

經濟部



## 經濟部智慧財產局

# 影音著作盜版問題之因應策略及措施研究 (第三年)

期末報告

(初稿，請勿引用)

委託單位：經濟部智慧財產局

執行單位：國立政治大學智慧財產研究所

國立政治大學統計學系

國立政治大學科技政策與法律研究中心

中華民國九十五年十二月



# 影音著作盜版問題之因應策略及措施研究(第三年)

## 研究團隊

計畫總主持人：孫遠釗副教授 國立政治大學智慧財產研究所

### 子計畫一：

計畫主持人：鄭天澤副教授 國立政治大學統計學系

共同主持人：張愛華副教授 國立政治大學企業管理系

### 子計畫二：

計畫主持人：孫遠釗副教授 國立政治大學智慧財產研究所

顧問：劉江彬 教授 國立政治大學智慧財產研究所

### 計畫參與人員：

賴怡寧 國立政治大學企業管理學系碩士生

龍韻如 國立政治大學統計學系大學部學生

吳允超 國立政治大學智慧財產研究所碩士生

郭祝熒 國立政治大學智慧財產研究所碩士生

顏貝珊 國立政治大學統計學系研究助理

龍天鳳 國立政治大學智慧財產研究所研究助理



# 摘要

## 一、前言

自本計畫於民國九十二年開始迄今，影音著作的盜版問題不論在型態或是內涵上，皆起了重大轉變。隨著科技的演進，各國所面臨的盜版問題從實體的盜版演進為網路的整檔傳輸，乃至於今日的「分包分工」傳輸，例如比特洪流（BitTorrent, BT）技術。這些新型態的侵權行為除了在許多國家引發了重大的司法案件外，對於權利人所造成的損失亦不容小覷。此外，新型態的侵權也促使許多國家重新檢視其現行的著作權等相關規定，以適應科技發展的潮流，我國也不例外的開始著手著作權法的修法工作。

盜版問題是現在世界各國所面臨的共同議題，我國政府為因應盜版問題，近年來不論在行政、立法或司法上皆付出許多努力，執行成效使得我國在二〇〇五年順利從「優先觀察名單」降為「一般觀察名單」，雖然未能完全從特別三〇一名單中除名，但基本方向仍獲得肯定。影音著作的侵權行為已從傳統的有形載體，轉換成網路上的傳輸模式，如何去管控這樣的傳輸重製行為，是目前國際的趨勢與動向，目前已有許多網路服務業者進入線上影音市場，並提供許多良好的加值服務，如 iTunes、雅虎（Yahoo!）以及 KKBox 等，而該如何去保障並進行推廣這些商業行為，以確保合法授權的著作物便利的在網路上傳佈，亦係本研究的探討重點之一。

本計畫欲總結過去三年的調查結果與經驗，為我國因應盜版問題提出策略與措施等建議，並提出「由他律走向自律」的長期方向與目標，希望由政府公權力的執行建立一個尊重智慧財產權的大環境，使權利人在權利受保障的情況下發展各種新興的商業模式，減少公權力的干預，讓一切回歸市場機制，以「自律」的方式終極解決盜版問題。

## 二、 影音著作消費者民意調查

### (一) 調查目的

本調查旨在探討民眾在音樂 CD、影音 VCD/DVD (但不包含色情光碟、遊戲及電腦軟體) 的消費行為及由網路下載音樂、電影或影集的行為，並估算台灣地區音樂 CD 及影音 VCD/DVD 之盜版率。問卷內容係參酌國內外之相關研究及與相關權利人團體、學者專家座談後之結果來設計，以充分掌握相關權利人團體、學者專家對本研究之期望與認知。

### (二) 調查方法

本調查採電話訪問調查方式來進行資料蒐集，調查地區為台閩地區，調查對象為年滿 13 歲到 55 歲且最近一年內有買過、燒錄過或接受親友贈送音樂 CD、影音 VCD/DVD，或曾從網路下載音樂、電影或影集之一般民眾。自 2004 年起至 2006 年，每年皆進行此項調查，且為方便每年調查結果之相互比較，調查期間皆定在 6 月下旬至 7 月上旬間的三個星期，每年皆回收有效問卷 2,400 份。2006 年的調查方向除針對音樂 CD、影音 VCD/DVD 兩議題之外，另就現今方興未艾的網路侵權部分作更深入的探討。

由於是直接訪問音樂 CD、影音 VCD/DVD 市場中的消費者，且在電話訪問時，受訪民眾必需立即回答訪員的問題，不太容易做假，故確實可以反映真正的盜版率。而由於同時收集了受訪者所擁有盜版品的來源，也有助於未來對盜版黑數相關問題之研究。

### (三) 盜版率估算方法

由於盜版行為多屬非公開性質，故盜版率的估算有相當之困難度。目前國際間對盜版率的估算方法，約可分成「由海關或其他執法單位所查扣或定罪之結果來計算」、

「對盜版活動之抽樣調查」、「神秘顧客購買與專家驗證」等三種方式。例如，權利人團體大多從製造端估算盜版率；但此一結果，既非實際流通於市場之數量，來自於各會員公司估算之累計，也難免有重覆計算之虞。因此，本研究選擇從消費端來估計盜版率。

在音樂 CD 及影音 VCD/DVD 盜版率的估算方面，本研究自 2004 年起即明確界定盜版率的估算以個人持有的實體光碟做為計算的基礎，並將個人持有的音樂 CD 與影音 VCD/DVD 實體光碟分成三類：正版、非正版及不確定，依此計算個人乃至於我國 13 到 55 歲民眾的盜版率。實際計算盜版率時，我們採取較嚴格的標準，將不確定的部份計入非正版部分，以避免低估盜版率。

由表一可知 2004 年本調查所估算之音樂 CD 盜版率（39.1%）比 IFPI 公佈之盜版率（36.0%）高 3.1%；2005 年本調查之估算音樂 CD 盜版率（40.0%）則比 IFPI 的 26% 高出 14%，這些差距的產生主要是因為本調查估算之盜版率已將網路盜版部分包括在內，而 IFPI 盜版率自 2004 年的 36.0% 遽降至 2005 年的 26.0%，主要原因則有可能是因為被查獲之盜版品數量較去年減少許多所導致。

2004 年本調查估算之影音 VCD/DVD 盜版率（51.3%）比 MPA 公佈之盜版率（40.0%）高 11.3%，主要原因是因為本調查所估算之盜版率已將網路盜版包括在內；2005 年本調查估算之影音 VCD/DVD 盜版率（53.7%）比 MPA 公佈之盜版率（51.0%）僅高 2.7%，而 MPA 盜版率自 2004 年的 40.0% 遽增至 2005 年的 51.0%，主要是因為 MPA 自 2005 年起，盜版率的調查也改由消費者端進行，並且涵蓋網路盜版的部份，因此與本調查的結果相近。

本調查由消費者端進行，並探討受訪者取得非正作品之管道，包含親友贈送及自行燒錄的部份，且對於網路侵權的行為做深入的研究，除補強 IFPI 調查不足之處外，

並與 MPA 調查結果相互對照，兩者之調查數據實為警政單位參考之依據，提供警政單位針對盜版議題擬訂完善對策之參考，以期達到降低整體盜版率之效。

表一、2004~2006 年本調查盜版率與 IFPI、MPA 盜版率之比較

調查單位	盜版率	2004 年	2005 年	2006 年
本調查	音樂 CD (消費者端)	39.1%	40.0%	40.8%
IFPI	音樂 CD (製造端)	36%	26%	N/A
本調查	影音 VCD/DVD	51.3%	53.7%	47.6%
MPA	影音 VCD/DVD	40%	51%	N/A

#### (四) 盜版率趨勢分析

由表二可知，2006 年音樂 CD 盜版率為 40.8%，較 2005 年僅高出 0.8%。但若排除網路侵權（即受訪者從網路下載影音著作後，燒錄為實體光碟的行為）之部分，則修正後之 2006 年音樂 CD 盜版率為 32.6%。若僅計算受訪者由傳統管道（即排除親友贈送及自行燒錄之部分）取得盜版品之盜版率，則修正後之 2006 年音樂 CD 盜版率僅 6.3%。

2006 年影音 VCD/DVD 盜版率為 47.6%，較 2005 年下降 6.1%。但若排除網路侵權（即受訪者從網路下載影音著作後，燒錄為實體光碟的行為）之部分，則修正後之 2006 年影音 VCD/DVD 盜版率為 41.1%。若僅計算受訪者由傳統管道（即排除親友贈送及自行燒錄之部分）取得盜版品之盜版率，則修正後之 2006 年影音 VCD/DVD 盜版率僅 9.7%。

整體而言，音樂 CD 盜版率由 2004 年的 39.1%微增 1.7%至 2006 年的 40.8%，但由傳統管道取得盜版品之盜版率卻從 2004 年的 14.0%降至 2006 年的 6.3%；而影音 VCD/DVD 盜版率則由 2004 年的 51.3%略降至 2006 年的 47.6%，但由傳統管道取得盜版品之盜版率由 2004 年的 18.2%降至 2006 年的 9.7%，可見在執法單位的強力取締與宣導之下，已有相當可觀的績效。



網路盜版行為對音樂 CD 盜版率的影響力在 2005 年為 2.6%，在 2006 年則增加為 8.2%；同樣地，網路盜版行為對影音 VCD/DVD 盜版率的影響力在 2005 年為 1.1%，在 2006 年則增加為 6.5%。顯示盜版行為的態樣已由實體轉變成網路，且有逐年增加的趨勢。

表二、2004~2006 年本調查盜版率與修正後盜版率

調查單位	盜版率	2004 年	2005 年	2006 年
本調查	音樂 CD (消費者端)	39.1%	40.0%	40.8%
修正後	音樂 CD (排除網路下載)	N/A	37.4%	32.6%
	音樂 CD (傳統管道)	14.0%	11.9%	6.3%
本調查	影音 VCD/DVD	51.3%	53.7%	47.6%
修正後	影音 VCD/DVD (排除網路下載)	N/A	52.6%	41.1%
	影音 VCD/DVD (傳統管道)	18.2%	21.0%	9.7%

#### (五) 調查結果摘要

1. 擁有非正版音樂 CD 的受訪者，取得 CD 的主要管道為「親友贈送」(65.9%)，取得 CD 的主要原因為「價格便宜」(38.6%)。
2. 擁有非正版影音 VCD/DVD 受訪者，取得 VCD/DVD 的主要管道為「親友贈送」(66.7%)，取得 VCD/DVD 的主要原因為「價格便宜」(49.2%)。
3. 將近六成(59.1%)的受訪者最近一年內曾從網路下載音樂。
4. 曾從網路下載音樂的受訪者，其下載的主要管道為「網站」(53.7%)，且使用的網路服務主要為「ADSL」(91.3%)。
5. 超過一成五(15.2%)受訪者最近一年內曾經從網路下載電影。
6. 曾從網路下載電影的受訪者，其下載的主要管道為「P2P 軟體」(60.8%)，且所使用的網路服務主要為「ADSL」(88.2%)。

## (六) 調查結果分析

由今年的調查結果可知，受訪者由傳統管道（如：夜市、路邊攤及電腦商場、超市，唱片行，郵購、型錄）取得非正版音樂 CD 及影音 VCD/DVD 的比例已大幅下降，可見警政單位的努力實不容小覷，但「親友贈送」及「自行燒錄」的比例卻大幅提高。然而，有網路下載音樂、電影行為的受訪者的比例亦提升許多。且網站、P2P 技術及 ADSL 應用的普及性更使得受訪者能夠更快速地下載其所需的音樂檔案，可見盜版行為已由傳統管道轉變為網路侵權的型態。

## 三、電腦軟體消費者民意調查

### (一) 調查目的

本調查旨在探討民眾在電腦軟體（包含作業系統、防毒軟體、繪圖軟體、網頁製作軟體、影音播放及影像編輯、文書軟體）上的消費行為，並估算台灣地區電腦軟體盜版率。問卷內容係參酌國內外之相關研究及與相關權利人團體、學者專家座談後之結果來設計，以充分掌握相關權利人團體、學者專家對本研究之期望與認知。

### (二) 調查方法

本調查採電話訪問調查方式來進行資料蒐集，調查地區為台閩地區，調查對象為年滿 13 歲到 55 歲且最近一年內曾購買電腦或安裝過電腦軟體（但不包括試用版及免費下載之軟體）之一般民眾。本調查自 2005 年起至 2006 年止，每年皆進行調查。且為方便每年調查結果之相互比較，調查期間皆定在 7 月中旬至 7 月下旬間的二個星期，2005 年回收有效問卷 1,500 份，2006 年回收有效問卷 1,072 份。

由於是直接訪問電腦軟體市場中的消費者，且在電話訪問時，受訪民眾必需立即回答訪員的問題，不太容易做假，故確實可以反映真正的盜版率。

### (三) 盜版率估算方法

有關電腦軟體盜版率的估算，BSA 是由製造端進行盜版率的估算，本研究則選擇由消費端進行估算。仿照影音著作消費者民意調查的作法，我們明確界定盜版率的估算以個人購買電腦時所安裝的電腦軟體或購買後安裝之電腦軟體做為計算的基礎，並將個人持有的電腦軟體分成三類：正版、非正版及不確定，依此計算個人乃至於全國 13~55 歲民眾的盜版率。實際計算盜版率時，我們採取較嚴格的標準，將不確定的部份計入非正版部分，以避免低估盜版率。

由表三可知 2005 年本調查所估算之電腦軟體盜版率 (38.7%) 比 BSA 公佈之盜版率 (43.0%) 低 4.3%。本調查 2006 年之盜版率 31.3% 較 2005 年的 38.7% 降低 7.4%，顯示過去一年來執法單位對盜版行為的強力取締及宣導，及 BSA 所提供的優渥檢舉獎金，已有可觀的成效。

表三、2004~2006 年本調查盜版率與 BSA 盜版率之比較

調查單位	盜版率	2004 年	2005 年	2006 年
本調查	電腦軟體 (消費者端)	N/A	38.7%	31.3%
BSA	電腦軟體 (製造端)	43.0%	42.0%	N/A

### (四) 調查結果摘要

1. 2006 年電腦軟體盜版率為 31.3%，而作業系統盜版率為 30.6%，防毒軟體盜版率為 30.2%，繪圖軟體盜版率為 35.6%，網頁製作軟體盜版率為 32.0%，影音播放及影像編輯軟體盜版率為 31.8%，文書軟體盜版率為 36.8%。
2. 受訪者的電腦「有」安裝 Office 的比例為 86.1%，而其中安裝「正版」Office 的比例為 61.4%。
3. 擁有非正版電腦軟體的受訪者，取得電腦軟體的主要管道為「親友安裝／贈送」(64.8%)，取得的主要原因為「價格便宜」(52.8%)。

## **(五) 調查結果分析**

使用「組裝電腦」的受訪者，其電腦軟體盜版率顯著高於使用「品牌電腦」的受訪者，顯示應以組裝電腦為查緝的重點。而掃除網路（非法）下載、販售電腦軟體的網站，並由教育面宣導正確的法律概念應為警政單位努力的方向。

## **四、智慧財產權認知調查**

### **(一) 調查目的**

本調查旨在探討智慧財產權的認識及觀念、智慧財產權的認知態度及智慧財產權保護相關單位及宣傳活動的認知的行為。問卷內容係參酌國內外之相關研究並與智慧財產局相關人員來共同設計後定稿。

### **(二) 調查方法**

本調查採電話訪問調查方式來進行資料蒐集，調查地區為台閩地區，調查對象為年滿 13 歲之一般民眾。本調查為 2006 年新增之調查，調查期間為 2006 年 8 月 7 日至 2006 年 2005 年 8 月 17 日，回收有效問卷共計 1,068 份。

由於是直接訪問一般民眾，且在電話訪問時，受訪民眾必需立即回答訪員的問題，不太容易做假，故確實可以反映民眾真正的看法。

### **(三) 調查結果摘要**

表四摘要列述智慧財產權認知調查結果。

表四、智慧財產權認知調查摘要表

	百分比
1.認為智慧財產權需要 (含非常需要) 受到保護	97.8%
2.認為保護智慧財產權主要是「社會大眾」的責任	56.2%
3.認為「販賣或出租非正版品」為侵犯智慧財產權的行為	95.4%
4.認為「購買非正版品」為侵犯智慧財產權的行為	89.4%
5.認為「接受親友贈送非正版品」為侵犯智慧財產權的行為	65.3%
6.認為「購買正版品後，無限制的複製或燒錄以供自行使用」為侵犯智慧財產權的行為	62.6%
7.認為「購買正版品後，複製或燒錄以供他人使用」為侵犯智慧財產權的行為	89.2%
8.同意 (含非常同意)「當正版品已經絕版的時候，可以使用非正版品」	45.1%
9.同意 (含非常同意)「當非正版品的價格比正版品便宜的時候，可以使用非正版品」	14.7%
10.同意 (含非常同意)「當非正版品的品質與內容比正版品好的時候，可以使用非正版品」	33.7%
11.同意 (含非常同意)「接受親友贈送非正版品的行為是人之常情，不必太在意」	34.7%
12.同意 (含非常同意)「我們應該留意自己有沒有侵犯到別人的智慧財產權」	94.0%
13.認為我國侵犯智慧財產權的情形嚴重 (含非常嚴重)	85.5%
14.認為我國侵犯智慧財產權的情形嚴重 (含非常嚴重) 的主要原因為「正版品的價格太貴」	38.2%
15.認為保護智慧財產權的有效方法為「政府嚴格取締非正版品」	39.7%
16.知道「我國已有保護智慧財產權的相關法令」	57.4%
17.知道「我國已有保護智慧財產權的政府相關單位」	23.2%
18.承上題，知道「經濟部智慧財產局」為我國保護智慧財產權的政府相關單位	58.9%
19.最近三個月內有得到保護智慧財產權的相關宣導訊息	10.4%
20.承上題，認為這些訊息對於智慧財產權的保護有幫助 (含非常有幫助)	67.4%
21.由「電視」得到保護智慧財產權的相關宣導訊息	75.0%

#### (四) 調查結果分析

調查結果顯示，保護智慧財產權幾乎是全民共識，而大多數也認為這是社會大眾的責任。民眾對侵犯智慧財產權的認知有一定的水準，但對「親友贈送非正作品」以及「無限制的複製或燒錄以供自行使用」的認知有待加強。

絕大多數民眾認為我國侵犯智慧財產權的情形嚴重，且認為政府嚴格取締非正作品是遏止此一現象最有效的方法。

知道我國已有保護智慧財產權相關法令的民眾接近六成，但知道我國已有保護智慧財產權的政府相關單位卻僅兩成三，值得安慰的是這些民眾中，接近六成知道經濟部智慧財產局是保護智慧財產權的政府相關單位。如何讓更多民眾知道經濟部智慧財產局所擔負的重責大任應可列為努力方向之一。

僅約一成民眾在過去三個月（5月～7月）有接收到保護智慧財產權的相關宣導訊息，絕大多數來自電視，且認為對於智慧財產權的保護有幫助，顯然在宣導訊息方面仍有許多可以努力的空間。

#### 五、問卷調查結果與盜版問題之分析

針對影音消費者行為模式分析與盜版問題方面，綜觀2004年至2006年的調查數據顯示，實體影音盜版光碟的取得管道轉變，改以親友互贈與自行燒錄為主，其比率分別為65.9%及38.8%。而電影盜版率高於音樂盜版率的結果，顯示價格因素在電影方面的影響較為顯著。此外，網路影音使用率的成長，同時造成了網路影音盜版問題攀升，2006年網路音樂未購持有率為83.92%，網路電影未購持有率則為88.81%，因此網路影音盜版問題須加強防範。而網路影音的管道已由「點對點式軟體下載」取得第一位，綜合上述我國「網路影音未購持有率」偏高的情況來看，以點對點式軟體下

載的影音絕大部份並未經合法授權。同時，仍以 20~29 歲及 13~19 歲兩個族群為高影音盜版率族群。

另外就電腦軟體消費者行為模式與盜版問題方面，調查顯示組裝電腦軟體盜版率高於品牌電腦之盜版率，而更新電腦軟體盜版情況較初次安裝電腦軟體嚴重，因此如何提高國人於「重新安裝」或「更新電腦軟體版本」時使用正版軟體的比率應為努力的方向。而盜版取得的管道上，亦與影音盜版相同以親友贈送及網路下載為主，並同樣以年輕族群為高盜版率族群。此外，高達 52.8% 的盜版取得原因在於價格問題。

## 六、網路（線上）調查可行性分析

由於近年來我國網路普及率不斷的提升，使得網路調查漸漸為許多研究者所採用。雖然網路調查具有傳遞速度快、成本低、回答問卷沒有時間或地點限制的優點，卻面臨樣本代表性不足以及重複填答等難以解決的問題。網路調查若以網站調查方式進行，則由於被動抽樣之故，樣本代表性往往遭遇嚴重質疑而失去推論的基礎；而若以電子信件調查方式進行，則因電子郵件帳號取得不易或帳號重複等問題，一樣面臨樣本代表性偏差以及填答真實性的問題。反之，在執行電話調查時，由於訪問者站在主動抽樣的位置，因此沒有代表性不足或偏差的問題。雖然近兩年來面臨了詐騙電話橫行的干擾而使得拒訪率提高，但藉由適度加強訪員的基本訪問訓練、撰寫可增加受訪者信心之電話訪問開場白以及提供受訪者研究單位、電話訪問單位的相關資訊，將可以大幅降低拒訪率而使得調查結果更具有可信度。因此，在目前網路普及率仍遠低於電話普及率之際，除非網路調查的樣本代表性的問題可以獲得解決，否則網路調查並不適合用於影音消費者的調查。

## 七、盜版問題因應策略及具體措施

回顧過去三年政府面對盜版問題的因應政策，在行政、立法、司法各層面皆有所施展，執行成效使得我國在二〇〇五年順利從「優先觀察名單」降為「一般觀察名單」，政府的努力可說是獲得相當大的肯定。行政方面除了經濟部智慧財產局推動「二〇〇三～二〇〇五貫徹保護智慧財產權三年行動計畫」以健全相關的法規政策外，也加強了查緝以及對於民眾和企業的宣導與輔導。檢、警、調和海關方面，也持續全力打擊仿冒盜版，透過高密度的查核動作，達到實際的遏阻效果，並在今年度的特別三〇一報告中獲得肯定。惟基於我國特殊的地理位置，往往成為仿冒盜版貨品的轉運點，因此就該問題應特別加以防範。

立法方面，目前的焦點在於著作權法的修正上，目前的修正方向在於規範網路點對點傳輸的相關侵權問題以及相關網路服務提供業者（Internet service provider, ISP）的權責。本計畫建議，在未來的相關修法上，應避免直接移植國外的相關法案，而必須因應目前的科技潮流做出相應的規範，同時在探討網路服務提供業者的責任問題前，應先確立我國著作權法中的間接侵權責任問題。

司法方面，我國亦意識到智慧財產案件的特殊性，因此規劃在二〇〇七年成立智慧財產專責法院，在今年度的特別三〇一報告中也獲得相當的肯定。目前正進行相關的培訓計畫，積極的為智慧財產專責法院的運作進行準備。我國智慧財產案件之非訟爭端處理，規劃回歸既有機制運作，然仍須規劃相關配套，例如調解或仲裁之人才。另外成立智慧財產法院將有助於將體制導正為民事為主刑事為輔。而另一至關重要的配套措施是民事保權與執执行程序，避免原告方以資源壓過對方之情事，運用司法來減低被告在市場上對原告的競爭力，對於此一嚴重之問題，智慧財產案件審理法草案僅在第十八條約略觸及，誠屬遺憾。在強制執行方面，權利人在花費了龐大的訴訟費用後，有時在民事執行上仍無法盡如其意，對於此一問題智慧財產案件審理法草案完全沒有觸及，而是回歸現行強制執行法之規範，亦屬遺憾。對於智慧財產法院法官以及



技術審查官之人事安排以及培訓計畫，如何使其安於其位，保障人才並使之能與外界競爭，掌握市場脈動傳承既有經驗建立整套司法體系和判決之一致性時效性與高品質，均是值得吾人深思的重大課題，

由於目前針對盜版問題的因應措施多倚靠公權力之執行，但倚靠公權力來維護私權，終究只能達到遏阻的作用，如果不能因應現在網路環境的發達而發展出合法化的取得管道，將仍無法避免「盜版黑數」的問題。因此長期而言，本計畫希望藉由公權力建立一個尊重智慧財產權的大環境，導向更有效率的市場或管理的自律模式，回歸市場機制，減少公權力的干預。

目前自律的保護智慧財產權措施中，有許多採行取用管理（access control）或其他科技保護措施（Technology Protection Measure, TPM）等「數位權利管理」（Digital Rights Management, DRM）措施，以對數位內容進行傳輸上的管控。在執法上，也希望相關的權利人團體能積極參與，使得這種以公權力保護私權的過程能執行的更有效率，節省成本並同時更有效確保權利人的權益。在智慧財產專責法院的相關運作上，希望能夠納入替代性爭端處理機制（Alternative Dispute Resolution, ADR），因為這些可說是智慧財產案件的大宗解決方式，並且能夠節省相關的訴訟成本，也能符合相關當事人市場運作的考量。隨著網路傳輸的技術演進與寬頻網路的普及，相關的影音下載服務也成為市場上的兵家必爭之地。根據調查顯示，有六成的受訪者表示願意付費使用線上音樂下載服務，顯示只要有合理的定價，多數民眾願意使用便利的線上下載服務。而相關的平台業者也積極搶攻這塊市場大餅，積極轉型加入合法化經營的行列。在相關的自律性商業模式提出的同時，必須有公權力的配套措施，例如對於大眾宣導，及針對高盜版率族群（如前所述以年輕族群為主）的教育，從小教導正確的智慧財產權觀念和尊重的態度。此外，也需要加強相關的邊境措施，與鄰近國家建立合作的管道，共同打擊仿冒盜版。

## 八、結語

本計劃的終極目標在於「從他律走向自律」，從而能以有效率的方式降低盜版的情況。在自律的前提下，整體的教育必然是關鍵的一環，同時需要有相關公權力的執行作為配套，除了達到一定的遏阻效果外，並建立起智慧財產權受保障的整體環境，進而催生多元化的商業模式。

在新網路時代（Web2.0）的趨勢推廣下，一些個人網站與個體用戶的分享行為，如 Youtube、Podcast 以及部落格 Blog 也需要來做進一步的討論。本研究單位將進一步介紹美國目前的相關立法趨勢，由其針對目前美國立法院審理的地毯式授權（Blanket Licensing）與孤兒著作物草案進行研究。需要注意的是地毯式授權以及孤兒著作物之授權與一般「強制授權」之概念不同，強制授權係在特定條件下以政府之力量介入當事人雙方之授權過程；孤兒著作物之授權則無政府之介入，仍由當事人之自由意志決定授權與否，在使用人舉證證明其應盡之義務後，則某程度免除其責任，藉以增進著作物之利用。

在未來建議的部份，本研究單位以為在政府行政方面，以學校為起始點，建立完整的教材與培育方案，可考慮納入學測考試項目；強化保智大隊等執法單位的培訓與器材更新，並且補足查緝的警力，使警力得以維持在原定的 220 位之員額，以因應盜版行為由實體轉向網路、侵權狀況無時無刻不在發生的狀況，並持續追蹤跨地域的轉口盜版產品。在立法方面，需完善著作權間接侵權行為責任、網路服務提供者集體管理機制、無主著作權免責、科技保護措施與地毯式授權的立法或修法。司法方面，完善智慧財產法院的相關配套措施與案件審理機制，包括對保全程序的改革，人才培訓、考核與升遷等制度也需另外建立。

最後在他律與自律中，需考慮科技管理、執法層面、商業模式、集體授權、區域合作、教育文宣等層面，唯有在全方位的配合下，始能達到以自律為主的終極目標，此誠為本研究團隊所殷切企盼。

三年研究成果整理概要如下表五：

表五、三年研究成果整理概要

		九十三年	九十四年	九十五年
美國特別三〇一條款狀態		優先觀察名單	一般觀察名單	一般觀察名單
行政	經濟部智慧財產局	修正並提出九十三年版本的「貫徹保護智慧財產權行動計畫」；為提升國家競爭力，配合政府將知識產業列為國家發展重點計劃，針對目前棘手的MP3下載、光碟盜版、仿冒品與急速攀升中的網路智慧財產侵權問題。	推動「加強防制網路侵權實施方案」，並成立「網際網路侵權聯合查緝專案小組」，同時提高檢舉破案及查獲網路販售仿冒、盜版的案件獎金，檢舉金額最高可達50萬元。	在行政方面的執行上，經濟部智慧財產局在二〇〇三年至二〇〇五年推動了「貫徹保護智慧財產權三年行動計畫」，目標在健全智慧財產相關的法規、政策，同時加強查緝，以及對於民眾的宣導以及企業的輔導。
	教育部	本研究建議教育部加強對智慧財產保護之重視與配合。目前IFPI與教育部已開始合作，即IFPI發現在學術網路上有可能侵權的嫌疑犯時，立即通知教育部。這是一個好的開始，日後應繼續落實對學術網路的規範，並繼續積極與權利人團體、智慧財產保護單位合作。	根據問卷調查結果，國人對於影音產品之智慧財產權是否經過授權仍缺乏重視，高達61.9%的受訪者以為在網路上付費下載的影音著作物即經過授權。建議推動校園及社會教育改變國人的價值觀與態度。	九十五年度之活動又分「智慧財產權法令說明會」及「著作權及營業秘密研究成果發表會」二大項目。人組織的合作宣導。
	財政部關政司	在查緝業務方面，加入WTO之後，非涉稅的走私案件上升，盜版音像製品都可能是走私的主要物品，所以需要加強查緝。依據行政院指示，會同法務部及內政部組成專案小組，針對光碟出口建立嚴密查核機制，協調相關單位查緝出口盜版光碟，杜絕非法光碟出口。關政司也因此針對邊境管制，發布了「出口盜版光碟查緝專案小組作業要點」。	海關執行「光碟管理條例」、「出口盜版光碟查緝專案小組作業要點」及「海關配合執行專利商標及著作權益保護措施作業要點」等措施，加強查緝仿冒盜版品。	台灣目前進出口的查核管制成效不錯，但是國際上所關注的是轉口貿易的部份，在今年的特別三〇一報告中也有特別提出要求改善。據了解，就轉口的貨品當中，著作權的問題較不嚴重，主要的問題在於仿冒貨品的轉運。

	九十三年	九十四年	九十五年
立法	<p>1.九十二年七月九日修正之著作權法，除保留常業犯為非告訴乃論罪外，亦修正製造及銷售盜版光碟為非告訴乃論之罪，同時並提高盜版光碟常業犯之罰責。</p> <p>2.著作權法新增/修正科技保護措施等之規定立法院臨時會於九十三年八月二十四日三讀通過著作權法部分條文修正案。</p>	<p>建議著作權法修正如下：</p> <p>1.大方向是透過立法方向的修正來改變大眾以刑逼民的觀感。</p> <p>2.在規範網路點對點傳輸侵權問題。先確立我國著作權法中的「間接侵權」問題，以進一步規範相關網路服務提供業者（Internet Service Provider, ISP）的責任。</p> <p>3.明確民事執行的相關程序與要點，不再僅以標的物為依歸。</p>	<p>立法院初審通過謝國樑委員提案的「著作權法部分條文修正草案」，規範網路點對點下載，未來只要涉及侵權與受有利益兩項要件，業者可能被處兩年以下有期徒刑、拘役或科或併科新台幣五十萬元以下罰金，嚴重甚至被勒令歇業，進一步法制化網路下載行為。</p>
司法	<p>司法院自今年（九十三年）二月下旬起即積極籌劃成立智慧財產專業法院，經多次召開預備會議，並由行政訴訟及懲戒廳先行研擬「設立智慧財產專業法院之建議方案-採民刑及行政訴訟三合一之利弊分析」及評估研究，再經各級法院首長司法業務座談會討論結果，已達成設置智慧財產專業法院之共識。嗣司法院行政廳乃就德國、日本、美國、英國、韓國、新加坡、泰國、歐盟等已設置或擬設置智財專業法院之國家，蒐集相關資料。</p>	<p>呼籲司法院儘速成立智慧財產專責法院，並附上以下意見：</p> <p>1.此一法院須符合三合一之精神。</p> <p>2.應只採取兩審作結的制度。</p> <p>3.應納入美國的發現（開示）制度（Discovery），而且必須明確證據法則。</p> <p>4.在法官以及相關人員的培訓與升遷，必須設立一個以長遠面向考量的制度。</p>	<p>規劃於明年三月成立智慧財產專責法院，目前所有的硬體設備，與人事調配都已準備妥當，只等立法院通過即可開始運作。</p>

# 目錄

---

---

摘要	I
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	3
第三節 研究執行架構	6
第四節 研究方法	9
第二章 消費者影音著作物購買與下載行為之調查	15
第一節 調查方法	15
第二節 樣本結構	22
第三節 趨勢分析	29
第三章 盜版率統計分析	44
第一節 盜版率定義與計算	44
第二節 盜版率與受訪者基本資料之交叉分析	46
第三節 盜版率趨勢分析	60
第四節 小結	63
第四章 民眾對於智慧財產權保護的看法與經驗之質化分析	64
第一節 訪談目的	64
第二節 訪談實施	64
第三節 焦點團體訪談發現	69
第五章 問卷調查結果與盜版問題之分析	80
第一節 影音消費者行為模式分析與盜版問題	80
第二節 電腦軟體消費者行為模式與盜版問題	84
第三節 智慧財產權認知分析與盜版問題	86

第六章 盜版問題因應策略及具體措施	92
第一節 政府層面因應政策之回顧與檢討	94
第二節 他律與自律之分析	100
第三節 小結	119
第七章 結論與建議	121
第一節 研究成果	121
第二節 網路時代對於反盜版的影響與趨勢	125
第三節 未來建議	129
第四節 總結	131
附錄一、調查問卷	133
一、影音著作消費者民意調查	133
二、電腦軟體消費者民意調查	136
三、智慧財產權認知調查	139
附錄二、調查結果	143
一、影音著作消費者民意調查	143
二、電腦軟體消費者民意調查	151
三、智慧財產權認知調查	157
附錄三、調查交叉分析	171
一、影音著作消費者民意調查	171
二、電腦軟體消費者民意調查	199
三、智慧財產權認知調查	223
附錄四、焦點團體訪談會紀錄逐字稿	287
附錄五、盜版率計算公式	333

附錄六、訪談紀錄	337
一、經濟部 智慧財產局 著作權組之訪談記錄	337
二、數位聯合電信股份有限公司 法務處之訪談記錄	344
三、美國電影協會 台灣分會 (MPA) 之第一場訪談紀錄	350
四、美國電影協會 台灣分會 (MPA) 之第二場訪談紀錄	357
五、司法院 資訊管理處之訪談紀錄	368
六、財團法人國際唱片業交流基金會 (IFPI) 之第一場訪談記錄	373
七、財團法人國際唱片業交流基金會 (IFPI) 之第二場訪談記錄	379
八、台灣商業軟體聯盟 (BSA) 之訪談記錄	389
附錄七、網路調查可行性分析	399
附錄八、九十五年大專校院保護智慧財產權訪視計畫 (草案)	404
附錄九、研究計畫重要會議紀錄	406
附錄十、期末報告審查意見逐項答覆表	420

## 圖目錄

---

---

圖 1.3.1、執行架構圖 .....	7
圖 1.4.1、調查作業流程圖 .....	12
圖 6.3.1、本研究理論架構 .....	120



## 表目錄

表 1.3.1、執行進度表	8
表 2.1.1、影音著作消費者民意調查之問卷設計架構表	16
表 2.1.2、電腦軟體消費者民意調查之問卷設計架構表	18
表 2.1.3、智慧財產權認知調查之問卷設計架構表	20
表 2.2.1、影音著作消費者民意調查之受訪者性別	23
表 2.2.2、影音著作消費者民意調查之受訪者年齡	23
表 2.2.3、影音著作消費者民意調查之受訪者教育程度	24
表 2.2.4、影音著作消費者民意調查之受訪者職業	24
表 2.2.5、影音著作消費者民意調查之受訪者每月平均所得	24
表 2.2.6、影音著作消費者民意調查之受訪者居住地區	25
表 2.2.7、電腦軟體消費者民意調查之受訪者性別	25
表 2.2.8、電腦軟體消費者民意調查之受訪者年齡	25
表 2.2.9、電腦軟體消費者民意調查之受訪者教育程度	26
表 2.2.10、電腦軟體消費者民意調查之受訪者職業	26
表 2.2.11、電腦軟體消費者民意調查之受訪者每月平均所得	26
表 2.2.12、電腦軟體消費者民意調查之受訪者居住地區	27
表 2.2.13、智慧財產權認知調查之受訪者性別	27
表 2.2.14、智慧財產權認知調查之受訪者年齡	27
表 2.2.15、智慧財產權認知調查之受訪者教育程度	28
表 2.2.16、智慧財產權認知調查之受訪者職業	28
表 2.2.17、智慧財產權認知調查之受訪者每月平均所得	28
表 2.2.18、智慧財產權認知調查之受訪者居住地區	29
表 2.3.1、受訪者最近一年內有沒有買過、燒錄過或接受親友贈送音樂 CD、影音 VCD ／DVD 等形式之影音光碟，或從網路下載音樂或電影、影集	30
表 2.3.2、受訪者取得非正版音樂 CD 的管道	31

表 2.3.3、受訪者取得非正版音樂 CD 的原因	32
表 2.3.4、受訪者取得非正版影音 VCD/DVD 的管道	33
表 2.3.5、受訪者取得非正版影音 VCD/DVD 的原因	34
表 2.3.6、受訪者最近一年內是否曾經從網路下載音樂	34
表 2.3.7、受訪者下載音樂的管道	35
表 2.3.8、受訪者下載音樂所使用的網路服務	36
表 2.3.9、受訪者最近一年內是否曾經由網路下載電影或影集	36
表 2.3.10、受訪者下載電影或影集的管道	37
表 2.3.11、受訪者下載電影或影集所使用的網路服務	37
表 2.3.12、受訪者在家中最常使用的電腦是組裝的還是品牌電腦	38
表 2.3.13、最近一年內受訪者是否購買電腦，或在其電腦安裝過電腦軟體，但不包含 試用版及免費下載的軟體	38
表 2.3.14、受訪者的電腦是否有安裝 Office	39
表 2.3.15、受訪者的 Office 是正版還是非正版	39
表 2.3.16、受訪者花了多少錢購買這套正版 Office	40
表 2.3.17、受訪者購買正版 Office 的費用	40
表 2.3.18、受訪者如何取得這套正版 Office	41
表 2.3.19、受訪者不確定花費多少錢購買正版 Office 的原因	41
表 2.3.20、受訪者使用的電腦軟體是否皆為正版	42
表 2.3.21、受訪者取得非正版電腦軟體的管道	42
表 2.3.22、受訪者取得非正版電腦軟體的原因	43
表 3.2.1、音樂 CD、影音 VCD/DVD 盜版率—依受訪者基本資料區分	47
表 3.2.2、音樂 CD、影音 VCD/DVD 盜版率—依受訪者是否有網路下載行為區分	48
表 3.2.3、網路音樂、電影未購持有率—依受訪者基本資料區分	49
表 3.2.4、作業系統、防毒軟體盜版率—依受訪者基本資料區分	51
表 3.2.5、繪圖軟體、網頁製作軟體盜版率—依受訪者基本資料區分	53

表 3.2.6、影音播放及影音編輯軟體、文書軟體盜版率—依受訪者基本資料區分	54
表 3.2.7、作業系統盜版率—依使用電腦類型及安裝電腦軟體動機區分	56
表 3.2.8、防毒軟體盜版率—依使用電腦類型及安裝電腦軟體動機區分	57
表 3.2.9、繪圖軟體盜版率—依使用電腦類型及安裝電腦軟體動機區分	57
表 3.2.10、網頁製作軟體盜版率—依使用電腦類型及安裝電腦軟體動機區分	58
表 3.2.11、影音播放及影像編輯軟體盜版率—依使用電腦類型及安裝電腦軟體動機區分	59
表 3.2.12、文書軟體盜版率—依使用電腦類型及安裝電腦軟體動機區分	59
表 3.3.1、2004~2006 年音樂 CD 盜版率、影音 VCD/DVD 盜版率	60
表 3.3.2、2004~2006 年音樂 CD 修正後盜版率、影音 VCD/DVD 修正後盜版率	61
表 3.3.3、2004~2006 年網路音樂、電影未購持有率	61
表 3.3.4、電腦軟體盜版率	62
表 3.3.5、BSA 與本調查之電腦軟體盜版率比較	63
表 4.2.1、早場訪談對象背景資料	68
表 4.2.2、午場訪談對象背景資料	69
表 5.1.1、2004~2006 年 IFPI、MPA 與本調查之音樂 CD、影音 VCD/DVD 盜版率比較	81
表 5.1.2、2003~2006 年度網路音樂/電影未購持有率之比較	83
表 5.3.1、受訪者認為是否侵犯智慧財產權問卷結果之比較	87
表 5.3.2、受訪者認為是否可以使用正版品情形問卷結果之比較	88
表 6.1.1、2003~2006 年音樂 CD、影音 VCD/DVD 之盜版率，網路音樂/電影未購持有率	93
表 6.1.2、執行成效一覽表	94
表 6.2.1、95 年智慧財產專業法官培訓課程之研習成果	108
表 6.2.2、iPod、Yahoo、KKBOX 營運模式比較	111
表 6.2.3、著作權法系列說明會	115

表 6.2.4、著作權組宣導業務工作執行表 .....	115
表 7.1.1、三年研究成果總整理 .....	121
表 7.3.1、本計畫建議降低影音著作盜版問題之短中長期之時程表 .....	130

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

自本計畫於民國九十二年開始以迄於今，由於各界對於我國盜版問題的著力研究與因應，大環境上如智慧財產法規、執法力度、科技技術、商業模式及網路環境等皆有了相當大的轉變。著作權法自九十二年至今已歷經三次修正，最近一次修正係於九十五年五月三十日；新的網路利用型態 Web2.0<sup>1</sup> 之風行，快速地改變了網路使用者的影音利用型態；近年來合法線上影音的初試啼聲，更是帶來莫大的商機，吸引多家業者紛紛投入爭食這塊線上市場。

然而，隨著大環境的轉變，影音著作及電腦軟體的盜版問題無論是在型態或內涵上亦有了非常顯著的改變，從本計畫歷年的期末報告即可看出，我國與世界上其他的先進國家一般，在過去以光碟為主的盜版行為絕大部分已經快速的被透過網路傳輸的檔案交換方式所取代。而此種新型盜版方式的內涵其實也隨著科技的發展而不斷更新，諸如由以往的整檔傳輸進入到現時的「分包分工」（如所謂的「比特洪流 (BitTorrent 或 BT)」技術等）。根據美國國際新聞週刊 (Newsweek International) 最近所摘引 Nielsen Soundscan 的統計，僅在西元二〇〇五年，網民們就從不同的網路音樂零售業者處共下載了三億三千三百萬餘首樂曲電子檔，較西元二〇〇四年的一億三千四百萬首增加了將近一倍半，而且這還尚未包括非法下載的數值！<sup>2</sup> 而根據另外一項統計，全球截至西元二〇〇五年的年中為止，隨時平均都有約八百五十萬人正在從事網路檔案傳輸，而且其中絕大部分是涉及到音樂檔案。<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> 新的網路使用型態，網路的使用者本身就是生產者，Blog、維基百科、Youtube 等即為此種利用型態的最佳例子。

<sup>2</sup> 參見 Newsweek International, January 16, 2006, p. 9。

<sup>3</sup> 參見 8.5m P2P File Sharers on Average at Any Time, ONLINE REPORTER (USA), Issue 450, 21 June 2005。

這些新形態的侵權行為也對各國既有的法律體系帶來了極大的挑戰。<sup>4</sup> 我國也不例外。僅在去年我國的士林地方法院和臺北地方法院在前後不到三個月的時間便分別對「ezPeer 全球數碼」與「Kuro 飛行網」兩案做成了結果截然不同的判決。<sup>5</sup> 而在另一方面，來自國際的壓力仍然持續不斷。例如美國政府便直接援引其國內利益團體的統計數字，認為我國的盜版行為在西元二〇〇四年便對其權利人造成了美金三億一千五百萬元的損失。<sup>6</sup> 因此，雖然政府已提出了一項為期三年的行動計畫（2003~2005 Action Plan），並做出了具體的成效，卻仍然無法免除我國繼續第五年被留置在其「特別三〇一條款」的黑名單上；由此可知，盜版問題之因應不僅攸關我國文化產業之發展，更為我國於國際貿易諮商場合的重要議題。

針對實體上及日益嚴重的網路上影音著作及電腦軟體盜版問題，為提昇我國國際形象，維護合法業者應有之權益，政府及業者未來應採取何種適當的管理及因應策略？綜觀過去數年的研究，我們是否可以得到如何的總結與經驗？此即 2006 年本計畫主要之研究目的。因此，除了研究如何將我國對盜版現況所提出更具學術基礎、更有說服力之計算方式加以落實，以供國際諮商時之參考依據之外，我國也有必要將現行的保護智慧財產權政策予以更為有效的向國際宣揚和推廣，並配套具體可行之執行策略，以因應國內外之壓力；同時更可藉此保護權利人之權益與健全我國發展知識經濟的基礎環境。此外，為瞭解政府歷年來推動宣導相關活動之成效、現今民眾對於智慧財產權相關訊息的認知與認同程度、以及民眾對我國智慧財產權侵權情形的看法與建議改善之道，對民眾的智慧財產認知進行調查為 2006 年新增之研究重點。

---

<sup>4</sup> 例如澳大利亞的 Universal Music Australia Pty., Ltd. v. Sharman License Holdings, Ltd. (with corrigendum), [2005] FCA 1242 (5 September 2005); [2005] FCA 1587 (17 November 2005)，香港特別行政區的首宗 BitTorrent 案，Hong Kong SAR v. Chan Nai Min, [2005] TMCC 1268/2005，日本的 Nippon Columbia, Co., Ltd., et al. v. Yugen Kaishia Nippon MMO, 2004 (Ne (ネ)) No. 446 on Copyright Infringement and Damages (31 March 2005) 案，韓國的「音之海 (Soribada)」案 Asia Media, Inc. et al. v. Yang, No. (2002) KAHAP77 (Suwon District Court, Seongnam Branch, First Civil Department, 9 July 2002)，荷蘭的 Kazaa 案，Kazaa B.V. v. Buma-Stemra, Court of Appeal Amsterdam, 28 March 2002, no. 1370/01skg，以及美國的 Metro-Goldwyn-Mayer Studios, Inc. v. Grokster, Ltd., \_\_\_ U.S. \_\_\_; 125 S.Ct. 2764 (2005) 案等。

<sup>5</sup> 參見士林地方法院(92)訴字第 728 號刑事判決及臺北地方法院(92)訴字第 2146 號刑事判決。

<sup>6</sup> 參見 U.S. Trade Representative, 2005 National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers, p. 597 (March 2005)。在此所摘引的數據是美國國際智慧財產聯盟 (International Intellectual Property Alliance, IIPA) 的統計資料。

有鑑於此，本研究團隊集合了國立政治大學商學院智慧財產研究所、科技管理研究所、民意與市場調查研究中心、統計學系、企業管理學系及風險管理學系等相關領域之專精學者，透過兩子計畫，對上述課題進行完整而深入之研究。尤其對於網路侵權的所謂「黑數」問題等以及相關的因應之道亦將特別著墨，研擬具體可行的解決方案。

## 第二節 研究目的

依招標規範書規定之工作項目，本研究團隊將計畫區分為兩大計畫，一為影音著作與電腦軟體智慧財產權認知與盜版率之調查，一為影音著作與電腦軟體反盜版策略之研究，以利計畫之進行。

### 子計畫一：影音著作與電腦軟體盜版率之調查

本研究之主要目的在於了解台灣地區民眾對智慧財產權的認知，並從消費者端估計台灣地區影音著作與電腦軟體盜版率。

本研究工作項目如下：

- 一、**盜版率估計方法**：提出本團隊用來估計台灣地區影音著作與電腦軟體盜版率之公式及所依據之統計理論。
- 二、**影音著作與電腦軟體消費者民意調查**：依據上述一中估計公式所需之資料需求，對台灣地區民眾進行電話訪問調查。
- 三、**影音著作與電腦軟體智慧財產權認知調查**：深入瞭解民眾對影音著作與電腦軟體智慧財產權之認知及對盜版行為的態度。

四、**焦點團體座談**：甄選熟悉網路技術操作之學生、上班族、家庭主婦各若干名進行座談了解新興型態網路盜版技術以及所衍生之問題以提供作為新興型態盜版問題策略研究之參考並據以修改問卷。

五、**盜版黑數相關問題之研究**。

六、**線上問卷調查**。

### 子計畫二：影音著作與電腦軟體反盜版策略之研究

結合本研究團隊相關專業顧問及委託單位所指定參與研究計畫人員，本子計畫之研究目的及工作項目包括：

#### 一、**策略及具體措施研究**

根據子計畫一之調查結果，分析政府過去各項反盜版策略之成效。同時，參考盜版型態演變趨勢及國際間取締盜版之現況，提出修正建議，俾作為未來反盜版策略之參考。(本研究進行過程中，如有必要時應由委託單位提供內部資料、相關文件，及指定專人配合，以利本研究計畫進行。)

在 2006 年的研究計畫中，尤其將著重於對下列問題之研究：

(一) 權利人團體可以或應行提供資源並參與或分享執法責任的具體措施 (形同「準委外」關係，但政府仍保有相當的管控權)。這其中又可分為四個面向：

1. **自律措施**：例如，監控、舉發、蒐證、協商與授權等 (或可參考韓國的「著作權保護中心」模式，由業界與政府共同承擔經費)。
2. **教育文宣**：可參考香港「正版正貨」或我國從前「不二價」運動的做法，與前者相互搭配，將反盜版的文宣深植於中、小學校。



3. **研究調查**：例如，對年度的盜版問題統計調查等如何進行整合並彰顯績效、與經濟發展的互動（參見商業軟體聯盟（Business Software Association）甫行發佈的相關研究報告（白皮書））以及因「Kuro 飛行網」案的判決所產生的侵權模式轉換等。
4. **區域合作**：包括海峽兩岸四地的執法機制搭配與權利人團體和政府之間的互動等（尤其是在當前的政治情勢之下有無如何的解套措施等）。

(二) 具體的修法、教育和公關措施：除肯定經濟部智慧財產局近年來推動我國智慧財產保護優質化之決心、努力與績效外，本研究團隊並擬具體展現、彰顯這些努力之成果，包括研擬如何永續經營，以維護此一得來不易之成果和免於美國「特別三〇一條款」之年度壓力。

如時間與經費許可，亦將思考如何把過去的研究成果與經驗轉化為構建我國未來在 APEC 相關論壇可提出的專題（initiative），亦即將過去的研究成果彙整後，如何在 APEC 等國際的諮商架構下提出具體的措施，以爭取到國際的奧援並彰顯我國努力的績效等。

## 二、階段性目標之建立

除統計結果之外，依據我國國民所得與其他總體經濟環境之現況，修正尚須努力的政策方向，提供目標導向的政策規劃，以保護合法著作物，達到合理的盜版率。除驗證本團隊以往所訂定之短期（一至兩年）、中期（三至五年）、長期（六至十年）具體之操作指標外，並視需要加以修改。

### 第三節 研究執行架構

利用本研究團隊所建立的盜版率估算公式，追蹤台灣地區影音盜版率的長期變化，並分析其影響因素；以作為政府及業者在修訂政策及國際談判時的參考依據。本研究團隊擬將本計畫區分為兩子計畫，以利計畫之進行。

#### 一、執行方法

子計畫一為影音著作與電腦軟體盜版率之調查，由具市場調查承作能力的政治大學民意與市場調查研究中心負責。該研究中心為政治大學統計系設立，除提供校內外民意調查與市場調查之服務外，並以學術專業為企業界與政府提供掌握民意脈動與顧客需求的專業調查結果。

本子計畫之工作項目中，其一為影音著作與電腦軟體盜版率的長期追蹤，將持續與國內外影音著作與電腦軟體之相關權利人團體（如商業軟體協會 Business Software Alliance (BSA)、國際唱片工業聯盟 International Federation of Phonogram Industries (IFPI)、國際電影協會 Motion Picture Association (MPA) 等) 蒐集相關資料，作為政府參與各類國際貿易協商時之參考依據。其二為消費者行為民意調查，依上述影音著作與電腦軟體盜版率的評估方式，對臺灣地區民眾進行電話訪問調查以蒐集資料，並進行分析，提供子計畫二做為研究之依據。

子計畫二為影音著作與電腦軟體反盜版策略之研究，由具智慧財產、法律專業之政治大學智慧財產研究所負責，智財所搭配科技政策與法律研究中心，執行智慧財產相關研究計畫多年，已有顯著績效。

本子計畫之工作項目，乃根據前述長期追蹤之結果，分析既往政府及業界反盜版策略之績效良窳；再參考國際間取締盜版之現況、考量我國國情，從多方面著手，提出對短、中及長期策略的修正建議，尤其著重於網路等新型態的侵權問題以供政府及業界參考。

## 二、執行架構

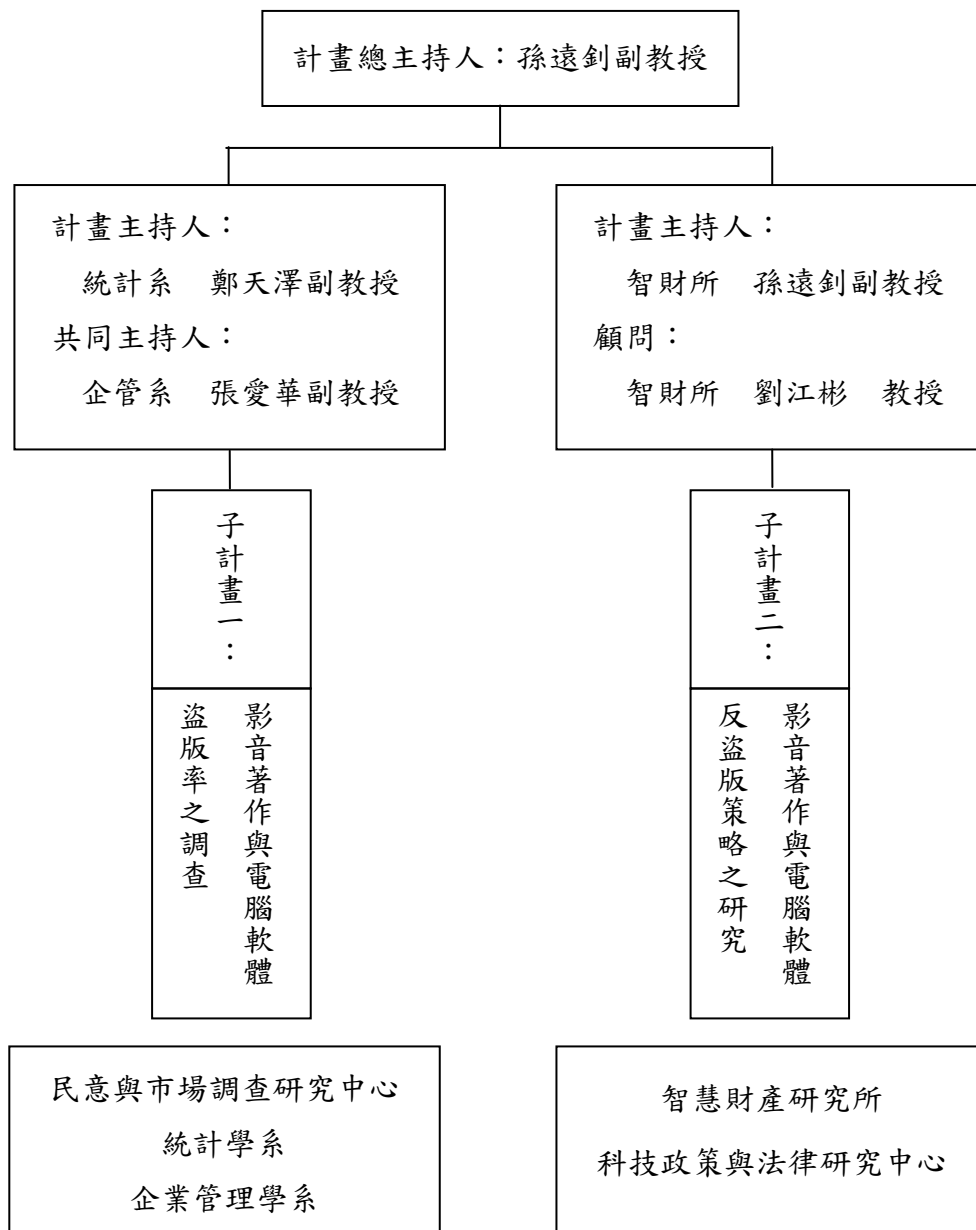


圖 1.3.1、執行架構圖

### 三、執行進度及查核點

本計畫預定之執行進度如下表所示：

表 1.3.1、執行進度表

民國 95 年 1 月 1 日至 95 年 12 月 31 日

年度 工作內容	95 年											
	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
1. 資料蒐集與整理	—————											
	.....											
2. 焦點團體座談				—————								
				.....								
3. 影音著作 消費者民意調查					—————							
					.....							
4. 電腦軟體 消費者民意調查						—————						
						.....						
5. 智慧財產權認知 調查							—————					
							.....					
6. 期中報告							—————					
							.....					
7. 反盜版策略 之研究						—————						
						.....						
8. 期末報告											—————	
											.....	

————— 表預估執行時間

..... 表實際執行時間

## 第四節 研究方法

本研究團隊將計畫區分為兩大計畫，一為影音著作與電腦軟體智慧財產權認知與盜版率之調查，一為影音著作與電腦軟體反盜版策略之研究，以利計畫之進行。

### 子計畫一：影音著作與電腦軟體盜版率之調查

#### 一、研究方法及進行步驟

##### (一) 盜版率估計公式及消費者調查的長期追蹤

依照本研究團隊所建立之影音著作與電腦軟體盜版率估計公式，針對台灣地區年滿 13 歲之一般民眾進行電話訪問調查。

##### (二) 盜版率估計公式的驗證與調整

將查禁仿冒商品小組、警察大隊等單位之查緝數據，及其他各種評估方式所得的結果，與本研究所使用之盜版率估計公式加以比較分析，並進行必要之修改調整，以更精確地估計台灣地區影音著作與電腦軟體盜版率。

#### 二、調查計畫

##### (一) 調查地區及對象

本計畫調查地區為台灣地區。焦點團體座談對象為學生、上班族、家庭主婦及自由業者；智慧財產權認知調查對象為年滿 13 歲之一般民眾；影音著作消費者民意調查對象為年滿 13 歲至 55 歲且最近一年有買過、燒錄過或接受親友贈送音樂 CD、影音 VCD/DVD 等形式之影音光碟（不包含色情光碟、遊戲及電腦軟體）或曾經從網路下載音樂或電影之一般民眾；電腦軟體消費者民意調查對象為年滿 13 歲至 55 歲且最近一年內購買電腦或安裝過電腦軟體（但不包含試用版及免費下載軟體）之一般民眾。

## (二) 調查實施期間

焦點團體座談於 2006 年 4 月 29 日實施；影音著作消費者民意調查期間為 2006 年 6 月 19 日至 2006 年 7 月 10 日；電腦軟體消費者民意調查期間為 2006 年 7 月 17 日至 2006 年 7 月 24 日；智慧財產權認知調查則預定於 2006 年 8 月 7 日至 2006 年 8 月 17 日實施。

## (三) 調查項目

### 1. 焦點團體 (focus group) 座談 (座談之逐字稿請參見附錄四)

- (1) 了解新興型態盜版技術以及所衍生之問題
- (2) 研究新興型態盜版問題之策略
- (3) 基本資料：年齡／教育程度／職業／居住地區／性別

### 2. 智慧財產權認知調查 (問卷請參見附錄一)

- (1) 受訪者對於智慧財產權的認識及觀念
- (2) 受訪者對購買盜版品的態度
- (3) 受訪者對於保護智慧財產權的意見
- (4) 受訪者對於相關執法單位及其宣傳活動的認知
- (5) 基本資料：年齡／教育程度／職業／居住地區／性別

### 3. 影音著作消費者民意調查 (問卷請參見附錄一)

- (1) 受訪者購買正版影音著作的數量 (最近三個月)
- (2) 受訪者購買盜版影音著作的數量 (最近三個月)

(3) 受訪者購買影音著作盜版品的管道及原因

(4) 基本資料：年齡／教育程度／職業／居住地區／性別

#### **4. 電腦軟體消費者民意調查 (問卷請參見附錄一)**

(1) 受訪者購買正版電腦軟體的數量 (最近三個月)

(2) 受訪者購買盜版電腦軟體的數量 (最近三個月)

(3) 受訪者購買電腦軟體盜版品的管道及原因

(4) 基本資料：年齡／教育程度／職業／居住地區／性別

電腦軟體涵蓋甚廣，不同的軟體也有不同的使用族群。由於此次調查對象為一般消費大眾，故調查重點將著重於商業應用軟體 (如：Microsoft Office Suite 等)。

### **(四) 調查方法**

#### **1. 調查方式**

本調查主要採用電話訪問方式進行，每個調查樣本電話至少打三次，如接觸樣本三次仍未能完成訪問時，則以替代樣本取代。電話訪問調查系統則採用玉瑪科技發展之電腦輔助電話訪問系統 (CATI 系統)。

以 CATI 系統調查不須再由人工編碼、鍵入資料，可避免人為錯誤。在訪問過程中可進行線上檢誤，即時修正編輯上的錯誤和明顯的矛盾，減少人員抄錄答案時的誤差，亦可同時進行線上即時資料分析，可迅速且正確得知調查結果，以進一步控制樣本配額。此系統不僅使調查更加便利及快速，更可以提高調查品質及增加效率。

## 2. 抽樣方法

本調查採用分層等比例隨機抽樣方式選取調查樣本。預計智慧財產權認知調查完成訪問之有效樣本數至少為 1,068 份。影音著作消費者民意調查完成訪問之有效樣本數至少為 2,400 份，電腦軟體消費者民意調查完成訪問之有效樣本數至少為 1,068 份。

## 3. 調查作業流程

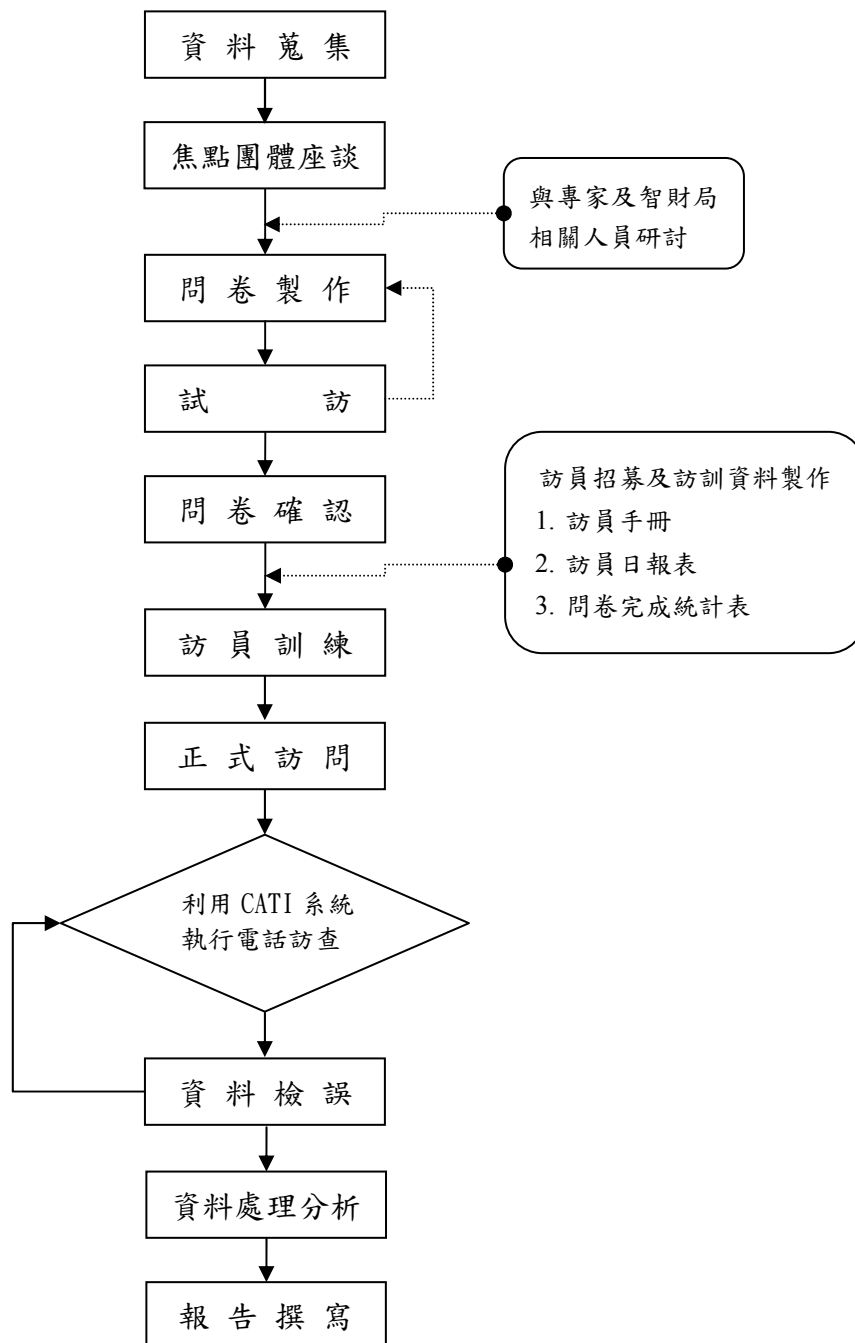


圖 1.4.1、調查作業流程圖



(五) 統計分析內容：

為估計母體參數，定義下列變數：

$Y_{hi}$  = 第  $h$  層 (縣市) 第  $i$  樣本擁有之影音著作或電腦軟體數量

$Y'_{hi}$  = 第  $h$  層 (縣市) 第  $i$  樣本擁有之非正版影音個數著作或電腦軟體數量

$W_h$  = 比例調整權數

1. 盜版率估計

$$\hat{P} = \sum_h \sum_i \left( \frac{Y'_{hi}}{Y_{hi}} \right) W_h \times 100\%$$

2. 次數分配分析

根據各題加權的樣本比率進行選項間的差異比較，必要時採用下列  $z$  檢定，以檢驗兩選項間百分比 ( $P_1$  和  $P_2$ ) 的差異：

$$Z = \frac{P_1 - P_2}{\sqrt{\frac{1}{n} [P_1 + P_2 - (P_1 - P_2)^2]}}$$

3. 交叉分析

以各題與基本資料的交叉表來分析民眾對各議題的看法與其基本特徵間的相關程度。必要時進一步採用卡方檢定。若交叉表的卡方顯著水準小於 5%，則認定兩變數間並非完全獨立。

## 子計畫二：影音著作與電腦軟體反盜版策略之研究

本子計畫之研究方法及進行步驟包括：

### 一、文獻蒐集、整理

蒐集 BSA、IFPI 及其他相關權利人團體等單位，各年度最新之研究報告及學術論文，並加以彙整。

### 二、理論分析與措施策略研擬

將所蒐集之次級資料加以分析，列出引起盜版的各種原因，以及反制的各項策略。運用管理、產業經濟以及法律學理，探討各項策略的效果以及法理上的可行性。

## 第二章 消費者影音著作物購買與下載行為之調查

### 第一節 調查方法

本研究分為三個調查進行，一為影音著作消費者民意調查，探討音樂 CD、影音 VCD/DVD (但不包含色情光碟、遊戲及電腦軟體) 的消費行為及網路下載的音樂、電影或影集的行為。二為電腦軟體消費者民意調查，探討電腦軟體的消費行為。三為智慧財產權認知調查，探討消費者對智慧財產權的認知與態度。

問卷設計係參酌國外之相關研究及與相關權利人團體、專家座談，以充分瞭解其對本研究之期望與認知，並透過二十位不同年齡層男女進行問卷預試，充分瞭解受訪者對於問卷的瞭解程度與作答難易度，並加以修正調整。

#### 一、 影音著作消費者民意調查

##### (一) 問卷之設計架構

透過問卷五大部分的不同功能，能夠有效測出消費者對於實體盜版及網路侵權的看法，其分別為第零部分—基本篩選；第一部分—音樂 CD 消費行為；第二部分—影音 VCD/DVD 消費行為；第三部分—網路下載行為及第四部分—基本資料。

其中，為探討盜版率的轉移，增加問卷第 5 題及第 8 題。整份問卷設計架構的功能及題目如下表 2.1.1 所示：

表 2.1.1、影音著作消費者民意調查之問卷設計架構表

功能	題目
<b>第零部份 基本篩選</b>	
篩選受訪者年齡介於 13 到 55 歲之間，且最近一年內有買過、燒錄過或接受親友贈送音樂 CD、影音 VCD/DVD，或從網路下載音樂、電影或影集之行為。	1. 請問您最近一年內有沒有買過、燒錄過或接受親友贈送音樂 CD、影音 VCD/DVD，但不包含色情光碟、遊戲及電腦軟體？
	2. 請問您最近一年內有沒有從網路下載音樂？
	3. 請問您最近一年內有沒有從網路下載電影或影集？
<b>第一部份 音樂 CD 消費行為</b>	
篩選擁有非正版音樂 CD 之受訪者，並計算其數量	4. 請問您最近三個月內買過、燒錄過或接受親友贈送的正版與非正版音樂 CD，總共約有幾片？
	5. 其中，正版有幾片？非正版有幾片？
瞭解受訪者取得非正版音樂 CD 之管道	6. 以下請教您取得非正版音樂 CD 的方式？
瞭解受訪者擁有非正版音樂 CD 之原因	7. 請問您擁有非正版音樂 CD 的原因為何？
<b>第二部分 影音 VCD/DVD 消費行為</b>	
篩選擁有非正版影音 VCD/DVD 之受訪者，並計算其數量	8. 請問您最近三個月內買過、燒錄過或親友贈送的正版或非正版影音 VCD/DVD，總共有幾部？
	9. 其中，正版有幾部？非正版有幾部？
瞭解受訪者取得非正版影音 VCD/DVD 之管道	10. 以下請教您取得非正版影音 VCD/DVD 的方式？
瞭解受訪者擁有非正版影音 VCD/DVD 之原因	11. 請問您擁有非正版影音 VCD/DVD 的原因為何？
<b>第三部分 網路下載行為</b>	
本研究定義「下載」為透過網路，將影音資料儲存到個人電腦如硬體、光碟片、隨身碟、Mp3 隨身聽等儲存設備的行為。	
篩選受訪者是否有網路下載音樂之行為	12. 請問您最近一年內有沒有從網路下載音樂？
瞭解受訪者從網路下載音樂之管道	13. 請問您是從哪裡下載音樂？

功能	題目
瞭解受訪者從網路下載音樂之網路服務	14. 請問您是透過何種網路服務下載音樂？
篩選受訪者最近一個月內是否有網路下載音樂之行為，並瞭解其數量與頻率	15. 請問您最近一個月內下載了幾次音樂？
	16. 請問您最近一個月內下載了幾首歌曲？
	17. 其中，有幾首是經過授權的？幾首是未授權的？
篩選受訪者是否有網路下載電影或影集之行為	18. 請問您最近一年內有沒有從網路下載電影或影集？
瞭解受訪者從網路下載電影或影集之管道	19. 請問您是從哪裡下載電影或影集？
瞭解受訪者從網路下載電影或影集之網路服務	20. 請問您是透過何種網路服務下載電影或影集？
篩選受訪者最近一個月內是否有網路下載電影或影集之行為，並瞭解其數量與頻率	21. 請問您最近一個月內下載了幾次電影或影集？
	22. 請問您最近一個月內下載電影或影集的數量為何？
	23. 其中，有幾部是經過授權的？幾部是未授權的？
<b>第四部分 基本資料</b>	
瞭解受訪者基本資料以便與各題項進行交叉分析	24. 請問您的年齡？
	25. 請問您的教育程度？
	26. 請問您的職業？
	27. 請問您個人每月平均所得？
	28. 請問您居住的縣市？
	29. 性別？

## (二) 調查範圍與對象

本計畫調查地區為台閩地區，調查對象為年滿 13 歲到 55 歲且最近一年內有買過、燒錄過或接受親友贈送音樂 CD、影音 VCD/DVD，或曾從網路下載音樂、電影或影集之一般民眾。

### (三) 調查期間

調查期間為 2006 年 6 月 19 日至 2006 年 7 月 10 日。

## 二、電腦軟體消費者民意調查

### (一) 問卷之設計架構

透過問卷三大部分的不同功能，能夠有效測出消費者對於實體盜版的看法，其分別為第零部分—基本篩選；第一部分—電腦軟體消費行為及第二部分—基本資料。

整份問卷設計架構的功能及題目如下表 2.1.2 所示：

表 2.1.2、電腦軟體消費者民意調查之問卷設計架構表

功能	題目
<b>第零部份 基本篩選</b>	
篩選受訪者年齡介於 13 到 55 歲之間，且最近一年內有購買電腦或安裝軟體之行為。	1. 請問您在家中最常使用的電腦是組裝的還是品牌電腦？
	2. 請問您的電腦是不是在最近一年內購買的？
	3. 請問您最近一年內是否在這台電腦安裝過電腦軟體，但不包含試用版及免費下載的軟體？
<b>第一部份 電腦軟體消費行為</b>	
篩選使用非正版作業系統之受訪者，並計算其數量	4. 請問您的電腦 作業系統有幾個？ 4.1 正版有幾個？ 4.2 非正版有幾個？ 4.3 不確定有幾個？
篩選使用非正版防毒軟體之受訪者，並計算其數量	5. 請問您的電腦 防毒軟體有幾個？ 5.1 正版有幾個？ 5.2 非正版有幾個？ 5.3 不確定有幾個？

功能	題目
篩選使用非正版繪圖軟體之受訪者，並計算其數量	6. 請問您的電腦 繪圖軟體有幾個？ 6.1 正版有幾個？ 6.2 非正版有幾個？ 6.3 不確定有幾個？
篩選使用非正版網頁製作軟體之受訪者，並計算其數量	7. 請問您的電腦網頁製作軟體有幾個？ 7.1 正版有幾個？ 7.2 非正版有幾個？ 7.3 不確定有幾個？
篩選使用非正版影音播放及影像編輯軟體之受訪者，並計算其數量	8. 請問您的電腦影音播放軟體及影像編輯軟體，總共有幾個？ 8.1 正版有幾個？ 8.2 非正版有幾個？ 8.3 不確定有幾個？
篩選使用非正版 Office 的受訪者	9. 請問您的電腦是否有安裝 Office？ 9.1 請問這套 Office 是正版還是非正版？
瞭解受訪者購買正版 Office 的價格	9.2 請問您花了多少錢買這套正版的 Office？
瞭解受訪者購買正版 Office 的管道	9.3 請問您是如何取得這套 Office
瞭解受訪者免費取得正版 Office 的原因	9.4 您是如何免費取得這套 Office？
瞭解受訪者不確定正版 Office 費用的原因	9.5 請問您不確定的原因為何？
瞭解受訪者取得非正版電腦軟體之管道	10. 所以您曾經安裝過非正版軟體，請問您如何取得？
瞭解受訪者取得非正版電腦軟體之原因	11. 請問您使用非正版軟體的原因有哪些？
<b>第二部分 基本資料</b>	
瞭解受訪者基本資料以便與各題項進行交叉分析	12. 請問您的年齡？
	13. 請問您的教育程度？
	14. 請問您的職業？
	15. 請問您個人每月平均所得？
	16. 請問您居住的縣市？
	17. 性別？

## (二) 調查範圍與對象

本計畫調查地區為台閩地區，調查對象為年滿 13 歲到 55 歲且最近一年內購買電腦或安裝過電腦軟體（但不包括試用版及免費下載之軟體）之一般民眾。

## (三) 調查期間

調查期間為 2006 年 7 月 17 日至 2006 年 7 月 24 日。

## 三、智慧財產權認知調查

### (一) 問卷之設計架構

透過問卷四大部分的不同功能，能夠有效測出消費者對於智慧財產權的看法，其分別為第一部分—對智慧財產權的認識及觀念；第二部分—對智慧財產權的認知態度；第三部分—對智慧財產權保護相關單位及宣傳活動的認知及第四部分—基本資料。

整份問卷設計架構的功能及題目如下表 2.1.3 所示：

表 2.1.3、智慧財產權認知調查之問卷設計架構表

功能	題目
<b>第一部份 智慧財產權的認識及觀念</b>	
瞭解民眾對智慧財產權保護的態度	1. 請問您認為智慧財產權需不需要受到保護？ 1.1 請問您認為保護智慧財產權主要是誰的責任呢？ 1.2 請問您認為不需要的原因有哪些？



功能	題目
瞭解民眾對智慧財產權侵犯的認知	2. 請問您認為以下行為是否侵犯智慧財產權？ <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 販賣或出租非正作品</li> <li>2.2 購買非正作品</li> <li>2.3 接受親友贈送非正作品</li> <li>2.4 購買正作品後，無限制的複製或燒錄以供自行使用</li> <li>2.5 購買正作品後，複製或燒錄以供他人使用</li> </ul>
<b>第二部分 對智慧財產權的認知態度</b>	
瞭解民眾對盜版品使用的認知	3. 以下請教您對於智慧財產權的一些看法，請表達您的認同程度： <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 當<u>正作品已經絕版</u>的時候，可以使用非正作品</li> <li>3.2 當非正作品的<u>價格</u>比正作品便宜的時候，可以使用非正作品</li> <li>3.3 當非正作品的<u>品質與內容</u>比正作品好的時候，可以使用非正作品</li> <li>3.4 接受親友贈送非正作品的行為是人之常情，不必太在意</li> <li>3.5 我們應該留意自己有沒有侵犯到別人的智慧財產權</li> </ul>
<b>第三部分 對智慧財產權保護相關單位及宣傳活動的認知</b>	
瞭解民眾對智慧財產權保護相關單位及宣傳活動的認知	4. 請問您認為目前我國侵犯智慧財產權的情況嚴不嚴重？ <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1 請問您認為嚴重的原因有哪些？</li> </ul>
	5. 請問您認為保護智慧財產權的有效方法有哪些？
	6. 「我國已有保護智慧財產權的相關法令」，請問您知不知道？
	7. 就您所知，我國負責保護智慧財產權的政府有關單位有哪些？
	8. 請問您最近三個月內，有沒有得到保護智慧財產權的相關宣導訊息？頻率為何？

功能	題目
	9. 請問您認為這些訊息對於智慧財產權的保護有沒有幫助？
	10. 請問您得到這些訊息的管道有哪些？
<b>第四部分 基本資料</b>	
瞭解受訪者基本資料以便與各題項進行交叉分析	11. 請問您的年齡？
	12. 請問您的教育程度？
	13. 請問您的職業？
	14. 請問您個人每月平均所得？
	15. 請問您居住的縣市？
	16. 性別？

## (二) 調查範圍與對象

本計畫調查地區為台閩地區，調查對象為年滿 13 歲之一般民眾。

## (三) 調查期間

調查期間為 2006 年 8 月 7 日至 2006 年 8 月 17 日。

## 第二節 樣本結構

我們將詳列影音著作消費者民意調查 (自 2006 年 6 月 19 日到 2006 年 7 月 10 日止，共計 2,400 份有效問卷)、電腦軟體消費者民意調查 (自 2006 年 7 月 17 日到 2006 年 7 月 24 日止，共計 1,072 份有效問卷) 及智慧財產權認知調查 (自 2006 年 8 月 7 日到 2006 年 8 月 17 日止，共計 1,068 份有效問卷) 之統計分析結果，其人口變項結構分佈，即受訪者的基本資料：性別／年齡／教育程度／職業／每月平均所得／居住地區。

因調查分析之便將受訪者每月平均所得分為低所得（0~20,000 元）、中所得（20,001~50,000 元）及高所得（50,001 元以上）；居住地區分為北部地區（台北市、台北縣、基隆市、宜蘭縣、桃園縣、新竹縣、新竹市）、中部地區（苗栗縣、台中縣、台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣）、南部地區（嘉義縣、嘉義市、台南縣、台南市、高雄縣、屏東縣、高雄市）、東部地區（花蓮縣、台東縣）及離島地區（澎湖縣、金門縣、連江縣）。

## 一、影音著作消費者民意調查

表 2.2.1、影音著作消費者民意調查之受訪者性別

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>
男	1,189	49.5
女	1,211	50.5

表 2.2.2、影音著作消費者民意調查之受訪者年齡

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>
13~19 歲	695	29.0
20~29 歲	680	28.3
30~39 歲	540	22.5
40~49 歲	340	14.2
50~55 歲	145	6.0

表 2.2.3、影音著作消費者民意調查之受訪者教育程度

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>
國小以下	35	1.5
國中	307	12.8
高中(職)	762	31.8
專科	398	16.6
大學	780	32.5
研究所以上	118	4.9

表 2.2.4、影音著作消費者民意調查之受訪者職業

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>
民意代表／民營企業負責人	13	0.5
民營企業主管或一般員工【白領上班族】	502	20.9
自營商【水電行／瓦斯行／雜貨店／服飾行等】	115	4.8
專業人員【醫師／律師／工程師／演員／作家／記者／編輯等】	208	8.7
勞力工作者【農林漁牧／司機／店員等】	166	6.9
軍公教人員	170	7.1
學生	926	38.6
家管	179	7.5
退休／待業中／無業	117	4.9
自由業	4	0.2

表 2.2.5、影音著作消費者民意調查之受訪者每月平均所得

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>
低所得	1,252	52.2
中所得	817	34.0
高所得	312	13.0
未回答	19	0.8

表 2.2.6、影音著作消費者民意調查之受訪者居住地區

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>
北部地區	1,077	44.9
中部地區	584	24.3
南部地方	656	27.3
東部地區	69	2.9
離島地區	14	0.6

## 二、電腦軟體消費者民意調查

表 2.2.7、電腦軟體消費者民意調查之受訪者性別

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,072</b>	<b>100.0</b>
男	563	52.5
女	509	47.5

表 2.2.8、電腦軟體消費者民意調查之受訪者年齡

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,072</b>	<b>100.0</b>
13~19 歲	316	29.5
20~29 歲	335	31.3
30~39 歲	234	21.8
40~49 歲	133	12.4
50~55 歲	54	5.0

表 2.2.9、電腦軟體消費者民意調查之受訪者教育程度

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,072</b>	<b>100.0</b>
國小以下	8	0.7
國中	126	11.8
高中(職)	311	29.0
專科	183	17.1
大學	381	35.5
研究所以上	63	5.9

表 2.2.10、電腦軟體消費者民意調查之受訪者職業

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,072</b>	<b>100.0</b>
民意代表／民營企業負責人	6	0.6
民營企業主管或一般員工【白領上班族】	211	19.7
自營商【水電行／瓦斯行／雜貨店／服飾行等】	46	4.3
專業人員【醫師／律師／工程師／演員／作家／記者／編輯等】	109	10.2
勞力工作者【農林漁牧／司機／店員等】	49	4.6
軍公教人員	85	7.9
學生	455	42.4
家管	53	4.9
退休／待業中／無業	57	5.3
自由業	1	0.1

表 2.2.11、電腦軟體消費者民意調查之受訪者每月平均所得

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,072</b>	<b>100.0</b>
低所得	594	55.4
中所得	325	30.3
高所得	149	13.9
未回答	4	0.4

表 2.2.12、電腦軟體消費者民意調查之受訪者居住地區

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,072</b>	<b>100.0</b>
北部地區	540	50.4
中部地區	227	21.2
南部地區	292	27.2
東部地區	11	1.0
離島地區	2	0.2

### 三、智慧財產權認知調查

表 2.2.13、智慧財產權認知調查之受訪者性別

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
男	568	53.2
女	500	46.8

表 2.2.14、智慧財產權認知調查之受訪者年齡

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
13~19 歲	124	11.6
20~29 歲	213	20.0
30~39 歲	203	19.0
40~49 歲	208	19.4
50~55 歲	153	14.4
60 歲以上	167	15.7

表 2.2.15、智慧財產權認知調查之受訪者教育程度

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
國小以下	36	3.4
國中	131	12.3
高中 (職)	338	31.7
專科	209	19.6
大學	298	27.9
研究所以上	56	5.2

表 2.2.16、智慧財產權認知調查之受訪者職業

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
民意代表／民營企業負責人	6	0.5
民營企業主管或一般員工【白領上班族】	193	18.1
自營商【水電行／瓦斯行／雜貨店／服飾行等】	72	6.7
專業人員【醫師／律師／工程師／演員／作家／記者／編輯等】	90	8.4
勞力工作者【農林漁牧／司機／店員等】	145	13.6
軍公教人員	94	8.8
學生	195	18.2
家管	118	11.0
退休／待業中／無業	154	14.4
自由業	2	0.2

表 2.2.17、智慧財產權認知調查之受訪者每月平均所得

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
低所得	475	44.5
中所得	387	36.3
高所得	198	18.5
未回答	8	0.8



表 2.2.18、智慧財產權認知調查之受訪者居住地區

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
北部地區	476	44.6
中部地區	264	24.7
南部地區	290	27.1
東部地區	32	3.0
離島地區	5	0.5

### 第三節 趨勢分析

#### 一、影音著作消費者民意調查

##### (一) 針對最近一年內是否買過、燒錄過或接受親友贈送音樂 CD、影音 VCD/DVD 等形式之影音光碟

由表 2.3.1 可知，自 2004 年至 2006 年止，「有」買過、燒錄過或接受親友贈送音樂 CD、影音 VCD/DVD 的受訪者，其比例降低 11.2%，但增加 10.3%「沒有」買過、燒錄過或接受親友贈送音樂 CD、影音 VCD/DVD 等形式之影音光碟，但有網路下載音樂行為，顯示受訪者從網路下載音樂的比例已有顯著的成長。

表 2.3.1、受訪者最近一年內有沒有買過、燒錄過或接受親友贈送音樂 CD、影音 VCD/DVD 等形式之影音光碟，或從網路下載音樂或電影、影集

	2004		2005		2006	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>
有買過、燒錄過或接受親友贈送 影音光碟	1,952	81.3	1,763	73.4	1,682	70.1
沒買過、燒錄過，也沒接受親友 贈送，但有網路下載音樂之行為	430	17.9	618	25.8	677	28.2
沒買過、燒錄過，也沒接受親友 贈送，沒有從網路下載音樂 但有網路下載電影或影集之行為	18	0.8	19	0.8	41	1.7

## (二) 受訪者取得非正版音樂 CD 的管道

由表 2.3.2 可知，受訪者取得非正版音樂 CD 的管道，分為「親友贈送」、「自行燒錄」及「傳統管道」等三個取得來源。

「親友贈送」為受訪者取得非正版音樂 CD 的主要管道，且其比例逐年上升；而「自行燒錄」的比例自 2004 年至 2005 年止，上升了 7.4%，但 2006 年與 2005 年的比例並無明顯差異。

就「傳統管道」而言，2004 年為 35.8%，2005 年為 12.8%，2006 年為 8.4%，有逐年下降的趨勢，顯示警政單位在查緝盜版上的成效不容小覷。

表 2.3.2、受訪者取得非正版音樂 CD 的管道

年份	2004		2005		2006	
回答人數	592		556		598	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>759</b>	<b>128.2</b>	<b>651</b>	<b>117.1</b>	<b>676</b>	<b>113.0</b>
親友贈送	345	58.3	351	63.1	394	65.9
自行燒錄	187	31.6	217	39.0	232	38.8
傳統管道 (夜市、路邊攤及電腦商場、超市、唱片行、郵購、型錄等)	212	35.8	71	12.8	50	8.4
不一定／不知道	15	2.5	12	2.2	-	-

\*此題為複選題

### (三) 受訪者取得非正版音樂 CD 的原因

從表 2.3.3 可知，受訪者取得非正版音樂 CD 的原因主要為「價格便宜」，但其比例下降了 15.6% (自 2004 年的 54.2% 下降至 2006 年的 38.6%)。

「購買或取得方便」的比例增加了 16.1% (自 2004 年的 22.0% 上升至 2006 年的 38.1%)；而「親友贈送，難拒絕好意」增加了 10.6% (自 2004 年的 24.2% 上升至 2006 年的 34.8%)。

表 2.3.3、受訪者取得非正版音樂 CD 的原因

年份	2004		2005		2006	
回答人數	592		556		598	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>754</b>	<b>127.5</b>	<b>702</b>	<b>126.3</b>	<b>783</b>	<b>130.9</b>
價格便宜	321	54.2	222	39.9	231	38.6
購買或取得方便	130	22.0	158	28.4	228	38.1
親友贈送，難拒絕好意	143	24.2	191	34.4	208	34.8
選擇種類豐富	71	12.0	61	11.0	74	12.4
非整片喜歡	11	1.9	-	-	16	2.7
試聽	9	1.5	33	5.9	11	1.8
現為絕版片	-	-	12	2.2	8	1.3
非正版的發行速度快	25	4.2	-	-	-	-
無收藏價值	14	2.4	-	-	-	-
其他	6	1.0	25	4.5	7	1.2
不一定／不知道	24	4.1	-	-	-	-

\*此題為複選題

#### (四) 受訪者取得非正版影音 VCD/DVD 的管道

由表 2.3.4 可知，受訪者取得非正版影音 VCD/DVD 的管道，分為「親友贈送」、「自行燒錄」及「傳統管道」等三個取得來源。

「親友贈送」為受訪者取得非正版影音 VCD/DVD 的主要管道，但 2004 年起至 2006 年止，比例並無明顯差異。

「自行燒錄」的比例自 2004 年至 2005 年止，上升了 5.6%，但 2006 年與 2005 年的比例並無明顯差異。

就「傳統管道」而言，2004 年的比例為 31.6%，2005 年為 16.3%，2006 年為 11.5%，有逐年下降的趨勢，顯示警政單位在查緝盜版上的成效不容小覷。

表 2.3.4、受訪者取得非正版影音 VCD/DVD 的管道

年份	2004		2005		2006	
回答人數	402		417		321	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>505</b>	<b>125.6</b>	<b>484</b>	<b>116.1</b>	<b>353</b>	<b>110.0</b>
親友贈送	270	67.2	283	67.9	214	66.7
自行燒錄	98	24.4	125	30.0	102	31.8
傳統管道 (夜市、路邊攤及電腦商場、超市，唱片行，郵購、型錄等)	127	31.6	68	16.3	37	11.5
不一定/不知道	10	2.5	8	1.9	-	-

\*此題為複選題

#### (五) 受訪者取得非正版影音 VCD/DVD 的原因

從表 2.3.5 可知，受訪者取得非正版影音 VCD/DVD 的原因主要為「價格便宜」，且其比例自 2005 年的 39.8% 上升至 2006 年的 49.2%。

「購買或取得方便」的比例在 2004 年為 20.4%，2005 年為 25.9%，2006 年為 37.1%，有逐年上升的趨勢，而「親友贈送，難拒絕好意」的比例自 2005 年的 41.0% 下降至 2006 年的 30.8%。

表 2.3.5、受訪者取得非正版影音 VCD/DVD 的原因

年份	2004		2005		2006	
回答人數	402		417		321	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>503</b>	<b>125.2</b>	<b>533</b>	<b>127.8</b>	<b>443</b>	<b>138.0</b>
價格便宜	197	49.0	166	39.8	158	49.2
購買或取得方便	82	20.4	108	25.9	119	37.1
親友贈送	118	29.4	171	41.0	99	30.8
非正版的發行速度快	30	7.5	23	5.5	25	7.8
選擇種類豐富	26	6.5	15	3.6	17	5.3
無聊可以打發時間	-	-	18	4.3	12	3.7
現為絕版片	-	-	-	-	4	1.2
燒錄當備份	4	1.0	-	-	-	-
其他	20	4.9	15	3.6	9	2.8
不一定/不知道	26	6.5	17	4.1	-	-

\*此題為複選題

#### (六) 受訪者最近一年內是否曾經從網路下載音樂

由表 2.3.6 可知，2006 年的受訪者曾經從網路下載音樂的比例，較 2005 年下降了 3.7%。

表 2.3.6、受訪者最近一年內是否曾經從網路下載音樂

年份	2004		2005		2006	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>
是	1,330	55.4	1,506	62.8	1,418	59.1
否	1,070	44.6	894	37.2	982	40.9

### (七) 受訪者從網路下載音樂的管道及網路服務

由表 2.3.7 及表 2.3.8 可知，受訪者下載音樂的管道中，「網站」的比例在 2004 年為 65.0%，2005 年為 60.6%，2006 年為 53.7%，有逐年下降的趨勢，而「P2P 軟體」的比例在 2004 年為 36.5%，2005 年為 45.0%，2006 年為 50.9%，則呈現大幅成長。

受訪者使用的網路服務主要為「ADSL」，且其比例在 2004 年為 84.8%，2005 年為 89.4%，2006 年為 91.3%，有逐年上升的趨勢。

表 2.3.7、受訪者下載音樂的管道

年份	2004		2005		2006	
回答人數	1,330		1,506		1,418	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,523</b>	<b>114.5</b>	<b>1,762</b>	<b>102.5</b>	<b>1,453</b>	<b>102.5</b>
網站(如：屁屁音樂網、天馬音樂網、 Yahoo! 奇摩音樂)	865	65.0	913	60.6	761	53.7
P2P 軟體 (如：BT、ClubBox、eDonkey 、eMule、ezPeer、Foxy、KaZaA)	485	36.5	677	45.0	722	50.9
InstantMessenger 即時通訊軟體 (如 MSN 或 Yahoo! Messenger)	56	4.2	76	5.0	73	5.1
FTP 站	79	5.9	58	3.9	52	3.7
E-mail	20	1.5	24	1.6	29	2.0
其他	18	1.4	14	0.9	5	0.4

表 2.3.8、受訪者下載音樂所使用的網路服務

年份	2004		2005		2006	
回答人數	1,330		1,506		1,418	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,347</b>	<b>101.3</b>	<b>1,544</b>	<b>102.5</b>	<b>1,453</b>	<b>102.5</b>
ADSL	1,128	84.8	1,346	89.4	1,294	91.3
T1 (如區域網路等)/學術網路	62	4.7	79	5.2	86	6.1
Cable	116	8.7	93	6.2	72	5.1
撥接	12	0.9	-	-	1	0.1
其他	29	2.2	26	1.7	-	-

\*此題為複選題，僅 2004 年~2006 年調查

#### (八) 受訪者最近一年內是否曾經由網路下載電影或影集

由表 2.3.9 可知，2006 年的受訪者曾經從網路下載電影或影集的比例，較 2005 年微幅增加了 1.6%。

表 2.3.9、受訪者最近一年內是否曾經由網路下載電影或影集

年份	2004		2005		2006	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>
是	264	11.0	326	13.6	365	15.2
否	2,136	89.0	2,074	86.4	2,035	84.8

#### (九) 受訪者從網路下載電影或影集之管道及網路服務

由表 2.3.10 及表 2.3.11 可知，受訪者下載電影或影集的管道中，「P2P 軟體」的比例在 2004 年為 33.0%，2005 年為 52.1%，2006 年為 60.8%，則呈現大幅成長；而「網站」的比例在 2004 年為 54.9%，2005 年為 50.0%，2006 年為 41.9%，有逐年下降的趨勢。



受訪者使用的網路服務主要為「ADSL」，且其比例在 2004 年為 80.7%，2005 年為 82.5%，2006 年為 88.2%，有逐年上升的趨勢。

表 2.3.10、受訪者下載電影或影集的管道

年份	2004		2005		2006	
回答人數	264		326		365	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>296</b>	<b>112.1</b>	<b>385</b>	<b>118.1</b>	<b>412</b>	<b>112.9</b>
P2P 軟體(如：BT、ClubBox、eDonkey、eMule、ezPeer、Foxy、KaZaA)	87	33.0	170	52.1	222	60.8
網站	145	54.9	163	50.0	153	41.9
FTP 站	58	22.0	39	12.0	26	7.1
InstantMessenger 即時通訊軟體 (如 MSN 或 Yahoo! Messenger)	-	-	-	-	8	2.2
其他	6	2.3	13	4.0	3	0.8

\*此題為複選題，僅 2004 年~2006 年調查

表 2.3.11、受訪者下載電影或影集所使用的網路服務

年份	2004		2005		2006	
回答人數	264		326		365	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>271</b>	<b>102.7</b>	<b>337</b>	<b>103.4</b>	<b>380</b>	<b>104.1</b>
ADSL	213	80.7	269	82.5	322	88.2
Cable	30	11.4	29	8.9	36	9.9
T1 (如區域網路等)/學術網路	22	8.3	36	11.0	21	5.8
其他	6	2.3	3	0.9	1	0.3

\*此題為複選題，僅 2004 年~2006 年調查

## 二、電腦軟體消費者民意調查

### (一) 受訪者在家中最常使用的電腦是組裝的還是品牌電腦

由表 2.3.12 可知，不論是「組裝電腦」或是「品牌電腦」，2005 年受訪者使用的比例與 2006 年並無明顯差異。

表 2.3.12、受訪者在家中最常使用的電腦是組裝的還是品牌電腦

年份	2005		2006	
	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,500</b>	<b>100.0</b>	<b>1,072</b>	<b>100.0</b>
組裝電腦	844	56.3	619	57.7
品牌電腦	656	43.7	453	42.3

### (二) 最近一年內受訪者是否購買電腦，或在其電腦安裝過電腦軟體，但不包含試用版及免費下載的軟體

由表 2.3.13 可知，2005 年受訪者「最近一年內購買電腦」或「最近一年內在其電腦內安裝過電腦軟體，但不包含試用版及免費下載的軟體」的比例與 2006 年並無明顯差異。

表 2.3.13、最近一年內受訪者是否購買電腦，或在其電腦安裝過電腦軟體，但不包含試用版及免費下載的軟體

年份	2005		2006	
	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,500</b>	<b>100.0</b>	<b>1,072</b>	<b>100.0</b>
最近一年內購買電腦	621	41.4	446	41.6
最近一年內在其電腦安裝過電腦軟體， 但不包含試用版及免費下載的軟體	879	58.6	626	58.4

### (三) 受訪者的電腦是否有安裝 Office

由表 2.3.14 可知，2005 年之受訪者在其使用之電腦上安裝 Office 的比例比 2006 年略降 3.6%。

表 2.3.14、受訪者的電腦是否有安裝 Office

年份	2005		2006	
	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,500</b>	<b>100.0</b>	<b>1,500</b>	<b>100.0</b>
是	1,346	89.7	1,346	89.7
否	154	10.3	154	10.3

### (四) 受訪者的 Office 是正版還是非正版

由表 2.3.15 可知，2005 年受訪者使用正版 Office 的比例較 2006 下降 1.1%，但使用非正版 Office 的比例則下降 3.4%。

表 2.3.15、受訪者的 Office 是正版還是非正版

年份	2005		2006	
	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,346</b>	<b>100.0</b>	<b>923</b>	<b>100.0</b>
正版	841	62.5	567	61.4
非正版	323	24.0	190	20.6
不確定	182	13.5	166	18.0

### (五) 受訪者花了多少錢購買這套正版 Office

由表 2.3.16 可知，2005 年受訪者付費取得正版 Office 的比例略微下降，但免費取得的比例則上升了 3.8%。

表 2.3.16、受訪者花了多少錢購買這套正版 Office

年份	2005		2006	
	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>841</b>	<b>100.0</b>	<b>567</b>	<b>100.0</b>
付費取得	81	9.6	44	7.8
免費取得	166	19.7	133	23.5
不確定	594	70.6	390	68.8

#### (六) 受訪者購買正版 Office 的費用

由表 2.3.17 可知，2006 年受訪者付出「1~2,999 元」取得正版 Office 的比例，較 2005 年大幅滑落近 20%，但付出「3,000~5,999 元」以及「6,000~8,999 元」卻分別大幅提升了 5%及 13%，顯示付費取得 Office 的價格結構起了很大的變化。

表 2.3.17、受訪者購買正版 Office 的費用

年份	2005		2006	
	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>	<b>44</b>	<b>100.0</b>
1~ 2,999 元	27	33.3	6	13.6
3,000~ 5,999 元	16	19.8	11	25.0
6,000~ 8,999 元	10	12.3	11	25.0
9,000~11,999 元	6	7.4	3	6.8
12,000~14,999 元	1	1.2	0	0
15,000~17,999 元	1	1.2	4	9.1
18,000~20,999 元	5	6.2	2	4.5
24,000~26,999 元	3	3.7	1	2.3
27,000 元以上	12	14.8	6	13.6

#### (七) 受訪者如何取得這套正版 Office

由表 2.3.18 可知，2006 年受訪者由隨機版取得正版 Office 的比例較 2005 年大幅提高 42.0%，經由贈品（含親友幫忙安裝／贈送、抽獎等）取得的比例則大幅下降約

30%，經由學校（公司）等授權校內學生（公司員工）使用的比例大幅下降約 11%。  
顯示受訪者免費取得正版 Office 的管道，已產生結構性的變化。

表 2.3.18、受訪者如何取得這套正版 Office

年份	2005		2006	
	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>166</b>	<b>100.0</b>	<b>133</b>	<b>100.0</b>
學校（公司）等授權校內學生（公司員工） 使用	51	30.7	26	19.5
贈品（含親友幫忙安裝／贈送、抽獎等）	104	62.7	44	33.1
買來就已預裝，為隨機版	9	5.4	63	47.4
未回答	2	1.2	-	-

#### (八) 受訪者不確定的原因

由表 2.3.19 可知，受訪者「不確定花多少錢購買正版 Office」的主要原因中，2006 年由「他人安裝」的比例較 2005 年大幅上升了 23%，但「買來就以預裝」的比例則大幅滑落了約 15%。

表 2.3.19、受訪者不確定花費多少錢購買正版 Office 的原因

年份	2005		2006	
	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>594</b>	<b>100.0</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>
買來就已預裝	309	52.0	140	35.9
忘記了	178	30.0	90	23.1
他人安裝	107	18.0	160	41.0

#### (九) 受訪者使用的電腦軟體是否皆為正版

由表 2.3.20 可知，2006 年受訪者完全所使用的電腦軟體皆為正版的比例提高了 7.5%，顯示有愈來愈多的受訪者願意使用正版的電腦軟體。

表 2.3.20、受訪者使用的電腦軟體是否皆為正版

年份	2005		2006	
	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,500</b>	<b>100.0</b>	<b>1,072</b>	<b>100.0</b>
是	919	61.3	737	68.8
否	581	38.7	335	31.3

## (十) 受訪者取得非正版電腦軟體的管道

由表 2.3.21 可知，受訪者取得非正版電腦軟體的管道中，2006 年由「親友安裝／贈送」的比例較 2005 年下降 5.6%，但「自行燒錄」的比例則下降了 4.7%。

表 2.3.21、受訪者取得非正版電腦軟體的管道

年份	2005		2006	
	次數	百分比	次數	百分比
<b>回答人數</b>	<b>581</b>		<b>335</b>	
<b>總和</b>	<b>769</b>	<b>132.4</b>	<b>402</b>	<b>120.0</b>
親友安裝／贈送	409	70.4	217	64.8
網路下載	225	38.7	127	37.9
電腦商場、一般商店	34	5.9	28	8.4
自行燒錄	57	9.8	17	5.1
網站商店	2	0.3	6	1.8
夜市、路邊攤	4	0.7	5	1.5
人員直銷方式	11	1.9	2	0.6
網路拍賣	4	0.7	-	-
郵購、型錄	1	0.2	-	-
網路交換	2	0.3	-	-
購買電腦時，電腦商家提供的非正作品	4	0.7	-	-
不一定／不知道	16	2.8	-	-

\*此題為複選題

### (十一) 受訪者取得非正版電腦軟體的原因

由表 2.3.22 可知，受訪者取得非正版電腦軟體的原因中，2006 年認為「價格便宜」或「購買或取得方便」比例與 2005 年並無明顯差異，但「親友贈送，難拒絕好意」則下降了 6.8%。

表 2.3.22、受訪者取得非正版電腦軟體的原因

年份	2005		2006	
回答人數	581		335	
	次數	百分比	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>744</b>	<b>128.1</b>	<b>418</b>	<b>124.8</b>
價格便宜	294	50.6	177	52.8
購買或取得方便	296	50.9	164	49.0
非正版的發行速度快	10	1.7	8	2.4
親友贈送，難拒絕好意	126	21.7	50	14.9
購買正版產品前的試用	9	1.5	16	4.8
未回答或其他	9	1.5	3	0.9

\*此題為複選題

## 第三章 盜版率統計分析

### 第一節 盜版率定義與計算<sup>7</sup>

#### 一、影音著作消費者民意調查

本節將計算 2006 年音樂 CD 盜版率、影音 VCD/DVD 盜版率、網路音樂未購持有率及網路電影未購持有率，並就受訪者基本資料（性別、年齡、教育程度、職業、每月平均所得及居住地區）及網路下載行為等題項分析盜版率的消長。

在音樂 CD 盜版率及影音 VCD/DVD 盜版率方面，我們沿用 2004 年調查的定義，將個人持有的音樂 CD 與影音 VCD/DVD 的實體光碟分成三類：正版、非正版及不確定，依此計算個人乃至於我國 13 到 55 歲民眾的盜版率。

在網路音樂未購持有率及網路電影未購持有率的方面，自受訪者最近一個月內下載的影音資料中，扣除其所認定已授權的部份，所餘下載數量相對於全部下載數量的比率，代表其「網路未購持有率」。

由於下載行為是決定未付費購買的主要因素，因此我們對下載行為做了更周延的定義：「下載」是指透過網路，將影音資料儲存到個人電腦如硬體、光碟片、隨身碟、MP3 隨身聽等儲存設備的行為。因網路下載音樂行為未必完全不合法，因此我們採用合法授權的概念來界定，以此計算網路音樂未購持有率；而網路下載電影行為在我國並未合法，部分受訪者認知為「從網路下載付費的電影或影集即經過授權」而致使調查結果得到的網路電影未購持有率非 100.0%。

---

<sup>7</sup>參見附錄五、盜版率計算公式。



另外，關於現今流行的網路影音試聽版，由於大部分受訪者將「試聽」認知為合法授權，因此本研究將「試聽」包含在已授權的部分。

限於問卷設計及受訪者作答困難，「網路未購持有率」的計算上並未針對「未付費、未授權率」做更進一步的探討。

## 二、電腦軟體消費者民意調查

本節將計算今年的電腦軟體（作業系統、防毒軟體、繪圖軟體、網頁製作軟體、影音播放及影像編輯軟體、文書軟體）盜版率，並就受訪者基本資料（性別、年齡、教育程度、職業、每月平均所得及居住地區）及其使用電腦類型、安裝電腦軟體之動機及其來計算盜版率。

本調查所有盜版率的計算，皆比照影音著作消費者行為調查的定義，將個人持有的電腦軟體分成三類：正版、非正版及不確定，依此計算個人乃至於全國 13~55 歲民眾的盜版率。

就受訪者使用電腦類型而言，我們對「組裝電腦」的定義如下：自行選擇各種配件，由自己或委託他人、廠商代為組裝。而「品牌電腦」即為「套裝電腦」。就受訪者安裝電腦軟體之動機，我們區分受訪者為兩大類以更詳盡地探討電腦軟體盜版率的分析：其一為受訪者是否在最近一年內購買電腦，其二為受訪者最近一年內是否在其電腦安裝過電腦軟體（但不包含試用版及免費下載的軟體）。

## 第二節 盜版率與受訪者基本資料之交叉分析

### 一、影音著作消費者民意調查

#### (一) 盜版率與受訪者基本資料之交叉分析

##### 1. 音樂 CD 盜版率—依受訪者基本資料區分

由表 3.2.1 可知，就性別而言，「男性」(43.9%) 的音樂 CD 盜版率顯著高於「女性」(38.3%)；就年齡層而言，「20~29 歲」(49.3%) 顯著高於其他年齡層，而「50~55 歲」(29.5%) 顯著低於其他年齡層。就每月平均所得而言，「中所得」(44.0%) 的盜版率顯著高於「高所得」(33.0%)，而「低所得」的盜版率則為 41.3%。

但就教育程度、職業別及居住地區而言，音樂 CD 盜版率並無顯著差異。

##### 2. 影音 VCD/DVD 盜版率—依受訪者基本資料區分

由表 3.2.1 可知，就年齡層而言，「20~29 歲」(62.3%) 的影音 VCD/DVD 盜版率顯著高於其他年齡層，而「50~55 歲」(31.5%) 顯著低於其他年齡層。就每月平均所得而言，「中所得」(52.0%) 的盜版率顯著高於「高所得」(35.1%)，而「低所得」的盜版率則為 49.6%。

但就性別、教育程度、職業別及居住地區而言，影音 VCD/DVD 盜版率並無顯著差異。

表 3.2.1、音樂 CD、影音 VCD/DVD 盜版率—依受訪者基本資料區分

	音樂 CD			影音 VCD/DVD		
	個數	盜版率	卡方檢定 P-value	個數	盜版率	卡方檢定 P-value
<b>總和</b>	<b>1,215</b>	<b>40.8</b>		<b>651</b>	<b>47.5</b>	
<b>【性別】</b>			0.017*			0.593
男	541	43.9		307	48.6	
女	674	38.3		344	46.6	
<b>【年齡】</b>			0.000*			0.000*
13~19 歲	266	39.5		131	53.4	
20~29 歲	341	49.3		183	62.3	
30~39 歲	311	40.7		178	38.3	
40~49 歲	204	33.8		112	38.0	
50~55 歲	93	29.5		47	31.5	
<b>【教育程度】</b>			0.743			0.956
國小以下	13	51.5		7	51.4	
國中	111	37.3		51	44.4	
高中 (職)	386	40.9		167	49.0	
專科	215	43.4		112	48.5	
大學	423	39.7		257	46.4	
研究所以上	67	43.2		57	49.1	
<b>【職業】</b>			0.303			0.521
民意代表/民營企業負責人	6	71.3		3	11.1	
民營企業主管或一般員工	293	41.4		173	48.1	
自營商	80	33.4		32	37.3	
專業人員	112	45.4		67	45.8	
勞力工作者	79	39.8		42	44.4	
軍公教人員	113	39.7		65	45.8	
學生	365	41.1		179	53.6	
家管	105	36.4		58	43.9	
退休/待業中/無業	60	46.3		31	43.6	
自由業	2	12.5		1	0.0	
<b>【每月平均所得】</b>			0.010*			0.006*
低所得	535	41.3		276	49.6	
中所得	464	44.0		244	52.0	
高所得	205	33.0		130	35.1	
未回答	11	25.9		1	0.0	

<b>【居住地區】</b>	0.415		0.906	
北部地區	548	40.6	306	47.4
中部地區	298	40.8	155	44.6
南部地區	327	43.0	165	51.0
東部地區	35	24.5	23	40.0
離島地區	7	40.5	2	100.0

\*表示在.05 顯著水準下有顯著差異

## (二) 盜版率與受訪者網路下載行為之交叉分析

由表 3.2.2 可知，最近一年內有盜版音樂 CD 行為之 1,215 位受訪者，盜版率平均為 40.8%。就網路下載行為來看：有網路下載行為之受訪者，其盜版率（49.2%）顯著高於沒有網路下載行為之受訪者（34.4%）。

最近一年內有盜版影音 VCD/DVD 行為之 651 位受訪者，盜版率平均為 47.5%。就網路下載行為來看：有網路下載行為之受訪者，其盜版率（66.6%）亦顯著高於沒有網路下載行為之受訪者（43.5%）。

表 3.2.2、音樂 CD、影音 VCD/DVD 盜版率—依受訪者是否有網路下載行為區分

	單位：人；%			
	音樂 CD		影音 VCD/DVD	
	個數	盜版率	個數	盜版率
總和	1,215	40.8	651	47.5
<b>【是否有網路下載行為】</b>	0.000*		0.000*	
有網路下載行為	529	49.2	114	66.6
無網路下載行為	686	34.4	537	43.5

\*表示在.05 顯著水準下有顯著差異

### (三) 網路電影未購持有率—依受訪者基本資料區分

由表 3.2.3 可知，就年齡層而言，「20~29 歲」(94.6%)、「30~39 歲」(90.0%) 的網路電影未購持有率顯著高於其他年齡層；就教育程度而言，「大學」(91.9%)、「高中(職)」(89.6%) 顯著高於其他教育程度；就每月平均所得而言，「高所得」(92.3%) 顯著高於「低所得」(88.2%)，而「中所得」則為 91.1%。

就性別、職業及居住地區而言，網路電影未購持有率無顯著差異。

表 3.2.3、網路音樂、電影未購持有率—依受訪者基本資料區分

	網路音樂			網路電影		
	個數	盜版率	卡方檢定 P-value	個數	盜版率	卡方檢定 P-value
<b>總和</b>	<b>998</b>	<b>83.9</b>		<b>240</b>	<b>88.8</b>	
<b>【性別】</b>			0.303			0.748
男	530	83.2		155	89.2	
女	468	84.8		85	88.0	
<b>【年齡】</b>			0.001*			0.018*
13~19 歲	461	85.4		89	80.7	
20~29 歲	332	86.0		105	94.6	
30~39 歲	136	78.7		30	90.0	
40~49 歲	57	79.3		13	100.0	
50~55 歲	12	48.3		3	66.7	
<b>【教育程度】</b>			0.519			0.018*
國小以下	12	91.2		3	44.4	
國中	174	83.2		22	79.5	
高中(職)	339	85.5		77	89.6	
專科	131	78.5		28	82.1	
大學	311	83.9		95	91.9	
研究所以上	31	90.3		15	100.0	

<b>【職業】</b>			0.026*		0.390
民意代表／民營企業負責人	6	50.0	0	0.0	
民營企業主管或一般員工	157	81.8	37	83.8	
自營商	18	72.2	5	80.0	
專業人員	54	77.4	18	94.4	
勞力工作者	47	85.1	12	100.0	
軍公教人員	43	79.1	9	100.0	
學生	602	86.2	144	86.9	
家管	29	72.4	8	100.0	
退休／待業中／無業	41	91.8	7	100.0	
自由業	1	0.0			
<b>【每月平均所得】</b>			0.028*		0.043*
低所得	679	86.0	164	88.2	
中所得	256	81.3	62	91.1	
高所得	59	72.0	13	92.3	
未回答	4	75.0	1	0.0	
<b>【居住地區】</b>			0.796		0.785
北部地區	431	83.2	113	88.9	
中部地區	257	88.8	61	86.6	
南部地區	283	81.3	57	89.5	
東部地區	22	72.7	6	100.0	
離島地區	5	96.0	3	93.3	

\*表示在.05 顯著水準下有顯著差異

## 二、電腦軟體消費者民意調查

### (一) 盜版率與受訪者基本資料之交叉分析

由表 3.2.4 可知，最近一年內安裝過作業系統的受訪者，就性別而言，「女性」的盜版率（34.1%）顯著高於「男性」（27.4%）；就年齡層而言，「13~19 歲」（38.2%）及「20~29 歲」（36.5%）的盜版率顯著高於其他年齡層；就教育程度而言，教育程度在「國小以下」的受訪者，其盜版率（50.0%）高顯著高於其他教育程度，教育程度在「研究所以上」者，其盜版率（17.7%）顯著低於其他受訪者；就職業別而言，「專業人員」的盜版率（37.2%）最高，其次是「學生」（36.2%）；就每月平均所得而言，「低所得」的盜版率（34.5%）顯著高於「高所得」（15.7%），而「中所得」（30.3%）的盜版率則為 30.3%；就居住地區而言，盜版率並無顯著差異。

最近一年內安裝過防毒軟體的受訪者，就年齡層而言，「20~29 歲」之盜版率 (34.5%) 及「13~19 歲」(34.1%) 顯著高於其他年齡層；就每月平均所得而言，「低所得」的盜版率 (34.4%) 顯著高於其他所得；就居住地區而言，「中部地區」的盜版率 (37.0%) 顯著高於其他地區，至於就性別、教育程度及職業而言，盜版率無顯著差異。

表 3.2.4、作業系統、防毒軟體盜版率—依受訪者基本資料區分

單位：人；%

基本資料	作業系統			防毒軟體		
	個數	盜版率	卡方檢定 P-value	個數	盜版率	卡方檢定 P-value
<b>總和</b>	<b>1,007</b>	<b>30.6</b>		<b>892</b>	<b>30.2</b>	
<b>【性別】</b>			0.022*			0.397
男	533	27.4		465	28.9	
女	474	34.1		427	31.7	
<b>【年齡】</b>			0.000*			0.001*
13~19 歲	292	38.2		262	34.1	
20~29 歲	313	36.5		281	34.5	
30~39 歲	225	23.5		202	28.4	
40~49 歲	124	19.4		109	20.9	
50~55 歲	53	9.4		38	7.9	
<b>【教育程度】</b>			0.008*			0.629
國小以下	8	50.0		4	33.3	
國中	114	39.5		101	28.5	
高中(職)	290	30.3		248	28.2	
專科	176	23.6		152	30.3	
大學	357	33.1		332	33.3	
研究所以上	62	17.7		55	23.6	

<b>【職業】</b>			0.004*		0.081
民意代表／民營企業負責人	6	16.7	5	20.0	
民營企業主管或一般員工	203	26.4	177	23.9	
自營商	41	19.9	36	27.8	
專業人員	103	37.2	92	35.3	
勞力工作者	46	31.5	37	30.6	
軍公教人員	81	14.8	77	18.8	
學生	420	36.2	375	34.5	
家管	50	24.0	45	34.4	
退休／待業中／無業	56	28.6	48	27.1	
自由業	1	0.0	0	0.0	
<b>【每月平均所得】</b>			0.000*		0.001*
低所得	554	34.5	493	34.4	
中所得	307	30.3	272	28.8	
高所得	143	15.7	124	17.3	
未回答	3	33.3	3	0.0	
<b>【居住地區】</b>			0.370		0.017*
北部地區	515	28.2	445	25.4	
中部地區	212	34.7	193	37.0	
南部地區	267	32.1	246	33.8	
東部地區	11	27.3	7	28.6	
離島地區	2	0.0	1	0.0	

\*表示在.05 顯著水準下有顯著差異

由表 3.2.5 可知，最近一年內安裝過繪圖軟體的受訪者，就年齡層而言，「20~29 歲」的盜版率（46.3%）顯著高於其他年齡；就職業別而言，「勞力工作者」（50.0%）及「專業人員」（45.8%）的盜版率顯著高於其他職業別；就每月平均所得而言，「低所得」的盜版率（38.7%）顯著高於「高所得」（18.1%），而「中所得」的盜版率為 18.1%。而就性別、教育程度及居住地區而言，盜版率均無顯著差異。

最近一年內安裝過網頁製作軟體的受訪者，就年齡層來說，「20~29 歲」的盜版率（48.6%）顯著高於其他年齡；「勞力工作者」的盜版率（58.3%）顯著高於其他職業別，但就性別、教育程度、每月平均所得及居住地區而言，盜版率均無顯著差異。



表 3.2.5、繪圖軟體、網頁製作軟體盜版率—依受訪者基本資料區分

單位：人；%

基本資料	繪圖軟體			網頁製作軟體		
	個數	盜版率	卡方檢定 P-value	個數	盜版率	卡方檢定 P-value
<b>總和</b>	<b>494</b>	<b>35.6</b>		<b>316</b>	<b>32.0</b>	
<b>【性別】</b>			0.549			0.687
男	248	34.2		159	32.9	
女	246	37.0		157	31.1	
<b>【年齡】</b>			0.000*			0.000*
13~19 歲	190	36.8		133	31.2	
20~29 歲	160	46.3		95	48.6	
30~39 歲	75	26.6		48	17.7	
40~49 歲	51	18.6		32	15.6	
50~55 歲	18	13.0		8	0.0	
<b>【教育程度】</b>			0.119			0.290
國小以下	2	0.0		2	0.0	
國中	64	37.1		38	28.9	
高中(職)	140	28.0		113	27.4	
專科	71	35.6		37	27.0	
大學	190	41.1		110	39.2	
研究所以上	27	35.2		16	37.5	
<b>【職業】</b>			0.025*			0.007*
民意代表／民營企業負責人	3	0.0		1	0.0	
民營企業主管或一般員工	72	31.6		51	21.6	
自營商	19	26.3		8	6.3	
專業人員	36	45.8		22	50.0	
勞力工作者	14	50.0		12	58.3	
軍公教人員	43	18.6		19	5.3	
學生	267	40.0		179	36.1	
家管	21	19.8		13	23.1	
退休／待業中／無業	19	28.9		11	27.3	
自由業	0	0.0		0	0.0	
<b>【每月平均所得】</b>			0.009*			0.088
低所得	318	38.7		208	35.4	
中所得	115	35.4		74	29.1	
高所得	60	18.1		34	17.6	
未回答	1	100.0		0	0.0	

<b>【居住地區】</b>	0.963		0.993	
北部地區	245	34.8	154	32.7
中部地區	113	35.8	68	32.4
南部地區	130	36.9	91	30.6
東部地區	6	33.3	3	33.3
離島地區	0	0.0	0	0.0

\*表示在.05 顯著水準下有顯著差異

由表 3.2.6 可知，最近一年內安裝過影音播放及影像編輯軟體的受訪者，就年齡層而言，「20~29 歲」的盜版率（36.6%）顯著高於其他年齡；就每月平均所得而言，「低所得」的盜版率（35.1%）顯著高於「高所得」（21.8%），而「中所得」的盜版率為 29.1%；就性別、教育程度、職業別及居住地區而言，盜版率均無顯著差異。

最近一年內安裝過文書軟體受訪者，就年齡層而言，「20~29 歲」的盜版率（43.5%）及「13~19 歲」（42.0%）顯著高於其他年齡；就職業別而言，「勞力工作者」（50.0%）的盜版率顯著高於其他職業別；就每月平均所得而言，「低所得」的盜版率（41.1%）及「中所得」（41.0%）顯著高於「高所得」（24.2%），；就性別、教育程度、職業別及居住地區而言，盜版率均無顯著差異。

表 3.2.6、影音播放及影音編輯軟體、文書軟體盜版率—依受訪者基本資料區分

單位：人；%

基本資料	影音播放及影像編輯軟體			文書軟體盜版率		
	盜版率		卡方檢定 P-value	盜版率		卡方檢定 P-value
	個數	盜版率		個數	盜版率	
總和	711	31.8				
<b>【性別】</b>			0.263		0.799	
男	371	29.7		182	39.0	
女	340	34.0		174	38.2	

<b>【年齡】</b>			0.005*			0.007*
13~19 歲	240	33.1		110	42.0	
20~29 歲	228	36.6		130	43.5	
30~39 歲	137	32.6		73	36.0	
40~49 歲	77	17.5		32	28.1	
50~55 歲	29	17.2		11	24.4	
<b>【教育程度】</b>			0.555			0.121
國小以下	2	50.0		0	0.0	
國中	87	30.7		39	41.1	
高中(職)	211	29.4		96	37.8	
專科	122	31.7		54	33.8	
大學	250	35.5		150	43.1	
研究所以上	39	22.8		17	28.3	
<b>【職業】</b>			0.114			0.002*
民意代表／民營企業負責人	3	0.0		1	16.7	
民營企業主管或一般員工	130	28.5		67	35.4	
自營商	27	14.8		12	29.3	
專業人員	68	36.0		42	46.2	
勞力工作者	27	33.3		19	50.0	
軍公教人員	54	21.3		16	19.8	
學生	340	35.0		167	42.7	
家管	32	34.4		15	35.7	
退休／待業中／無業	30	33.3		17	39.5	
自由業	0	0.0		0	0.0	
<b>【每月平均所得】</b>			0.045*			0.002*
低所得	420	35.1		206	41.1	
中所得	202	29.1		118	40.1	
高所得	87	21.8		30	24.2	
未回答	2	50.0		2	50.0	
<b>【居住地區】</b>						
北部地區	351	32.9	0.720	189	40.4	0.667
中部地區	153	29.3		71	36.2	
南部地區	197	32.4		92	36.9	
東部地區	8	25.0		4	44.4	
離島地區	2	0.0		0	0.0	

\*表示在.05 顯著水準下有顯著差異

## (二) 盜版率與受訪者使用電腦類型、安裝電腦軟體動機之交叉分析

### 1. 作業系統盜版率

由表 3.2.7 可知，最近一年內安裝過作業系統的 1,007 位受訪者中，其盜版率平均為 30.6%。就使用電腦類型來看：使用「組裝電腦」的受訪者，其盜版率（38.5%）顯著高於使用「品牌電腦」的受訪者（19.6%）。就安裝電腦軟體動機而言：「最近一年內安裝過電腦軟體」的受訪者，其盜版率（35.2%）顯著高於「最近一年內購買電腦」的受訪者（24.7%）。

表 3.2.7、作業系統盜版率—依使用電腦類型及安裝電腦軟體動機區分

	總和	盜版率	卡方檢定 P-value
<b>總和</b>	<b>1,007</b>	<b>30.6</b>	
<b>使用電腦類型</b>			0.000*
組裝電腦	583	38.5	
品牌電腦	424	19.6	
<b>安裝電腦軟體動機</b>			0.000*
最近一年內購買電腦	446	24.7	
最近一年內安裝過電腦軟體	561	35.2	

\*表示在.05 顯著水準下有顯著差異

### 2. 防毒軟體盜版率

由表 3.2.8 可知，最近一年內安裝過防毒軟體的 892 位受訪者中，其盜版率平均為 30.2%。就使用電腦類型來看：使用「組裝電腦」的受訪者，其盜版率（37.9%）顯著高於使用「品牌電腦」的受訪者（20.0%）。就安裝電腦軟體動機而言：「最近一年內安裝過電腦軟體」的受訪者，其盜版率（33.1%）顯著高於「最近一年內購買電腦」的受訪者（26.4%）。

表 3.2.8、防毒軟體盜版率—依使用電腦類型及安裝電腦軟體動機區分

單位：人；%

	總和	盜版率	卡方檢定 P-value
<b>總和</b>	<b>892</b>	<b>30.2</b>	
<b>使用電腦類型</b>			0.000*
組裝電腦	509	37.9	
品牌電腦	383	20.0	
<b>安裝電腦軟體動機</b>			0.034*
最近一年內購買電腦	383	26.4	
最近一年內安裝過電腦軟體	509	33.1	

\*表示在.05 顯著水準下有顯著差異

### 3. 繪圖軟體盜版率

由表 3.2.9 可知，最近一年內安裝過繪圖軟體的 494 位受訪者中，其盜版率平均為 35.6%。就使用電腦類型來看：使用「組裝電腦」的受訪者，其盜版率（40.6%）顯著高於使用「品牌電腦」的受訪者（29.2%）。就安裝電腦軟體動機而言：「最近一年內安裝過電腦軟體」的受訪者，其盜版率（39.5%）顯著高於「最近一年內購買電腦」的受訪者（30.4%）。

表 3.2.9、繪圖軟體盜版率—依使用電腦類型及安裝電腦軟體動機區分

單位：人；%

	總和	盜版率	卡方檢定 P-value
<b>總和</b>	<b>494</b>	<b>35.6</b>	
<b>使用電腦類型</b>			0.007*
組裝電腦	276	40.6	
品牌電腦	218	29.2	
<b>安裝電腦軟體動機</b>			0.034*
最近一年內購買電腦	212	30.4	
最近一年內安裝過電腦軟體	282	39.5	

\*表示在.05 顯著水準下有顯著差異

#### 4. 網頁製作軟體盜版率

由表 3.2.10 可知，最近一年內安裝過網頁製作軟體的 316 位受訪者中，其盜版率平均為 32.0%。就使用電腦類型來看：使用「組裝電腦」的受訪者，其盜版率（41.1%）顯著高於使用「品牌電腦」的受訪者（19.5%）。就安裝電腦軟體動機而言：「最近一年內安裝過電腦軟體」與「最近一年內購買電腦」的受訪者，其盜版率（分別為 34.5% 及 30.1%）無顯著差異。

表 3.2.10、網頁製作軟體盜版率—依使用電腦類型及安裝電腦軟體動機區分

	總和	盜版率	卡方檢定 P-value
<b>總和</b>	<b>316</b>	<b>32.0</b>	
<b>使用電腦類型</b>			0.000*
組裝電腦	183	41.1	
品牌電腦	133	19.5	
<b>安裝電腦軟體動機</b>			0.445
最近一年內購買電腦	137	34.5	
最近一年內安裝過電腦軟體	179	30.1	

\*表示在.05 顯著水準下有顯著差異

#### 5. 影音播放及影像編輯軟體盜版率

由表 3.2.11 可知，最近一年內安裝過影音播放及影像編輯軟體的 711 位受訪者中，其盜版率平均為 31.8%。就使用電腦類型來看：使用「組裝電腦」的受訪者，其盜版率（38.4%）顯著高於使用「品牌電腦」的受訪者（23.2%）。就安裝電腦軟體動機而言：「最近一年內安裝過電腦軟體」的受訪者，其盜版率（35.7%）顯著高於「最近一年內購買電腦」的受訪者（26.7%）。

表 3.2.11、影音播放及影像編輯軟體盜版率—依使用

## 電腦類型及安裝電腦軟體動機區分

單位：人；%

	總和	盜版率	卡方檢定 P-value
<b>總和</b>	<b>711</b>	<b>31.8</b>	
<b>使用電腦類型</b>			0.000*
組裝電腦	403	38.4	
品牌電腦	308	23.2	
<b>安裝電腦軟體動機</b>			0.009*
最近一年內購買電腦	307	26.7	
最近一年內安裝過電腦軟體	404	35.7	

\*表示在.05 顯著水準下有顯著差異

## 6. 文書軟體盜版率

由表 3.2.12 可知，最近一年內安裝過文書軟體的 356 位受訪者中，其盜版率平均為 38.6%。就使用電腦類型來看：使用「組裝電腦」的受訪者，其盜版率（45.0%）顯著高於使用「品牌電腦」的受訪者（29.4%）。就安裝電腦軟體動機而言：「最近一年內安裝過電腦軟體」的受訪者，其盜版率（40.3%）顯著高於「最近一年內購買電腦」的受訪者（36.1%）。

表 3.2.12、文書軟體盜版率—依使用電腦類型及安裝電腦軟體動機區分

單位：人；%

	總和	盜版率	卡方檢定 P-value
<b>總和</b>	<b>356</b>	<b>38.6</b>	
<b>使用電腦類型</b>			0.000*
組裝電腦	245	45.0	
品牌電腦	111	29.4	
<b>安裝電腦軟體動機</b>			0.193
最近一年內購買電腦	139	36.1	
最近一年內安裝過電腦軟體	217	40.3	

\*表示在.05 顯著水準下有顯著差異

### 第三節 盜版率趨勢分析

#### 一、影音著作消費者民意調查

##### (一) 2004 年~2006 年盜版率調查結果

2006 年音樂 CD 盜版率為 40.8%，較 2005 年增加 0.8%，較 2004 年增加 1.7%；2006 年影音 VCD/DVD 盜版率為 47.6%，較 2005 年降低 6.1%，較 2004 年降低 3.7%，請參見表 3.3.1 可知：

表 3.3.1、2004~2006 年音樂 CD 盜版率、影音 VCD/DVD 盜版率

盜版率	2004 年	2005 年	2006 年
音樂 CD	39.1%	40.0%	40.8%
影音 VCD/DVD	51.3%	53.7%	47.6%

由表 3.3.2 可知，若排除網路侵權（即受訪者從網路下載影音著作後，燒錄為實體光碟的行為）之因素，2006 年音樂 CD 盜版率為 32.6%，較 2005 年降低 4.8%；2006 年影音 VCD/DVD 盜版率為 41.1%，較 2005 年降低 11.5%。

若僅計算受訪者由傳統管道（即排除親友贈送及自行燒錄之因素）取得盜版品之盜版率，2006 年音樂 CD 盜版率為 6.3%，較 2004 年降低 7.7%；2006 年影音 VCD/DVD 盜版率為 9.7%，較 2004 年降低 8.5%。



表 3.3.2、2004~2006 年音樂 CD 修正後盜版率、影音 VCD/DVD 修正後盜版率

調查單位	盜版率	2004 年	2005 年	2006 年
本調查	音樂 CD (消費者端)	39.1%	40.0%	40.8%
	音樂 CD (排除網路下載)	N/A	37.4%	32.6%
	音樂 CD (傳統管道)	14.0%	11.9%	6.3%
IFPI	音樂 CD (製造端)	36%	26%	N/A
本調查	影音 VCD/DVD	51.3%	53.7%	47.6%
	影音 VCD/DVD (排除網路下載)	N/A	52.6%	41.1%
	影音 VCD/DVD (傳統管道)	18.2%	21.0%	9.7%
MPA	影音 VCD/DVD	40%	51%	N/A

若探討本調查與 IFPI、MPA 調查結果之差異，其原因如下所列：

IFPI 僅由製造端進行盜版率之推估，但 MPA 至 2005 年起已改為從消費者端調查，導致其盜版率從 2004 年 40% 驟升到 51%，而本調查由消費者端進行，並探討受訪者取得非正版本之管道，包含親友贈送及自行燒錄的部份，且對於網路侵權的行為做深入的研究，除補強 IFPI 調查不足之處外，並與 MPA 調查結果相互對照，兩者之調查數據實為警政單位參考之依據，提供警政單位針對盜版議題擬訂完善對策之參考，以期達到降低整體盜版率之效。

## (二) 2004 年~2006 年網路未購持有率調查結果

2006 年網路音樂未購持有率為 83.9%，較 2005 年降低 0.8%，較 2004 年增加 5.6%；網路電影未購持有率為 88.8%，較 2005 年降低 2.8%，較 2004 年降低 5.0%，請參見表 3.3.3 可知：

表 3.3.3、2004~2006 年網路音樂、電影未購持有率

	2004 年	2005 年	2006 年
網路音樂未購持有率	78.3%	84.7%	83.9%
網路電影未購持有率	93.8%	91.6%	88.8%

## 二、電腦軟體消費者民意調查

### (一) 2004 年~2006 年盜版率調查結果

2006 年電腦軟體盜版率為 31.3%，較 2005 年降低 7.4%。作業系統盜版率為 30.6%，較 2005 年增加 1.7%；防毒軟體盜版率為 30.2%，較 2005 年降低 1.9%；繪圖軟體盜版率為 35.6%，較 2005 年降低 4.0%；網頁製作軟體盜版率為 32.0%，較 2005 年降低 2.7%；影音播放及影像編輯軟體盜版率為 31.8%，較 2005 年降低 2.1%；文書軟體盜版率為 36.8%，較 2005 年降低 1.1%，請參見表 3.3.4 可知：

表 3.3.4、電腦軟體盜版率

盜版率	單位：人；%	
	2005 年	2006 年
<b>電腦軟體</b>	<b>38.7%</b>	<b>31.3%</b>
作業系統	28.9%	30.6%
防毒軟體	32.1%	30.2%
繪圖軟體	39.6%	35.6%
網頁製作軟體	34.7%	32.0%
影音播放及影像編輯軟體	33.9%	31.8%
文書軟體	37.5%	38.6%

若探討本調查與 BSA 調查結果之差異，其原因如下所列，請參見表 3.3.5 可知：

1. 本調查雖由消費者端進行，BSA 由製造端進行盜版率之推估，兩者之調查數據實為警政單位參考之依據。
2. 本調查探討受訪者取得非正作品之管道，由 2006 年調查結果顯示，受訪者取得正作品的管道，以「親友安裝／贈送」(64.8%) 的比例最高，其次為「網路下載」(37.9%)，補強 BSA 調查不足之處，提供警政單位針對盜版議題擬訂完善對策之參考，以期達到降低整體盜版率之效。

表 3.3.5、BSA 與本調查之電腦軟體盜版率比較

	調查單位	2004 年	2005 年	2006 年
電腦軟體	本調查	N/A	39%	31%
	BSA	43%	42%	N/A

#### 第四節 小結

我們列出幾點值得注意的地方：

- 一、音樂 CD 及影音 VCD/DVD 的盜版行為仍以網路侵權的型態為主（見表 2.3.2～表 2.3.5），而受訪者經由傳統管道購買非正版音樂 CD 的比例大幅下降，但「親友贈送」及「自行燒錄」仍居歷年調查之前兩名，而 P2P 技術的提昇及 ADSL 網路速度的加快等（見表 2.3.6～表 2.3.10）亦為造成網路侵權行為的主因。
- 二、今年網路音樂未購持有率較去年下降 0.78%，曾經從網路下載音樂的比例較去年下降了 3.7%，雖然網路侵權問題仍然不可小覷，但隨著合法下載音樂的平台增加及品質的提升，若能對於 P2P 軟體下載未經授權軟體的部份做管制（見表 2.3.7）。
- 三、今年網路電影未購持有率較去年下降 2.79%，但曾經從網路下載電影或影集的受訪者比例增加了 4.2%。同樣地，網路侵權問題仍然不可小覷，尤以日漸便利及快速的網路下載管道，需要警政單位對 P2P 軟體進行更完整的管制計畫。

## 第四章 民眾對於智慧財產權保護的看法與經驗 之質化分析

### 第一節 訪談目的

為瞭解民眾對於影音及電腦軟體實體盜版及網路侵權的行為、智慧財產權的認知及看法，並探討新興型態盜版技術及其衍生之問題，故舉辦焦點團體訪談以廣納各界意見用以修定及新增問卷問項，並作為量化調查結果解讀之輔助，及策略研擬之參考。

### 第二節 訪談實施

#### 一、訪談時間

95年4月29日，早場訪談時間為10:00~12:00、午場則為14:00~16:00。

#### 二、訪談地點

國立政治大學公企中心(台北市金華街187號)

#### 三、訪談主持人

張愛華 國立政治大學企業管理學系副教授

鄭天澤 國立政治大學統計學系副教授

#### 四、訪談大綱

##### (一) 自我介紹與開場白 (15 分鐘)

1. 研究目的與方法
2. 開放性表達 (請參加者針對主題暢談己見，此部份沒有對與錯的標準)
3. 錄音進行中 (身份保密，大聲說以便錄音，盡量不要同時說話)
4. 參加者個人自我介紹 (性別、家庭、職業／科系、興趣，特別是對影音電影、音樂方面的消費情形，每週使用電腦網路的時間)

##### (二) 對於盜版的認知 (75 分鐘)

1. 影音光碟—限定不包括電視影集與色情光碟 (30 分鐘)
  - (1) 請問各位認為針對影音光碟來說，怎樣算是盜版行為？
  - (2) 請問您接觸過影音光碟的盜版品嗎？請問您如何判斷它是盜版品？有哪些判斷的依據？
  - (3) 就您的瞭解，若是利用網路管道，會有那些影音盜版的行為？
  - (4) 請問除了網路之外，還有哪些可以獲得盜版品的管道？
  - (5) 請問您如何知道哪裡可以獲得盜版品？
  - (6) 就您瞭解，人們為什麼不買正版品？
  - (7) 就您觀察，哪些因素影響人們的盜版行為？哪些會助長？哪些會削弱？

2. 關於電腦軟體的盜版 (20 分鐘)

- (1) 就電腦軟體而言，怎樣算是盜版行為？
- (2) 就您瞭解，人們從哪些管道取得非正版電腦軟體？(實體、網路通路各有哪些？)
- (3) 請問您如何知道哪裡可以獲得非正版電腦軟體？
- (4) 就您所知，人們為何想要擁有非正版軟體？

3. 關於網路下載 (25 分鐘)

- (1) 請問您所知道的，有哪些下載的方式？有哪些網站或平台是人們常去上的？
- (2) 請問您所知道的，現在人們習慣用哪些方式來儲存？
- (3) 有哪些管道可以傳播？
- (4) 就您瞭解，架 FTP 站讓其他人下載的人，是基於什麼動機？
- (5) 就您瞭解，這種侵權行為可能會如何被發現及限制？
- (6) 架 FTP 站的人一旦被發現及限制時，會採用哪些因應的方式？

**(三) 對智慧財產權與法律的認知與態度 (30 分鐘)**

1. 您認為需不需要保護智慧財產權，為何需要，為何不需要？(探問：合法保護與人民權利是否有衝突的時候？該如何取得平衡？)
2. 您認為台灣智慧財產權被侵犯的情形嚴不嚴重？(探問：越來越嚴重或越來越不嚴重？請說明觀察到的現象。)

3. 您認為用哪些方法可以減少智慧財產權的侵權行為？有哪些機構可以參與其中？

4. 您獲得智慧財產權相關訊息的管道有哪些？或是如何知道智慧財產權的推動呢？

(1) 在過去，有哪些智慧財產權保護的活動讓您印象深刻？

(2) 呈上，您認為效果如何？可行性如何？是否需要改善？

(3) 以下提到幾種保護智慧財產權的方式，您認為可行性如何？

A. 第三者代表協商付費。如：學校協商合法軟體或著作物，學生付費合法使用。

B. 月租費形式：每月付固定的費用使用應用軟體、數位內容。

C. 可免付費使用，但每次使用均需註明來源。

(4) 就您瞭解，哪些種方法更能夠有效嚇阻侵權行為？(探問：對於 ezPeer 及 Kuro 侵權之判決的觀點為何？)

## 五、訪談對象取樣方式及背景資料

為顧慮訪談對象出席意願，僅徵求居住於北部地區的民眾參與訪談，並利用網路(如：網站、電子佈告欄)與研究團隊親友傳遞訊息徵求符合以下資格者：

1. 對非正版的影音光碟、電腦軟體及網路下載有相當之瞭解與接觸者。
2. 一年內未參與過任何焦點團體形式的座談會。
3. 本身及同住的家人非廣告/行銷/電腦軟體、影音光碟相關業者。
4. 對於非正版的影音光碟、電腦軟體及網路下載之接觸程度。

### (一) 早場訪談對象篩選

自 95 年 4 月 1 日起至 95 年 4 月 17 日止，共 18 位民眾報名參加訪談，考慮其年齡與職業別的分佈，以增加訪談內容的廣度，初步篩選出 12 位民眾參與電話訪問。

95 年 4 月 18 日，以電話訪問方式篩選受訪者，選擇樂意談話，表達自己意見與傾聽別人意見的人、同時考量其架設 FTP 經驗及每天上網時間等因素，共邀請 8 位民眾參與訪談，並給予每人新台幣壹仟貳百元的出席費。

### (二) 早場訪談對象背景資料

早場訪談對象的年齡從 25 到 39 歲，分別來自工、商、資訊產業及政府公部門；依性別區分則為七男一女，且 37.5% 的訪談對象具備架設 FTP 的經驗。

表 4.2.1、早場訪談對象背景資料

代號	性別	年齡	服務單位	是否架設 FTP	每天上網時數
王	女	29	政府公部門	否	4.5
歐	男	39	製造業	否	4
謝	男	25	ISP 業者	是	5.5
俞	男	30	金融業	否	1.5
梁	男	37	營建業	是	2
張	男	26	商業	是	10
黃	男	25	政府公部門	否	3
李	男	27	通信業	否	8

### (三) 午場訪談對象篩選

自 95 年 4 月 1 日起至 95 年 4 月 17 日止，共 58 位民眾報名參加訪談，考慮其國、私立學校的差異與就讀科系的分佈，以增加訪談內容的廣度，初步篩選出 19 位民眾參與電話訪問。再經由上述之篩選過程後，共邀請 8 位民眾參與訪談，並給予每人新台幣壹仟貳百元的出席費。



#### (四) 午場訪談對象背景資料

午場訪談對象則為大學部二～四年級學生，分別來自資訊(含電機)、商管、法律、社會科學及建築與設計學群；依性別區分則為六男兩女，且62.5%的訪談對象具備架設FTP的經驗。

表 4.2.2、午場訪談對象背景資料

代號	性別	學校系級	是否架設 FTP	每天上網時數
琪	女	A 大學企管系四年級	否	6
林	男	A 大學法律系三年級	否	1
梁	男	B 大學會計系二年級	是	5.5
楊	男	B 大學資工系四年級	是	10
柯	女	C 大學建築系四年級	否	4.5
張	男	D 大學法律系二年級	是	3.5
蘇	男	E 大學電機系二年級	是	2
王	男	B 大學經濟系四年級	是	6

### 第三節 焦點團體訪談發現

#### 一、受訪者對盜版的定義及認知

##### (一) 影音著作物

##### 1. 未經著作權或權利所有人所授權，而使用此影音著作物即為盜版行為

受訪者認為，未經授權而公開播放影音光碟，或擅自燒錄正版影音光碟都屬於盜版行為，而擅自燒錄光碟的目的不論是否牽涉營利都算是盜版。

##### 2. 非發行者販售之產品，或非法下載的影音產品皆為盜版品

### **3. 無限制地重製及蓄意散佈**

受訪者認為若重製次數超過合理範圍，並且將重製品蓄意散佈給他人就是盜版。部份受訪者認為，若當事者事先購買了正版光碟片，而後將此正版光碟片複製並且饋贈親友則不算是盜版行為，因為此行為不涉及營利活動，並且沒有公開播放。

### **4. 將視聽檔案傳給其他人觀賞則算是盜版行為**

不論是從網路上下載未經過授權的影音檔案，或將檔案散佈給他人觀賞都算是盜版行為。

## **(二) 電腦軟體**

### **1. 廣義的說，未經著作權人同意而擅自使用軟體就是盜版行為**

### **2. 購買合法軟體，但超出合法的使用範圍**

受訪者認為，一般電腦軟體都會針對軟體的可安裝次數，以及載體的數量給予限制，若超過授權範圍而使用此軟體便是盜版行為，例如購買一套正版光碟，卻使用於辦公室所有電腦裡，此即盜版行為。另外，在不超過合約規定的可安裝次數內，將軟體以及授權碼提供給親朋好友使用並不是盜版的行為。但若是上網搜尋非經授權的電腦軟體、授權碼以及序號來使用則是侵權的行為。

### **3. 由網路下載的電腦軟體皆為盜版**

受訪者認為，若是由網路上下載軟體皆為盜版行為（共享軟體除外）。因為授權碼是難以複製的，因此能自由下載的軟體大有可能是盜版品。

### **4. 將學校、公司的正版軟體帶回家裡用是盜版行為**

許多受訪者認同屬於學校、公司的正版軟體應只限於在這些場所使用。

## 二、判定盜版品的依據

### (一) 盜版品的價格通常會低於正版本品

除非唱片公司為了促銷某些發行已久的正版 CD，才會將 CD 以較低的價格售出，否則一般正版本品都會比盜版貴。

### (二) 產品的通路

有些受訪者認為，到專賣店所購得的產品一定是正版本品。

### (三) 產品的包裝、內容及有無合法授權字樣

正版本的包裝通常會比盜版本品精美。由外包裝可以看出產品是否有合法授權的字樣，由內包裝可以確認此光碟是否附有版權所有書的說明。就光碟內容而言，部份盜版品的曲目會較正版本品多，此光碟的形式類似大補帖，一般民眾可輕易判別此產品是否為盜版本品。光碟片本身也是判斷依據之一，正版光碟背面會刻有 IFPI 字樣，盜版本品則無。最後，盜版工廠所生產的光碟片品質比較粗劣，消費者可以憑外觀來辨識，例如盜版光碟透光可看出燒錄終止的部份，部份盜版本品放置一段時間之後，甚至會變得凹凸不平。

## 三、取得盜版品的管道

### (一) 影音著作物

#### 1. 網路

一般人可以藉由討論區或搜尋引擎 (如 Google)，來取得購買盜版品的管道，並且可以從網路上下載非法影音檔案。

#### 2. 親友贈送或自行燒錄

3. 在夜市或路邊攤購得盜版品
4. 藉由型錄來訂購盜版品
5. 影音光碟實體通路，如光華商場、光南，以及唱片行(如旭升及長龍)
6. 由境外帶回盜版品

## (二) 電腦軟體

1. 將學校或公司授權的軟體燒錄或複製並帶回家使用
2. 親友間贈送或借用

## 四、不願意付費購買正版品的原因

### (一) 影音著作物

#### 1. 產品不符合消費者需求，以及廠商的過度行銷

受訪者認為，目前的唱片業者都有過度行銷的現象，例如過度包裝或印製消費者不需要的精美歌詞本，殊不知，消費者往往只願意付費購買歌曲本身，而不願意購買其他額外的包裝。

#### 2. 正版品的售價高於商品價值

許多受訪者認為購買正版品不划算，因為唱片業者在音樂製作、選歌以及專輯製作把關不夠嚴格，以下引述受訪者的說明，「一片光碟中，十首音樂可能只有兩首能聽，我不願意付費購買額外這八首歌，因此選擇從網路上下載非經授權的檔案」。

#### 3. 正版品收藏的價值性低

有些受訪者認為，部份正版 CD 的水準不足以吸引消費者收藏。

#### **4. 正版發行速度慢**

受訪者會為了追求便宜、快速而使用盜版品，他們認為台灣代理廠商購買版權的速度過慢，因此為了要即時觀賞部份外國影集，受訪者會選擇購買盜版品或網路下載非經授權的檔案。部份受訪者表示，若使用盜版品，則可以宣稱「這部影片還沒上映我就看過了」。

#### **5. 對正版品的內容存有疑慮**

舉電影觀賞為例，受訪者認為影片內容往往與預告片所呈現的資訊有所落差，又因為觀賞電影需要付出一定的金額，因此，若對電影的內容存有疑慮，受訪者會選擇使用盜版品。

#### **6. 利用盜版品來試聽**

受訪者會先下載 MP3 來試聽，並且評斷是否值得花錢購買。

#### **7. 由網路取得盜版品相當容易**

#### **8. 網路下載盜版品的品質並不比正版品差**

以下節錄受訪者之說明，「在台灣，正版發行時會將幕後花絮剪掉，或是把電影剪得亂七八糟，盜版裡卻一刀未剪；有時候正版品的字幕翻譯得太爛，從網路上抓下來的盜版品反而還比較好」。

#### **9. 盜版品在轉檔上較為便利**

受訪者表示，要將 CD 檔案轉為 MP3 檔案很麻煩，因此當使用隨身碟聽音樂時會選擇直接上網下載音樂。

## (二) 電腦軟體

受訪者提出以下使用盜版品的原因：

1. 正版品價格太高
2. 不願意購買使用頻率不高的軟體
3. 軟體更新頻率太高，受限於預算而無法購買正版軟體
4. 不需要軟體中的所有功能
5. 盜版品取得容易

## 五、助長盜版行為的因素

### (一) 影音著作物

受訪者提出下列助長影音著作侵權行為的因素：

1. 網路普及使民眾更容易取得盜版品
2. 燒錄器的普及使重製成本降低
3. 不重視智慧財產權的社會文化
4. 貪小便宜的社會文化
5. 唱片業者不合理的行銷行為

受訪者認為台灣唱片業者出片速度太快，並且有過度包裝的情形，在預算的限制之下他們會選擇從網路上下載非經授權的檔案。

### 6. 同儕之間的壓力

有些受訪者坦承，使用正版品會被周遭的親友嘲笑。

## (二) 電腦軟體

### 1. 網路普及使民眾更容易取得盜版品

近幾年網路逐漸普及，有越來越多的民眾具備了上網搜尋資訊的能力，再加上由網路取得盜版品的管道日益增加，都是助長侵權行為的原因。

### 2. 燒錄器的普及使重製成本降低

## 六、削弱盜版行為的因素

### (一) 影音著作物

#### 1. 光碟防盜拷措施

#### 2. 提高正版本收藏的價值並確保正版本的品質，都是抑制盜版行為的方法

### (二) 電腦軟體

#### 1. 產品的驗證制度

受訪者認為，目前電腦軟體所具備的防盜拷，以及產品驗證機制已有抑制盜版行為的效果。以微軟為例，若消費者使用的是盜版軟體，一旦經過驗證過程之後螢幕上便會顯示「你所使用的是盜版軟體」之字樣，此警示視窗可達到威嚇的效果。

## 七、網路下載非正版本的管道

### (一) P2P 軟體下載

受訪者提供以下管道：如 BT、e-Donkey、eMule、ezPeer、Mxie、IFDP 等各式 P2P 的軟體、BT 的軟體，另外尚有使用隱密空間的 ESALRIGHT，以及可提供會員保密的 POP 等管道。

## (二) 使用論壇或網站下載

受訪者提供以下資訊：如天馬音樂網、愛寶、微風、星地默爾、卡迪諾等論壇，都會有人散佈 BT 的種子，其他諸如 BBS、無名小站、甚至是奇摩知識都能夠搜尋到相關的訊息。

## (三) 使用 FTP 下載

### 八、 架設 FTP 站的動機

受訪者提到數種架站的動機：想跟朋友一起分享、有成就感、可營利、以及看不慣 Kuro 開始收費而自行架站等。

### 九、 FTP 站架設者因應查緝的方法

(一) 許多使用學術網路的架站者會更改網路卡的卡號以避免被鎖網卡

(二) 將 FTP 站架設至國外

### 十、 網管單位限制侵權行為的方法

(一) 針對學術網路使用者，可進行流量管制及速度監控

(二) 對於較難管控的一般上班族，則僅以流量來進行監控

### 十一、 對於保護智慧財產權的看法

(一) 應該要保護智慧財產權

多數受訪者認為盜版是扼殺創意的行為，若不加以保護將來會無人願意繼續開發新產品。



## (二) 不需要過度保護智慧財產權

有些受訪者認為太過保護智慧財產權反而會阻礙知識的流通，且不應該只考慮利益團體或大公司，也要配合消費者權益來做合理的規範。

## 十二、 智慧財產權被侵犯的嚴重程度之認知

### (一) 還好，這是到達文明的一個階段

受訪者認為許多開發中國家都會有盜版行為，但隨著時間的演進，盜版行為會逐漸減少，例如日本。

### (二) 還好，政府相關單位查緝績效佳

### (三) 還好，經濟狀況已經改善，買正版 CD 的人日益增多

### (四) 比較嚴重，因為網路的關係

## 十三、 減少侵權行為的方法

### (一) 產品行銷面

受訪者認為，合理的價錢以及有創意的行銷活動(受訪者舉 7-11 為例)，可以刺激民眾購買正版本品。另外，賦予商品更高的精神價值，也是降低侵權行為的方法，以下引述受訪者的說明，「星巴克每星期二都會有 fair coffee 活動，會將收入捐給咖啡農，有人就會認為這是在做公益，而願意去消費高價格的商品。」

### (二) 降低正版本的價格

廠商可主動降低售價，或是推出售價較低的版本來鼓勵消費者購買正版本品，例如電腦軟體的學生版、家庭版等等。

### **(三) 提高重製的成本**

透過科技手法來提高重製成本，例如光碟加密、防盜拷等等。

### **(四) 推廣自由軟體 (Free Software) 的使用**

受訪者認為可透過自由軟體來產生有效率的市場機制，此機制能夠淘汰部份功能性較差的付費軟體，最後留下的便是值得消費者付費的軟體。

### **(五) 廠商、消費者、製作人皆應致力於減少侵權行為**

### **(六) 由教育面著手**

由教育的方式來教導學生如何激發創意、如何保護創意，以及如何避免侵犯他人的智慧財產權。同時應該加強反盜版的宣導，例如學校方面可利用文獻引用的議題來進行教育，告知學生不論引用任何資料都必須清楚標示來源，以尊重智慧財產權。使用學術網路而有異常流量時，應立即發出通知信函，警告學生馬上停止不法的行為。

### **(七) 塑造出反對盜版的社會輿論**

受訪者認為社會風氣以及輿論的產生能夠有效影響民眾的思想。

### **(八) 運用媒體加強宣導，例如短片、廣告或新聞播放**

受訪者認為可在電影播放之前放映反盜版宣導短片，而新聞記者也應針對盜版議題多加著墨，以提高公眾注意力，「美國如果有這類的事情 (盜版行為)，新聞就鬧很大」，另外，藝人的反盜版活動也能引起大眾注意。

## (九) 嚴刑峻法

嚴刑峻法能造成立即的效果，例如不戴安全帽可處五百元罰鍰，就是個很成功的案例。

## (十) 政府架設付費下載網站

政府可架設付費下載的網站，鼓勵民眾購買正版品。

## 十四、 獲得智慧財產權相關訊息的管道

### (一) 網路訊息

### (二) 捷運、電影院的廣告

### (三) 新聞、報紙

受訪者認為，報紙社會版刊登的侵權案例有很大的嚇阻效果，例如某企業因使用盜版軟體遭到罰款等等。

## 十五、 印象深刻的保護智慧財產權活動

受訪者表示，BSA 直接到公司來清查盜版軟體時讓他們印象深刻。至於藝人的反盜版活動雖然能引起民眾注意但成效有限，受訪者大多認為唱片業者應該為盜版猖獗的現象擔負部份的責任，因為唱片業者過度行銷，並且將產品售價抬高才會導致盜版行為。另外，藝人給人高高在上的感覺，若能請幕後的工作人員來說明製作音樂時辛苦的心路歷程，會讓民眾產生較高的認同感。記者將藝人反盜版的新聞置於娛樂版而非社會版，這也許是反盜版活動成效不彰的另一個原因。最後，IFPI 曾經提出一個說法，當便利商店播放廣播時必須付費給唱片公司，此說法另受訪者感到無法理解。

## 第五章 問卷調查結果與盜版問題之分析

延續過去三年的問卷調查，本計畫於 2006 年除繼續進行「影音著作消費者民意調查及其盜版率估算」、「電腦軟體消費者民意調查及其盜版率估算」，並另外新增「智慧財產權認知調查」，希冀透過從消費者端設計的三份問卷調查結果，有效地測出最近一年消費者對於影音著作、電腦軟體的消費行為模式及對智慧財產權之認知情況，以瞭解我國目前所面臨的盜版問題，又 2006 年問卷調查乃是連續第四年的調查，分析比較過去三年來的數據，除能瞭解過去執行反盜版策略的成效，並可延伸作為未來規劃因應策略及具體措施之事實基礎。

以下各節將就完成的各份問卷調查結果進行分析，以歸納消費者的行為模式、認知與盜版問題之關係。

### 第一節 影音消費者行為模式分析與盜版問題

綜觀 2006 年及過去三年度影音問卷調查數據，顯示我國人對於影音著作之行為模式及盜版問題如下：

#### 一、實體影音盜版光碟取得管道之轉變：親友贈送及自行燒錄

根據問卷調查計算得出的歷年實體影音盜版光碟盜版率，雖大致呈現微幅下降趨勢，然盜版品取得管道卻有了極大的轉變。

以非正版音樂 CD 取得管道為例<sup>8</sup>：從 2004 年至 2006 年止，向傳統管道（夜市、路邊攤、商場、郵購等等）自行購買的比率由 35.8% 下降至 8.4%，然親友贈送則一路上升至 65.9%，自行燒錄亦上升至 38.8%，顯示了實體影音盜版光碟的主要來源不再

<sup>8</sup> 參見表 2.3.2，受訪者取得非正版音樂 CD 的管道，頁 32。

是犯罪集團操控的傳統管道，改以民眾私底下的親友互贈及自行燒錄為主，雖顯示了過去幾年來查緝的成效，但此種轉變將使得若延續過去單純依賴「他律」方式，亦即透過公權力的介入、查緝取締的方式來打擊嚇阻盜版難以有實際成效，因此未來的因應之道勢必得改弦更張。

## 二、電影盜版率高於音樂盜版率

請參見下表 5.1.1，本計畫歷年的調查數據及 IFPI、MPA 的數據皆顯示：一直以來影音 VCD/DVD 的盜版率顯著地高於音樂 CD 盜版率；若再進一步比較音樂及電影盜版光碟取得之原因，將發現我國消費者呈現了不同的取得原因，在音樂 CD 部分，今年度受訪者在論及為何使用盜版音樂光碟時（複選選項），佔較大比率的原因如下：有 38.6% 的受訪者提及「價格便宜」，38.1% 提到「購買或取得方便」，34.8% 為「親友贈送」，三個選項雖然比率接近，然需特別注意地是，「親友贈送」該選項的比率自 2003 年度的 8.2% 一路攀升至 2005 年度的 34.4% 及 2006 年之 34.8%，亦應證了上述親友間贈送逐漸成為盜版影音的主要取得管道。然電影光碟部分，一直以來調查結果皆顯示了消費者最主要的使用盜版原因為「價格便宜」（2003 年度 61.4%、2004 年度 49%、2005 年度 39.8%、2006 年度 49.2%）。

表 5.1.1、2004~2006 年 IFPI、MPA 與本調查之音樂 CD、  
影音 VCD/DVD 盜版率比較

盜版率	調查單位	2004 年	2005 年	2006 年
音樂 CD	本調查	39.1%	40.0%	40.82%
	IFPI	36%	26%	N/A
影音 VCD/DVD	本調查	51.3%	53.7%	47.55%
	MPA	40%	51%	N/A

資料來源：IFPI、MPA 及本研究整理。

我國消費者之音樂及電影光碟盜版率及取得原因呈現如此之差異，可看出我國消費者認知上普遍仍認為熱門電影的定價過高、降價過慢，因此價格因素考量在電影盜版的取得原因上呈現較為顯著，應可提供給電影廠商定價策略上做為參考。

### 三、線上影音使用率及網路侵權逐漸成長

網路影音的發展，是否在未來將取代現行仍為影音產品主要模式的實體光碟，一直是各方予以關注的焦點。若從消費者的使用習慣看來，根據問卷調查歷年來的數據顯示，國人對於網路影音的使用率逐年上升，自 2004 年至 2006 年止，於最近一年內曾使用過實體影音光碟的受訪者其比率降低 11.2%，未使用實體光碟單從網路下載音樂的比率成長了 10.3%，未使用實體光碟單從網路下載電影的比率則微幅成長了 0.9%。以上的數據，至少代表了下述的意涵及潛藏的問題：

#### (一) 網路影音市場發展具有潛力

網路影音使用率的逐漸成長，尤其是線上音樂的顯著成長，代表國人的使用影音產品的習慣逐漸在轉變當中，不再完全仰賴實體影音光碟；並且也反映了國內近年來各家線上音樂業者受國內消費者的接受度之提升。

雖然實體光碟市場因此逐漸萎縮，然卻也代表了我國網路影音市場的發展的確具有潛力，值得投注與開發這塊新興網路影音市場。

#### (二) 需加強防範網路影音盜版問題

伴隨著網路影音的成長，網路影音盜版問題更需加強防範。自 2004 年以來持續調查的網路音樂／電影未購持有率顯示，網路侵權情形遠比實體侵權更加嚴重，請參見表 5.1.2。由於網路音樂／電影未購持有率的計算係以受訪者的認定為基礎，而部分民眾的認知以為有付費就表示已授權，因此，實際未購持有率會比調查結果高。

表 5.1.2、2003～2006 年度網路音樂／電影未購持有率之比較

未購持有率	2003 年	2004 年	2005 年	2006 年
網路音樂	N/A	78.30%	84.70%	83.92%
網路電影	N/A	93.80%	91.60%	88.81%

另外，若將實體影音盜版率和受訪者是否有網路下載行為進行交叉比對，將發現最近一年內有盜版音樂 CD 行為的受訪者當中，有網路下載行為者其盜版率（49.2%）顯著高於沒有網路下載行為之受訪者（34.4%）；最近一年內有盜版影音 VCD/DVD 行為的受訪者當中，有網路下載行為者的盜版率更高達 66.6%，顯著高於沒有網路下載者（43.5%）。

由上述數據可知，網路下載行為與實體影音之盜版率呈現正相關，可見目前除網路下載的影音當中未經合法授權仍佔有相當高比率外，消費者網路下載之後後續的燒錄行為更惡化了實體影音盜版情形。因此後續章節將針對網路影音侵權，從各層面加強研擬策略因應之。

#### 四、以 P2P 軟體下載網路影音的比率逐漸增加

網路下載音樂的管道方面<sup>9</sup>，雖然自 2004 年至 2006 年止，受訪者下載管道居第一名者仍為「網站」，但卻呈現逐年下降趨勢，反倒以「P2P」軟體下載的比率快速上升，自 2004 年的 36.5% 成長至 2006 年度的 50.9%；網路下載影音的管道部份<sup>10</sup>，以「P2P」軟體下載已經高居取得管道第一位，自 2004 年的 33% 成長至 2006 年度的 60.8%。

<sup>9</sup> 請參見表 2.3.7，受訪者下載音樂的管道，頁 36。

<sup>10</sup> 請參見表 2.3.10，受訪者下載電影或影集的管道，頁 38。

由此可見國人對 P2P 軟體的仰賴日深，除其傳輸速度快速，程式也日益多元化、客製化，因此加速了其成長，然綜合上述我國「網路影音未購持有率」偏高的情況看來，以 P2P 軟體下載的影音絕大多數是並未經過合法授權的。

## 五、年輕族群為高影音盜版率族群

本計畫的受訪對象年齡區間為 13 歲～55 歲的民眾，分析年齡區間與盜版率之關係後，發現不論是音樂 CD、影音 VCD/DVD 或是網路音樂／電影之盜版率，不同「年齡」區間皆顯示出顯著的差異；進一步分析後，將發現尤其是 20～29 歲及 13～19 歲為兩個高影音盜版率的族群，亦即我國消費者中的年輕族群的盜版情形較為嚴重。

## 第二節 電腦軟體消費者行為模式與盜版問題

以 2005 年及 2006 年電腦軟體問卷調查結果為依據，分析我國人對於電腦軟體之行為模式及盜版問題如下：

### 一、組裝電腦軟體盜版率較高

本計畫定義的「組裝電腦」，係指自行選擇各種配件，由自己或委託他人、廠商代為組裝者，「品牌電腦」則指「套裝電腦」；根據 2006 年的調查結果顯示，不論是作業系統、防毒軟體、繪圖軟體、網頁製作軟體、影音播放及影像編輯軟體或文書軟體，組裝電腦的盜版率皆顯著高於品牌電腦，若以作業系統為例，組裝電腦盜版率為 38.5%，品牌電腦盜版率則為 19.6%。



分析其原因，乃因品牌電腦多半隨機免費附贈正版軟體，組裝電腦則否；唯我國人消費習慣上習於自行組裝電腦，2005 年度的數據顯示：受訪者在家中最常使用的為組裝電腦的有 56.3%，2006 年度則有 57.7%，因此組裝電腦的高盜版率現象特別值得注意。

## 二、更新電腦軟體盜版情形較初次安裝電腦軟體嚴重

若將各軟體盜版率與受訪者為何安裝電腦軟體動機加以交叉分析後，將得出「最近一年內安裝過電腦軟體」的受訪者其盜版率皆顯著高於「最近一年內購買電腦」者，以作業系統軟體為例，「最近一年內安裝過電腦軟體」的盜版率為 35.2%，顯著高於「最近一年內購買電腦」者的盜版率 24.7%。

因購買電腦安裝軟體者，表示其為「初次安裝」電腦軟體，因此可看出「重新安裝」或「更新電腦軟體版本」的受訪者盜版率明顯較高。如何提高國人再度安裝或更新電腦軟體時使用正版軟體的比率，應為未來研擬反電腦軟體盜版的一大重點。

## 三、盜版取得管道以親友贈送及網路下載為主

根據 2006 年調查數據顯示，電腦軟體不論正版或非正版，在親友間流傳為國人使用電腦軟體的一普遍現象。

以問卷調查當中「您曾經安裝過非正版軟體，請問您是如何取得？」選項中，「親友安裝／贈送」比率高達 64.8%，雖較 2005 年度下降 5.6%，但仍高居非正版取得管道之首位；另外正版軟體部份，問卷調查「您不確定購買正版 Office 軟體費用的原因？」，主要為「他人安裝」之 41%；因此不論正版或非正版軟體，軟體在國人親友間流傳為一普遍現象。除了得知非正版軟體的取得管道為親友流傳外，即使正版軟體亦不無超出了授權範圍的過度安裝（Softlifting）之疑慮。

「網路下載」在電腦軟體盜版取得管道中仍與去年度調查結果相同居於第二位，有 37.9% 的比率，網路侵權的問題不容忽視。此外，目前源自於夜市路邊攤（1.5%）、網路商店／網路拍賣（1.8%）、人員直銷（0.6%）的比率頗低，然源自於電腦商場（8.4%）卻仍佔有一定之比率，顯示我國電腦商場私底下仍為非正版軟體流通的管道。

#### 四、普遍認為電腦軟體價格過高

我國人取得非正版軟體的取得原因，有高達 52.8% 的原因為「價格便宜」，較之 2005 年上升了 2.2%，亦即我國消費者目前對於正版軟體的定價，仍不能符合消費者心中的期待，普遍地認為正版電腦軟體價格過高。

#### 五、年輕族群盜版率較高

本計畫的受訪對象年齡區間為 13 歲～55 歲的民眾，分析年齡區間與盜版率之關係後，發現 20～29 歲的受訪者為盜版軟體使用之最大宗，作業系統軟體部份，年齡於 13～19 歲區間的受訪者更是居於首位；由此可見我國年輕族群的民眾的軟體盜版情形較其他年齡更為嚴重，有待加強年輕族群反盜版的觀念。

### 第三節 智慧財產權認知分析與盜版問題

2006 年本計畫進行之「智慧財產權認知問卷調查」，其目的在於瞭解現今民眾對於智慧財產權相關訊息的認知與認同程度、民眾對我國智慧財產權侵權情形的看法與建議改善之道、對我國智慧財產保護法令、政府相關單位的認識，並且調查政府推動相關宣導活動的成效；民眾對於智慧財產權觀念的正確與否以及想法意見，對反盜版的因應策略及措施至關重要，也連帶地影響了研擬措施未來的實際施行成效，實值多加注意。

本計畫針對問卷調查結果進行分析後，得出國人對於智慧財產權之認知情形，分述如下：

### 一、智慧財產權觀念認知普遍正確

經過相關政府單位近年來的宣導活動，國人對於智慧財產保護觀念上普遍傾向正面而肯認的態度，關於「智慧財產需不需要保護」，高達 97.8%的受訪者同意智慧財產保護的需要性，並且也有高達 94.0%的受訪者同意「我們應該留意自己有沒有侵犯到別人的智慧財產權」；在問卷題組第二大題中，問卷題目更設計了五種情形，讓受訪者判斷是否侵害智慧財產權，如表 5.3.1 所示，受訪者多半都能做出正確的回答。

表 5.3.1、受訪者認為是否侵犯智慧財產權問卷結果之比較

題號	「是否侵犯智慧財產權」題目內容	回答「是」的比率(%)
2-1	販賣或出租非正版品	95.4
2-2	購買非正版品	89.4
2-3	接受親友贈送非正版品	65.3
2-4	購買正版品後，無限制的複製或燒錄以供自行使用	62.6
2-5	購買正版品後，複製或燒錄以供他人使用	89.2

資料來源：本研究整理。

然若將各題比較視之，即可觀察出國人在觀念認知上仍有下列問題存在：

#### (一) 認為賣非正版品比買非正版品嚴重

以非正版品的買賣（租賃）是否侵害智慧財產權的情形而言，認為做為銷售端的情況侵犯智慧財產權有 95.4%，然認為作為非正版的消費端侵犯智慧財產權者，則下降了六個百分點，此可看出有部份國人認為「賣非正版比買非正版嚴重」。

## (二) 親友間贈送非正版品觀念欠缺正確認識

此外，在「接受親友贈送非正版品是否侵犯智慧財產權」一題上，認為侵權的更是下降到 65.3%，此亦呼應了有 34.7% 之受訪者「接受親友贈送非正版品的行為是人之常情，不必太在意」。

## (三) 以自用或他用作為合法與否判斷標準

至於合法的購買正版品後的再行複製或燒錄是否侵犯智慧財產權，民眾認知上以供自用或他用為判斷標準；認為無限制地複製或燒錄供自用者侵權者為 62.6%，明顯低於複製或燒錄供他人使用認為侵權之 89.2%。

## 二、對於使用非正版品接受程度因情形而異

認知問卷的第三大題組中，則設計了四種情況讓受訪者判斷：於該種情形之下對於非正版品的接受程度，請參見表 5.3.2。

表 5.3.2、受訪者認為是否可以使用正版品情形問卷結果之比較

題號	「可以使用正版品」的情形	回答「是」(%)	回答「否」(%)
3-1	當正版品已經絕版的時候	45.1	40.5
3-2	當非正版品的價格比正版品便宜的時候	14.7	74.5
3-3	當非正版品的品質與內容比正版品好的時候	33.7	55.2
3-4	接受親友贈送非正版品是人之常情，不必太在意	34.7	47.4

資料來源：本研究整理。

問卷結果顯示，民眾對於非正版使用的接受程度因不同情形而異，並且依據此結果，歸納得出民眾的認知如下：

### (一) 當正版絕版時，最能接受使用非正版品

題組的四個問題當中，以「當正版品已經絕版的時候」，回答可以接受使用非正版品的受訪者比例最高，有 45.1%，可見當有使用需要，卻無法取得正版品時，對於非正版品的接受度就會大幅提昇。因此即便正版品並未絕版，倘若取得管道不夠便利，民眾為使用方便而對使用非正版品的接受度也會提升，不可不注意。

### (二) 正版品的品質為不滿足因子、價格為滿足因子

一般而言正作品相對於非正作品，價格較高然而品質內容較佳，因此民眾付出較高對價取得之正作品，也就會對其品質期待較高；受訪者即使知道非正作品的價格比正作品便宜，對非正作品的認同程度也僅有 14.7%，但若是「非正作品的品質與內容比正作品好」時，由於對正作品的期待落空，轉而認同非正作品的受訪者則上升至 33.7%；不過要注意地是，受訪者在提出認為保護智慧財產的有效方法時，則有 26.6% 的認為應調降正作品的價錢，僅有 5.2% 認為應加強正作品的內容與品質。

綜合上述兩項數據來看，可瞭解正作品的「品質」、「價格」兩者分別為心理學家 F. Herzberg 所提出的雙因理論 ( Two Factors Theory ) 中的不滿足因子 ( Hygiene Factor )<sup>11</sup> 及滿足因子 ( Motivator Factor )<sup>12</sup>：正作品的品質為不滿足因子—品質低落會導致消費者的不滿足感，然而擁有高品質並不能增加多少滿足感；正作品的價格為滿足因子—正作品的價格高並不會使消費者覺得不滿足，但如果價格低廉則能為民眾帶來滿足感。反之，對於非正作品來說，品質反為滿足因子，價格則變成不滿足因子。

### (三) 親友間贈送非正作品接受度高

問卷題組中，肯認「接受親友贈送非正作品是人之常情，不必太在意」者排名第二高，有 34.7%，可見親友間贈送不僅逐漸成為盜版的取得管道之外，民眾心態上不以為杵者亦不在少數。

<sup>11</sup> 此類因子能夠消除不滿的因素，因此不存在時會造成不滿，不過存在時亦無法增加滿足感。

<sup>12</sup> 此類因子能夠增加滿足的因素，因此存在時會帶來滿足感，不存在時亦不會造成不滿。

### 三、國人心態上仍仰賴「他律性」的保護智財方法

本次問卷調查問及「哪些人應該負責智慧財產的保護」時，有半數以上（56.2%）的受訪者認為責任在社會大眾的身上；此外，在問及認為我國智慧財產目前侵權情形嚴重的造成原因時，亦有 32.1% 的受訪者認為乃因民眾貪小便宜、民眾無法自律、社會風氣低落，可見國人心裡明白欠缺一個對智慧財產尊重、民眾能自動自發自律的整體環境乃現今智慧財產侵權嚴重之主因。

然而，進一步詢問受訪者「認為保護智慧財產權的有效方法」時，卻多期待透過政府、刑罰的力量以達成智慧財產侵權現狀之改善，認為政府應嚴加取締者近四成，有 39.7%，甚至要求加強刑罰者有 21.8%，反倒認為民眾自律為改善之道僅有 2.8%；探究分析民眾的矛盾心態，應為其肯認若欲根本性地改善智財侵權問題，自因從民眾教育、社會風氣的養成做起，因此希望政府多加宣傳保護智財活動者亦有 28.8%，希望學校加強宣導有 28.3%，透過宣導活動的雙管齊下，以改變社會風氣、法治觀念、最終達成民眾自律性地遵守智慧財產法規相關規定；然民眾的認知上也反映了：目前國人心態上仍期待透過他律性的作為，亦即公權力的介入、查緝取締的方式以打擊盜版。

### 四、智慧財產宣導活動能見度低

近年來，政府保護智慧財產權相關單位雖大力推行智慧財產權保護宣導活動，在各種媒體上力求曝光率，然而宣導成效仍有待檢討修正。

首先，就宣導政府法令成效方面，受訪者有 42.6% 不知道我國有保護智慧財產權的相關法令，不知道我國已有保護智慧財產權的政府相關單位者更高達 76.8%；此外，就民眾接觸到宣導訊息情況而言，受訪者「最近三個月內，有沒有得到保護智慧財產權的相關宣導訊息」者，有高達 89.6% 從未得到任何訊息。

調查結果顯示，政府相關單位應檢討所進行的宣導活動，是否事倍卻功半？是否委由廣告公司進行宣導廣告雖投資力多，卻未回收應有之成效？抑或是民眾對宣導活動並未投以應有之注意，導致智財保護宣導活動的能見度偏低？此外，未來宣導活動的管道分配上亦需注意，根據調查結果，受訪者得知宣導訊息的管道有 75%來自電視，顯見民眾主要仍透過電視廣告得知訊息，未來對於宣導管道應可據詳細的調查結果做一調整分配，以求實效。

## 第六章 盜版問題因應策略及具體措施

美國政府在今年（西元二〇〇六年）四月所公佈的年度「特別三〇一報告」中仍然將我國名列「一般名單（Watch List）」。美方雖然在報告中相當肯定我國為保護智慧財產權所作的努力，認為包括加強查緝盜版光碟、反仿冒製藥以及名牌服飾等，都較以往有長足進步，對於我國即將成立智慧財產權的專門法院也予以相當的肯定，但對於日益嚴重的校園教科書盜版和對網際網路上智慧財產權的保護方面，則認為仍有待加強；並且希望對於仿冒、盜版處以更高的刑責，尤其應注意盜版光碟等產品的轉運問題。<sup>13</sup> 這份指認報告連同之前的年度「國家貿易評估—外國貿易障礙報告（National Trade Estimate – Foreign Trade Barriers）」對我國網路侵權問題日趨嚴重的關切其實並不全然令人意外，因這與本研究所導出的結果相當接近，也是當前全球各國所遭遇的共通問題。<sup>14</sup>

雖然各國政府近年來對於打擊盜版皆不遺餘力，但隨著網際網路的興起，和人們消費習慣的改變，很不幸的卻又掀起了另一波盜版的高峰，音樂、影片、軟體的盜版為各國帶來的經濟損失相當驚人。根據商業軟體聯盟（Business Software Alliance, BSA）的全球軟體盜版率調查報告顯示，台灣自西元二〇〇二年起連續四年裡的盜版率維持在43%，並估計在這段期間軟體盜版對臺灣地區所帶來的經濟損失已經高達新台幣一百七十億元；若以資本額要到新台幣三億元才能成為具備公司上市資格的標準來計算，這相當於五十六家上市公司的資本額，影響之鉅可見一般。<sup>15</sup> 在影音盜版方面，雖然侵權訴訟在世界各地不斷上演，而且侵權的判定也帶來了一定程度的遏阻作用，但是網路傳輸的科技仍不斷地更新演進，其所具備的便利性與豐富性，使得線

<sup>13</sup> 參見 U.S. Trade Representative ( USTR ), *2006 Special 301 Report*, 網址：[http://www.ustr.gov/assets/Document\\_Library/Reports\\_Publications/2006/2006\\_Special\\_301\\_Review/asset\\_upload\\_file190\\_9339.pdf](http://www.ustr.gov/assets/Document_Library/Reports_Publications/2006/2006_Special_301_Review/asset_upload_file190_9339.pdf)，檢索日期：2006年6月26日。

<sup>14</sup> 參見 USTR, *2006 National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers*，檢索日期：2006年3月31日。

<sup>15</sup> 參見 2006 年全球軟體盜版率調查報告，商業軟體聯盟（BSA），網址：[http://www.bsa.org/taiwan/events/upload/3th%20piracy%20rate%20study\\_ch.pdf](http://www.bsa.org/taiwan/events/upload/3th%20piracy%20rate%20study_ch.pdf)，檢索日期：2006年6月22日。



上影音傳輸成為一股無法抵擋的潮流，根據本研究的結果，我國在西元二〇〇三至二〇〇六年的四年當中，關於音樂 CD、影音 VCD/DVD 的盜版率以及網路音樂/電影未購持有率的問卷調查中也可明確看出此一趨勢：雖然影音 VCD/DVD 等的盜版率已從西元二〇〇五年的 53.70% 下降到 47.55%，但網路音樂、電影未購持有率卻仍維持在 84~89% 的高比例，請參見表 6.1.1：

表 6.1.1、2003~2006 年音樂 CD、影音 VCD/DVD 之盜版率，  
網路音樂/電影未購持有率

	2003 年	2004 年	2005 年	2006 年
音樂 CD 盜版率	32.80%	39.10%	40.00%	40.82%
影音 VCD/DVD 盜版率	47.20%	51.30%	53.70%	47.55%
網路音樂未購持有率	N/A	78.30%	84.70%	83.92%
網路電影未購持有率	N/A	93.80%	91.60%	88.81%

線上影音這塊市場大餅也因此成為兵家必爭之地。除了新起的強調經合法授權的業者外，過去與著作權利人間糾紛不斷的業者也開始轉型，例如：ezPeer (全球數碼科技股份有限公司) 在六月三十日推出新的線上下載平台 ezPeer+，並與中華電信合作，正式邁入合法經營；Kuro (飛行網股份有限公司) 也傳出合法化的計畫，可望在今年底推出新的平台<sup>16</sup>；BitTorrent 公司也正積極與娛樂公司簽約，準備提供劇情片、電視節目等影視娛樂檔下載服務。<sup>17</sup> 由上述的例子可以看出，合法化經營是目前的趨勢，也與本研究所主張「由他律導向自律」、並使二者相互為用，「遏阻與疏導並行」的理念相契合，而最終則是期待儘量由業者間的自律 (如授權、仲裁與協商和解等非送爭端處理方式) 來逐漸減少甚至在相當程度上取代目前動輒嘗以公權力介入處理私權糾紛的模式，從而能有效的降低和分攤執法所需的社會成本，並確實減少盜版行為的發生。

<sup>16</sup> 參見陳曉藍，ezPeer轉型合法音樂網30日上線！Kuro也將於下半年合法化，東森新聞報，2006年6月29日，網址：<http://tw.news.yahoo.com/060629/195/3atmn.html>，檢索日期：2006年6月29日。

<sup>17</sup> 參見Greg Sandoval，BitTorrent與電影公司簽授權約，CNET新聞，2006年7月11日，網址：<http://taiwan.cnet.com/news/ce/0,2000062982,20107843,00.htm>，檢索日期：2006年7月11日。

鑒於本研究報告乃是此一研究計畫的第三年，也是本期最後一年的研究成果，因此本章將首先對於過去三年的因應策略與具體措施方面以表列方式做一總體回顧與展望，並據以導出對未來對應仿冒問題所可採行的具體措施、展望與願景。

## 第一節 政府層面因應政策之回顧與檢討

回顧過去三年，我國在面對盜版問題時，無論在行政、立法與司法等各方面皆有相當多的措施與發展，而且也都獲得了一定的執行成效。這也讓我國在西元二〇〇五年得以自美國政府的「優先觀察名單」降為「一般觀察名單」。雖然我國今年仍被列在一般觀察名單，但是政府與民間的努力均獲得了中、外相當大的肯定。謹就過去三年的相關錯失與發展表列於後：

表 6.1.2、執行成效一覽表

執行面向	執行單位	時間	執行內容與成效
總體計畫	經濟部 智慧財產局	92年至 94年	<p>推動「貫徹保護智慧財產權三年行動計畫」，計有下列八項發展策略：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.健全智慧財產權相關政策及法規，提升我國法制品質，履行國際義務。</li> <li>2.強化查緝仿冒機制，充實智慧財產權專責警力，提高查緝績效。</li> <li>3.建立單一窗口協調機制，提供司法人員仿冒盜版溝通與認知資訊，建立保護智慧財產權共識。</li> <li>4.加強邊境管制措施，落實智慧財產權保護。</li> <li>5.輔導企業建立智慧財產權管理，獎勵創新發明，協助企業落實專利商品化，建立企業標識形象，提高企業全球競爭力。</li> <li>6.推動使用合法電腦軟體著作，維護著作權人合法權益。</li> <li>7.強化智慧財產權教育宣導體系，建立國人正確的智慧財產權觀念。</li> <li>8.加強國際交流合作，增進國際間對我國保護智慧財產權的認識。</li> </ol>

執行面向	執行單位	時間	執行內容與成效
他相關計畫	經濟部	93年9月1日至94年12月31日	推動「加強電腦軟體保護實施方案」。依據商業軟體聯盟(BSA)2005年全球軟體盜版率調查報告,台灣軟體盜版率已經是第四年維持在43%,在亞洲是第三低,僅次於排名第一的日本(28%)與第二的新加坡(40%)。 <sup>18</sup>
	經濟部智慧財產局	94年5月	<p>推動「加強防制網路侵權實施方案」,並成立「網際網路侵權聯合查緝專案小組」,同時提高檢舉破案及查獲網路販售仿冒、盜版的案件獎金,檢舉金額最高可達50萬元,並回溯至3月底起實施。主要包括:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.針對ISP業者及網路使用者進行宣導,加強對網路侵權行為、態樣及所涉責任之認識。</li> <li>2.促進網際網路業者與權利人團體合作。</li> <li>3.加強校園網路管理,包括研修「教育部校園網路使用規範」及「台灣學術網路管理規範」(TANet),將不得利用校園網路以點對點式軟體,非法傳輸他人著作之行為納入明文規定,及要求大專院校透過網路流量分析,輔導異常行為等具體措施。</li> <li>4.由保智大隊、光碟聯合查核小組及智慧財產局人員組成「網際網路侵權聯合查緝專案小組」,加強執法,積極查辦網路侵權案件。</li> <li>5.加強檢警調與國外執法單位合作,以協助查緝架設於國外之網站。</li> </ol> <p>此外,行政院日前也修訂查獲網路販售仿冒案件給獎辦法,將獎金比率由原定5%調升為20%,上限由20萬元調增為50萬元,並回溯自3月30日起生效。</p>

<sup>18</sup> 台灣因盜版造成的經濟損失,前年是1.6億美元,去年下降到1.1億,而去年亞太地區平均盜版率,提升1個百分點,成為54%,整體經濟損失則攀升至80.5億美元。去年全球軟體盜版率為35%,經濟損失金額達342億美元。台灣商業軟體聯盟行銷經理賴秀雯指出,隨著寬頻網路普及,透過網路非法傳輸軟體與販賣盜版軟體則成為新趨勢。政府應該加強網路犯罪的調查,並且盡快訂定電腦網路服務提供業者(ISP)的權利與義務規範。賴秀雯:「政府首先應以身作則,由中央自地方政府落實使用合法軟體;現在網路盜版已經成為一個趨勢,我們希望政府能夠加強執法的能量,同時參考其他先進國家訂定相關法律。」參見張德厚,台灣軟體盜版率43%連續4年維持亞洲第3低,中廣新聞網,2006年5月24日,網址:<http://news.yam.com/bcc/computer/200605/20060524735281.html>,檢索日期:2006年6月20日。

執行面向	執行單位	時間	執行內容與成效
檢、警、調、海關執行查緝方面	警政署	94年	依「加強保護智慧財產權工作實施計畫」94年除持續全力打擊仿冒、盜版，強化取締轄內重點夜市、賣場之不法行為，並主動規劃專案取締勤務，加強查緝電腦網路侵權及利用夾報販賣仿冒、盜版品案件。總計台閩地區警察機關94年全年查獲侵害智慧財產權案件共計4,648件，較93年4,209件成長10.43%。
	保智大隊	94年	94全年計查獲侵害智慧財產權案1,428件，較93年同期1,219件成長17.15%；其中在網路及夾報新型犯罪計查獲網路侵權案769件、執行夾報斷訊2,740件，並加強夜市盜版光碟查緝工作，執行「夜市掃蕩」勤務，計查獲夜市侵權案292件。
		94年9月23日	破獲台灣首宗以BT程式侵害智慧財產權重大案件。破獲首宗以BT程式侵害智慧財產權行為犯罪之E酷網論壇網站，提供非法音樂與檔案下載，現場查獲主機3台、燒錄機4台、音樂366首、影片130部，網站會員人數超過5萬人。該案經檢舉即展開調查發現E酷網論壇係以BT種子交流程式收攬會員，提供會員下載、交流各式非法之音樂、院線電影、程式軟體、遊戲軟體等，嗣經權利人團體證實確屬非法之音樂與檔案下載。該大隊即刻組成專案小組，經二個月的長期監控一舉破獲台灣首案（亞洲第二大案）以BT程式（多點對多點原理下載檔案）於網路上侵害智慧財產權之犯罪行為。因此，本案具指標性之意義並對虛擬網路非法侵害他人智慧財產權者，達到當頭棒喝之警示效果。
光碟製造工廠查核方面	經濟部光碟聯合查核小組	94年	全年計查核光碟工廠1,193家次（日間查核685家次，夜間查核508家次），較去年同期1,067家次，成長11.81%，透過此高密度之查核，未查獲重大之盜版案件，已達有效嚇阻光碟工廠生產盜版光碟之效。
海關邊境查緝方面	海關	94年	海關執行「光碟管理條例」、「出口盜版光碟查緝專案小組作業要點」及「海關配合執行專利商標及著作權益保護措施作業要點」等措施，加強查緝仿冒盜版品，94年全年查緝成果如下： 1. 查獲進口涉嫌侵害商標權案件174案，侵權商品有香菸、皮件、服飾、藥品等。 2. 查獲進口涉嫌侵害著作權案件76案，盜版光碟片數量計33,290片，另遊戲機板計3,823片。 <sup>19</sup>

<sup>19</sup> 參見經濟部智慧財產局，「94年查緝仿冒績效報告」，2006年1月19日，網址：<http://www.tipo.gov.tw/service/news/ShowNewsContent.asp?postnum=8769&from=news>，檢索日期：2006年6月20日。

執行面向	執行單位	時間	執行內容與成效
立法方面	經濟部智慧財產局、立法院	95年5月30日	著作權法部分條文修正草案於95年5月30日總統令刪除著作權法第九十四條條文；並修正第九十八條、第九十九條至第一百零二條及第一百十七條條文，公布之。」
	立法院	95年4月24日	初審通過「著作權法部分條文修正草案」，規範網路點對點下載，未來只要涉及侵權與受有利益兩項要件，業者可能被處兩年以下有期徒刑、拘役或科或併科新台幣五十萬元以下罰金，嚴重甚至被勒令歇業，進一步法制化網路下載行為。
司法方面	司法院	94年	「智慧財產法院組織法」及「智慧財產案件審理法」完成兩部草案定稿。預定於96年3月正式成立智慧財產專責法院。
	司法院	95年2月	<p>啟動「智慧財產法院法官培訓計劃」，以培訓並遴選現職優秀法官充任該法院之專業法官。培訓計畫研習之優先順位為：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 高等行政法院法官；</li> <li>2. 具智慧財產專業法官證照之實任法官；</li> <li>3. 前二點以外之實任法官；</li> <li>4. 具智慧財產專業法官證照之試署及候補法官；</li> <li>5. 其他試署及候補法官。同一順位以期別在前者優先，期別相同者以年長者優先。</li> </ol>
教育宣導方面	經濟部智慧財產局	95年	於智慧局網頁上推出「智慧遊戲雙響炮」及「智慧大探險」的新遊戲，藉由有趣的遊戲介紹各種日常生活中常見的侵權行為，並說明各該行為分別會構成何種的侵權問題。

資料來源：經濟部智慧財產局及本研究整理。

## 一、行政層面

在行政方面的執行上，經濟部智慧財產局在西元二〇〇三年至二〇〇五年推動了「貫徹保護智慧財產權三年行動計畫」，其中共羅列了八項發展策略，目標在健全智慧財產相關的法規、政策，同時加強查緝，以及對於民眾的宣導以及企業的輔導。<sup>20</sup>

<sup>20</sup> 參見經濟部智慧財產局，「貫徹保護智慧財產權三年行動計畫（核定本）」，網址：[http://www.tipo.gov.tw/service/inmitate/imitate\\_actyear/imitate\\_plan\\_1.asp](http://www.tipo.gov.tw/service/inmitate/imitate_actyear/imitate_plan_1.asp)，檢索日期：2006年11月3日。

此外，也推動了「加強電腦軟體保護實施方案」<sup>21</sup>和「加強防制網路侵權實施方案」<sup>22</sup>，並成立「網際網路侵權聯合查緝專案小組」，同時提高檢舉破案及查獲網路販售仿冒、盜版的案件獎金，加強對於網路服務提供者（Internet Service Provider, ISP）以及網路使用者的宣導、促進網路業者與權利人間的 cooperat 合作對談、以及校園的網路管理，同時加強執法，積極查辦網路侵權案件。在檢、警、調和海關執行查緝方面，持續全力打擊仿冒盜版，除了強化對於實體的銷售管道（例如夜市、賣場）的取締外，也加強查緝了利用網路的仿冒侵權案件，總計臺、閩地區警察機關在西元二〇〇五年全年所查獲的侵害智慧財產權案件共計 4,648 件，較西元二〇〇四年的 4,209 件成長了 10.43%；保智大隊在西元二〇〇五年全年查獲的侵害智慧財產權案件也較前一年同期成長了 17.15%。經濟部光碟聯合查核小組也透過高密度的查核動作，達到實際的遏阻盜版生產效應，而在今年度美國的特別三〇一報告中獲得成效的肯定。海關方面也積極的進行查緝，惟海峽兩岸的現況與臺灣地區的地理位置容易構成盜版產品的轉運點，因此特別三〇一報告中特別提醒要求多加注意防範。值得一提的是，保智大隊於西元二〇〇五年九月破獲了首宗以 BT 程式侵害智慧財產權重大案件，該案經檢舉後保智大隊便即刻組成專案小組，經過兩個多月的監控而一舉破獲，本案的指標性意義對於利用網路進行智慧財產侵權活動之人達到當頭棒喝的效果。<sup>23</sup>

## 二、立法層面

在立法方面，目前關於著作權法的修正焦點主要是今年四月由謝國樑等三十七位立法委員所提出的「著作權法部分條文修正草案」。<sup>24</sup> 這個草案的立法目的在於修正現行著作權法第八十八條，擴大規範網路點對點的非合法傳輸問題，亦即通稱的網路服

<sup>21</sup> 參見經濟部智慧財產局，「加強電腦軟體保護實施方案」，網址：[http://www.tipo.gov.tw/service/about/about\\_us/%E7%B6%93%E6%BF%9F%E9%83%A8%E6%8E%A8%E5%8B%95%E8%BB%9F%E9%AB%94%E4%BF%9D%E8%AD%B7%E6%96%B9%E6%A1%88\(%E4%BF%AE%E6%AD%A3%E7%89%882\).pdf](http://www.tipo.gov.tw/service/about/about_us/%E7%B6%93%E6%BF%9F%E9%83%A8%E6%8E%A8%E5%8B%95%E8%BB%9F%E9%AB%94%E4%BF%9D%E8%AD%B7%E6%96%B9%E6%A1%88(%E4%BF%AE%E6%AD%A3%E7%89%882).pdf)，檢索日期：2006 年 11 月 3 日。

<sup>22</sup> 參見經濟部智慧財產局，「加強防制網路侵權實施方案」，網址：[http://www.tipo.gov.tw/service/about/about\\_us/about\\_us\\_measures\\_6.asp](http://www.tipo.gov.tw/service/about/about_us/about_us_measures_6.asp)，檢索日期：2006 年 11 月 3 日。

<sup>23</sup> 同註 19。

<sup>24</sup> 立法院第六屆第三會期第八次會議議案關係文書，院總第 553 號、委員提案第 6844 號（民國 95 年 4 月 5 日印發）。

務提供者的責任問題。根據此一草案的內容，業者如符合「經營點對點式內容涉及侵害著作權」以及「有收受利益」兩個要件，將可能被兩年以下有期徒刑、拘役或科或併科新台幣五十萬元以下罰金；若業者經法院判決有罪仍執意提供下載服務並收取費用，則除了上述刑罰外，最嚴重可被主管機關命令停業或勒令歇業。這樣的規範一方面可以遏止業者繼續其犯行，另一方面可以避免消費的網路使用者侵權而不自知。<sup>25</sup>

此外，針對夾在著作權利人與消費者中間的網路服務提供業者，也將另外修法將其所應負擔的相關責任義務明確化，為相關的業者提供明確的行為準則，以平衡消費大眾與著作權利人間的權益。根據相關的網路服務提供業者表示，目前國內絕大部分的業者皆同意採取類似美國「千禧年數位著作權法（The Digital Millennium Copyright Act, DMCA）」中所謂「通知與移除（notice and take-down）」的精神，透過此一機制，使得後續可能發生的訴訟爭端提前至通知之階段即予以解決，以作為業者自我檢驗之方式，而此亦為我國智慧財產局目前列入優先處理之工作。惟在觸及網路服務提供業者所應負的責任前，恐怕還是必須先確立我國著作權法中究竟何為「間接侵權責任」的問題。此外，在修改著作權法時也應注意科技發展的現況與趨勢，避免直接移植國外的立法而產生與科技現況不符的情形。<sup>26</sup>

此一針對網路服務提供業者著作權責任的立法修正草案，參考了美國最高法院在 *Grokster* 案的見解：「提供服務者，以明確之表示或以其他具體措施意圖促進其服務之使用以侵害他人著作權者，就該第三人所為之侵權行為亦需負責。」<sup>27</sup> 亦即所謂的「引誘理論」（inducement theory），擬在著作權法第八十八條增列一個第四項，將民法第一八五條「共同侵權責任」的概念引入著作權法中，將網路服務提供業者提供

<sup>25</sup> 參見黃名璽，立院初審修正著作權法規範網路點對點下載，中央社新聞，2006年4月24日，網址：<http://times.hinet.net/news/20060424/polity/c28284d8693d.htm>，檢索日期：2006年6月29日。

<sup>26</sup> 參見本報告附錄六、與數位聯合電信股份有限公司法務處吳小琳處長之訪談記錄，訪談時間：民國96年5月22日。

<sup>27</sup> 參見 *Metro-Goldwyn-Mayer Studios, Inc. v. Grokster, Ltd.*, 545 U.S. 913, 125 S.Ct. 2764, 162 L. Ed.2d 781 (2005)。“[O]ne who distributes a device with the object of promoting its use to infringe copyright, as shown by clear expression or other affirmative steps taken to foster infringement, is liable for the resulting acts of infringement by third parties.” *Id.*, at 545 U.S. 932.

網路服務之侵權視為共同侵權行為的態樣之一，而未於修法中確立關於網路服務提供者之「間接侵權責任」問題，蓋共同侵權責任與直、間接侵權責任係屬兩個層次之概念，不宜劃上等號。是以，參酌 *Grokster* 案所提出之概念進行法案修正之前，似宜先行確立我國著作權法中關於網路服務提供者之間接侵權責任問題較妥。

此外，針對網路服務提供者之「通知與移除」責任，本修正草案似未與網路服務提供者被權利人要求截斷網路之行為做出程度上之區隔，本研究建議宜針對行為情節之程度賦予網路服務提供者不同之責任，以更明確之方式為規範，一來使業者採取措施時有所依循；二來避免侵害網路服務使用者之消費者權益。

### 三、司法層面

由於智慧財產案件具備了時效性與專業複雜性兩個特點，與一般的案件有本質上的差異，因此許多國家特別設立智慧財產法院，負責智慧財產相關案件的審理，我國目前亦規劃在二〇〇七年三月成立智慧財產專責法院，此一發展已獲得了美國政府在今年「特別三〇一報告」中的相當肯定。而司法院在今年初啟動了「智慧財產法院法官培訓計劃」，以培訓並遴選現職優秀法官充任該法院之專業法官，積極為智慧財產專責法院的運作進行準備。

## 第二節 他律與自律之分析

目前針對反盜版的舉措仍有許多是透過公權力的執行來打擊盜版，但長期而言，單靠公權力的執行，終究只能達到遏阻的作用，如無合法化的線上取得管道與環境，仍無法避免會導致所謂「盜版黑數」的猖獗。<sup>28</sup> 因此，本研究認為，打擊盜版需要

---

<sup>28</sup> 這是援用犯罪學上所謂「犯罪黑數 ( dark figure of crime )」的用語，係指非透過實體盜版通路或是網路虛擬通路取得，而是利用親友相贈、互傳等「非傳統」的方式取得盜版作品，因而亦無從在傳統的數據調查和分析中具體顯現其比率究竟為何。



各個相關的環節配套運作，除了公權力的執行外，在權利人團體、相關的網路服務提供者以及最終的網路使用者而言，也必須建立一定的「公律框架」，並在其之下隨著市場與科技的發展從事相互的自律。在整體大環境能讓權利人受到保障的情況下，進而走向合法化的商業經營模式，既能符合科技發展的趨勢，亦能為權利人在目前銷售不景氣的狀態下開啟另一扇窗，進而達到最終極的目標，也就是減少公權力的介入（如透過執法進行查緝等），而由市場和管理等更有效率的自律的模式來運行，亦可同時更為節省國家資源。如何達到消費者自律是這次研究計畫主要的目標之一，影音著作權的保護工作是相當龐大且耗費資源的，唯有透過有效的資源運用，強化智慧財產權的立法與執法機制，方可促使自律行為真正落實，以達長遠智慧財產權保護之目標。此外，在自律的過程中整體的教育必然是最重要的一環，然而倘若只是教導社會大眾不要去仿冒抄襲，在沒有相當的配套措施來協助降低社會成本以及提供足夠的嚇阻手段之情形下，亦難窺見其效。以下謹分別就自律與他律的幾個層面進行分析：

## 一、取用管理或科技保護措施

所謂的「取用管理（access control）」或「科技保護措施（technology protection measure, TPM）」是泛指運用加密技術（encryption technology）或軟體來對於音樂、影像或文字檔等各種數位化的資訊或內容給與保護或限制存取、重製或散佈的措施。<sup>29</sup> 而其中最常見的型態之一便是著作權的出版者運用其中的一種或多種技術來對於特定的數位內容在特定載體或硬體中的使用設限。這也稱之為「數位權利管理（digital rights management, DRM）」。

### （一）數位內容保護

而傳統的數位內容保護，大部分都是採用以下兩種作法：一是把內容檔案全部加密，取得授權後獲得解密金鑰，進而解開整個檔案；二是用密碼驗證方式驗證使用者

---

<sup>29</sup> 參見林昱仁、徐和謙、葉文熙，數位內容版權發行管理機制，數位學習技術研發五年計畫，數位典藏技術研討論文集，第297~304頁。

身份後，就將整個檔案全部開放使用。不過以往的保護方式比較薄弱，且用途上受限制，最大的缺點是無法控管使用者獲得數位內容檔案後的行為。因此，現今的數位版權管理機制，除了數位內容保護的需求外，還必須包含以下功能：

1. **使用者認證**：確認合法使用者身份，未經合法授權，就算獲得該檔案，也絕對無法使用。
2. **存取限制**：同一份數位內容檔案，依授權身份不同，可制訂不同的存取限制，例如：部分數位內容不提供未付費的使用者瀏覽，必須付費以取得授權，才可以瀏覽整個內容。
3. **用途限制**：依授權內容不同，授予不同的用途限制，例如：限制複製、列印等操作功能，授權中未明白指名的其他操作動作就無法使用，除非另外取得合法授權。
4. **時間限制**：依授權內容不同，授予不同的使用期間，例如：一個月、一週等，使用時間一到，就無法再利用原先合法取得的內容，除非再取得合法授權。

以上功能可依需要組合出授權內容，例如：授權給某位使用人在一個月內只能瀏覽該份數位內容最多不超過十次，且無法列印或複製該數位內容。<sup>30</sup>

## (二) 數位版權管理機制兩分天下<sup>31</sup>

經過幾年的混亂局面，DRM技術終於在二〇〇五年大致塵埃落定，最終贏家是個人電腦界的一對長年歡喜冤家—蘋果電腦及微軟，形成兩分天下的局勢，且此兩平台不兼容。以下將分別介紹此兩種數位版權管理機制：

---

<sup>30</sup> 同註9。

<sup>31</sup> 參見林永君，數碼娛樂的基石—數碼版權管理，香港電台〈傳媒透視〉，2006年1月15日，網址：[http://www.rthk.org.hk/mediadigest/20060115\\_76\\_120767.html](http://www.rthk.org.hk/mediadigest/20060115_76_120767.html)，檢索日期：2006年6月20日。

## 1. 蘋果電腦的 DRM 機制

蘋果電腦所採用的DRM機制是一完全封閉的系統，也就是FairPlay DRM系統，而iPod及iTunes是唯一支援FairPlay的硬體及軟體，而其所支援的音樂格式是稱為「進階音訊編碼 (Advanced Audio Coding, AAC)」的格式。所有在iTunes Music Store購買的音樂或影像，蘋果都以FairPlay DRM加密，且只可用iPod來播放，因此，這些音樂檔案不能在其他品牌的機器播放MP3檔案。這樣封閉的系統設計，十分吸引內容供應商 (唱片公司及電視台)。用戶只可以在一個單一平台iTunes上購買檔案，亦只能用同一款播放器iPod，且從iTunes Music Store下載之單曲，最多只能授權予五台電腦和複製至十台iPod，電子檔案被盜用的機會因而大大地降低。正是此因素，蘋果電腦是第一間得到五間 (現為四間，BMG及Sony合組了Sony-BMG) 大型唱片公司同意授權數位內容的公司。

蘋果這一次的市場策略證明十分成功，iTunes現在是全球最大的音樂下載商，總下載數已超過十億，約佔全球合法音樂下載市場的70%，全世界的音樂愛好者每天在 iTunes下載過百萬的歌。

## 2. 微軟的 DRM 機制

相反的，一直被批評平台封閉的微軟，在DRM技術上與業界卻十分合作。微軟的DRM技術名為Windows Media DRM。顧名思義，這技術只能應用在Windows Media Player之上，支持如WMA、WMV等格式。它公開的地方在於支援了ISO國際標準MPEG-21版權表達語言 (Rights Expression Language)，內容商可以自行編寫MPEG-21的檔案來定義版權要求，然後利用微軟免費提供的軟體把檔案加密，便可以在網站發放有DRM保護的檔案給用戶下載。至於在MP3機上的微軟DRM解碼程式，版權費用亦是相對低的。

微軟的策略是希望以很低的門檻得到最多的廠商及內容商的支持，令大部分的人使用 Windows Media 作為主要影音格式，從而帶動 Windows 平台的銷售及市場佔有率。策略結果亦是成功的，最近所有音樂下載網站，除了蘋果的 iTunes 外，都是採用 Windows Media DRM，包括 Yahoo、Napster、EOL Asia、Soundbuzz。

### (三) 數位版權管理機制的演變

財團法人國際唱片業交流基金會 (IFPI) 李瑞斌李執行長表示，音樂產業要進入數位市場必定透過合作，不排斥任何可能的合作模式，而是跟著數位科技發展走。數位內容則必須跟隨著載體，任何載體的轉變即會發展出一種新的商業模式，但前提是所有的模式都必須有 DRM 機制。DRM 是為確保權利未被侵害，另一方面係為權利的計算 (例如某一首歌被下載數)。因此，數位科技走到哪，商業模式就走到哪，DRM 就跟隨到哪。權利人團體就權利人對其權利運用不同商業態樣進行推廣，都採取樂觀其成的態度。基本上，權利人團體並不反對 P2P 和 BT，P2P、BT 是中性的科技，而是反對以該科技從事違法行為之人。權利人選擇與任何一種科技合作都是好事。任何新形態的發生，皆衍生有效的保護與新的商業模式，有效的保護必定包含 DRM。DRM 不以狹隘的純技術性方式去界定，而以廣泛的方式界定，任何保護著作權的科技技術或是方法都可歸納為 DRM。

現有的 DRM 技術並不是不會被破解，事實上微軟的 DRM 技術已經有遭到駭客的破解，因此我們可以預測未來會發展更多更新的 DRM 方式來因應市場的變化與需求，未來誰在商業模式、技術方面或是採取結合的方式，對於著作權人的保護以及消費者權益比較有效率，都可以使其像蘋果電腦一樣在網路數位影音市場佔上一席之地。

## 二、執法層面

### (一) 權利人團體對於執法的參與

在執法的這個層面，主要還是必須要透過國家公權力的行使，然就其實質，仍是以行使公權力來伸張私權，因此如何在最節省國家機關成本的情況下給予權利人最有效的保障便是值得探討之處。以韓國的著作權保護中心（Copyright Protection Center, CPC）為例，便是由政府以及業者各出資一半，用以進行調查和蒐證的工作。在香港的權利人團體，例如：美國電影協會（Motion Picture Association, MPA）在接獲線報以後，會及時連線告知海關，合作的成效非常良好。以我國目前而言，美國電影協會也有人員二十四小時派駐海關，不論是進出口，只要隨時有懷疑，都能夠就該貨品進行現場、立即的檢查。這樣的方式固然可以達到第一時間攔截的作用，但隨著科技的進展，盜版的問題已由實體通路轉向虛擬的網路世界，因此線上問題將是更為重要的焦點，但不變的是，權利人團體積極的參與執法過程，能讓執法的運行更有效率，也更能確實保障權利人的權益。

### (二) 智慧財產專責法院

由於智慧財產案件具備了時效性與專業複雜性兩個特點，因此許多的國家特別為智慧財產的案件另設置了專責的法院或專業法庭，以特別處理相關的訴訟案件。例如美國的聯邦巡迴上訴法院聯邦巡迴庭（U.S. Court of Appeals for the Federal Circuit）<sup>32</sup>以及日本、泰國與土耳其的智慧財產法院等。<sup>33</sup>而我國司法院在西元二〇〇六年已正式向立法院提出了「智慧財產法院組織法」以及「智慧財產案件審理法」草案，期

<sup>32</sup> 不過此一法院僅對專利訴訟與商標有效性享有專屬管轄權，而且其管轄範圍也並不只侷限於智慧財產案件。參見 28 United States Code (U.S.C.) §§ 1292, 1295 (2000, Supp. II)。另關於聯邦巡迴庭的法源基礎與立法理由，參見 Federal Courts Improvement Act of 1982, Pub. L. No. 97-164, 96 Stat. 25 (1982)。另參見 Senior Judge Marion T. Bennett, *The United States Court of Appeals for the Federal Circuit – Origins*, contained as Part I of THE UNITED STATES COURT OF APPEALS FOR THE FEDERAL CIRCUIT: A HISTORY (1982-1990)。

<sup>33</sup> 關於對各國智慧財產訴訟司法機制的詳細比較與分析，參閱盧文祥，我國智慧財產法院之理想與實現，載政大智慧財產評論，第四卷第一期（西元二〇〇六年四月），第1~26頁。

望一旦通過立法，能在西元二〇〇七年三月正式成立我國的「智慧財產法院」。<sup>34</sup> 這是一個劃時代的創舉，也十分符合我國當前的需求和國際的趨勢。雖然這兩項立法草案已是用心良苦，必須兼顧現行、既有的司法體系整個社會的迫切需求，實屬不易，但以此一工程影響深遠，關係到未來我國整體經濟的發展，如一些根本性的架構在啟始就未能妥善建構，則留待未來再做調整將更加困難。因此，為求儘量做到盡善盡美計，本報告亦願針對此二草案提出下列看法：

經驗顯示，由於絕大部分的智慧財產權訴訟案件最終應是透過如和解、仲裁或協商等替代性爭端處理機制 ( Alternative Dispute Resolution, ADR )<sup>35</sup> 的方式來完成，以節省訴訟的時間與資源耗費，而每件訟案所涉及的層面往往兼含法律、科技、管理與市場等各個面向的爭議，大大增加了案件處理的複雜性，更顯得純粹是「零—和」導向的訴訟絕非最佳的解決問題之道。據了解，司法院對於此部份已積極推動，針對我國之智慧財產案件之替代性爭端處理，原則上將回歸既有之機制運作。<sup>36</sup> 然而，既有的體制是否足以因應市場的需求與發展仍不無疑義，因此如何在法案中強化對這方面的規劃容有相當的必要。例如，要具備處理此種爭端能力的調解或仲裁人非具備一定的學養與經驗不為功，因此，作為配套，如何來培養、羅致相關的人才便十分重要。即便在硬體設施方面，除了一般的法庭之外，也需設置相當的和解協商庭，並可考慮遴聘已經優遇的法官或社會賢達等充任調解法官等。

針對我國智慧財產案件的處理方式在以往常遭到外界 ( 尤其是被告或消費方 ) 質疑是「以刑逼民」，成立智慧財產法院的確可以成為將整個體制導正回「民事為主、刑事為輔」的重要契機，並可大幅減少對社會成本或訴訟資源的耗費。例如，採取所謂「三合一」的訴訟程序 ( 亦即將民事、刑事與行政訴訟程序均合併到由單一的法庭

---

<sup>34</sup> 立法院第六屆第三會期第十二次會議議案關係文書，院總第 474 號、政府提案第 10502 號 ( 民國 95 年 5 月 3 日印發 )。

<sup>35</sup> 替代性爭端處理機制 ( Alternative Dispute Resolution, ADR ) 係指如仲裁、調解、和解等其他非對抗式訴訟的爭端解決機制。

<sup>36</sup> 參見本報告附錄六、與司法院資訊管理處之訪談記錄，訪談時間：民國 95 年 10 月 20 日。

一次審結)，即可避免產生民事轉刑事等問題；相同專利案號之爭議將派由同一法官審理，即便同一專利於日後產生新的爭端，亦將由同一法官承審，以對事實為最清楚之判定；著作權則因尚有刑事責任的問題，因此將視被害人而定，故可避免掉大部分以刑逼民的狀況。

然而必須指出的是，由於希望盡量將智慧財產紛爭案件導入以民事程序為主之目的在於避免耗費國家機關之資源，例如動用檢察資源等處理本質上屬於商業上競爭或單純私益上的糾紛，是以如欲將未來的智慧財產案源導入民事的途徑，則另一個至關重要的配套措施是民事保全與執行程序。以保全程序為例，由於按照現行的制度，對於原告的假執行或假處分聲請，法官並不得對於案件的實體進行審理，而必須由原告釋明，如果不做對其有利的裁定，則該原告即會遭受「難於抵償」或「難於計算」的損害。不過縱使原告在提出聲請後無法做此釋明，只要向法院陳明在執行前可提供相當的擔保金，法院就應當照准。<sup>37</sup> 雖然法律也規定只要被告或債務人能夠提供足夠的相對擔保金就可免於假執行或假處分，<sup>38</sup> 這樣的制度在實際上所產生的效應往往就是只要原告方擁有足夠的財力資源壓過對方，基本上就可以此對於被告造成一定程度的威脅甚至打壓，運用司法來減低被告在市場上對原告的競爭力，更可對其它的競爭者形成「殺雞儆猴」的效果，而不論案情真正的事實為何。這顯然是相當有問題的，尤其在智慧財產的領域，往往「時間」就是市場，機會稍縱即逝，司法的介入市場更應極度審慎才是。對於此一日趨嚴重的問題「智慧財產案件審理法」草案僅在第十八條約略觸及，誠屬遺憾。

而在強制執行方面，則往往又顯現出了一個相反的現象。由於現行法規往往無法跟上科技與市場型態的快速發展，以致對於勝訴方（權利人）而言，在花費了龐大的訴訟費用之後，案件的最終執行未必能盡如其意。例如，對於應受執行的標的物而言，

---

<sup>37</sup> 參見民事訴訟法第五百二十六條第二項、第五百三十八條之四、辦理民事訴訟事件應行注意事項第四十九條第三項。

<sup>38</sup> 參見民事訴訟法第五百二十七條。

究應如何界定其範疇便時有爭議，而且是中、外皆然。當原告請求法院扣押被告不法盜錄「○○七龐德」系列的電影時，對於命名為「○○X、邦得」或其它的「變體」影片，是否也可以一併扣押？權利人團體認為正是因為法院往往在態度或實際的做法上並不一致，從而導致他們認為得不償失，不如改採刑事訴訟，既可減少耗費，還可寄望收到強大嚇阻效果。姑不論這樣的思維或策略是否正確，在效應上卻也的確助長了「以刑逼民」的印象，對司法的整體形象而言其實並無任何的助益，卻容易激化當事人間的對立。對於此一問題「智慧財產案件審理法」草案則完全沒有觸及，而是回歸到現行強制執行法的規範，亦屬相當可惜。

對於如何讓「智慧財產法院」的法官願意安於其位，也應要有配套的制度與規範，以確保這的確是一個為許多有識之士所嚮往的專業途徑，而不是在投注了大量的培訓等資源後，法官卻不斷輪調更換，徒然造成司法的不確定與資源的浪費。目前司法院方面顯然已充分體認到，相較於一般法院之法官僅負責單一訴訟流程，為因應智財法院三合一的訴訟程序，智慧財產法院法官培訓的一個重點即在於訓練法官必須同時熟悉三種的訴訟流程。與以往的法官培訓課程多為自主學習不同的是，為確保法官培訓的成果，司法院在今年開始推動「智慧財產專業法官培訓課程」，並據以甄選未來「智慧財產法院」的法官。研習法官除需參加期末測驗外，並應提出智慧財產相關論文作為甄選的重要指標，參見表 6.2.1。

表 6.2.1、95 年智慧財產專業法官培訓課程之研習成果

研習總人數	41 人 (含督課及研習人員)
申請退出研習人數	1 人
參加期末測驗人數	39 人 (1 人未參加)
依限繳交論文人數	34 人 (6 人未如期繳交)
請假時數超過總研習時數五分之一者	2 人 (其中 1 人未參加期末測驗、未繳交論文)

資料來源：司法院司法人員研習所業務摘要報告。



此外，鑒於當前整個智慧財產制度的構建都必須考量各個相關而且往往錯綜複雜的國際性規範，法官是否在論述分析上能一方面與國際的最新發展接軌，並多少掌握市場的脈動，他方面又能將既有的經驗不斷傳承，以建立起整套司法體系和判決的一致性、時效性與高品質，均是值得吾人深思的重大課題。

最後，由於「技術審查官」的設置，基本上是視為技術顧問，不參與事實與法律的認定，也就是定位為專業的法官助理，僅給予法官諮詢意見。因此在性質上與中國大陸或德國等所採行的「專家參審」制度並不相同。<sup>39</sup> 此外，雖然技術審查官的性質也不是專家證人，必須經過轉換的程序後始可在審理過程中擔任專家證人，兩種身分不得並存。而且在設計上也顯然不希望將技術審查官納入公務員體制，避免其技術未能隨時代而成長。這其中的一個隱憂是，在這樣的安排下是否雙方當事人為了節省支出，未來將會愈形依賴技術審查官，以之來取代現行的「法定鑑定機構」職能，然後在不同意技術審查官的認定時再去找「更資深」的專家證人來抵觸前者的見解？如果朝此方向發展，則在工作沒有長期保障、薪資又不如外界為高的情形下，「錢少事多麻煩近」，未來如何能羅致足額的人才並確保不致大量流失，有效的與市場競爭，也將是嚴峻的考驗。

### 三、商業模式與集體授權

透過本研究的問卷調查以及焦點座談會問談結果的研究分析，我們發現目前國內消費者對於著作權法的規範以及網路下載的法律問題並不陌生，在寬頻網路與無線網路的普及下，利用網路來下載音樂以及影片的方式也漸漸成為目前消費者獲得影音著作的最佳管道，依本研究的統計調查，已經有 59% 的消費者會從網路下載音樂，而下

---

<sup>39</sup> 智慧財產案件審理法草案第四條：「法院於必要時，得命技術審查官執行下列職務：一、為使訴訟關係明確，就事實上及法律上之事項，基於專業知識對當事人為說明或發問。二、對證人或鑑定人為直接發問。三、就本案向法官為意見之陳述。四、於證據保全時協助調查證據。」立法理由：「三、技術審查官就本案向法官所為之言詞或書面陳述，性質上屬諮詢之意見，如欲採為裁判之基礎，應依第八條第一項規定，予當事人有辯論之機會。」另參見陳昱奉、黃鈺晴，中國大陸專家陪審制度研究—以智慧財產權按鍵為例，載於政大智慧財產研究所「二〇〇三大陸智慧財產見學心得」論文集。

載電影與影集則是 15%。各種網路上提供下載數位影音內容的軟體與網站，請參見表 2.3.7、表 2.3.10。

另外根據創市際針對 15~39 歲的網友調查，結果顯示，「高付費意願」的受訪者高達 60%，線上音樂市場的發展相當樂觀。依這項調查來看，Kuro 仍是付費線上音樂平台中知曉度最高的，約有 85.1% 的受訪者表示知道 Kuro。其次則為 KKBOX (78.0%) 與 ezPeer (62.8%)，而甫推出的 Yahoo! 奇摩音樂通也有 56.1% 的知曉度。就使用率而言，Kuro 仍然位居第一名，有 21.7% 的受訪者表示目前有使用 Kuro 的服務，而首先提出合法授權音樂的 KKBOX 也有 16.6% 的使用率，直逼 Kuro 的 21.7%。此外，值得一提的是 Yahoo! 奇摩音樂通在試用期間即有 9.9% 的使用率，超越 ezPeer 的 6.4%。

付費與否是線上音樂平台生存的關鍵因素之一，值得業者們振奮的是，本次調查對象中，有 31.4% 的受訪者表示「目前已有付費使用」線上音樂平台服務，28.6% 則是「目前沒有付費使用線上音樂，但表示未來一年內有可能會付費使用」。整體而言，「高付費意願」的受訪者高達 60%，亦反應線上音樂市場的發展相當樂觀。這項調查由創市際市場研究顧問公司執行，期間為二〇〇六年三月十七日至二十七日，研究對象為最近三個月內曾透過網路下載或收聽音樂之 15~39 歲的網友，共計回收 1,000 份有效樣本。<sup>40</sup> 另外在網路服務提供業者的看法是，以台灣寬頻網路的發展，網路服務業者對於線上影音市場的後續發展都是保持相當樂觀的態度，根據數位聯合電信股份有限公司 (Seednet) 的吳小琳協理暨法務長表示，網路音樂下載已經是普遍的行為，數位聯合電信對於台灣的線上音樂市場有信心，目前已經在考慮作線上收聽的服務，並與網路內容提供者合作，由其進行廣告宣傳，而由數位聯合提供入口、通路以及平台，另外網路內容提供只在尋求其他的入口網站來進行合作。另外像索尼通訊

---

<sup>40</sup> 參見陳曉藍，線上聽音樂真方便！調查：六成網友願付費聽音樂，東森新聞報，2006 年 5 月 5 日，網址：<http://tw.news.yahoo.com/060505/195/33spp.html>，檢索日期：2006 年 7 月 11 日。

有限網路股份有限公司 ( So-net ) 也開始進行結合自己數位內容與科技產品的網上  
 加值服務目前台灣線上音樂業者，提供音樂服務模式有兩種模式，一是點對點傳輸  
 ( peer-to-peer, 點對點式) 音樂分享模式業者，代表廠商是 Kuro 及 ezPeer；另一種是  
 提供串流 ( Streaming ) 和下載 ( Download ) 等服務，代表業者為 KKBOX (願境網訊  
 股份有限公司)、Yahoo！奇摩音樂通等。由於音樂著作人不滿點對點式業者未盡到版  
 權保護的責任，因此，唱片公司只支持雅虎奇摩及願境網訊等業者，並且不惜與  
 Kuro、ezPeer 等業者對簿公堂。

Yahoo！奇摩音樂通的商業模式是以串流 ( Streaming ) 技術和下載服務為主，串  
 流服務的收費標準為每個月一百四十九元，而單曲下載服務以每首新台幣二十五元至  
 三十五元不等。因此發現目前我國的消費者已經可以接受上網付費下載影音內容，但  
 我國相關產業在平台整體的建立、集體授權管理、售後服務以及其他加值服務方面是  
 否已經完全達到消費者的需求，仍有待觀察，請參見本研究整理表 6.2.2：

表 6.2.2、iPod、Yahoo、KKBOX 營運模式比較

項目	iPod	KKBOX		Yahoo	
廠商	Apple	願景網訊		雅虎奇摩	
目的	吸引消費者購買 iPod	成為台灣網路音樂商店		與 Google 競爭入口網站	
顧客價值	<ul style="list-style-type: none"> <li>帶給顧客難以複製的音樂體驗</li> <li>利用使用簡易的 iTunes 介面，賦予消費者「史無前例的權力」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提供有限合法下載的平台，合法播放</li> <li>與 MSN 即時通合作，與他人分享</li> <li>專輯製作分享</li> <li>MV 播放</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>提供合法下載的平台</li> <li>與雅虎即時通合作，與他人分享</li> <li>提供網友分享歌單</li> <li>提供 MV 下載</li> </ul>	
經營模式	音樂檔案下載	線上串流	檔案下載	線上串流	檔案下載
計費方式	0.99 美元／首	149 台幣／月 (無限收聽)	3 台 7 天確認	149 台幣／月 (無限收聽)	會員價： 25~30 元／首 非會員價： 30~35 元／首
歌曲數	290 萬	50 萬		50 萬	
收聽模式	下載至最多五台授權電腦和複製到十台 iPod	3 台離線電腦使用	3 台 7 天確認 不能與播放器使用	離線時限定三台電腦 線上不限電腦	指定與某些廠牌 MP3 播放器使用

資料來源：本研究整理。

另外在影視娛樂部份，日前檔案共享網站 BitTorrent 公司正積極與娛樂公司簽約，準備提供劇情片、電視節目等影視娛樂檔下載服務。這家總部在舊金山的公司於二〇〇六年七月十日宣布，已和四家獨立製片公司簽署授權合約，讓 BitTorrent 公司能透過網路提供 1,600 支影片的下載服務。二〇〇六年五月，BitTorrent 公司宣布，已和時代華納娛樂集團 ( Warner Bros. Entertainment Inc. ) 達成突破性的協議：時代華納成為好萊塢大型娛樂公司當中，第一家擁抱這種備受爭議流通方式的片商，好萊塢電影公司以前對點對點 ( peer-to-peer, 點對點式) 檔案交換技術充滿疑慮，但現在愈來愈願意與 BitTorrent 公司和 GUBA LLC.這類檔案交換網站結盟 ( GUBA LLC.宣布與華納兄弟公司 ( Warner Brothers Entertainment Inc. ) 合作)。原先廣泛被用來交換合法及盜版電影的 BitTorrent 公司，如今致力轉型，希望把自家技術轉化為提供合法服務的工具。根據 BitTorrent 公司與獨立製片公司簽訂的合約，這些片商提供的影片將透過 BitTorrent 公司的付費訂戶服務銷售。相形之下，BitTorrent 公司將以每片計費 ( pay-per-title ) 的方式提供華納兄弟公司出品的電影。BitTorrent 公司表示，正著手打造一個網路影音商店，預定今年秋季推出，屆時顧客即可以最快每秒 1Gb 的速度下載電影。<sup>41</sup>

然而好的商業模式必須要獲得足夠的保護，才不會有劣幣驅逐良幣的情形，ezPeer 日前才與 IFPI 達成和解後，決定徹底退出音樂市場，卻又在今年十一月遭到刑事偵查，其實早在去年六月，美國電影協會就曾對 ezPeer 提出侵權告訴，當時國際唱片協會還曾與 ezPeer 達成協議，讓他們購買著作權，合法付費下載，並另外開立合法新網站，但舊 ezPeer 網站非但沒有照協議關站，甚至還擴大吸收會員提供下載服務，涉及違反著作權法，將面臨強制關站，刑事局偵九隊二組表示，ezPeer 軟體自發行以來，由於廣告宣傳可提供會員無限下載影片、音樂，遭質疑有侵害智慧財產權之嫌，面對長達數年爭訟，ezPeer 近期才與財團法人國際唱片業交流基金會 ( IFPI ) 和解，並走向合法取得版權的「P2P ( Peer to Peer, 點對點傳輸)」軟體。

---

<sup>41</sup> 參見 Greg Sandoval, BitTorrent 與電影公司簽授權約, CNET 新聞, 2006 年 7 月 11 日, 網址: <http://taiwan.cnet.com/news/ce/0,2000062982,20107843,00.htm>, 檢索日期: 2006 年 7 月 11 日。

但警方接獲檢舉，ezPeer 軟體繼續收費提供會員服務，更發現為讓會員取得最新電影下載資訊，由公司林姓女員工 (28 歲) 以「合作影片網站」方式架設「98 看電影網站」( www.hey movie.com )，提供會員下載盜版影片索引，並將網站架設在外國主機，以規避追查。全案經財團法人電影及錄影著作保護基金會 ( MPA ) 告發，由刑事局偵九隊二組成立專案小組擴大偵辦。<sup>42</sup>

本研究單位肯定這樣的公權力保護，以達到商業市場公平競爭的狀態，在這樣的環境下才有可能有真正有心經營網路影音市場的成立，而這些不法經營網站也可以對合法網站對於其價格的設定達到某種制衡的作為，而使消費者與權利人達到平衡。

#### 四、區域合作

台灣位於太平洋島鏈上的中樞地段，因此進出口貿易一直是台灣重要的經濟命脈。絕佳的地理優勢除了為台灣帶來港口貿易的發展外，也成為了盜版轉運的重要跳板。根據本研究於五月十七日至智慧財產局著作權組所作的訪談結果，著作權組陳組長表示，台灣目前進出口的查核管制成效不錯，但是國際上所關注的是轉口貿易的部份，在今年的特別三〇一報告中也有特別提出要求改善。據了解，就轉口的貨品當中，著作權的問題較不嚴重，主要的問題在於仿冒貨品的轉運。

由於轉運的問題不單單是我國海關作好管控即可，必須與入口地和出口地以及周邊鄰近國家的海關等等建立合作關係，例如情報系統的互通，得以在貨品入港的第一時間先行查扣，避免流入市面。根據智慧局著作權組陳組長表示，我國海關與日本、韓國、香港以及菲律賓的海關皆有非正式的合作管道，但未簽有正式的合作協議。

---

<sup>42</sup> 參見張淑兒、周期銘，Ezpeer 網路下載影片、歌曲遭查獲會員小心觸法，東森新聞報，2006 年 11 月 16 日，網址：<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/061116/17/6nbf.html>，檢索日期：2006 年 11 月 18 日。

除了轉運問題外，由於目前盜版的狀況以從實體轉為網路為主，許多侵權的非法網站皆架站於國外，企圖藉以規避查緝。據了解，二〇〇六年一月至九月的查緝成果查獲網路侵權案件達千件，並發現一百多個的非法網站之中有六成以上設站於國外。是以，各國間合作共同打擊網路盜版侵權則成為相當重要的目標，這也是我國智慧財產局目前努力與國外合作的方向。

區域合作除了針對轉運的問題外，與其他國家建立起相關的經貿及智慧財產權保護的合作關係也是我國努力的目標。據了解，目前亞太各國就智慧財產問題上有相當的合作空間，如能確實建立起實質的合作關係，對於我國保護智慧財產權的行動將產生極大的正面效應。而基於我國的特殊地位以及國際現勢，如在建立相關的合作關係遭遇到阻撓時，則不妨可採取「業界為前鋒，政府為後盾」的方式去進行，以避免政治爭議，同時可由一些區域性的組織著手，例如：亞洲太平洋經濟合作會（APEC）。

## 五、教育文宣

根據本研究所作的焦點座談會中所得的資訊發現，目前國內的消費者對於使用者付費的概念是表示同意並支持的，然而在著作權的合理使用與侵權介定之間仍然有所誤解與爭議。

經濟部智財局已於九十五年五月正式推動「保護智慧財產權服務團」，該服務團以主動、免費服務的推廣方式，向各相關權利人及利用人以及對於智慧財產權有興趣之工商企業界、各級機關、學校或團體等單位，進行智慧財產權觀念之宣導。並針對各界實際需求之相關議題為說明，以教育民眾如何活用智慧財產權，並深切體認主管機關對保護智慧財產權和促進科技發展活動之重視。九十五年度之活動又分「智慧財產權法令說明會」及「著作權及營業秘密研究成果發表會」二大項目，相關活動如表 6.2.3 所示：

表 6.2.3、著作權法系列說明會

場次	日期	對象	時間	主講人	地點
1	7/13 (星期四)	影印店業者及 一般大眾	PM 14:00   PM 16:00	簡榮宗 律師	經濟部中小企業處 3 樓簡報室 (台北市大安區羅斯福路二段 95 號 3 樓)
2	8/10 (星期四)	視聽業者及 一般大眾	PM 14:00   PM 16:00	簡榮宗 律師	經濟部中小企業處 3 樓簡報室 (台北市大安區羅斯福路二段 95 號 3 樓)
3	9/19 (星期二)	旅館業者及 一般大眾	PM 14:00   PM 16:00	賴文智 律師	經濟部中小企業處 3 樓簡報室 (台北市大安區羅斯福路二段 95 號 3 樓)
4	10/19 (星期四)	網路內容業者 及一般大眾	PM 14:00   PM 16:00	賴文智 律師	經濟部中小企業處 3 樓簡報室 (台北市大安區羅斯福路二段 95 號 3 樓)
5	11/1 (星期三)	網路內容業者 及一般大眾	PM 14:00   PM 16:00	蔡明樹 律師	經濟部高雄聯合服務中心 (高雄市成功一路 436 號 9 樓)

資料來源：經濟部智慧財產局。

另外，著作權組於 95 年 4 月至 6 月底止宣導業務工作執行情形如表 6.2.4 所示：

表 6.2.4、著作權組宣導業務工作執行表

項目	內容
(一) 刊登平面廣告	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 持續運用台北大眾捷運系統月台層刊登「反盜版—骨牌篇」及「請勿非法下載—網路會員篇」二款燈箱廣告，強化民眾收視印象，極具正面宣導效果。</li> <li>2. 運用 TAIPEI TIMES (台北時報) 刊登防制網路侵權英文平面廣告四則；並於該報網站刊登同款動畫式宣導廣告二週，強化宣導效益。</li> <li>3. 結合國語日報連載「阿吉的 2006 智慧財產秘笈」漫畫，並針對漫畫題材，設計有獎徵答活動，對於增進學童智慧財產權之認知，極具正面效益。</li> </ol>
(二) 製作宣導短片	以本局 94 年度網路遊戲人物為主角，運用 FLASH 動畫方式，完成製作「智慧財產權之歌」MV，上載局網傳播，並供日後宣導活動廣為推廣運用。
(三) 運用影視媒體	安排「請勿非法下載-網路世界篇」30 秒宣導短片，於四家無線電視台、MTV 音樂台、衛視中文台及三立都會台密集播出 100 檔次以上，加強宣導大眾利用點對點軟體上傳或下載他人著作，必須經過合法授權。

項目	內容
(四) 舉辦智慧財產權系列說明會	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.針對各機關團體、公司行號、各級學校等辦理智慧財產權宣導說明會，共計 39 場次，參與人數逾 8,130 人次以上，民眾滿意度平均達 95%。</li> <li>2.為使社會大眾分享著作權研究專案成果，於 95 年 6 月 28 日辦理「著作權法公開傳播權之研究」成果發表會一場次，開放民眾與主講人進行意見交流。</li> </ol>
(五) 校園深耕	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.推廣校園二手書交流機制： <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 95 年 5 月 22 日邀集臺灣大學、中央大學及師範大學校方共同參與「校園二手書專家暨協調會議」，研商合作推廣模式，目前已正式展開收書活動。</li> <li>(2) 建置校園二手教科書專屬網站，便捷學生買賣二手教科書之交流管道。</li> </ol> </li> <li>2.校園智慧輔導團： <p>完成結盟 13 所大學院校法律服務社 68 位種子學員，並於 5 月 20 日、6 月 3 日及 5 月 27 日假北、中、南三地分別完成短期師資養成訓練，將自 9 月開始，深入各校執行廣受中、小學生喜愛的教育宣導工作。</p> </li> </ol>
(六) 製作 94 年智慧財產權保護成果光碟 (中、英文版)	<p>完成製作「2005 年智慧財產權保護—教育宣導成果」光碟 2,000 片 (中、英文版)，分送駐外單位運用，並配合未來國內外相關活動，廣為宣導，使各國瞭解本局近年在推動智慧財產權保護所作之努力，以助提升國家整體形象。</p>
(七) 印製各類宣導手冊及宣介品	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.完成編印「有關學生在學期間完成報告著作權歸屬之說明」、「網際網路服務業者就其客戶侵害著作權之行為是否負擔法律責任之分析」二種宣導說帖，配合宣導活動，發送民眾參考外，並上網供各界參閱運用。</li> <li>2.完成編製適合中、小學生使用的「智慧財產權小題庫」一套共計 120 題，除函送教育部轉知各校廣為運用外，並已上載智慧局網站及發送「智慧財產權服務團」講師、校園智慧輔導團學員及參與宣導活動人員，搭配宣導活動，作為有獎徵答使用。</li> <li>3.完成拷製 94 年「智慧大探險」網路遊戲光碟 5,700 套，函請教育部轉知中部辦公室及各縣、市政府教育局協助轉發全國 3,928 所中、小學校廣為宣導運用。</li> <li>4.增製「認識智慧財產權—校園篇 (國小版)」宣導光碟計 3,500 套，配合提供學校加強宣導，並授權各級學校將影片置於學校網站，讓學生可隨時觀賞，達到學習效果。</li> </ol>
(八) 其他	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.95 年 4 月 26 日配合世界智慧財產權日，同步實施局內電子及紙本出版物採行「創用 CC (Creative Commons)」授權機制，全局總共釋出 51 筆電子出版物，供各界分享利用。</li> <li>2.將 93 年及 94 年智慧財產權網路遊戲暨「阿吉的 2006 智慧財產秘笈」漫畫，上載局網兒童網頁，對於教育兒童認知保護智慧財產權的重要性，具有正面效益。</li> <li>3.將著作權重要法律解釋上載局網之著作權資料檢索系統共 109 筆，供各界檢索參考，對於教育民眾認知著作權法制觀念，甚有助益。</li> </ol>

資料來源：經濟部智慧財產局。



在校園教育部份，以之前校園網路 TANet 的管控方式來看，學生使用校園網路來進行未經授權的傳輸行為，而學校並沒有對此做出規範的態度來看，在生活教育顯示出不足之處。目前在校園網路流行的未經授權的下載工具有：FTP、BT、eMule 以及 MXIE，有學生認為現在學校網路實在是太好用了，目前學校計算機中心對於網路流量所做的管理方式是用流量限制並鎖 IP ( Internet Protocol ) 卡來管理學生的網路行為，然而學校對校內盜版分享是採取放任態度的，只要資料不流出到外界，外界也就不知道，不要影響到學校名譽就好，學校也就不會去管。校方也認為在著作權保護的工作應交由司法去處理，學校並不應該也沒有義務特別去保護著作權人。

教育宣導固然有用，但仍要有執行 ( enforcement ) 作搭配，成大音樂事件的影響讓人認為學生侵權是被允許的，但一般的情形下，有付費的消費者會被判刑，那學生不應該有治外法權，以一個人是否具有學生身分區隔是否應該負責這樣的觀念是不對的，經過成大事件後沒有人敢進入到校園取締，學生權利意識高漲，認為學校監視其網路使用，侵犯隱私，因此造成學校不敢管，又讓手檢警，但經過成大事件檢警也不太敢介入校園的情形，以及在著作權方面也沒有除罪化的趨勢下，對自律教育上帶來很大的影響。教育部於二〇〇六年五月時開了一次會，希望對校園網路侵權行為做出整體規劃。

校園內部應該建立制度面的保護智慧財產權的機制，老師要禁止學生使用盜版品 (不要縱容學生影印教科書，人性的雙重標準，期末考核的兩難，怕得罪學生)。校園電算中心要建立網際網路管理規則，設定處理學生侵權的標準作業流程 ( Standard Operation Procedure, SOP )。由於校園侵權的情形目前最相當嚴重的，在網路上下載影音檔的流量很大，計算中心的管理人員可以預期其使用與學術無關。美國電影協會台灣分會 ( MPA ) 則表示，目前國內有關著作權的教育宣導絕對是不夠，首先在正規教育裡並未要求重視、尊重智慧財產權，只有在公民課本裡有提到一兩句，教育部的理由是學生課業已經很重。許多高學歷的學生也被抓，由許多案例覺得宣導還是不

夠，顯示教育還是不足。今年 MPA 有辦幾次巡迴的教育宣導，教育部的態度比較推遲。成大事件影響深遠，台灣對於學生的保護還是比較強。

財團法人國際唱片業交流基金會（IFPI）李瑞斌李執行長則認為教育部建立了 TANet，理論上是封閉的校園系統，對象是教職員及學生，目的係為學術研究，但由於大學自治，各所學校有個別使用 TANet 之管理方式，必定會出問題。從最高、最根本的層次看，第一個問題：有無必要架設 TANet？是否達到原先架設的目的？成大事件顯示，搜到的東西幾乎與學術無關，因此應審視其設置的目的與其實質狀況是否相符。P2P 佔據了超過七成的網路流量，教育部如認為 TANet 仍有存在之必要，則應制定規則進行有效控管，而非由各校園進行個別管理。

而教育部今年也針對了這樣的問題，擬定了 95 年大專校院保護智慧財產權訪視計畫，由各大專院校承辦並由教育部高等教育司、職業教育司、中等教育司、訓委會、電算中心參與協助，而訪視重點重點如下：

- (一) 學校設有智慧財產管理單位（或辦公室），其人員組成、組織定位、功能、發展目標，並定期召開業務會報（配分權重：10%）。
- (二) 檢視校園使用合法電腦軟體情形（10%）。
- (三) 檢視將「校園網路使用規範」納入校規執行情形（相關機制、文件及事件處理情形）（10%）。
- (四) 檢視各校是否完成建立防火牆和設立資訊安全人員（10%）。
- (五) 檢視學校是否透過網路流量分析，就異常行為加以了解及處理（10%）。
- (六) 定期清查校園伺服器之資訊內容（10%）。
- (七) 檢視圖書館藏書及影音光碟合法使用情形（10%）。
- (八) 是否建立校園禁止非法影印教科書、講義之管理機制（10%）。

(九) 是否建立教科書二手書市場或流通管道，鼓勵學生合法使用教科書相關措施 (10%)。

(十) 檢視學校辦理有關智慧財產權或網路法律相關課程、研討會、座談會、宣導等活動之場數，加強師生法治教育，深植保護智慧財產權觀念 (10%)。

教育部的配合措施如下：

(一) 學校積極推展執行者，將函請學校對相關人員敘獎。

(二) 本訪查報告將送各相關司處(高教司、技職司、中教司)作為對學校獎補助之參考。

(三) 受訪學校依訪視意見提相關改善措施。

另外訪視委員的組成將會由國內智慧財產權、網路管理專家、圖書資訊、學生事務等學者專家及本部高教司、技職司、中教司、訓委會、電算中心代表 (約 20 位) 來擔任。<sup>43</sup>

### 第三節 小結

如何完善現行的「他律」或「公律」架構從而可以在尊重市場的前提下來讓各個與智慧財產權益相關的角色扮演者發揮有效的自律乃是本研究的最終目標。而由本研究所做的採樣以及訪問指出，自律的產生必須先由一定程度的他律來做為約束和鼓勵，並且必須具備一定的嚇阻功能，從而使得自律規範成為大家所認同的美德。接續去年影音著作盜版問題之因應策略及措施研究，在全面網際網路的時代，正確的商業手段確實能有效地減低盜版的發生，本節將由整體消費模式的改變作為切入點，從消

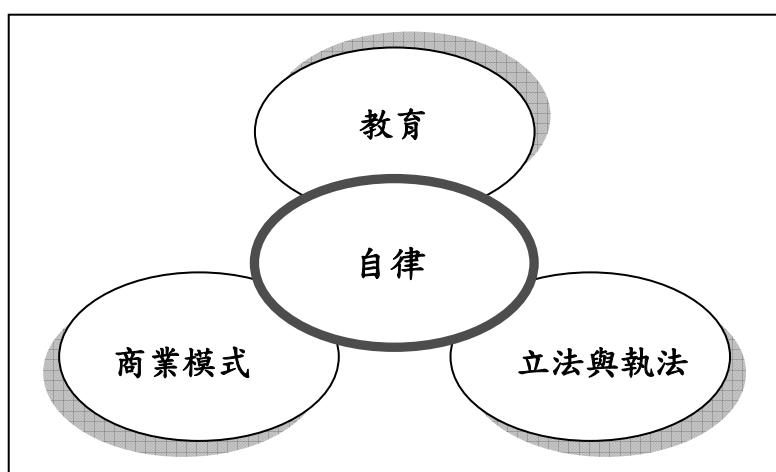
---

<sup>43</sup> 參見本報告附錄八、九十五年大專校院保護智慧財產權訪視計畫 (草案)。

費者，著作權人以及網路服務提供者的角度來討論網上影音商業模式的發展，進而討論在合理的商業環境下消費者行為是否會因此有所改變而能達到自律的高道德標準。

如何達到消費者自律是這次研究計畫主要的目標之一，影音著作權的保護工作是相當龐大且耗費資源的，透過有效的資源運用他律來促使自律行為，才能真正落實長遠智慧財產權保護之目標。在自律的過程中整體的教育必然是最重要的一環，但若只是教導社會大眾不要去仿冒抄襲，在沒有相當的配套措施來協助減低社會成本以及提供足夠的嚇阻手段之情形下，不要仿冒抄襲只會成為一句空談的口號而已，需加上立法的執行與成功商業模式以達到自律的最終目標，教育、立法與執法、商業模式與自律之關係如下圖 6.3.1 所示：

圖 6.3.1、本研究理論架構



## 第七章 結論與建議

### 第一節 研究成果

本影音著作盜版問題之因應策略及措施研究計畫於民國九十二年開始迄今，我國影音著作盜版無論在法規、執法、科技技術、商業環境以及市場現況也有了相當大的轉變，本研究單位特將三年研究的資料搜集整理成表格，作為本研究單位三年研究的成果比較分析，如下表 7.1.1：

表 7.1.1、三年研究成果總整理

		九十三年	九十四年	九十五年
美國特別三〇一條款狀態		優先觀察名單	一般觀察名單	一般觀察名單
行政	經濟部智慧財產局	<p>修正並提出九十三年版本的「貫徹保護智慧財產權行動計畫」：為提升國家競爭力，配合政府將知識產業列為國家發展重點計劃，針對目前棘手的 MP3 下載、光碟盜版、仿冒品與急速攀升中的網路智慧財產侵權問題，提出因應方案，計有下列八項發展策略：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>健全智慧財產權相關政策及法規，提升我國法制品質，履行國際義務。</li> <li>強化查緝仿冒機制，充實智慧財產權專責警力，提高查緝績效。</li> <li>建立單一窗口協調機制，提供司法人員仿冒盜版溝通與認知資訊，建立保護智慧財產權共識。</li> <li>加強邊境管制措施，落實智慧財產權保護。</li> <li>輔導企業建立智慧財產權管理，獎勵創新發明，協助企業落實專利商品化，建立企業標識形象，提高企業全球競爭力。</li> </ol>	<p>推動「加強防制網路侵權實施方案」，並成立「網際網路侵權聯合查緝專案小組」，同時提高檢舉破案及查獲網路販售仿冒、盜版的案件獎金，檢舉金額最高可達 50 萬元，並回溯至三月底起實施。主要包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>針對 ISP 業者及網路使用者進行宣導，加強對網路侵權行為、態樣及所涉責任之認識。</li> <li>促進網際網路業者與權利人團體合作。</li> <li>加強校園網路管理，包括研修「教育部校園網路使用規範」及「台灣學術網路管理規範」(TANet)，將不得利用校園網路以點對點式軟體，非法傳輸他人著作之行為納入明文規定，及要求大專院校透過網路流量分析，輔導異常行為等具體措施。</li> </ol>	<p>在行政方面的執行上，經濟部智慧財產局在二〇〇三年至二〇〇五年推動了「貫徹保護智慧財產權三年行動計畫」，共有八項的發展策略，目標在健全智慧財產相關的法規、政策，同時加強查緝，以及對於民眾的宣導以及企業的輔導。此外，也推動了「加強電腦軟體保護實施方案」和「加強防制網路侵權實施方案」，並成立「網際網路侵權聯合查緝專案小組」，同時提高檢舉破案及查獲網路販售仿冒、盜版的案件獎金，加強對於網路服務提供 (Internet Service Provider, ISP) 業者以及網路使用者的宣導、促進網路業者與權利人間的合作對談、以及校園的網路管理，同時加強執法，積極查辦網路侵權案件。在檢、警、調和海關執行查緝方面，持續全力打擊仿冒盜版，除了強化對於實體的銷售管道 (例如夜市、賣場) 的取締外，也加強查緝了利用網路的仿冒</p>

	九十三年	九十四年	九十五年
	<p>6. 推動使用合法電腦軟體著作，維護著作權人合法權益。</p> <p>7. 強化智慧財產權教育宣導體系，建立國人正確的智慧財產權觀念。</p> <p>8. 加強國際交流合作，增進國際間對我國保護智慧財產權的認識。</p>	<p>4. 由保智大隊、光碟聯合查核小組及智慧財產局人員組成「網際網路侵權聯合查緝專案小組」，加強執法，積極查辦網路侵權案件。</p> <p>5. 加強檢警調與國外執法單位合作，以協助查緝架設於國外之網站。</p> <p>此外，行政院日前也修訂查獲網路販售仿冒案件給獎辦法，將獎金比率由原定5%調升為20%，上限由20萬元調增為50萬元，並回溯自三月三十日起生效。</p>	<p>侵權案件，總計台閩地區警察機關二〇〇五年全年查獲侵害智慧財產權案件共計4,648件，較二〇〇四年4,209件成長10.43%；保智大隊二〇〇五年全年查獲的侵害智慧財產權案件也較前一年同期成長了17.15%。經濟部光碟聯合查核小組也透過高密度的查核動作，達到實際的遏阻盜版生產效應，而在今年度的特別三〇一報告中獲得成效的肯定值得一提的是，保智大隊於二〇〇五年九月破獲了台灣首宗以BT程式侵害智慧財產權重大案件，該案經檢舉後保智大隊便即刻組成專案小組，經過兩個多月的監控而一舉破獲，本案的指標性意義對於利用網路進行智慧財產侵權活動之人達到當頭棒喝的效果。<sup>44</sup></p>
教育部	<p>本研究建議教育部加強對智慧財產保護之重視與配合。目前IFPI與教育部已開始合作，即IFPI發現在學術網路上有可能侵權的嫌疑犯時，立即通知教育部。這是一個好的開始，日後應繼續落實對學術網路的規範，並繼續積極與權利人團體、智慧財產保護單位合作。</p>	<p>根據問卷調查結果，國人對於影音產品之智慧財產權是否經過授權仍缺乏重視，高達61.9%的受訪者以為在網路上付費下載的影音著作物即經過授權。</p> <p>建議推動校園及社會教育改變國人的價值觀與態度：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 出版文宣。</li> <li>2. 製作教育短片。</li> <li>3. 提供固定資源，落實反盜版與使用者付費的理念。</li> </ol>	<p>九十五年度之活動又分「智慧財產權法令說明會」及「著作權及營業秘密研究成果發表會」二大項目。本研究對教育部的建議如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建議教育部加強對於TANet的管控，並考慮在TANet上排除大學自治的限制，避免在各所學校有個別使用TANet之管理不易的問題。</li> <li>2. 考慮在正規教育裡放入相關議題來重視、尊重智慧財產權。</li> <li>3. 加強與權利人組織的合作宣導。</li> </ol>

<sup>44</sup> 參見註19。

		九十三年	九十四年	九十五年
	財政部 關政司	<p>在查緝業務方面，加入 WTO 之後，非涉稅的走私案件上升，盜版音像製品都可能是走私的主要物品，所以需要加強查緝。依據行政院指示，會同法務部及內政部組成專案小組，針對光碟出口建立嚴密查核機制，協調相關單位查緝出口盜版光碟，杜絕非法光碟出口。關政司也因此針對邊境管制，發布了「出口盜版光碟查緝專案小組作業要點」。</p>	<p>海關執行「光碟管理條例」、「出口盜版光碟查緝專案小組作業要點」及「海關配合執行專利商標及著作權益保護措施作業要點」等措施，加強查緝仿冒盜版品，94 年全年查緝成果如下：</p> <p>查獲進口涉嫌侵害商標權案件 174 案，侵權商品有香菸、皮件、服飾、藥品等。</p> <p>查獲進口涉嫌侵害著作權案件 76 案，盜版光碟片數量計 33,290 片，另遊戲機板計 3,823 片。<sup>45</sup></p>	<p>台灣目前進出口的查核管制成效不錯，但是國際上所關注的是轉口貿易的部份，在今年的特別三〇一報告中也有特別提出要求改善。據了解，就轉口的貨品當中，著作權的問題較不嚴重，主要的問題在於仿冒貨品的轉運。</p> <p>由於轉運的問題不單單是我國海關作好管控即可，必須與入口地和出口地以及周邊鄰近國家的海關等等建立合作關係，例如情報系統的互通，得以在貨品入港的第一時間先行查扣，避免流入市面。我國海關與日本、韓國、香港以及菲律賓的海關皆有非正式的合作管道，但未簽有正式的合作協議。</p>
	立法	<p>3. 九十二年七月九日修正之著作權法，除保留常業犯為非告訴乃論罪外，亦修正製造及銷售盜版光碟為非告訴乃論之罪，同時並提高盜版光碟常業犯之罰責。</p> <p>4. 著作權法新增/修正科技保護措施等之規定立法院臨時會於九十三年八月二十四日三讀通過著作權法部分條文修正案。</p>	<p>建議著作權法修正如下：</p> <p>4. 大方向是透過立法方向的修正來改變大眾以刑逼民的觀感</p> <p>5. 在規範網路點對點傳輸侵權問題。先確立我國著作權法中的「間接侵權」問題，以進一步規範相關網路服務提供者 ( Internet Service Provider, ISP ) 的責任。</p> <p>6. 明確民事執行的相關程序與要點，不再僅以標的物為依歸。</p>	<p>1. 立法院初審通過謝國樑委員提案的「著作權法部分條文修正草案」，規範網路點對點下載，未來只要涉及侵權與受有利益兩項要件，業者可能被處兩年以下有期徒刑、拘役或科或併科新台幣五十萬元以下罰金，嚴重甚至被勒令歇業，進一步法制化網路下載行為。</p> <p>2. 著作權法部分條文修正草案於九十五年五月三十日總統令刪除著作權法第九十四條條文；並修正第九十八條、第九十九條至第一百零二條及第一百十七條條文，公布之。」</p> <p>3. 建議參考美國的地毯式授權 ( Blanket Licensing ) 以及孤兒著作物 ( Orphan's Work ) 草案，以協助建立合理的市場機制 ( 使用者與權利人之間的平衡 ) 。</p>

<sup>45</sup> 參見註 19。

	九十三年	九十四年	九十五年
司法	<p>司法院自今年（九十三年）二月下旬起即積極籌劃成立智慧財產專業法院，經多次召開預備會議，並由行政訴訟及懲戒廳先行研擬「設立智慧財產專業法院之建議方案-採民刑及行政訴訟三合一之利弊分析」及評估研究，再經各級法院首長司法業務座談會討論結果，已達成設置智慧財產專業法院之共識。嗣司法院行政廳乃就德國、日本、美國、英國、韓國、新加坡、泰國、歐盟等已設置或擬設置智財專業法院之國家，蒐集相關資料。</p>	<p>呼籲司法院儘速成立智慧財產專責法院，並附上以下意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. 此一法院須符合三合一之精神。</li> <li>6. 應只採取兩審作結的制度。</li> <li>7. 應納入美國的發現（開示）制度（Discovery），而且必須明確證據法則。</li> <li>8. 在法官以及相關人員的培訓與升遷，必須設立一個以長遠面向考量的制度。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 規劃於明年三月成立智慧財產專責法院，目前所有的硬體設備，與人事調配都已準備妥當，只等立法院通過即可開始運作。</li> <li>2. 司法院在今年初啟動了「智慧財產法院法官培訓計劃」，以培訓並遴選現職優秀法官充任該法院之專業法官，積極為智慧財產專責法院的運作進行準備。</li> </ol>
影音著作盜版載體之趨勢	<p>由實體光碟等通路搭配網路下載。</p>	<p>網路傳輸與分享（P2P 與 BT）成為盜版的大宗。</p>	<p>實體盜版已經越來越少，網路消費型態的改變（web2.0）所帶來的商機與問題。</p>
管理策略的因應	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 音樂方面，除了查緝盜版光碟、網站等，業者應著手提供合法的數位化音樂，已達到來源端合法化。</li> <li>2. 影像方面，逐步將新聞、綜藝節目、連續劇等已網路撥放的型態放送，建立數位內容的收播平台，並了解消費者習性與建立收費機制。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以蘋果公司（Apple Company）的 iTunes 與 iPod 為例，該公司透過成功的管理模式將科技與內容整合起來，而使得 iPod 與 iTunes 成為當前數位視聽與娛樂市場的領導指標。</li> <li>2. 管理面必須要構建出一套或數個配套性的授權機制，運用良好的市場機制來使反盜版問題降到最低的程度。</li> <li>3. 管理面向最關鍵的目的還是在於能否以自律為最終導向。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 音樂市場國內目前已可透過三個網站取得有經授權的數位音樂，iTune（音樂檔案下載，0.99 美元／首）、KKbox（線上串流以 149 台幣／月無限收聽，與檔案下載至 3 台撥放器每七天需上網確認）、Yahoo 音樂通（線上串流以 149 台幣／月無限收聽，與檔案下載會員價：25~30 元／首，非會員價：30~35 元／首）</li> <li>2. 二〇〇六年五月，BitTorrent 公司宣布，已和時代華納娛樂集團（Warner Bros. Entertainment Inc.）達成突破性的協議將在未來，合作。BitTorrent 公司將以每片計費（pay-per-title）的方式提供華納兄弟公司出品的電影。BitTorrent 表示，正著手打造一個網路影音商店，預定今年秋季推出，屆時顧客即可以最快每秒 1Gb 的速度下載電影。</li> </ol>

資料來源：本研究整理。



## 第二節 網路時代對於反盜版的影響與趨勢

除了現在已經成立的合法網站如 KKbox、Yahoo、Itune 等，在 Web2.0（新的網使用型態，每個網路的使用者同時也可以是網路服務提供者）新網路時代的趨勢推廣下，一些個人網站與個體用戶的分享行為，如 Youtube、Podcast 以及部落格 Blog 也需要來做進一步的討論。在今年十月十號的報導指出在部落格內，以音樂檔案或超連結方式連結音樂網站的網址等方式，供人試聽、下載音樂，是違法的。國內近期已有多起部落格作者 (Blog-ger) 因此違反著作權法，而被法院判刑的案例。台灣資訊智慧財產權協會副理事長陳家駿律師指出，部落格作者這種與網友分享其歌曲或文章檔案的行為，已牽涉到著作權法的重製規定；部落格作者放在網誌內的音樂，供不特定網友點選聆聽，也構成著作權法上規定的「公開傳輸」行為。<sup>46</sup>

然而這樣的分享趨勢已經越演越熱，也帶來無限的商機，由中央社於二〇〇六年十月十日的報導指出 Google 以 16.5 億美元股票併購 YouTube 就可以看出 Web2.0 所帶來的經濟效應，亦在同一天，YouTube 與 Google 兩家公司同時宣布和 CBS、新力博德曼音樂、環球音樂集團、華納音樂集團等結盟，允許 YouTube 及 Google 影音內容使用者免費收看其音樂錄影帶與其他媒體內容，廣告內容將與影音內容網站及內容著作權擁有者共同分享。<sup>47</sup> 在 web2.0 講求分享、交流之態勢下，如果不能促進資訊與著作之流通，勢必造成網路使用者受侵權疑慮所擾，而有礙整體科技之發展與創意之激發。

有關於其他類似這樣個人分享的著作權問題，未來我們可以參考：

---

<sup>46</sup> 參見李娟萍、部落格分享音樂 違反著作權法，經濟日報、2006 年 10 月 9 日，網址：<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/061009/2/53ty.html>，檢索日期：2006 年 10 月 9 日。

<sup>47</sup> 參見吳日君，Google 以 16.5 億美元股票併購 YouTube，中央社，2006 年 10 月 9 日，網址：<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/061009/5/53vn.html>，檢索日期：2006 年 10 月 9 日。

## 一、地毯式授權 (Blanket Licensing)

美國眾議院於西元二〇〇六年六月推出了一項將傳統上對於音樂著作創作人的強制授權改變為所謂「地毯式授權 (Blanket Licensing)」立法草案，主要冀圖規範網路上的影音數位內容提供者 (Digital Music Provider, DMP) 的散佈行為，進而來限定他們的責任與義務。<sup>48</sup> 所謂「地毯式授權」是指權利人將其權利授於一指定代理人 (Designated Agent)，由這個代理人來負責來進行影音數位內容的授權，藉由這樣的方式來使線上影音數位內容提供者可以對他們所提供的著作物繳納權利金，然而這樣的授權並不等於是對於權利人的強制授權 (Compulsory Licensing)，因為它是要求影音數位內容提供者必須要去向權利人指定的代理人來進行合法授權的協商，而其結論尚須經過著作權利金審議委員會 (Copyright Royalty Board) 的聽證與批准，因此也不會產生壟斷議價或違反公平交易的問題。這樣的授權機制的好處是由公權力 (立法) 來為權利人設計一套法律規範，設定好遊戲規則後，由權利人來行使保護他們自己的權利，而不是藉由公眾的資源去保護私有的權力，政府所要維持的是公平合理的市場機制，而不是全面或直接的去介入市場。

## 二、孤兒或無主著作物 (Orphan Works)

對使用「無主著作物」的著作權是否可以獲得某種程度的免責也是目前美國著作權法修正的熱門討論議題之一。所謂「無主著作物」係指當善意的使用人欲使用受著作權保護之創作時，由於無法辨識或找出著作權人，因此無法獲得使用該著作物的授權。此乃源自於美國於西元一九七六年修正著作權法後的轉變：第一，創作自附著於實體媒介物之時點取得著作權，無須至著作權局註冊；第二，著作權之保護期限延長為著作權人的有生之年再加五十年 (現行法對自然人更延長為七十年)。由於上述轉變，使得過去著作權人於取得權利後第二十八年便須作更新登記的規定因此被刪除，也因而更增添善意使用者與著作權人取得聯繫的困難度，造成許多使用著作物的障礙。基於內容產業不斷進展，與網路科技狂飆並進的時勢所趨，為促進著作物的使用，

<sup>48</sup> 參見 H.R. 5553, Section 115 Reform Act of 2006 (SIRA), 109<sup>th</sup> Cong., 2<sup>nd</sup> Sess. (2006)。

並避免善意使用人動輒得咎，因而成為美國此波著作權法修正的討論重點。

經過一番廣泛徵詢，並歸納意見後，目前得出的解決方案為採取立法的手段解決無主著作物的問題，並於法案中納入對著作權人權利救濟的限縮。但限縮著作權人權利救濟的前提為，使用人須先盡一定的合理注意義務（due diligence），亦即須先經過相當程度的搜尋，而未能順利找出著作權人，始得於未來著作權人訴請著作權侵害賠償時，主張限縮權利人權利救濟的免責規定。<sup>49</sup> 希望藉由此一折衷之方式，以促進著作物之使用。希望藉由此互為配套之折衷方式，促進著作物之使用。詳細而言，使用人如欲適用此免責條款，須經過下列步驟：

### **(一) 合理程度之搜尋義務（Reasonably Diligent Search Requirement）**

著作使用人於使用著作物（亦即未經授權而構成侵害著作權之行為）前，須先經過完整之搜尋。就此搜尋之義務，係由使用人負擔舉證責任，以為衡平。一旦找出著作權人之所在，即便未能與著作權人達成聯繫，該情況仍無法適用關於孤兒著作物之免責規定，以避免剝奪權利人自由決定授權與否之權利。至於如何才構成「合理程度」，則須審酌個別案件之所有情況，依個案進行認定。

### **(二) 於使用之著作物上為著作權利及著作權人之標示**

使用人於使用著作物時，如得以知悉著作權人為何，則須依其使用之狀況為適當合理之標示。惟此為一彈性之規定，不宜嚴格解釋而額外造成使用孤兒著作物之障礙。

### **(三) 權利救濟之限縮**

孤兒著作物之使用人如可舉證其已盡「合理程度之搜尋義務」及「合理之標示」，則該著作物之權利人可採取之權利救濟將於兩個層面受到限縮：一為著作權利人得就被使用之著作物請求合理之報酬，但如果該使用人係為非商業之使用或使用人於經權

---

<sup>49</sup> 參見 H.R. 5439, Orphan Works Act of 2006, 109<sup>th</sup> Cong., 2<sup>nd</sup> Sess. (2006)。

利人告知後即停止其使用行為者，將可免除其給付報酬之義務。另一權利救濟之限縮為當使用人基於該孤兒著作物而創作衍生著作物時，將限制權利人取得全面性之禁制令（full injunctive relief），以確保使用人得繼續使用其衍生著作。

法因時而變，將孤兒著作物之使用納入規範，則使用人及權利人將有所依循，雖看似限縮了著作權人之權利，但相關之舉證責任係由使用人負擔，以此一衡平規範調和雙方之利益。值得注意的是，孤兒著作物之授權與一般「強制授權」之概念不同，強制授權係在特定條件下以政府之力量介入當事人雙方之授權過程；孤兒著作物之授權則無政府之介入，仍由當事人之自由意志決定授權與否，在使用人舉證證明其應盡之義務後，則某程度免除其責任，藉以增進著作物之利用。

透過本研究單位所整理的資料顯示，國內在著作權保護的努力是有目共睹的，無論在立法，司法以及行政上的成績都有顯著的成長與進步，在未來網路生活的趨勢越來越澎渤之下，這樣的成長是有其必要的而且也會帶來許多經濟上以及社會的正面效應。

目前國內對於盜版之研究與檢舉仍由權利人團體來進行相關的搜證與整理，在推廣自律的理論架構中，本團隊認為應也納入鼓勵消費者來進行檢舉的機制，我們發現各個權利人團體都表示說學生與年輕（20歲~30歲）消費族群大多擁有未經合法授權的著作物，然而對於這樣的情形由於主張權利的執行所消耗的資源會太大（司法與人力）也會造成社會的反感（有付費的消費者反而被告），在這樣的環境下應如何向消費者宣導成為一個重要的議題。

本研究以為，正確的方式是先建立出有效的商業機制，目前大多的盜版行為是網路上未經授權的著作物任意分享的行為，誠如 IFPI 的李瑞斌執行長所言，其實目前討論在網路上音樂的盜版率並無特別的實益，因為它們幾乎全是未經授權的非法分

享。在現今網路的使用已十分普及的情形下，實體影音光碟的販賣已經是過時的盜版方式，在查緝上也已經有一定的處理方式，權利人也應對新興科技所帶來的便利做評估。成本是正版與盜版最大的爭議之一，權利人認為不論正版再怎麼調整價格還是無法與盜版產品競爭，主要是純粹基於盜版的成本一定比正版低廉許多，但是時間、空間的便利以及品質、售後服務等也都是成本的考慮因素，只是一味的道德勸說與有限的法律組嚇是無法說服網路族群的，消費者已經被網路的便利性養壞了胃口，他們只會覺得本來很方便的現在正版把他用的不方便，那消費者會覺得我還不如挺而走險，因此必須要有有效的替代方案來使這些網路行為合法化。因此要想有效的對應盜版問題，必須要透過正確的教育認知和有效普遍的自律手段不為功，而有效普遍的自律又必須要建立在完備、一致並具有強大嚇阻的司法、立法與行政執法制度之上，加上新興的科技保護措施，配合最終的關鍵因素，合理的市場機制。在這樣的良好大環境下，本研究單位深信，我國的數位產業才會迅速成長，而目前我們面臨許多的盜版問題亦可迎刃而解。

### 第三節 未來建議

在此謹以表列方式呈現和建議我國可以採行的具體措施，以對應國際的盜版問題，並期能以此拋磚引玉，以使我國的相關制度更臻健全，請參見表 7.3.1：

表 7.3.1、本計畫建議降低影音著作盜版問題之短中長期之時程表

		具體建議措施
政府	行政	以學校為起始點，試圖建立完整的教材與培訓方案，並考慮列入學測考試項目；另強化對保智大隊等執法單位的培訓與器材更新，以因應市場的變化；持續追蹤跨地域的轉口盜版產品。
	立法	完善著作權間接侵權行為責任、網路服務提供者、集體管理機制、無主著作權免責、科技保護措施與「地毯式授權」的立法或修法。
	司法	完善智慧財產法院的配套處務措施與案件審理機制，包括對保全程序的改革等，另需建立對法官、技術審查官與非訟程序調解人的培訓、考核與升遷等制度。
他律 與 自律	科技管理	明確科技保護措施與對消費者隱私保護的政策與內涵；對取用難易和「相容性」的考量。
	執法層面	完善智慧財產法院的配套處理措施與案件審理機制，儘量落實當事人進行的精神並對保全措施進行改革，期將相關的訴訟儘量導入民事系統。希望相關的權利人團體能更積極參與，使得這種以公權力保護私權的過程能執行的更有效率，節省成本並同時更有效確保權利人的權益。在智慧財產專責法院的相關運作上，希望能夠納入替代性爭端處理機制（Alternative Dispute Resolution, ADR）。
	商業模式	改革與簡化現行的著作權集體管理機制，並強化對數位內容服務業的獎勵與懲罰措施。
	集體授權	與各教育單位與網路服務業者進行系統性與週期性的諮商，冀圖建立完整的授權機制。
	區域合作	將我國在對應盜版問題的努力與經驗提供與世界貿易組織與亞太經合會等分享，並提出具體方案與研究計畫，爭取國際組織的資源來從事系統性的國際交流。
	教育文宣	各權利人團體與教育單位應針對大、中、小學與職場聯合籌畫系統性的講座與活動，並設法使參與這類活動與日後表現成為考核或績效評估的重要參考指標之一。

## 第四節 總結

本計畫在啟始便冀圖正面對應極為困難的盜版問題，尤其是在網際網路等各種科技的運用日益普及、市場狀況瞬息萬變的背景下來檢視我國影音著作的盜版狀況，從消費端的層面切入，期能發覺中間的各種問題並檢證不同的方法與工具來進行自我檢測，了解真正的癥結所在，並據以釐定相應的解決方案和措施，從而可以更為精準有效的運用國家資源來從事相關的立法與教育宣導工作。必需特別指出的是，透過本計畫研究所產生的數據資料從來就不是，也更不應用來與其他團體或單位（尤其是權利人團體）所做的盜版調查針鋒相對。因為這樣子只會模糊了焦點，無從找出妥式的方法和工具，以解決我國真正需要正視的問題。

從過去四年的研究可以很明確的看出，政府的強力執法的確已收到了相當大的成效。但頗為諷刺的是，這也或多或少導致整個盜版市場幾乎已經全面的走向了網路侵權的型態；而且隨著頻寬日益增加、資料的取用與分享日益簡便（甚至成為日常必需），加上國內的市場環境與配套措施還不夠健全（如著作權的侵權定義、授權措施與集體管理機制等），事實上在我國，完全合法的網路或線上影音著作經營一直要到近一、兩年才算出現，而且營運仍然十分艱困。因此，如何能有效的抑厄「劣幣逐良幣」的現象，讓合法的業者能夠生根發芽，讓正版的網路市場能蓬勃發展，便成為當前最為重大的挑戰。

從本研究可以得到的一個結論，也是所幸的現象是，一般消費者對於盜版的認知與法規所欲彰顯的政策其實是非常的接近。另一個初步的結論是，市場的盜版狀況雖然在最近兩年又趨嚴重，但並沒有急遽惡化。加上國內在爆發 ezPeer 與 Kuro 的案件後，盜版的情況一度趨緩，這也再次顯示強力執法的重要。

然而徒法不足以自行。本研究計畫遂在過去的四年中分別法律、科技與管理等三個不同的面向分別提出了諸多具體的對應與配套措施以資建議。而在今年度的報告中除了對這些具體事項以表列方式再做一總檢討之外，更擬深化「圍堵」與「疏導」並行的策略，由他律（公律、亦即強力執法）導引到自律（亦即授權協商），從而將市場秩序入正軌，真正將我國壘築成一個知識經濟的社會。但這絕非易事，而是需要產、官、學、研各界與社會大眾的通力參與，由有系統的教育與宣導做起，並且需要長程的計畫與支持，方可奏效。這其中所建議的一些措施即使在國外也甫行提出討論，足見盜版問題乃是國際間的共通問題與挑戰，在解決方案上也亟需國際間的通力合作否則不為功。本研究計畫曾引起美國、日本、中國大陸、乃至其他亞太經合會組織成員的高度興趣，吾人因此企盼我國或許更可以此為契機，在諸如亞太經合會或世界貿易組織等提出具體方案，進行區域性的追蹤調查與研究，除了爭取國際間的支持與奧援並分享知識與經驗外，更可藉此進一步檢證從此一研究所得出的方法和工具是否有可能成為國際共通的評估基準，並據此開發出更為精準有效的國際配套處理方案。如此方可讓我國各界的努力彰顯於全球，亦可避免未來在立法和執法時閉門造車，並由具體的成效爭取到更為豐沛的資源。



## 附錄一、調查問卷

### 一、影音著作消費者民意調查

先生／小姐 您好：

我是政治大學的訪員，接受經濟部的委託，在進行「影音著作消費者民意調查」，想耽誤您三分鐘，請教幾個問題，謝謝！

S、請問您的年齡是否介於 13 到 55 歲之間？

(1) 是 (跳問第 1 題，開始訪問)

(2) 否 (詢問家中是否有 13 到 55 歲的家人可以接受訪問，沒有的話請結束問卷)

-----問卷開始-----

以下問題請根據您個人經驗回答，您的回答僅提供研究分析使用，資料絕對不會外洩，請您安心作答！

1、請問您最近一年內有沒有買過、燒錄過或接受親友贈送音樂 CD、影音 VCD/DVD，但不包含色情光碟、遊戲及電腦軟體？

(1) 有 (跳問第 4 題)

(2) 沒有

2、請問您最近一年內有沒有從網路下載音樂？所謂「下載」是指透過網路，將影音資料儲存到個人電腦，如硬體、光碟片、隨身碟、Mp3 隨身聽等儲存設備的行為。

(1) 有 (跳問第 11 題)  (2) 沒有

3、請問您最近一年內有沒有從網路下載電影或影集？

(1) 有 (跳問第 15 題)  (2) 沒有 (請結束問卷)

#### 第一部份 音樂 CD 消費行為

以下請教您關於音樂 CD 的消費行為：

4、請問您最近三個月內買過、燒錄過或接受親友贈送的正版或非正版音樂 CD，總共有幾片？

\_\_\_\_\_片 若為 0 片，則跳問第 7 題

4.1、其中，正版有幾片？非正版有幾片？

1. 正版 \_\_\_\_\_ 片 2. 非正版 \_\_\_\_\_ 片 3. 不確定 \_\_\_\_\_ 片

若非正版為 0，則跳問第 7 題

5、以下請教您取得非正版音樂 CD 的方式：

5.1 親友贈送的，有幾片？ \_\_\_\_\_ 片。

5.2 自行燒錄的，有幾片？ \_\_\_\_\_ 片。

其中，由網路下載音樂而燒錄成 CD 的，有幾片？ \_\_\_\_\_ 片。

5.3 自行購買的（夜市、路邊攤及電腦商場、超市，唱片行，郵購、型錄等），有幾片？ \_\_\_\_\_ 片。

6、請問您擁有非正版音樂 CD 的原因為何？(複選，不需提示選項，追問一次)

(1) 價格便宜  (2) 購買或取得方便  (3) 選擇種類豐富  (4) 現為絕版片

(5) 親友贈送，難拒絕好意  (88) 其他 \_\_\_\_\_

## 第二部份 影音 VCD/DVD 消費行為

以下請教您關於影音 VCD/DVD 的消費行為，但不包含色情光碟、電腦軟體及遊戲：

7、請問您最近三個月內買過、燒錄過或接受親友贈送的正版或非正版影音 VCD/DVD，總共有幾部？

\_\_\_\_\_ 部 **若為 0 部，則跳問第 10 題**

7.1、其中，正版有幾部？非正版有幾部？

1. 正版 \_\_\_\_\_ 部    2. 非正版 \_\_\_\_\_ 部    3. 不確定 \_\_\_\_\_ 部

**若非正版為 0，則跳問第 10 題**

8、以下請教您取得非正版影音 VCD/DVD 的方式：

8.1 親友贈送的，有幾部？ \_\_\_\_\_ 部。

8.2 自行燒錄的，有幾部？ \_\_\_\_\_ 部。

其中，由網路下載電影或影集而燒錄成 VCD/DVD 的，有幾部？ \_\_\_\_\_ 部。

8.3 自行購買的（夜市、路邊攤及電腦商場、超市，唱片行，郵購、型錄等），有幾部？ \_\_\_\_\_ 部。

9、請問您擁有非正版影音 VCD/DVD 的原因為何？（複選，不需提示選項，追問一次）

- (1) 價格便宜     (2) 購買或取得方便     (3) 選擇種類豐富     (4) 現為絕版片  
 (5) 親友贈送，難拒絕好意     (6) 非正版的發行速度快     (88) 其他 \_\_\_\_\_

## 第三部份 網路下載行為

以下請教您從網路下載音樂或電影、影集的經驗：

所謂「下載」是指透過網路，將影音資料儲存到個人電腦，如硬體、光碟片、隨身碟、Mp3 隨身聽等儲存設備的行為。

10、請問您最近一年內有沒有從網路下載音樂？

(1) 有     (2) 沒有 **（跳問第 14 題）**

11、請問您是從哪裡下載音樂？（複選，不需提示選項，訪員請追問一次）

- (1) 網站（如：屁屁音樂網、天馬音樂網、Yahoo! 奇摩音樂） ←請追問是 P2P 軟體還是網站  
 (2) P2P 軟體（如：BT、ClubBox、eDonkey、eMule、ezPeer、Foxy、KaZaA、Kuro 或 WinMX）  
 (3) Instant Messenger 即時通訊軟體（如 MSN 或 Yahoo! Messenger）  
 (4) FTP 站     (5) E-mail     (88) 其他 \_\_\_\_\_

12、請問您是透過何種網路服務下載音樂？（複選，不需提示選項，訪員請追問一次）

(1) ADSL     (2) Cable     (3) T1（如區域網路、學術網路等）     (88) 其他 \_\_\_\_\_

13、請問您最近一個月內下載了幾次音樂？ \_\_\_\_\_ 次 **若為 0 次，則跳問第 14 題**

13.1、請問您最近一個月內下載了幾首歌曲？ \_\_\_\_\_ 首

13.2、其中，有幾首是經過授權的？幾首是未授權的？

1. 授權 \_\_\_\_\_ 首    2. 未授權 \_\_\_\_\_ 首    3. 不確定 \_\_\_\_\_ 首

14、請問您最近一年內有沒有從網路下載電影或影集？

(1) 有     (2) 沒有 **（跳問第 18 題）**

15、請問您是從哪裡下載電影或影集？（複選，不需提示選項，訪員請追問一次）

- (1) 網站 ←請追問是 P2P 軟體還是網站  
 (2) P2P 軟體（如：BT、ClubBox、eDonkey、eMule、ezPeer、Foxy、KaZaA、Kuro 或 WinMX）

(3) FTP 站

(88) 其他\_\_\_\_\_

16、請問您是透過何種網路服務下載電影或影集？(複選，不需提示選項，訪員請追問一次)

(1) ADSL  (2) Cable  (3) T1 (如區域網路、學術網路等)  (88) 其他\_\_\_\_\_

17、請問您最近一個月內下載了幾次電影或影集？\_\_\_\_\_次 若為 0 次，則跳問第 18 題

17.1、請問您最近一個月內下載電影或影集的數量為何？\_\_\_\_\_部

17.2、其中，有幾部是經過授權的？幾部是未授權的？

1. 授權\_\_\_\_\_部 2. 未授權\_\_\_\_\_部 3. 不確定\_\_\_\_\_部

#### 第四部分 基本資料

以下請教您的基本資料：

18、請問您的年齡？

(1) 13-19 歲  (2) 20-29 歲  (3) 30-39 歲  (4) 40-49 歲  (5) 50-55 歲

19、請問您的教育程度？

(1) 國小以下  (2) 國中  (3) 高中(職)  (4) 專科  (5) 大學  (6) 研究所以上

20、請問您的職業？

(1) 民意代表／民營企業負責人

(2) 民營企業主管或一般員工【白領上班族】

(3) 自營商【水電行／瓦斯行／雜貨店／服飾行等】

(4) 專業人員【醫師／律師／工程師／演員／作家／記者／編輯等】

(5) 勞力工作者【農林漁牧／司機／店員等】

(6) 軍公教人員

(7) 學生

(8) 家管

(9) 退休／待業中／無業

(88) 其他\_\_\_\_\_

21、請問您個人每月平均所得？

(1) 0 元  (2) 10,000 元以下  (3) 10,001~20,000 元  (4) 20,001~30,000 元

(5) 30,001~40,000 元  (6) 40,001~50,000 元  (7) 50,001~60,000 元  (8) 60,001~70,000 元

(9) 70,001~80,000 元  (10) 80,001~90,000 元  (11) 90,001~100,000 元  (12) 100,001 元以上

22、請問您居住的縣市？

(1) 台北市  (2) 高雄市  (3) 基隆市  (4) 台北縣  (5) 宜蘭縣

(6) 桃園縣  (7) 新竹縣  (8) 新竹市  (9) 苗栗縣  (10) 台中縣

(11) 台中市  (12) 彰化縣  (13) 南投縣  (14) 雲林縣  (15) 嘉義縣

(16) 嘉義市  (17) 台南縣  (18) 台南市  (19) 高雄縣  (20) 屏東縣

(21) 台東縣  (22) 花蓮縣  (23) 澎湖縣  (24) 金門縣  (25) 連江縣

23、性別？(訪員請自行判斷)

(1) 男  (2) 女

## 二、電腦軟體消費者民意調查

先生／小姐 您好：

我是政治大學的訪員，接受經濟部的委託，在進行「電腦軟體消費者民意調查」，想耽誤您三分鐘，請教幾個問題，謝謝！

S、請問您的年齡是否介於 13 到 55 歲之間？

(1)是 (跳問第 1 題，開始訪問)

(2)否 (詢問家中是否有 13 到 55 歲的家人可以接受訪問，沒有的話請結束問卷)

-----問卷開始-----

以下問題請根據您個人經驗回答，您的回答僅提供研究分析使用，資料絕對不會外洩，請您安心作答！

1、請問您在家中最常使用的電腦是組裝的還是品牌電腦？

(1)組裝電腦 (自行選擇各種配件，由自己或委託他人、廠商代為組裝)

(2)品牌電腦 (套裝電腦)

2、請問您的電腦是不是在最近一年內購買的？

(1)是 (跳問第 4 題)       (2)否

3、請問您最近一年內是否在這台電腦安裝過電腦軟體，但不包含試用版及免費下載的軟體？

(1)是 (續問第 4 題)       (2)否 (請結束問卷)

### 第一部份 電腦軟體

以下請針對您最近一年內在這台電腦安裝的軟體回答問題：

4、請問您的電腦 作業系統 (如：Windows、Linux、Mac)有幾個？

\_\_\_\_\_ 個 (個數應介於 1~5 個之間)

4.1、正版有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

4.2、非正版有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

4.3、不確定有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

5、請問您的電腦 防毒軟體 (如：PC-cillin 趨勢、Norton 賽門鐵克、Kaspersky 卡巴斯基) 有幾個？

\_\_\_\_\_ 個 (個數應介於 1~5 個之間；若為 0 個，則跳問第 6 題)

5.1、正版有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

5.2、非正版有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

5.3、不確定有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

6、請問您的電腦 繪圖軟體 (如：PhotoImpact、Photoshop)有幾個，但不包含小畫家？

\_\_\_\_\_ 個 (個數應介於 1~10 個之間；若為 0 個，則跳問第 7 題)

6.1、正版有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

6.2、非正版有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

6.3、不確定有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

7、請問您的電腦 網頁製作軟體 (如：Flash、Dreamweaver)有幾個？

\_\_\_\_\_ 個 (個數應介於 1~10 個之間；若為 0 個，則跳問第 8 題)

7.1、正版有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

7.2、非正版有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

7.3、不確定有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

8、請問您的電腦 影音播放軟體 (如：PowerDVD) 及影像編輯軟體 (如：會聲會影)，但不包含 Media Player，總共有幾個？ \_\_\_\_\_ 個 (個數應介於 1~10 個之間；若為 0 個，則跳問第 9 題)

8.1、正版有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

8.2、非正版有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

8.3、不確定有幾個？ \_\_\_\_\_ 個

9、請問您的電腦是否有安裝 Office？

(1)是  (2)否 (跳至第 V1 題)

9.1、請問這套 Office 是正版還是非正版？

(1)正版  (2)非正版 (跳問第 10 題)  (3)不確定 (跳至第 V1 題)

9.2、請問您花了多少錢購買這套正版 Office？

(1) \_\_\_\_\_ 元 (續問第 9.3 題後，跳至第 V1 題)

(2) 0 元 (免費取得、沒花錢) (跳問第 9.4 題後，跳至第 V1 題)

(3)不確定 (跳問第 9.5 題)

9.3、您是如何取得這套 Office？

(1)電腦商場

(2)網路商店、網路交換或網路拍賣

(88)其它 \_\_\_\_\_

9.4、您是如何免費取得這套 Office？

(1)學校(公司)等授權校內學生(公司員工)使用

(2)贈品 (含親友贈送、抽獎等)

(3)隨機版的 Office (因廠商促銷方案所贈送)

(88)其它 \_\_\_\_\_

9.5 請問您不確定的原因為何？

(1)買來就已預裝  (2)忘記了  (3)委託他人安裝  (88)其他 \_\_\_\_\_

V1、(請訪員根據第 4 題到第 9 題的答案自行填答)

以上軟體是否皆為正版？  (1)是 (跳問第 12 題)  (2)否 (續問第 10 題)

10、所以您曾經安裝過非正版軟體，請問您如何取得？(複選，不需提示選項，追問一次)

(1)夜市、路邊攤  (2)電腦商場  (3)自行燒錄  (4)親友安裝／贈送

(5)網路下載  (6)網路商店、網路交換或網路拍賣  (7)人員直銷方式

(88)其他 \_\_\_\_\_

11、請問您使用非正版軟體的原因為何？(複選，不需提示選項，追問一次)

- (1) 價格便宜       (2) 購買或取得方便       (3) 非正版的發行速度快  
 (4) 親友贈送，難拒絕好意       (5) 購買正作品前的試用       (88) 其他 \_\_\_\_\_

### 第三部分 基本資料

以下請教您的基本資料：

12、請問您的年齡？

- (1) 13-19 歲       (2) 20-29 歲       (3) 30-39 歲       (4) 40-49 歲       (5) 50-55 歲

13、請問您的教育程度？

- (1) 國小以下       (2) 國中       (3) 高中(職)       (4) 專科       (5) 大學       (6) 研究所以上

14、請問您的職業？

- (1) 民意代表／民營企業負責人  
 (2) 民營企業主管或一般員工【白領上班族】  
 (3) 專業人員【醫師／律師／工程師／演員／作家／記者／編輯等】  
 (4) 軍公教人員  
 (5) 自營商【水電行／瓦斯行／雜貨店／服飾行等】  
 (6) 勞力工作者【農林漁牧／司機／店員等】  
 (7) 學生  
 (8) 家管  
 (9) 退休／待業中／無業  
 (88) 其他 \_\_\_\_\_

15、請問您個人每月平均所得？

- (1) 0 元       (2) 10,000 元以下       (3) 10,001~20,000 元       (4) 20,001~30,000 元  
 (5) 30,001~40,000 元       (6) 40,001~50,000 元       (7) 50,001~60,000 元       (8) 60,001~70,000 元  
 (9) 70,001~80,000 元       (10) 80,001~90,000 元       (11) 90,001~100,000 元       (12) 100,001 元以上

16、請問您居住的縣市？

- (1) 台北市       (2) 高雄市       (3) 基隆市       (4) 台北縣       (5) 宜蘭縣  
 (6) 桃園縣       (7) 新竹縣       (8) 新竹市       (9) 苗栗縣       (10) 台中縣  
 (11) 台中市       (12) 彰化縣       (13) 南投縣       (14) 雲林縣       (15) 嘉義縣  
 (16) 嘉義市       (17) 台南縣       (18) 台南市       (19) 高雄縣       (20) 屏東縣  
 (21) 台東縣       (22) 花蓮縣       (23) 澎湖縣       (24) 金門縣       (25) 連江縣

17、性別？(訪員請自行判斷)

- (1) 男       (2) 女

### 三、智慧財產權認知調查

先生／小姐 您好：

我是政治大學的訪員，接受經濟部的委託，在進行「智慧財產權認知調查」，想耽誤您三分鐘，請教幾個問題，謝謝！

S、請問您是否年滿 13 歲？

(1) 是 (跳問第 1 題，開始訪問)

(2) 否 (詢問家中是否有年滿 13 歲的家人可以接受訪問，沒有的話請結束問卷)

-----問卷開始-----

以下問題請您根據個人經驗回答，我們僅探討影音光碟(如音樂 CD、影音 VCD/DVD)及電腦軟體的智慧財產權，您的回答僅提供研究分析使用，資料絕對不會外洩，請您安心作答！

#### 第一部分 對智慧財產權的認識及觀念

以下請教您對於智慧財產權的認識及觀念：

1、請問您認為智慧財產權需不需要受到保護？(訪員請追問程度)

(1) 非常需要  (2) 需要  (3) 無意見 (訪員請跳問第 1-1 題，問完後接第 2 題)

(4) 不需要  (5) 完全不需要 (訪員請跳問第 1-2 題)

1-1、請問您認為保護智慧財產權主要是誰的責任呢？

(1) 政府  (2) 學校/教育團體  (3) 社會大眾

(4) 版權擁有者(如：作者、製造商、發行商)  (5) 通路商

(6) 權利人團體 (如：BSA 台灣商業軟體聯盟、IFPI 財團法人國際唱片業交流基金會、MPA 台北市音樂著作權代理人協會)

(88) 其他 \_\_\_\_\_

(89) 以上皆是

1-2、請問您認為不需要的原因有哪些？(複選，不需提示選項，追問一次)

(1) 版權擁有者(如：作者、製造商、發行商)的利潤太高

(2) 某部份的智慧財產權(如：個人簽名、作業)的價值太低，不需要受到保護

(3) 某部份的智慧財產權(如：流行音樂)沒有原創性，不需要受到保護

(4) 太過保護智慧財產權反而會阻礙知識的流通

(88) 其他 \_\_\_\_\_

2、請問您認為以下行為是否侵犯智慧財產權？

2-1 販賣或出租非正版品

(1) 是  (2) 否  (3) 不一定

2-2 購買非正版品

(1) 是  (2) 否  (3) 不一定

2-3 接受親友贈送非正版品

(1) 是  (2) 否  (3) 不一定

2-4 購買正版品後，無限制的複製或燒錄以供自行使用

(1)是  (2)否  (3)不一定

2-5 購買正版品後，複製或燒錄以供他人使用

(1)是  (2)否  (3)不一定

## 第二部份 對智慧財產權的認知態度

3、以下請教您對於智慧財產權的一些看法，請表達您的認同程度：*(訪員請追問程度)*

3-1 當正版品已經絕版的時候，可以使用非正版品

(1)非常同意  (2)同意  (3)無意見  (4)不同意  (5)非常不同意

3-2 當非正版品的價格比正版品便宜的時候，可以使用非正版品

(1)非常同意  (2)同意  (3)無意見  (4)不同意  (5)非常不同意

3-3 當非正版品的品質與內容比正版品好的時候，可以使用非正版品

(1)非常同意  (2)同意  (3)無意見  (4)不同意  (5)非常不同意

3-4 接受親友贈送非正版品的行為是人之常情，不必太在意

(1)非常同意  (2)同意  (3)無意見  (4)不同意  (5)非常不同意

3-5 我們應該留意自己有沒有侵犯到別人的智慧財產權

(1)非常同意  (2)同意  (3)無意見  (4)不同意  (5)非常不同意

## 第三部份 對智慧財產權保護相關單位及宣傳活動的認知

以下請教您對於保護智慧財產權的政府單位及宣傳活動的認知

4、請問您認為目前我國侵犯智慧財產權的情況嚴不嚴重？*(訪員請追問程度)*

(1)完全不嚴重  (2)不太嚴重  (3)無意見 *(訪員請跳問第5題)*

(4)還算嚴重  (5)非常嚴重

4-1 請問您認為嚴重的原因有哪些？*(複選，不需提示選項，追問一次)*

- (1)學校教育的宣導不周
- (2)(學術)網路的管制不當
- (3)政府執法或取締不夠嚴格
- (4)民眾對保護智慧財產權的意識薄弱/認知不足
- (5)民眾貪小便宜/民眾無法自律/社會風氣低落
- (6)民眾生活水準下降/經濟差
- (7)正版品的內容及品質比非正版品差
- (8)正版品的價錢太貴
- (88)其他 \_\_\_\_\_

5、請問您認為保護智慧財產權的有效方法有哪些？*(複選，不需提示選項，追問一次)*

- (1)加強學校教育的宣導
- (2)加強(學術)網路的管制
- (3)加重刑罰
- (4)政府多宣傳保護智慧財產權的活動
- (5)政府嚴格取締非正版品



- (6) 民眾檢舉購買非正版品的人
- (7) 加強正版品的內容及品質
- (8) 調降正版品的價錢
- (88) 其他 \_\_\_\_\_

6、「我國已有保護智慧財產權的相關法令」，請問您知不知道？

- (1) 知道
- (2) 不知道

7、就您所知，我國負責保護智慧財產權的政府有關單位有哪些？(複選，不需提示選項，追問一次)

- (99) 完全不知道
- (1) 經濟部智慧財產局
- (2) 警政署保智大隊
- (3) 行政院消費者保護委員會
- (4) 各縣市政府警察局
- (88) 其他 \_\_\_\_\_

8、請問您最近三個月內，有沒有得到保護智慧財產權的相關宣導訊息？頻率為何？

(99) 從未得到相關訊息 (訪員請跳問第 11 題)

- (1) 常常
- (2) 偶爾
- (3) 很少

9、請問您認為這些訊息對於智慧財產權的保護有沒有幫助？(訪員請追問程度)

- (1) 非常有幫助
- (2) 有幫助
- (3) 無意見
- (4) 不大有幫助
- (5) 完全沒有幫助

10、請問您得到這些訊息的管道有哪些？(複選，不需提示選項，追問一次)

- (1) 網路
- (2) 電視
- (3) 廣播
- (4) 書籍
- (5) 報章雜誌
- (6) 海報/傳單
- (7) 公車/捷運廣告
- (8) 學校
- (9) 親友告知
- (10) 電影院、影音光碟片中的宣導
- (88) 其他 \_\_\_\_\_

#### 第四部分 基本資料

以下請教您的基本資料：

11、請問您的年齡？

- (1) 13-19 歲
- (2) 20-29 歲
- (3) 30-39 歲
- (4) 40-49 歲
- (5) 50-59 歲
- (6) 60 歲以上

12、請問您的教育程度？

- (1) 國小以下
- (2) 國中
- (3) 高中(職)
- (4) 專科
- (5) 大學
- (6) 研究所以上

13、請問您的職業？

- (1) 民意代表／民營企業負責人
- (2) 民營企業主管或一般員工【白領上班族】
- (3) 自營商【水電行／瓦斯行／雜貨店／服飾行等】
- (4) 專業人員【醫師／律師／工程師／演員／作家／記者／編輯等】
- (5) 勞力工作者【農林漁牧／司機／店員等】
- (6) 軍公教人員
- (7) 學生
- (8) 家管
- (9) 退休／待業中／無業
- (88) 其他 \_\_\_\_\_

14、請問您個人每月平均所得？

- (1) 0 元                       (2) 10,000 元以下                       (3) 10,001~20,000 元                       (4) 20,001~30,000 元  
 (5) 30,001~40,000 元                       (6) 40,001~50,000 元                       (7) 50,001~60,000 元                       (8) 60,001~70,000 元  
 (9) 70,001~80,000 元                       (10) 80,001~90,000 元                       (11) 90,001~100,000 元                       (12) 100,001 元以上

15、請問您居住的縣市？

- (1) 台北市                       (2) 高雄市                       (3) 基隆市                       (4) 台北縣                       (5) 宜蘭縣  
 (6) 桃園縣                       (7) 新竹縣                       (8) 新竹市                       (9) 苗栗縣                       (10) 台中縣  
 (11) 台中市                       (12) 彰化縣                       (13) 南投縣                       (14) 雲林縣                       (15) 嘉義縣  
 (16) 嘉義市                       (17) 台南縣                       (18) 台南市                       (19) 高雄縣                       (20) 屏東縣  
 (21) 台東縣                       (22) 花蓮縣                       (23) 澎湖縣                       (24) 金門縣                       (25) 連江縣

16、性別？ (訪員請自行判斷)

- (1) 男     (2) 女

## 附錄二、調查結果

### 一、影音著作消費者民意調查

#### (一) 請問您最近一年內有沒有買過、燒錄過或接受親友贈送音樂 CD、影音 VCD/DVD，但不包含色情光碟、遊戲及電腦軟體？(問卷第 1~3 題)

問卷第 1~3 題為篩選題，主要目的是尋找 13~55 歲的合格受訪者，由下表一可知，70.1% 的受訪者最近一年內「有」買過、燒錄過或接受親友贈送音樂 CD、影音 VCD/DVD (不包含色情光碟、遊戲及電腦軟體)，僅有 28.2% 的受訪者「沒有」買過、燒錄過或接受親友贈送影音光碟，但有網路下載音樂行為，1.7% 的受訪者「沒有」買過、燒錄過或接受親友贈送影音光碟及從網路下載音樂，但有從網路下載電影或影集的行為。

表一、受訪者最近一年內有沒有買過、燒錄過或接受親友贈送音樂 CD、影音 VCD/DVD 等形式之影音光碟，或從網路下載音樂或電影、影集

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>
有買過、燒錄過或接受親友贈送影音光碟	1,682	70.1
沒買過、燒錄過，也沒接受親友贈送 但有網路下載音樂之行為	677	28.2
沒買過、燒錄過也沒接受親友贈送， 沒有從網路下載音樂 但有網路下載電影或影集之行為	41	1.7

#### (二) 以下請教您取得非正版音樂 CD 的方式？(問卷第 5 題)

由下表二可知，取得非正版音樂 CD 的 598 位受訪者當中，其管道為「親友贈送」(65.9%) 的比例最高，其次為「自行燒錄」(38.8%)，再次為「自行購買 (夜市、路邊攤及電腦商場、超市、唱片行、郵購、型錄等)」(8.4%)。

表二、受訪者取得非正版音樂 CD 的管道

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>676</b>	<b>113.0</b>
親友贈送	394	65.9
自行燒錄	232	38.8
自行購買 (夜市、路邊攤及電腦商場、超市，唱片行，郵購、型錄等)	50	8.4

\*此題為複選題，受訪人數為 598 人

### (三) 請問您取得非正版音樂 CD 的原因為何?(問卷第 6 題)

由下表三可知，取得非正版音樂 CD 的 598 位受訪者當中，其原因為「購買或取得方便」之比例最高 (38.6%)，其次為「價格便宜」(38.1%)，再次為「親友贈送，難拒絕好意」(34.8%)。

表三、受訪者取得非正版音樂 CD 的原因

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>783</b>	<b>130.9</b>
購買或取得方便	231	38.6
價格便宜	228	38.1
親友贈送，難拒絕好意	208	34.8
選擇種類豐富	74	12.4
非整片喜歡	16	2.7
試聽	11	1.8
現為絕版片	8	1.3
其他	7	1.2

\*其他：自網路購買後發現是非正版、畫質好、為了考試用而向老師借來燒錄

\*此題為複選題，受訪人數為 598 人

#### (四) 以下請教您取得非正版影音 VCD/DVD 的方式?(問卷第 8 題)

由下表四得知,取得非正版影音 VCD/DVD 的 321 位受訪者當中,其管道為「親友贈送」(66.7%)的比例最高,其次為「自行燒錄」(31.8%),再次為「自行購買(夜市、路邊攤及電腦商場、超市,唱片行,郵購、型錄等)」(11.5%)。

表四、受訪者取得非正版影音 VCD/DVD 的管道

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>353</b>	<b>110.0</b>
親友贈送	214	66.7
自行燒錄	102	31.8
自行購買(夜市、路邊攤及電腦商場、超市,唱片行,郵購、型錄等)	37	11.5

\*此題為複選題,受訪人數為 321 人

#### (五) 請問您擁有非正版影音 VCD/DVD 的原因為何?(問卷第 9 題)

由下表五可知,取得非正版影音 VCD/DVD 的 321 位受訪者當中,其原因為「價格便宜」(49.2%)之比例最高,其次為「購買或取得方便」(37.1%),再次為「親友贈送,難拒絕好意」(30.8%)。

表五、受訪者取得非正版影音 VCD/DVD 的原因

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>443</b>	<b>138.0</b>
價格便宜	158	49.2
購買或取得方便	119	37.1
親友贈送,難拒絕好意	99	30.8
非正版的發行速度快	25	7.8
選擇種類豐富	17	5.3
無聊可以打發時間/想看	12	3.7
現為絕版片	4	1.2
其他	9	2.8

\*其他:網購後發現為非正版、學校教學用途、值得紀念、試看

\*此題為複選題,受訪人數為 321 人

(六) 請問您最近一年內有沒有從網路下載音樂?(問卷第 10 題)

由下表六可知,最近一年內,在 2,400 位受訪者當中,有 1,418 位受訪者 (59.1%) 曾經從網路下載音樂。

表六、受訪者最近一年內是否曾經從網路下載音樂

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>
是	1,418	59.1
否	982	40.9

(七) 請問您是從哪裡下載音樂?(問卷第 11 題)

由下表七可知,最近一年有從網路下載音樂的 1,418 受訪者,從「網站」(53.7%) 下載音樂的比例最高,其次為「P2P 軟體」(50.9%)。

表七、受訪者下載音樂的管道

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,453</b>	<b>102.5</b>
網站 (如: 屁屁音樂網、天馬音樂網、Yahoo! 奇摩音樂)	761	53.7
P2P 軟體 (如: BT、ClubBox、eDonkey、eMule、ezPeer、Foxy、KaZaA、Kuro 或 WinMX)	722	50.9
InstantMessenger 即時通訊軟體 (如 MSN 或 Yahoo! Messenger)	73	5.1
FTP 站	52	3.7
E-mail	29	2.0
其他	5	0.4

\*其他: 手機、網路芳鄰、區網連線、由他人隨身碟下載

\*此題為複選題,受訪人數為 1,418 人

(八) 請問您是透過何種網路服務下載音樂?(問卷第 12 題)

由下表八可知，受訪者下載音樂所使用的網路服務以「ADSL」(91.3%)比例最高。

表八、受訪者下載音樂所使用的網路服務

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,453</b>	<b>102.5</b>
ADSL	1,294	91.3
T1 (如區域網路、學術網路等)	86	6.1
Cable	72	5.1
其他	1	0.1

\*其他：手機

\*此題為複選題，受訪人數為 1,418 人

(九) 請問您最近一個月內下載了幾次音樂?(問卷第 13 題)

由下表九可知，受訪者最近一個月內下載音樂的次數以「1~5 次」比例為最高(45.6%)，其次為「0 次」(29.6%)，再次為「11 次以上」(12.7%)。

表九、受訪者最近一個月下載音樂的次數

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,418</b>	<b>100.0</b>
0 次	420	29.6
1~ 5 次	647	45.6
6~10 次	171	12.1
11 次以上	180	12.7

(十) 請問您最近一個月內下載了幾首歌曲？(問卷第 13.1 題)

由下表十可知，受訪者最近一個月內下載歌曲的數目以「1~10 首」比例為最高 (45.2%)，其次為「11~20 首」(22.4%)，再次為「21~50 首」(20.1%)。

表十、受訪者最近一個月下載歌曲的數目

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>998</b>	<b>100.0</b>
1~ 10 首	451	45.2
11~ 20 首	224	22.4
21~ 50 首	201	20.1
51~100 首	73	7.3
101 首以上	49	4.9

(十一) 請問您最近一年內有沒有從網路下載電影或影集？(問卷第 14 題)

由下表十一可知，最近一年內，在 2,400 位受訪者當中，有 365 位受訪者 (15.2%) 曾經從網路下載電影或影集。

表十一、受訪者最近一年內是否曾經由網路下載電影或影集

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>2,400</b>	<b>100.0</b>
是	365	15.2
否	2,035	84.8



## (十二) 請問您是從哪裡下載電影或影集?(問卷第 15 題)

由下表十二可知，在最近一年內從網路下載電影或影集的 365 位受訪者中，從「P2P 軟體」(60.8%) 下載電影或影集的比例最高，其次為「網站」(41.9%)。

表十二、受訪者下載電影或影集的管道

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>412</b>	<b>112.9</b>
P2P 軟體 (如：BT、ClubBox、eDonkey、eMule、ezPeer、Foxy、KaZaA、Kuro 或 WinMX)	222	60.8
網站	153	41.9
FTP 站	26	7.1
InstantMessenger 即時通訊軟體 (如 MSN 或 Yahoo! Messenger)	8	2.2
其他	3	0.8

\*其他：網路芳鄰

\*此題為複選題，受訪人數為 365 人

## (十三) 請問您是透過何種網路服務下載電影或影集?(問卷第 16 題)

由下表十三可知，受訪者下載電影或影集所使用的網路服務以「ADSL」(88.2%) 比例最高。

表十三、受訪者下載電影或影集所使用的網路服務

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>380</b>	<b>104.1</b>
ADSL	322	88.2
Cable	36	9.9
T1 (如區域網路、學術網路等)	21	5.8
其他	1	0.3

\*其他：撥接

\*此題為複選題，受訪人數為 365 人

(十四) 請問您最近一個月內下載了幾次電影或影集?(問卷第 17 題)

由下表十四可知，受訪者最近一個月內下載電影及影集的次數以「1~5 次」比例為最高 (50.7%)，其次為「0 次」(34.2%)，再次為「6~10 次」(9.3%)、「11 次以上」(5.8%)。

表十四、受訪者最近一個月下載電影或影集的次數

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>365</b>	<b>100.0</b>
1~ 5 次	185	50.7
0 次	125	34.2
6~10 次	34	9.3
11 次以上	21	5.8

(十五) 請問您最近一個月內下載電影或影集的數量為何?(問卷第 17.1 題)

由下表十五可知，受訪者最近一個月內下載電影或影集的數量以「1~5 部」比例為最高 (70.8%)，其次為「6~10 首」(17.1%)，再次為「11 部以上」(12.1%)。

表十五、受訪者最近一個月下載電影或影集的數目

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>240</b>	<b>100.0</b>
1~ 5 部	170	70.8
6~10 部	41	17.1
11 部以上	29	12.1

## 二、電腦軟體消費者民意調查

### (一) 請問您在家中最常使用的電腦是組裝的還是品牌電腦？(問卷第 1 題)

由下表一可知，受訪者在家中最常使用的電腦，「組裝電腦」與「品牌電腦」的比例分別為 57.7%及 42.3%。

表一、受訪者在家中最常使用的電腦是組裝的還是品牌電腦

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,072</b>	<b>100.0</b>
組裝電腦	619	57.7
品牌電腦	453	42.3

### (二) 請問您的電腦是不是在最近一年內購買的？(問卷第 2 題)

請問您最近一年內是否在這台電腦安裝過電腦軟體，但不包含試用版及免費下載的軟體？(問卷第 3 題)

問卷第 2、3 題為篩選題，由下表二可知，41.6% 的受訪者其電腦是在最近一年內購買的，58.4% 在其電腦安裝過電腦軟體，但不包含試用版及免費下載的軟體。

表二、受訪者是否在最近一年內購買電腦，或在其電腦安裝過電腦軟體，但不包含試用版及免費下載的軟體

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,072</b>	<b>100.0</b>
在最近一年內購買電腦	446	41.6
不在最近一年內購買電腦，但在其電腦安裝過電腦軟體	626	58.4

(三) 請問您的電腦是否有安裝 Office ? (問卷第 9 題)

由下表三可知，受訪者的電腦「有」安裝 Office 的比例為 86.1%，僅 13.9%「沒有」安裝。

表三、受訪者的電腦是否有安裝 Office

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,072</b>	<b>100.0</b>
是	923	86.1
否	149	13.9

(四) 請問這套 Office 是正版還是非正版? (問卷第 9.1 題)

由下表四可知，受訪者的電腦安裝「正版」Office 的比例為 61.4%，「非正版」為 20.6%，「不確定」則為 18.0%。

表四、受訪者的 Office 是正版還是非正版

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>923</b>	<b>100.0</b>
正版	567	61.4
非正版	190	20.6
不確定	166	18.0

(五) 請問您花了多少錢購買這套正版 Office ? (問卷第 9.2 題)

由下表五可知，受訪者曾花費購買正版 Office 的比例為 7.8%，「免費取得」的比例為 23.5%，「不確定」的比例則為 68.8%。

表五、受訪者花了多少錢購買這套正版 Office

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>567</b>	<b>100.0</b>
付費取得	44	7.8
免費取得	133	23.5
不確定	390	68.8

(六) 請問您花了多少錢購買這套正版 Office ? (問卷第 9.2 題)

由下表六可知，受訪者曾花費購買正版 Office 的費用，以「3,000~5,999 元」(25.0%)以及「6,000~8,999 元」(25.0%)的比例最高，其次為「1~2,999 元」(13.6%)以及「27,000 元以上」(13.6%)，再次為「15,000~17,999 元」(9.1%)。

表六、受訪者購買正版 Office 的費用

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>44</b>	<b>100.0</b>
1~ 2,999 元	6	13.6
3,000~ 5,999 元	11	25.0
6,000~ 8,999 元	11	25.0
9,000~11,999 元	3	6.8
15,000~17,999 元	4	9.1
18,000~20,999 元	2	4.5
24,000~26,999 元	1	2.3
27,000 元以上	6	13.6

(七) 您是如何取得這套 Office ? (問卷第 9.3 題)

由下表七可知，在「電腦商場」(84.1%) 取得正版 Office 的比例最高。

表七、受訪者是如何取得這套 Office

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>44</b>	<b>100.0</b>
電腦商場	37	84.1
網路商店、網路交換或網路拍賣	2	4.5
其他	5	11.4

(八) 您是如何免費取得這套 Office ? (問卷第 9.4 題)

由下表八可知，受訪者免費取得正版 Office 的管道以「隨機版的 Office (因廠商促銷方案所贈送)」(47.4%) 的比例最高，其次為「贈品 (含親友贈送、抽獎等)」(33.1%)，再次為「學校 (公司) 等授權校內學生 (公司員工) 使用」(19.5%)。

表八、受訪者是如何免費取得這套 Office

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>133</b>	<b>100.0</b>
學校 (公司) 等授權校內學生 (公司員工) 使用	26	19.5
贈品 (含親友贈送、抽獎等)	44	33.1
隨機版的 Office (因廠商促銷方案所贈送)	63	47.4

(九) 不確定的原因是什麼？(問卷第 9.5 題)

由下表九可知，受訪者不確定購買正版 Office 費用的原因，以「買來就已預裝」(35.9%)的比例最高，其次為「他人安裝」(41.0%)，再次為「忘記了」(23.1%)。

表九、受訪者不確定的原因

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>390</b>	<b>100.0</b>
買來就已預裝	140	35.9
忘記了	90	23.1
他人安裝	160	41.0

(十) 以上軟體是否皆為正版？(問卷第 VI 題)

由下表十可知，受訪者使用的電腦軟體皆為正版之比例為 68.8%，使用過一種以上的非正版軟體之比例為 31.3%。

表十、受訪者使用的電腦軟體是否皆為正版

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,072</b>	<b>100.0</b>
是	737	68.2
否	335	31.3

(十一) 所以您曾經安裝過非正版軟體，請問您是如何取得？(複選)(問卷第 10 題)

由下表十一可知，受訪者取得非正版電腦軟體的管道為「親友安裝／贈送」(64.8%)的比例最高，其次為「網路下載」(37.9%)。

表十一、受訪者取得非正版電腦軟體的管道

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>402</b>	<b>120.0</b>
親友安裝／贈送	217	64.8
網路下載	127	37.9
電腦商場	28	8.4
自行燒錄	17	5.1
網路商店、網路交換或網路拍賣	6	1.8
夜市、路邊攤	5	1.5
人員直銷方式	2	0.6

\*此題目為複選題，受訪人數為 335 人

(十二) 所以您使用非正版軟體的原因？(複選)(問卷第 11 題)

由下表十二可知，受訪者取得非正版電腦軟體的原因為「價格便宜」(52.8%)的比例最高，其次為「購買或取得方便」(49.0%)，再次為「親友贈送，難拒絕好意」(14.9%)。

表十二、受訪者取得非正版電腦軟體的原因

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>418</b>	<b>124.8</b>
價格便宜	177	52.8
購買或取得方便	164	49.0
親友贈送，難拒絕好意	50	14.9
購買正版品前的試用	16	4.8
非正版的發行速度快	8	2.4
其他	3	0.9

\*此題目為複選題，受訪人數為 335 人



### 三、智慧財產權認知調查

#### (一) 請問您認為智慧財產權需不需要受到保護?(問卷第 1 題)

由下表一可知，將近九成八 (97.8%) 的受訪者認為智慧財產權需要 (含非常需要) 受到保護。

表一、受訪者認為智慧財產權需要受到保護的程度

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
非常需要	631	59.1
需要	413	38.7
無意見	23	2.2
不需要	0	0.0
非常不需要	0	0.0

#### (二) 請問您認為哪些人應該負責智慧財產權的保護呢?(問卷第 1-1 題)

由下表二可知，受訪者認為保護智慧財產權主要是「社會大眾」(56.2%) 的責任，其次為「以上皆是 (包含社會大眾、政府、版權所有者、權利人團體、學校/教育團體及通路商)」(17.6%)，再次為「政府」(16.7%)。

表二、受訪者認為保護智慧財產權主要是誰的責任

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
社會大眾	600	56.2
政府	178	16.7
版權擁有者	71	6.7
權利人團體	14	1.3
學校/教育團體	12	1.1
通路商	5	0.5
以上皆是	188	17.6

(三) 請問您認為「販賣或出租非正版品」是否侵犯智慧財產權?(問卷第 2-1 題)

由下表三可知，超過九成五（95.4%）的受訪者認為「販賣或出租非正版品」為侵犯智慧財產權的行為，但 2.0%持相反意見，2.6%表示無意見。

表三、受訪者認為「販賣或出租非正版品」是否侵犯智慧財產權

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
是	1,019	95.4
否	21	2.0
不一定	28	2.6

(四) 請問您認為「購買非正版品」是否侵犯智慧財產權?(問卷第 2-2 題)

由下表三可知，將近九成（89.4%）的受訪者認為「購買非正版品」為侵犯智慧財產權的行為，但 6.6%持相反意見，4.0%表示無意見。

表四、受訪者認為「購買非正版品」是否侵犯智慧財產權

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
是	955	89.4
否	70	6.6
不一定	42	4.0

(五) 問您認為「接受親友贈送非正版品」是否侵犯智慧財產權?(問卷第 2-3 題)

由下表五可知，僅超過六成五（65.3%）的受訪者認為「接受親友贈送非正版品」為侵犯智慧財產權的行為，但 23.0%持相反意見，11.6%表示無意見。

表五、受訪者認為「接受親友贈送非正版品」是否侵犯智慧財產權

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
是	698	65.3
否	246	23.0
不一定	124	11.6

(六) 請問您認為「購買正版品後，無限制的複製或燒錄以供自行使用」是否侵犯智慧財產權？(問卷第 2-4 題)

由下表六可知，僅將近六成三（62.6%）的受訪者認為「購買正版品後，無限制的複製或燒錄以供自行使用」為侵犯智慧財產權的行為，但 32.7%持相反意見，4.7%表示無意見。

表六、受訪者認為「購買正版品後，無限制的複製或燒錄以供自行使用」是否侵犯智慧財產權

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
是	669	62.6
否	349	32.7
不一定	50	4.7

(七) 請問您認為「購買正版品後，複製或燒錄以供他人使用」是否侵犯智慧財產權？(問卷第 2-5 題)

由下表七可知，將近九成（89.2%）的受訪者認為「購買正版品後，複製或燒錄以供他人使用」為侵犯智慧財產權的行為，但 6.4%持相反意見，4.4%表示無意見。

表七、受訪者認為「購買正版品後，複製或燒錄以供他人使用」是否侵犯智慧財產權

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
是	953	89.2
否	68	6.4
不一定	47	4.4

(八) 對於「當正版品已經絕版的時候，可以使用非正版品」的認同程度？(問卷第 3-1 題)

由下表八可知，超過四成五（45.1%）的受訪者同意（含非常同意）「當正版品已經絕版的時候，可以使用非正版品」，但 40.5%持相反意見，14.4%表示無意見。

表八、受訪者對「當正版品已經絕版的時候，可以使用非正版品」的認同程度

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
非常同意	68	6.4
同意	413	38.7
無意見	154	14.4
不同意	300	28.1
非常不同意	133	12.4

(九) 對於「當非正版品的價格比正版品便宜的時候，可以使用非正版品」的認同程度？(問卷第 3-2 題)

由下表九可知，僅將近一成五（14.7%）的受訪者同意(含非常同意)「當非正版品的價格比正版品便宜的時候，可以使用非正版品」，但高達 74.5%持相反意見，10.8%表示無意見。

表九、受訪者對「當非正版品的價格比正作品便宜的時候，可以使用非正作品」的認同程度

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
非常同意	20	1.9
同意	137	12.8
無意見	115	10.8
不同意	493	46.1
非常不同意	303	28.4

(十) 對於「當非正版品的品質與內容比正作品好的時候，可以使用非正作品」的認同程度？(問卷第 3-3 題)

由下表十可知，超過三成三（33.7%）的受訪者同意（含非常同意）「當非正版品的品質與內容比正作品好的時候，可以使用非正作品」，但高達 55.2%持相反意見，11.2%表示無意見。

表十、受訪者對「當非正版品的品質與內容比正作品好的時候，可以使用非正作品」的認同程度

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
非常同意	79	7.4
同意	281	26.3
無意見	119	11.2
不同意	403	37.7
非常不同意	186	17.5

(十一) 對於「接受親友贈送非正版品的行為是人之常情，不必太在意」的認同程度？

(問卷第 3-4 題)

由下表十一可知，超過三成四（34.7%）的受訪者同意（含非常同意）「接受親友贈送非正版品的行為是人之常情，不必太在意」，但高達 47.4% 持相反意見，17.8% 表示無意見。

表十一、受訪者對「接受親友贈送非正版品的行為是人之常情，不必太在意」的  
認同程度

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
非常同意	35	3.3
同意	335	31.4
無意見	191	17.8
不同意	380	35.6
非常不同意	127	11.8

(十二) 對於「我們應該留意自己有沒有侵犯到別人的智慧財產權」的認同程度？(問

卷第 3-5 題)

由下表十二可知，高達九成四（94.0%）的受訪者同意（含非常同意）「我們應該留意自己有沒有侵犯到別人的智慧財產權」，但僅 1.7% 持相反意見，4.2% 表示無意見。

表十二、受訪者對「我們應該留意自己有沒有侵犯到別人的智慧財產權」的認同程度

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
非常同意	510	47.7
同意	495	46.3
無意見	45	4.2
不同意	15	1.4
非常不同意	4	0.3

(十三) 請問您認為目前我國侵犯智慧財產權的情況嚴不嚴重?(問卷第 4 題)

由下表十三可知，超過八成五（85.5%）的受訪者認為我國侵犯智慧財產權的情形嚴重（含非常嚴重），但僅 7.1% 持相反意見，7.4% 表示無意見。

表十三、受訪者認為目前我國侵犯智慧財產權的嚴重程度

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
非常嚴重	546	51.1
還算嚴重	368	34.4
無意見	79	7.4
不太嚴重	72	6.8
完全不嚴重	3	0.3

(十四) 請問您認為嚴重的原因有哪些?(問卷第 4-1 題)

由下表十四可知，表示我國侵犯智慧財產權的情形嚴重(含非常嚴重)的 914 位受訪者，認為嚴重的主要原因為「正版品的價格太貴」(38.2%)，其次為「民眾貪小便宜/民眾無法自律/社會風氣低落」(32.1%)，再次為「政府執法或取締不夠嚴格」(26.5%)。



表十四、受訪者認為智慧財產權被嚴重侵犯的原因

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,504</b>	<b>164.6</b>
正版品的價錢太貴	349	38.2
民眾貪小便宜／民眾無法自律／社會風氣低落	293	32.1
政府執法或取締不夠嚴格	242	26.5
(學術) 網路的管制不當	175	19.2
民眾對保護智慧財產權的意識薄弱/認知不足	144	15.7
盜版品取得容易	92	10.0
民眾生活水準下降/經濟差	80	8.8
學校教育的宣導不周	79	8.7
正版品的內容及品質比非正版品差	28	3.1
政府及相關單位宣導不足	5	0.6
非正版發行速度快	3	0.4
其他	5	0.6
未回答	8	0.9

\*其他：正版品的防盜拷技術不足、版品只是時下流行的產物，不需要購買、非整片(部)喜歡、非正版與正版的辨識度低，民眾不小心就會觸法、販賣盜版的利潤高。

\*此題為複選題，受訪人數共 914 人。

#### (十五) 請問您認為保護智慧財產權的有效方法有哪些?(問卷第 5 題)

由下表十五可知，受訪者認為保護智慧財產權的有效方法主要為「政府嚴格取締非正版品」(39.7%)，其次為「政府多宣傳保護智慧財產權的活動」及「加強學校教育的宣導」(比例均為 28.3%)，再次為「調降正版品的價錢」(26.6%)。

表十五、受訪者認為保護智慧財產權的有效方法

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,900</b>	<b>177.9</b>
政府嚴格取締非正版品	424	39.7
政府多宣傳保護智慧財產權的活動	307	28.8
加強學校教育的宣導	303	28.3
調降正版品的價錢	284	26.6
加重刑罰	233	21.8
民眾檢舉購買非正版品的人	105	9.8
加強(學術)網路的管制	100	9.3
加強正版品的內容及品質	56	5.2
民眾自律	30	2.8
擬定更周延的法律保護智慧財產權	14	1.3
加強正版品的防盜拷技術	11	1.0
沒有任何方法可以保護智慧財產權	7	0.7
其他	14	1.3
未回答	15	1.4

\*其他：教導辨別盜版品的方法、教導民眾使用者付費的觀念、提供檢舉獎金、從家庭建立民眾保護智慧財產權的觀念、相關權利人團體應更積極運作、透過大眾媒體向民眾宣導保護智慧財產權的觀念、創作者務必要為作品申請專利、經濟提升、增加正版品的銷售通路、提供試聽、試看的管道，增加民眾購買正版品的欲望。

\*此題為複選題，受訪人數共 1,068 人。

**(十六) 「我國已有保護智慧財產權的相關法令」，請問您知不知道？(問卷第 6 題)**

由下表十六可知，超過五成七（57.4%）的受訪者知道「我國已有保護智慧財產權的相關法令」，但 42.6% 表示不知道。

表十六、受訪者是否知道「我國已有保護智慧財產權的相關法令」

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
知道	613	57.4
不知道	455	42.6

(十七) 「我國已有保護智慧財產權的政府相關單位」，請問您知不知道？(問卷第 7 題)

由下表十七可知，僅超過兩成三（23.2%）的受訪者知道「我國已有保護智慧財產權的政府相關單位」，但高達 76.8% 表示不知道。

表十七、受訪者是否知道「我國已有保護智慧財產權的政府相關單位」

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
知道	248	23.2
不知道	820	76.8

(十八) 就您所知，我國負責保護智慧財產權的政府有關單位有哪些？(問卷第 7 題)

由下表十八可知，受訪者知道我國已有保護智慧財產權的政府相關單位以「經濟部智慧財產局」(58.9%) 的比例最高，其次為「縣市政府警察局」(15.4%)，再次為「新聞局」(11.4%)。

表十八、受訪者所知保護智慧財產權的政府相關單位

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>248</b>	<b>105.4</b>
經濟部智慧財產局	146	58.9
縣市政府警察局	38	15.4
新聞局	28	11.4
行政院消費者保護委員會	26	10.3
警政署保智大隊	18	7.4
經濟部其他單位	17	6.8
內政部	10	4.1
縣市地方政府	7	2.7
法務部	5	2.0
財政部	4	1.8
其他	5	1.9

\*其他：偵九隊、各級法院、海關、社會局、文化局。

\*此題為複選題，受訪人數 248 人。

**(十九) 請問您最近三個月內，有沒有得到保護智慧財產權的相關宣導訊息？頻率為何？(問卷第 8 題)**

由下表十九可知，最近三個月內，將近九成 (89.6%) 的受訪者從未得到保護智慧財產權的相關宣導訊息，而 2.3% 的受訪者表示「常常」得到，5.1% 表示「偶爾」得到。

表十九、受訪者最近三個月內，得到保護智慧財產權相關宣導訊息的頻率

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>100.0</b>
從未得到相關訊息	957	89.6
常常	24	2.3
偶爾	54	5.1
很少	32	3.0

(二十) 請問您認為這些訊息對於智慧財產權的保護有沒有幫助?(問卷第9題)

由下表二十可知，超過六成七（67.4%）的受訪者認為這些訊息對於智慧財產權的保護有幫助（含非常有幫助），但 29.4%持相反意見，3.2%表示無意見。

表二十、受訪者認為這些訊息對於保護智慧財產權的幫助程度

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>111</b>	<b>100.0</b>
非常有幫助	10	8.6
有幫助	65	58.8
無意見	4	3.2
不大有幫助	31	27.9
完全沒有幫助	2	1.5

(二十一) 請問您得到這些訊息的管道有哪些？(問卷第 10 題)

由下表二十一可知，最近三個月內得到保護智慧財產權的相關宣導訊息的 111 位受訪者，主要由「電視」(75.0%)得知這些訊息，其次為「報章雜誌」(36.3%)，再次為「網路」(29.5%)。

表二十一、受訪者得知保護智慧財產權相關訊息的管道

	次數	百分比
<b>總和</b>	<b>215</b>	<b>194.1</b>
電視	83	75.0
報章雜誌	40	36.3
網路	33	29.5
廣播	19	17.3
海報／傳單	13	11.7
學校	9	8.4
親友告知	5	4.9
書籍	5	4.8
電影院、影音光碟片中的宣導	4	3.9
公車／捷運廣告	3	2.4

\*此題為複選題，受訪人數共 111 人

## 附錄三、調查交叉分析

### 一、影音著作消費者民意調查

表一、受訪者取得非正版音樂 CD 的管道

單位：人；%

	回答人數	親友贈送	自行燒錄	自行購買
<b>總和</b>	<b>598</b>	<b>65.9</b>	<b>38.8</b>	<b>8.4</b>
<b>性別</b>				
男	288	59.7	46.5	10.4
女	310	71.6	31.6	6.5
<b>年齡</b>				
13~19 歲	137	53.3	49.6	6.6
20~29 歲	211	65.9	43.6	5.2
30~39 歲	149	72.5	30.9	10.1
40~49 歲	76	75.0	25.0	15.8
50~55 歲	25	68.0	28.0	12.0
<b>教育程度</b>				
國小以下	5	60.0	0.0	60.0
國中	50	64.0	34.0	10.0
高中 (職)	184	60.9	42.4	7.1

專科	114	75.4	28.1	11.4
大學	215	65.1	42.3	6.0
研究所以上	30	70.0	46.7	10.0
<b>職業</b>				
民意代表／民營企業負責人	6	83.3	33.3	16.7
民營企業主管或一般員工	145	69.7	33.1	11.0
自營商	30	73.3	36.7	20.0
專業人員	58	69.0	39.7	1.7
勞力工作者	41	68.3	36.6	4.9
軍公教人員	49	65.3	40.8	10.2
學生	197	57.4	48.7	6.1
家管	37	67.6	16.2	16.2
退休／待業中／無業	34	79.4	32.4	2.9
自由業	1	100.0	0.0	0.0
<b>每月平均所得</b>				
低所得	271	60.1	43.2	6.3
中所得	247	70.9	35.2	7.7
高所得	77	71.4	35.1	15.6
未回答	3	33.3	33.3	66.7
<b>居住地區</b>				
北部地區	268	66.0	40.3	9.3
中部地區	156	62.8	38.5	9.0
南部地區	160	68.8	37.5	6.3
東部地區	9	77.8	22.2	0.0
離島地區	5	40.0	40.0	20.0



表二、受訪者取得非正版音樂 CD 的原因

單位：人；%

	回答人數	購買或 取得方便	價格便宜	親友贈送， 難拒絕好意	選擇種類豐富	非整片喜歡	試聽	現為絕版片	其他
<b>總和</b>	<b>598</b>	<b>38.6</b>	<b>38.1</b>	<b>34.8</b>	<b>12.4</b>	<b>2.7</b>	<b>1.8</b>	<b>1.3</b>	<b>1.2</b>
<b>性別</b>									
男	288	40.6	44.1	27.1	12.8	2.8	1.7	1.7	0.3
女	310	36.8	32.6	41.9	11.9	2.6	1.9	1.0	1.9
<b>年齡</b>									
13~19 歲	137	38.7	43.8	21.2	11.7	0.7	1.5	2.2	2.2
20~29 歲	211	37.4	37.9	36.5	13.3	3.8	2.8	1.4	0.5
30~39 歲	149	43.0	33.6	38.3	12.1	3.4	1.3	1.3	1.3
40~49 歲	76	38.2	40.8	39.5	14.5	1.3	1.3	0.0	1.3
50~55 歲	25	24.0	28.0	60.0	4.0	4.0	0.0	0.0	0.0
<b>教育程度</b>									
國小以下	5	20.0	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
國中	50	24.0	34.0	38.0	12.0	2.0	0.0	2.0	2.0
高中 (職)	184	38.0	44.0	30.4	12.0	1.6	1.1	1.6	1.6
專科	114	38.6	30.7	43.0	11.4	3.5	0.0	0.0	0.9
大學	215	42.3	36.3	33.5	14.0	3.7	3.7	1.9	0.9
研究所以上	30	43.3	43.3	40.0	10.0	0.0	3.3	0.0	0.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人

民營企業主管或一般員工	6	50.0	33.3	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
自營商	145	37.9	39.3	39.3	11.0	2.1	1.4	1.4	0.0
專業人員	30	36.7	23.3	40.0	23.3	0.0	0.0	3.3	3.3
勞力工作者	58	41.4	31.0	43.1	17.2	5.2	6.9	0.0	0.0
軍公教人員	41	41.5	36.6	34.1	14.6	2.4	0.0	2.4	0.0
學生	49	42.9	44.9	34.7	12.2	0.0	2.0	0.0	0.0
家管	197	37.6	43.1	24.9	10.7	2.0	2.0	1.5	2.0
退休／待業中／無業	37	35.1	29.7	48.6	5.4	2.7	0.0	2.7	5.4
自由業	34	38.2	32.4	38.2	17.6	8.8	0.0	0.0	0.0
<b>每月平均所得</b>	<b>1</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>100.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>
低所得									
中所得	271	36.5	39.9	30.6	11.1	3.0	1.5	1.8	2.2
高所得	247	40.9	35.6	38.5	13.8	2.4	2.4	0.8	0.4
未回答	77	37.7	39.0	39.0	13.0	2.6	1.3	1.3	0.0
<b>居住地區</b>	<b>3</b>	<b>66.7</b>	<b>66.7</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>
北部地區									
中部地區	268	45.1	43.3	29.9	11.9	3.4	3.4	1.5	0.7
南部地區	156	35.9	38.5	31.4	14.7	1.9	0.6	1.9	1.9
東部地區	160	30.0	29.4	46.3	11.3	2.5	0.6	0.6	0.6
離島地區	9	33.3	33.3	55.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

表三、受訪者取得非正版影音 VCD/DVD 的管道

單位：人；%

	回答人數	親友贈送	自行燒錄	自行購買
<b>總和</b>	<b>321</b>	<b>66.7</b>	<b>31.8</b>	<b>11.5</b>
<b>性別</b>				
男	159	61.6	38.4	10.1
女	162	71.6	25.3	13.0
<b>年齡</b>				
13~19 歲	73	60.3	42.5	9.6
20~29 歲	121	67.8	35.5	5.8
30~39 歲	76	63.2	26.3	21.1
40~49 歲	37	81.1	13.5	16.2
50~55 歲	14	71.4	21.4	7.1
<b>教育程度</b>				
國小以下	3	66.7	0.0	33.3
國中	22	63.6	40.9	13.6
高中 (職)	82	65.9	30.5	11.0
專科	54	68.5	22.2	16.7
大學	131	65.6	36.6	8.4
研究所以上	29	72.4	27.6	13.8

**職業**

民意代表／民營企業負責人	1	0.0	0.0	100.0
民營企業主管或一般員工	87	67.8	24.1	13.8
自營商	14	42.9	35.7	21.4
專業人員	31	64.5	29.0	9.7
勞力工作者	17	64.7	29.4	11.8
軍公教人員	34	73.5	29.4	8.8
學生	100	62.0	45.0	6.0
家管	21	90.5	14.3	28.6
退休／待業中／無業	16	75.0	25.0	6.3
自由業	0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	137	67.2	38.0	8.8
中所得	134	66.4	28.4	13.4
高所得	50	66.0	24.0	14.0
未回答	0	0.0	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	149	63.1	30.2	16.8
中部地區	71	73.2	29.6	7.0
南部地區	91	65.9	37.4	7.7
東部地區	8	87.5	12.5	0.0
離島地區	2	50.0	50.0	0.0

表四、受訪者取得非正版影音 VCD/DVD 的原因

單位：人；%

	回答人數	价格便宜	購買或 取得方便	親友贈送， 難拒絕好意	非正版的發行 速度快	選擇種類豐富	無聊可以打發 時間／想看	現為絕版片	其他
<b>總和</b>	<b>321</b>	<b>49.2</b>	<b>37.1</b>	<b>30.8</b>	<b>7.8</b>	<b>5.3</b>	<b>3.7</b>	<b>1.2</b>	<b>2.8</b>
<b>性別</b>									
男	159	54.1	41.5	22.6	5.7	4.4	4.4	0.6	3.8
女	162	44.4	32.7	38.9	9.9	6.2	3.1	1.9	1.9
<b>年齡</b>									
13~19 歲	73	53.4	37.0	15.1	9.6	4.1	0.0	1.4	5.5
20~29 歲	121	50.4	38.0	28.9	8.3	6.6	5.0	1.7	2.5
30~39 歲	76	47.4	38.2	36.8	7.9	3.9	2.6	1.3	2.6
40~49 歲	37	43.2	35.1	45.9	5.4	5.4	8.1	0.0	0.0
50~55 歲	14	42.9	28.6	57.1	0.0	7.1	7.1	0.0	0.0
<b>教育程度</b>									
國小以下	3	33.3	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
國中	22	50.0	27.3	18.2	13.6	13.6	0.0	0.0	4.5
高中 (職)	82	51.2	34.1	26.8	6.1	4.9	1.2	2.4	2.4
專科	54	44.4	38.9	42.6	9.3	1.9	3.7	0.0	0.0
大學	131	50.4	38.2	29.8	7.6	5.3	6.9	1.5	4.6
研究所以上	29	48.3	44.8	31.0	6.9	6.9	0.0	0.0	0.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	87	50.6	39.1	36.8	5.7	4.6	4.6	1.1	1.1
自營商	14	50.0	42.9	28.6	0.0	7.1	0.0	7.1	0.0
專業人員	31	38.7	35.5	32.3	12.9	6.5	6.5	0.0	6.5
勞力工作者	17	58.8	35.3	17.6	5.9	17.6	0.0	0.0	0.0
軍公教人員	34	38.2	29.4	47.1	5.9	5.9	8.8	2.9	2.9
學生	100	53.0	36.0	19.0	10.0	3.0	1.0	0.0	5.0
家管	21	52.4	38.1	42.9	14.3	4.8	4.8	4.8	0.0
退休／待業中／無業	16	43.8	50.0	37.5	0.0	6.3	6.3	0.0	0.0
自由業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	137	51.8	36.5	23.4	8.8	4.4	2.2	0.7	4.4
中所得	134	46.3	37.3	38.1	6.7	6.7	4.5	2.2	1.5
高所得	50	50.0	38.0	32.0	8.0	4.0	6.0	0.0	2.0
未回答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	149	48.3	39.6	26.2	10.7	7.4	5.4	2.0	2.7
中部地區	71	45.1	36.6	35.2	5.6	4.2	1.4	0.0	4.2
南部地區	91	54.9	35.2	33.0	4.4	3.3	3.3	1.1	1.1
東部地區	8	25.0	12.5	62.5	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5
離島地區	2	100.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

表五、受訪者最近一年內是否曾經從網路下載音樂

單位：人；%

	回答人數	有上網	沒有上網
<b>總和</b>	<b>2,400</b>	<b>59.1</b>	<b>40.9</b>
<b>性別</b>			
男	1,189	65.3	34.7
女	1,211	53.0	47.0
<b>年齡</b>			
13~19 歲	695	83.0	17.0
20~29 歲	680	71.5	28.5
30~39 歲	540	43.0	57.0
40~49 歲	340	28.2	71.8
50~55 歲	145	18.6	81.4
<b>教育程度</b>	35	48.6	51.4
國小以下			
國中	307	69.7	30.3
高中 (職)	762	61.3	38.7
專科	398	50.3	49.7
大學	780	60.1	39.9
研究所以上	118	43.2	56.8

**職業**

民意代表／民營企業負責人	13	61.5	38.5
民營企業主管或一般員工	502	53.0	47.0
自營商	115	26.1	73.9
專業人員	208	47.1	52.9
勞力工作者	166	44.6	55.4
軍公教人員	170	37.1	62.9
學生	926	83.6	16.4
家管	179	25.7	74.3
退休／待業中／無業	117	48.7	51.3
自由業	4	50.0	50.0

**每月平均所得**

低所得	1,252	71.3	28.7
中所得	817	49.9	50.1
高所得	312	34.6	65.4
未回答	19	47.4	52.6

**居住地區**

北部地區	1,077	58.9	41.1
中部地區	584	59.9	40.1
南部地區	656	59.9	40.1
東部地區	69	46.4	53.6
離島地區	14	64.3	35.7

---



表六、受訪者下載音樂的管道

單位：人；%

	回答人數	網站	InstantMessenger 即			FTP 站	E-mail	其他
			P2P 軟體	時通訊軟體				
<b>總和</b>	<b>1,418</b>	<b>53.7</b>	<b>50.9</b>	<b>5.1</b>	<b>3.7</b>	<b>2.0</b>	<b>0.4</b>	
<b>性別</b>								
男	776	55.2	53.1	4.6	3.2	2.3	0.3	
女	642	51.9	48.3	5.8	4.2	1.7	0.5	
<b>年齡</b>								
13~19 歲	577	51.5	52.9	5.5	2.3	1.4	0.3	
20~29 歲	486	51.0	55.8	5.8	6.8	1.4	0.4	
30~39 歲	232	59.9	44.8	3.4	2.2	2.2	0.0	
40~49 歲	96	59.4	38.5	3.1	1.0	7.3	1.0	
50~55 歲	27	74.1	18.5	7.4	0.0	7.4	0.0	
<b>教育程度</b>								
國小以下	17	76.5	29.4	0.0	0.0	0.0	0.0	
國中	214	56.1	49.1	1.9	1.9	0.9	0.0	
高中 (職)	467	54.0	50.1	4.9	1.7	2.4	0.2	
專科	200	60.0	44.0	5.0	1.5	2.5	0.0	
大學	469	50.1	55.4	7.2	7.0	1.9	0.9	
研究所以上	51	41.2	58.8	3.9	7.8	3.9	0.0	

**職業**

民意代表／民營企業負責人	8	87.5	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	266	51.9	50.8	2.6	1.9	3.0	0.0
自營商	30	53.3	46.7	10.0	0.0	0.0	0.0
專業人員	98	54.1	54.1	3.1	4.1	1.0	0.0
勞力工作者	74	68.9	39.2	2.7	2.7	4.1	0.0
軍公教人員	63	46.0	52.4	4.8	4.8	3.2	1.6
學生	774	51.9	53.2	6.3	4.9	1.4	0.3
家管	46	69.6	32.6	4.3	0.0	4.3	0.0
退休／待業中／無業	57	56.1	49.1	7.0	0.0	3.5	3.5
自由業	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	893	53.3	51.3	6.0	4.4	1.7	0.4
中所得	408	55.9	49.0	3.2	2.7	2.7	0.2
高所得	108	50.9	52.8	4.6	1.9	2.8	0.0
未回答	9	22.2	77.8	11.1	0.0	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	634	53.3	52.1	6.2	3.2	2.1	0.2
中部地區	350	51.7	54.0	3.4	4.6	1.7	0.6
南部地區	393	57.3	45.3	5.1	3.6	2.5	0.5
東部地區	32	40.6	56.3	3.1	3.1	0.0	0.0
離島地區	9	44.4	77.8	11.1	11.1	0.0	0.0

表七、受訪者下載音樂所使用的網路服務

單位：人；%

	回答人數	ADSL	Cable	T1 (如區域網路、 學術網路等)	其他
<b>總和</b>	<b>1,418</b>	<b>91.3</b>	<b>6.1</b>	<b>5.1</b>	<b>0.1</b>
<b>性別</b>					
男	776	90.7	5.5	6.2	0.0
女	642	91.9	6.7	3.7	0.2
<b>年齡</b>					
13~19 歲	577	92.2	6.6	4.0	0.0
20~29 歲	486	90.3	7.4	5.3	0.0
30~39 歲	232	91.8	2.2	6.0	0.0
40~49 歲	96	90.6	4.2	5.2	1.0
50~55 歲	27	85.2	11.1	14.8	0.0
<b>教育程度</b>					
國小以下	17	88.2	5.9	5.9	0.0
國中	214	96.3	4.2	1.9	0.0
高中 (職)	467	91.9	4.1	4.7	0.0
專科	200	92.0	4.0	5.0	0.0
大學	469	87.8	10.2	6.8	0.2
研究所以上	51	94.1	2.0	5.9	0.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	8	100.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	266	94.4	3.0	3.4	0.0
自營商	30	90.0	3.3	10.0	0.0
專業人員	98	87.8	2.0	10.2	0.0
勞力工作者	74	89.2	5.4	8.1	0.0
軍公教人員	63	93.7	1.6	4.8	1.6
學生	774	90.6	8.4	4.7	0.0
家管	46	91.3	2.2	6.5	0.0
退休／待業中／無業	57	93.0	5.3	3.5	0.0
自由業	2	50.0	50.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	893	90.8	7.5	4.7	0.0
中所得	408	91.7	3.9	5.4	0.2
高所得	108	93.5	2.8	6.5	0.0
未回答	9	88.9	0.0	11.1	0.0

**居住地區**

北部地區	634	90.4	6.3	5.2	0.2
中部地區	350	91.7	4.9	6.9	0.0
南部地區	393	92.4	6.4	3.8	0.0
東部地區	32	93.8	6.3	0.0	0.0
離島地區	9	77.8	22.2	0.0	0.0

表八、受訪者下載音樂的次數

單位：人；%

	回答人數	0 次	1~5 次	6~10 次	11 次以上
<b>總和</b>	<b>1,418</b>	<b>29.6</b>	<b>45.6</b>	<b>12.1</b>	<b>12.7</b>
<b>性別</b>					
男	776	31.7	42.7	11.9	13.8
女	642	27.1	49.2	12.3	11.4
<b>年齡</b>					
13~19 歲	577	20.1	49.7	15.3	14.9
20~29 歲	486	31.7	42.0	10.9	15.4
30~39 歲	232	41.4	44.4	8.6	5.6
40~49 歲	96	40.6	47.9	7.3	4.2
50~55 歲	27	55.6	25.9	11.1	7.4
<b>教育程度</b>					
國小以下	17	29.4	58.8	5.9	5.9
國中	214	18.7	52.3	16.4	12.6
高中 (職)	467	27.4	44.3	13.3	15.0
專科	200	34.5	43.0	13.0	9.5
大學	469	33.7	45.0	9.0	12.4
研究所以上	51	39.2	41.2	9.8	9.8

**職業**

民意代表／民營企業負責人	8	25.0	75.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	266	41.0	40.6	9.4	9.0
自營商	30	40.0	46.7	6.7	6.7
專業人員	98	44.9	34.7	10.2	10.2
勞力工作者	74	36.5	40.5	10.8	12.2
軍公教人員	63	31.7	50.8	9.5	7.9
學生	774	22.2	48.3	14.2	15.2
家管	46	37.0	43.5	15.2	4.3
退休／待業中／無業	57	28.1	50.9	5.3	15.8
自由業	2	50.0	0.0	0.0	50.0

**每月平均所得**

低所得	893	24.0	48.3	13.3	14.4
中所得	408	37.3	42.4	10.0	10.3
高所得	108	45.4	37.0	10.2	7.4
未回答	9	55.6	33.3	0.0	11.1

**居住地區**

北部地區	634	32.0	43.5	12.3	12.1
中部地區	350	26.6	49.4	12.3	11.7
南部地區	393	28.0	46.6	10.7	14.8
東部地區	32	31.3	37.5	21.9	9.4
離島地區	9	44.4	33.3	11.1	11.1

表九、受訪者下載音樂的數量

單位：人；%

	回答人數	1~10 首	11~20 次	21~50 首	51~100 首	101 首以上
<b>總和</b>	<b>998</b>	<b>45.2</b>	<b>22.4</b>	<b>20.1</b>	<b>7.3</b>	<b>4.9</b>
<b>性別</b>						
男	530	41.7	22.5	21.1	8.5	6.2
女	468	49.1	22.4	19.0	6.0	3.4
<b>年齡</b>						
13~19 歲	461	47.5	21.0	19.5	7.8	4.1
20~29 歲	332	37.0	25.9	22.3	7.8	6.9
30~39 歲	136	54.4	19.9	16.9	5.1	3.7
40~49 歲	57	54.4	19.3	17.5	7.0	1.8
50~55 歲	12	33.3	25.0	33.3	0.0	8.3
<b>教育程度</b>						
國小以下	12	66.7	8.3	16.7	8.3	0.0
國中	174	49.4	22.4	18.4	7.5	2.3
高中 (職)	339	44.2	21.8	20.6	7.4	5.9
專科	131	43.5	21.4	24.4	5.3	5.3
大學	311	45.0	23.2	19.6	8.4	3.9
研究所以以上	31	32.3	32.3	12.9	3.2	19.4

**職業**

民意代表／民營企業負責人	8	6	66.7	0.0	0.0	33.3
民營企業主管或一般員工	266	157	45.9	22.3	20.4	3.8
自營商	30	18	50.0	22.2	22.2	5.6
專業人員	98	54	44.4	16.7	25.9	3.7
勞力工作者	74	47	42.6	23.4	25.5	8.5
軍公教人員	63	43	39.5	20.9	20.9	11.6
學生	774	602	45.7	22.8	19.1	8.1
家管	46	29	44.8	24.1	24.1	6.9
退休／待業中／無業	57	41	41.5	29.3	17.1	4.9
自由業	2	1	0.0	0.0	100.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	893	679	45.7	22.5	19.9	7.8
中所得	408	256	44.5	23.4	19.5	5.9
高所得	108	59	44.1	16.9	23.7	8.5
未回答	9	4	25.0	25.0	50.0	0.0

**居住地區**

北部地區	634	431	42.7	23.9	20.6	8.4
中部地區	350	257	45.9	25.7	16.3	7.8
南部地區	393	283	49.1	16.6	21.9	5.7
東部地區	32	22	36.4	36.4	22.7	4.5
離島地區	9	5	40.0	0.0	60.0	0.0



表十、受訪者最近一年內是否曾經由網路下載電影或影集

單位：人；%

	回答人數	有上網	沒有上網
<b>總和</b>	<b>2,400</b>	<b>15.2</b>	<b>84.8</b>
<b>性別</b>			
男	1,189	19.4	80.6
女	1,211	11.1	88.9
<b>年齡</b>			
13~19 歲	695	17.8	82.2
20~29 歲	680	24.0	76.0
30~39 歲	540	10.2	89.8
40~49 歲	340	5.6	94.4
50~55 歲	145	2.8	97.2
<b>教育程度</b>			
國小以下	35	11.4	88.6
國中	307	10.1	89.9
高中 (職)	762	14.0	86.0
專科	398	12.1	87.9
大學	780	19.5	80.5
研究所以上	118	19.5	80.5

**職業**

民意代表／民營企業負責人	13	0.0	100.0
民營企業主管或一般員工	502	12.4	87.6
自營商	115	6.1	93.9
專業人員	208	13.5	86.5
勞力工作者	166	10.8	89.2
軍公教人員	170	11.2	88.8
學生	926	22.5	77.5
家管	179	4.5	95.5
退休／待業中／無業	117	12.8	87.2
自由業	4	0.0	100.0

**每月平均所得**

低所得	1,252	18.8	81.2
中所得	817	12.0	88.0
高所得	312	9.3	90.7
未回答	19	10.5	89.5

**居住地區**

北部地區	1,077	16.0	84.0
中部地區	584	15.1	84.9
南部地區	656	13.3	86.7
東部地區	69	18.8	81.2
離島地區	14	35.7	64.3

表十一、受訪者下載電影或影集的管道

單位：人；%

	回答人數	P2P 軟體	網站	FTP 站	其他
<b>總和</b>	<b>365</b>	<b>60.8</b>	<b>41.9</b>	<b>7.1</b>	<b>2.2</b>
<b>性別</b>					
男	231	61.9	46.3	5.2	1.7
女	134	59.0	34.3	10.4	3.0
<b>年齡</b>					
13~19 歲	124	66.1	34.7	2.4	3.2
20~29 歲	163	63.2	39.9	12.9	2.5
30~39 歲	55	52.7	52.7	1.8	0.0
40~49 歲	19	36.8	68.4	5.3	0.0
50~55 歲	4	25.0	75.0	0.0	0.0
<b>教育程度</b>					
國小以下	4	25.0	75.0	0.0	0.0
國中	31	45.2	51.6	3.2	3.2
高中 (職)	107	64.5	38.3	3.7	3.7
專科	48	50.0	56.3	4.2	0.0
大學	152	62.5	40.1	10.5	2.0
研究所以上	23	82.6	21.7	13.0	0.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	0	0.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	62	54.8	50.0	8.1	1.6
自營商	7	42.9	57.1	0.0	0.0
專業人員	28	67.9	39.3	7.1	0.0
勞力工作者	18	44.4	66.7	0.0	11.1
軍公教人員	19	63.2	42.1	0.0	0.0
學生	208	66.3	35.1	8.7	2.4
家管	8	25.0	62.5	12.5	0.0
退休／待業中／無業	15	40.0	60.0	0.0	0.0
自由業	0	0.0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	236	63.1	36.0	8.1	2.5
中所得	98	56.1	55.1	6.1	2.0
高所得	29	62.1	41.4	3.4	0.0
未回答	2	0.0	100.0	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	172	69.8	36.0	6.4	0.6
中部地區	88	56.8	43.2	6.8	2.3
南部地區	87	50.6	51.7	8.0	3.4
東部地區	13	38.5	46.2	7.7	15.4
離島地區	5	60.0	40.0	20.0	0.0

表十二、受訪者下載電影或影集所使用的網路服務

單位：人；%

	回答人數	ADSL	Cable	T1(如區域網路、 學術網路等)	其他
<b>總和</b>	<b>365</b>	<b>88.2</b>	<b>9.9</b>	<b>5.8</b>	<b>0.3</b>
<b>性別</b>					
男	231	90.0	7.8	7.4	0.0
女	134	85.1	13.4	3.0	0.7
<b>年齡</b>					
13~19 歲	124	91.9	8.9	3.2	0.0
20~29 歲	163	88.3	14.1	3.7	0.0
30~39 歲	55	83.6	3.6	12.7	0.0
40~49 歲	19	84.2	0.0	10.5	5.3
50~55 歲	4	50.0	0.0	50.0	0.0
<b>教育程度</b>					
國小以下	4	100.0	0.0	0.0	0.0
國中	31	96.8	3.2	6.5	0.0
高中 (職)	107	93.5	2.8	2.8	0.9
專科	48	89.6	4.2	10.4	0.0
大學	152	81.6	17.8	6.6	0.0
研究所以上	23	91.3	13.0	4.3	0.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	0	0.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	62	95.2	3.2	3.2	0.0
自營商	7	42.9	0.0	57.1	0.0
專業人員	28	75.0	3.6	17.9	3.6
勞力工作者	18	94.4	5.6	0.0	0.0
軍公教人員	19	100.0	0.0	0.0	0.0
學生	208	87.5	14.9	4.3	0.0
家管	8	75.0	12.5	12.5	0.0
退休／待業中／無業	15	100.0	0.0	0.0	0.0
自由業	0	0.0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	236	87.7	12.7	4.7	0.4
中所得	98	88.8	5.1	7.1	0.0
高所得	29	93.1	3.4	6.9	0.0
未回答	2	50.0	0.0	50.0	0.0

**居住地區**

北部地區	172	86.6	9.9	7.0	0.6
中部地區	88	89.8	10.2	6.8	0.0
南部地區	87	89.7	9.2	3.4	0.0
東部地區	13	100.0	0.0	0.0	0.0
離島地區	5	60.0	40.0	0.0	0.0

表十三、受訪者下載電影或影集的次數

單位：人；%

	回答人數	0 次	1~5 次	6~10 次	11 次以上
<b>總和</b>	<b>365</b>	<b>34.2</b>	<b>50.7</b>	<b>9.3</b>	<b>5.8</b>
<b>性別</b>					
男	231	32.9	49.8	10.0	7.4
女	134	36.6	52.2	8.2	3.0
<b>年齡</b>					
13~19 歲	124	28.2	59.7	8.1	4.0
20~29 歲	163	35.6	46.6	9.8	8.0
30~39 歲	55	45.5	41.8	7.3	5.5
40~49 歲	19	31.6	57.9	10.5	0.0
50~55 歲	4	25.0	25.0	50.0	0.0
<b>教育程度</b>					
國小以下	4	25.0	75.0	0.0	0.0
國中	31	29.0	54.8	6.5	9.7
高中 (職)	107	28.0	62.6	6.5	2.8
專科	48	41.7	41.7	14.6	2.1
大學	152	37.5	44.7	10.5	7.2
研究所以上	23	34.8	43.5	8.7	13.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	0	0.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	62	40.3	46.8	6.5	6.5
自營商	7	28.6	42.9	28.6	0.0
專業人員	28	35.7	50.0	7.1	7.1
勞力工作者	18	33.3	38.9	27.8	0.0
軍公教人員	19	52.6	42.1	5.3	0.0
學生	208	30.8	53.4	9.1	6.7
家管	8	0.0	87.5	12.5	0.0
退休／待業中／無業	15	53.3	40.0	0.0	6.7
自由業	0	0.0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	236	30.5	55.1	8.9	5.5
中所得	98	36.7	45.9	10.2	7.1
高所得	29	55.2	34.5	6.9	3.4
未回答	2	50.0	0.0	50.0	0.0

**居住地區**

北部地區	172	34.3	46.5	10.5	8.7
中部地區	88	30.7	58.0	10.2	1.1
南部地區	87	34.5	54.0	6.9	4.6
東部地區	13	53.8	46.2	0.0	0.0
離島地區	5	40.0	20.0	20.0	20.0



表十四、受訪者下載電影或影集的數量

單位：人；%

	回答人數	1~5 部	6~10 部	11 部以上
<b>總和</b>	<b>240</b>	<b>70.8</b>	<b>17.1</b>	<b>12.1</b>
<b>性別</b>				
男	155	70.3	16.1	13.5
女	85	71.8	18.8	9.4
<b>年齡</b>				
13~19 歲	89	77.5	13.5	9.0
20~29 歲	105	64.8	19.0	16.2
30~39 歲	30	73.3	16.7	10.0
40~49 歲	13	76.9	15.4	7.7
50~55 歲	3	33.3	66.7	0.0
<b>教育程度</b>				
國小以下	3	100.0	0.0	0.0
國中	22	72.7	13.6	13.6
高中 (職)	77	81.8	13.0	5.2
專科	28	64.3	21.4	14.3
大學	95	65.3	17.9	16.8
研究所以上	15	53.3	33.3	13.3

**職業**

民意代表／民營企業負責人	0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	37	67.6	16.2	16.2
自營商	5	60.0	40.0	0.0
專業人員	18	83.3	5.6	11.1
勞力工作者	12	66.7	33.3	0.0
軍公教人員	9	77.8	11.1	11.1
學生	144	69.4	17.4	13.2
家管	8	75.0	25.0	0.0
退休／待業中／無業	7	85.7	0.0	14.3
自由業	0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	164	72.0	17.1	11.0
中所得	62	69.4	14.5	16.1
高所得	13	69.2	23.1	7.7
未回答	1	0.0	100.0	0.0

**居住地區**

北部地區	113	64.6	19.5	15.9
中部地區	61	72.1	21.3	6.6
南部地區	57	82.5	7.0	10.5
東部地區	6	83.3	16.7	0.0
離島地區	3	33.3	33.3	33.3

## 二、電腦軟體消費者民意調查

表一、受訪者在家中最常使用的電腦是組裝的還是品牌電腦

單位：人；%

	回答人數	組裝電腦	品牌電腦
<b>總和</b>	<b>1,072</b>	<b>57.7</b>	<b>42.3</b>
<b>性別</b>			
男	563	63.2	36.8
女	509	51.7	48.3
<b>年齡</b>			
13~19 歲	316	51.3	48.7
20~29 歲	335	70.4	29.6
30~39 歲	234	53.0	47.0
40~49 歲	133	51.9	48.1
50~55 歲	54	51.9	48.1
<b>教育程度</b>			
國小以下	8	62.5	37.5
國中	126	51.6	48.4
高中 (職)	311	52.7	47.3
專科	183	57.4	42.6
大學	381	65.4	34.6
研究所以上	63	49.2	50.8

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	66.7	33.3
民營企業主管或一般員工	211	54.5	45.5
自營商	46	52.2	47.8
專業人員	109	69.7	30.3
勞力工作者	49	73.5	26.5
軍公教人員	85	56.5	43.5
學生	455	57.4	42.6
家管	53	41.5	58.5
退休／待業中／無業	57	56.1	43.9
自由業	1	100.0	0.0
<b>每月平均所得</b>			
低所得	594	57.4	42.6
中所得	325	59.4	40.6
高所得	149	56.4	43.6
未回答	4	25.0	75.0
<b>居住地區</b>			
北部地區	540	57.8	42.2
中部地區	227	56.4	43.6
南部地區	292	58.6	41.4
東部地區	11	63.6	36.4
離島地區	2	50.0	50.0

表二、最近一年內受訪者是否購買電腦，或在其電腦安裝過電腦軟體，但不包含試用版及免費下載的軟體

單位：人；%

		回答人數	是	否
<b>總和</b>		<b>1,072</b>	<b>41.6</b>	<b>58.4</b>
<b>性別</b>				
	男	563	41.6	58.4
	女	509	41.7	58.3
<b>年齡</b>				
	13~19 歲	316	38.0	62.0
	20~29 歲	335	38.5	61.5
	30~39 歲	234	44.0	56.0
	40~49 歲	133	46.6	53.4
	50~55 歲	54	59.3	40.7
<b>教育程度</b>				
	國小以下	8	62.5	37.5
	國中	126	38.1	61.9
	高中 (職)	311	43.1	56.9
	專科	183	42.6	57.4
	大學	381	40.2	59.8
	研究所以上	63	44.4	55.6

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	100.0	0.0
民營企業主管或一般員工	211	50.2	49.8
自營商	46	41.3	58.7
專業人員	109	34.9	65.1
勞力工作者	49	51.0	49.0
軍公教人員	85	41.2	58.8
學生	455	37.8	62.2
家管	53	45.3	54.7
退休／待業中／無業	57	35.1	64.9
自由業	1	100.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	594	38.9	61.1
中所得	325	40.6	59.4
高所得	149	54.4	45.6
未回答	4	50.0	50.0

**居住地區**

北部地區	540	41.5	58.5
中部地區	227	41.0	59.0
南部地區	292	41.4	58.6
東部地區	11	54.5	45.5
離島地區	2	100.0	0.0

表三、受訪者的電腦是否有安裝 Office

單位：人；%

	回答人數	是	否
<b>總和</b>	<b>1,072</b>	<b>86.1</b>	<b>13.9</b>
<b>性別</b>			
男	563	82.9	17.1
女	509	89.6	10.4
<b>年齡</b>			
13~19 歲	316	82.9	17.1
20~29 歲	335	89.3	10.7
30~39 歲	234	86.8	13.2
40~49 歲	133	85.7	14.3
50~55 歲	54	83.3	16.7
<b>教育程度</b>			
國小以下	8	75.0	25.0
國中	126	75.4	24.6
高中 (職)	311	81.7	18.3
專科	183	87.4	12.6
大學	381	91.3	8.7
研究所以上	63	95.2	4.8

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	100.0	0.0
民營企業主管或一般員工	211	89.6	10.4
自營商	46	89.1	10.9
專業人員	109	83.5	16.5
勞力工作者	49	77.6	22.4
軍公教人員	85	95.3	4.7
學生	455	85.9	14.1
家管	53	79.2	20.8
退休／待業中／無業	57	75.4	24.6
自由業	1	100.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	594	84.3	15.7
中所得	325	90.5	9.5
高所得	149	83.2	16.8
未回答	4	100.0	0.0

**居住地區**

北部地區	540	86.7	13.3
中部地區	227	86.3	13.7
南部地區	292	85.3	14.7
東部地區	11	81.8	18.2
離島地區	2	50.0	50.0



表四、受訪者的 Office 是正版還是非正版

單位：人；%

	回答人數	正版	非正版	不確定
<b>總和</b>	<b>923</b>	<b>61.4</b>	<b>20.6</b>	<b>18.0</b>
<b>性別</b>				
男	467	61.0	24.6	14.3
女	456	61.8	16.4	21.7
<b>年齡</b>				
13~19 歲	262	58.0	16.4	25.6
20~29 歲	299	56.5	29.4	14.0
30~39 歲	203	64.0	22.7	13.3
40~49 歲	114	71.9	8.8	19.3
50~55 歲	45	75.6	6.7	17.8
<b>教育程度</b>				
國小以下	6	100.0	0.0	0.0
國中	95	58.9	10.5	30.5
高中 (職)	254	62.2	13.4	24.4
專科	160	66.3	18.8	15.0
大學	348	56.9	29.6	13.5
研究所以上	60	71.7	21.7	6.7

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	83.3	0.0	16.7
民營企業主管或一般員工	189	64.6	21.2	14.3
自營商	41	70.7	12.2	17.1
專業人員	91	53.8	33.0	13.2
勞力工作者	38	50.0	36.8	13.2
軍公教人員	81	80.2	9.9	9.9
學生	391	57.3	20.5	22.3
家管	42	64.3	11.9	23.8
退休／待業中／無業	43	60.5	18.6	20.9
自由業	1	100.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	501	58.9	19.4	21.8
中所得	294	59.9	25.9	14.3
高所得	124	75.8	13.7	10.5
未回答	4	50.0	0.0	50.0

**居住地區**

北部地區	468	59.6	22.9	17.5
中部地區	196	63.8	16.8	19.4
南部地區	249	63.1	19.7	17.3
東部地區	9	55.6	11.1	33.3
離島地區	1	100.0	0.0	0.0

表五之一、受訪者花了多少錢購買這套正版 Office

單位：人；%

	回答人數	___元	免費取得	不確定
<b>總和</b>	<b>567</b>	<b>7.8</b>	<b>23.5</b>	<b>68.8</b>
<b>性別</b>				
男	285	10.5	24.9	64.6
女	282	5.0	22.0	73.0
<b>年齡</b>				
13~19 歲	152	2.6	18.4	78.9
20~29 歲	169	5.9	25.4	68.6
30~39 歲	130	10.8	25.4	63.8
40~49 歲	82	19.5	24.4	56.1
50~55 歲	34	0.0	26.5	73.5
<b>教育程度</b>				
國小以下	6	0.0	16.7	83.3
國中	56	1.8	14.3	83.9
高中 (職)	158	7.0	18.4	74.7
專科	106	5.7	30.2	64.2
大學	198	9.6	23.2	67.2
研究所以上	43	16.3	39.5	44.2

**職業**

民意代表／民營企業負責人	5	20.0	80.0	0.0
民營企業主管或一般員工	122	14.8	18.9	66.4
自營商	29	6.9	24.1	69.0
專業人員	49	8.2	22.4	69.4
勞力工作者	19	5.3	42.1	52.6
軍公教人員	65	10.8	29.2	60.0
學生	224	4.0	22.8	73.2
家管	27	0.0	11.1	88.9
退休／待業中／無業	26	7.7	26.9	65.4
自由業	1	0.0	0.0	100.0

**每月平均所得**

低所得	295	4.1	20.7	75.3
中所得	176	10.2	26.1	63.6
高所得	94	14.9	27.7	57.4
未回答	2	0.0	0.0	100.0

**居住地區**

北部地區	279	8.6	25.4	65.9
中部地區	125	6.4	22.4	71.2
南部地區	157	7.6	21.0	71.3
東部地區	5	0.0	20.0	80.0
離島地區	1	0.0	0.0	100.0

表五之二、受訪者購買正版 Office 的費用

單位：人；%

		1	3,00	6,000	9,000	12,000	15,000	18,000	21,000	24,000	
回答人數		~2,999 元	0~5,999 元	~8,999 元	~11,999 元	~14,999 元	~17,999 元	~20,999 元	~23,999 元	元以上	
<b>總和</b>		<b>44</b>	<b>13.6</b>	<b>25.0</b>	<b>25.0</b>	<b>6.8</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>4.5</b>	<b>2.3</b>	<b>13.6</b>
<b>性別</b>											
	男	30	20.0	30.0	23.3	6.7	0.0	6.7	6.7	3.3	3.3
	女	14	0.0	14.3	28.6	7.1	0.0	14.3	0.0	0.0	35.7
<b>年齡</b>											
	13~19 歲	4	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
	20~29 歲	10	40.0	20.0	10.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0
	30~39 歲	14	7.1	28.6	21.4	7.1	0.0	14.3	14.3	7.1	0.0
	40~49 歲	16	0.0	18.8	43.8	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	25.0
	50~55 歲										
<b>教育程度</b>											
	國小以下	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	國中	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	高中 (職)	11	0.0	36.4	18.2	0.0	0.0	0.0	9.1	9.1	27.3
	專科	6	16.7	0.0	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
	大學	19	10.5	26.3	21.1	10.5	0.0	21.1	5.3	0.0	5.3
	研究所以以上	7	28.6	28.6	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3



表五之三、受訪者是如何取得這套正版 Office 的管道

單位：人；%

	回答人數	學校(公司)等授權		隨機版的 Office
		校內學生(公司員工)使用	贈品 (含親友贈送、抽獎等)	(因廠商促銷方案所贈送)
<b>總和</b>	<b>44</b>	<b>84.1</b>	<b>4.5</b>	<b>11.4</b>
<b>性別</b>				
男	30	83.3	6.7	10.0
女	14	85.7	0.0	14.3
<b>年齡</b>				
13~19 歲	4	75.0	0.0	25.0
20~29 歲	10	90.0	0.0	10.0
30~39 歲	14	85.7	14.3	0.0
40~49 歲	16	81.3	0.0	18.8
50~55 歲	0	0.0	0.0	0.0
<b>教育程度</b>				
國小以下	0	0.0	0.0	0.0
國中	1	0.0	0.0	100.0
高中 (職)	11	72.7	9.1	18.2
專科	6	100.0	0.0	0.0
大學	19	94.7	0.0	5.3
研究所以上	7	71.4	14.3	14.3

**職業**

民意代表／民營企業負責人	1	100.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	18	94.4	0.0	5.6
自營商	2	50.0	0.0	50.0
專業人員	4	100.0	0.0	0.0
勞力工作者	1	0.0	100.0	0.0
軍公教人員	7	71.4	14.3	14.3
學生	9	77.8	0.0	22.2
家管	0	0.0	0.0	0.0
退休／待業中／無業	2	100.0	0.0	0.0
自由業	0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	12	83.3	0.0	16.7
中所得	18	83.3	5.6	11.1
高所得	14	85.7	7.1	7.1
未回答	0	0.0	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	24	83.3	4.2	12.5
中部地區	8	87.5	0.0	12.5
南部地區	12	83.3	8.3	8.3
東部地區	0	0.0	0.0	0.0
離島地區	0	0.0	0.0	0.0



表六、受訪者是如何免費取得這套 Office

單位：人；%

	回答人數	學校 (公司) 等授權		隨機版的 Office	
		校內學生 (公司員工) 使用	贈品 (含親友贈送、抽獎等)	(因廠商促銷方案所贈送)	
<b>總和</b>	<b>133</b>	<b>19.5</b>	<b>33.1</b>	<b>47.4</b>	
<b>性別</b>					
男	71	26.8	28.2	45.1	
女	62	11.3	38.7	50.0	
<b>年齡</b>					
13~19 歲	28	3.6	64.3	32.1	
20~29 歲	43	18.6	39.5	41.9	
30~39 歲	33	18.2	21.2	60.6	
40~49 歲	20	30.0	10.0	60.0	
50~55 歲	9	55.6	0.0	44.4	
<b>教育程度</b>					
國小以下	1	100.0	0.0	0.0	
國中	8	0.0	50.0	50.0	
高中 (職)	29	3.4	55.2	41.4	
專科	32	21.9	28.1	50.0	
大學	46	17.4	30.4	52.2	
研究所以上	17	52.9	5.9	41.2	

**職業**

民意代表／民營企業負責人	4	25.0	0.0	75.0
民營企業主管或一般員工	23	21.7	17.4	60.9
自營商	7	0.0	14.3	85.7
專業人員	11	36.4	27.3	36.4
勞力工作者	8	25.0	25.0	50.0
軍公教人員	19	31.6	21.1	47.4
學生	51	9.8	54.9	35.3
家管	3	33.3	33.3	33.3
退休／待業中／無業	7	28.6	14.3	57.1
自由業	0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	61	13.1	47.5	39.3
中所得	46	13.0	26.1	60.9
高所得	26	46.2	11.5	42.3
未回答	0	0.0	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	71	22.5	35.2	42.3
中部地區	28	10.7	39.3	50.0
南部地區	33	21.2	24.2	54.5
東部地區	1	0.0	0.0	100.0
離島地區	0	0.0	0.0	0.0

表七、受訪者不確定的原因

單位：人；%

	回答人數	買來就已預裝	忘記了	他人安裝
<b>總和</b>	<b>390</b>	<b>35.9</b>	<b>23.1</b>	<b>41.0</b>
<b>性別</b>				
男	184	39.1	29.3	31.5
女	206	33.0	17.5	49.5
<b>年齡</b>				
13~19 歲	120	38.3	16.7	45.0
20~29 歲	116	28.4	25.9	45.7
30~39 歲	83	42.2	25.3	32.5
40~49 歲	46	37.0	26.1	37.0
50~55 歲	25	36.0	28.0	36.0
<b>教育程度</b>				
國小以下	5	40.0	20.0	40.0
國中	47	29.8	19.1	51.1
高中 (職)	118	40.7	18.6	40.7
專科	68	36.8	19.1	44.1
大學	133	32.3	30.1	37.6
研究所以上	19	42.1	26.3	31.6

**職業**

民意代表／民營企業負責人	0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	81	33.3	23.5	43.2
自營商	20	20.0	35.0	45.0
專業人員	34	47.1	35.3	17.6
勞力工作者	10	40.0	20.0	40.0
軍公教人員	39	38.5	20.5	41.0
學生	164	34.1	20.7	45.1
家管	24	45.8	20.8	33.3
退休／待業中／無業	17	41.2	17.6	41.2
自由業	1	0.0	0.0	100.0

**每月平均所得**

低所得	222	35.6	19.8	44.6
中所得	112	37.5	23.2	39.3
高所得	54	33.3	35.2	31.5
未回答	2	50.0	50.0	0.0

**居住地區**

北部地區	184	32.6	25.5	41.8
中部地區	89	41.6	23.6	34.8
南部地區	112	37.5	19.6	42.9
東部地區	4	25.0	0.0	75.0
離島地區	1	0.0	0.0	100.0

表八、受訪者使用的電腦軟體是否皆為正版

單位：人；%

	回答人數	是	否
<b>總和</b>	<b>1,072</b>	<b>68.8</b>	<b>31.3</b>
<b>性別</b>			
男	563	63.4	36.6
女	509	74.7	25.3
<b>年齡</b>			
13~19 歲	316	70.3	29.7
20~29 歲	335	56.7	43.3
30~39 歲	234	70.5	29.5
40~49 歲	133	82.7	17.3
50~55 歲	54	92.6	7.4
<b>教育程度</b>			
國小以下	8	87.5	12.5
國中	126	82.5	17.5
高中 (職)	311	74.6	25.4
專科	183	68.9	31.1
大學	381	58.8	41.2
研究所以上	63	69.8	30.2

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	83.3	16.7
民營企業主管或一般員工	211	69.2	30.8
自營商	46	78.3	21.7
專業人員	109	59.6	40.4
勞力工作者	49	57.1	42.9
軍公教人員	85	83.5	16.5
學生	455	65.3	34.7
家管	53	86.8	13.2
退休／待業中／無業	57	73.7	26.3
自由業	1	100.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	594	67.2	32.8
中所得	325	66.8	33.2
高所得	149	79.2	20.8
未回答	4	75.0	25.0

**居住地區**

北部地區	540	66.1	33.9
中部地區	227	70.9	29.1
南部地區	292	70.9	29.1
東部地區	11	90.9	9.1
離島地區	2	100.0	0.0

表九、受訪者取得非正版電腦軟體的管道

單位：人；%

	回答人數	親友安裝 ／贈送	網路下載	電腦商場	自行燒錄	網路商店、 網路交換或 網路拍賣	夜市、路邊攤	人員直銷方式
<b>總和</b>	<b>335</b>	<b>64.8</b>	<b>37.9</b>	<b>8.4</b>	<b>5.1</b>	<b>1.8</b>	<b>1.5</b>	<b>0.6</b>
<b>性別</b>								
男	206	59.2	42.2	9.7	5.8	1.9	1.5	0.5
女	129	73.6	31.0	6.2	3.9	1.6	1.6	0.8
<b>年齡</b>								
13~19 歲	94	66.0	39.4	5.3	5.3	0.0	0.0	1.1
20~29 歲	145	67.6	42.8	4.1	4.8	2.1	1.4	0.0
30~39 歲	69	62.3	31.9	15.9	5.8	4.3	1.4	1.4
40~49 歲	23	52.2	26.1	21.7	0.0	0.0	8.7	0.0
50~55 歲	4	50.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
<b>教育程度</b>								
國小以下	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
國中	22	72.7	31.8	4.5	4.5	0.0	0.0	0.0
高中 (職)	79	59.5	38.0	11.4	6.3	1.3	5.1	2.5
專科	57	63.2	29.8	14.0	1.8	0.0	1.8	0.0
大學	157	65.6	42.7	6.4	5.7	3.2	0.0	0.0
研究所以上	19	73.7	31.6	0.0	5.3	0.0	0.0	0.0





表十、受訪者取得非正版電腦軟體的原因

單位：人；%

	回答人數	價格便宜	購買或取得方便	親友贈送， 難拒絕好意	購買正版品 前的試用	非正版的 發行速度快	其他
<b>總和</b>	<b>335</b>	<b>52.8</b>	<b>49.0</b>	<b>14.9</b>	<b>4.8</b>	<b>2.4</b>	<b>0.9</b>
<b>性別</b>							
男	206	54.4	48.5	12.6	7.3	2.9	0.5
女	129	50.4	49.6	18.6	0.8	1.6	1.6
<b>年齡</b>							
13~19 歲	94	42.6	46.8	21.3	4.3	1.1	1.1
20~29 歲	145	62.8	51.0	12.4	3.4	3.4	0.7
30~39 歲	69	50.7	49.3	13.0	7.2	1.4	0.0
40~49 歲	23	39.1	39.1	13.0	8.7	0.0	4.3
50~55 歲	4	50.0	75.0	0.0	0.0	25.0	0.0
<b>教育程度</b>							
國小以下	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
國中	22	45.5	50.0	9.1	4.5	0.0	0.0
高中 (職)	79	46.8	43.0	19.0	6.3	3.8	1.3
專科	57	47.4	50.9	21.1	3.5	0.0	0.0
大學	157	58.6	49.0	11.5	5.1	3.2	1.3
研究所以上	19	57.9	63.2	15.8	0.0	0.0	0.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	65	52.3	47.7	15.4	4.6	1.5	1.5
自營商	10	40.0	60.0	30.0	0.0	0.0	0.0
專業人員	44	65.9	40.9	6.8	6.8	2.3	0.0
勞力工作者	21	47.6	57.1	9.5	9.5	4.8	4.8
軍公教人員	14	50.0	57.1	7.1	7.1	7.1	0.0
學生	158	50.6	50.0	18.4	3.8	1.9	0.6
家管	7	42.9	57.1	14.3	0.0	0.0	0.0
退休／待業中／無業	15	66.7	33.3	6.7	6.7	6.7	0.0

**每月平均所得**

低所得	195	50.8	50.8	16.4	4.1	2.1	1.0
中所得	108	57.4	43.5	13.0	5.6	3.7	0.9
高所得	31	48.4	58.1	12.9	6.5	0.0	0.0
未回答	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	183	55.7	43.2	12.6	5.5	1.6	0.5
中部地區	66	48.5	53.0	18.2	9.1	4.5	3.0
南部地區	85	49.4	57.6	17.6	0.0	2.4	0.0
東部地區	1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
離島地區	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

### 三、智慧財產權認知調查

表一、受訪者認為智慧財產權需要受到保護的程度

單位：人；%

	回答人數	非常需要	需要	無意見	不需要	非常不需要
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>59.1</b>	<b>38.7</b>	<b>2.2</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>
<b>性別</b>						
男	568	56.2	41.0	2.8	0.0	0.0
女	500	62.5	36.0	1.5	0.0	0.0
<b>年齡</b>						
13~19 歲	124	53.6	41.6	4.8	0.0	0.0
20~29 歲	213	57.1	42.4	0.4	0.0	0.0
30~39 歲	203	60.5	38.0	1.5	0.0	0.0
40~49 歲	208	63.5	35.3	1.2	0.0	0.0
50~55 歲	153	64.9	30.4	4.7	0.0	0.0
60 歲以上	167	53.3	44.4	2.2	0.0	0.0
<b>教育程度</b>						
國小以下	36	59.7	40.3	0.0	0.0	0.0
國中	131	52.9	40.4	6.7	0.0	0.0
高中 (職)	338	57.1	40.8	2.1	0.0	0.0
專科	209	58.3	40.4	1.3	0.0	0.0
大學	298	63.5	34.9	1.6	0.0	0.0
研究所以上	56	64.9	35.1	0.0	0.0	0.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	49.4	15.1	35.5	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	193	64.3	33.3	2.4	0.0	0.0
自營商	72	56.8	43.2	0.0	0.0	0.0
專業人員	90	64.4	35.6	0.0	0.0	0.0
勞力工作者	145	53.8	43.1	3.1	0.0	0.0
軍公教人員	94	67.2	30.9	1.9	0.0	0.0
學生	195	52.7	44.8	2.5	0.0	0.0
家管	118	59.4	39.1	1.5	0.0	0.0
退休／待業中／無業	154	58.5	39.1	2.4	0.0	0.0
自由業	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	475	56.3	41.1	2.6	0.0	0.0
中所得	387	60.4	37.2	2.4	0.0	0.0
高所得	198	62.8	36.3	0.9	0.0	0.0
未回答	8	71.2	28.8	0.0	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	476	62.0	36.4	1.7	0.0	0.0
中部地區	264	54.6	42.4	2.9	0.0	0.0
南部地區	290	58.3	39.8	1.9	0.0	0.0
東部地區	32	71.3	25.5	3.2	0.0	0.0
離島地區	5	0.0	80.7	19.3	0.0	0.0

表二、受訪者認為保護智慧財產權主要是誰的責任

單位：人；%

	回答人數	社會大眾	政府	版權擁有者	權利人團體	學校/教育團體	通路商	以上皆是
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>56.2</b>	<b>16.7</b>	<b>6.7</b>	<b>1.3</b>	<b>1.1</b>	<b>0.5</b>	<b>17.6</b>
<b>性別</b>								
男	568	52.9	22.1	7.0	1.3	1.5	0.4	14.7
女	500	59.9	10.5	6.2	1.2	0.7	0.6	20.9
<b>年齡</b>								
13~19 歲	124	64.0	8.8	8.0	1.6	0.8	1.6	15.2
20~29 歲	213	58.4	14.3	7.1	0.4	1.3	0.8	17.6
30~39 歲	203	58.7	9.6	5.2	2.2	2.2	0.7	21.4
40~49 歲	208	58.5	13.3	6.2	2.5	0.8	0.0	18.7
50~59 歲	153	50.7	22.3	7.4	0.7	1.4	0.0	17.6
60 歲以上	167	46.7	33.3	6.7	0.0	0.0	0.0	13.3
<b>教育程度</b>								
國小以下	36	50.5	13.8	5.7	2.4	0.0	0.0	27.7
國中	131	56.7	19.6	9.4	0.0	0.8	0.8	12.8
高中 (職)	338	54.8	16.0	8.2	2.3	1.3	0.6	16.8
專科	209	53.8	17.7	5.5	0.4	0.8	0.4	21.5
大學	298	60.0	16.9	4.7	0.8	1.4	0.6	15.6
研究所以上	56	55.4	10.9	6.6	2.7	1.3	0.0	23.1

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	49.4	35.5	15.1	0.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	193	58.0	12.1	8.2	2.3	1.2	0.0	18.1
自營商	72	58.6	17.6	5.8	2.2	1.4	1.0	13.2
專業人員	90	58.0	13.4	3.9	0.8	3.4	0.0	20.5
勞力工作者	145	54.0	18.9	8.9	0.5	0.6	0.0	17.1
軍公教人員	94	59.5	10.9	2.2	2.5	0.8	0.8	23.3
學生	195	63.1	9.6	7.3	1.0	1.4	1.5	16.1
家管	118	56.6	17.4	4.7	0.7	0.9	0.0	19.7
退休／待業中／無業	154	43.0	33.3	7.7	0.5	0.0	0.6	14.9
自由業	2	53.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	46.5

**每月平均所得**

低所得	475	56.0	16.2	8.2	0.8	0.8	0.8	17.2
中所得	387	54.7	17.1	6.2	1.7	1.2	0.0	19.0
高所得	198	58.5	17.4	4.0	1.6	1.7	0.8	16.1
未回答	8	80.4	10.5	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1

**居住地區**

北部地區	476	55.1	17.5	6.1	1.7	1.5	0.8	17.4
中部地區	264	58.7	18.7	6.3	1.6	0.3	0.0	14.5
南部地區	290	57.6	13.4	7.5	0.5	1.4	0.6	19.1
東部地區	32	40.1	17.8	6.3	0.0	0.0	0.0	35.8
離島地區	5	52.7	19.3	27.9	0.0	0.0	0.0	0.0

表三、受訪者認為「販賣或出租非正版品」是否侵犯智慧財產權

單位：人；%

	回答人數	是	否	不一定
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>95.4</b>	<b>2.0</b>	<b>2.6</b>
<b>性別</b>				
男	568	94.3	2.5	3.2
女	500	96.7	1.4	2.0
<b>年齡</b>				
13~19 歲	124	93.6	3.2	3.2
20~29 歲	213	95.8	3.4	0.8
30~39 歲	203	94.8	3.0	2.2
40~49 歲	208	97.1	0.8	2.1
50~55 歲	153	94.6	1.4	4.1
60 歲以上	167	95.6	0.0	4.4
<b>教育程度</b>				
國小以下	36	97.5	2.5	0.0
國中	131	90.8	4.8	4.4
高中(職)	338	95.3	2.6	2.1
專科	209	95.1	1.5	3.4
大學	298	97.2	0.6	2.2
研究所以上	56	96.8	0.0	3.2

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	81.9	0.0	18.1
民營企業主管或一般員工	193	95.4	1.9	2.7
自營商	72	96.1	2.5	1.4
專業人員	90	98.2	1.0	0.8
勞力工作者	145	93.2	3.9	2.9
軍公教人員	94	94.7	2.5	2.8
學生	195	95.1	2.5	2.4
家管	118	98.5	0.6	0.9
退休／待業中／無業	154	94.5	0.7	4.8
自由業	2	100.0	0.0	0.0
<b>每月平均所得</b>				
低所得	475	95.3	1.9	2.8
中所得	387	95.0	2.6	2.4
高所得	198	96.2	0.9	2.9
未回答	8	100.0	0.0	0.0
<b>居住地區</b>				
北部地區	476	96.4	1.7	2.0
中部地區	264	92.9	3.0	4.1
南部地區	290	95.5	1.7	2.8
東部地區	32	100.0	0.0	0.0
離島地區	5	100.0	0.0	0.0



表四、受訪者認為「購買非正版品」是否侵犯智慧財產權

單位：人；%

	回答人數	是	否	不一定
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>89.4</b>	<b>6.6</b>	<b>4.0</b>
<b>性別</b>				
男	568	86.6	8.5	4.9
女	500	92.6	4.5	2.9
<b>年齡</b>				
13~19 歲	124	90.4	4.8	4.8
20~29 歲	213	91.6	6.3	2.1
30~39 歲	203	90.8	4.4	4.8
40~49 歲	208	89.2	5.8	5.0
50~55 歲	153	87.2	7.4	5.4
60 歲以上	167	86.7	11.1	2.2
<b>教育程度</b>				
國小以下	36	100.0	0.0	0.0
國中	131	82.2	15.6	2.1
高中(職)	338	87.4	6.9	5.7
專科	209	90.1	4.2	5.7
大學	298	92.2	5.4	2.4
研究所以上	56	93.8	3.2	2.9

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	81.9	0.0	18.1
民營企業主管或一般員工	193	86.3	7.2	6.5
自營商	72	86.0	8.8	5.1
專業人員	90	89.0	10.0	1.0
勞力工作者	145	89.0	6.1	4.9
軍公教人員	94	92.8	4.4	2.8
學生	195	90.7	5.4	3.9
家管	118	93.9	4.6	1.5
退休／待業中／無業	154	88.6	8.0	3.5
自由業	2	100.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	475	90.9	6.4	2.7
中所得	387	87.8	5.6	6.6
高所得	198	89.5	9.1	1.4
未回答	8	80.4	0.0	19.6

**居住地區**

北部地區	476	90.5	6.1	3.4
中部地區	264	85.6	9.4	5.0
南部地區	290	91.6	5.4	2.9
東部地區	32	86.2	0.0	13.8
離島地區	5	80.7	19.3	0.0

表五、受訪者認為「接受親友贈送非正版品」是否侵犯智慧財產權

單位：人；%

	回答人數	是	否	不一定
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>65.3</b>	<b>23.0</b>	<b>11.6</b>
<b>性別</b>				
男	568	63.3	23.3	13.4
女	500	67.6	22.8	9.6
<b>年齡</b>				
13~19 歲	124	72.0	20.0	8.0
20~29 歲	213	66.0	25.2	8.8
30~39 歲	203	66.1	22.5	11.4
40~49 歲	208	63.9	25.3	10.8
50~55 歲	153	63.5	20.9	15.5
60 歲以上	167	62.2	22.2	15.6
<b>教育程度</b>				
國小以下	36	79.6	20.4	0.0
國中	131	63.7	22.4	13.9
高中 (職)	338	66.2	20.7	13.1
專科	209	65.9	22.1	12.0
大學	298	63.8	25.6	10.7
研究所以上	56	60.7	30.3	9.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	31.2	51.4	17.4
民營企業主管或一般員工	193	65.1	23.2	11.7
自營商	72	57.6	26.3	16.0
專業人員	90	66.0	22.9	11.2
勞力工作者	145	66.9	18.8	14.3
軍公教人員	94	67.0	22.6	10.4
學生	195	69.5	24.1	6.4
家管	118	65.4	24.5	10.1
退休／待業中／無業	154	62.0	22.3	15.6
自由業	2	100.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	475	66.7	21.8	11.5
中所得	387	64.1	23.3	12.6
高所得	198	64.6	25.6	9.9
未回答	8	60.7	19.6	19.6

**居住地區**

北部地區	476	67.5	23.0	9.5
中部地區	264	59.0	22.6	18.4
南部地區	290	67.1	23.3	9.5
東部地區	32	72.2	19.7	8.1
離島地區	5	50.0	50.0	0.0

表六、受訪者認為「購買正作品後，無限制的複製或燒錄以供自行使用」是否侵犯智慧財產權

單位：人；%

	回答人數	是	否	不一定
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>62.6</b>	<b>32.7</b>	<b>4.7</b>
<b>性別</b>				
男	568	62.3	33.2	4.5
女	500	62.9	32.1	5.0
<b>年齡</b>				
13~19 歲	124	61.6	33.6	4.8
20~29 歲	213	54.6	41.6	3.8
30~39 歲	203	62.0	33.9	4.1
40~49 歲	208	64.3	32.0	3.7
50~55 歲	153	70.9	23.0	6.1
60 歲以上	167	64.4	28.9	6.7
<b>教育程度</b>				
國小以下	36	59.2	23.3	17.5
國中	131	68.3	26.5	5.1
高中 (職)	338	66.3	28.3	5.4
專科	209	63.5	31.8	4.7
大學	298	58.1	39.6	2.3
研究所以上	56	49.1	46.1	4.7

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	49.4	33.2	17.4
民營企業主管或一般員工	193	65.4	29.5	5.1
自營商	72	62.8	34.7	2.5
專業人員	90	57.3	38.2	4.6
勞力工作者	145	64.9	29.1	5.9
軍公教人員	94	63.4	34.6	2.0
學生	195	59.3	36.8	3.9
家管	118	70.2	26.0	3.8
退休／待業中／無業	154	57.9	34.9	7.2
自由業	2	100.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	475	62.7	31.6	5.7
中所得	387	60.4	35.3	4.3
高所得	198	66.3	30.1	3.6
未回答	8	68.0	32.0	0.0

**居住地區**

北部地區	476	63.4	32.4	4.2
中部地區	264	62.8	31.1	6.2
南部地區	290	60.8	34.6	4.7
東部地區	32	64.3	35.7	0.0
離島地區	5	69.3	14.0	16.7

表七、受訪者認為「購買正作品後，複製或燒錄以供他人使用」是否侵犯智慧財產權

單位：人；%

	回答人數	是	否	不一定
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>89.2</b>	<b>6.4</b>	<b>4.4</b>
<b>性別</b>				
男	568	88.6	6.8	4.7
女	500	90.0	5.9	4.1
<b>年齡</b>				
13~19 歲	124	88.0	8.8	3.2
20~29 歲	213	89.9	6.7	3.4
30~39 歲	203	91.1	5.5	3.3
40~49 歲	208	88.8	7.9	3.3
50~55 歲	153	87.8	7.4	4.7
60 歲以上	167	88.9	2.2	8.9
<b>教育程度</b>				
國小以下	36	95.6	0.0	4.4
國中	131	83.5	7.2	9.3
高中 (職)	338	89.0	8.1	2.9
專科	209	85.5	7.2	7.4
大學	298	94.3	3.3	2.4
研究所以上	56	87.1	11.3	1.6

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	67.5	15.1	17.4
民營企業主管或一般員工	193	88.9	7.1	4.0
自營商	72	92.8	6.2	1.0
專業人員	90	92.8	4.6	2.7
勞力工作者	145	88.8	5.5	5.7
軍公教人員	94	91.9	7.0	1.1
學生	195	88.7	9.3	2.0
家管	118	92.4	5.3	2.2
退休／待業中／無業	154	83.7	3.8	12.5
自由業	2	100.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	475	89.1	7.1	3.9
中所得	387	88.0	6.0	6.0
高所得	198	92.1	5.2	2.7
未回答	8	89.5	10.5	0.0

**居住地區**

北部地區	476	89.5	6.7	3.9
中部地區	264	88.6	7.0	4.4
南部地區	290	90.3	5.6	4.1
東部地區	32	86.2	2.3	11.5
離島地區	5	66.7	14.0	19.3



表八、受訪者對「當正版品已經絕版的時候，可以使用非正版品」的認同程度

單位：人；%

	回答人數	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>6.4</b>	<b>38.7</b>	<b>14.4</b>	<b>28.1</b>	<b>12.4</b>
<b>性別</b>						
男	568	8.7	34.8	14.6	28.3	13.6
女	500	3.8	43.1	14.2	27.8	11.1
<b>年齡</b>						
13~19 歲	124	3.2	32.0	13.6	38.4	12.8
20~29 歲	213	6.3	42.0	15.1	27.7	8.8
30~39 歲	203	7.4	39.9	14.8	29.2	8.9
40~49 歲	208	8.3	36.9	13.3	29.0	12.4
50~55 歲	153	7.4	36.5	11.5	18.9	25.7
60 歲以上	167	4.4	42.2	17.8	26.7	8.9
<b>教育程度</b>						
國小以下	36	2.9	37.8	28.5	20.0	10.8
國中	131	5.5	33.1	19.4	28.5	13.5
高中(職)	338	3.7	34.3	14.7	32.1	15.2
專科	209	9.7	42.7	12.1	26.2	9.4
大學	298	7.2	43.5	12.8	25.1	11.3
研究所以上	56	10.6	38.1	8.9	30.6	11.7

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	0.0	33.2	0.0	35.5	31.2
民營企業主管或一般員工	193	6.1	36.3	15.7	29.6	12.3
自營商	72	14.1	39.0	12.7	22.5	11.6
專業人員	90	13.7	37.7	13.1	25.1	10.4
勞力工作者	145	8.0	32.6	15.3	32.1	12.0
軍公教人員	94	9.0	48.1	6.2	23.8	12.9
學生	195	4.7	35.7	14.6	33.1	11.8
家管	118	2.8	43.3	17.8	25.6	10.5
退休／待業中／無業	154	0.6	42.4	16.4	24.7	15.9
自由業	2	46.5	53.5	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	475	3.0	38.8	15.7	30.5	12.0
中所得	387	8.0	38.3	13.7	28.0	11.9
高所得	198	11.8	38.6	12.9	23.1	13.6
未回答	8	0.0	51.2	9.1	10.5	29.2

**居住地區**

北部地區	476	5.7	39.9	14.0	26.5	13.9
中部地區	264	5.9	35.1	15.9	31.2	11.9
南部地區	290	7.3	40.2	13.4	27.8	11.3
東部地區	32	11.8	37.1	16.1	26.7	8.3
離島地區	5	19.3	30.7	16.7	33.3	0.0

表九、受訪者對「當非正版品的價格比正版品便宜的時候，可以使用非正版品」的認同程度

單位：人；%

	回答人數	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>1.9</b>	<b>12.8</b>	<b>10.8</b>	<b>46.1</b>	<b>28.4</b>
<b>性別</b>						
男	568	1.4	12.9	9.9	45.6	30.1
女	500	2.4	12.7	11.7	46.7	26.5
<b>年齡</b>						
13~19 歲	124	0.8	8.0	10.4	52.0	28.8
20~29 歲	213	1.7	13.9	12.2	50.8	21.4
30~39 歲	203	3.3	9.6	9.2	49.8	28.0
40~49 歲	208	2.1	15.8	5.8	44.0	32.4
50~55 歲	153	0.7	14.9	10.1	41.9	32.4
60 歲以上	167	2.2	13.3	17.8	37.8	28.9
<b>教育程度</b>						
國小以下	36	0.0	20.3	18.0	23.1	38.7
國中	131	2.8	12.9	16.4	45.5	22.4
高中 (職)	338	1.9	11.9	10.5	47.0	28.7
專科	209	2.0	13.3	11.2	42.5	31.1
大學	298	1.2	13.0	8.5	50.1	27.2
研究所以上	56	4.5	10.7	4.6	49.5	30.6

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	0.0	15.1	0.0	18.1	66.8
民營企業主管或一般員工	193	2.5	11.3	9.9	48.9	27.4
自營商	72	2.4	16.3	5.1	40.2	36.1
專業人員	90	1.8	15.9	5.4	44.2	32.7
勞力工作者	145	1.0	11.1	13.0	49.3	25.6
軍公教人員	94	2.8	13.4	5.0	43.9	34.8
學生	195	1.4	11.4	11.2	51.8	24.1
家管	118	4.4	13.3	18.2	42.8	21.3
退休／待業中／無業	154	0.0	13.9	13.3	40.8	32.0
自由業	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	475	2.0	12.8	15.7	45.8	23.7
中所得	387	1.2	11.4	8.9	48.1	30.4
高所得	198	3.0	15.2	3.1	44.2	34.5
未回答	8	0.0	21.0	0.0	18.3	60.7

**居住地區**

北部地區	476	1.5	10.8	10.3	46.9	30.4
中部地區	264	1.4	17.9	14.2	43.2	23.3
南部地區	290	3.0	12.4	9.4	49.2	26.0
東部地區	32	2.7	2.8	2.8	24.8	67.0
離島地區	5	0.0	16.7	0.0	83.3	0.0

表十、受訪者對「當非正版品的品質與內容比正版品好的時候，可以使用非正版品」的認同程度

單位：人；%

	回答人數	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>7.4</b>	<b>26.3</b>	<b>11.2</b>	<b>37.7</b>	<b>17.5</b>
<b>性別</b>						
男	568	7.9	23.2	11.1	37.9	19.9
女	500	6.7	29.9	11.2	37.5	14.6
<b>年齡</b>						
13~19 歲	124	2.4	24.0	11.2	43.2	19.2
20~29 歲	213	7.1	30.3	9.7	40.8	12.2
30~39 歲	203	6.6	26.6	9.6	42.1	15.1
40~49 歲	208	9.1	23.7	10.8	38.2	18.3
50~55 歲	153	6.1	25.7	13.5	29.7	25.0
60 歲以上	167	11.1	26.7	13.3	31.1	17.8
<b>教育程度</b>						
國小以下	36	2.9	37.8	5.7	38.4	15.2
國中	131	9.9	18.3	13.0	43.0	15.8
高中 (職)	338	5.8	26.5	10.5	37.5	19.7
專科	209	9.1	28.1	13.7	33.5	15.5
大學	298	7.8	27.9	9.8	37.4	17.1
研究所以上	56	4.5	21.2	12.6	43.3	18.3

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	0.0	33.2	17.4	0.0	49.4
民營企業主管或一般員工	193	7.7	25.4	10.9	37.3	18.7
自營商	72	7.1	20.8	14.2	45.6	12.3
專業人員	90	8.8	21.5	9.5	39.6	20.7
勞力工作者	145	6.8	23.0	10.1	39.3	20.7
軍公教人員	94	8.4	29.1	9.4	33.2	20.0
學生	195	4.3	27.5	10.3	42.6	15.3
家管	118	10.7	30.2	9.0	36.4	13.8
退休／待業中／無業	154	7.8	29.8	15.2	30.8	16.3
自由業	2	0.0	0.0	53.5	46.5	0.0

**每月平均所得**

低所得	475	5.7	30.2	11.6	37.9	14.7
中所得	387	6.0	24.4	11.0	39.2	19.3
高所得	198	13.3	21.8	10.6	35.1	19.1
未回答	8	21.0	0.0	10.5	18.3	50.2

**居住地區**

北部地區	476	6.7	23.4	9.4	41.4	19.1
中部地區	264	4.9	30.6	17.1	33.9	13.5
南部地區	290	10.3	29.9	8.4	35.6	15.9
東部地區	32	8.6	2.8	14.6	31.5	42.5
離島地區	5	19.3	30.7	0.0	50.0	0.0

表十一、受訪者對「接受親友贈送非正版品的行為是人之常情，不必太在意」的認同程度

單位：人；%

	回答人數	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>3.3</b>	<b>31.4</b>	<b>17.8</b>	<b>35.6</b>	<b>11.8</b>
<b>性別</b>						
男	568	3.1	27.8	17.7	36.3	15.0
女	500	3.5	35.5	18.0	34.8	8.3
<b>年齡</b>						
13~19 歲	124	2.4	26.4	16.8	40.8	13.6
20~29 歲	213	3.8	37.8	18.1	33.2	7.1
30~39 歲	203	3.0	32.5	19.2	37.3	8.1
40~49 歲	208	3.3	36.1	12.0	35.7	12.9
50~55 歲	153	2.7	26.4	14.9	37.2	18.9
60 歲以上	167	4.4	24.4	26.7	31.1	13.3
<b>教育程度</b>						
國小以下	36	2.9	22.7	18.3	30.7	25.5
國中	131	4.3	27.7	18.9	34.6	14.6
高中 (職)	338	1.8	29.1	21.4	35.5	12.2
專科	209	2.3	37.2	14.9	33.6	12.0
大學	298	5.1	32.7	15.6	38.0	8.6
研究所以上	56	4.8	31.5	16.2	36.6	10.8

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	0.0	33.2	0.0	48.6	18.1
民營企業主管或一般員工	193	3.4	31.9	18.4	36.5	9.8
自營商	72	4.9	30.6	21.4	26.9	16.2
專業人員	90	7.1	32.1	14.7	31.8	14.3
勞力工作者	145	1.9	24.4	21.0	39.3	13.5
軍公教人員	94	3.7	35.9	8.8	38.9	12.7
學生	195	3.4	32.4	16.1	37.2	10.9
家管	118	5.3	35.4	21.2	32.4	5.8
退休／待業中／無業	154	0.0	30.4	20.5	34.5	14.6
自由業	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	475	2.7	30.0	21.5	36.7	9.2
中所得	387	3.4	35.4	16.4	33.4	11.4
高所得	198	4.5	27.5	11.3	37.5	19.2
未回答	8	10.5	19.6	32.0	27.4	10.5

**居住地區**

北部地區	476	3.9	30.9	16.9	36.1	12.1
中部地區	264	2.7	30.2	22.0	30.2	14.8
南部地區	290	3.0	34.0	15.8	39.3	8.0
東部地區	32	2.7	22.5	19.7	35.5	19.7
離島地區	5	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0



表十二、受訪者對「我們應該留意自己有沒有侵犯到別人的智慧財產權」的認同程度

單位：人；%

	回答人數	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>47.7</b>	<b>46.3</b>	<b>4.2</b>	<b>1.4</b>	<b>0.3</b>
<b>性別</b>						
男	568	45.5	48.2	4.2	1.8	0.3
女	500	50.2	44.1	4.3	1.1	0.4
<b>年齡</b>						
13~19 歲	124	48.8	43.2	5.6	2.4	0.0
20~29 歲	213	42.9	51.7	4.2	1.3	0.0
30~39 歲	203	49.4	41.3	7.7	1.1	0.4
40~49 歲	208	50.6	44.8	1.7	2.1	0.8
50~55 歲	153	53.4	39.9	4.1	2.0	0.7
60 歲以上	167	42.2	55.6	2.2	0.0	0.0
<b>教育程度</b>						
國小以下	36	31.8	65.9	0.0	0.0	2.4
國中	131	47.3	46.1	5.1	0.7	0.8
高中 (職)	338	47.3	45.7	4.3	2.4	0.2
專科	209	48.0	44.6	6.2	0.8	0.4
大學	298	47.9	47.9	2.9	1.2	0.0
研究所以上	56	59.5	35.4	3.2	1.9	0.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	31.2	18.1	17.4	33.2	0.0
民營企業主管或一般員工	193	40.5	51.9	5.6	1.7	0.4
自營商	72	49.6	45.7	3.3	1.4	0.0
專業人員	90	58.1	38.1	1.7	2.1	0.0
勞力工作者	145	46.3	48.0	3.3	1.9	0.6
軍公教人員	94	53.5	41.5	5.0	0.0	0.0
學生	195	45.1	47.6	5.4	1.9	0.0
家管	118	53.7	42.0	3.4	0.0	0.9
退休／待業中／無業	154	46.5	49.0	3.6	0.5	0.5
自由業	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	475	45.6	48.3	4.4	1.1	0.6
中所得	387	48.0	45.9	4.6	1.5	0.0
高所得	198	51.7	42.9	2.7	2.2	0.4
未回答	8	60.7	28.8	10.5	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	476	48.9	44.8	4.5	1.6	0.2
中部地區	264	48.6	45.8	3.3	2.3	0.0
南部地區	290	45.0	48.9	4.8	0.6	0.7
東部地區	32	49.3	46.1	2.3	0.0	2.3
離島地區	5	36.0	64.0	0.0	0.0	0.0

表十三、受訪者認為目前我國侵犯智慧財產權的嚴重程度

單位：人；%

	回答人數	非常嚴重	還算嚴重	無意見	不太嚴重	完全不嚴重
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>51.1</b>	<b>34.4</b>	<b>7.4</b>	<b>6.8</b>	<b>0.3</b>
<b>性別</b>						
男	568	47.6	34.4	7.4	10.1	0.5
女	500	55.1	34.4	7.3	3.0	0.2
<b>年齡</b>						
13~19 歲	124	47.2	38.4	7.2	6.4	0.8
20~29 歲	213	58.4	32.8	2.9	5.5	0.4
30~39 歲	203	55.0	35.1	3.0	6.6	0.4
40~49 歲	208	53.9	30.7	5.8	9.1	0.4
50~55 歲	153	42.6	36.5	10.1	10.8	0.0
60 歲以上	167	44.4	35.6	17.8	2.2	0.0
<b>教育程度</b>						
國小以下	36	34.3	48.5	14.7	2.5	0.0
國中	131	39.0	31.8	18.8	9.7	0.7
高中 (職)	338	55.3	31.7	6.3	6.1	0.5
專科	209	55.2	30.1	6.6	7.8	0.4
大學	298	53.3	38.6	3.6	4.5	0.0
研究所以以上	56	38.2	41.6	4.8	15.3	0.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	13.1	36.3	18.1	32.5	0.0
民營企業主管或一般員工	193	50.9	35.2	4.8	8.3	0.9
自營商	72	41.4	34.8	9.5	14.4	0.0
專業人員	90	62.8	28.9	3.3	5.0	0.0
勞力工作者	145	59.5	26.5	5.1	8.9	0.0
軍公教人員	94	47.4	36.1	2.9	13.6	0.0
學生	195	49.5	39.5	6.0	4.5	0.5
家管	118	53.5	35.5	8.4	2.6	0.0
退休／待業中／無業	154	45.3	36.1	17.4	1.3	0.0
自由業	2	46.5	0.0	0.0	0.0	53.5

**每月平均所得**

低所得	475	48.3	37.2	11.0	3.1	0.4
中所得	387	57.8	29.7	4.5	7.8	0.2
高所得	198	44.7	37.3	4.1	13.4	0.4
未回答	8	51.2	28.8	9.1	10.9	0.0

**居住地區**

北部地區	476	51.1	35.9	4.9	7.5	0.5
中部地區	264	48.4	32.1	13.5	5.7	0.3
南部地區	290	54.8	31.7	6.4	7.1	0.0
東部地區	32	43.8	50.2	2.8	3.2	0.0
離島地區	5	30.7	69.3	0.0	0.0	0.0

表十四、受訪者認為智慧財產權被嚴重侵犯的原因

單位：人；%

	回答人數	正版品的 價錢太貴	民眾貪小便宜/民 眾無法自律/社會	政府執法或 取締不夠嚴格	(學術)網路的 管制不當	民眾對保護智慧 財產權的意識薄	盜版品取得容易
<b>總和</b>	<b>914</b>	<b>38.2</b>	<b>32.1</b>	<b>26.5</b>	<b>19.2</b>	<b>15.7</b>	<b>10.0</b>
<b>性別</b>							
男	466	35.9	33.6	27.1	18.8	16.0	10.1
女	448	40.6	30.6	25.8	19.6	15.5	9.9
<b>年齡</b>							
13~19 歲	106	30.8	34.6	18.7	29.0	10.3	7.5
20~29 歲	194	33.6	26.7	24.0	30.0	18.4	10.6
30~39 歲	183	48.0	25.4	23.8	17.2	12.7	14.8
40~49 歲	176	39.7	37.3	27.0	20.1	16.2	9.8
50~55 歲	121	37.6	36.8	33.3	6.8	12.8	9.4
60 歲以上	134	36.1	36.1	33.3	8.3	22.2	5.6
<b>教育程度</b>							
國小以下	30	37.7	40.7	32.4	2.9	3.3	0.0
國中	93	31.7	35.6	24.9	16.4	11.0	3.9
高中 (職)	294	43.1	33.5	27.7	16.6	11.6	12.6
專科	179	36.0	30.3	24.1	18.0	22.1	9.8
大學	274	36.6	29.3	25.0	25.3	17.9	10.9
研究所以上	44	39.0	33.8	36.8	19.9	21.9	7.6

**職業**

民意代表／民營企業負責人	3	36.7	36.7	0.0	0.0	0.0	26.5
民營企業主管或一般員工	166	41.8	30.6	29.4	19.7	11.3	11.9
自營商	55	24.7	33.7	27.5	15.3	9.6	20.7
專業人員	83	44.8	31.8	19.2	18.1	25.8	9.5
勞力工作者	124	38.9	40.8	32.1	20.7	12.5	9.5
軍公教人員	79	32.6	25.7	29.9	29.5	22.9	8.7
學生	173	35.3	31.7	20.6	28.6	11.9	8.0
家管	105	44.6	32.8	24.6	8.4	17.5	10.1
退休／待業中／無業	125	36.9	28.4	29.8	9.5	20.6	6.4
自由業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0

**每月平均所得**

低所得	406	37.9	32.2	26.9	17.9	13.4	8.4
中所得	339	37.9	31.9	26.3	21.0	15.1	11.3
高所得	162	39.7	33.2	26.0	18.9	22.8	10.8
未回答	7	37.7	13.1	26.3	13.1	13.1	22.8

**居住地區**

北部地區	414	36.4	32.0	28.1	20.1	16.0	10.4
中部地區	213	46.5	33.3	26.1	13.2	14.7	10.0
南部地區	251	34.3	31.4	21.7	24.8	15.1	9.7
東部地區	31	38.6	33.1	43.8	5.9	23.9	10.3
離島地區	5	36.0	19.3	44.6	0.0	16.7	0.0

表十四、受訪者認為智慧財產權被嚴重侵犯的原因(續一)

單位：人；%

	回答人數	民眾生活水準 下降/經濟差	學校教育的宣 導不周	正版品的內容 及品質比非正	政府及相關單 位宣導不足	非正版發行 速度快	其他	未回答
<b>總和</b>	<b>914</b>	<b>8.8</b>	<b>8.7</b>	<b>3.1</b>	<b>0.6</b>	<b>0.4</b>	<b>0.6</b>	<b>0.9</b>
<b>性別</b>								
男	466	7.3	9.3	2.4	0.4	0.2	0.8	0.6
女	448	10.3	8.0	3.8	0.8	0.6	0.4	1.2
<b>年齡</b>								
13~19 歲	106	7.5	3.7	0.9	0.0	0.0	0.0	0.9
20~29 歲	194	6.9	6.9	3.2	1.4	0.9	0.5	0.5
30~39 歲	183	12.3	7.8	3.7	0.4	0.4	0.8	0.8
40~49 歲	176	9.3	14.2	4.4	0.5	0.5	0.5	0.5
50~55 歲	121	10.3	9.4	5.1	0.9	0.0	1.7	0.0
60 歲以上	134	5.6	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8
<b>教育程度</b>								
國小以下	30	5.0	3.4	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0
國中	93	15.3	2.0	1.0	0.0	0.0	0.0	4.0
高中 (職)	294	7.4	7.6	4.6	0.6	0.3	0.7	0.6
專科	179	6.9	10.1	3.1	1.0	0.4	0.9	0.5
大學	274	9.8	10.2	2.3	0.3	0.7	0.3	0.6
研究所以上	44	7.2	17.9	1.7	2.0	0.0	1.9	0.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	166	9.8	11.7	5.6	1.5	0.0	0.9	1.0
自營商	55	11.1	4.6	5.7	0.0	0.0	1.9	0.0
專業人員	83	13.5	8.6	6.4	1.1	1.1	2.1	1.1
勞力工作者	124	4.4	7.1	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0
軍公教人員	79	5.4	14.5	1.1	1.3	0.0	0.0	0.0
學生	173	8.7	5.3	1.1	0.5	0.5	0.0	0.6
家管	105	11.4	6.4	2.4	0.0	1.5	1.0	3.5
退休／待業中／無業	125	7.8	11.0	0.6	0.0	0.0	0.0	0.6
自由業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	406	9.4	7.3	2.0	0.2	0.6	0.0	1.3
中所得	339	8.7	7.1	4.0	1.0	0.3	1.0	0.5
高所得	162	7.5	15.2	3.9	0.6	0.0	1.2	0.6
未回答	7	0.0	11.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	414	9.4	11.7	3.4	0.8	0.4	0.8	1.4
中部地區	213	6.7	8.3	2.9	0.4	0.8	0.9	0.4
南部地區	251	10.3	4.6	2.8	0.4	0.0	0.0	0.3
東部地區	31	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5
離島地區	5	19.3	14.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0



表十五、受訪者認為保護智慧財產權的有效方法

單位：人；%

	回答人數	政府嚴格取締 非正版本品	政府多宣傳保 護智慧財產權	加強學校教育 的宣導	調降正版本 品的價錢	加重刑罰	民眾檢舉購買 非正版本品的人	加強(學術) 網路的管制
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>39.7</b>	<b>28.8</b>	<b>28.3</b>	<b>26.6</b>	<b>21.8</b>	<b>9.8</b>	<b>1,068</b>
<b>性別</b>								
男	568	45.7	25.9	26.4	27.5	24.0	9.4	568
女	500	32.8	32.1	30.5	25.6	19.2	10.3	500
<b>年齡</b>								
13~19 歲	124	31.2	28.8	23.2	13.6	14.4	13.6	124
20~29 歲	213	35.7	28.2	23.1	25.6	23.1	7.1	213
30~39 歲	203	35.1	26.6	31.0	31.4	22.1	10.3	203
40~49 歲	208	40.2	29.0	34.4	29.9	24.1	5.0	208
50~55 歲	153	35.1	29.7	29.7	27.7	29.1	10.1	153
60 歲以上	167	60.0	31.1	26.7	26.7	15.6	15.6	167
<b>教育程度</b>								
國小以下	36	55.8	23.0	28.1	25.7	13.4	10.2	36
國中	131	37.0	24.4	20.3	25.3	26.8	17.4	131
高中 (職)	338	41.7	28.6	27.9	23.1	19.5	9.8	338
專科	209	35.2	33.2	27.1	30.8	21.7	8.7	209
大學	298	41.0	27.0	29.9	25.2	23.4	8.3	298
研究所以上	56	32.5	37.4	46.4	43.2	21.0	4.7	56

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	36.3	0.0	13.1	33.2	31.2	18.1	6
民營企業主管或一般員工	193	35.6	27.1	28.7	32.1	24.6	10.0	193
自營商	72	47.6	26.3	31.3	21.9	22.0	13.0	72
專業人員	90	43.3	35.0	31.6	31.6	28.4	6.5	90
勞力工作者	145	38.6	26.2	23.0	28.3	26.9	6.6	145
軍公教人員	94	37.2	30.0	37.4	26.0	29.1	7.3	94
學生	195	32.0	27.5	22.6	19.6	19.2	9.9	195
家管	118	29.9	29.3	31.2	29.3	10.7	13.6	118
退休／待業中／無業	154	58.4	31.8	28.8	23.5	15.8	11.5	154
自由業	2	53.5	100.0	100.0	100.0	53.5	0.0	2

**每月平均所得**

低所得	475	40.6	26.2	25.3	24.1	16.9	10.5	475
中所得	387	36.8	30.6	26.3	28.2	23.6	8.7	387
高所得	198	43.4	31.9	39.1	29.8	29.2	9.9	198
未回答	8	28.8	19.6	36.5	19.6	39.3	21.4	8

**居住地區**

北部地區	476	40.9	26.9	25.6	24.6	22.4	9.9	476
中部地區	264	42.2	33.8	30.8	32.2	25.0	13.3	264
南部地區	290	34.8	26.5	31.3	26.6	18.3	7.3	290
東部地區	32	45.1	36.2	24.2	11.7	13.3	4.6	32
離島地區	5	33.3	36.0	14.0	19.3	47.4	0.0	5

表十五、受訪者認為保護智慧財產權的有效方法(續一)

單位：人；%

	加強正版品的		擬定更周延的		加強正版品的	沒有任何方法	其他	未回答
	回答人數	內容及品質	民眾自律	法律保護智慧	防盜拷技術	可以保護智慧		
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>5.2</b>	<b>2.8</b>	<b>1.3</b>	<b>1.0</b>	<b>0.7</b>	<b>1.3</b>	<b>1.4</b>
<b>性別</b>								
男	568	4.7	2.5	1.0	1.1	0.5	1.1	0.9
女	500	5.9	3.1	1.6	1.0	0.9	1.5	1.9
<b>年齡</b>								
13~19 歲	124	6.4	4.8	0.0	0.0	2.4	0.8	0.8
20~29 歲	213	6.3	2.5	0.8	1.7	0.4	2.1	1.7
30~39 歲	203	6.6	3.0	0.4	1.1	1.1	2.2	1.1
40~49 歲	208	4.6	1.7	1.2	2.1	0.4	1.2	0.4
50~55 歲	153	2.7	3.4	0.7	0.7	0.0	0.7	2.0
60 歲以上	167	4.4	2.2	4.4	0.0	0.0	0.0	2.2
<b>教育程度</b>								
國小以下	36	2.5	13.0	10.2	0.0	0.0	0.0	0.0
國中	131	8.7	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0
高中 (職)	338	4.0	3.4	0.5	0.5	0.8	1.3	1.0
專科	209	4.7	2.5	1.3	2.1	0.8	1.1	0.4
大學	298	5.0	2.1	1.8	1.1	0.6	0.8	1.3
研究所以上	56	9.0	1.3	0.0	2.9	1.5	7.8	0.0



表十六、受訪者是否知道「我國已有保護智慧財產權的相關法令」

單位：人；%

	回答人數	知道	不知道
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>57.4</b>	<b>42.6</b>
<b>性別</b>			
男	568	61.5	38.5
女	500	52.7	47.3
<b>年齡</b>			
13~19 歲	124	39.2	60.8
20~29 歲	213	62.6	37.4
30~39 歲	203	59.8	40.2
40~49 歲	208	58.5	41.5
50~55 歲	153	62.2	37.8
60 歲以上	167	55.6	44.4
<b>教育程度</b>			
國小以下	36	38.6	61.4
國中	131	48.2	51.8
高中(職)	338	48.4	51.6
專科	209	58.5	41.5
大學	298	68.0	32.0
研究所以上	56	84.7	15.3

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	49.4	50.6
民營企業主管或一般員工	193	59.8	40.2
自營商	72	63.4	36.6
專業人員	90	68.6	31.4
勞力工作者	145	47.6	52.4
軍公教人員	94	73.1	26.9
學生	195	48.7	51.3
家管	118	53.0	47.0
退休／待業中／無業	154	59.2	40.8
自由業	2	53.5	46.5

**每月平均所得**

低所得	475	51.0	49.0
中所得	387	54.9	45.1
高所得	198	77.7	22.3
未回答	8	59.3	40.7

**居住地區**

北部地區	476	60.2	39.8
中部地區	264	55.8	44.2
南部地區	290	54.2	45.8
東部地區	32	53.0	47.0
離島地區	5	86.0	14.0

---

表十七、受訪者是否知道「我國已有保護智慧財產權的政府相關單位」

單位：人；%

	回答人數	知道	不知道
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>23.2</b>	<b>76.8</b>
<b>性別</b>			
男	568	31.0	69.0
女	500	14.4	85.6
<b>年齡</b>			
13~19 歲	124	8.0	92.0
20~29 歲	213	20.2	79.8
30~39 歲	203	24.7	75.3
40~49 歲	208	30.7	69.3
50~55 歲	153	26.4	73.6
60 歲以上	167	24.4	75.6
<b>教育程度</b>			
國小以下	36	10.9	89.1
國中	131	10.1	89.9
高中 (職)	338	17.5	82.5
專科	209	26.2	73.8
大學	298	31.6	68.4
研究所以上	56	41.0	59.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	18.1	81.9
民營企業主管或一般員工	193	23.3	76.7
自營商	72	30.3	69.7
專業人員	90	33.5	66.5
勞力工作者	145	21.7	78.3
軍公教人員	94	35.5	64.5
學生	195	12.3	87.7
家管	118	15.6	84.4
退休／待業中／無業	154	27.8	72.2
自由業	2	0.0	100.0

**每月平均所得**

低所得	475	14.5	85.5
中所得	387	24.6	75.4
高所得	198	41.8	58.2
未回答	8	20.1	79.9

**居住地區**

北部地區	476	26.6	73.4
中部地區	264	20.0	80.0
南部地區	290	22.4	77.6
東部地區	32	2.3	97.7
離島地區	5	52.6	47.4

---



表十八、受訪者所知保護智慧財產權的政府相關單位

單位：人；%

	回答人數	經濟部智慧財產局	各縣市政府警察局	新聞局	行政院消費者 保護委員會	警政署保智大隊
<b>總和</b>	<b>248</b>	<b>58.9</b>	<b>15.4</b>	<b>11.4</b>	<b>10.3</b>	<b>7.4</b>
<b>性別</b>						
男	176	60.8	17.1	13.7	6.6	8.3
女	72	54.2	11.3	5.8	19.6	5.1
<b>年齡</b>						
13~19 歲	10	30.0	10.0	0.0	30.0	20.0
20~29 歲	43	81.3	6.3	4.2	8.3	0.0
30~39 歲	50	65.7	14.9	9.0	7.5	10.4
40~49 歲	64	58.1	20.3	12.2	17.6	10.8
50~55 歲	40	48.7	25.6	7.7	10.3	10.3
60 歲以上	41	45.5	9.1	27.3	0.0	0.0
<b>教育程度</b>						
國小以下	4	73.9	26.1	0.0	21.7	0.0
國中	13	50.4	7.5	11.3	21.1	7.5
高中 (職)	59	50.1	20.5	14.6	11.3	12.0
專科	55	57.8	20.6	9.0	8.3	4.3
大學	94	65.5	7.4	13.1	7.8	3.9
研究所以上	23	59.5	25.1	3.9	15.1	18.1

**職業**

民意代表／民營企業負責人	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	45	62.3	10.2	8.0	11.2	3.3
自營商	22	81.3	19.3	7.4	4.0	11.4
專業人員	30	75.7	15.1	8.8	11.2	8.4
勞力工作者	31	55.8	24.6	15.9	5.6	11.5
軍公教人員	34	55.5	15.8	11.1	7.7	15.8
學生	24	56.7	7.9	6.9	19.9	8.3
家管	18	36.0	12.9	9.4	39.6	4.7
退休／待業中／無業	43	47.2	17.7	19.5	0.0	0.0
自由業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	69	48.8	12.9	19.2	18.7	5.6
中所得	95	64.0	17.6	7.1	7.1	5.4
高所得	82	61.5	15.2	10.1	7.3	11.2
未回答	2	54.5	0.0	0.0	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	127	64.7	11.2	12.2	12.6	7.3
中部地區	53	54.2	20.7	7.8	5.2	6.3
南部地區	65	51.5	18.4	13.3	9.6	7.5
東部地區	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
離島地區	3	73.5	36.7	0.0	26.5	0.0

表十八、受訪者所知保護智慧財產權的政府相關單位(續一)

單位：人；%

	回答人數	經濟部其他單位	內政部	縣市地方政府	法務部	財政部	其他
<b>總和</b>	<b>248</b>	<b>6.8</b>	<b>4.1</b>	<b>2.7</b>	<b>2.0</b>	<b>1.8</b>	<b>1.9</b>
<b>性別</b>							
男	176	6.6	2.3	3.3	1.8	2.5	2.7
女	72	7.1	8.7	1.2	2.4	0.0	0.0
<b>年齡</b>							
13~19 歲	10	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0
20~29 歲	43	2.1	4.2	0.0	4.2	0.0	0.0
30~39 歲	50	6.0	1.5	0.0	3.0	1.5	1.5
40~49 歲	64	5.4	4.1	1.4	2.7	0.0	1.4
50~55 歲	40	5.1	10.3	2.6	0.0	0.0	7.7
60 歲以上	41	18.2	0.0	9.1	0.0	9.1	0.0
<b>教育程度</b>							
國小以下	4	0.0	26.1	0.0	0.0	0.0	0.0
國中	13	0.0	7.9	7.5	0.0	0.0	0.0
高中(職)	59	7.4	1.5	0.0	2.9	0.0	0.0
專科	55	10.2	1.4	0.0	4.6	0.0	1.6
大學	94	6.3	3.9	4.9	0.8	4.7	3.0
研究所以上	23	3.9	12.9	4.5	0.0	0.0	4.5

**職業**

民意代表／民營企業負責人	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	45	7.8	0.0	0.0	1.7	1.7	1.9
自營商	22	4.0	4.0	0.0	4.0	0.0	0.0
專業人員	30	0.0	0.0	0.0	5.4	0.0	5.9
勞力工作者	31	5.7	6.1	2.7	2.8	0.0	3.3
軍公教人員	34	7.1	5.7	0.0	0.0	0.0	3.1
學生	24	0.0	7.9	4.1	0.0	0.0	0.0
家管	18	4.7	10.4	0.0	4.7	0.0	0.0
退休／待業中／無業	43	17.4	4.2	11.1	0.0	8.7	0.0
自由業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	69	2.8	8.1	3.0	1.3	0.0	0.0
中所得	95	5.1	2.9	0.9	3.6	0.8	2.0
高所得	82	11.3	2.3	4.5	0.9	4.5	3.4
未回答	2	45.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	127	3.4	3.7	1.5	1.3	0.0	0.7
中部地區	53	10.1	5.8	1.9	4.7	0.0	3.9
南部地區	65	11.0	3.8	5.7	1.4	6.9	2.8
東部地區	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
離島地區	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

表十九、受訪者最近三個月內，得到保護智慧財產權相關宣導訊息的頻率

單位：人；%

	回答人數	從未得到相關訊息	常常	偶爾	很少
<b>總和</b>	<b>1,068</b>	<b>89.6</b>	<b>2.3</b>	<b>5.1</b>	<b>3.0</b>
<b>性別</b>					
男	568	89.1	2.6	5.3	3.0
女	500	90.3	2.0	4.8	3.0
<b>年齡</b>					
13~19 歲	124	92.0	1.6	2.4	4.0
20~29 歲	213	82.8	4.6	6.7	5.9
30~39 歲	203	92.3	1.1	4.4	2.2
40~49 歲	208	88.8	1.7	6.2	3.3
50~55 歲	153	88.5	2.0	7.4	2.0
60 歲以上	167	95.6	2.2	2.2	0.0
<b>教育程度</b>					
國小以下	36	84.5	2.5	10.2	2.9
國中	131	90.6	2.2	4.5	2.7
高中 (職)	338	90.9	1.6	4.7	2.8
專科	209	93.4	1.5	3.0	2.0
大學	298	87.1	3.4	6.4	3.0
研究所以上	56	82.6	3.2	6.3	8.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	6	100.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	193	87.2	2.3	5.7	4.8
自營商	72	91.4	1.0	2.6	4.9
專業人員	90	90.3	3.1	5.7	0.8
勞力工作者	145	85.3	4.9	6.8	3.0
軍公教人員	94	83.0	3.0	10.0	3.9
學生	195	88.9	2.4	4.3	4.4
家管	118	92.1	0.0	6.4	1.5
退休／待業中／無業	154	98.2	1.2	0.7	0.0
自由業	2	100.0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	475	91.4	1.5	4.5	2.5
中所得	387	86.7	2.6	6.7	4.0
高所得	198	91.0	3.6	3.2	2.2
未回答	8	90.9	0.0	9.1	0.0

**居住地區**

北部地區	476	89.9	1.7	4.5	3.9
中部地區	264	89.1	3.8	5.5	1.7
南部地區	290	89.0	2.1	5.8	3.1
東部地區	32	97.3	0.0	2.7	0.0
離島地區	5	80.7	0.0	19.3	0.0

表二十、受訪者認為這些訊息對於保護智慧財產權的幫助程度

單位：人；%

	回答人數	非常有幫助	有幫助	無意見	不大有幫助	完全沒有幫助
<b>總和</b>	<b>111</b>	<b>8.6</b>	<b>58.8</b>	<b>3.2</b>	<b>27.9</b>	<b>1.5</b>
<b>性別</b>						
男	62	10.2	57.1	2.7	27.4	2.7
女	49	6.7	61.0	3.9	28.5	0.0
<b>年齡</b>						
13~19 歲	10	0.0	60.0	10.0	30.0	0.0
20~29 歲	37	4.9	58.5	4.9	29.3	2.4
30~39 歲	16	14.3	42.9	4.8	33.3	4.8
40~49 歲	23	14.8	70.4	0.0	14.8	0.0
50~55 歲	18	11.8	82.4	0.0	5.9	0.0
60 歲以上	7	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
<b>教育程度</b>						
國小以下	6	18.3	15.9	0.0	65.8	0.0
國中	12	14.2	69.7	0.0	16.1	0.0
高中(職)	31	5.2	66.5	2.9	25.4	0.0
專科	14	11.7	48.3	5.4	29.1	5.4
大學	38	9.2	55.7	4.9	27.8	2.3
研究所以上	10	0.0	72.7	0.0	27.3	0.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	25	10.7	51.4	7.2	30.7	0.0
自營商	6	52.3	33.7	0.0	14.0	0.0
專業人員	9	11.9	50.3	0.0	37.8	0.0
勞力工作者	21	8.9	45.2	0.0	42.4	3.5
軍公教人員	16	4.7	75.0	4.7	15.6	0.0
學生	22	0.0	60.8	4.6	30.4	4.2
家管	9	0.0	88.9	0.0	11.1	0.0
退休／待業中／無業	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
自由業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	41	2.2	63.5	2.4	29.6	2.2
中所得	51	7.1	54.8	4.9	31.7	1.5
高所得	18	28.2	57.6	0.0	14.1	0.0
未回答	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	48	10.7	63.9	5.8	17.7	1.9
中部地區	29	9.7	50.5	0.0	39.9	0.0
南部地區	32	5.1	56.1	2.4	34.1	2.4
東部地區	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
離島地區	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0



表二十一、受訪者得知保護智慧財產權相關訊息的管道

單位：人；%

	回答人數	電視	報章雜誌	網路	廣播	海報/傳單
<b>總和</b>	<b>111</b>	<b>75.0</b>	<b>36.3</b>	<b>29.5</b>	<b>17.3</b>	<b>11.7</b>
<b>性別</b>						
男	62	75.6	40.2	37.2	19.2	11.7
女	49	74.1	31.4	19.6	15.0	11.6
<b>年齡</b>						
13~19 歲	10	40.0	30.0	40.0	0.0	0.0
20~29 歲	37	73.2	12.2	43.9	19.5	14.6
30~39 歲	16	85.7	28.6	28.6	14.3	23.8
40~49 歲	23	85.2	51.9	18.5	3.7	7.4
50~55 歲	18	64.7	70.6	0.0	29.4	11.8
60 歲以上	7	100.0	50.0	50.0	50.0	0.0
<b>教育程度</b>						
國小以下	6	81.7	18.3	0.0	65.8	0.0
國中	12	39.1	46.1	23.4	15.7	15.7
高中(職)	31	87.3	46.4	34.1	8.6	10.6
專科	14	67.8	19.2	17.4	18.4	30.1
大學	38	78.7	36.1	34.6	19.4	4.7
研究所以上	10	72.7	27.0	36.5	9.2	18.1

**職業**

民意代表／民營企業負責人	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	25	86.3	24.3	45.7	16.9	19.9
自營商	6	57.0	86.0	12.2	14.0	0.0
專業人員	9	90.1	40.3	20.2	11.9	8.6
勞力工作者	21	82.6	43.7	36.3	20.9	16.6
軍公教人員	16	70.5	40.2	16.1	6.5	5.6
學生	22	51.6	18.0	35.0	20.8	4.2
家管	9	100.0	61.1	0.0	33.4	9.2
退休／待業中／無業	3	31.7	0.0	31.7	0.0	36.7
自由業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	41	65.6	26.0	22.6	27.8	8.4
中所得	51	83.9	33.6	37.2	11.3	16.7
高所得	18	69.5	69.1	24.1	11.7	5.1
未回答	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	48	67.7	30.7	25.7	15.1	13.9
中部地區	29	77.2	53.4	31.1	16.0	12.4
南部地區	32	82.3	25.5	35.5	19.7	8.3
東部地區	1	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
離島地區	1	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0

表二十一、受訪者得知保護智慧財產權相關訊息的管道(續一)

單位：人；%

	回答人數	學校	親友告知	書籍	電影院、影音 光碟片中的宣導	公車/捷運廣告
<b>總和</b>	<b>111</b>	<b>8.4</b>	<b>4.9</b>	<b>4.8</b>	<b>3.9</b>	<b>2.4</b>
<b>性別</b>						
男	62	3.2	4.7	7.2	2.6	0.0
女	49	15.1	5.1	1.8	5.4	5.5
<b>年齡</b>						
13~19 歲	10	40.0	10.0	0.0	0.0	0.0
20~29 歲	37	4.9	2.4	4.9	4.9	7.3
30~39 歲	16	9.5	4.8	4.8	4.8	0.0
40~49 歲	23	0.0	7.4	7.4	7.4	0.0
50~55 歲	18	11.8	5.9	5.9	0.0	0.0
60 歲以上	7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>教育程度</b>						
國小以下	6	0.0	0.0	18.3	0.0	0.0
國中	12	30.2	13.0	7.3	0.0	0.0
高中(職)	31	8.5	6.0	0.0	2.9	0.0
專科	14	7.5	7.5	5.4	11.7	0.0
大學	38	5.0	2.3	2.2	4.6	7.0
研究所以上	10	0.0	0.0	18.1	0.0	0.0

**職業**

民意代表／民營企業負責人	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
民營企業主管或一般員工	25	3.0	0.0	3.6	7.1	7.2
自營商	6	0.0	14.0	0.0	0.0	0.0
專業人員	9	0.0	0.0	9.9	0.0	10.3
勞力工作者	21	3.5	3.5	4.9	0.0	0.0
軍公教人員	16	18.5	0.0	10.0	15.6	0.0
學生	22	18.4	4.6	4.2	0.0	0.0
家管	9	0.0	9.2	0.0	0.0	0.0
退休／待業中／無業	3	31.7	68.3	0.0	0.0	0.0
自由業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**每月平均所得**

低所得	41	13.8	8.6	4.4	0.0	0.0
中所得	51	3.2	2.0	5.1	6.6	5.2
高所得	18	11.7	4.9	4.9	4.9	0.0
未回答	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

**居住地區**

北部地區	48	9.6	3.3	4.0	5.5	5.6
中部地區	29	6.0	7.0	6.1	0.0	0.0
南部地區	32	9.3	5.5	5.1	5.1	0.0
東部地區	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
離島地區	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

## 附錄四、焦點團體訪談會紀錄逐字稿

### 一、早場訪談

(一) 時間：95 年 4 月 29 日 (星期六)，上午 10：00～12：00。

(二) 地點：政治大學公企中心。

(三) 目的：

為確保本專案問卷內容之完整性以及適用性，故廣納各界意見 (早場訪談對象的年齡從 25 到 39 歲，分別來自工、商、資訊產業及政府公部門；依性別區分則為七男一女，且 37.5% 的訪談對象具備架設 FTP 的經驗。)，用以修訂以及新增問卷問項。

(四) 主持人：

鄭天澤 國立政治大學統計學系副教授

張愛華 國立政治大學企業管理學系副教授

(五) 討論重點：

1. 消費者對於影音及電腦軟體盜版行為的認知。
2. 網路下載的行為。
3. 對智慧財產權的認知及態度。

(六) 座談會討論內容：為保障發言人權益，以下均以代號表示該發言人

張愛華 (以下簡稱愛) 老師前言：

我們有錄音，大家聲音要大聲一點，不要擔心。本次座談沒有法律責任，也沒有哪一種標準，只是純粹要了解各位的想法。各位平常應該都有接觸到一些非正版的影音著作物或電腦軟體，會有一些觀察、意見跟想法，來跟大家一起分享。借助各位所提供的資料，我們可以用來做統計分析，並且為本次的調查收集更廣泛的意見，各位

算是提供意見的種子，我們非常歡迎各位暢所欲言。以下，讓我們對各位熟悉一下，開始做簡單的自我介紹，自我介紹可以包含姓名、工作、過去學的領域、興趣，對音樂和電影的接觸情形、購買與使用情形，以及使用電腦大概的情形。每人可以介紹兩三分鐘左右，下面就由我先來示範一下：敝姓張，張愛華，坐四望五，五十左右，一個老公，兩個小孩都蠻大的一青少年以上，我的專長主要是企業管理及行銷，我很喜歡了解消費者的想法及購買的理由，喜歡做調查及跟大眾接觸。我個人喜歡聽音樂，也會上網（我自己不太會下載，但我的小孩會），我自己也會去買一些唱片，或接受別人的贈送。看電影比較少，但偶爾會去借一些錄影帶。上網的話，每天平均兩小時左右，主要是工作所需及接受一些生活資訊。

王 (女性)：大家好，我畢業於 C 大，現在於台北市政府服務。我平常因為工作的關係，所以都「掛」在網路上，回家的時候比較有自己的時間。談到網路下載，很多都是從朋友及同學之間交流及接觸到的。電影的話，我比較常去電影院看，同學們也會分享一些他們蒐集到的片子，所以有時候就跟同學一起看。音樂的話，我就比較不會去買唱片，因為現在網路上的交流實在是太方便了。去買唱片回來的話，繼續蒐藏的動力不是很高，所以我就比較會去下載。

張 (男性)：大家好，我姓張，我名字有點俗，可以叫我 Ricky。

我目前的工作是 MIS 人員，我服務的公司主要做是迪士尼美語教材。我是資訊部裡面的人員，公司的系統跟軟體主要都是我在做的。平時我每天都會上網。就軟體使用而言，因為公司有給我們 License，所以都是用公司的。我認為台灣台灣的音樂市場算是很不錯的，像是我昨天發現了雅虎音樂網，現在是試用三天，就可以去下載裡面一些有的沒的。下載的話要付費，我覺得這東西還不錯。我也常會去上一些論壇，看一下別人的東西，做個交流。電影的部份，當然也會去電影院看，原則上我覺得電影院的效果比較好。

俞 (男性)：大家好，我住台北，我今天會來參加這個活動是因為我覺得滿有趣的，而且可以知道一些別人的意見。我自己本身有些在網路上下載東西的經驗。我目前在做文書的工作，在一間小公司。首先談到下載音樂的問題，我是很少買唱片，

以前有買過幾次，但是覺得占空間，所以覺得只要下載就好了，而且下載比去買還更快。我也有下載一些電影，一些還沒上映的電影我也下載過，畫質我覺得還可以接受啦！只要選對來源，並沒有那麼困難。還有下載過一些軟體，或買一些盜版之類的。

李 (男性)：大家好，我在通訊行工作，所以常會幫一些人下載東西，所以對這個議題有興趣。我有一個朋友去年還是前年被唱片公司告，他販賣類似 Final Scot 的影片，被唱片公司的人約出來，還鬧上了法庭，後來是和解收場，但是賠滿多錢的。

歐 (男性)：大家好，我姓歐，我跟兩位教授的年齡算是比較接近的，我是五年級的。我接觸電腦的時間比較早一點，我在某財團工作，也有些子公司在上市，主要在香港，台灣比較少，因為控股公司沒辦法上市，資本額大概六百多億。我主要是負責人員的部份。我小時候常常接觸電器，國中開始在玩音響，玩 Hi-Fi，所以我對音樂要求的品質會比較高一點。我以前買了太多東西了，最剛開始，Sony 出現 Beta 的代理，接著從 Beta 到 PHS 到大光碟，所以我有 CD 的唱片，也有 LD，到最後家裡面都堆不下去了。後來我們就有一些 group，也發現電腦可以作一些傳輸，有個匿名的論壇。我們五年級的人有些人在國外發展，有些人在加拿大、有些人在美國，我們這些傳播界的，在那邊都有一些位置。像華納製片有很多還沒上映的電影，都是從我們這個小集團裡面都出來的。不過我們都沒有營利的行為，只是放在小論壇，並且會把這個論壇的東西帶個另一個論壇去。其實坦白講，這個 group 裡面也沒有人說可以「散出去」，「散出去」的人頂多就是把它存起來。像最近大葉大學視覺傳播系的偷拍影片，應該快爆出來了。

黃 (男性)：大家好，我姓黃，畢業於 T 大，現在在行政院青輔會工作。我一年大概會買 2~3 張唱片，進電影院的次數要看台灣目前的電影哪些是值得我進電影院看的。唱片也是，有值得買的我才會去買。我現在使用的軟體有 eMule、BT，有下載一些音樂跟影片。我目前電腦裡面大概有一百三十幾部電影吧！接著談談我的下載經驗，我以前曾經住過宿舍，我的室友曾經下載一部湯姆克魯斯主演的一部

電影，下載的是沒有被壓縮過的版本，他後來收到美國演藝協會寄來的存證信函，雖然後續沒有任何的動作，但我們大家都滿小心的。我以前在宿舍也架過 FTP 站，把一些大家交流的資訊公開給宿舍的同學。我們有鎖 IP，有給密碼，才讓大家互相交流。

梁 (男性)：大家好，我姓梁，我也是五年級。我在不動產建築公司裡面做不動產的估價師，在部門中擔任經理，我平常的生活蠻仰賴電腦跟網路，我比較晚結婚生子，孩子才一歲八個月，所以一天平均只睡三小時。就下載娛樂產品這方面而言，我以前學生時代就常聽西洋音樂，大概像是 Pop Music 這方面的音樂。網路資訊比較流通之後，我們這些五年級生就可以找到一些絕版的音樂。譬如說我竟然能透過 Gossip 或 eDonkey，竟然找到以前絕版的音樂，這些音樂對我來說算是一種回憶，所以我專門在蒐集這種東西。新的音樂我幾乎不聽，那對我來說算是一種非常垃圾的東西。我從七零年代聽到八零年代甚至是九零年代，有時後還聽到六零年代有一些非常好的歌曲。不過我後來停了，因為版權糾紛越來越多的關係。我幾乎現在停掉了，但是我該有的都有了，對我來說我不需要去下載新的東西。我藉助這個工具，可以找到我以前想要找的。

對電影這方面，因為我弟弟是台商，他三不五時就會從大陸帶回來一些東西，這些東西情願不要看，看了那些簡直會倒胃口，不如自己翻譯更好。但是我現在是同時兼顧工作跟家庭，所以比較忙，沒有時間去看電影，如果要有娛樂的話，我會到亞藝租些片子看，至少影音品質的效果比較好。我都聽流行音樂的，以前的流行音樂，後來唱片行出懷念老歌，或懷念金曲，這方面我找了一些我要找的。

謝 (男性)：大家好，我以前 D 大資管畢業的。我接觸電腦也滿早的，我一直都使用我的電腦做滿多事情的。現在在中華電信工作，算是國防役。關於下載影音或軟體的經驗算是滿豐富的，大學時代覺得學校是保護傘，所以就會常去做很多事情。剛進大學開始就架站，因為當時並沒有 P2P 軟體，最快的方式就是去搜集軟體、音樂及電影等各式各樣的東西，跟大家互相交流，所以自己站內的東西很



快就會膨脹起來。我在大二時曾經被學校的計算機中心發信警告過，說你的流量是全校前十名，你這樣子教育部說你好像在交流不應該交流的東西，所以我大三比較收斂。到三大四之後，開始流行 P2P 的東西，從一開始的 eDonkey，到後來的 eMule，從此之後我就不需要自己去架一個站，我只要抓我想要的東西就好了。舉音樂為例，基本上我只有特別想聽的才會去買，不然像是一張 CD 裡面只有兩三首我想聽的，我大概不會花那個錢。電影的話，需要聲光效果好的影片，我會去抓有 DVD 品質的影片，其實慎選品質是可以選到夠好的，但是字幕跟翻譯不太好是真的。我看完之後會去改它的文字，改好之後就分享給同學看，等大家都看完之後我才會刪掉，不然電腦空間會不夠。軟體的話，更不用說了，因為讀資管的關係，什麼軟體都必須抓來用，所以會有一個特別的空間放軟體，大家都會去看你用哪些軟體，可以用的話都會抓下來用。現在因為在公司上班，公司都有 License。之前家裡面的作業系統是盜版的，現在換成公司的就不用怕被抓，畢竟在外面會比較擔心。後來發展到 BT，可以用來抓很多人電腦裡面共享的區塊。我常常使用 BT，一片遊戲差不多 2~3G，用 P2P 抓的大概要抓一個月，用 BT 抓的話就不一定。那我以前就去賣電腦遊戲的公司買，他會有本子讓你選，一片大概 50 元左右吧！後來大家在電腦上都有分享的東西，就自己抓遊戲來玩，因為我覺得遊戲滿貴的，除非是真的很經典的遊戲啦！不然一片要價兩三千塊，我覺得實在是受不了。

愛：謝謝大家的分享唷！我們今天的主題主要在影音光碟跟電腦軟體，遊戲跟色情光碟是不予討論的。主要關於音樂、電影、影集及電腦軟體下載，以及對著作物接觸的情形。首先我們先來談談音樂光碟的部份，你們覺得怎樣才叫做侵權行為？在你的認知裡，什麼樣叫做盜版？

梁：應該是有層次之分吧！第一個是全部的複製，譬如說是整張專輯；第二個，更嚴重一點的，是所謂的營利的行為。

愛：所以說是複製跟營利。

鄭天澤(以下簡稱天):依照法律上的定義,所謂盜版是指未經著作人的許可或授權,對其著作物予以重製、散佈及公開傳輸,傳輸指的是在網路上的上傳、下載或公開,這是法律上的定義。一般民眾,即使是我也不可能懂那麼多,但是我們今天很想知道的是,你認為呢?什麼是盜版?就你的認知裡面怎麼樣叫做盜版?親友弄了一片給你,你看裡面也沒有什麼標籤,你認為這個是盜版嗎?還是你認為沒有什麼盜版不盜版?

雄:我覺得一個人設計這個東西,做了這麼久,如果別人很容易得到它,就會有一種侵犯智慧財產權的感覺,這就是我認為的盜版。但我以前卻覺得只要自己在家裡研究,不要公開播放就可以。

愛:大家可以分享自己的想法,也不一定是自己的想法,也有可能是你觀察別人的行為所產生的想法。

黃:譬如說我沒有買那個 CD 或影音光碟,而是我親友去買的正版光碟,他把這個複製給我,我不認為這個複製片是所謂的盜版,因為我們沒有任何的營利行為,也沒有公開播放,只是一個方便而已。

謝:我覺得複製只要在一定的限制內都是許可的,複製一片還好,但複製 10 片的話,我就可能會覺得有點誇張了!或者是有人借我 CD,之後我用電腦把音樂轉出來,並且拿了其中一兩首,我會覺得我很心安理得,因為我可能喜歡其中一兩首,所以我複製了一兩首,這又不是要給別人聽!以前的概念是,我買來之後會放在我的電腦裡,我可能跟同學互相分享,只要不流出去給外面的人就好了。現在我對自己比較嚴格一點了,免得也害到別人。

梁:我記得著作權修正前,只要在一定的數量內是可以備分的,但是後來著作權法好像受到美國的壓力所以更嚴格了,才變成這種狀況,一種緩衝都沒有了。像是教科書,以前可以印一部份,現在就不是了。你自己的備份跟複製,變成比較難以界定的地方。到底怎麼認定備份跟重製呢?就 IFPI 或是一些人來講,因為他們要賺錢,所以對於電腦裡面的暫存檔,他都認為這是一種重製,這對我們 USER 來說,這是非常為難的。像上述這種狀況來說,就看他們要不要抓。所以就我自

己認為，法律上有所謂的比例原則，如果說你顯然已經超過譬如說五份以上，可能會有散佈的跡象，這樣的話才是在法律上所謂的重製、散佈。

王：我覺得自己的備份，應該是被允許的。但是散佈的部份實在是很難認定。譬如說同住的家人，或一起住在宿舍的同學，他本來就有機會接觸到我的電腦或軟體，在這裡，重製跟散佈就處於很模糊的地帶。那如果法律上就認定這樣子就算重製或散佈，對使用者並不是一個很公平的結果。我認為，只要在我的電腦上使用（影音產品），而沒有將之移轉到我同學的電腦上去，這樣子的使用就是合法的。只要沒有蓄意散佈，或沒有牽涉到營利行為的話，這應該是可以被允許的空間。

愛：所以你認為只要有限度的散佈是 OK 的！那在你來看，你能不能夠判斷非正作品（盜版品），你判斷的依據是什麼？

謝：判斷正版比較容易，假設我去正版店或專賣店買就一定是正版的。盜版的判斷就比較麻煩一點，剛才我們說那麼多盜版的定義，都只是我們心理上認定的。在法律以及廠商的觀點來看，他認為這片光碟是盜版的，那是因為他認為你沒有跟他買，但是你卻擁有，因此認為你是盜版的。

愛：你覺得你能夠有把握，有信心判斷這是否為正版還是盜版光碟的，請舉手。

愛：都沒有信心？都覺得無法判斷？可能不是很確定。那剛剛「謝」說他從正版來判斷，購買正版的來源是他判斷的依據，那各位你們是怎麼判斷？

王：看包裝上有沒有合法授權字樣，但有些包裝很精美，看起來是合法授權的，但我們沒有辦法去確定它內容是真正有授權的，我們也沒辦法去查證字號，所以說看我們只能相信他包裝上的標示。如果說看起來像是正版的，我應該主觀上就會認定取得這件商品是合法的。

愛：所以你是看到標示？

王：原則上就是要有授權，像是外國進口的，就會授權台灣的代理商。

愛：其他人有什麼想法？

天：假如你到光華商場看到一個蔡依林的 CD，三百多塊，結果到另一個地方看到卻只要一百多塊，但是你完完全全沒辦法從包裝上看到有任何破綻，它看起來就很

正常，那你會認為他是盜版嗎？你們會從價格上來判斷這是不是盜版？似乎唯一能區別的就是價錢。

謝：如果已經拆封過了，我可能會覺得那是正版的，因為用過的會比較便宜。或是出了很久的 CD，譬如說是唱片公司拿出來促銷，那只賣一半的價錢應該是合理的，像是一百五十元，但如果是五十元我就會覺得怪怪的。價錢當然是考慮的因素，可是在當下可能會想一下。產品可能是從外國帶回來的，上面也有合法標章的話，我會覺得是正版的。有些從外國帶回來的產品，不見得是可以用在國內的，或許用了也算是違法的，這點從價錢就會不一定能判斷出來。

愛：所以有價格、通路跟包裝，那你們會覺得品質會是一個線索嗎？

李：內容，盜版的曲目會比較多。

愛：像大補帖一樣！你們覺得品質有沒有差別？

李：很難判斷！

愛：現在盜版品也做的相當好！那再請教你們知道盜版品多半是從哪些管道來的？

大家：網路，很多討論區可以知道，Google 也可以查出來，網路上也可以下載。從網路上可以買得到。宣傳單、光華商場，信箱裡的電子郵件垃圾信。每天都有人在賣，光是 Server 在擋，擋都擋不住，一天就要殺掉一百多封信。

愛：所以網路算是大宗的來源，那有什麼實體通路可以讓你們接觸到盜版光碟？

歐：夜市，自己先挑，挑完之後再投錢進去就好了。可是不投錢我試過一次，拿了要走，馬上就有人追出來說「你怎麼沒投錢？」，他躲在旁邊看。台北市比較少，士林夜市有。

愛：那警察不會出現在附近嗎？

歐：警察有阿！但是他都離的滿遠的。至於商家，只要有人靠近沒有給錢的話就會出現一個小朋友過來跟你說要給錢。

梁：那是有幫派組織的，要吸收一些中輟生。

愛：那夜市或唱片行有嗎？

梁：有很多是中國大陸帶回來的，那是最大宗，一片只要台幣五塊錢！

愛：有沒有聽到從大陸帶回來被海關查？抓到的？

歐：不可能，因為我帶過，還帶很多。一般我們 DVD 包裝都是一片的，大陸的盒子比較長，我都帶整箱回來，你只要每片看起來都不太一樣，他就會以為是你買的。那邊一張不到人民幣一塊，外表包裝很精美，品質卻不 OK，可能會有咳嗽版的，但是有咳嗽版的不多啦！有些是從電影院裡面偷錄出來的，有些翻譯很爛。

梁：翻譯不好，幾乎都是簡體，有些聽不懂就乾脆不翻。

天：所以你們都有接觸到大陸那邊的盜版，像是朋友送你阿，或是請你看之類的。

歐：那邊速度比較快，那邊比台灣院線上映快一點。

李：這邊買電影原聲帶要四百多元，但是大陸的只要一兩元人民幣。重點是分不出是不是正版的，因為上面也有雷射標籤。我朋友說要送我，我覺得那是盜版的，因為太便宜了，而且裡面有兩家不同公司的專輯，一共 20 首。

愛：物美價廉阿！所以我們剛剛提到通路，可以從網路或是各種來源，那人們想要使用非正版品的動機為何？為什麼人們不買正版？

俞：便宜、快速，可能這部片還沒上映我就看過了。另外，它還可以存在電腦裡面，看完後若經過一段時間不想看了，可以刪掉，很快很容易。

愛：保存容易，處理容易。

黃：我覺得最主要是價格因素。有很多東西，十首音樂可能只有兩首能聽，我不願意付費去花錢買這八首歌，所以我就用去下載的方式。

天：那現在流行音樂大部份賣三百塊，那如果現在下降至一百多塊，你會不會去買嗎？

黃：購買意願會提高很多，但還是會看是哪一些人的專輯。

謝：一張專輯大概 10 首歌，如果說是一百多塊的話，最起碼要一半以上都能聽。我覺得現在唱片業者選歌，以及專輯製作都太隨便了，你常常都只會覺得那一兩首主打歌很棒，買了之後你會發現其他都是不能聽的。

愛：那如果是出單曲的呢？

謝：我以前常買哪種單曲的，滿方便的。

歐：其實美國在六、七零年代早就流行單曲了。

愛：相對於單曲，也有網路上免費的歌曲，不知道你們的想法如何？

謝：除非網路上的音質夠。網路上大部分抓下來都是 MP3，放網路（的音樂檔案）跟放 CD 下去聽音質差很多，因為音域不夠。

歐：可以解壓縮，音質就會好一些。

梁：如果說是發燒友的話，一定會堅持要買黑膠（唱片）。

歐：但是黑膠會刮，會沙沙叫，我認為這是機器構造的問題。現在有一些高階的廠商作的音樂聽起來甚至比你本人唱的還軟，技術提升很多。現在大家都有 MP3 或是 iPod，甚至手機也可以傳音樂。目前大家都會用到網路的東西，出來也是帶 iPod，所以廠商交給我們的應該是介面，不是一張實體的光碟。我們之前覺得買唱片是很貴的，我也覺得這是不合理的。但是我們公司的通路會播放音樂，而音樂人著作協會針對唱片問題要開始抓人了，我們就達成一個協議，要付版權公演費。有負責 source 的部份，再加上 Music 跟我們 charge 費用，我們一個月付一千多塊，什麼歌都能聽了，這跟當初的單片就差很多了！其實現在不需要壓片跟後製的東西，你只要把音樂品質控制好，不用介意儲存的工具。目前唱片的價位偏高，可能是在包裝上出了問題，許多上中下游廠商都會剝削，如果將唱片直接交到消費者手上，價格的問題就解決了。

愛：所以你建議用直銷的方式可以降低光碟的盜版行為。

歐：甚至是你覺得廣告上了之後，大家覺得好聽，去付費下載就好啦！

愛：會不會有付費後獲得光碟，之後燒錄並分送的情況發生？

黃：像 MP3 這種東西，我會先下載 MP3 先聽，我覺得值得買我就會去買，我會去看是不是有經典版或精裝版的唱片，如果值得我去買的我就會買。MP3 只是試聽用，或者是方便在外面的時候聽。光碟對我而言，還是有些意義的。

謝：就像試聽 MP3 一樣，唱片公司應該讓我們自己點選幾首想要的歌曲，之後組合成一張 CD 給我，對我來說這些音樂都是我想要的，我會願意花 300 元去買。我覺得這對唱片公司來講應該滿容易做到的，只是他們想不想去做而已，現在的機器都很方便，要處理應該滿快的。

愛：所以唱片公司並沒有站在消費者的立場去思考。

天：年齡會不會是一個因素？你們會不會覺得在你們年輕的時候，譬如說國中、高中的時候，會比較不 care 價錢，而去購買正版 CD？

愛：是不是越年輕越會想要去買正版？或是越年長越想要買？盜版的行為（買非正版的 CD 或下載）究竟跟哪些因素有關？哪些因素會使得盜版比較常見？

天：因為現在發片唱片發行後，最主要購買的族群都是國中生嘛！都是小女生，小男生。

謝：要看整個家庭的感覺，像我家親戚的小孩或是大人知道我是懂電腦的，看到新片出來就會問我「你抓不抓得到？」，因為他知道你可以，所以一定會問你抓不抓得到。如果你說不行或真的抓不到，他才會逼不得已去買正版的。大人可能克制力可能比較好，也許看一看就好，小孩子可能就會去買正版。家裡面比較沒有再用電腦的，可能就不知道這個東西網路上很容易抓得到，就算聽人家講，他也可能找不到，所以就買正版的。所以對網路熟不熟悉會影響以後你會去抓盜版的嚴重。

愛：所以跟年齡不一定有那麼大的關係？還是說比較年長的人就比較不會做這件事？

梁：我覺得是取得的人的問題，不懂電腦可能就會去買正版，懂電腦的就知道怎麼抓，所以我覺得跟年紀沒有關係。

愛：所以說科技的盛行及普及化，會助長這方面的行為，你們覺得哪些因素會助長這樣的行為？又有哪些因素可能會抑制這樣的行為？

歐：電腦這種東西，是一種趨勢，擋不住的。

王：我國中時，CD 還不是很普及，大部分都是錄音帶，高中後才會開始知道有 CD，家裡面也才有機器可以放 CD，所以說是科技是很重要的一部份。到了我上國中的時候，我哥買了一台電腦，但我還不知道什麼叫做下載。一直到上了大學才知道有下載這件事情，也才開始會上網，所以是取決於我們在那個年齡層時科技的普及率，這是接觸的媒介，我們有沒有辦法得到這些東西。

張：我覺得網路跟燒錄器也會助長盜版行為。我高中曾經買了一台燒錄器，四倍速，一萬多塊，很好用。現在燒錄器越來越便宜了，DVD 燒錄器也有了，如果要盜版，真的是太方便了。盜版根本擋不住，如果要做防盜拷，也一定有人破解。

愛：所以現在技術很普及，價格便宜。各位有沒有觀察到週遭有些人還是不會從事這樣的行為，你覺得他們有沒有受到別人的影響？

張：玩音樂的人應該很少去買盜版的！我公司有個主管是玩樂團的，他大多聽正版的！他可能覺得值得吧！將心比心。一個人做那麼久的東西，你就輕易地複製它，我覺得這是侵權的問題。

天：我們是否可以做出以下假設，曾經有過智慧創作的人，對於盜版的感受會比較深，而會讓他比較不願意做這種事情，會不會那樣？

張：就像你自己設計了一個遊戲，你想不想讓它賣錢？可是別人說你賣太貴，我覺得這是一個侵權的問題。

愛：有沒有觀察到你周圍的人基於什麼樣的因素比較不做這樣的行為？還是什麼樣的因素讓他們增加了盜版的行為，除了技術跟取得便利以外？有無助長或削弱的因素？

歐：我是在某公司工作的（美語教材），如果我賣太貴的話，別人想跟我 copy，我不會給他 copy。一方面 CD 太多片了，另外要有工具才可以。有 CD 有書，沒有工具也沒辦法，要完全複製這些東西太難了。

天：教育會不會影響？

謝：教育不會，這應該是個性的問題。我身邊有人很怕違反著作權法，擔心被抓，他覺得很危險，就真的不會去用。有些音樂人可能不會盜版音樂，但是會盜版軟體。另外，還有環境跟數位版權越做越機密，個人要複製太困難了，所以就會放棄。在台灣不知道可不可以複製音樂？在國外，你就可以買了一張正版的然後複製起來保存，台灣好像就不行，這樣大家就會比較不想買正版品。

梁：舉瑪丹娜最近的專輯為例，Sony Music 為了保護它的權利，就說一旦你將專輯放進電腦裡，就會引發電腦當機，這樣做太過份了，後來就被罵得很慘。Sony Music



為了要保護自己的產權，而造成使用者的不便跟傷害。因此，如何取得平衡是很重要的。

謝：我覺得外國人不太相信台灣人不會盜版，因此不允許我們複製，規定我們連電腦裡都不能有暫存檔，但是卻覺得自己國內這方面的教育不錯，所以複製也沒關係。

愛：所以說教育也是一部分的因素。接下來我們來談談電腦軟體的部份，你們覺得怎樣叫做侵權、盜版，以及複製及重製？那一種行為算是非正版的的使用？

謝：電腦軟體比較容易區分，因為電腦軟體都有授權碼，通常都會限制兩到三台電腦使用，所以電腦軟體的侵權比比 CD 的更容易定義。如果超過第四台的話，我就會覺得我是多灌的。但有的軟體只限放在一個電腦中，我會覺得太過火了，因為有的人有桌上電腦，有 Notebook，有的也可以灌到 PDA。我認為只要有授權碼，應該就不算盜版。

天：朋友買了一個軟體，如果說你可以用在三台電腦，但把軟體給另一個朋友灌在他的電腦，那這樣算不算違法？

謝：我心裡感覺是不算。他有規定只能給自己的或直系親屬的人用。但你如果拿給別人用，在數量限制中應該還好吧！要看授權碼。但現在有很多電腦軟體授權碼跟序號在網路上都找得到，只是能用幾次的問題。

黃：像是最近微軟有在驗證，如果你更新完後，會顯示「你用的是盜版的」。雖然有黑名單紀錄，但僅是一個程式，可以到 IE 上把他停掉。

愛：電腦公司應該可以判斷盜版吧？但一般消費者本身能不能判斷？

謝：到網路上去抓就自然知道這是盜版的，如果說是自己去買的，授權碼理論上是很難複製的。

愛：如果在一般商店買的，就不知道是否得到授權，自己就要多注意了。

謝：以前電腦公司會讓授權碼重複使用，也是用隨機版附給你。現在技術上如果要做反盜版、防盜拷的限制，其實已經可以做的很好了，使用者必須通過軟體的認證，且隔一段時間後還需重新驗證。理論上電腦軟體的盜版會比音樂 CD 的盜版少許多，因為很容易被抓到。

愛：還有沒有哪些原因會讓人們無法察覺到自己使用的是非正版？

謝：對電腦不常接觸的人，會很容易相信別人說這是正版的，就拿去灌。一般人不會想太多，但真正知道狀況的人就知道，每套軟體都需要有一個授權碼。

愛：從學校或公司帶正版軟體光碟回家，可以嗎？

謝：應該有區域上的限制吧！有區域使用防偽。應該有限制這個 IP ( Domain ) 的人使用，譬如說有授權給政大的學生、教職員等，但是就不能帶回家，帶回家就是違法的。所以有授權給區域的，也有授權給人的。

歐：電腦軟體的部分若要符合社會的價值，應該是要等到服務完整才收錢。

謝：使用電腦軟體的概念是，賣給你一次，可以無限制的使用。像防毒軟體就可以每個月買一次授權碼，一個月防毒一次，可以等到使用完了再付費。一開始的概念是自由心證，但是後來盜版真的是太嚴重了。電腦軟體實在太貴了，以前一套作業系統要上萬塊，實在是太誇張了，現在個人版的作業系統也要七八千塊，算是比較合理的。有些同質性的軟體，像是繪圖軟體會比較貴的話，通常是加在安全機制的收費上。便宜一點的軟體，功能其實差一點。

愛：還有沒有其他人們使用非正版軟體的因素？

謝：有些軟體使用次數並不多。有的時候只是臨時想用，可能今天用然後一整個月都不會再用，尤其是繪圖軟體，所以不會想要買正版。還有版本的問題，像是今年五月出了 Photoshop 7，隔年 2 月就出 Photoshop 8，仔細比對之下，功能並沒有差太多，真令人錯愕。如果有產生營利的時候再收高一點的費用，應該比較合理。

愛：所以只 charge 版本更新的部份算是 OK？

大家：現在有些都這樣做了。

愛：關於網路下載的部份，有哪些網路下載的方式，用哪些軟體，去哪些網站？BT、eDonkey、eMule、MxIE…還有哪些常用的？

謝：其實這都是 P2P 的軟體，只要有會寫程式的人，可以寫很多類似的功能。用 BT 的軟體很多，都是用同一個概念作的，只要有序號碼，就可以抓到所有人的，只是軟體寫的好壞而已。大家覺得好，就會互相傳來傳去，那麼這個軟體就會有名

了，所以大家到最後都會用同一套軟體，寫得好的話大家就比較常用。

愛：還有什麼網站或平台嗎？

歐：ezPeer、還有大陸的論壇，很多論壇都是給種子，讓我們可以去下載，有的論壇檔案比較小，用 IE 或 FTP 的機制下載就好，檔案大的話要用 P2P 分享的方式下載會比較快。

謝：eMule 可以幫你搜尋到你想要的東西，只要鍵入關鍵字就可以找到東西。可是 BT 的話，就必須先找到論壇，論壇裡面有人提供種子，你才可以下載。BT 速度快太多了，現在用 FTP 比較少了，因為這也受限於要認識的人才可以連到此 FTP 站。

歐：MxIE 也很好用，就是 BT，可是它是用 eMule 的方式做的。MxIE 比較快。

王：還可以選擇檔案格式 (文件或影音)，也告訴你預計多久可以下載完畢，也告訴你多少人在使用，檔案越大的下載越快，介面有點像 Google。

梁：BT 也可以用 Google，打電影的名字後，空一格再打 BT 就會出現很多。

愛：有沒有一些比較私人的網站？

張：天馬音樂網，愛寶，下載 DSL (一種傳輸方式)。

愛：那現在 FTP 算是越來越少了

謝：FTP 現在就越來越少見，是一種朋友之間的傳輸方式，但是 FTP 沒辦法搜尋檔案，只限於兩個人之間分享的比較多。FTP 最多的地方是在大學校園內部，而 FTP 站最需要投資的是硬碟設備，現在硬碟的價格比起以前都便宜很多了。學校網路實在是太好用了，而且學校有個很好玩的規定，校內盜版的東西流來流去都沒關係，只要不要流到外面就好，只要不出那個點，外面看不到，學校就不會管。校園內的量甚至可能癱瘓宿舍網路，但是計中都不會管，但是學校網管會做一些限制流量的動作。

愛：架 FTP 的人都有什麼樣的想法？會不會覺得有成就感，覺得因此被尊重的感覺，會不會人際關係會不會有所不同？或是被感覺被需要？

大家：不會啊！

謝：因為其實大部分的人都會弄 FTP，只是因為大家有共同需要，所以會去跟各個學校探聽。在學校裡面真的很安全，因為有人要來查的話，會被先通知。自從成大事件後，學生們就更安全了，因為會先被通知到。

愛：學校通常怎麼限制？從流量發現到可能有這樣的行為？

梁：鎖 IP，一週都不能用啊，但是多弄幾個 IP 就好了。或是可以降速度。

黃：台灣大學現在會鎖網路卡。

謝：網路卡可以改卡號。計中知道你換了，會把你當作另一個人，所以沒差。

愛：請問公司或社區有沒有什麼管制？

王：公家機關都不行，因為都會做清查，公司內部資管部門也會做這方面的控管。像是法院，只有法官、書記官等可以使用正版的 Office，但是法官助理都沒有正版的軟體。法官助理只能用漢書，因為沒錢，只有特定的人才有權使用。

張：公司的話很少管，幾乎只要看流量。有的是會設個人的控管，設 IP。大公司的話，有的就讓你在裡面用，但是出去後看不到。但有些公司會強制限制你只能用這些軟體。跟公司大小跟特色有關，如果真的要管有兩種，一是每台電腦都設定使用權限，另外一種是流量管制及速度監控。公司沒授權的軟體拿到在外面去，只要不流出去也是查不到的。

愛：你認為需不需要保護智慧財產權？為什麼？如果不需要保護的話，你的理由是什麼？

天：智慧財產權的定義滿廣的，人只要想一些東西、寫一些東西，對你而言都叫做智慧財產權，但我們現在談的是指一些比較明確的，特別是要拿來販售的，以營利為的目的的音樂 CD、影音光碟等等。

梁：智慧財產權本來就應該受到保護，但不應該二分法。但是該如何取得平衡呢？我認為不應該只是為了利益團體而保護智慧財產權，這樣有點像是政治角力，應該也要配合消費者習慣，做使用上的合理規範。

俞：應該需要保護的，譬如說音樂或電影都是每個人的創意，要是沒有保護的話，如果我今天有個想法，要拍個電影，但是大家都不付費，也不去電影院，可能我下

一次就不想拍了。盜版就是扼殺創意，只是說看你要怎麼保護。像是軟體好了，真的需要用到很多很強烈的安全機制嗎？那真的很麻煩，不但要花錢，還要連線到網路上去偵測。那我乾脆上網找盜版好了，因為盜版全都被破解掉了。我得付那麼高的費用，卻也得負擔一部分的麻煩，這樣子來說似乎很不合理。

李：我有朋友做音樂，他放在網路上，放上去第二天就有人下載。他雖然一方面希望多點人聽到，但一方面就在害怕說，一旦被人家拿去，就會變成別人的東西。其實也滿難去保護的。

愛：保護就是一種平衡的問題，如何不侵犯到人們使用的限制又要保護智慧財產權，平衡點應該如何設定才會比較洽當？

歐：我覺得智慧財產權是需要得到保護的，因為智慧是所有人類共同努力的結果。但是作詞作曲者，有付錢給發明五線譜的人嗎？工業化的結果你所付出的努力，對於人類只是一小部份而已。所以每個人有取捨，把錢花在刀口上會比較好。坦白說，這部份應該要符合時代，我要的只是那個內容，不想要其他多餘的東西。

黃：現在製作財產保護的並不是創作者本身，而是牟利的公司。

愛：你覺得現在製作財產的保護，有越來越嚴重嗎？

歐：一開始盜版最嚴重是日本，後來都是台灣，現在到大陸，我覺得這是到達文明的一個階段，像是現在北部人不會插隊，插隊的都是南部人。

梁：我有個朋友是保安大隊的大隊長，他們績效滿好的。我不認為台灣侵權有多嚴重，當然不能跟大陸比啦。尤其台灣是因為政治的因素才這麼做，因為政府壓力大。

謝：現在應該是比較不嚴重，因為現在經濟狀況比較好。比起其他產品來說，這給年來 CD 的價格變化很小，因此以這個價格，你會發現買 CD 的人變多了。很多人賺到錢比較多了，就會想要去買，當然有些小孩或是大學生為了省錢，會去盜版，但是現在買正版的成年人比較多了。

愛：請問有什麼樣的行為，會讓侵權行為減少？

謝：因為現在很多賣東西的人，都會怕你有侵權行為，所以不如降一點價格，讓你去買，像是現在軟體就有這樣的狀況，現在有分學生版、家庭版，以前的話都是類

似商用版的，那學生或是家裡覺得可以，與其怕被抓盜版，不如就去買。

愛：你們觀察到智慧財產權的推廣活動在哪裡呢？

王：網路、廣告。

李：電影院，很有震撼感。

黃：捷運廣告。

梁：社會版的案例，真正的有很大的遏阻效果。

歐：BSA 直接到公司裡面來查。

張：我以前在某電腦公司，因為所有軟體幾乎都是盜版，他們來查的時候，根本不能睡。

王：1992 年有清查過一次，可能因為美國的壓力吧！所以公家機關都不能夠使用了。

愛：你覺得要在適當的保護下，什麼樣的機制最有效？

王：價錢機制最有效。

愛：你覺得除了廠商以外，還有哪些機構需要一起參與？

梁：我覺得還是法律層面。

黃：消費者、廠商，還有製作人。創作的成本很高，但重製的成本很低，如果我們從科技方面來下手，將重製成本提高的話，也可以有幫助。

歐：應該像是水電一樣，大家都可以使用，就提供付錢機制，不用每個人付那麼多錢，但是就可以共享這樣的東西。

愛：各位覺得「第三者協商機制」，會否廣泛被採用？

黃：對於公家機關、學校、公司等團體應該可以，但是對於個人，可能比較沒辦法。

歐：第三者可以像是第四台系統一樣，他不是業者，也不是消費者，透過服務消費者而得到利潤，這樣它是公立的。

王：像是公益團體吧！畢竟權利人也有權利人的立場。

愛：學校算不算第三者的立場？

大家：不太算。

愛：另外有一種就是月租費的方式，你覺得有什麼困難？

謝：KKBOX 不算是把音樂放在你電腦裡，而是把你的紀錄放進去。像是雅虎，一個月內可以無限聽。還有一種機制是，你可以放到 MP3 可以聽，但是無法放到電腦聽。

謝：月租費的形式，要看什麼東西，有些經典的可以。但作業系統你天天都要用，如果你下個月忘了繳錢，就完了。但是像是 Word 就可能可以。

愛：配合「來源的註明」如何？

梁：這牽涉到非營利，學術之類的東西，但是牽涉到營利的關係就比較不好。

愛：ezPeer 跟 Kuro 被判決的結果都不一樣。ezPeer 形式上無責，民事上還在上訴，但是 Kuro 卻被判侵權，你覺得怎麼樣？

梁：美國有個例子，一開始勝訴，大家就很放心用，但是後來又敗訴。到底消費者該怎麼辦？如果他們提供一個平台，消費者付費會比較合法，但是抓又抓那個消費者，會比較不好。至於提供平台的部份，我認為太複雜了。

黃：Kuro 跟消費者之間的契約很清楚，可以，但是問題在於 Kuro 應該要把一些權利金給創作者，畢竟消費者已經付費了，消費者不應被罰，而是平台應該要付很大的責任。

愛：如果 Kuro 說「我只是提供平台，侵權的是消費者，所以不應該罰我」，你們認同嗎？

梁：我不認同。

歐：Kuro 當初廣告不是這樣打的，會造成消費者錯覺。

梁：但是 KKBOX 是有付廠商權利金的。

## 二、午場訪談

(一) 時間：95 年 4 月 29 日 (星期六)，下午 14：00～16：00。

(二) 地點：政治大學公企中心。

(三) 目的：

為確保本專案問卷內容之完整性以及適用性，故廣納各界意見（午場訪談對象為大學部二～四年級學生，分別來自資訊（含電機）、商管、法律、社會科學及建築與設計學群），用以修訂以及新增問卷問項。

(四) 主持人：

鄭天澤 國立政治大學統計學系副教授

張愛華 國立政治大學企業管理學系副教授

(五) 討論重點：

1. 消費者對於影音及電腦軟體盜版行為的認知。
2. 網路下載的行為。
3. 對智慧財產權的認知及態度。

(六) 座談會討論內容：為保障發言人權益，以下均以代號表示該發言人

張愛華（以下簡稱愛）：敝姓張，張愛華，五十左右，一個老公，兩個小孩都滿大的，青少年以上。我的工作主要是教授企業管理及行銷，我很喜歡了解消費者的想法及購買的理由，喜歡做調查及跟大眾接觸。我個人喜歡聽音樂，也會上網（我自己不會下載），我自己也會去買一些唱片，或接受別人的贈送。看電影比較少，但偶爾也會去，大都是租一些錄影帶回家看。上網的話，每天平均兩小時左右，主要是工作所需及接受一些生活資訊。

鄭天澤（以下簡稱天）：我叫鄭天澤，我在政大統計系教書，主要是教統計方面的東西。有關音樂電影我個人也滿喜歡。就我的觀點，因為作了這個反盜版計畫後，所以我一定教我的小孩不可以買盜版的東西。不過我們今天講這個東西應該沒有這個問題。那張老師剛剛也講到，因為我經常在作一些調查，一些盜版的東西，所以在跟同學或同事交談的時候經常會問他們是否有在用這些盜版的東西，就這樣，謝謝。



愛：好，那我們從哪邊開始？從這邊好了！

林 (男性)：我是國立 A 大學法律三年級的學生，台北人，住在台北所以沒有住宿舍，雖然滿想住看看聽說很好玩。家裡的網路跟學校的網路不一樣，在宿舍的話就是抓 BT 或是很多下載的東西，一秒鐘可以飆到 500 K 至 600K，甚至是 1MB 以上，家裡是 ADSL 所以比較少在家抓 FTP 的東西。在學校，我是法律服務社，我們有社辦，我們的社辦比較特別，有自己專屬的空間，也有兩台自己的電腦，所以平常都是在那邊抓 BT，一開始不太會用，沒有設定上傳的限制，所以常常被鎖卡，因為是特殊的單位，所以被鎖卡也不知道該找誰，後來是透過助教，用法律系的名義去開的，現在已經學聰明的，會設一個上限。

社團大部分是女生，所以抓很多連續劇、港劇、電影之類的，抓了之後考完試大家就一起看電影。音樂的話，國中還會買 CD，因為當時沒什麼盜版，網路也不盛行，MP3 也才剛出，我到國二才買電腦，也不知道怎麼上網抓 MP3，所以國中都是有 CD 出來就去買，算算正版 CD 也買了三十幾片了，高中才開始有網路。

電影的話，我個人比較喜歡去電影院看，電影院的感覺跟平常不太一樣，而且跟大家一起看的感覺也比較好，雖然現在也有抓電影，但其實有時候抓了也不太會看，還是喜歡正版 DVD 的感覺，畫質比較好，前後還有開場及附錄，謝謝！

琪 (女性)：我現在是企管系一年級，台南人，所以一直都住宿舍，住了快一年，住在宿舍有網路芳鄰芳可以用。若以一般聽音樂來說的話，我國高中時有 Kuro，就會上網抓，那時候是免費的，就會用 Kuro 一首一首歌抓，但比較麻煩。那時候也會買喜歡的歌手的 CD，大學之後就不太買 CD，因為網芳很方便，所以就沒有買。高中也有燒光碟，但當時沒有很普遍，大家都以買正版為主。上了大學就真的比較少人買，除了網芳之外，還有別人抓好給我的，不然就是 FTP。

電影的話，高中還是會去電影院看，因為台南沒什麼二輪片，也沒什麼光碟可以看，不然就會租 DVD 來看，上了大學還是會去電影院或二輪片，電腦還

是會抓電影，但是螢幕很小阿，所以很少會用電腦看電影，所以電影來說還是以電影院為主。

張 (男性)：某私立 D 大學法律系大二，在國中以前想要盜版也找不到門路，所以我都是一個很純潔的人，到了國中網路開始流行，但以當時 33.6 K 頂多 50 K 的狀況下，就算我想抓也抓不下來，而且當時網路是以分計費的，所以在國中時期，雖然對盜版的知識有所增長，但還是無法從我家擷取我需要的資訊。我家在台中，所以我也只能到光華商場之類的地方接觸盜版的資訊。到了高中的時候，ADSL 開始流行，我很喜歡上網，因為網路上可以找到很多資訊，做功課的時候，也很多人可以提供你寫作的方向，高中時候開始接觸 FTP 的東西，例如同學的哥哥姊姊在大學，就用 FTP 把資源分享出來，所以我在高中，還是用 FTP 抓檔會比較快速，同時當時台灣的盜版也比較猖獗，所以我可以在台灣本土的網路內找到我要的盜版資訊，甚至有人就把學校 FTP post 出來如果是在某些網頁空間裡。

但是漸漸到了大學，我知道台灣盜版抓得非常厲害，變成我沒辦法在台灣的網路範圍找到我想要的東西，因為這些人不是被抓了，就是網頁被砍了，才知道原來在 301 的包袱之下，台灣是這麼認真做這件事情，正想糟糕了，怎麼辦，剛好大陸正開始流行盜版，所以大學同學有什麼資訊幾乎都是從大陸網站 follow 過來的。因為宿舍根本不夠，所以我是住在外面的，我們學校比較特別的一點是，就算住在宿舍裡，學校因為種種考量，根本沒有宿網這種東西，所以我們學校成為中華電信 8M 的強力促銷點，我身邊的同學幾乎都是辦 8M 的網路然後上網狂抓 BT，BT 的主要種子來源或資訊來源大部分還是從大陸來。但台灣人漸漸學聰明了，知道韓國的 ClubBox 有空間，我們把檔案上傳到韓國的伺服器，然後有個小空間去那邊抓，所以這是除了 BT 之外的另一個管道。BT 是我們主要大宗，當不特別擁擠的時候，BT 可以抓到的東西比較多，這是我現在接觸到的盜版環境。

梁 (男性)：我是台南人，國立 B 大學會計二年級，我也是住宿，因為宿網很快。我從高中開始聽音樂，高中也是買很多，但因為我聽的音樂類型不是很多人在聽的，我聽的比較像是 HIP HOP 那種。高中有一群好朋友會互相燒片，買來然後交流，因為當時台灣市場沒有代理很多進來，所以高中就是有限的資源在交流。

大學就用宿網在交流，我都用驢子，驢子比較方便就是你打什麼上去，他就幫你搜尋，搜尋很多點，你可以直接抓。在台北你要買比較特別的 CD 就是要到特別的唱片行請他們幫你帶，一張都是五百到七百元，基於經濟的考量，還是用抓的。高中時候是大家燒片，到大學就是架 FTP 大家抓。電影方面，我比較不常看，除非是跟同學約去電影院看，或是比較想看的才會從網路上抓，而且比較沒市場性的電影台灣沒播，需要靠網路來抓。

王 (男性)：我使用電腦網路抓盜版比較長，我 29 了，25 才開始念大學，我是國立 B 大學經濟四，我是中壢人，現在住宿舍，從高中就住在台北，高中時，大概十二年前，台灣流行大補帖，我同學就在賣大補帖，那時候沒有燒錄機，早期的網路是用撥接式的 BBS，跟現在不太一樣，用終端機連到對方連線裡面去一對一的溝通，我們直接聯絡到盤商那裡，然後直接下載清單，再用清單點貨，拿去台北工專那裡賣，我是沒有在賣，只是跟著用，我覺得賣好像有點過份。

後來到我當兵退伍之後，台灣第一批辦 ADSL 我就去辦，因為頻寬還是不太夠，所以下載還是以 FTP 為主，因為 FTP 可以下載和上傳，下載 FTP 主要是下載小短片或是 MP3，太大的電影可能要下一天一夜，上了大學之後頻寬夠了，但是硬碟不夠了，我串聯了十幾個硬碟加三台電腦直接架了一個大站，變成什麼軟體都用，FTP、Kuro、Napster、eMule、eDonkey、BT、ClubBox 到專門抓日本東西的 Winny 或 Share 我都用過，看不同情況用不同東西，如果是要跟朋友分享我就開 FTP Server 給大家用，向如果是住外面的我就直接拿 CDRW 燒給他們，看完再還我，不過我都沒有營利啦。

如果抓日本的東西，用 Share 或 Winny 比較方便，因為 eMule，BT 都抓不太到，日本人還蠻排外的，他們非日文的東西不太使用，如果是抓短期新上的

電影，我不太抓，因為我蠻挑畫質的，盜版有分等級，TCTA，DVD-Screener (DVDscr) 或是 DVD Record，我大概只會抓 DVD Record 以上，我大概只抓美國影集，因為美國影集台灣比較不買版權，或是買版權時已經播了好幾季了，所以我就是美國當天播，當天我就可以抓到，隔一天大陸那邊就可以下載。還會抓一些日本的卡通，像是海賊王，火影忍者，這方面大家都會弄成影片檔下載，我還會抓一些漫畫，透過私人掃圖，我再下載，音樂我比較少抓，大概都抓一些原聲帶，或者是一些歌舞劇比較像原聲帶的，一般的流行歌曲 MP3 我比較少在抓。

蘇 (男性)：我現在是國立 E 大學電機系大二，基隆人，現在住清大宿舍，那我用盜版的軟體經驗大概是從國中開始，國中開始是使用 EDP 的，因為那時候是免費的，所以只要打進去就搜尋就可以下載覺得很方便，但是到了高中的時候因為 EDP 就開始收費就比較少用，所以高中的時候我會去買 CD，電影也都會去看，所以高中用盜版還比較少用，到了大學之後，學校網路內的速度很快，也因為學術網路的東西，而且大家都會用，同學只要有什麼新的電影和音樂都會互相傳來傳去，因為有開 FTP，都很方便，那我個人最常使用的應該是 BT 跟驢子吧，我覺得 BT 跟驢子的好處就是種子都是大陸提供的，在台灣提供的人很少，可是大陸作的人很多，如果有新的電影或音樂馬上就會同時就會出來，所以在 BBS 上面或論壇上看到就可以馬上下載，我覺得我有些還是會去買，像是我喜歡的歌手，或是電影有我比較喜歡的演員我就會去買，可是大部分還是用下載的，上大學之後比較少去買一些正版的。

楊 (男性)：我目前就讀國立 B 大學資工系四年級，家住台中，所以現在住在學校宿舍，盜版的經驗大概從國小開始，國小大概二三年級吧，我爸有時候要用一些電腦的東西，但是對電腦不太行，所以我爸就會去買大補帖，當時一片大概賣八百塊這樣子，所以當時主要就是用一些電腦軟體，以前的一些 overcamp 我自己的話是買遊戲之類的，因為當時遊戲很小，所以一片就可以裝很多的遊戲這樣。到了國中家裡還是撥接，當時網路上可以抓得東西其實蠻少的，大部分官方網站有

東西可以抓就抓下來，大部分是歌或是電腦軟體來使用，十幾 MB 就要抓非常久，高中的時候，有燒錄機的人很少，我買了一台燒錄機，當時班上有人買音樂 CD 想要的我就會燒給他們，收些工本費，燒錄機的錢很快就可以賺回來了，覺得好聽的就燒下來備份，或是遊戲，當時遊戲的帳號其實還很少，通常燒下來就可以用了。

到了大學以後，因為 B 大的網路大概是台灣大專院校裡面最方便的，而且像以前的話，像 BT 一些都沒有擋，說要查流量也都沒有查，他會給你一封警告信，但大家還是會用，不過我接觸 P2P 軟體的時間比較晚，到大學才使用，大部分會用的是 FTP，FTP 的話，也是上大學才接觸的，不過 FTP 很方便，速度也很快，同學不會的話我會教他們用，多一個人以後有什麼東西都可以一起分享。音樂 CD 的話我從小都是聽廣播沒有買過，音樂 CD 幾乎都用抓的，我聽的範圍很廣，從一般的流行歌曲到古典音樂，搖滾樂，然後漫畫跟...

柯 (女性)：國立 C 大學建築系，因為國中的時候那時候還是數據機連線，所以有關音樂都是去買音樂光碟，但是從高中開始有盜版，在街頭上可以看到一片大概 150 元，我也會去買，後來經由同學介紹我開始用 EDP，因為那時候 EDP 還是免收費，我就會去下載，因為那時候是單首歌下載，還要去雅虎的音樂首頁搜尋專輯曲目是什麼，才能一首一首下載然後編號什麼的，然後就假裝我有一張專輯這樣，然後後來發現，有人專門用 HiNet 的空間，每個人有 100MB 的空間，他會向各個使用者去搜集空間，然後將東西分享給大家，所以那時候還蠻流行從 HiNet 空間去下載藝人的專輯，讓我蠻常去使用的，然後後來好像都不見了，或是轉到國外之類的都看不到了。上大學之後就使用 FTP，因為那時候住宿舍，學校流量有限制，好像是 800MB，大概一個晚上就會超過了，認識新同學就會問他有沒有 FTP，如果他有就跟他要，然後就抓啊，因為校內抓很快，然後現在搬到外面，是用 ADSL 是 8MB 上傳的，可是 BT 只要一有人抓大家都會知道，因為網路幾乎呈現癱瘓的狀態，然後 BT 抓一部電影大概需要 2~3GB 的空間，所以如果硬碟空間不夠的話抓兩三部電影硬碟就差不多要爆掉了，所以現在都不

太抓電影，像音樂的話，音樂因為喜歡地是非主流的，在網路上比較少分享可以下載，所以還是會購買正版的，大概就是這樣。

愛：謝謝各位同學跟我們分享經驗，那我們大概會有幾個主題，首先就從影音的光碟非正版的流行的接觸來談起，接下來是電腦軟體非正版的接觸，後面我們再討論有關網路下載的這些管道再交流一下，最後我們再以智慧財產權的一些觀點來交換一下意見。

愛：那首先我想請教各位你們認為什麼叫做盜版？就實體音樂或電影的光碟，你認為怎樣叫做盜版的行為？在你們的認知裡面。

林：沒有著作權的同意應該就算盜版。

張：未經著作權或權利所有人的授權之下所進行的傳播行為我覺得就是一種盜版的型態。

琪：不管是音樂或電影，只要不是發行者販賣就算盜版的行為。

梁：像狹義來看，我覺得盜版的話是未經財產所有人的同意就把它拿過來用或者是賣出去，那廣義的話就像他們說的，就是未經同意就拿來使用的就算。

琪：因為在法律上來看，自用不算，自用是 OK 的。

王：下載就是盜版的行為，所以我下載使用的時候還蠻心虛的，所以不敢很囂張。

張：所以我會用各式各樣的軟體來封鎖我的資訊外流，避免任何危險，讓我來補充一點，我一直認為像著作權法在講盜版這種東西的時候，我覺得在他的立法立場是站在大公司或是唱片製作人方面，像剛剛講到是我們自己重製就是一種 COPY 可是實際在用的只有我們一個版權在使用，基本上是不犯法的，但是基本上這樣是沒有錯的，可是我覺得在實際客觀來講這種期待可能性其實非常低。就像剛剛說的我們是好朋友或是男女朋友，不用再買了，我們兩個人用一份就好了，像這樣的狀況是非常容易產生的，但就這樣的期待可能性我覺得稍微低了一點。

楊：像有時候在餐廳他們播放的音樂 CD 給其他人聽到不就也是侵占到智慧財產權了嗎？

蘇：其實我自己也覺得很奇怪，像電視上的節目，像以前是用錄影帶嘛，我們會用錄影帶錄下來給別人看，那我不曉得因為那是電視公司跟節目買版權，那我們錄下來給親朋好友看，這樣不會牽涉到盜版嘛？因為如果照剛剛的前提來講的話，這樣應該也算啊！那是電視公司跟節目買版權，那我們自己錄下來給別人看這樣理論上也算。那自己看不算吧！

柯：現在在網路上下載它會說僅供試用到幾月幾號，而且像我們現在下載電影應該看一看就會刪掉了，不刪掉就很占空間。

愛：所以你們是認為視聽是暫時性重製 所以不算盜版？

蘇：對，但是那個 24 小時之內就可能已經傳給第二個人，雖然我們看完會刪掉，但是在那之前可以已經傳給第二個人了。

愛：那我就來說明一下著作財產權的定義，在著作權的領域裡面，侵權行為是指未經權利人許可或授權便對其著作物品進行重製、散佈、公開傳輸，就是指在網路上的上傳或下載或傳輸、公開播送、公開上映、公開演出、公開展示、出租或改售的行為，那麼這就是侵權行為。那盜版行為是指重製或散佈的版本與原始著作物完全一致或雷同，那麼至於是否故意或過失者，在所不問。

愛：就影音盜版光碟，在你們觀察裡面，有哪些管道可以獲得，然後你們容不容易判斷他是否是正版或是盜版？

楊：其實在夜市或光華商場都可以買得到，其實是不是盜版其實從價格就可以看出來了，而且正版都會有版權所有書的證明，另外一種主要獲得管道就是跟同學借，跟認識的人借這樣，因為現在燒錄機其實都很方便，所以要重製是非常簡單的。

蘇：還有宅配到府的，回到家裡那個信箱裡面會有型錄，然後把你要的號碼告訴他，他就會宅配到府，再把錢給他，這也是一種管道。現在還有。

柯：還可以從光碟背面來判斷，正版光碟的背面會有 IFPI，那盜版的就沒有。

林：價錢有時候其實有點難說，市面上會有贗貨，為了脫手還是怎樣，或是某些管道，他為了要脫手，會把價錢壓的很低，但是其實他賣的是正版。或是一些小店或是其他特殊的管道可以用很低的價錢買到，他們可能是未經正版授權販賣。

王：那就是水貨。

琪：從包裝，像路邊一百塊的那種，它還是一樣的東西，但是就是包裝的比較粗糙，上面就不會印一些證明什麼的，也很模糊。

愛：所以如果包裝很模糊，不清楚，粗糙品質，但是包裝精美的就是正版的嗎？

王：CD 品質有差，不同的壓片機壓出來的品質不一樣，它的紋路都會不一樣，燒片的紋路也都不一樣，燒片的你會看出來燒到哪裡 close，如果是壓片機的話他不會，CD 盜版商的壓片機通常比較便宜，半年、一年內就可以看出來那個紋路凹凹凸凸。

楊：盜版商壓片機有些是紋路會凹凹凸凸，拿到的時候就那樣，可是有些要擺久了才看的出來。

王：你透光多多少少還是看的出來。

林：現在如果是以品質上來比較的話，如果盜版品質比正版的好，那正版應該要檢討才對。

愛：那你有看到這樣的情形嗎？

梁：目前是還沒有，但假如真有一天有這種狀況出來的話，那盜版的品質會比正版的好，那大家屏除掉道德上的良心，我想大家也會覺得說我想用同樣的錢去買品質更好的盜版吧！我覺得有一天很有可能會出現，當盜版的市場彼此在競爭的狀況之下。

愛：如果說正版它的成本在相對之下比較高，因為它有所謂的著作權，製作有權利金要給，所以包裝一樣精美，他賣的還是比較貴。還有什麼感覺或是判斷標準？

王：其實盜版的品質，像我現在所看到的，其包裝都正版差很多 假如你做得很精美，但你會聽到他找別人來錄音樂，並不是原唱歌手，這也是一種買盜版的風險。

愛：就是說你買盜版是想聽某個歌手的歌，結果是請別人來唱。

天：一樣的歌。

愛：還有沒有什麼，我們剛剛講到價格、包裝、品質、通路等等。

天：到唱片行你們會覺得你們買的一定是正作品嗎？會不會這樣覺得？



王：沒有，唱片行早期在賣日本唱片都是盜版，都沒有買版權，全部都是盜版。

愛：那現在呢？

王：現在有，盜版都退出了只剩下幾家還在賣。之前 A、B 之類的全部都是盜版的。

張：現在如果關於是在一般的唱片行裡面的話，扣除玫瑰，大眾那一類的，那我為什麼不舉光南呢？因為在光南少部分的地方還是可以找到那種日劇的片，因為日劇他目前並沒有所謂的由日本人直接授權台灣來發行的正式版本，大部分都是人家日本人在看電視的時候錄下來 因為日本他們非常的好 他們都是用那種 HDTV 的畫質，到台灣就等於是 DVD 的畫質，所以錄下來就拿到台灣直接賣，而且一套還不便宜喔！搞不好兩套就要五百塊 DVD 的畫質。而且我還會在唱片行看到這一類的產品，那這一類的產品是因為沒有真正的正版可以讓消費者辨別，在台灣那些日劇根本沒有正版的可以跟他們的盜版比較，所以第一個，台灣消費者沒有選擇 第二個，台灣消費者無從比較，所以唱片行也苟且偷生，反正也沒人來抓沒人來告，那就繼續賣啊！

愛：你們來自台灣各地啊，以實體通路來講，不是指網路，電話電視這些，有哪些地區是賣盜版很多的地方？

王：中壢路邊就有在賣。

張：台中的一中街。一中街旁邊的電子商場， 然後逢甲夜市也有商場。

琪：台南北門路阿，或是一些小吃店也會賣一些盜版的東西。

蘇：夜市，像基隆的夜市，我有親戚住三重，我們去逛三合夜市也是，我覺得夜市就是一個很大的銷路來源。

愛：那夜市就是在店面嗎？

王：路邊攤有小垃圾桶那種，要買就自己投錢，外面有一個小流氓在顧。

愛：那你們在買的時候會不會怕風險？怕被抓？還是警察抓不到？

王：警察不會抓，我看過警察直接跟店面收錢。

愛：我想我們都有接觸過非正版的情形，基於哪些情形你會不買正版？除了剛才我們提到的價格以外，還有什麼原因？

王：速度。

琪：因為有時候歌手出專輯，我只喜歡其中的一兩首，那我只想要那兩首歌我就不會想買正版，就覺得能在網路上抓下來就好。

蘇：還有品質，有些盜版品質雖然比較差，但是網路上流傳的其實品質跟 DVD 不會差很多，如果像是這種盜版商燒出來的品質雖然比較差，但是在價格上相對來說比較便宜，可以犧牲一點品質沒關係！

楊：其實像是影音產品它們都是數位的資料，數位的資料基本上你複製出來它的品質是不會變的，所以光碟對燒的話基本上東西都是一樣的，電影看起來品質比較糟，是因為他已經經過壓縮有被破壞了，當然你也可以不壓縮整個丟上去，但是檔案太大人家也不想抓。

愛：等於是說品質一樣，價格便宜很多，是大概的原因 還有嗎？

王：台灣沒有發行，像日劇或是美國的影集之類的，等到台灣買來的時候，都是人家美國看到不想看的地步，所以我覺得是供需關係吧！當我們需要的時候，正版不出現只有盜版出現的時候，我們就只能買盜版。

琪：有時候正版光碟會包裝的很精美，歌詞本也做的很漂亮，但是我並不需要這些東西啊，因為我只想要聽裡面的歌，我也懶得看歌詞本，所以我沒有必要去買一張很完整又比較貴的正版光碟。

王：有時候會送一些怪怪的禮物。

愛：喔！會有強迫推銷的感覺。

梁：唱片公司會認為物以稀為貴，台灣市場小，就故意賣貴個一兩百，我覺得雖然說市場小 但是他們也不應該因此將價格抬的太高，成本這麼少，其實還是差不多吧！

王：因為 DVD 有不同區，不同區的品質也有不一樣，有些正版裡面又幕後花絮，台灣正版發行時就剪掉沒有幕後花絮，盜版的有時候是台灣翻譯字幕翻的太爛，比我們自己聽到的還要糟糕，那盜版的從網路上抓下來的字幕反而還比較好。

柯：有些電影會被剪的亂七八糟，有些電影是外國盜版進來可能一刀未剪 還有一些在電視上強力宣傳的預告片，也不知道是不是真的那麼好看，怕進電影院浪費錢。

林：有些電影或卡通的翻譯或配音有差異，因為台灣翻譯人員與製作人員其實是門外漢，他們是拿錢來做事，對電影的內容也不是很清楚，網路上的大家是因為是有興趣才會去弄這個東西，他們所做的字幕或者相關的資料都非常齊全，同樣是一片光碟，但他資訊的量比較專業也比較多，像有的正版的翻譯翻的亂七八糟莫名其妙！從網路上抓還會覺得他們弄得比較用心！

琪：現在的音樂會把它弄成 CD 檔，當我想存到 MP3 的時候就很困難。

愛：你是說現在音樂光碟會自動製作成電腦的格式，不能轉成 MP3？

琪：可以轉成 MP3，但很麻煩！

愛：好，那在你們這麼多年觀察的經驗裡，這些實體盜版光碟被助長的因素是什麼？加強這些行為的原因又是什麼？

梁：我覺得是人類的需要，有需要就會有供給。

張：大家一定會有這種經驗！台灣目前的生態，台灣一個歌手一年可以出四張專輯，實在是太厲害了！我可能還來不及存錢去買！可能是精選啊！又送海報又送幕後花絮，弄得好大一盒！然後 CD 盒子可能還做成那種是我的 CD 架擺不進去的，一個還賣五百塊，但我只要兩首歌，那這時候我怎麼辦？我想我還是聽我的 MP3 好了，甚至如果說你是一塊裸裝的 CD，然後外面是一個塑膠套，只賣我一百塊，那我會覺得我會遷就你正版的範圍，那其他相關資訊你放在網路上就可以了啊！

愛：不合理的行銷行為，還有沒有其他意見？

王：同儕壓力，當大家都用盜版，除非你道德感特別強，否則你用正版其他人都用盜版時，你就會被大家笑。

琪：以前去路邊攤買盜版其實還覺得蠻丟臉的。

愛：就你認為，還有哪些周圍他人對盜版的看法？

蘇：因為大家都是同學啊，可是大家買盜版你買正版，結果你跟人家看一樣的東西，我覺得會被他們笑。

王：會被笑呆子！

天：買正版會不會成為同學中的稀有動物？

王：沒有，因為有時候正版的品質反而比盜版的差，感覺會變成是花錢的呆子！你買到比較差的東西卻花了比別人更多的錢！

張：我想除了LV是例外啦！人家會覺得你正品的買不起你還買假的幹什麼？那時候就有在買一種具有尊榮性或是他在正版的心中是無可抵擋的一種資助的時候，人家才會覺得你買盜版是對的，你買盜版是OK的是有格調的。

愛：LV有這樣的條件讓你想買正版而不願意買盜版？

王：影音著作有時效性，像美國的六人行，都是過好多年以後我們這邊才發DVD，那你等到他發DVD再去買的時候，他字幕卻又翻錯，你花了錢買了幾年前的東西字幕卻又翻錯，可是其實我兩三年前的時候已經看完啦！我錄下來的字幕比你好，畫質又比你，我內容還不會刪減還會保留幕後花絮，那我花一千多塊買那DVD真的是蠻好笑的一件事情。

愛：那你們觀察你們周圍的人，他們的想法是怎樣？

柯：我們會覺得抓盜版的人很厲害，因為會抓盜版的人他對電腦一定有相當程度的技術和專業，就會覺得他們好厲害可以抓到這個盜版，所以如果是買盜版品的話可能會覺得有點不太好，但是如果是盜版的影音產品我就會覺得好崇拜。

林：跟風俗習慣有差，像台灣跟中國大陸，我用便宜的價格可以買到大家都可以買到的東西，但如果是在日本或歐美國家，你想買還買不到，甚至沒有這種管道！他們也有燒錄機啊！但是他們不會想到要做盜版這種東西，所以其實這是一種貪小便宜的觀念，不知道為什麼我們中國人會比較喜歡用小錢買到比較好的東西。

王：台灣跟大陸盜版很嚴重，但很多大的伺服器都架在德國，他們電影院有很多都可以直接錄下聲音，有些是美國零售店店員直接錄出來賣，其實盜版的助長是在國外，台灣其實只是盜版的盜版，其實只是盜版的末端，只是很多人使用而已，但

我們並不是盜版的起源。

愛：那你們有看過哪些削弱盜版的方法或因素嗎？

蘇：產品的價值感，就是你會為了去收藏這個東西而買，而不是為了聽過就算了那種。

產品裡面有很多訊息是會讓你想要保存的，我們就不會想去買盜版啦！

柯：像電影的話，我覺得盜版流行會讓國片拍的更好！因為以前的國片都拍的很差，我就會覺得乾脆買盜版或從網路上抓下來看一看就好，像最近的「如果愛」這部電影就會讓人覺得我還是上電影院去看好了，因為設備跟效果都會比較好。

楊：光碟防拷，現在的光碟防拷做的蠻強的 像是遊戲光碟一出來都沒辦法馬上盜版，都要等好幾個月大陸那邊才有人能破。

張：如果從技術面來說，只會增長大學生的知識罷了！我舉個例子來講好了，像最近不是很流行「霍元甲」嗎？「霍元甲」它的防拷方式是目前最精密的，但是經過一個禮拜之後，經過大家不斷的研究之後，我們還是把它給破解了！馬上就可以燒出一片新的 DVD 出來。

梁：要遏止盜版，不只要怪盜版，正版的自己也要檢討！基本字幕也要翻好，給消費者尊重，另外去電影院看電影，國外的尺度跟台灣的尺度也不一樣，你就這樣剪掉，這樣就很不尊重消費者！這樣誰願意花錢去看呢？

愛：談談電腦軟體方面，怎樣算是盜版？

楊：跟剛剛一樣，未得到著作權人的同意就使用。

愛：如果將學校，公司的正版軟體帶回家裡用算不算盜版？

大家：算！

愛：那我們來談談非正版軟體都從哪些管道獲得，夜市、宅配、網路，還有沒有特殊的？

蘇：學校，計中有授權給學校的光碟，學生從電算機中心灌，然後就拷貝，也許帶回家灌或借給朋友，這樣就算是間接盜版，因為是授權給學校的，學生就拷貝一份，可能想說電腦重灌的時候就可以拿來用，但這樣的話，就可能帶回家灌，或是借給其他朋友，就算是間接盜版，因為像它可能是授權給 Z 大，只能在 Z 大裡使

用，但他又帶回家使用。

愛：這樣正版授權的有點怪異，還有嗎？

楊：有些軟體是只授權一套，一套只能灌一台電腦，公司裡有人會把一套灌在十幾套電腦裡，這樣就會侵權。

梁：像乙大是授權給學校，學生可以借去灌，是直接賣正版的 XP，一片只要五十元，可能是授權不完整吧，因為只有做到一半，學校也可以提供下載，五十塊就當作工本費，就不用自己燒。

王：學校說那樣是合法的，不算盜版，學校說已經與微軟有簽約。

琪：像 A 大也是放在網路上下載，通常我們都會下載點數不夠，很多軟體不太容易找到，我就會多燒一片以後畢業還可以用。

愛：為什麼願意用非正版的東西？

楊：價格差很多，買專業的軟體一套就要幾十萬甚至上千萬，何必呢？不是一般人負擔得起的，但是沒有軟體就沒有學習機會。

愛：那就教育版的價格可不可以？

張：教育版也非常貴，像我唯一的正版是買電腦裡附的那一塊 XP，尤其我是私立大學學校根本就沒有授權，就算有授權也只授權給老師而已，並沒有給學生，所以為了做報告，還是會抓軟體下來用。

琪：便利性，上網抓只要幾秒鐘，買的話還要花好幾天。

王：功能，有的買了你只需要其中一兩項功能，其他的可能一輩子都不會用到，或是用之前也不知道好不好用，有的是買了之後要用信用卡線上註冊，那種還能試用，有些一定要付錢才能用的，那種就一定要使用盜版，才不會買到不想用的功能

張：像大家都會使用一些軟體，但我們並不需要 Word 中所有的功能，現在大家都用 Word 2003，但我的只是 5.0，這樣我沒辦法打開別人的檔案，再加上價錢考量，所以我必須想辦法去買一套 2003 才行，如果我買不起，網路上有得抓或同學有得借那我就這樣用。

柯：軟體更新速度很快，一個月就更新了，但我們的荷包跟不上速度，所以只好用盜版。

蘇：科技進步，我們被迫強迫升級，一定要一直買新的東西，但我們沒辦法一直換，所以就必須下載盜版。

王：老師限制格式，一定要跟著老師走阿，有些老師不會用 PDF 格式，所以我們一定要用 DOC 格式，老師有錢我們沒錢啊！

愛：會跟其他產品的價格作比較嗎？像聽一場演唱會，或是去遊學，花多少錢將這筆錢買到什麼東西做比較嗎？

琪：聽演唱會應該是有趣過或是沒去過，每個人得到的都不一樣。

林：虛榮心概念，衣服或包包買正版或盜版差很多，但如果你說你家灌的 XP 是正版的會被笑，沒有強烈的誘因去買。又貴，買的東西又不高級。

楊：軟體業大部分都賺公司的錢不是賺散戶的錢，很多小公司也都在盜，但不容易抓，所以現在都轉賣服務，付月費，另一種就是附在硬體上，不然現在軟體太好盜了，不是一般公司會用的商品形態其實不太容易賺錢。

愛：有沒有不知不覺不小心使用到盜版品的時候？

柯：剛買電腦的時候沒有軟體也都不懂，電腦公司就說付個幾百塊直接幫我們灌，當時也不知道是盜版的，現在這種情形應該比較少了，現在就比較少了。

王：早期買國外唱片都不知道他們是盜版的，因為加入 WTO 之前，那些都是不受到著作權保護的，所以可以很正大光明的買，以為是合法的，加入 WTO 之後才知道那些都是沒有版權的。

琪：國高中大家都不知道那是不行的，剛開始從網站上下載並沒有意識到那是盜版的東西。

林：那應該也是教育的問題，大家不認為那是盜版的，大家都在做，甚至老師也是，大家並不明確這是需要保護的東西，是人家的辛苦做出來的心血。

愛：現在在網路上會去注意到是否有關著作權的保護或是限制？

琪：不會！因為沒有人會抓。

王：現在變成音樂檔比較不抓，因為 IFPI 也會抓，電影美國那邊都是聯絡計中集中在抓，所以我也比較少抓，現在偏向影集連續劇比較少人抓。

楊：現在就是非常亂，就是好萊塢的電影不要抓，以及台灣的流行音樂不要抓。

蘇：學校是抓流量大的，所以流量不要太大就不會怎樣。

王：以前流量沒有限制我就一直無限的抓和上傳，現在流量有限制在 6GB 我就只抓不上傳了。

愛：那我們剛剛聽到有很多網路下載的方式，那現在人們都用哪種方式來下載儲存？

王：要看需求，如果是要放最久的東西是 KKBOX，次久的東西最快速的是 BT，那日本的東西就用 Share，不限人數的是 IFDP，如果是有會員可以保密的話就是用 POP，POP 就是進入人家的空間，像是如果人家的權限沒設好，我們進去以後就把權限改掉，在目錄裡加入特殊的字元，那使用者看不到這條路徑電腦也看不到，我們就可以自由的進入那個特殊字元設定的目錄來下載，使用完再刪掉，大概就是這樣。

愛：這有點像駭客，那麼隱密空間是什麼？

王：就是用別人電腦上的空間，他原本可能是用 Email，我們就用軟體竄改，將空間改成圖片上傳。這是我目前覺得速度最快的方式，主要在蒐集大家的空間，是一種偽裝的形式。你就算要去查，他也只看到一張圖片。

王：IFPI 抓不到，他只會看到我有 999 張圖片，只是圖檔的容量都很大。他就沒辦法解開那個檔，無法舉證我的不法，所以會使用的人，這個方法是最快又最保險的。

愛：那麼現在的管理單位是用什麼方式來偵測？

王：主要以流量以及流速來看。

愛：流量和流速。那當他們一旦發現的時候就會限制？

王：沒有聽說有被發現過，只要有兩個 IP 以上的就沒辦法被發現。除非有檢察官要兩家 IP 來舉證，不然我傳到兩家不同家的 IP 就抓不到了，因為他們根本沒辦法解開那個檔啊！



王：除非是與網站有「自爆」行為，才比較有可能被抓，不然就算是檢察官去查也不見得查的出來，你拿不到密碼就抓不到。

王：刪掉一張圖片就無法解開，而且可能加密十幾次之後，根本解不開。

愛：所以看流量流速，發現之後有哪些限制方法？

王：學校會看 IP，如果學校抓到你用 BT 的話，半年之後都不能用速網，你只好自己申請 Hinet，就無法使用學校的學術網路了。我有個同學一年級的時候不懂，就開很多檔案下載上傳，一下子就被抓到了

愛：有些同學是不是會有兩個 IP 的？

王：也不是這樣說，只是多些網路空間可以用。

愛：還有沒有其他限制方法？

王：鎖網卡，或者是針對特殊的人鎖流量。到達一兩萬的就把他鎖住，因為 BT 那種可能很容易就會到達幾萬的流量。

柯：有一種軟體可以掃全校所有的 IP，然後找到之後我們就可以進去所有的 IP 抓很多檔案，但學校一旦發現就會停權。

愛：自己侵入其他人的電腦，然後學校會發現，查出掃網方偷用其他人 IP 的人？

王：掃網芳並不算是一種入侵行為，這只是預備犯法的行為，並不算在偷用。

天：有犯意但是無犯行的意思喔！

張：流量大並不代表你在做犯法的行為，監督的人只要看到你流量過大就會抓你，要是我真的有自己拍攝的作品要上傳，結果就被鎖住了，有種防制過盪的樣子。

愛：還有哪些管制的行為？

楊：可以把所有 BT 都限制掉，就通通過濾掉，驢子的話，我們學校有提供 IP，你原本的宿網 IP 都可以使用這些，利用技術面是可以做到過濾這些。VPN 就是說，你做其他的設定之後可以用虛擬 IP，是浮動的 IP，人家就找不到那個結點找到真正使用的人那邊去。

愛：好，那這就是學校技術面限制的方法，分享一下現在大家比較常上去的網站，或者比較喜歡的數位內容等等，比較沒有爭議性的那種。

蘇：很多網站會有論壇，分不同類型的討論區，有人會討論或發布 BT 的種子，還有 BBS 也會有，還有無名也有可以討論的版，所以你只要鎖定某些網站就可以得到最新的資訊。

張：微風論壇。

王：前幾天剛被抓了，辛蒂摩兒、卡提諾王國論壇、Plus 等。

蘇：大陸，但是大陸都是放一些動畫。

王：對啊，幾乎都是放一些漫畫之類的。

張：現在連奇摩知識都有，會告訴你請到什麼論壇之類的。

王：Google 也可以找到一大堆，

天：所以資訊都會在上面流傳？

愛：那麼那些架設網站供人下載的人到底是基於什麼動機這樣做呢？

王：成就感。

柯：一開始可能只是想分享，但久了就會想收費，能夠獲利。

蘇：流量太大的話他就可以收取一些廣告費。

柯：而且有些論壇很熱門，就會有一些色情視窗跳出來，所以他就會收廣告費。

張：因為現在 Kuro 要收錢，所以就有人開發一種新的東西來上傳與下載檔案，而且還能結合 BT 的功能。

愛：這些都是避免收費所以開發的嗎？

張：可能是看不慣 Kuro 開始收費吧！之前 Kuro 都是免費的，但是現在 Kuro 的地位被撼動之後，自然就會有人來頂替他的地位，所以我們現在講的 Foxy 過幾年之後搞不好又要收錢了。

愛：以下來談談智慧財產權的想法，是否需要極力保護嗎？

楊：智慧財產權太過提倡反而會阻礙知識流通，你可能沒有錢買這些東西就無法獲得這方面的訊息。

張：我覺得這個法有點不對等的感覺，我今天是一個平凡老百姓寫出了心血結晶，但放在網路上又馬上被盜走了，那種感覺真的很不好。但是我們今天保護的是公

司，他們用不合理的行銷和不合理的價格出售商品，那你如果去買盜版我就去告你，法律好像在保護有錢有勢的人，他們提供給我們的又是不合理的東西，但基於正義基於法律我卻必須去買他，然而這並不是我們所要的。

琪：值得保護，但得是消費者需要的東西。假如是一本書，我們不會去買盜版，然而像是音樂這種東西，他賣那種價錢和那種品質很不合理，他們應該利用版權賺的錢去製作廣告來宣傳，像是賣單曲 CD，而不是剝削消費者的荷包。

梁：我覺得要保護，但不必要看的非常重要，一般像音樂人是靠這方面的創意在賺錢，但也不必特地制定那麼嚴格的法律，既然制定法律就必須要人民與公司有共識。也不是說單方面的保護我，人民覺得價格不合理，你要做到每個人心服口服。

蘇：要保護，不然不會有人想要開發，但我覺得關鍵不在於智慧財產權，而是市場機制，大家都覺得價格太貴了，大家才會自己去尋找更便宜的管道，所以販賣者要做檢討，品質及價格方面上要做些調整。

王：我覺得是供應太多但是給消費者的資訊太少，我們常常花了三百塊錢看了一部很後悔的電影，這就是資訊不對等的關係，因為這樣所以才會有誘因讓我們去看一些不值得我們去花錢的電影。之後就會產生一種劣幣驅逐良幣的現象發生。

愛：所以市場的資訊不對稱也是原因之一？

林：其實智慧財產權的確應該保護，但是沒有人去執行，所以最終還是要從教育著手，你不做不行，而且不能只是保護那些大公司，總是受到利益團體的遊說，也許正在執行法律的檢察官也覺得很不公平啊！像之前成大 MP3 很多人都在抨擊為什麼要去突襲這些沒有能力的大學生？所以法律上還是有很多沒辦法盡善盡美的漏洞。

柯：大家其實都覺得有那麼多人在用盜版，自己應該不會抓到。

愛：那成大事件對你們的嚇阻力量有多大？

楊：一剛開始大家會在意，但現在大家都忘了。

張：成大事件只有威嚇的性質，卻沒有教育的目的，法律只會保護大財團，所以我們  
要捍衛我們這些小戶的消費者。

愛：那你們大家覺得有哪些可以防制這些侵權行為？像剛剛提到教育，如何教育較有效？

琪：宣導吧，像我看在國外做報告的學生都會被告誡不要使用其他人的資料，就算要引用也要說明清楚引用來源，像在台灣做報告的同學沒有引用文獻的習慣，所以我覺得這是一種宣導教育作的不夠的關係。

蘇：從小就鼓勵多元性，因為我覺得台灣的教育環境都一樣，像是從小到大寫作業，你沒寫我就借你抄，因為大家都強調結果，看不出來大家寫的有什麼不一樣，所以我主張教育要多元化，即使你的結果和大家都不同，但是也一定有其價值存在。

張：以教育層面來說，我覺得不要一開始就說你抓別人的東西好不好，我們要倡導的是創意，由自己的創意著手，並且教導你要如何發揮你的創意和智慧，要如何保護你的創意，也不要侵犯到其他人的權益。

王：提高國民所得吧，基本上會發生盜版的情況是資源有限慾望無窮，如果我們所得夠的話，也許很貴的東西我們還是會買盜版，但是一般的商品我們就會買正版品，廉價的盜版會比較少見。

愛：我很好奇，現在的盜版情形一定比十年前多啦，那你們覺得現在有比較嚴重嗎？

王：比較嚴重！因為網路的關係！

愛：所以跟所得沒有關係！

王：所得越來越不平均！如果有錢我不會花錢來研究盜版，因為時間的成本比較高啊！

愛：你們覺得我們的教育不夠嗎？或者是宣導不夠呢？

王：小時候沒有，近幾年才有。

張：都只宣導我們這些小小的使用者，並沒有宣導大企業應該也要有合理的行銷價格。因為這種事情是需要雙方面來配合的。

愛：還有哪些方法或機構可以來參與這樣的行動？

王：像 Freeware 是個不錯的自由軟體，他會淘汰一些比他還要差，但需要付費的軟體，剩下來的就是值得你去付錢的部分。

楊：我覺得軟體比較容易做到這點，但是唱片可能很難做到這一點，大部分唱片業都是一層疊一層，作曲者、作詞人、編曲者、歌手、唱片業者，實在是很難產生 Freeware 這種機制。

愛：還有什麼觀點，我們來想想將來該怎麼做比較好？

王：嚴刑峻法吧，抓到盜版就關個十年！

愛：在嚴峻的法律之下，可能會產生很多輿論很多聲音出來耶！

楊：輿論就是我們的社會風氣不夠，假如社會風氣能箝制我們的思想，就不會有輿論產生啦！就好比新加坡，亂丟垃圾就會被嚴刑懲罰。

愛：所以在社會風氣之下，人民會削減行為，輿論也會減少。

張：其實嚴刑峻法也不是沒有用，向幾年前開始強制戴安全帽，被抓到就罰個五六百，但是安全帽是因為危及自己的利益才真正見效，但盜版不是，他也沒有很積極的抓。

愛：還有哪些機構可以幫上忙？

張：像是消費者心理學應該可以幫到忙，如何讓消費者更有機會套住自己的錢，用合理的價錢買到合理的商品，我覺得可以參考 7-11 在行銷上的運用。激發我們去買東西的慾望。

蘇：賦予商品更高的精神價值。星巴克每星期二都會有 fair coffee 將收入捐給咖啡農，我覺得有人就會覺得在做公益而願意去消費更高價格的商品。

愛：很有創意！

柯：政府不要只抓散戶，最好是多架設付費下載的網站、少包裝、價格壓低，比如說一首歌十塊錢，消費者自然會去購買正版品。

張：i-Pod 在美國賣的很好不只是因為它外型長的很可愛，是因為他相關的連帶行銷做得很好，美國的所得是我們的兩三倍，那他們一首歌只賣 30 元，換算成台幣的話大概一首歌只要十塊錢就讓我們下載，我當然會很合理的接受，那麼如果我今天能力夠的話，我幹麻花時間在找盜版的資訊呢？

琪：可以與學校合作啊。

愛：權利人團體是什麼性質的團體你們有印象嗎？

王：IFPI 做得太過份了！連便利商店放廣播裡面的歌曲都要收費，所以現在便利商店都不放廣播了！實在是太誇張了。

林：因為他們實在是做不到什麼，所以只好從一些很小的漏洞去抓。

張：法律是道德行為的最後底限，假如我們不顧情義的去執行法律，那對大家的傷害真的是非常大的。權利人團體也許不會在意他們賺了多少錢，反而在意我比去年少賺了多少錢，所以對盜版才會抓成這樣，我並不是要說買盜版有多好，是多高尚的行為，而是想告訴權力人團體的人，你們是否要降低你們的收費，讓成本更為合理，也許你們還會賺到更多的錢，但很顯然的這些權利人團體並沒有考慮到這個問題，只是一味地逼迫我們這些小戶說我要告你，告死你，那我們這些消費者除了覺得你們權利人團體除了財大氣粗之外，還太過份了點！

愛：所以盡量不要用嚴刑峻法，訴諸道德會比較適合保護智財權的資訊，那你們覺得要如何來宣導這樣自律的觀念呢？

蘇：新聞吧，像美國如果有這類的事情，新聞就鬧很大，然後過一陣子就又沒事了。

琪：電影播放前的宣導短片啊。

楊：電視廣告，不過我覺得那不太有用。

王：學校也會發一些通知信告知同學假如有流量異常的狀況會鎖卡，我會降低流量。

愛：會收到一些來自學校的提醒嗎？

王：有些人不會管這些。

愛：還有哪些管道或活動會宣導這樣的觀念呢？

蘇：很多藝人都會在活動時敲碎那些盜版唱片，不過他們還是賣的很貴！

張：蕭亞軒有一次唱歌唱一半就沒電了，他就說是因為太多人買盜版害他無法繼續唱歌，但是我們會覺得這是因為你的老闆賺太多錢了，我的錢到不了你的口袋的關係，所以我買正版也沒有意義啊！我會有負面的省思，而沒有正面的效果。

蘇：而且我覺得藝人跟唱片公司簽約的價錢我覺得真的太高了，像蔡依林他換新的唱片公司就簽了一億吧！那唱片公司必然會從唱片的收益中在收取回扣回來啊，所

以我覺得這樣我們買唱片的價錢還是不會降低。不過這也是藝人跟唱片公司他們兩廂情願的簽約關係，所以我們應該對他們沒什麼辦法吧！

林：藝人也有作秀的感覺，好像盜版讓他們沒歌唱沒飯吃。

王：而且他們年收入太高，從三千萬掉到一千萬對我來說好像也沒有什麼差別。

蘇：而且記者也是啊，藝人反盜版是放在娛樂版而不是新聞版。

林：藝人都太高高在上了，所以建議利用幕後工作人員來提倡自己製作音樂的辛苦心路歷程，這樣我們的同理心比較強。

愛：如果滾石說要裁員了，看到這種新聞有什麼感覺？

王：前面五年已經賺很多了，後面不賺也夠了。我會有這種感覺。

愛：那如果是比較小的公司，不像滾石是大唱片公司的話也裁員倒閉呢？

柯：我們根本感覺不到他們的存在啊，那些小公司我們也不會想要去盜版他們的唱片！

王：要下載藝術電影也比較難！

琪：有幕後花絮我會覺得他們很辛苦，反而會讓我不想去買盜版。

愛：就是盜作品不會有這些幕後花絮？

琪：正版有幕後花絮，不然就是剪掉了。

愛：再請教兩個問題，第一個就是由學校代表大家和廠商洽談成為資訊來源的通路，就是一種區域授權的感覺，只要你是學校學生就可以使用，那請問你們覺得這是否可行？

張：我會願意，假如我大學四年繳一千塊可以使用學校買下的正版軟體，畢竟我們還是學生靠家裡養，那一種軟體只需要花幾十塊錢就能使用正作品，我覺得很值得也很願意這樣做。

柯：依據系所需求跟軟體廠商簽約。

楊：之前我們系上就是如此，只要跟微軟申請就可以使用正版的新軟體。

愛：但必須要合法，不能再燒給別人這樣，你們願意受這個限制嗎？

林：會接受吧！但是如果直接放在學費裡可能有失公平，因為使用者付費，對大家來講會產生一種抗拒。

張：必須建構在合理的價格範圍之內，一般人就可以接受。

愛：如果是利用月租費的形式？可行性如何？

楊：消費所有軟體都可以這樣做，但也不是每種軟體都適合，那應用軟體如何收錢？這部分很難釐清。

王：如果不需要透過網路安裝的軟體，比較不可行。

天：所以軟體比較不可行！

愛：如果免付費使用，但每次都要註明來源。這樣的習慣會不會被接受。

楊：大家都會接受，但是供應者應該不會接受。

張：如果每個人都過度引用，可能會導致光是開機就要開很久。

林：如果只是放在右下角也可以達到宣示效果。

王：就像 KKBOX。

愛：有很多來源宣示你們會不會覺得不勝其擾？

琪：對我來說還好。

楊：只要做在軟體的功能就好啦，除非有人把它砍掉。

王：可以只把它做成一個 LOGO，使用者使用就好了。

愛：請問 ezPeer 跟 Kuro 有在法院判決，但是結果不同，你們感想如何？

張：我有注意內容，但是我覺得不妥，兩場官司強調的點不一樣，在法律上的立場有所偏頗，所以兩場官司的證據不同，判決也不公。

林：因為 IFPI 對他們的限制也很浮動，除非很明顯的觸法才會被抓，到了判決的時候就有一種法律漏洞的感覺，要有犯罪行為出現才能判決，但是法律卻還沒規範到這麼嚴謹。

愛：根據資料我們知道 ezPeer 沒有刑責，但是 Kuro 被判刑了，所以這兩種被限制的程度有差別，Kuro 的使用者也被認為有罪的，覺得他們有犯意聯絡和犯行實行，那你們對這兩種判決有什麼反應？



澤：消費者是否有侵權？

王：上傳本來就已經侵權了。

林：Kuro 會被判決是因為有犯意的聯絡的，他有明顯違法的行為，有法條可以規範，但 ezPeer 只提供平台，目前刑法上還沒有規範它的法條，所以才會有不同的判決出現。

愛：你們也可以從消費者面來探討。

柯：引誘消費者犯罪，因為 Kuro 一直在電視上打廣告啊！而我們付費使用卻又說是違法。

王：一般使用者並不知道這是違法的行為，上傳或下載的時候也不知道已經是犯罪了。

愛：看到新聞是否會有避免的行為？

王：會啊！過濾掉美國政府或德國政府或是台灣政府的 IP，這樣就不會被抓，學校會發信給同學做警告，但目前沒有人被抓。但是不懂的人還是會被抓。

澤：所以如果只要跟學校計中合作就可以逮到很多同學。

張：對，只要有上傳下載東西，封包就會有紀錄。我比較建議大家裝傻，因為在使用 Kuro 或 ezPeer 的時候被抓，你在被抓的時候裝傻他們也不能說你是故意，可能就判決你個罰金罷了。我們也不能就此說所有的下載軟體都是違法的啊。

琪：學校有說你們如果繼續抓會有怎樣的結果？

王：沒有啊，就是繼續換方法囉！

愛：你們知道香港有人被抓到 BT，有何看法？

王：BT 一定要有人提供，你供檔就有證據在。

愛：那如果被抓你覺得應該被判刑嗎？認為如何？

王：應該阿！如果我被抓，我覺得我也應該被判刑。

張：應該阿！香港是很高道德的標準的啊。

愛：那如果是 eMule 不會被抓嗎？有沒有責任？

王：被搜尋者也許不知道自己正在上傳，但搜尋者一定要被判刑。

愛：是否有要補充？

愛：跟量有沒有關係呢？如果他沒有營利？

琪：很有成就感啊。

梁：那些東西被抓就一定有罪！只是自己覺得何不合道德，如果要杜絕這些東西，一下子要杜絕或以後要杜絕是不可能的！

愛：如果是 i-Pod 或 KKBOX 這種模式在台灣是否能被接受？

林：方法是不錯，但是要慢慢來。

琪：建議在宣導時要講的比較明確。

蘇：我覺得他們在誤導消費者，只要有付錢就可以得到音樂。消費者不知道這些錢沒有給音樂廠商，所以我認為 Kuro 應該要告知。

愛：如果有推廣呢？你們認為怎樣？

琪：我覺得那根本不算推廣，就只是判決他們不 OK 而已。就是應該自己出來宣導自己的經營目的。

愛：他們有沒有代價呢？

琪：通常都沒有吧，只是為了成就感而已。

愛：架設 FTP 的人有何成本或代價？

王：不會吧，可能還是被限制了頻寬，我覺得單純是為了成就感，互相交換資訊而已。

## 附錄五、盜版率計算公式

### 一、音樂 CD 盜版率

#### (一) 個人盜版率 (廣義)：

第 h 層第 j 個受訪者的盜版率定義為：

$$A_{hj} = \frac{w_{hj} + r_{hj}}{x_{hj} + w_{hj} + r_{hj}}$$

其中  $x_{hj}$  表第 h 層第 j 個受訪者擁有的正版音樂 CD 片數， $w_{hj}$  表第 h 層第 j 個受訪者擁有的非正版音樂 CD 片數， $r_{hj}$  為第 h 層第 j 個受訪者無法確定擁有的音樂 CD 為正版或非正版片數。

#### (二) 台灣地區盜版率 (廣義)：

台灣地區盜版率定義為：

$$\bar{A}_{st} = \frac{1}{N} \sum_{h=1}^L N_h \bar{A}_h$$

其中  $\bar{A}_h = \frac{\sum_{j=1}^{n_h} A_{hj}}{n_h}$  表第 h 層樣本之盜版率。

### 二、影音 VCD/DVD 盜版率

#### (一) 個人盜版率：

第 h 層第 j 個受訪者的盜版率定義為：

$$A_{hj} = \frac{w_{hj} + r_{hj}}{x_{hj} + w_{hj} + r_{hj}}$$

其中  $x_{hj}$  表第 h 層第 j 個受訪者擁有的正版影音 VCD/DVD 片數， $w_{hj}$  表第 h 層第 j 個受訪者擁有的非正版影音 VCD/DVD 片數， $r_{hj}$  為第 h 層第 j 個受訪者無法確定擁有的影音 VCD/DVD 為正版或非正版片數。

## (二) 台灣地區盜版率：

台灣地區盜版率定義為：

$$\bar{A}_{st} = \frac{1}{N} \sum_{h=1}^L N_h \bar{A}_h$$

其中  $\bar{A}_h = \frac{\sum_{j=1}^{n_h} A_{hj}}{n_h}$  表第 h 層樣本之盜版率。

## 三、網路未購持有率

### (一) 個人未購持有率：

第 h 層第 j 個受訪者的定義為：

$$y_{hj} = \frac{\gamma_{hj}}{x_{hj} + r_{hj}}$$

其中  $x_{hj}$  為第 h 層第 j 個受訪者下載合法授權的音樂/電影個數， $r_{hj}$  為第 h 層第 j 個受訪者無法確定是否下載合法授權（包括非合法授權）的音樂/電影個數。

### (二) 台灣地區未購持有率：

台灣地區未購持有率定義為：

$$\bar{Y}_{st} = \frac{1}{N} \sum_{h=1}^L N_h \bar{Y}_h$$

其中  $\bar{Y}_h = \frac{\sum_{j=1}^{n_h} y_{hj}}{n_h}$  表第 h 層樣本之未購持有率， $n_h$  表第 h 層之樣本數。

**符號定義：**

$N$ ：總母體個數

$n$ ：抽樣總樣本個數

$L$ ：層數

$N_h$ ：第 h 層母體大小

$n_h$ ：第 h 層之樣本大小

#### 四、計算說例

##### (一) 估計不偏性質

根據統計估計的性質，即分層估計量  $\bar{y}_{st}$  是母體平均數  $\bar{Y}_{st}$  的不偏估計量。

$$E(\bar{y}_{st}) = \sum_{h=1}^L \frac{N_h}{N} * E(\bar{y}_h) = \sum_{k=1}^L W_h \bar{Y}_h = \bar{Y}_{st}$$

因此毋需知道  $\bar{Y}_h$  為何即可進行估算。

##### (二) 資料整理 (I)

首先我們將抽樣資料庫作一簡易整理，針對每位受訪者分別求算個別盜版率，進而算出各分層的樣本平均數。此外，分層層數隨研究方向而無標準的依據，簡單來說，如性別分可分為 2 層，或就居住地別而言可分 25 層等，情況可依此類推。

各層樣本大小	樣本變數資料 (個人盜版率)	各層樣本總數和	各層樣本平均數
$n_1$	$y_{11}, y_{12}, \dots, y_{1n_1}$	$y_1$	$\bar{y}_1$
$n_2$	$y_{21}, y_{22}, \dots, y_{2n_2}$	$y_2$	$\bar{y}_2$
$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	
$n_h$	$y_{h1}, y_{h2}, \dots, y_{hn_h}$	$y_h$	$\bar{y}_h$
$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	
$n_L$	$y_{L1}, y_{L2}, \dots, y_{Ln_L}$	$y_L$	$\bar{y}_L$

### (三) 資料整理 (II)

再將原始資料整理如下：(以下就居住地別分層，數字皆為假設)

層(h)		*N <sub>h</sub>	n <sub>h</sub>	$\bar{y}_h$ (%)	*s <sub>h</sub> (%)
1	台北市	2600000	300	30	8
2	高雄市	1500000	160	45	7
$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$
25	連江縣	18000	1	40	8
總數		22000000	2400		

其中  $N_h$  為行政院主計處於民國八十九年之普查結果， $s_h^2$  表示第 h 層樣本變異

$$\text{數} \circ (s_h^2 = \frac{\sum_{j=1}^{n_h} (y_{hj} - \bar{y}_h)^2}{n_h - 1}, h = 1, 2, \dots, h) \circ$$

### (四) 計算盜版率

由以上的盜版率及統計估計的定義可知，此研究的盜版率估計值為：

$$\bar{y}_{st} = \sum_{h=1}^{25} \frac{n_h}{n} * \bar{y}_h = \frac{300}{2400} * 0.3 + \frac{160}{2400} * 0.45 + \dots + \frac{1}{2400} * 0.4 = 0.35$$

## 附錄六、訪談紀錄

### 一、經濟部 智慧財產局 著作權組之訪談記錄

(一) 訪談時間：95 年 5 月 17 日 (星期三)，上午 09 時 30 分

(二) 訪談地點：經濟部 智慧財產局 4 樓 陳淑美組長辦公室

(三) 受訪人員：智慧財產局著作權組 陳淑美組長

(四) 參與人員：國立政治大學智慧財產所 孫遠釗副教授、龍天鳳、吳允超、郭祝榮

(五) 訪談內容：

孫教授：請問對於國內 DRM ( Digital Rights Management, 數位版權管理) 的看法，以及國內創意共享 ( Creative Commons, CC ) 的狀況為何？

陳組長：之前國內是由行政院研考會與工業局來推動自由軟體，CC 跟進自由軟體，但整體來說國內業者對於自由軟體的狀況仍有待觀察。以目前來說，CC 應該不會完全取代傳統的授權，應看業者的接受度，你們可以參考一下賴文志律師接受智慧局委託所辦理之研究案。

孫教授：您對於應如何在不扼殺公共利益的情況下，去保護著作權的看法為何？

陳組長：我們要先討論著作權的本質，著作權賦予的權利保護僅是誘因，而公共利益才是整個著作權法所要追求的目的，著作權保護的最終目的是為了服務公共利益。保護著作權是為了使科技創新更進步，因此藉由提供權利保護的誘因而使得權利人願意從事創作、願意將著作願意與大眾分享，人類文明、社會福祉因此而提升。

孫教授：對於網路著作權授權的問題 您有什麼看法？

陳組長：著作權的保護到了網際網路時代，做法應該要做些改變，美國現在的立法方式轉向權利人必須積極表彰其權利（該國國會審議中之「孤兒法案」即反映出此一趨勢）。另外在網路上的著作權保護方式，目前有所謂的通知及移除（notice and take down）的作法，只要在權利人做出通知聲明，利用人就必須立即停止其涉嫌侵權的利用行為，此立法模式可供我國參考，目前美國、日本、韓國、歐盟、中國大陸等國家都已有類似的模式。

孫教授：目前我國對於影音盜版的邊境措施情形如何？

陳組長：目前我國在邊境措施管制是相當充足的，並有所謂的依職權的暫緩通關。我國海關對於進、出口的管制成效不錯。現階段國際關注的新焦點是轉口貿易，轉口貿易的問題，依個人之觀察，在著作權方面比較不嚴重，反而是關於偽貨的問題（商標）可能比較嚴重。

另外中華民國海關與香港海關有合作管道，與日、韓、菲也有合作。對於權利人團體與海關的合作，目前 MPA（財團法人電影及錄影著作保護基金會）有派人 24 小時駐在海關，只要有懷疑，不論進出口，都能進行現場檢查。至於是否推到其他類別，例如：音樂的部分，由於 IFPI（International Federation of Phonogram and Videogram Producers, 國際唱片業交流基金會協會）目前最關注的問題在於線上的盜版，因此，駐守海關對該組織比較不那麼具有實益。

孫教授：目前智慧財產局與權利人團體的關係如何？



陳組長：雙方在 89 年前互動關係較為保守，89 年後採取較為積極的互相合作、溝通關係，有訴求的話可以直接到智慧財產局來談，於第一時間知悉其訴求，但還是要看其訴求是否合理，例如之前有權利人團體提出只要使用點對點的傳輸方式（peer-to-peer, P2P）來進行資料傳輸的使用者，網路服務提供業者（ISP）就必須禁止該使用者上網，智慧財產局認為這樣的要求並不合理。我認為我國本土的權利人團體應積極運作，以免公眾認為著作權的保護是未維護外國人之利益（總是在保護國外的唱片、電影、軟體公司），本土的權利人團體要發出聲音。我國音樂產業在 86 年 125 億高峰，降到九十四年僅剩 30 億元產值，產業損失慘重，對文化發展也造成衝擊，這是很值得去注意的。

孫教授：請談談著作權仲介團體。

陳組長：目前我國著作權仲介團體有八個，實務上有若干問題必須透過修法來解決，例如使用報酬率的決定問題（主管機關要不要介入審查？）。此外同一著作類別仲團個數始終是一大問題，例如現階段音樂有三個仲團，錄音著作有二個仲團，從利用人的觀點，應有單一窗口的設立，這樣使用人只付一筆錢，其餘是各個仲團之間拆帳問題。

另外在仲介團體這邊也表示他們的難處，消費者、利用人沒有使用者付費的觀念，用民事協商的方式跟他們談會拖很久沒有回應，最後只好採取刑事控告的方式來快速解決。

另一方面要注意仲介團體有無權利濫用的問題，利用人的利用情形是多元的，仲介團體應該提供合理的、有彈性的授權模式用，否則利用人的使用會受到壓縮，有失公平。例如一家圖書館一年 365 天只要用一首費玉清主唱的「晚安曲」（提醒圖書館讀者打烊時間到了），但是

仲團不提供一首歌（費用較低）的單曲授權方式，只提供包含三千首歌（費用較高）的概括授權方式（主張圖書館可以就三千首歌任意使用），對利用人而言，缺乏彈性的授權，不符合其利益，從公平交易之觀點而言，可能有失公平。

目前仲介團體收費方式，有的團體委託外包公司收費，雖我國法律並未明文規定不可以，但個人認為這種作法爭議性極大。部分外國的仲團則相當愛惜羽毛，不會這樣作。

孫教授：教育宣導是未來提升智財權保護的重要課題之一，目前智慧財產局對於教育宣導有沒有什麼相關的企劃？

陳組長：我認為教育宣導固然有用，但要有有效的民事及刑事等司法執行（enforcement）來作搭配，以大音樂（mp3）事件為例，該事件的影響讓人認為學生侵權是被允許的，但學生為什麼應該有所謂治外法權？以一個人是否具有學生身分來作為是否應該負責的區隔方式，對嗎？我們要教導學生怎樣的法治觀念？此外，著作權的保護實際上並沒有所謂「除罪化」的趨勢，我們應該讓社會大眾、學生有正確的觀念。

孫教授：目前智慧財產局有無配套措施的準備，來因應未來一、二十年會產生的問題。

陳組長：侵權是無法完全根絕的，而是程度的問題，還是必須透過教育來提升整體的道德觀。教育部上星期剛開一個會，是有關於做出整體規劃的計劃。另外個人認為校園內部應該建立制度面的保護智慧財產權的機制，老師也要禁止學生使用盜版品，不要縱容學生影印教科書，而這裡會有人性的雙重標準（有的老師可能不會容忍學生非法影印自己寫

的教科書，但對於他人所寫的教科書，則不在意)，另一方面有部分老師也可能不願得罪學生以免影響期末學生評估。

最重要的是校園電算中心必須要建立網際網路管理規則，處理學生網路侵權的標準作業流程（SOP），例如上下載影音檔的流量很大或資料檔案分割，來自多人而非特定單一個人者，可以判斷其使用與學術無關，那就應該加以注意。另外我有提到目前學生權利意識高漲，認為學校自網路後端監視其網路使用行為，侵犯學生隱私權，有所反彈，因此學校較無意願管理但另一方面校園網路乃公共設施，非私人設施，學生本來就不應該利用公共設施來進行網路侵權，因此我建議要有標準作業流程的訂定。

孫教授：對於網路服務提供業者的自律做法，您的看法為何？

陳組長：台灣目前普遍的迷思，都認為網路服務提供業者對於使用者、客戶利用其服務所進行的網路智慧財產權侵權行為不必負任何責任，這種觀念是錯誤的，應予釐清與導正。

孫教授：那智慧財產局認為網路服務提供業者在什麼樣有故意過失的情況下是應該要負責任的？

陳組長：網路服務提供業者出於故意或過失，對於使用者、客戶提供服務，使期使用者或客戶得以利用其服務進行網路智慧財產權侵權行為，對於使用者、客戶所造成之損害，依傳統民刑法規定應負責任者，就應負責任。至於國際上現階段所普遍採行的「通知及取下」(Notice and Take Down) 機制，其中心意旨是：「ISP 對於其可控制之網路傳輸等服務，於收到權利人指摘侵權的通知時，立即將該侵害內容取下、移除，則對於利用人的侵權，即不必負擔任何民事法律責任。這是一個免責的

機制，不是課與責任的機制。」前一階段智慧局曾試圖要協助國內 ISP 與著作權人團體建立「自律式」的「通知及取下」機制，但在缺乏法律基礎的前提下，遭遇困難。適逢立法委員謝國樑先生相當重視此一區塊，提出法案，個人相當贊成，盼望儘速整合各方意見，再做必要調整後，儘速完成立法。

孫教授：對於商業軟體組織（BSA）以檢舉獎金來打擊盜版的方式，您有什麼看法？

陳組長：BSA 與 IFPI 或 MPA 相同，確實採取檢舉獎金制度。依據 BSA 之說明，如果由消費者就自己的侵權行為檢舉店家，是不受理的，因為如果是消費者要求店家硬體商來提供、安裝盜版，再來檢舉，會有道德風險上之問題。另一個問題是，BSA 曾針對企業使用非法軟體舉辦檢舉專案，提供獎金。這部分爭議性較大，因為這樣的檢舉主要會發生在中小企業區塊，容易成為員工挾怨報復的手段。這部分 BSA 已表示未來會更謹慎設計專案。。就個人所了解，目前孫教授：對於香港企業以正版正貨運動來打擊盜版，對於這樣的方式您的看法為何？國內有沒有採取這樣自律模式？

陳組長：智慧局前兩年有推「三不運動（不作、不賣、不買）」以及「正版 in、盜版 out」的運動，但成效有限，因為智慧財產局要如何去鑑定該商店是否賣的是正版？商家如果偷賣又該怎麼辦？我建議讓經濟部商業司以優良企業的評鑑指標來做分辨，會是比较好的方式。

吳允超：在之前的 Kuro（飛行網股份有限公司）與 ezPeer（全球數碼科技股份有限公司）的起訴，目前 KKBOX（願境網訊股份有限公司）與雅虎（Yahoo!）模糊的授權，會不會造成消費者對於正版消費會有寒蟬效

應的問題？(付費者還是會被告)

陳組長：網路上的分享會牽涉公開傳輸與重製權，像流行飛行網 Kuro 和 ezPeer 一毛錢都沒付，這樣的作法是相當可議的，以目前的授權模式來看都是由唱片公司來談授權，而由國際唱片業協會 (IFPI) 來抓盜版。

台灣的線上音樂授權的問題在於：以 KKBOX 為例，KKBOX 以為跟唱片公司談就沒問題了（錄音製作權），但之後音樂人卻跳出來說沒有跟他們授權（重製權、網路公開傳輸權），因此 KKBOX 的問題被界定為「茶壺裡的風暴」，重點在唱片公司與音樂人間的問題，KKBOX 主觀認為其與唱片公司授權擴及全部，然而實際不是這樣的。以 MÜST (社團法人中華音樂著作權仲介協會) 這樣的仲介團體為例：董事都不是專業經理人才的背景，且有一半是音樂人，一半是唱片業者的代表，董事會一個月才開一次會，看法、利益都不同，線上音樂經營者要去談授權，商業模式變動的這麼快，仲介團體一個月才開一次會，這樣怎麼談。這部分也應該儘快解決，建立完整數位授權。

#### (六) 訪談結論：

1. 如何把今天談論的議題串成一個面，它是如何形成一個惡性循環，而影響台灣的文化創意產業，而應該如何導正、切入，運用圖表方式表現，研究應然與實然中間的間隔的結合方式。
2. 認為台灣現在不是適當的環境來談自律，我們必須從短、中、長期的因應措施來分析。

**(七) 建議事項 (後續探討)：**

1. 兩岸管道、三年行動計畫：(1) 八十二年辜汪會談已將智慧財產權問題列為經常性事物，但經過十多年後仍未落實；(2)下週將與大陸進行會談，將探討我方農產品在大陸遭搶註商標的問題。
2. 在架構公平的大環境後再談自律會比較有效率。
3. 可參考著作權法部分條文修正草案的內容。

**(八) 結束時間：95 年 5 月 17 日 (星期三)，上午 10 時 35 分**

**二、數位聯合電信股份有限公司 法務處之訪談記錄**

**(一) 訪談時間：95 年 5 月 22 日 (星期一)，上午 10 時 00 分**

**(二) 訪談地點：數位聯合電信股份有限公司 總公司會議室**

**(三) 受訪人員：數位聯合電信股份有限公司 吳小琳協理暨法務長**

**(四) 參與人員：國立政治大學智慧財產所 孫遠釗副教授、龍天鳳、吳允超、郭祝榮**

**(五) 訪談內容：**

孫教授：據聞貴公司有意進軍線上音樂市場，請問詳細的進行狀況如何？

吳協理：Seednet (數位聯合電信股份有限公司) 會與網路內容提供者 ( content provider) 合作，由其進行廣告宣傳 (promote)，而數位聯合電信股份有限公司主要營業內容包含網路用戶、入口、通路等及提供平台，以維持市場競爭力。台灣市場不大，因此網路內容提供者不會只和一家入口網站合作，除非是像 So-net ( Sony Communication Network Corporation, 索尼通訊網路股份有限公司) 和 PSP ( PlayStation

Portable )，兼備自有的網路以及內容。事實上，點對點 ( peer-to-peer, P2P ) 傳輸對網路服務提供業者 ( ISP ) 的營運也有所影響，消費者整天掛在線上，會佔用頻寬，因此同樣的頻寬可以賣的人更少，成本也會增加。

孫教授：對於目前智慧財產局在著作權上保護，例如立法、執行面等的滿意度為何？有何意見與建議？

吳協理：智慧財產局對於網路問題可能不夠熟悉，不易與網路服務提供業者互動，因此該部份做的比較不夠。網路服務提供業者非常願意配合，但須有政府公告，依法行事。就通知與移除 ( notice and take down ) 建議應由政府制定一套標準程序並公告，並經由相關單位，例如：網路服務提供、消基會等討論後公佈。著作權人往往要求要斷線，例如：財團法人國際唱片業交流基金會 ( International Federation of Phonogram and Videogram Producers, IFPI )，但斷線的話影響很大，全家都不能用，就像斷水一樣，電信法第二十二條有規定，沒有立法不能隨便斷線中止服務，不然移除的動作是有的，如果有不法的內容網路服務提供業者都有將不法內容移除，但還是照樣可以連線。現在最大的爭議在於「斷線」，消費者的權利意識也很強，網路消費糾紛現位居消費糾紛第三名。對於我們網路服務提供業者來說，被權利人團體告的話還比較無妨，但是如果被消費者告的話就不用作生意了，對於企業形象都會有所影響。

孫教授：對於目前調查顯示出有約六成的民眾願意上網作音樂消費，您的看法為何？對於台灣的線上音樂市場有無信心？

吳協理：對於台灣的線上音樂市場我覺得有信心，因為這已經是普遍的行為了，數位聯合電信也有考慮作線上聽音樂。

孫老師：以目前的技術來看，對網路非法下載的內容有無實際控管之可能性？  
目前有沒有做這樣的控管？您對於透過網路服務提供做線上控管的看法為何？可否與權利人合作進行？

吳協理：當然有可能，可從各 IP ( Internet Protocol, 網際網路通訊協定) 位址看出流量，推斷出用戶在做什麼。技術上可以斷線，用以控制流量；或是找到源頭拿掉，這樣一來別人就找不到資料下載，但第二個方法太辛苦，所以權利人團體傾向要求斷線，但對網路服務提供業者而言，除非政府立法而授權網路服務提供者依法行事，否則不可能這樣做。數位聯合電信有和權利人團體 MPAA ( Motion Picture Association of America ) 合作，發現侵權的話，MPAA 會告訴數位聯合電信，我們會轉告知客戶他的行為已經構成侵權，一般消費者接到這種通知都會比較收斂，因此 MPAA 還願意接受這樣的合作方式。

孫老師：對於目前即將通過設立智財專庭的認知與看法為何？

吳協理：樂觀其成。

孫老師：通用公共授權 ( General Public License, GPL ) 新出爐的 GPL3 草案中，限制 DRM ( Digital Rights Management, 數位版權管理) 技術 (數位限制) 的使用，除非能讓使用者握有控制權。依您的看法，在消費者權益與著作權利人的權益之間應如何取得平衡點？如何在不扼殺科技創新的情況下同時達到保護智慧財產權的目的？

吳協理：這個問題可能要問 Webs-TV (網路數碼國際股份有限公司)、愛爾達科技股份有限公司這些業者比較有關係。



孫老師：目前智慧財產之教育宣導進行之成效如何？對於在學年輕人，大學生、高中、初中、小學情況各自不同，對觀念已經不正確者，例如網路主要使用族群大學生，如何導正？對於未來的可能的仿冒者，也就是中小學生，如何防患於未然？對於已畢業工作者，又有無任何的宣導？

吳協理：一般學校內電腦課只教操作，較偏技術面的學習，但行為準則、網路公民道德等，尚未實際編入課程。目前，教育部有在編網路行為、網路公民道德的教材，作為行為準則，但業者並未被邀請參與，個人認為這些教材需要與業者共同討論，一起研擬。

孫教授：承上題，針對大學校園網路的使用上是否有其他的管控模式？以及就校園內部負責執行人員本身是否同樣遵守相關義務規定上有無任何查核機制？承上，有無任何完整、有效的校園使用機制？

吳協理：學校是台灣學術網路（TANet）在管，台灣學術網路不是網際網路協會的成員，但是也會參與協會的相關會議。一般而言，遇到侵權時，商用網路服務提供者會與著作權人配合，討論該怎麼做。

孫教授：對於目前線上音樂發展的概況您的意見為何？對於概括授權機制有何建議？

吳協理：舉例來說，如果我們與 Webs-TV 寬頻電視合作，Webs-TV 寬頻電視要先負責與片商談合作，網路服務提供也會確認，因為有問題的話一般都是網路服務提供業者先接到通知。概括授權應該要整合所有授權模式，使來源合法化。分別與著作權人談授權的話，談判辛苦，價錢不合理，不符合市場機制。授權多少錢是合理的是商業機制問題，所以就授權的部份沒有評論。

孫教授：就網路服務提供業者的責任與其他措施，是否可提供資訊，了解其進行狀況如何？例如智慧財產局與中華電信的協商狀況。

吳協理：智慧財產局是和網際網路協會談，而不是一家一家談。針對網路服務提供業者的責任與措施，業者在大原則上是不反對的，但須有明確立法，讓業者有所遵循。而當網路服務提供業者與著作權人的談判有問題的時候由政府做公親。

孫教授：就網路服務提供業者責任的部份其立法進展如何？對消費者隱私權的保護機制為何？

吳協理：以 Kuro (飛行網股份有限公司) 為例，Kuro 的主機是由數位聯合電信代管，法院要求數位聯合電信提供 Kuro 會員記錄，但是數位聯合電信沒有給。數位聯合電信大概每個月會收到九百多封警察單位來函要求提供用戶資料，而 Hinet (中華電信股份有限公司)、Yahoo! (雅虎公司) 大概會收到三千多封。對於政府單位要求網路服務提供業者提供資料的情況，網路服務提供業者認為已經到了氾濫的程度，卻沒有任何的指導方針。台灣整體的行政單位對於網路的理解、專業尚有待加強，且相對於大陸，對於這類的問題顯得較為畏懼。網路服務提供業者必定要做其他加值服務以增加競爭力，例如網路電話、與網路內容提供者合作等。因此應該要先釐清網路服務提供者的直接、間接侵權責任問題。對於著作權的間接侵權責任，如果是網路內容提供者是網路服務提供者自己選的話，當然願意負責任。與單純的連線服務應該要有所區別。通知與移除由網路服務提供者做沒問題，但是要求著作權人做是沒辦法的，這也要區分。

孫教授：其實要談網路服務提供業者的責任以前，要先確立著作權法裡到底有沒有間接侵權責任的問題。美國千禧年數位著作權法（Digital Millennium Copyright Act, DMCA）中的安全港條款等，不應該直接抓過來用，因為畢竟已經是多年前的法律規定了，未必符合現在的科技發展狀況。

吳協理：大家都同意通知與移除的精神，但是立法上文字要對、要清楚。現階段應該將謝國樑立委的「著作權法修正草案」修正到大家都可以接受並且是可執行的範圍。不過這個草案並未談及電信法第八條，對網路服務提供業者的處罰也無明確界定，各網路服務提供業者們明天（95年5月23日）會有個會議，會再做充分的討論，希望達到幾個目標：  
1. 不僅僅是文字上的共識；2. 對消費者行為的規範（例如：點對點傳輸行為）；3. 釐清直接、間接侵權責任問題。

#### **(六) 訪談結論：**

1. 應區分單純的提供網路連線服務與提供內容，不應該混淆二者，在政府未制定明確法規作為網路服務提供業者的行為準則前，不宜要求業者作其無權行使的行為，例如斷線，以平衡消費者與著作權利人間的權益。針對網路服務提供業者的責任與措施，業者在大原則上是不反對的，但須有明確立法，讓業者有所遵循。而當網路服務提供業者與著作權人的談判有問題的時候由政府做公親。
2. 對於網路服務提供業者而言，都認同通知與移除的精神，但前提是必須先確立我國著作權法中的間接侵權責任問題。立法文字上必須清楚，且要能被相關業者接受。我國著作權法本次修正，不宜逕自延用美國千禧年數位著作權法中的相關規定，必須能切合現在的科技發展狀況。
3. 針對教育方面，建議讓業者有參與的空間，以使內容更完備。

**(七) 建議事項 (後續探討)：**

1. 持續關注著作權法修正方向，是否清楚確立相關業者、網路使用者的責任與行為措施，以及直接、間接侵權責任的問題。
2. 相關著作權利人團體、消費者團體對於相關修法內容的反應與看法。

**(八) 結束時間：95 年 5 月 22 日(星期一)，上午 11 時 25 分**

**三、美國電影協會 台灣分會 (MPA) 之第一場訪談紀錄**

**(一) 訪談時間：95 年 10 月 17 日 (星期二)，下午 14 時 30 分**

**(二) 訪談地點：美國電影協會 台灣分會辦公室**

**(三) 受訪人員：美國電影協會台灣分會 楊泰順執行長、施育霖總監**

**(四) 參與人員：國立政治大學智慧財產所 吳允超、郭祝榮**

**(五) 訪談內容：**

吳允超：請問目前美國電影協會台灣分會對於其他未授權的 P2P 網站，例如天馬音樂網、Foxy、BT 等，將以何種方式因應？對於 YouTube 此類的影音分享網站，您的看法又為何？

施總監：Foxy 裡的數位內容百分之百是非法的，它的性質與先前的 kuro、ezPeer 一樣都是平台、只要有平台提供違法的內容，我們就一樣會採取法律行動。至於 BT 與 Foxy 比較不同，比較是說 BT 是以論壇來分享，從論壇裡提供搜尋種子，那這些原則上一樣是違法的，因為使用者一樣可以透過網站下載，內容一樣都是非法未經授權的，因此我們都會採取法律動作。

我們所謂的法律動作是一開始就直接提起訴訟，而採取行動前會先蒐證、確認，到一定程度開始採取行動，那這些程序沒有一定的時間主要是看加害的程度，平均一個網站大約要花一個月準備。目前我們主要會以錄影、下載的方式來進行蒐證。

另外有一個網站叫做 Mxie，是你們沒有提到的，那我也在這邊跟你們說明一下，Mxie 它是一種瀏覽器軟體，也提供網路下載的功能，但是要深入了解，它其創立之初係以下載為目的，因此我們認為有直接涉及到侵權。

在 YouTube 的部份，我記得過去四五年前有一個 Movie88 的跨國網站，也是以串流的方式提供觀賞，那它是一個外國人（馬來西亞律師）來到台灣架設伺服器，將該網站設在中華電信，以我們的角度來看，我們認為它這些內容並沒有獲得授權，因此還是百分之百的違法，著作權法當時有公開播映、公開播送等規定，現在有公開傳輸之規定，這個部份還是要得到授權，不然還是構成違法。因此我們的做法簡單來說，就看有沒有簽約？有沒有授權？要是沒有就是違法，除非公共版權的部份，不然就會採取法律行動。

保護的部份是我們一直覺得還是不夠的，還是需要有全面性的動作，例如全民、警方、更多權利人團體等來一起努力。

楊執行長：我們認為如果有多一點合法的網站，權利人團體樂觀其成，因為會  
有更多的人一起來做監控，但問題在於電影公司會不會樂意讓更多的  
合法網站產生，那這一方面就會有市場經濟的策略考量。

吳允超：目前美國華納兄弟影業公司 9 日宣佈已與檔共用服務提供商 Bittorrent  
達成協定，透過後者推介華納兄弟的電影及電視節目，MPA 台灣對這

樣的合作模式是否亦有相關的設計？

施總監：由於華納本身就是 MPA 會員，那權利人與網路商的雙方合作是我們樂觀其成的，那至於後續的盜版防堵是否有用的問題，由於雙方合作的效應，因目前時間太短，還沒有辦法看出它的積效。

吳允超：據了解，MPA 有二十四小時派駐人員於海關進行盜版相關活動的監控，目前的情況為何？對於線上盜版傳輸活動的掌握以及監控方式又為何？

施總監：我們目前是有駐點在海關，但不太可能是 24 小時人都待在那邊，會用電話等聯繫，電話是 24 小時開機。晚上如果有貨出現，海關那邊會通知我們然後早上再過去看，目前我們與海關的合作關係非常良好。

有關於平行輸入的部份，目前我們是依「量」來決定有沒有平行輸入的問題，如果你帶一片兩片不同歌手的不同專輯 CD 我們並不認為會有平行輸入的問題，但是如果你同一張專輯帶了十幾片以上我們就會覺得要加以取締，但基本上看海關是否有查扣。

在績效的方面，有派駐人員的績效明顯比較好，目前我們平均一個月查到 20~30 個包裹會被拆封，其中大約十個包裹裡是違法的內容物。至於線上的監控則是比較土法煉鋼，主要就是由辦公室人員上網去蒐證。

吳允超：對於美國目前針對著作權法所提出的「地毯式授權」，請問有何看法？對於權利人而言，是否會有其他考量因素而對此種授權方式採取觀望態度？

施總監：目前有關這方面的問題我們覺得對八大電影公司影響不大，因為在確立公司的著作權是沒有問題的，所以要取得他們的授權跟同意是無庸置疑的，其實只要上 IMDB 的網站，都可以找到著作權的歸屬狀況。而跟他們討論相關的授權機制，應該是獨立製片的影響會比較大。例如說像是日劇的問題，目前我們在台灣坊間看到在販賣的日劇都沒有授權，但由於在台灣沒有權利人團體主張權利，所以我們都誤認為那些是合法販賣的著作物。MPA 目前不會去做收取權利金的業務，主要還是做查緝、宣導及教育的工作。最主要還是看權利人方面的態度，除非受到委託承接這類業務。

吳允超：針對網路使用大宗的學生族群，您認為如果在學費中納入「音樂下載授權費用」（類似目前校園軟體授權模式），是否為可行的方式？對於權利人而言，是否願意考慮這樣的授權態樣？

施總監：這個問題涉及的層面比較廣，教育部不曉得是否會認同這樣的方式，因為在校園裡是有合理使用的主張，可能涉及到教育使用的用途。可能要學校去談，站在電影公司或商業利益的考量下，很多時候權利人方面都會採取樂觀其成的態度，畢竟目前校園非法下載嚴重。由整體大層面來看，包括教育部、家長等方面，應該不太可能執行，因為大家會認為在教育現今提供的保護傘下為什麼要多付一筆錢？

吳允超：您認為，在目前 web2.0 的趨勢下，對於未來著作物的運用會產生何種衝擊？對於權利人而言，將以何種方式因應？是否可能形成新型態的授權模式？

施總監：工具與科技的東西本來就是很中性的，重點在於上傳的內容，只要放上去的是未經授權的，就會加以取締。然人為的操控科技，經營非法內容，更是侵害著作人。

電影的合理使用範圍很小，除非是廣告、預告可以合理使用，但如果是使用整部電影，就沒有辦法。如果是將預告片放在非法網站上做宣傳，還是會採取法律行動，這個就不是合理使用。

吳允超：目前有許多的不法分享網站都在台灣境外（一大部份在中國大陸 BT 論壇），造成國內執法上的困難，著作權人是否對此行為有相當的因應措施？

施總監：這是最注重的部份，MPA 在各地都有分部，會蒐證並告訴 ISP 哪個地方有違法，ISP 就會將內容移除。以國內來看，如果在其伺服器上，也會把內容移除。如果立法完成，應會更加完善。

MPA 各分部形成一個互聯網，進行跨國合作，會互相告知情況，大陸地區，大體來說與 ISP 的關係還沒那麼良好（剛起步、幅員大），這邊會將情況告知大陸的 MPA，由該地的 MPA 去跟 ISP 連絡。

吳允超：權利人認為教育部在網路使用大宗的學生族群的宣導是否足夠？有沒有什麼相關的建議？

施總監：宣導絕對是不夠的，首先在正規教育裡並未要求重視、尊重智慧財產權，只有在公民課本裡有提到一兩句，教育部的理由是學生課業已經很重。而目前有許多高學歷的學生也因違反著作權法被抓，且校園非法下載情形嚴重，透過這許多案例使我們覺得教育宣導還是不夠，顯示我們目前在著作權保護的教育上還是有所不足。



今年 MPA 有辦幾次巡迴的教育宣導，教育部的態度比較推遲。成大 MP3 事件所造成的影響深遠，台灣對於學生的保護還是比較強。

MPA 的會員公司現在會加快 DVD 上市的速度讓大家能更快更方便的去獲得，使大家減少盜版，而國外有幾個電影公司在做線上下載，而國內有巨圖、MOD 等合法網站試圖在做線上下載，因為整個產業的影響太大，因此對於推線上的部份會有所衝擊，例如影響到戲院的營收。產品都會有一定的間隔時間，例如電影上映過一段時間後才會出 DVD，然後再一陣子才會放上 HBO。

目前的調查顯出夜市盜版小販一個晚上約可賺個七八千元，集團性的運作，勢力龐大，警察蒐證，盜版勢力竟以暴力回擊，已經變成犯罪組織，成為一種治安的問題，不再僅僅是盜版的問題。他們也會利用中輟生或是小孩子去販賣。

吳允超：現在 MPA 所採取的盜版率計算方式為何？

施總監：過去是實體物光碟，從供給面（市場上鋪了多少貨）跟需求面去比較分析。

現在網路上的盜版率調查是由美國在做，現在開始有委託調查公司以電話或面訪抽樣調查網路盜版率，再將網路盜版納入後，導致整個盜版率跟以前比較，就顯得升高，所以目前是百分之五十四。

郭祝熒：在查緝的過程中，所採取的標準作業流程為何？

施總監：我們所採取的方式是先在網路上發現對象（販賣盜版光碟），然後寫電子郵件表示興趣，然後約出來交貨再進一步的了解他們的販賣行為。

在整個過程中我們不會揭露身分，因為曾經有被威脅過的經驗，所以都是先搜證，然後再交由檢調處理。

吳允超：請問 你們一年所花費的訴訟費用大約是多少？

施總監：訴訟大多都是自己來，內部員工幾乎都是法律系，除重大案件委託律師外，其他費用都是內部的人事費用。

吳允超：對於線上隨選視聽的商業模式，您的看法為何？

施總監：線上隨選視聽，是一個發展趨勢，會衝擊到出租業的經營模式，以後在家選片即可。若以後藍光、HD 光碟的強勢發展下，DVD 光碟會漸漸被淘汰，未來如果盜版也做到高畫質，如果有藍光燒錄器，或以高頻寬傳送盜版就會產生很大的衝擊。MPA 目前也有研究這一塊領域以面對未來的科技趨勢。

吳允超：請問 MPA 對於 ISP 在網路非法傳輸的管理滿意度為何？

施總監：對於 ISP 我們認為他們與立法、司法等的配合度都還不錯，我們雙方關係也還不錯，MPA 是第一個跨出跟 ISP 合作的單位，進行通知、移除，網際網路協會也很注重這一塊。我們對於 ISP 也是持肯定的態度。而現在立法制定 ISP 的責任，他們願意跨出第一步開始制定相關的法律也算是一個好的開始。

#### (六) 訪談結論：

1. 對於美國電影協會台灣分會以及其他相關單位的合作關係有更進一步的瞭解，美國電影協會台灣分會的立場還是以訴訟代理人為主，以台灣地區的侵

權事件作為主張，主要的搜證是以未經授權的著作物的持有與散佈來判斷有無侵權之事實。

2. 由於科技的進步（如：BitTorrent）形成網路電影分享更為便利，進而使網路盜版率提昇至五十七%左右，而網路主要的族群是年輕族群而更以學生族群為主。

**(七) 建議事項（後續探討）：**

1. 網路主要的族群是年輕族群而更以學生族群為主，進而充高盜版率，這使我們必須要進一步探討學校的 ISP 管理責任，以及教育宣導的加強，以及應如何配合相關的配套措施，而使這樣的需求供給能達到一個平衡。
2. 目前的區域合作大多還是以權利人團體（私人），在網際網路無國域的趨勢下，未來的官方合作應該要再加強，而使權利人與消費者獲得足夠的保護。

**(八) 結束時間：95 年 10 月 17 日（星期二），下午 15 時 30 分**

**四、美國電影協會 台灣分會（MPA）之第二場訪談紀錄**

**(一) 訪談時間：95 年 10 月 31 日（星期二），下午 14 時 00 分**

**(二) 訪談地點：美國電影協會 台灣分會辦公室**

**(三) 受訪人員：美國電影協會台灣分會 施育霖總監**

**(四) 參與人員：國立政治大學統計學系 鄭天澤副教授、賴怡寧**

**(五) 訪談內容：**

鄭教授：首先，請針對貴單位目前計算盜版率的方式來做個說明？

施總監：我們從 2004 年開始委託 L.E.K.顧問公司針對 22 個國家來進行盜版率的調查。以往我們都是由基金會內部自行計算盜版率，主要是以供應端的角度來切入，例如我們會以警察所查緝到的盜版品數量、夜市裡販售盜版品的攤位數量、出租店家的業績等資料，來與正版本品發行情、戲院票房做比較，以求出盜版率。

鄭教授：就以往盜版率的計算方式而言，只要這一段時間內盜版品被抓得越多，那麼所求出來的盜版率就會比較高，換言之，如果今年抓到很多，明年抓不到了，那明年所算出來的盜版率就會下降，您認為這樣的計算方式合理嗎？

施總監：以往的盜版率計算方式，主要是受到當年度的盜版品市場出現率的數量而有所變動，然警方查緝到的數量越多，並非一定表示盜版率會越高，像中國大陸，絕不會有人說他的盜版率很低。可是若容易抓的到，可能表示盜版商隨處可得，像現在夜市攤販已不容易抓了，警方再努力也抓不到像以前的龐大數量。從此點來看確會使得計算出來的盜版率下降，以往盜版業者主要是利用射出工廠來製作盜版品，光碟數量龐大，而現在則是改為燒錄工廠，在燒錄工廠中，製作過程不若光碟工廠便利，整個盜版的製作過程中，比較沒有庫存，顯見市場盜版出現率將不若以往的高，所計算出的盜版率自然也會下降。市場上抓不到盜版，也表示這個市場是乾淨的。而其它影響盜版率計算結果的因素，可能買正版本品的人真的增加了以致於盜版率下降；或是說正版本品發行情增加了也會降低盜版率。可是目前的市場已在轉變中，網路的崛起是一大主因。

鄭教授：請問貴單位所委託的 LEK 顧問公司，他們調查與計算盜版率的方法為何？

施總監：調查公司會直接用電話訪問消費者，或者利用一般市調的作法，如面訪或者網路調查等方式。他們所做的是全面性的，針對其他國家也是使用相同的方式，如此才能相對性的與其他國家做一比較。

鄭教授：是否會有人質疑這間調查公司計算出來的盜版率，怎麼會每年越抓越多？

施總監：我們委託該家公司是第一年，尚無此問題。然與以往的數字做比較的話，得出來的數字，卻比 2004 年高。主因是計算方式之改變，加入了網路盜版之情形，然這個數字須相對性地與其他國家比較，較能看出端倪。跟越抓越多此種說法並不正確。

鄭教授：以你們的觀點來看，「網路」是否是造成盜版率上升的主因？

施總監：是的。我們可以就實體光碟盜版率及網路盜版率兩部份來看，其中實體光碟盜版率已經降低很多了，如音樂光碟降到百分之二十幾，但網路上的音樂盜版率卻上升到百分之九十，可見網路已經是目前盜版率上升的主要原因。且網路頻寬的增加，使得下載速度變快，使用者獲得非法電影檔案之便利性大增，這些使用者從網路上看過了該部電影，自然就不會買票上戲院或租片，這些都是無形的票房殺手。電影公司之票房收入並未因實體光碟盜版之減少而使票房增加，顯然仍有些其他因素之影響，而網路盜版應為主因。

鄭教授：以 MPA 的觀點來說，什麼樣的行為算是盜版？

施總監：廣義的說，沒有經過授權而製造、販賣的東西都是盜版。從產品面來查緝，若產品不是正常管道製造的，那我就可以反推說他是盜版品。看看產品是否授權壓出來的東西，或是自己燒錄的，就可以看出是不

是盜版的。有些工廠可以壓出以假亂真的產品，只是一般消費者看不出他是盜版的而已。

鄭教授：我們可以從哪裡判斷產品是否為盜版品？

施總監：我們一般都先從外觀來看，看看上面有沒有新聞局的局錄字號、公司名稱、商標等等，如果從外觀都還看不出來，就看看光碟有沒有光碟識別碼。現在我們有光碟管理條例，每張光碟都要刻有光碟識別碼才能出貨。最後，若還是無法從外觀來辨識的話，我們會將光碟放出來看看。目前比較難以判斷的光碟片是那種製作精良的光碟片，如微軟的 window 光碟或大陸版的某些電影光碟較難辨識，然大陸版的電影光碟，盜版商為了節省成本並推銷，仍然可以加以辨識，如區碼問題及光碟識別碼都可加以辨別。

鄭教授：我們可不可以說，這一片光碟才一百塊錢，一定是盜版的？

施總監：未必，因為目前正版 DVD 的價格都已經逐漸下降了，所以便宜的光碟未必是盜版品。有些獨立製片的電影光碟一片只需要三十五元，有些是經過包裝的二手片，像是出租過再拿出來轉賣的片子，有的只需要九十九元就可以買到。

鄭教授：如果我買了一片正版光碟，我可不可以私下拷貝？

施總監：合理使用範圍內都可以拷貝。我可以說我買的那片光碟是要收藏用的，為了避免小孩弄壞光碟，所以我會拷貝一份平時看。但我們的光碟都有防拷措施，不是你想要拷貝就可以拷貝的，現在也研發了很多加密的防拷程式來防止拷貝。當然也有人會嘗試著去破解，例如用麥克筆把防拷措施那一層畫掉，讓機器以為讀不到而略過，直接讀第二層（影

片內容的部份)。不管是軟體公司或電影公司都有再研發這類加密程式，以後我們也會針對這區塊來研究。

鄭教授：就您的觀點來說，人們為什麼不買正版品？

施總監：不同階層的人會有不同的行為模式及解釋。像學生會說沒錢，就算知道不能買盜版品他們還是會去買，像一些「俗又大碗」的電影集，如果你要買一整套的正版品可能要花好幾萬元，學生族群怎麼可能會去買？夜市才幾千元就可以買到，他們就會去買。除了價錢考量之外，方便與想搶先的心理或感到好奇也是他們的理由，因此有些盜版品雖然影像很模糊（去電影院偷錄的），他還是會去購買。除了學生之外，很多菜市場的太太們或夜市族也會買回去給小孩看。這些購買盜版品的人都不在乎品質，搶快以及價格便宜是最大的誘因。這些人會認為整季的大量的影集很貴或認為看電影消費額度太高，所以寧可買盜版品回家看。

鄭教授：是否還有其他不買正版品的理由？

施總監：有些人會說，因為盜版品比正版品好。但其實就我們的認知來說，盜版是不可能比正版好的，也不會有人拿盜版品去收藏。不過有一種盜版品例外，這樣的盜版品只有識貨的人才知道要去哪裡找。舉個例子來說，在台灣販售的原版侏儸紀公園並沒有出 DTS ( Digital Theater Systems ) 音效的版本 ( DTS 音效較一般的杜比音效佳，有玩喇叭的玩家都知道這一點 )，而日本的版品卻有 DTS，盜版商看中這產品，就會將正版的中文字幕放上去，經過加工過後，販售這些保留原音的 DTS 版本給玩家們使用。另有一種是因為有中文配音或泰語發音，服務看不懂字幕者或泰勞。這些都可能構成買盜版的因素。

鄭教授：您認為不買正作品，價格是很大的因素嗎？

施總監：也許。然因為網路的便利性，縱使正版片很便宜，還是有人要盜版。

像大陸的正版已經很便宜，大陸盜版一樣滿天飛；台灣的二手片品質或價格都勝過盜版片，但是一樣有盜版。現在價格已經不是我們主要探究的問題了，電影公司已經在努力降價。然因為從網路上下載，很多根本不需要錢，連夜市的盜版也已經被網路上這些「免費」下載的電影給打敗了。還有前述的族群心態問題，沒有說誰就一定受價格影響。貴的東西還是有人買，便宜的東西一樣要盜版，不用錢的盜版更好。

鄭教授：您認為有哪些原因讓盜版更猖獗？

施總監：盜版是高獲利的產業，有些在夜市裡的攤販一晚就可以賣到七千到一萬元這麼多，目前最近的紀錄是一攤一晚兩萬多元。盜版品的成本又低，一片光碟的成本只需要一、兩塊錢，甚至是幾毛，在市場上卻可以賣到一百元，所以很多人會去賣盜版片。其實有些幫派以此號召吸收小弟，在夜市裏練膽兼賺錢，都是使盜版商囂張的因素。不過最近因為網路的關係，許多人改以經營網路論壇，行傳輸盜版之實，以充流量，求取廣告。這些因素都可能使盜版更猖獗。

鄭教授：您認為教育對宣導反盜版行為是否會有效果？

施總監：答案是肯定的。現在明知故犯的人已經漸漸減少了，很多人知道這是盜版的就比較不會去買。

鄭教授：請問將盜版光碟送給親朋好友是否算盜版行為？



施總監：散佈盜版光碟當然是盜版行為！但目前台灣的法律會認為這是「微罪」，除非有人知道你常常在送人，而且贈送的盜版品數量很多，那你可能就會被告。但一般來說，會不會被抓通常是舉證的問題，只是會有誰知道你在家裡拷貝或是偷偷送人？除非是你的朋友！

鄭教授：一般來說，重罰對遏止盜版行為是否有效果？

施總監：重罰一定會有效果，人都怕被關。但實際上台灣的法官都很善良，以台灣目前的法律來說，觸犯著作權法最高可判有期徒刑五年，雖然法條上是這樣規定，但實務上絕對不會判到這麼多。一般人也認為觸犯著作權法也只是小罪，只是盜版就要被關，似乎有點太誇張，甚至有檢察官認為你「態度良好」，而給你職權不起訴的情形也有。但對著作財產權所有人來說，盜版行為是無法忍受的。再者，就法律面而言，由於在夜市販售盜版品的大多都是小孩子，能起訴多大的罪？大部分也都只是請父母帶回家管教了事。目前若從事盜版製作的刑責最多只會被判一年以下，為了避免因為判六個月以下可以易科罰金，所以現在大多判到八個月以上，但也都還可以緩刑。換句話說，法律很重，執法者認為不重。

鄭教授：可以去哪裡可以買到盜版品？

施總監：夜市、店家、型錄、派報、網路（下載、網路拍賣、販賣盜版品的網站或利用線上收看）及朋友間的互相傳遞。

鄭教授：影片方面有哪些網路下載的方式？

施總監：BT、FTP、HTTP（網頁直接下載）、eDonkey、eMule（速度慢，但有很多冷門的軟體）、Kazza、Foxy、ezPeer、Kuro、Clubbox 或透過聊天室

等等。現在網友們為了使 BT 能夠便利使用，在網路上設立了很多論壇，放了很多 BT 程式以及影片的檔名列表，有了這些資訊要找種子就不會麻煩了。這些論壇有些是免費的，有些是需要加入會費（以捐款名義）。最近又出現部份類似 IE 的瀏覽器，例如 Mxie 瀏覽器，它可以讓使用者輕鬆搜尋到想要下載的檔案。有些瀏覽器則搭配了可下載電影的搜尋引擎，鍵入關鍵字之後出現的不是資料（若使用 Google 瀏覽器，所搜尋到的通常是資料），而是可被下載的檔案，它結合了 BT、類如 ezPeer 或 Foxy 的原理，而且不需要尋找種子就可以下載。另外韓國的 Clubbox 是一個大概有 1000GB 的網路空間，放在頻寬很高的韓國，雖然使用介面是韓文的，但附有操作手冊讓使用者參考，其速度很快，是 FTP 的延伸又融合了 BT 的程式在裡面，有一個較大的傳輸管路，旁邊還有些小管線幫你傳輸，加快傳輸的速度。Clubbox 算是目前繼 BT 之後，在台灣最受歡迎的平台，又是「韓風」。

鄭教授：一般從網路下載之後會放在硬碟還是燒下來？

施總監：要看時效性。像最近比較流行的檔案，可能會放著之後再上傳給別人，有些人會放在電腦裡供大家下載，這些人都是為了要衝高自己在某論壇的排名，藉以延長其在論壇享有優惠的年限，例如 ezPeer 就是利用這個方法來吸引網友提供檔案。有些人是意圖營利，那他可能就會燒下來去夜市裡或拍賣網站上賣。

鄭教授：請問您對於 ezPeer 後來被判為無罪有何想法？

施總監：ezPeer 被判無罪，我則認為他們是有罪的，而且是非法的，僅是他們請到一些律師幫他們脫罪罷了。這個案子若要細說不容易，但只要仔細思考一個問題即可迎刃而解，經營一個「收費」平台，倚靠的是別

人的非法檔案，會「通」嗎？大家都知道二十四小時不關機供人分享，降低自己的電腦效能，你願意嗎？經營者如何確保下載品質，想必你已經知道答案了。現在 ezPeer 變成 ezPeer+ 已經合法化，這是一件好事，因為以前大家都是非法，現在有一個非法的變成合法，他就會去計較別人是不是非法的。不然非法的要與他競爭，而他與 IFPI 和解，並付出了高額的賠償金，豈不成了冤大頭。所以他們現在也要認定過去是非法的，對他們才有利。說不定以後還可以一起來取締盜版平台也說不定。目前 ezPeer 這個案子仍在高院，尚未判決。而 KURO 有罪的最大理由是因為他被抓到他在外面有子公司，他僱用一個人去上傳影片供人下載，此人後來被視同共同正犯。

就此議題而言，我們還會建議政府能夠設立專業法庭，否則法官在不了解盜版的狀況之下，容易輕判了侵權者。在過去的審判過程中，我們曾經要求法官當庭讓我們上網，以便親自示範下載盜版品的過程，但法官卻認為不需要！很奇怪，網路的操作本屬動態，很難用一張一張的紙說清楚，甚至認為我們應該去告消費者，假若我們真如此做恐怕要癱瘓法院，因為有 30~50 萬個被告。網路的東西還是需要一個真的懂的人來處理會比較好，而且我們認為法官判決被告（侵犯著作權的平台擁有者）為無罪，對他來說比較輕鬆容易，我們之前所準備的厚厚一疊資料法官都沒看，實在很可惜。

鄭教授：為什麼有些人會去架站供人下載檔案，他們的動機為何？

施總監：我們曾經問過被告為什麼要這樣做，第一，個人興趣使然，因為好玩所以架站；第二，是可以賺錢，有些站雖然沒有廣告收入，但是使用者要繳交會費，他還是可以獲利；第三，為了賺取廣告收入，這些架站者會努力的衝流量的排名，因為排名越高越有廣告效益，廣告商會

找上門來，有許多計數器公司也都會幫他計算這些流量，從中可以看到網站受歡迎程度；最後則是會加入色情廣告的站，也可以獲取利潤。

鄭教授：請問貴單位如何發現這類網路侵權的行為，有哪些機制可以限制他們不要盜版？

施總監：有利可圖的地方自然會有人去做（侵權行為），要防止很難。平時我們都靠人工去瀏覽、搜尋，去發現盜版品，或使用系統去搜尋，我們有發明一套軟體去搜尋非法網站。

鄭教授：會不會因為台灣現在抓盜版抓的很兇，所以這些人都不在台灣架站？

施總監：我們的保智大隊，在世界上已做出口碑，舉世聞名。只要架站者還在台灣，我們就有機會可以抓到。因為這些人主要透過國內的主機代管業者來申請架站，雖然網頁在國外，但管理人員若是在台灣更新網頁，就會有 IP 資料，如此一來便會留下線索。但如果 IP 是浮動的，我們若能在三天之內找到 IP 點還是可以抓到，除非你使用的是隱藏式 IP，我們就真的無法查到。最後，如果你英文很好，可以自己在國外網路架站，或人根本就在國外，那就真的抓不到了。

鄭教授：這些架站的人會不會知道自己已經被發現了？

施總監：有些會，有些不會。一般論壇的版主警覺性都比較低，不過最近查緝得比較嚴格，應該都會有比較高的警覺性了。犯案者知道不要在自己家裡操作就不會被發現，因此他們會跑到學校或網咖去操作，如此一來，查緝就會顯得困難點，因為除非你常常使用同一台電腦，或者網咖有架設攝影機可供蒐證，我們才能抓到。有些會，有些不會。一般論壇的版主警覺性都比較低，不過最近查緝得比較嚴格，應該都會有

比較高的警覺性了。犯案者知道不要在自己家裡操作就不會被發現，因此他們會跑到學校或網咖去操作，如此一來，查緝就會顯得困難點，因為除非你常常使用同一台電腦，或者網咖有架設攝影機可供蒐證，我們才能抓到。

鄭教授：是否有可以在網路上觀賞電影，而片子是有授權，是合法的？

施總監：有，但因為片子不熱門，所以使用的人比較少。

鄭教授：您認為智慧財產權受侵犯的情況嚴不嚴重？

施總監：整體來說是嚴重的。但可分情形來說，光碟類比以前不嚴重；網路盜版比以前嚴重。

鄭教授：我們有提出三種可以保護智慧財產權的方式，分別是(1)由學校代表大家和廠商洽談成為資訊來源的通路，就是一種區域授權的感覺，只要你是學校學生就可以使用；(2)利用月租費的形式；(3)免付費使用，但每次都要註明來源，請問您對這些方法有什麼看法？

施總監：若這些人都是尊重智慧財產權的人，這三種都可行，至於執行的細部問題可以再討論。我們無法阻止科技的進步，但我們可以思考出不違法的方式。

鄭教授：智財局有舉辦許多保護智慧財產權的活動，您認為是否有效果？

施總監：不同的宣傳有不同的效果，智財局的活動有很多種，像演講、活動攤位、校園電影欣賞有獎徵答等等，雖然感覺起來規模不大，但大人若能夠趁機教育小孩，小孩對此產生興趣，自然會聽進去。你就算只告訴一個人，他也許會傳出去讓更多人知道！所有活動都有它的效果，

只是你不知道這個活動影響到了哪些人。希望智慧局及教育部可以結合民間資源一起努力合作，多加宣導。「取締」應該又是另一種效果，一種威懾力，因為有些人是不見棺材不掉淚，強力取締還是最有嚇阻效果的。

**(六) 訪談結論：**

1. 盜版品無法單純的以價格或外包裝來判斷，光碟識別碼是現今唯一可以正確識別的依據。
2. 教育宣導對於遏止盜版的歪風有一定的效果，而強力取締並且重罰所得到的效果更佳。
3. 應設立專業法庭，以免因法官不瞭解盜版的實際狀況，而輕易判定被告（侵權者）無罪。
4. 一般民眾會架站供人下載影片的主要原因除了興趣使然，最主要的還是為了賺取可能的廣告收入。
5. 「第三者代表協商付費」、「月租費形式」或「免付費使用但須註明軟體來源」等作法，只對尊重智慧財產權的人有用。

**(七) 結束時間：95年10月31日（星期二），下午17時00分**

**五、司法院 資訊管理處之訪談紀錄**

**(一) 訪談時間：95年10月20日（星期五），上午10時30分**

**(二) 訪談地點：司法院 資訊管理處 郭瑞蘭法官兼處長辦公室**

**(三) 受訪人員：司法院 資訊管理處 郭瑞蘭法官兼處長**

(四) 參與人員：國立政治大學智慧財產所 吳允超、郭祝榮

(五) 訪談內容：

吳允超：首先想請教智慧財產法院目前的準備情況。鑒於立法院目前還未通過相關的配套立法，而預算也還未落實，請問：

- (1) 司法院方面對於法案的通過，尤其是「智慧財產案件審理法」草案，有何期待和具體的做法？
- (2) 如果法案或預算不能在今年年底前順利通過，此一法院是否仍將如原先計畫於明年三月開始運作？如果無法如期進行，請問有無任何的備份計畫？
- (3) 在具體的籌備工作方面，可否請談談最困難的挑戰是在哪些地方？司法院是如何來因應？

郭處長：目前智慧財產法院的設立，可謂萬事皆備，只欠成立的法源依據。至於智慧財產法院組織法及智慧財產案件審理法，尚未通過，主要是立法院對智慧財產法院成立的實際效益為何，尚有疑義，而司法院的說帖係以實務上的案件審理，大部分智財案件，民事案件會停止訴訟等刑事及行政訴訟判決確定，因而造成訴訟遲延，來作說服的依據，而整個草案會何時通過，目前很難預測。基本上在預算的部份與行政院已有默契預備使用第二預備金，其他像籌備事宜、設置地點以及資訊系統之規劃等，都已大致完成，所以說現在只是在等法案通過，就可以馬上依規劃進行整備工作。

況智慧財產法院成立有宣示的效果，不宜完全用經濟效益的觀點來看，對於我國尊重智慧財產的形象與重視，有其效益，我們希望可以參考荷蘭的例子吸引廠商，以台灣作為智慧財產保護的據點。

吳允超：請問目前「智慧財產法院法官培訓計劃」的進度與成效如何？

郭處長：目前司法院在智慧財產法院及專庭法官的培訓已告完成，以往司法院從未有如此完整充足之培育，和以往的在職訓練有所不同，這次的培訓有結業考試，不是只有上課而已，另外上課時數也比較多，另需繳交專業報告，所以也有人考試沒過，因而未結訓。對於課程的內容與時數的詳細資料，我再另外提供相關訊息。

另外在針對地院的著作權案件，司法院也提供刑事法官培訓課程，以使他們可以應付著作權的案件。

吳允超：從國外與過去的經驗顯示，絕大部分的智慧財產訴訟案件最終是以和解或其他非訟的方式結案，請問在智慧財產法院正式運行後，是否對於這方面有任何的因應措施、或是仍舊採行現有的非訟爭端解決機制？

郭處長：對於訴訟外解決機制的設定（ADR, Alternative Dispute Resolution），司法院向來即極為重視，並積極推動中，審理法未另行規定並不代表就沒有這樣的機制，現在的作法是回歸到原有的機制運作。

吳允超：智慧財產法院設立後，是否有助於導正當事人願意將大部分的案件轉向以民事為主？如果不是的話，有無任何的考量或具體措施來從事這方面的改革？

郭處長：每一類訴訟皆有其存在的本質與價值，各案件應依其原有的訴訟軌道進行，我們並沒有將大部分的案件轉向以民事為主的企圖，我們認為透過民、刑以及行政的三合一，讓同一個案子由同一個法官承辦，就沒有民事等行政或刑事的問題，可以避免訴訟資源的浪費，也能夠使



智慧財產訴訟有效迅速的審理，並避免認定事實的不一致。

具體來說，三合一既為節省訴訟資源的方式，將採取不同於普通法院之分案方式，在專利、商標民事與行政訴訟，若為相同專利案號、商標登記號的爭議就分案給同一個法官，著作權非採登記主義，故以同一被害人為分案之依據，因此可以避免以刑逼民的狀況，也能夠使對案件已有相當了解的法官去進行審理，保持裁判的一致性與節省訴訟資源。

由於這樣三合一的制度，所以在司法院對智財法官的培訓，即要求三種訴訟的審理流程均要熟習。

吳允超：在未來法院管轄權的劃分方面，請問：

- (1) 在面對管轄競合的情形時（例如，專利與壟斷或不公平交易或是商標與契約／債務不履行問題並存），不同的法院間將如何確立彼此的管轄繫屬與上訴程序？
- (2) 對於把第一審刑事案件仍舊歸屬於普通法院的主要考量為何？我們了解外界（甚至美國政府）對於這一點還有許多的爭論。可否請說明這其中的主要爭議所在以及智慧財產法院將如何因應？

郭處長：對於不同管轄權競合的問題，在操作上，應不會有問題，智慧財產案件審理法草案就管轄範圍有詳細規定，若與普通法院有管轄競合情形，亦可依前揭草案第一條之規定，適用民、刑或行政訴訟程序，合意管轄或移送訴訟。

另外補充一下，由於著作權有的案子訴訟標的很小，怕擾民，所以仍是三級三審，一審還是在地院一審。目前遠距訊問只針對刑事案件之

證人及鑑定人，但專利案件如得被告同意，也可以進行遠距訊問，而貫徹以原就被之原則，被告不會非得上台北的智財法院進行辯護。

吳允超：關於技術審查官的設立，請問其定位為何？徵選的對象為何？其技術建議在審判過程中是否具拘束力（亦即是否可以推翻法官的見解）？其設置是否將造成目前既有的鑑定機關逐漸式微？反過來看，司法院方面有無具體的做法來徵選相關的人才（依據智慧財產法院組織法草案的相關規定，人才恐將不易獲得）、確保技術審查官的公正性（包括避免政治的不當介入）並確保人才不致流失？

郭處長：對於技術審查官之遴選以及培訓的方法，原則上，均規定在智慧財產案件審理法，我再另提供書面資料。技術審查官的基本定調是技術顧問，並不會參與事實與法律的認定，我們可以定位他是專業的法官助理，而性質上屬於提供諮詢的意見（參閱審理案件法第四條、第八條）。技術審查官不同於專家參審，因此所提供的意見並沒有法律上的拘束力。同時，技術審查官非專家證人的性質，必須經過轉換的程序才可以改為專家證人，兩個身分不得並存。

司法院目前不希望將全部技術審查官納入公務員體制，這樣是為了避免審查官技術知識老化未能隨時代而成長，因此在一段時間後，會讓他們回去原單位充電，或是處理另外的相關工作。

#### **(六) 訪談結論：**

1. 肯定司法院所做的努力，也了解目前國內大環境的問題與需求，然而目前所設定的方向與機制是否能因應未來的智慧財產訴訟，仍有待觀查。
2. 許多機制，如 ADR 目前可以用現有的法制架構去解決部份的問題，可視未來的演變以及實務的需要再去做調整。

3. 同意司法院參考國外的智慧財產專庭法院的機制與問題，並採取最適合我國人文風情以及所需之機制，並多讓智慧財產法院法官參與國際性的培訓以養成其國際智財知識。

**(七) 建議事項 (後續探討)：**

1. 關於技術審察官以及智慧財產法院法官的長期培育以及安置需要更進一步的討論，除此之外，關於其待遇也需要做相當的設計，避免技術審查官被企業挖角，造成司法院資源的耗損。另外在智慧財產法院法官退休後有沒有考慮讓他成為非訟程序的調解委員，也是可以再進一步探討的議題。
2. 未來在設計的部份是否有可能也將檢察官也納入培訓計畫當中，以便調查程序之進行與司法資源的善加運用，可依未來智慧財產專庭的發展再為觀察討論。

**(八) 結束時間：95 年 10 月 20 日 (星期五)，上午 11 時 20 分**

**六、財團法人國際唱片業交流基金會 (IFPI) 之第一場訪談記錄**

**(一) 訪談時間：95 年 10 月 24 日 (星期二)，下午 14 時 30 分**

**(二) 訪談地點：財團法人國際唱片業交流基金會 辦公室**

**(三) 受訪人員：財團法人國際唱片業交流基金會 李瑞斌執行長、企宣組黃志傑主任**

**(四) 參與人員：國立政治大學智慧財產所 龍天鳳、吳允超、郭祝熒**

**(五) 訪談內容：**

吳允超：請問在 ezPeer 與 Kuro 合法化經營後，雙方未來的合作模式與方向為何？

李執行長：合作模式是屬於唱片公司的業務，IFPI 僅是訴訟代理人，以代理人身分進行法律上必要行動，而不介入任何商業活動之進行，因此本題僅代表音樂產業來回答。音樂產業要進入數位市場必定透過合作，不排斥任何可能的合作模式，而是跟著數位科技發展走。數位內容跟隨載體，載體的轉變即為一種商業模式，但前提是所有的模式都必須有 DRM 機制。Kuro 目前雖已和解，但未完全合法化，尚未決定要採取何種形式經營，例如計費單曲下載或串流等。DRM 是為確保權利未被侵害，另一方面係為權利金的計算（例如：某一首歌被下載次數）。因此，數位科技走到哪，商業模式就走到哪，DRM 也就跟隨到哪。

吳允超：在 ezPeer 與 Kuro 合法化經營後，以及部落格分享亦有判決後，權利人是否感覺因此獲得足夠的保護與尊重？目前是否有別的網站或科技是權利人團體在權利保護上覺得比較頭疼的？

李執行長：無所謂足夠與否的問題，而是權利保護是否有效的問題。數位不斷發展，技術不斷更新，有新技術就有新破解方式，重點在於現有的法規、技術是否能有效的保護著作權利人的著作內容不受侵害。法規及執行是否能夠成就，相互配套達到效果。其實法律規定是足夠的，但往往同一個案件到不同法院卻會產生不同的結果。過去「公開播放」解釋上未能包含數位形態，因此新增「公開傳輸」。Kuro 跟 ezPeer 系屬於共犯、幫助犯，現行的刑法已有相關規定，現行的著作權法也有公開傳輸的規定，因此整體反對判決的看法。我贊同「架設平台、收取利益，而致使用平台的會員侵害到他人權利時，平台架設者應負責任」的觀點。有專家學者認為，既然 P2P 已經和解，為何還需另外立法？但是以長遠的眼光來看，未來技術的發展無人能預料。現在最頭疼的是 TANet，全世界唯一由政府架設，卻

讓學生藉以侵權的網路，尚未進行有效管理。

吳允超：對於其他未授權的 P2P 網站，例如天馬音樂網、Foxy、BT 等，將以何種方式因應？

李執行長：我們會積極主張權利！就 BT 而言，除了抓 BT，任何提供訊息或連結的論壇或部落格，我們都會注意。套用刑法的幫助犯觀點，提供搶銀行的訊息，但是未真的跟人家去搶，是否一樣具有法律責任？天馬是採用下載模式，去年已被抓，因此後來轉移至大陸。Foxy、BT 是採 P2P 的模式，針對 Foxy 我們也將有所行動。

吳允超：目前美國華納兄弟影業公司已宣佈與檔案共用服務提供商 BitTorrent 達成協定，透過後者推介華納兄弟的電影及電視節目，IFPI 對此類的合作模式是否亦有相關的設計？

李執行長：對於權利人的權利運用商業態樣都樂觀其成。基本上，我們並不反對 P2P 和 BT，P2P、BT 是中性的科技，而是反對以該科技從事違法行為之人。權利人選擇與任何一種科技合作都是好事。

吳允超：對於美國目前針對著作權法所提出的「地毯式授權 (Blanket license)」概念，請問國內的權利人團體對此有無任何看法？對於權利人而言，是否會有其他考量因素而對此授權方式採取觀望態度？

李執行長：由於不了解實際的情形，因此本題保留。

吳允超：針對網路使用大宗的學生族群，您認為如果在學費中納入「音樂下載授權費用」(類似目前校園軟體授權模式)，是否為可行的方式？對於權利人而言，是否願意考慮這樣的授權態樣？如是，則以誰來出面進行如何的協商模式最為恰當？

李執行長：據了解，美國的哥倫比亞抑或賓州大學曾有類似案例，但非普遍現象。軟體與其他的數位內容不同，許多軟體是因應教學目的之校園必需品，因此有集體授權之模式；但電影、音樂、遊戲等並非教學必需品，或者說非電腦系統之必需品，因此，兩者的授權基本性質已有所不同，可以參考，但不存在等號，除非是授權音樂學院或是電影學院，而非做一般性的授權。學費中納入授權費用，須評估其可行性，也須有配套措施，授權必定須伴隨著 DRM。唱片公司曾試圖推出單曲下載，但成效不好，因為有人下載後放到 Kuro 上。因此，音樂的授權模式可參考軟體的授權模式，但不能完全套用。除需整體配套外，另外也有必要性的問題，此屬校園政策面問題。

黃主任：如果是封閉的系統比較有可行性，因為有範圍如何界定的問題。

吳允超：您認為，在目前 web2.0 的趨勢下，對於未來著作物的運用產生何種衝擊？對於權利人而言，將以何種方式因應？是否可能形成新型態的授權模式？

李執行長：任何新形態的發生，皆衍生有效的保護與新的商業模式，有效的保護必定包含 DRM。DRM 不以狹隘的純技術性方式去界定，而以廣泛的方式界定。

吳允超：目前有許多不法的分享網站都在台灣境外（一大部分在中國大陸：百度搜尋），造成國內執法上的困難，著作權人是否對此行為有相當的因應措施？

李執行長：這屬於法律管轄權的問題。網路無國界，以 iTunes 為例，只在美國有完整的系統，但在台灣也售有許多 iPod，則在台灣 iPod 其中的著作何來？此類問題如發生在中國就在中國解決，在台灣就在台灣

解決。

吳允超：權利人認為教育部在網路使用大宗的學生族群的宣導是否足夠？有沒有任何相關的建議？

李執行長：我認為宣導不足。教育部建立了 TANet，理論上是封閉的校園系統，對象是教職員及學生，目的係為學術研究，但由於大學自治，各所學校有個別使用 TANet 之管理方式，必定會出問題。從最高、最根本的層次看，第一個問題：有無必要架設 TANet？是否達到原先架設的目的？成大事件顯示，搜到的東西幾乎與學術無關，因此應審視其設置的目的與其實質狀況是否相符。

黃主任：宿舍裡有些學生進行非法用途，相對排擠了其他住宿學生使用網路的權益。

李執行長：P2P 佔據了超過七成的網路流量，教育部如認為 TANet 仍有存在之必要，則應制定規則進行有效控管，而非由各校園進行個別管理。著作權法原本有三萬、五份（侵害價值達三萬或是五份就須負刑責）的規定，由於無法執行，因此修法後第二年即被刪除。因為對於音樂來說，要多少張唱片才會達到三萬的限制？從刑法來說，偷一塊構成偷竊，偷十塊也構成偷竊，但為何著作權法有所不同？甚至，P2P 應否進入 TANet 也是一個問題。今年有某一個駭客，進入某國中的校園網路，提供人家電影及音樂。南部某一大學，學生在宿舍裡利用 TANet 直接架設侵權的網站，而警調單位對於進入校園執法又有所顧忌。我認為，成大事件不應被稱為「事件」，而本身就是一個法律的案件，學生犯法何以跟其他老百姓犯同樣的錯誤有所差別待遇？這是教育面與政策面的問題。我們一直期待教育部用心去思考這件事。

吳允超：對於孤兒著作物 (Orphan's Work) 與網路服務提供者的免責事項，請問國內權利人團體有無如何的立場？

李執行長：站在權利端來看，是指不確定歸屬的狀態；站在使用端，則是欲使用著作物但無法聯繫著作權人，很容易會被導向強制授權。根據「數位內容產業發展條例」草案第二十一條，如果找不到著作權利人，依主管機關按通常著作權之交易金額，由使用人提存。這是一種可能的解決模式，此模式亦可適用到權利狀態有爭議的狀況。此種解決方式基本上是站在使用人的角度去思考，而剝奪了權利人的發言，類似強制授權，限縮了權利。以有體物而言，強制授權有區域性，經強制授權所製造之物品不得外銷。但以數位內容而言，何以在國外的數位內容，例如：以色列團體的音樂，在台灣要使用，但找不到權利人，即可使用強制授權的方式？因為以數位內容而言，在網路上無法像有體物一樣得以限制外銷。如就數位內容欲採此種強制授權的方式，應提高至全球性的層面來解決，或許應做出一國際規範。另外，藉由仲介團體的全球網，跟國際接軌，與國外的團體串連做交互的授權，例如：CASH。

**(六) 訪談結論：**

1. 科技是中性的，權利人願意跟 BT 或 P2P 進行合作，對於網路上的數位內容商業活動，權利人都以樂觀其成的態度來支持，但是有兩件前提要件必須要滿足；一是搭配相當的 DRM 措施來保護著作權人的權利不被後續行為侵害，另外就是在權利金的計算、分配與收取的方式，必須要符合市場的需求提供配套措施。



2. 在學費中納入「音樂下載授權費用」的建議，由於影音著作物，如電影、音樂、遊戲等並非教學必需品，兩者的授權基本性質已有所不同，可以參考，這樣的授權也必須回到 DMR 跟權利金的管理問題上。
3. 肯定國內立法，司法，行政上的努力，但希望在教育的部份，尤其是在 Tanet 的管控上希望能再進一步加強。

**(七) 建議事項 (後續探討)：**

1. 對於 MP3 市場的迅速成長，如何在國內提供像 iTunes & iPod 的商業模式以供目前大量的消費族群使用，面對現在市場上的 DRM 與權利金等機制是否足夠等問題，也需要再進一步的調查研究。
2. 對於目前校園的網路管控機制以及授權模式的可行性，必須要再去跟教育部與學校機關進行溝通了解

**(八) 結束時間：95 年 10 月 24 日 (星期二)，下午 16 時 20 分**

**七、財團法人國際唱片業交流基金會 (IFPI) 之第二場訪談記錄**

**(一) 訪談時間：95 年 10 月 30 日 (星期一)，下午 15 時 30 分**

**(二) 訪談地點：財團法人國際唱片業交流基金會 辦公室**

**(三) 受訪人員：財團法人國際唱片業交流基金會 李瑞斌執行長**

**(四) 參與人員：國立政治大學統計學系 鄭天澤副教授、龍韻如**

**(五) 訪談內容：**

鄭教授：會有今天的訪問，主要也是因為時下一直在變化，我們希望能從這個今天的訪問去看我們的問卷需要怎麼修改，當然也希望從中了解平常

在反盜版工作上的想法是什麼。在做正式訪談之前，想請教執行長幾個問題，像是最近很多盜版平台都合法化了，例如 Kuro、ezPeer，請問執行長認為如何？

李執行長：花了四年打官司，結果一個勝訴一個敗訴，若要真等到三審定案，可能原告已經不在了，而且，屆時新歌已經變成老歌了；另外，此外沒有實際效用的假處分，比方說周杰倫的七里香，「周杰倫七里香」或是「七里香周杰倫」都不能出現，但是「周杰倫·七里香」這樣加上一個點就可以出現了，所以兩個案子花了 800 萬換來兩張海報，在下載網站上佈告說「以下 110 首歌不能交換」，但是誰都知道周杰倫的七里香還是可以交換。後來成立第一家付費網站 iMusic 還是夭折，歌曲中最貴的只要 35 元，KKBOX，它一個月 149 元，還限制只能在自己電腦裡聽。再來談談國外的案例，日本的 MMO 被告時，老闆就已經自己先覺得很不好意思了，因為本身國家民族性的關係，所以 MMO 自己就先關了，但訴訟繼續進行。解決 P2P 的問題，不只是台灣的問題，是很多國家的問題，解決方法例如商業解決、司法解決、行政解決、立法解決，2005 年 6 月 ezPeer 無罪的判決出來後，令人感到灰心；9 月 9 號 Kuro 的判決有罪，所以 Kuro 其實也知道這條路已經走不下去了，6 月 26 號美國那邊的 Groster 也是，起訴重點在「有沒有引誘犯罪」上面，Kazaa 在美國也輸了，只有在自己祖國荷蘭贏了，所以 ezPeer 已經知道自己也是要走不下去了，於是開始談，我們跟 ezPeer 談，他們詞曲那邊也要去談，其實 Kuro 的判決對他們也有影響，ezPeer 從去年 10 月到今年 4 月跟我們談，後來在 6 月吧，正式成立了付費機制。Kuro 在正式判決前，本來準備要慶功宴的，但是 9 月 9 號的判決結果和他們所想的結果落差太大。ezPeer 和 Kuro 的案子都是公訴罪。當時我們和 ezPeer 談，所以

Kuro 也一起談，最後在 9 月 15 號 settle down，本來要在 10 月 16 號推出的，但還是來不及，原來他們不是要做 P2P 的，而是想做 per download。回過頭來看，Kazaa、韓國的□□□□（Soribada）都和解了，且之前都有訴訟，訴訟也都結果顯示了都是平台要負責任。

鄭教授：那您認為，這是一個勝利嗎？

李執行長：我不認為這是一個勝利，因為再怎麼彌補，也無法彌補那真正的損失。像是一個人的身體傷得很重時，不是對方付你醫藥費你的身體就會好起來，他們已經把消費者的胃口養壞了，好不容易 ezPeer 跟 Kuro 解決了，現在又有兩個起來，一個是 Mxie，還有一個就是 FOXY，FOXY 現在不是台灣的問題，是全亞洲的問題了，因為只要有中文介面就可以用，此外，現在又有個 P2P 的變種出現—BT，是下載電影的，不過這留給 MPAA 去弄就好。韓國又有 CB 出來了，我現在還是了解 CB 是什麼，是 BT 的變形。

鄭教授：像現在很多人為了反制被抓盜版的網路流量，就把檔案切成幾塊傳送再組合起來？

李執行長：傳統 P2P 是一對一，老師您講的是他們移花接木，就是假設在傳鄭老師的歌，傳到一半，換成傳劉老師的歌後半段，但是接起來都是一首歌，BT 是上傳的同時也在下載，就是一對多，所以一打開的時候，你的訊息需求出去，大家一直給你，但是你收多少你就放出去多少，點對點的變種。所以隨著科技的發展，盜版的方式也會變化，像現在你跑到夜市買盜版會被笑！這就是為什麼這兩三年老歌賣得比新歌好，因為年輕人都是上網下載、不花錢買。還有那個 TANet（學術網路），唯一國家補助去架設的學術網路就是 TANet，有某一個大

學生，在他宿舍去接 Kuro 的歌，但是也就有成千上萬首了，學校是全國最龐大的教育體系的盜版系統。之前成大的事件，他那裡不只 18,000 首歌曲，還有各式電影在 14 台電腦裡面。還有一個案子，是外面的駭客直接進入一個桃園的國中的網站，架設網站販賣盜版。

鄭教授：請問您對於盜版影音光碟的看法？

李執行長：我們上次在討論定義時已經有講過，只要它的 content 是未經授權的，不管它的媒介物是什麼，是存在 DVD 裡面或是只是存到電腦中，都是盜版。

鄭教授：同學認為自己燒一、兩片不算盜版行為，請問到底是？

李執行長：從準物權來看，因為這一份是盜版品，所以是贓物，如果你傳送此盜版品就是傳送贓物，別人收下就是銷贓啊！

鄭教授：可能有的人不知情而收下了，這樣又如何呢？

李執行長：很難不知情，就算不知情下做了這些行為，也是屬於盜版行為。

鄭教授：你有接觸過影音光碟的盜版品嗎？請問您如何判斷它是盜版品？有哪些判斷的依據？

李執行長：從價格、外觀來看，第一個，周杰倫一片賣 50 元，這樣就知道了嘛！再來看有沒有地址，或是假地址，看了就知道，還有看有沒有包裝。

鄭教授：就您的瞭解，若是利用網路管道，會有那些影音盜版的行為？

李執行長：大概就是試聽跟下載了。

鄭教授：請問除了網路之外，還有哪些可以獲得盜版品的管道？

李執行長：還可以從廣播上、電視台得到，拿收音機在旁邊側錄，不過品質就差了，或是現在也有很多廣播電台是可以在電腦線上收聽的，技術好一點也有可能直接在電腦中側錄。以前電視台或廣播電台為了避免側錄，DJ 還在音樂間奏時講幾句話，但後來在網路上還是看到盜版了，且就是中間出現 DJ 講話的那個版本！這幾年也發生過在宣傳階段就擷取了。除非是 CD 工廠外流，但那是不太可能的。

鄭教授：請問您如何知道哪裡可以獲得盜版品？

李執行長：那是一個群體生活裡頭自然而然會知道的，這是生活語言，像是「你今天去 K 抓了沒？」K 是什麼，大家都心知肚明，像是有次坐計程車，司機放的老歌滿好聽的，我就問他在哪裡買的，他說「沒啦，在 Kuro 抓的啊！自己燒的才符合心意啊！」只要不是頂高級的音響，其實都不會排斥盜版光碟。

鄭教授：就您瞭解，人們為什麼不買正版品？是錢嗎？

李執行長：錢只是一個外在因素，「不買正版的原因是因價錢高」只是個藉口，究其根本，這是對法律、對著作權的不尊重，為什古典音樂沒有盜版？品質的問題、忠於品牌，因為他的喜好而對品質的要求。流行音樂是稍縱即逝的，以前辦活動簽唱會大家都帶正版唱片來簽名，但是最近幾年開始有人帶來盜版或是燒錄的 CD 請歌手簽名，歌手也很為難，但後來歌手都不在盜版 CD 上簽名了。我認為價格是個藉口，價格變成擴張、以價格來做反訴求，這次台北市消費者電子商務協會（SOSA）做了一個調查，結果說合理價格是一首歌 10 元，那我們是不是可以說「你想要多少錢買一台 BenZ？10 萬！」這

樣合理嗎？不應該只依消費者端決定價格。2004年孫燕姿發了一首25元的單曲下載「The moment」，那時候雖然當紅，但也是失敗，因為買到的人把它上傳到Kuro給50萬人分享，大家又開始下載了，所以不是價格的問題，價格只是一個藉口。

鄭教授：就您觀察，哪些因素會影響人們的盜版行為？哪些會助長？哪些會削弱？

李執行長：最重要的是教育跟宣傳，你去超市公然偷竊，大家都知道那是不對的，但對原創不尊重的人，卻還認為那是對的，所以就是教育問題了。另外，亂世用重典，當道德無法去要求時，只能以法律作後盾了，「罰」也是很重要的。

鄭教授：電腦軟體的盜版部分，不是我們今天訪談的主要項目，不過若您有些看法也歡迎提供我們做參考。

李執行長：電腦盜版軟體的包裝會比較像正版，因為電腦軟體本身的單價就高，且來源也不易取得，所以可能不太容易分辨盜版或正版，不過像是音樂或電影的盜版光碟的話，就有用簡單塑膠盒作包裝的可能了。

鄭教授：您認為需不需要保護智慧財產權，為何需要，為何不需要？合法保護與人民權利是否有衝突的時候？該如何取得平衡？

李執行長：合法保護跟人民權利的範圍很大，問題也很大，今天我去夜市抓賣盜版的，有傷害到誰的權利嗎？難道傷害他「買盜版」的權利嗎？沒有，因為賣盜版是違法的。現在Kuro推出MP3聯盟，Kuro說IFPI損害人民權利，請問是什麼權利？擷取音樂的權利？舉例來說：超市監視器的「錄影中請微笑」，請問這有侵犯權利嗎？因為「你進入

我的區域當中，為了保護我自己而擺設的監視器，你只要不做犯法的行為，不會怎麼樣」，請問這有侵犯權利嗎？我又不是在更衣間放監視器，所以今天，我保護我合法的權利，不等於人民喪失權利。法律上有所謂「合理使用」，合理使用不是一個權利，合理使用為「限制權利人的權利」，是在阻卻行為人的違法。合理使用是，像是自己買了張 CD，但除了自己家裡聽外，也想要放在車上自己聽，所以用自己的機器燒製了一張自用，這樣是合理使用的，你是非營利，且是用自己的機器燒製，這~~不~~是重製，法律特別訂了一條，就是 fair use；還有報導新聞，像是可能報導某某歌手的新聞時，需要放他的音樂，這樣也是合理使用，不會因為要保護權利人，而損失行為人的權利，合理使用跟人民權利並不會有衝突。網路的 DRM<sup>2</sup> 措施，像是 KKBOX 只能聽，不能下載，有損你的權利嗎？Copy control CD，像是只能在 player 聽、不能燒。若商品沒說不能 copy，消費者可以用消費者保護法或公平交易法對衡，但對於有標示 copy protected 的商品，你還抱怨沒辦法燒錄嗎？

鄭教授：另外，有很多人有這個問題，就是我買了一張 CD，到底是買了什麼？

李執行長：法律上有第一次銷售原則（First Sale Doctrine），就是透過合法方式取得合法所有權，但僅 CD 的物權而已，並沒有包括裡面歌曲著作所有權，你買了一張正版 CD，你要自行轉賣、借用都可以，但是出租就不行了，出租需要授權。

鄭教授：您認為台灣智慧財產權被侵犯的情形嚴不嚴重？

李執行長：嚴重啊。

鄭教授：以下提到幾種保護智慧財產權的方式，您認為可行性如何？(1)第三者代表協商付費，如：學校協商合法軟體或著作物，學生付費合法使用；(2)月租費形式：每月付固定的費用使用應用軟體、數位內容；(3)可免付費使用，但每次使用均需註明來源。

李執行長：題目很長，但選項太窄，這三種選項不是保護智慧財產權。假設今天學校若要聘請一個從麻省理工學院來的教授，你會嫌他貴嗎？當然不會，麻省理工耶！那為什麼你要使用人家的音樂創作卻就嫌它貴？這是一個成本概念。著作權的範圍，還包括電視台的播放也需要授權，開電視你需不需要音響，因為需要啊！創作音樂也是啊！著作權法第 45 條排除公平交易法的適用，因為原創一定獨占，原創跟獨特性而造成它的價值啊！所以著作權法第 45 條排除公平交易法的適用，因為公平交易法禁止獨占。回過頭來，還是對原創的不尊重。

鄭教授：就您瞭解，哪些種方法更能夠有效嚇阻侵權行為？對於 ezpeer 及 Kuro 侵權之判決的觀點為何？

李執行長：應該要把此題目拆開問。因為 ezPeer 只是平台，第一審判決結果是，付錢的會員有罪，收錢的平台卻沒罪。且 ezPeer 跟 Kuro 的判決中，一個無罪一個有罪，所以可以改成問：「兩個判決中，會員都被判有罪，你的看法如何？」Kuro 還登廣告，就是引誘犯罪，所以小 P(會員) 有罪，(Kuro) 也有罪，怎麼可以說會員有罪，你沒罪呢？

鄭教授：所以源頭在於提供平台的人嗎？

李執行長：P2P 只是 pure technique (單純、中性的技術)，有罪的是用 P2P 來犯罪的平台。MSN、Skype 也只是技術平台，但若你透過 MSN、Skype



傳色情圖片，就有罪。

鄭教授：請問有個人去租了然後就 copy 下來很多片，但法官判決下來沒有罪？

李執行長：這就是在合理使用的範圍當中，就像是我買一片，copy 一片在車上自己聽，我很少講這一段，因為怕學生誤會。前提是「你要自己 copy」，不能夠借人家，親友也不行，更何況是拿出去賣。超過你的範圍就超過合理使用，這在歐洲叫做 Home taping、personal use。你若放到網路上就是數位散布。但這是一個危險的解釋，因為除非你獨居，不然你爸爸看了，這也是散佈，是不行的。所以為什麼全世界合理使用都沒有量化。所有問題都會出現在執行面，在新加坡買或賣的人都有罪，但在台灣賣盜版的人有罪，就算只是擺攤也有罪，因為意圖犯罪，買的人卻沒罪；在香港的話，若「正在購買」就有罪，因為你協助盜版行為的完成。

鄭教授：關於網路下載的部份，請問就您所知道的，有哪些下載的方式？

李執行長：P2P、CB、BT、Blog，Blog 中的像是背景音樂，都是未經授權而公然播放使用的，為什麼瑪丹娜的歌可以放到你部落格去使用？還有論壇，論壇中很多在提供人「如何去下載盜版」、「哪裡可以下載」之類的，有些人直接提供 BT 的連結，提供人們犯罪的管道，幫助犯罪不就是幫兇嗎？也是有罪的啊！

鄭教授：因為時間的關係，能就網路下載部分大概分享一下嗎？

李執行長：無體財產權是很脆弱的，因為同一時間，可以很多人侵犯權益，所受到的傷害遠比實體物還來得大，所以不應被看低於有體財產權，舉個例子，一部車在一個時點，只會被偷一次，但蔡依林的歌在一

個時點可能有上萬個人在下載，所受到的傷害是不是千倍百倍的嗎？

鄭教授：所以像是網路上侵權的行為，也有網路警察在管制嗎？

李執行長：IFPI 自己有類似的 team，是跟一些 ISP 合作的，但我們不一定是取締，而是阻止它，讓它自己「退」，像是我們發現有人在 YAHOO！上面賣盜版，我們就通知 YAHOO！。入口網站都有和 IFPI 合作，所以其實，TANet 有天會變成最大的怪獸。無名小站我們也有一起合作。美國電影協會也在跟 BT 談合作，所以這是趨勢。現在大概只剩下那兩隻驢子跟騾子（eDunkey 和 eMule），但這兩個大家非必要的話也很少選擇它，至於 Mxie 我們已經在行動了，去抓過了，對於 Foxy 的話，不會讓它活過今年的。還有一個問題是跨國的問題，像是天馬音樂網，它去年被我們抓到，且被判刑了，而它現在移到中國大陸去，所以就要看中國大陸那邊要不要去抓了。

#### (六) 訪談結論：

1. 教育部負責管理的 TANet 學術網路，是全國最龐大的教育體系盜版系統，教育部應該有更有效的管理機制。
2. 盜版品是贓物的一種形式，轉送盜版品就是轉送贓物，而收下的人就是銷贓。
3. 從價格、外觀、有無包裝及包裝上的地址可以看出是否為盜版品。
4. 會購買或使用盜版品的主要原因並非「價格」，而是因為對原創的不尊重。
5. 教育宣導以及法律的約束是遏止盜版行為的有效方法。
6. 合理使用不是一個權利，而是限制權利人的權利，目的在勸阻違法的行為。

7. 買一張 CD 所買到的是其物權，也就是其處置權，並非其著作權，因此可以轉賣或借用，但不能出租。
8. IFPI 有自己的 team 跟 ISP 業者合作，來阻止網路上違法的行為。
9. ezPeer 以及 KURO 都已經與 IFPI 和解，並與其他 ISP 業者合作，如 Yahoo！。IFPI 已經對 Mxie 採取行動，並且不會讓 Foxy 活過今年，目前尚未對 eDunkey 以及 eMule 採取行動，至於天馬音樂網因已移至大陸，目前無法取締。

(七) 結束時間：95 年 10 月 31 日 (星期二)，下午 17 時 30 分

## 八、台灣商業軟體聯盟 (BSA) 之訪談記錄

(一) 訪談時間：95 年 11 月 3 日 (星期五)，下午 14 時 00 分

(二) 訪談地點：台灣商業軟體聯盟 辦公室

(三) 受訪人員：台灣商業軟體聯盟 台灣共同主席 蔡文宜、行銷經理 賴秀雯

(四) 參與人員：國立政治大學企業管理系 張愛華副教授、賴怡寧

(五) 訪談內容：

張教授：請問貴機構針對「侵權」的定義何？

蔡主席：一般消費者應該知道如果拿到軟體，卻沒有經過被授權過程，就是得到非法軟體。電腦軟體賣的是 license，不是實體的物品，你拿到軟體時能使用，未必代表獲得授權。原則上一台電腦就應該要買一套軟體，若一般消費者家裡有好幾台電腦，則應該各有一個授權軟體。最普遍的問題是 under-license，最常出現在公司團體，他們有五十台電腦卻只買了一套正版軟體。廣義的來說，盜版行為就是沒有經過軟體公司合法的授權，來使用這個軟體，就是侵權的行為。

張教授：消費者如何知道自己侵權？很多人會以為他買了一套軟體，就可以使用在他所擁有的多台電腦上，並認為這是合理的使用範圍。

蔡主席：一般都要看授權合約，正常來說每一台電腦都必須要買一套軟體。軟體公司會去定義何謂「一台電腦」，一般消費者通常沒去看授權合約的規定，這樣可能會做出違反授權合約的行為。

即使在購買之前不知道自己能夠使用的權利範圍有多大，但至少安裝軟體時會知道合約的內容。以微軟視窗作業系統隨機版軟體為例，原則上是一台機器就必須安裝一套，如果該機器主機板壞了，則必須重新買一套授權軟體，因為原本的授權軟體無法安裝在新的主機板上。公司必須為員工所使用的電腦負責買合法授權軟體，而員工回家之後就必須要為自己所使用的個人電腦負責購買合法授權軟體。微軟視窗作業系統彩盒包裝也只能安裝在固定一台電腦，但如果該台電腦壞了，才可以再安裝於一個新的電腦。但無論是哪一種包裝，最基本的觀念就是，一套軟體只能安裝在一台電腦上面！

張教授：許多消費者不清楚「授權合約」，我認為銷售管道的服務人員必須要告知消費者他們有哪些權限，有哪些種選擇。

蔡主席：有些人買電腦時，軟體就已經裝上去了，往往沒去弄清楚產品的授權情形。其實還是應該問清楚，以免權益損失。

此外，販售電腦以及電腦軟體的通路商有大有小，大的通路商資源豐富也受過良好的訓練，比較有能力告訴消費者不同授權模式的產品選擇，但小型通路商或電腦組裝業者較缺乏訓練，能力有限。而且電腦組裝業者一般認為「我多賣一台電腦可以多賺錢」，所以選擇替消費者安裝盜版軟體讓消費者覺得購買此部電腦很物超所值（節省購買正版

軟體的費用)，如此一來，業者可以獲得更多購買組裝電腦的訂單。雖然我們每年花費資源教育這些中小型通路商正確的軟體授權銷售觀念，但成效還是有限。另外，消費者有知的權利，應該在購買前知道自己買的產品是否合乎需求。但我聽到許多消費者說即使他們告知通路商或電腦組裝業者願意付錢買正版的軟體，也付了幾千塊軟體的費用，但等電腦送達時才發現自己買到的是大補帖，或被安裝的還是盜版軟體。對電腦通路商或組裝業者而言，提供大補帖不需要成本，但一般消費者可能會比較願意跟他購買電腦。如果他們只賣正版軟體雖然也能賺軟體價差，但可能失去電腦硬體的訂單。所以。建議不想買到盜版軟體的消費者到大型通路商去買（例如：燦坤），他們能取得較多元化的軟體組合優惠，例如銷售針對家裡有學生的家庭推出價格非常優惠的產品。

張教授：請問貴單位是否有協助推廣「學生版」的軟體？

蔡主席：商業軟體聯盟是非營利組織，我們並不針對特定會員產品做任何產品促銷，都由個別會員，例如微軟或賽門鐵克，自己去推廣自己的產品。以前曾經有某會員廠商為了降低學生盜版率而推出 999 元一套的正版軟體（原價六萬元），但促銷期間過後卻一套也沒賣出。行銷人員訪問學生原因為何，這些學生卻回答：「大家都用盜版的，我用正版的會很丟臉」。由此可見使用盜版並非價格昂貴與否的問題，而是對於軟體智慧財產權是否有正確觀念的問題。

張教授：就你了解人們從哪些管道取得非正版軟體？

蔡主席：有好幾種管道可以取得非正版軟體。第一種是購買一套正版軟體卻灌到很多台電腦裡，這種狀況我們稱為「under-license」，是最常見的侵

權來源。尤其是企業用戶通常會為了減少成本而做出這樣的侵權行為。根據調查顯示，台灣的企業用戶若能為公司內部所使用的電腦購買三成到四成的合法軟體，就已經算是比較願意購買正版軟體的企業了。台灣小型公司，通常只有二、三十台電腦，往往是買一套正版軟體，而後複製到其他電腦內，甚至只使用大補帖，連一套正版軟體都不買。

我們對企業做過很多次焦點訪談、教育，雖然企業主也都知道這樣的行為是非法的，但他們還是持續這樣的違法行為。學校方面因為受到的管制較嚴格，所以會買合法的軟體，但台灣中小企業會為了減低成本而有上述侵權行為。

第二種取得盜版軟體的管道是上網下載軟體；第三種常見的盜版行為是自己買了正版軟體後拿到公司電腦灌或借朋友灌，他們以為只要自己持有正版軟體就算合法，卻不知這樣的行為是違法重製的侵權行為。第四種，在拍賣網站或自行架設的網站上以正版軟體光碟照片做宣傳販售，但銷售價格為低於正版軟體十分之一價格的便宜盜版品。

最後一種是仿冒軟體。台灣目前雖然有製作精良的高級仿冒光碟，但市面上仍屬少見。但這樣的高級仿冒軟體光碟，對受騙的消費者傷害更大，因為他們無法辨識真偽，以為買到的是正版光碟但，也花了正版八成價格去購買，但實際上買到的仍是盜版軟體。

張教授：消費者使用非法軟體，他們有哪些損失？

蔡主席：在資訊安全上有漏洞。例如防毒軟體是盜版的，則無法順利更新病毒碼，只能防禦過去已知的病毒，如果有新的病毒電腦就會受傷。還有作業系統如果使用盜版的，如果出現問題無法得到售後服務。公司內

部使用盜版作業軟體，例如繪圖軟體，他們會需要售後服務或訓練，例如一年內可能有十個問題可以問正版軟體的工程師，如果是盜版品就沒有這樣的服務。

許多學生拿電腦到光華商場去修理電腦，卻被灌了非正版的軟體，電腦容易當機。許多人怕自己使用非正版軟體被抓，所以不敢 update，前陣子出現了新病毒，結果大家都不敢更新，結果都中毒，電腦中毒一天無法運作，對企業的成本反而更高。

張教授：使用非法軟體的動機？

蔡主席：價格雖然是人們決定購買的主要考量，但由上述學生版軟體無人購買的例子看來，使用盜版並非是否能負擔費用的問題，而是對於軟體智慧財產權是否有正確觀念的問題。

張教授：針對軟體下載有哪些方式？有哪些管制？

蔡主席：常見的軟體下載管道是論壇、BT 或 e-Dunkey。我們沒有設置專人去監視，但是我們使用「網路爬疏器」(Web Crawler)，這是類似網路搜尋的功能，以關鍵字搜尋(例如軟體名稱：Windows XP、Office 2003，或公司名稱等等)，我們就可以找到是否有人在網路上上傳或下載軟體。我們通常是蒐集有這些行為的 IP 後，通知 ISP 業者處理。但除非 ISP 業者提供名單，否則我們不會知道是誰在使用。

例如我們收集到的 IP 是使用 Hi-Net 的浮動 IP，則我們就會寫檢舉信給 Hi-Net (或其他 ISP 業者)，請他們提醒用戶停止被檢舉的侵權行為。台灣的軟體下載量目前是亞洲最大的，我們每個月寄出的檢舉信少則兩千，多則到六千多件。目前大陸被找到軟體下載量比台灣少的原因，

有可能是因為大陸都習慣用中文名稱來描述軟體，例如 Widows 會寫成視窗，而我們的網路爬疏器乃以英文關鍵字搜尋為主，所以不易搜尋到使用中文名稱上傳下載的行為。然而，目前我們只是監視這樣的行為，並寫檢舉信函通知 ISP 業者，然後與亞洲其他國家類似行為之數量做比較，並不會立刻報警採取取締行動。

張教授：BSA 希望與 ISP 合作，而 ISP 的反應如何？

蔡主席：每家 ISP 業者對於智慧財產的觀念不同，有些 ISP 業者非常配合，但部分 ISP 業者認為這是似乎會增加營運成本而配合度較低。我們希望 ISP 可以收到違法行為的檢舉之後，能取下被檢舉的違法內容 ( take down )，在國外這都已經是標準化的流程了，權利人發現違法的網站內容，然後 ISP 會幫你取下來。

張教授：目前盜版的情況有改善嗎？

蔡主席：BT 出現之後更不可能改善，因為它的傳輸速度又更快了。

張教授：有哪些主要的傳播的管道？

蔡主席：BBS、論壇、FTP 等等。

蔡主席：軟體下載頻率有多高？就算要下載很久、或成功率低 (下載之後發現檔案有殘缺，因此沒辦法使用)，到底還有多少人願意去下載？

張教授：因為大家對電腦的認知與能力不足，有些人還是會去下載。也不是每個人都有能力去買到大補帖，或有人可以提供免費軟體。

張教授：就您了解，這種侵權行為可能會有哪些發現或限制？



蔡主席：在校園方面，目前沒有顯著的管制，只有靠著控制網路的頻寬限制網路的流量。而企業的話，如果老闆有這方面（使用正版軟體）的認知，就會請 MIS 人員統一管理所有軟體，鎖住你的電腦內有使用哪些軟體的權限，同時保護電腦系統。

張教授：在推廣智慧財產權的保護時，哪些部份較困難執行？哪些部分較容易？

蔡主席：這是觀念的問題，跟一個人有沒有錢沒有關係，許多公司雖然有錢但還是不會購買正版軟體，我們認為長期教育宣導後狀況仍會改善。以前許多公司是觀念不足，但目前至少觀念改善，只是未必都做的很好。這包括在學校也是一樣，有人認為使用盜版很丟臉，除非我們能夠顯示出使用正版是種流行、很炫，很值得炫耀的行為，這樣慣於使用盜版的觀念才有辦法扭轉。

張教授：貴機構今年是否有鼓勵檢舉的活動？

蔡主席：我們一直以來都有這樣的活動（檢舉獎金三十萬），這是行銷的作法，特定時間內把檢舉獎金提高（一百萬），短時間可以衝高檢舉的量，成效不錯，大部分都是檢舉企業內部的非正版行為，偶爾則有檢舉大補帖。

張教授：被檢舉的機構是否有糾正的行為？

蔡主席：我們一定會發警告信函給被檢舉的機構。可惜多數人收到信後往往不理會此信函。因此，在某些情況，我們發出警告信函而對方沒有任何回應後，我們會搭配法令與執法單位行動進而保護會員的智慧財產權，選擇法律途徑是為達警惕的目的。

張教授：許多學生認為抓盜版是大財團欺負學生的行動？

蔡主席：如上所述，我們執法行動是針對企業用戶，除非怎麼講都沒有用了，我們才會採取執法的行動。我們認為能透過商業協商方法來解決是最好的，法律行動是最後的途徑。除了商業協商外，我們也提供 consulting firm 來協助企業用戶清查公司內所使用的軟體授權數與實際購買數有多大的差距。另外，我們也會透過新聞的發布，警惕台灣的企業老闆，不要為了省小錢而得不償失。

從成大事件之後，校園事件變的非常難處理，好像校園是法律制外之地，「我是學生，我沒錢，所以我就可以做」，但其實那幾位被告的成大的學生下載歌曲數量已經超過幾萬首了，是一個很驚人的數字。

另外，我們也從年紀比較小的學生來改變他們觀念，透過教育，許多小朋友去買 X Box 時都會要求大人要買正作品。針對大學生我們會舉辦許多創意的競賽，我們認為如果你本身有產出創意，你就能夠尊重別人的智慧財產權，並且明白盜版的嚴重性，但是也只能鼓勵。

其實很多人不明白影音產業的作法，像是上、下游關連、成本的分配等等，所以認為明星表面上光鮮亮麗，我們不付錢給他們他們也不會有所損失，但其實盜版打擊了上、下游的各種成員。很多學生都說，軟體很貴所以買不起，但其實 Windows XP 加 Office 只要七、八千元，可能你的手機就要兩萬元。

張教授：有人說許多小孩小時候在家裡時都買正版，但上了大學之後卻淪陷了，你們的看法如何？

蔡主席：過去在小學時用正版，後來反而用盜版的現象，應該是受到科技發達的影響，以前網路並不那麼發達，在上大學後發現有網路很方便，可以下載音樂。而現在小學生本來就已經在使用網路，在接受教育後，他的道德感也會比我們現在還要高。

張教授：BSA 的成員有哪些？

蔡主席：Adobe、Microsoft、趨勢科技、賽門鐵克、園區的科技設計軟體、模具軟體的會員也很多。

張教授：BSA 通常跟哪些政府單位常互動？

蔡主席：現在和教育部的互動多了一點，對於校園來說，教育部在政策的擬定上扮演一個重要的角色，對於這點我們還蠻需要溝通的。對教育部而言似乎並不認為反盜版的教育應該擺在前面。我們也了解教育部的立場，可是我們會希望教育部可以用比較積極的方式來處理這樣的事情。對學校應該做什麼樣的管制，應該發展更明確的政策。第二，對於學校而言，網路本來就不應該要因為有人在下載違法軟體而卡住。台灣很特別，我們的學術網路是國家所負擔的，別的國家的大學都必須要負擔他們自己的網路費用，所以他們也應該想出一套管理方法。另外，我們也希望大學內的通識教育能加強宣導。

張教授：BSA 的盜版率調查方法為何，可以提供參考嗎？

蔡主席：提供 BSA 盜版率調查手冊供參考。

張教授：BSA 的盜版率調查在國內有委託哪一個機構來做嗎？

蔡主席：沒有，我們的盜版率是請 IDC 這間公司來計算的，IDC 是一個全球的組織，在台灣有分公司負責蒐集數據，至於執行專案的團隊都在國外。

我們也會針對不同規模的企業來做焦點團體，他們也提供了很豐富的資訊。即使是小企業或中企業，雖然使用非正版軟體的大方向都相同，但其實理由是不同的。我們都是委託觀點，市調公司來做焦點團體，不是我們自己問，會得到更客觀的資訊。

#### (六) 訪談結論：

1. 消費者對於軟體侵權之概念多不正確，不瞭解「一套軟體僅應對應一台電腦」的觀念，通路在銷售時宜清楚告知，並提供契約選擇的機會。
2. 許多機構團體有「授權不足使用」(under-license)的侵權行為。
3. 教育推廣活動宜及早開始，小學生效果最好。
4. BSA 透過網路耙梳器監看會員公司之軟體被下載的情形，並嘗試尋求 ISP 業者之協助，遏阻侵權行為，目前成效不一。
5. 獎勵檢舉侵權的活動成效頗佳，主要對象是企業。信件告知加上法律行動，警惕效果大。
6. 建議教育部在校園侵權的管制之政策更為明確，加強尊重智財權之通識教育。

(七) 結束時間：95 年 11 月 3 日 (星期五)，下午 16 時 00 分

## 附錄七、網路調查可行性分析

### 一、前言

一般來說，在一份問卷設計完畢之後，研究者可以選擇一種或若干種管道來發放問卷，並且進行數據之回收，本章的目的，就在於探討何種問卷回收方式最有效率，所回收之問卷最能切合研究需求。以下簡要敘述本專案之實行成果：反盜版專案計畫至今已施行多年，所設計之問卷皆能切中研究核心，而問卷回收所使用的管道為「電話訪談」，此法可藉由訪員與受訪者之間的對答，來獲取研究所需之資訊。使用電話訪談法，在過去三年來雖然獲得了不錯的成效，但由於在調查期間內「詐騙電話」猖獗，民眾對於不明的來電多存有戒心，因此訪員在撥打電話時，往往會被誤認為是詐騙電話，導致電話訪問被拒絕之機率增加，在這樣的環境之下，是否要繼續使用電話訪問法，或是改以線上（網路）調查來取代就成為值得探討的問題。

### 二、電話訪問法與網路調查法之比較分析

為詳細比較電話訪問以及網路調查法之優缺點，先將這兩種方法做簡要介紹：

#### （一）電話訪問法

此方法主要是由電腦自行撥號，或由訪員以隨機抽樣方式，從電話清冊中抽出代表樣本，並打電話進行問卷訪問之調查法。訪員皆收到受訪者的回答之後，會透過電腦輔助來建立檔案，資料收集完全之後再供研究者進行資料分析。電話訪問法是一般市場調查所慣用之方法，電話訪問法最大的優點在於其實質母體清冊較完整，經由此清冊隨機抽樣抽出受訪的樣本，所做出的推估會比較符合實質母體之樣貌。

## (二) 網路調查法

網路調查法，顧名思義，便是利用網路來進行調查，以收集數據的方法，由於網路調查具有低成本，快速回收的優點，因此近幾年來逐漸被學術界以及業界所採用。網路調查法的輔助工具有很多，目前台灣最主要的作法為以下兩種，分別為網站調查以及電子信件調查。網站調查是將問卷刊登在網站上，再利用網頁上之 banner，或 hyperlink 來吸引網友至網站內填答問卷的方法。而電子信件調查，則是將問卷寄送至受訪者之電子郵件信箱內請其填答並寄回，或是將問卷置於網站上，並將網址寄送至受訪者之電子郵件信箱內，以邀請其至網站作答，兩種方法皆有許多研究採用（智邦生活館網頁）。

雖然網路調查的優點為傳遞速度快、成本低、回答問卷沒有時間或地點的限制，但網路調查最大的問題，即是「抽樣代表性」的問題，茲說明如下：

就台灣市話普及率以及網路普及率來比較，由 2006 台灣年鑑中可知，若以家庭普及率觀之，目前台灣市內電話普及率高達 97.56%，而寬頻上網普及率僅有 56.84%（我的 E 政府，2006），由此可知，台灣地區現階段網路普及率尚不及市話。網路調查是以 E-mail 帳號為抽樣母體，而電話訪問則是以全國電話清冊來做抽樣母體，由以上數據可知，若採用該地區所有電話號碼為母體樣本，所抽出的樣本代表性會比以 E-mail 帳號為樣本還來的高。又反盜版專案計畫所要接觸到的受訪者，為任何有可能使用盜版製作物之民眾，乃涵蓋台灣各地區，以及各年齡層族群，這些受訪者未必都是網路使用者，若只以網路調查來抽樣，可能無法接觸到不使用網路服務的族群，在資料收集上可能會不夠完整。因此本研究參與者一致認為，採取電話訪問可以盡量減低樣本代表性的問題，因此將沿用電話訪問法來進行問卷訪問。

研究後也發現，若使用網路調查，還會遇到以下問題：

## 1. 利用網站調查所面臨之問題：

利用電話訪問來進行抽樣時，研究者本身是站在主動抽樣的部份，可確保抽樣樣本的代表性。但是在網路問卷調查中，研究者站在被動抽樣的角色，除了利用電子郵件抽樣之外，其餘都是自選樣本的填答，這些自願填答者未必能推論到母體，蘇蘅、吳淑俊（民 86）指出，電子問卷調查的受訪者為自我選擇的團體（self-select group），是否回答問卷要看受訪者有沒有參與調查的動機，所以樣本的代表性和以機率抽樣方式取得的樣本差異。研究指出，會回覆電子問卷者，大多為較年輕、較高收入和較高教育程度者（Atkin&LaRose, 1994），受訪者是否對問卷主題產生興趣，以及受訪者對問卷難易度的主觀判斷，也將影響受訪者的答題意願（Goyder, 1987），因此樣本的代表性，和以機率抽樣方式取得的樣本有差異。

## 2. 利用電子信件調查所面臨之問題：

首先，並非所有使用網路之受訪者均具有 E-mail 帳號，若採取電子信件調查，將無法接觸到這群受訪者。根據台灣網路資訊中心在 2006 年 7 月的報告中，分析台灣地區目前有使用寬頻上網之受訪者可知，雖然有 89.56% 的民眾有 E-mail 帳號，但仍有 10.44% 的民眾沒有 E-mail 帳號。

再者，利用電子信件調查，可能會發生重複填答的問題。為了避免重複填答的情況發生，可採取以過濾身份證字號的方法來控制、限制同一個 IP 只能填答一次，或限制同一個 E-mail 只能填答一次。雖然可使用身份證字號來過濾重複填答者，但網友若有心冒用他人身份證字號來填答，仍沒有有效機制可以控制。再來，透過 IP 只能夠監控到訊息發出的位址，一個 IP 雖然只可填答一次，但無法確認是否有人透過多個 IP 填答問卷。最後，根據台灣網路資訊中心在 2006 年 7 月的報告指出，所有使用寬頻上網之受訪者中，有高達 30.22% 的民眾擁有兩個 E-mail 帳號，擁有三個的為 14.78%，因此若只以 E-mail 帳號來防治重複填答仍有風險。

### 三、總結

綜而言之，使用「電話訪問」具有較完整的母體清冊，抽樣代表性較佳，而使用「網路調查」會有抽樣代表性的問題，因為未必能接觸到目標受訪者族群，並且可能有重複填答的情況發生，因此，本次研究仍舊採取電話訪問來進行問卷調查。

至於調查電話容易被誤認為詐騙電話的情形，可以藉由以下方式來改善拒答率，例如：增加訪員的基本訓練、審慎撰寫電話訪問的開場白，以減低受訪者之警戒心、提供受訪者本研究單位，以及電話訪問單位的相關資訊，以便受訪者前往查詢等等，相信對於電話訪問的拒答率會有不錯的改善。在下表中，我們把電話訪問以及網路調查之優缺點整理下表一：

表一、電話訪問及網路調查之優缺點

項目	電話訪問	網路調查
成本	費用較網路調查高，但仍在預算範圍之內。	單位成本是所有調查法中最低的。
調查對象可接近性	調查對象不受區域限制，研究者可以主動篩選受訪對象。 一般民眾對電話訪問有抗拒感。	調查對象不受區域限制，但研究者處於被動抽樣。 容易被當成垃圾郵件，或是不願主動前往網頁作答。
調查中互動程度	互動程度較高，可追問更深入的意見。 具私密性。 有時間限制，但仍然會配合受訪者答題速度，不至於對受訪者產生壓力。	互動程度較低，不會受到訪員主觀語句的誘導。 較具私密性，但無法確保是否同一人作答。 沒有時間限制，受訪者有充裕時間填答。
抽樣代表性	實質母體清冊完整性佳。	抽樣代表性問題:問卷填答的網路人口未必能夠代表主題上的母群。 以電子郵件抽樣，須注意帳號重複或重複抽樣的問題。 抽樣結果未必為隨機抽樣。



項目	電話訪問	網路調查
資料彙整	可使用電腦輔助訪員鍵入答案。	可承受大量問卷調查，並可快速彙整龐大資料與統計結果。
回答內容可信度	無。	填答者可能謊報個人資料或填答不實的意見。
其他缺失	無。	受訪者容易誤解題目意義。

資料來源：本研究整理，2006。

參考文獻：

(一) 中文部份：

1. 蘇蘅、吳淑俊，1997，電腦網路問卷調查可行性及回覆者特質的研究，新聞學研究，No.54，p.75-100。
2. 智邦生活館，線上市調有一套-漫談網路調查，[http://www.url.com.tw/html/news/about\\_067.shtml](http://www.url.com.tw/html/news/about_067.shtml)。
3. 我的 E 政府，2006 台灣年鑑-電信總局推動資訊均富的社會，[http://www.gov.tw/EBLOOKS/TWANNUAL/show\\_book.php?path=8\\_011\\_003](http://www.gov.tw/EBLOOKS/TWANNUAL/show_book.php?path=8_011_003)，2006。
4. 台灣網路資訊中心，九十五年度台灣寬頻網路使用狀況調查，<http://www.twnic.net.tw/download/200307/07ch.pdf>，2006 年 7 月。

(二) 英文部份：

1. Atkin,D., LaRose,R.,“Profiling call-in poll users,”Journal of Broadcasting &Electronic Media, 38(2): 217-227,1994.
2. Goyder, J.,“The Silent Minority.Boulder,”CO: Westview,1987.

## 附錄八、九十五年大專校院保護智慧財產權訪視計畫（草案）

### 一、主承辦單位：

- (一) 主辦單位：教育部
- (二) 承辦單位：大專校院
- (三) 參與單位：教育部高等教育司、教育部技術及職業教育司、教育部中等教育司、教育部訓委會、教育部電算中心

### 二、訪視對象：本部所屬各大專校院約每年 10~20 所

### 三、訪視重點：

- (一) 學校設有智慧財產管理單位（或辦公室），其人員組成、組織定位、功能、發展目標，並定期召開業務會報（配分權重：10%）。
- (二) 檢視校園使用合法電腦軟體情形（10%）。
- (三) 檢視將「校園網路使用規範」納入校規執行情形(相關機制、文件及事件處理情形)(10%)。
- (四) 檢視各校是否完成建立防火牆和設立資訊安全人員（10%）。
- (五) 檢視學校是否透過網路流量分析，就異常行為加以了解及處理（10%）。
- (六) 定期清查校園伺服器之資訊內容（10%）。
- (七) 檢視圖書館藏書及影音光碟合法使用情形（10%）。
- (八) 是否建立校園禁止非法影印教科書、講義之管理機制（10%）。
- (九) 是否建立教科書二手書市場或流通管道，鼓勵學生合法使用教科書相關措施（10%）。

(十) 檢視學校辦理有關智慧財產權或網路法律相關課程、研討會、座談會、宣導等活動之場數，加強師生法治教育，深植保護智慧財產權觀念（10%）。

#### 四、配合措施：

(一) 學校積極推展執行者，將函請學校對相關人員敘獎。

(二) 本訪查報告將送各相關司處（高教司、技職司、中教司）作為對學校獎補助之參考。

(三) 受訪學校依訪視意見提相關改善措施。

五、訪視委員組成：聘請國內智慧財產權、網路管理專家、圖書資訊、學生事務等學者專家及本部高教司、技職司、中教司、訓委會、電算中心代表（約 20 位）

六、訪視期程：預計 96 年 2~6 月間

七、辦理方式：委辦招標

八、建議接辦單位資格：具有資訊背景或科技法律背景有能力籌備相關事務之大專校院（私校）、或民間法人機構等單位承辦

九、建議訪視委員：建議中

十、建議訪視學校：(抽訪) 台灣大學、成功大學、中央大學、政治大學、師範大學、清華大學、東華大學、海洋大學、中山大學、淡江大學和技專校院（名單由技職司提供）

## 附錄九、研究計畫重要會議紀錄

95 年影音著作盜版問題之因應策略及措施研究計畫(第三年)

### 全體人員第二次工作會議之會議紀錄

- 一、開會時間：95 年 3 月 13 日 (星期一)，中午 12 時 20 分
- 二、開會地點：政治大學商學院 260909 研討室
- 三、主持人：孫遠釗老師
- 四、紀錄：龍天鳳、郭祝熒
- 五、出席人員：鄭天澤老師、張愛華老師、顏貝珊、龍韻如、賴怡寧、林之巖、吳允超、郭祝熒、龍天鳳
- 六、請假人員：無
- 七、會議主題：提出詳細時程規劃
- 八、討論事項：
  - (一) 確定工作時間表。
  - (二) 「盜版黑數」問題，大家提供資料，預計以一章節進行討論及因應對策。
  - (三) 於 4 月 29 日 (六) 舉辦焦點團體座談會，上午、下午各一場，時間約 2~3 小時，地點在公企中心或商學院。可開始思考其內容，於 4 月 13 日前提出想法。思考內容有盜版的核心問題、座談對象對政府的認知與觀感等。
  - (四) 趨勢為走向自律，由各學校自行規範，提出不同的商業模式 (例如 Netflix)。

(五) 搜尋：

1. pew ( internet and American life) 。
2. 盜版黑數的資料、對策、問題。
3. 教育部 (學校網路使用規範，建議納入校規，納為學校評鑑項目)，針對 301 學術網路的因應。

九、 散會時間：下午 15 時 05 分

## 95 年影音著作盜版問題之因應策略及措施研究計畫(第三年)

### 子計畫二人員第三次工作會議之會議紀錄

一、 開會時間：95 年 3 月 30 日 (星期四)，中午 12 時 15 分

二、 開會地點：政治大學商學院 260908 研討室

三、 主持人：孫遠釗老師

四、 紀錄：龍天鳳、郭祝熒

五、 出席人員：林之巖、吳允超、郭祝熒、龍天鳳

六、 請假人員：無

七、 討論事項：

(一) 看 verizon v. RIAA 案：涉及客戶隱私問題。

(二) 大綱：

1. 針對過去執行績效考核評估。

2. 希望以自律規範為主，但仍須有他律作為配套。

(1) 隱私權保護

(2) first timing

A. 執行必須迅捷有效，因此須讓執行處的人能參與審理，至少原告須有很強的舉證責任，導正為當事人進行，避免讓公權力淪為私利的工具，針對我國民事訴訟特殊情況導致轉向以刑逼民做改善。

B. 智財法院應建立非訟爭端處理機制配套，並納入執行處。

- (3) 安排與 IFPI 訪談，了解目前情況，並到清大交大電算中心訪談，尤其是自律性的問題，例如轉嫁到學生的學費&認證機制的可行性？實務上會遇到什麼樣的問題？
- (4) 強制執行：可考慮採納如果不遵行判決會導致藐視法庭的結果。
- (5) 行政方面：業者是否應該有所貢獻參與？(例如韓國的 CPC，由政府和業者出資一半，進行調查、蒐證的工作。)
- (6) 正版正或運動有沒有可能在台灣做？

八、 散會時間：下午 14 時 00 分

## 95 年影音著作盜版問題之因應策略及措施研究計畫(第三年)

### 全體人員第三次工作會議之會議紀錄

- 一、開會時間：95 年 4 月 17 日 (星期一)，中午 15 時 00 分
- 二、開會地點：政治大學商學院 260909 研討室
- 三、主持人：孫遠釗老師
- 四、紀錄：龍天鳳、吳允超
- 五、出席人員：鄭天澤老師、張愛華老師、顏貝珊、龍韻如、吳允超、郭祝熒、龍天鳳
- 六、請假人員：賴怡寧、林之歲
- 七、會議主題：討論焦點座談會議相關事項
- 八、討論事項：
  - (一) 智財所學生不適合參加會議，由於在場每個人都需要發言，如有人不發言會使受訪問者感到不適。
  - (二) 根據美國 USTR 發表的部份，討論到教育與網路自律的問題，雖然現在於法律部分已有相關規範來防治盜版，對於光碟工場打擊也比較有進展，但在網路犯罪行為還是沒有好的制度，由其是教育網路的部份。
  - (三) 希望透過焦點座談會來得知民眾對於盜版的認知與態度、對於語音軟體與電腦網路的使用上的認知、其盜版的資訊來源、管道、動機、對於那些行為會助長那些行為會削弱盜版情況的認知。
    1. 在了解有那些管道方式，會選擇那一種方式進行？
    2. 民眾架站是在什麼動機與想法下進行？



3. 在怎麼樣的情況會被發現？
  4. 會有什麼因應措施？
  5. 對於這樣的行為模式，行為人有沒有智財權侵權的認知？
- (四) 孫老師提出網路侵權者對於使用者付費的認知為何？他的藉口又是什麼？如果有其他的模式如學校（隱性授權），然後來負責這方面的授權，他們的態度為何？另外若採取開放原始碼（顯性授權）的模式，其接受程度又為何？
- (五) 人們為什麼要擁有 MP3 這個東西，對於他的消費態度又為何？所願意花費的開銷、時間、精神、管道又為何？希望從我們的 Focus Group 可以得知有多少人在什麼樣的條件下可以接受合法 MP3。
- (六) 張老師提出這是需要實驗性的 experiment，鄭老師提出 Game Theory，孫老師認為許多人以此作為炫耀模式，作為 favor，不完全只是錢的問題。

九、散會時間：下午 16 時 45 分

## 95 年影音著作盜版問題之因應策略及措施研究計畫(第三年)

### 子計畫二人員第四次工作會議之會議紀錄

一、開會時間：95 年 4 月 27 日 (星期四)，中午 12 時 15 分

二、開會地點：政治大學慈賢樓 2 樓

三、主持人：孫遠釗老師

紀錄：郭祝熒、龍天鳳

四、出席人員：吳允超、郭祝熒、龍天鳳

五、請假人員：林之巖

六、討論事項：大綱討論

(一) 緒論要談特別 301，可放入研究背景裡。

(二) 第五章：

1. 第一節政府層面因應政策之回顧與檢討：行政、立法、司法等拿掉，只要概略敘述即可。把前兩年的短中長期表格拿來作回顧檢討，搭配美國 301 報告、2003~2005 三年行動計畫 (智慧局)、美國 NTE 報告、前幾年的統計分析綜合比較。

2. 第二節自律 (探討權利人與使用者，目的減少公權力的耗損) 與他律 (公律) 的分析 (環環相扣)：

(1) DRM 與其他科技保護措施

(2) Enforcement 執法：

A. 方向為權利人團體對於執法之角色與參與 (參照計畫書)。權利人團體資源分享，權利人團體分為集體管理機制 (公益性團體、代表原

著作人) 與 IFPI 之類的 (代表權利讓渡出去後的權利人) 兩者往往立場對立，使用人要不要介入？繳付權利金立場雖然對立，但在執法上要合作，有無可能？配套機制？

B. IPR court、ADR(未規範，是一個缺陷，對於草案做檢討)

(3) 授權 (如何用授權來綁、與前面權利金收取相關)

(4) 區域合作模式 (民間在前，政府在後，才有辦法去談區域合作，避免政治爭議，例如 APEC)

(5) 教育文宣 (如何推動措施讓未來的侵權者於現在就受教、從中小學開始)

(6) 小結：建議並提出分期的進度計畫

\* 本章綜合談 DRM、watermark、sony 事件

帶進商業模式、Li censing、非訟爭端處理機制

檢討時另闢一節討論智財法院

四、五章銜接的部份，必要時可以穿插一些東西。

(三) 蒐集資料：DRM、授權

1. 2003~2005 三年行動計畫：到智財局網站下載

2. NTE、前幾年表格數據已有

(四) 訪談：

1. TIPO：著作權組。

2. Seednet：吳小琳。

七、散會時間：下午 14 時 15 分

## 95 年影音著作盜版問題之因應策略及措施研究計畫(第三年)

### 全體人員第五次工作會議之會議紀錄

- 一、開會時間：95 年 7 月 31 日 (星期一)，中午 12 時 10 分
- 二、開會地點：政治大學商學院 260909 研討室
- 三、主持人：鄭天澤老師
- 四、紀錄：龍天鳳
- 五、出席人員：張愛華老師、顏貝珊、林之歲、龍天鳳
- 六、請假人員：孫遠釗老師、龍韻如、賴怡寧、吳允超、郭祝熒
- 七、會議主題：討論期中報告內容
- 八、討論事項：
  - (一) 影音與電腦軟體二部份的問卷調查已經完成。智財權認知調查下星期應可完成，應來不及放入期中報告內，但會放入期中報告簡報內。
  - (二) 影音調查部分：
    1. 解釋本研究調查數據與 IFPI 數據差距之因 (參見表 3.1.17)：本研究與 IFPI 對音樂 CD 盜版率的調查分別為 40.82% (未修正前數據) 與 26%，與 2004 年相較，本研究上升 0.09%，IFPI 下降 10%，下降比率及數據之差異主要是因為各自的計算方式不同，本研究包含盜版黑數 (親友贈送及自行燒錄的管道)，且 IFPI 針對銷售端無法呈現此類管道的數據，本研究則針對消費者。且我歷年來調查出盜版率雖大致呈現不變，但取得管道卻有了重大變化，以親友贈送及自行燒錄為主。

2. IFPI 盜版率的計算方式 = 偵查到盜版量 / (銷售量 + 查緝到盜版量)，因實體音樂 CD 的銷售量大幅下降，須查閱查緝到盜版量是否下降，才合理。
3. 2006 年修正後盜版率修正方式說明 (參見表 3.1.16、3.1.18)：問卷設計當中針對「受訪者取得非正版音樂 CD、影音 VCD/DVD」之管道分別為三大類，一、親友贈送、二、自行燒錄 (又分成「自光碟片對拷」及「網路下載後燒錄」、三、傳統管道，夜市、路邊攤、電腦商場、郵購等等。

2006 年音樂 CD 盜版率調整前數據為 40.82%，扣除「親友贈送」及「自行燒錄」後 (亦即傳統管道的盜版率) 為 6.29%，而若僅扣除「自行燒錄」當中的「網路下載後燒錄」為 32.58%。討論後認為 6.29% 數據可能有扭曲 (受訪者把盜版原因全推給親友)，而 32.58% 此數據計算方式剔除了「網路下載後燒錄」，應為較合理的實體音樂 CD 盜版率，將採用之。

- (三) 電腦軟體調查部分：參見表 3.2.11，本研究之電腦軟體盜版率由原 38.7% (2005 年) 下降至 31.3% (2006 年)，BSA 維持在 43%。討論出的解釋原因：合法管道 (例如：校園軟體的合法授權) 的增加讓盜版率下降。
- (四) 討論智財權認知調查中草擬的第六題等相關問題。因有些問題過於敏感或有引導之疑，故將其剔除，只保留原第六題題目，再加以修改為「我國已有保護智慧財產權的相關法令，請問您知不知道？」。

九、散會時間：下午 14 時 20 分

## 95 年影音著作盜版問題之因應策略及措施研究計畫(第三年)

### 子計畫二人員第七次工作會議之會議紀錄

- 一、開會時間：95 年 9 月 22 日 (星期五)，上午 9 時 10 分
- 二、開會地點：政治大學商學院 260908 研討室
- 三、主持人：孫遠釗老師
- 四、紀錄：郭祝熒、龍天鳳
- 五、出席人員：吳允超、郭祝熒、龍天鳳
- 六、請假人員：林之歲
- 七、會議主題：執行工作進度檢討、期末報告撰寫工作分配
- 八、討論事項：
  - (一) orphan works：美國欲在著作權法中增加條款，賦予使用者合理注意的責任 (due diligence)，一旦符合，即可使用該著作直到找到著作權人為止，就先前所使用的部份予以免責。(參考報告書內容)
  - (二) 我國民法第 185 條共同侵權責任，沒有明確交代間接侵權規定，兩者是否相當有爭議，不應劃上等號，由 Grokster 所引發的問題，需確立間接責任問題才能進一步探討。
  - (三) ISP 責任、通知移除於謝國樑委員草案中並未清楚探討。共同責任，又可再區分為直、間接責任。
  - (四) Soribada、ezPeer 以及 Kuro 已民事和解，須追縱其後續發展。
  - (五) TPM 多了一些免責條款 (例如：公司專門研究如何破解、parental control) DMCA 授權美國著作權局每三年審查一次，看要不要增加一些新的免責事由，目前有 45 個分類，但可能還會有問題。

收購舊手機，藉以獲取暴利，手機的 SIM 卡有保護措施，必須經過破解再重新灌入新軟體，此行為是否會違反著作權法？

- (六) 關於地毯式授權，目前是針對音樂著作，將來會擴及至其他影音著作。因為著作有兩個授權，著作權人與出版商，第一次授權往往受價格限制，只能收取固定費用，出版商卻可依市場狀況收價，不太公平，且對消費者來說，只希望可以付一次費用即解決問題，因此有地毯式授權，根據市場狀況調定價格。Copyright royalty tribunal，為著作權局內的行政司法機制，以仲裁的方式決定費率，不存在反托辣斯問題，因為經過政府認可。  
此部份可與校園自律與整體自律連結。
- (七) 杜哈回合談判陷入膠著，各國著力於 FTA，我國目標在與美國簽訂 FTA，因此會有國際性的壓力存在，應可自己先行著手。
- (八) 關於我國的智慧財產專責法院，大問題在於案件審理法草案。
- (九) 把所有整合後的資料做成表列式。
- (十) 與教育部、權利人團體 (MPA、IFPI)，以及郭瑞蘭法官安排訪談。
- (十一) 訂定 10 月 6 日開會，11 月中進行期末審查。

九、散會時間：上午十時四十五分

## 95 年影音著作盜版問題之因應策略及措施研究計畫(第三年)

### 全體人員第八次工作會議之會議紀錄

- 一、開會時間：95 年 11 月 15 日 (星期三)，下午 05 時 20 分
- 二、開會地點：智慧財產局附近的丹堤咖啡廳
- 三、主持人：孫遠釗老師
- 四、紀錄：郭祝熒、龍天鳳
- 五、出席人員：鄭天澤老師、張愛華老師、賴怡寧、吳允超、郭祝熒、龍天鳳
- 六、請假人員：龍韻如、林之巖
- 七、會議主題：檢討期末審查內容、討論執行工作分配相關事宜。
- 八、討論事項：
  - (一) 預訂 12 月 4 日 (一) 以前完成期末修正報告，且送交智慧局讓鄧先生先過目。
  - (二) 「盜版黑數」另訂成一冊，獨立交出。
  - (三) 關於焦點訪談的「逐字稿」與「訪談發現」部分，敘述需要再多做說明，內容需要再修改為較精簡。
  - (四) 關於第 101 頁 (認知分析與盜版問題) 與法律概念 (效果) 有關連的部份，需要做補充解釋，並把非侵犯智財權的問題當作侵犯的情況來問，就這部份多做說明。解釋上可以是「接受」的行為會侵害權利人的「權益」，而非侵害其智財權，然後說明一下這個部份要在追蹤。
  - (五) 修訂報告過程中要開啟「追蹤修訂」功能，以利彙整。
  - (六) 新增三年以來的回顧部分，可以看出整個調查的趨勢軌跡，放在第一章裡面與最後一章。有頭、尾相呼應之效果。



- (七) 將「訪談記錄」分別寄給各當事人，待回覆後再補充修正，且提問與回答的部分都要放進去。
- (八) 對於技術方面的問題，依據各自的部份做更新、補足。
- (九) 補足說明目前的研究方法，並加以介紹新的侵權態樣以強調、引進著重便利性的觀點，是在隨時可以接觸的東西，而非上、下載。
- (十) 導入民事部份，目前如果不靠公權力做調查搜索，也沒有辦法單靠民事解決，非要有公權力的介入；相對於原本的基調，是希望減少公權力的執行，這個部份需要再思考做協調。
- (十一) BT 的部份要強調技術與公司的差異。
- (十二) 結論會再強調主軸的部份。
- (十三) 教育部的 SOP、對內對外的管控機制要再補充說明，不一定會涉及隱私權的問題，因為不一定要拆開看傳輸的東西，而是可以攔截封包，看標題就知道傳輸的內容為何。
- (十四) 三年來盜版率持續增加，背景要再詳細分析，甚至擺在摘要。
- (十五) 網路侵權要列一些查緝成果，要強調六成被查扣的網站設在國外。
- (十六) 納入 ISP 的法案。

九、散會時間：下午 6 時 00 分

## 附錄十、期末報告審查意見逐項答覆表

項目	審查委員意見	本研究團隊答覆
一、郭委員瑞蘭		
1.	關於報告附錄中之「盜版黑數」調查部分，由於係新增調查，因此對於盜版黑數的估算及其論述可能需較為謹慎，以免產生的爭議超過原欲解決的問題。	已依審查委員意見斟酌論述盜版黑數的問題，並將其跳脫報告中，獨立成為一小冊。
2.	關於訪談紀錄的部分，建請將權利人團體的訪談記錄加以修飾，如時間許可，可將其內容回覆給受訪團體，使其確認文字內容的敘述，並將問題和答案置入，配合回答的重點，以使紀錄更顯現完整性。	已參酌審查委員之建議修改、確認文字內容的敘述，使其更完備。
3.	關於建立非訟程序調解人的培訓部分，報告中提及加強調解人之培訓與調解內容。但「非訟程序」無調解的必要，因為訴訟具爭議時才有調解的需要，因此文字內容敘述可能不夠明確，請加以調整。	關於非訟調解一詞，本研究團隊用詞可能不夠明確，已參酌審查委員之建議補充說明。所謂非訟調解係指和解、協商、眾排等意思，假設如有非訟爭端處理機制 ( Alternative Dispute Resolution, ADR )，希望將來至少 90% 以上有關智慧財產的訴訟能以非訟爭端處理機制來解決。以國外的經驗而言，如要從事該方面的工作，首先需要具有「一定份量的人」來執行，否則難以協商民間的產權糾紛，且時間上是實際平

項目	審查委員意見	本研究團隊答覆
		行於進行中的案件，多為「戰」與「合」雙軌同時並進。
4.	關於報告第 143 頁執法層面的部分，由於訴訟皆有其存在的本質與價值，因此如欲將訴訟導入民事系統中，其文字部分須明確敘述清楚，此可提供將來智慧財產法院對於專利讓與相關議題之具體作法與建議。	關於「導入民事系統」的部分，關鍵在於盡量避免以公濟私的狀況，係針對許多利用公權力以達成維持私利的狀況，國家司法的資源不用浪費在小案件上，盡量去處理要案以避免耗費檢察官的資源。
二、張委員紹斌		
1.	微軟的 DRM 2.0 已被破解，因此在報告中關於數位版權管理機制 ( DRM ) 部分相關的資料請加以修正。	已參酌審查委員之建議修改文字內容。
2.	研究團隊認為學術網路隱藏了許多關於盜版的問題，與實務查緝經驗相符，因為相關的查緝也是透過學術網路，因此學術網路之管理或查緝將是未來之重點。	已參酌審查委員之建議修改文字內容。
3.	關於報告中訪談部分，雙方對話之引述過於冗長，應可將訪談之結論直接導入，並提供具體的建議事項：例如有關網路盜版的問題如何因應等，以使研究報告更具參考價值。	已參酌審查委員之建議修改文字內容。
4.	因比特洪流 ( BT ) 係共享軟體 ( Open Source )，且 BT 的形態亦有很多，因此並非所有的 BT 形態都有獲得授權而合法化，	已參酌審查委員之建議增加相關內容的說明。

項目	審查委員意見	本研究團隊答覆
	請研究團隊參考。	
三、吳委員小琳		
1.	本研究計畫已進行第三年，惟報告呈現方式似缺乏主軸性及系統性的連貫敘述。因此建議應再強本研究報告之主軸性，俾能夠證明並產出其結果、成效或優點，其主軸之方向有，一是「調查方法」，闡明本研究報告三年來調查結論重點且係政府支持的重點調查項目；另一個則是「趨勢」，即未來調查研究趨勢等。另外，對於報告內容正確性不足的資訊似不適於記載在內容中。	全篇主軸的部份將會特別注意，在參酌審查委員的意見之後輪廓已明，並會將其呈現於報告中。
2.	關於報告第 71 頁訪談發現的部分，應著重於「發現」內容，文中呈現較似訪談的「記錄」，因為大多為受訪者的陳述，而無法挑選出重點，對於此部分希望加以修正。	關於「訪談發現」的部份，原意是為忠實呈現受訪者想法，就這部分會依審查委員的意見再做修正，並會改以較精簡的文章方式表述。
四、陳委員文斌		
1.	本研究三年的調查結果，音樂盜版率每年持續增加；本研究計畫的客觀性雖值得參考，但對於逐年增加盜版的狀況並未詳細分析。(例如網路侵權案件之增加等)。此外，「摘要」部分應針對三年的調查、整體盜版率提高的狀況做充分的敘述。	已參酌審查委員之建議修改文字內容。

項目	審查委員意見	本研究團隊答覆
2.	關於第七章結論與建議，其中各單位的績效部分，由於現階段相關權利人團體特別關心教育部主政之校園網路問題，惟報告中對於教育部成效的說明未見充分。經瞭解教育部已制定出校園網路侵權處理的 SOP，並預定年底開始實施，且已將校園網路的使用規範納入各校校規中，因此該成效部分請再加以補充。	已參酌審查委員之建議加以補充說明。
五、陳主任秘書淑美		
1.	綜觀研究報告似欠缺提綱挈領之主軸與整體性規畫的敘述，建請研究團隊加以改善。	在參酌審查委員的意見之後輪廓已明，並會將其呈現於報告中。
2.	經濟部光碟聯合查核小組（JODE）今年查察次數與以往大致相同，但已未再查獲侵權案件，由於整體侵權型態已從預錄式光碟工廠到個人燒錄機再轉變為網路侵權，因此在提出因應措施時，應說明其變動趨勢，以使研究資料更加明確。	已參酌審查委員之建議修改文字內容。
3.	關於報告摘要第 7 頁智慧財產權認知調查的部分，共列舉了 21 種調查結果，其中幾項在調查過程中，若牽涉到的法律效果判斷時須更為精準；因此，關於法律效果的問題設定必須再精確一點。	已參酌審查委員之建議會加以注意。

項目	審查委員意見	本研究團隊答覆
4.	<p>關於報告第 98 頁網路音樂未購持有率的部分，相較於去年的 84.7%和今年的 83.92% 下降不到 1%，顯示即便有許多線上音樂提供業者和解後尋求合法化經營，但是成效有限。至於網路電影未購持有率的部分達 88.8%，不過我國現今是否有合法的網路電影下載機制，抑是根本沒有？請研究團隊參處。</p>	<p>已參酌審查委員之建議加以補充說明。</p>
5.	<p>有關報告中自律與他律的關係是互斥或可共存？如果無他律做支撐，自律應如何完成？請參考。另報告第 131 頁第三段陳述的部分，請釐清此一段落與前後文的關係？是否應做調整，亦請參酌。</p>	<p>已參酌審查委員之建議修改文字內容。</p>