

所詢為販售特定品牌餐券之目的，於網路平台上引用該品牌之廣告頁面，是否違反著作權法一事

發文機關：經濟部智慧財產局

發文字號：經濟部智慧財產局 112.11.29. 電子郵件字第1121129號

發文日期：民國112年11月29日

- 一、有關品牌廣告網站（頁面）內之廣告影片、照片與廣告文字，如具有「原創性」（未抄襲他人著作）及「創作性」（具有一定的創作高度），分別屬受著作權法（下稱本法）保護之「視聽著作」、「攝影著作」與「語文著作」，先予敘明。
- 二、所詢為販售特定品牌餐券之目的，欲於網路平台上（臉書或社群平台）引用該品牌之廣告頁面，是否會違反著作權法一事，說明如下：
 - （一）若利用上係單純於臉書或社群網站上透過「提供超連結網址」之方式，讓使用者於點選後可連結至特定品牌之廣告頁面，以供使用者瀏覽，且並未將任何著作內容重製在自己的網頁，則不涉及著作利用行為，無須取得著作財產權人之同意或授權，亦不會違反本法；惟若明知該連結網站之廣告頁面有侵害著作權之情事，而仍透過超連結的方式提供給公眾，則有可能成為侵害著作財產權人公開傳輸權的共犯或幫助犯，恐要負共同侵權責任。
 - （二）惟若您的利用上並非屬上述提供「超連結」之方式，而係透過網路先「下載」該等廣告頁面內之照片、影片等著作，再將該等著作「上傳」至臉書等社群平台，以行銷商品，會涉及「重製」及「公開傳輸」之著作利用行為，除有符合本法第44條至第65條之合理使用情形外，應取得著作財產權人之同意或授權，始得為之，否則可能會侵害他人之著作財產權。
 - （三）承（二），就所詢行為得否主張合理使用，依本法第52條規定：「為報導、評論、教學、研究或其他正當目的之必要，在合理範圍內，得引用已公開發表之著作」，本條所稱之「引用」，必須以有自己之著作為前提，引用他人著作係供參證或註釋之用，並得與自己創作之部分加以區辨，且係於合理範圍內（本法第 65條第2項參照），並須依本法第64條明示出處；就所詢「基於販售特定品牌餐券之目的」而引用他人廣告頁面一節，似與上述「為報導、評論、教學、研究」等目的有別，建議仍應取得著作財產權人之同意或授權，以避免不必要之糾紛。
- 三、因著作權係屬私權，個案情形是否涉及侵權、是否符合合理使用規定，如有爭議時，應由司法機關就個案具體事實調查證據認定之。