

美國賽事實況轉播的法律分析

魏培元*

壹、前言

職業運動產業最核心、最能賺錢的業務其實是其無形商品，也就是能讓球迷能接觸、觀察、持續關注賽事與球員，並引起激情、快感、自豪感、歸屬感、情感，以及族群感。美國的職業運動產業在最近這30年來因產業的多元性及電視傳播媒體科技迅速的發展，致使娛樂產業可觸及的觀眾人數有爆炸性的成長。此產業的收入來源激增之原因，主要包括媒體轉播權、商標使用權、球隊標誌之授權或許可、企業贊助，以及運動員相關代言契約。

相對地，台灣職業運動產業尚屬剛起步階段，對運動產業不了解的人常常有人會拿其與製造業類比，因為兩者都需要接觸到各層面的法律問題，但兩者其實非常不同，因為製造業的商品是有形的，例如，車、鞋子、電腦等，但職業運動產業的主要商品是實況賽事，且運動賽事是一種沒有永久性的物質形式，並是一種極其容易「過期」的無形商品。運動賽事對觀眾最大的吸引力就是那個

沒有劇本、無法預期、如電影一般在短暫的時間內會出現讓觀眾驚嘆的劇情。本文針對運動產業賽事之媒體轉播法律分析，牽涉智慧財產權，尤其是著作權、商標權和公開發表權，特為文加以介紹，並援引美國司法判例析述之。

貳、智慧財產權對美國職業運動產業的影響

有關經由影音、數位轉播來達到將實況賽事推廣及觸及更多更廣泛的觀眾及球迷的論述，可藉由美國這五十年來所有主要運動賽事項目的電視轉播契約的進程來證實。以美國的美式足球聯盟（NFL）作為例子，於1962年，NFL與美國的CBS電視台簽訂了聯盟的第一份電視轉播契約，該轉播契約的價值為\$465萬美元，而2022年NFL目前與各電視台（CBS、NBC、Fox、ESPN）所簽訂的轉播契約總價值已經超過\$56.6億美元¹。美國中西部BIG TEN大學美式足球聯盟與各大電視媒體所簽訂的轉播契約金額也高達7年70億美元²。

* 本文作者係中國信託公司法務經理，美國底特律大學法學院法律博士（JD）

註1：Joe Reedy, A look at the seminal broadcasting moves that define the NFL;

<https://apnews.com/article/nfl-nfl-at-100-new-york-giants-football-sports-e3b17485ab1e4044a379b45f78bcabf1>

註2：Anthony Crupi, Big Ten Finalizes 7-Year, \$7 Billion Media Rights Deal with Fox, CBS, NBC;

<https://www.sportico.com/business/media/2022/big-ten-media-deal-1234686167/>

美國職棒大聯盟（MLB）與Turner Sports簽訂了價值7年32億美元³、與蘋果（Apple）及NBC電視台的線上直播契約每年價值共1.15億美元⁴。雖說其他三項職業聯盟（NBA, NFL, MLS）的全國性電視轉播契約還尚未達到NFL及MLB的程度，但目前NBA與各大電視媒體的契約總價值也高達9年24億美元。由此可知，職業球團與聯盟對運動賽事相關節目的大規模投資為著作權持有者帶來相當高的投資報酬，更產生高效益的電視收視率和相應的廣告收益。近幾年來，運動賽事節目也促成了衛星電視和網路直播媒體服務的快速發展，這些運動轉播的實況服務也將成為運動產業接下來的法律面上的主戰場⁵。

大眾對職業運動賽事以及其聯盟、組織、團隊及運動員的興趣已轉移至其他商業機會。於2022年，全球在商品上使用運動相關名稱、商標與標誌的授權已經產出了超過238億美元的收入，更預計於2026年，運動相關名稱、商標與標誌的授權相關收入將會超過270億美元⁶。2020年全球運動相關贊助市場價值估計為570億美元，預計到2027年將增

長到近900億美元，光美國本身於2020年運動相關贊助金額更高達164億美元⁷。就薪資上漲及因知名度而增加收入潛力而言，球員是這種營銷現象的主要受益者。目前美國所有的球員工會都以團體授權（Group License）的方式，針對球員卡、服飾、商品上使用其球員工會成員的姓名和肖像權進行授權⁸。而這些營銷方式也成為了各球員工會與聯盟及球團老闆爭執的主要項目，工會更利用此為球員爭取了球員流動性的自由和薪酬待遇方面的提升。

智慧財產權對於使運動賽事的生產製作者能夠從這些無形資產中產生和獲取可觀的收入是必不可少的，智慧財產權更是創造了像是賽事的轉播、球隊標誌或與球員名稱相關的專有財產權。

參、與賽事轉播之權利相關最早的判例

職業運動產業最大收益來源應屬「非現場

註3：Andrew Cohen, MLB Signs Seven Year, \$3.2 Billion Rights Deal with Turner Sports;
<https://www.sportstechie.com/mlb-seven-year-32-billion-rights-deal-turner-sports/>

註4：Mike Ozanian, MLB Deals with Apple and NBC Sports are Worth A Combined \$115 Million Annually;
<https://www.mlbrumors.com/2022/03/mlb-apple-friday-night-baseball-streaming-deal.html>

註5：Alison Herman, Live Sports Are the Next Great Battle of the Streaming Wars;
<https://www.theringer.com/sports/2021/4/15/22385705/live-sports-streaming-wars-future-industry>

註6：Research and Markets, Licensed Sports Merchandise - Global Market Trajectory & Analytics;
<https://www.researchandmarkets.com/reports/5030140/licensed-sports-merchandise-global-market>

註7：Christina Gough, Sports Sponsorship - Statistics & Facts; <https://www.statista.com/topics/1382/sports-sponsorship/>

註8：Knight Commission of Intercollegiate Athletics, NIL FAQs: Group Licensing;
<https://www.knightcommission.org/nil-faqs-group-licensing/>

觀眾」，所謂「非現場觀眾」就是轉播平台前觀眾，尤其像美國職棒初期的收音機轉播，收音機轉播致使美國全國的球迷可以隨時收聽享受季後賽及冠軍賽的樂趣，以致職業球團或聯盟開始將轉播權銷售給電台或電視台（下稱電台），並同意這些電台可在球場內安排主播人員、球評、及相關收音或錄影設備，讓電台可將比賽內容實況轉述給收音機或電視前的球迷。「非現場觀眾」與現場觀眾的性質非常不同，現場觀眾就是一人一個座位，但經由轉播時「非現場觀眾」不會佔據空間，當一位消費者正在消費產品的時候（看比賽或聽比賽）並不會減少其他人的消費權利及使用，且產品供應者也無法拒絕無償使用者的使用，換言之，又可稱為「準公共財」，但該些電台是有向聯盟或球團支付鉅額費用來獲取轉播權利，且通常是排他性的權利，因有了排他性約定，這些電台因此也可向想利用些電台做廣告的公司收取高額的廣告費。但於1930年代，聯邦著作權法中並未有保護同步轉播（聲音）的規定⁹，因此在1930年代如果聯盟或球團想要阻止他方免費使用球賽內容的資訊並保護其財產權，能依賴的法源只有從普通法中去尋找，例如州法中的不當取用（Misappropriation）、不正競爭（Unfair Competition）或契約法。

最早與賽事轉播之相關判例是1936年 *National Exhibition v. Teleflash*¹⁰（下稱 *Teleflash* 案）。在 *Teleflash* 案中，聯邦法院拒

絕禁止電台於球場內使用電話轉播比賽，法院特別於判決中強調由於原告（球團）並無於播音員所購買的入場票上約定對轉播行為之限制，所以轉播賽事並無違反契約約定，也因該判決，各球團都開始在其出售的入場票上約定了觀眾同意不得於球賽進行中向他人提供球賽資訊之提款，但本判例卻在日後被 *Pittsburgh Athletic Co. v. KQV Broadcasting Co.* 判決（下稱 *KQV* 案）取代¹¹。*KQV* 案是一件基於衡平原則之訴訟，本案發生於1938年，其中原告（匹茲堡體育公司）向法院聲請了臨時性禁制令，以限制被告（*KQV* 電台）就原告旗下職業棒球隊（下稱海盜隊）的任何棒球賽事進行電台轉播（無論是主場還是客場）。被告於訴訟中否認其蓄意播放「海盜隊」賽季於匹茲堡以外之城市進行的任何賽事資訊，並表明自1938年5月26日以來，其並未轉播海盜隊於客場賽事之新聞資訊，因此不構成立即損害原告權利之行為。換言之，被告主張法院並無准予原告禁制令之正當性，但就主場賽事而言，被告承認其轉播了海盜隊於主場賽事之細節資訊（*Play-by-Play*），且也打算繼續轉播，並主張其轉播行為係屬新聞性質，其派駐轉播人員亦是合法可從球場外看見賽事之場所進行轉播。另又進一步主張其有繼續轉播之權利並未違反門票上所約定入場觀眾同意不得於球賽進行中向場外他人提供球賽資訊之行為。但法院認為被告的行為已構成了對原告的一般性業務

註9：17 U.S. Code § 114

註10：See *Exhibition v. Telegraph*, 24 F. Supp. 488 (1936).

註11：See *Pittsburgh Athletic Co. v. KQV Broadcasting Co.* 24 F. Supp. 490 (1938).

直接且無法彌補之干擾及不當取用。法院認為「由於本賽事是由球團所創造、球團持有球場控制使用權，以及球團持有該賽事所產生之資訊的財產權，因此球團有權在賽事結束後的合理時間內控制及使用因賽事而產生的相關資訊。」¹²此外，法院更進一步認為被告未經授權就轉播賽事資訊的行為已構成對原告的不正競爭，並引用了International News Service v. Associated Press（下稱INS案）的法院判決意見¹³。在INS案中，法院禁止International News Service從新聞公告欄及Associated Press（美聯社）的晨報本中復制新聞資訊並就該新聞對美聯社尚具商業價值之情況下將此新聞印製於其報紙上後進行銷售（又稱Doctrine of Hot News（熱點新聞原則））。美國聯邦最高法院認為「就所謂的新聞資訊，作為雙方於同一時間、同一領域中可謀取利益之素材，本院幾乎不得不承認該些新聞資訊應被歸類為準物權…」¹⁴。因此法院更進一步認為，「一份報紙的購買者有權出於任何合法目的無償傳輸其內容之知識，但不應不合理地干擾原告將該報紙作為商品之權利，而本案被告是為了商業用途而傳輸了該報紙之資訊，並與原告進行競爭…」¹⁵。同理，法院據此准予原告之初步臨時性禁制令，並禁止KQV繼續以非法手段轉播比賽。

由此我們可以得知本案的結論界在確認新聞資訊收集機構是否對新聞持有財產權時，法院需要考慮的是該機構是否對其所收集的新聞資訊持有相對於其他收集機構的財產權，而不是相對於公眾。本案的當事方是該領域的競爭對手，讓世界知道這一資訊的業務會在他們之間對爭議資訊產生準財產的權益，因此當未付出資源之一方在獲得利潤的同時也干擾了合法付出資源來收集資訊一方的正常運營，並將合法方之重要利潤的移轉，該行為則構成不正當競爭。

肆、契約法下賽事轉播所有權的解決方案

1950至1990年之間，有關賽事轉播之所有權的法院見解，越來越多的法院都以KQV案為基礎。越來越多聯盟與球團對於其銷售的入場票上或媒體憑證中約定不得於未經聯盟或球團同意下將賽事之實況資訊或說明做為商業目的使用或任意進行傳播。新球場的位置和建築設計也使得前述這些約定的更容易執行，因為在沒有進入球場的情況下，幾乎是無法觀看並轉播比賽。例如，大型賽事或聯盟之球團入場票上幾乎都會有類似以下之條款：“The Holder agrees not to transmit, distribute, misappropriate or sell (or aid in

註12：See Pittsburgh Athletic Co. v. KQV Broadcasting, supra note 11, at 492 “by reason of its creation of the game, its control of the park, and its restriction of the dissemination of news therefrom [sic], had a property right in such news, and the right to control the use thereof for a reasonable time following the games.”

註13：See International News Service v. Associated Press, 248 U.S. 215 (1918).

註14：Id. at 236.

註15：Id. at 239-40.

transmitting, distributing, misappropriating or selling), in any media now or hereafter existing, any description, account (whether text, data or visual, and including (without limitation) play-by-play data), picture, video, audio or other form of exploitation or reproduction of the Event.”¹⁶。但於智慧型手機的時代，前述約定在執行上是會有許多問題的，這些職業聯盟、球團及其球場該如何執行相關規定，尤其是該如何禁止對賽事的上述所提到的項目進行任何描述或向第三人傳輸？在美國，這些球團有哪些法律救濟？這些規定是代表現場觀眾都完全不能將賽事相關的照片、影片上傳於其社群媒體嗎？是否跟這些社群媒體使用者的帳號分享設定有關？另外，入場票上的規定是不可轉移，也不可協商，但這是否會影響這些規定的可執行性？

前述這些問題在KQV案之後，聯盟及球隊也訴諸契約法來解決任何就賽事轉播所有權之歧義，美國各大聯盟是經由聯盟制定規範或合資協議（Joint Venture Agreement）來確立聯盟成員在這些方面的權利^{17,18}。例如於1962年，美國CBS電視台同意支付美式足球聯盟（NFL）465萬美元的年費轉播其所有季賽賽事，並制定了聯盟的收入分享計劃（Revenue Sharing Plan）。於1964年，CBS更以每場2820萬美元的價格獲得了轉播1964年

和1965年所有賽事（含季後賽及冠軍賽）之權利¹⁹。但早期除了NFL之外，由於美國地理位置廣闊，其他的職業聯盟都是由各球團各自去談轉播契約，且這些契約大多數都是有區域性轉播限制，只有少數全國性或特殊性的賽事（跨聯盟賽、季後賽、冠軍賽或明星賽等），它們才會授權由聯盟統一簽訂契約，也如第壹章節所提，目前區域性電視轉播契約也是各職業聯盟的一項重要收入來源之一，像是MLB就同意其各球團可就其區域性媒體轉播權去簽訂契約，但NHL（職業冰球聯盟）及NBA就規定所有球團之數位版權都屬於聯盟控制²⁰。而接下來我們要探討了就是現代科技對賽事轉播權利的影響，因為這20年來，通訊科技的進程實在是太快了。

伍、現代科技及賽事實況轉播帳戶之播放

現代通訊及視聽科技進展非常的迅速，從第一代的iphone到現在的iphone 14歷經了大約就是15年的時程，現代轉播進科技及設備各種可行的方式就賽事轉播的能力已嚴重影響了賽事所有權者的轉播權利了。這二十年來最具代表性的判決應是由NBA對Motorola Inc.（下稱Motorola）及其賽事轉播夥伴Sports Team Analysis and Tracking System, Inc.（下

註16：2020-2021 NBA-Supplemental Ticket Back Language, at 2.

註17：Stephen F. Ross & Stefan Szymanski, Antitrust and Inefficient Joint Ventures: Why Sports Leagues Should Look More Like McDonald's and Less Like the United Nations (2006), at 239.

註18：Mark Maske, Major League Baseball Owners Agree on Revenue-Sharing Plan (1996).

註19：CBS TV TO PAY 28.2 MILLION FOR 2-YEAR PRO FOOTBALL RIGHTS

註20：Alex Sherman, Sports fans are being sidelined as local hoops and hockey networks fight the decay of pay TV (2021).

稱STATS)提出訴訟之案子(下稱Motorola案)²¹。於1994年,前述兩間公司獲得了MLB的授權,可於其出售予訂閱者的SportsTrax攜帶式電子呼叫器(Portable pagers)上提供賽事之即刻資訊。由於與MLB的合作非常的成功,促使這兩家公司積極與NBA接洽,並想將前述服務擴展到職籃領域,但NBA表示反對,並表達NBA本身將開發類似服務。雖然遭到NBA的拒絕,但Motorola和STATS於1996年還是決定在未經聯盟授權下傳輸了NBA賽事的實況資訊,大約每兩三分鐘就會更新一次賽事資訊。而為了獲得賽事實況資訊,STATS特別花錢聘請了報導人員觀看或收聽每一場NBA實況賽事並持續的將各種賽事細節資訊輸入至其電腦內後傳輸至訂閱者的呼叫器,讓其SportsTrax的訂閱者可立即得知所有NBA賽事即刻資訊。另外,STATS也在當時於其AOL設置的官方網頁上提供賽事資訊。NBA向Motorola及STATS提出告訴,並指控該兩間公司侵害了NBA於聯邦著作權及商標法下之權利,並構成紐約州法(普通法)下之不當取用。但無論是聯邦法或州法下的主張最終都遭到聯邦上訴法院之駁回,該法院也針對駁回分成多個層面的表達意見。

一、聯邦著作權法優先權之分析

第一個層面是針對INS案於本案中的適用性,法院認為隨著科技的進步,電台開始

「直播」賽事及歌劇等活動,各種企業開始以這樣的方式傳輸他方之資訊來謀取私利,而當時為因應他人利用所有權人之活動來謀取利益,紐約法院簡單地制定了一套基於INS案的不當取用法,旨在將道德標準適用於傳輸他人活動之行為,「然而於1976年,美國國會通過立法,明確的為體育賽事等現場表演活動的實況轉播提供著作權之保護(17 U.S.C. § 101)²²,但該法規之保護並未擴展到本案所述之事實行為」²³。另外法院也說明前述立法亦包含了聯邦法優先權(排除州法)之條款(preempting state law claim),即當訴訟之爭議作品如屬聯邦著作權法保護範圍時,聯邦著作權法將優先於(排除)州法之適用。

第二個層面是賽事或表演活動相關之著作權分析,法院於判決中說明籃球賽事並非屬聯邦著作權法保護的範圍,因該賽事不構成「原創作品」且本質與電影、戲劇、電視節目或歌劇不同,運動賽事具有競爭性且沒有任何劇本,而基於該基礎,法院更引述美國著作權權威學者Melvin Nimmer的一段話:「更合理的立場是運動賽事不受著作權法之保護」,且Nimmer認為運動賽事的著作權是由聯盟、球隊、運動員、裁判員、體育場工作人員,甚至是球迷一起創造而成,全部都為該作品做出了貢獻,因此著作權應屬所有參與者²⁴。雖Nimmer所述如此,但NBA賽事的「同步錄製傳輸(simultaneously recorded

註21: See *NBA v. Motorola*, 105 F.3d 841 (2d Cir. 1997).

註22: See 17 U.S.C. § 101.

註23: See *NBA v. Motorola*, *Supra* note 21, at 845.

註24: *Id* at 846.

transmissions)」影片是屬著作權保護，而比賽本身並未受保護，且著作權法於1976年也進行了修訂，是特別為了確保同步錄製傳輸的現場表演及運動賽事可符合該法保護要件，即原創作品必須「固定於任何有形的傳播媒介中」²⁵。另外，儘管實況賽事之轉播受到著作權法的保護，但法院認為Motorola及STATS並未侵害NBA版權，因為被告僅複製了轉播中的事實，而非構成就轉播賽事之表達或描述之行為，法院也引述了Harper & Row, Publishers, Inc. v. Nation Enter之判決意見：「任何作者都不得就事實或想法主張著作權之保護，著作權僅限於作品中有顯示作者獨創性標記的那些事項，此謂為「表達(Expression)」²⁶。

第三個層面是針對紐約法下的不當取用做分析，法院就是否被聯邦法排除（聯邦著作權法優先權（Preemption Under the Copyright Act））更進一步的說明。依據17 U.S.C § 301，以州法為基礎之主張將在以下情況下被聯邦法排除：(1)已受到17 U.S.C § 106下普通法及衡平法項目所保護（下稱一般事項

(General Scope Requirement)) 或，(2)已受到17 U.S.C § 102及§ 103所保護的項目（下稱爭議事項（Subject Matter Requirement））²⁷。法院認為儘管賽事轉播是受有著作權法保護，但賽事本身並無受保護，就分析該不當取用之主張是否被聯邦法排除時，著作權法的解讀不應基於該作品是否為複製品或源自受著作權法之保護作品來區分，並引用Baltimore Orioles v. Major League Baseball Players Ass'n的法院意見：「依據聯邦優先權第301(a)條，一旦表演被簡化為有形形式，則該表演與其錄製之產品間就無任何區別。因此，如棒球賽事是在未被錄製的情況下廣播或電視轉播，則球員的表演將不屬有形形式之呈現，他們的公開權也不會受到聯邦優先權之約束。但由於賽事已被錄製，這些球員的表演則屬有形形式之呈現，因此表演中任何與電視轉播著作權等效之公開權都將被聯邦優先權排除」²⁸。據此，我們可知受聯邦著作權法保護的素材通常包含不受著作權保護之要件。但就不可受著作權法保護及受著作權保護要件，聯邦優先權第301條禁止州法

註25：17 U.S.C. § 102(a).

註26：See *Harper & Row, Publishers, Inc. v. Nation Enter.*, 471 U.S. 539, 547, 105 S. Ct. 2218, 2224, 85 L. Ed. 2d 588 (1985).

註27：See *NBA v. Motorola*, *Supra* note 21, at 848.

註28：See *Baltimore Orioles v. Major League Baseball Players Ass'n*, 805 F.2d at 676 (7th Cir. 1986):

“Nonetheless, once a performance is reduced to tangible form, there is no distinction between the performance and the recording of the performance for the purpose of preemption under § 301(a). Thus, if a baseball game were not broadcast or were telecast without being recorded, the Players' performances similarly would not be fixed in tangible form and their rights of publicity would not be subject to preemption. See *Nimmer*, § 1.08[C] (using the example of a live broadcast of a baseball game). By virtue of being videotaped, however, the Players' performances are fixed in tangible form, and any rights of publicity in their performances that are equivalent to the rights contained in the copyright of the telecast are preempted.”

之不當取用主張。而就爭議事項（Subject Matter Requirement），本案法院引述Computer Assoc. Int'l, Inc. v. Altai, Inc. 的法院意見²⁹，並認為第301條僅會排除那些因州法權利本身侵犯聯邦著作權法的專屬權，但某些商業不當取用主張如有滿足「額外要件（extra element）」之測試，則不會遭到聯邦法之排除。因此就有關基於INS案的「熱點新聞」之不當取用在多大程度上涉及額外要件而不同於著作權法下的專屬權範圍內，且多數法院普遍認為，這類主張於某種形式上在聯邦優先權下仍屬有效，只有極少數的「熱點新聞」不當取用之主張能在著作權法領域內不遭排除。法院更整理出除了侵犯著作權要件之外，允許「熱點新聞」不被聯邦法排除的「額外要件」為：（一）事實資訊之時間敏感度，（二）被告是否「搭便車（不付成本）」，以及（三）對原告所提供之商品或服務之威脅³⁰。

二、SportsTrax的合法性

根據上述「熱點新聞」測試（Doctrine of Hot News Test），法院認為Motorola及STATS並沒有進行不當取用之行為，且可肯定其行為符合了INS案裡「熱點新聞」的額外要件。然而於NBA的「熱點新聞」主張中期卻缺乏了一個關鍵要素。法院認為在NBA的邏輯框架下，NBA的主張混淆了三種不同類別的資訊產品。第一種產品是通過競賽過程而產生之資

訊，第二種產品是同步（Live）傳輸這些賽事的完整描述，第三種產品是收集及傳輸轉述有關賽事的事實資訊。第一及第二種產品的確是NBA主要產品，例如為現場觀眾產生籃球賽事並授權這些賽事轉播之著作權³¹。但只收集並轉傳賽事之事實資訊是另一種不同類別的產品，例如，報紙上得分紀錄、電視體育新聞的數字統計摘要，以及傳輸至攜帶式配備的實況事實資訊。因此法院認為NBA未能在第一和第二類別的產品上顯示SportsTrax與其本身的產品有任何競爭效應，而在第三類別的產品上，SportsTrax也沒有所謂「搭便車（Free-Riding）」之行為。關於NBA主要的產品，可說是製作現場籃球比賽予現場觀眾並授權版受製作權保護之賽事影片，但並沒有任何證據顯示任何人將SportsTrax或其AOL官網上的資訊視為正在觀看NBA賽事或在電視上觀看賽事的替代品。而事實上，Motorola也特別將SportsTrax推銷為「專為那些無法到場或在電視上觀看賽事或收聽廣播的狀況所設計的…（for those times when you cannot be at the arena, watch the game on TV, or listen to the radio...）」³²。另外就有關SportsTrax是否有「搭便車」之行為，法院認為雖然轉傳賽事之事實資訊有另一個市場，但INS案的「熱點新聞」之主張有一個不可或缺的要件就是被告需搭便車使用原告之產品，使被告能夠以更低的成本生產出可直接競爭力之產品，但事實上SportsTrax並非與NBA產品直接競爭之

註29：Computer Assoc. Int'l, Inc. v. Altai, Inc., 982 F.2d 693, 716 (2d Cir. 1992).

註30：See *NBA v. Motorola*, *Supra* note 21, at 853.

註31：Id.

註32：Id.

產品。使用係爭設備傳輸有關NBA賽事的實時資訊需要：（一）收集有關賽事之事實資訊、（二）將這些事實資訊傳輸至網路上、（三）由特定服務整理這些資訊、（四）將這些資訊傳輸到攜帶式設備或在網站上。由於被告付出了自身的金錢和資源來收集及轉傳這些資訊，因此幾乎不能認定其可於賽事記錄上有「搭便車」之行為³³。法院更說明，INS案主要是在防止由於一方「搭便車」之行為而可能造成此類產品或服務的消失。但在本案中，被告付出了自身的金錢和資源來收集及轉傳這些資訊，假如有來日有他方或NBA可以更低成本收集並傳輸賽事資訊，那麼存活下來的一方是市場競爭淘汰而非惡性競爭造成。綜上，在NBA未能證明其受到Motorola及STATS搭便車之實質上損害前，NBA的州法下不當取用之主張是遭聯邦著作權法排除的。

本案最終的結論是類似INS案的「熱點新聞」主張僅限於以下情況成立：（一）原告以一定成本產生或收集資訊；（二）資訊具有時效性；（三）被告使用該資訊構成對原告的付出「搭便車」行為；（四）被告與原告所提供的產品或服務存在直接的競爭關係；（五）他方「搭便車」的能力會降低生產產品或服務的積極性，以至於該產品或服務的存在或質量將受到重大威脅（惡性循環）。因此在通訊科技發達的時代，人們是有可隨時於家中、工作場所或其他任何可以用手機、電腦或任何電子設備以網路通訊的

方式獲得賽事資訊，且任何公司在不構成以上五項要件的情況下，就可不經授權的將賽事比分跟事實資訊與公眾分享。

陸、網際網路報導之財產權

由於近十年來網路媒體就運動賽事各方面的報導的激增，在這個資訊傳輸是近乎即時的時代，法院面臨著一個新穎且顯著的問題，就是到底誰有權報導由他人所收集及製作的新聞。在Morris Communications Corp. v. PGA Tour Inc.案中（下稱PGA案）³⁴，PGA Tour成功捍衛了一項就賽事媒體法規反壟斷之挑戰，該法規旨在維持其時況計分系統（Real-Time Scoring System/RTSS）的商業優勢。該RTSS系統促使PGA Tour能在pgatour.com（官方網站）及USA Today之網站上發布實況高爾夫紀錄，且PGA Tour有支付服務費用。為了讓RTSS系統可以順利讓消費者使用，PGA Tour投入了大量資源來監控其比賽期間每個球洞，並將即時計分資訊收集並傳輸至高爾夫球場之電子排行榜，以及PGA Tour媒體中心及網站。經由該系統PGA Tour即可同時向其現場觀眾和電視前觀眾提供全部18洞及多達200名球員的最新計分。另外，PGA Tour更禁止在比賽時其現場觀眾及記者媒體人員使用手機或攜帶式通訊設備，致使其RTSS系統成為唯一能夠收集及傳輸所有賽事及選手資訊的來源。從1999年起，PGA Tour更要求記者媒體必須簽屬其網路服務規

註33：Id. at 854.

註34：See *Morris Communications Corp. v. PGA Tour, Inc.*, 235 F.Supp. 2d (M.D. Fla. 2002).

範 (OLSR) ³⁵。為了使pgatour.com及USA Today具有商業優勢，OLSR禁止其他媒體發布任何賽事相關資訊，除非（一）在球員該次揮桿的30分鐘後，或（二）pgatour.com已將該消息公布於其網頁上³⁶。於2000年PGA Tour修改了OLSR，使媒體得以即時傳輸賽事計分於其網站上，但還是禁止這些媒體在未向PGA Tour購買特許授權前將計分銷售或聯合彙予第三人（因USA Today有購買該授權）。Morris Communications（下稱Morris）則是一間經常報導與高爾夫球賽事資訊之新聞媒體，然後於PGA案中，Morris的高爾夫賽事報導員通常是經由PGA Tour的賽事現場媒體中心獲取即時的賽事計分資訊，然後在將該資訊傳輸至其新聞管道並銷售予第三方訂閱客戶。當PGA由於Morris並無購買特許授權而禁止Morris繼續已前述方式傳輸賽事計分予Denver Post及Dallas Morning News時，Morris對PGA Tour提出了聯邦及州法下的反壟斷法之訴訟，並主張PGA Tour正在利用其在收集即時計分方面的獨家權力來抑制發布高爾夫球賽事網路資訊之市場競爭。但法院認為Morris無法仿效PGA Tour的RTSS系統，因此系統每周會需依賴大量的義工（Volunteers）來協助處計分，而且即便這些人是義工，PGA Tour仍需耗費許多資源、金錢與時間來組織、安排這些人員，並使RTSS能順利運作。法院更就本案與Motorola案的差異進一步說明，指出高爾夫球賽事跟籃球賽事的模式大不同，因

高爾夫的賽事模式使得任何單一的電視或電台無法同時提供所有18洞的實況賽局。而有關賽事計分的財產權，法院認為PGA Tour確實持有賽事計分資訊的財產權，但該財產權的法律基礎並非源自於著作權法，因著作權法並不保護「事實資訊」（Factual Information），但PGA Tour確實控制了該資訊的使用權，且可於私人領域的活動中設立各種規範保護其財產。PGA Tour也確實會在媒體中心公佈賽事計分，但除非該媒體有取得PGA Tour的授權，否則不得傳輸該賽事計分資訊。由於PGA制定了一套外部媒體可獲取資訊的規範，因此不受著作權保護的賽事比分資訊仍然屬公共領域之外，且在其控制範圍內。但是籃球賽事是於電視或廣播上轉播，轉播後的賽事財產權則屬於公共領域（Public Domain），Motorola及STATS的付費報導員就可觀看或收聽後，再將賽事時時傳輸於其系統，報導員只是轉傳公共事實資訊而已。但Morris並未付出任何資源來獲得資訊，這與Motorola案不同，因此Morris遭法院認定有「搭便車」之行為。另外就高爾夫計分之財產權的分析，法院也認為PGA Tour是RTSS系統所收集賽事資訊的財產權持有者，目前要獲得這些資訊是有限制的，但如該財產權一旦進入公共領域，那該資訊的財產權就會被消滅³⁷。綜上，雖然PGA Tour的財產權並非源自於著作權法，但PGA Tour確實是控制該賽事資訊的權利，且是有權可限制該

註35：Id.

註36：Id.

註37：See *Communications Corp. v. PGA Tour, Inc.*, *Supra* note 34.

賽事活動參與者的行為，並使本身受到法律上的保護。

關於可於網路上轉播之權利及PGA Tour是否可將另行授權或網路轉播的權利分開，法院認為雙方應該都會同意網路可增加可銷售產品之廣告收益，其實跟電視、收音機、印刷媒體等的營銷原則非常類似，也就是將產品廣告行銷給該運動娛樂賽事、新聞或資訊的觀眾、聽眾或閱讀者。因此PGA Tour是有權利販賣或授權其產品，即是高爾夫球公開賽及其衍生之產品、賽事資訊、計分，如同它們將該些權利授權給電視轉播媒體一般³⁸。而關於Morris認為PGA Tour之限制其他人使用PGA Tour之賽事資訊是屬非法拒絕交易之行為（Unlawful Refusal to Deal），但法院認為PGA Tour並非無限制他人使用，因為PGA Tour有依契約關係授權給USA Today，且並無限制Morris不可與PGA Tour協商或拒絕Morris購買PGA Tour賽事資訊之傳輸授權。

因此，PGA Tour是有權可對其賽事相關產品進行限制並進行授權，另外Morris確實是在「搭便車」因其並無付出任何資源來收集本資訊，且PGA Tour是持有就進入公眾領域前的計分資訊的財產權，因此PGA Tour本來就可授權或出售其賽事產品的相關轉播權。

柒、結語

智慧財產權法保護著球隊的著作權及商標

權也讓運動產業開始蓬勃發展並能夠獲取好的收益，很多的證據更指出運動產業越來越多著作權及商標權的註冊。但網路對智慧財產權的影響使得財產權的持有人必須主動去保護本身的權利，而通訊媒體及科技的快速發展讓智慧財產權的保護顯得更重要，球隊管理及持有人必須更重視智慧財產權的保護，因為它除了是一種保護處措施外，更是一種謀財的工具，也是最能讓球隊賺錢的事業項目。台灣運動產業的人士無論是否為法律背景出身，都應該要更加保護自己球隊的無形資產，而不是隨便的授權或就保護智慧財產權不積極作為。台灣目前的就只有職棒系統的比較完整，但實在還是不足，不論是球隊或聯盟都不要把自己可賺錢的商機跟產品做小了，應該更重視怎麼從智慧財產權中去獲得利潤。雖然與賽事轉播關係不大，但今年最好的案例就是中信兄弟與鬼滅之刃主題日的活動，單日聯名商品的營業額就超過新台幣600萬元（下同）³⁹，兩日下來營業額更超過1000萬元，也是台灣職業運動史上主題日最高紀錄，是非常值得其他球團或聯盟參考。總而言之，運動產業要賺錢，不是簡單的賣球票、賣商品、看比賽、研究比賽而已，各種球團與聯盟都需要重視將賽事活動與行銷上法律面控管，能成功控管的一方才有辦法開始真正的讓其職業運動事業開始賺錢，而非只是把職業運動當成在做公益的工具而已。

註38：Id.

註39：See 中信兄弟首日聯名商品收入600萬寫紀錄；
<https://tsna.com/article/61388>