

行政院公平交易委員會處分書

公處字第 095103 號

被處分人：船奇國際有限公司

統一編號：27667203

址 設：台北市萬華區環河南路 1 段 19 之 1 號 1 樓

代 表 人：○○○○ 君

地 址：同上

被處分人因違反公平交易法事件，本會處分如下：

主 文

- 一、被處分人於網頁刊登廣告，宣稱其銷售之甜甜圈係由日本引進並為日本第一，就其商品之內容、品質有虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。
- 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 15 萬元罰鍰。

事 實

- 一、案據日商打清股份有限公司及統一多拿滋股份有限公司檢舉，內容略以：

(一) Mister Donut 係日商打清股份有限公司之事業部門，截至 2005 年 3 月 31 日止，在日本已有超過 1,302 家之甜甜圈連鎖專賣店，提供手工製作的甜甜圈予消費大眾，並自 2004 年 10 月 1 日起，由統一多拿滋股份有限公司引進台灣，先後於台北天母地區、微風廣場、紐約紐約、台北火車站前台北新世界地下街等地設立據點。檢舉人除以顯眼、獨特之黃色或紅色為底，搭配白色或紅色之「mister Donut」字樣作為招牌外，為利消費者攜帶所購買之產品，亦設計以黃色為短邊之手提袋，以及白底之長型手提紙盒，並載明：「本紙盒若強力摩擦，油墨可能沾染衣物，請小

心使用！」、「請存放於陰涼通風處並儘早食用！」與「您要的幸福隨時出爐」等文字。檢舉人亦以獨特創意，針對各種不同且造型多樣之產品，賦予巧蘭奇、法蘭奇、多拿滋、可羅、歐菲香、巧貝、波堤、奇仕多等富含幸福與浪漫感覺之名稱，表彰檢舉人之商品，並以獨特的「●●○○○」方式，標示個別產品的甜度，以供對甜度有不同喜好的消費者作為選擇產品的依據。由於媒體之廣泛報導與消費者之好評，短期之間即在業界及消費者間獲得熱烈迴響，因而用以表彰商譽與商品品質之「 mister Donut 及主廚圖」，以及「波堤」、「可羅」、「奇仕多」等圖樣，早已為相關事業或消費者普遍認知之表徵，並陸續由經濟部智慧財產局核准商標註冊。

- (二) 被處分人係於 94 年 4 月 13 日經核准設立，因覬覦檢舉人在飲食界引起的甜甜圈熱潮，竟以讀音、觀念與檢舉人之「mister Donut」極為近似之「mr. Don 唐先生 Donuts」，從事甜甜圈等商品之販售，並分別於白底之長形手提紙盒與手提袋，以「船奇國際有限公司」與「傳奇國際有限公司」之名義，招募加盟廠商。
- (三) 被處分人涉嫌違反公平交易法第 20 條第 1 項規定：
1. 檢舉人雖於 93 年 10 月 1 日始於台北天母地區開幕，惟最晚自同年 3 月起，包括經濟日報、聯合報、民生報等知名媒體，即針對「mister Donut」與檢舉人廣泛報導，並針對檢舉人以創意而設計的法蘭奇、多拿滋、歐菲香、波堤等各種造型之甜甜圈及熱賣情形加以報導，由於媒體廣泛報導及商品熱賣情形可知，無論是「mister Donut」或「Mr. Donut」，抑或法蘭奇、多拿滋、歐菲香、波堤等名稱與產品造型，早已為相關事業及消費者所普遍認知，核屬公平交易法第 20 條第 1 項所稱之「表徵」無疑。
 2. 今被處分人以讀音、觀念與檢舉人表徵極為近似之「mr. Don 唐先生 Donuts」，從事甜甜圈等商品之販售，復在商品名稱與造型上，刻意仿襲檢舉人創意構

思之成果，無非係將檢舉人之表徵為高度類似之使用，使相關事業與消費者對商品、服務之來源發生混淆誤認，已該當公平交易法第 20 條第 1 項之規定。

- (四) 被處分人涉嫌違反公平交易法第 21 條規定：被處分人於網際網路刊登：「…喜歡吃甜甜圈的人有福了，一家從日本引進號稱擁有 50 種口味的甜甜圈專賣店，即將在台灣開幕，我們結合了知名的加盟總部『Mr. Don Donuts! 甜甜圈』將開始致力於台灣市場的開拓，在未來一年期望展店數可達 100 家。…為了讓台灣消費者品嚐到日本第一的美味甜甜圈」之內容，以及在店面招牌與網際網路上刻意使用日文「ドーナツ」的結果，實足以使人誤認其與檢舉人有關，核屬引人錯誤之表示無疑，故已該當公平交易法第 21 條規定。
- (五) 被處分人涉嫌違反公平交易法第 22 條規定：被處分人於網際網路刊登：「1000 萬開設一家 Donuts 甜甜圈專賣店這種大企業的投資宣傳語言，讓許許多多想要投資創業者為之怯步，如此一來，大企業就可予取予求的操弄市場，造成供不應求，讓好吃的東西需要浪費 1~2 個小時去排隊，並限量供應，如此一來，自然水漲船高，造成不合理的消費價格！」之內容，影射檢舉人透過市場供需手段之操弄，以達不合理之商品定價目的。惟檢舉人之商品價格約在 25 元至 35 元左右，與一般市面上所販售類似商品之單價相去不遠，並無被處分人於網路上所言之情事。今被處分人為競爭之目的，不惜透過在網際網路上刊登上開文字，實已嚴重損害檢舉人營業信譽，已違反公平交易法第 22 條規定。
- (六) 被處分人涉嫌違反公平交易法第 24 條規定：今被處分人除有上開違法行為外，甚且仿襲檢舉人之作法，利用與檢舉人相近之商品定價、於店面使用主要顏色為紅、黃色之招牌，另於招牌下方附加載有與檢舉人使用在長形手提紙袋上之文字類似之「您的幸福隨時

出爐」的布條、使用與檢舉人相同之黃色短邊手提袋、於與檢舉人所使用白色紙盒的相同位置，加註：「本紙盒若強力摩擦，油墨可能沾染衣物，請小心使用！」及「請存放於陰涼通風處並儘早食用！」之字樣，並於店家內之產品櫃上，以仿襲檢舉人之方式，以「●●○○○」標示產品甜度。核其所為，無非覬覦、攀附檢舉人努力之成果及市場上之高知名度，已違反公平交易法第 24 條之規定。

二、案經本會派員赴被處分人板橋三民店及「mister Donut」站前店進行實地調查，及對商店之外觀及店內陳設拍照，並攜回案關物證。查被處分人在店內陳設之商品標示牌已將「波堤」系列之名稱改為「邦堤」，但店員表示因已印製之宣傳單尚未使用完，因此宣傳單上仍是「波堤」字樣。而檢舉人指被處分人於招牌下方懸掛之「您的幸福隨時出爐」的布條，已改為「中秋賞月•嚐新味」等字樣之布條。

三、經請檢舉人補充說明及提供相關資料，略以：

(一) 檢舉人確認所主張被處分人仿襲檢舉人之相關事業及消費者所普遍認知的表徵，包括「 mister Donut 及主廚圖」，以及「法蘭奇」、「波堤」、「可羅」、「奇仕多」及「多拿滋」：

1. 「法蘭奇」、「波堤」、「可羅」及「奇仕多」甜甜圈系列：分別具有獨特的「貝殼型」、「五角形」、「長條型棒狀」、「麻花」造型，且檢舉人對外之廣告皆以上開表徵介紹該造型之甜甜圈，成為相關事業及消費者熟知的表徵，消費者可從其外型即可得知甜甜圈為何種系列，其中，「波堤」、「可羅」、「奇仕多」業經智慧財產局准予商標註冊登記。
2. 「多拿滋」甜甜圈系列：外型與一般甜甜圈同，且分為蛋糕系列、巧克力系列及多拿滋系列，若檢舉人所生產之甜甜圈外型與一般甜甜圈同（外圓中空形狀），即為「多拿滋」甜甜圈系列，檢舉人對外之廣告皆以上開表徵介紹該造型之甜甜圈，成為相關事業及消費者熟知的表徵。

3. 「日本第一」美味甜甜圈：此表徵為各大媒體所大幅報導，為相關消費者及企業所熟知，被處分人竟在網路上刊登廣告表示自己的甜甜圈來自日本，且為「日本第一」美味甜甜圈，核其行為不但為不實廣告，更破壞公平交易競爭秩序。
 4. 前項各該表徵為相關事業或消費者所普遍認知：
 - (1) 「 mister Donut 及主廚圖」商標：作成廣告 3,000 份介紹新開幕東興門市；作成廣告 3,000 份介紹捷運台北車站門市；發送 20,000 份手扇作為廣告；委託戶外廣告公司於天母士東路上架設大型廣告看板。
 - (2) 以「波堤」、「巧貝」、「法蘭奇」、「歐菲香」、「多拿滋」作成廣告 3,000 份，用以介紹內湖家樂福店開幕；另以手扇 20,000 份，作為天母店開幕廣告之表徵。
 - (3) 檢舉人 1 年間的甜甜圈銷售量，根據檢舉人所購買的紙盒、紙袋的總計數量，其中紙袋(大型紙袋與小型紙袋)共計購入近 82 萬 3 千個；紙盒購入近 87 萬 3 千個(大型紙盒與小型紙盒)，若以大型紙盒每盒裝入 10 個甜甜圈，小型紙盒裝入 5 個甜甜圈計算，一年間估計檢舉人共賣出 660 萬個甜甜圈，其所占市場銷售率之大，當為相關事業及消費者所熟知。
- (二) 有關被處分人於網路刊登：「1000 萬開設一家 Donuts 甜甜圈專賣店這種大企業的投資宣傳語言，讓許許多多想要投資創業者為之怯步…」之內容，事實上在日本加盟「mister Donut」的加盟金為 400 萬日圓，同一加盟主在日本開第 2 家的加盟金為 100 萬日圓，而台灣「mister Donut」根本尚未引進加盟制度，被處分人於網路上用語不實且誇大加盟金額，刻意用來突顯檢舉人對於加盟者要求天價加盟金，顯然不利於消費者心中的定位，易產生對於檢舉人的成見，實已嚴重損害檢舉人營業信譽。

- (三) 檢舉人於 2004 年 8 月 17 日成立時，所發布之新聞稿內容：「為了讓台灣消費者品嚐到日本第一的美味甜甜圈，Mister Donut 不但堅持所使用的原物料與日本相同，且對於門市人員的教育訓練也承襲自日本...」云云，被處分人刻意在網路廣告上使用完全相同文字內容作為廣告，竟也表明自己產品為「日本第一」的美味甜甜圈，而檢舉人的甜甜圈實為日本第一大品牌為不爭的事實，已為各大媒體所刊載，更為相關事業及消費者所熟知。因此被處分人此一廣告內容之仿襲在客觀上足以使消費者對於產品製造者發生混淆與誤認，不但違反公平交易法第 21 條規定，更該當公平交易法第 20 條第 1 項第 1 款之規定。

四、案經被處分人就檢舉內容答辯，略以：

- (一) 有關違反公平交易法第 20 條第 1 項乙節：

1. Don 在西班牙文中是對先生的尊稱語，而 Don 在英文中為姓氏唐之譯音，因 mr. don 配合唐先生 Donuts 非常契合，因此被處分人以 mr. Don 唐先生 Donuts 為店名。
2. 就外觀而言，檢舉人所賣之甜甜圈造型、色彩、包裝及名稱，並非檢舉人所獨創，此有國際知名之各大甜甜圈連鎖店之商品，如美國 dunkin' donuts、澳洲 DONUT KING 或台中西屯區的威力多拿滋等，即可略知一二。檢舉人所謂之表徵，不過係將店面及商品包裝成與國際知名甜甜圈連鎖店相似之專賣店，即使有花費心力就店面招牌或商品包裝為相關之設計，仍難謂其所造就之成果為其「表徵」。
3. 即使檢舉人之商品及包裝具有識別力或次要意義，被處分人與檢舉人之商品名稱、造型、手提袋、招牌等仍有明顯不同之處，更無抄襲之情事，茲說明如下：
 - (1) 招牌等商標圖樣部分：被處分人所使用之商標，係以紅色為主要背景，以「mr. Don」為商標上方之文字，下方則以「唐先生」為輔助解釋，並加上「Donuts」表示店內販售甜甜圈商

品，整體圖樣給人有唐先生販賣甜甜圈之感，有別於檢舉人之「主廚即 donut 先生」之意涵，與檢舉人「 mister Donut 及主廚圖」商標圖樣之設計意匠及構圖顯然有別。

(2) 手提袋及展示櫃部分：檢舉人目前的包裝袋為白底，但一開始則係以黃色為短邊，正面則填為在享用甜甜圈之人頭圖案為背景，下方標示「mister Donut」之文字；反觀被處分人之手提袋，係以 29 個小型甜甜圈填滿包裝袋之正面，中間穿插紅底白字的「mr. Don 唐先生 Donuts」之商標，任何消費者異時異地、隔地觀察皆不會將被處分人與檢舉人之手提袋發生混淆。而包裝盒上之文字，係對消費者之貼心叮嚀，任何一種食品之外盒包裝皆有可能有類似之標示，亦不得將該用語視為檢舉人之表徵。另被處分人之展示櫃所標示之「●●○○○○」，係坊間經常使用之一種圖示，非檢舉人所獨創，被處分人承認此確實為一種使消費者簡單明瞭的標示甜度方式，但並無任何抄襲檢舉人之意思。

(3) 商品造型及名稱：依 Belshaw 公司 2005 年推出之產品型錄，即有標示製成各種甜甜圈造型之器具，其中不乏檢舉人所稱之「表徵」之造型，以及檢舉人稱為「表徵」之名稱，如 french、krinkle、plain、crescent 等，使用該機器之人，當然可依該公司之建議，將做出之甜甜圈以英文、中文或其他通用名稱命名，甜甜圈之造型與名稱，為市面上很普遍之樣式，檢舉人僅係將英文譯為中文，豈能稱之為表徵。

(二)有關違反公平交易法第 21 條乙節：被處分人之預拌粉及耐炸油係向日商授權之華健食品企業有限公司訂購，因此自稱係日式甜甜圈並不為過，又設備係向美國 Belshaw 公司訂購，該設備之品質為業界所肯定，因此

以高品質原料搭配最精密器具，再加上細心研究之技術，被處分人有信心作出日本第一的甜甜圈，因此訂出「讓台灣消費者嚐到日本第一的美味甜甜圈」之目標，並作出展店 100 間之承諾，此係被處分人所訂出之期許目標，並無任何引人錯誤之表示，亦與檢舉人無關，更未違反公平交易法第 21 條。

(三)有關違反公平交易法第 22 條乙節：被處分人並未指明檢舉人透過市場供需手段之操弄，以達成不合理商品定價之用意，另於招募加盟店之網頁文字亦無攻擊檢舉人之意，只是想尋求同樣對市面上面臨之情況感到無奈之同好，共同推廣唐先生甜甜圈。該篇文章內容即使有描述到檢舉人，亦無任何虛偽不實之情事，查自由新聞網 93 年 12 月 24 日記者○○○之報導，以及商業周刊第 908 期，皆有「mister Donut」投資額達 1000 萬元之語，另網友亦在網路上表達排隊購買甜甜圈之無奈。檢舉人所指控為損害其名譽而散佈之不實文章，係參酌上述之根據以及被處分人對目前甜甜圈市場所生感慨之詞所寫，並無為競爭之目的，而刻意損害檢舉人信譽之情況。

(四)有關違反公平交易法第 24 條乙節：被處分人已提出相關證據證明檢舉人之商品特色並不足以成為其表徵，被處分人與檢舉人之商品或特色有相同之處，係各甜甜圈專賣店共有之特色，再加上被處分人自行設計更改後，如商標、商品造型、加盟方式、經營手法等與其他專賣店亦有所區別，更何況被處分人於網站上所刊登之文章更突顯與檢舉人之不同處，並無為攀附檢舉人努力之成果及市場上之高知名度，而違反公平交易法第 24 條規定。

五、經請檢舉人就被處分人之上開答辯內容補充說明，略以：

(一)檢舉人提出甜甜圈命名之原始資料，包括初期命名資料及正式在台灣販售之名稱，其中「波堤」、「可羅」、「奇仕多」、「法蘭奇」及「多拿滋」部分，於命名初期即確定該等名稱。

(二) 綜觀被處分人提出其他相關事業所販賣之甜甜圈資料，並未看到有相關事業以「波堤」、「可羅」、「奇仕多」、「法蘭奇」等表徵作為甜甜圈之名稱，無足以證明前開表徵為甜甜圈之通用名稱，並為相關事業長期使用而不具識別力。至於「多拿滋」名稱，在檢舉人產品引進台灣市場前，大眾皆以甜甜圈的名稱稱之，而「多拿滋」係檢舉人使用於甜甜圈產品後，方廣為相關事業及消費大眾所熟知，並非同業長期使用之商品名稱，況英文 Donut 之中文譯音，共計至少 105 種中譯方式，因此認定「多拿滋」為通用名稱且為相關事業所使用，顯屬謬誤。

六、經請被處分人就上開檢舉人之補充說明提出答辯，內容略以：

- (一) 被處分人已於答辯書附件中提出之產品型錄中，已列出 french、krinkle、plain、crescent 等名稱，且業界習慣上亦以「多拿滋」、「法蘭奇」及「波堤」等稱呼各種款式之甜點。如「波堤麻糬 果子燒」、食譜「大排長龍甜甜圈」出現之「米麻糬多拿滋」等名稱及「好做又好吃的手工麵包：最受歡迎輕鬆做」中提到「多拿滋」麵糰之製作，該等食譜皆出版於檢舉人設立登記之前，而國內其他商家亦使用「多拿滋」、「波堤」等名稱，顯然一般人亦不認為前揭名稱為檢舉人之表徵。
- (二) Belshaw 型錄中已明顯標示「french」，而市面上亦不難找出將 french 翻成「法蘭奇」的例子，如推理小說「法蘭奇探長的偉大一案」，即將「Joseph French」即被翻譯成「喬瑟夫·法蘭奇」。
- (三) 檢舉人所提出之甜甜圈命名原始資料，僅係其公司內部自行整理之產品名稱私文書，其中沒有日期，亦無蛛絲馬跡可看出其命名及發揮特殊創意之過程，檢舉人僅憑此 2 頁整理資料即自稱為其所獨創，亦為其表徵，檢舉人之主張實無理由。
- (四) 被處分人自得知檢舉人已取得「可羅」、「波堤」及「奇仕多」名稱之商標權後，為尊重檢舉人之商標權，已不

再將「可羅」、「波堤」及「奇仕多」文字用於產品名稱上。至「多拿滋」名稱，大部分人都知道多拿滋即俗稱之甜甜圈，根據 google 搜尋結果，亦無任何甜甜圈以「朵納」、「都納」或其他文字稱呼俗稱之甜甜圈，一般都是用 donut 及多拿滋來稱呼之。

理 由

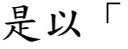
一、有關公平交易法第 21 條規定部分：

- (一) 按公平交易法第 21 條第 1 項規定：「事業不得在商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地等，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。」所謂「虛偽不實」，係指表示或表徵與事實不符，其差異難為相當數量之一般或相關大眾所接受，而足以引起錯誤之認知或決定者；所謂「引人錯誤」，係指表示或表徵不論是否與事實相符，足以引起相當數量之一般或相關大眾錯誤之認知或決定者。故事業若於廣告或以其他使公眾得知之方式就商品之內容等事項，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵，即有違反本條規定之虞。
- (二) 查被處分人於網頁所宣稱：「…喜歡吃甜甜圈的人有福了，一家從日本引進號稱擁有 50 種口味的甜甜圈專賣店，即將在台灣開幕，我們結合了知名的加盟總部『mr. Don 唐先生 Donuts』將開始致力於台灣市場的開拓，在未來一年期望展店數可達 100 家。…為了讓台灣消費者品嚐到日本第一的美味甜甜圈」等文字，極易誤導消費者認為被處分人係日本廠商，或獲得日商授權，而依現有事證，並無資料顯示被處分人與任何日本事業之間有授權合作關係，雖被處分人辯稱其預拌粉及油炸專用油係向已取得日商授權之華健食品企業有限公司訂購，然即使原料係貿易商由日本進口，並非以該原料生產之產品或是販售該產品之事業即為從日本引進，被處分人之說法顯與一般或相關大眾之認知有重大差

異，足以引起錯誤認知與決定。另被處分人亦宣稱其販售之甜甜圈為「日本第一的美味甜甜圈」，依一般通念，上述表示予人其甜甜圈商品在日本販售且廣受歡迎之印象，足令消費者誤信其產品具有一定商譽或品質，被處分人卻無提出客觀且程度上可資證明其販售之甜甜圈為「日本第一」之事證，雖被處分人稱此係因有信心做出日本第一的甜甜圈所定之自我期許目標，但消費者並無從自字面上得知「日本第一」僅係被處分人自我期許之意，因此上述廣告表示與事實不符，且有誤導交易相對人認知之虞，核為對商品之內容、品質有虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。

二、有關公平交易法第 20 條規定部分：

- (一) 按公平交易法第 20 條第 1 項第 1 款規定：「事業就其營業所提供之商品或服務，不得有下列行為：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。」上開條文所稱之「表徵」，乃指某項具識別力或次要意義之特徵，得以表彰商品或服務之來源，使相關事業或消費者用以區別不同之商品或服務。上開所稱之識別力，指某項特徵特別顯著，使相關事業或消費者見諸該特徵，即得認知其表彰該商品或服務為某特定事業所產製或提供；至所稱之次要意義，則指某項原本不具識別力之特徵，因長期繼續使用，使相關事業或消費者認知並將之商品或服務來源產生聯想，該特徵因而產生具區別商品或服務來源之另一意義。倘相關商品名稱、外觀未構成本條所稱「相關事業或消費者所普遍認知之表徵」，即難認有公平交易法第 20 條規定之適用。
- (二) 「 mister Donut 及主廚圖」、「法蘭奇」、「波堤」、「可羅」、「奇仕多」、「多拿滋」及「日本第一」美味甜甜圈是否為「表徵」：

1. 查檢舉人之「 mister Donut 及主廚圖」及「波堤」、「可羅」、「奇仕多」為業取得商標專用權之註冊商標，是以「 mister Donut 及主廚圖」及「波堤」、「可羅」及「奇仕多」之名稱合致公平交易法第 20 條所稱之表徵，當無疑義。
 2. 次查檢舉人係以「卡士達法蘭奇」、「天使法蘭奇」及「蜜糖法蘭奇」向經濟部智慧財產局取得註冊商標獲准，並未就檢舉人所主張為表徵之「法蘭奇」申請商標註冊，又查案外人○○○君曾於 94 年 5 月 31 日以「法蘭奇」名稱向經濟部智慧財產局申請商標註冊，用於飲料及食品零售，經智慧局審查核准，雖○君於收到核准審定書送達次日起 2 個月內未繳交註冊費而失效，但由於「法蘭奇」曾經他人申請商標核准，因此「法蘭奇」是否得認用以表彰檢舉人商品來源，仍待商榷，爰此，「法蘭奇」尚難認檢舉人得主張為表彰其商品來源之表徵。
 3. 另查「多拿滋」僅為「Donuts」之音譯，為甜甜圈之通稱，且其造型與一般甜甜圈外圓中空狀之傳統造型無異，市面上亦不乏出現以「多拿滋」為甜甜圈命名之情形，是其應屬商品之慣用名稱，並不足以使相關事業或消費者據以與其他人之商品相辨別，而將之與商品來源產生聯想，且據經濟部智慧財產局針對威力達國際有限公司註冊「威力多拿滋」名稱之商標審定資料亦載明：「商標圖樣中之『多拿滋』不在專用之列。」故「多拿滋」尚難認其該當公平交易法第 20 條所稱之表徵。
 4. 末查「日本第一」美味甜甜圈係為陳述商品聲譽或品質之普通說明文字，尚難認具有表彰商品來源之功能，尚非公平交易法第 20 條所稱表彰商品來源之「表徵」。
- (三) 「 mister Donut 及主廚圖」、「波堤」、「可羅」及「奇仕多」是否為相關事業或消費者所普遍認知：
1. 有關檢舉人主張上開表徵已為相關事業或消費者所

普遍認知乙節，按上開表徵是否合致公平交易法第 20 條第 1 項第 1 款「相關事業或消費者所普遍認知」之要件，須以案關商品在市場上廣告促銷程度、市場銷售狀況、營業規模、市場占有率及消費大眾之印象等綜合判斷。

2. 查檢舉人係自 2004 年 10 月 1 日起，由統一多拿滋股份有限公司引進台灣，先後於台北天母地區、微風廣場、紐約紐約、台北火車站前台北新世界地下街等地設立據點，依檢舉人提供之包括經濟日報、聯合報、民生報、中國時報、蘋果日報、自由時報等媒體報導、廣告量及銷售量等資料觀之，「 mister Donut 及主廚圖」當足認已構成公平交易法第 20 條所稱之「相關事業或消費者所普遍認知」之表徵，而「波堤」、「可羅」及「奇仕多」是為檢舉人商品之甜甜圈種類名稱，媒體之廣泛報導及行銷廣告所帶給消費者，當係「mister Donut」之整體品牌印象，檢舉人雖以擷取「波堤」、「巧貝」、「法蘭奇」、「歐菲香」、「多拿滋」部分產品組合作成廣告 3,000 份，用以介紹內湖家樂福店開幕，另以手扇 20,000 份，作為天母店開幕廣告，然從上述廣告與手扇之文字圖案觀察，僅係以檢舉人整體品牌形象為行銷目的，並非針對個別產品名稱宣傳，且由於份數相當有限，宣傳銷售時間亦僅屬短期開幕促銷之性質，是否得使「波堤」、「可羅」及「奇仕多」等個別名稱已為相關事業或消費者所普遍認知之著名表徵，而將之與商品來源產生聯想，仍待商榷，檢舉人亦未提出個別名稱已足令相關事業或消費者產生普遍印象之相關事證，是以，「波堤」、「可羅」及「奇仕多」尚難認已構成公平交易法第 20 條所稱「相關事業或消費者所普遍認知」之表徵。

(四) 「 mister Donut 及主廚圖」與「mr. Don 唐先生 Donuts」是否有產生混淆或誤認之情事：

1. 查被處分人係使用「mr. Don Donuts」之名稱從事甜甜圈的販售，檢舉人則以「 mister Donut 及主廚

圖」為商標圖樣，被處分人「mr.」為「mister」讀音相同之縮寫，Donuts 則採複數形式，中間插有「Don」之英文字及「唐先生」之中文字，雖「mr.」與「mister」讀音相同，而「Don」則取「Donut」之前 3 個字母，但由於尚有其他可區辨之文字及圖案，且字型、字義、色彩亦顯然有別，消費者只要施以普通注意，即可分辨兩者之不同。

2. 另兩者整體以觀，被處分人將其使用於手提袋之正面時，係以紅色為主要背景，「mr. Don」置於上方，「唐先生」與「Donuts」置於下方，至使用於手提袋側邊及宣傳單時，「mr. Don」、「唐先生」及「Donuts」之配置位置亦同，惟於左方則增加一個甜甜圈圖樣，爰此，不論手提袋上方、側邊或宣傳單上之圖樣，均有別於檢舉人以黃色為背景之「 mister Donut 及主廚圖」商標圖樣，故就整體予人之印象，尚非相同或類似之使用，而致與他人商品混淆誤認之虞，故難認有違反公平交易法第 20 條第 1 項規定。

三、有關公平交易法第 22 條規定部分：

- (一) 按公平交易法第 22 條規定：「事業不得為競爭之目的，而陳述或散布足以損害他人營業信譽之不實情事。」須事業基於競爭之目的，陳述或散佈不實情事，且足以造成特定事業營業信譽之損害，始有違反本條規定之虞。
- (二) 查本案被處分人於網頁上刊登「1000 萬開設一家 Donuts 甜甜圈專賣店這種大企業的投資宣傳語言…」、「大企業就可予取予求的操弄市場，造成供不應求…造成不合理的消費價格！」等語，並未具體明白指稱特定之事業名稱，且檢舉人之營業信譽是否因案關內容而受有損害，必須該內容有詆毀或貶損檢舉人本身之商譽，導致被貶損人之交易相對人及潛在交易相對人，產生嚴重不信任感，致有拒絕交易或減少交易之可能性，而檢舉人並未提供因被處分人網頁上刊登之內容致社會相關大眾或交易相對人對檢舉人事業在營業上之評價，或營業

銷售狀況有遭貶損之具體事證，故依現有事實，尚難逕認為有違反公平交易法第 22 條規定。

四、有關公平交易法第 24 條規定部分：

- (一) 依公平交易法第 24 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。」倘事業有高度仿襲他人商品外觀，積極攀附他人商譽，榨取其努力成果之行為，而有妨礙市場效能競爭之虞者，有該條規定之適用。復依本會「對於公平交易法第 24 條案件之處理原則」第 7 點規定，在判斷是否有榨取他人努力成果之考量因素包括：(1) 遭攀附或高度抄襲之標的，應係該事業已投入相當程度之努力，於市場上擁有一定之經濟利益，而已被系爭行為所榨取；(2) 其攀附或抄襲之結果，應有使交易相對人誤以為兩者屬同一來源、同系列產品或關係企業之效果等。
- (二) 查檢舉人之手提袋，係以黃色為短邊，正面則以數個在享用甜甜圈等產品之人頭圖案為背景，左下方標示「mister Donut」之文字，而被處分人之手提袋，雖亦有黃色短邊，然係以 29 個小型甜甜圈填滿包裝袋之正面，中間穿插紅底白字的「mr. Don 唐先生 Donuts」之商標，然兩者明顯有別，另被處分人之白色紙盒，其長邊正面構圖係為一男子欲抓住一甜甜圈之圖樣，並輔以「就是要 mr. Don Donuts」之字樣，而觀檢舉人之白色紙盒，其長邊正面構圖係為一擬人化笑臉表情之甜甜圈圖樣，並輔以「mister Donut」及「Japan No.1 您要的幸福隨時出爐」之字樣，雖被處分人與檢舉人於白色紙盒的相同位置，加註：「本紙盒若強力摩擦，油墨可能沾染衣物，請小心使用！」、「請存放於陰涼通風處並儘早食用！」等說明文字，然因字體甚小，致消費者若不施以特別注意即容易忽略，且兩者白色紙盒之主要構圖明顯有別，尚難認有攀附或高度抄襲之情事。至被處分人之商品定價與檢舉人相近乙節，同類商品在市場

競爭下，市面上常見單價相近之情形，亦難謂此即有抄襲或攀附之情事。

(三) 次就商店外觀而論，被處分人之店面招牌底色雖採用與檢舉人雷同之「紅、黃」二色系之組合，惟一般店招採紅、黃二色之組合並非罕見，且被處分人紅色系部分較偏粉紅色，顏色配置為「紅上、黃下」，紅色所佔比例約為三分之二，黃色約為三分之一，而檢舉人之顏色配置為「黃上、紅下」，所佔比例各為二分之一。又被處分人「mr. Don」及「ドーナツ」之文字位於紅色區域上，「甜甜圈」及「Donuts」之文字位於紅、黃色之交界處，而檢舉人「mister Donut」之文字位於紅、黃色交界處，二者店面招牌整體外觀上顯有差異。復查被處分人之產品櫃上以「●●○○○」來標示產品甜度乙節，該標示方式係為普通符號之組合設計，並無特殊性，難謂交易人即因此與檢舉人產生聯想。綜上整體以觀，尚難謂被處分人有高度仿襲他人商品外觀，積極攀附他人商譽，榨取其努力成果之情事。

(四) 綜上，被處分人系爭行為依現有事證，尚無違反公平交易法第 24 條規定。

五、綜上論結，被處分人於網頁刊登廣告，宣稱其銷售之甜甜圈係由日本引進並為「日本第一」等語，核已違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。經審酌被處分人違法行為之動機、目的、預期不當利益；違法行為對交易秩序之危害程度；違法行為危害交易秩序之持續期間；因違法行為所得利益；事業之規模、經營狀況、營業額及其市場地位；違法類型曾否經中央主管機關導正或警示；以往違法類型、次數、間隔時間及所受處罰；違法後懊悔實據及配合調查等態度；與其他因素，爰依同法第 41 條前段規定處分如主文。

中 華 民 國 95 年 7 月 6 日
被處分人如有不服本處分，得於本處分書達到之次日起 30 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。