智慧財產及商業法院刑事判決

111年度刑智上易字第9號

上　訴　人　謝銘龍

即　被　告

上列上訴人因違反著作權法等案件，不服臺灣嘉義地方法院110年度智易字第10號，中華民國110年12月30日第一審判決（起訴案號：臺灣嘉義地方檢察署110年度偵續字第78號），提起上訴，本院判決如下：

主　文

上訴駁回。

事　實

一、謝銘龍經營臉書粉絲專頁「愛露客露營用品小棧」（下稱愛露客粉專），吳茗棻（原名吳明芬）與其配偶吳○○則共同經營臉書粉絲專頁「MB露營狂」（下稱MB露營狂粉專），愛露客粉專及MB露營狂粉專均為從事販賣露營用品業務之事業，彼此間具有事業競爭關係。謝銘龍知悉其在愛露客粉專所販賣之「哈比帳篷」並未申請取得專利權，亦明知如附件所示3張帳篷照片（部分照片標示「MB露營狂」字樣，下稱系爭帳篷照片）為MB露營狂粉專經營者享有著作財產權之攝影著作，非經著作財產權人之同意或授權，不得擅自重製或公開傳輸，竟為達競爭目的，基於散布於眾及侵害他人著作財產權之犯意，於民國109年7月2日下午5時40分許前之某時，在臺北市某處以0000000000號行動電話連線至網際網路之其他販賣露營用品之臉書社團，接續下載重製系爭帳篷照片後，於109年7月2日下午5時40分許前，以紅色畫筆圈畫系爭帳篷照片上部分結構，並繕打「仿冒者所販賣的仿冒商品為用接的」文字，再接續公開傳輸至不特定人得共見共聞之愛露客粉專，且隨即於臉書貼文中撰寫「只要外型雷同（不管是用接的還是一體成形），都已經構成侵權、違反專利、著作權，國家法律都有明文規定，愛露客露營用品小棧，目

前未授權給任何人，請大家務必不要上當」等文字，而指摘陳述及向不特定多數人散布吳茗棻經營之MB露營狂粉專販賣之帳篷為仿冒品，違反專利法、著作權法，侵害其權利等不實事項，足以貶抑吳茗棻之名譽、社會評價及所經營MB露營狂粉專之營業信譽，而侵害吳茗棻之攝影著作之著作財產權。嗣經吳茗棻瀏覽網路發現上情，報警循線查獲。

二、案經吳茗棻訴由內政部警政署保安警察第二總隊報告臺灣嘉義地方檢察署檢察官偵查起訴。

理　由

一、證據能力部分：

本判決下列認定事實所憑被告以外之人於審判外所為之陳述（含書面供述），檢察官及被告於本院準備程序均表示無意見，且於言詞辯論終結前亦未聲明異議（本院卷第106至110頁、第331-335頁），本院審酌本案證據資料作成時之情況，核無違法取證或其他瑕疵，證據力亦無明顯過低之情形，且與待證事實具有關連性，認為以之作為證據為適當，依刑事訴訟法第159條之5規定，自均得作為證據。另本判決所援引之非供述證據，因檢察官、被告於本院審理時均未爭執證據能力，且亦無顯有不可信之情況或不得作為證據之情形，復經本院依法踐行調查證據之程序，自均具有證據能力。

二、認定犯罪事實之證據及理由：

㈠違反著作權法部分：

1.查告訴人為系爭帳篷照片之攝影著作財產權人，有其提出之攝影原始圖檔、帳篷原始檔及照片詳細資料可憑（見保安警察隊第二總隊偵查卷宗《下稱警卷》第9至28頁、臺灣嘉義地方檢察署110年度偵續字第78號卷《下稱偵續卷》第203至243頁）。被告於事實欄所示時間地點下載重製系爭帳篷照片以紅色畫筆圈畫標示文字後，公開傳輸至其經營之愛露客粉專之事實，業經告訴人指訴在卷（見警卷第7至8頁反面、臺灣嘉義地方檢察署109年度偵字第963

2號卷《下稱偵卷》第17至18、51至53頁、偵續卷第57至67、73、123至125頁、原審卷第68頁），且有告訴人提出之公證書及所附愛露客粉專網頁、系爭帳篷照片暨臉書貼文存卷可按（見警卷第47至59頁、偵續卷第327至353頁），並為被告是認無誤，惟辯以：鑒於傳統天幕缺乏隱私、無法遮風擋雨的缺點，105年間已構思創作哈比天幕，4月14日完成手繪設計圖，4月25日再將哈比天幕改良為哈比帳篷，7月22日隨即賣出第一頂，是市面上最早先出現之產品，伊設計一體成形之哈比帳篷可將門口兩側及前庭布捲收起來，外型具視覺美感，竟遭告訴人仿冒公開販售，為維護權利，乃將雙方產品照片公告於臉書社團，並標註不同處，避免公眾誤認，該貼文未提及任何銷售之商業行為，係讓大家公評公斷二者外型是否相似度高，合於著作權法第52條合理使用；伊手繪之設計圖與創作之哈比帳篷分屬圖形著作與美術著作，同受著作權之保護，且伊將標示加註文字之系爭帳篷照片公開傳輸至愛露客粉專前，已透過證人蘇○○聯繫通知告訴人可能侵權乙事，所為係依照著作權法、商標法、專利法或其他智慧財產權法規行使權利之正當行為，依公平交易法第45條之規定，不負同法第37條之刑責等語，並提出手繪帳篷設計圖為據（見偵續卷第151至157頁）。

2.按為報導、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。著作之合理使用，不構成著作財產權之侵害；著作之利用是否合於第44條至第63條所定之合理範圍或其他合理使用之情形，應審酌一切情狀，尤應注意下列事項，以為判斷之基準：一、利用之目的及性質，包括係為商業目的或非營利教育目的。二、著作之性質。三、所利用之質量及其在整個著作所占之比例。四、利用結果對著作潛在市場與現在價值之影響，著作權法第52條、第65條第1、2項分別定有明文。又著作權法中豁免規定與合理使用不同，豁免規定只須考

量要件是否符合即可構成，無須再行斟酌其他合理使用之權衡要素，而合理使用條文中有「合理範圍」之規定，則須依著作權法第65條第2項規定之4項基準審視之（參見著作權法第65條103年1月22日修正立法理由）。此外，合理使用之判斷核心概念應在於利用他人著作之行為是否有助於調和社會公共利益或國家文化發展為斷，因此，著作權法第65條第2項所稱「一切情狀」，係指除例示之4項判斷基準以外之事實，如利用人是否為惡意或善意、行為妥當性、利用著作之人企圖借用其本身著作與被利用著作之強力關聯而銷售其著作，而非其本身著作所具有之想像力與原創性為重點、公共利益或人民知的權利、社會福利、公共領域、著作權之本質目的等。是有關合理使用之判斷，不宜單取一項判斷基準，應以人類智識文化資產之公共利益為核心，以利用著作之類型為判斷標的，綜合判斷著作利用之型態與內容。

3.茲就本案具體情節審酌合理使用之參酌因素如下：

⑴利用之目的及性質：

被告重製、公開傳輸系爭帳篷照片固未因此直接獲利，然其將之置於愛露客粉專，除於系爭帳篷照片上標示「仿冒者所販賣的仿冒商品為用接的」等文字外，另在其所販賣之哈比帳篷照片標示「愛露客露營用品小站所設計的一體的哈比帳篷」等語上傳於愛露客粉專，又在該粉專之貼文撰寫「愛露客露營用品小棧所販賣的哈比帳篷都是一體的，並不是拿其他東西接上去的，下雨時候，不用怕有縫隙會有水進去，不管是外型和布料材質，都是一分錢一分貨，哈比帳篷於2018.5.14已經公開刊登販售」、「只要外型雷同（不管是用接的還是一體成形），都已經構成侵權、違反專利、著作權，國家法律都有明文規定，愛露客露營用品小棧，目前未授權給任何人，請大家務必不要上當」等語（見警卷第57-59頁、偵卷第57頁）；且被告經營之愛露客粉專名稱為

「愛露客露營用品小棧戶外及運動用品公司」，除有刊載帳篷顏色尺寸金額及運費等之資訊外，確有與客戶洽談買賣露營用品之對話訊息（見警卷第29-46、51-52頁），足認被告以系爭帳篷照片比較推銷其販賣之哈比帳篷，而為商業目的使用至明，被告以系爭臉書貼文未提及帳篷銷售，而辯稱所為非商業行為云云，殊不足採。再者，被告以紅色畫筆在系爭帳篷照片上圈畫帳篷本體與前庭連接處結構，並繕打「仿冒者所販賣的仿冒商品為用接的」等字，係與其販賣之哈比帳篷相比較，並指摘告訴人販賣之帳篷為仿冒品有滲水可能，並未就照片之攝影著作注入新意或具有不同之特性，無任何轉化或增添價值，非屬轉化或生產性使用，亦堪認定。

⑵著作之性質：

系爭帳篷照片為攝影著作，以帳篷為主體焦點，輔以椰子樹、樹林、綠地、樹影、白雲、晴空，以色彩光影營造野趣氛圍，且依告訴人提出系爭帳篷照片之原始圖檔、帳篷原始檔記錄（見偵續卷第203至243頁），可知同一帳篷、場景，告訴人以不同角度取景拍攝多張照片後加以編輯，具相當程度之創作性。告訴人另在部分照片標示「MB露營狂」文字並上傳於網際網路藉以販賣其品牌帳篷，有MB露營狂粉專網頁資料可資佐證（見偵續卷第245至263頁），是系爭帳篷照片屬於已公開之著作。

⑶所利用之質量及其在整個著作所占之比例：

被告將系爭帳篷照片以九宮格形式或單張照片放大顯示方式，置於愛露客粉專之頁面，足使瀏覽者得以個別觀察或整體觀看，其利用系爭帳篷照片之質量比例為100%。

⑷利用結果對著作潛在市場與現在價值之影響：

被告經營之愛露客粉專與告訴人經營之MB露營狂粉專皆為從事販賣露營用品業務之事業，2人均僅刊登照片促

銷帳篷商品，難認就帳篷照片有單獨存在之著作市場或獨立之市場價值。被告利用系爭帳篷照片據以比較商品，目的非為替代系爭帳篷照片，其利用之結果對系爭帳篷照片本身之潛在市場或現在價值之影響不大。

⑸利用結果對於人類智識文化資產之整體影響：

查網際網路之發展促使資訊自由流通，且人人均得同時為資訊生產者與資訊消費者，然而因其共享性與自由性，使許多網路使用者認為網路資訊可自由使用，導致無償使用他人著作之情形甚多，若未加以設限兼以合理使用調和資訊自由與著作權，由於投注生產知識、資訊之開發成本遠高於重製、散布成本，其重製、散布邊際成本甚低，甚至趨近於零，極可能使知識、資訊之產出者即權利人缺乏創作之誘因，無意從事生產創作。本案被告固抗辯其設計創作之哈比帳篷遭告訴人仿冒，其為使客戶得以辨明而合理使用系爭帳篷照片。惟查，被告販賣之帳篷係改良自訴外人Soulwhat之Habi天幕，有告訴人提出早於被告抗辯創作時間之104年4月7日網頁照片足憑（見本院卷第167至175頁），被告亦當庭自承是先有圓形拱門狀的Habi天幕其始據以改良，加上一體成形的邊布及前庭成為哈比帳篷等語屬實（見本院卷第198至199頁）。比對告訴人提出之Habi天幕照片、系爭帳篷照片及卷附被告販賣之哈比帳篷，可知告訴人及被告販賣之帳篷均係在Habi天幕兩側加上營柱再以邊布包覆側翼（即前庭與帳篷本體之空隙）與前庭，以形成遮蔽空間，核屬易於思及之簡單改良。被告所指一體成形與否，僅為邊布與帳篷本體如何銜接之問題，被告既非Habi天幕之創作人，邊布與帳篷本體一體成形之帳篷亦為市面上所常見，被告未向經濟部智慧財產局申請審查取得專利權，縱其自認改良自Habi天幕之哈比帳篷有防止滲漏之優點，大可在其販賣之哈比帳篷照片標示帳篷本體與前庭接縫處為一體成形，註明可防風防漏，即可使

客戶辨明並達到宣傳效果，實無利用系爭帳篷照片，直指告訴人為仿冒者、系爭帳篷為仿冒商品之必要。尤其被告基於商業競爭之目的，所為無何轉化性、生產性，其陳述散布內容復有不實，而足以損害告訴人營業信譽（詳如後述），難謂善意妥當，對社會公益或國家文化發展並無任何價值或助益可言，此際即應傾向著作權之保護。

⑹綜上說明，被告利用已公開之系爭帳篷照片雖對照片之潛在市場與現在價值影響不大，然其所為係無轉化性或生產性之商業目的使用，利用之質量比例為100%，對人類智識文化資產實無貢獻，並無其他更重要之利益，以致於必須犧牲告訴人之利益而容許被告擅自重製、公開傳輸行為，參以其屬惡意且不具行為正當性，故應給予負面之評價，以確保著作權人之創作誘因，基此，被告所為不符合理使用，無法阻卻對於告訴人著作財產權侵害之不法，而構成著作權之侵害。

㈡違反公平交易法部分：

1. 本案被告經營愛露客粉專，告訴人經營MB露營狂粉專，2人均為提供露營用品或售後服務而從事交易之人，核為公平交易法第2條第1項第3款所稱之「事業」。再者，其2人所經營之露營用品販賣業務以較佳之品質爭取交易機會，彼此具有競爭關係。被告對於以紅色畫筆在系爭帳篷照片上圈畫標註「仿冒者所販賣的仿冒商品為用接的」文字後公開傳輸至愛露客粉專，並在臉書貼文中撰寫「只要外型雷同（不管是用接的還是一體成形），都已經構成侵權、違反專利、著作權，國家法律都有明文規定，愛露客露營用品小棧，目前未授權給任何人，請大家務必不要上當」等文字，均自承屬實，堪認被告有陳述上開文字並散布於眾之行為。

2. 按言論自由為人民之基本權利，憲法第11條有明文保障，國家應給予最大限度之維護，俾其實現自我、溝通意見、

追求真理及監督各種政治或社會活動之功能得以發揮。惟為保護個人名譽、隱私等法益及維護公共利益，國家對言論自由尚非不得依其傳播方式為適當限制。刑法第310條第3項前段規定：「對於所誹謗之事，能證明其為真實者，不罰」，係以指摘或傳述足以毀損他人名譽事項之行為人，其言論內容與事實相符者為不罰之條件，並非謂行為人必須自行證明其言論內容確屬真實，始能免於刑責。惟行為人雖不能證明言論內容為真實，但依其所提證據資料，認為行為人有相當理由確信其為真實者，即不能以誹謗罪之刑責相繩（司法院釋字第509號解釋參照）。依其反面，倘行為人對於資訊之不實，已有所知悉或可得而知，竟仍執意傳播、散布不實之言論；或縱有合理之可疑，卻故意迴避真相，假言論自由之名，行惡意攻訐之實者，即有處罰之正當性，自難主張免責。又行為人就其所指摘或傳述之事，應盡何種程度之查證義務，始能認其有相當理由確信其為真實，而屬善意發表言論，應參酌行為人之動機、目的及所發表言論之散布力、影響力而為觀察，倘僅屬茶餘飯後閒談聊天之資者，固難課以較高之查證義務；反之，若利用記者會、出版品、網路傳播等方式，而具有相當影響力者，因其所利用之傳播方式，散布力較為強大，依一般社會經驗，其在發表言論之前，理應經過善意篩選，自有較高之查證義務，始能謂其於發表言論之時並非惡意（最高法院110年度台上字第392號刑事判決意旨參照）。

3. 次按，事業不得為競爭之目的，而傳述或散布足以損害他人營業信譽之不實情事，公平交易法第24條定有明文。其立法理由指出：「事業為競爭之目的，而陳述或散布損害他人營業信譽之不實消息，以打擊競爭者，亦屬有害交易秩序，故明定禁止之」，可見上開規定之立法目的在維護正當社會交易秩序，防止事業不當競爭，所規範者為禁止陳述或散布足以損害他人營業信譽之不實情事，是行為人

主觀上須知悉其係為事業競爭之目的，陳述或散布足以損害他人營業信譽之不實情事，始足當之。又所謂「競爭」，依公平交易法第4條之規定，係指二以上事業在市場上以較有利之價格、數量、品質、服務或其他條件，爭取交易機會之行為。因而所稱「競爭之目的」即指妨害顧客對於他人營業信譽應有的信賴，藉以爭取原將由他人取得的交易機會之情形。

4.經查，被告所陳述及散布之文字內容，主要在指摘告訴人販賣之帳篷係仿冒品，侵害其權利，且非以一體成形之邊布包覆側翼與帳篷本體而有滲漏風雨之瑕疵，衡其所指摘、散布言論，以客觀社會通念價值判斷，足以使人產生告訴人仿冒侵權之懷疑，而貶抑告訴人之人格聲譽、社會評價及造成其所經營之MB露營狂粉專營業信譽之損害。被告雖抗辯伊手繪設計圖與按圖實施之產品分屬圖形著作與美術著作而享有著作權。惟查，美術或圖形著作之保護範圍，限於其重製、公開展示、改作等權利，不包括實施（即按圖施工之方法將著作表現之概念製作成立體物），故被告抗辯其就手繪帳篷設計圖享有著作權，告訴人販賣之帳篷侵害其圖形著作之著作權，要屬無據。又美術著作係以描繪、著色、書寫、雕刻、塑型等平面或立體之美術技巧表達線條、明暗或形狀等，以美感為特徵而表現思想感情之創作，美術工藝品固屬一種美術著作，惟須以是否具備前開美術技巧之表現為要件，被告雖辯以哈比帳篷為其創作之美術著作，惟其外型係仿自第三人之Habi天幕，且屬易於思及之簡單改良，已如前述，被告所指一體成形與否，僅為邊布與帳篷是否一體成形之差異，然此兩部分一體成形之帳篷已為市面上所常見，已難認有何原創性，再審酌被告在愛露客粉專之貼文撰寫「哈比帳篷都是一體的，並不是拿其他東西接上去的，下雨時候，不用怕有縫隙會有水進去」等語，亦可見被告係強調哈比帳篷之功能性而非美術技巧之表現，故難認為美術著作；另發明、新

型、設計專利之專利權，均須向經濟部智慧財產局申請，於經實質審查或形式審查認無不予專利之情事後始能取得，以網際網路普及得以近用之現況，專利著作之意涵及權利取得方式實非難以獲知諮詢之資訊，惟被告未經查證，即透過影響力極大的網路傳播方式，散布告訴人侵害其未取得之專利權、著作權，其惡意以不實情事損害告訴人之營業信譽，要堪認定。

5. 末查，101年4月18日發布之「公平交易委員會對於公平交易法第二十四條案件之處理原則」第7條第1項第2款第2目規定：「本條所稱『顯失公平』：係指『以顯失公平之方法從事競爭或商業交易』者。其常見之具體內涵主要可分為三種類型：（一）不符合商業競爭倫理之不公平競爭行為：…2. 以損害競爭對手為目的，阻礙公平競爭之行為其常見行為類型如：…⑵對自身或他事業之交易相對人散發他事業侵害其智慧財產權表示之行為。智慧財產權人發現市場上有可能侵害其權利產品，對自身或他事業之交易相對人或潛在交易相對人以書面散發他事業侵害其權利之表示，如未經確認及通知之先行程序，足致對手之交易相對人心生疑慮，甚至拒絕交易，則構成本條之顯失公平行為」，嗣公平交易法於104年2月4日修正將原第24條「除本法另有規定者外，事業亦不得為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為」之規定移列為第25條，上開處理原則亦配合於104年2月16日修正發布名稱為「公平交易委員會對於公平交易法第二十五條案件之處理原則」（見本院卷第317-326頁）。承上說明可知，確認及通知之先行程序係判斷公平交易法第25條事業有無為足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為，核與本件檢察官起訴之公平交易法第24條事業不得為競爭之目的，而陳述或散布足以損害他人營業信譽之不實情事無涉，故被告抗辯其將標示加註文字之系爭帳篷照片公開傳輸至其經營之愛露客粉專前，已透過證人蘇○○聯繫通知告訴人侵權乙事，因已

踐行確認及通知之先行程序，屬於依照著作權法、商標法、專利法或其他智慧財產權法規行使權利之正當行為，依公平交易法第45條之規定，不負同法第37條之刑責云云，容有誤會。又被告並未取得專利權、著作權已如前述，故其以公平交易法第45條抗辯不負刑責，亦不可採。再查，公平交易委員會為有效處理事業濫用著作權、商標權或專利權，不當對外發布競爭對手侵害其權利之警告函，造成限制競爭或不公平競爭之案件，而訂定「公平交易委員會對於事業發侵害著作權、商標權或專利權警告函案件之處理原則」，因其規範內容較「公平交易委員會對於公平交易法第二十五條案件之處理原則」更為周延，故於106年1月13日將發布之上開處理原則中不當散發警告函之違法行為類型相關文字簡化，僅保留其基礎內涵為「顯失公平之行為類型例示如下：…2.不當散發侵害智慧財產權之警告函：事業以警告函等書面方式對其自身或他事業之交易相對人或潛在交易相對人，散發他事業侵害其著作權、商標權或專利權之行為」，而刪除確認及通知之先行程序相關文字，此有公平交易委員會111年3月24日書函及檢附之現行「公平交易委員會對於公平交易法第二十五條案件之處理原則」及「公平交易委員會對於事業發侵害著作權、商標權或專利權警告函案件之處理原則」在卷可稽（見本院卷第85-93頁）。故確認及通知之先行程序於被告行為時，已非判斷有無足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為之標準，亦併此敘明。

三、被告擅自重製告訴人享有著作權之攝影著作再公開傳輸至其經營之愛露客粉專，係以數個舉動接續進行，而侵害同一法益，此為包括一罪，應從後階段之著作權法第92條之擅自以公開傳輸方法而侵害他人著作財產權罪處斷，被告重製之行為屬已罰之前行為，不另論罪。是核被告所為，係犯著作權法第92條擅自以公開傳輸之方法侵害他人之著作財產權罪，及公平交易法第24條、同法第37條第1項之損害他人營業信

譽罪。被告於事實欄所示時間地點，在網路上數度公開傳輸、陳述散布足以損害告訴人之不實情事，侵害告訴人著作財產權及營業信譽之行為，其內容多所重覆，並於密切接近之時地實施，主觀上是基於單一犯意，而客觀上具有時空密接性，且侵害相同之法益，應各評價為接續犯之實質上一罪。被告一行為同時觸犯上開2罪名，為想像競合犯，應從一重即著作權法第92條擅自以公開傳輸之方法侵害他人之著作財產權罪處斷。原審審理結果，認被告犯行事證明確，從一重論以著作權法第92條擅自以公開傳輸之方法侵害他人之著作財產權罪，暨以行為人責任為基礎，依被告之陳述、告訴人之意見等，審酌被告於審理時自陳大專畢業、經營露營用品店、已婚、生有一子，告訴人表示被告應以合法方式從事競爭之意見，兼衡被告犯罪之目的、動機、手段等一切情狀，量處如主文所示之刑，並諭知易科罰金之折算標準，經核認事用法尚無違誤，量刑亦稱妥適。被告用以重製並公開傳輸、張貼貼文所用之行動電話，固為被告供犯罪所用之物，然其用途原係供通訊之用，屬於日常使用之一般用品，既未扣案，又非屬違禁物，縱予沒收或追徵之宣告，其所收之特別預防及社會防衛效果亦甚微弱，沒收或追徵顯欠缺刑法上重要性；被告重製之系爭帳篷照片，為被告所有供其犯罪所用之物，然已自愛露客粉專撤除（見本院卷第347頁），復無證據證明其現仍存在，為符合比例原則並兼顧訴訟經濟，爰依刑法第38條之2第2項之規定，不予宣告沒收或追徵之。被告上訴意旨否認犯行，指摘原審判決認定事實有誤，為無理由，應予駁回。

據上論斷，依智慧財產案件審理法第1條，刑事訴訟法第368條，判決如主文。

本案經檢察官李鵬程提起公訴，檢察官朱帥俊到庭執行職務。

中　　華　　民　　國　　111　　年　　7　　月　　20　　日

智慧財產第四庭

審判長法　官　林欣蓉

法　官　林昌義

法　官　吳靜怡

以上正本證明與原本無異。

不得上訴。

中　　華　　民　　國　　111　　年　　7　　月　　20　　日

書記官　鄭郁萱

附錄：本案論罪科刑法條全文

著作權法第91條

擅自以重製之方法侵害他人之著作財產權者，處三年以下有期徒刑、拘役，或科或併科新臺幣七十五萬元以下罰金。

意圖銷售或出租而擅自以重製之方法侵害他人之著作財產權者，處六月以上五年以下有期徒刑，得併科新臺幣二十萬元以上二百萬元以下罰金。

著作僅供個人參考或合理使用者，不構成著作權侵害。

著作權法第92條

擅自以公開口述、公開播送、公開上映、公開演出、公開傳輸、公開展示、改作、編輯、出租之方法侵害他人之著作財產權者，處三年以下有期徒刑、拘役，或科或併科新臺幣七十五萬元以下罰金。

公平交易法第24條

事業不得為競爭之目的，而陳述或散布足以損害他人營業信譽之不實情事。

公平交易法第37條

違反第二十四條規定者，處行為人二年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣五千萬元以下罰金。

法人之代表人、代理人、受僱人或其他從業人員，因執行業務違反第二十四條規定者，除依前項規定處罰其行為人外，對該法人亦科處前項之罰金。

前二項之罪，須告訴乃論。

01 附件

02


Go campi
9/28

03


7·8吟比：
800·430·265
（長·寬·高）
布料：420D牛津布
售後服務+完整搭建教學
台中、台南皆有門市
仿冒者所販賣的仿冒商品
為用接的

04


仿冒者所販賣的仿冒商品
為用接的
雪白哈比圍布
MB露營狂