



國立臺灣大學法律學院法律系

碩士論文

Graduate Institute of Law

College of Law

National Taiwan University

Master's Thesis

人格特徵財產利益保護之研究

The Research on the Protection of Property Interests Based on

Personality Traits

李宗翰

Tsung-Han Lee

指導教授：陳忠五 博士

Advisor : Chung-Wu Chen, Ph.D.

共同指導教授：李素華 博士

Advisor : Su-Hua Lee, Ph.D.

中華民國 113 年 6 月

June 2024

謝辭



本論文能夠順利完成，首先當然還是要感謝我的兩位共同指導教授，陳忠五老師以及李素華老師，兩位老師可說是我影響我研究所生涯當中最重要
的恩師。

忠五老師是我研究所期間的導師，第一次與老師師生宴聚餐時，即深刻地感受到老師對於學生的關愛以及溫暖，並暗自期許自己能夠向老師看齊，而在學期間修讀老師所開設的民事法責任專題課程中，深受老師法律論證與邏輯思考的啟發，對於民事法領域的興趣只增不減，甚至有幸在老師課程中所發表的短文，在老師指點以及同學彼此發問激盪下，順利投稿並獲期刊接受刊登，在碩士生涯的最後，能夠在老師的指導下完成碩士論文是學生最大的榮幸。

素華老師則是在我研究所期間，給我最多機會的老師，在擔任老師多學期的課程助理以及修讀老師所開設的多項課程期間，不僅有機會了解智慧財產權法的核心概念與價值，更有機會接觸到各種產業面的相關知識，並為離開校園後做足準備（雖然我準備得很差就是了），在老師身上獲得的實在太多，沒辦法一一記載，這本碩士論文题目的開始與發想就是其中之一，沒有老師就沒有這本碩士論文。

另外，我想感謝兩位協助我進行論文口試的口試委員，王怡蘋老師以及張譯文老師，怡蘋老師甚至於口試結束後寄發郵件肯定並鼓勵我（實際上應該是擔心我口試後心靈受創），令我備感窩心；譯文老師更不用多說了，以幽默風格帶領學生進入深具啟發的討論（老師口試時一口氣問了六題，沒錯中間沒有停頓或回答就是一口氣），能夠在研究所時期修讀老師的課程以及邀請老師擔任我碩士論文的口試委員，是我的福氣，真的很開心。

最後我想感謝我的父母親以及在研究所期間所遇到的同學，沒有父母親無條件地支持（從來沒有催過我什麼時候畢業），以及同學間不論是課堂上的討論（開電）或是下課後的聊天（胡扯），都是我碩士生涯的點滴，除了幸福還是幸福。

西元 2024 年 2 月 25 日

於新店書房

中文摘要



關於姓名與肖像等人格特徵之保護，於我國法制上係為人格權保護範疇，惟過往人格權以精神利益為其核心內涵，近來學說及實務將之擴張及於財產利益之保護據以因應人格特徵於現今社會文化發展之變遷，對此，本文首先探究該等人格特徵財產利益之保護理論基礎，並在保護模式採擇上簡要介紹比較法上相關機制。然而本文並未拘泥於保護模式之採擇，而係以質性統計方式整理歸納我國涉及類此爭議之相關裁判案例，並在我國所採取之一元論人格權保護機制趨勢下，開展我國法制上對於人格特徵財產利益保護之研究。

本文指出，人格特徵財產利益實具抽象普遍以及積極利用特性，縱使在採取一元論保護模式下，與同為人格權內涵之精神利益間亦具一定之可區辨性，各自有其著重特性及規範功能，不應認二者間具有緊密交織關聯。此外，人格特徵財產利益與著作財產權間應予以辨別，二者應屬平行之權益與概念，於法規適用上，亦無存在所謂著作權法為特別法而應為優先適用之問題。

於確立人格特徵財產利益於我國法制上之定位後，本文試圖重新審視人格特徵財產利益之保護架構，並由保護主體及歸屬問題出發，接續探討人格特徵財產利益之授權與繼承問題，並以人格特徵財產利益之侵害救濟機制檢驗作結。

關鍵字：人格特徵、人格權、財產利益、精神利益、授權約定、死後繼承、損害賠償、損害概念、損害計算、獲利返還



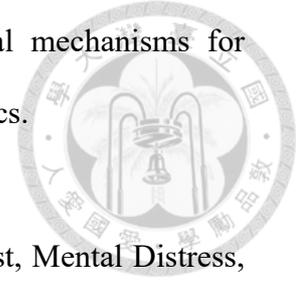
Abstract

The protection of personal characteristics such as name and likeness falls within the scope of personality rights in the legal framework of Taiwan. Historically, personality rights were centered around mental interests. However, recent legal scholarship and practical applications have expanded the concept, aligning it with the protection of property interests to address the evolving societal and cultural developments concerning personal characteristics. In this context, this paper first explores the theoretical foundations of protecting property interests related to personal characteristics and briefly introduces relevant mechanisms in comparative law for protection models. However, the paper does not strictly adhere to a particular protection model. Instead, it qualitatively and statistically compiles and summarizes relevant judicial cases in Taiwan involving disputes of this nature.

The paper contends that property interests related to personal characteristics possess abstract universality and positive utilization characteristics. Even under the unitary protection model, there is a discernible difference from mental interests, another facet of personality rights, each having distinct emphases and normative functions. Moreover, the paper distinguishes between property interests related to personal characteristics and copyright property rights, asserting that they are different rights and concepts. In terms of legal application, there is no compelling reason for the Copyright Act to be treated as a special law with priority.

After clarifying the position of property interests related to personal characteristics in our legal system, the paper seeks to reexamine the protection framework. Starting with the issues of the protected subject and attribution, it delves into the authorization and inheritance problems concerning property interests related to personal

characteristics. The paper concludes by examining the remedial mechanisms for infringements on property interests related to personal characteristics.



Keywords: Personal Identities, Personality Rights, Property Interest, Mental Distress, License Agreement, Posthumous Inheritance, Damages, Concept of Damages, Damages calculation



簡目

| | |
|---------------------------|----|
| 第一章 緒論..... | 1 |
| 第一節 研究動機..... | 1 |
| 第二節 問題意識..... | 3 |
| 第三節 研究範圍..... | 4 |
| 第二章 人格特徵財產利益之保護基礎..... | 5 |
| 第一節 導論：人格權內涵之擴張..... | 5 |
| 第一項 精神利益之保護..... | 5 |
| 第二項 財產利益之保護..... | 6 |
| 第二節 保護理論..... | 8 |
| 第一項 洛克勞動成果理論..... | 8 |
| 第二項 誘因理論..... | 10 |
| 第三項 分配效率理論（法律經濟分析觀點）..... | 11 |
| 第四項 人格自主與人格發展理論..... | 13 |
| 第三節 保護模式..... | 14 |
| 第一項 美國法..... | 15 |
| 第二項 德國法..... | 18 |
| 第三項 其他國家之發展..... | 19 |
| 第四項 我國法：學說與實務..... | 20 |
| 第三章 人格特徵財產利益之特性及定位..... | 30 |
| 第一節 人格特徵財產利益之特性..... | 30 |
| 第一項 具普遍抽象與無體財產特性..... | 30 |
| 第二項 兼具消極預防與積極利用特性..... | 32 |
| 第二節 與精神利益之關聯..... | 34 |
| 第一項 對立說..... | 34 |
| 第二項 相互影響說..... | 35 |
| 第三項 區分說..... | 36 |
| 第四項 小結..... | 36 |
| 第三節 於我國法上之定位..... | 38 |
| 第一項 原則上屬人格權保護內容..... | 38 |
| 第二項 與著作財產權之關聯..... | 38 |
| 第三項 法規適用優先順序？..... | 40 |
| 第四章 人格特徵財產利益之保護架構..... | 42 |
| 第一節 人格特徵財產利益之保護主體與歸屬..... | 42 |
| 第一項 自然人..... | 42 |
| 第二項 法人..... | 48 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 第三項 利益歸屬..... | 49 |
| 第二節 人格特徵財產利益之授權..... | 53 |
| 第一項 常見授權合約與問題說明..... | 53 |
| 第二項 實務裁判案例..... | 56 |
| 第三項 我國學說見解..... | 64 |
| 第四項 本文評析..... | 65 |
| 第三節 人格特徵財產利益之繼承..... | 68 |
| 第一項 我國實務裁判重大發展：白花油案..... | 68 |
| 第二項 尚待釐清之問題..... | 70 |
| 第三項 死者精神利益保護之借鏡..... | 71 |
| 第四項 人格特徵財產利益之繼承理論建構..... | 72 |
| 第四節 人格特徵財產利益之侵害救濟..... | 77 |
| 第一項 損害賠償責任之檢討..... | 77 |
| 第二項 獲利返還機制之檢驗..... | 98 |
| 第五章 結論..... | 106 |
| 參考文獻..... | 109 |
| 【附表 1】我國涉及人格特徵財產利益遭不法利用之裁判案例..... | 116 |

詳目

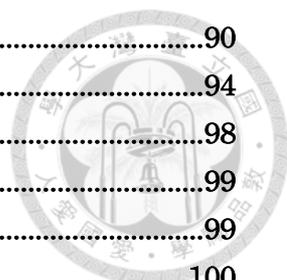


| | |
|---------------------------|----|
| 第一章 緒論..... | 1 |
| 第一節 研究動機..... | 1 |
| 第二節 問題意識..... | 3 |
| 第三節 研究範圍..... | 4 |
| 第二章 人格特徵財產利益之保護基礎..... | 5 |
| 第一節 導論：人格權內涵之擴張..... | 5 |
| 第一項 精神利益之保護..... | 5 |
| 第二項 財產利益之保護..... | 6 |
| 第二節 保護理論..... | 8 |
| 第一項 洛克勞動成果理論..... | 8 |
| 第二項 誘因理論..... | 10 |
| 第三項 分配效率理論（法律經濟分析觀點）..... | 11 |
| 第四項 人格自主與人格發展理論..... | 13 |
| 第三節 保護模式..... | 14 |
| 第一項 美國法..... | 15 |
| 第一款 隱私權與公開權..... | 15 |
| 第二款 公開權之內容與限制..... | 16 |
| 第三款 侵害公開權之法律效果..... | 17 |
| 第二項 德國法..... | 18 |
| 第三項 其他國家之發展..... | 19 |
| 第四項 我國法：學說與實務..... | 20 |
| 第一款 學說發展..... | 20 |
| 第二款 實務裁判發展歷程..... | 21 |
| 第一目 萌芽時期..... | 22 |
| 第二目 保守時期..... | 24 |
| 第三目 發展時期..... | 26 |
| 第四目 穩定時期？..... | 28 |
| 第三款 小結..... | 29 |
| 第三章 人格特徵財產利益之特性及定位..... | 30 |
| 第一節 人格特徵財產利益之特性..... | 30 |
| 第一項 具普遍抽象與無體財產特性..... | 30 |
| 第二項 兼具消極預防與積極利用特性..... | 32 |
| 第二節 與精神利益之關聯..... | 34 |
| 第一項 對立說..... | 34 |
| 第二項 相互影響說..... | 35 |
| 第三項 區分說..... | 36 |

| | |
|---|----|
| 第四項 小結 | 36 |
| 第三節 於我國法上之定位 | 38 |
| 第一項 原則上屬人格權保護內容 | 38 |
| 第二項 與著作財產權之關聯 | 38 |
| 第三項 法規適用優先順序? | 40 |
| 第四章 人格特徵財產利益之保護架構 | 42 |
| 第一節 人格特徵財產利益之保護主體與歸屬 | 42 |
| 第一項 自然人 | 42 |
| 第一款 臺灣臺中地方法院 110 年度小字第 7 號民事判決 | 43 |
| 第二款 我國法上其他相關案例 | 44 |
| 第三款 比較法上借鏡 | 44 |
| 第四款 相關學說見解 | 45 |
| 第五款 本文評析 | 46 |
| 第二項 法人 | 48 |
| 第一款 法人之人格權 | 48 |
| 第二款 法人之人格特徵財產利益 | 48 |
| 第三項 利益歸屬 | 49 |
| 第一款 娛樂產業界：早年經紀合約制度 | 49 |
| 第二款 經紀公司得否得為歸屬主體 | 50 |
| 第三款 歸屬問題之釐清 | 51 |
| 第二節 人格特徵財產利益之授權 | 53 |
| 第一項 常見授權合約與問題說明 | 53 |
| 第一款 演藝人員經紀合約 | 53 |
| 第二款 藝人廣告代言合約 | 54 |
| 第三款 問題說明 | 55 |
| 第二項 實務裁判案例 | 56 |
| 第一款 經紀公司單獨起訴之裁判案例 | 56 |
| 第一目 臺灣臺北地方法院 97 年度訴字第 3812 號民事判決 | 56 |
| 第二目 臺灣臺北地方法院 100 年度訴字第 1843 號民事判決 | 57 |
| 第三目 臺灣宜蘭地方法院 106 年度宜小字第 283 號民事小額判決 | 58 |
| 第四目 臺灣高等法院 108 年度上字第 1432 號民事判決 | 59 |
| 第二款 經紀公司與藝人共同起訴之裁判案例 | 60 |
| 第一目 臺灣臺北地方法院 96 年度訴字第 2645 號民事判決 | 60 |

| | |
|----------------------------------|----|
| 第二目 臺灣臺北地方法院 99 年度重訴字第 708 號民事判決 | 61 |
| 第三款 小結 | 62 |
| 第三項 我國學說見解 | 64 |
| 第一款 債權效力說 | 64 |
| 第二款 類推適用著作權法第 37 條規定 | 64 |
| 第四項 本文評析 | 65 |
| 第三節 人格特徵財產利益之繼承 | 68 |
| 第一項 我國實務裁判重大發展：白花油案 | 68 |
| 第一款 案例事實 | 68 |
| 第二款 下級審法院見解 | 69 |
| 第三款 本案最高法院見解 | 70 |
| 第二項 尚待釐清之問題 | 70 |
| 第三項 死者精神利益保護之借鏡 | 71 |
| 第四項 人格特徵財產利益之繼承理論建構 | 72 |
| 第一款 延續保障與一身專屬性之調和 | 72 |
| 第二款 人格特徵財產利益應具可分離性 | 73 |
| 第三款 人格特徵財產利益之繼承範圍與限制 | 74 |
| 第一目 問題說明 | 74 |
| 第二目 學說見解 | 74 |
| 第三目 本文評析 | 75 |
| 壹、生前利用 | 75 |
| 貳、死後利用 | 76 |
| 第四節 人格特徵財產利益之侵害救濟 | 77 |
| 第一項 損害賠償責任之檢討 | 77 |
| 第二款 責任要件問題 | 77 |
| 第一目 責任原因事實 | 78 |
| 第二目 損害之認定 | 80 |
| 壹、實務見解：以受有「實際損害為斷」 | 80 |
| 貳、應區別不同層次之「損害」概念 | 81 |
| 一、人格特徵主體受有權益損害 | 83 |
| 二、專屬被授權人受有權益損害？ | 84 |
| (一) 權利與利益應否差別保護 | 85 |
| (二) 授權人仍得主張其權益受有損害？ | 86 |
| 三、非專屬被授權人受有權益損害？ | 87 |
| 第二款 賠償範圍問題 | 88 |
| 第一目 非財產上損害 | 88 |
| 第二目 財產上損害 | 90 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 壹、損害的存在及其認定..... | 90 |
| 貳、計算方法..... | 94 |
| 第二項 獲利返還機制之檢驗..... | 98 |
| 第一款 不當得利..... | 99 |
| 第一目 成立要件問題..... | 99 |
| 壹、一方受有利益..... | 100 |
| 貳、致他方受有損害..... | 101 |
| 一、損害的概念..... | 101 |
| 二、致何人受有損害？..... | 102 |
| 第二目 返還客體問題..... | 104 |
| 第二款 不法管理..... | 105 |
| 第五章 結論..... | 106 |
| 參考文獻..... | 109 |
| 【附表 1】我國涉及人格特徵財產利益遭不法利用之裁判案例..... | 116 |





第一章 緒論

第一節 研究動機

在現代社會生活當中，經濟活動可謂已佔據為人類社會生活中相當重要之一部分，又隨著網路以及科技發展的進步，經濟活動的發展不斷地擴大，商業模式亦不斷地創新。從單純產品的上架販賣，到藝人、球員或明星的行銷代言，再到近年興起的「網紅 (influencer)」經濟，商業活動中紛爭事實也不再限於單純的商品瑕疵或是債務不履行等態樣，有關人格權侵害之爭議在近年商業活動紛爭案例中也不斷出現。

實務上常見較為單純案例為，某一著名人士，為協助推廣某廠商代言宣傳商品，而與該廠商簽訂廣告代言合約，其中包括肖像、姓名等人格特徵使用授權約款，倘若該廠商嗣後違約逾期使用，抑或其他第三人不法使用該著名人士人格特徵於同類商品廣告時，該著名人士得如何主張其權益。

此外倘若係為演藝人員而有簽約隸屬經紀公司情形，討論面向上將更趨複雜。例如某甲乃乙經紀公司旗下專屬藝人，為接洽廣告代言合約，由乙經紀公司與丙廠商簽訂關於使用甲姓名、肖像或聲音等人格特徵合約，以利推銷丙廠商產品。然而另一廠商丁擅自使用甲之上開人格特徵作為行銷其同類產品之用。此時，除存有乙經紀公司究竟得否獨自與丙廠商簽訂「甲之人格特徵」授權利用條款之問題外；在損害賠償的討論上，人格特徵主體本人甲、乙經紀公司抑或丙廠商得否向丁請求財產上損害賠償及其損害究應如何證明，實有疑問。

爬梳我國實務案例可知從較早之陳美鳳廣告代言案¹、鈴木一朗車廂廣告案²、李蒨蓉廣告代言案³到近年白花油創辦人姓名及肖像商標案⁴、袁惟仁案⁵、柯佳嬿案⁶等類此紛爭不曾停歇。



此類個案爭議事實雖均有所不同，惟吾人均得以觀察「姓名、肖像或聲音等人格特徵」應具一定財產利益。迄今為止，我國實務⁷與學說⁸固然業已意識並承認人格特徵具一定財產利益，並有受保護之必要，惟針對該等利益之**內涵、特性定位與保護架構**上，似仍有待釐清，希望藉由本文對此議題之研究，提供實務上面臨人格特徵財產利益相關案例之參考，俾期周延我國人格特徵財產利益之保護體系。

¹ 臺灣臺北地方法院 93 年度訴字第 1820 號判決、臺灣高等法院 94 年度上易字第 616 號判決。

² 臺灣臺北地方法院 94 年度訴字第 6831 號判決、臺灣高等法院 96 年度重上字第 323 號判決、最高法院 97 年度台上字第 1396 號判決。

³ 臺灣臺北地方法院 99 年度重訴字第 708 號判決。

⁴ 臺灣臺北地方法院 99 年度智字第 25 號判決、智慧財產法院 102 年度民商上字第 5 號判決、最高法院 104 年度台上字第 1407 號判決。

⁵ 臺灣臺北地方法院 108 年度訴字第 527 號判決。

⁶ 臺灣臺北地方法院 109 年度訴字第 1585 號

⁷ 實務見解以最高法院 104 年度台上字第 1407 號判決為代表性見解，判決用語上係以「人格權經濟利益」稱之。惟本文為凸顯該等人格權除具傳統「精神利益」內涵外，亦具有民法上「財產」利益，故於用語選擇上以「財產利益」稱之。

⁸ 文獻上關於人格特徵財產利益之研究為數眾多，參閱王澤鑑(2012)，《人格權法：法釋義學、比較法、案例研究》，頁 303，臺北：王慕華；謝銘洋(2010)，〈從美國法上之商業利用權 (Right of Publicity) 探討肖像權之財產權化：最高法院九十七年台上字第一三九六號民事判決解析〉，《月旦裁判時報》，4 期，頁 102-108；何愛文(1992)，〈美國法之個人公開權 (Right of Publicity) 於我國受保護之可能性〉，《全國律師》，3 卷 12 期，頁 52；李智仁(2004)，〈人格權經濟利益之保障：個人公開權之探討 (Right of Publicity)〉，《法令月刊》，55 卷 11 期，頁 28；黃致穎(2016)，〈以人格權保護商業形象之探討：從美國法院判決出發〉，《法令月刊》，67 卷 2 期，頁 53；王怡蘋(2018)，〈人格權之經濟利益？——從最高法院 104 年度台上字第 1407 號民事判決探討人格權之保護〉，《月旦裁判時報》，74 期，頁 23-30。；王怡蘋(2023)，〈人格權經濟利益之法治建構〉，《台大法學論叢第 52 卷第 1 期》，頁 131-176。游壁庄(2006)，《形象商品化權之研究》，國立臺北大學法律研究所碩士論文；黃松茂(2008)，《人格權之財產性質：以人格特徵之商業利用為中心》，國立臺灣大學法律研究所碩士論文；陳可嘉(2010)，《美國法上個人公開權之研究》，國立交通大學科技法律研究所碩士論文；王瑋(2020)，《人格特徵商業利用之研究》，國立臺灣大學法律研究所碩士論文。

第二節 問題意識



姓名、肖像或聲音等人格特徵具一定之財產利益，乃現今社會所不爭之事實，然而關於人格特徵之保護，於我國法上係屬人格權保障範疇，又傳統上對於人格權保護之討論以及法制架構設計上，均係集中於「精神利益」層面，循此，上開人格特徵財產利益於我國既有人格權法制上，究係如何演變，包括承認保護之理論基礎、規範模式及其特性定位均有釐清之必要。

另在人格特徵財產利益保護架構上，首先涉及人格特徵財產利益之保護主體問題，在自然人主體認定上，近期有下級審法院判決見解⁹認為「應限於具有一定名氣之人」，始得成為人格特徵財產利益之保護主體，該等限制是否合理，容有討論空間。另「法人」得否成為人格特徵財產利益保護主體，若是，則其保護射程範圍是否與自然人相同，亦值探求。最後，在現行娛樂產業界中，存在所謂早年經紀合約制度（練習生制度），即經紀公司早期投資大量勞力時間費用，以培養尚未出道之演藝人員，對此，人格特徵財產利益是否存在所謂「歸屬問題」容有釐清之必要。

此外，於人格特徵利用面向上，其具體化實現財產利益之手段，以授權他人使用人格特徵財產利益最為常見，此等授權更為娛樂運動產業界之常態，我國實務裁判上又以「演藝人員經紀合約」與「廣告代言合約」中所約定之「人格特徵授權約款」最具爭議。首先，於約定類型上，存在所謂專屬授權與非專屬授權之操作需求，我國實務判決並未否認其有效性，惟於效力範圍認定上，趨向保守，認為無論當事人間授權約款如何約定，均僅得拘束契約雙方當事人，即採取所謂「債權效力」說。對此是否合於當事人雙方之主觀締約目的、契約本旨以及足以保障被授權人之法律地位，誠值探討。

⁹ 臺灣臺中地方法院 110 年度小字第 7 號民事判決。

人格特徵主體終有離世之日，惟人格特徵財產利益具有延續保障需求，我國最高法院指標判決¹⁰固然承認人格特徵財產利益得以繼承，惟似未見其克服人格權「一身專屬性」以及「權利能力滅失」之理論上建構，另關於繼承範圍與保護期間，亦未見說明，此等問題同樣值得釐清。

最後，關於人格權財產利益受侵害之救濟面向討論上，倘若無以在人格特徵財產利益遭受不法侵害時，賦予被害人相對應之有效救濟方式，則前開承認、實現與延續之保障仍屬空談，就此本文最後擬分別就現行損害賠償以及獲利返還機制於人格特徵財產利益受侵害之案例中，是否得以充分發揮其各自規範功能予以分析檢討。

第三節 研究範圍

關於人格權之分類方法，具有二種不同切入角度，一為依據「法律是否具體明文規範保護」作區分方式¹¹；另一則係以「是否具有人身性」作為觀察角度¹²，二者間互不衝突，僅係分類方法上之不同，合先敘明。由「是否具有人身性」作為觀察角度出發，所謂「人身性人格權」係專注於保護「人身」的人格法益，包括生命、身體、健康、自由及貞操；至於「非人身性人格權」則得以涵蓋姓名、肖像、名譽、隱私及資訊自主權¹³。基於「人身」不具交易性之現今法律基本價值，欲承認「人身性人格權」具財產利益應有其困難，目前原則上應僅「非人身

¹⁰ 同前註 7。

¹¹ 謝銘洋（2002），〈論人格權之經濟利益〉，《智慧財產權基本問題研究》，頁 10，臺北：自刊。其指出，一般而言，人格權分類上可分為「特別人格權」與「一般人格權」，前者所指為法律（包括民法與其他法律）具體規範予以明文保護之人格權；包括民法所規定之姓名、生命、身體與健康等權利；後者所指則為民法第 18 條所概括規定之人格權，二者在我國民法上均受保護，然而哪些人格權具有所謂「財產利益」之內涵，應依照各個不同之人格權而個別認定之。

¹² 王澤鑑（2012），《人格權法：法釋義學、比較法、案例研究》，頁 303，臺北：王慕華，頁 114。

¹³ 同前註。用語上，王澤鑑教授係以「人身的人格權」與「精神的人格權」作區分，惟精神的人格權似無以說明該等人格權同時具有財產利益內涵（如姓名、肖像等），故本文行文上以「非人身性人格權」代之。

性人格權」具討論財產利益之空間¹⁴，循此，前開人身性人格權並非本文研究範圍。

又於「非人身性人格權」中，尤以姓名、肖像、聲音語言權¹⁵等涉及「人格特徵」者最具討論價值，蓋人格特徵具個人識別化功能，不僅廣受現今商業廣告代言利用，更為運動娛樂產業界中，經紀公司（或經紀人）與演藝人員、運動員或是廣告廠商間合作契約中主要談判標的，亦成為實務裁判爭議之大宗。此外，縱使姓名、肖像與聲音語言權等非人身性人格權各自保護法益範圍有所不同，惟其共通重疊者，即為均具財產利益之保障內容，據此，本文即以之為研究核心，並以「人格特徵財產利益」稱之¹⁶。

第二章 人格特徵財產利益之保護基礎

第一節 導論：人格權內涵之擴張

第一項 精神利益之保護

傳統上，我國法關於人格權之法制規範上，其並非憲法第 7 條至第 21 條所列舉之權利，而是由司法院大法官依據憲法第 22 條規定所創設¹⁷，功能在於確

¹⁴ 相類似見解，謝銘洋，前揭註 11，頁 10，其指出何等人格權具有所謂「財產利益」之內涵，應依照各個不同之人格權而各別認定之，原則上愈靠近人格利益核心之權利，其財產利益內涵就愈少，舉例而言，生命權即無容許有財產利益內涵存在之餘地，另外，關於健康、身體與自由等人身權利，雖然不能完全排除其可能具有財產利益之內涵，然而此等內涵亦極為有限。

¹⁵ 關於聲音語言權之詳細說明，請參閱，王澤鑑，前揭註 12，頁 292。另實務判決涉及聲音語言權之爭議，可參閱，臺灣臺中地方法院 91 年度訴字第 1176 號判決。

¹⁶ 惟為行文方便，後文可能有「人格特徵財產利益」或「人格權財產利益」交替出現之情形，敬請見諒。

¹⁷ 王澤鑑，前揭註 12，頁 77。有關人格權作為一種憲法上權利概念，我國司法院大法官於民國 85 年所作出釋字 399 號關於姓名權之解釋，已肯定人格權為一種受憲法保障之基本權利，並指明憲法根據為第 22 條規定，其後陸續對保護範圍類型化，包括但不限於釋字 587 號解釋理由書（子女獲知血統來源）、釋字第 664 號解釋理由書（兒童及少年身心健康及人格發展）。

保權利人之自我決定權、自我保護權與自我表現權¹⁸，在民法上之具體規定為，民法第 18 條規定「人格權受侵害時，得請求法院除去其侵害；有受侵害之虞時，得請求防止之。前項情形以法律有特別規定者為限，得請求損害賠償或慰撫金。」常見人格權受侵害之情形為發生車禍或毆打等事件所造成受害人因生命或身體權受侵害，而得請求加害人賠償其因此所受財產上損害（包括醫療費用、看護費用、工作上薪資減損等）及非財產上損害情形。

另在數位照相等功能推出後，亦常發生遭跟拍、偷拍等侵害受害人隱私權、肖像權¹⁹等情狀，受害人固得據此主張其所受代言費或工作收入等減損之財產上損害，然而此等財產上損害賠償，仍係因人格權中「精神利益」此一內涵受到侵害而衍生之財產上損害²⁰，於此並未改變人格權傳統概念上係以「精神利益」作為保護客體之概念²¹，對此傳統見解認為人格權係以人的尊嚴價值以及精神利益為其保護內容，不同於物權之具有財產價值，並與其人身具有不可分的密切關係，屬於一身專屬權，並具有絕對性、不可讓與性與不可繼承性之三種基本性質（又稱一身專屬性）²²。

第二項 財產利益之保護

與上述侵害「精神利益」面向致生財產上之損害不同者為，是否存在一種侵害人格權「財產利益」內涵面向而產生之財產上損害？亦即人格權除具有精神利益之內涵外，是否亦存在一定之財產利益內涵？舉例而言，以著名藝人或運動員之姓名、肖像等得以確定之人格特徵作為商品或服務的廣告代言利用，此時係以

¹⁸ 王澤鑑，前揭註 12，頁 297。

¹⁹ 關於肖像權，民法上雖未設明文，然而學者通說以及實務見解業已穩定承認其為一種獨立個別之具體化人格權，有關肖像權之依據、意義內涵等詳細論述請參閱，劉春堂（2013），〈肖像權侵害之救濟—以精神利益（人格價值）之保護為中心〉，《台灣法學的實踐與創新—陳猷龍教授六秩華誕祝壽論文集（上冊）》，頁 33 以下；王澤鑑，前揭註 12，頁 162 以下。

²⁰ 除此之外亦得請求非財產上損害（包含慰撫金）。

²¹ 王怡蘋（2023），〈人格權經濟利益之法治建構〉，《臺大法學論叢》，52 卷 1 期，頁 134。

²² 王澤鑑，前揭註 12，頁 9、297。

該等特徵吸引社會大眾之注意，甚至將權利人特徵與特定商品相連結，是故權利人與利用人締結契約，同意利用人利用約定之人格特徵，以獲取約定之授權金，此等利用人格特徵之行為似足以認為人格權具有一定「財產利益」，而非單純屬「精神利益」之範疇，因此若利用人未經權利人同意逕行利用其人格特徵，實係因侵害其「財產利益」而造成財產上損害，與上述侵害「精神利益」致生財產上之損害有所不同²³。

檢視我國早期相關實務判決，在加害人不法利用他人姓名或肖像作為商業上利用之案例當中，實務判決雖在責任成立要件上多肯認該等行為係屬侵害人格權，然而似多固守於傳統人格權保護內容，即精神利益，並未正面肯認財產利益之存在²⁴。直至最高法院 104 年台上字第 1407 號判決，其明確地表示，隨社會變動、科技進步、傳播事業發達、企業競爭激烈，常見利用姓名、肖像等人格特徵於商業活動，產生一定之經濟效益，該人格特徵已非單純享有精神利益，實際上亦有其財產利益，而具財產權之性質，應受保障。

隨後我國下級審法院亦多援引上開最高法院見解，同樣以「商業現況、社會發展等理由」作為承認人格特徵具有一定財產利益之論述基礎²⁵，然而單純以商業現況抑或社會發展作為承認、正當化人格商業化須受法律保護之基礎，似有疑義，畢竟商業現況抑或社會發展僅係說明一種結論與現況，並不足以作為法律應保護之理由。據此，本文以下擬由探尋人格特徵財產利益保護之其理論基礎出發，探討說明人格特徵財產利益於法律上應受保護之正當性及其必要性。

²³ 王怡蘋，前揭註 21，頁 136。

²⁴ 詳後本論文第三節第三項所整理之實務裁判發展脈絡中筆者所整理編排之「保守」時期中相關判決，例如：臺灣高等法院 94 年度上易字第 616 號判決（陳美鳳料理米酒案）、臺灣臺北地方法院 95 年度訴字第 4041 號判決（女星陳柏榆案）以及臺灣高等法院 96 年度重上字第 323 號判決（鈴木一朗案）等。

²⁵ 臺灣基隆地方法院民事判決 106 年度訴字第 112 號、臺灣臺北地方法院 109 年度訴字第 1585 號判決等。

第二節 保護理論



有關人格特徵財產利益保護之理論基礎，主要包含道德、經濟、消費者保護等面向。有以激發創造誘因、保障個人勞動成果之享有以及考量資源分配效率等²⁶作為論述基礎者；另一方面亦有以人格自主與人格發展作為論述主軸者，以下將分述之。

第一項 洛克勞動成果理論

在洛克的勞動理論 (labor theory) 哲學當中，個人所擁有的私人財產乃係反應一個人過去的努力，因此有所付出此等勞動之人本應保有由此生產之相關事物，若是有人不當地剝奪取用他人勞動所生之事物，且此一取用將干擾付出勞動者有目的地付出之目標或計劃時，此時法律即應有所介入²⁷。

據此，依照洛克勞動理論，正是因為名人付出其勞動與相關努力，以致於產生名氣紅利而反映於其人格特徵，故此等人格特徵之財產（經濟）價值自應歸屬於名人本身²⁸。美國法院實務上，也不乏以洛克勞動理論作為保護名人之人格特徵財產利益的論述基礎者²⁹。

此外，美國學者 Nimmer 亦於其所發表之「公開權 (Right of Publicity)」專論中提及「除非有重要的公共政策面向的考量，否則每個人皆應享有其勞動結果，

²⁶ 此外亦存有所謂「消費者保護」與「不當利益歸屬分配考量」等作為人格特徵財產利益正當化之論述基礎，然而，本文認為「消費者保護」與「不當利益歸屬分配考量」似乎僅能作為一「規範目的」或「規範功能」，尚難以之作為一種理論基礎或依據，故略之。

²⁷ Wendy J Gordon, A Property Right in Self-Expression: Equality and Individualism in the Natural Law of Intellectual Property, 102 Yale L. J. 1533(1993), at 1547.

²⁸ David Tan, The Commercial Appropriation of Fame: A Cultural Analysis of the Right of Publicity and Passing Off (2017), Cambridge Intellectual Property and Information Law, p 42.

²⁹ 廣受引用具代表性判決為 Uhlaender v. Henricksen 案，主筆法官 Neville 特別指出「A celebrity must be considered to have invested his years of practice and competition in a public personality which eventually may reach marketable status. That identity, embodied in his name, likeness, statistics, and other personal characteristics, **is the fruit of his labors and is a type of property.**」判決全文請參閱，Uhlaender v. Henricksen, 316 F. Supp. 1277 (D. Minn. 1970).

此為英美法上的首要原則，一個最基本的公理（an axiom of the most fundamental nature）³⁰。」並更進一步指出「若司法制度未給予相對應的保障，對於那些長期辛勤付出勞力心力培養名氣價值之人（persons who have long and laboriously nurtured the fruit of publicity values），其成果可能無端被剝奪。」由此可見，其明確地認為名人因已付出勞力心力培養其個人名氣，對此產生價值之成果，自應獲得相對應之保障（即肖像與姓名等人格特徵之財產利益歸屬）。

名人付出其勞動與相關努力，培養產生產生名氣，循此所帶來相關商業價值之結果自應歸屬於其所享有，此等論證看似堅不可摧，然而有趣的是，對於洛克勞動理論的質疑聲浪從未減緩。

曾有學者提出強而有力的反對意見指出，名氣的產生其實與其是否付出勞力心力等勞動不見得相關，有時之所以享有名氣，可能只是偶然地參與公共事務，抑或作出滑稽的事情搭配上運氣，甚至有可能是犯罪行為而促成的結果³¹；另有認為名人產生名氣其實不僅僅係其個人之努力，其中可能也包含了他人的貢獻，如顧問、教練、導師、代理人與公關人員等等³²，因此將多數人之勞動成果歸屬於一人應屬無理，除此之外，在現代社群媒體發達之下，家喻戶曉之名人常常係一夕之間爆紅，洛克勞動理論對此似乎也無法作一完整之說明。

最後值得強調者係，在文化產業極為迅速發達的 21 世紀，相對於明星職業運動員而言，演藝人員以及其他表演藝術家，洛克勞動理論似乎將再度面臨困境，蓋對於演員或是表演藝術者的成功而言，經紀公司或是整體娛樂業的良好運作機制對於其成名的貢獻或許不亞於其個人的努力，此時依據洛克勞動理論似乎無法

³⁰ Melville Nimmer, Right of Publicity, 19 Law & Contemporary Problems. 203 (1954), at 215-216.

³¹ Fred Weiler, The Right of Publicity Gone Wrong: A Case for Privileged Appropriation of Identity (1994), 13 Cardozo Arts & Entertainment Law Journal, at 241.

³² Rosina Zapparoni, Propertising Identity: Understanding the United States Right of Publicity and Its Implications - Some Lessons for Australia (2004) 28 Melbourne University Law Review, at 720.

解決除了明星以外之人所付出之勞動成果歸屬問題(且此種勞動似乎往往勝過個人之勞動)。



第二項 誘因理論

在誘因理論之發展上，此一理論認為，承認並賦予姓名、肖像等人格特徵財產上利益，與承認著作權有著相似的目的與理論基礎，亦即這樣的制度將提供創作者與個人為了追求名氣而持續不斷地投入勞力與心力等經濟層面上的誘因 (incentive)，進而為整體社會的財富增加作出貢獻。

值得留意者為，相較於前開洛克勞動理論係針對勞動成果的**獎勵**，誘因理論則係針對勞動投入的**激勵**³³。

於美國實務判決 *Zacchini v Scripps-Howard Broadcasting Co.* 一案中即係採取誘因理論，其明確指出美國法上所謂公開權 (right of publicity) 制度提供了一定的經濟上誘因給表演者，使其為製作出公眾感興趣的表演而進行了必要的投資 (provides an economic incentive for [a performer] to make an investment required to produce a performance of interest to the public.)³⁴。

誘因理論或許在說明著作權或專利權制度上具有相當大的說服力，畢竟賦予一定的壟斷與經濟誘因將使發明人的發明增進社會福祉，然而保護人格特徵之財產利益是否能達到相同效果，亦即承認保護後，如何能促使娛樂或體育等領域的主要參與者努力產生創造力以及提高表現，並進而達成增益社會福祉的目標，誠

³³ 我國有學者採取此等看法，認為個人天賦及努力乃是財產價值形成的基礎，其情形猶如著作權或專利權等智慧財產權，因此人格特徵財產利益與精神利益同時為人格權內容，並排他的歸屬於人格權主體，避免因他人侵害所產生之外部性，以促進交易談判，並「激勵」個人的投入與創造，詳細請參閱，王澤鑑 (2012)，前揭註 12，頁 530。

³⁴ *Zacchini v Scripps-Howard Broadcasting Co.*, 433 US 562, 576(1977). 本案原告於一個博覽會當中做出一項「人體砲彈 (human cannonball)」之 15 秒表演，即將自己從砲彈車中射出，進而掉落在一定距離的網子中，而其已事先表示禁止在場人等進行錄影或傳播行為，然而被告電視台卻以之作為新聞報導之一部分進而播映放送。

屬疑義。不可否認者係，在現今網際網路發達造就網紅的時代下，人人皆可在一夕之間爆紅，因此潛在的成名機會以及成名後獲利的成果或可提供創造或宣傳打造一位知名人士的強大誘因動力，然而針對藝人或運動員等名人而言，假若不保護其人格特徵之財產利益，亦即不禁止他人任意使用其姓名、肖像與聲音等人格特徵，此時，其是否即會放棄從事對其人格特徵的投資動力（提升運動表現、追求亮眼數據等），似有疑義，蓋促使運動員抑或演藝人員持續投資人格特徵之其他潛在價值仍然存在（如自我要求與目標追求），循此誘因理論似無法完整說明此等情況。

第三項 分配效率理論（法律經濟分析觀點）

分配效率的觀點也時常作為說明賦予人格特徵財產上利益的基礎。分配效率之前提在於資源係有限的，應在最大的範圍避免資源的浪費，並應以最有效率地方式分配資源。著名的法律經濟分析提倡者 Posner 法官即認為，賦予承認私有財產權將會有「動態面（dynamic）」與「靜態面（static）」的效益，前者將激勵生產性的投資，因為國家將確保人們有辦法保有收穫其所播種的結果；後者則係指促進稀有資源的有效利用³⁵。

這樣的觀點似乎得以說明，確認人格特徵之財產利益並賦予其交易上絕對的權利，將有利於人格特徵的所有人努力投入其勞心力即生產性的投資至其中，並因此得在交易市場中獲得較高的交易價格，以發揮其最大的效率與經濟效益。反面而言，倘若不承認亦不給予人格特徵財產利益之保護，將使得此等資源之浪費，亦即無人願意投入，因為該等人格特徵顯無任何商業價值。

³⁵ RICHARD A POSNER, ECONOMIC ANALYSIS OF LAW, 3RD EDITION, 1986, at 30-31.

然而亦有學者提出不一樣的分配效率觀點，其認為名人之人格特徵係所謂「公共財（public goods）」，因此從分配的觀點而言，不受限制地使用反而才會產生更大的效率³⁶。

除了上述不同意見外，分配效率經濟觀點最廣受批評者係其假設的基本前提即「資源之有限性」，在人格特徵商業化利用的情況似乎並不存在，蓋在現今觀眾、媒體等其他因素貢獻下，名人的產生似乎源源不絕，似不具有資源有限性之前提。另外在名人決定其相關人格特徵是否授權與他人作為商業性利用時皆完全以經濟利益作為考量，亦有疑義，畢竟可以想像的情形係，有多家公司欲爭取名人的授權，並不見得係由開價最高者取得其授權，名人考量的因素還可能包括其個人形象、代言宣傳產品的實用性等等經濟利益以外的因素，相當複雜，甚至有可能作出完全不授權的決定³⁷。

關於人格權財產利益之保護是否具保護必要性其實非無爭論，有論者批評上開洛克勞動理論、誘因理論與分配效率理論等在建構人格權財產利益之保障上，皆過於偏向單純金錢利益之保護而趨於功利主義，同時也可能對於言論自由產生莫大的侵害，最後可能帶來無法令人接受之「文化貧脊(culture impoverishment)」現象³⁸。此外，後現代主義更主張：「名人之外在形象（image）與其內在人格同一性（identity）兩者並非關聯而係具區分性，亦即前者為由公眾創造與賦予的，與個人內在人格同一無關，故應歸於公共使用³⁹。」

³⁶ Michael Madow, *Private Ownership of Public Image: Poplular Culture and Publicity Rights* (1983), 81 *California Law Review*, at 127.

³⁷ 關於分配效率理論批評之相關整理，請參閱，黃松茂（2008），《人格權之財產性質：以人格特徵之商業利用為中心》，國立臺灣大學法律研究所碩士論文，頁 104。

³⁸ Alice Haemmerli, *Whose Who? The Case for Kantian Right of Publicity*(1999), 49 *Duke Law Journal* 383, at 488-489. 關於美國法上發展與案例整理，可參閱，許炳華（2022），〈商業利用權與言論自由之調和—以美國法為借鏡〉，《中正財經法學》，25 期，頁 61-126。另有關我國法上人格特徵財產利益與言論自由間之部分討論，詳參本論文第四章第五節關於「行為不法性」之部分論述。

³⁹ *Id.*, at 425-427.

第四項 人格自主與人格發展理論



對於上開理論與批判，美國學者 Alice Haemmerli 認為⁴⁰應採取以自由、意志與自主為中心的康德理論作為最佳回應，康德理論認為個人係一自主且有道德之個體，自由係基於人性與生俱來之權利，亦即個人為自己之主人，享有自我控制與自我決定。依據康德理論，關於發展個人之人格，財產應認為係人格之具體展現與延伸，尤其特別適用於個人與其形象（image）間之關係，並運用所謂先占（first-occupancy）原則說明，認為個人係最先「達到」其形象之人，理應成為其擁有者。最後其進一步認為，康德理論既不具上開其他理論的缺陷，並能力抗後現代主義名人外在形象應供公共使用之觀點，係一最能充分說明並證立人格特徵財產利益之理論依據。

人格權的開展係建立在個人的人格自覺之上，即個人的自我認同與自主決定，此乃長期社會發展（包涵思想、政治、經濟）的產物，使個人得從各種身分、階級的束縛解放出來，並因經歷無數政治變動更深切體認人格尊嚴及人格自由的重要性，此在臺灣已逐漸成為人民的共同意識與價值理念，人類社會的進步在於個人人格自覺及自由意識的進步⁴¹。

本文贊同「人格自主與人格發展理論」之觀點，並認為人格特徵財產利益之保護理論基礎應在於「自我認同與自我決定」，個人得以基於其自由意志，自主地決定自己要成為如何之人。縱使我們認為外在形象（image）得以塑造，而可能與內在人格不具同一性（如演藝人員為了娛樂或流量可能在聚光燈下塑造出不同的外在性格），然而此一過程與結果，仍不失為個人之「自我認同與自我決定」。

⁴⁰ *Id.*, at 416-419.

⁴¹ 王澤鑑，前揭註 12，頁 4。

此外，在外在形象建立中，亦多包含了面對大眾的檢驗以及其他人的參與與貢獻（例如經紀公司、顧問、教練、導師、代理人與公關人員教練等），而在形成外在形象的過程中有著此等因素的介入，同樣也是基於個人之自主意志之決定而來。

綜上所述，外在的誘因、勞動付出的成果歸屬以及資源地有效率分配均不足以完整說明姓名、肖像聲音等人格特徵財產利益應受保護之論證基礎，本文認為個人之「自我認同與自我決定」始為人格特徵財產利益保護之理論基礎，並足以正當化其保護基礎，至於在保護模式之採擇上，部分國家之間則呈現不同面貌。

第三節 保護模式

在說明人格特徵財產利益之保護理論基礎後，有關保護模式的採擇上，比較法上分別呈現不同之樣貌，並存有所謂一元論與二元論之規範模式，前者係以美國法作為代表，後者則為德國法體系所採。

在美國法與德國法上，對於人格特徵財產利益的保護均有著深入的理論構成與豐富的案例，並各自長達一世紀之發展，對此，我國相關著作以及文獻亦多已有深入且詳細的介紹與討論⁴²，以下為節省篇幅與避免重複介紹僅分別於第一項與第二項中作簡要論述。本節擬將著重於第三項「我國法：學說與實務」，除整

⁴² 美國法部分可參閱：王澤鑑，前揭註 12，頁 303-342；謝銘洋（2010），〈從美國法上之商業利用權（Right of Publicity）探討肖像權之財產權化：最高法院九十七年台上字第一三九六號民事判決解析〉，《月旦裁判時報》，4 期，頁 102-108；李智仁（2004），〈人格權經濟利益之保障：個人公開權之探討（Right of Publicity）〉，《法令月刊》，55 卷 11 期，頁 28；黃致穎（2016），〈以人格權保護商業形象之探討：從美國法院判決出發〉，《法令月刊》，67 卷 2 期，頁 53；陳可嘉（2010），《美國法上個人公開權之研究》，國立交通大學科技法律研究所碩士論文。德國法部分可參閱：王澤鑑（2012），前揭註 12，頁 320 以下；王怡蘋，前接註 21；黃松茂（2008），前揭註 37；王怡蘋（2018），〈人格權之經濟利益？——從最高法院 104 年度台上字第 1407 號民事判決探討人格權之保護〉，《月旦裁判時報》，74 期，頁 23-30。另外有關日本法之介紹可參考，李森堙（2012），〈名人肖像商業使用權之界定：談日本ピンク・レディー事件判決〉，《科技法律透析》，24 卷 10 期。劉得寬（2008），〈人格權上的「Publicity 權」（公表權）：以日本判例、學說為中心〉，《月旦法學雜誌》，155 期，頁 115。王瑋（2020），《人格特徵商業利用之研究》，國立臺灣大學法律研究所碩士論文。

理我國學說上針對保護規模模式之建議外，將以質性統計之方式搜集整理我國法上歷來關於人格特徵財產利益之實務見解，試圖描繪人格特徵財產利益於我國實務裁判上之保護模式現況。



第一項 美國法

第一款 隱私權與公開權

在美國法上針對人格特徵財產利益的保護係創設一所謂「公開權（right of publicity）」作為主要內容，而此一權利又係從隱私權發展出來的一種權利，隱私權主要在於保護「精神利益」，即個人的情緒、思想及感覺，係一專屬於個人之權利，不得讓與或繼承，其統一的理論基礎係「讓我獨處、不受干擾」，而在「某人為自己利益擅自利用他人之姓名或肖像等人格特徵」情形亦屬侵害隱私權的類型，然而隱私權的性質與救濟方法，對於姓名或肖像等人格特徵所具有的財產利益不能提供合理、必要與完整的保護，蓋隱私權主要係為保障精神利益，而非財產利益且係一個人專屬性權利，不得讓與或繼承，另外在相關「名人」之案例中，因其已將其姓名、肖像公開於外，並因此獲得一定經濟上利益，因此法院多認為其已拋棄（waiver）隱私權，並無主張隱私權受侵害之可能⁴³。

循此，美國法院採取另外創造一獨立於隱私權以外，以保護人格特徵的財產利益為主要內容而具有財產性質的權利，即「公開權（right of publicity）」⁴⁴。關於公開權之定義，係指個人對其姓名、肖像、聲音等人格形象特徵，得為控制，

⁴³ 王澤鑑，前揭註 12，頁 303-304。

⁴⁴ 首次提出公開權（right of publicity）之美國法院判決為 Jerome Frank 法官所主筆之 Haelan Laboratories, Inc v. Topps Chewing Gum, Inc.（1953）案。

並作為商業上使用的權利，此一權利將因未經允許而被使用，減損其商業價值而受侵害，且不能因新聞及言論自由而免除其責⁴⁵。

而公開權主要具有財產權、得為讓與與繼承之三種性質，其中值得說明者係，創設公開權的主要目的即在使其具備讓與性，意即個人除得以授權使用其人格特徵外，亦得將公開權依照由當事人約定使用範圍將其「全部」或「一部」讓與他人，並且受讓人得基於讓與契約取得一排除性的法律地位，若發生第三人之侵害行為，受讓人得主張排除侵害以及請求損害賠償，此外，隱私權與公開權因保護客體以及法律性質之不同，被害人得併為主張⁴⁶。

第二款 公開權之內容與限制

有關公開權之權利主體討論上，亦即誰得享有公開權之保護，過往美國法院判決有認為應限於「名人（celebrity）」，蓋公開權係一保護個人形象特徵所展現財產權，自應以其人有一定之名氣與聲望為前提⁴⁷。然而現今實務與學者通說均不採取此等見解，而認為應不限於「名人」始得享有公開權，蓋人人對其姓名、肖像等人格特徵均應享有得為支配之權利，且充其量所謂個人的知名度應僅為損害賠償數額計算上應考量之因素之一而已，並非保護要件，最後針對「非名人」的個人特徵既亦得以作為商業上利用，亦足以證明「非名人」之人格特徵亦具有一定之財產價值⁴⁸。

⁴⁵ J Thomas McCarthy, *The Rights of Publicity and Privacy*, vol 1 (at March 1997) §1.1. 有關人格特徵財產利益與言論自由間之關係，本文將於第四章第五節關於「行為不法性」之討論中作討論。

⁴⁶ 王澤鑑，前揭註 12，頁 311-312。

⁴⁷ *Ali v. Playgirl, Inc.*, 447F. Supp. 723, 729 (S.D.N.Y 1978)。我國法院近期亦有採取類此看法而駁回原告之主張者，如臺灣臺中地方法院 110 年度小字第 7 號判決，對此判決涉及之問題與分析容後於本論文第四章第一節第一款中詳細討論之。

⁴⁸ Treece, *Commercial Exploitation of Names, Likeness and Personal Histories*(1973), 51 *Texas Law Review* 637 以及 Daniel Gervais and Martin L. Holmes, *Fame, Property & Identity: The Purpose and Scope of the Right of Publicity*, 25 *Fordham Intell. Prop. Media & Ent. L.J.* 181 (2014)。關於我國法人格特徵財產利益保護主體之詳細討論，詳後本文第四章第一節中說明。

另外在保護客體發展上，有日漸擴大之情形，除了一般上得以想像之姓名、肖像、聲音之人格特徵外，在廣告上所使用之足以識別個人之虛擬人物角色、現場表演、標語口號等均受到公開權之保護⁴⁹。此外，在美國訴訟上被告最常提出之抗辯為美國憲法修正案第 1 條規定，意即針對言論自由之保障⁵⁰。

第三款 侵害公開權之法律效果

有關侵害公開權之責任成立要件上，值得說明者係，主張公開權受侵害之原告，除人格特徵之主體外，更包含公開權之「受讓人」以及「被授權人」⁵¹。另外，對於公開權之侵害，不以行為人主觀上具備「故意或過失」為要件，主觀上之故意或過失至多僅為量定損害賠償數額之因素⁵²。

關於損害賠償之內容而言，基本上適用智慧財產權法損害賠償的原則，得以原告對類似行為所取得之報償或合理授權金作為計算基礎。另外原告亦得主張請求被告返還其侵害公開權所獲之利益，然而若與前述損害賠償重疊時，則不得併為請求（double recovery）。此外，特別者係，倘若被告之不法侵害行為係基於故意為之且情節重大時，法院亦得判令被告支付一定之懲罰性賠償金（punitive damages）⁵³。

⁴⁹ *Supra* note 4, 71-87.

⁵⁰ 代表性案例可參考 Taylor v. National Broadcasting Co. Inc., 22 Media :. Rep.2433 (Cal. Supp. Ct. 1994)

⁵¹ 對比我國法上曾有實務案例係由「被授權人」單獨起訴擔任原告，而遭到駁回其訴訟者，如臺灣花蓮地方法院 96 年度訴字第 200 號民事判決、智慧財產法院 98 年度民商上字第 10 號民事判決與臺灣臺北地方法院 108 年度訴字第 527 號判決。法院駁回之主要論證理由為「該授權契約僅具有債權之效力，自不得對抗第三人被告而為主張，因此原告主張侵害排除與損害賠償均無理由。」對此等判決涉及之問題與分析容後本論文於第四章第二節中詳述分析。

⁵² *Supra* note19, §3.6.(1999)

⁵³ 王澤鑑（2012），前揭註 12，頁 317。

第二項 德國法



德國法針對人格權上財產利益之保護主要係採取一元論之構造，係由一個統一的人格權涵蓋精神利益以及財產利益為保護內容。起初，德國民法上的人格權係由特別人格權發展至一般人格權，並使部分人格權包括精神利益與財產利益兩個部分，與上述美國法在隱私權外另行創設公開權（right of publicity）之二元論保護機制不同⁵⁴。

首先應說明者係，在德國法上關於人格權上財產利益保護中，於人格權（例如身體、健康或名譽等）受侵害時，被害人固得請求財產上損害請求賠償（諸如因此受到解聘所受損害或是住院所支出之醫療費用），然而此一討論在體系上係位於「人格權受侵害之法律效果而言」，與此處討論之「人格權上財產利益」，係指如姓名、肖像、聲音等人格特徵「本身」所體現之財產價值，以及個人對該等人格特徵得為商業上使用，進而獲取一定經濟利益而言，體系層次上有所不同⁵⁵。

起初在德國法上最著名之案例為 Paul Dahlke 演員案，於本案中原告著名演員 Paul Dahlke 無償同意被告公司為其拍攝照片，然而被告嗣後未經其允諾，逕將其肖像用於被告公司產品之廣告，原告乃訴請侵權行為之損害賠償以及不當得利，對此本案聯邦最高法院判決⁵⁶認為：肖像權得經本人授權於他人作商業上使用，係具有財產價值之排他性權利，並且在損害賠償之計算上，法院肯認得借用帝國法院於著作權侵害案件所發展出來的原則，即任何人均不得未經權利人同意而逕自利用其權利，因此，侵害其專屬權時，得以合理授權金作為所失利益，而

⁵⁴ 同前註，頁 320。

⁵⁵ 同前註，頁 331。

⁵⁶ BGH, GRUR 1956, 427.，轉引自，王怡蘋，前揭註 21，頁 139。

認定為損害賠償數額，然而於此時期法院僅係單純地肯認肖像權具有財產利益，但並未進一步說明其法律性質⁵⁷。

此項判決受學說所贊同，其後通說並進一步肯定姓名、聲音等人格特徵亦具有財產價值，構成人格權的財產部分⁵⁸。嗣後於 Mephistro 判決當中，聯邦最高法院表示人之權利雖然因死亡而消滅，但其人格權仍有保護之必要，並於說明中特別提及「人格權具有高度屬人專屬性，而不得讓與或繼承，但其經濟價值之部分，不在此限」⁵⁹，係屬確立人格權中包含財產利益與精神利益之一元論見解，並肯認兩者間並不一定須採取相同處理模式，例如同受一身專屬性之限制⁶⁰。

第三項 其他國家之發展

上述美國法與德國法上係經歷百年發展演變，以案例累積方式逐漸形成各自對於人格特徵財產利益保護之不同模式，值得留意者係，除美國部分州法外，其他國家亦有採取（抑或正欲採取）直接立法規範的方式保護人格特徵財產利益，例如：中華人民共和國侵權責任法⁶¹與韓國民法⁶²。相對於此，我國民法目前並無直接關於人格特徵財產利益保護之明文規範，據此，以下將以學說見解出發，並大量歸納法院實務裁判，藉此觀察分析我國法上對於人格特徵財產利益保護模式發展方向。

⁵⁷ 王怡蘋，前揭註 21，頁 139。

⁵⁸ 王澤鑑，前揭註 12，頁 332。

⁵⁹ BGH, GRUR 1968, 552, 554，轉引自，王怡蘋，前揭註 21，頁 139。

⁶⁰ 王怡蘋，前揭註 21，頁 139。

⁶¹ 中華人民共和國侵權責任法第 20 條規定「侵害他人人身權益造成財產損失的，按照侵權人因此受到的損失賠償；被侵權人的損失難以確定，侵權人因此獲得利益的，按照其獲得的利益賠償；侵權人因此獲得利益的，按照其獲得的利益賠償；侵權人因此獲得的利益難以確定，被侵權人和侵權人就賠償數額協商不一致，向人民法院提起訴訟的，由人民法院根據實際情況確定賠償數額。」本條規定具肯定一定人格法益（姓名、肖像）本身具有財產價值的意涵，並採取相當於智慧財產權受侵害時，財產損害的計算方式，詳細分析與介紹，請參閱王澤鑑，前揭註 12，頁 358、535-539。

⁶² 2022 年 12 月 21 日韓國法務部提出立法預告，將於 2023 年將民法修正案提交國會，主要新增韓國民法第 3 條之 3 規定，明文承認學說上的「人格標識權」，並且規定為「人格標識營利權」。詳細分析與介紹，請參閱廖富田（2023），〈韓國法上演藝人員專屬經紀契約相關法律問題研究（下）〉，《萬國法律》，248 期，頁 97 以下。

第四項 我國法：學說與實務



第一款 學說發展

上述美國法與德國法上關於人格特徵財產利益之保護模式發展均長達一世紀，各自建構二元論與一元論之保護模式，對此有學者觀察我國人格權法發展動向，認為我國應採取一元論保護機制，即在現有人格權法制上建構人格權之財產利益，依此肯定一定的人格利益（如姓名、肖像、聲音與個人資料等）具有財產價值，並發展出相對應有效率的保護方法⁶³。

然而另有學者指出，美國法上創設公開權之二元論保護機制誠值借鏡，蓋肯認一個人就其肖像或其他具有身分識別性者，屬於財產權之一種，不僅可以讓與、授權亦得繼承，顯然較為靈活而能符合社會發展之需要，美國法上之作法不妨可被我國法院當成法理援用之⁶⁴。

對此，面對姓名、肖像等人格特徵逐漸成為商業利用之客體，美國法上創設出公開權，德國法則採取人格權之財產利益以為對應，雖然在取徑上有所不同，但其目的均在於因應社會活動變遷，能更完善保障個人權益⁶⁵，本文認為二者並無優劣之分，一元論與二元論之保護機制，各自有其體系與架構，均契合上開理論基礎落實「自我認同與自我決定」，重點毋寧在於保護程度及其內容。

此外，美國法與德國法上針對人格特徵財產利益「保護機制」之建構，均係由實務案例演變發展歸納而來，對此，本文以下將完整搜集我國實務上涉及人格特徵財產利益判決之相關案例，並採取質性統計方式試圖分析實務裁判之發展脈

⁶³ 王澤鑑，前揭註 12，頁 358。

⁶⁴ 謝銘洋，前揭註 42，頁 108。

⁶⁵ 王怡蘋（2018），〈人格權之經濟利益？——從最高法院 104 年度台上字第 1407 號民事判決探討人格權之保護〉，《月旦裁判時報》，74 期，頁 30。

絡，藉此觀察我國現行實務判決對於「人格特徵財產利益」所採取之保護規範模式及其保護程度與內容。



第二款 實務裁判發展歷程

我國法上涉及「人格特徵財產利益遭不法利用」之裁判案例眾多，自民國 91 至今民國 112 年間幾近不曾間斷，本文搜集並篩選整理之 52 件裁判案例⁶⁶（判決綜合整理歸納請參見【附表一】）。

首先，若單由統計數據面向觀察，以「原告主張其人格權受侵害有無理由」角度切入，於上開 52 件案例當中，扣除法院認為原告主張無理由之案例後，總計有 40 例裁判案例認為原告主張其人格特徵受有不法利用為有理由⁶⁷，以數據面向而言，原告勝訴率達 76.92%。然而於前開法院判決原告請求有理由之案件中，部分原告或其訴訟代理人並未提出「人格特徵財產利益」之概念，僅主張其人格權受侵害並請求非財產上損害賠償，因此單從原告主張其人格權受侵害有無理由面向觀察，仍不足以呈現我國實務裁判對於「人格特徵財產利益」之保護態度。

在扣除上開原告或其訴訟代理人未主張「人格特徵財產利益」之案件後，於原告有「表明其人格特徵具有一定之財產利益」並實質針對其財產上損害進行主張者共計 35 件，其中法院判決被告應予賠償其財產上損害者計有 15 例⁶⁸，判賠比率達 42.85%，又於此 15 例案例中法院均未如同美國法之見解創設另一權利予以判決，而係依照我國法上一元論人格權保護之體系作出財產上損害之判決，由

⁶⁶ 判決篩選上是筆者以「人格特徵財產利益」、「人格權財產利益」、「人格權經濟利益」、「公開權」、「right of publicity」、「肖像」、「姓名」、「聲音語言」等關鍵字，輸入司法法院法學資料檢索系統後（最後瀏覽日：11/26/2023），初步獲得約 100 多筆左右案件，經篩選後僅將實際涉及人格特徵財產利益爭議者保留，共約 52 筆判決，判決之排列順序基本上由年代較近者，排至年代較遠者。

⁶⁷ 法院多認為不法商業利用他人人格特徵係屬侵害姓名、肖像權等人格權態樣之一。

⁶⁸ 參見【附表一】總編號 1、11、14、17、21、25、29、32、35、40、43、44、45、48、50。

此觀察，我國部分實務裁判似業已對於人格特徵具有財產利益之情形有所意識，且在欠缺實定法明文之下，於現行人格權法制中承認人格權除具傳統上精神利益外，亦具有財產利益，肯認人格特徵財產利益之存在。



然而，以上僅係單由數據面向上作一概覽，仍無以具體呈現我國法上之案例發展歷程，循此，以下將挑選自民國 91 至今民國 112 年間我國實務裁判之代表性案例，並區分四個時期作為論述主軸，試圖描繪我國實務對於「人格特徵財產利益」保護之裁判軌跡與發展歷程。

第一目 萌芽時期

首先，在實務裁判發展歷程上，早於民國 92 年即出現原告主張其人格特徵財產利益受侵害之案例⁶⁹，本案當事人雖於上訴二審後撤回上訴，然而一審法院之見解仍相當值得分析與介紹，蓋其為實質上承認肖像此人格特徵具一定財產利益之判決前例，並認為若他人不法侵害該等利益應賠償財產上損害。

本案案例事實略為，原告何麗玲與被告國際亞洲出版股份有限公司雙方成立一採訪契約，契約內容為原告接受被告公司出版品「美麗佳人雜誌」採訪，訪談主題為「圓融人生」並對其加以拍攝，但當時被告及其員工並未說明該專訪係為法頌錶所拍攝之專輯，亦未事先告知會再加印成冊放置於該錶之相關代理店面，拍攝照片當時，被告員工即拿出法頌牌之手錶數只，向原告稱如能於拍攝採訪配圖之照片時配戴該牌之手錶，更能彰顯原告之品味，原告不疑，即戴該品牌之手錶完成拍攝。

詎料，被告竟將該等照片整理過後，做成促銷法頌牌手錶之廣告，併於圖片中附加法頌牌手錶之各項產品之圖樣、標價，並於相關頁面詳列法頌錶之各地代

⁶⁹ 臺灣臺北地方法院 91 年度訴字第 2476 號判決（【附表一】總編號 1）。

理商之地址及電話，除置放於雜誌內頁外，並將該等廣告頁面印集成冊放置於各大法頌手錶之代理商處供不特定消費者拿取觀看。

對此，原告起訴主張被告國際亞洲出版股份有限公司及其美麗佳人雜誌社長、總編輯與業務接洽窗口不法侵害原告之肖像權，應負連帶賠償責任，並就其財產上與非財產上損害各自主張 250 萬元，有關財產上損害部分原告特別說明「其為社會知名人士，被告等人利用其知名度為法頌牌手錶宣傳，未付分文之廣告代言費用，爰依法請求此部份財產上損害 250 萬元」。

對於前開原告主張，法院在責任成立要件層面上認為，本案原告並未同意被告對其就法頌錶之廣告專輯範圍內加以拍攝，故被告之拍攝行為，顯已逾越原告當初之授權採訪範圍，此等行為自屬不法侵害原告之肖像權。

而在賠償範圍之討論上，法院區分財產上損害與非財產上損害分別予以認定，在財產上損害部分，判決特別指出「原告雖未舉證其所受之廣告報酬之損害數額，本院爰衡酌原告之社會知名程度，認定其所受財產上之損害數額為 20 萬元」⁷⁰。

本案判決縱使在原告並未舉證證明其所受實際廣告報酬之損害數額下，即衡酌原告之知名程度，判決其受有「財產上損害」為 20 萬元，與非財產上損害作區別認定，似已意識到原告之肖像此一人格特徵本具有一定之財產利益，且遭被告之不法商業行為受有價值減損，並予以判賠相應之財產上損害，若稱本案為我國人格特徵財產利益保護之開創性案例應不為過。

另於民國 91-92 年間，實務裁判上，除有如上開案例涉及「肖像權」之主張外，亦有原告主張其「聲音語言」之人格特徵遭受損害之案例，雖然法院最終認

⁷⁰ 在非財產上損害部分，法院審酌兩造身份地位、教育程度、經濟能力、原告所受精神痛苦之程度及被告國際亞洲公司之出版品美麗佳人雜誌於雜誌界之評價，認原告受有精神上之損害（即慰撫金）以 30 萬元為適當。

為被告並未不法侵害原告之聲音語言權，然而由此可見，我國法上關於人格特徵財產利益保護之發展業已逐漸萌芽。



第二目 保守時期

接續在民國 93-95 年之間，我國實務上發生兩件廣受矚目之裁判案例，一為陳美鳳料理米酒案⁷¹；二為鈴木一郎先生跨海提告案⁷²。

陳美鳳料理米酒案中，該案被告未經原告陳美鳳同意，即擅自將其姓名與肖像使用於「美鳳料理米酒」之外包裝與銷售廣告海報，原告陳美鳳據此主張其人格權受侵害，並分別就其財產上與非財產上損害請求被告予以賠償。

對此，法院一方面雖肯認為被告不法使用原告之姓名與肖像，然而另一方面以被告之行為並未阻滯原告與他人締約為由，否准原告請求財產上損害之主張。惟值得留意者係，法院於非財產上損害衡酌上，將原告為全國性知名演藝明星，復為美食節目主持人，具有一定之公眾形象，依社會通念，原告推薦之商品，必有助於商品之銷路納入考量⁷³，是以間接承認肖像、姓名等人格特徵具一定財產價值。

在上開判決作成後，同一時期更首度出現外國籍名人堂球員跨海提告之矚目案件，即鈴木一郎先生案，本案原告鈴木一郎先生主張被告未經其同意而擅自不

⁷¹ 臺灣臺北地方法院 93 年度訴字第 1820 號判決（第一審）、臺灣高等法院 94 年度上易字第 616 號判決（第二審），參見【附表一】總編號 6。

⁷² 臺灣臺北地方法院 94 年度訴字第 6831 號判決（第一審）、臺灣高等法院 96 年度重上字第 323 號判決（第二審）、最高法院 97 年度台上字第 1396 號判決（第三審），參見【附表一】總編號 8。

⁷³ 本案一二審判決均於非財產上損害計算中，綜合考量原告為全國性知名演藝明星，復為美食節目主持人，具有一定之公眾形象，依社會通念，被上訴人推薦之商品，必有助於商品之銷路，並酌以其身分、地位等，認為被告等應連帶賠償 60 萬元為適當。

法使用伊之肖像刊登廣告於「職業棒球」雜誌或公車車廂外於廣告看板上，自屬侵害其肖像權，並主張財產上損害 350 萬元⁷⁴。

本案一審法院判決⁷⁵肯認原告前開財產上損害之主張，並指出「肖像權，若用於商業上，亦具財產權之性質，得發揮其經濟上之利益與價值，此於知名之影藝人員、運動員尤然」，並參酌原告經紀人之證述以及原告與日商美津濃公司洽上海地區授權金，援引民事訴訟法第 222 條第 2 項規定認為，雖原告不能證明其確切之損害金額，然審酌一切情事，認為其損害額為日幣 1,000 萬元，折合新臺幣 350 萬元，全部肯認原告此部分之主張。

然而本案上訴至二審法院後，法院雖意識並肯認被告係屬不法侵害原告之肖像權，並對於原告肖像具一定財產價值有所意識，惟就原告是否「受有損害」之認定上⁷⁶，採取否定看法，理由與上開陳美鳳料理米酒案同，即原告無法證明其因此喪失其他廣告代言機會，並認為原告肖像既得以重複、多次授權，其自不因本案被告利用行為而喪失其他授權機會，因此認定其並未受有財產上損害⁷⁷。

對此，原告上訴至最高法院，最高法院亦維持原審見解，認為原法院適用我國民法之相關規定為原告敗訴之判決並無不當，駁回原告上訴⁷⁸。

由上述兩件矚目案件觀察，於此時期，實務上面對人格特徵財產利益之典型爭議案例（未經授權不法商業利用名人肖像），見解選擇上似趨於保守⁷⁹，雖意識姓名與肖像等人格特徵具一定財產利益，惟至多僅以間接方式承認之，保護程度略顯不足。

⁷⁴ 本案原告尚主張非財產上損害 150 萬元、排除侵害與回復名譽等，此處為避免討論失焦，略之。

⁷⁵ 臺灣臺北地方法院 94 年度訴字第 6831 號判決。

⁷⁶ 關於人格特徵財產利益「受有損害」之認定，本論文將於第四章第四節中詳細探討之。

⁷⁷ 臺灣高等法院 96 年度重上字第 323 號判決。

⁷⁸ 最高法院 97 年度台上字第 1396 號判決。

⁷⁹ 對於兩件案例之詳細說明與評析，請容後第四章第四節詳述之。



第三目 發展時期

嗣後於民國 96 年至 103 年間，關於人格特徵財產利益爭議之紛爭事實亦不間斷地連年出現，尤其係有關人格特徵「商業利用」面向之討論，最具代表性之案例即為花蓮曾記麻糬案⁸⁰。

本案原告為曾記麻糬創辦人曾水港之子，被告則為曾水港先生女婿所創辦之麻糬公司，原告起訴主張曾水港先生先前僅授權其本人人像圖樣、照片、名字予原告與訴外人蕭旺生、柯承安使用，被告係未經授權之人，卻一再使用，是原告起訴主張被告明知前開事實，卻不當使用曾水港先生已授權給原告之姓名及肖像於其營利事業，係不法侵害其經授權之權益，除主張應排除侵害回復原狀外，更應賠償財產上損害 10 萬元。

對此，本案法院首先援引學者文獻指出「現代社會中，經濟活動之範圍因社會之發展及科技之進步而隨之擴大，有一部份之人格權所保護之客體因而已經成為經濟活動之客體，此以姓名及肖像為最顯著。使得姓名權及肖像權除單純具有人格（精神）利益之內涵外，尚包含有經濟（財產）利益之內涵，權利人透過權利之行使，可以享有一定之經濟（財產）利益。」肯認姓名權與肖像權除具有傳統人格權中之精神利益內涵外，亦包含財產利益內涵，直接明確地表示部分人格權具有財產利益。

然而對於上開財產利益之利用面向上法院認為，「姓名權及肖像權既係人格權之一種，基於其高度之屬人性，自不得成為讓與之客體，因讓與屬於終局之處分行為，將使權利人終局地喪失其權利，與人格權之屬人性質並不相符，基於同一理由，雖得肯認姓名權及肖像權得授權他人使用，使姓名權及肖像權得為交易

⁸⁰ 臺灣花蓮地方法院 96 年度訴字第 200 號民事判決，參見【附表一】總編號 9。

客體，具有財產權的性質，然此項使用授權契約之性質，應認僅具有債權之效力，而無物權之效力」，準此認為本案原告雖主張被告侵害曾水港授權原告使用之姓名權及肖像權，固提出授權書一份為證，然基於上開說明，該授權書僅具有債權之效力，自不得對抗契約外之第三人即被告而為主張，是原告依民法第 19 條、第 184 條、第 213 條規定請求被告不得使用曾水港之姓名及照片作為其生產或銷售之商品或廣告物均無理由。

本判決係為我國法院首次表態部分人格權之內涵除具有傳統上精神利益外，亦具有財產利益，明確採取一元論保護體系。此外，其更肯認該等財產利益得以授權方式作為利用實現方式，惟囿於一身專屬性原則，該等授權利用契約之簽訂，僅具有債權效力，不得以之對抗契約外第三人。

另本時期亦有四例關於娛樂產業界值得重視之案例⁸¹，案例事實均有所類同，即皆由經紀公司主張其取得演藝人員姓名、肖像等人格特徵利用之合法授權，而系爭人格特徵遭第三人未經授權抑或逾越授權範圍而為商業利用。其中在經紀公司單獨起訴兩件案例當中，法院均駁回經紀公司之主張，並明確地表示，演藝人員與經紀公司間之授權使用人格特徵約款，僅具有「債權約定」，因此經紀公司自不得以之對契約外第三人有所主張；另外兩件則係由經紀公司與藝人擔任共同原告一同起訴之案例，法院對於共同原告間之授權契約效力並未表示意見，而是藉由解釋契約的方式，肯認經紀公司得對被告依照契約關係或是不當得利規定請求返還所得利益，但並未有肯認經紀公司得依照侵權行為法相關規定主張權利之案例，似同樣將當事人間之約定解為僅具債權效力。

⁸¹ 臺灣臺北地方法院 96 年度訴字第 2645 號民事判決、臺灣臺北地方法院 97 年度訴字第 3812 號民事判決、臺灣臺北地方法院 99 年度重訴字第 708 號民事判決、臺灣臺北地方法院 100 年度訴字第 1843 號民事判決，分別參見【附表一】總編號 11、12、21、24，關於四件判決之深入介紹與分析，請參閱本論文第四章第二節。

綜上所述，本時期之實務裁判案例發展上，業已肯認人格特徵財產利益之利用性，並認為所謂人格特徵授權利用約款係為有效之法律行為，然而在效力範圍上仍採取保守見解，基於一身專屬性原則，認為前開授權約款僅具債權效力，對此，是否符合當事人間主觀締約目的以及簽訂授權約款之契約本旨，仍值商榷⁸²。

第四目 穩定時期？

時至民國 104 年，最高法院首次對於人格權財產利益之議題作出指標性判決，其表示「按傳統人格權係以人格為內容之權利，以體現人之尊嚴及價值的精神利益為其保護客體，該精神利益不能以金錢計算，不具財產權之性質，固有一身專屬性，而不得讓與及繼承。然隨社會變動、科技進步、傳播事業發達、企業競爭激烈，常見利用姓名、肖像等人格特徵於商業活動，產生一定之經濟效益，該人格特徵已非單純享有精神利益，實際上亦有其經濟利益，而具財產權之性質，應受保障。又人之權利能力終於死亡，其權利義務因死亡而開始繼承，由繼承人承受。故人格特徵主體死亡後，其人格特徵倘有產生一定之經濟利益，該人格特徵使用之權利尚非不得由其繼承人繼承，而無任由第三人無端使用以獲取私利之理。」⁸³

此判決意旨基於避免第三人任意利用以獲取私利之考量，而正面肯認人格權具有財產利益之內涵，並進一步認為該等財產利益得由繼承人繼承，似對於我國實務上向來所堅守之「一身專屬性」原則見解有所衝擊。

然而持續觀察我國實務裁判後續發展，似得以發現上述「保守時期」以及「發展時期」之相關見解仍不斷地在下級審裁判中發酵，以近期的袁惟仁案以及網紅許小芸案為例，二者均肯認人格特徵財產利益，然而前者仍延續既有實務裁判前

⁸² 詳後本論文第四章第二節專節說明。

⁸³ 最高法院 104 年度台上字第 1407 號判決，關於本判決之詳細說明與討論，請參閱本論文第四章第三節。

例，對於授權約款效力範圍同樣採取債權效力見解⁸⁴；而後者認為人格特徵財產利益之保護主體似以「具有名氣」為前提⁸⁵，對此似均容有探求餘地。



第三款 小結

如前所述，觀察我國實務裁判目前對於人格特徵財產利益之保護現況，由勝訴率與判賠率等數據面向上觀察看似正面，然而具體由各個時期所呈現之裁判理由所形成之發展軌跡而言，仍存在諸多爭議與亟待解決之問題。

首先，如最高法院所稱，人格特徵已非單純享有精神利益，實際上亦有其財產利益，其明確採取人格權一元論保護模式，然而針對此等人格特徵財產利益之性質與定位未見說明與釐清，又其與傳統人格權內涵即精神利益彼此間呈現何等關係，亦值得討論。

此外，現行實務對於涉及「人格特徵財產利益授權利用面向」之紛爭案例，均仍堅守「一身專屬性」原則，認為不論當事人間授權約款如何約定，均僅具有債權效力，此一見解是否符合符合當事人雙方原先簽訂授權契約本旨以及娛樂產業界之需求，頗值探求。

如前所述，本文認為在人格特徵財產利益之保護模式選擇上，究竟應採取一元論抑或二元論之採取並非爭論重點，現今我國最高法院既已採取偏向我國既有人格權法制之一元論保護模式，如何在既有保護機制下，建立一有效且完善之保

⁸⁴ 參閱臺北地方法院 108 年度訴字第 527 號判決，其表示「惟肖像權既係人格權之一種，基於其高度之屬人性，自不得成為『讓與』之客體，因『讓與』屬於終局之處分行為，將使權利人終局地喪失其權利，與人格權之屬人性質並不相符，基於同一理由，雖得肯認肖像權得『授權』他人使用，使肖像權得為交易客體，具有財產權的性質，然此使用授權契約之性質，應認僅具有債權之效力，而無物權之效力，亦即，被授權之使用權人僅被授權行使肖像權人的權利，並不因此成為肖像權之主體，而取得任何可以排除或對抗他人或其他被授權人之權利」

⁸⁵ 參閱台中地方法院 110 年度小字第 7 號判決，其表示「原告主張人格權之經濟利益部分（美國法稱為「公開權」，Right of Publicity），一般係指利用知名人士之姓名、肖像、動作、聲音等人格特徵於商業活動，而產生一定之經濟利益而言。本件原告許小芸陳稱其有 2000 多位粉絲而有一定曝光等語，然依其所述尚難認其肖像已具有足夠之人格特徵而得於商業活動上產生一定之經濟利益，是其請求財產上之損害，尚屬無據。」

護架構毋寧才是重點。而有效且完善之保護架構建立，需以釐清保護對象即人格特徵財產利益之特性為前提，忽略保護對象之特性而直接套用過往人格權法制之原理原則，或將未能充分發揮保護效果，據此，本文以下將試圖由釐清人格特徵財產利益之特性及其定位出發，並接續重新審視我國法上關於人格特徵財產利益之現行保護架構。

第三章 人格特徵財產利益之特性及定位

第一節 人格特徵財產利益之特性

姓名、肖像與聲音語言等人格特徵係屬人格權保障之一環，且除具傳統上精神利益內涵外，亦具財產利益內容，並受我國最高法院與學說所承認，已如前述。

然而此所謂人格特徵「財產利益」特性上與民法上關於有體物之「財產利益」似存有不同，蓋關於一般有體物財產利益之發生、利用與受侵害等均與有形物具密不可分的關係；而人格特徵財產利益之發生、利用與受侵害似均無有形物之介入⁸⁶。

以下乃由人格特徵財產利益發生、利用與受侵害之角度觀察，期能就人格特徵財產利益之特性作一釐清。

第一項 具普遍抽象與無體財產特性

由人格特徵財產利益發生角度觀察，如前所述，人格特徵財產利益係肖像、姓名與聲音語言等人格權保護內容之一，人格權依據權利能力原則，人因出生即當然即享有人格權⁸⁷，然而人格特徵財產利益是否亦已隨之發生，實有疑義。

⁸⁶ 為肖像所製作之廣告立牌，抑或為姓名所製作之看板簽名等，均僅係人格特徵財產利益具體化之展現，並非謂該等「立牌」或是「簽名看板」有體物即為人格特徵財產利益，應予敘明。

⁸⁷ 王澤鑑，前揭註 12，頁 47。

對於上開問題，我國最高法院指標性判決，曾於承認人格特徵財產利益之段落指出⁸⁸，因係「利用」姓名、肖像等人格特徵於商業活動，進而「產生」一定之經濟效益，是故「該」人格特徵已非單純享有精神利益，實際上亦有其財產利益，而具財產權之性質。似認為人格特徵財產利益之發生，乃係於利用姓名、肖像等人格特徵於商業活動之時，始產生人格特徵財產利益。

對此，學說上則指出，在現代社會，彰顯個人的姓名、肖像、聲音等特徵具有一定的財產價值，應予適當的保護⁸⁹，似認為人格特徵財產利益乃附著於人格特徵，亦即人格特徵存在，即具一定財產利益，同時與精神利益共築人格權之內容。另有文獻指出，任何人之人格特徵均具有潛在之財產價值，縱使未曾授權他人使用亦同⁹⁰。本文認同此一見解，並認為人格特徵財產利益既屬我國法上人格權保護內容之一，無以需待商業「利用」抑或第三人不法侵害時，始肯認財產利益之發生，關於「利用」抑或「受他人不法侵害」僅係具體地使原本「潛在」之財產利益顯現，不得以此謂「未經利用」抑或「未受他人不法侵害」之人格特徵不具有財產利益。

是故，由利益發生之面向觀察，人格特徵財產利益係抽象潛在地存在。此外，關於其具體呈現上，並不限於特定形式、場合或物品，縱使其透過授權經紀公司、廣告代言合作利用或是以製作肖像立版等形式表現出來，均不得謂財產利益至該等情形始產生，其應係抽象普遍地潛在地存在⁹¹。

⁸⁸ 最高法院 104 年度台上字第 1407 號判決此段落之原文為「然隨社會變動、科技進步、傳播事業發達、企業競爭激烈，常見利用姓名、肖像等人格特徵於商業活動，產生一定之經濟效益，該人格特徵已非單純享有精神利益，實際上亦有其經濟利益，而具財產權之性質，應受保障。」

⁸⁹ 王澤鑑，前揭註 12，頁 301。

⁹⁰ 黃松茂，前揭註 37，頁 190。

⁹¹ 或有論者認為，對於此一具有「抽象普遍性」之人格特徵財產利益予以保護，將生保護過廣以及具高度不確定性之問題產生，然而本文認為此處僅係承認具有抽象普遍性之人格特徵財產利益應為人格權內涵之一，並有隨時受侵害之可能，為一值得保護之利益，至於有無受侵害、行為人之行為是否具備「不法性」等其他要件均係另一問題。

此外，人格特徵財產利益所依附者為「人格特徵」，有論者認為人格特徵與著作內容同均屬一無體物⁹²，故應認為此一人格特徵財產利益具無體財產之性質⁹³，對此學理上亦有認為該等財產價值的保護實已逐漸接近無體財產權⁹⁴。

如前所述，人格特徵財產利益於利用抑或受他人不法侵害前，即已潛在地存在，具備無體財產發生原則上均與特定之有體物並無直接關係⁹⁵之特性。另由利用面向⁹⁶觀察，人格特徵如姓名、肖像等得以重複多次授權予相同或不同之人使用，即人格特徵財產利益亦呈現所謂「使用上之不互斥性」，此亦為無體財產之共通特性⁹⁷。最後，再由侵害面向觀察，縱使人格特徵主體先前主觀上並無意願或計劃將其人格特徵投入商業上使用，仍有隨時受他人不法利用之風險⁹⁸，亦即人格特徵財產利益多係於不定時間、空間下遭他人不法擅自利用，此亦同於無體財產「易受侵害」之特性。據此，人格特徵財產利益應具無體財產特性實屬無疑。

第二項 兼具消極預防與積極利用特性

人格權之完整性與不可侵犯性於我國人格權法制體系當中不斷地被強調，學說上⁹⁹並指出人格權為一種同時具「支配性」與「排他性」的絕對權，所謂排他性係指禁止他人的侵害，具體展現於民法第 18 條第 1 項規定¹⁰⁰；而支配性係指

⁹² 王怡蘋，前揭註 21，頁 152。

⁹³ 有關人格權財產具有無體財產性質之論述，其實早在 1894 年德國法上研究人格權發展之重要學者 Otto von Gierke 在其出版之德意志私法中即明言，某些人格權同時也是財產權，在此範圍內其為絕對的財產權（absolute Vermögensrechte），亦即對無體物之權利（Rechte an unkörperlichen Sachen）或無體財產權（Immaterialgüterrechte），v. Gierke, Deutsches Privatrecht, S. 706.，轉引自黃松茂，前揭註 37，頁 144。

⁹⁴ 王澤鑑，前揭註 12，頁 357。

⁹⁵ 謝銘洋（2004），〈從相關案例探討智慧財產權與民法之關係〉，《臺大法學論叢》，33 卷 2 期》，頁 209。

⁹⁶ 關於人格特徵財產利益之積極利用特性，詳後述。

⁹⁷ 學理上亦有稱無耗竭性（inexhaustible）與非敵對性（non-rivalrous），詳細請參閱，李素華（2017），〈智慧財產侵害之「損害發生」與損害賠償法制建構——從智慧財產法院九十七年度民專訴字第四七號民事判決談起〉，《月旦法學雜誌》，263 期，頁 179-180。

⁹⁸ 王澤鑑，前揭註 12，頁 550。

⁹⁹ 王澤鑑，前揭註 12，頁 52。

¹⁰⁰ 民法第 18 條規定「人格權受侵害時，得請求法院除去其侵害；有受侵害之虞時，得請求防止之。」

人格權人得直接享受其人格利益者而言。又我國司法院大法官解釋更於釋字第 603 號解釋承認所謂「個人自主控制個人資料之資訊隱私權」，其具體內容係保障人民決定是否揭露其個人資料、及在何種範圍內、於何時、以何種方式、向何人揭露之決定權以及錯誤更正權利。



上開論述基本上仍係圍繞傳統人格權精神利益內涵討論，並著重集中於受侵害時排除侵害與損害填補需求，係屬靜態「消極防禦」面向，然而人格權之內涵除精神利益外亦包含財產利益已如前述，關於財產利益之保護除有排除侵害與請求損害賠償等消極防禦需求外，更具有透過積極利用，以具體化實現財產價值與享受收益（使用收益）之需求¹⁰¹。

對此，我國前開最高法院指標性判決¹⁰²曾表示「人格特徵主體死亡後，其人格特徵倘有產生一定之經濟利益，該人格特徵使用之權利尚非不得由其繼承人繼承」，所謂「人格特徵使用之權利」即說明了人格特徵財產利益之積極動態面向，承認其具有使用收益特性，並據此認為該等使用收益權限具延續保障之必要，於權利主體死亡後得由繼承人享有。

學者王澤鑑教授同樣認為姓名、肖像、聲音等體現個人特徵之法益，具有一定的交易價值，並指出企業時常與所謂名人訂立契約、支付對價，得以利用其人格特徵作為商業行銷活動，顯現該等財產利益之利用與交易性，最後更進一步認為財產利益體現人格權在現代社會產生重大變遷，即人格權原為一種防禦權，在維護人格的完整利益；而財產利益內容的肯定，則增進人格權的活動利益，使其成為一種利用權¹⁰³。

¹⁰¹ 謝銘洋，前揭註 95，頁 45。

¹⁰² 最高法院 104 年度台上字第 1407 號判決。

¹⁰³ 王澤鑑，前揭註 12，頁 292、頁 530。

本文認為，具體化實現人格特徵財產利益之手段，即係以「積極利用方式」為之，例如同意或授權他人將其姓名或照片使用於商品上或廣告上以取得授權金，或是事業名稱之讓與以取得對價¹⁰⁴，又若僅將該等人格特徵財產利益定性為一消極之財產利益，即於受他人侵害時始得予以主張排除或請求賠償，而不允許權利主體得具有使用收益權限，此時亦將產生令人難以接受之結論，即權利主體本身對於人格特徵是否享有商業化後之利益，並不取決於其本身是否自主決定地將其人格特徵予以商業化利用，而係被動地取決於他人是否決定將其人格特徵作不法利用¹⁰⁵，此等結論將導致人格特徵價值之享有係由「他主」決定，與前開人格特徵財產利益保護之理論基礎係「自主決定與認同」有所扞格。據此，在維護個人自主以及自我認同與決定之價值下，人格特徵財產利益之性質除應承認具有「消極防禦」性質外，並應承認其具「積極利用」之特性¹⁰⁶。

第二節 與精神利益之關聯

人格特徵財產利益現今業已在我國法上備受承認，又於學說與實務裁判歷來發展所採取之一元論人格權保護模式下，與傳統精神利益內涵，共築人格權內容。然而關於該等財產利益與傳統精神利益兩者間處於何等關聯，具有釐清之必要，蓋此將涉及傳統上針對人格權固有內涵即精神利益所具備之一般性原則（如一身專屬性）是否於財產利益亦有適用之空間等問題。

第一項 對立說

過往在大陸法系國家的民法體系當中，精神利益與財產性利益分別處於對立面似為一基本價值判斷，且有論者認為「人格」與「人格特徵」應區別對待，分

¹⁰⁴ 關於法人之人格特徵財產利益，請參閱本論文第四章第一節第二項說明。

¹⁰⁵ 劉召成（2014），〈人格商業化利用權的教義學構造〉，《清華法學》，8冊3期，頁122。

¹⁰⁶ 具體有關此等「積極利用」之態樣與形式（專屬授權、非專屬授權），詳後本論文第四章第二節說明。

別對應精神與財產利益，即財產利益所涉及者僅為人格特徵部分，市場上所利用者係其所塑造之形象，並非其人格，故二者本質不同自應區別對待，二者處於互不影響之狀態，是為對立說¹⁰⁷。



第二項 相互影響說

另有論者認為財產利益與精神利益應屬人格權之一體兩面，處於相互影響之狀態而不得分離，以確保權利人於授權他人利用其人格特徵後，仍非完全喪失其對於自身人格權之自主性¹⁰⁸。此外，其更進一步指摘上開對立說之詮釋方式將違反憲法上對於人格權主要內容有關自我決定權、自我保護權與自我表現權之保障，蓋若認為兩者處於對立分離狀態，即人格特徵財產利益層面將完全適用財產法秩序規範，將可能發生若商業化利用上有損及人格或尊嚴情事時，權利人將落入無從救濟之窘境，舉例而言，若權利人允許利用人利用其人格特徵於商品廣告行銷，而利用人係以醜化嘲諷滑稽甚或是羞辱人格特徵方式作為廣告手法以吸引消費者目光，於雙方契約約定不明之情況下，權利人似無從救濟，蓋此時既已將人格權財產利益與一般財產權畫上等號，得由利用人完全支配利用，無需考量是否扭曲權利人之形象與意願¹⁰⁹。除此之外，本說更以此為基礎，說明了人格特徵財產利益雖得由繼承人繼承，但行使時仍受精神利益之影響，故不得違反被繼承人之明示或可得推知之意願¹¹⁰。

¹⁰⁷ 關於對立併存之見解介紹，請參閱王怡蘋，前揭註 21，頁 148、152。

¹⁰⁸ 同前註，頁 143-148。相同見解，請參閱，王澤鑑，前揭註 12，頁 356，王澤鑑教授同樣援引德國法上所謂樹木理論，認為在一元論的人格權構造上，人格權猶如樹的莖幹，精神利益及財產利益為其樹根，同以人格權為本，**結合**在一起，具同等價值，同受保護。然而值得說明者係，王澤鑑教授於本書後續（頁 357）接續指明：「此項財產價值的保護，雖不能脫離人格權而成為一個獨立的權利，但實已接近於無體財產權（智慧財產權），其發展動向，實值注意。」

¹⁰⁹ 王怡蘋，前揭註 21，頁 152。

¹¹⁰ 王怡蘋，前揭註 21，頁 164。

第三項 區分說

亦有見解認為關於財產利益與精神利益之關聯，應區分生前與死後不同時期認定二者間之關係，當權利人生存時，財產利益與精神利益交錯為合為一體；於權利人死亡後則發生分離效應，精神利益歸於消滅，僅存人格之影響效應，而財產利益轉而獨立化與物質化，並由繼承人繼承¹¹¹，是為區分說。

第四項 小結

本文認為對於上開疑義之釐清，首先應說明者為，縱使承認財產利益亦為非人身性人格權（如肖像權、姓名權與聲音語言權）之權利內容之一，非人身性人格權固有之精神利益內涵並未因之消逝。又基於人性尊嚴以及憲法上對於人格權主要內容有關自我決定權、自我保護權與自我表現權之保障，該等同具財產與精神利益之「人格權」權利本身自不具讓與性，此部分應無爭議，合先敘明。其次，在人格特徵之利用上，無論授權約款如何約定¹¹²¹¹³，應僅涉及人格權財產利益層面，而與精神利益內涵無涉，「人格權之權利主體」亦不因授權約款產生變動，縱使人格權主體依其決定自由，願意將該等人格權內容之一部即財產利益層面分離而為授權利用，對於精神利益內涵應不生影響，循此，倘若利用人（被授權人）有不當利用人格特徵並損及權利人之人格或尊嚴等情事時，自得依具體個案情狀判斷是否侵害權利人之「人格權精神利益」¹¹⁴，自未生相互影響說所指摘權利人將落於無從救濟之窘境。

¹¹¹ Götting, Sanktionen bei Verletzung des postmortalen Persönlichkeitsrechts, GRUR 2004, 806. 轉引自，同前註，頁 164，註 92。

¹¹² 一般常見之授權約款包括，專屬授權與非專屬授權，詳細介紹請參閱本論文第四章第二節。

¹¹³ 至於人格特徵主體得否將該等人格特徵財產利益部分完全讓與他人，不無討論空間，亦即娛樂產業界常見之「專屬授權約款」即係約定演藝人員不得自行抑或再授權其人格特徵與他人作利用，某程度上具有於該等期限內讓與人格特徵財產利益予其管理使用之意味，詳細討論請參閱本論文第四章第二節。然而無論如何，基於人格權同時具有財產與精神利益內涵，被利用人均無從因授權約款而成為姓名權或肖像權之主體。

¹¹⁴ 此部分涉及行為不法性之判斷，應斟酌個案認定，必要時應參酌雙方協議內容，蓋無從排除權利人自願為搞笑滑稽之演出以取得商業利益。

此外，上開相互影響說以「避免人格權財產利益授權利用發生扭曲、剝奪人格自主性」為由，證立財產利益與精神利益間具備相互關聯，似有疑義，蓋姑且不論人格權財產利益與精神利益間呈現何等關係，仍無從避免事實上發生被授權人故意不當利用權利人人格特徵，即扭曲、剝奪人格自主性之情形，而此部分之預防與排除侵害，正是人格權傳統精神利益內涵保護射程範圍，由此反而顯現人格權精神利益與財產利益間各自有其不同特性及擔負之保護功能。

另於權利人死亡之情形，相互影響說認為繼承人得以繼承人格特徵財產利益，惟其於行使時，不得違反被繼承人明示或可得而知之意思，蓋財產利益與精神利益間呈現彼此交織關聯。對此本文認為，在現行民法繼承編設有遺囑規定下¹¹⁵，倘若被繼承人立有遺囑，繼承人本不得違反該等被繼承人明示意思，此等保護對於被繼承人之保護業已足夠，蓋在權利人死亡而未訂立遺囑之情形，何謂明知或可得而知之意思認定上實屬困難，況且實定法上亦無對於違反該等明知或可得而知之法律效果或制裁規範，認定適用上似將徒增困擾。

綜上所述，本文認為在我國通說與最高法院實務見解承認人格權具有精神利益與財產利益內涵後，二者者間應具一定可區辨性，不必然呈現相互影響關係，且各自有其特性與擔負之功能與任務，即精神利益著重於消極防禦保護面向¹¹⁶；財產利益除具消極防禦保護面向¹¹⁷外，對於權益主體而言亦帶有積極利用之特性

¹¹⁵ 民法第 1187 條規定「遺囑人於不違反關於特留分規定之範圍內，得以遺囑自由處分遺產。」通說認為具體遺產處分的態樣包括遺贈、應繼分之指定、遺產分割方法之指定、遺產分割之禁止、遺囑執行人之指定或其指定之委託、遺囑之撤回、捐助行為、信託行為等，詳細論述，請參閱，戴炎輝、戲東雄、戴瑀如（2010），《繼承法》，頁 245；林秀雄（2019），《繼承法講義》，8 版，臺北：元照，頁 220。具體分類方法與違反之法律效果，請參閱，黃詩淳（2014），〈以遺囑處分遺產之方法與區別實益——最高法院九十九年度台上字第九一八號民事判決及其他相關實務見解評析〉，《月旦法學雜誌》，225 期，頁 245-257。

¹¹⁶ 此部分我國民法設有相當周全之保護機制，包括侵害排除與預防請求權（民法第 18 條第 1 項）、回復原狀請求權（民法第 213 條第 1 項）與精神損害金錢賠償請求權（民法第 194 條、第 195 條第 1 項）。關於人格權上精神利益的保護機制介紹，請參閱，王澤鑑，前揭註 12，頁 326。

¹¹⁷ 此部分與上述精神利益之保護有所不同，並未包含精神損害金錢賠償請求權（民法第 194 條、第 195 條第 1 項）。

118，吾人不得以結果上可能發生人格特徵可能遭受不法利用扭曲或損及人性尊嚴之事實情況，反推認為二者間必然具有交織關聯，如此不僅未能充分尊重權利主體本人之自主意思，更無疑將使人格特徵財產利益受制於傳統精神利益之束縛。

第三節 於我國法上之定位

第一項 原則上屬人格權保護內容

承前所述，我國最高法院¹¹⁹明確表示人格權除具保障精神利益外亦涵蓋財產利益並具有財產權性質，並未如同美國法額外創設一新興權利（right of publicity）保護該等利益，正式確立人格權一元論法制下其內涵包括精神利益與財產利益，是人格特徵財產利益原則上依附於人格權存在，並屬人格權保護內容無疑。

然而，有鑑於人格特徵「財產」利益之財產本質以及前開潛在、積極利用特性，相異於精神利益之保障，其具有具體實現與延續保障之需求，在具體實現之討論上特別涉及「授權行為」之討論；而延續保障之需求則涉及「可繼承性」之討論。其中在「可繼承性」之討論上，我國最高法院業已作出指標性判決，肯認該等財產利益具可繼承性，又最高法院在謹守權利主體死亡人格權即為消滅之原則下，似已容有人格特徵財產利益例外獨立於人格權存在並由他人享有之可能（詳後述）。

第二項 與著作財產權之關聯

回顧觀察我國實務裁判，多有涉及人格特徵財產利益與著作財產權彼此關聯之論述者，早期於涉及聲音語言權之案例¹²⁰中，法院認為倘若被告係基於著作權

¹¹⁸ 詳參本章第一節說明。

¹¹⁹ 最高法院 104 年度台上字第 1407 號判決。

¹²⁰ 臺灣臺中地方法院 91 年度訴字第 1176 號民事判決（【附表一】總編號 2）。

人之地位，行使專有之公開播送權，即未侵害原告之肖像權、聲音語言權等權益；於侯麗芳代言風水案¹²¹中，法院同樣認為姓名及肖像既在代言範圍內，即附合為系爭影帶著作財產權之一部分，被告既取得該影帶著作財產權自不侵害原告之姓名與肖像權；另於涉及多位日本籍明星案¹²²中，法院更類推適用權利耗盡原則，認為原告等人既已同意訴外人（Phiten 公司）以渠等肖像作商業使用，而被告既係由該訴外人（Phiten 公司）網頁取得系爭照片，原告自不得就系爭照片再主張肖像權。此外，近期於袁惟仁案第一審判決¹²³中，法院同樣附帶說明著作權使用自應優先於肖像權財產價值之主張，理由在於著作權法為民法之特別法，被拍攝者若再對附著於攝影著作之肖像主張相關權益，將使著作權法保障著作人公開發表權與重製權等規定形同具文。

由上開判決可知，實務上似認為倘若行為人具有涉及人格特徵之相片、影音等著作權財產權，縱使將該等相片、影音作為商業上利用，亦不生非法侵害人格特徵權益之問題，表面上看似為涉及「行為不法性」之單純問題（行為人合法行使權利），實際上乃係人格特徵財產利益與著作財產權於法律體系上之定位區辨。

首先，承前所述，人格特徵財產利益原則上屬於人格權保護內容並依附於人格權存在，此一權益保護係基於「自我認同與自我決定」之理論與基於「促進國家文化發展」保障之著作財產權應予以辨別，二者應屬平行之權益與概念，不得謂取得涉及人格特徵之著作財產權即一同取得系爭人格特徵財產利益之利用權限，如此一來將使得人格特徵財產利益之保障淪為空談。

此外，在人格特徵財產利益之保障與著作權財產權之維護上，並無所謂優劣之分，亦無所謂特別法優先於普通法之問題，其規範目的、保護內涵與範圍均屬

¹²¹ 臺灣臺北地方法院 103 年度訴字第 3290 號民事判決、臺灣高等法院 104 年度上易字第 971 號民事判決（【附表一】總編號 38）。

¹²² 臺灣臺北地方法院 105 年度訴字第 2672 號民事判決（【附表一】總編號 39）。

¹²³ 臺灣臺北地方法院 108 年度訴字第 527 號民事判決（【附表一】總編號 46）。

有別，不得單以行使著作財產權為由即斷言並未侵害人格特徵財產利益，而應回歸利益比較衡量觀點進行實質不法性之判斷¹²⁴。



第三項 法規適用優先順序？

承前所述，承認人格特徵財產利益，對於現行既有人格權法制勢必有所衝擊，蓋原先我國大多數有關人格權之保護多係針對精神利益作討論，與財產利益本質上有所不同，相關案例究竟該如何適用法規，人格權保護法制上應如何調整，以及著作權法規定有無類推適用之可能，容有討論空間。

對此有學者¹²⁵認為，基於人格特徵與著作權法上之「著作內容」二者具有類同性質，均屬無體物，即著作權法上將著作權之權利內容分為著作人格權與著作財產權二部分，前者保障著作人精神利益，後者保障著作人對於著作之財產利益，與人格權兼具有精神利益與財產利益相仿，因此於探討人格特徵之授權約定性質、人格權之精神利益與財產利益間關係、如何平衡當事人間之利益等問題上，多先考量得否借用著作權法之相關規定與原則，以作為闡述授權利用人格特徵之法律關係的依據，此說似認為人格特徵財產利益之相關法律適用應以著作權法作為基礎架構參考，並輔以人格權精神利益作為部分情形之限制事由。

前開見解固有其見地，蓋由人格特徵財產利益之特性而言，其確實具有與著作權相同之無體特性，然而，於法律體系上，人格權法制與著作權法制間規範目的、構成要件與法律效果均屬有別，本文認為，人格特徵財產利益於我國法之定位上，既已認為其為人格權保護內容，則民法上關於人格權之相關保護機制是否不足以保障人格權財產利益，似乎係尋求其他法制架構保護前之先決條件，此外，

¹²⁴ 相對於此，較為明顯之衝突應為「商標權」與「姓名權」之間，關於該等問題以及不法性之參酌判斷因素，請參閱，陳忠五（2014），〈再論商標權行使與姓名權保護的衝突：最高法院101年度台上字第1868號判決評釋〉，《台灣法學雜誌》，243期，頁61-72。

¹²⁵ 王怡蘋，前揭註21，頁152-153。

為避免滋生前開人格特徵財產利益與著作財產權優劣保護問題之疑義，因此本文認為在相關爭議法規適用上仍以民法為優先並同時兼顧人格權財產利益之潛在無體特性，並據此開展以下關於保護主體、財產利益實現與保護手段等層面之討論，試圖重新審視我國關於人格特徵財產利益之保護架構。



第四章 人格特徵財產利益之保護架構



第一節 人格特徵財產利益之保護主體與歸屬

在人格特徵財產利益保護主體討論上，本節擬區分自然人與法人予以論述，首先，在自然人之討論上，針對「名人」與「非名人」是否同屬人格特徵財產利益保護主體進行探討，並以近期我國一則下級審法院判決出發，梳理相關實務裁判，輔以學說見解與比較法上發展，對此議題予以評析。而在法人主體之討論上，本文將由法人人格權之討論出發，進一步梳理法人之人格特徵財產利益，其中尤以法人商譽權所具財產利益最受實務判決所親睽。最後，在娛樂影視藝能等產業界，經紀公司與尚未成名之藝人或練習生簽約，並協助其成名，公司投入大量資源培養該等演藝人員以產生名氣共創分潤，此時該等受培養之演藝人員姓名、肖像等人格特徵財產利益究竟如何歸屬，契約上得為如何之約定，法律上該如何定性，本節擬一併探討。

第一項 自然人

民法第6條規定「人之權利能力，始於出生，終於死亡。」本條所稱之人係指自然人，而所謂權利能力係指享受權利，負擔義務的能力，權利則包括人格權的一切權利¹²⁶。在涉及人格特徵之人格權中，包括姓名、肖像與聲音語言權等，其所具有之內涵除傳統上精神利益外，同時亦具有財產利益，然而有關此等財產利益之保護主體是否僅限於享有一定名氣之人？對此，我國近期下級審法院曾在最高法院作出前開關於人格特徵財產利益之標竿判決¹²⁷後進一步有所表態，並

¹²⁶ 王澤鑑，前揭註12，頁55。

¹²⁷ 最高法院104年度台上1407號判決。

認為此等利益之保護主體限於「名人」，以下擬簡要說明此一判決，接續爬梳我國關於「非名人」之相關案例，再藉由比較法上發展，針對此問題評析。

第一款 臺灣臺中地方法院 110 年度小字第 7 號民事判決¹²⁸

本案所涉及案例事實略為，原告 A、B 二人為拍攝婚紗照，於 109 年間由原告 A 代表與被告簽訂「攝影委任合約書」，嗣因系爭照片不符合約所約定之品質，原告請求解約及退費，雙方就此進行調解，調解成立雙方同意終止系爭合約。嗣後被告竟仍繼續將含有原告肖像之系爭照片公開張貼於被告所架設之攝影工作室網站，作為宣傳廣告、行銷等商業活動營利目的使用(網站內容有價目表可參)，據此原告主張其肖像權受侵害，爰依民法第 18 條、第 184 條第 1 項前段及 195 條第 1 項請求被告賠償原告所生之財產上與非財產上損害。

對於上開原告主張，法院僅肯認原告主張之非財產上損害部分，至於原告所主張之財產上損害，法院認為所謂人格特徵財產利益，一般而言，係指「知名人士」始得享有，本案原告肖像並未具足夠之人格特徵而得於商業活動上產生一定之財產利益，因此駁回其財產上損害之請求¹²⁹。

據此，本案判決似認為人格特徵財產利益之保護主體，限於「具有足夠人格特徵而得於商業活動上產生一定財產利益」之「知名人士」，是故，「非名人」之肖像未能具有足夠之人格特徵而得於商業活動上產生一定之財產利益，似將該等利益保護主體限於「名人」。

¹²⁸ 本案原告並未上訴，而係由被告針對第一審法院所判賠非財產上損害部分上訴，此部分業經臺中地方法院 111 年度小上字第 26 號民事裁定駁回，因無涉此處討論之爭議，故仍以第一審判決為討論對象。

¹²⁹ 摘錄此段判決理由原文如後：「……至於原告主張人格權之經濟利益部分(美國法稱為「公開權」，Right of Publicity)，一般係指利用知名人士之姓名、肖像、動作、聲音等人格特徵於商業活動，而產生一定之經濟利益而言。本件原告許小芸陳稱其有 2000 多位粉絲而有一定曝光等語，然依其所述尚難認其肖像已具有足夠之人格特徵而得於商業活動上產生一定之經濟利益，是其請求財產上之損害，尚屬無據。」

第二款 我國法上其他相關案例



查我國實務裁判上，關於「非名人」之一般民眾起訴主張其肖像權未經授權而受不法商業利用之案例略有數例，其中以「醫療診所」擅自將「病患」術前術後對比照作為商業上廣告宣傳者為大宗¹³⁰，然而於該等案例當中原告均未特別針對人格權財產利益有所主張，僅單純主張其人格權（精神利益）受侵害故請求非財產上損害賠償，因此法院對於此一議題無從表示意見。

然而我國實務裁判上，曾有「一般人（非名人）」肖像被放上商家蝦皮賣場作為商業宣傳利用之一件案例，於該案例中法院肯認原告對此等肖像權所衍生財產利益之主張，並認為「肖像得以一定對價提供他人使用，具有交易性，故如無法律上原因而使用他人肖像，自構成不當得利¹³¹」，對於人格權財產利益享有之主體似未設有「知名人士」之限制，與上開台中地方法院判決有所不同，顯見本文反覆提及之我國最高法院關於人格特徵財產利益指標性判決雖並未就保護主體作出直接性地限制¹³²，然而下級審法院間對此議題似存有歧異，誠值釐清。

第三款 比較法上借鏡

在美國法上，係以創設公開權（right of publicity）方式保護人格特徵財產利益，已如前述，有關公開權之權利主體討論上，亦曾具有「知名人士」與「非知名人士」間是否均具有該等權利之爭，美國法院更曾於 *Ali v. Playgirl, Inc.* 一案當中表示「公開權乃在保護個人形象特徵所體現的財產權，自須以其人具有一定之

¹³⁰ 臺灣臺南地方法院 99 年度南簡字第 68 號判決、臺灣臺北地方法院 99 年度北小字第 1025 號判決、臺灣臺北地方法院小額民事判決 103 年度北小字第 2571 號判決、臺灣新北地方法院板橋簡易庭民事判決 103 年度板簡字第 507 號判決（分別對應參照本論文所整理之【附表一】總編號 22、23、33、34）。

¹³¹ 臺灣基隆地方法院民事判決 108 年度訴字第 564 號（【附表一】總編號 45）。

¹³² 然而最高法院表示「隨社會變動、科技進步、傳播事業發達、企業競爭激烈，常見利用姓名、肖像等人格特徵於商業活動，產生一定之經濟效益」，似將人格特徵財產利益之產生與商業活動互為掛鉤，有關此一看法似仍有討論空間，已如前述。

名氣聲望為前提¹³³」，然而現今實務與學者通說均不採取此等見解，而認為應不限於「名人」始得享有公開權，蓋人人對其姓名、肖像等人格特徵均應享有得為支配之權利，且充其量所謂個人的知名度應僅為損害賠償數額計算上應考量之因素之一而已，並非保護要件，況且「非名人」之人格特徵也時常受商業上利用作為廣告，亦足以證明其得以產生一定財產利益¹³⁴。

此外在德國法上亦曾有見解認為個人的人格特徵被用於商業廣告，多為所謂的名人，諸如演藝人員、運動員、賽車選手、政治人物等，因而僅此名人得享有人格權之財產利益¹³⁵。德國法院實務上亦曾有傾向認為人格特徵財產利益予以保護需以當事人須具一定知名度為前提¹³⁶，然而現今德國法上主流見解認為是否為名人抑或曾否、有無意願將人格特徵投入商業利用均不影響侵害人格特徵財產利益之成立，僅為法律效果上應考量的問題而已，基此每一位自然人主體均具有人格特徵財產利益¹³⁷。

第四款 相關學說見解

對於上開爭議，王澤鑑教授認為基於人格平等原則，在我國法上應認為任何人均得成為人格權財產利益之主體，並採取上開德國法學者見解，認為是否為名

¹³³ Ali v. Playgirl, Inc., 447 F. Supp. 723, 729 (S.D.N.Y. 1978)

¹³⁴ Treece, *Supra* note 48. 中文詳細說明與整理，請參閱，王澤鑑，前揭註 12，頁 313。

¹³⁵ Götting, Person-lichkeitsrechte als Vermögensrechte (1995), S. 16811., 213f, 轉引自，王澤鑑，前揭註 12，頁 350，註 71。

¹³⁶ 德國聯邦法院裁判曾在 Paul Dahlk 案中，依據高等法院所作之鑑定，認為原告多半只有在受有相當之報酬之情況下，才會同意系爭之肖像公開，此外在騎士案表示，通常合理報酬之損害計算方式，僅適用於**通常在支付報酬**之情況下始允許其使用之專屬性權利，據此，似將「非通常受領支付報酬」之非名人排除在外，參見 BGHZ 20, 345 353 = NJW 1956, 1554, 1555 - Paul Dahlke. 以及 BGHZ 26, 349, 352 = NJW 1958, 827, 829 = GRUR 1958, 408, 409 - Herrenreiter.，轉引自，黃松茂，前揭註 37，頁 187。

¹³⁷ Götting, (Fn135), S. 269, 轉引自，劉召成，前揭註 105，頁 11，註 52。

人，曾否或有無意願將其人格特徵作為商業上使用，並不影響侵害行為的成立，僅為法律效果（例如判決賠償金額）之考量問題而已¹³⁸。



另外有文獻採取相反看法¹³⁹，認為肖像權所生財產利益之保護主體僅限於「名人」，「非名人」不得享有之，蓋在訴訟中，非名人之一般大眾難以證明其受有經濟損失之合理性，行為人縱使係以營利為目的使用其肖像，從結果面向上而言，似難以認為購買該商品或接受服務的消費者係因該普通人之肖像而作交易，據此應認為此時普通人所受侵害者僅為其精神利益，以非財產上損害賠償填補之即為已足，並說明雖然理論上所有人皆得將其人格特徵投入商業上利用，然而普通人之肖像權僅具有潛在之財產利益。

第五款 本文評析

前開否定見解似容有疑義，蓋不論係「非名人」抑或「名人」之人格特徵均有在不定時空下遭不法利用之可能。至於有關人格特徵利用之結果為何，即是否取得商業上成功抑或消費者是否因此購買該商品或接受服務均非重點¹⁴⁰，蓋商業成果抑或消費者之決定取向均無從改變未經授權利用他人人格特徵，係屬侵害權益歸屬主體之「自我認同與決定」，此即人格特徵財產利益之保護理論基礎，而該理論基礎在「名人」與「非名人」間不具有差別適用之正當性。此外，否定見解以「非名人之一般大眾難以證明其受有經濟損失之合理性」認為「非名人」並不具有人格特徵財產利益「受有損害」之可能，據此否定「非名人」為此等財產利益之保護主體，似將「責任成立要件之損害」與「責任成立範圍之損害」概

¹³⁸ 王澤鑑，前揭註 12，頁 350。

¹³⁹ 冉克平（2015），〈肖像權上的財產利益及其救濟〉，《清華法學》，9 冊 4 期，頁 72。

¹⁴⁰ 縱使係「名人」之人格特徵作為商業上利用也不見必然得取得商業上成功，消費者亦未必均係因「名人」代言而購買產品或接受服務。

念混為一談¹⁴¹，「非名人之一般大眾」相對於具「名人」而言，該如何證明其所受損害之數額，與「損害」成立之認定，實屬不同問題¹⁴²。末者，上開否定見解似以「非名人」人格特徵財產利益僅具有潛在特性為由，否認其具有保護之必要性，惟如前所述，人格特徵財產利益具潛在與抽象普遍特性，不論係「名人」抑或「非名人」之人格特徵財產利益均係如此，縱使係「名人」人格特徵財產利益，於具體利用前，仍係潛在抽象普遍地存在，前開否定見解似忽略此一人格特徵財產利益共通特性，應不足採。

綜上所述，在人格特徵財產利益之保護主體上，參酌比較法上之發展歷程，過往對於保護主體之認定雖曾有所爭議，然而現今主流見解均肯認擴大及於「非名人之一般大眾」，不將之限縮於「名人」始得享有保護，本文採取相同見解，認為有關人格特徵財產利益保護主體，在自然人面向之討論上，並不限於「名人」，「非名人」亦同為保護主體，蓋人格特徵財產利益之保護理論基礎在於「自我認同與決定」，不法以他人人格特徵作為商業利用，對於「名人」抑或「非名人」而言，均係侵害其「自我認同與決定」，該等「自我認同與決定」乃人格特徵財產利益保護核心理念並為其保護理論基礎，不因其是否具備知名度抑或名氣高低而有所差別適用。

¹⁴¹ 「責任成立要件之損害」與「責任成立範圍之損害」概念討論層次上有所不同，後者係認定財產上損害或非財產上損害是否存在及其範圍多少，與前者係屬不同概念層次，縱使認定此處責任成立要件之「損害」存在，責任並不當然成立，仍需檢驗其他要件，包括行為不法、故意過失與因果關係等，詳細論述請參閱，陳忠五，〈產前遺傳診斷失誤的損害賠償責任——從「新光醫院唐氏症事件」論我國民事責任法的新課題〉，《臺大法學論叢》，34 卷 6 期，2005 年 11 月，107 頁以下。此等概念之混用亦發生於我國實務見解，詳後本章第四節討論之。

¹⁴² 有關人格特徵財產利益損害賠償責任之檢討，本論文將於本章第四節作深入分析。

第二項 法人



第一款 法人之人格權

民法第 26 條規定：「法人於法令限制內，有享受權利、負擔義務之能力。但專屬於自然人之權利義務，不在此限。」此處所稱權利包含人格權，此為法人人格權之法律依據，依照本條規定，其受有「法令上」與「性質上」之限制，就法令上限制而言，現行法上並無限制法人「人格權」之規定；而有關性質上之限制，係指法人不得享有專屬於自然人的人格權，包括：生命、身體、健康、自由、肖像，若非專屬於自然人者，則得由法人享有之，例如姓名、名譽（商譽）、信用、隱私（商業秘密）等¹⁴³。

第二款 法人之人格特徵財產利益

承前所述，依照民法第 26 條規定，除受性質上限制外，法人亦具有其人格權，關於實務上法人人格權受侵害之案例主要以姓名¹⁴⁴（公司名稱）與名譽（商譽）為大宗，又二者均堪認係法人之人格表徵。

關於法人姓名（如公司名稱）財產利益之保護，實務上法人公司多以申請商標權方式作為進一步之保障，以具體化該等財產利益，就此非為本論文討論之核心，惟值得注意與關切者為法人商譽權之保護，現行實務上多有下級審見解¹⁴⁵援引最高法院 91 年度台上字第 1949 號與最高法院 104 年度台上字第 1407 號民事判決意旨表示，商譽除表彰企業經營者之信用，具有人格權之非財產權性質外，

¹⁴³ 王澤鑑，前揭註 12，頁 65。

¹⁴⁴ 關於法人姓名權與商標權行使之相關討論，可參閱，陳忠五，前揭註 124，頁 64-74。

¹⁴⁵ 臺灣臺北地方法院 111 年度訴更一字第 19 號判決、臺灣臺北地方法院 111 年度重訴字第 809 號判決、臺灣桃園地方法院民事判決 111 年度訴字第 1267 號判決、臺灣臺北地方法院民事判決 109 年度訴字第 7408 號判決、臺灣臺北地方法院民事判決 109 年度訴字第 3170 號判決。

其於商業活動，亦可產生一定之經濟效益，具有財產利益，而具財產權之性質，應受保障，據此，我國實務裁判上承認法人自身所享有之人格特徵亦具有一定之財產利益，法人得以成為該等利益之保護主體，應屬無疑。



第三項 利益歸屬

第一款 娛樂產業界：早年經紀合約制度

娛樂影視藝能等產業已係一全球化之產業，於該產業中有極大部分利潤產自於「名人 (idol)」效應與光環¹⁴⁶，名人之誕生與爆紅固然有透過自身努力與網路媒體之運用形塑並累積名氣者，然而亦有一種名人培養與塑造之模式在全球娛樂產業中極為蓬勃發展，即經紀公司自行透過教育訓練或資源供給方式培養演藝明日之星，具體上多由經紀公司與尚未成名之練習生或藝人先行簽約，並協助訓練、錄製發表影視音樂等作品以及適時為其探詢接洽廣告商演機會，以求共同成長，最終共創利潤。

關於上開「造星」產業運作模式，又可稱之為「練習生制度」，此等制度於各國產業運作雖有所不同，惟韓國乃為該制度之先驅且發展極為興盛(K-POP)，其主要流程細節可分為企劃、選秀、訓練、製作、管理、契約期滿後續約，再為製作、管理……以此循環¹⁴⁷。由此顯見娛樂經紀公司前期為企劃、選秀與訓練等，係為一鉅額投資（包括時間、人力及金錢），為確保投資回收，得以想見其與演藝人員所簽訂之「早年經紀合約」係為一長期且制約甚多之合約，此等作法，

¹⁴⁶ 關於科技演變下對於名人效應之產生以及經濟學上所謂「超級巨星效應 (superstar effect)」之近期研究論著，可參閱：Koenig, Felix, Technical Change and Superstar Effects: Evidence from the Rollout of Television(2023), *American Economic Review: Insights*, vol. 5, no. 2, at 207-223.

¹⁴⁷ 有關韓國練習生制度之詳細說明，請參閱：廖富田，〈韓國法上演藝人員專屬經紀契約相關法律問題研究（上）〉，《萬國法律》，247期，頁87-89。

在韓國包括 JYP 娛樂等其他公司廣為採行¹⁴⁸。相對於此，我國娛樂產業界關於此等練習生制度之運作模式與規模雖不及於韓國，惟近期亦多有練習生選秀節目受到觀眾親睽¹⁴⁹，且主辦單位亦多提前與參與成員簽署經紀合約¹⁵⁰，除此之外，觀察我國實務裁判案例，亦得以發見近年業已發生零星涉及「早年經紀合約」之紛爭案例¹⁵¹。

第二款 經紀公司得否得為歸屬主體

關於演藝人員與經紀公司間所成立之「經紀合約」種類上相當多元且複雜¹⁵²，此處討論所涉及之「早年經紀合約」，關於其定性雖非毫無爭議¹⁵³，然而在此等

¹⁴⁸ 有關該等合約條款之相關爭議，包括長期合約年限、超高額違約金、限制藝人人權（禁止感情生活）等問題，礙於篇幅並非本文討論範圍，此處僅限縮於「人格特徵財產利益歸屬」問題，有關前開約條款之相關問題意識，可參閱，林發立（2023），〈從韓國影視音娛樂經紀經驗帶來的產業及法律思考〉，《當代法律》，17期，頁164-168。

¹⁴⁹ 如《原子少年》與《未來女孩》兩檔練習生選秀節目，以《原子少年》為例，此檔節目係仿造韓國偶像團體練習生模式，耗資1.2億製作，開錄前80位選手就展開訓練，野火娛樂總經理詹仁雄與80%參與演出的選手簽署經紀合約，詳細訪談內容請參閱，《原子少年》成功造星！鄭景雯（2022），53歲詹仁雄，為何總能抓住下一世代的口味？，天下雜誌755期（電子雜誌），<https://www.cw.com.tw/article/5122505?template=transformers>，最後瀏覽日期2023/09/24。

¹⁵⁰ 主辦單位之所以會提前與參加競賽之練習生成員簽署經紀合約之原因在於，避免練習生藉由節目成名後即遭其他經紀公司相中簽約之情形產生。關於選秀節目產業運作說明，請參閱，陳鎮宏律師口述、陳心怡主筆（2017），〈比八卦更重要的事：大明星、歌手、網紅以及幫他們喬事的大律師〉，《本事出版》，第四章、梅鐸找我辦選秀賽——從音樂圈跨入電視界，摸透娛樂產業生態，頁36。

¹⁵¹ 參閱臺灣臺北地方法院110年度訴字第6051號民事判決（雙方簽訂所謂「OOO旗下藝人全經紀合約書」為期8年）、臺灣臺中地方法院110年度訴字第1401號民事判決（雙方簽訂所謂「演藝訓練及演藝經紀委託合約書」為期10年）與臺灣臺中地方法院110年度訴字第2624號民事判決（雙方簽訂所謂「演藝訓練及演藝經紀委託合約書」為期10年）。

¹⁵² 以音樂產業界為例，從創作者的需求角度而言，大致上有全經紀、演出經紀、唱片發行、代理發行、詞曲經紀等，詳細介紹，請參閱，張瑞星；羅承宗（2015），〈華人娛樂法學領域之建構—以動畫遊戲產業及流行音樂產業為例〉，《月旦法學雜誌》，255期，頁58。

¹⁵³ 我國近期下級審法院（臺灣臺北地方法院110年度訴字第6051號民事判決）有認為基於經紀公司有權安排練習生或藝人之一切工作項目、整合一切收入項目等工作事宜，認為該等契約契約性質上應屬混合性勞務契約，係一無名契約，依照民法第529條規定應適用委任契約之規定者；對此文獻上則有不同見解，其援引韓國法上見解認為關於演藝人員與經紀公司之契約關係必須以「知名度」出發加以區別認定，越是知名藝人，越有協商地位得與經紀公司協商，其專屬性質較低；至於若涉及知名度較低或新人偶像團體、歌手練習生等經紀契約，由於該等契約內容有關演藝人員之訓練、出道後之音樂製作、行程安排等，無法由演藝人員選擇，因此應認為該等早年經紀契約較具有「僱傭契約」性質，請參見，廖富田，前揭註62，頁95-96。然而關於無名契約定性之必要及其功能究竟為何，學說上業已有提出質疑者，惟此部分並非本論文討論範疇，相關討論請參閱，王文宇（2022），〈無名契約定性為典型契約之侷限：從一則工程承攬判決談起〉，《當代法律》，11期，頁80-86；張譯文，〈勞務供給契約之類型與區

案例中，姑且不論演藝人員與經紀公司間所成立之「經紀合約」究竟應如何定性，無可否認者係，經紀公司係「出資」培養「尚未成名之演藝人員」，此時是否存在人格特徵財產利益之歸屬問題，實有討論空間，質言之，經紀公司得否主張基於人格特徵財產利益具無體財產特性，而有智慧財產權法相關規定之適用或類推適用¹⁵⁴，認為該等利益歸屬主體應為經紀公司，似有釐清之必要。

第三款 歸屬問題之釐清

關於人格特徵財產利益歸屬之問題，於商業實務運作上確實存在由經紀公司「出資」訓練培養尚未成名演藝人員（練習生）之情形。又如認為基於人格特徵與著作權法上之「著作內容」二者具有類同性質，均屬無體物，即著作權法上將著作權之權利內容分為著作人格權與著作財產權二部分，前者保障著作人人格利益，後者保障著作人對於著作之財產利益，與人格權兼具有精神利益與財產利益相仿，在面臨如何平衡當事人間之利益之問題上，或得考量得否借用著作權法之相關規定與原則¹⁵⁵，則於人格特徵財產利益歸屬之問題上，尤其係在經紀公司「出資」訓練培養尚未成名演藝人員（練習生）之情形下，經紀公司得否主張其有適用或類推適用著作權法第 11 條¹⁵⁶與第 12 條¹⁵⁷規定空間，意即經紀公司得否基

分標準——以定性的困境為中心》，《月旦法學雜誌》，314 期，2021 年 7 月，頁 47-52；黃松茂（2023），〈契約定性、請求權基礎與訴訟經濟——從一則最高法院判決出發〉《台灣法律人》，28 期，頁 46-60。

¹⁵⁴ 如著作權法第 11 條第 1 項與第 2 項規定「受雇人於職務上完成之著作，以該受雇人為著作人。但契約約定以雇用人為著作人者，從其約定。依前項規定，以受雇人為著作人者，其著作財產權歸雇用人享有。但契約約定其著作財產權歸受雇人享有者，從其約定。」與著作權法第 12 條規定「出資聘請他人完成之著作，除前條情形外，以該受聘人為著作人。但契約約定以出資人為著作人者，從其約定。依前項規定，以受聘人為著作人者，其著作財產權依契約約定歸受聘人或出資人享有。未約定著作財產權之歸屬者，其著作財產權歸受聘人享有。」

¹⁵⁵ 王怡蘋，前揭註 21，頁 153，王教授本篇文章僅係於討論人格特徵財產利益「授權」層面上，認為應優先借用著作權法之相關規定與原則，並未論及人格特徵財產利益之歸屬問題層面，特此敘明。

¹⁵⁶ 著作權法第 11 條第 1 項與第 2 項規定「受雇人於職務上完成之著作，以該受雇人為著作人。但契約約定以雇用人為著作人者，從其約定。依前項規定，以受雇人為著作人者，**其著作財產權歸雇用人享有**。但契約約定其著作財產權歸受雇人享有者，從其約定。」

¹⁵⁷ 著作權法第 12 條規定「出資聘請他人完成之著作，除前條情形外，以該受聘人為著作人。但契約約定以出資人為著作人者，從其約定。依前項規定，以受聘人為著作人者，**其著作財產**

於雙方間之「僱傭」抑或「出資約定」關係成為人格特徵財產利益之主體，容有疑義。

對此，本文認為前開規定於人格特徵財產利益應無適用或類推適用之空間。首先，關於該等人格特徵財產利益之擴大與具體化除公司投入一定之資源培養外，尚未成名演藝人員、練習生自身之努力與投入亦佔重要成分，在外在形象建立過程（人格特徵財產利益之擴大與具體化）同時，演藝人員自身也必須面對大眾的檢驗，必須承擔一定程度之輿論與公開檢驗之壓力，故可否謂該等財產利益之深化係完全出自於經紀公司大量資源之投入，已有疑義。此外，由人格特徵財產利益之發生面向觀察，該等人格特徵財產利益本係基於「自我認同與自我決定」而生，自應認於利益發生上，僅歸屬於人格特徵主體本人，與其嗣後基於其自我決定再授權予他人實屬二事，於人格特徵主體仍具權利能力尚無延續保障需求（死後繼承）期間，自不得逕以適用或類推適用等相關規範方式，使該等財產利益歸屬於他人，否則將有違其保護理論基礎之核心。循此，縱使經紀公司投入大量資源，「出資」培養上未出道之演藝人員，在尊重人格特徵主體之「自我認同與自主決定」之下，尚不得以適用或類推適用智慧財產權法相關規範為由，認人格特徵財產利益應歸屬於經紀公司。

然而，不可否認者係，受訓練習生或經紀公司之早期簽約藝人，於演藝發展歷程上，關於其人格特徵財產利益之深化與多元具體實現，多係由人格特徵主體本人交由經紀公司統籌管理規劃與安排，商業實務運作上即係以雙方簽訂「人格特徵授權利用條款」方式為之，我國實務裁判針對該等「授權契約條款」效力範圍之認定趨於保守，似導致經紀公司無以充分管理利用，亦未能達人格特徵主體本人之締約期待，對此問題本文將接續作一完整之回顧與說明。

權依契約約定歸受聘人或出資人享有。未約定著作財產權之歸屬者，其著作財產權歸受聘人享有。」

第二節 人格特徵財產利益之授權



關於人格特徵（肖像、姓名、聲言語言等）財產利益之利用，乃娛樂產業界中日常所面臨之課題，其中又以演藝人員與經紀公司間之「經紀合約」抑或是經紀公司、演藝人員自身與廠商間所簽訂之「藝人廣告代言合約」中，具有「授權利用演藝人員之肖像、姓名等人格特徵」等約款最為常見¹⁵⁸。首先本節將簡要介紹上開合約以及該等合約所涉及之授權約款，藉以觀察娛樂產業實務上對於人格特徵財產利益之授權相關運作模式與需求，接續整理我國法院實務上對於此等授權條款所涉及之爭議與法律見解，進一步分析該等見解將對於被授權人之法律地位將造成何等影響，以及對於整體娛樂產業之運作或是演藝人員本身產生何等衝擊。

第一項 常見授權合約與問題說明

第一款 演藝人員經紀合約¹⁵⁹

關於演藝人員經紀合約，係指成立於「演藝人員」與「經紀人或經紀公司」雙方，用於規範彼此權利義務之契約，依其依附程度類型區分，可概略分為專屬與非專屬經紀合約¹⁶⁰；關於經紀合約之具體內容通常包括經紀地域、經紀的演藝事業範圍、經紀公司或經紀人的權利義務事項以及藝人的權利義務事項等，隨

¹⁵⁸ 該等條款之簽訂亦常見於「影視演出合約」以及「演唱會合約」等，惟考量本文所篩選整理之我國實務裁判，所涉及人格特徵財產利益授權之爭議案例，多以「經紀合約」與「廣告代言合約」為大宗，故本文僅以此為主要說明對象。

¹⁵⁹ 此處所稱「演藝人員」即係指從事演藝娛樂事業的表演者，除演員、模特兒、歌手、主持人外，也包含隨著科技發展、社群媒體應運而生的所謂直播主、網紅（influencer）。而所謂經紀人或經紀公司所從事之「經紀」事務，具體實務上包括其為其簽約的旗下藝人提供各式演藝娛樂產業所需要的訓練、規劃、開發，接洽商演活動機會、代為簽約、安派工作行程、向廠商收取活動款項等，關於藝人與經紀公司之互動介紹請參閱，宏鑑法律事務所，陳美玲等（2022），〈藝起讀法律：娛樂產業二三事〉，《FUN 學出版社》，頁 27-28。

¹⁶⁰ 又一般所稱「全經紀」通常是指專屬經紀契約，亦即藝人在經紀期間內為經紀公司的專屬藝人，不得再自行接案或另洽他人為其處理演藝事務，同前註，頁 28。另關於專屬經紀契約之相關內容與定性問題，可參閱，陳書郁（2012），〈藝人專屬經紀契約下經紀人權利義務之研究〉，國立臺灣大學法律學研究所碩士論文，頁 4-34。

具體個案而有所不同，然而其中多存有所謂「允許經紀公司利用演藝人員姓名及肖像等人格特徵」之授權約款（下稱人格特徵授權條款）¹⁶¹。

關於該等條款，實務具體上常見之約定形式略有「授權經紀公司管理其姓名與肖像¹⁶²」、「經紀公司擁有原告肖像使用權¹⁶³」、「肖像權（包括臺灣及世界）全部歸由經紀公司方所有¹⁶⁴」等。其中在「專屬經紀合約」當中，經紀公司時常明文與演藝人員約定「藝人同意在經紀合約期間內，將其肖像權、姓名權獨家授予經紀公司全權代理經紀¹⁶⁵」，以利於經紀公司全權處理關於演藝人員之肖像權、姓名權相關問題，可稱之為專屬授權約款。

第二款 藝人廣告代言合約

所謂藝人廣告代言合約，係指規範關於「藝人」代言之合約，主要係為藉由藝人之良好社會形象或外在形象推廣某特定產品，利用其名氣拉高代言產品或服務之能見度，增加消費者對於代言產品或服務的信賴感，而在藝人有經紀公司之情形下，該等廣告合約的簽約主體通常為「經紀公司」與「廠商」，此外商業實務上，廠商有時也會委託「廣告公司」代為洽覓代言人等事宜，因此亦存在「廣告公司」與「經紀公司」直接簽約之情形¹⁶⁶。關於該等合約之內容，除規範代言期間、地區與代言品牌與範圍外，亦包含「授權利用演藝人員姓名與肖像」之約款¹⁶⁷。

¹⁶¹ 文化部曾於 2022 年 3 月 21 日訂立「文化藝術工作者承攬暨委任契約之指導原則」，其中於附件二、表演藝術經紀契約指導原則暨契約要項第十三點，特別指出契約當事人應確認是否有肖像權之相關約定，如使用文化藝術工作者之姓名、藝名、別名、聲音、文字、影像、照片與各種肖像素材。

¹⁶² 陳美玲等，前揭註 159，頁 29。

¹⁶³ 臺灣臺北地方法院 110 年度訴字第 6051 號民事判決訴訟兩造所簽訂之「演藝經紀事務合約」第二條。

¹⁶⁴ 臺灣臺南地方法院 111 年度重訴字第 184 號民事判決訴訟兩造所簽訂之「基本歌星合約」第三條。然而本案法院認為，基於人格權之一身專屬性，應解釋為經紀公司僅取得製作、使用或公開契約相對人（演藝人員）容貌、長相及身材之權利，肖像權之主體並未變更。

¹⁶⁵ 陳美玲等，註 159，頁 112-113。

¹⁶⁶ 同前註，頁 36-40。

¹⁶⁷ 同前註。

由此可見，於娛樂產業實務運作上，經紀公司與演藝人員簽訂前開「專屬經紀合約」後，多基於其中專屬授權約款，再以經紀公司自身名義與「廠商」或「廣告公司」接洽授權使用旗下演藝人員之姓名、肖像等人格特徵，藉以達成管理使用以及為旗下藝人謀取曝光率與廣告代言工作機會之經紀合約目的。

第三款 問題說明

如前開說明，在**專屬經紀契約**中，演藝人員與經紀公司所簽訂之「人格特徵專屬授權條款」旨在使經紀公司取得該等人格特徵之使用管理收益權限，以利經紀公司為演藝人員謀取相關廣告代言機會，深化培養其人格特徵財產價值。基此，顯見雙方簽訂授權約款之用意除為一單純「消極免責約款」外（即授權人演藝人員不得主張經紀公司係不法使用其人格特徵），更含有「積極維護管理」之意旨，即授權經紀公司積極利用以爭取曝光機會並有效管理維護其人格特徵財產價值。

對此，實務上常見第三人未經授權或逾越授權範圍而不法利用經紀公司旗下藝人人格特徵之案例，關於經紀公司得否基於其與演藝人員簽署「經紀合約」中之「人格特徵授權條款」，作為單獨原告起訴主張排除侵害及請求損害賠償，實有爭議；此外，經紀公司基於上開授權條款取得「演藝人員肖像與姓名權管理權限」後，得否毋須再經演藝人員之同意，以自身名義再授權予「廠商」或「廣告公司」使用旗下藝人之姓名或肖像，同樣值得探討。前開問題均涉及「**專屬授權約款**」效力範圍之釐清，以下將以我國實務見解出發，說明我國實務上對於該等授權約款之效力認定對於被授權人法律地位之影響，接續爬梳我國相關學說以及德國法上之發展，最終予以評析作結。

第二項 實務裁判案例



關於我國實務裁判涉及人格特徵財產利益授權相關爭議，多發生於娛樂產業界，其中尤以「經紀公司」與未經授權（抑或逾越授權範圍）利用其旗下演藝人員人格特徵之「第三人或廠商」間紛爭案例為大宗，於該等案例當中，以起訴之原告作為區分標準，得以分為由「經紀公司單獨起訴」以及由「經紀公司與演藝人員共同起訴」之類型，以下將以二類型出發，整理相關案例及法院見解。

第一款 經紀公司單獨起訴之裁判案例

第一目 臺灣臺北地方法院 97 年度訴字第 3812 號民事判決

於本案例中，係由經紀公司單獨起訴主張，其陳稱被告「原人公司」明知其不具有訴外人許安安（即原告之旗下藝人）之合法授權，竟不法授權許安安之姓名肖像等予另一被告「愛戀金誓有限公司（下稱愛戀公司）」，而愛戀公司亦未確認該授權之合法性，並在未經原告及其簽約藝人即訴外人許安安之同意下，擅自使用訴外人許安安肖像之圖片並附加文字製成之文宣品，用以廣告被告愛戀公司之金飾產品，已侵害訴外人許安安之肖像權，原告經紀公司遂以二者為共同被告，認為二者為共同侵權行為人，應依民法第 184 條及第 185 條規定，負連帶損害賠償責任¹⁶⁸。

對此，法院判決認為肖像權之主體僅專屬於自然人即訴外人許安安本身，並非原告公司所得主張，故僅得由訴外人許安安決定是否以該權利受害為由而訴請賠償，在訴外人許安安自行決定起訴前，不得移轉由原告取得且加以行使，故依

¹⁶⁸ 本案原告更主張原人公司與愛戀公司之負責人應負連帶賠償責任，然與此部分爭議非本文論述重心，故略之。

照民事訴訟法第 249 條第 2 項規定，認依其所訴之事實，在法律上顯無理由，判決駁回。

第二目 臺灣臺北地方法院 100 年度訴字第 1843 號民事判決

本案係由經紀公司單獨起訴主張其與訴外人謝怡芬訂立演藝專屬經紀合約，嗣後與訴外人「華威葛瑞廣告股份有限公司」簽訂合約，約定華威葛瑞廣告公司委請該公司旗下藝人謝怡芬，在合約期間內擔任廣告公司之客戶即被告「國泰世華商業銀行股份有限公司」信用卡產品之廣告年度代言人，詎被告於合約期滿後，仍繼續在其網站與自動櫃員機上使用謝怡芬所拍攝之廣告，以行銷販售商品，除侵害謝怡芬肖像權外，更主張謝怡芬為該公司旗下藝人，肖像權財產利益基於雙方授權約款業已歸屬經紀公司，凡利用謝怡芬肖像為產品代言者均需經紀公司授權，被告逾期利用謝怡芬之肖像為產品代言，獲取代言利益，致該公司可收取之費用減損，該公司自得請求返還。

對此法院判決首先說明，肖像權為人格權之一種，具高度屬人性，不得與權利主體分離單獨轉讓，是謝怡芬之肖像權不得與謝怡芬分離而單獨讓與，並針對原告上開肖像權財產利益主張部分特別說明原告將肖像權劃分為二，一為「肖像權精神（人格）利益部分」，一為「肖像權財產利益部分」，主張分別存在，其中「肖像權財產利益部分」並得經由移轉而與肖像權精神（人格）利益部分歸屬不同權利主體等節，係原告所創設，並無任何法律上、學說上依據。

此外原告與謝怡芬間演藝經紀合約，原告得要求謝怡芬配合履行及授权使用肖像或姓名，並非本於謝怡芬肖像當然發生之權利，易言之，原告所指「肖像權財產利益部分」實為其本於與他人間契約之報酬請求權，性質為契約所生之金錢債權，僅得對契約他方主張，非肖像權，亦非肖像權之一部。

據前開理由，法院最終認為，原告並未取得謝怡芬之肖像權，其所指之「肖像權財產利益部分」性質為契約所生之金錢債權，僅得對契約他方主張，對被告本無報酬請求權得主張，又原告對華威葛瑞廣告公司亦無報酬請求權存在，無受損害之可言，故原告依民法第 184 條第 1 項、第 179 條規定請求主張洵屬無據。

第三目 臺灣宜蘭地方法院 106 年度宜小字第 283 號民事小額判決

本案原告經紀公司單獨起訴主張，被告維康生醫實業有限公司於民國 105 年 3 月間，未經原告同意及原告旗下藝人部落客 Irene 小頭（即訴外人余施盈）之授權，逕擅自非法重製並公開傳輸余施盈之肖像、文章內容及相關照片，並轉引於博客來、Yahoo 超級商城、東森購物等 9 個廣告宣傳通路平台，係不法侵害余施盈授權原告使用之肖像權，並提出授權書一份為證，使原告受有損害，爰依民法第 18 條、第 184 條第 1 項前段規定請求損害賠償。

本案法院判決援引王澤鑑教授見解與智慧財產法院 98 年度民商上字第 10 號民事判決承認姓名權及肖像權除單純具有精神利益之內涵外，尚包含有財產利益之內涵，並接續說明基於人格權之高度屬人性，其不得成為「讓與」之客體，然而基於同一理由，雖得肯認肖像權得「授權」他人使用，使肖像權得為交易客體，具有財產權的性質，然此項使用授權契約之性質，應認僅具有債權之效力，而無物權之效力，亦即，被授權之使用權人僅被授權行使肖像權人的權利，並不因此成為肖像權之主體，而取得任何可以排除或對抗他人或其他被授權人之權利，如無權利者使用權利人之肖像權，僅該權利主體或其繼承人本於繼承地位而為主張侵害之排除，被授權人基於債之相對性，尚不得以僅具債權效力之授權契約，對抗該無權利使用者。

據此本案原告主張被告侵害余施盈授權原告使用之肖像權，固提出授權書一份為證，然基於上開說明，該授權書僅具有債權之效力，亦不得對抗被告而為主

張，又縱余施盈為原告公司之法定代理人，惟訴外人余施盈與原告公司於法律上本屬不同之人格，乃不同之權利主體，原告提起本件訴訟顯非適法，故以民事訴訟法第 249 條第 2 項規定，認為原告之訴，依其所訴之事實，在法律上顯無理由者，法院得不經言詞辯論，逕以判決駁回。

第四目 臺灣高等法院 108 年度上字第 1432 號民事判決

本案原告為訴外人袁惟仁之經紀公司，雙方曾訂立演藝事業合約書，契約約定袁惟仁於合約期限內將其「肖像權獨家授予原告全權代理經紀」，詎被告知悉袁惟仁為伊旗下藝人，竟未經袁惟仁或伊之同意，擅自於其經營之「浪 Live」直播平台刊登袁惟仁之照片，用以宣傳系爭直播平台之商業活動，藉以提升該直播平台之知名度，係故意或過失不法侵害伊對袁惟仁肖像權之使用權，致伊受有未能收取廣告代言酬勞之財產上損害，此外，被告該等行為亦係無法律上之原因，受有提升該直播平台知名度之利益，爰依民法第 184 條第 1 項前段、後段與民法第 179 條規定，主張請求權競合，要求被告賠償或返還利益¹⁶⁹。

本案法院首先指出民法第 184 條第 1 項前段規定之侵權行為，須以「權利」受侵害為成立要件，並不及於權利以外之利益，故觀諸上開經紀合約第 1 條第 4 項後段記載，袁惟仁同意肖像權獨家授予上訴人全權代理經紀等內容，可知原告依系爭合約所取得者乃對於袁惟仁肖像權之使用權，僅係得向袁惟仁主張之請求權而已，則上訴人依民法第 184 條第 1 項前段規定，主張被上訴人成立侵害其對袁惟仁肖像權之使用權之侵權行為，自屬無據。

另原告經紀公司與訴外人袁惟仁間之系爭合約內容為何，既非被告所能與聞及知悉，故亦不得謂其係以故意背於善良風俗之方式，侵害該等使用權。最後關

¹⁶⁹ 本案原告尚主張嗣被告曾於網路媒體發布相關聲明，致伊遭媒體及娛樂業質疑炒作話題，係不法侵害伊之商譽，爰依民法第 195 條第 1 項規定，得請求被上訴人賠償 30 萬元之非財產上損害，及回復商譽之適當處分，然與此處討論較無關聯，故略之。

於原告所主張民法第 179 條不當得利規定，法院認為，縱使本案被告確有未得袁惟仁之同意而為使用其照片之情事，則受有損害者為訴外人袁惟仁，並非依上開專屬經紀合約取得使用權之原告經紀公司，故難認原告因此受有未能收取廣告代言酬勞之損害，是其依民法第 179 條規定，請求被上訴人返還利益，亦無理由。

第二款 經紀公司與藝人共同起訴之裁判案例

第一目 臺灣臺北地方法院 96 年度訴字第 2645 號民事判決

本案為經紀公司與演藝人員擔任共同原告，其共同起訴主張原告演藝人員甲為原告麥瑞傳播有限公司（下稱麥瑞公司）所簽約之藝人，並曾受被告台灣電視事業股份有限公司之邀約，參與被告台灣電視公司所製作之節目錄影，於節目中示範使用製作單位所提供之產品，其中包括被告金生麗水企業股份有限公司之產品，然台灣電視事業股份有限公司受雇人被告丙未經原告伊等之同意，擅自提供該節目錄影中甲之影像及平面照片予被告金生麗水公司，而金生麗水公司即以前開影像及平面照片搭配「甲真情推薦」等廣告字眼，製作為金生麗水公司產品之網頁並刊登於台灣電視公司之網站，被告金生麗水公司無法律上原因受有甲代言之利益，並致使麥瑞公司受有相當於代言費用 5,000,000 元之損害，爰依不當得利之法律關係請求返還¹⁷⁰。

本案法院肯認原告經紀公司之主張，認為被告金生麗水公司未經同意擅自以原告甲作為廣告，故原告麥瑞公司本應得有經紀之利益而未得，此即為原告之損

¹⁷⁰ 本案原告演藝人員甲尚主張該等行為業已侵害其肖像權，致使一般社會大眾誤以為甲為金生麗水公司產品之代言人，一旦該產品有爭議，將損害甲之名聲致甲受有非財產上損害，法院並予以肯認其受有非財產上損害，惟本文討論著重於人格特徵財產利益層面，為免討論失焦，故此部分主張與判決理由略之。

害，被告抗辯原告並未舉證有無喪失代言美妝類品牌廣告商機云云，要屬無據，被告自應將所受廣告利益返還¹⁷¹。

第二目 臺灣臺北地方法院 99 年度重訴字第 708 號民事判決

本案由經紀公司與演藝人員共同起訴，其主張原告經紀公司曾與被告韓貿開發有限公司簽訂「韓貿開發有限公司韓國 ORIKS 全系列的 BB CREAM 產品廣告平面拍攝暨平面代言人合約書」，約定由原告經紀公司所屬藝人即共同原告李蒨蓉擔任該產品之代言人，詎被告未經原告經紀公司同意或授權，擅將原告李蒨蓉之肖像使用於系爭 BB 霜以外之多項商品廣告，而刊載於報紙、雜誌及購物網站等處，循此，原告經紀公司依兩造所簽訂之契約關係主張被告違約，應負債務不履行責任。

法院判決首先認定被告確屬違約使用原告演藝人員之肖像，並說明肖像權與其他人格權不同，肖像之使用，若用於商業上，亦具財產權之性質，得發揮其經濟上之利益與價值，此於知名之影藝人員、運動員尤然。接續說明原告經紀公司基於其與原告演藝人員間之專屬經紀合約，取得演藝人員肖像授權使用，關於該授權使用之相關事宜均須由原告經紀公司獨家為其接洽，演藝人員並須因此支付原告公司經紀報酬，是當演藝人員之肖像權受侵害，除演藝人員本身受有財產損害外，原告經紀公司亦因此受有減少經紀報酬之財產損害，應堪認定，循此，原告經紀公司主張被告韓貿公司應負債務不履行之責部分為有理由¹⁷²。

¹⁷¹ 然而在利益返還之金額認定上，法院衡酌原告藝人廣告活動代言之利益分別為 1 年 5 月又 21 日 100 萬及 2 年 100 萬，有合約書 2 份在卷可佐，再酌以被告金生麗水公司故意擷取原告藝人照片製作廣告之惡性，取其高者以為計算，則 1 年 5 月又 21 日為 100 萬，每日為平均為 1,866 元。而被告網路刊登時間，雙方合意為 14 日，是被告刊登十四日所受利益為 26,144 元，原告麥瑞公司僅得請求被告金生麗水公司返還 26,144 元。

¹⁷² 值得留意者為，本案判決特別在損害計算上有所著墨，其援引王澤鑑教授見解並進一步認為，因肖像權不同於具有形體之物權，當遭他人侵害作為商業上廣告時，受受害人通常難以依差額說具體計算其損害，而肖像權之財產利益，性質上與專利權、商標權、著作權之法律構造近似，而法律特別就專利權等無體財產權設有損害賠償計算之規定（專利法第 85 條第 1 項、商標法第 63 條第 1 項、著作權法第 88 條第 2 項規定），主要係鑑於此等權利易受侵害，難以

第三款 小結



觀察回顧前開數例實務裁判，在經紀公司與演藝人員簽訂「人格特徵授權約款」後，發生第三人不法利用系爭人格特徵，**並由經紀公司單獨擔任原告起訴主張之案例**，我國實務判決結果均屬一致，皆認為經紀公司之主張為無理由¹⁷³，而在理由構成上，有認為基於肖像權、姓名權等人格權主體限於演藝人員本身，故經紀公司並非肖像權主體其起訴顯無理由者¹⁷⁴¹⁷⁵；亦有判決意識到人格特徵財產利益之概念，並認為演藝人員固得授權該等財產利益予經紀公司利用，惟該授權約款僅具「債權效力」，因此不得對抗契約以外之第三人，僅得對契約相對人（即簽約藝人）主張，循此，倘若經紀公司與不法侵害之第三人間不存在契約關係，其自不得對第三人主張排除侵害¹⁷⁶¹⁷⁷，據此，法院駁回經紀公司主張之理由無非有二：一為經紀公司並非肖像權權利主體，故其起訴顯無理由；二為經紀公司不得以系爭授權約款為由，向第三人主張其受有損害。

然而在經紀公司與演藝人員共同起訴之案例，我國實務見解卻轉而全數肯認經紀公司之主張，對於經紀公司此時所受之損害認定為「經紀公司本應得有經紀之利益而未得」以及「受有減少經紀報酬」，即經紀合約以外之第三人，不法使用經紀公司旗下藝人之人格特徵係侵害系爭經紀合約之債權（經紀公司應得之報酬利益），據此解圍經紀公司不具原告適格之疑義，然而不變者係，法院判決同樣將經紀合約中「人格特徵授權條款」解為僅具債權效力。

防範及損害難以證明，此項立法意旨於姓名、肖像等人格特徵遭受侵害時，亦屬存在，故前開關於專利權等所設損害賠償之計算方法，應有類推適用之餘地（參見王澤鑑著《人格權保護的課題與展望（五）--人格權的性質及構造：精神利益與財產利益的保護（下）》，臺灣本土法學雜誌第 107 期第 82-83 頁）。

¹⁷³ 臺灣臺北地方法院民事判決 97 年度訴字第 3812 號、臺灣臺北地方法院 100 年度訴字第 1843 號民事判決、臺灣宜蘭地方法院民事小額判決 106 年度宜小字第 283 號、臺灣臺北地方法院 108 年度訴字第 527 號判決。

¹⁷⁴ 臺灣臺北地方法院 97 年度訴字第 3812 號民事判決。

¹⁷⁵ 臺灣臺北地方法院 100 年度訴字第 1843 號民事判決。

¹⁷⁶ 臺灣宜蘭地方法院民事 106 年度宜小字第 283 號小額判決。

¹⁷⁷ 臺灣高等法院 108 年度上字第 1432 號民事判決

由前開法院裁判案例可知，或係基於人格權一身專屬性之緣由，法院面臨經紀公司單獨起訴之案例類型中，仍存有當事人適格性之疑慮，此外，縱使經紀公司與演藝人員選擇共同起訴主張，以避免前開當事人適格之疑慮，法院對於經紀公司基於人格特徵授權約款所取得之效力範圍仍相當保守，於其主張所受損害層面均不認為與人格特徵財產利益有所關聯，對此得以簡易整理歸納我國法院實務裁判目前對於「人格特徵授權約款」相關問題之基本態度如下¹⁷⁸：

- (一) 姓名權、肖像權與聲音語言權等非人身性人格權，仍受有一身專屬性之限制，不得藉由上開授權條款或其他約定而為讓與，易言之，人格權之主體不得因契約而變更。
- (二) 所謂「人格特徵授權約款」僅具有債權效力，被授權人(即經紀公司)不得以之對抗契約以外之第三人，亦不得基於該條款再為授權。
- (三) 在第三人或廠商不法利用經紀公司旗下藝人之人格特徵時，經紀公司至多僅得依照民法第 184 條第 1 項後段與第 179 條規定主張，且其所受損害係指「應取得之經紀報酬(債權)」而與「人格特徵財產利益」無涉，且於未能舉證第三人或廠商明知雙方存有經紀合約下，經紀公司不得主張排除侵害¹⁷⁹。

¹⁷⁸ 德國法院實務裁判上過網亦曾對於人格特徵財產利益授權相關問題採取與上述我國類似之態度，即同樣認為人格權不得讓與，人格權財產利益授權約款之效力僅為債權效力，然而其於後續相關判決中，意識到若將授權約款僅解為債權效力，將生不足以保護被授權人需求之弊端，循此部分判決曾採取迂迴之方式使被授權人得起獨自提起排除侵害訴訟，於“NENA”案中透過解釋契約之方式，肯認原告得基於契約約定對被告依據不當得利請求返還所得利益（與我國前開共同起訴案例實務見解所採取之方式類同）；另於“Universitätseblem”案中嘗試以意定訴訟擔當人之方式，使被授權人得以對侵權人提起排除侵害訴訟，然而學說批評此種方式均不足以滿足被授權人欲再授權他人利用的規劃，直至 2008 年法蘭克福地方法院判決中，法院認為人格權之財產利益可與權利人分離，由此應可進一步推導出，權利人不僅得就其姓名與肖像與利用人約定，亦得讓與或專屬授權他人，如此方符合時下的交易現況與經濟上的需求，中文詳細整理與介紹，請參閱，王怡蘋，前揭註 21，139-142。

¹⁷⁹ 關於此一經紀公司所受損害認定問題，容後本論文於本章第四節中專題探討之。

第三項 我國學說見解

我學說上對於前開我國實務裁判（一）人格權不得讓與之看法大致均認同而無反對意見，惟針對（二）授權約款之效力，則有存有不同見解，以下分述之。



第一款 債權效力說

王澤鑑教授首先指出¹⁸⁰，人格權上財產利益得否讓與，涉及體現財產價值的人格權（如姓名權、肖像權）是否具有可與人格分離的性質，我國法應採取與德國法上相同見解，認為此項財產利益構成人格權的部分，具有「不可分離性」，惟得授權他人使用其姓名或肖像，僅發生債之關係，不具對抗第三人之效力，但對侵害的第三人得主張侵害他人權益不當得利，蓋被授權人對他人的肖像、姓名的使用享有一定範圍的權益歸屬內容¹⁸¹，原則上與上開我國實務見解所採取態度大致相同。

第二款 類推適用著作權法第 37 條規定

王怡蘋教授則採取不同看法，其指出若認為授權約定僅具債權效力將不足以維護被授權人之權益，即被授權人無法取得排除他人利用以及保障其得以再授權之權益，又若認為授權約定僅具有債權效力，無異強迫被授權人僅得取得「自己利用」之權限，而不得規劃不同的利用模式，此等情形自亦將限縮權利人的授權可能性，從而間接影響其財產利益。最後在我國人格特徵財產利益授權之法制建構建議上，王怡蘋教授認為或可援引著作權之授權性質作為參考之法律依據，主要理由在於著作內容與人格特徵均屬無體物，性質上具有類似性，且著作權權利內容構造上與人格權相仿均兼具有精神利益與財產利益。循此，對於授權他人利

¹⁸⁰ 王澤鑑，前揭註 12，頁 350。

¹⁸¹ 關於此等權益歸屬內容，王澤鑑教授似未特別說明究竟係何等「權益」以及在何等「範圍」內歸屬於被授權人，詳細討論請參閱本章第四節獲利返還機制之檢討。

用其人格特徵之契約，其建議應類推適用著作權法第 37 條第 3 項與第 4 項規定，而在類推適用下，授權契約之效力端視其為專屬授權或是非專屬授權而有不同。

在「專屬授權¹⁸²」情形，被授權人於其被授權範圍內得再授權他人利用，且權利人於授權範圍內不得利用其人格特徵以獲得財產利益，又被授權人亦得以自己名義提起排除侵害、損害賠償等訴訟；而在「非專屬授權¹⁸³」，類推適用著作權法第 37 條第 3 項規定，被授權人僅有利用權限，並無再授權或排除他人利用之權限，因此若欲再授權與他人利用須先徵得權利人之同意，亦無法禁止權利人利用其人格特徵，此外，在受第三人不法擅自利用之情形下，其亦無法以自己之名義提起排除侵害、損害賠償等訴訟。

第四項 本文評析

繼我國最高法院與學說均已承認人格權除原先所具有支精神利益外，同時亦具有財產利益內涵，關於該等財產利益之具體實現上，授權約款之簽訂乃最為常見之方式，關於該等授權約款是否應不區分其類型而一概應基於人格權「一身專屬性」原則，認為不存有物權效力之空間，誠值討論。

首先，關於所謂「一身專屬性」原則之要求，學者指出此乃係繼受十九世紀德國民法的基本思想，而此思想建構在二個理論之上，一為康德哲學，即人格乃在體現人的尊嚴及價值，不得將之物化，而作為交易的客體；二為薩維尼的權利論，其指出人格權係以自己的人格為內容，並無一個可以支配的客體，不同於財產權（尤其是所有權）¹⁸⁴。由此顯見此二思想均主要係針對人格權傳統上所具有之精神利益內涵層面，然而在承認人格權財產利益內涵後，上開一身專屬性之

¹⁸² 此處王怡蘋教授援引謝銘洋教授所著「智慧財產權法」教科書之見解認為，專屬授權係指，授權人在同一授權範圍內，僅得授與一位被授權人利用。

¹⁸³ 同前，非專屬授權係指，授權人就相同授權範圍仍得再授權他人利用。

¹⁸⁴ 王澤鑑，前揭註 12，頁 299-300。

要求得否一概套用，實涉及人格特徵財產利益與傳統人格權精神利益內涵間之關聯，倘若認為兩者間具有交織關聯，並呈現相互影響之關係，一身專屬性原則似仍有一體適用之空間。



承前所述（本論文第三章第二節），有論者認為¹⁸⁵財產利益與精神利益間應具交織關聯，蓋若完全採取毫無關聯的看法，兩者即處於對立分離狀態，即人格特徵財產利益層面將完全適用財產法秩序規範，將可能發生商業化利用有損及人格或尊嚴情事之情狀，而權利人落入無從救濟之窘境，進而發生侵害人性尊嚴情形¹⁸⁶。然而，本文主張，人格權財產利益與精神利益間應具一定可區辨性，而不必然呈現相互影響關係，各自有其不同性質與擔負任務功能，在人格特徵之授權利用上，無論授權約款如何約定，人格權之權利主體亦不因授權約款產生變動，授權內容與範圍上亦僅限人格權財產利益層面，雙方並未亦不得就精神利益層面有所授權合意，倘若發生前述商業化利用損及人格或尊嚴情事，人格權主體仍得依照原先針對人格權精神利益侵害之法制主張救濟（包含民法第 18 條排除侵害、第 184 條侵權行為損害賠償與第 195 條請求非財產上損害）。顯見縱使採取財產利益與精神利益間具區辨性以及各自有其不同性質與擔負任務功能之觀點，仍足以保障授權人之權益，毋庸一概地認為二者間必定呈現相互關聯而為人格權之一體兩面，否則將生一身專屬性必然一體適用之說理上困難。

此外，人格特徵財產利益雖為人格權之權利內涵之一，惟其與人格權權利本身實於一定情形下，具有一定程度之可分離性，例如我國最高法院既承認人格權主體滅亡後，人格權權利本身隨之消滅，然而其財產利益層面卻得以基於繼承

¹⁸⁵ 王怡蘋，前揭註 21，頁 143-152。

¹⁸⁶ 舉例而言，若權利人允許利用人利用其人格特徵於商品廣告行銷，利用人所採取之形式係以醜化嘲諷滑稽甚或是羞辱人格特徵方式作為廣告手法以吸引消費者目光，於雙方契約約定不明之情況下，權利人似無從救濟，蓋此時既已將人格權經濟利益與一般財產權劃上等號，得由利用人完全支配利用，無需考量是否扭曲權利人之形象與意願，參前揭註 21，頁 151-152。

法理單獨存在，並由繼承人繼承之¹⁸⁷。對此，人格特徵主體何以不得基於其「自我認同與自我決定」以及其與被授權人間之「契約自由」，就其人格特徵財產利益層面，約定於授權約款期間內與人格權權利本身分離而移轉由被授權人管理使用收益¹⁸⁸？倘若堅持前開一身專屬性原則必適用於人格權之全部權利內容，包含精神利益與財產利益均不得與人格權主體有所分離，此等原則適用之結果，究竟係有助於人格係為體現人的尊嚴及價值之核心價值體現，抑或反倒壓抑了人格主體之自我認同及發展機會，誠值省思。

綜上所述，在承認人格權財產利益與精神利益間具一定可區辨性，且於一定情形下得以容許其獨立於人格權外有效存在（分離性）下，傳統上針對人格權所具之「一身專屬性」原則，似在承認人格特徵財產利益概念後，對於人格特徵主體基於其「自主決定」以及其與被授權人間「契約自由原則」下所為之「人格特徵財產利益專屬授權約款」存有退讓空間。質言之，至少在人格特徵財產利益之授權情形，應允許當事人得約定在一定時間內，將其人格特徵財產利益之使用與管理權限均移轉交由被授權人，並賦予此等專屬授權內容約定具有物權效力，以充分尊重授權人與被授權人間對於授權人之人格特徵財產利益之規劃與安排，落實雙方契約間所欲達成共創利潤目的¹⁸⁹。

於前揭實務裁判案例當中，雖多有判決業已肯認經紀公司與演藝人員共同擔任起訴原告之主體適格性，惟其仍囿於人格權「一身專屬性」原則，將所有「授權約款」均一概解為債權效力，導致僅能以迂迴地方式賦予經紀公司以民法第

¹⁸⁷ 關於人格特徵財產利益之繼承以及人格特徵財產利益應具可分離性之詳細論證，請參閱本章第三節之專節討論。

¹⁸⁸ 值得再次強調者係，此處之專屬授權對象與標的涉人格權財產利益層面而與精神利益無涉，因此倘若被授權人有不當利用情事而侵害人格特徵主體精神利益內涵，其仍得依照該部分相關規定予以制止及請求非財產上損害賠償。

¹⁸⁹ 至於該等財產利益得否永久完全終局地讓與他人或以簽訂「永久」專屬授權約款，本文初步認為應採取否定見解，蓋所謂「人格特徵財產利益」之授權，係指取得「人格特徵」之使用或至多為管理權限也；倘若係終局讓與抑或永久授權（形同終局讓與）之情形，則實質上取得該人格特徵之永久控制利用權限，等同於一權利主體享有二不同人格主體之人格特徵之情形，乃性質上所不容。相類似見解，請參閱，黃松茂，前揭註 37，頁 209。

179 條規定，即以債權人之地位主張第三人不法享有其本應由其取得之所謂「經紀報酬利益」，此等見解，似漏未考量若經紀公司與演藝人員間當初係特別簽訂「專屬」授權約款，該等約款之授權客體乃為「人格特徵財產利益」，而其內容為於一定期限範圍內移轉由經紀公司代為使用管理，如此約定之目的係在於使經紀公司取得該人格特徵財產利益之管理使用權限，以替演藝人員接洽工作，謀求機會，並使演藝人員專心投入訓練與培訓，藉以達成專屬經紀合約利益最大化，為落實此等契約目的，經紀公司（被授權人）自有為完善管理而獨自主張排除侵害與再為授權之需求。

第三節 人格特徵財產利益之繼承

第一項 我國實務裁判重大發展：白花油案

關於人格特徵財產利益繼承面向之討論，在我國實務裁判上曾有突破性之發展，亦即最高法院曾於 104 年針對白花油案作出指標性判決，其不僅為我國最高法院首次指出人格權內涵除傳統上精神利益外，亦擴及於財產利益，此外，更进一步指明人格權主體死亡，該等財產利益得以由繼承人繼承。本節擬以該判決案例事實出發，整理本案歷審法院判決，說明人格特徵財產利益繼承保護之必要，再藉由本案最高法院判決，提出人格特徵財產利益繼承面向尚待解決之理論建構問題，並嘗試以同樣具有類此問題之「死者精神利益直接保護說」發展作為借鏡，試圖探求釐清人格權財產利益之繼承性理論建構。

第一款 案例事實

本案原告 A、B 共同起訴主張，訴外人顏玉瑩（A 之配偶、B 之父親）生前曾創立「和興白花油」，藥效顯著，以「白花油」品牌公諸於世，並分別於台灣、香港銷售，各以「萬應白花油」、「和興白花油」稱之，為享譽東南亞之「白花

油藥油大王」，故其姓名及肖像使用於商業交易，具有相當財產價值，C 死亡後，該等財產利益依繼承法則應得由合法繼承人共同繼承。嗣後，繼承人之一 C 未經原告及顏玉瑩其他繼承人同意，擅自使用「顏玉瑩」之中文姓名及肖像於其所自行創辦之被告 D 公司以及被告 E 公司作為商業上利用或申請商標¹⁹⁰，原告本於繼承法則，依民法第 18 條、第 19 條、第 184 第 1、2 項、第 195 與第 213 條規定，聲明請求被告 D、E 不得使用系爭姓名肖像作為商標，亦不得使用系爭姓名肖像於其產製之商品以及容器等商品包裝上¹⁹¹。

第二款 下級審法院見解

本件判決所涉法律爭點主要有二¹⁹²，一為姓名、肖像等人格權內涵除具精神利益外，是否亦包涵財產利益；二為，關於人格權一身專屬性之原則，於非人身性人格權如姓名、肖像權等，是否有調整之必要。

有關上開爭點一，乃為本案原告所極力主張，並成為兩造攻防之主要爭點，惟本案一二審法院均未對此爭點進行實質審理¹⁹³，逕就上開另一爭點說明，並作為判決之主要理由，亦即一二審判決¹⁹⁴均認為自然人於死亡時即喪失作為權利義務之主體，依據民法第 1146 條規定，繼承，因被繼承人死亡而開始，而繼承人

¹⁹⁰ 具體使用方式為，於其所自行創辦之白花油國際有限公司所生產「萬應紅花油」、「萬應白花油」產品之包裝盒、容器、仿單上印上「顏玉瑩」之中文姓名及肖像，並委託統一藥品股份有限公司（被告 F）代理銷售，並在其網站上公開展示系爭產品。並以「顏玉瑩」姓名設立顏玉瑩和興化工廠有限公司公司，以該公司名義申請多類商品之商標權登記。

¹⁹¹ 本案原告尚請求另一被告即統一藥品股份有限公司，不得公開展示、販售以系爭姓名肖像作為商標之商品，亦不得使用系爭姓名肖像於其產製之商品包裝，惟不影響此部分之討論，為節省篇幅，故略之。

¹⁹² 本案尚有其他法律上與事實上爭點，包括原告起訴是否具當事人適格、被告 B 是否為訴外人顏玉瑩生前之合法配偶等，惟與本文所欲探討之主題較無關聯，故略之。

¹⁹³ 本案二審法院更直接在判決理由末段提及，其認為此部分爭點應無庸審查，其指出「原告雖主張有學者與外國判決有認為人格特徵之姓名或肖像，成為重要經濟財貨，此人格特徵之財產價值，常在權利主體死亡後，成為濫行商業利用之對象，為保護死者人格特徵免遭受無權商業利用，故使繼承人取得類似死者之法律地位，對無權使用者，主張財產之請求權，始得有效保護死者之人格云云。然上揭見解，除與我國民法規定有違外，亦不為我國實務所採。」否准原告之主張。

¹⁹⁴ 詳參臺灣臺北地方法院 99 年度智字第 25 號判決（本案第一審判決）與智慧財產及商業法院 102 年度民商上字第 5 號判決（本案第二審判決）。

固承受被繼承人財產上之一切非專屬權利與義務，然權利、義務專屬於被繼承人本身者，則非繼承之標的，本案所涉姓名權及肖像權屬人格權範疇，依據民法第 195 條第 2 項規定，人格權既與權利主體有不可分離之密切關係，而具有專屬性與不可讓渡性，非繼承之標的甚明，又該等人格權業已隨權利主體死亡而消滅，因此本案原告以其配偶、子女之身分，爰依民法第 18 條、第 19 條、第 184 條、第 195 條及第 213 條等規定，請求被告不得使用顏玉瑩之中英文姓名、肖像為產品標示或商標等主張，顯屬無據。

第三款 本案最高法院見解

本案最高法院廢棄上開二審法院見解，並指出現今人格權之保護客體，除傳統上體現人之尊嚴與價值之「精神利益」外，尚包含所謂「財產利益」，且具財產權之性質。此外，人格特徵主體死亡後，倘其人格特徵有產生一定之財產利益，該人格特徵使用之權利尚非不得由其繼承人繼承，而無任由第三人無端使用以獲取私利之理。

循此若本案被告使用系爭姓名肖像為商標或商品包裝等，獲取私利之舉，僅獲繼承人其中一人同意，未經顏玉瑩其餘繼承人全體或多數之同意，且其使用方式已妨礙上訴人等其餘繼承人之合法利用，則原告主張被告侵害顏玉瑩人格權及人格特徵所具財產法益之相關權利，依繼承法則，是否毫無足取，非無研求之餘地，據此廢棄發回原審判決¹⁹⁵，然本案最終於更審程序中調解成立¹⁹⁶。

第二項 尚待釐清之問題

關於人格特徵財產利益得否繼承，我國最高法院採取肯定見解，於論證上，其首先說明人格權內涵從傳統精神利益，擴及於財產利益，更認為該等財產利益

¹⁹⁵ 詳參最高法院 104 年度台上字第 1407 號判決。

¹⁹⁶ 智慧財產及商業法院 104 年度民商上更（一）字第 3 號（調解成立）。

雖為人格權內涵，惟仍有適用繼承法則之空間，乃為最高法院對於人格權財產利益作出之指標性判決，已如前述。

然而，上開最高法院判決固然承認人格權財產利益具適用繼承法則空間，惟理論建構上似未見說明，亦即於人格權權利主體死亡後，依據民法第6條規定，人之權利能力始於出生，終於死亡，又基於人格權一身專屬性原則下，此時人格權似應隨權利主體死亡而消滅，若係如此，則於理論上何以說明人格權財產利益，得以脫離人格權權利本身而單獨存在，並由繼承人繼承？此外，姑且不論上開理論建構問題，倘若承認財產利益得以單獨存在並由繼承人繼承，則其是否受有時間或範圍上之限制？亦值釐清。

由此可見，在採取一元論保護模式下，關於人格權財產利益之繼承理論建構上，將面臨傳統人格權同時受有「權利能力」與「一身專屬性」此二原則之限制¹⁹⁷，我國法上同樣面臨此等限制而造成保護理論建構困難者，即為「死者精神利益保護」議題，誠值借鏡。

第三項 死者精神利益保護之借鏡

關於死者精神利益之保護規範模式選擇上，存有所謂「直接保護說」與「間接保護說」，前者係以死者自身人格作為保護之對象；後者則認為對於「死者精神利益」之侵害，得以藉由認為成立對死者遺族虔敬追思感情利益之侵害，間接保護之¹⁹⁸。若採取直接保護說，為解決人格權主體死亡，人格權滅失，惟其死後精神利益具保護之必要所滋生疑義，我國學者認為得參考我國著作權法第18條

¹⁹⁷ 上開「權利能力」與「一身專屬性」原則於人格權適用上之限制，似蘊含人在死亡後關於其人格應無保護之必要，蓋其形體業已消滅，不能再從事任何活動以發展其人格，請參閱，王澤鑑，前揭註12，頁352。

¹⁹⁸ 關於死者精神利益保護之專論研究，請參閱，許景翔（2017），《死者人格與遺族情感保護之研究——以「敬愛追慕感情之法益」具體化為中心》，國立臺灣大學法律研究所碩士論文。

1 項前段，著作權人死亡，關於其著作人格權之保護視為存在之規範意旨¹⁹⁹，亦即，「人格權」與「死者精神法益保護」得為分開，在權利主體死亡後，死者精神利益應予以維持，予以保護²⁰⁰。然而，我國多數實務見解係採取間接保護說之規範模式，亦即認為此時侵害客體並非死者本人之精神利益，而係遺族本人對於故人之「敬虔追慕之情感利益」，並以此為民法第 195 條第 1 項所稱之「其他人格法益」²⁰¹。採取間接保護說之優點，顯而易見，即避開了上述人格權主體死亡，其權利能力消滅，人格權基於一身專屬性原則是否隨之滅失之困難問題。

相對於上開死者人格權精神利益之保護，人格特徵財產利益之繼承，似乎已無採取所謂「間接保護」模式避開理論建構困難之空間與必要，蓋其本身既具財產價值，自應有適用繼承法理之討論空間，毋須疊床架屋再尋求創設「其他人格法益」間接保護之。據此，人格權財產利益之繼承理論建構上，如何與權利能力以及一身專屬性原則調和，相較於人格權精神利益之繼承，更顯急迫與需要。

第四項 人格特徵財產利益之繼承理論建構

第一款 延續保障與一身專屬性之調和

基於我國既有人格權法制，人格權主體死亡後，人格權應俱之滅失，此乃為人格權之傳統性質，其理論基礎在於人格不得物化且並非為一可以支配的客體，故應與財產權有所不同，不得適用繼承法則。在我國最高法院基於我國既有人格權法制，承認人格特徵具一定財產利益並認為該等利益應予以保護，係採取所謂

¹⁹⁹ 著作權法第 18 條第 1 項前段規定「著作人死亡或消滅者，關於其著作人格權之保護，視同生存或存續，任何人不得侵害。」

²⁰⁰ 王澤鑑，前揭註 12，頁 354-355。王澤鑑教授更介紹德國學者為解決此一困難性理論問題，有提出所謂「無主體權利說」、「死後部分權利能力說」以及德國實務上發展出「死者自己人格權繼續作用說（德國聯邦法院見解）」。

²⁰¹ 我國首例以間接方式保護死者人格權之實務判決，可追溯至台北地方法院 96 年度訴字第 2348 號判決（誹蔣案），後續判決並陸續援用之，參閱臺灣高等法院花蓮分院 103 年度上字第 2 號判決、新北地方法院 103 年度訴字第 312 號、臺灣高等法院 106 年度上字第 1236 號判決。

一元論保護模式下，無可迴避之問題即為該等人格特徵財產利益「延續保障」需求與既有之「一身專屬性」原則間之調和。

最高法院於面臨適用傳統人格權「一身專屬性」原則與具備財產價值之利益應具「延續保障需求」調和取捨間，結論上認為人格特徵財產利益得以適用繼承法則，似認為一身專屬性原則，應予以退讓，承認人格特徵財產利益得以繼承，此部分見解應值贊同，蓋人格特徵財產利益，既具備「財產價值」，並為人格特徵主體本人所享有總財產內容之一，亦具備市場上之交易性以及隨時有受侵害利用可能，自具有「延續保障之需求」²⁰²。惟於理論建構上，人格權權利本身既已隨權利主體滅失而消滅，人格特徵財產利益何以得獨立存在，誠值釐清。

第二款 人格特徵財產利益應具可分離性

承前所述，於「死者精神利益」採取直接保護說立場同樣面臨關於人格權主體死亡，人格權滅失，則其保護客體是否一同消滅抑或繼續存在之問題，對此王澤鑑教授認為應得參考著作權法第 18 條 1 項前段規範意旨，即著作權人死亡，關於其著作人格權之保護視為存在。亦即王教授認為，「死者精神利益保護」實與「人格權」得為分離，在權利主體死亡後，死者精神利益應以維持，予以保護²⁰³，某程度上肯定人格權權利本身，與其保護內涵（利益），於權利主體死亡後，有分離之可能與必要。

²⁰² 關於人格特徵財產利益應由繼承人繼承之理由，文獻上有歸類為三項，一為權利人死亡後由其近親享有人格特徵財產利益利用之成果，較其他人得任意利用而獲致經濟利益更為合理；二為權利人死亡後仍應維護其人格完整性，不因廣告等商業利用而減損其聲譽，因此，由其繼承人維護人格特徵財產利益之利用，方能確保不致遭第三人濫用；三為人格權財產利益屬於財產權之一環，因此，亦屬於憲法所保障之範疇，請參閱，Götting, om Right of Privacy zum Right of Publicity: Die Anerkennung eines Immaterialgüterrechts an der eigenen Persönlichkeit im amerikanischen Recht, GRUR Int. 1995, 656, 667.; Ernst-Moll, Das Recht am eigenen Bildnis: vor und vor allem nach dem Tode, GRUR 1996, 558, 563-564.，轉引自，王怡蘋，前揭註 21，頁 163、167。

²⁰³ 王澤鑑，前揭註 12，頁 354-355。

對於上開人格權保護利益得與權利本身分離此部分見解，本文贊同之，惟本文認為於人格特徵財產利益之問題上，毋庸借用上開著作權法規範意旨，蓋於「非人身性人格權（如姓名、肖像與聲音語言權等）」權利主體死亡後，若由利用面向觀察，該等人格特徵財產利益不僅仍具有利用實益（甚至更具實益）²⁰⁴；由受侵害之面向觀察，該等財產利益縱使於人格特徵主體死亡後，亦有隨時遭受侵害之可能。循此，縱使權利主體滅亡，人格權消滅，該等人格特徵財產利益仍「實際」且「獨立」於交易市場上活絡存在，並有隨時受不法利用之可能，自應由繼承人繼承，以充分保障該等財產利益。

第三款 人格特徵財產利益之繼承範圍與限制

第一目 問題說明

承前所述，人格特徵財產利益與人格權應具可分離性並得由繼承人繼承，然而針對繼承範圍之討論上，是否應予以限縮，亦即繼承人除得以取得「排除侵害」之消極防禦（維護）權限外，是否應肯認繼承人得以完全基於繼承人地位，積極利用（行使）該等人格權財產利益，容有疑義²⁰⁵。

第二目 學說見解

對於上開繼承範圍之疑義，有學者指出，縱使認為人格權具財產利益，基於人格特徵與其本人係屬密不可分（屬人性），似不應認得與本人分離而完全歸屬於他人行使，因此得否將人格權財產利益與一般財產權等同視之，範圍上全面由

²⁰⁴ 實際上倘若涉及之人格特徵係為名人之姓名與肖像，該等人格特徵之利用於該人死亡後，反而有擴大利用之跡象，此觀美國巨星 Michael Jackson、貓王等例自明。新聞報導參考，過世仍吸金！他登最賺已故名人榜首狂掃 123 億，自由時報，<https://ent.ltn.com.tw/news/breakingnews/2599120>，最後瀏覽日期：2023/12/04。

²⁰⁵ 相同問題意識，請參閱，王怡蘋，前揭註 65，頁 25。

繼承人繼承之，實有疑義²⁰⁶，惟其後話鋒一轉，接續指出，於權利人死亡之情形具有「特殊性」，亦即權利人死亡後即無以維護其人格權，據此，其他人的維護即成為必要之方式，最後並援引德國實務與學說見解，認為人格權財產利益既評價上與財產較為接近，應得以借用財產權之保障方式，由繼承人享受該等利益，惟顧及人格特徵財產利益之人身關聯性質，部分情形應予以限制，即應以被繼承人之意願或可得推知意願為準，以此作為繼承範圍上之限制²⁰⁷。

第三目 本文評析

基於維護人格特徵財產利益之妥善延續保障需求以及繼承法理²⁰⁸，似不應恣意將繼承範圍僅限縮於「消極除侵害面向」，繼承人應仍針得對其所取得人格特徵財產利益予以積極利用。然而，不可否認者係，繼承人所取得者實際上乃「他人」人格特徵財產利益之管理利用權限，此時，該等「積極利用」內容上，是否應與原人格特徵主體本人行使有所不同而有予以調整必要，即屬問題核心。

壹、生前利用

首先於被繼承人生前利用其人格特徵之情形，即關於所謂人格特徵財產利益之積極利用，實務操作與方式上固然存在多元可能，包含專屬、非專屬授權等，縱使在專屬授權之情形得有認定為物權效力之空間，惟仍不得認為該等授權得約定為「永久」「終局」移轉，否則將生人格特徵財產利益永久終局脫離其主體結果，進而造成一人擁有二人格特徵以及違反人格特徵屬人性之疑慮，據此，關於權利人「生前」人格特徵財產利益之「積極利用特性」，在與「一身專屬性」之

²⁰⁶ 同前註，頁 26。

²⁰⁷ 王怡蘋，前揭註 21，頁 168。

²⁰⁸ 錯誤！尚未定義書籤。

調和下，其界限乃止於「不得終局讓與使之脫離利益主體」之約定期限與內容，已如前述²⁰⁹。



貳、死後利用

於人格特徵主體死亡後，基於「屬人性（一身專屬性）」之要求，人格權應隨之消滅，惟基於前述本文所採取「人格特徵財產利益應與人格權權利本身具一定之可分離性」之立場，人格特徵財產利益應有獨立存在並有繼承之可能，且依照民法遺囑篇規定，本應受被繼承人意思限制，已如前述。

惟此時繼承人所取得之人格特徵財產利益，與前開專屬被授權人相同，均係「繼承」而來，非源於其「自身」人格特徵，上開「積極利用特性」之界限，自應於繼承情形同有適用空間，亦即，繼承人不得「終局取得被繼承人之人格特徵財產利益」，否則同樣具有造成一人「永久」「終局」取得擁有二人格特徵並違反人格特徵屬人性之疑慮。

然而，於「授權面向」討論上，被授權人基於權利人生前授權，取得該人格特徵財產利益使用或管理權限，雙方訂有明確地授權契約期間限制；相對於此，於「繼承面向」討論上，倘若權利人（被繼承人）並未於遺囑中載明期間限制，法律上尚未有針對該等期間設有限制規定。循此，學說上有認為，應得借用著作權法第 30 條規定，認為保護期間為自然人死亡後 50 年²¹⁰。

上開借用著作權法規定之見解，有其見地，惟著作權法之所以規定該等保護期間，實係為避免過度保護著作權，反而阻礙國家文化的發展，不達其促進國家文化發展之立法目的，因此對於著作財產權保護的期間加以限制，亦即保護期間

²⁰⁹ 請參閱本章第二節。

²¹⁰ 王怡蘋，前揭註 21，頁 169。

屆滿後，便成為全民共同的文化財產，不再受著作權法保護²¹¹。相對於此，人格特徵財產利益之繼承，之所以就其期間應有所限制，乃係基於「財產法益繼承法理」與「屬人性（一身專屬性）」調和之結果，據此，上開「借用」乃係基於法定安定性之要求，避免於個案認定上有所爭議，惟兩者限制之理由實有不同，往後立法政策上是否應採取相同年限，或可再衡酌，附此敘明。

第四節 人格特徵財產利益之侵害救濟

承前所述，我國法上不論學說抑或實務判決，均已肯認姓名、肖像等人格特徵具有一定財產利益，並將之納入我國既有人格權保護體系，於實務判決上，更承認得以藉由授權與繼承方式具體實現或延續該等財產利益。然而除人格特徵財產利益之承認、具體實現與延續外，倘若無以在人格特徵財產遭受不法侵害時，賦予被害人相對應之有效救濟方式，則前開承認、實現與延續之保障仍屬空談。

第一項 損害賠償責任之檢討

第二款 責任要件問題

就損害賠償責任之成立而言，涉及人格特徵財產利益侵害之案件，無論原告係基於不完全給付之債務不履行責任，或是基於侵權責任而請求損害賠償，在責任要件上應無不同，亦即原告必須「受有損害」；其次，此一損害是因被告方面具有某種「責任原因事實」所致；最後，損害與責任原因事實二者間具有「因果關係」。據此，損害賠償責任之成立，必須同時具備「損害」、「責任原因事實」、「因果關係」等三項要件。一般而言，在認定民事損害賠償責任是否成立時，思考上宜先檢討「損害」是否發生，其次再檢討「責任原因事實」是否存在²¹²。惟

²¹¹ 參見著作權法第 1 條立法目的之規定。

²¹² 陳忠五，前揭註 141，頁 22。

人格特徵財產利益之承認，實對於我國實務發展上，關於民事損害賠償責任法「損害」之概念認定造成衝擊（詳後述），而在「責任原因事實」此一要件上並未有過多爭議。前開「損害」之認定始為問題核心以並為多數判決之主要理由，因而，為說明方便起見，以下擬先說明責任原因事實之相關爭議，再討論受有損害之核心問題。

第一目 責任原因事實

回顧觀察實務裁判涉及人格特徵權益侵害之案例，以侵害行為之角度觀察，大致得以區分為二種侵害行為態樣，一為「行為人未曾取得授權而擅自作商業上利用²¹³」；二為「行為人曾獲授權但逾越範圍或逾期而作商業上利用²¹⁴」，於該等案例事實當中，關於行為人主觀上是否具備故意過失之認定並非困難，然而在「行為不法性」之認定上則滋疑義。以前揭侵害行為人行為態樣均係將系爭人格特徵投入商業利用可知，關於人格特徵財產利益之保護，往往涉及社會經濟活動與市場競爭秩序的維護，在「人格特徵財產利益保護」與「行為人自由」間確實存在衝突，而有調和之需要，而此等界限究竟該如何劃分，正是侵權責任法侵害行為是否具有「不法性」之問題。參酌美國法上討論最為激烈者即為被告得否主張憲法所保障之言論自由，主張其利用系爭人格特徵行為並不具不法性²¹⁵？

對此，關於憲法上言論自由保障範疇固然包含廣義所有表達內心思想之方式，不以言語、寫作為限，行動等所有具有表達或溝通意見之行為皆屬之²¹⁶，然而，並非所有言論均受同等程度之保障，在我國先前大法官釋字第 414 號解釋²¹⁷中，業已指出憲法上關於言論自由之保障，應依言論性質，而有不同之保護範疇及限

²¹³ 本論文所整理之【附表一】編號 6、7、8、11、14、43、45、48、51。

²¹⁴ 本論文所整理之【附表一】編號 1、10、17、21、25、27、29、32、35、40、44、50。

²¹⁵ 目前我國實務上似未見被告此一抗辯，然而在美國法上關於公開權（right of publicity）與言論自由間之討論文獻可謂汗牛充棟，相關文獻整理，請參閱，許炳華，前揭註 38，頁 61-126。

²¹⁶ 林子儀（2002），言論自由導論，李鴻禧（編），台灣憲法之縱剖橫切，頁 103-180

²¹⁷ 本號解釋乃涉及「藥物廣告之商業性言論」。

制之準則，其中非關公意形成、真理發現或信仰表達之「商業言論」尚不能與其他言論自由之保障等量齊觀。此外，涉及「虛偽不實或致產生誤導消費者」之商業性言論，是否仍受保障，實有疑義，此觀先前大法官釋字第 577 號解釋中，提及商品標示受言論自由保障之要件前提，在於「其內容非虛偽不實或不致產生誤導作用者」自明²¹⁸。

回顧觀察前開二種侵害行為態樣，「行為人未曾取得授權而擅自作商業上使用」與「行為人曾獲授權但逾越範圍或逾期而作商業上使用」，二者相同之處在於，行為人均係將他人人格特徵作為「商業」利用。該等商業利用行為固為廣義「言論」之意義範疇，然而該等未經授權抑或逾越授權範疇之使用行為，是否非為「虛偽不實或致產生誤導消費者」之商業性言論而得以受言論自由之保障，業已滋疑義。

此外，縱使肯認該等不法商業利用係屬一值得受保障之商業性言論，承前所述，該等商業性言論保障程度較尚不能與其他高價值言論自由之保障等量齊觀，在與可能涉及憲法上人格權與財產權保護之「人格特徵財產價值保護」衡量下，似難以得出該等商業性言論必然應予優先保護之結論²¹⁹。據此，於我國目前實務案例發展上，被告多屬未經抑或逾越授權範疇之「商業」利用行為，其較難以主張該等利用行為應受憲法上言論自由之保障，而抗辯其行為不具「不法性」²²⁰。

²¹⁸ 該段解釋理由書原文為「憲法第 11 條保障人民有積極表意之自由，及消極不表意之自由，其保障之內容包括主觀意見之表達及客觀事實之陳述。商品標示為提供商品客觀資訊之方式，為商業言論之一種，有助於消費大眾之合理經濟抉擇。是以商品標示如係為促進合法交易活動，其內容又非虛偽不實或不致產生誤導作用者，其所具有資訊提供、意見形成進而自我實現之功能，與其他事務領域之言論並無二致，應屬憲法第十一條言論自由保障之範圍，業經本院釋字第四一四號解釋所肯認。」此外，大法官釋字第 623 號解釋亦重申此等意旨，認為「商業言論所提供之訊息，內容為真實，無誤導性，以合法交易為目的而有助於消費大眾作出經濟上之合理抉擇者，應受憲法言論自由之保障……」

²¹⁹ 然而，倘若被告將該等人格特徵作為「非商業」上利用，而係用於政治、公益等其他場合，是否具相同結論，誠值探討，惟礙於篇幅以及筆者能力，僅能留待後續研究。

²²⁰ 至於被告得否主張其係合法行使涉及人格特徵之相片、影音等之著作財產權，而非不法侵害系爭人格特徵權益，此一問題業已於第三章第三節中論述。



第二目 損害之認定

壹、實務見解：以受有「實際損害為斷」

於本文所搜集整理「涉及人格特徵財產利益侵害」之案例中，早期法院有認定被告行為具備不法性，惟最後駁回原告財產上受有損害之主張者，其判決理由主要係以原告並無受「實際損害」為由，駁回其主張。例如在陳美鳳料理米酒案²²¹當中，本案被告未經原告陳美鳳同意，即擅自將其姓名與肖像使用於「美鳳料理米酒」之外包裝與銷售廣告海報，原告據此主張其人格權受侵害，並分別就其財產上與非財產上損害請求被告予以賠償。對於上開主張，一二審法院均意識原告之人格特徵具一定財產價值，並認定被告並無獲得授權，擅自使用原告姓名及肖像於「美鳳料理米酒」。惟於「損害」之認定上，法院採納被告之抗辯，難認原告因被告該擅自使用姓名肖像行為，進而阻滯其另接受他人廣告合約，是故並無證據證明原告受有財產上之損害。

另如鈴木一郎肖像廣告案²²²，本案原告鈴木一郎先生主張被告創信公司未經其同意而擅自不法使用伊之肖像刊登廣告於「職業棒球」雜誌或公車車廂外於廣告看板上，自屬侵害其肖像權，並主張財產上損害與非財產上損害²²³。本案上級

²²¹ 臺灣臺北地方法院 93 年度訴字第 1820 號判決、臺灣高等法院 94 年度上易字第 616 號判決。本案原告主張「財產上損害」部分原告於第一審敗訴且未上訴，因此於第一審確定，二審審理範圍僅及於「非財產上損害部分」，其意識人格特徵具一定財產價值，並納入「非財產上損害賠償」之計算考量。

原文照引如後「被上訴人於原審請求非財產上損害賠償一百萬元。查被上訴人為全國性知名演藝明星，復為美食節目主持人，具有一定之公眾形象，依社會通念，被上訴人推薦之商品，必有助於商品之銷路，衡量被上訴人之身分、地位、良液公司認經由訴外人林哲億同意，與完全擅自仿冒者之侵害情節程度尚有不同，是認為上訴人良液公司、甲○○應連帶賠償六十萬元為適當（逾此部分之非財產上損害及財產上損害賠償業經原審駁回確定）。」

²²² 臺灣臺北地方法院 94 年度訴字第 6831 號判決、臺灣高等法院 96 年度重上字第 323 號判決、最高法院 97 年度台上字第 1396 號判決。

²²³ 本案原告尚主張排除侵害與回復名譽等救濟方法，為避免此處討論失焦，故略之。

審法院固然認定被告並未取得原告之授權，不法使用原告肖像作為廣告用途，並認為被告前開行為係侵害原告對其肖像是否公開之自主權利。惟其後指出，肖像權如作為商業上使用，非不得重複、多次授權予相同或不同之人使用，故縱使上訴人曾非法使用被上訴人之肖像於廣告上，亦不因此而使被上訴人之肖像權永遠無法再度授權他人使用，本案原告既未舉證證明因本件被告不法使用其肖像事件而有生撤銷其他要約等情事，故其主張其受有 350 萬元之肖像權授權金收益損害，即無可採。本案由原告上訴至最高法院後，最高法院認為，二審法院見解「經核於法」洵無違誤，駁回其上訴²²⁴。

後續實務裁判發展上亦有採取類同看法者，並僅於被害人確實舉證因行為人不法使用其肖像、姓名，導致其喪失「實際存在」生效之締約機會²²⁵情形，始受有「損害」。依據此等「實際損害說」之見解，被害人若欲成功主張其受有損害，需達其確實因行為人不法利用其人格特徵，導致其「喪失具體存在之機會」或「阻滯其授權他人使用人格特徵」程度時，始得認其「受有損害」。

貳、應區別不同層次之「損害」概念

侵權責任之損害分為兩個層次，一為責任成立要件之損害；另一為責任範圍的損害。前者係以「侵害客體」角度觀察，係指「權利或利益」被侵害本身所生之不利益，亦即權利或利益歸屬主體，因責任原因事實的存在而抽象地無法圓滿享有或行使其權利或利益內容；後者則係以「侵害結果」角度觀察，即權利或

²²⁴ 誠值一提者係，本案第一審法院採取相反看法，其肯認肖像權，若用於商業上，亦具財產權之性質，得發揮其經濟上之利益與價值，此於知名之影藝人員、運動員尤然，係肯認肖像權具財產價值，並認為本件被告既未能證明其有權得使用原告之肖像權，則原告主張被告不法侵害其之肖像權應屬有理由，逕就損害賠償範圍上認定原告受有 350 萬元之財產上損害，參見臺灣臺北地方法院 94 年度訴字第 6831 號判決。然而此一見解遭上級審法院廢棄。

²²⁵ 如臺灣高等法院 102 年度上易字第 442 號判決，本案法院肯認原告主張，認為不法利用人逾期使用原告肖像，並以播放未經授權之 VCR 方式進行廣告代言，致原告遭訴外人以違反契約中「不得推薦或代言其他品牌臉部保養品」條款解除契約，受有代言契約收益之財產上損害。

利益歸屬主體，因權利或利益被侵害而具體地蒙受某種財產上或非財產上的不利益²²⁶。

前揭實務見解所採取之「實際損害說」，或係受最高法院判決先例抑或學說見解之影響²²⁷，亦即針對所謂「損害」之概念係指「責任範圍上的損害」而言，換言之，即係以「侵害結果」的角度觀察，倘若侵害結果上不存在所謂「具體的不利益」，即認為並無受有損害。此等見解固有其見地，亦即由被害人角度出發，其所關心者，往往是究竟得請求「多少損害」（責任範圍損害），對於其受有「何種損害」（責任成立上的損害）僅係為獲得損害賠償之前提要件。然而學說上²²⁸業已指出，區別責任成立與責任範圍的損害概念實屬必要，蓋其不僅保留我國法上承認「名義象徵性賠償金」之可能性，更有助於理論認識或法律思維上的功能，在本文所討論之主題即屬一例，倘若法院實務裁判上，區辨責任成立與責任範圍之損害，並於確定責任是否成立的階段，即就「何等權益」受侵害作出認定，人格特徵財產利益（抑或稱人格權的財產利益內涵）之概念在先前所述之「萌芽時期」或即有突破開展之可能，毋庸經歷「保守時期」。據此，在採取區別責任成立與責任範圍的損害概念下，在「損害」有無發生此一責任成立要件上，應檢討者為，究竟係「何人」之「何等權利或利益」被侵害？此一問題實屬人格特徵非法商業利用上之核心問題。

²²⁶ 陳忠五，前揭註 141，頁 29-30。

²²⁷ 我國學說上一般認為，「損害」即指「責任範圍上的損害」而言，請參閱王澤鑑（2012），前揭註 12，頁 532-533；孫森焱（2014），《民法債編總論（下）》，訂正版。台北：自刊，頁 438。實務上，最高法院判決先例亦未明確區別此二種不同層次之損害概念，例如最高法院 64 年度第 6 次民庭庭推總會議決議（會議日期：民國 64 年 11 月 11 日）「物因侵權行為而受損害，請求金錢賠償，其有市價者，應以請求時或起訴時之市價為準。蓋損害賠償之目的在於填補所生之損害，其應回復者，並非「原來狀態」，而係「應有狀態」，應將損害事故發生後之變動狀況考慮在內。故其價格應以加害人應為給付之時為準，被害人請求賠償時，加害人即有給付之義務，算定被害物價格時，應以起訴時之市價為準，被害人於起訴前已曾為請求者，以請求時之市價為準。惟被害人如能證明在請求或起訴前有具體事實，可以獲得較高之交換價格者，應以該較高之價格為準。因被害人如未被侵害，即可獲得該項利益也。」。

²²⁸ 陳忠五，前揭註 141，頁 31-35。



一、人格特徵主體受有權益損害

於不法商業利用他人人格特徵案例類型中，在損害要件之認定上，除有侵害傳統上人格權精神利益之可能外，是否應承認該等行為同樣造成「財產利益層面」之侵害？首先乃涉及損害正當性之問題。詳言之，所謂損害的正當性係指，必須是法律政策上正當的、值得保護的利益始有必要於該利益受侵害時，賦予被害人請求損害賠償的權利²²⁹。承前本論文第一章所述，傳統上關於人格權之保護僅著重於精神利益之保護。在過往時空背景下，難以想像「人格特徵」此等隸屬人格權保護框架下之概念，對於人格權主體而言得以具有財產利益，然而此一財產利益隨時代變遷與社會發展，在「自我認同與自主決定」理論基礎下，應具保護正當性，已於本論文第二章第二節中詳述，循此，此一人格特徵財產利益應係法律政策上正當且值得保護之利益！

對此，我國早期實務裁判固然認定不法商業利用他人人格特徵，係屬侵害姓名、肖像等人格權，然而似仍著重於傳統人格權保護內容，即精神利益，並未直接地肯認「人格特徵財產利益」此一法律政策上正當且值得保護之利益，導致未能在後續賠償範圍中，清楚地就財產上損害作出與此一受侵害之人格特徵財產利益相呼應之判斷，甚而有判決僅能退而求其次地於非財產上損害中衡量該等財產價值²³⁰。

在現今我國最高法院與學說發展既業已擴大發展我國固有人格權法制之權利內涵，即姓名、肖像等人格特徵，對於權利主體而言除具有傳統人格權所保護之精神利益外，亦具一定財產利益，並具有財產權性質。是故於不法商業利用他人人格特徵案例類型中，吾人固然得以泛稱該等行為係屬侵害人格特徵主體之姓

²²⁹ 陳忠五，前揭註 141，頁 158。

²³⁰ 參閱前陳美鳳料理米酒案判決。

名、肖像權等人格權，惟不可忽略者係該等人格特徵對於權利主體而言，同時具有「財產利益」與「精神利益」，財產利益與精神利益間各自有其特性其規範功能²³¹，應視當事人主張及具體個案情形，指明區辨人格特徵主體究竟係受有財產利益、精神利益抑或二等層面均受侵害²³²，始得以在後續損害賠償範圍充分考量此等新興人格權財產利益內內容之特性（詳後述），避免完全落入傳統人格權精神利益被侵害之法律思維模式。

二、專屬被授權人受有權益損害？

基於人格特徵財產利益之積極利用特性，人格特徵主體本人，為具體化實現該等財產利益，授權他人利用管理乃最為常見之方式，又授權利用存有二種態樣，一為專屬授權；二為非專屬授權，對此，我國實務見解均未否認其有效性，惟在效力區辨上，實務判決認為二者效力相同，均僅具「債權效力」，倘若第三人不法商業利用授權人之人格特徵財產利益時，**實務判決基於上開債權效力之見解，認為被授權人所受損害係指「應取得之經紀報酬（債權）」而與「人格特徵財產利益」無涉**，已如前第二節所述。

對於上開見解，本文認為傳統人格權「一身專屬性」原則，於新興人格權財產利益之利用層面適用上，基於「自我認同與決定」之保護理論基礎以及「契約自由」原則下，一身專屬性原則之適用應有退讓空間，即應允許人格特徵主體於一定時間範圍內，得基於其自主意思，單獨將其人格特徵財產利益分離移轉交由被授權人專屬管理使用收益，已如前述。據此，於該等專屬授權期間，倘若第三人不法商業利用系爭人格特徵時，專屬被授權人應係主張其受有「獨立於人格權

²³¹ 精神利益著重於消極防禦保護面向；財產利益除具消極防禦保護面向外，對於權益主體而言亦帶有積極利用之特性，參閱本論文第三章第二節。

²³² 在一般不法商業利用他人人格特徵之情形，固然多同時侵害人格特徵之財產與精神利益，惟仍不排除當事人選擇主張之可能，而在當事人聲明或陳述不明瞭或不完足情形，法院應依民事訴訟法第 199 條規定予以闡明。

外之人格特徵財產利益（下稱獨立人格特徵財產利益）」侵害²³³，而非上開實務見解所稱所謂其應取得之經紀報酬（債權），此一侵害客體之釐清，實將影響後續賠償範圍計算之相關問題。



然而容有疑義者係，此時該等利益既已與人格權權利本身分離，是否產生「權利」與「利益」應差別保護之問題？此外，授權人（即人格特徵主體本人）在專屬授權契約時限內，得否一同或另行主張其權益受有損害？

（一）權利與利益應否差別保護

首先，在人格特徵財產利益與人格權具一定可分離性見解下，人格特徵財產利益脫離權利主體，不論係依照具物權效力之專屬授權契約於一定期限內移轉予被授權人，抑或依照繼承法理，由繼承人繼承並受有時間限制外，均無從否認該等「獨立人格特徵財產利益」尚未發展至成熟地步，第三人從外界難以知悉其存在，不具有所謂典型社會公開性²³⁴。據此，在我國通說採取差別保護說下，限縮侵權責任法對利益之保護程度，亦即倘若認係「利益」受侵害，則僅得依照民法第 184 條第 1 項後段與第 2 項要件上較為嚴格之規定請求損害賠償²³⁵。

然而，對於前開差別保護說之見解，學說上業已有指出，在通說見解下，對於利益之保護顯有不足，應揚棄該等見解，並直接擴張民法第 184 條第 1 項前段「權利」範圍，使其包括「利益」在內，使權利與利益均有「過失責任原則」之適用。其首先指出，權利與利益確實具有一定程度之不同，利益確實不如權利具

²³³ 此時人格特徵主體本人（授權人），應認訴訟之結果，對其具有法律上利害關係，法院得依民事訴訟法第 67 條之 1 規定，將訴訟事件及進行程度以書面通知該第三人。

²³⁴ 相類似見解，王瑋，前揭註 42，頁 120。

²³⁵ 民法第 184 條規定「因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任。故意以背於善良風俗之方法，加損害於他人者亦同。違反保護他人之法律，致生損害於他人者，負賠償責任。但能證明其行為無過失者，不在此限。」通說差別保護說認為，第一項前段所稱「權利」，乃限於絕對權而言，不及於利益。

有「具體特定性」或「預見可能性」，以該等「非典型社會公開性（不確定性）」導出侵權責任特別需要平衡兼顧行為人之「行為自由」此一價值，達到適度合理限制加害人責任之目的實屬正當，惟落實此一需求之方法，並非將一般侵權責任類型化，並區別受侵害客體為權利與利益而適用不同之歸責原理，而應在相同的過失原則下，於實際認定「損害」、「行為不法」、「過失」與「因果關係」等責任成立要件時，參酌權利與利益特性上之不同，作出合理妥適的判斷²³⁶。本文認同此一見解，誠如前開見解所指出者，權利與利益本具相同本質，二者間實具流動關係，在發展穩定成熟並因時代變遷或社會發展需要，逐步獨立成為一種「類型」時，利益即可能由既存法律體系予以承認，賦予特定名稱，搖身一變，成為「權利」。就被授權人所取得之「獨立人格特徵財產利益」而言，在比較法上，即有經歷數百年發展，將之昇華提升至「權利」者（如美國法上 right of publicity），循此，在行為人規則原理之適用上，應無差別保護之需求，在符合「損害」、「因果關係」、「不法性」、「過失」要件認定上，應認專屬被授權人亦得依照民法第 184 條第 1 項前段規定請求損害賠償。

（二）授權人仍得主張其權益受有損害？

在授權人（人格特徵主體）與被授權人簽訂專屬授權約款後，此時倘若第三人不法商業利用授權人之「人格特徵」，專屬被授權人得以主張其所取得之「獨立人格特徵財產利益」受有損害，已如前述。然而，此時授權人（人格特徵主體）是否仍得單獨抑或與專屬被授權人一同起訴主張其受有侵害，誠有疑義。對此，本文認為此一問題應回歸授權契約約款而定。在最為極端之情形，即倘若授權人（人格特徵主體）於「專屬授權」約款當中，就其人格特徵財產利益之專屬授權並未

²³⁶ 陳忠五（2007），〈論契約責任與侵權責任的保護客體：「權利」與「利益」區別正當性的再反省〉，《臺大法學論叢》，36 卷 3 期，頁 252。

設有任何範圍限制，關於人格特徵財產利益層面，業已於期限內歸屬被授權人管理、使用，循此，授權人所得主張侵害者，僅限於「精神利益」層面²³⁷，此亦呼應本論文前述第二章第二節所採取財產利益與精神利益具一定區辨性之見解²³⁸。

三、非專屬被授權人受有權益損害？

在非專屬授權之情形中，授權人（人格特徵主體）並未將其人格特徵財產利益移轉由被授權人管理，被授權所取得者僅係於一定範圍內之使用利益，此時倘若第三人不法利用系爭人格特徵，則非專屬被授權人得否主張其受有損害？詳言之，在非專屬授權情形，授權人（人格特徵主體）所為之授權僅具債權效力，授權人本身仍保有具財產利益與精神利益之完整人格權內涵，並無發生人格特徵財產利益之權益歸屬變動，據此，此處被授權人究竟受有何等「權利或利益」之侵害，誠有疑義。

詳言之，於人格特徵之利用議題中，相異於有體物，人格特徵之利用上確實具有所謂使用上不互斥性，縱使第三人不法商業利用系爭人格特徵，是否即造成非專屬被授權人基於授權約款所取得之債權受有無從獲得滿足實現之侵害（給付利益之侵害），值得討論。一般情形而言，第三人不法商業利用業經（非專屬）授權予他人之人格特徵，對於非專屬授權人基於授權約款所取得之債權似未生直接性地影響，非專屬授權人仍得依照契約約定使用系爭人格特徵，真正受有直接性影響者為仍保有人格特徵財產利益歸屬之授權人（人格特徵主體）本人，蓋該等不法利用行為將導致其人格特徵於市場上產生負面效益，不論不法利用人係屬正面抑或負面利用系爭人格特徵，該等不法利用均等同向市場宣示此等人格特徵

²³⁷ 此一精神利益層面受侵害之主張，除得以向不法利用第三人主張外，亦得以向不法扭曲、濫用其人格特徵之被授權人主張，然而既係精神利益層面受侵害，法律效果之討論上將會著重於排除侵害與非財產上損害賠償。

²³⁸ 當然訴訟上，若授權人仍單獨起訴主張其人格特徵財產利益受有侵害，程序上，若就授權範圍抑或侵害客體認定有所疑義，法院應妥善運用民事訴訟法第 67 條之 1 規定，通知具法律上利害關係之被授權人參與訴訟，不應逕予駁回訴訟。

得以無償取得利用，不僅可能發生模仿效應，更將影響人格特徵主體在市場上授權談判之地位（現有或潛在被授權人或以市場上存有未經授權之利用降低取得授權之意願抑或作為減價談判籌碼之一）。然而，倘若不法利用人利用系爭人格特徵，將使非專屬授權人基於授權約款所取得之債權受有無從獲得滿足實現之侵害時（如為其商業競爭對手抑或將系爭人格特徵用於同類商品服務代言等情狀），此時即應認非專屬被授權人基於授權約款取得之債權受有損害²³⁹。

第二款 賠償範圍問題

在確定涉及人格特徵財產利益侵害之責任成立要件具備後，接續之重要問題即為，被害人依法得請求賠償多少「損害」，相異於前開責任要件問題所涉損害概念，此處所稱之損害，係指「責任範圍層次上的損害」，而非「責任成立層次上的損害」。

承前所述，於不法商業利用他人人格特徵之案例中，倘若人格特徵主體未與他人訂有專屬授權約款，其乃受有「具備財產利益與精神利益內涵」之人格權侵害，而此處所稱損害非謂該等權益受侵害本身，而是指針對人格特徵主體受有權益侵害後，所衍生出來的各種具體不利益（即賠償範圍）之討論，傳統上關於該等損害之分類方式，得以分為「非財產上損害」與「財產上損害」，以下擬由與傳統上人格權侵害最為相近之非財產上損害出發，接續予以分析檢討。

第一目 非財產上損害

觀察我國實務裁判發展，涉及無權商業利用他人姓名或肖像之行為時，法院多在認定行為人係不法侵害姓名權、肖像權等後，旋即以民法第 195 條第 1 項規

²³⁹ 關於第三人侵害債權相關討論，請參閱，陳忠五（2004），〈第三人侵害債權的侵權責任——問題爭論實益的探討〉，收錄於，《物權與民事法新思維 - 司法院謝在全前副院長七秩祝壽論文集》，頁 351- 394。

定為依據，進入非財產上損害賠償範圍之討論，並在慰撫金量定因素上考量「姓名或肖像之財產價值對於行為人之獲利幫助」²⁴⁰，已如前述。此等見解或係礙於採取「實際損害說」之見解，導致未能在財產上損害中充分考量此等人格特徵之財產價值，故以在慰撫金量定中考量此等因素，間接肯認該等人格特徵財產價值並達成「損害預防」之目的²⁴¹，然而此等見解是否妥適，容有斟酌餘地。

首先，以非財產上損害之功能角度出發，姑且不論非財產上損害賠償除具有「損害填補」功能外，是否另有「損害預防」功能之理論上爭議²⁴²，縱使承認「非財產上損害賠償」具有「損害預防」功能，參酌實務判決，被害人之肖像、姓名等人格特徵財產價值對於行為人獲利之助益，僅為慰撫金眾多量定因素之一，蓋在慰撫金量定因素中，尚包括斟酌兩造雙方資力、社會地位以及侵害情狀等，在眾多因素多方考量下，或有可能降低人格特徵財產價值在量定上之比重，而根本完全無法達成損害預防之功能²⁴³，據此，將人格特徵財產價值納入非財產上損害賠償範圍考量，得否充分反映其財產價值並達成損害預防之效果，實有疑義。

另就非財產上損害賠償之「損害填補」功能而言，主要係指填補精神或肉體之「痛苦損害」而言，換言之，必須有精神或肉體痛苦之存在，始具有填補之必

²⁴⁰ 參閱臺灣高等法院 94 年度上易字第 616 號判決「查被上訴人為全國性知名演藝明星，復為美食節目主持人，具有一定之公眾形象，依社會通念，被上訴人推薦之商品，必有助於商品之銷路.....是認為上訴人良液公司、張孟宗應連帶賠償六十萬元為適當」以及臺灣高等法院 96 年度上易字第 873 號民事判決「本院斟酌被上訴人為全國性知名演藝人員，經歷多年艱苦奮鬥，始立足演藝圈，並建立今日正面之公眾形象，依社會通念，其推薦之產品必有助於產品之銷路.....認為被上訴人請求上訴人勝昌公司 應分別與揚易公司、甲○○連帶賠償非財產上之損害 150 萬元，尚屬適當。」

²⁴¹ 相類似看法，請參閱，黃松茂，前揭註 37，頁 181。

²⁴² 陳忠五（2021），〈民事裁判精選〉，《月旦法學雜誌》，312 期，頁 141。

²⁴³ 黃松茂，前揭註 37，頁 181。其舉例，假設廠商甲無權使用藝人乙之肖像從事廣告，而乙過去授權他人使用肖像之報酬約 300 萬，而法院在量定慰撫金時，基於廠商甲之資產僅 500 萬，而僅判予乙 50 萬之慰撫金，如此客觀上甲至少獲利 250 萬，並未達到預防之功能。另外，其說明於陳美鳳料理米酒案中，原告曾與訴外人阿里山公司締結肖像使用之廣告代言契約，肖像使用部分為 150 萬元。嗣後因阿里山公司本身發生經營權爭議，使實際負責人欲將該契約之當事人轉換為良液公司未果，致在酒品外包裝使用原告肖像成為無權使用，原告請求財產上損害 150 萬元，遭法院駁回，最終原告僅獲得非財產上損害 60 萬元，然而 150 萬元相當程度客觀呈現原告肖像在料理米酒廣告此一具體利用之財產價值，若要達到預防功能，至少賠償額應逼近 150 萬元，始能消除無權使用肖像之誘因。

要。在不法商業利用他人人格特徵之案例當中，倘若單純以無權商業利用他人人格特徵即係侵害其人格權為由，直接進入非財產上損害賠償之討論，而未具體審究人格特徵主體是否必定受有此等精神或肉體之「痛苦損害」而具有「填補」之需求，似有違反該等填補功能之餘²⁴⁴。

據此，本文於前開「損害成立要件」認定上即主張，應視具體個案情形以及當事人訴訟上主張，探究不法商業利用行為究竟係侵害人格權內容中何等利益，係精神利益、財產利益抑或二者皆是？基於精神利益與財產利益各自特性及其保護規範功能，倘若涉及精神利益之侵害²⁴⁵，通常即生「精神上痛苦損害」；至於在單純涉及財產利益之侵害而無涉精神利益²⁴⁶時，應無涉及「精神上痛苦損害」²⁴⁷，而應實質探究其所受財產上損害。

第二目 財產上損害

壹、損害的存在及其認定

傳統上針對財產上損害賠償範圍認定，係以比較權益被侵害之前後利益狀態，以決定受有損害之範圍與大小，詳言之，即為比較被害人權益受侵害後之「現存的利益狀態」與假設被害人權益為受侵害時之「應有的利益狀態」，二者間是否存在有落差，若是，其落差即是此處所稱責任範圍「損害」，損害賠償制度的目的即在於填補此一損害²⁴⁸。

²⁴⁴ 黃松茂，前揭註 37，頁 181。

²⁴⁵ 例如將某一推廣戒菸藝人之肖像，用於推銷菸品。

²⁴⁶ 例如將代言某一運動品牌球鞋之籃球明星肖像，用於代言類似款球鞋之廣告。

²⁴⁷ 當然在近來民事法上之演變發展上，關於侵害財產法上之「特殊之物（如寵物、遺體或骨灰）」亦可能例外得請求非財產上損害賠償。然而此處涉及人格特徵財產利益侵害應不具有此等「例外」，蓋此乃人格權精神利益層面之保護與規範功能範疇，倘若認定不法商業利用無涉侵害人格特徵主體之「精神利益」，即毋庸在認定財產利益侵害後之「責任範圍」層次重複考量其是否受有非財產上損害，而有慰撫金填補之需求。

²⁴⁸ 陳忠五，前揭註 141，頁 221。最高法院 64 年度第 6 次民庭庭推總會議（64 年 11 月 11 日）決議「物因侵權行為而受損害，請求金錢賠償，其有市價者，應以請求時或起訴時之市價

就(獨立)人格特徵財產利益受侵害之情形，不論係以「人格特徵主體本人」抑或「專屬被授權人」為基準主體，比較其受有「(獨立)人格特徵財產利益」侵害前後的利益狀態，即侵害後之「現存的利益狀態」與假設其未受侵害前之「應有的利益狀態」，似乎於一般情形，並未有直接明顯地落差²⁴⁹，誠如前揭陳美鳳料理米酒案中法院判決所指明者，倘若原告於損害發生前，並無為利用人格特徵財產價值之計畫，得否謂其受有利益狀態之落差，實有疑義；此外在鈴木一郎肖像廣告案例中，縱使原告主張因被告無權利用系爭人格特徵之行為，導致其與訴外人美津濃公司之肖像授權洽談計劃商案因而中止，然而上級審法院仍然認為其並未存有利益狀態之落差，其理由乃基於人格特徵財產利益之使用不互斥性，認為即使行為人不法利用該等人格特徵，亦不影響該等人格特徵財產利益之另一次使用。

又在演員張瑞竹案²⁵⁰中，原告演員張瑞竹曾與訴外人A公司簽訂代言合約，並約定於該等代言期間，不得到購物台推薦其他同類產品與課程，嗣後原告之肖像等人格特徵遭被告等不法利用於代言其他美容課程產品並展示於電視購物台，並經A公司查獲知悉，隨後A公司即以原告違約為由，解除契約，原告對此即主張被告之前開不法利用行為導致其受有前開受解除契約前預期受有150萬元之代言酬勞，對此法院始認有利益狀態落差存在。

為準。蓋損害賠償之目的在於填補所生之損害，其應回復者，並非『原來狀態』，而係『應有狀態』，應將損害事故發生後之變動狀況考慮在內。故其價格應以加害人應為給付之時為準，被害人請求賠償時，加害人即有給付之義務，算定被害物價格時，應以起訴時之市價為準，被害人於起訴前已曾為請求者，以請求時之市價為準。惟被害人如能證明在請求或起訴前有具體事實，可以獲得較高之交換價格者，應以該較高之價格為準。因被害人如未被侵害，即可獲得該項利益也。」

²⁴⁹ 相類似問題亦發生於「物之使用利益喪失」與「無體財產權受侵害」之情形，詳細說明請參閱，詹森林（1984），〈物之抽象使用利益的損害賠償〉，《臺灣大學法律學研究所碩士論文》；李素華（2021），〈再論智慧財產權侵害之「損害」概念——評最高法院107年度台上字第2359號民事判決〉，《月旦法學雜誌》，317期，頁169-180。

²⁵⁰ 臺灣臺北地方法院101年度訴字第1890號判決、臺灣高等法院102年度上易字第442號判決。

由前開實務見解可知，我國實務上似對於所謂發生侵害前後「利益狀態之落差」採取較為嚴格之認定，在權益歸屬主體「並無利用計劃」或是其他「並不影響其再為利用」之情狀，均認為人格特徵財產利益在第三人不法商業利用侵害下，並無存有「利益狀態」前後之落差，縱使被害人提出其先前之交涉授權協商計劃受中斷（前鈴木一朗案），仍不符合前開標準，須至該計畫業已實現，即實際存有簽訂契約情形，而因不法商業利用行為之介入導致前開契約解除，造成喪失預期利益時（前演員張瑞竹案）結果，始符合利益狀態落差之認定。文獻上有認為²⁵¹，此等利益狀態落差之認定方式，於損害內容為「抽象利益」之喪失時，將略顯不足，蓋抽象利益之財產權價值，是在侵害事實發生後才顯現出來，抑或說至侵害行為發生後才能客觀察覺該財產權價值，從而依前開判準，比較被害人之總財產狀態，未必能看出其侵害事故發生前、後在客觀上有何變化。又如本文第三章第一節所述，人格特徵財產利益實具無體與抽象普遍特性，對此，侵害人格特徵財產利益所生損害內容，除具體有遭訴外人解約喪失預期報酬情事外，大部分情形應係為「抽象利益」之喪失，故前開實務見解針對「利益狀態」落差採取單純差額之嚴格認定方式及理由，實有重新檢視之必要。對於權益歸屬主體而言，不法利用侵害行為之介入，是否果真對其並未產生「現有利益狀態」與「應有利益狀態」之落差？該等落差狀態之衡量是否應單純以量化數額方式認定之？

首先，人格特徵財產利益具有積極利用之特性，尤以「授權利用」最為常見，其中又以「使用上不互斥」為其特色，人格特徵主體本具有選擇是否採取重複授權方式之合法正當權限。前開實務見解固然意識到前開「積極利用特性」以及「使用上不互斥」之概念，惟其基於該等特性，反面推論認為倘若系爭人格特徵於受侵害前並未選擇積極利用之授權規劃，則不生損害；或是縱使具有授權規劃，在

²⁵¹ 葉新民（2020），〈物之使用可能性喪失得定性為財產損害的要件——論最高法院 107 年度台上字第 402 號民事判決所隱含的法之續造〉，《裁判時報》，98 期，2020 年 8 月，頁 35；李素華，前揭註 249，頁 173。

該等計畫未具體實現並受破壞（如遭解除契約）時，對於人格特徵財產利益歸屬主體而言，亦不具利益狀態之落差。

對此，本文認為，人格特徵財產利益之保護理論基礎在於「自我認同與自主決定」²⁵²，即是否及如何投入市場中運用，誠屬人格特徵主體之自我認同與決定，不得以他人之「利用」始反推認財產利益存在，況且，所謂「授權利用」亦僅係具體化該等具「抽象普遍」特性財產利益方式之一²⁵³，不得以此認為若無「授權利益」計劃即不生財產利益之損失。此外，所謂「使用上之不互斥性」，既係源於人格特徵財產利益特色，人格特徵財產利益歸屬主體本有選擇規劃利用形式之自由，決定授權與否、授權予一人、多人甚或廣為重複授權利用，均為其所享有之一「正當合法」權限，吾人不得以該等合法正當之權限自由，反面作為在第三人不法利用時不生損害之推論，否則似將生邏輯上之謬誤。

又在行為人不法商業利用其人格特徵情狀，不論其係正向抑或負面利用，均將導致系爭人格特徵於市場上產生負面效益，蓋此一行為等同宣示得以無償利用該等人格特徵財產利益，並引發模仿效應，實已影響權益歸屬主體之現有及往後授權談判地位，被授權人或潛在交涉對象或以市場上存有未經授權之利用行為流竄，降低其取得授權之意願抑或作為減價談判籌碼之一。據此，對於人格特徵財產利益歸屬主體而言，以該等財產利益狀態之「現有狀態」與「應有狀態」作為比較基準，實受有上開負面效益，導致權益歸屬主體受有利益狀態落差，換言之，其實受有「人格特徵財產利益價值之減損」。該等價值減損之利益狀態落差雖無從以直觀具體量化之方式作呈現（即換算為實際金錢損失），惟仍不得以此斷言人格特徵財產利益歸屬主體未受有「利益狀態之落差」，蓋基於被侵害客體（人

²⁵² 請參見本論文第二章第二節。

²⁵³ 其他具體化實現方式包括註冊商標、股票上市等方式，關於股票上市之成功案例，請參閱，最強兒子養成術！「周杰倫概念股」巨星傳奇上市、「星媽」葉惠美持股 17 億起跳.....4 創始股東背景一次看，今周刊，胡肇芳整理，2023/07/14，<https://www.businesstoday.com.tw/article/category/183009/post/202307140009/>，最後瀏覽日：2023/11/12。

格特徵財產利益)之「抽象普遍特性」,吾人難以想像與期待侵害該等抽象權益所生之損害,得以旋即搖身一變成為可資計算量化之具體損失。



貳、計算方法

在確立上開人格特徵財產利益之損害內容為「財產利益價值減損」後,接續問題即為如何計算該等價值減損之損害?基於人格特徵財產利益之「抽象無體特性」,無從單純地以「金額數字落差」作為衡量,已如前述。循此,探究一合理且適當之計算方法,即為侵害人格特徵財產利益所生損害賠償範圍中,亟待解決之問題。

有實務判決²⁵⁴意識到若單純以傳統上「金錢落差」之方式作為計算標準,在人格特徵財產利益受有侵害之案件中,將有其困境,並進一步援引學者文獻認為,專利法等智慧財產權法律所明訂之損害賠償計算方式得以類推適用於姓名、肖像等人格特徵財產利益受有侵害之案例中,蓋法律之所以就專利權等智慧財產權設此特殊損害計算方式²⁵⁵規定, 主要係鑑於此等權利易受侵害,難以防範及損害難

²⁵⁴ 臺灣臺北地方法院 99 年度重訴字第 708 號民事判決(李蒞蓉案),原文照引如後「……因肖像權不同於具有形體之物權,當遭他人侵害作為商業上廣告時,受侵害人通常難以依差額說具體計算其損害,而肖像權之財產利益,性質上與專利權、商標權、著作權之法律構造近似,當專利權、商標權、著作權遭侵害時,專利法、商標法、著作權法規定相同之損害賠償計算方式,被害人得擇一請求,即:1.依民法第 216 條之規定請求。但被害人不能證明其損害時,得以其行使權利依通常情形可得預期之利益,減除受害後實施同一權利所得之利益,以其差額為所受損害。2.請求侵害人因侵害行為所得之利益。於侵害人不能證明其成本或必要費用時,以其侵害行為所得全部收入,為其所得利益(專利法第 85 條第 1 項、商標法第 63 條第 1 項、著作權法第 88 條第 2 項規定參照)。法律所以就專利權等無體財產權設此規定, 主要係鑑於此等權利易受侵害,難以防範及損害難以證明。此項立法意旨於姓名、肖像等人格特徵遭受侵害時,亦屬存在,前開關於專利權等所設損害賠償之計算方法,應有類推適用之餘地(參見王澤鑑著《人格權保護的課題與展望(五)--人格權的性質及構造:精神利益與財產利益的保護(下)》,臺灣本土法學雜誌第 107 期第 82-83 頁)。」

²⁵⁵ 參見現行專利法第 97 條「依前條請求損害賠償時,得就下列各款擇一計算其損害:一、依民法第二百十六條之規定。但不能提供證據方法以證明其損害時,發明專利權人得就其實施專利權通常所可獲得之利益,減除受害後實施同一專利權所得之利益,以其差額為所受損害。二、依侵害人因侵害行為所得之利益。三、依授權實施該發明專利所得收取之合理權利金為基礎計算損害。」、商標法第 71 條第 1 項「商標權人請求損害賠償時,得就下列各款擇一計算其損害:一、依民法第二百十六條規定。但不能提供證據方法以證明其損害時,商標權人得就其使用註冊商標通常所可獲得之利益,減除受侵害後使用同一商標所得之利益,以其差額為所受

以證明，此項立法意旨於姓名、肖像等人格特徵遭受侵害時，亦屬存在。本文認同此等見解，蓋基於人格特徵財產利益之無體財產與抽象普遍特性，由受侵害之角度觀察，確實與智慧財產權同樣具有權益易受侵害，難以防範之相同情狀；另就其損害內容觀察，亦與智慧財產權受侵害時所生損害內容類同，均係一「抽象利益」之喪失²⁵⁶，故就損害賠償範圍之計算方法上，自有類推適用智慧財產權相關規定之空間，其中又以「合理授權金法」計算方式最廣受法院採用（詳後述）以及便於原告主張²⁵⁷²⁵⁸。

然而值得一提者係，部分實務見解在損害賠償範圍認定上，並未說明其所採取之損害賠償計算方式，而係援引民事訴訟法第 222 條第 2 項規定²⁵⁹，審酌一切情況定其損害數額。如於藝人柯佳嬿案²⁶⁰中，法院於認定被告不法侵害原告之權益後，旋即援引民事訴訟法第 222 條第 2 項規定，認定該肖像權侵害致原告所受財產上損害為 30 萬元。另於藝人小薰案²⁶¹中，法院雖認為如欲使用系爭被害人之肖像於平面廣告上，須另行付費，本案行為人未經其授權而擅自使用，被害人自受有此部分費用之損失²⁶²，然而就該費用損失之計算上，認其所受損害數額證

損害。二、依侵害商標權行為所得之利益；於侵害商標權者不能就其成本或必要費用舉證時，以銷售該項商品全部收入為所得利益。三、就查獲侵害商標權商品之零售單價一千五百倍以下之金額。但所查獲商品超過一千五百件時，以其總價定賠償金額。四、以相當於商標權人授權他人使用所得收取之權利金數額為其損害。」著作權法第 88 條第 2 項「前項損害賠償，被害人得依下列規定擇一請求：一、依民法第二百十六條之規定請求。但被害人不能證明其損害時，得以其行使權利依通常情形可得預期之利益，減除被侵害後行使同一權利所得利益之差額，為其所受損害。二、請求侵害人因侵害行為所得之利益。但侵害人不能證明其成本或必要費用時，以其侵害行為所得之全部收入，為其所得利益。」

²⁵⁶ 李素華，前揭註 249，頁 173。

²⁵⁷ 相類似見解，請參閱，黃松茂，註 37，頁 187-196。

²⁵⁸ 關於無體財產權受侵害相關損害賠償計算方式討論，請參閱，李素華（2013），〈專利權侵害之損害賠償及侵害所得利益法之具體適用：以我國專利法為中心〉，《臺大法學論叢》，42 卷第 4 期，頁 1387-1455。

礙於篇幅與筆者能力本論文不擬就所有損害賠償計算方法予以羅列詳述，僅就人格特徵財產利益受侵害情形，現行實務判決最廣泛運用之「擬制授權金量定」做詳盡之探討。

²⁵⁹ 民事訴訟法第 222 條第 2 項規定「當事人已證明受有損害而不能證明其數額或證明顯有重大困難者，法院應審酌一切情況，依所得心證定其數額。」

²⁶⁰ 臺灣臺北地方法院 109 年度訴字第 1585 號判決。

²⁶¹ 臺灣高等法院 103 年度上易字第 154 號判決。

²⁶² 法院判決就此似認為，被害人受有損害之內容為「事前同意授權侵害人利用其人格特徵而可獲得之利益」，惟該等見解似未考量人格特徵財產利益歸屬主體之授權意願，在人格特徵財

明顯有重大困難，依民事訴訟法第 222 條第 2 項之規定，應審酌一切情況，由法院定其損害數額為 6 萬元。

對於上開見解，應說明者係關於損害賠償金額的計算，固然屬「事實問題」，專屬事實審法院的職權範圍，惟損害賠償金額的「計算方法」，應是「法律問題」，事實審法院自應就損害賠償金額的計算，說明其採取何種計算方法及其理由，否則將構成判決不備理由而當然違背法令²⁶³，因此損害賠償金額的「計算方法」之探求與說明實屬必要，不得以侵害客體具有無體抽象普遍特性，即斷言其損害數額不能或難以證明，逕由法院酌定損害數額，如此一來不僅有判決違背法令之可能，更有使人格特徵財產利益受侵害所生損害賠償範圍認定上淪為恣意之風險。另按民事訴訟法第 222 條第 2 項規定性質上乃屬證明度之降低，而非純屬法官之裁量權，且適用上亦有其要件，即一為當事人已證明受有損害；二為損害數額不能或難以證明²⁶⁴。於人格特徵財產利益受不法商業利用之案件中，倘若被害人業已證明損害，並提出合理、適法且正當之計算方法，且能於適用該等計算方法下確認責任賠償範圍（損害額），於此情形，是否仍認符合該條規定之「損害數額不能或難以證明」要件，而有適用該等規定並由法院酌定之空間，實有疑義²⁶⁵。未查，前開實務見解固然援引民事訴訟法第 222 條第 2 項規定酌定損害額，惟探究其酌定因素，主要仍係以過往授權金作為參考，如藝人小薰案²⁶⁶中，法院即以被害人先前授權肖像等人格特徵予電視廣告影片授權契約對價 12 萬元為基準，認為行為人不法利用之範圍及期間與前開授權契約相似，並輔以剪接所拍攝之電視廣告影片中之單張影像作成平面廣告使用，其肖像使用費用在電視廣告拍

產利益保護基礎在於人格自主與人格發展理論下，得否逕行預設其事前同意授權，並認為其受有該等「損害內容」，似有探求餘地。

²⁶³ 陳忠五，前揭註 141，頁 204，註 122。

²⁶⁴ 詳細說明請參閱許士宦（2010），〈損害數額之酌定〉，《臺大法學論叢》，39 卷 1 期，頁 78-80、陳忠五（2013），〈民事實務導讀〉，《台灣法學雜誌》，227 期，頁 187，其中導讀最高法院 102 年度台上字第 18 號民事判決。

²⁶⁵ 相類似見解，請參閱李素華，前揭註 258，頁 1442。

²⁶⁶ 臺灣高等法院 103 年度上易字第 154 號判決。

攝費用之二分之一以下等為由，認定其損害數額為 6 萬元。另於柯佳嫻案²⁶⁷中，法院判決審酌認定原告之損害金額時，即認為原告所提出與其他廠商間之代言契約，其中授權金（報酬額）之部分仍得作為參考，並採取個別觀察單一廠商之代言費用方式，參酌原告所提各項代言契約之代言期間、代言或授權內容、原告所須配合之工作量繁簡、以及授權轉載之照片、影片數量，與被告不法商業利用行為具體態樣（於粉絲專頁轉載肖像 7 張、於購物網站中轉載肖像 20 張之情形），再審酌被害人工作經歷、於演藝圈之地位等為由，認定被害人所受財產上損害為 30 萬元。循此，前開實務見解形式上固然援引民事訴訟法損害額酌定之規定，惟實質上其仍係採取「合理授權金法」作為計算方式。

關於「合理授權金法」之計算方式，其計算基礎係「假設」當事人會先訂定授權契約，及從客觀因素來推估可能達成協議的權利金數額，藉以發揮填補與預防損害之功能。所謂擬制「合理授權金」，既係一種「擬制」與「假設」之「計算方法」，自毋庸考量被害人與行為人間是否曾經簽訂授權契約、二者間是否可能成立授權契約之協議以及被害人是否具有主觀締約之意願等等²⁶⁸，法院不應以智慧財產權人無法提出授權契約為由，拒絕此等損害額計算方式之主張²⁶⁹。

此外，於個別案例情形中，若系爭人格特徵財產利益曾有授權利用情形，並存有具體權利金數額，該等數額固得以作為「擬制合理權利金法」之判斷要素，然而不得全然比照並以之作為唯一判準，該等數額應僅為一「最低標準」。蓋不法行為人係未經授權協商抑或逾越協商內容，而逕為不法利用，與經合法授權所協商之具體權利金數額，本質上完全不同，若以之作為唯一且主要甚或往下扣減之標準，似將造成不法行為人與合法被授權人付出同一甚或更少之成本，且得以不問人格特徵財產利益歸屬主體之意願，即取得人格特徵財產利益之利用結果。

²⁶⁷ 臺灣臺北地方法院 109 年度訴字第 1585 號判決。

²⁶⁸ 此部分「計算方法」與前開「損害內容」有所不同，請參閱前揭註 262。

²⁶⁹ 李素華（2023），〈智慧財產權侵害之損害計算：「合理權利金法」之概念及適用〉，《當代法律》，19 期，頁 101。

此一結果對於人格特徵財產利益歸屬主體所生損害內容即「財產利益價值減損」此等利益狀態落差，看似有所填補，惟由「損害預防」²⁷⁰角度觀察，前開結論無異於鼓勵更多（潛在）不法行為人毋庸經談判協商取得合法授權，而直接不法利用系爭人格特徵，蓋其不法利用所需付出之成本竟等同甚或少於經由談判協商取得合法授權之情形，變相使其取得較合意被授權人更有利之地位，即不僅享有延後付款之利益、更毋庸負擔交涉談判前後之相關成本，基此，更將可能發生「強迫授權」情形，嚴重違反人格特徵財產利益保護之理論基礎，即「自我認同與自主決定理論」，不問人格財產利益歸屬主體之意願，直接優先強制利用，最終所需支付者僅為同於先前合法經由授權取得者之同一授權金甚或更低數額，循此，於適用「合理授權金法」時，對於「損害填補」與「損害預防」之平衡兼顧，實屬重要，不可不慎。

第二項 獲利返還機制之檢驗

或係因於前開所提及多數實務與學說上對於「損害賠償責任」中，關於「損害」認定以及賠償範圍「計算方法」上較為保守之見解，導致人格特徵財產利益受侵害之被害人於救濟方式選擇上，多有併同尋求現行我國法上關於「不當得利」規範主張，請求行為人「返還利益」者²⁷¹。此外，文獻上亦多有認為「不法管理」同為一保護人格特徵財產利益不受侵害及屬獲利返還的機制²⁷²，以下擬

²⁷⁰ 關於損害賠償責任法制功能上，除具有損害填補功能外，亦具有損害預防之功能，請參閱，王澤鑑（2016），〈損害賠償法〉，初版，頁8。陳忠五（2020），〈重新思考身體健康權—RCA 毒物污染事件引發的疑慮〉，《月旦法學雜誌》，306期，頁6，同樣提及民事責任法具有損害預防與損害填補功能。

²⁷¹ 請參閱：臺灣臺北地方法院 96 年度訴字第 2645 號民事判決（日籍藝人相馬茜與經紀公司共同起訴案）、臺灣高等法院臺中分院 98 年度上字第 273 號民事判決（賽車手林帛亭案）、臺灣高等法院 100 年度上更一字第 51 號民事判決（楊貴媚光泉案）、臺灣臺北地方法院 100 年度訴字第 3611 號民事判決（藝人許維恩案）、臺灣基隆地方法院 106 年度訴字第 112 號民事判決（香港女團成員莊茜佳案）、臺灣臺北地方法院民事判決 106 年度訴字第 3937 號民事判決（網紅奈奈貴婦案）、臺灣基隆地方法院 108 年度訴字第 564 號民事判決（一般民眾肖像遭置放蝦皮賣場案）、臺灣高等法院 110 年度上字第 630 號民事判決（模特兒馬友芯案）。

²⁷² 王澤鑑，前揭註 12，頁 559；黃松茂，前揭註 37，頁 206；王瑋，前揭註 42，頁 220。

分別就此二救濟方法出發，試圖檢討說明，對於人格特徵財產利益歸屬主體而言，該等救濟方法得否充分發揮獲利返還機制功能。



第一款 不當得利

第一目 成立要件問題

於不當得利成立與否層次上，將不當得利類型化，區分為「給付不當得利」與「非給付不當得利」，再依各該不同類型，分別判斷不當得利成立要件是否具備，以及在和人與何人間成立不當得利，已為近年學說與實務之穩健發展趨勢，而該類型化目的之一，即是區分給付與非給付不當得利，兩種類型，分別適用不同的成立要件，相異於「給付不當得利」，因以「給付關係」取代「致他方受有損害」，而僅需判斷一方基於給付「受有利益」、一方受有利益「無法律上原因」此二要件，在「非給付不當得利」類型，則須檢討：一方是否「受有利益」、是否「致他方受有損害」、一方受有利益有無「法律上原因」²⁷³。關於行為人無權對他人姓名、肖像等人格特徵商業化使用之行為，類型上雖不排除先前雙方具有授權利用契約，嗣後該契約無效或不成立情形，惟該等類型於實務裁判案例中甚為少見。相對於此，大部分案例均為逾越抑或無契約關係下擅自使用他人人格特徵情形²⁷⁴，就此應屬「非給付不當得利」類型。從而依前開說明，應依序檢討「受有利益」、是否「致他方受有損害」、一方受有利益有無「法律上原因」之要件。又於逾越抑或無契約關係擅自商業使用他人人格特徵情形，在未能主張言論自由之前提下²⁷⁵，應符合無法律上原因要件並無爭議，為聚焦討論與避免重複論述，以下僅就「受有利益」與是否「致他方受有損害」作說明。

²⁷³ 陳忠五（2021），〈不當得利法上的利益與損害概念－最高法院 109 年度台上字第 1938 號判決（房屋承租人無權占用土地案）簡析〉，《台灣法律人》，3 期，頁 167-178。

²⁷⁴ 參閱本論文所整理之【附表一】。

²⁷⁵ 請參閱前開損害賠償責任一節中關於不法性之說明。



壹、一方受有利益

不當得利制度運作之啟動，以受益人「受有利益」為前提，受益人如未取得或享有任何利益，即毋庸進一步檢討其他要件，據此，思考順序上，應以一方是否受有「利益」為優先，而此「利益」之認定，應採取「個別財產觀察法」，即所謂「利益」，係指依特定財產損益變動原因事實所直接取得的個別具體利益，非謂該原因事實造成受益人整體財產狀況產生增益影響²⁷⁶。在無權擅自商業利用他人人格特徵情形，對於無權利用人而言，其所受利益，均為「人格特徵財產利益商業利用」本身，而非「商業利用他人人格特徵後對無權使用人整體財產所造成的增益」，據此，無論該等商業利用結果為何，對於無權使用人是否帶來帳面上之正面收益，均不影響不當得利法制上關於「受有利益」之認定，無權使用人不得以其商業上虧損抗辯其未受有利益。

對此，觀察我國涉及無權商業利用人格特徵之實務裁判，對於原告所主張之不當得利返還請求權，關於「所受利益」要件判斷上，除有判決似未明確區分不當得利返還請求權成立層次上的「所受利益」與不當得利返還客體層次上的「價額返還」者外²⁷⁷，亦有判決似係採取「總體財產觀察法」，認為行為人所受利益為「所受有之節省費用支出」²⁷⁸，僅有部分判決認為行為人所受利益為「免於付

²⁷⁶ 陳忠五（2021），前揭註 273，頁 171。

²⁷⁷ 參見，臺灣臺北地方法院 106 年度訴字第 3937 號民事判決（網紅貴婦奈奈案），其於判決末段指出「未按不當得利請求權之成立，須以無法律上之原因受有利益，致他人受有損害，該他人始得依不當得利之法律關係向受利益人請求返還其所受利益，此觀諸民法第 179 條之規定甚明。本件原告雖同時依不當得利之法律關係請求被告時尚美人公司返還所受利益，惟其對於被告時尚美人公司因上開行為所受利益為何？數額多少？藉此已招攬多少館主加盟而取得加盟？迄至言詞辯論終結前皆未說明其計算依據並舉證證明之……」。

²⁷⁸ 參見，臺灣臺北地方法院 100 年度訴字第 3611 號民事判決（藝人許維恩案）表示「本件被告於系爭合作契約使用期限屆滿後，於 99 年 2 月 1 日至 100 年 5 月 25 日期間，繼續使用原告之照片於 PAYEASY 網站，且於 99 年 7 月 12 日至 100 年 5 月 17 日期間，將使用原告照片之系爭廣告刊登於 PCHOME 網站等情，為兩造所不爭執，已如前述，被告即受有原應支付予原告使用肖像權費用之不當利益，原告得依不當得利法律關係請求被告返還上揭不當利益……」。

費使用系爭人格特徵」²⁷⁹，惟其以「免於付費」等語冠於「使用人格特特徵」前，相當容易引起誤會，以為其同樣係採取「總體財產觀察法」下「相當於授權金之費用節省」見解，實則其所謂「免於付費使用系爭人格特徵」，應理解為「人格特徵財產利益商業利用」此一利益本身，因其性質不能返還，以相當於付費授權金計算後的「價額償還」（民法第 181 條但書參照）。據此，依照個別財產觀察法，對於無權利用人格特徵之行為人而言，其所受利益乃為「人格特徵財產利益商業利用」本身，採取此等見解，始有助於使不當得利制度的運作，圍繞在個別具體的「利益」，以受益人受有「利益」為起點，進而判斷「何人」因該「利益」受有「損害」²⁸⁰。

貳、致他方受有損害

一、損害的概念

相對於先前損害賠償法上所提及的「損害」，與不當得利成立與否層次上的「損害」概念上有所不同，前者係採取「總體財產觀察法」，以被害人總體財產因權利或利益被侵害所造成的利益狀態落差作為判斷標準，後者則係採取「個別財產觀察法」，亦即相應於「利益」而言，受益人依特定財產損益變動原因事實直接取得個別具體利益的同時，受損人因此所受的「犧牲、負擔或損失」，非指

²⁷⁹參見，臺灣高等法院 100 年度上更一字第 51 號民事判決（楊貴媚光泉案），表示「……被告獲有免於付費以被上訴人肖像製作賣場廣告代言系爭產品之利益……」、臺灣高等法院 110 年度上字第 630 號民事判決（模特兒馬友芯案）表示「被上訴人因而獲有免於付費繼續使用包含上訴人肖像之系爭平面廣告行銷之利益，但已逾越上訴人同意使用其肖像權之範圍，係侵害上訴人之肖像權財產利益歸屬，且被上訴人欠缺保有利益之正當性，上訴人依不當得利規定，請求被上訴人償還自 103 年 3 月 1 日起至 109 年 2 月止未經其同意使用其肖像之客觀交易對價，核屬有據，應予准許。」

²⁸⁰ 陳忠五（2021），前揭註 273，頁 171-172。

該原因事實對於受損人總體財產狀況造成之減損，而此「犧牲、負擔或損失」即屬學理上所謂的「權益歸屬說」²⁸¹。

於無權商業利用人格特徵財產利益案例類型中，受益人受有利益之原因事實為，「利用他人人格特徵於商業上使用」，其所受利益乃「人格特徵財產利益商業利用」本身，而受損人所受損害即係「人格特徵財產利益上關於積極利用權限²⁸²的犧牲、負擔或損失」²⁸³，依據權益歸屬說，受損人是否受有此一損害，應依受益人所受利益的內容，在權益歸屬秩序上是否應歸屬於受損人享有而未歸屬定之。就此，於無權商業利用他人人格特徵財產利益之案例類型中，究竟孰該當此一「受損人」，而得以依照不當得利返還請求權主張？尤其係在存有授權約款之情形，此時人格特徵主體本身（即授權人）於授權後是否仍得依照不當得利請求權主張，抑或僅得由被授權人主張，而專屬抑或非專屬被授權人間是否有所差別，誠值討論，此一問題實涉及「致何人受有損害」之判斷討論。

二、致何人受有損害？

關於「致何人受有損害」之判斷上，同樣係以「權益歸屬說」作為判斷標準，在權益歸屬秩序上，該等權益究竟係歸屬於何人，何人應享有權益內容，在明確界定不當得利返還請求權人上，即屬一重要問題。於無權商業利用人格特徵財產利益案例類型中，受損人所受損害為「人格特徵財產利益上關於積極利用權限的

²⁸¹ 陳忠五（2021），前揭註 273，頁 175-176。關於權益歸屬說之詳細說明，請參見，王澤鑑（2015），《不當得利》，3 版，臺北：自刊，頁 257-290。

²⁸² 該等權限乃源於人格特徵財產利益之積極利用特性，已如前述，請參閱本論文第三章第一節第二項。

²⁸³ 實際上，如前所述，無權商業利用他人人格特徵，無異係向市場上宣示該等人格特徵得以無償使用，不僅違反系爭人格特徵主體之「自主認同與自我決定」，更影響權益歸屬主體現有與往後之授權談判地位，被授權人或潛在交涉對象或以市場上存有未經授權之利用行為流竄，降低其取得授權之意願抑或作為減價談判籌碼之一，著實造成其積極利用權限之犧牲、負擔或損失。

犧牲、負擔或損失」，據此，唯有享有「人格特徵財產利益上關於積極利用權限」者，始得以成為受有該等權限犧牲、負擔或損失之「受損人」。

所謂「積極利用權限」係源於人格特徵財產利益之積極利用特性而來²⁸⁴，其乃一具體化人格特徵財產利益之手段，方法上包括自行利用、授權他人使用、管理規劃等，原則上僅由人格特徵主體本人享有，於一般「非專屬授權」情形，非專屬被授權人所取得者僅為一自行利用方式內容，不僅未能再授權他人使用亦不得就該等人格特徵財產利益有所管理規劃，循此，非專屬授權人顯然不具有該等積極利用權限，自不能成為此一權限犧牲、負擔或損失之「受損人」。

然而於人格特徵主體本人係採取「專屬授權」方式，授權系爭人格特徵財產利益予他人時，在雙方未設有範圍限制之極端情形下，基於本文所採取之物權效力見解²⁸⁵，該等人格特徵財產利益應由專屬被授權人於一定時間享有，而於該等時限內，人格特徵主體本身即短暫喪失該等權限，全權交由專屬被授權人利用管理規劃，此乃基於契約自由下，雙方為達成共創利潤之雙贏理念，而作成之決定，循此，倘若於存有該等「專屬授權約款」下，依據前開權益歸屬說之見解，於授權約款期間內，真正受有「人格特徵財產利益上關於積極利用權限的犧牲、負擔或損失」之受損人，僅為「專屬被授權人」，人格特徵本體本人於該等時限內，不得依照不當得利返還請求權向第三人主張，僅得依其與專屬被授權人間之契約關係對於專屬被授權人有所主張²⁸⁶。

²⁸⁴ 關於人格特徵財產利益之積極利用特性，請參閱本論文第三章第一節第二項。

²⁸⁵ 關於人格特徵財產利益之專屬授權相關討論，請參閱前開第二節。

²⁸⁶ 於臺灣高等法院 100 年度上更一字第 51 號民事判決（楊貴媚光泉案）中，法院似未詳查演藝人員楊貴媚與其經紀公司間之關係具體認定究竟孰人抑或二者同具有「人格特徵財產利益上關於積極利用權限」，逕以楊貴媚為其旗下藝人為由，認為楊貴媚既為昇揚公司所屬藝人，而與昇揚公司共同與被告訂立系爭契約，準此依民法第 271 條規定，認為於不當得利金額計算上，兩者應予以平分，容有未洽。



第二目 返還客體問題

最後於確立前開不當得利返還請求權之成立要件具備後，隨即而來者即為「返還客體」之問題，關於受益人所受「人格特徵財產利益商業利用」此一利益，依其性質應不能返還²⁸⁷，應償還其價額（民法第 181 條但書規定），實務裁判亦有明確指明此一看法者，如臺灣基隆地方法院 108 年度訴字第 564 號民事判決（非名人肖像遭置放蝦皮賣場案）即指出「肖像得以一定對價提供他人使用，具有交易性，故如無法律上原因而使用他人肖像，自構成不當得利，所受利益依其性質不能原物返還，應得以通常須支付之對價計算其應償還之價額，即相當於以合理授權金計算之數額。」

然而，宜注意者係，於受益人所受「人格特徵財產利益商業利用」此一利益，於價額認定上，固然得以所謂「相當於授權金」計算數額，惟該等數額應與過往存在之一般授權契約之權利金約定有所不同，蓋兩者間本質有所不同²⁸⁸，一為受益人「無法律上原因」所取得者；另一則為被授權人基於合法正當之「授權契約」所取得者，自不應將二者劃上等號。換言之，於個別案例情形中，縱使系爭人格特徵財產利益曾有授權利用，並存有具體權利金數額，該等數額固得以作為「相當於授權金」計算方法之判斷要素，然而不得全然比照並以之作為唯一判準，應認該等數額僅為一「最低標準」，蓋不法行為人係未經授權協商抑或逾越協商內容，而逕為不法利用，其所受利益「人格特徵財產利益商業利用」本身，於該等利益「價額」認定上，自與經合法授權所協商之具體權利金數額本質上有所不同而不應全數採納，否則若單純以之作為唯一且主要甚或往下扣減之標準，似將造成侵害人相較於事前取得同意及訂立授權契約之被授權人，處於更有利的狀態

²⁸⁷ 王澤鑑，前揭註 12，頁 552。

²⁸⁸ 相類似問題與討論亦發生於專利權訴訟，請參閱李素華（2019），〈專利侵權訴訟之不當得利請求權與合理權利金〉，《萬國法律》，224 期，頁 85-93。

或享有更優惠之條件，無異鼓勵他人無需事先取得授權即恣意利用他人人格特徵。²⁸⁹據此，關於受益人所受利益既為「人格特徵財產利益商業利用」本身，依其性質無從原物返還，在客觀價額認定上，除以先前存有其他授權約款或市場上一般授權資訊作為判定最低標準外，借助系爭人格特徵權益歸屬主體所屬產業別之公正單位（如公會）意見予以認定似不失為一貼合該等利益客觀價額認定之妥適方式²⁹⁰。

第二款 不法管理

關於不法管理之救濟方式討論上，學者²⁹¹有認為無權將他人姓名、肖像等作為商業化利用時，囿於損害賠償責任法上損害認定、數額計算之困難以及不當得法規範中受損人所請求者僅為相當於通常報酬之授權金價額情形下，應認在故意商業化利用他人特徵時，權利人得依不法管理請求返還所得利益，蓋該等無權利用行為，係為自己利益而不法管理他人事務。

首先應說明者係，不法管理規定之適用前提係以無權利用人主觀上具備「明知」為要件，或係出於此等嚴格前提要件，目前實務上似未出現人格特徵財產利益權益歸屬主體依照不法管理規定請求救濟者。此外，關於不法管理規定成立後之法律效果，係本人仍得享有「因管理所得之利益」，此所謂「因管理所得利益」應係指管理人**因管理行為所獲致之利益**，與不當得利規範上所謂「受有利益」內容應屬不同，此觀民法第 177 條第 2 項增訂理由自明²⁹²，循此，倘若無權利用他

²⁸⁹ 若依照一般合法被授權人所支付之授權金額主要甚至往下扣減之判準，不法行為人與合法被授權人似將付出同一甚或更少之成本，且得以不問人格特徵財產利益歸屬主體之意願，即取得人格特徵財產利益之利用結果。

²⁹⁰ 實務上有原告提出類此看法者，如臺灣高等法院臺中分院 98 年度上字第 273 號民事判決（賽車手林帛亨案）中，原告提出主張應以中華賽車會函文及國外 Repucom 國際公司鑑定書，作為被告中油公司應返還「人格特徵財產利益商業使用」客觀價額之認定，惟法院以逾時提出等理由不予以完全採納。

²⁹¹ 王澤鑑（2012），前揭註 12，頁 557-558。

²⁹² 「因誤信的管理，或幻想的管理而為管理，均不適用無因管理。**另，本人依侵權行為或不當得利之規定請求損害賠償或返還利益，請求之範圍不及於管理人因管理行為所獲致之利益。**」

人人格特徵財產利益作為商業上使用，並未獲得商業上成功，致該等不法利用人並未因「該利用管理行為獲致利益」，此時不法管理規範是否得以完整發揮其嚇阻不法、除去經濟上誘因而減少不法管理發生之制度目的，並與前開「損害認定以及計算上」存有困難之損害賠償責任體系以及僅得請求返還「通常應支付報酬」不當得利制度共築一對於人格權所體現之財產利益作一合理必要之保護，實有疑義。

第五章 結論

關於姓名與肖像等人格特徵之保護，於我國法制上係為人格權保護範疇，惟過往人格權以精神利益為其核心內涵，近來學說及實務將之擴張及於財產利益之保護據以因應人格特徵於現今社會文化發展之變遷，對此，本文首先探究該等人格特徵財產利益之保護理論基礎，並在保護模式採擇上簡要介紹比較法上相關機制，然而本文並未拘泥於保護模式之採擇，而係以質性統計方式整理歸納我國涉及類此爭議之相關裁判案例，並在我國所採取之一元論人格權保護機制趨勢下，開展我國法制上對於人格特徵財產利益保護之研究。

本文指出，人格特徵財產利益實具抽象普遍以及積極利用特性，縱使在採取一元論保護模式下，與同為人格權內涵之精神利益間亦具有一定之可區辨性，各自有其著重特性及規範功能，不應認二者間具有緊密交織關聯。此外，人格特徵財產利益與著作財產權間應予以辨別，二者應屬平行之權益與概念，於法規適用上，亦無存在所謂著作權法為特別法而應為優先適用之問題。

於確立人格特徵財產利益於我國法制上之定位後，本文試圖重新審視人格特徵財產利益之保護架構。在保護主體與利益歸屬上，本文認為不論係自然人（包

為使不法之管理準用適法無因管理之規定，使不法管理所生之利益仍歸諸本人享有，以除去經濟上之誘因而減少不法管理之發生，爰增訂第二項。」

含名人與非名人)或是法人均得以享有該等財產利益，又縱使娛樂產業界中存有所謂早年經紀合約(或是練習生)制度，該等財產利益亦不生歸屬問題，均由人格特徵主體享有之。



然而在人格特徵財產利益之授權討論上，本文以娛樂產業界中最為常見之「經紀合約」與「廣告代言」授權約款出發，並指出，基於授權人之「自我認同與自我決定」以及恪守「契約自由」精神，應允許當事人間就其人格特徵財產利益約定一具有「物權效力」並附有終期之專屬授權約款，我國實務見解堅守傳統人格權上「一身專屬性」原則，而不分類型地一概認定當事人間授權約款均僅具債權效力，造成被授權人於我國法制上之法律地位略嫌薄弱。另於人格特徵財產利益之繼承討論上，本文贊同我國最高法院之肯定見解，惟在理論建構上未見其克服傳統人格權適用權利能力以及一身專屬原則之論證，對此本文擬嘗試提出人格特徵財產利益於一定情形下得與人格權權利本身具可分離性之見解，藉以調和財產利益延續保障與人格權一身專屬性之原則。

最後，在人格特徵財產利益之侵害救濟層面，本文區分損害賠償以及獲利返還機制予以檢驗。在損害賠償責任之討論上，本文指出，我國實務見解並未區辨責任成立以及責任範圍之損害，多有逕以人格特徵財產利益權益主體未受「實際損害」為由，駁回其主張者，對此本文援引學說見解主張應區別不同層次之損害概念，並於賠償範圍之問題層面上，指出人格特徵財產利益遭他人不法商業利用下，關於損害的存在及其確定，並進一步就其計算方法作一說明；另外於獲利返還機制，關於不當得利規範檢驗上，本文指出不法商業利用他人人格特徵財產利益之行為人，係無法律上原因受有「人格特徵財產利益商業利用」此一利益，並應圍繞在此一個別具體之「利益」，進而判斷「何人」因該「利益」受有損害。最後在返還客體上，採行價額認定之方式，固然得以所謂「相當授權金」計算數額，惟該等數額應與過往存在之一般授權契約之權利金約定有所不同，應認該等

數額僅為一「最低標準」，始足以完善保護人格特徵財產利益，避免變相鼓勵潛在不法利用人省略授權談判步驟，逕行不法利用，造成另類「強制授權」之結果。



參考文獻



一、中文部分（依作者姓氏筆畫順序）

（一）專書

1. 王澤鑑（2012），《人格權法：法釋義學、比較法、案例研究》，臺北：自刊。
2. 王澤鑑（2015），《不當得利》，3 版，臺北：自刊。
3. 王澤鑑（2018），《損害賠償》，校正 3 版，臺北：自刊。
4. 林秀雄（2019），《繼承法講義》，8 版，臺北：元照。
5. 許士宦（2019），《民事訴訟法口述講義（上）》，新學林。
6. 謝銘洋（2002），《智慧財產權基本問題研究》，臺北：自刊。
7. 孫森焱（2014），《民法債編總論（下）》，訂正版。台北：自刊。
8. 戴炎輝、戲東雄、戴瑀如（2010），《繼承法》，臺北：三民。

（二）期刊論文

1. 王文宇（2002），〈無名契約定性為典型契約之侷限：從一則工程承攬判決談起〉，《當代法律》，11 期，頁 80-86。
2. 王怡蘋（2018），〈人格權之經濟利益？——從最高法院 104 年度台上字第 1407 號民事判決探討人格權之保護〉，《月旦裁判時報》，74 期，頁 23-30。
3. 王怡蘋（2023），〈人格權經濟利益之法治建構〉，《臺大法學論叢》，52 卷 1 期，頁 131-176。
4. 王澤鑑（2008），〈人格權保護的課題與展望（五）--人格權的性質及構造：精神利益與財產利益的保護（下）〉，《臺灣本土法學雜誌》，107 期，頁 75-87。
5. 林發立（2023），〈從韓國影視音娛樂經紀經驗帶來的產業及法律思考〉，《當代法律》，17 期，頁 164-168。

- 
6. 冉克平（2015），〈肖像權上的財產利益及其救濟〉，《清華法學》，9 冊 4 期，頁 68-81。
 7. 何愛文（1992），〈美國法之個人公開權(Right of Publicity)於我國受保護之可能性〉，《全國律師》，3 卷 12 期，頁 52-60。
 8. 李素華（2013），〈專利權侵害之損害賠償及侵害所得利益法之具體適用：以我國專利法為中心〉，《臺大法學論叢》，42 卷第 4 期，頁 1387-1455。
 9. 李素華（2017），〈智慧財產侵害之「損害發生」與損害賠償法制建構——從智慧財產法院九十七年度民專訴字第四七號民事判決談起〉，《月旦法學雜誌》，263 期，頁 167-191。
 10. 李素華（2019），〈專利侵權訴訟之不當得利請求權與合理權利金〉，《萬國法律》，224 期，頁 85-93。
 11. 李素華（2021），〈再論智慧財產權侵害之「損害」概念——評最高法院 107 年度台上字第 2359 號民事判決〉，《月旦法學雜誌》，317 期，頁 169-180。
 12. 李素華（2023），〈智慧財產權侵害之損害計算：「合理權利金法」之概念及適用〉，《當代法律》，19 期，頁 99-106。
 13. 李智仁（2004），〈人格權經濟利益之保障：個人公開權之探討(Right of Publicity)〉，《法令月刊》，55 卷 11 期，頁 28-41。
 14. 李森堙（2012），〈名人肖像商業使用權之界定：談日本ピンク・レディー事件判決〉，《科技法律透析》，24 卷 10 期，頁 20-24。
 15. 許士宦（2010），〈損害數額之酌定〉，《臺大法學論叢》，39 卷 1 期，頁 71-108。
 16. 許炳華（2022），〈商業利用權與言論自由之調和——以美國法為借鏡〉，《中正財經法學》，25 期，頁 61-126。

- 
17. 陳忠五（2005），〈產前遺傳診斷失誤的損害賠償責任：從「新光醫院唐氏症事件」論我國民事責任法的新課題〉，《臺大法學論叢》，34卷6期，頁107-260。
 18. 陳忠五（2007），〈論契約責任與侵權責任的保護客體：「權利」與「利益」區別正當性的再反省〉，《臺大法學論叢》，36卷3期。
 19. 陳忠五（2012），〈商標權行使與姓名權保護的衝突：最高法院100年度台上字第787號判決評釋〉，《台灣法學雜誌》，201期，頁64-74。
 20. 陳忠五（2013），〈民事實務導讀〉，《台灣法學雜誌》，227期，頁199-208。
 21. 陳忠五（2014），〈再論商標權行使與姓名權保護的衝突：最高法院101年度台上字第1868號判決評釋〉，《台灣法學雜誌》，243期，頁61-72。
 22. 陳忠五（2020），〈重新思考身體健康權—RCA毒物污染事件引發的疑慮〉，《月旦法學雜誌》，306期，頁6-28。
 23. 陳忠五（2021），〈不當得利法上的利益與損害概念—最高法院109年度台上字第1938號判決（房屋承租人無權占用土地案）簡析〉，《台灣法律人》，3期，頁167-178。
 24. 張瑞星；羅承宗（2015），〈華人娛樂法學領域之建構—以動畫遊戲產業及流行音樂產業為例〉，《月旦法學雜誌》，255期，頁58。
 25. 張譯文，〈勞務供給契約之類型與區分標準——以定性的困境為中心〉，《月旦法學雜誌》，314期，2021年7月，頁47-52。
 26. 黃致穎（2016），〈以人格權保護商業形象之探討：從美國法院判決出發〉，《法令月刊》，67卷2期，頁53-80。
 27. 黃詩淳（2014），〈以遺囑處分遺產之方法與區別實益——最高法院九十九年度台上第九一八號民事判決及其他相關實務見解評析〉，《月旦法學雜誌》，225期，245-257。

- 
28. 黃松茂（2023），〈契約定性、請求權基礎與訴訟經濟——從一則最高法院判決出發〉《台灣法律人》，28期，頁46-60。
 29. 廖富田（2023），〈韓國法上演藝人員專屬經紀契約相關法律問題研究（上）〉，《萬國法律》，247期，頁86-106。
 30. 廖富田，〈韓國法上演藝人員專屬經紀契約相關法律問題研究（下）〉，《萬國法律》，248期，頁115-122。
 31. 葉新民（2020），〈物之使用可能性喪失得定性為財產損害的要件——論最高法院107年度台上字第402號民事判決所隱含的法之續造〉，《裁判時報》，98期，2020年8月，頁29-39。
 32. 劉得寬（2008），〈人格權上的「Publicity 權」（公表權）：以日本判例、學說為中心〉，《月旦法學雜誌》，155期，頁115-120。
 33. 劉召成（2014），〈人格商業化利用權的教義學構造〉，《清華法學》8冊3期，頁122。
 34. 謝銘洋（2004），〈從相關案例探討智慧財產權與民法之關係〉，《臺大法學論叢》，33卷2期，頁209。
 35. 謝銘洋（2010），〈從美國法上之商業利用權（Right of Publicity）探討肖像權之財產權化：最高法院九十七年台上字第一三九六號民事判決解析〉，《月旦裁判時報》，4期，頁102-108。

（三）論文專書

1. 劉春堂（2013），〈肖像權侵害之救濟——以精神利益（人格價值）之保護為中心〉，《台灣法學的實踐與創新——陳猷龍教授六秩華誕祝壽論文集（上冊）》
2. 謝銘洋（2002），〈論人格權之經濟利益〉，《智慧財產權基本問題研究》，頁10，臺北：自刊。

（四）學位論文

- 
1. 王瑋（2020），《人格特徵商業利用之研究》，國立臺灣大學法律研究所碩士論文。
 2. 許景翔（2017），《死者人格與遺族情感保護之研究——以「敬愛追慕感情之法益」具體化為中心》，國立臺灣大學法律研究所碩士論文。
 3. 陳可嘉（2010），《美國法上個人公開權之研究》，國立交通大學科技法律研究所碩士論文。
 4. 陳書郁（2012），《藝人專屬經紀契約下經紀人權利義務之研究》，國立臺灣大學法律學研究所碩士論文。
 5. 游璧庄（2006），《形象商品化權之研究》，國立臺北大學法律研究所碩士論文。
 6. 詹森林（1984），《物之抽象使用利益的損害賠償》，臺灣大學法律學研究所碩士論文。
 7. 黃松茂（2008），《人格權之財產性質：以人格特徵之商業利用為中心》，國立臺灣大學法律研究所碩士論文。

二、英文部分

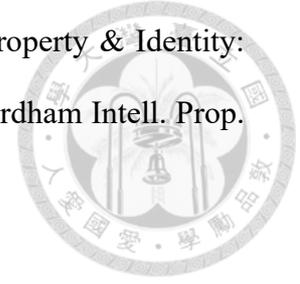
(一) 書籍

1. DAVID TAN, THE COMMERCIAL APPROPRIATION OF FAME: A CULTURAL ANALYSIS OF THE RIGHT OF PUBLICITY AND PASSING OFF , Cambridge University Press, 2017.
2. MCCARTHY, J. THOMAS, THE RIGHTS OF PUBLICITY AND PRIVACY, NEW YORK, 1998.
3. RICHARD A POSNER, ECONOMIC ANALYSIS OF LAW, 3RD EDITION, 1986.

(二) 期刊論文

1. GORDON, WENDY J. (1992), ON OWNING INFORMATION: INTELLECTUAL PROPERTY AND THE RESTITUTIONARY IMPULSE, 78 VIRG. L. REV. 147.
2. Haemmerli, Alice(1999), Whose Who? The Case for Kantian Right of Publicity, 49 DUKE L. J. 383.
3. Nimmer, Melville B.(1954), The Right of Publicity, 19 LAW & CONTEMP. PROBS. 203.
4. Weiler, Fred(1994)., The Right of Publicity Gone Wrong: A Case for Privileged Appropriation of Identity, 13 Cardozo Arts G Entertainment Law Journal
5. Zapparoni, Rosina(2004), Propertising Identity: Understanding the United States Right of Publicity and Its Implications - Some Lessons for Australia 28 Melbourne University Law Review.
6. Madow, Michael(1983), Private Ownership of Public Image: Popluar Culture and Publicity Rights, 81 California Law Review.
7. Treece, James M. (1973), Commercial Exploitation of Names, Likenesses, and Personal Histories, 51 TEX. L. REV. 637.

8. Daniel Gervais and Martin L. Holmes(2014), Fame, Property & Identity: The Purpose and Scope of the Right of Publicity, 25 Fordham Intell. Prop. Media & Ent. L.J. 181.



【附表 1】我國涉及人格特徵財產利益遭不法利用之裁判案例

| 總編號 | 判決字號 | 所涉及之人格特徵 | 原告主張被告不法利用其人格特徵有無理由 | 得否授權、讓與或繼承 | 判賠財產上損害賠償數額 | 判賠非財產上損害賠償數額 |
|-----|----------------------|----------------|--|------------|-------------------|--------------|
| 1 | 臺北地院 91 訴 2476 | 何麗玲 肖像 | O | 非爭點 | 20 萬元 | 30 萬元 |
| 2 | 臺中地院 91 訴 1176 | 非名人肖像與聲音 語言 | X (駁回理由：被告公司基於著作權人之地位，行使專有之公開播送權，並非不法侵害原告之權益) | 非爭點 | - | - |
| 3 | 臺北地院 93 訴 2351 | 連方瑀肖像案 | O | 非爭點 | 原告未主張 | 50 萬元 |
| 4 | 板橋地院 93 智 40 | 皮膚科醫師肖像與姓名 | O | 非爭點 | 原告未主張 | 20 萬元 |
| 5 | 臺北地院 94 訴 1653 | 某模特兒肖像 | O | 非爭點 | 原告未主張 | 8 萬 元 |
| 6 | 高等法院 94 上易 616 | 陳美鳳肖像與姓名 | O | 非爭點 | 0 元 (無損害) | 60 萬元 |
| 7 | 臺北地院 95 訴 4041 | 女星陳柏 渝肖像 | O | 非爭點 | 0 元 (原告並未舉證證明其 | 60 萬元 |

| | | | | | | |
|----|-----------------------|--------------------------------|--|---------------------|--|--------------------------|
| | | | | | 實際財產「損害」之內容，故不予准許) | |
| 8 | 高等法院 96 重上 323 | 鈴木一朗 肖像 | O | 非爭點 | 0 元 (肖像權如作為商業上使用，非不得重複、多次授權予相同或不同之人使用，故其未受「損害」) | 100 萬元 |
| 9 | 花蓮地院 96 訴 200 號 | 曾記麻糬 創辦人曾 水港姓名 及肖像 | X (駁回理由：原告雖取得授權惟該授權僅具債權效力不得對抗契約外第三人即被告) | 允許授權，但僅具有債權效力 | - | - |
| 10 | 臺北地院 96 訴 708 號 | 某藝人姓名及肖像 (本案為經紀公司 + 藝人共同起訴) | O | 允許授權，並未特別說明是否僅具債權效力 | 經紀公司部分依契約關係獲賠違約金 150 萬元 | 原告藝人競合主張侵權行為與不當得利，法院依侵權行 |

| | | | | | | |
|----|------------------|----------------------------------|---|---------------------|------------------------|---|
| | | | | | |  為判決非財產上損害 150萬元 |
| 11 | 臺北地院 96訴2645號 | 日籍藝人相馬茜肖像與姓名 (本案為經紀公司+藝人共同起訴) | O | 允許授權，並未特別說明是否僅具債權效力 | 經紀公司部分依照不當得利規定獲2萬6144元 | 20萬元 (藝人相馬茜受非財產上損害) |
| 12 | 臺北地院 97訴3812 | 許安安姓名與肖像 (本案由許安安之經紀公司單獨起訴) | X (駁回理由：肖像權主體限於本人，經紀公司起訴顯無理由) | 非爭點 | - | - |
| 13 | 高等法院 97年上19 | 前空中美語教師傑夫安德魯洛克肖像 | X (駁回理由：被告行使著作權，自必使用原告之肖像，是被告行使上揭著作權內容包括原告所同意使用之其肖像，為行 | 非爭點 | - | - |

| | | | | | | |
|----|-------------------------|-------------------------------------|--|---|---|--|
| | | | 使其著作權之當然結果。) | | | |
| 14 | 臺北地院 97 訴 6252 | 蔡依林、 關穎等等 四位藝人 肖像 | O | 非爭點 | 原告四人分 別為：7200 元、600 元、450 元、600 元。 | 原告 四人 均 為： 50 萬 元。 |
| 15 | 高雄地法 院 97 訴 2197 | 藝人孟飛 肖像 | O | 非爭點 | 原告未主張 | 30 萬元 |
| 16 | 花蓮地院 97 智 4 | 曾記麻糬 創辦人曾 水港姓名 及肖像 | X (原告所 取得之授 權僅具債 權效力， 不得對抗 被告) | 允許授 權，但 僅具有 債權效 力 | - | - |
| 17 | 高等法院 中分院 98 上 273 | 賽車手林 昺亨肖像 (穿戴中 油衣帽等 出賽) | O | 允許授 權，並 未特別 說明是 否僅具 債權效 力 | 500 萬元 (不當得 利) | 駁回 (此 早期 判決 認法 人並 無侵 權行 為能 力) |
| 18 | 高等法院 雄分院 98 重上 31 | 藥理學博 士穆拉德 肖像、姓 名 | O | 非爭點 | 原告未主張 | 350 萬 |
| 19 | 臺北地院 98 訴 1031 | 「古靈」 筆名 | X (駁回理 由：原告 出版社不 | 非爭點 | - | - |

| | | | | | | |
|----|------------------------|-------------------------------|--|--------------------|---|-----------------------|
| | | | 得主張作者之筆名姓名權) | | | |
| 20 | 臺北地院 99 訴 94 號 | 宋新妮肖像 | O | 非爭點 | 0 元 (法院判決認為原告所主張喪失其他代言活動與被告不法行為不具因果關係) | 50 萬 |
| 21 | 臺北地院 99 重訴 708 號 | 李蒨蓉姓名肖像 (本案為經紀公司 + 藝人共同起訴) | O | 允許授權，並未別說明是否僅具債權效力 | 24 萬 (法院判決經紀公司受有財產上損害並類推適用無體財產權損害賠償計算方式) | 20 萬 (李蒨蓉受有非財產上損害) |
| 22 | 臺南地院 99 南簡 68 | 病患肖像 | O | 非爭點 | 原告未主張 | 15 萬 |
| 23 | 臺北地院 99 北小 1025 | 病患肖像 | O | 非爭點 | 原告未主張 | 8 萬元 |
| 24 | 臺北地院 100 訴 1843 | 自然人謝怡芬肖像 (本案為經紀公司單獨起訴) | X (駁回理由：原告並未取得謝怡芬之肖像權，原告所指之「肖像權經濟利益部分」性質為契約所生之金錢債 | 允許授權，但僅具有債權效力 | - | - |

| | | | | | | |
|----|--------------------------|---------------------------|--------------|--|--|-------|
| | | | 權，僅得對契約他方主張) | | | |
| 25 | 高等法院 100 上更 (一)51 | 楊貴媚肖像 | ○ | 非爭點 | 2 萬 3,667 元 (不當得利) | 40 元 |
| 26 | 高等法院 100 上易 460 | 某中醫師 肖像、姓名 | ○ | 非爭點 | 原告未主張 | 30 萬 |
| 27 | 臺北地院 100 醫 36 | 黃子芸 (藝名： 唐德惠) 肖像 | ○ | 非爭點 | 0 元 (法院認為 原告主張代 言機會喪失 與被告不法 行為不具因 果關係) | 80 萬元 |
| 28 | 臺南地院 臺 100 南 簡 304 | 非名人林 慧婷肖像 | ○ | 非爭點 | 原告並未主 張 | 8 萬 |
| 29 | 臺北地院 100 訴 3611 | 藝人許維 恩姓名與 肖像 | ○ | 非爭點 | 10 萬 1781 元 (不當得 利，法院有 詳細列表計 算) | 20 萬元 |
| 30 | 臺北地院 102 訴 776 | 政治人物 朱康震肖 像 | ○ | 允許授 權，但 並未特 別說明 是否僅 具債權 效力 | 原告未主張 | 20 萬 |
| 31 | 智商法院 102 民著 上易 4 | 非名人肖 像 | ○ | 非爭點 | 原告未主張 | 5 萬元 |

| | | | | | | |
|----|------------------------|----------------------------|---|----------|--|---------------------|
| 32 | 高等法院 102 上易 442 | 演員張瑞 竹肖像 | O | 非爭點 | 52 萬 5 千元 | 5 萬 元 |
| 33 | 臺北地院 103 北小 2571 | 醫療診所 使用病患 術前術後 肖像 | O | 非爭點 | 原告未主張 | 3 萬 元 |
| 34 | 新北地院 103 板簡 507 | 醫療診所 使用病患 術前術後 肖像 | O | 非爭點 | 原告未主張 | 7 萬 元 |
| 35 | 高等法院 103 上易 154 | 藝人張薰 仍（藝 名：小 薰）肖像 | O | 非爭點 | 6 萬 | 30 萬 |
| 36 | 最高法院 104 台上 1407 | 白花油創 辦人 顏玉瑩姓 名、肖像 | - （法律 審） | 允許繼 承 | 發回後調解 成立 | 發回 後調 解成 立 |
| 37 | 臺北地院 104 重訴 959 | 范冰冰肖 像（遭診 所使用） | O | 非爭點 | 未審理 （原告競合 主張侵權行 為與不當得 利，法院依 侵權行為規 定判決非財 產上損害） | 150 萬元 |
| 38 | 高等法院 104 上易 971 | 侯麗芳姓 名肖像 （代言風 水） | X （駁回理 由：法院 認為姓名 及肖像在 代言範圍 內，即附 合為系爭 影帶著作 財產權之 一部分， | 非爭點 | - | - |

| | | | | | | |
|----|-----------------------|---|---|----------------------|---|-------|
| | | | 被告既取得該影帶著作財產權自不侵害原告之姓名與肖像權。) | |  | |
| 39 | 臺北地院 105 訴 2672 | 日籍藝人 野木久美子 後藤龍也 藤原慶子 宮武欣雄 中島さつき 林 惠里子 壁谷俊介 三輪健一 肖像 | X (駁回理由：類推適用權利耗盡原則，即原告既同意 Phiten 公司以渠等肖像作商業使用，本案被告既由 Phiten 公司網頁取得系爭照片，原告自不得就系爭照片再主張有肖像權。) | 非爭點 | - | - |
| 40 | 基隆地院 106 訴 112 | 香港女團 成員莊茜 佳肖像 | O | 非爭點 | 20 萬 | 10 萬 |
| 41 | 高等法院 106 上 401 | 台北醫學 大學謝明 哲教授 (營養博 士) 姓名 與肖像 | O | 允許授權，但並未特別說明是否僅具債權效力 | 原告未主張 | 20 萬元 |

| | | | | | | |
|----|-------------------------|--|---|--|--|----------|
| 42 | 宜蘭地院 106 宜小 字 283 | 部落客 Irene 小頭 肖像 (本案為 經紀公司 單獨起 訴) | X (駁回理 由：經紀 公司雖取 得授權， 惟該授權 僅具債權 效力不得 對抗契約 外第三人 即被告) | 允許， 但僅具 有債權 效力 | - | - |
| 43 | 臺北地院 106 訴 3937 | 網紅奈奈 貴婦肖像 | O | 非爭點 | 10 萬 (不當得 利) | 5 萬 |
| 44 | 高等法院 107 上易 14 | 藝人張本 瑜肖像 | O | 允許授 權，但 並未特 別說明 是否僅 具債權 效力 | 21 萬元 (不當得 利) | 50 萬元 |
| 45 | 基隆地院 108 訴 564 | 一般人肖 像(被放 上蝦皮賣 場) | O | 非爭點 | 5000 元 (原告僅依 照不當得利 請求 2 萬 元) | 3 萬 元 |
| 46 | 臺北地院 108 訴 527 | 袁惟仁姓 名及肖像 (本案為 經紀公司 單獨起 訴) | X (駁回理 由：法院 認為原告 經紀公司 雖取得授 權惟該授 權僅具債 權效力不 得對抗被 告，且著 作權優先 | 允許授 權，但 僅具有 債權效 力 | - | - |

| | | | | | | |
|----|------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|----------------------|--|---------------------------|
| | | | 於肖像權。對此，二審法院維持。) | | | |
| 47 | 臺北地院 109 簡上 333 | 知名部落客 Umie (本名陳冠諭) 術前術後對比肖像 | O | 允許授權，但並未特別說明是否僅具債權效力 | 原告未主張 | 駁回原告請求 (法院採取著作權優先於肖像權之見解) |
| 48 | 臺北地院 109 訴 1585 | 柯佳嬿姓名及肖像 | O | 非爭點 | 30 萬 | 20 萬 |
| 49 | 臺北地院 110 年訴 6728 | 王思佳姓名及肖像 | X (駁回理由：法院認為原告未能舉證證明被告等主觀上之故意或過失) | 非爭點 | - | - |
| 50 | 高等法院 110 上 630 | 模特兒馬友芯肖像 (本案被告為瓦城集團) | O | 非爭點 | 9 萬元 (原告主張返還相當於代言酬金之不當得利 107 萬 1,000 元) | - (本案被告不具備主觀上故意或 |

| | | | | | | |
|----|-------------------|---------------------------|---|-----|--|----------|
| | | | | | | 過失) |
| 51 | 臺中地院 110 小 7 | 網紅許小 芸肖像 | ○ | 非爭點 | 0 元 (法院認為 其肖像不具 一定財產利 益) | 1 萬 元 |
| 52 | 臺北地院 111 訴 799 | 腎臟科醫 師林承勸 姓名及肖 像 | ○ | 非爭點 | 原告未主張 (然而法院 肯認姓名權 具有商業價 值並在慰撫 金考量上斟酌) | 40 萬 |