

真品平行輸入與商標權保護

劉博文 撰

一、前言：

所謂「真品平行輸入」(The parallel importation of genuine goods)係指同一商標之真正商品，在未經輸入國之商標權所有人同意下，逕行自國外輸入之行爲。一般在我國此種商品通稱爲「水貨」；在美國則稱之爲「灰色市場貨品」(Gray-Market Goods)。所謂「灰色」，係指此種進口行爲既非完全合法，亦非完全非法，乃介於二者之間。

造成平行輸入之因素，主要是各國間之匯率與生產成本不同，另外由於專利或商標權之授權金額因各個被授權人(國)而不同，因而造成水貨進口之有利可圖。一般而言，水貨具有下列各項特質：

- (i) 乃係合法授權生產製造之產品
- (ii) 產品標示暨商標權之使用，均經由合法之授權
- (iii) 未經製造者之合法授權在輸入國銷售

另一方面，所謂的真品平行輸

入，實務上可以區分爲下列各類型：

- (i) 產品在甲國由 A 公司製造，在輸入之乙國，則由 A 公司本身或透過代理商、經銷商或其子公司銷售；該產品在乙國之商標權屬 A 公司所有。B 公司未經許可，逕行自國外輸入此一產品進入乙國。
- (ii) 產品在甲國由 A 公司製造，在輸入之乙國，則由其代理商、經銷商或子公司銷售；該產品在乙國之商標權屬前述銷售者所有。B 公司未經許可，逕行自國外輸入此一產品進入乙國。
- (iii) 產品除在甲國由 A 公司製造之外，在輸入之乙國，亦授權 C 公司製造銷售，C 公司在乙國爲該產品商標權之所有(使用)人。B 公司未經許可，逕行自國外輸入此一產品進入乙國。

進口水貨之所以會被定位於「灰色」地帶，介於合法與非法之間，其主要原因即在於水貨之輸入，因其未獲授權，故將會影響到該項產品智慧財產權所有人之權益，諸如專利

權、商標權、著作權等之侵害。從智財權所有人之立場而言，其若能基於法律所賦予之獨占權，阻止他人輸入水貨至乙國，成為乙國該項產品之唯一供給者，如此，該智財權所有人即可避免該項產品價格之自相競爭，確保價格之一致性，維持其合理之銷售利潤。另外智財權所有人投資鉅額之廣告、行銷成本，所建立該項產品在乙國之知名度與市場占有率，卻平白為水貨進口商所利用（搭便車），亦對智財權所有人有所不公。

另一方面，對消費者而言，其所追求的乃係價廉物美之產品。水貨由於真正商品之平行輸入，與智財權所有人所進口或製造之產品無異，惟其價格較為低廉，故對消費者較為有利，不宜予以過度限制禁止。

受到真品平行輸入所影響的智慧財產權，其範圍包括專利權、商標權及著作權等。惟本文僅就平行輸入與商標權之關係作一研究，其理由如下：

- （i）目前實務上著作權採禁止平行輸入；又截至目前為止，我國法院對於平行輸入是否侵害專利權一事，尚未有一致之結論。

- （ii）商標法第二十三條第三項規定

「附有商標之商品由商標專用權人或經其同意之人於市場上交易流通者，商品專用權人不得就該商品主張商標專用權。但為防止商品變質、受損或有其他正當事由者，不在此限」。根據此一條文，對於平行輸入國外知名品牌之商品在國內銷售的行為，原則上應不違反商標法。

由於商標乃係表彰商品之標記，在目前競爭激烈的國際貿易市場中，商標權之使用暨保護更是日益重要。本文之目的即在對於平行輸入之真正商品，是否構成侵害國內商標權之問題作一深入之探討。

二、真品平行輸入之相關法律學說

法律界對於真品平行輸入是否構成商標權之侵害一事，存有正反不同之學說見解，以下茲分別就各個不同之學說加以探討：

1. 消耗理論(Exhaustion Doctrine)：

所謂「消耗理論」，係指商品由商標所有人或被授權人貼附該特定商標而銷售流通時，該項商標權即因此而「消耗」。因此，隨後若有第三者販賣該特定商標之商品，其行為便不構成商標權之侵害。案例：商標權

所有人 A，販售貼附其商標的商品給 B，其後 B 又再將該商品轉售予 C，無論該項商品轉售予誰，由於 A 已經「消耗」其所有之商標權（經由轉售給 B），因此 A 無法再主張 B、C 等人侵害合法之商標權。由於此一理論不僅適用於國內市場商品銷售，同時亦適用於國外市場之銷售；因此，平行輸入之商品，其商標權已在國外被消耗，輸入國之商標權所有人便無法主張平行輸入商侵害其商標權。

我國現行之商標法（第二十三條第三項）即採用此一學說，而准許真品平行之輸入。

2. 商標功能說：

商標係業者用以區分識別自己和他人商品之標識，此即所謂商標之主要功能——識別。除此之外，商標尚有下列三項附屬功能：

a. 商品來源功能：

業者於商品上貼附商標，以顯示該商品之來源。此一功能著重於消費者權益之保護，目的在於使消費者能夠憑藉著特定之商標，找到其所欲購買之商品。另外，我國商標法第二十六條第三項亦規定，商標若授權他人使用，該被授權人應於其商品上為商標授權之標示；此一規定亦是為了表彰該項商品之商標係授權使用之事實，藉以維護消費者之權益。

b. 品質保證功能：

業者對於貼附某一特定商標之商品，一般均會要求一定水準之品質與性能，藉以維持其商譽暨信用。因而對消費者而言，購買某一特定商標之商品，將可期待某一程度之品質水準；故特定之商標具影響消費者購買行為之功效。

c. 廣告促銷功能：

一般而言，凡是屬高知名度且深植人心之商標，均有其廣告之功效。由於消費者對於某些熟悉之商標存有特別之偏好與購買欲望，因此商標之廣告促銷功能，對其所有人而言，實為無形之商譽表徵，具有極高之經濟效益。

主張此一商標功能說者贊成真品平行輸入行為，其主要理由即是由於真品之平行輸入，並不侵犯商標之顯示商品來源暨品質保證與廣告促銷等功能，因而並未損及商標之經濟價值或消費者之權益。

3. 屬地主義說：

不同於前述二種學說，主張商標權屬地主義學說者，反對真品之平行輸入。所謂的商標權屬地主義，係指商標之登記、移轉、保護均必須依照賦予其權利個別國家之法律規定。依照此一原則，在甲國登記之商標，僅能在甲國受法律之保護，若其欲在乙

國受商標法保護，則必須在乙國另行依法申請登記；意即依照他國法律所創造之商標權，在本國並不被承認。

主張此一學說者，認為輸入之商品是否侵害輸入國之商標權，其關鍵不在於其是否為貼附商標之「真品」與否，而在於其是否違反了輸入國之商標法。案例：某一商標同時於甲乙二國依法登記註冊，在甲國合法貼附商標之真品，若未經乙國該商標權所有人之同意，逕自由甲國輸入至乙國，依照輸入國（乙國）之商標法，輸入與他人註冊商標相同之商品，即構成商標權之侵害行為。雖然在甲國之貼附商標行為合法，惟對乙國而言，此係發生於其他國家之行為，與在乙國所發生之商標侵害行為並不相關，故此一真品之平行輸入之行為必須被禁止。

三、我國法院對真品平行輸入之實務見解

近年來我國發生多起真品平行輸入之案例，各管轄法院對於此一行為之侵害商標權與否，作出多項不同之判決；茲舉數件具代表性之案例說明之。

1.可口可樂案：

某美商 A 公司所擁有之“Coca-Cola”、“Coke”等商標業已在

我國申請註冊，並獨家授權某台灣 C 公司於台灣地區使用以製造飲料。某台灣 B 公司未經 A 公司之授權許可，逕自從國外進口標有前述商標之飲料銷售。

a.台北地方法院之見解

台北地方法院採商標屬地主義說，認為 B 公司所進口之標有“Coke”商標之商品，既未經我國合法商標權所有人之同意，且該輸入之行為發生於我國，故屬於同一商品使用於他人之註冊商標而輸入，因而侵害我國商標權所有人之商標專用暨使用權。

b.板橋地方法院之見解：

不同於前述台北地院之判決，板橋地方法院認為商標係商品之識別標識，其目的在於表彰商品之來源、保證商品之品質。B 公司自國外所輸入之標有“Coke”商標之商品，係由 A 公司所合法授權製造，因而此一平行輸入之行為，既未妨害商標表彰商品來源暨品質保證之功能，故 B 公司並無侵害 C 公司商標權之行為。

2.Chelsea 案：

某日商 A 公司所擁有之“Chelsea”商標已在我國註冊登記，並授權台灣 C 公司獨家使用。B 公司未經授權逕自由國外輸入使用“Chelsea”商標之商品在台銷售。

我國最高法院針對此一案件，對於平行輸入之問題，首度作出重要之見解謂：「按真正商品之平行輸入，其品質與我國商標使用權人行銷同一商品相若，且無引起消費者混同、誤認、欺瞞之虞者，對我國商標使用權人之營業信譽及消費者之利益均無損害……，於商標法之目的並不違背，在此範圍內應認為不構成侵害商標使用權。」（81 年臺上字第 2444 號民事判決）

由此一歷史性之判決可知，真品之平行輸入，必須符合下列各項原則方能免於侵害他人商標權之嫌：

- （i）水貨之品質必須與我國商標使用權人所銷售之同一商品相同
- （ii）水貨不致於造成消費者之混同誤認

- （iii）水貨之進口有助於消費者之利益（價廉物美）

四、結論

在國際貿易活動頻繁的台灣，水貨市場的存在已成為一普遍之現象。經由真品之平行輸入，國內消費者可以獲得較多之選擇，享有自由競爭之利益，促使商品價格之合理化。另一方面，為了避免消費者發生混淆、誤認「真品」的情形，並維護商標被授權人之合法權益，水貨進口商必須明白標示進口商品之來源，以供消費者辨明選購。蓋唯有兼顧消費者經濟利益暨商標所有人權益之水貨進口，方為合法之真品平行輸入。

（作者任職律師及兼任助理教授）

參考文獻：

- 1.邱志平. 1996. 真品平行輸入之解析. 三民書局.
- 2.呂榮海、謝穎青、張嘉真. 1992. 公平交易法解讀. 月旦出版社.
- 3.鍾瑞江. 1991. 國際投資之技術移轉. 三民書局.
- 4.劉承愚、賴文智. 1999. 技術授權契約入門. 智勝文化.