○○株式會社因檢舉他事業違反公平交易法事件，不服本會函，提起訴願案

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 90.05.21. 臺九十訴字第026141號訴願決定書
發文日期：民國90年5月21日

訴　願　人：○○株式會社
代　表　人：○○○
訴　願　人：○○股份有限公司
代　表　人：○○○
訴願代理人：○○○

訴願人等因檢舉他事業違反公平交易法事件，不服本院公平交易委員會（八九）公參字第八七一四九八五－００九號函，提起訴願，本院決定如左：

主　　文

訴願駁回。

事　　實

緣訴願人等於八十七年十二月十九日、同年十二月二十九日以○○股份有限公司（以下簡稱○○公司）之型號○○、○○商品係抄襲渠等所研發產銷之型號○○、○○商品之外觀設計，違反行為時公平交易法第二十四條規定等情，向原處分機關本院公平交易委員會提出檢舉。案經該會調查結果，以本件難認有違反公平交易法之情事，以八十九年七月三日（八九）公參字第八七一四九八五－００九號函復訴願人等。訴願人等不服，以渠等型號○○、○○商品外觀係獨特新式樣，絕非僅係功能性外觀，且其噴槍商品早於西元一九九一年即於日本取得新式樣專利，可證明具有新式樣之外觀；又其噴槍商品廣為業界及消費者所喜愛，更因渠等多年努力行銷之結果，在我國噴槍商品市場高達六成之占有率，於業界及消費者享有盛譽，經由其獨特外觀設計，即可輕易辨識出係渠等商品，○○公司惡意抄襲其商品，違反行為時公平交易法第二十四條規定，原處分機關怠未審酌，認事用法顯有違誤云云，提起訴願。

理　　由

按「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。」為行為時公平交易法第二十四條所規定。本件原處分機關以仿冒或抄襲他人商品外觀或特徵之行為，固有可能受公平交易法之規範，惟前提必須被仿冒之商品外觀，有依公平交易法保護之必要，如為具有實用或技術機能之功能性商品外觀，乃商品功能、結構或技術性能之外在反映，並非出於外表美觀、表彰商品來源、令人印象深刻或其他行銷考量所設計，功能性外觀既然僅為技術機能之外在反映，即令兩者外觀有類似之處，亦屬仿冒或抄襲他人技術之問題，與公平交易法規範之外觀仿冒或抄襲尚屬有間。復由於功能性外觀係屬內在功能之外在反映，採用同一技術之商品，其功能性外觀率皆互相近似，甚難認已具有識別商品來源之能力，是商品外觀如屬於功能性外觀，即難認有依公平交易法保護之必要。本件訴願人等雖提出其商品業於日本取得新式樣專利，惟尚無法

排除其外觀即非屬功能性外觀：（一）訴願人等並未於我國就該商品取得專利權，其商品外觀是否受我國公平交易法保護，尚難僅依取得日本新式樣專利權之事實即予認定，仍應斟酌其他事實以為判斷。（二）自動噴槍產品乃專業產品，訴願人等雖提出其具有日本新式樣專利，惟另一方面，訴願人等自行闡述產品設計理念，乃為解決工廠自動化之需求下，傳統手動噴槍改為自動噴槍，往往造成體積及重量加大、空氣使用量變多、難以安裝等問題。產品為達成小型化目的，並非單純將零組件之尺寸縮小即可，必須從內部構造為根本之設計變更。又當時之噴槍存有各種問題，如因體積大安裝面積隨之變大，安裝數個時重量加大致不適合安裝於機器人上，本體系開磨製造致安裝部分固定化，因為大型化致複數使用時空氣消耗量增多而須使用大型壓縮機等。型號○○、○○，具有設計小型化、輕量化、方便安裝且空氣消耗量少等優點，其產品本體外觀為三十二釐米之方型，其他公司產品則為圓形，在加工速度及不良率上，方形外觀均較圓形外觀具優異之處。其產品亦有活塞內部彈簧、膠質噴針襯墊、三六０度回轉、自在支持器、型號○○產品之空氣回路等諸項設計優點。凡此，訴願人等係將型號○○、○○商品外觀，訴諸功能、實用上之利益及使用上之效率，此與訴願人等所提出取得日本專利權之事實已有未合。（三）在各項品牌之商品外觀比較上，訴願人等雖提出林林總總樣式，惟因所舉產品包含瓦斯噴槍、打釘槍、噴霧機，及手動式噴槍等，其功能殊異，外觀自有不同。如單就自動噴槍而言，訴願人等主要強調型號○○、○○商品外觀之方形本體特徵，就此觀之，訴願人等所提供○○牌（○○）之半自動噴槍圖片及○○公司所提供○○（○○）牌之型號○○、○○（新型號屬○○系列），及○○（○○）、○○等公司生產之自動噴槍，均採取方形本體，整體外形亦屬相近，且訴願人等之商品外在可見零件，例如噴蓋、噴面調整鈕、塗料調整鈕、空氣進口、固定器等，其造形為同類商品所常見。基於上述比較，並不足顯示訴願人等之商品較其他同類產品具特徵之外觀。次查，縱可認訴願人等之商品造形非屬功能性外觀，惟斟酌其商品之交易對象、交易過程、其他同類商品外觀、訴願人等所投入研發或行銷努力等判斷，本案仍難認有公平交易法第二十四條規定之適用：（一）自動噴槍係屬自動化壓鑄設備專用產品，訴願人等說明該項商品之行銷方式，僅由業務員攜帶產品型錄至各客戶處進行促銷，並未於一般媒體刊登廣告。又該項商品之交易相對人非一般大眾，而係具有專業知識之專門人士，為訴願人等及○○公司所共認。由於專業之交易相對人注意能力較高，不僅對於商品廠牌之分辨能力較強，不易為商品外觀所影響，且於交易時，除廠牌外，並同時就產品價格、產品品質、精密度、適用對象、搭配既有設備等因素綜合加以考量。該商品係著重於功能用途，其商品外觀應非主要考量因素，復基於其透過業務員推銷之行銷方式及銷售對象之專業，交易資訊於交易時應有相當之揭露，相形之下，商品外觀對影響交易相對人之選擇，幾無決定作用。（二）在二者相似性上，訴願人等雖然提出生產同類商品之商品型錄，主張各廠牌同類商品外觀並無相類似者。惟就訴願人等所提出之○○（○○）牌之半自動噴漆槍、○○公司提供○○（○○）牌之○○、○○型（新型號屬○○系列）及○○（○○）、○○等公司生產之自動噴槍，其商品外觀均甚類似，尚不得逕以○○公司商品與訴

願人等之商品外觀有相類似處，即認定○○公司該當公平交易法所稱之抄襲行為，且訴願人等與○○公司之商品外包裝紙盒，無論顏色、圖形、文字排列、紙盒設計等均迥不相同。至於商品本體上，訴願人等之商品於顯著位置鐫刻有商標「○○」及「○○」、「○○」等字樣，○○公司在其商品之同一部位亦印有乳黃色之商標「○○」及「○○」、「○○」等字樣。綜合包裝紙盒與商品本體觀之，並非難以區別兩者之差異，尤其輔以商品之銷售方式，及銷售對象具有專業判斷力，應足以區別兩者為不同商品。（三）訴願人等雖表示為改良傳統噴槍商品而開發○○系列自動噴槍，惟尚無具體說明投入研發之努力程度。另關於訴願人等就○○、○○商品之行銷努力成果，經該會函請訴願人等就其歷年廣告數量、廣告金額、在我國市場之其他行銷投入，及噴槍商品國內市場大小等提出具體事證，惟訴願人等僅回復略以由於噴槍商品為專業用品，故未在媒體上刊登廣告，僅由業務員攜帶產品型錄至各客戶處進行促銷，然對於業務員促銷部分，訴願人等除為前揭說明外，並未提出足資證明其行銷投入之具體事證，仍難遽認訴願人等就型號○○、○○商品在我國已有相當之努力成果。訴願人等對於其商品在我國市場之行銷情形，僅提出開始銷售之時間（八十年）及歷年銷售數量，對於同類商品之國內市場大小，亦未提出具體資料說明。是以尚難認訴願人等就型號○○、○○商品已累積相當之努力成果，而為○○公司所榨取。（四）公平交易法對於商品外觀之保護，仍應著眼於維護競爭秩序。商品外觀之應予保護，係因其常具有識別作用，成為吸引或影響交易相對人為交易決定之主要因素，而前揭識別作用之強弱，又可依事業之行銷或研發努力程度而判斷。抄襲商品外觀之行為，可能藉此獲取交易機會，或是利用被抄襲事業已投入之努力成果，如同「搭便車」行徑，而構成不公平競爭行為。然商品外觀之識別作用與事業努力程度，於具體案例間並非一致，自難率爾皆予以保護。本案訴願人等之商品外觀既非吸引交易相對人或影響交易決定之重要因素，識別作用有限，又難認為訴願人等行銷或研發其商品已有相當努力，尚難認為○○公司行為已對市場上效能競爭造成不利影響，應無以公平交易法規範之必要。至訴願人等主張○○公司幾乎一成不變抄襲其商品各部尺寸設計一節，若該等設計係基於功能上考量，自不應受公平交易法之保護。縱認為該等尺寸設計具有其他非功能上之意義，由於細部尺寸非經拆解或精確測量無從得知。其雖可能反映於外觀，究與外在可見之造形特徵直接使人產生印象之情形不同，尚難予以相同之保護，認本件應無行為時公平交易法第二十四條規定之適用，經核並無不妥。至訴願人等主張其屢屢提出噴槍商品外觀係「獨特性」之新式樣，絕非僅係功能性外觀，原處分機關怠為審酌云云，查訴願人等於原處分機關調查期間所為說明或提供事證，業經該會（八九）公參字第八七一四九八五－００九號函詳予說明，並無所指怠於審酌情事。又訴願人等指稱原處分機關於八十九年九月一日（八九）公法字第０二九九八號訴願答辯書稱：「訴願人訴願理由並未說明或提供其他足以排除其商品為功能性外觀之相關事證」，顯係搪塞卸責之詞云云，經查該會答辯時，訴願人等並未於訴願理由補強說明或提供其他足以排除其商品為功能性外觀之相關事證，自無搪塞或卸責之情事。訴願人等復主張渠等之噴槍商品已取得日本新式樣專利，非僅係功能性外觀，且國內對於噴槍商品

亦核准有許多新式樣專利，原處分機關認定該噴槍商品之外觀設計僅為「功能性外觀」，顯係重大違誤云云，按日本「新式樣」專利權若未在我國申准專利，在我國並不受保護，其新式樣之認定亦未參考我國市面上同類商品之情形，僅憑訴願人等商品獲得日本專利權之事實，尚難據以認定其商品外觀非屬功能性外觀。原處分機關經參酌訴願人等對商品設計理念之說明，應屬功能性敘述，及其零件與其他商品亦有許多重複之處等事證，顯示訴願人等商品雖具國外新式樣專利，仍非無功能性外觀之嫌，尚難認為應予保護。訴願人等表示其噴槍商品於國內行銷多年，市場占有率高達六成，〇〇公司惡意抄襲行為已嚴重損害公平交易市場效能一節，經查訴願人等自陳前述市場占有率，僅出自於國內代理商之估計，尚難逕予採信。訴願人等認噴槍商品為專業工業商品，交易對象非一般人，故與一般日常生活用品之廣告宣傳方式不同，不應以廣告金額做為認定產品知名度之重要依據云云。以商品雖非透過廣告行銷，訴願人仍非無從具體說明其行銷努力程度。按商品外觀之應予保護，係因為其常具有識別作用，成為吸引或影響相對人交易決定之主要因素。而其識別作用之強弱，又可依事業對於商品行銷或研發努力程度而判斷，此於個案間並不一致，自難率爾皆予保護。縱訴願人等之產品外觀非屬功能性外觀，訴願人等亦未提出其對於行銷或研發該項商品，已付出相當努力之相關事證。而訴願人等於訴願理由自承，其商品係由訴願人〇〇股份有限公司派遣業務員直接拜訪銷售對象或使用，藉說明及展示產品之性能，以達宣傳產品之效果等語，亦可見噴槍商品之交易重點，係著重於功用，且在推銷過程中，以業務及銷售對象之專業，商品外觀之識別作用有限，對於銷售對象之交易選擇幾無決定作用。本案二造商品包裝紙盒上均標示有商標、型號等足資區別之字樣，包裝盒之顏色、圖形、文字等亦各有不同，實難認〇〇公司行為已對市場上效能競爭造成不利影響，復經原處分機關（八九）公法字第０二九九八號訴願答辯書及（八九）公法字第０三五八二號訴願補充答辯書辯明在卷，所訴核不足採。本件原處分應予以維持。

據上論結，本件訴願為無理由，爰依訴願法第七十九條第一項決定如主文。

訴願審議委員會主任委員　張自強
委員　王俊夫
委員　郭介恆
委員　劉代洋
委員　劉春堂
委員　尤明錫
委員　董保城
委員　蔡墩銘
委員　蔡茂寅
委員　周志宏
委員　林輝煌

中華民國九十年五月二十一日

院長　張俊雄

如不服本決定，得於決定書送達之次日起二個月內向臺北高等行政法

院提起行政訴訟。