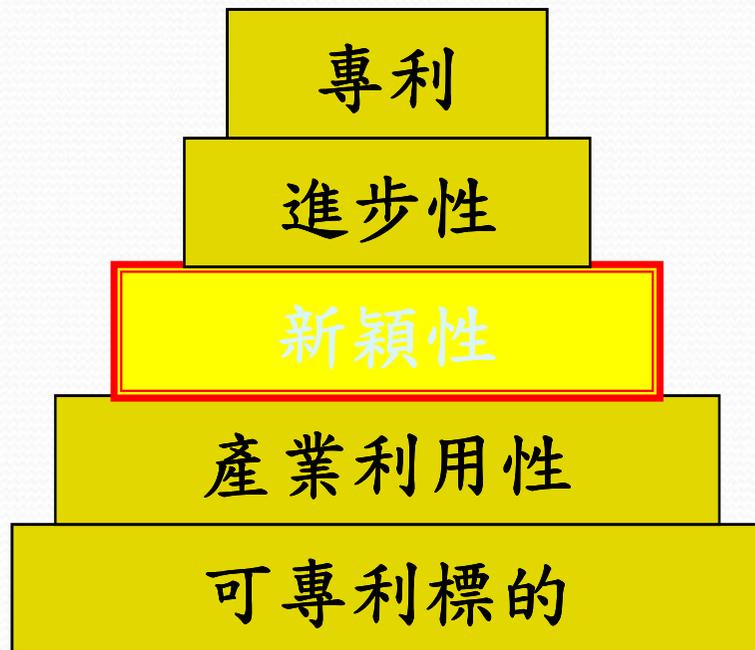
專利要件



不予供產業利用專利標的：

- 未完成之發明
- 非可供營業上利用之發明
- 實際上顯然無法實施之發明
- 非改良之技術(改惡)

專利要件

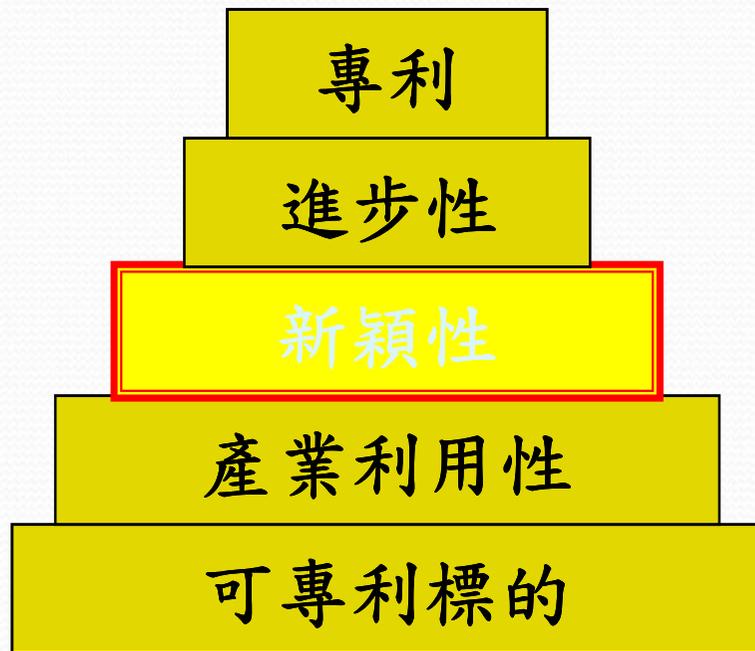


喪失新穎性：

- 於專利申請前，凡
- 已見於刊物、
- 已為公開使用或
- 已為公眾所知悉

因：習知技術=您的發明
果：您的發明=喪失新穎性

專利要件

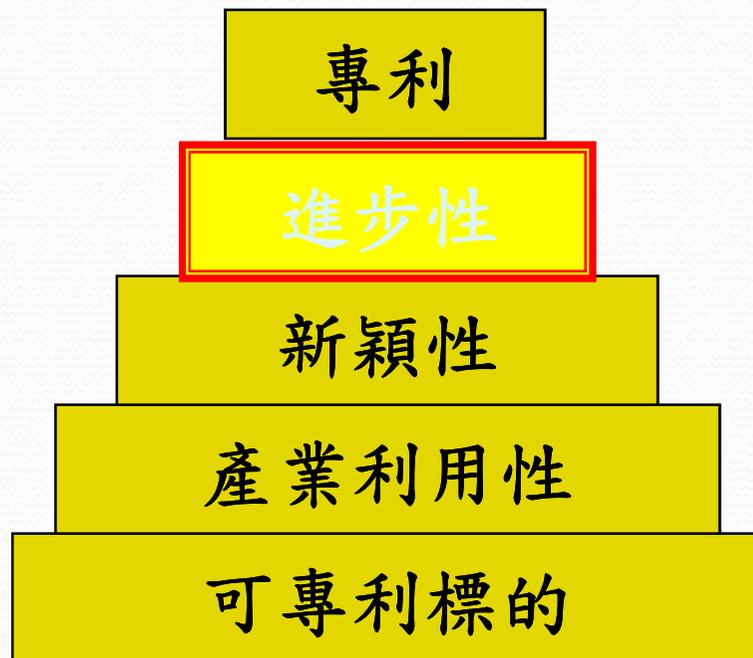


喪失新穎性之例外

於專利申請前6個月內

- 因研究、實驗者。
- 因政府主辦或認可之展覽會者。
- 非出於申請人本意而洩漏者。

專利要件



進步性判斷：

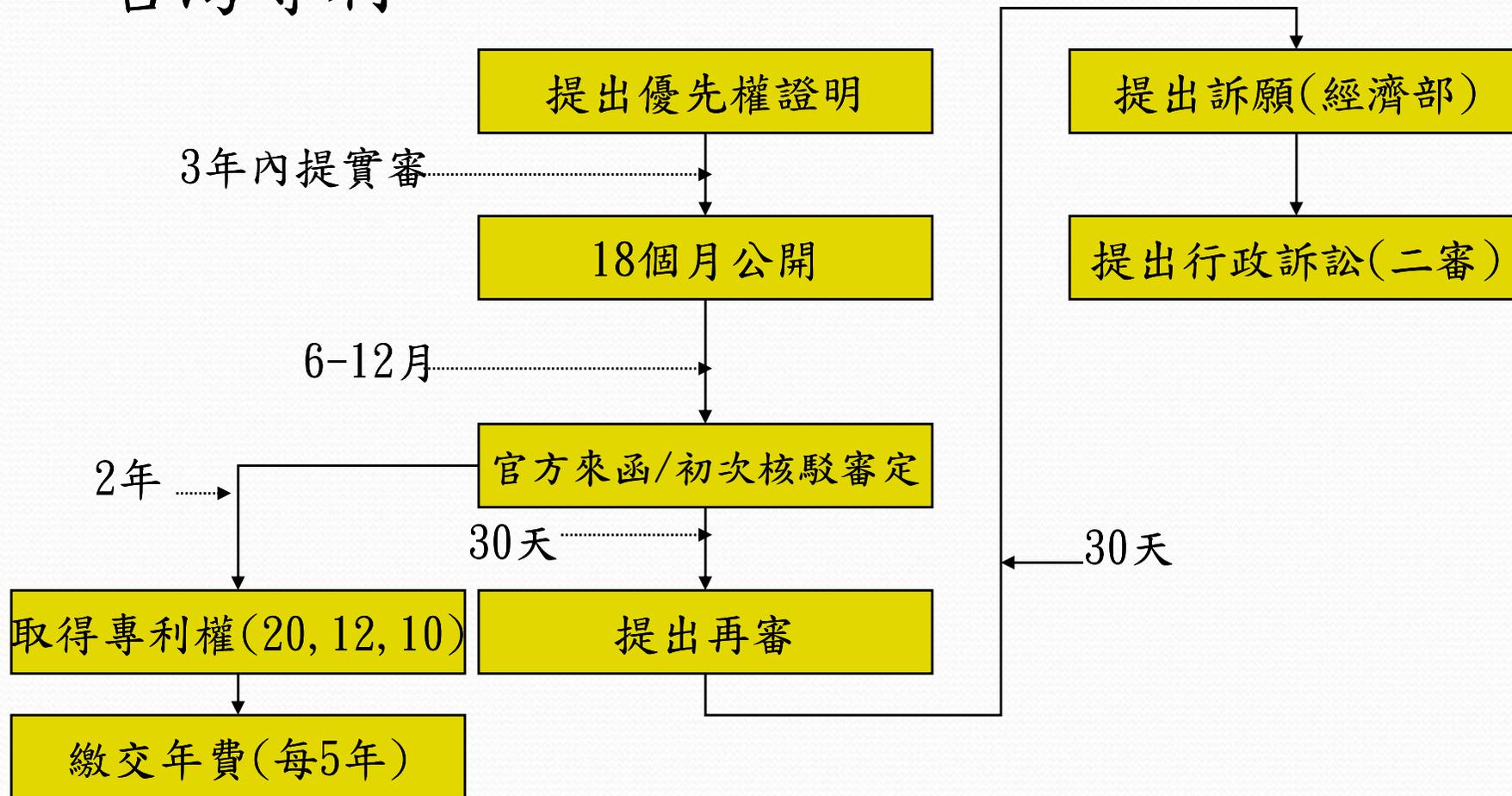
- 非熟習該項技藝者所能輕易完成的

因：習知技術 like 您的發明

果：您的發明=喪失進步性

各國專利申請流程

■ 台灣專利



專利常見問題

- 在職發明

專利法第七條規定，若係職務上之發明，其權利屬雇用人

- 新穎性優惠期

申請專利之發明或新型於申請日之前如已見於刊物、已公開使用或已為公眾所知悉者，原則上應喪失新穎性；但如係：

(1) 因研究、實驗目的。

(2) 因陳列於政府主辦或認可之展覽會。

(3) 非出於申請人本意而洩漏者則可主張新穎性優惠期。

有前述事由者，自事實發生之日起6個月內提出申請

專利訴訟案例

- 威盛 VS 英特爾
- 宏碁 VS HP
- 義隆電子 VS 蘋果
- 宏達電子 VS 蘋果
- 中華映管 VS LPL樂金飛利浦

王振堂：專利戰輸贏將是決定企業能否順利「轉大人」關鍵。想當老大 隨時準備專利戰

專利，就是競爭力

商標概論

商標定義

- 為表彰自己營業之商品，凡公司行號的名稱、標誌、圖案、產品名稱、商品包裝盒(紙)圖、及商品上的特殊圖式，皆可以申請註冊商標，國內目前商標制度，採先申請者註冊為主，使用為輔。故凡相同或近似之名稱或圖形且使用於同一商品或類似商品時，則先行提出商標申請者佔較大優勢。商標一經核准，則享有專用權及排他權，他人非經商標權人同意，不可擅自使用。

非典型商標

- 除傳統上平面上所標示的商標外，另有立體、顏色及聲音等特殊形態的商標。
- 立體商標（日商山多利公司「角瓶」酒瓶形狀、賓士汽車的「SMART」汽車形狀）
- 顏色商標（7-11、全家、美商吉列公司金頂電池「銅、黑」顏色組合）
- 聲音商標（INTEL電腦的聲音、新萬仁製藥的「綠油精」、金車公司的「MR. BROWN咖啡」及新一點靈公司「新一點靈B12」等）
- 氣味商標
- 非傳統商標提出申請時，須檢附曾經大量使用之證據，證明國內消費者已認識其為表彰商品之識別標識，以取得識別性，並須符合非功能性等要求，才能獲准註冊。

商標的功能

幫助消費者辨識商品的功能

筆記型電腦：「acer」v. s. 「ASUS」

手機：「NOKIA」V. S. 「MOTOROLA」

表彰商品來源的功能

表示使用該商標的一切商品及服務均出自某一來源，或受該來源的控制

表彰商品相同品質的功能

使用該商標之一切商品或服務，皆具有同樣的品質水準

商品廣告的功能

「IBM」、「SONY」、「TOYOTA」等

商標救濟

- 異議
註冊公告之日3個月內
- 評定
註冊公告之日5年內
- 訴願與行政訴訟

商標是無形資產

- 「亞力山大」 拍賣805萬元 成交
- 「真鍋」咖啡 約1010萬元成交
- 「黑面蔡」 約3000萬元成交
- 「莊頭北」 櫻花以7850萬買下
- 「開喜烏龍茶」 德記洋行以一億五千萬買下

商標案例

- 台灣之光-吳寶春為自創品牌，申請商標時才發現「寶春」已被註冊麵包項目
- 申請案號：099003158
- 申請日期：099/01/22
- 申請人：蔡惠宇（俗稱商標蟑螂）
- 圖樣中文：寶春
- 商品類別：030
- 商品名稱：蛋糕；麵包；布丁；餡餅；饅頭

商標案例—未檢索

「太平洋電話工程行」註冊「太平洋PTY」商標在「電話機、電話答錄機、無線電話機、電話交換機」等商品上。

1996年9月太平洋集團成立「太平洋電信事業股份有限公司」經營電信服務以及手機業務，遭該「太平洋電話工程行」控告侵害其商標權。

最後，「太平洋電信事業股份有限公司」全面改名為「台灣大哥大股份有限公司」。

將門（JUMP）VS 愛迪達（adidas）

曾經轟動美國，與NIKE並列全球潛力新秀「將門」為爭奪商標權，與「愛迪達」對簿公堂24年。官司費用耗掉二十億，運動鞋江山拱手讓人，如今營業額卻僅餘極盛期的5%。

領導人陳瑞昌嘆道：

「如果能夠重來一次，我絕不會因小失大」

「為商標堅持是錯誤的！」

將門的錯是堅持舊商標，沒有盡快發展新商標。

系爭商標圖樣



強普



將門



西雅圖咖啡



星巴克

著作權概論

- 著作權法的立法目的是希望藉由保障著作人著作權益之近程目標，並以調合社會公共利益之中程目標，最後達到促進國家文化發展之終極目標。
- 著作權精神-- 尊重二字

著作權的種類

著作財產權 - 有財產價格，可轉讓他人

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、公開展示權、
改作權、編輯權、出租權。

著作人格權 - 無法轉讓

包括公開發表權、姓名表示權、
禁止不當變更權三種

數位時代的著作權

- 〈1〉 暫時性重製
- 〈2〉 公開傳輸權
- 〈3〉 權利管理電子資訊

暫時性重製

著作權法所稱「重製」，是把著作拿來重複製作而重現著作內容，不管重製的結果是永久或暫時，都是重製，包含電腦「隨機存取記憶體」（RAM）的暫時性重製的情形。電腦RAM所產生「暫時性重製」，指使用電腦或影音光碟機來看影片、聽音樂、閱讀文章時，這些影片、音樂、文字影像，都先重製儲存在電腦內部的RAM，再展示在螢幕上。

同樣的，網路上傳送的影片、音樂、文字等種種資訊，也是透過RAM，達成傳送的效果。所有儲存在RAM之資訊，在開機時，處於重製狀態，關機時資訊就消失，這種情形就是暫時性重製的現象。

著作權法賦予著作權人專有「重製權」，然除了保護著作權人權益外，同時兼顧社會公共利益，故規定「合理使用」制度，限制著作權人權利，讓一般利用人在合理的範圍內，取得利用著作之權限。

公開傳輸權

「公開傳輸權」就是著作人享有透過網路或其他通訊方法，將他的著作提供或傳送給公眾，讓大家可以隨時在網路瀏覽、觀賞或聆聽著作內容的權利。著作的類型包括文字、錄音、影片、圖畫等，利用電子傳送或放置在網路提供公眾瀏覽，接收的人可以隨時接收。

權利管理電子資訊

- 「權利管理資訊」是指有關著作權利狀態的訊息，例如著作財產權係由何人享有？由何人行使？受保護期間如何？有意價購著作財產權者，應與何人聯繫洽商？欲利用著作權者，應向何人徵求授權？凡此種種與著作權管理相關的訊息，為權利管理資訊。
- 經濟部公告
中華民國99年4月20日 經智字第09920030620號
主旨：預告訂定「著作財產權質權各項登記規費收費準則」及「著作財產權人不明著作利用許可申請規費收費準則」。
依據：行政程序法第一百五十四條第一項。

著作權案例

- 成大MP3事件

台南地檢署至成大學生宿舍搜索，查獲十四台電腦存有未經授權的MP3格式錄音著作，IFPI對學生提出違反著作權的告訴，當時引發學生大規模串連抗爭

本案涉及侵權的MP3音樂多達一萬八千多首歌，很難說是「合理使用」

涉案學生簽署認錯道歉書，堅持提出告訴的IFPI（國際唱片業交流協會）願意撤回告訴，學生在十天內於五家主要報紙的頭版登道歉廣告，IFPI為保護學生，不公開學生簽名的道歉書。

營業秘密法 概論

- 營業秘密法立法的主要目的
- 「保障營業秘密」
- 「維護產業倫理與競爭秩序」
- 「調和社會公共利益」

營業秘密 定義

- 方法、技術、製程、配方、程式、設計或其他可用於生產、銷售或經營之資訊
- 符合下列要件者：
 - 一、非一般涉及該類資訊之人所知者。
 - 二、因其秘密性而具有實際或潛在之經濟價值者。
 - 三、所有人已採取合理之保密措施者。

選擇對自己有利的智慧財產權法

可口可樂公司維持其配方的秘密

專利 - 公開配方

發明年限20年

營業秘密法 - 不需公開

沒有年限