

○○有限公司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 90.05.18. (九十)公處字第070號處分書

發文日期：民國90年5月18日

被處分人：○○有限公司

代表人：○○○

右被處分人因違反公平交易法事件，本會處分如左：

主 文

- 一、被處分人於所販售「○○」機油商品外觀，抄襲他人商品外觀設計，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，應立即停止前項違法行為，並於本處分書送達之次日起二個月內，完成回收並改正其違法抄襲之商品外觀。
- 三、處新臺幣五萬元罰鍰。

事 實

- 一、本案檢舉人○○股份有限公司於臺中市市面上發現「○○」及「○○」機油商品外包裝罐與該公司「○○」、「○○」機油商品外包裝罐之外觀相似，嚴重混淆消費者視聽，涉嫌違反公平交易法第二十條第一項第一款之規定。
- 二、案經函請檢舉人補充說明，內容略以：
 - (一) 檢舉人近來於臺中市發現有數家業者公開陳列、販售與檢舉人肖似之機油產品，經分別在○○行、○○行、○○行、○○行、○○行購得樣品。
 - (二) 就檢舉人「○○機油」、「○○機油」與購得之「○○」機油比較：
 1. 「○○」機油與「○○」機油：A兩者之罐子形狀完全相同。B兩者之瓶身不僅皆為綠色，而且是同樣的綠色。C瓶身的標籤紙設計，皆是以綠色底搭配紅字與白字，而且字的擺設位置、大小皆大同小異。
 2. 「○○」機油與「○○」機油：A兩者之罐子形狀完全相同。B兩者之瓶身不僅皆為銀色，而且是同樣的銀色。C瓶身的標籤紙設計，皆是以黑、藍色底搭配紅字與白字，而且字的擺設位置、大小皆大同小異。
 3. 基於上述，「○○」機油、「○○」機油與「○○」機油，其包裝、顏色、字體、形狀、排列圖樣等表徵，隔時異地觀察，一般消費者極易產生誤認與混淆。檢舉人銷售之機油皆為○○機車之正廠推薦機油，揆諸機油罐上之「○○」商標及經○○公司授權使用的商標註冊證即可得知，故於市場上有一定的品牌與形象。檢舉人之「○○」機油與「○○」機油自民國八十七年八月即開始行銷，並於媒體雜誌刊登廣告，歷經兩年市場嚴苛考驗屹立不搖，該二款機油

每月仍各自約有八萬四千罐之銷售量，全省各縣市設有三十四個經銷商，行銷通路遍及全臺，全省約有八成以上之機車行、機車材料行均有銷售檢舉人之產品。檢舉人之產品「○○」機油與「○○」機油外罐包裝係由廣告公司設計，會同公司人員研議、修改而成。

- (三) 檢舉人不堪此外觀近似商品干擾市場，雖已決定忍痛放棄原有之包裝形態，另行斥資更新設計，並另提列廣告費用以作市場區隔，進而確實保護消費者權益，惟劣幣驅逐良幣實屬不當之市場惡劣競爭手段，系爭之「○○」機油包裝形態，涉有違公平交易法第二十條第一項第一款之規定。

三、嗣經被處分人提出書面說明及案關資料，內容略以：

- (一) 有關○○行、○○行、○○行、○○行及○○行販售之「○○」及「○○」機油商品外包裝罐，涉嫌違反公平交易法規定情節，惟本案系爭商品外包裝係由被處分人委由前述各機車行試銷，前述機車行實不知情且與案情無關。

- (二) 有關「罐子形狀及顏色相同」乙節：

查系爭商品外包裝罐之形狀及顏色，乃業界慣用之形狀及顏色，非屬檢舉人所得獨占使用。其中綠色乃代表「環保之顏色」，銀色則係「金屬缸體顏色」，業經業界廣泛使用，實非檢舉人首創，甚至有「公模」提供業者使用。如知名品牌「○○」及「○○」機油，亦是採取此形狀、顏色，此有業界使用之機油外包裝罐照片可資證明。另檢舉人如欲主張具有系爭「包裝罐形狀」之專用權，當循專利法之申請「新式樣專利」之保護，此乃專利法制訂之目的，方可樹立客觀、公正之準則。

- (三) 有關「瓶身標籤」乙節：

「綠色」標籤乃係環保顏色，非屬檢舉人所得專用，且被處分人「○○」機油商品外包裝罐之綠色標籤，設有「太陽光芒之線條」，顯與檢舉人之「○○」機油商品外包裝罐之標籤不同。另一為「黑、藍色」標籤乃係「閃電時天空之顏色」，業經業界廣泛使用，實非檢舉人首創，一般顏色任何人皆可自由使用，倘主張權利者，需有獨創性、特殊性，而不能以顏色同即狹隘論斷，否則習知之顏色，將被獨占，反而有失公平。至於標籤「文字」部分，乃係機油商品有關之規定、成分及通用內容之說明，並非檢舉人所獨創，實不得限制他人於商品上標示規格及成分等說明文字。本案檢舉人除未取得系爭機油商品外包裝罐之專利權，且被處分人亦未使用檢舉人之「○○」商標，僅憑通俗之罐身、產品規格成分之說明文字，實不能因此而偏執指為只能檢舉人獨用。

- (四) 被處分人印製之標籤係委由有印製油品標籤經驗之印刷廠處理，由被處分人提供說明文，並請印刷廠搭配顏色，經雙方討論，且參「○○」及「○○」牌之藍黑色與瓶身銀色之搭配，更顯得協調搭配效果。且由於標籤並無特別之圖形、花樣，只是印顏色，不必刻意畫圖及照相製原版，僅須單純在大紙張印製再裁切即可。

四、次請檢舉人提出說明，內容略以：

- (一) 檢舉人銷售之「○○」及「○○」機油，係委由○○股份有限公司

及○○股份有限公司開模加工製造而成，非如答辯書中所言係向販售機油罐之「公模」業者購買而來，合先敘明。

- (二) 環顧國內知名廠牌機油如○○「○○」、○○「○○」、○○、「○○」、「○○」、「○○」、「○○」、「○○」、「○○」其生產之機油產品，在其罐身形狀、瓶身標籤及顏色、文字均有其一定之特色，即使與檢舉人使用近似之罐身，如○○、「○○」等，均會以不同的罐身顏色、標籤貼紙相互區隔，目的在於保有自身之品牌特色與形象，進而使消費者易於辨認、方便購買，此亦為國內守法、知名、誠實納稅之機油業者所共同遵守之慣性。再者「文字」說明部分，雖為機油商品有關規定、成分及通用內容之說明，但國內知名之業者中亦未有發生過兩家不同公司之產品其文字內容、編排順序完全相同的情形。
- (三) 答辯書中所提知名廠牌○○「○○」，其罐身顏色、貼紙標籤及文字說明均與檢舉人生產之產品不同，另外提出之數罐綠色罐身之機油，均非為國內知名業者所生產製造，有無與檢舉人生產之產品近似，仍有可議。又答辯書中所提之「○○」機油，其罐身顏色雖與本公司生產之「○○」機油罐身顏色同為銀色，但其罐身形態、罐身標籤及文字說明均不同，更可證明前述國內守法、知名、誠實納稅之機油業者所共同遵守之慣性。
- (四) 檢舉人成立近三十年來，其產品於市場均有一定之口碑，查獲之機油仿品案件更不可計，業者如欲於機油市場中佔有一席之地，應如同○○「○○」機油一般，以廣告量配合不同包裝形態之合法業者慣性，才能迅速於機油市場中竄起，而非拿知名業者已完成之包裝形態加以小部分修改，就直稱與其不同。系爭機油外觀與檢舉人生產之機油相較，其罐身顏色、貼紙型態及文字說明、排列均有近似之處，非如其答辯書中所言無近似之處。

五、復請被處分人到會說明並提出案關資料，整理如下：

- (一) 被處分人自八十九年八、九月間推出系爭機油商品，該等商品係採由機車行試賣之方式行銷故無出貨單據。
- (二) 再者被處分人之「○○」商品外觀設計係採用之前販售進口「○○」機油外觀之黑色，再採用被處分人廣告用紙之藍色設計，搭配而成。況本公司「○○」與「○○」使用字型拼法不同；兩者商標品名、瓶蓋及倒油標示迥異；且本公司特別註明「符合三期環保」之字樣；使用之說明文字如「○○」編排位置及兩者標籤正反有別。

理 由

- 一、本案緣係檢舉人檢舉○○行、○○行、○○行、○○行及○○行販售之「○○」及「○○」機油商品外觀，涉嫌違反公平交易法第二十條第一項規定，惟系爭商品之製造販售商被處分人來函表明系爭商品係由該公司委託前開機車行販售，合先敘明。
- 二、按公平交易法第二十條第一項第一款規定，事業就其營業所提供商品，不得有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。所稱表徵，係指某項具識別力或次要意義之特徵，其得以表彰商品來源，使相關事業或消費者用以區別不同之商品。所謂識別力，係指某項特徵特別顯著，使相關事業或消費者見諸該特徵，即得認知其所表彰之商品為某特定事業所產製。而商品慣用之形狀、容器、包裝及商品普通之說明文字、內容或顏色，不具表彰商品或服務來源之功能，自非公平交易法第二十條所稱之表徵。

三、查「○○」、「○○」商品之瓶罐為商品慣用之形狀及容器，不具表彰商品來源之功能，故非表徵；又系爭商品瓶身上之設色，為綠色或銀色，已為業界所普遍使用之顏色，而此單一顏色，因不具有表徵商品來源之功能，亦非表徵；且系爭商品標籤上之文字及設色圖樣，為商品普通之說明文字、內容及顏色，經查「○○」係指○○機油，而「Reduces carbon deposits; Decreases spark plug fouling; Helps faster more dependable starting; Excellent anti-wear formula means engines last longer」、「SYNTHETIC BASED; 2STROKE MOTOR OIL; NEW FORMULA WITH PERFUME」等文字，則係表示該商品具有減少積碳；火星塞之污泥；促進快速潤滑；.....之一般商品功能之說明文字。復查系爭商品各以顯著之方式標示「○○」品牌名稱及「○○」品牌名稱，既已分別取得商標專用權，得以表彰商品來源，使相關事業或消費者得據以區別係不同之商品。惟被處分人「○○」表徵迥異於「○○」表徵，即被處分人就案關表徵未為相同或類似之使用，應不致使相關事業及消費者就商品來源產生混淆。故被處分人所為尚難認有違反公平交易法第二十條第一項第一款規定之情事。從而，販售系爭商品之經銷商○○行、○○行、○○行、○○行及○○行自無違反上述法條之規定。

四、復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。」係不公平競爭行為之概括規定。事業行為是否構成不公平競爭，可從行為人與交易相對人之交易行為，及市場上之效能競爭是否受侵害加以判斷。事業如有以抄襲他人著名商品之外觀或表徵，積極攀附他人著名廣告或商譽等方法，榨取其努力成果，而有妨害市場之效能競爭之情形，其行為即有違反公平交易法第二十四條之規定。

五、有關「○○」與「○○」商品外觀近似乙節：

(一) 查本案「○○」商品於民國八十七年八月即開始行銷，並於媒體雜誌刊登廣告，該機油商品每月約有八萬四千罐之銷售量，全省各縣市設有三十四個經銷商，行銷通路遍及全臺，全省約有八成之機車行、機車材料行均有銷售檢舉人之產品。

(二) 續查按目前國內市面上常見之機油商品外觀（包括進口及國內生產者）眾多，惟查在諸多品牌中，被處分人所產銷之「○○」，除與「○○」同採銀色塑膠形狀瓶身設計，在外觀正反面復以同一之黑藍色之標籤，且其標籤上標示之「○○」之設計，不論在字型、排列及設色與「○○」大同小異外，亦採用相同之疊字設計；再者標籤上亦使用相同之商品說明文字如「Reduces carbon deposits; Decreases spark plug fouling; Helps faster more dependable

starting; Excellent anti-wear formula means engines last longer」、「SYNTHETIC BASED; 2STROKE MOTOR OIL; NEW FORMULA WITH PERFUME」等等。雖上開文字係屬一般功能性文字，標籤亦有正反之別。惟綜觀「○○」之整體商品外觀，顯有亦步亦趨抄襲「○○」商品外觀之意圖。況目前市面可見之機油商品外觀甚為分歧，而機油商品外觀之設計，就瓶身形狀、顏色、標示內容、文字字體、文字及圖案排列方式等復具有多樣設計可能。雖被處分人主張系爭商品外觀使用之商標品名、瓶蓋及倒油標示有別；且特別註明「符合三期環保」之字樣.....等云云；惟就系爭外觀整體觀之，除商標品名不同外，餘者差異性非盡相當之注意力難以辨別。故本案被處分人不自身努力，發揮行銷創意，自行設計外觀，以正當方式開拓市場，竟而藉由抄襲他人商品外觀之搭便車行為，顯具有非難性及可責性。

(三) 再查「○○」自八十七年上市以來，檢舉人已投入廣告及行銷努力，並有相當之銷售量，如前所述。被處分人並未對外刊登廣告，僅透過既有經銷通路進行試賣行銷，亦為被處分人坦承不諱。惟被處分人未謀以自身行銷策略，積極開拓系爭商品市場，反而以抄襲他人商品以拓展自身商品銷路，即已違反商業競爭倫理。尤有進者，於「○○」推出之前，於機油商品市場中，「○○」業已行銷多時之事實，此亦為被處分人所明知。故其主張系爭商品外觀係以「○○」機油外觀之黑色，再採用廣告用紙之藍色設計，搭配而成之說詞，係屬推諉之詞，核不足採。是以，被處分人據以抄襲之行為，顯屬對於競爭者之不當侵害，構成足以影響交易秩序之顯失公平之行為。

六、至檢舉人主張該公司「○○」商品外觀與「○○」商品外觀，二者罐身顏色、貼紙型態及文字說明、排列均有近似之處乙節，查系爭「○○」與「○○」商品外觀之容器形狀及顏色，如前所述，係屬商品慣用容器形狀及顏色，另此系爭二商品外觀部分，除兩者品牌名稱、說明文字及排列方式顯著不同外，且「○○」商品外觀之標籤上設有「太陽光芒之線條」以資區別。故綜觀二系爭商品整體外觀，無論在商標、標籤設計、說明文字及排列方式迥異之情事下，實難認系爭「○○」商品外觀涉有抄襲「○○」商品外觀之情事或涉有榨取檢舉人努力之成果情事，併予指明。

七、綜上論結，被處分人製造銷售「○○」商品外觀，核已違反公平交易法第二十四條規定。經審酌被處分人之行為動機、營業額、配合調查態度及其行為對交易秩序危害程度等情，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十八日

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。