

出國報告（出國類別：考察）

**2014 年中國杭州文化創意產業博覽會  
參訪活動報告書**

服務機關：國立故宮博物院  
姓名職稱：毛舞雲助理研究員  
派赴國家：中國杭州  
出國期間：103.10.16-10.20  
報告日期：104.1.6

## 公務出國報告提要

出國報告名稱：2014 年中國杭州文化創意產業博覽會參訪活動報告書

頁：15 含附件：否

出國計劃主辦機關/聯絡人/電話

國立故宮博物院/王姿雯/(02)28812021 ext.2901

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話

毛舞雲/國立故宮博物院/文創行銷處/助理研究員/(02)28812021 ext.2378

出國類別：考察

出國期間：103 年 10 月 16 日~103 年 10 月 20 日

出國地區：中國大陸（杭州）

報告日期：104 年 1 月 6 日

分類號/目：

關鍵詞：杭州文博會、文化創意產業、知識產權、智慧財產

摘要：

「杭州文化創意產業博覽會」為中國大陸文化創意產領域四大展會之一，參展之產業類別橫跨視覺藝術、工藝、出版、廣告、產品設計、品牌時尚、數位內容、創意生活等領域，展會規模及內容豐富度蔚為可觀。

近來，國立故宮博物院在授權業務上不斷拓展，除了台灣之外，更積極開發中國大陸、亞洲及歐美等其他國外市場，期使中華古典文物之智慧財產透過授權，傲視國際。然而，由於智慧財產的無形性及創意的易複製性卻又不受法律保護，使得智慧財產在積極從事加值運用的同時，仿冒盜版易隨之而生。

國立故宮博物院為加強查緝盜版、了解中國大陸文化創意產業之發展，並研究中國大陸智慧財產保護現況，故派員前往進行訪察，以求維護本院合法權益，並掌握中國大陸之文創領域產官學發展趨勢，本文即為訪察人員回國後所撰寫之報告。

# 目 次

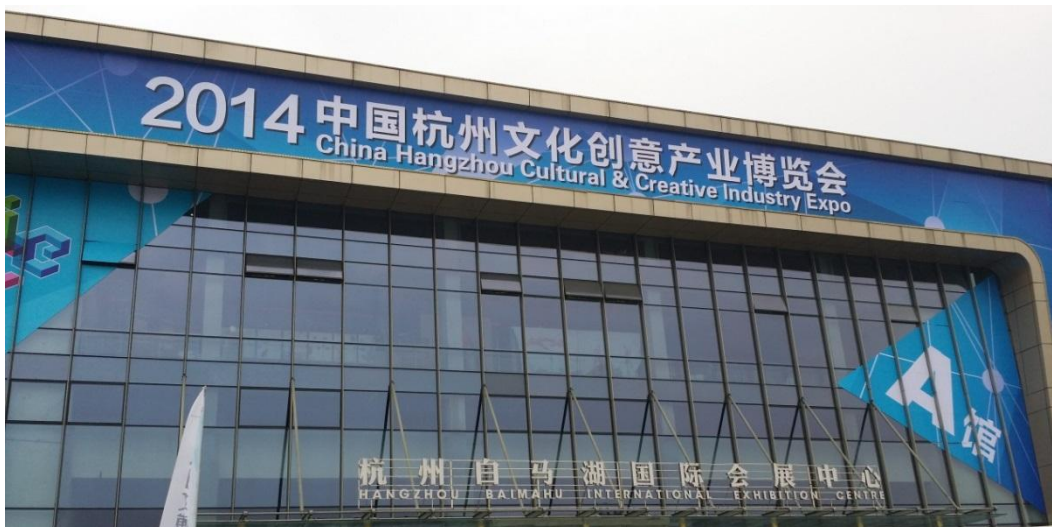
壹、	目的.....	4
貳、	過程.....	5
參、	心得.....	13
肆、	建議.....	14

## 壹、 目的

中國大陸文化創意領域發展快速，其廣大市場吸引各國廠商參與，而在貿易的過程中需要資訊交流之平台，「指標性的展會」即為首選。根據 2012 年中國創意產業發展報告中指出，「杭州文化創意產業博覽會」(以下簡稱杭州文博會)為中國大陸文化創意產領域四大展會之一，參展之產業類別橫跨視覺藝術、工藝、出版、廣告、產品設計、品牌時尚、數位內容、創意生活等領域，展會規模及內容豐富度蔚為可觀。

近來，國立故宮博物院在授權業務上不斷拓展，除了台灣之外，更積極開發中國大陸、亞洲及歐美等其他國外市場，期使中華古典文物之衍生智慧財產透過授權，傲視國際。然而，由於智慧財產的無形性及創意具有易複製性卻又不受法律保護，使得智慧財產在積極從事加值運用的同時，仿冒盜版易隨之而生。

國立故宮博物院文創行銷處為加強查緝盜版、了解中國大陸文化創意產業之發展，並研究中國大陸智慧財產保護現況，故派員前往進行訪察，以求維護本院合法權益，並掌握中國大陸之文創領域產官學發展趨勢。



2014 杭州文博會主展館

資料來源：本報告攝製

## 貳、 過程

日期	行程
103 年 10 月 16 日	晚上班機抵達杭州
103 年 10 月 17 日	前往展館進行調查研究：國際設計館及「in 杭州」設計品牌館
103 年 10 月 18 日	前往展館進行調查研究：兩岸文創精品館、非遺文化傳承館
103 年 10 月 19 日	前往展館進行調查研究：中國美院館、創意設計生活館
103 年 10 月 20 日	結束此次考察

### 一、活動性質

- (一) 就商品貿易而言，本活動為全球（著重於亞洲區）的文化創意產業買賣雙方貿易窗口；
- (二) 就資訊交流而言，本活動為文化創意產業產官學研人士意見交換及觀念互通之平台。

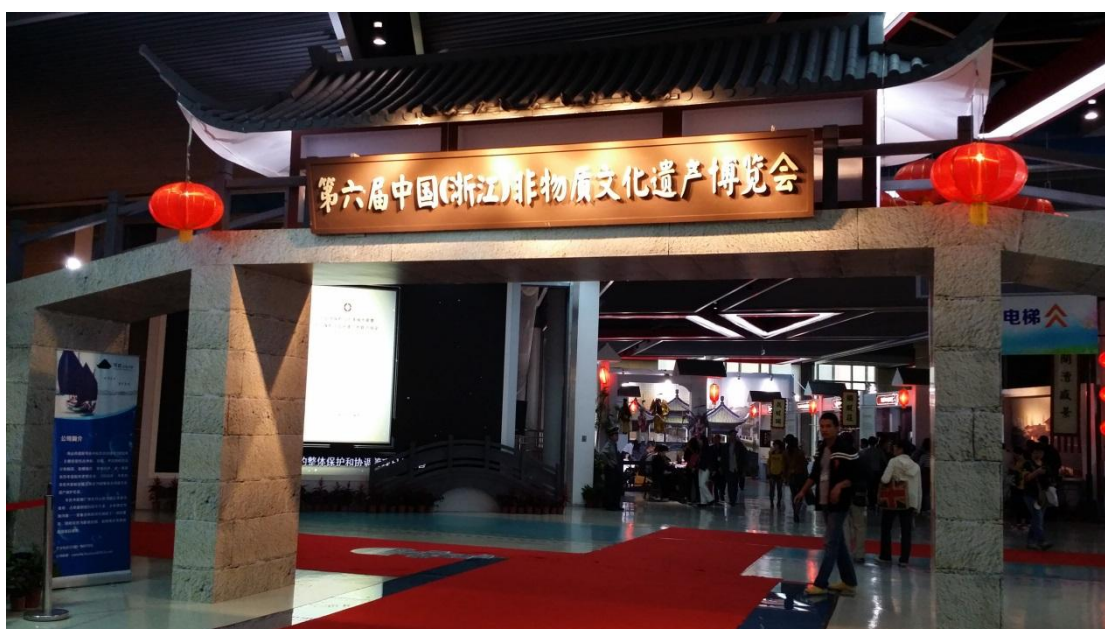
### 二、活動內容

- (一) 本屆為第七屆杭州文博會。來自世界超過 20 個國家的廠商代表齊聚杭州，以「融——工藝•設計•生活」為主題，展示其商品或作品之代表作。
- (二) 本屆杭州文博會設有國際設計館、「IN 杭州」設計品牌館、兩岸文創精品館、非遺文化傳承館、「最設計」中國美院館、創意設計生活館等六大主題展館，活動內容涵蓋了首屆兩岸文創精品展、第六屆中國(浙江)非物質文化遺產博覽會、2014 中國(杭州)國際藝術衍生品產業博覽會、2014 杭州國際設計節、第四屆杭州居室版畫展、第二屆兩岸文創產業對接會，及第十屆海峽兩岸文

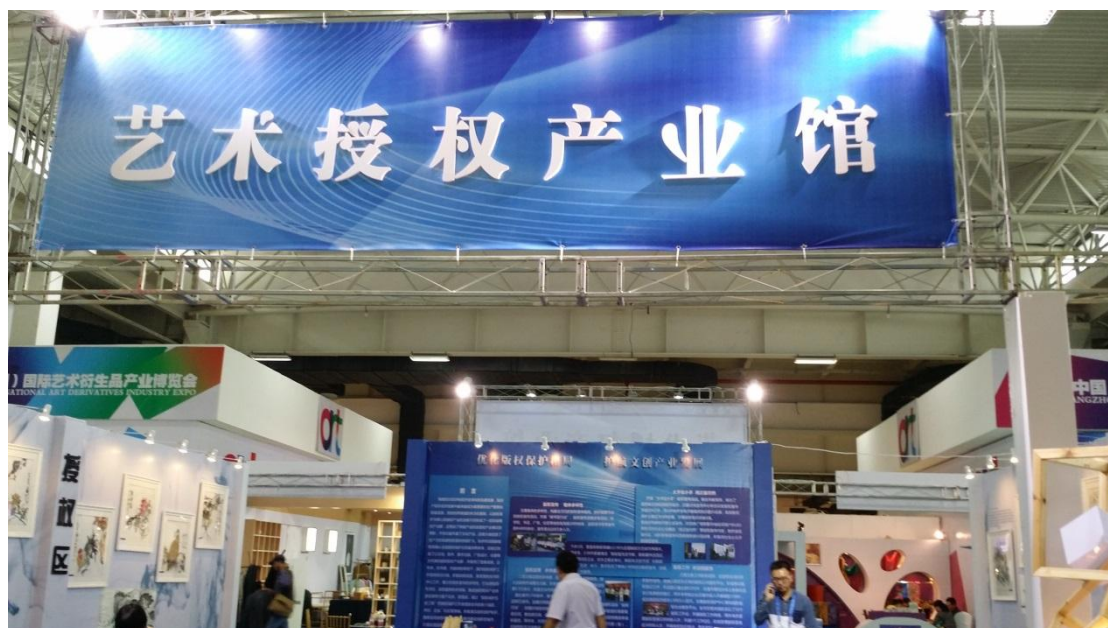
創產業高校聯盟論壇等 25 項相關活動，讓來自各界之人士得以針對文化創意之發展進行廣泛互動。



杭州文創精品拍賣會  
資料來源：本報告攝製



第六屆中國（浙江）非物質文化遺產博覽會  
資料來源：本報告攝製



藝術授權產業館  
資料來源：本報告攝製



2014 中國（杭州）國際藝術衍生品產業博覽會  
資料來源：本報告攝製



版權貿易區

資料來源：本報告攝製



首屆兩岸文創精品展

資料來源：本報告攝製





天人合一 台灣精緻文創品牌館  
資料來源：本報告攝製



台灣原創館  
資料來源：本報告攝製

(三) 本屆杭州文博會之特色之一，在於e化博覽會，例如：線上文博會、線上舉辦的淘寶拍賣會、具長期線上交易功能的文易街網站等網際網路功能，創造線上線下連動的新展會商業模式，為文博會展商及文創企業提供了一個常年展示、推廣、交易、服務的綜合性電子商務平台。

### 三、參訪重點

有鑑於中國大陸文化創意產業成長迅速，相關智慧財產（中國大陸稱之為「知識產權」）保護措施更新頻繁，故本次出國考察之參訪重點在於了解中國大陸及杭州文博會之智慧財產保護措施。經逐次就各展位進行觀察，並未發現此次參展商違法販售或展示國立故宮博物院之文物衍生商品及仿製品。此外，本屆杭州文博會設置「知識產權保護專區」，有專人講解智慧財產權相關法律知識，並印製宣傳手冊供民眾取閱。

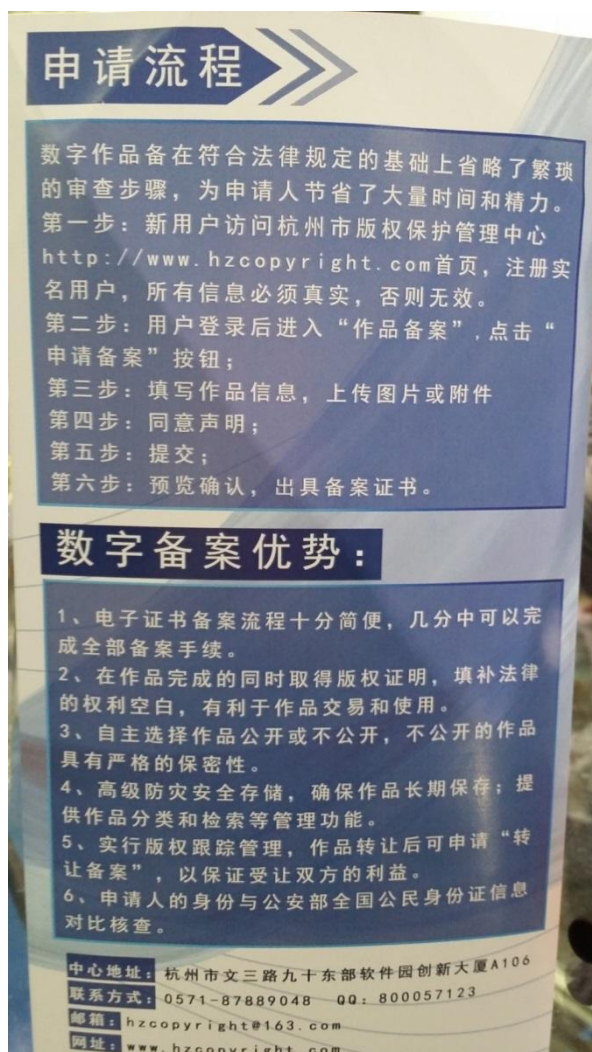


現場發放的知識產權宣傳手冊

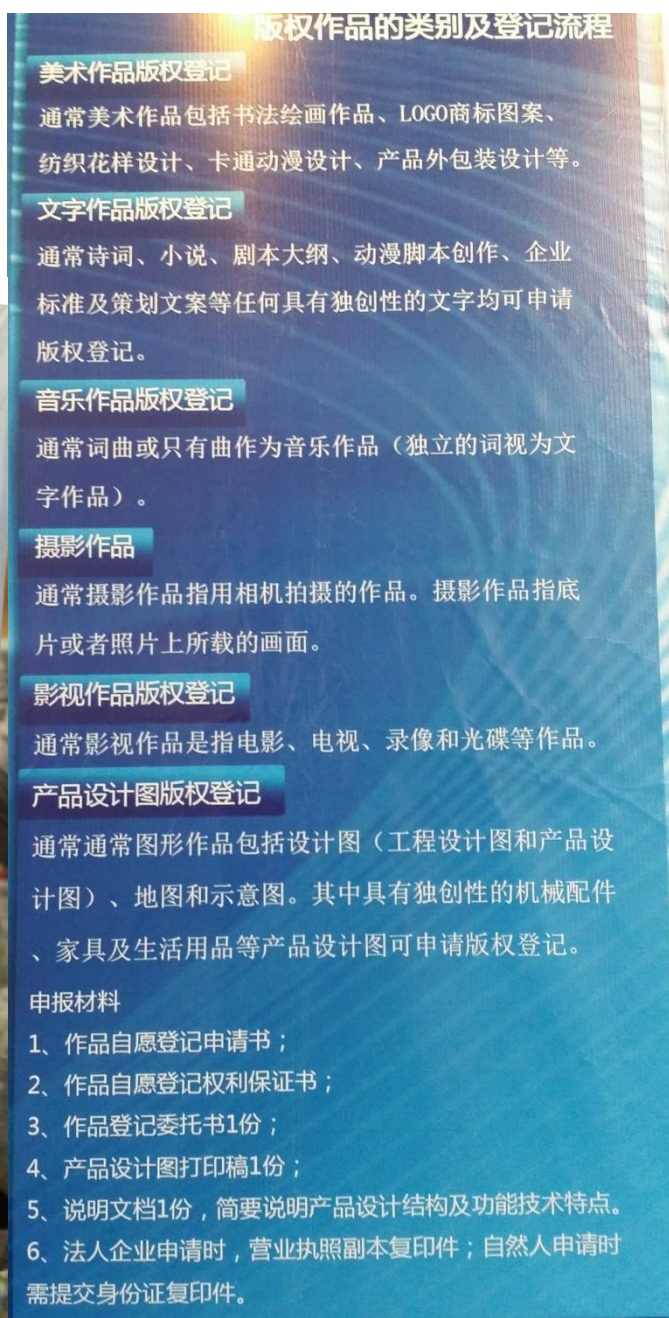
資料來源：本報告攝製

本次展會針對智慧財產維護，主要在於推廣版權登記以及現行版權保護機制之介紹。首先關於版權登記。版權即為著作權，在創作人完成

創作時即取得權利，而版權登記則是在著作權取得之後，權利人自願性地就其享有之著作權向主管機關申請登記，以進一步取得權利歸屬的有效證據，發生侵權糾紛時，能有助於問題之解決。另外，版權登記也是權利轉讓及授予的憑藉，登記在案的資料較能夠保障交易安全，降低使用上的法律風險，有助於著作權經濟價值的實現。有鑑於以上優點，中國大陸各地版權局及相關執法機構多加強版權登記之推廣，期能為權利人的權利維護行動提供更明確的保障。



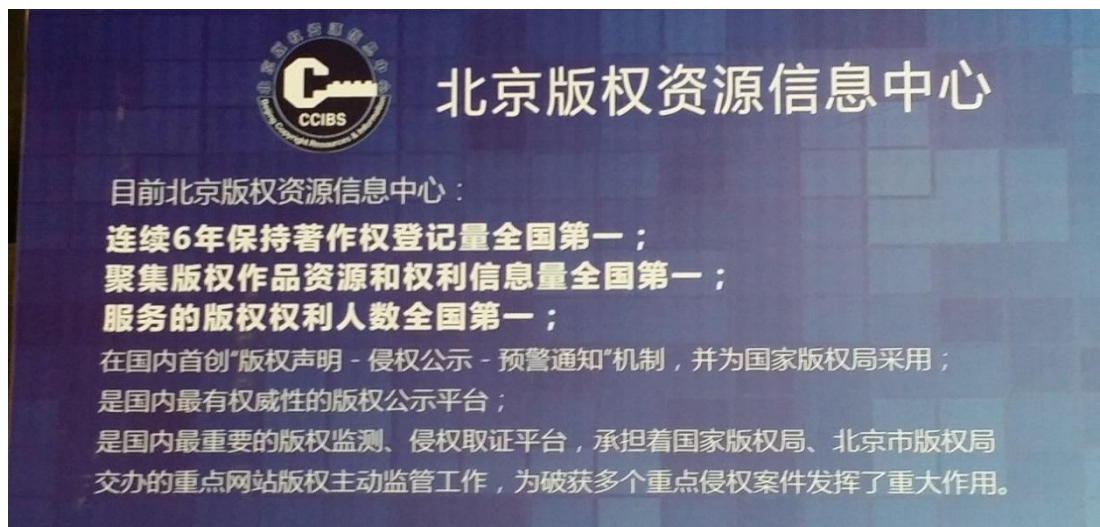
數字作品備案申請流程  
資料來源：本報告攝製



版權作品類別及登記流程  
資料來源：本報告攝製

此外，杭州市版權保護管理中心更推出「數字備案」機制，透過與浙江省杭州市東方公證處之合作，讓原創作品能夠藉由網際網路進行線上備案，如此一來可在最短時間內取得版權證明，達到證據保全的效果，對權利提供更有效的保護<sup>1</sup>。

另外，北京作為中國大陸首都，對版權保護之推廣也不遺餘力，並藉由指標性展會進行宣導。例如版權登記案件數最多，且與產業連結最密切的「北京版權資源信息中心」即為一例。該中心由北京市新聞出版（版權）局於2008年設立，係一為版權資源的供需雙方提供綜合性服務的網路平台，匯聚版權資訊檢索與查詢、版權作品展示與推廣、版權交易資訊發佈、版權侵權投訴與舉報以及版權相關知識宣傳等多種功能<sup>2</sup>，能透過資訊公示的方式，充分揭露權利來源，並滿足權利交易之需求。



#### 北京版權資源信息中心簡介

資料來源：本報告攝製

<sup>1</sup> 作品備案產生的背景，杭州市版權保護與服務網，<http://www.hzcopyright.com/articel/1289>（最後瀏覽日期：104年1月4日）

<sup>2</sup> 關於我們，北京版權資源信息中心，<http://www.ccibs.cn/ccibs/daoabout.jsp>（最後瀏覽日期：104年1月4日）

另一在政府指導並由產業主導的「首都版權產業聯盟」，則是由中國出版集團公司、央視網、北京電視臺、百度、新浪、金山、歌華等 70 餘家中國大陸知名企業所發起，旨在解決目前版權產業規模小、產業鏈不完整、且產業內部缺乏協調機制，以致聯繫鬆散、資源分散等問題<sup>3</sup>。目前，該聯盟針對產業別設置七大委員會，針對功能設置三大中心，為版權保護注入來自業界、由下而上的力量。



首都版權產業聯盟簡介  
資料來源：本報告攝製

## 參、心得

### 一、台灣在兩岸文創產業競合下，應發揮優勢、取得利基

中國大陸文化創意相關政策不斷更新，廣大的市場加上中央與地方的優惠措施，吸引傑出人才及資金不斷投入，將文創領域中的各項產業培養得更具規模，而磁吸效應的結果，也吸引更多資源匯聚。相形之下，台灣先天上市場狹小，較難吸引豐富資源，但在管理、行銷及創意方面，

<sup>3</sup> 郭虹，首都版權聯盟成立，中國出版集團公司新聞中心，2013年6月7日，  
<http://www.cnpubg.com/news/2013/0607/16886.shtml>（最後瀏覽日期：103年1月4日）

目前台灣仍領先中國大陸，而這些能力正是打造文化創意產業的核心要素。

有鑑於此，台灣應把握自身優勢，將對岸當作商品推廣的市場，並設計能有效保護創意成果之制度，使台灣在文化創意之風潮下，仍能取得利基。

## 二、 創意不受法律保護，由軟性創意主導的產業難以形成

經由本次參訪之機會來到杭州，看到越來越多中國大陸在地廠商發揮自主創新的精神，紛紛推出自有品牌，但都是小型作坊與工作室的規模，且商品的同質性高，無法形成差異化，導致消費者在購買時依然落入價格的比較。

文化創意領域除電影、音樂等少數已形成規模的產業之外，大多是低資金成本的微型企業，其運用創意所設計之商品點子雖佳，但多具有易複製性及可被取代性。然而，在現行法制下，「創意」卻不受法律所保護，導致台灣雖在創意上享有優勢，新奇的點子與靈感卻經常被稍加改作或轉換表達之後，以相類似的方式呈現，而法律無法加以究責。此一仿冒及搭便車的現象，造成消費者的混淆誤認，對於文化創意商品銷售的負面影響極為深遠。

## 肆、 建議

### 一、暢通中國大陸盜版舉報之官方窗口

本次出差觀察到中國大陸對於智慧財產權之保護已越加重視。而藉由中國大陸智慧財產權保護意識提升之勢，建議暢通中國大陸盜版舉報之官方窗口，除了現行「海峽兩岸智慧財產保護合作協議」協處機制中

的國家版權局之外，可研議一併與中國大陸省級及市級等地方政府合作，將涉及本院的侵權案件於侵權行為地就地處理，亦即由該地方政府直接為行政查處，如此將免去由中央政府從頭了解案情並將案件移交地方政府處理的時間，能提高證據保全之完整性，對於侵權案件之解決亦更具時效性。

## 二、與既有中國大陸版權保護組織合作

目前中國大陸已有許多中央級與地方級的版權保護組織，運行有年且累積豐富侵權相關案件之處理經驗。在協處機制之外，尚可透過該類組織之「權利公示」及「預警通知」之機制，就積極面而言，可增加授權管道，就消極面而言，讓權利人保留權利歸屬之證據，遇有糾紛可立即判斷侵權與否並進行後續處理。

## 三、修法加入著作鄰接權之概念以保護古物創意加值應用之行為

藉由台灣著作權法修法之機會，引入「鄰接權」之概念，於法律中明定古物保管機關對於古物的創意加值應用，受鄰接權保護，以解決本院無法就現行法制主張權利之問題。而台灣法律修訂後，透過「兩岸智慧財產權保護合作協議」及 WTO 架構下「與貿易有關之智慧財產協定」之雙重管道，則台灣之著作權法效力可及於中國大陸，將有助於盜版問題之解決。