

授權商品

國立新竹教育大學
許建民

一、授權商品之概念

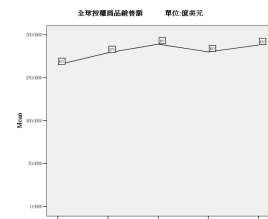
- 授權：授予其他廠商使用組織或賽會名稱或圖案，或是運動員的命名與肖像權。
 - 職棒公仔
- 授權的定義
 - 知名電影、卡通人物或運動賽會的圖像擁有者，同意製造商或零售商在其商品或促銷活動中，使用這些圖像以增進產品的吸引力，並在與類似服務或商品比較之下，得以凸顯其特色。



- 授權可為運動組織帶來的效益
 - 保護作用
 - 運動組織在授權本身的商標前，須先確認已經進行商標註冊，如此才有法律保障。

智慧財產權形態	範 疇
商標權	商標組成的範圍可能包括文字、圖形、符號、顏色、聲音、立體形狀、或幾種聯合所組成
著作權	著作涵蓋的範圍包括音樂著作（賽會主題曲）、美術著作（標誌或吉祥物）、攝影著作（球隊或球員的照片）、視聽著作（比賽轉播畫面）、建築著作（運動場館設計）等
形象權	運動員個人或吉祥物的圖形、肖像、姓名及簽名

- 促銷
 - 民眾穿戴印有運動組織商標的服裝，增加組織曝光機會
- 利潤
 - 製造商需繳版稅及授權費



二、授權商品運作模式

- 一、授權模式
 - 成立專責部門
 - 保有所有利潤，並且可以直接與消費者進行溝通
 - 美國的職業運動聯盟幾乎都採此模式
 - 委外模式
 - 優點在減少自行管理可能遭遇的財務風險，且有保障收入
 - 需付版稅 25~30%。



二、授權單位的運作模式

- 職業運動聯盟
 - 由聯盟統一處理所有球隊的授權業務
- 美國大學及其聯盟
 - 依學校規模大小或該項運動熱門程度有別
- 球員工會
 - M.L.B 球員肖像權由球員工會管理
- 運動組織之賽會
 - 國際運動組織自行管理
- 個人運動員
 - 多數是由運動經紀公司處理，少數自行處理
- 國內職業運動組織的授權模式與上不同



三、授權商品管理議題與授權流程

一、授權管理議題

- 擬訂成立目的
- 建立組織架構
- 決定註冊商標及選擇授權商品
- 授權形態
 - 專屬授權、獨家授權、非專賣授權、轉移授權、共同授權、促銷授權
- 擬訂授權商品範疇
- 擬訂合約架構內容
- 版稅管理
- 規劃行銷活動
- 擬訂反侵權處理計畫



二、授權流程

- 促銷本身商標授權
- 介紹授權合作內容
- 審核申請廠商資料
- 確認授權合約內容
- 審核授權產品
- 檢驗與儲存上是成品
- 執行反仿冒活動



四、授權商品法律議題

- 一、著作權範圍
- 二、商標仿冒的議題
- 三、授權合約議題



問題與討論

- 請說明規劃授權商品業務對於運動組織可能的效益
- 請分析一位運動員本身所擁有的智慧財產權範疇有哪些
- 請說明授權的方式有哪些型態
- 請接洽承辦國內任一大型運動賽會的運動組織，並討論其可能採取的授權商品運作模式。