

智慧財產權 電子報

經濟部智慧財產局

訂閱電子報

聯絡我們

取消訂閱

期別：第93期 發行日期：2014-03-05

最IN話題

102年專利申請量，鴻海及蘋果雙獲冠軍

本局公布102年專利申請及公告發證統計排名，本國法人係由鴻海公司以3,086件申請案及2,167件獲准案再度奪冠，連續第12年稱王，且該公司發明專利申請2,756件，已連續多年大幅領先其他法人。外國法人部分則重新洗牌，由蘋果公司以581件申請案及高通公司的597件獲准案分別奪冠。

本局102年受理本國人專利申請件數共50,714件，是自金融海嘯以來，首度衰退，較前1年減少3.43%。多年占據我國專利申請件數首位的鴻海公司，近年因布局策略改變，使專利申請件數在近3年連續下降，102年專利申請（3,086件）較前1年減少8.35%。緯創公司（598件）近3年申請件數逐年增加，首度擠下工業技術研究院榮登亞軍。工業技術研究院（584件）申請件數大幅減少27.00%，落居季軍。專利獲准的第二、三名則分別是工業技術研究院（931件）及友達公司（822件）。值得一提的是，台積電公司申請件數433件，較前1年大幅成長106.19%。

外國人專利申請件數方面，102年共32,497件，較前1年略減0.19%，但申請前三大法人表現突出。其中，蘋果公司（581件）連跳七級，一躍成為冠軍；而南韓企業異軍突起，三星電子公司（458件）與三星顯示器公司（425件）一舉拿下第二、三名，該前三大法人專利申請件數均較前1年大幅成長（70.82%~144.92%），在我國積極布局的意圖明顯。專利獲准的第一名為高通公司（597件），第二、三名則各為新力公司（471件）及東京威力公司（367件）。

由產業的競爭性觀察，在面板部分，南韓的三星顯示器公司102年積極向我國提出發明專利申請（425件），居外國人首位（較前1年成長77.82%），我國面板大廠友達公司申請件數則為342件。在行動裝置部分，蘋果公司（410件）居外國人第2位（較前1年成長50.18%），我國宏達電公司申請件數則為225件。

在研究機構方面，工業技術研究院長年以豐沛的研發能量高居首位，卻在102年（584件）申請案件大幅下降27.00%，金屬工業研究發展中心（127件）及資訊工業策進會（90件）分居第二、三名。大專校院計30所躋身百大，其中，遠東科技大學以346件申請案高居本國法人申請排行第8名，同時為大專校院申請件數的第1名，其申請類型多集中於新型專利（316件），排名第2的南臺科技大學，計有255件申請案，以發明專利居多，二所大學申請件數則分別下降28.51%及4.85%。此外，國立臺灣大學則是發明專利申請數量（159件）最多的學校，但數量較前一年減少3.64%。

觀察102年本國專利百大排名，大專校院計30所，研究機構計6個，企業約占三分之二，並以大型企業占絕大部分。百大申請件數較前1年減少2.83%，其中，大型企業申請件數（10,961件）較前1年衰退2.38%，發明專利（8,902件）則下降3.58%。整體而言，應與近年我國產業面臨轉型，及我國企業於海外布局改變有關。

相關連結

▶ [歷年百大排行](#)

智慧財產權月刊

[相關國家之威而鋼專利訴訟判決研析](#)

輝瑞公司的全球暢銷藥品——威而鋼，每年為其帶來巨大的利潤，雖然輝瑞公司在全世界申請專利，欲藉由專利的保護傘來確保其巨大的商機，但遭到學名藥廠不斷的挑戰其專利的有效性。有趣的是在相同的專利說明書及重要證...

相關連結

▶ [智慧財產權月刊電子書](#)

[申請專利範圍解釋於醫藥發明專利案例的適用](#)

各國對於申請專利的解釋有所不同，致使專利的有效性判定亦有差異，而專利侵權攻防中，申請專利範圍解釋涉及專利有效性及損害賠償是否成立的認定。由簡正芳小姐所為文之「申請專利範圍解釋於醫藥發明專利案例的適用」...

相關連結

▶ [智慧財產權月刊電子書](#)

[世界主要國家之設計專利的合案申請制度介紹](#)

工業設計權領域中，對於集合特定範圍的設計，以一種簡單的方式包裹申請，一直存有需求。為配合前揭意旨，目前世界上有許多設計保護體系設有合案申請制度，這些制度有的是基於行政或申請程序考量；有的是為了反應設計...

相關連結

▶ [智慧財產權月刊電子書](#)

智慧局為您做些什麼

103年度發明專利審查基準及電子商務專利趨勢宣導說明會

兩岸協處機制奏效，「歐萊德」成功登陸

本局網站建置「音樂著作集體管理團體管理資訊整合查詢」平台，歡迎各界踴躍利用

廣播電臺使用集管團體管理著作之網路調查

國際風向球

美國強生公司血糖儀「ONETOUCH」之商標在中國大陸被撤，後續發展值得關注

2013年中國大陸商標註冊申請量連續14年成為世界第一

臺灣努力洽簽FTA之重要性



出版品購買資訊



研討會登錄中心



兩岸智慧財產權法令與交流

兩岸智慧財產權保護合作協議至102年第4季之執行成效

法律e教室

申請前「已完成開發並開始生產」即喪失新穎性

立體商標識別性與功能性之論述

單純於網路上觀賞影片不構成侵害著作權

專利法中「販賣之要約」，解釋上應包括要約及要約之誘引

103年度發明專利審查基準及電子商務專利趨勢宣導說明會

本局於2月10日至14日分別於台北、新竹、台中、台南、高雄各舉辦一場宣導說明會，宣導今(103)年1月公告之「電腦軟體相關發明」審查基準及「一案兩請」相關基準，以及介紹電子商務專利申請案之趨勢。

去(102)年立法院修正專利法有關「一案兩請」之規定(專利法第32條)，並自102年6月13日起生效，一案兩請改採「權利接續」制，針對此新制本局修訂了相關審查基準，故特地舉辦宣導說明會，希望社會大眾能更深入理解新規定之各項審查基準。

本局基準研修小組參酌各國專利局相關規定，以及本局近年的實務經驗，修正「電腦軟體相關發明」審查基準。對於「發明之定義」以及「進步性」章節有大幅度的變革，同時藉由漸進式的案例說明，讓申請人及審查人員能夠瞭解申請案的撰寫方向，以及各專利案件的適用條件。

電子商務是一個重要的新興技術領域，故本局分析專利資料庫中的申請案件，研究其申請趨勢，提出申請策略建議，以供企業界參考。

本次宣導說明會共計約320位專業人士參加，希望藉由這樣的面對面交流，能夠讓各界更清楚明白審查基準的變革方向，同時也讓本局直接獲得回饋的意見，作為未來實務操作與基準修訂時的參考。

相關圖檔



發明專利審查基準及電子商務專利趨勢宣導說明會活動照片



兩岸協處機制奏效，「歐萊德」成功登陸

以產製環保洗髮精聞名的「歐萊德」公司，因大陸地區上海工商部門認與國際知名品牌「歐萊雅」商標名稱相仿，拒絕受理其企業名稱登記申請，本局即刻啟動商標協處機制，經過幾度努力交涉，中國大陸工商總局在兩岸雙方所建立的互信基礎下，予以協助，於去(102)年10月間，讓「歐萊德」公司在短短幾週內即於上海完成企業登記，順利成立大陸地區指揮總部。

為保護我國企業智慧財產權，兩岸於民國99年6月29日簽署「海峽兩岸智慧財產權保護合作協議」，建構主管機關間之溝通平台及協處機制，除協助解決兩岸智慧財產權相關註冊糾紛外，亦包括我國企業赴陸發展遭遇困境的行政協助。歐萊德公司於去(102)年9月間向上海工商部門遞送企業登記申請書，不料上海工商部門認為「歐萊德」公司名稱可能會與法商「歐萊雅」商標發生混淆誤認，拒絕受理其申請。本局獲知此事，立即運用協處機制，積極與中國大陸工商行政管理總局展開溝通聯繫，並提出「歐萊德Oright」商標商品在大陸地區已有2000餘家通路商，復與「歐萊雅」商標在大陸地區併存註冊等事實，以專業法律意見進行交流，成功地說服大陸地區工商部門受理其企業登記。



本局網站建置「音樂著作集體管理團體管理資訊整合查詢」平台，歡迎各界踴躍利用

本局網站建置「音樂著作集體管理團體管理資訊整合查詢」平台，已上線供民眾使用，民眾可以透過本查詢平台同時查詢財團法人中華音樂著作權協會(MUST)、社團法人台灣音樂著作權人聯合總會(MCAT)、社團法人台灣音樂著作權協會(TMCS)等三家音樂著作集管團體管理之最新著作資訊，查詢極其便利及有效率，歡迎各界踴躍利用。

相關連結

► [音樂著作集體管理團體管理資訊整合查詢](#)



廣播電臺使用集管團體管理著作之網路調查系統上線

本局建置網路雛型系統供廣播電臺之利用人與集管團體進行資料建置、查詢、比對，上開雛型系統業已開放供廣播電臺建置輸入所利用之音樂著作數量，並於103年2月下旬針對中、南部廣播電臺業者辦理上開雛型系統之教育訓練。本系統涵蓋我國3家音樂著作集管團體與2家錄音著作集管團體等國內曲目資料，預計將超過82萬筆(音樂著作與錄音著作)資料上線。歡迎全國各地之廣播電臺踴躍上網利用，並提出使用建議，有了您的參與，本局方能營造出一個資訊透明之著作權授權市場及建立公平合理之付費機制。

相關連結

► [本局雛型系統網址](#)



美國強生公司血糖儀「ONETOUCH」之商標在中國大陸被撤，後續發展值得關注

中國大陸國家工商行政管理總局商標評審委員會於2013年底做出行政裁決，撤銷美國強生公司血糖儀「ONETOUCH」之商標，裁決書指出桂林中輝公司2001年使用“ONETOUCH”血糖儀商標，早於美國強生公司的商標申請日，且強生公司提供的證據不能證明“ONETOUCH”標識與強生公司產生絕對對應關係，此標識僅直接表示商品的特點，因此撤銷強生的商標，大陸血糖儀市場被外資壟斷的局面因而被打破，但強生公司表示不會退出中國大陸市場。

資料來源：陸委會香港事務局商務組



2013年中國大陸商標註冊申請量連續14年成為世界第一

2013年中國大陸商標註冊申請量繼續保持快速成長，係自1999年以來連續14年成為世界第一。大陸國家工商總局全年共受理商標註冊申請188.15萬件，較2012年成長14.15%，共審查商標註冊申請142.46萬件，較2012年成長16.09%。

國家工商總局副局長劉俊臣表示，雖然商標註冊量居世界首位，但市場主體平均擁有的有效註冊商標數量仍較少。截至2012年底，全國每百家市場主體擁有的商標註冊量約為10件。

世界品牌實驗室編製的2012年度「世界品牌500強」中，大陸僅占23席，大多數上榜企業來自石油、金融等行業，零售、製藥、食品及娛樂等領域，上榜數幾乎為零，具有國際競爭力的世界知名品牌更少。很多企業缺乏科技創新能力，過於依賴價格競爭，品牌意識不強，造成智慧財產權侵權的貿易摩擦、爭端層出不窮。

資料來源：陸委會香港事務局商務組



臺灣努力洽簽FTA之重要性

別人一直在前進，我們更要加把勁！

臺灣 韓國 新加坡

自由貿易協定（FTA）簽署情形之比較

	 臺灣	 韓國	 新加坡
FTA數量 (各國官方公布)	7 加計尚未生效之 臺星經濟夥伴協定(ASTEP)	9	20
FTA數量 (WTO統計)	5	12	20
FTA數量 涵蓋率	約2% (5/252)	約5% (12/252)	約8% (20/252)
FTA數量 涵蓋率排名	53	14	4
FTA對象	中國大陸(ECFA早收清單)、新加坡、紐西蘭、巴拿馬、瓜地馬拉、尼加拉瓜、薩爾瓦多、宏都拉斯	智利、新加坡、東協、印度、歐洲自由貿易聯盟、歐盟、祕魯、美國、土耳其	以身為東協自由貿易區之一員分別與澳洲、紐西蘭、中國大陸、印度、日本、韓國簽署FTA；另，新加坡自身則分別與中國大陸、哥斯大黎加、歐洲自由貿易聯盟(瑞士、列支敦士登、挪威、冰島)、海峽合作理事會(巴林、科威特、阿曼、卡達、沙烏地阿拉伯、阿拉伯聯合大公國)、印度、日本、約旦、韓國、紐西蘭、巴拿馬、祕魯、澳洲、美國、跨太平洋策略性經濟夥伴(汶萊、紐西蘭、智利)

資料來源：經濟部

臺灣不能再原地踏步，
加速自由化才能與他國競爭！

2014年經濟自由指標 (2014 Index of Economic Freedom)

我國全球排名第17 較去年進步3名

我國在全球185個國家及經濟體中排名情形

	2013年	2014年	增減
評比總分	72.7分	73.9分	+1.2分
全球排名	20名	17名	進步3名

我國在亞洲地區41個國家及經濟體中排名



第5名



第25名



第31名

「2014年經濟自由指標」報告指出，臺灣自2009年起，經濟自由度的表現，持續名列全球最自由的前20名經濟體。此外，該報告亦肯定馬總統2012年連任後推動振興經濟及與中國大陸發展更開放的經濟關係，放寬兩岸交流限制。這些都顯示政府近年來推動經濟自由開放的成果，及推動參與區域經濟整合的努力，已獲得國際社會肯定。

資料來源：外交部、美國傳統基金會
(Heritage Foundation)



兩岸智慧財產權保護合作協議至102年第4季之執行成效

「海峽兩岸智慧財產權保護合作協議」自99年9月12日生效後，至102年12月執行成效如下：

一、雙方自99年11月22日開始受理專利、商標及植物品種權的優先權主張，至102年第4季之受理件數如下：

- (一)大陸受理台灣優先權主張：專利15,681件、商標143件、品種權3件。較上一季增加專利1,421件，商標29件。
- (二)台灣受理大陸優先權主張：專利10,742件、商標292件。較上一季增加專利902件，商標11件。

二、關於協處機制部分：截至102年12月底，進行通報者計412件，較上一季增加60件；完成協處者計237件，較上一季增加56件；提供法律協助未通報協處者計127件，較上一季增加3件。

三、辦理著作權認證部分：自99年12月16日起由「社團法人台灣著作權保護協會」受理我國業界在大陸市場出版影音製品之著作權認證，截至102年12月底，已認證錄音製品519件、影視製品16件，合計535件，總數較上一季增加27件。



申請前「已完成開發並開始生產」即喪失新穎性

原告前於民國97年1月11日向被告申請新型專利(申請專利範圍共7項)，經被告進行形式審查准予專利。嗣參加人等以該專利有違核准時專利法第94條第4項及第108條準用第26條第3項之規定，對之提起舉發。案經被告審查，認系爭專利有違前揭專利法第94條第4項規定，作成「請求項1至7舉發成立應予撤銷」之處分。原告不服，提起訴願，經經濟部決定駁回，遂向智慧財產法院提起本件行政訴訟。

原告訴稱：「系爭專利雖於97年1月11日申請，但申請前6個月內已完成開發開始生產，依專利法第22條第2項規定，不喪失新穎性，原處分機關及訴願機關不理會原告申請前已完成開發生產推廣之事實，徒以97年1月10日日本第2008-84號專利案，認為系爭專利之先前技術，其處分及決定均屬謬誤」等語。

就上述問題，智慧財產法院判決指出：

按系爭專利審定時專利法第22條第2項規定：申請專利之發明於申請日之前1.因研究、實驗目的、2.因陳列於政府主辦或認可之展覽會、3.非出於申請人本意而洩漏之發明，且於事實發生之日起六個月內申請者，則因上揭各款情事之公開均不視為使申請專利之發明喪失新穎性之先前技術。準此，申請專利之發明本身，因上揭三款情事而於申請日之前已為公開，且於事實發生之日六個月內提出申請，始有審定時專利法第22條第2項之適用。本件，原告主張系爭專利於申請前「已完成開發並開始生產」，苟有其事，則已足使申請之系爭專利於申請日前呈現不特定第三人得以瞭解其內容之公開狀態，而其又非屬上開專利法所定之三款例外不喪失新穎性之情事，是系爭專利已因喪失新穎性而不能取得新型專利。原告此項主張，非屬有利於己。再者，專利法規定用以比對「新穎性」與「進步性」之先前技術，凡是「申請前」的公開資料均屬之，即便是申請前一日，仍為有效之先前技術文獻，與申請之專利是否果已參考該先前技術文獻無關。

判決全文請參見：智慧財產法院102年度行專訴字第77號行政判決



立體商標識別性與功能性之論述

核駁第 345357 號商標



按商標，指任何具有識別性之標識，得以文字、圖形、記號、顏色、立體形狀、動態、全像圖、聲音等，或其聯合式所組成，前項所稱識別性，指足以使商品或服務之相關消費者認識為指示商品或服務來源，並得與他人之商品或服務相區別者，商標法第18條定有明文。

系爭「瓶子立體圖」商標，為一般使用於飲料包裝容器所常見之圓柱狀長形瓶體，原告雖主張瓶體上段係以平滑線條漸縮成之具階層狀頸部與瓶口，中段為圓橫形具適位形成有一略為突出之環緣，瓶體下段則是自該環繞至底面間形成有複數個呈半圓形隆起型式之肋條，略為凹陷之造型設計，與一般市售飲料或酒精類商品習用之細頸圓身但瓶身無任何設計之包裝容器有顯著差別，足使消費者印象深刻，具有顯著識別性云云。惟由上開瓶體設計整體觀之，仍僅為市面習見飲料或酒類瓶身形狀之簡易修飾變化，未產生顯著差異於習知瓶體形狀之印象，以之作為立體商標，指定使用於「不含酒精的飲料；製汽水配料...汽水；運動飲料；蘋果汁；蘇打水」等商品，一般消費者通常僅將其視為習見商品包裝容器或具實用或裝飾功能之形狀，無法作為辨別商品來源之標識，應不具識別性。

至原告所稱系爭商標瓶身中段圓橫形部分及瓶身下段有半圓形隆起形式之肋條，且瓶底有略微凹陷之設計，係為改善因水氣凝結造成手滑摔瓶之情形，而有利於手握部分，係屬於功能性之商品設計。按具有功能性的商品形狀或包裝可以提升產業整體技術進步，並帶給社會便利，若該功能性的設計歸屬於一人所有，將造成市場的永久獨占，不利於市場的公平競爭與技術進步，但若完全不加保護，也可能損及創新的動機，為在鼓勵創新與維護公共利益間取得衡平，專利法賦予功能性商品有限的保護期間，時間經過後，該發明即成為公共財，任何人都能自由使用。至於商標法主要目的，在保護具有指示商品或服務來源功能的標識，該標識並得藉由延展取得永久保護，而無期間的限制。若具有功能性的商品設計或特徵能取得商標註冊，則該永久性的保護即有礙於同業的公平競爭及社會的進步，為避免此種情形發生，商標若僅為發揮商品或服務之功能所必要者，則不能取得註冊。故系爭商標兼具有功能性之設計，與其是否具有識別性，事屬二事，上開主張尚無從作為對原告有利之論據。

另系爭商標使用於275ML之玻璃瓶裝蘋果西打商品，係與「蘋果西打」或「蘋果西打及圖」之文字或商標一併使用，消費者在辨識商品來源時，一般傾向將注意力集中於瓶體上之「大西洋」、「蘋果西打」或「蘋果西打及圖」標識，而非飲料瓶身之形狀，無從認為單獨之瓶身立體造型，有指示商品或服務來源，並得與他人之商品或服務相區別之識別性存在。又275ML之玻璃瓶裝蘋果西打商品僅在火鍋店、小吃餐廳、快炒店等通路銷售，銷售量及接觸之消費者，均屬有限，依原告提出101、102年度貨物稅廠商計算稅額申請書，275ML玻璃瓶裝蘋果西打商品，101年度銷售金額僅有100餘萬元，縱如原告所稱每年約300萬元，惟占整體碳酸飲料市場規模之比例，亦屬甚低。另原告提出之大西洋飲料日曆、商品型錄、廣告費用請款單等，係與原告所生產之其他寶特瓶、鋁罐裝蘋果西打及其他果汁、汽水、包裝水飲料等產品一併行銷，且蘋果西打產品之瓶身上均併用原告註冊第66029號「蘋果西打及圖（彩色）」、第66030號「蘋果西打及圖（黃色）」商標圖樣，上開證據資料均無法證明本件立體商標業經原告長期廣泛使用，且在交易上已成為其商品之識別標識，而具有後天識別性，原告主張不足採信。

判決全文請參見：智慧財產法院102年度行商訴字第96號行政判決



單純於網路上觀賞影片不構成侵害著作權

阿駿常常聽到同事說韓劇「來自星星的你」很好看，由於國內電視頻道尚未播出而無法收看，有一天阿駿發現某個視聽網站上有該連續劇還有其他正在上映的電影，想說終於可以觀看到「來自星星的你」與其他電影。不過阿駿在大學時期有修過法律課程，認為在網路上觀賞未經合法授權的影片，可能會有著作權的問題，於是打電話向本局請教，本局人員說明如下：

一、該視聽網站提供影片供網友線上觀賞，已構成對著作利用的重製與公開傳輸等行為，應徵得著作財產權人之同意或授權，始得為之，如未取得同意或授權，該網站之經營者(即實際重製、公開傳輸之行為人)，須負相關之民、刑事責任。

二、如該視聽網站係提供非法影片供網友觀賞，而網友只是單純觀賞，並未再將該影片以下載、公開傳輸方式傳輸（例如使用P2P軟體），依著作權法第22條第3項與第4項規定，屬技術操作過程中必要之過渡性、附帶性而不具獨立經濟意義之暫時性重製，不涉及侵害重製權之問題。

三、雖然網友於非法視聽網站單純觀賞未經合法授權之影片，並不涉及侵害重製權問題，但為尊重智慧財產權，若發現有未經合法授權利用著作之網站或其他情事，可向保護智慧財產權警察大隊檢舉，檢舉專線0800-016-597。

阿駿在本局人員詳細的說明下，瞭解他在網路上觀賞影片的行為雖不構成侵害著作權，但為了保護他人的著作權，阿駿決定等國內電視台播出或購買正版光碟再來觀賞。



專利法中「販賣之要約」，解釋上應包括要約及要約之誘引

原告於2011年10月11日獲准核發「保護袋（Protecting Bag）」新式樣第D143152號專利證書（下稱系爭專利），並委由被告盛達公司代工生產，被告盛達公司則交由其關係企業冠迪皮具廠製造。被告盛達公司明知未獲原告授權，竟另行由冠迪皮具廠製造系爭產品，由被告盛達公司進口供應予訴外人宏基公司，業已侵害原告之專利權，依92年2月6日修正公布，93年7月1日施行之專利法（下稱修正前專利法）第123條第1項、第84條及第129條規定，請求被告盛達公司應停止為販賣之要約、販賣或為上述目的而進口系爭型號LT-128-F0381產品及LT268-KD159產品，且於系爭專利期間且不得製造、為販賣之要約、販賣、使用或為上述目的而進口侵害系爭專利權之其他物品。

有關「販賣之要約」之適用範圍，法院見解如下：

一、所謂「為販賣之要約」（offering for sale），除為販賣要約行為外，亦包括意圖銷售專利產品之行為，然不包括提供授權或出租之行為，故應採廣義或擴張解釋，包含要約及要約之誘引，行為人明確表示其販賣意思者即屬之，如於物品上標示售價並陳列、於網路、報章雜誌或其他傳播媒體為廣告等；另為販賣而為價目表之寄送、廣告、陳列、展示，均屬之。至是否為公開之販賣要約、是以口頭或書面為之、是否已經有專利物品製造完成、專利物品是否為販賣要約之人或第三人所製造，均非所問。

二、其目的在擴大對權利人之保護，使專利權人能及早對欲從事侵權之行為人採取行動，在其準備與他人訂立契約階段，即可防止其干擾專利排他權之行使，故採廣義或擴張之解釋。準此，專利法關於「販賣之要約」之解釋，應著重於能否擴大及完善發明之保護，民法區別「要約」或「要約之引誘」之立法考量並非重點，解釋上自不宜逕採民法之判斷標準，此亦係立法者在立法修正理由中特別指明專利法上「販賣之要約」之意涵源自TRIPS第28條規範之原因所在。

三、被告雖否認販賣系爭產品二，惟被告盛達公司在其網站刊登系爭產品二照片，並與其他產品併列之事實，有被告盛達公司網頁資料在卷足憑。則被告盛達公司於網路刊登系爭產品二之廣告，自欲吸引包含我國在內之買家向其購買系爭產品二，而被告在網路刊登系爭產品二廣告之行為，揆諸上開說明，自係意圖銷售侵害系爭專利二產品之行為，依TRIPS第28條規定已屬「為販賣之要約」，自亦屬我國專利法所規定之「為販賣之要約」，而非未構成專利侵害。

智慧財產法院101年度民專訴字第41號民事判決





經濟部智慧財產局
INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE

若對智慧財產權電子報有任何建議或疑問，歡迎與我們聯絡！

臺北市大安區106辛亥路2段185號3樓。服務時間上午：08:30~12:30、下午：1:30~5:30

服務電話：02-27380007(總機)、02-23766124。