

· 商业经营中的著作权侵权赔偿标准

2005-07-01

近年来,对摄影作品的侵权屡见不鲜。从侵权的客体上看,有侵犯作者署名权、发表权的;有侵犯作者保护作品完整权和修改权的;有侵犯作者获得报酬权的。从侵权的主体上来看,有传统的出版社或者个人;也有新兴的网络公司或者一般法人。从侵权的方式来看,有将摄影作品单独或者附随文字一起出版的;也有将摄影作品用于商业经营的。

将摄影作品未经许可用于出版,在诉诸法院后对判罚标准有着比较明确的规定,即按照法定稿酬的二到五倍进行判罚,同时考虑到侵权的性质和被侵权作品的性质。

未经许可将摄影作品用于商业经营中的侵权求偿相对比较复杂,如商家利用他人享有著作权的照片进行商标注册或者广告宣传。这种情况下,侵权人不是通过复制被侵权作品而牟利的,使用他人的作品也只是为了产品或者服务的宣传。被侵权作品的使用在侵权人的牟利行为中只占很小的一部分,并且难以清楚明确地界定具体的数量。对该类侵权行为的赔偿标准,实践中有两种不同的认识,其一,认为应该追偿侵权人因此所获的全部利润;其二,认为应该按照在正常情况下,以此类使用行为应该付给权利人的使用费标准,向侵权人进行追偿。

这两种方法都有失偏颇,按照第一种方法,侵权人并不是直接依靠复制被侵权作品而获利,侵权人虽实施了侵权行为,但是他所获利润并不完全是由侵权作品产生的,相反,因侵权行为所带来的利润往往只占侵权人利润的很少的一部分,更多的利润是来源于侵权人其他的投入。如果将侵权人所获利润全部判给被侵权人,显然是非常不公平的。按照第二种方法,最后确定的数额又太低,无法保护权利人的合法权益,也失去了对侵权人进行惩戒的可能。所以,在实际审判中,应本着既在合理范围内、又能充分地维护权利人的合法权益的原则处理。

比较公允的方法是,按照行为人单次使用作品应支付的使用费作为确定赔偿费用的基本参照标准,再乘以实际使用的次数,最终得出应向其求偿的费用。比如,在商标上使用侵权作品的案件,就可将每件商品上使用的商标视为一次复制行为,由侵权人按件数承担使用费。在广告上使用侵权作品的案件,应按照业内的通常情况先确定一个合理数额作为被告每次使用应支付的基本费用,再确定被告的广告播放了多少单次时间,二者相乘就可以算出最后应支付多少费用了。

北京世华律师事物所 渠波 王立
法律热线: 89829932

说几句 & 看看别人说了什么



想了解 **摄影界** 最新动态?

版权所有 中国摄影家协会

未经同意,不得转载、使用和链接本站内容,违者必究!!

Copyright (C) China Photographers Association All Rights Reserved