

○○有限公司因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 90.12.17. (九十)公處字第206號處分書

發文日期：民國90年12月17日

被處分人：○○有限公司

代 表 人：○○○

被處分人因違反公平交易法事件，本會處分如下：

主 文

- 一、被處分人於進口販售之酒類商品上使用「○○」容器外觀與設色、圖樣，抄襲他人著名商品表徵，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。
- 三、處新臺幣二十萬元罰鍰。

事 實

- 一、案據○○股份有限公司（下簡稱檢舉人）檢舉函略以，被處分人所進口、銷售之「○○」酒類商品仿冒「○○」及「○○」之著名商品表徵，為相同或類似之使用，造成相關大眾混淆，違反公平交易法第二十條第一項第一款規定，及九十年八月九日來函指被處分人之行為，顯對消費者造成欺罔，縱不構成公平交易法第二十條之仿冒行為，亦應屬第二十四條之不公平競爭行為，請命被檢舉人立即停止上述違法行為。檢舉內容略述：
 - （一）查檢舉人之前手○○縣○○酒廠自民國四十二年起生產「○○」及「○○」兩項產品皆使用○○圖樣為商品標籤，已有四十年之歷史，檢送今日○○雜誌、○○報報導等。每年「○○」銷售量高達五百三十萬瓶，銷售地區除中華民國外，遍及德國、美國、日本、香港、澳門等地，○○縣政府一年歲入十二億，其中十億是由○○酒廠所挹注，使用○○圖樣為商品標籤，已有四十年之歷史，且品質優良名聞遐邇，產品之容器、包裝及外觀等表徵，早已為相關大眾所熟知。
 - （二）另經濟部智慧財產局曾審定檢舉人「○○構圖之○○標章所表彰○○商品之商譽應已為我國消費者所熟知」，本會八七公處字第二一八號處分書針對○○之處分書理由亦認「商品上除有『○○標籤』外，其『長頸圓身透明玻璃瓶』之包裝雖係一般酒類商品慣用之容器，然其與『○○標籤』長期共同使用之事實，已為相關大眾所共知，故足使消費者就上開二者之組合，產生足以表彰商品來源之印象。……商品外觀—『長頸圓身透明玻璃瓶+○○標籤』，應可認為係公平交易法第二十條第一項第一款所稱之『相關大眾所共知之商品表徵』。」
 - （三）本案被處分人之代表人○○○前曾以「○○股份有限公司」之名義向當時之中央標準局申請註冊「○○及圖○○」商標，經評定撤銷其商標之註冊，詎料被處分人僅將被撤銷之商標圖形右半部略作細

微之修改，使用於其所進口之酒類商品「○○」上，而被處分人之「○○」分為白色標籤與黃色標籤兩種，分別近似於檢舉人之「○○」及「○○」酒，絕非巧合，顯是刻意模仿，兩造商品之外觀均為「長頸圓身透明玻璃瓶+○○圖標籤」，且○○皆是面朝內相對置於兩側，頭尾向前突出，不論形狀或位置均極為相近，尤其商品左側之龍形圖樣幾可謂完全相同，右側之龍形略有不同，因面朝內頭尾向前突出之造型，若不細觀極難察覺其差異。且兩造瓶中之酒的顏色又均為透明，故擺置於貨架上時，交易相對人十分容易混淆誤認，對交易安全及消費者權益影響至鉅。

- (四) 檢舉人前檢呈之黃色「○○」係在內湖之○○賣場購得，檢附送貨單及發票影本。又於三月十三日於同一賣場再購得一瓶白色之「○○」，證明被處分人有繼續銷售該商品之事實，檢附送貨單、發票影本、該賣場之DM乙份，及「○○」商品於賣場內之擺設狀況照片。

二、案經通知被處分人書面答辯及到會陳述如次：

- (一) 系爭「○○」白色標籤及「○○」黃色標籤產品確係該公司所進口、銷售，其於外觀上標示以黃色或紅色大字之「○○」「○○」，且清楚標明製造商各為澳門及馬來西亞廠商，系爭產品之酒精濃度因採三年釀造二次蒸餾而高達百分之六十二，與檢舉人之產品酒精濃度僅百分之五十七亦有不同。
- (二) 「○○及圖○○」係由○○股份有限公司所自創之商標，其採一龍一鳳圖樣，係訴求龍鳳呈祥之意涵，惟市場銷售欠佳早已停止進口。為加強消費者對該品牌之認同，改以主打「○○」品牌，同時強調三年釀造與二次蒸餾，並請畫家○○○設計三鯉接連躍龍門與金龍對稱之吉祥圖樣，蓋取意於金龍及金鯉均為中國傳統之吉祥物，而以鯉躍龍門表彰系爭商品之特色，且三鯉並有蘊含有三年的意。
- (三) 系爭商品之所以分為白色及黃色標籤二種，係因銷售時經銷商反映色系不夠明顯，有不利銷售之虞，故改採黃色標籤，並以大紅字體「○○」來強化產品之特點，是就先後期之「○○」產品使用之區別，現已全面停止使用白色標籤，皆改以黃色標籤為標示。
- (四) 「○○」係經臺灣省菸酒公賣局准許進口在案，因系爭產品之成分有小麥、香料等種類，係屬於其他烈酒類，而「進口酒類」等文字於進口前標示。
- (五) 系爭「○○」係於產品外包裝正面上前後期以白色、黃色為底，採黃色及紅色粗體字作為產品名稱之標示，另於產品名稱兩側佐鯉躍龍門之圖樣，反觀檢舉人之商品，其上之圖樣係由左右各一之龍為表徵，實有別於系爭產品之圖樣造形，二產品包裝圖樣之表徵顯然有別。
- (六) 產品外觀標示上表明產品名稱之說明文字，惟外觀並非具有區別功能，自不得作為是否構成近似之論據，於異時異地隔離觀察，當不致令消費者發生混同誤認，非屬構成近似，自亦難謂有使一般消費者誤認為檢舉人產製而購買之虞。
- (七) 就二商品外形而言，採以「長頸圓身透明玻璃瓶+○○圖標籤」包

裝，係為常見之包裝型態，並非檢舉人所獨有，市面上其他公司產品之外形及包裝即可知，何況該公司並為使用○○圖之標示，酒液色澤為透明之顏色亦非檢舉人產品之專利，其他烈酒類中蒸餾酒亦多屬該顏色，消費者藉以辨識之依據，乃係標示於商品上之商標或產製資料之標示，而就此產品包裝上已清楚標示「○○」字樣及公司名稱，消費者絕不致將之與「○○」及檢舉人公司名稱等事項產生混淆。

- (八) 該公司目前將「○○」白色標籤改黃色標籤，與○○酒廠設計之「○○(○○)」、「○○(○○)」圖樣有所區別，○○賣場自去年底在廣告上使用黃色標籤之「○○」銷售，且檢舉人廣告目錄並無○○酒，市面上亦不多見有販售情形，如何稱之為著名商品表徵。

三、經本會派員分別至○○公司賣場調查被處分人「○○」商品於賣場內之擺設狀況：

- (一) 九十年三月十八日至新店市○○賣場調查發現有標示被處分人進口銷售「○○」酒類商品及○○公司「○○」等商品。
- (二) 九十年三月二十三日至內湖區○○公司賣場調查，僅發現有標示被處分人進口銷售「○○」之商品標籤，未見實物陳列販售。

理 由

一、有關被處分人所進口、銷售之「○○」酒類商品被檢舉仿冒「○○」及「○○」之著名商品表徵，未違反公平交易法第二十條第一項第一款規定：

1. 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。」故事業若以相關事業或消費者所普遍認知之名稱、商標或商品外觀（或造形）為相同或類似之使用，而致與他人之商品混淆者即違反上開規定。

2. 檢舉人所生產「○○」產品為相關事業或消費者所普遍認知之表徵：

- (1) 查檢舉人之前手○○縣○○酒廠自民國四十二年起生產「○○」及「○○」兩項產品皆使用○○圖樣為商品標籤，已有四十年之歷史，有今日○○雜誌、○○報報導等。每年「○○」銷售量高達五百三十萬瓶，銷售地區除中華民國外，遍及德國、美國、日本、香港、澳門等地，○○縣政府一年歲入十二億元，其中十億元是由○○酒廠所挹注，使用○○圖樣為商品標籤，已有四十年之歷史，且品質優良名聞遐邇，產品之容器、包裝及外觀等表徵，早已為相關大眾所熟知。復查檢舉人所生產「○○」產品使用之「○○圖樣」商品標籤經本會認定為公平交易法第二十條第一項第一款規定所稱之「相關大眾所共知之商品表徵」，該項產品使用之表徵因有持續銷售至八十八年修法之公平交易法第二十條

規定後，仍應屬該條所稱「相關事業或消費者所普遍認知之表徵」無疑。

- (2)至於「○○」經臺灣省菸酒公賣局函附檢舉人研發組傳真函稱，該項產品於八十七年停產，未持續對該項產品進行廣泛的銷售活動，即難遽認其具有高知名度，而為「相關事業或消費者所普遍認知之表徵」。

3. 被處分人所進口、銷售之「○○」酒類商品是否為相同或類似之使用，造成與檢舉人商品混淆：

- (1)從檢舉人提供外觀均為「長頸圓身透明玻璃瓶+○○圖標籤」之兩造商品，其中被處分人之酒瓶標籤上載「○○」、「進口酒類」、「○○」、「製造商（澳門）」、「○○有限公司所進口」等文字，及商品左側之龍形圖樣幾可謂完全相同，右側以三條魚相連組合之圖樣，其所為雖有將檢舉人「○○圖標籤」及酒瓶外觀等表徵，加以變換圖樣使用，然是否致消費者誤認其為檢舉人所進口或與檢舉人有關之產品，則仍有探究之餘地。

- (2)按公平交易法第二十條所稱「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，使購者於購買時施以普通注意猶有混同誤認之虞者而言。查被處分人雖自稱系爭「○○」白色及黃色標籤產品確由該公司所進口、銷售，然其於外觀上均標示以黃色或紅色大字之「○○」「○○」，且清楚標明製造商各為澳門及馬來西亞廠商，而檢舉人製造銷售「○○」產品使用之「○○圖樣」正面中間書寫「○○」，二者商品名稱並非完全相同。又被處分人系爭產品外包裝正面上前後期以白色、黃色為底，採黃色及紅色粗體字作為產品名稱之標示，另於產品名稱兩側佐鯉躍龍門之圖樣，與檢舉人之商品，其上之圖樣係左右相對之○○為表徵，該二產品包裝文字、圖樣之表徵顯然有別。

- (3)綜上論述，本案尚難論被處分人有以相關事業或消費者所普遍認知之他人表徵為相同或類似之使用，與他人商品混淆，違反公平交易法第二十條第一項第一款規定。

二、有關被處分人所進口、銷售之「○○」酒類商品被檢舉仿冒「○○」及「○○」之著名商品表徵，違反公平交易法第二十四條規定：

1. 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。」如事業以攀附他人聲譽或不當仿襲他人商品外觀或表徵，即屬榨取他人努力成果之行為，不符合商業競爭倫理，為不公平競爭行為。公平交易法第二十條規定除維護公平競爭外，併強調「消費者權益」保護，故須交易大眾對「表徵」產生「混淆」，即以消費者對商品來源產生誤認為判斷依據；而同法第二十四條所補充規範者，重點在於規範交易秩序之「顯失公平」，而非以消費者誤認為判斷依據，受到他人積極攀附聲譽或不當仿襲商品外觀時，屬榨取他人努力成果之行為，不符合商業競爭倫理，自有前揭法條之適用。

2. 查檢舉人所生產「○○」產品使用之「○○圖樣」商品標籤為公平交易法第二十條第一項第一款規定所稱之「相關事業或消費者所普遍認知之表徵」，而被處分人之代表人○○○前曾以「○○股份有限公司」之名義向當時之中央標準局申請註冊「○○及圖○○」商標，遭評定其商標之註冊無效，今僅將被撤銷之商標圖形右半部略作細微之修改，使用於被處分人所進口之「○○」白色標籤商品上，雖兩造商品名稱明顯不同，「○○」標籤下方「○○有限公司進口」文字、商品名稱兩側佐以鯉躍龍門之圖樣，與檢舉人「○○」包裝文字、圖樣之表徵有所差異，惟兩者商品外觀均為「長頸圓身透明玻璃瓶+○○圖標籤」。
3. 復查被處分人既以經銷○○等酒類商品為業，當熟知檢舉人所生產「○○」產品係使用「○○圖樣」商品，不思努力自創品牌，卻於所進口銷售之容器上，僅以與市面上對○○之俗稱「○○」相近之「○○」為商品名稱，不僅無法顯現本身與檢舉人產品間之差異性，加上使用與「○○」產品標籤相近之容器外觀與設色、圖樣，難謂無抄襲他人著名商品表徵之情事。雖嗣後被處分人已重新修正該商品瓶身上之表示為黃色底、紅色字體「○○」，已與檢舉人商品標示有所不同，亦無礙其原先所使用整體外觀標示，核依上開事證，被處分人顯有抄襲他人商品標籤圖樣、外觀，及攀附檢舉人聲譽行為，違反公平交易法第二十四條規定。

三、綜上論結，本案被處分人進口販售之酒類商品上使用「○○」容器外觀與設色、圖樣，抄襲檢舉人著名商品表徵，及攀附檢舉人商譽，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，經衡酌被處分人系爭違法行為之違法動機、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、以往違法情節及犯後態度等情事，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

中華民國九十年十二月十七日

被處分人如不服本處分，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。