

（行政院函 中華民國 104 年 4 月 20 日院臺專字第 1040021184 號）

（立法院函 編號：8-7-7-146）

丁委員守中就中國大陸「小米」商品爭議不斷，政府應加強智慧財產權保護消費者權益及本土品牌利益，不應讓具有爭議性、涉嫌抄襲或牽涉國家安全等商品在臺灣銷售問題所提質詢，經交據經濟部查復如下：

- 一、專利權是一種排他權，專利權人得排除他人未經其同意而實施其專利權之行為；因專利權係屬私權且專利侵害判斷不易，受侵害時應由專利權人循民事訴訟程序解決，其他人（包括政府機關）並無法代為主張權益。
- 二、中國大陸「小米」手機在臺灣有無涉及侵害國人智慧財產權，據經濟部智慧財產局檢索我國司法院法學資料檢索系統及各級民事法院判決，尚無查獲「小米」手機或「小米科技有限責任公司」涉有侵害他人專利、商標之相關民、刑事訴訟案件，而侵害我國人民之權益。
- 三、鑑於「小米」手機的商業模式，多以同業產品為其模仿對象，採取高性能低價格之策略，因而在市場上受到消費者之青睞。惟「小米」公司自 2010 年成立以來，並未長期深耕於全球專利權之保護，是以當「小米」手機由中國大陸跨足海外市場時，極易落入資通訊產業廠商之專利布局，或牽涉到高額、漫長的智慧財產權訴訟中，此即為「小米」手機無法貿然進入歐美市場，轉而向臺灣、印度等市場進行銷售之主因。然而「小米」手機進入印度市場時，仍因有侵害瑞典電信大廠愛立信（Ericsson）公司專利權之虞，一度遭到印度法院下令禁售而遭受相當損失。
- 四、由於「小米」公司於我國之專利布局起步較晚，且多集中於外觀設計專利，並無通訊產業核心之關鍵技術。而我國資通訊產業廠商，如宏達電等公司早有完善的智慧財產權保護意識與策略，亦不乏國內外專利布局、訴訟之相關經驗，威信就專利部分，應不致對國內廠商構成太大威脅。惟建議未來國內廠商面對「小米」手機來臺競爭時，仍應要有所警備，除就廣告、行銷等商業策略予以應對外，更應善用手中握有專利之優勢。如「小米」手機確有侵害我國專利權人權益之情事，得申請海關查扣其進口之貨物，或經法院審理判決下令禁止進口，可透過海關邊境管制措施規定，禁止其商品進入我國市場。
- 五、針對兩岸經貿往來所產生之侵權問題，如權利人發現中國大陸廠商輸入臺灣販售之商品有侵害我國人民智慧財產權、專利權部分，得逕依我國專利法提起侵權訴訟，以保護其權利；商標法或著作權法部分，得向內政部警政署保二總隊刑事警察大隊檢舉，無論是網路侵權或實體商店販售侵權商品，執法單位將立即偵辦，以保護國人之智慧財產權。

（九）行政院函送丁委員守中就歐元持續走貶，要求相關主管機關比照日圓貶值，速與業者協調歐系商品降價問題所提質詢之書面答復，請查照案。

（行政院函 中華民國 104 年 4 月 20 日院臺專字第 1040021193 號）

（立法院函 編號：8-7-7-155）

丁委員就歐元持續走貶，要求相關主管機關比照日圓貶值，速與業者協調歐系商品降價問題所提質詢，經交據經濟部查復如下：

- 一、歐盟係我國主要貿易夥伴，去（103）年度為我國第四大進口地區與第四大出口地區，我國自歐盟主要進口產品為小客車、半導體製造機器及積體電路等。
- 二、影響進口商品價格的因素很多，匯率變動只是其一，尤其現今在全球產業分工體系下，商品生產模式多樣且複雜，例如歐元品牌若於海外生產，直接進口臺灣，或採美元計價，則其生產成本受歐元貶值影響不大；經銷商、代理商如須支付權利金與其他成本，調價彈性相對較低；甚或有些商品流動性低，無法即時反映匯率變動成本。
- 三、國內法式、義式及歐式餐廳使用較多歐洲進口之啤酒或原物料產品大都向進口商買進，包括：醬料（橄欖油）、奶油、特殊配料（如：松露、鵝肝醬等）等香料及火腿食材，多屬點綴性產品，成本上占比很低；又進口商因歐元貶值因素，原物料調整價格空間不大，爰餐廳調降商品售價幅度有限。
- 四、市場價格主要由供需決定，匯率波動並非價格調整之唯一因素，且一般貨物貿易多以美元計價，目前尚難強制歐洲進口貨品降價。政府將持續關注歐元相關匯率走勢，如歐元持續貶值，將考量邀請相關歐系商品業者協商因應方法。政府亦將持續監測通路商民生物資價格變動情形，針對違反公平交易法之行為，本院公平會將進行查處。

（十）行政院函送丁委員守中就全球化及網路科技發達，除了傳統老鼠會式的多層次傳銷以外，目前也有很多結合雲端科技銷售虛化商品的變體老鼠會模式，跨國吸金，要求主管機關針對此新型態之吸金犯罪模式，速研擬防範辦法，避免更多無知民眾受害問題所提質詢之書面答復，請查照案。

（行政院函 中華民國 104 年 4 月 20 日院臺專字第 1040021189 號）

（立法院函 編號：8-7-7-151）

丁委員守中就全球化及網路科技發達，除了傳統老鼠會式的多層次傳銷以外，目前也有很多結合雲端科技銷售虛化商品的變體老鼠會模式，跨國吸金，要求主管機關針對此新型態之吸金犯罪模式，速研擬防範辦法，避免更多無知民眾受害所提質詢，經交據公平交易委員會查復如下：

- 一、按多層次傳銷係推廣銷售商品（或服務）之一種行銷方式，須同時兼具「銷售商品（或服務）之目的」及「多層級獎金制度之推廣方式」之要件。故以多層級組織及獎金之方式，招攬民眾加入及投入金錢，倘無商品（或服務）銷售，屬非法吸金行為，尚非多層次傳銷；另倘其制度雖有商品（或服務）之設計，惟其商品（或服務）已流於虛化，因該傳銷制度非以銷售商品（或服務）為目的，則為多層次傳銷管理法第 18 條規定所禁止之變質多層次傳銷，而違反該法條規定者，依同法第 29 條規定，已涉及刑事責任。
- 二、近來發現透過雲端網路跨國吸金乙情，其網站多係設於我國域外，致身分及組織無法確認，又