



全球首宗生成式 AI圖像商標侵權案*

——*Getty Images v. Stability AI*

陳家駿*

台灣資訊智慧財
產權協會理事長

賴苡安**

勤業國際專利商
標聯合事務所合
夥律師

目次	壹、前 言	肆、評估——此類「穩定擴散生成輸出」 與「商標侵權」
	貳、本案之原被告與緣起	伍、結 論
	參、本案原告起訴之訴因	

壹、前 言

AI人工智慧（Artificial intelligence）在這半年來發展太過迅速，隨著ChatGPT的浪潮，帶動「生成式AI」（Generative AI）工具自動作出文字、圖形影像、音樂、影片甚至是開源碼程式等，幾乎涵蓋所有人類工作與娛樂所需要的內容。如今，人們可透過指令提示（Prompting），不論是一句詞、一張

圖、腳本或遊戲，即得由AI自動產生，而這些都只是剛開始，未來可能還有更大的突破。惟鑑於各國現行智慧財產權相關法規，仍無法完整因應AI的演變，許多爭議也須待各國法院累積案和例判決開示，才得以知悉現行智財法規，是否足以規範和分配權利人與使用者之間的利益衡平，若無法因應，則如何修法勢必成為接下來各國關注的議題。

生成式AI是這波人工智慧極為重要的一種運用，不像之前的GAN生成式對抗網路，取而代之的是運用一種擴散技術來形成，而其中關於圖形影像方面美國迄今就已有好幾件訴訟，這是因為圖像在目前被人們廣泛用來在生活和工作娛樂方面，而在以上這些案例當中，好幾個被告都因為使用了穩定擴散的技術而涉訟，這些案件許多聚焦在著作權方面，其中*Getty Images (US) Inc. v. Stability AI Inc.*案，雖然主要也是在告著作權，但比較特別的是，該案同時指控被告在擴散模型之應用，也涉及商標方面之侵害，因此本文即以圖像部分可能引發的商標爭議為核心加以探討。

貳、本案之原被告與緣起

一、原告Getty Images背景

原告Getty Images主張，其是全球領先的數位視覺內容創作者和供應商，近30年來投入資金策劃數以億計高品質之視覺資產，其中大部分是靜態攝影圖像，許多是由其專職攝影師創作，屬於「出資聘僱之作品」(works made-for-hire)¹，其他則是從第三方獲得受讓相關之著作權²，還有則是授權自與Getty Images合作的數百家夥伴、或由數十萬名投稿之攝影師授權，這些攝影師和合作夥伴依賴Getty Images為其創造權利金³。

Getty Images 透過網站（如www.gettyimages.com和www.istock.com），向客戶提供其收藏之視覺資產授權服務，這些內容存儲在一大資料庫中，每張照片都有相關的詳細原始文本標題、說明以及圖像特定元數據，供使用者體驗，並確保給付內容合作夥伴適當報酬。Getty Images提供圖像作品服務給全球的創意家、企業和媒體客戶，廣泛出現在世界各地報紙、雜誌、廣告、影視、書籍和網站中⁴。授權數百萬項適合使用的數位資產，Getty Images的視覺資產適合結合AI機器學習使用，具優質內容和豐富元數據（metadata）⁵。

二、原告Getty Images註冊之商標及其網站條款和條件

原告認為其Getty Images的名稱和商標在各地已享有盛譽，客戶每年在Getty Images的網站上進行超過27億次的搜索，其網站以23種語言提供服務。透過其全方位的內容解決方案，僅2022一年Getty Images就為超過836,000名客戶提供服務，其來自世界各國的媒體、廣告公司、各企業到個人創作者。客戶依賴Getty Images獲得內容和服務，並信任其內容相關的商標和服務標誌。Getty Images自1995年成立以來，一直在商業與網站上廣泛使用其名稱和相關商標，從事視覺內容的散佈、促銷和經營。甚且，每張可供查看和購買的圖片，都

明顯包含一帶有Getty Images商標的浮水印（watermark），係為了標識圖片的來源和歸屬，以保護其商標和著作權益⁶。

Getty Images 擁有在美國專利商標局（USPTO）的主要註冊（Principal Register）上註冊的與其標誌性品牌相關的聯邦法商標之外⁷，Getty Images還擁有GETTY IMAGES的普通法商標權（common law trademarks）。此外，Getty Images網站上所有之視覺資產上均附有⁸：

（一）本身是創造性和原創性之著作權表達的標題和說明；

（二）帶有可信任資訊和內容標識的浮水印，以阻止對內容之侵權使用；

（三）包含其他著作權管理資訊的元數據，這些資訊有助於識別和管理內容的著作權和使用權限。

Stability AI進入Getty Images之視覺資產網站，未經許可複製網站內之圖像，此係受明確使用條款和條件的約束，其明確禁止：1.未經許可下載、複製或再傳輸任何或所有網站內容；2.使用任何資料探勘（data mining）、機器人（robots）或類似的數據收集或提取方法。此類限制不僅適用於Getty Images授權的攝影圖像和視頻，還適用於有價值之專有標題和說明資訊、關鍵字以及與視覺資產相關的其他元數據，所有這些都由被告用於「穩定擴散」之開發AI工

具的使用⁹。

三、被告Stability AI之背景

原告指控，Stability AI公司成立於2020年，從事開發利用AI生成數位內容的工具和模型。據報導，Stability AI已從風險資本投資者籌集超過1億美元資金，估值已達10億美元¹⁰。透過擷取Getty Images具有著作權之內容，Stability AI開發一種名為「穩定擴散」（Stable Diffusion）的圖像生成模型，其利用AI根據文本提示產生合成圖像。除了提供開源版本（open-source versions）的「穩定擴散」外，還推出名為DreamStudio之由「穩定擴散」模型支持的使用者界面，可讓使用者輕鬆從自己個人電腦上使用該模型獲取圖像，而無需安裝軟體或擁有編碼知識，但Stability AI為此服務向人收取費用¹¹。

Stability AI從未嘗試與Getty Images協商以獲得使用的授權，儘管Getty Images網站的使用條款，明確禁止任何人未經授權複製其內容，尤其是用於商業目的¹²。就此，Stability AI進入網站曾點選同意，但竟違反條款非法複製包括至少1200萬張Getty Images網站受著作權保護的圖像，以及相關文本和元數據，用來訓練其「穩定擴散」模型。因此，Getty Images於2023年2月初向德拉瓦州聯邦地區法院起訴Stability AI, Inc.¹³，指其違反1976年著作權法（17

U.S.C. §101），蘭哈姆商標法（Lanham Act, 15 U.S.C. § 1051），以及德拉瓦州商標法和不正當競爭法¹⁴。之後，又於同年3月底追加總部位於倫敦之英國公司 Stability AI, Ltd¹⁵（二者以下統稱 Stability AI或被告）。

此案涉及Stability AI在未經同意或補償的情況下，複製Getty Image超過1,200萬張照片、相關標題和元數據，作為其非法競爭業務，構成大規模智財權侵害。同時Stability AI還刪除或更改Getty Images的著作權管理資訊（copyright management information 以下稱CMI）¹⁶，提供虛假的管理資訊，並侵犯Getty Images的著名商標。

四、被告Stability AI之「穩定擴散」模型之運作方式

原告指控，Stability AI所創立之「穩定擴散」模型，從輸入到輸出的過程採取以下步驟¹⁷：

（一）首先，Stability AI複製數十億個「文字轉圖像配對」（text-and-image pairings），如Getty Images網站上提供的內容，並將其加載到電腦記憶體中進行模型訓練。

（二）其次，Stability AI對圖像進行編碼（encodes），這涉及包括創造佔用更少記憶體之較小的圖像版本。此外，Stability AI也對配對的文字進行編碼，保留並存儲經過編碼圖像和文字的

副本，這是模型訓練的重要元素。

（三）第三，Stability AI在編碼的圖像中添加視覺「噪點」（visual “noise” 或稱「雜訊」），此進一步改變圖像，使得辨識視覺內容變得更加困難，因為圖像之視覺品質被降低，以用來「訓練」模型去除「噪點」（或稱「去噪」）。透過現有圖像與相關文字中刻意添加視覺噪點，Stability AI教導模型生成與特定文字描述一致的輸出圖像。

（四）第四，模型對修改後的圖像進行解碼（decodes），並透過將解碼後的圖像，與已被複製並存儲的原始圖像和文字描述進行比較，教導其去噪（remove the noise）。透過學習「噪點解碼」（decode noise），模型學會生成與原始圖像相似或在某些情況下實質相似的圖像，但不帶有噪點¹⁸。

上述第三和第四個步驟是「訓練」模型重要的一部分，使「穩定擴散」能「理解」文字和相關圖像之間的關係，並利用這些知識經運算來生成回應文字提示之圖像。「穩定擴散」是在由LAION¹⁹所準備之數據集上進行訓練的，Stability AI隨著時間的推移，發布不同版本的「穩定擴散」，用於訓練其「穩定擴散」第2版的核心數據集，是LAION 5B一種稱為LAION-Aesthetics的分支²⁰，該數據集之目的，即是用來排除那些不足以滿足美學要求的圖像。

該數據集包含50億個「圖像——文

Angle

字配對」(image-text pairs)。LAION 透過從各種網站(包括Getty Images網站)，抓取數十億個內容的鏈接，創造 Stability AI使用的圖像——文字配對的數據集。Stability AI遵循LAION數據集中所包含的鏈接，進入Getty Images網站上的特定頁面，並複製數百萬張受著作權保護的圖像和相關文字。此複製行為未經Getty Images授權，並違反其網站使用條款中明確禁止該類行為的規定。然後，Stability AI創立另一個副本，將其編碼為模型可以解讀的形式。隨後，Stability AI再創造其他帶有視覺噪點的複本，同時保留原始圖像的編碼複本(不帶噪點)以供比較，幫助訓練其模型²¹。

原告指控，Stability AI未經授權複製Getty Images的內容，這些複製並非暫時或是短暫的，且其目的是為了使Stability AI能取代Getty Images，成為創意視覺影像的來源。至目前為止，Getty Images已識別出超過1,200萬個與圖像、相關文字和元數據相關的鏈接，這些鏈接包含在LAION數據集中，用於訓練被告之「穩定擴散」。Getty Images的內容對訓練被告「穩定擴散」的數據集極有價值，Getty Images網站提供數百萬張高品質圖像和各種主題內容²²。Stability AI透過從Getty Images多年來累積之高品質圖像，以及為維護數據庫存儲所需的重大投資中受益，因為這些配對準確且詳細。

申言之，在訓練「穩定擴散」模型時，因Getty Images網站包含圖像及相應的詳細標題、文本說明和其他元數據。這些對Stability AI要成功訓練「穩定擴散」模型，以回應文本提示來產生相關輸出而言，詳細文本和圖像的配對至關重要。例如，Stability AI若將一幅「海灘」的圖像標記為「森林」，使用該圖像——文本配對(image-text pairing)來訓練，則該模型將學習不到正確的資訊，並在回應Stability AI客戶所輸入文本提示時，原本想要輸出的效果會很差。像穩定擴散這樣的AI模型，一旦經足夠的數據訓練，就學會文本提示與圖像之間的關係，可依源自模型創作者複製的圖像和文本，來生成的新圖像。例如，一個模型被訓練使用了貓和服飾的圖像——文本配對，那麼使用者在輸入「帶著圍巾的貓」的文本提示，模型就會生成一張看起來像是貓戴著圍巾的圖像如下²³。

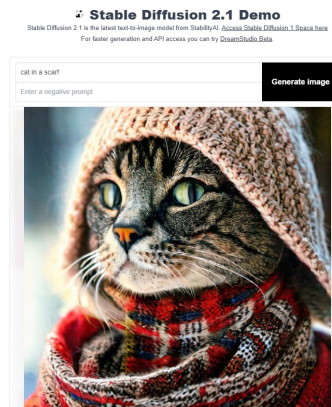


圖 1

Angle

上【圖1】並非是一隻真貓戴著一條真實圍巾的照片，而是一張電腦合成圖像。Stability AI能生成該圖像，係使用足夠文本說明的真貓圖像，和帶有豐富文本說明的真圍巾圖像來進行訓練，「穩定擴散」會記住並重新生成用於訓練模型的特定圖像，能結合其所學內容來生成這些人造圖像，尤其在「穩定擴散」生成與 Stability AI 在訓練模型過程中，廣泛複製使用Getty Images高品質的即可得到內容高度相似而衍生的圖像，這正是直接使用Getty Images的照片訓練所得到的好處²⁴。

五、Stability AI提供輸出的圖像 扭曲商標

但原告指控，在許多情況下Stability AI提供的輸出，包括修改Getty Images專有浮水印的版本，係Stability AI 未經許可複製受著作權保護的圖像，明確顯示其與模型提供的輸出間的聯繫。在以下例示中，【圖2】是被Stability AI複製，用於訓練模型帶有浮水印的原始圖像，【圖3】下方帶有浮水印圖像是使用該模型生成輸出的，可明白看出浮水印呈現扭曲，甚至右邊球員的右眼消失、左右手及右小腿方向和結構都不對，顯示嚴重瑕疵²⁵。



圖 2



圖 3

Stability AI以開源軟體形式提供「穩定擴散」，這表示Stability AI允許第三方開發者免費進入使用和進一步開發該模型。這些第三方受益於Stability

Angle

AI對Getty Images的嚴重侵權行為，而這些第三方開發者，從Stability AI對Getty Images的侵權行為中獲益，同樣的，Stability AI也受益於該模型被廣泛採用²⁶。

原告認為，Stability AI 除了已提供開源版本（open-source versions）的「穩定擴散」，還推出一個名為DreamStudio的使用者界面，該界面由「穩定擴散」模型支持²⁷。DreamStudio讓使用者在無需安裝軟體或擁有編碼知識的情況下，讓人輕鬆從電腦上使用「穩定擴散」模型獲取圖像，但Stability AI以此商業平台服務工具向客戶收取費用獲利²⁸。雖然Stability AI 到 2022 年 8 月才推出 DreamStudio，但卻已有數百萬人使用，並創造數億張圖像，但Stability AI完全未支付任何費用給 Getty Images 或其他內容所有者，而是未經授權複製大量受著作權保護的內容，以訓練其獲利豐厚的模型²⁹。

原告指控，Stability AI公然竊取和搭便車的嚴重性，經以下事實變得更加嚴重：利用Getty Images受著作權保護的內容進行AI和機器學習，Stability AI竊取Getty Images已在市場上向付費客戶提供的服務。因Getty Images 根據尊重個人和智財權的原則，授權數百萬合適的數位資產，用於與各種AI和機器學習相關之目的。雖然Getty Images在適當的情況下，將其專有內容授權給負責任的

使用者，但Stability AI未經許可從Getty Images獲取相同的內容，剝奪Getty Images及其貢獻者利益使其無法獲得公平補償，並且無法提供充分保護其所描繪個人的隱私和利益³⁰。

Getty Images公開網站上搜索結果中除與搜索詞相關的圖像外，每張圖像上都還包含一個浮水印，係用以表明來源出處並防止侵權，該浮水印包括Getty Images自己的標章和圖像的相關資訊。Stability AI在複製過程中，刻意移除某些圖像上的Getty Images浮水印，作為其免費獲利計劃的一部分。然而，正如前面所討論的，「穩定擴散」模型常生出帶有修改版本的Getty Images浮水印的輸出，該輸出不是真正的Getty Images內容，而且品質水準也遠低於Getty Images。以下是Stability AI此種做法的例示³¹：



圖 4



圖 5

顯而易見，Stability AI使得穩定擴散模型將其生成之修改版的Getty Images浮水印，合併於所生成奇異或怪誕的合成圖像中，上一幅生成圖【圖5】中之女模特兒臉部嚴重扭曲變形、上上一幅【圖4】新郎臉部和耳朵以及新娘手部也都變形這嚴重損害Getty Images辛勤建立的聲譽，再看以下【圖6】之圖像³²：



圖 6

Stability AI充分知悉穩定擴散，會生成二位運動員臉部嚴重扭曲、左邊那位手部失真、大腿和膝蓋比例不符、右邊那位大腿和腳掌結構失調、以及Images商標浮水印的變形，但Stability AI卻並未修改其模型以防止此類情況發生。

參、本案原告起訴之訴因

一、原告指控商標侵權與不正當競爭

(一)違反《蘭哈姆Lanham法》商標侵權

除指控著作侵權之外，Getty Images主張其已投入大量時間、金錢和資源來收集、散佈、推廣、行銷和廣告其網站上提供之數百萬張圖像以及相關的Getty Images商標。Getty Images商標具有獨特性，並已在公眾心中與Getty Images、其品牌和其視覺內容的聲譽相連結。Getty Images持續在其網站上及在提供的眾多圖像上，顯示和使用其商標，並繼續保持和維護與Getty Images商標相關權益，故Getty Images商標及其在相關業務的商譽，具巨大且重要之價值³³。

Getty Images 使用其商標，和Stability AI在相同商標上的侵權使用，彼此間存在競爭關係，因其都用於與視覺內容市場相關領域。Stability AI在以

「穩定擴散」和DreamStudio產生的合成圖像中，未經授權使用Getty Images商標，已引起消費者混淆、誤解或被欺騙，使其誤以為Getty Images已授予Stability AI使用Getty Images商標的權利，或誤以為Getty Images有贊助、認可或以其他方式與Stability AI及其合成圖像互相關聯、隸屬、聯繫在一起，從而毀損和傷害Getty Images的名聲和商譽（good will），已違反Lanham法第32條，即15 U.S.C § 1114(1)之商標侵權。而Stability AI始終知悉，Getty Images對其商標的先前使用和所有權利（prior use or ownership）。因此，Stability AI是故意且惡意從此類侵權濫用中獲利，嚴重侵犯Getty Images商標權益³⁴。

（二）原告指控違反《蘭哈姆法》商標稀釋淡化

Getty Images的商標具有獨特性且具有知名度，被告Stability AI在商業中使用Getty Images的商標，且其商業使用始於這些商標成為知名之後。「穩定擴散」生成的輸出中，包含修改過的Getty Images浮水印，經常造成對圖像來源的混淆誤認，並錯誤地暗示其與Getty Images的關聯³⁵。

使用「穩定擴散」生成的一些輸出圖像，很多是品質低落或經奇怪變形，如上【圖4、5】女模特兒臉部嚴重扭曲變形、新郎臉部和耳朵以及新娘手部都

變形。Stability AI將Getty Images的商標變成低品質、沒有吸引力或令人反感的圖像，甚至合併到怪異或荒誕不經的圖像上，這些行為使得Getty Images商標的品質受到稀釋淡化或失去光澤（blurring or tarnishment）³⁶。Stability AI對於Getty Images商標使用是故意且惡意的。因此Stability AI擅自使用Getty Images的商標，使用於其「穩定擴散」和DreamStudio生成的低品質合成圖像中，構成侵犯蘭哈姆法第43(c)條，15 U.S.C. § 1125(c)的商標稀釋淡化行為³⁷。

（三）原告指控違反《蘭哈姆法》不正當競爭

再者，Stability AI未經授權，大規模侵犯Getty Images著作內容，以仿冒搭便車方式攫取商業利益。並在其「穩定擴散」和DreamStudio生成的合成圖像中，使用Getty Images商標，並透過積極行銷「穩定擴散」和DreamStudio界面，與Getty Images直接競爭，此已違反《蘭姆法案》第43(a)條的不正當競爭和「虛假來源指示」(false designation of origin)規定（15 U.S.C § 1125(a)），此類使用已使消費者產生混淆、錯誤或誤解，認為Getty Images已授權Stability AI使用Getty Images商標的權利，或已受到Getty Images贊助、認可、支持，或認為Getty Images以其他方式與Stability AI及其合成圖像有所關聯、相關附屬或連結，這

對Getty Images的名聲和商譽已造成損害和不利影響³⁸。

綜上，由於Stability AI的不法行為，Getty Images請求導致遭受無法實質和無法修復的重大損害，永久禁止Stability AI進而從事侵權行為，否則將對Getty Images造成無法以法律提供救濟之不可彌補的損害。因此，Getty Images請求獲得永久禁令，禁止Stability AI、其代理人、附屬機構、受雇人和所有與其合作者侵犯Getty Images商標、淡化商標、虛假原產地標示和不公平競爭行為。Getty Images並有權追償Stability AI非法行為所造成的損害及其獲得利益；Getty Image並有權獲得三倍的損害賠償金額，作為對Stability AI使用偽造商標的處罰。且Getty Images有權選擇，作為對Stability AI實際損害和利潤的替代賠償，每個使用的仿冒商標可追討高達200萬美元的法定賠償金額³⁹。

二、被告程序上請求法院駁回原告之訴

由於本案才剛進行幾個月，目前仍處於開打伊始之程序戰。Stability AI針對Getty Images修改後的起訴狀，已初步提出幾項抗辯⁴⁰，例如Stability AI以缺乏屬人管轄權（lack of personal jurisdiction）、無法加入必要的一方（inability to join a necessary party）、未能提出請求索賠為由（failure to state a claim）申請駁回起

訴之動議，並已法院對其總部位於英國的子公司Stability AI Ltd.欠缺屬人管轄權，提出將訴訟轉到加州北區法院移轉管轄之動議（motion to transfer）⁴¹。

被告並抗辯，Getty Images的修正起訴狀還因另一個不同的原因而失效。為了規避修訂起訴書在司法管轄方面的缺陷，Getty Images試圖將Stability US和Stability UK混為一談，但未能指明哪一被告對所指控的侵權行為負責，Getty不當地將Stability US和Stability UK歸為一個集體名稱“Stability AI”，並泛泛地提到Stability AI的所指控的侵權行為⁴²。被告主張，對一組被告的指控混為一談是不得提出訴訟的，即使是對母公司和其子公司的指控也是如此。例如實務上，對一家德拉瓦母公司及其實資所擁有的華盛頓子公司的指控使用“Expedia”這個統稱詞而被駁回⁴³；另，因對一家英國母公司及其美國子公司的指控使用“Telit”這個統稱詞，亦曾於起訴被法院駁回⁴⁴。

另外，被告依美國聯邦民事訴訟法規（Federal Rule of Civil Procedure）第12（b）（6）條⁴⁵，提出駁回原告之訴的動議（moves to dismiss complaint's claims）。按FRP 12（b）（6）係指原告於訴狀中，表面上必須應主張足夠事實面（factual matters）之敘述（至於所陳述事實是否有證據支撐則待後續之審理），如依原告陳訴之主張，欠缺足以可請求法院救濟時，例如該主張從表面

Angle

上看即係缺乏法律依據者，被告就可在程序上聲請此動議，在前階段早早擊敗原告，故Stability AI主張Images根本自始無法陳述一項請求(fails to state a claim)⁴⁶。

依 Stability AI 的答辯，本案此類機器學習模型的訓練不是複製和／或存儲圖像，而是「涉及數百萬個參數的開發和細化，這些參數在學習的意義上共同定義了事物的外觀」，即「線條、顏色、陰影以及與無數主題和概念相關的其他屬性」，並指出「這樣做的目的不是讓模型能複製訓練圖像的副本」。並表示，「如果有人想從網路上複製圖像，有更簡單的方法可以做到這一點」。此外，被告聲稱，Stable Diffusion「讓使用者能利用簡單的文字提示創造全新且獨特的圖像」，並指出該投訴，該公司承認，「響應特定文本提示而提供的穩定擴散輸出圖像，不可能與訓練數據中的任何特定圖像緊密匹配。因此，Stability AI是創造者，而非侵權者。」⁴⁷

肆、評估——此類「穩定擴散生成輸出」與「商標侵權」

未合法取得圖像授權的情況下，本身除可能侵害著作權，Getty Images亦指控Stability AI對其內容構成大規模的商標侵權，其中Stability AI使用的行為是否為商標使用？「穩定擴散」生成的輸出是否構成商標侵權？「穩定擴散」生成

的輸出，有時會刪除其名稱的Getty Images浮水印，或將其扭曲呈現，是否構成商標侵權？前已述及Getty Images的名稱和商標在各地享有盛譽，Getty Images為超過836,000名客戶提供服務，幾乎來自世界各國的媒體機構、廣告公司、各種規模企業到個人創作者，故茲先假定其為著名商標⁴⁸，基於此前提往下討論：

一、浮水印與商標法上之「商標使用」本案如何界定商標之使用？如何界定生成式AI對商標之混淆誤認？判斷標準或原則？

(一) 首先，帶有浮水印(watermark)的圖片是否為商標法上「商標使用」：按所謂商標之使用，係指主觀上有為行銷之目的，客觀上足使消費者認識該「標示」並得以與其他商品來源作區辨，得以於數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物方式，將商標用於與提供服務有關之物品。本件Getty Images所提供圖片，皆以浮水印方式販售商品圖片，在雜誌、電視等廣告媒體上顯示商標，係為了標識圖片的來源和歸屬，與其商品圖片建立連結，足使消費者認識該攝影作品，係由Getty Images提供而非其他圖庫或視覺影的廠商，故應屬商標之使用⁴⁹。

(二) 其次，是否有混淆誤認之情形：當商品／服務之相關消費者誤認二商標為同一來源，屬於狹義之混淆誤認 (Confusion as to Source)；即若商品／服務之相關消費者雖不會誤認二商標指向同一來源，但極有可能誤認二者為系列商品／服務，或誤認二商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，則為廣義之混淆誤認 (Confusion as to Sponsorship or Association)。就本案而言，Stability AI 使用圖片之目的，是為了在市場上成為提供視覺影像、攝影作品的來源，本質上將可能逐漸取代 Getty Images，故 Stability AI 使用 Getty Images 商標，係屬於使用相同或近似的商標在相同的商品上，若依照我國商標法第68條之規定：「未得商標權人同意，有下列情形之一，為侵害商標權：一、於同一商品或服務，使用相同於註冊商標之商標者」，得屬於商標之侵權。退而言之，基於前述原告指控之被告圖像，無論 Stability AI 有無移除或是扭曲浮水印，消費者亦可能誤以為 Stability AI 與 Getty Images 之間具有一定的授權關係或是商業合作，而符合廣義的混淆誤認⁵⁰。而縱使被告有其他標示而不致混淆誤認，其他間接消費者亦可能因為兩圖片外觀過於近似，而對圖像商品產生混淆誤認⁵¹，此實務上又有所謂之「售後混淆」(Post-Sale Confusion)⁵²。

二、商標扭曲是否構成商標侵權？是否構成減損？本案 Getty Images 浮水印被扭曲呈現，這構成商標侵害或淡化嗎？又，當生成輸出圖像本身嚴重降低品質，是否構成商標淡化？

(一) 當生成輸出圖像遭嚴重降低品質，圖像本質因此改變，應討論混淆誤認以及商標減損兩種商標侵權：

擅自使用他人商標於同一或類似商品或服務上、或使用相同或近似他人商標圖樣，而有混淆誤認之虞者，為商標之侵權，並無疑義，惟除了上述消費者混淆誤認之外，是否有減損著名商標識別性或信譽之虞？著名商標特重在商標減損概念上對於著名商標本身的保護，防止損害著名商標識別商品或服務來源的能力或其所表彰之信譽。蓋商標法之立法目的，在於免於消費者在選擇商品或是服務時發生混淆誤認之情形，旨在著重保護消費者，使其能正確辨識商品或服務的來源，但著名商標需要透過大量的時間、廣告費用、人力與心力資源的投入，才有辦法打造著名商標的信譽，基於此理由，商標法應排除他人惡意攀附其辛苦累積的商譽與識別性的著名商標，以免其品牌價值遭受減損。

是以，就算無混淆誤認之情形，當再生成圖像的品質遭到改變時，仍有可

能⁵³降低商標價值，使商標權人因此受有損害，在美國，商標減損（Trademark Dilution）的法律基礎，主要來自《聯邦商標減損法》（Federal Trademark Dilution Act, FTDA）。根據該法，商標減損被定義為「使用一個與另一個著名商標相似的商標，以至於減少著名商標的獨特性或聲譽」。此種商標減損又可以分為兩種情形，一為「他人使用該商標於不同商品或服務」，而造成商標識別性的強度變弱，又稱淡化（Blurring）；另一種則是「商標信譽遭到損害」（Tarnishment），以下分述之：

1. 品牌識別性⁵⁴之淡化：原本商標是強烈指向單一來源Getty Images「圖庫販售」，然而被告將商標用在生成式AI自動生圖，當商標被用在不同商品類別，可能會變成指示兩種以上來源的商標，或使該商標在社會大眾的心中，留下不同的聯想，從而降低著名商標獨特性之可能，其識別性即遭到減弱。

2. 商標信譽之減損：第三人未經商標權人同意，擅自使用相同或近似之著名商標，對於他人商標信譽產生負面影響，進而可能會減損、降低、玷汙該著名商標在一般公眾所建立的信譽、聲望，亦即第三人之使用行為，使消費者對著名商標所代表之品質、信譽產生貶抑或導致負面聯想。商標功能除了指示商品、服務來源以外，同時寓有品質保證之意，當仿冒品充斥於市面時，即會

破壞商標權人對於商標品質所投入的努力，若因而使得潛在、間接消費者觀看到像時，其人臉扭曲、歪斜，從而感到該圖像品質差劣，則會影響原告商譽以及正品的稀有性。

（二）此種情形與所有的商品再利用、再填充⁵⁵、再翻新（refurbish）⁵⁶、更新（renovation）或再造（reconstruction）或重建（rebuild）等類似，例如：一家啤酒廠不能拿附有另一家啤酒廠商標的二手空瓶，來裝自己的啤酒；一家油品公司也不能使用附有另一家油品公司商標的加油站設備，來提供加油服務，因為當商品轉售給第三人時，該商標權人無法控制維修或回收商品的特性或品質，會使消費者對於該商標所代表的商品品質產生負面影響，當「商標權所欲保護之商品，遭到明顯改變時」，或「當商品被放入市場後商品狀態遭到惡化」，則意味著創造出一個附有原始商標的不同商品，或是改變商品本身的使用特性、合適性或商品價值的程度，因其已經帶有本質上之改變，商譽顯然有遭貶損之虞。

若以本案觀之，Stability AI無論如何辯稱機器學習模型的訓練不是複製或存儲圖像，仍是把Getty Images的商品重新再利用，而造成圖像或商標之扭曲。本案雖與上述二手瓶裝之情形有所不同，但商標浮水印與生成圖像不可一分而二，當生成輸出圖像的商標文字或浮水

印遭到嚴重扭曲，意味著圖像品質差劣，Stability AI之使用行為，將會使消費者對Getty Images的商品所代表的品質、信譽產生負面聯想。所以無論被告如何辯稱，其輸出的內容就是包含有扭曲的浮水印或是劣質的圖像，其品質保證已遭破壞。

（三）而在同一侵權案件，是否可能同時構成混淆誤認之虞與商標淡化⁵⁷？我國多數法院見解認為二者有所區隔⁵⁸，商標淡化僅適用於營業利益衝突不明顯之商品或服務，亦即不具競爭關係或不類似之商品或服務，但有少數法院見解，認為淡化亦可使用在同一或類似之商品，當著名商標所指定的商品或服務同一或類似之領域，使用相同或近似於該著名商標之商標，將會逐漸減弱或分散該著名商標，曾經強烈指示單一來源的特徵及吸引力，使得該著名商標在社會大眾的心中，不會留下單一聯想或獨特性的印象，而有減損商標識別性之虞，依商標法第70條第1款規定，亦屬視為侵害商標權之行為⁵⁹。

伍、結 論

智慧財產權是無體財產權，著作權或商標權價值的背後，是權利人所投入人力、物力乃至時間資源的一切總合，

侵害其權利就是侵害基於智慧價值所應得到的正當利益。其實本案原告指控被告經擴散技術的處理，所承現商標的扭曲變形，在技術上是可以克服的，但生成式AI訓練過程中必須大量取用他人的資訊，而訓練後之產物與原生素材在IP法律上的糾葛，更需關注。隨著AI的快速演進，不斷冒出新型態的技術，也正嚴肅地考驗著傳統之智慧財產規範。品牌商譽的建立或著作的完成，相對過去已更是唾手可得，等到AI時代真正完全普及時，人人皆變成下指令的「乾坤挪移」者，或許使人類長久來所謂的「原創」，將成為日益稀缺的奢侈品。

本案未來法院之判決結果備受關切，惟其亦已凸顯人們當今已處在歷史上智能時代的奇點（singularity），當AI愈趨成熟自主之後，究竟需要甚麼樣的智財權規範？一旦技術提升導致人類創造意識逐漸退失；或當全面自動化生成導致人類工作與精神作用逐漸被剝奪；此時知識與人文之演進勢將受到極大的挑戰。吾人現面臨的難題，恰處於智能時代衝擊人類文明的最大轉折點上⁶⁰，而像軟體、開源運動⁶¹與生成式AI等不斷的迭代發展，仍會是人類延續未來的重要推手？那麼，是否還能完全依賴目前的商標或著作權這樣的IP法律？實屬一大考驗。♣

- * 本文網路資料中英文註釋之網路資料的最後瀏覽日皆為2023年9月1日。
- ** 作者為台灣商標協會秘書長。
1. Getty Images Content License Agreement," Getty Images, <https://www.gettyimages.com/eula>.
 2. Getty Images Contributor Agreement v5.1 Fact Sheet," Getty Images Contributors, https://contributors.gettyimages.com/article.aspx?article_id=5610.
 3. Getty Images擁有超過50萬名貢獻者（其中8萬名獨家給Getty Images），超過300個內容合作夥伴，超過115名員工攝影師、錄影師和其他內容專家貢獻內容創作，並擁有一獨特且全面的視覺檔案庫收藏，涵蓋廣泛的主題內容。貢獻者選擇與Getty Images合作，係因其卓越的內容商譽和知名度、強大的平台、全球分發網絡及Getty Images為其帶來的收益。*Getty Images (US) Inc. v. Stability AI Inc.*, No. 1:23-cv-00135 (D. Delaware, Feb. 3, 2023) Case 1:23- cv-00135-UNA Document 1, <https://storage.courtlistener.com/recap/gov.uscourts.ded.81407/gov.uscourts.ded.81407.1.0.pdf>.
 4. 客戶選擇Getty Images，是因它易於使用的平台、全面的內容套件（包括某些僅授權給Getty Images的特定內容類型）、多種授權選項和服務，以及從Getty Images獲得的圖像不會侵犯第三方著作權的保證。*Getty Images (US) Inc. v. Stability AI Inc.*, *id.*
 5. *Getty Images (US) Inc. v. Stability AI Inc.*, *id.*
 6. *Id.*
 7. Reg. Number: 2,656,652; 2,837,208; 2,842,851; 2,844,647; 3,603,335; 4,968,996; 4,968,997; 5,200,414.
 8. *Getty Images (US) Inc. v. Stability AI Inc.*, *supra* note at 3.
 9. *Id.*
 10. Kenrick Cai, "Stability AI in Talks to Raise \$100 Million at Up to \$1 Billion Valuation," *Forbes*, September 7, 2022, <https://www.forbes.com/sites/kenrickcai/2022/09/07/stability-ai-funding-round-1-billion-valuation-stable-diffusion-text-to-image/>.
 11. *Getty Images (US) Inc. v. Stability AI Inc.*, *supra* note at 3.
 12. Getty Images lawsuit says Stability AI misused photos to train AI," *Reuters*, <https://www.reuters.com/legal/getty-images-lawsuit-says-stability-ai-misused-photos-train-ai-2023-02-06/>.
 13. *Getty Images (US) Inc. v. Stability AI Inc.*, No. 1:23-cv-00135 (D. Delaware, Feb. 3, 2023) Case 1:23-cv-00135-UNADocument1., <https://storage.courtlistener.com/recap/gov.uscourts.ded.81407/gov.uscourts.ded.81407.1.0.pdf>.
 14. 違反德拉瓦州商標法第3313條商標淡化、德拉瓦州統一不正當商業行為法欺詐性商業行為。
 15. Amended Complaint, Case 1:23-cv-00135-GBW Document 13 Filed 03/29/23, PageID#:1397, <https://storage.courtlistener.com/recap/gov.uscourts.ded.81407/gov.uscourts.ded.81407.13.0.pdf>
 16. Current AI Copyright Cases – Part 1," *Copyright Alliance*, <https://copyrightalliance.org/current-ai-copyright-cases-part-1/>.
 17. *Getty Images (US) Inc. v. Stability AI Inc.*, *supra* note at 3.
 18. 關於去噪，請參陳家駿、林宜柔，藝術家控告AI自動生成圖像著作侵權案——Andersen et al v. Stability AI

- Ltd. et al, 月旦律評, 16期, 2023年7月, 100-119頁。
19. LAION是一家德國公司, 得到Stability AI贊助並與其合作, Stability AI提供LAION資金和大量運算資源, 以製作數據集進而實現其侵權計畫。
 20. “LAION-5B,” LAION.AI Blog, <https://laion.ai/blog/laion-5b/>.
 21. *Getty Images (US) Inc. v. Stability AI Inc.*, *supra* note at 3.
 22. 對訓練「穩定擴散」的AI模型來說, 網站上高品質圖像比低品質圖像更有用, 因其包含更多關於圖像的細節或數據可以被複製。相較之下, 低品質的圖像〔例如被壓縮並以小型縮圖 (small thumbnail) 形式發布在社交媒體網站上的圖像〕價值較低, 因其只提供背景圖像粗略、低品質的框架, 並不附帶詳細的文字或其他有用的元數據。 *Id.*
 23. *Getty Images (US) Inc. v. Stability AI Inc.*, *supra* note at 3.
 24. *Id.*
 25. *Id.*
 26. *Id.*
 27. “Stability AI StableStudio DreamStudio Stable Diffusion Artificial Intelligence,” The Verge, May 17, 2023, <https://www.theverge.com/2023/5/17/23726751/stability-ai-stablestudio-dreamstudio-stable-diffusion-artificial-intelligence>.
 28. DreamStudio讓客戶使用「穩定擴散」生成圖像, 而無需擁有自己的高效處理能力、軟體安裝或編碼技能, Stability AI 進一步透過為客戶訓練和部署客製、非開源版本的「穩定擴散」以供大規模使用來獲利。
 29. *Getty Images (US) Inc. v. Stability AI Inc.*, *supra* note at 3.
 30. *Id.*
 31. *Id.*
 32. *Id.*
 33. *Id.*
 34. *Id.*
 35. *Id.*
 36. *Getty Images Sues Stability AI Over Art Generator IP Violations*,” Bloomberg Law, filed on February 3, 2023, <https://news.bloomberglaw.com/ip-law/getty-images-sues-stability-ai-over-art-generator-ip-violations>.
 37. *Getty Images (US) Inc. v. Stability AI Inc.*, *supra* note at 3.
 38. *Id.*
 39. *Id.*
 40. Case 1:23-cv-00135-GBW Document 17 Filed 05/02/23 Page 1 of 28 PageID #: 1899, file:///C:/Users/georg/OneDrive/%E6%A1%8C%E9%9D%A2/gov.uscourts.ded.81407.17.0.pdf
 41. TFL, Stability AI Seeks Dismissal of Getty’s Generative AI Copyright TM Lawsuit, https://www-thefashionlaw-com.translate.goog/stability-ai-seeks-dismissal-of-gettys-generative-ai-copyright-tm-lawsuit/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=zh-TW&_x_tr_hl=zh-TW&_x_tr_pto=sc

42. Michael Eshaghian, Getty Images, Inc. v. Stability AI, Inc. https://www-meshiplaw-com.translate.google/litigation-tracker/getty-v-stability-ai?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=zh-TW&_x_tr_hl=zh-TW&_x_tr_pto=sc
43. See T-Jat Sys. 2006 Ltd., No. 16-581-RGA-MPT, 2017 WL 896988, at *7.
44. M2M Sols. LLC v. Telit Commc'ns PLC, No. 14-1103-RGA, 2015 WL 4640400(D. Del. Aug. 5, 2015).
45. (b) Every defense to a claim for relief in any pleading must be asserted in the responsive pleading if one is required. But a party may assert the following defenses by motion: (1) lack of subject-matter jurisdiction; (2) lack of personal jurisdiction; (3) improper venue; (4) insufficient process; (5) insufficient service of process; (6) failure to state a claim upon which relief can be granted; and (7) failure to join a party under Rule 19.
46. *Supra* note at 40.
47. *Getty Images (US) Inc. v. Stability AI Inc.*, *supra* note at 3.
48. 著名商標之認定應就個案情況，考量商標識別性強弱、相關事業或消費者知悉或認識商標之程度、商標使用期間、範圍及地域、商標宣傳時間、範圍、地域；商標是否申請或取得註冊；商標曾經行政或司法機關認定為著名、成功執行其權利的紀錄。
49. 智慧財產法院103年行商訴字第69號行政判決意旨：衡諸在網路上銷售商品的業者，多有將其商標以浮水印方式標示於商品照片中，除可防止他人未經同意擅自重製或使用其攝影著作，並兼有表示商品來源的功能。此種表現方式應屬常見，相關消費者觀看商品照片中特定文字及圖案商標的浮水印，仍會將其視為一種指示商品來源的標識，而屬商標之使用。
50. 係指有一定的經濟關係，如關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係。
51. 臺中地院107年度智易字第60號刑事判決：「直接消費者於被告開設之網路賣場上購買被告之商品時，縱因被告有所標示而不致混淆誤認，其他非直接消費者，仍可能因被告與告訴人之商品外觀過於近似，而對於商品之來源發生混淆誤認。
52. 以售後混淆而言，商標對於商品來源的指示作用，同時寓有質量保證之意，相關消費者即使因選購時之特別因素（如價格差異或如本件中之其他商標標示），知悉商品非來自於特定商標權人，但因商品使用完全相同或十分近似之商標，其他潛在相關消費者在缺乏選購時特別因素之情況下，無從判別其差異，因而產生混淆誤認，此時將破壞商標權人對於商標質量保證作用之努力，自應認為已構成商標權之侵害。其典型案例即為廉價銷售之仿冒精品，選購此類商品之相關消費者幾乎都知悉自己購買的是仿冒品，並沒有混淆誤認的問題，但當仿冒品充斥於市面時，就會影響正品的稀有性進而減損品牌價值。如果不以售後混淆作為侵害商標權之法理基礎，就難以說明為何於相關消費者於選購時不會有混淆誤認之虞，但還是應該將此等仿冒品之銷售，列入為侵害商標權之行為態樣（智慧財產及商業法院107年度民商上易字第3號）。
53. 美國最高法院確立了商標減損只要是「有可能」而非「實際發生」即可。Lanham Act, 15 U.S.C. § 1125(c), The owner of a famous mark that is distinctive, inherently or through acquired distinctiveness, shall be entitled to an injunction against another person who, at any time after the owner's mark has become famous, commences use of a mark or trade name in commerce that is likely to cause dilution by blurring or dilution by tarnishment of the famous mark, regardless of the presence or absence of actual or likely confusion, of competition, or of actual economic injury.
54. 智慧財產及商業法院 107年度民商上易字第3號意旨參照。
55. 一家啤酒廠不能拿附有另一家啤酒廠商標的二手空瓶來裝自己的啤酒，一家油品公司也不能使用附有另一

家油品公司商標的加油站設備來提供加油服務。

56. 舊瓶裝新酒、舊的碳粉夾填滿後轉售、可口可樂空瓶來重新填充次級且可能有害的商品。
57. 歐盟商標法指令在2015年修法之後，不論是否在與註冊商標同一、類似或不類似之商品/服務均有商標淡化規定之適用。
58. 智慧財產法院 107 年民商上更（一）字第1號民事判決：所謂減損著名商標識別性之虞，即商標之淡化，並不以侵權人與著名商標所指定使用之商品相同或類似為必要，正因其等所指定使用之商品毫無關聯，才會使得原本單一指向著名商標使用於特定之商品或服務，因侵權人之使用行為而逐漸減弱或分散該商標曾經強烈指示單一來源的特徵及吸引力，最後該曾經強烈指示單一來源的商標很有可能將會變成指示二種或二種以上來源的商標，或使該商標在社會大眾的心中不會留下單一聯想或獨特性的印象。
59. 若認為混淆誤認之虞與商標淡化不可能同時構成，則本案情形若以商標淡化主張，依我國商標法，無法依商標法第95條主張侵權人應負刑事責任。臺中地院107年度智易字第60號刑事判決：被告雖另辯稱系爭商品與告訴人商品之銷售管道不同、銷售價格差異甚大，且在網路上標示「XINWEI POLO」字樣及自己之品牌故事，不致使消費者混淆誤認云云，並提出網路賣場之網頁資料為證。然商標法上所謂「混淆誤認之虞」，除消費者誤認商品來源同一外，尚包括誤認兩商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係之來源，且該消費者並未限於直接消費者，只要是相關消費者（包含潛在消費者或可能接觸商品之人）亦包含在內。且仿冒商標商品之品質及價格與商標權人所販賣之真品間存有高度差異、銷售通路不同，甚且附加自創標識，乃習見之情形，是以直接交易之相對人經常係明知為仿冒商標商品而加以購買，然對於非直接交易之其他消費者而言，其僅憑商品之外觀，而未接觸其價格、品質及其他商品標識時，仍有可能誤認該商品係來自商標權人或其所授權之人，此情形仍應該當於「有致相關消費者混淆誤認之虞」之客觀構成要件。是以，直接消費者於被告開設之網路賣場上購買被告之商品時，縱因被告有所標示而不致混淆誤認，其他非直接消費者，仍可能因被告與告訴人之商品外觀上過於近似，而對於商品之來源發生混淆誤認，智慧財產及商業法院104年度民商上字第22號民事判決、智慧財產及商業法院105年度民專上字第9號民事判決、智慧財產及商業法院105年度民專上字第16號民事判決亦同此旨。
60. 政治哲學家漢娜鄂蘭（Hannah Arendt）的觀點不謀而合，在〈The Human Condition〉一書中，去行動，意味著去創新、去開始，發動某件事，人能開端起新。因此，每個人都要充分的體驗今天的AI工具，解決「效率層面」的問題，意識到有些東西比效率更重要，但得有屬於自己的遊戲，在裡面耗散消磨自己的熱情。另外，當人們追求比效率、獲利更重要的東西時，可能會發現趣味、娛樂、遊戲、藝術的本質就是為了好玩！像是Linus Trovalds自傳〈只是為了好玩〉一書提到，生活的意義就是要達到三個階段，一是生存，第二是社會秩序，第三是娛樂。而正是因為好玩、因為娛樂，使得「趣味」驅動例如生成式AI。
61. “The Future Is Open Source,” Built In, <https://builtin.com/founders-entrepreneurship/open-source-future>.

關鍵詞：AI 圖像、商標侵權、Getty Images、Stability AI、全球首宗

DOI：10.53106/279069731907

（相關文獻）月旦知識庫 www.lawdata.com.tw；
更多裁判分析）月旦法律分析庫 lawwise.com.tw）