

○○○即○○商行因為足以影響交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法處分案

發文機關：行政院公平交易委員會

發文字號：行政院公平交易委員會 90.05.16. (九十)公處字第066號處分書

發文日期：民國90年5月16日

被處分人：○○○ 即○○商行

右被處分人因違反公平交易法事件，本會處分如左：

主 文

- 一、被處分人就其「○○」商品包裝不當抄襲他人之「○○」商品包裝外觀，積極榨取他人努力成果，為足以影響交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法第二十四條之規定。
- 二、被處分人自本處分書送達之次日起，應立即停止前項顯失公平行為。
- 三、處新臺幣四十萬元罰鍰。

事 實

- 一、緣檢舉人於八十八年三月二十二日來函向本會檢舉，略以：檢舉人自七十九年十一月起開始銷售「○○」小包裝米，其「○○及圖」商標及聯合商標並分別於七十八年十月及八十二年四月間取得商標專用權。其「○○」包裝具有特殊設計，已成為檢舉人特有商品表徵，且八十一年、八十二年電視廣告金額共達二千萬元以上，依市場調查結果「○○」也是消費者聽過與最常購買的包裝米產品之一，顯為相關大眾所共知之商品。詎料○○○君（○○商行）產製之「○○」小包裝米商品包裝，中央以「○○」三字為直式排列並以黃底紅字、紅邊框為顏色搭配，左側以藍色仿宋字體刊載「米食文化精華」、「粒粒精選·健康食米」、「晶瑩潔淨·米中極品」，右側以藍色楷書字體刊載「○○——特級良質米」，上下底端皆為藍底粗線條，線條下刊載「現代人愛吃的米『○○』好吃又香」紅色「仿宋」字體說明，與檢舉人前揭商品包裝極為相似，一般消費者如未經刻意辨別，即易產生混淆，涉嫌違反公平交易法第二十條第一項第一款規定。
- 二、案經本會以八十八年四月十三日（八八）公參字第八八〇三三五三一〇〇一號函復，認為檢舉人之「○○」包裝整體而言，尚難謂已構成公平交易法第二十條第一項第一款所稱之表徵，且亦無具體事證足以認定被處分人之產品包裝足以導致相關事業或消費者混淆之情事，故難謂有違反公平交易法第二十條之規定。檢舉人不服提起訴願，遭本會駁回，爰提起再訴願，案經行政院八十九年五月十六日臺八十九訴字第一三七四八號決定書決定：「原決定及原處分均撤銷，由原處分機關另為適法之處分」。
- 三、按行政院之決定理由，係因檢舉人檢具經濟部智慧財產局中臺評字第○○號商標評定書影本，內容略以被處分人所註冊之「○○及圖」商標圖樣與檢舉人所註冊之「○○及圖」及「○○及圖」等商標圖案相較，均由二中文字組成，其中「○○」與「○○」或「○○」字固有不同，惟組合之另一字均為非習見之「○○」字，且所表彰使用之米商品均為○○米，於外觀或觀念上予人寓目印象易生源自同一主體之

系列商標聯想，異時異地隔離觀察，難謂無使一般消費者產生混同誤認之虞，應屬構成近似之商標，復均指定使用於米等同一或類似之產品，爰有商標法第三十七條第一項第十二款之適用，故將被處分人所註冊之第○○號「○○及圖」及註冊第○○號「○○及圖」一併撤銷。而本會原函復則認為以上開商標所使用之產品包裝均有明顯差異，異時異地隔離觀察，依具有普通知識經驗之相關事業或消費者之普通注意，似難謂二者間商品來源有引人誤信誤認之情事，二者認定顯不一致。究竟系爭「○○」「○○」商品包裝整體隔離觀察，有無使消費者發生混淆之虞，有重行審酌之必要，爰將原決定及處分均撤銷，由本會另為適法之處分。

四、案經函請被處分人到會說明，略以：

- (一) ○○商行名義負責人為○○○君，惟因年事已高，業務已交由其子○○○君負責，而○君自七十九年起即自行銷售「○○」小包裝米，八十二年另創「○○」品牌小包裝米，八十三年再註冊使用「○○」品牌。
- (二) 系爭「○○」商品係由被處分人向彰化縣○○鄉○○村附近之碾米廠商購買大包裝米回來分裝，或由米商分裝好後送交被處分人銷售，被處分人銷售之範圍僅限於高雄縣以北嘉義縣以南之地區，至於外縣市則以商標授權方式，由○○○君、○○○君、○○行、○○米行、○○有限公司、○○有限公司等使用，由被授權人自行接洽貨源，包裝後自行銷售，被處分人不介入行銷管道或行銷方式。
- (三) 「○○及圖」係由被處分人於八十三年提出申請，並於八十三年十一月一日及八十四年十二月十六日分別獲得註冊○○號及○○號商標，但上開商標已於八十九年四月遭檢舉人異議撤銷，目前正在行政院訴願中。
- (四) 「○○及圖」係委請他人設計，並未參考檢舉人之商標。市面上如○○、○○等商標亦相近，但消費者不會混淆，故消費者應不會誤認「○○」為「○○」。
- (五) 被處分人於八十三年開始銷售檢舉人所產銷之「○○」，當時被處分人已開始銷售「○○」，惟檢舉人當時並未同意被處分人銷售其「○○」。八十五年簽約經銷檢舉人之「○○」等產品時，檢舉人亦知道被處分人有銷售「○○」。八十六年底該合約結束後，即與檢舉人未有任何商業往來。
- (六) 被處分人銷售之「○○」有多種不同包裝，而檢舉人亦有各種不同包裝，其中近似者僅有一種，且檢舉人所用之黃底紅商標非常普遍，檢舉人不應主張為其專有表徵。

五、檢舉人復來函補充檢舉理由，略以：

- (一) 檢舉人享有經濟部智慧財產局核准註冊之第○○號、第○○號、第○○號、第○○號及第○○號之「○○及圖」、「○○及圖」商標專用權，用於米、穀、麵粉、澱粉及其他穀製品與其混合製品，而使用上開商標所製售之「○○」、「○○」採用○○良質米品種，廣受喜愛，「○○」商品自七十九年迄今已享有高知名度，擁有極高之市場占有率。

- (二) 檢舉人之「○○」除使用「○○及圖」商標圖案於包裝外觀外，並以黃底紅字之「○○」三字直式排列加以紅色外框，置於包裝袋之正中央，並於包裝正面之上、下方使用藍、紅、黃三色配色之橫紋線條設計，而此一藍紅黃三色配色之橫紋線條設計圖樣，係屬檢舉人取得之商標專用權之一。檢舉人為推廣○○之長米品種，於國內斥資舉辦各種促銷活動及於各平面、電視媒體刊登大量廣告，系爭「○○」商品顯已為相關業者及消費者所普遍認知之商標及包裝外觀。
- (三) 被處分人○○商行實際負責人○○○君與案外人○○有限公司、○○有限公司、○○有限公司、○○行、○○商行及○○行等自八十年起均為檢舉人之經銷商，而○○商行曾於八十二年取得「○○及圖」註冊商標，並於八十七年間推出仿冒檢舉人「○○」之商標、外觀等表徵之「○○」商品，並聯合杯葛檢舉人，以達損害檢舉人之目的。
- (四) 復查被處分人所推出之○○商品，非惟使用近似於前揭「○○及圖」之「○○」及藍、黃、紅三色配色之橫紋線條設計之商標圖樣而構成商標侵害，在包裝上亦使用黃底、紅字；紅邊框之○○三字直排方式置於包裝中央，與○○商品包裝為相同之使用，在包裝左、右方所使用之文字「晶瑩潔淨」、「米中極品」、「○○」等字樣，亦與檢舉人商品為相類似之使用；另包裝上下方之文字、線條等，被處分人於八十八年三月八日推出之○○商品包裝之上下方係使用藍色線條，旋於同年四月七日將包裝上下方均改成藍、紅、黃三色橫線條圖樣，而與○○商品之商標圖樣、包裝外觀為完全相同之使用。由其商品外包裝之個別部分及整體觀察均已顯示被處分人積極攀附，故意令消費者造成混淆，誤認○○與○○為同一或類似商品之不法意圖。
- (五) 被處分人被評定無效之商標圖樣「○○」為橫寫儷細黑體文字，而其聯合商標圖樣「○○」為勘流亭字體，均與檢舉人之「○○」直式「仿宋」體文字不同。被處分人於○○商品上不使用其商標圖案之文字，卻使用與○○商標包裝相同之仿宋體直式字樣，足徵被處分人有搶搭檢舉人品牌形象，混淆市場之行徑。
- (六) 被處分人更透過經銷管道及各零售商對消費者散布，其所銷售之○○商品較便宜，與○○商品為姊妹品，係同一家公司出產、同樣來源之不實消息。
- (七) 被處分人○○及圖已遭智慧財產局評定無效並撤銷聯合商標，詎被處分人迄今仍持續銷售○○商品，使用前開○○及圖樣及包裝外觀，涉有違反商標法第六十二條、第六十三條，且違反公平交易法第二十條第一項仿冒他人商標之罪。
- (八) 被處分人於○○及圖被評定無效後，除仍持續使用○○及圖外，又悄悄夥同他人推出「○○」商品，以試探市場反應，其「○○」之字樣固非近似於○○，惟其使用之包裝外觀仍堅持使用黃底紅字並以紅框之字樣，及黃、紅、藍之橫紋線條設計，與○○商品之包裝相較，亦極為近似，渠堅不捨棄攀附行為，圖造成消費大眾混淆，

牟取不法利益之行為，尤不足取。

六、復請檢舉人提供「○○」與「○○」包裝外觀是否混淆誤認之市場調查報告，檢舉人委請○○研究院進行市場調查，結果略以：

(一) 表徵權侵害鑑定報告部分：

1. 八五·一％之一般消費者對「○○」與「○○」之商品設計表徵產生欺矇、誤認、混淆的感覺，故「○○」對「○○」商標設計之表徵構成侵害。
2. 在廣告用語部分有八六·一％消費者有欺矇、誤認、混淆之感覺，文字排列部分有八七·七％消費者產生混淆誤認之感覺。
3. 圖樣外觀部分有八五·一％消費者有混淆誤認的感覺，八七％對整體外觀有混淆誤認的感覺，故「○○」對「○○」之「圖樣外觀」及「整體外觀」之表徵構成侵害。

(二) 商標專用權侵害鑑定報告部分：七四·一五％受訪者對商標外觀產生混淆或誤認，在觀念近似上約有八〇％以上有構成混淆或誤認，應有構成對商標專用權之侵害。

七、就檢舉人所提供之市場調查報告資料，函請被處分人提供陳述意見，略以：

(一) 被處分人所產銷之「○○」所使用之「○○及圖」商標係於民國八十二年十二月申請，八十三年十月獲發第○○號商標註冊證，專用期間自八十三年十月一日起至九十三年九月三十日止。

(二) 被處分人為便於包裝上之使用形態，復於八十三年七月二十八日以另一「○○及圖」商標申請為前開商標之聯合商標獲准，專用間為八十四年十一月十六日起至九十三年九月三十日止。

(三) 被處分人自八十三年十月間起，開始使用依法註冊之「○○及圖」商標於所銷售之各類米商品，係屬使用依法註冊之商標，應屬合法商業行為，且與檢舉人之「○○」所使用之「○○及圖」商標併存，檢舉人雖於八十八年對被處分人之「○○及圖」商標提出評定，並經經濟部智慧財產局於八十九年一月十四日以中臺評字第○○號商標評定書撤銷之處分，惟被處分人不服該評定處分已依法提起訴願、再訴願之行政救濟，刻正在行政院再訴願審理中，商標專用權仍存在，故被處分人現在仍使用上述二註冊商標於所指定之米商品，實難謂有違法之處。

(四) 有關檢舉人所述被處分人於○○及圖被評定無效後，又與他人推出「○○」商品，其包裝外觀仍與檢舉人之「○○」包裝外觀近似，以圖造成消費大眾之混淆乙節，被處分人除上開「○○及圖」外，從未使用其他商標與包裝，更無與其他人共同投資生產「○○」或「○○」商品，檢舉人所稱顯為無中生有之詞。

(五) 有關檢舉人所陳之市場調查報告，被處分人意見如次：

1. 市場調查應客觀、公正，其所調查之對象、層面、職業、年齡、教育程度，以及市場調查所設定的題目、標的、調查方法均與調查結果之客觀性及公正性有關。被處分人以「○○及圖」商標之正商標及聯合商標使用於所定之各種米商品，行銷於市面者其包裝形態共有五種，檢舉人僅就其中一種紅框黃底紅字之「○○」與其「○○

」為市場調查之標的，而撇開其他四種同時行銷於市面之包裝不論，其所提供之市場調查即難認客觀、公允。

2. 被處分人委託○○大學民意調查研究中心就「○○與○○辨識度」進行調查，經該中心自八十九年十二月二十八日至十二月三十一日就大臺北地區進行調查，其調查結果如次：

民眾對「○○」與「○○」兩種包裝米之辨識度：可立即辨識者三七·一%，仔細辨別後可區分者三三·五%，而完全無法分別者僅佔一三·三%，可辨別，但認為兩種米為同廠牌者亦僅為一五·五%。

以不同年齡之民眾對「○○」及「○○」米兩種包裝之辨識度：十六至三十歲年齡層之民眾有八一·一%可清楚辨別兩種廠牌不同，三十一至五十歲年齡層，亦有七五%左右之民眾可清楚辨別。

以不同學歷之民眾對「○○」及「○○」米兩種包裝之辨識度：小學以下者六六·二%，初中、國中者為七二·三%，高中、高職者為七三·八%，專科者為七〇·一%，大學或以上者為六八·四%。

以不同地區之民眾對「○○」及「○○」米兩種包裝之辨識度：臺北市為八〇·三%，臺北縣為六一·二%。

以不同性別之民眾對「○○」及「○○」米兩種包裝之辨識度：男性為六二·四%，女性為七三·七%。

調查報告中明確指出：「本次調查重點民眾對○○及○○的辨識度，○○在市場的占有率僅一·五%，遠低於○○的一〇·三一%，因此○○對於○○的市場衝擊性應該不會太大，不會影響在市場的占有率。」

3. 上開市場調查報告已具體證明：檢舉人所做之調查相比較，檢舉人所指各節顯欠客觀、公允。
4. 被處分人所註冊之「○○及圖」雖經評定無效，惟被處分人已依法提起行政救濟，刻正於行政院再訴願中，且經濟部智慧財產局復核准被處分人之「○○」商標於八十九年十月一日公告，八十九年十月十六日再核准被處分人之「○○」及「○○」商標審定公告，而檢舉人除「○○及圖」及「○○及圖」商標外，復註冊有「○○」商標，足證被處分人之「○○」、「○○」、「○○」、「○○」及檢舉人之「○○」、「○○」、「○○」商標並不構成近似而並存，故檢舉人指稱「有百分之八十消費者觀念上認為『○○』與『○○』商標在『外觀』及『觀念』上構成近似商標」均與事實不符。
5. 檢舉人所提出之事證，並無法證明檢舉人之「○○及圖」商標及其包裝已屬「知名營業表徵」，且檢舉人據以主張之「○○及圖」商標，其中「○○」為彰化縣○○鄉○○村、○○巷之地名，且為「○○」，此有○○公會理事長等聯名證明，足見檢舉人據以主張之「○○」商標顯為表示產地之地名，且為米類商品之生產及集散地，顯不得作為申標申請註冊，被處分人已另案對之提出評定中，則

檢舉人之「○○及圖」商標及其聯合商標是否能合法存在，仍在未確定狀態，更何況檢舉人之「○○及圖」及被處分人之「○○及圖」二商標是否構成近似，有無致與他人營業混淆之情事等爭議均在行政救濟程序進行中，而有關檢舉人與被處分人間之法院訴訟，亦經各法院諭知停止訴訟程序之進行，檢舉人理應靜候行政與司法爭訟之結果，且由上述事證，實難認被處分人涉有違反公平交易法第二十條第一項及第二十四條規定之情事。

理由

- 一、按公平交易法第二十條第一項規定：「事業就其營業所提供之商品或服務，不得有左列行為：一、以相關事業或消費者所普遍認知之他人姓名、商號或公司名稱、商標、商品容器、包裝、外觀或其他顯示他人商品之表徵，為相同或類似之使用，致與他人商品混淆，或販賣、運送、輸出或輸入使用該項表徵之商品者。二、以相關事業或消費者所普遍認知之他人姓名、商號或公司名稱、標章或其他表示他人營業、服務之表徵，為相同或類似之使用，致與他人營業或服務之設施或活動混淆者。」上述規定中所稱「表徵」，係指某項具識別力或次要意義之特徵，得以表彰商品或服務來源，使相關事業或消費者用以區別不同之商品或服務，而所稱「相同或類似之使用」，相同係指文字、圖形、記號、商品容器、包裝、形狀、或其聯合式之外觀、排列、設色完全相同而言；類似則指因襲主要部分，使購買者於購買時施以普通注意猶有混同誤認之虞者而言。而所稱之「混淆」，係指對商品或服務之來源有誤認誤信而言。故事業若以相關事業或消費者所普遍認知之他人商品或營業表徵，為相同或類似之使用，而致與他人商品或服務混淆者，即違反上開規定。
- 二、次按本案檢舉人原申訴函中稱被處分人為○○○君即○○商行，惟查○○商行負責人為○○○君，本案既以○○商行所產銷之商品「○○」為檢舉標的，則應以○○商行負責人○○○為實際被處分人，而檢舉人於八十九年八月十五日再來函補充檢舉理由時，亦變更被處分人為○○○君即○○商行。
- 三、有關被處分人是否涉嫌違反公平交易法第二十條第一項第一款部分：
 - (一)查本案主要之爭點在於：被處分人以已註冊之「○○及圖」商標為主體，生產銷售「○○」小包裝米，是否與檢舉人以已註冊之「○○及圖」商標為主體，生產銷售之「○○」小包裝米之包裝相同或類似，而致一般相關事業或消費者混淆誤認為同一營業主體或相同來源，致有違反公平交易法第二十條第一項第一款規定之情事。本會原八十八年四月十三日（八八）公參字第八八〇三三五三一〇〇一號函復，認為檢舉人之「○○」包裝整體而言，尚難謂已構成公平交易法第二十條第一項第一款所稱之表徵，且亦無具體事證足以認定被處分人之「產品包裝」足以導致相關事業或消費者混淆之情事，故難謂有違反公平交易法第二十條之規定。主要論點在於：
 - 1.就檢舉人「○○」整體包裝而言，除該公司前揭註冊聯合商標外，「○○」包裝整體尚難謂已構成本法第二十條第一項第一款所稱之表徵。

2. 退一步言，縱認其商品包裝構成第二十條所稱之表徵，然被處分人之「○○」包裝與檢舉人之「○○」包裝有明顯差異。兩者即便異時異地隔離觀察，依具有普通知識經驗之相關事業或消費者之普通注意，仍難謂兩者間關於商品之來源，有引人誤信誤認之情事。

(二) 次查經濟部智慧財產局八十九年一月十二日以中臺評字第○○號商標評定書，認為被處分人所註冊之「○○及圖」商標圖樣與檢舉人所註冊之「○○及圖」及「○○及圖」等商標圖案相較，均由二中文字組成，其中「○○」與「○○」或「○○」字固有不同，惟組合之另一字均為非習見之「○○」字，且所表彰使用之米商品均為○○米，於外觀或觀念上予人寓目印象易生源自同一主體系列之商標之聯想，異時異地隔離觀察，難謂無使一般消費者產生混同誤認之虞，應屬構成近似之商標，復均指定使用於米等同一或類似之產品，爰有商標法第三十七條第一項第十二款之適用，故將被處分人所註冊之第○○號「○○及圖」及註冊第○○號「○○及圖」一併撤銷。亦即，經濟部智慧財產局所做之處分僅係就被處分人之「○○及圖」商標與檢舉人之「○○及圖」商標是否違反商標法規定做成決定，其與本會就本案檢舉人所稱「產品包裝」是否違反公平交易法第二十條第一項規定之考量並不相同。

(三) 第查檢舉人所產銷之「○○」小包裝米，在系爭商品外包裝上，除於正面中央明顯位置，繪有大面積之該公司「○○及圖」註冊聯合商標，並於商標上方繪有該公司標幟之外，其透明長方形包裝、包裝正面上方及下方條紋圖案設計、顏色選擇及刊載內容等方面，並無明顯特殊之處。檢舉函中所稱之「○○」三字直式置於包裝中央，與「特級良質米」、「○○」、「中國米食文化的精萃」、「健康食米·晶瑩純淨」、「粒粒精選，米中珍品」等字之排列方式、字體、設色、邊框顏色之搭配等，亦屬一般市面小包裝米外包裝經常可得使用者，並無特殊引人注目之處。易言之，該公司「○○」包裝外觀上除註冊商標外，並無其他特別顯著之特徵，可使相關事業或消費者得以一見該包裝，得即認知該商品係檢舉人所產銷之商品。再者，檢舉人所用之包裝袋雖於正面中央明顯位置標有「○○」字樣外，亦有其他不同樣式，因此整體而言，除該公司前揭註冊聯合商標外，「○○」包裝整體尚難謂已構成本法第二十條所稱之表徵，故被處分人尚難論有以相同事業或消費者所普遍認知之他人商品表徵，為相同或類似之使用，致有違反公平交易法第二十條之情事。

四、有關被處分人是否違反公平交易法第二十四條規定部分：

(一) 按公平交易法第二十四條規定：「除本法另有規定者外，事業亦不得為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為。」故事業若有抄襲他人商品之外觀，積極榨取他人努力成果，對競爭者顯失公平，足以影響市場交易秩序者，即屬違反上開規定。

(二) 查被處分人自八十三年起，開始陸續使用「○○」及「○○及圖」商標，於市面上販售「○○」，其所使用之包裝雖有不同形式，惟自八十七年起，被處分人即以檢舉人當時銷售之「○○」包裝類似

之「○○」包裝，銷售於市面上。經仔細檢視系爭「○○」及「○○」兩種包裝：

1. 檢舉人所產銷之「○○」小包裝米，在商品外包裝上除於正面中央明顯位置，繪有大面積黃底紅字之「○○」三字直式排列加以紅色外框，置於包裝袋之正中央，並於包裝正面之上、下方使用藍、紅、黃三色配色之橫紋線條設計，商標右上方則附以藍色楷書說明文字：「特級良質米——○○」，左下方則為藍色「仿宋」體說明文字：「中國米食文化的精萃健康食米，晶瑩純淨粒粒精選，米中珍品」，商標上方則為紅色「仿宋」體字：「高纖維、高蛋白、高營養、低澱粉」，下方及右側方為紅色圓圈底白色「仿宋」體字：「現代人吃的米『○○』長夠Q夠香」。
2. 而被處分人之「○○」包裝亦採用透明塑膠包裝，其於包裝上方及下方繪有粗細不等之藍、黃、紅色條紋，中間亦以與檢舉人相同之紅框黃底配以直列醒目紅色之「○○」字樣，右邊為藍色楷書：「○○——良質米」，左方為藍色細明體文字：「米食文化精華 粒粒精選，健康食米 晶瑩潔淨，米中極品」，上方則以紅色細明體文字：「新改良*新品種*品質保證好吃 多纖維·多蛋白·營業高」，下方及兩側為「現代人愛吃的米『○○』好吃又夠香」。
3. 整體觀之，系爭二商品包裝在商標及上、下線條之位置、設色不僅相類似，其說明文字之位置、字義亦極為神似，被處分人產品包裝顯係抄襲自檢舉人外包裝設計。

(三) 次查檢舉人「○○」所用包裝雖有不同式樣，惟其包裝主體所使用之紅框黃底加上紅色文字「○○」商標並未改變，而依檢舉人所提供八十三年至八十七年銷售資料，系爭被抄襲之包裝產品至少佔每年總銷售量百分之七十五以上，且依檢舉人所提供之歷年來電視廣告中所用之包裝，皆以被處分人所抄襲之包裝為主，此有檢舉人所檢附之歷年電視廣告短片可稽，可見該包裝係檢舉人在市場流通較廣泛之主力產品，被處分人曾為其經銷商之一，對此當知之甚明。而被處分人「○○」之各式包裝，其原所註冊之「○○」商標圖樣為橫寫儷細黑體文字，聯合商標圖樣「○○」則為勘流亭字體，均與檢舉人之「○○」直式字體不同。被處分人在早期所用之包裝袋上所用之商標標示「○○」三字或為無框，或有藍色外框，但均為紅色勘流亭字體，與檢舉人之「○○」不同，但被處分人自八十七年後改採與檢舉人相同之紅框黃底紅色字體，並佐以包裝上下緣之紅黃藍條紋，與檢舉人於當時所用之包裝上、下緣之藍紅黃線條及其他說明字樣編排方式，其就包裝外觀所為之抄襲至明，可證被處分人係利用檢舉人在市場上知名度、銷售量較高之產品為抄襲對象，以增進自己之銷貨數量，榨取檢舉人努力之成果。

(四) 綜上所論，被處分人顯有抄襲檢舉人包裝外觀設計，榨取檢舉人努力成果之情事，其所為核已違反公平交易法第二十四條之規定。

五、另有關檢舉人所稱被處分人於「○○及圖」被評定無效後，又與他人推出「○○」商品，其包裝外觀仍與檢舉人之「○○」包裝外觀近似，以圖造成消費大眾之混淆乙節，查「○○」係由其他廠商生產，其

包裝或與被處分人「○○」包裝相似，惟尚無其他事證顯示被處分人與該產品有關，併此指明。

六、綜上所論，本案被處分人於其「○○」商品包裝上不當抄襲他人之「○○」商品包裝外觀，積極榨取他人努力成果，為足以影響交易秩序之顯失公平行為，核已違反公平交易法第二十四條之規定。經審酌被處分人違法行為動機、目的、預期不當利益、對交易秩序危害程度及持續期間、所得利益、事業規模、經營狀況及市場地位、以往違法情形及違法後態度等情事，爰依同法第四十一條前段規定處分如主文。

主任委員 黃宗樂

中華民國九十年五月十六日

本件被處分人如有不服本處分，得於本處分書達到之次日起三十日內，向本會提出訴願書（須檢附本處分書影本），訴願於行政院。