

Corporate Name, Trade Name, Trademark & Domain Name

—Can Fair Trade Law Be Effective in Resolving Domain Name Disputes?

by Fong, Jerry G.

Associate Professor of Law

Chung Yuan Christian University

Department of Financial & Economic Law

Under the present legal system of Taiwan, different laws regulate the acquisition and the usage of business names, which including Corporate Law (for corporate name), Business Registration Law (for partnership, vendors), Trade Law (for trading companies) and Trademark Law (for trademarks and service marks). Pursuant to the first-file doctrine, business entities must file applications with relevant authorities, respectively, in order to get hold of the desired names.

The prevailing of electronic commerce and internet environment, however, have created an additional business name. Even though numerous domain name disputes have make headlines in other countries, Taiwan has experienced only one incident, which involves a company use the famous YAHOO! as its domain name in Taiwan. This new challenge, also created various issues, such as who has right to a certain domain name, which business name holder shall prevail in a domain name dispute.

Since the Ecommerce is the trend of the future, and Taiwanese enterprises are following this trend closely, the author, therefore, believes more domain name disputes will emerge in Taiwan in the near future. Although many countries give trademark holder the right of priority for the disputed domain name, the author argues that trademark or service mark holder shall not automatically prevail over the domain name holder unless certain conditions are met. The author further argues that while waiting for the IAHC final dispute resolution guidelines, authorities can apply the Fair Trade

Law, especially the Articles 19, in resolving the disputes. The reason is based on the argument that Article 19 has provided effective dispute resolution mechanism and the Fair Trade Commission has also promulgated regulations which are applicable in domain name disputes. It is reasonable, therefore, to resolve the name disputes through Fair Trade Law mechanism, instead of expanding the jurisdiction of trademark law in Taiwan.

公司名稱、商號名稱、商標與網址名稱 ——論網路時代的名稱權與公平交易法問題

馮震宇*

目 次

壹、前言	肆、網址名稱與商業名稱、商標競
貳、我國現行之名稱專用權制度	合問題之解決
參、網際網路所帶來的網址名稱權問題	伍、結論

壹、前言

在現代競爭激烈的商業社會中，企業為建立自己的形象，並與其他企業相區別，就須選取一個與其他企業有別，且不會造成混淆誤認的商業名稱，方可避免爭議，達成企業永續經營之目標。近年來，許多企業即紛紛展開企業識別體系（CIS）之建立，以塑造整體的企業形象。不過，企業整體形象建立不易，且企業類型與法規規範有別，企業能否就其選擇之特定名稱取得名稱專用權，並進而排除或防止他人比附援引或刻意模仿，就是一個攸關企業發展的重要課題。

雖然商業名稱攸關企業之發展，但是於我國法上，對於商業的名稱之取得與保護問題，並無統一的規範。在法律面而言，即有公司法、商業登記法、商標法與貿易法等法規，分別就不同類型之商業名稱加以規範，並於其規範範圍內賦予個別的名稱專用權。而隨者網際網路（Internet）的蔚為趨勢，在現行法律規範架構之外，

* 本文作者現任中原大學財經法律系副教授。

另一種新型態的商業名稱，也就是網址名稱（Domain Name）（註1），亦隨著網際網路的商業化而興起（註2）。

由於虛無世界的網址名稱不但跨越國界，更獨立於各國現有法規制度之外，具有潛在的商機，遂引發各國企業界的重視，也對傳統的名稱權制度造成挑戰。惟網址名稱因網際網路設計上的缺失，使得目前商業界只能在一個特別的網域名稱（也

註1：網址名稱(Domain Name)這一名詞，國內有將之翻譯為網域名稱，但是由於Internet係由不同層級的網域所組成，且在國外相關文獻中，均將Domain Name比擬為電腦在Internet上的電子地址，故本文將其翻為網址名稱，以與Internet上其他高階網域名稱(Top Level Domains, TLDs, 詳後述)相區別。

註2：網際網路(internet)之緣起，係美國國防部為準備核戰爆發時，仍能發揮並維持指揮與通信系統的運作而首先倡議的架構。因此，其設計係採取分散性架構(decentralized)。其特徵在於利用封包交換技術，而使電腦能透過不同的路徑將封包傳輸至目的地，而不會因為部分網路發生問題，而造成資訊傳輸的中斷。從最早以軍用為主的APRANET開始，到美國國家科學基金會(NSF)為連接全美超級電腦中心而建立NSFNET以來，目前全球已經進入網際網路的時代，上網已經成為一種趨勢。一九九三年，美國柯林頓政府更揭槩了國家資訊基礎建設(National Information Infrastructure, NII)之計劃，將網際網路之運用與國家基礎建設結合。至一九九七年一月之統計，全球已有一八六個國家連上網際網路，並有三千萬以上之網際網路帳戶，更有七千萬以上網路使用人口（國內網路使用人可則達到八十萬人），此種趨勢促使各國分別進行的NII計劃進一步結合成為全球資訊基礎建設(GII)，請參見資策會，「一九九七年網際網路應用現況與展望」報告，摘要請參見經濟日報，八十六年二月二十五日。有關網路之一般介紹，請參見Nicholas Negroponte, 齊若蘭譯，數位革命，八十五年一版，交通大學校園網路策進會CCCA編著；Internet無限拓展你的視野，八十五年四月，初版三刷；趙之敏，電腦網路上電子佈告欄(BBS)與網路論壇(NetNews)之著作權問題研究，東吳大學法研所碩士論文，八十五年八月。

就是.com) 之下登記網址名稱，而且網路管理單位對網址名稱又採取先申請主義的原則，未顧及名稱相同或類似的問題，致使網址名稱不可避免的與其他商業名稱與商標等發生相同或類似的現象，而引發爭議(註3)。另一方面，由於網路具有跨國性、無時差、全年無休、接觸容易等特性，使得網址名稱逐漸成為各國企業整體識別標幟的重要一環。伴隨者網路商業化的蓬勃發展，網址名稱之重要性已不在公司名稱或商標之下，對企業整體形象的建立更具有特殊的重要性(註4)，使得網

註3：Kenneth Sutherlin Dueker, Trademark Law Lost in Cyberspace: Trademark Protection for Internet Address, 9 Harvard J. Law & Technology 483, 492 (1996); Jeef Wilson, Forcing A Square Peg, Why Federal Trademark Law Does Not Protect Internet Domain Names, <http://www.libraries.wayne.edu/~jlitman/pwilson.html>; What is a Domain Name, http://www.virtual.office.com/Domains_Name.htm。

註4：網際網路商業化已經成為目前之趨勢，根據美國網路管理機構 InterNIC 之統計，美國到一九九六年十月為止，已有 740,785 個網址名稱之登記，其中登記在屬於營利性質的.com 高階領域下的網址名稱，就有 662,660 個，其次，介於營利與非營利之間的.org (社團組織) 高階網域之下，有 43,960 個網址名稱，另外，有 30,259 個登記於.net 之下，3,171 登記於.edu 之下，541 個網址名稱登記於.gov 之下。有關之統計資料，請參見 <http://rs.internic.net/nic-support/nicnews/dec96/stats.html>。在我國，根據資策會八十五年十二月二十七日 Internet 雙週報之統計，至八十五年十月三十一日止，台灣地區 internet 總用戶數已達到 564,000 戶，其中商業用戶亦有 252,760 戶。至於向我國網路登記單位登記之網址，則由一九九五年一月之 443 個，增加到一九九六年一月的 1,451 個，其中又以登記在.COM 網域者增加最快，一年間從 196 個增加至 836 個。我國 Internet 相關資料，請參見 <http://www.psd.iii.org.tw/inews/usrcom.htm> 與註 2 所引資策會報告。由於網路使用人數大量增加，預估網路商業交易到公元兩千年更可成長到七十三億美元。請參見 http://cnnfn.com/digitaljam/wires/9611/08/internet_commerce_wg。

址名稱成為各國企業爭相爭取的另一種重要的商業名稱。

不過，網址名稱之出現，不但對傳統的名稱專用權（註5）問題造成挑戰，也形成新的法律問題。其問題的核心，在於網址名稱並無政府機關或法令授權加以規範，而是由民間團體依申請先後加以核准，此種架構不但給予某些具有商業眼光的企業或個人搶先登記的機會，也不可避免的造成對某些熱門網址名稱的爭執。因此，現行法規是否可以規範網際網路上網址名稱之使用？依現行法取得各種商業名稱或商標的企業或個人是否可以排除他人，而主張其具有取得網址名稱的優先權，或主張他人已經登記之網址名稱侵害其商業名稱或商標，或主張他人之網址名稱對其構成不公平競爭而加以排除，就是一個值得研究的問題。

目前，網址名稱的爭議已經成為國外企業界（尤其是歐美等國）無法輕忽的重要問題，各國相關機構、網際網路服務提供者與使用者、甚至世界智慧財產權組織（WIPO）都對此表示高度的關切（註6）。若網際網路商業化的方向不變，在可預見的未來，網址名稱與公司名稱、商標（註7）、以及其他商業名稱之競合問題，

註5：本文所稱之商業名稱泛指公司名稱、商號名稱與出進口廠商名稱。惟由於出進口廠商名稱並非係法律所規範，故名稱專用權則僅指公司名稱與商號名稱，以與商標專用權相區別。

註6：各國法律均承認不同的商業名稱，例如公司名稱、商號名稱、商標或服務標章等，這些不同的商業名稱到了網際網路中，卻只能在.com的高層領域中登記，因此不可避免的形成混淆誤認的情事。為此，世界智慧財產權組織已經組織了一個專家小組進行有關商標與網址名稱有關的問題，請參見<http://www.arvic.com/articles/wiporply.htm>。

註7：根據商標法之規定，我國商標法涵蓋表彰商品之商標表彰服務之服務標章（第七十二條）、表彰品質之、精密度等之證明標章（第七十三條）與表彰組織或會籍之團體標章（第七十四條）等不同之類型。由於所有標章依商標法第七十七條之規定，依其性質準用商標法有關商標之規定，故除非有特別說明，本文所稱之商標涵蓋商標法中之各種商標或標章類型。

亦可能會對國內企業形成另一波的衝擊（註8）。

由於國內對於各種法律名稱專用權競合的討論有限，再加上國內企業利用網路尚處於萌芽階段，故網址名稱的問題尚未引起企業界的重視，國內亦較少討論。不過隨者國內第一件網址名稱爭議的出現（註9），亦引發國人對於此種潛力無窮的新興名稱問題加以重視。相反的，在國外利用網路較為普及之國家，大部分的企業（例如 IBM, Microsoft, CNN, NBC 等）就直接以公司名稱或商標作為網址名稱申請登記，企業對網址名稱之重視不下於對其公司名稱或商標之重視。惟一旦我國廠商重視網路之商機，網址名稱與其他法律競合之問題也必將隨之而生，也會因而引發公平法有關不正競爭有關的問題（註10）。是故，本文僅就我國對名稱專用權之相關

註8：由於可供選擇的名稱有限，再加上申請網址名稱採用先申請主義，造成許多搶先註冊之情事，導致美國近年來網址名稱訴訟案件遽增。有關此等爭議之介紹，請參見Jonathan Agmon, stacey Halpern and David Pauker 所設的網站，其位址在<http://www.ll.georgetown.edu/lc/internic>。其中，有一件與台灣有關的網址名稱爭議，那就是大陸新華社在香港的機構，先登記了 www.taiwan.com 這個網址。有關 [taiwan.com](http://www.taiwan.com) 網址名稱之爭議，請參見<http://www.roc.com/taiwan/>。同樣的，在德國也發生有廠商登記海德堡(www.heiderberg.com.de)，而造成海德堡市政府不滿的事件。

註9：在國外企業界因為網址名稱問題紛爭不斷之際，我國亦發生了第一件網址名稱的爭議案件。根據報載，國內一家名為「四通」的網路服務公司由於經營類似國際著名的「雅虎」（YAHOO）的網址查詢與蒐尋服務，乃於台灣登記與雅虎相同雅虎的網址名稱(<http://www.yahoo.com.tw>)，而為美國雅虎公司所反對，資策會乃據而停止四通公司該網址之使用。四通公司則認為其方為台灣地區雅虎網址名稱的合法擁有人，資策會的停止其使用該名稱行為違法，故將對資策會提出告訴。請參見聯合晚報，八十六年二月十七日，第三版。

註10：除了商業名稱之外，網路上亦有許多以人名作為網路名稱之網站，尤其是藝人，例如 www.davidbowie.com 等。問題在於若當事人不同意其名稱作為網

法制與網址名稱加以介紹，並就網址名稱所可能帶來的衝擊與我國法律之可能適用（尤其是公平交易法有關表徵之規定）加以探討，以拋磚引玉，就網路運用與商業活動間所引發之法律問題做深入之討論。

貳、我國現行之名稱專用權制度

我國對商業名稱專用權之制度，並無一套整體適用的規定，而是根據不同之商業實體類型或需要，而由不同之法規加以規範。在法律的層面，就有公司法、商標法與商業登記法等法規對名稱專用權加以規範。而在行政命令的層次，則有出進口廠商登記管理辦法加以規範。雖然公司法與商業登記法係就中文名稱加以規範，僅有商標法與出進口廠商登記管理辦法涉及英文名稱問題，但是隨著中文站台日趨增加，以及大中華經濟圈網網相連的境界逐步實現，中文站台名稱登記問題亦可能會與公司法或商業登記法所規範的中文名稱、甚至商標法所規範的商標或服務標章發生相同或類似的問題（註11）。

一、公司法對公司名稱之規定

公司須經設立登記後，方始取得法人人格，才可以公司之名稱為經營業務，或為法律行為。若未經設立登記，而以公司名稱經營業務，或為其他法律行為者，行為人應自負其責（註12）。公司之有名稱，一如自然人之有姓名，乃為區別他我之

址名稱時，就會有爭議發生，例如美國就曾發生他人所設立之貓王網站為貓王家屬反對之案例。

註11：例如在中華電信公司(<http://hinet.net>)與資策會種子網路(SeedNet)，以及其他網路服務提供者(isp)的站台中，都有不少的中文站台。中華電信 Hinet 網路更規劃了商店街(<http://higo.hinet.net>)以及工商服務(http://www.hinet.net/hinet_v3/business.htm)的網站。值得注意的是，名稱權多係基於屬地主義，故僅於我國領域內有其效力。

註12：請參見公司法第十八條與第十九條之規定。

需要而有不同之名稱，故可以自由選用。惟與自然人姓名不同之處，在於公司名稱不得使用易於使人誤認其與政府機關、公益團體，或有妨害公共秩序或善良風俗之名稱，以保護交易安全，避免欺罔公眾情事。

另外，考慮到公司對外維持信用，樹立商譽，並非一朝一夕所能成就，不容許他人仿冒影射，謀取不法利益。因此，為保障公司名稱權，立法者亦規定，在公司設立登記後，禁止他人使用相同或類似的名稱（註 13）。是故，公司法第十八條即特別規定，「同類業務之公司，不問是否同一種類，是否同在一省(市)區域以內，不得使用相同或類似名稱。不同類業務之公司，使用相同名稱時，登記在後之公司應於名稱中加記可資區別之文字；二公司名稱中標明不同業務種類者，其公司名稱視為不相同或不類似。」此等規定之目的，即在於保護交易之安全，避免混淆，亦配合公司多角化經營之趨勢（註 14）。

公司之名稱與自然人之姓名的另一種不同，則在於自然人同名同姓者多有，但公司名稱於經登記後，該公司名稱即具有排他性的專用權（註 15），主管機關嗣後即可依法不再受理他人以相同或類似的公司名稱再行登記。很明顯的，公司法係以公司登記之先後，作為是否取得公司名稱專用權之依據，縱今後申請登記者所使用

註 13：請參見公司法第十八條立法理由。不過，公司之名稱亦有一些禁止事項，例如公司不得使用易於使人誤認其與政府機關、公益團體有關或有妨害公共秩序或善良風俗之名稱（公司法第十八條第四項）。

註 14：請參見柯芳枝，公司法論，三民書局，八十年九月再修訂初版，頁三；另請參見公司法七十九年修正條文第十八條之立法理由。不過，值得注意的是，公司法第十八條第三項卻規定，公司名稱標明業務種類者，除法令另有規定外，其所登記經營業務範圍不以所標明之業務種類為限。此等規定，將使標明不同種類業務公司卻可能在多角化經營後，發生經營相同業務之情事，反而會造成交易上的混淆，似與立法理由有所歧異。

註 15：請參見施智謀，公司法，自版，頁三十，八十年七月；鄭玉波，公司法，三民書局，八十二年二月修訂再版。亦有學者稱之為排他效力，請參見，梁宇賢，公司法論，三民書局，八十二年八月修訂再版。

之名稱為其沿用之舊商號，仍非公司法第十八條所許（司法院三十七年院解字第四〇四一號參照）。

惟公司名稱專用權之範圍仍有其限制，亦即僅於同類業務之範圍內，方有排除他人以相同或類似名稱登記之權能。若後登記之公司與先登記之公司雖使用相同的特取名稱（例如大同、中興、大華、聯華等），只要其係屬於不同類之業務，且於公司名稱中標明不同業務種類，仍可就相同的特取文字取得個別的公司名稱專用權（公司法第十八條第二項參照）。例如，國內以「聯華」二字為名之公司即有聯華電子、聯華實業、聯華食品、聯華氣體等不同之公司，而就「中興」為名之公司，則有中興紡織、中興百貨，中興電工等公司。因此，根據公司法之規定，先登記之公司，並不得對其他不同類業務範圍之公司，主張排除後登記之公司使用相同的特取文字，縱使先登記之公司訴諸於公平交易法，亦是如此（註16）。由此可知，公司對其名稱並無絕對的排他權利，可以排除他人使用相同或類似的名稱，而僅有相對的專用權，只可於同類業務之範圍內主張其名稱專用權。

為處理有關公司名稱登記與審核之問題，公司法第十八條第五項特別規定，「公司名稱及業務，於公司登記前應先申請核准，並保留一定期間；其審核準則，由中央主管機關定之。」根據此項授權，經濟部乃制定「公司名稱及業務預查審核準

註16：由於公司法將公司名稱專用權限於同類業務公司之規定，故許多涉及不同類業務公司名稱爭議之廠商乃尋求公平交易法有關禁止仿冒（第二十條）之規定，以排除其他廠商以相同或類似名稱登記之情事。但是公平交易委員會對此等案件，仍依公司法第十八條第二項之規定，認定只要後登記之公司若無積極行為，使相關大眾誤以為其與先登記公司為同一公司或關係企業，或有其他業務上關連時，即無違反公平法之情事（請參見公平會所訂定之處理公平交易法第二十條案件原則第十四點）。例如萬客隆股份有限公司檢舉萬客隆房屋仲介股份有限公司，以及三商行股份有限公司檢舉三商物流股份有限公司與三商廣告股份有限公司等案件，公平會都認為無違反公平法之規定。請參見公平交易委員會，認識公平交易法，八十四年六月，頁一二八至一二九。

則」(註17)，以供遵循。不過，就公司法之規定而言，公司依公司法所登記公司名稱，僅限中文、並於其經營業務範圍內有其效力，對於英文或其他外文名稱，或中文名稱之外文音譯，則並不當然有排除他人使用相同或類似名稱之效力。是故公司名稱專用權人必須尋求其他法律，例如商標法或公平交易法之規定，方可周延的保護其名稱。

二、商業登記法對商號名稱之規定

除公司法外，對於不屬於公司之其他商業實體，則可根據商業登記法取得商號名稱之專用權，不過其專用權範圍亦有限制，亦即並不及於全國，故所能獲得之保護亦較薄弱。例如商業登記法第二十七條即規定，「商業在同一直轄市或縣(市)，不得使用相同或類似他人已登記之商號名稱，經營同類業務。但添設分支機構於他直轄市或縣(市)，附記足以表示其為分支機構之明確字樣者，不在此限」。

與公司名稱專用權不同之處，在於公司名稱之專用權效力範圍及於全國，但商號名稱專用權之專用範圍僅及於「同一直轄市或縣(市)」；其次，由於公司名稱效力範圍及於全國，故公司名稱專用權之取得，必須踐行預查之程序，以避免與其他公司名稱發生相同或類似之情事，相對的，商號名稱則無須踐行此等程序。而且，除不能使用公司名稱外(註18)，商號名稱縱使與公司名稱相同或類似，也無不得使用此等相同或類似名稱之限制，例如台北中泰賓館股份有限公司與位於基隆的

註17：「公司名稱及業務預查審核準則」係於八十一年六月二十六日經濟部經(八一)商字第215598號令訂定發布，全文共計十七條。

註18：公司係以營業為目的之社團法人，於發起人以共同行為完成設立登記後，方始取得法人人格，故於尚未完成設立登記前，公司法上稱之為設立中公司，但與設立後公司則屬同一，請參見柯芳枝，前揭書，頁二十一。是故，公司法第十九條規定，未經設立登記，不得以公司名義經營業務或為其他法律行為。因此，非經公司設立登記完成，不得使用「公司」之名稱，而僅得以某某公司籌備處之名義為法律行為。

中泰賓館旅社之名稱爭議，就是一例（註19）。

至於商號名稱之取得，商業登記法僅於第十九條規範登記對抗主義，此外並無其他明文規定。但從法條之解釋而言，仍可認為本法係採取先申請主義，由最先登記者取得名稱專用權，此種解釋亦可由商業登記法施行細則第十四條之規定獲得驗證。根據該條，因行政區域之調整致發生商業以相同或類似名稱經營同類業務者，「登記在先者」，得申請主管機關通知登記在後者限期辦理名稱之變更登記。

至於商號名稱之命名，「商業之名稱，得以其負責人姓名或其他名稱充之。但不得使用易於使人誤認為與政府機關或公益團體有關之名稱。以合夥人之姓或姓名為商業名稱者，該合夥人退夥，如仍用其姓或姓名為商業名稱時，須得其同意。」（第二十六條）是故，商號名稱雖未明文規定以中文為限，但事實上由於其範圍僅及於縣市，故解釋上似仍以中文為主，而不及於該商號之英文或其他外文名稱。

三、出進口廠商登記管理辦法對英文名稱之規範

除了公司與商號名稱專用權之外，對於涉及外貿的出進口廠商，還有一種特別

註19：商業登記法第二十七條第二項明文規定，「商號之名稱，除不得使用公司字樣外，如與公司名稱相同或類似時，不受前項規定之限制。」有關公司名稱、商標與商號名稱相互獨立之例證，可以用公平交易委員會處理中泰賓館之案例加以說明。於該案中，台北中泰賓館股份有限公司設立於民國七十五年，經營觀光旅館業，並於七十五年以「中泰」二字註冊服務標章。而基隆中泰賓館則於六十四年依商業登記法獲准商號登記，經營旅社業。公平交易委員會於處理本案時，首先認定，基隆中泰賓館既於六十四年依商業登記法登記商號名稱，自可受該法之保護。其次，該會認為基隆中泰賓館亦無以任何使人誤認其係台北中泰賓館之關係企業或分店之情事，故不符合公平法第二十条第一項第三款之規定，故不構成對台北中泰賓館之仿冒。請參見公平交易委員會，認識公平交易法，頁一二九，八十四年六月增訂三版。

的名稱專用權，那就是廠商根據出進口廠商登記管理辦法（註20），向經濟部國際貿易局登記所取得的出進口廠商名稱。而該名稱登記與其他名稱專用權不同之處，在於其係以出進口廠商之英文名稱為準，而與中文名稱無涉。

原則上，得申請登記為出進口廠商並進而登記出進口廠商名稱之資格，包括公司、行號其營利事業登記證上載明經營出進口或買賣業務，且其資本額(股份有限公司為實收資本額)在新臺幣五百萬元以上者，均得依本辦法申請登記為出進口廠商（第二條）。

為避免廠商名稱有相同或類似之情形，而造成混淆誤認的問題，出進口廠商登記管理辦法特別規定，申請登記之出進口廠商，其英文名稱特取部分不得與現有或解散、歇業、註銷或撤銷登記未滿兩年之出進口廠商英文名稱相同或類似，但有正當理由經經濟部國際貿易局(以下簡稱貿易局)專案核准者，不在此限。已登記之英文名稱，除有正當理由外，不得申請變更登記（第四條）。

從出進口廠商登記管理辦法之規定可知，雖然出進口廠商登記管理辦法並未明文規定採先申請主義，亦未有類似公司法、商業登記法之規定，但是由於其要求不得與與現有或解散、歇業、註銷或撤銷登記未滿兩年之出進口廠商英文名稱相同或類似，因此，先登記之廠商即可取得實質上的排他性效力，而使後登記廠商無法登記相同或類似之英文名稱。

而與公司法與商業登記法不同之處，在於出進口廠商名稱之登記係以英文名稱為主，其效力及於所有出進口廠商與業務範圍，並無類似公司法不同業務之例外規定。是故，雖然本辦法僅屬行政命令之性質，但是依此辦法所取得的出進口廠商名稱，卻有比依公司法或商業登記法更強的排他效力，雖無專用權之名，但卻有專用權之實，除非獲得國貿局專案核准，即可防止其他嗣後申請者登記與其英文名稱相同或類似之名稱。不過，廠商若要取得其根據出進口廠商登記管理辦法所保護之英文名稱，則必須另外踐行登記程序方可取得，並不會因為其已有公司名稱或商號名稱登記，而當然取得出進口廠商名稱。

20 出進口廠商登記管理辦法，係根據貿易法第九條第二項規定訂定，並於中華民國八十二年七月九日公布實施。

四、商標法對商標專用權之規定

由於根據公司法或商業登記法取得之公司名稱或商號名稱之效力有限（例如業務範圍、地域等限制），若要有效保護其營業活動，並避免他人仿冒其營業或商品，最有效之方式，就是將其商業名稱，另行申請商標或服務標章之註冊，方可有效保護其權益，防止他人比附援引。故商標法第二條特別明文規定，「凡因表彰自己營業之商品，確具使用意思，欲專用商標者，應依本法申請註冊」，即表現出商標與商業名稱之不同。至於由何人取得商標專用權之問題，商標法與其他法規相同，亦採先申請主義，此可由商標法第三十六條之規定，「二人以上於同一商標或類似商標以相同或近似之商標，各別申請註冊時，應准最先申請者註冊」即可得知。

企業之所以必須另外就其商業名稱申請註冊商標或服務標章，主要在於其他法規所能提供之保護範圍與救濟方法有限，而商標法保護較為周延。例如，公司法、商業登記法與出進口廠商登記管理辦法雖然可以排除他人使用相同或類似的名稱，但是受限於保護範圍有限，且此等法規並未提供特別的民刑事救濟規定，故於他人逕行使用相同或類似之名稱時，商業名稱專用權人只能依民法有關保護名稱權之規定與公平交易法請求救濟；相對的，若依商標法註冊商標或服務標章後，就依法取得商標或服務標章專用權，若他人有「使用」（註21）其商標之情事，除可依商標法之規定請求民刑事救濟外，還可根據公平法第二十條有關仿冒之規定加以請求。

另一方面，依法得申請註冊之商標，並不以中文為限，亦可註冊純外文之商標

註21：商標法所稱之「使用」與一般人所了解之「使用」，意義並不相同。根據商標法第六條，所謂商標或服務標章之使用，係指「為行銷之目的，將商標用於商品或其包裝、容器、標帖、說明書，價目表或其他類似物件上，而持有、陳列或散布。商標於電視、廣播、新聞紙類廣告或參加展覽會展示以促銷其商品者，視為使用。」必須構成使用，方有侵害他人商標專用權之可能。若使用他人商業名稱，但是卻不符合商標法第六條之有關商標使用之定義，尚無法構成侵害商標專用權之行為。

(註 22)，因此廠商得將其英文或其他外文名稱加以註冊，對其所辛苦創設的商業名稱(包括外文名稱)，不但有較周延之保護，亦且有助於國內企業國際化的腳步與佈局。由於企業可註冊外文商標或服務標章，故在此網路時代，也不可避免的會出現他人網址名稱與自己之英文或其他外文商標或服務標章相同或類似的情形。

由於商標主要目的在於表彰商品或服務之品質、來源與提供者，並藉以與其他商品或服務相區別。因此，商標專用權之取得與一般商業名稱專用權之取得不同，必須依商標法申請註冊(商標法第二條)，經商標主管機關依法審核完竣，公告三個月無人異議後，方始正式取得商標專用權(註 23)。是故，商標得否獲准註冊之主要因素，在於(1)商標圖樣(註 24)是否具有特別顯著性(註 25)；(2)商

註22：舊商標法第五條明文規定，「商標所用之文字，包括讀音在內，以國文為主，其讀音以國語為準，並得以外文為輔。外國商標不受前項拘束。」此等限制國內廠商登記外文商標或服務標章之規定，不但不利於廠商建立國際性之商標與知名度，亦對廠商國際競爭力之提升有害。故商標法於八十二年十二月二十二日修正時，即將該條刪除，故現在廠商可以註冊純外文之商標、以及台語發音之商標，而不會有違反商標法規定之虞。

註23：有關商標之功能與作用，請參見拙著，了解新商標法，永然文化出版公司，八十四年再版。

註24：所謂「商標圖樣」，就是商標申請人設計其商標所用之文字、圖形、記號或其聯合式。故商標並不以文字為限，而可包括圖形商標與文字加圖形之聯合式商標(商標法第五條第一項)。

註25：註冊商標之要件，必須所使用之文字、圖形、記號或其聯合式具有特別顯著性(distinctive)。所謂「特別顯著」，根據商標法第五條第一項與施行細則第七條，係指「商標圖樣應足以使一般商品購買人認識其為表彰商品之標識，並得藉以與他人之商品相區別。」值得注意的是，商標法於八十二年十二月修正時，於第五條增訂第二項，而將美國商標法以及公平交易法第二十條所稱之次要意義(secondary meaning)的規範納入，故「描述姓名稱、地理名稱、姓氏、指示商品等級及樣式之文字、記號、數字、字母等，如經申

標圖樣並無商標法第三十七條各款所列不得申請註冊之情事（註 26）；（3）申請人具有使用商標之意思（註 27）。經商標主管機關審查准予註冊後，註冊人即自註冊之日起取得商標專用權（註 28），任何人未經商標專用權人同意或授權，就不得任意使用其註冊商標，否則就會侵害他人之商標專用權，而必須根據商標法負民事與刑事責任。

不過，商標專用權亦有其限制，也就是商標專用權僅以其請准註冊之商標及所指定之商品為限，而不及於註冊人未指定之商品或未註冊之商標圖樣（註 29）。因此，只要無導致消費者混淆誤認之虞，則不同的廠商仍可在不同之商品類別中，註冊相同或類似的名稱，例如大同瓷器公司將「大同」於瓷器類註冊商標，即是一例

請人使用且在交易上已成為申請人營業上商品之識別標章者，視為具有特別顯著性。」有關特別顯著性之比較法介紹與討論，請參見徐火明，從美德與我國法律論商標之註冊，作者自版，八十一年一月初版，頁八十七以下。

註 26：商標法第三十七條之各款規定，為一般商標無法獲准註冊的主要原因。有關該條不准註冊規定之說明，請參見前揭商標手冊頁二十七以下。

註 27：申請商標註冊，就我國所採之「先申請主義」而言，並不需要具備使用之意思，目前，僅有採取「先使用主義」之美國方有此需要。請參見徐火明，前揭書，頁九至十二。不過，商標法於八十二年十二月修正時，立法委員於第二條增加「確具使用意思」之要件，使我國商標法增加了美國使用主義之色彩。

註 28：商標法第二十一條第一項參照。而商標專用權與其他商業名稱專用權不同之處，在於其他法規對商業名稱專用權之權利期間並未加以規定，而商標有其存續期間之規定。因此理論上而言，商業名稱專用權之期間，應至該法人或商號消滅時為止。相對的，商標專用權之期間為十年，自註冊之日起算（商標法第二十四條，而註冊日則為公告期滿之次日，參見商標法第四十一條）。不過，商標專用權人只要有使用之事實，即可以無限制的申請延長，每次延長其間為十年，若未延長，則商標專用權於十年屆滿時消滅。

註 29：最高法院 76 台上字第 5579 號即採此種見解。該判決指出，商標法第二十一

。若商標專用權人自行變更請准註冊之商標圖樣而使用，則可能會被撤銷其商標專用權（註30）。此外，商標與標章由於保護對象不同，故須分別申請註冊。

五、商業名稱專用權與商標專用權之效力

名稱權保護的重要問題，就是商業名稱與商標之效力為何，也就是依法所取得的名稱專用權與商標之範圍為何？他人可否於專用權範圍外使用相同或類似名稱？名稱專用權人或商標專用權人是否有權阻止他人使用與其相同或類似的名稱（例如使用相同或類似的網址名稱）？而於其專用權遭受侵害時，所可請求之救濟方法為何？

就現行法之規定而言，公司法與商業登記法既賦予登記人公司名稱專用權與商號名稱專用權（註31），故雖然公司法或商業登記法並未就他人侵害此等專用權是否可以請求民刑事救濟有明文規定，但商業名稱專用權人對於他人侵害其名稱專用

條第二項規定：「商標專用權以請准註冊之圖樣及所指定之同一商品或同類商品為限」，但如非同一或同類商品，自不受已登記商標圖樣之拘束，此為法文反面解釋之當然結果。判決全文請參見最高法院民刑事裁判選輯第8卷3期865頁。

註30：商標專用權人自行變換已獲准註冊之商標圖樣而加以使用，可能會違反商標法第三十一條第一項第一款及第四十二條之規定，而被撤銷其商標專用權。此外，商標專用權人因自行變換商標圖樣，而未於其所指定使用之商品類別中使用其商標達三年，亦會因違反商標法第三十一條第一項第二款之規定，而會被撤銷其商標專用權。不過，為避免其商標專用權遭到撤銷，商標專用權人可以利用商標法第六條有關使用之規定，於報章雜誌刊登廣告，即可被視為使用，而免除其商標專用權被撤銷之命運。

註31：根據出進口廠商登記管理辦法所取得之出進口廠商英文名稱與公司法或商業登記法等法律所賦予的名稱權有別，主要之原因在於該辦法僅係行政命令，因此，在解釋上，依該辦法所取得之出進口廠商英文名稱並非法律所賦予之權利，僅為法律所保護的法益，故於遭受侵害請求損害賠償時，似無法主張

權之行為（註32），除可直接適用特別法之規定請求救濟外，對特別法所未規定之事項，似仍可就他人之侵害行為，主張侵權行為，請求救濟（註33）。

民法第一百八十四條第一向前段之權利受侵害之規定，而依通說僅能就其法益所遭受之損害依第一百八十四條第二項請求。惟亦有學者認為將第二項之規定以獨立類型視之，仍有不妥之處，故建議刪除第一八四條第一項後段，而將第一項前段之權利採廣義解釋，使其包括利益在內，或可釐清概念之疑義，請參見邱聰智，民法債篇通則，七十九年修訂四版，頁一二六至一二七。

註32：根據民法第二十六條法人權利能力之規定，「法人於法令限制內，有享受權利、負擔義務之能力。但專屬於自然人之權利義務，不在此限。」根據學者之通說，凡是以自然人之天然性質（如性別、年齡、親屬關係）為前提之一切權利義務，如生命權、身體權、貞操權、親權、扶養請求權、扶養義務、慰撫金請求權等，法人均不得享有。但是非專屬於自然人之權利義務，除法令有限制外，法人皆有其權利能力。因此如名稱權、名譽權、社員權、受遺贈權等，法人亦得享有，因此在解釋上，若法人之名稱受侵害時，亦可主張其名稱權遭受侵害，而可依侵權行為之規定請求損害賠償。請參見洪遜欣，中國民法總則，著者自版，六十五年修訂再版，頁一五四。惟若特別法有規定時（如公司法第十八條，商業登記法第三十條，商標法第三十七條等），則應優先適用特別法，此時民法僅有補充之效力，請參見施啟揚，民法總則，七十六年四月，校訂四版，頁一〇三。

註33：民法一百八十四條規定，「因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任。故意以背於善良風俗之方法，加損害於他人者亦同。違反保護他人之法律者，推定為其有過失。」由於法人具有獨立的人格，可以享受包括名稱權在內之權利，故若他人因為故意或過失，侵害法人之名稱權，在解釋上亦構成侵權行為，受侵害之法人得依民法第十九條之規定，請求除去其侵害或回復原狀，惟不得請求慰撫金，請參見孫森焱，民法債篇總論，七十七年修訂八版，頁一六七。除此之外，刑法第十九章妨害農工商罪亦對侵害商

不過，與商業名稱專用權不同之處，在於商標法對於商標專用權人賦予類似所有權之物上請求權權利，因此商標專用權人對於侵害其商標專用權者，除得請求損害賠償（損害賠償請求權），並得請求排除其侵害（侵害排除請求權）；有侵害之虞者，得請求防止之（侵害防止請求權）（商標法第六十一條參照）。故除另有特別之規定外，於侵害商標專用權之場合，商標專用權人可優先適用特別法（商標法）之規定請求救濟（註34）。

此外，根據我國現行法之規範，各種商業名稱專用權與商標專用權之間，原則

號者，課以刑責（刑法第二百五十三條、第二百五十四條參照）。惟對於民法第十九條與第一八四條之關係，學者則有不同之見解。學者王澤鑑建議第十九條之規定應予以刪除，以免引起誤會，請參見王澤鑑，人格權之保護與非財產損害賠償，載於氏著民法學說與判例研究，頁四十六；相反的，學者孫森焱則認為，民法第十九條規定姓名權受侵害時，得請求損害賠償之要件，與民法第一八四條所定，並不相同，因此並無刪除之必要。請參見氏著，前揭書，頁一九二。

註34：商標法對於侵害商標專用權之行為，除於第六十二條以下，對行為人課以刑事責任外，並於第六十六條明確規定商標專用權人得就三種損害賠償之計算方法選取最為有利之損害賠償計算方式，而不拘限於民法第二百一十六條之計算方法。目前，為商標專用權人所最喜愛採用的計算方式。為就查獲侵害商標專用權商品單價五百倍至一千五百倍之金額（第六十六條第一項第三款）。不過，由於此方法可能造成賠償金額與侵害顯不相當的情形，故商標法於八十二年修正時，增訂第二項，規定賠償金額顯不相當者，法院得予酌減之，以為平衡。至於在刑事責任方面，商標法第六十二條以下，對商標專用權之侵害，課以最重三年以下有期徒刑。不過，最高法院於七十七年台上字第二三四四號判決中特別指出，商標法第六十二條為刑法第二百五十三條之特別規定，若意圖欺騙他人而偽造或仿造他人已註冊登記之商標圖樣，而未加使用，固不成立商標法第六十二條之罪，然究不能不論以刑法第二百五十三條偽造或仿造商標罪名。

上相互獨立，並不會彼此相互拘束。若要取得各別之專用權，就必須根據各該法規之規定，向主管機關申請登記或註冊。而於登記或註冊後，亦僅於各該法規效力範圍內取得其專用權。不過，在某些例外的情況下，為防止不公平競爭，或是為避免造成消費者混淆誤認，法律亦例外規定專用權人可以於其專用權範圍外主張其專用權（公平法第二十條參照）。但是，可以確定的是，有關名稱與商標之法律都並未對專用權效力是否及於網路的虛無世界(cyberspace)有所規範。

此外，由於中文名稱有限，難免會有相同或類似的名稱出現，故在某些情況下，商標專用權與商業名稱專用權之間，仍不免會發生相互影響的情形。尤其是在註冊他人名稱為自己商標的情況下，就使商標與商業名稱間產生另一種的競合關係。為平衡商業名稱專用權人與商標專用權人間之利益，商標法特別針對商業名稱與商標之可能競合關係，而有商標專用權效力的除外規範，例如限制將他人商業名稱登記為商標（商標法第三十七條第一項第十一款，施行細則第三十二條參照），以及普通使用（商標法第二十三條第一項）（註35）等規定即是。

值得注意的，就是公平交易委員會亦認為若以普通使用方法，使用依公司法登記之公司名稱，或使用依商業登記法登記之商號名稱，若無積極行為使人與相關大眾所共知之他人營業混淆者，並不違反公平交易法第二十條有關仿冒之規定（公平交易法第二十條處理原則第十四點及第十五點參照）。不過由於我國公司名稱以中文為準，而網址名稱則為英文，故在有關公司名稱及商號名稱與網址名稱的競合方面，較難就公司名稱主張普通使用，但是商標或標章准許使用外文，則似有適用之可能。不過，此等問題之癥結，仍然在於名稱專用權或商標專用權之效力範圍是否及於網路世界而定。

註35：對於普通使用之解釋，司法院二十五年院解字第1537號有極為詳細之說明。

根據該號解釋：（一）修正商標法第十四條所稱「普通使用方法」謂祇以一般常用之方法表示於商品中，如以某種文字表明其為何人製造，何地出產，以示與他人有別之類，此種表明，既非商標，故不受商標專用權之效力所拘束，若竟以他人已註冊之商標完全相同之文字用之商標中，自不能僅以普通使用之方法論。請參見司法院解釋彙編第3冊第1310頁。

參、網際網路所帶來的網址名稱權問題

一、網址名稱之意義

所謂的網址名稱(Domain Name)，就是網際網路上的一個類似門牌地址(address)的的識別碼(identifier)，由於所有與網際網路連線的電腦都有其特殊的識別碼，方可使透過網路傳遞的資訊根據該識別碼找到各種商業實體或個人在網際網路上所設立的站台，因此，這個識別碼就成為該電腦在網際網路上的電子地址。這個地址，可能是一台電腦，也可能是一個網路，在網路上稱之為網域(Domain)（註36）。

由於電腦間只能透過諸如TCP/IP之通訊協定聯絡位於某特定IP位址之電腦，因此網路位址之最初形態，以及目前網際網路上的其他功能，例如telnet, gopher, ftp等（註37），都有類似電話號碼之IP位址(IP address)，其為數字的組合（例如政大

註36：請參見 Kenneth Sutherlin Dueker 前揭文，at 492;另請參見 Saul, Ewing, Remick & Saul 律師事務所科技法部門於網路上所張貼的介紹資料，其網址位於 <http://www.saul.com/updates/tech-ud.html>。

註37：由於網際網路分散性架構之設計，任何人只要運用相同的通訊協定，就可以連上網路，而從美國國家科學基金會採用TCP/IP（Transmission Control Protocol/Internet Protocol）代替ARPANET通訊協定後，TCP/IP通訊協定就成為網際網路網網相連的基礎，而每一台與網際網路連線的電腦，根據網際網路通訊協定（Internet Protocol, IP）都會有一個IP網路位址(IP address)。IP的組成，是由一連串數字組成並以句點分隔，由左讀到右，分別表示網路、次網路以及電腦本身之代號。例如教育部資料庫查詢系統的IP address為14.0.111.2.22。就IP網路位址而言，也需要註冊，不過，目前主管全球註冊之單位InterNIC已將一區塊的IP位址委託給區域註冊單位（例如亞太地區之註冊單位APNIC等），區域註冊單位也將一區塊中之IP位址委託國家或地區註冊單位（如台灣地區之TWNIC），TWNIC則將註冊事宜分由TANET，

企管文獻摘要檢索系統為 140.119.1.1)。可是人類卻無法透過記憶單純數字所組成的 IP 位址而游走於網路之間。為使電腦與人類間之互動更為容易，網路管理機構乃建立了一種稱為網址名稱服務(Domain Name Service, DNS)之資料庫，將電腦所瞭解的 IP 位址與人類所瞭解的網址名稱加以連結，使網際網路使用人得以拋開煩瑣的 IP 位址，而可以運用較熟悉的名稱，在網路大海中方便的找到所欲的網址(註 38)。

另一方面，配合易於使用的全球資訊網(World Wide Web, WWW)興起，以及瀏覽器(如網景 Netscape Navigator 與微軟 Internet Explorer)之普及，易於記憶的網址名稱乃隨之而起。而隨著網路急遽的趨向商業化，為使網址名稱與企業的商業名稱或企業整體配合，許多企業乃紛紛以其公司名稱或商標作為網址名稱(例如 IBM 之網址名稱為 www.ibm.com，麥當勞則為 www.mcdonalds.com，微軟則為 www.microsoft.com)，有些公司更進一步將網址名稱再申請註冊為服務標章(註 39)。

原則上，網路上網址名稱之分配與 IP address 相同，均係由 InterNIC (網際網路資訊中心，Internet Network Information Center)統籌，並將各國或地區之網址

SeedNet 與 Hinet 分別負責。有關台灣地區 IP 位址之申請，請參見 TWNIC 之說明，其資料可從 <gopher://moesun4.edu.tw:70/00/registration/ip/proce-1> 取得。

註38：請參見 Kenneth Suherlin Dueker 前揭文，頁 493。

註39：有些動作快的廠商已經將其網址名稱登記為服務標章，例如蘋果電腦登記 apple.com，國際特赦組織登記 Amnesty.org；美國線上(AOL)登記 aol.com 等。請參見 <http://www.virtual.office.com> 之介紹。但是，根據國際商標協會(INTA)商標討論群(INTAnet-L)之介紹，美國專用商標局迄今僅核准註冊了八件網址名稱的服務標章，分別為 IST INTERACTIVE <[HTTP://www.lsti.com](http://www.lsti.com)>, BUILD.COM, DOT.COM, M.D.COM, MUSIC BOULEVARD WWW.MUSICBLVD.COM, SELF.COM, VF.COM。此外，尚有一千四百多件申請案因為美國專利商標局正評估其是否准許將網址名稱註冊，而雖已受理但卻暫時遭到凍結。

名稱的分配權下放與個別之網路資訊中心（NIC，例如台灣地區由TWNIC負責）。因此，申請人透過登記程序，取得與網際網路連線的網址名稱，方能使其網址為其他電腦所知悉，也方可使其網站正式運作（註40）。

惟一般人所通稱的網址名稱事實上是由從右到左的三類高階網域(Top Level Domains, TLDs)所組成（一般為http://www.xxxx.xxx.tw），而其次序則是從右到左，分別為國家高階網域（第一層高階網域）、國際共通高階網域與特殊高階網域（第二層高階網域）、與各廠商或個人所申請的網址名稱（第三層高階網域，註41）

註40：在網際網路發展之初，為管理網路，美國就創設了一個稱為IANA（The Address Number Authority）的組織，負責分配參與網路連線各網路或電腦主機之特殊網路位址。隨著網際網路規模的不斷擴大，美國國家科學基金會基於管理於技術等因素，乃於一九九三年一月創設了InterNIC組織，並與三家公司簽約，負責美國地區InterNIC之運作，其中由NSI（Network Solutions, Inc）負責根據IANA所訂定的政策提供網址名稱的登記註冊服務；由General Atomics公司監督網路之資訊服務；並由AT&T公司提供網路名簿指南服務。於一九九三年InterNIC正式開始運作，同年，由各大通訊與電腦公司所組成的非營利網際網路協會（The Internet Society, ISOC）亦成立，雖然InterNIC與ISOC並無直接關係，但是InterNIC在實際運作上，則尊重ISOC所作之政策決定。有關網際網路管理組織之介紹，請參見Jon Postel, Domain Name System Structure and Delegation, Request for Comments(RFC) 1591，其全文可以從ftp://rs.internic.net/rfc/rfc1591.txt取得。

註41：對於高階網域名稱(Top Level Domains, TLDs)之性質與分類，網際網路協會（Internet Society）所組成的網址名稱特別委員會（Ad Hoc Committee, IAH C）則將網址名稱分為國家高階網域、國際高階網域（又稱一般高階網域 generic TLDs, 簡稱為gTLDs如.com, .org, .net, .int）、以及亦屬第二層高階網域的美國特殊高階網域（如.edu, .mil, .gov）。其中.com（表示商業性質法人網站，有些國家如日本則用.co）;.net（表示網路服務提供者）;.edu（表示教育機構，亦有用.ac者）;.org（表示非營利組織）;.int（表示國際組織）；.

。例如台灣大學全球資訊網的網域名稱為<http://www.ntu.edu.tw>，其中 .tw 為第一層高階領域名稱，代表國家（美國通常不加國碼.us），.edu（表示教育機構）則為第二層高階網域，.ntu（台大）則是第三層高階網域，亦為本文所稱的網址名稱。若要進一步的細分機關或組織等不同部門所設立的電腦主機，尚可在第三層高階領域左方再加上其他區別的文字。例如一般美國大學的法學院，就是在各校的網址名稱左邊，再加上law的字樣，康乃爾大學法學院之網址名稱，就是<http://www.law.cornell.edu>，我國許多大學之網址名稱中，亦分別依據系統或單位別而有不同的名稱縮寫或不同之網路功能。例如政治大學之小地鼠（gopher）系統之網址名稱則為gopher.nccu.edu.tw，中山大學之遠端傳輸(FTP)網站之網址則為ftp.nsysu.edu.tw。

由於第一層與第二層網域名稱係固定的，並非一般使用人所能任意決定，故僅有第三層高階網域的網址名稱方能自行命名，因此現行爭議最多的，就是在於申請者必須在有限的第二層高階網域下，根據其性質選擇於一個第二層高階網域下登記。而一般營利性的商業網站僅能在.com的第二層高階網域內登記，因此，能否在.com網域下登記網址名稱，就攸關企業名稱權是否可延續到廣泛的網路世界之中。原則上，網址名稱可以最高由二十二個字元（包括字母、數字或破折號）所組成。為便於網路使用者使用、記憶或尋找，以公司名稱、產品名稱或有名之商標等名稱作為第三層高階領域名稱（網址名稱）乃蔚為風氣。

二、網址名稱專用權之取得

網址名稱的重要性，並不僅止於便利尋找網址，還在於其名稱會對網路使用者帶來一定的影響，例如透過網址名稱，可以使網路使用人得以推知該網址所可能提供的服務與資訊，或是服務或資訊的品質等。因此，好的網址名稱就不可避免的會引發各方的追逐，而如何取得企業所需要的網址名稱，就必須瞭解取得網址名稱的

gov（表是政府機關）。有關該委員會對高階網域之介紹，請參見<http://www.iahc.org/draft-iahc-gTLDspec-00.html>。值得注意之處，在於網址名稱制度正面臨巨幅的修正，請參見後述 I A H C 之修正建議說明。

遊戲規則。

網址名稱專用權（註42）之取得，與其他名稱專用權相同，係採先登記主義，也就是以申請人向各國網路負責單位（NIC）登記之先後作為是否取得之標準。

在我國，根據台灣網路資訊中心(TWNIC)所公布的申請程序資料，係由台灣網路資訊中心、教育部電算中心(TANet)、資策會(Seednet)及交通部數據所(HiNet)就其範圍各自受理。其中，TANet 負責各級學校及教育部所屬館所、省縣市圖書館、省教育廳、縣市教育局及社教館所(即.edu網域之登記)；SeedNet則負責商業界、財團法人等組織（包括.com;.net;.org等網域之登記）；HiNet負責自然人（個人）及非法人團體、商號（註43）。

而在美國，有關網址名稱之登記，則由NSI公司(Network Solutions, Inc.)在美國國家科學基金會(NSF)授權下負責美國地區五個一般性第二層高階網域下網址名稱的登記業務（註44）。不過，由於網址名稱之重要性日增，為避免業者利用先申請原則大量登記網址名稱待價而沽，InterNIC 乃於一九九四年九月限制一個組織只能申請一個網址名稱，並於一九九五年九月開始，對申請網址名稱之申請案件收取每件

註42：網址名稱由於並無法律授權，故嚴格而言，並非法律所保護之權利，充其量僅具有法益之性質，但於本文中為與其他專用權相比較，乃稱之為網址名稱專用權。

註43：申請人可依所屬性質向負責單位進行申請，可以用email,fax 或傳真、郵寄等方式申請。若一切資訊及說明齊備，受理申請單位將於七個工作天內以 email, fax, 郵寄等方式回覆申請人。若申請人申請之領域為其他單位管理之領域，則將申請表電子檔交由相關單位處理。有關申請台灣網址名稱之規定，請參見台灣網路資訊中心於Go pher://moesun4.edu.tw:70/00/registration/ip/ proc-1 所刊登之「申請IP Addr及 Domain Name 之程序」介紹。

註44：NSI 所負責登記的五個第二層高階網域（或一般高階網域）包括：.com,.org,.net, .edu,.gov。

一百美元之費用，於第三年開始，還必須每年繳交五十美元之維護費用（註45）。

不過，NSI對申請登記案件並不加以檢索，且登記程序亦不夠周延，亦引發許多的批評。為此，國際商標協會(International Trademark Association, INTA)所屬的網際網路委員會特別提出了一套新的網址名稱註冊建議，要求日後申請人必須於申請時告知其所申請的網址名稱係其公司名稱、商標、申請人或他人姓名、或是其他的類型，此等申請案件應於網路上公開九十日，以便利用公眾審查之方式減少日後網址名稱的爭議，待九十天公告期間屆滿，無人提出異議，該網址名稱方可正式生效運作。而且網址名稱之有效期間為一年，但得不斷延長，惟於延長時必須提出實際使用的證明（註46）。

肆、網址名稱與商業名稱、商標競合問題之解決

由於營利性質之網站只能在第二層高階網域之.com下登記，造成根據不同法律取得名稱權之商業組織，必須要與其他企業或個人於相同的.com網域之下爭取繼續使用其名稱或商標的權利。這種結果，使得原由數個公司或商號在現實世界分別取得的名稱，在虛無世界中僅能由一家公司所取得，也不可避免的會發生網址名稱的爭議。由於此等爭議影響廣泛，因此各國(包括世界智慧財產權組織)都在積極尋求解決之途徑。以下即分別介紹國際間與美國之解決方式，並就我國可能之解決方式，亦即利用公平交易法之規範加以探討。

註45：在我國，網址名稱之註冊原係免費取得，但經TWN I C服務小組決議，未來將比照外國採取收費模式，且將不在限制一家公司行號只能申請一個網址名稱請參見八十六年二月二十二日，工商時報，七版。至於有關美國NSI對網址名稱收費的規定，請參見<http://rs.internic.net/domain-info/fee-poli.htm>。

註46：有關國際商標協會所提出的網址名稱登記制度改革之建議全文，請參見<http://plaza.interport.net/inta/intaprop.htm>。

一、國際機構對網址名稱爭議之解決

由於網際網路跨越國界，各國均無法全面掌控，再加上各國網路管理機構對於網址名稱取得與爭端解決之規定亦有不同，因此惟有透過國際間共同之合作，方能有效的解決網址名稱所帶來的挑戰（註47）。為此，世界智慧財產權組織（W I P O）特別於一九九六年十月二日通過特別決議，要求W I P O國際局在專家協助下，應就全球資訊基礎建設（G I I）所引發的新興智慧財產權問題，特別是網際網路問題，進行專案研究（註48）。根據此項決議，W I P O國際局特別針對商標與網路之問題進行研究，並於一九九七年二月十二日至十四日於日內瓦舉行有關商標與網址名稱問題之會議（註49），以研究解決之道。

根據W I P O之觀察，商標與網址名稱有其本質上的差異，而目前網址名稱問題有二。第一個問題，在於網址名稱之取得與分配問題，也就是在於商標專用權人是否可根據其商標取得網址名稱。而此問題又可以細分為註冊他人商標為網址名稱以便取得金錢利益，以及在不同商品或服務使用相同文字商標之商標專用權人，可能因登記較晚而無法取得網路名稱等問題。因此解決之道在於增加第二層高階網域之供給，以便不同之商品或服務能分別登記於不同的第二層高階網域之下，而不至於像目前只能登記在.com的高階網域之下。

其次，W I P O指出，第二個問題則在於商標的執行問題之上，而網路上可能

註47：在法律方面，除W I P O外，以I A H C之相關建議影響最大。而在技術方面，為解決網址不足之問題，國際網路工作小組（I E T F）亦研擬新的第六代網址通訊協定（IPV6），將取代現行第四代I P版本（IPV4），此舉將使現行只有三十二位元長度之網址增加至一二八位元，並可使網址數目由目前的四十億網址增加至百萬兆個網址。

註48：WIPO document AB/XXIX/10, paragraph 109(b).

註49：該會議名稱為Meeting of Consultants on Trademarks and I nternet domain Names. 會議所準備之資料，可以從<http://www.wipo.org/eng/internet/domains/tdnmcil.htm>下載。

發生侵害商標的類型有二。一種是網址名稱由另一位商標專用權人所取得或使用。第二種類型，則是網址名稱由第三人捷足先登，搶先登記。不過增加第二層高階網域雖可解決第一個問題，但是卻引發商標專用權侵害認定的問題。為有效的解決此等相互依存的法律問題，W I P O 希望透過此專案研究能提出一套能為各方接受的建議。

而為解決此種爭議，網際網路的政策決定機構網際網路協會(Internet Society, ISOC)，一方面要求各區域網路管理機構訂定解決網址名稱爭議的規定，另一方面，則計劃修改現行的網際網路架構，在第二層高階網域中另外增加七個一般網域（包括.store, .firm, .web, .arts, .rec, .info, .nom），並取消申請.org與.net之資格限制，使得商業性質之法人或團體能不再限制僅能申請.com 的網址名稱，而可在總共十個一般高階網域(gTLDs) 下申請網址名稱（註 50）。

註50：此項建議，是由網際網路協會(ISOC)、網際網路指定數字機構(Internet Assigned Numbers Authority, IANA)、世界智慧財產權組織(WIPO)、國際商標協會(INTA)等國際性組織所共同組織之國際特別委員會(International Ad Hoc Committee, IAHC, 網址位於www.iahc.org)所草擬，並於一九九七年一月三十一日IAHC正式公布其改革之構想。其最終報告全文Final Report of the International Ad Hoc committee: Recommendations for Administration and Management of gTLDs(以下簡稱為最終報告)，全文可從<http://www.iahc.org/draft-iahc-recommend-00.htm>下載。IAHC 所建議增加的七個第二層網址名稱分別為.irm(供商業組織如公司申請)，.store(由提供商品銷售之商店申請)，.web(供從事全球資訊網WWW相關活動之事業申請)，.arts(供著重於文化藝術事業申請)，.rec(供從事休閒娛樂事業申請)，.info(供提供資訊服務事業申請)，.nom(供個人申請)。是故根據IAHC之建議，由於取消.net與.org之資格限制，未來可供業者選擇的一般高階網域(gTLDs)將有十種(包括原有之.com, .net, .org)之多。不過目前對該最終報告亦已出現批評，請參見Jim Jordan, Summary and comments Regarding the IAHC Domain Name Recommendations, <http://www.cyberlaw.com/jrdn.html>.

為了調和網址名稱與商標競合的棘手問題，I A H C 最終報告則建議國際電信聯盟（I T U）增設一個命名為「tm.int」之「國際商標網址名稱空間」（international trademark domain name space），並建議 I T U 將管理該空間之權力授權給適當的國際商標管理組織（例如 W I P O）管理。I A H C 並進一步建議，在此商標空間中架設一個易於使用的商標登錄簿（user-friendly directory），由商標專用權人在此登記其商標（包括文字及圖形），並建立連結鍵，使網路使用人能由該商標登錄簿中直接連上相關的網址。對於各國國內商標與網址名稱的競合問題，I A H C 則建議增設一個「國家商標網址名稱空間」（national trademark domain name space），例如 tm.us, tm.jp 等（註51），並建立本國商標登錄簿以及相關的連結鍵功能。

而為加強網址名稱之管理與分配，I A H C 建議由各個網路管理單位簽訂諒解備忘錄（M o U）後，成立一個登記機構大會（Council of Registrars, CORE），而在 CORE 之下，建立位於全球各地且相互競爭的網址名稱登記機構。其次，為分配共通的第二層高階網域，將由與網際網路有關的國際組織，如 I S O C、I A N A、W I P O、C O R E 等組成政策監督委員會（gTLD DNS Policy Oversight Committee, POC），以監督網址名稱制度之運作（註52）。而在實際運作上，根據 I A H C，將成立十個登記組織（Registry）分別負責並執行一切與該一般高階網域有關的服務，例如登記、移轉、與維持等。此外，在一九九七年五月，I S O C 將在全球選出二十八個登記機構（registrars）（全球共分為七個區域，每區域選四個登記機構），負責第二層高階網域內一般高階網域之相關登記作業。

此外，為解決網址名稱與其他智慧財產權之爭議問題，I A H C 則認為應透過國際性的爭端解決機制，方能有效解決此等問題。為此，特別建議成立網址名稱行政爭議小組（Administrative Domain Name Challenge Panels, ACPs）負責處有網址名稱之爭議，並由 W I P O 仲裁暨調處中心（Arbitration and Mediation Center）負責行

註51：目前法國已經首先創設了法國商標網址名稱空間，稱之為tm.fr。

註52：請參見前揭 I A H C 最終報告，頁三。

政監督。為此，IAHC已草擬完成ACPs處理爭議之準則以為依據（註53）。

一旦ISOC此項計劃付諸實施，網址名稱管理與取得將會有所改善，但是網址名稱的爭議亦將步入另一個新的領域，那就是在不同的第二層高階網域中，分別註冊於不同的一般網域下的網址名稱，例如apple.com與apple.firm、apple.info或apple.store是否構成相同或類似，是否可由不同之企業分別在不同網域取得相同網址名稱。而使問題更趨於複雜之處，則在於IAHC於其最終報告中特別指出，第二層高階網域足以侵害商標專用權，而商標專用權人根據各國商標法律，有合法的權益去防止其權益受到侵害（註54）。是故商標專用權人除可對.com的網址名稱主張專用權，亦可能會對其他在第二層高階網域下所登記的網址名稱做同樣的主張，故網址名稱與商業名稱及商標競合的問題，是否能有效的解決仍有待觀察（註55）。

註53：IAHC所草擬的ACPs準則草案(Proposed Guidelines Concerning Administrative Domain Name Challenge Panels)，目前亦置於網路上供各界提供意見，其網址位於<http://iahc.org/docs/acp-guide.html>。

註54：請參見IAHC報告第7.2.1。該段特別指出，SLDs are capable of infringing trademark rights. 而且 trademark owners have a legitimate interest, under national trademark law, in policing against infringement.

註55：對於此種問題，請參見A. M. Rutkowski, Internet Domain Names and Other Identifiers: A Roadmap Among Issues and Initiatives, <http://www.wia.org/pub/identifiers/issues.roadmap.html>。此外，對於商標專用權人不斷擴大其商標專用權範圍至網址名稱的問題，亦有專家認為商標專用權人有濫用商標權之嫌，請參見Stephen J. Davidson & Nicole A. Engisch, Applying the Trademark Misuse Doctrine to Domain Name Dispute, 其全文位於http://cla.org/TM_MIS/T-MISUSE.htm。至於前述之ACPs之行政解決方式，IAHC特別指出，並不排除各國法院依據其國內法所為之決定，因此如何調和此二種不同程序所可能產生之歧異，也是未來的挑戰。

二、美國對網址名稱爭議之救濟

(一)網路登記機構之名稱爭端解決政策

由於美國廠商已經認識到網路交易之無國界、無時差、低成本的優點，並認為利用網路的電子商務(ECommerce)將會成為二十一世紀商業交易之重要管道，因此在近一兩年積極投入網路商業，也因而引發網址名稱相關爭議。由於網址名稱在美國平均以每月六萬件的數字增加，使得相關爭議亦水漲船高，因此許多國家或地區之網路管理機構，都已經就網路名稱爭議問題加以規範（註56）。相對的，由於我國網路商業化的程度尚不及國外，因此有關網址名稱與商業名稱及商標競合的問題，也不如國外嚴重，迄今僅發生一件網址名稱爭議案件。是故，台灣網路資訊中心(TWNIC)並未發布有關網址名稱爭議之解決規範。但為未雨綢繆，已草擬「網址申請約定書」以為規範（註57）。

而在網址名稱爭議最多的美國，美國網路管理機構 InterNIC 與登記機關 NSI 即因為網址名稱與其他商業名稱（尤其是商標）的爭議問題，而不斷修改其爭端解決之規定。根據其最新的網址名稱爭議政策（註58），NSI 特別指出，其並不就

註56：全球網路管理機構所訂定的網址名稱爭議解決之介紹，可以參見 Geoffrey Gussis 於網路上所設立的全球高階網域稱端解決政策（Global Top-Level domain Dispute Resolution Policies）網站，其網址位於 <http://www.digidem.com/legal/domain.html>。

註57：為防止可能發生的侵權問題，資策會已經草擬「網址申請約定書」，除強調網址名稱先申請先使用之原則外，並規定申請者必須擔保未侵害第三者之權利；如果發生侵害第三者情事，必須自動放棄。此項約定書，預訂於八十六年三月經 TWNIC 通過後公告實施，屆時國內三千多個網站都要重新辦理登記。請參見聯合晚報，八十六年二月十七日，第三版。

註58：此項修正之網址名稱爭議政策（Domain Name Dispute Policy）係於一九九六年九月九日正式生效。讀者可以至 <http://rs.internic.net/domain-info/internic-domain-6.html> 參閱。

網址名稱登記之合法性做決定，也並非係網址名稱爭議之仲裁者。商標專用權人若欲依據其爭端解決政策對網址名稱提出爭議，必須以書面通知網址名稱登記人，並明確表示其所登記之網址名稱違反了其依據美國聯邦商標法註冊所合法享有的權利，並以副本通知NSI(Sec. 5b)。

一旦第三人對網址名稱提出質疑，根據第六點規定，NSI將就網址名稱生效日與商標註冊日相互比較，若網址名稱登記人登記日在商標註冊日之前，或其可提出其所登記之商標註冊證等證據，NSI將准許網址名稱登記人繼續使用該網址名稱。若網址名稱登記日期係在第三人商標註冊日之後，NSI將要求登記人提出有效的商標或服務標章註冊證，以資證明其對該網址名稱之權利。若登記人無法於接獲NSI通知後三十日提供相關註冊資料，NSI將會協助登記人在九十日內另行取得另一個網址名稱。在此九十日內，登記人之新舊網址名稱都仍可繼續運作，於九十日期間屆滿後，NSI即會將此有爭議的網址名稱「凍結」(hold)，直至該爭議獲得解決為止，在此凍結期間內，任何人都無法使用該網址名稱。待法院正式判決後，方依法院判決決定該網址名稱之歸屬（註59）。

註59：美國NSI新公布實施的網址名稱爭端政策雖然修改了其原有的一些問題，但是卻帶來的新的問題，也因此遭到極多的批評，例如國際商標協會（INTA）所提出的網址名稱登記政策草案中就明白的指出，NSI的爭端解決政策已經明顯的失敗，網址名稱的爭議應由法院解決，NSI不應參與網址名稱爭端的解決。請參見前揭INTA網站之草案全文。其他對NSI爭端政策之批判，請參見Maria Eliseeva, Domain Name Dispute Policy of September '96: Is NSI Off the Hook? <http://www.collegehill.com:80/ilp-news/eliseeva.html>; Robert M. Cannon, NSI Implements New Internet Domain Name Policy, <http://www.fcba.org/news/page42.htm>; Mark Voorhees, Internet Name Policy Draws Suit It was Intended to Avoid, Information Law Alert, March 29, 1996; Carl Oppedahl, Analysis and Suggestions Regarding NSI Domain Name Trademark Dispute Policy, conference paper presented at Harvard's Kennedy School of Government, <http://ksgwww.harvard.edu/iip/>。

不過，此種對網址名稱爭議的解決方式，卻明顯的表示商標專用權之效力優先於其他商業名稱專用權，例如廠商依各州州法規定，向各州所登記的公司或商號名稱。但是此種以商標專用權優先，並將商標專用權之效力擴張至網際網路上的作法，卻顯然的與商標法的立法意旨與規範不符，也造成不少的後遺症（註60）。更有學者認為，此種爭端解決政策，將會造成反效果，例如由於該政策給與商標較優的效力，故申請網址名稱者均可能被迫於申請網址名稱前，先在任何一個國家申請一個商標以為防禦。其次，只要涉及網址名稱爭議者，都將會立刻尋求司法救濟，以防止其網路斷線或失去其網址名稱，反而將造成更多訴訟問題（註61）。

(二)美國司法機關解決網址名稱爭議之趨勢

由於 NSI 的爭端解決政策並無法有效解決爭議，故許多網址名稱爭議案件就直接尋求司法救濟。不過，對於此種新興的爭議類型，美國法院的見解仍然並不一致

註60：NSI 網址名稱以商標優先之後遺症，可以用 Roadrunner 一案為例。於該案中，Road runner Computer Systems (RCS) 於一九九四年向 NSI 登記了 roadrunner.com 的網址名稱，到一九九五年年底，華納電影公司向 NSI 表示，該公司在玩具類商品取得了「ROAD RUNNER」的商標，因此，應由其取得 roadrunner.com 之網址名稱專用權。根據 NSI 的爭端解決規定，若網址名稱登記者可以提出其對該網址名稱之商標專用權證明，就可以對抗他人商標專用權之主張，於是 RCS 公司就發了一封傳真到突尼西亞申請註冊 Roadrunner 之商標，並於第二天取得了突尼西亞的商標，結果 NSI 不承認 RCS 公司具有有效的外國商標註冊，仍將 roadrunner.com 的網址予以凍結，因此 RCS 公司乃控告 NSI 並主張該網址名稱仍應由其所取得。Roadrunner Computer Systems, Inc. v. Network Solutions, Inc., (civil Action No. 96-413-A, E. D. Va., filed March 26, 1996)。

註61：請參見 Carl Oppedahl, Flawed Domain Name Policy Information Page, <http://www.patents.com/nsi.sht>。於本站中，有連接目前正在進行中的許多網址名稱訴訟案件。

，就連是否有管轄權仍無法取得一致的見解（註62）。除對故意搶先登記他人公司名稱或商標等情形，法院通常判決搶註之人敗訴外（註63），法院最近紛紛援引不公平競爭觀念而來的聯邦商標淡化法案之規定，以決定網址名稱之歸屬。

所謂的商標淡化法案，是美國為配合「與貿易有關的智慧財產權協定」(TRIPS)保護未註冊著名商標之要求所制定之法律（註64）。惟事實上反淡化原則乃係美

註62：在網址名稱的爭議案件中，首先困擾法院的問題，就是法院有無管轄權審理此等爭議案件，有些法院認為其並無管轄權，例如在 *Bensusan Restaurant Corp. v. King*, 93 7 F. Supp. 295 (SDNY, 1996) 一案中，原告於紐約開設一家名為 *Blue Note* 的爵士俱樂部，被告於密蘇里州開設同樣名為 *Blue Note* 的俱樂部，並登記使用同名的網址販售該俱樂部的入場券，原告乃控告被告侵害其商號名稱與商標，結果美國紐約南區聯邦地院卻認為依據正當程序條款（*Due Process*），該院對被告並無管轄權，而駁回原告之訴。但是，卻有越來越多的法院認為其對網址名稱之爭議有管轄權。例如在 *Inset Systems Inc. v. Instruction Set Inc.*, 937 F. Supp. 161 (D. Conn. 1996)，康州的原告註冊了 *INSET* 的商標，可是位於麻州的被告卻取得了 *INSET.COM* 的網址名稱，康州法院就認為被告使用該網址名稱等於不斷在網際網路上廣告，而康州居民可以隨時接觸，故法院有管轄權。

註63：此種搶註的案件，可以用一位名為 *Toeppen* 的人士為代表，他利用他人的商標或公司名稱，搶先註冊了超過一百個網址名稱，再以高價將網址名稱賣回，法院就基於被告的惡性，紛紛主張對被告有管轄權，並判決被告所搶註的網址名稱應歸原告取得。*Pana vision v. Toeppen*, 938 F. Supp. 616 (C.D. Cal. 1996)（被告註冊原告之公司名稱 *Panavision* 以及商標 *Panaflex*，再以一萬三千美元一件表示願意賣回此等名稱與原告）；*Intermatic Inc. v. Toeppen*, 1996 WL 622237 (N.D. Ill. Oct. 3, 1996)（被告以原告公司名稱登記 *Intermatic.com* 再要求原告買回）。

註64：聯邦商標淡化法案（*Federal Trademark Dilution Act of 1995*, P. L. 104-98, 1996），係於一九九六年一月四日通過，立法之主要目的，在於配合 *TRIPs*

國各州普通法(Common Law)中有關不公平競爭的基本原則之一，也就是說，任何人若未經許可，不得使用他人著名名稱(well-known names)於任何商品或服務之上，以保護因高品質或因消費者認同而取得一定知名度的標章不至於為他人所濫用。申言之，其使用之商品或服務，縱然與著名名稱非屬同一或相同之商品類別，若未經所有人之同意或授權，即在禁止之列。其目的，則在於保護著名之名稱，以避免其著名性被淡化（註65）。

例如美國各州的一般商業法(general business law)中就常常有類似下列之規定，

第十六條有關保護未註冊外國著名商標之規定，並修改美國商標法（Lanham Act）第四十三條（15 U.S.C. 1125）。故該法之適用範圍不限於已註冊之外國或本國商標，而包括未經註冊的外國著名商標，蓋若將該法之適用範圍限於已註冊之商標，美國國會擔心將會妨礙美國再與其貿易夥伴談判時所持的一貫立場，那就是各國應對著名商標加以保護，不論該商標是否在尋求保護的國家獲准註冊。請參見美國國會紀錄（Congressional Records, H14318, S18557, Dec. 13, 1995）。

註65：請參見曾華松，商標行政救濟訴訟之研究，司法院，七十四年，頁二七二以下。美國第九巡迴上訴法院在日本廠商TOHO控告美國著名連鎖店SEARS, ROEBUCK & CO.一案中，曾對反淡化原則有極為深刻的描述。在該案（Toho Co. Ltd., v. Sears, Roebuck & Co., 645 F. 2d 788 (1981)中，SEARS公司在其連鎖店中販賣一種名為“Bagzilla”之垃圾帶。日本電影公司TOHO認為SEARS乃影射其電影怪物Godzilla（摩斯拉），乃向法院提出侵害商標以及不公平競爭之指控。第九巡迴上訴法院在判決SEARS之行為並未構成淡化之行為時特別指出，淡化原則（the doctrine of dilution）乃係指「縱使在無混淆誤認的情況下，如果被告使用該商標會沾汙、貶低、或淡化原告具有特別顯著性之強勢、眾所周知之名稱時，法院亦可以予以救濟」。而其重點在於此種使用是否減損該名稱作為表徵之固有價值，而不在於消費者是否對商品來源有所混淆誤認。不過，該院指出在適用此原則時，必須十分謹慎以免此原則反而吞噬了整個不公平競爭法之規定。

亦即「凡有對商譽造成傷害之虞、或有淡化依本章註冊且具有顯著品質之標章、或在普通法上有效之標章或商業名稱之虞者，雖無彼此競爭之關係，亦無構成商品或服務來源混淆之情事，仍構成法院准頒發禁止命令之理由。」（註66）雖然有此種規定，但是實際上發生的案件並不多見。而在其中最著名的案例，就是美國著名的蒂芬尼珠寶公司(Tiffany & Co.)請求法院禁止他人使用其商業名稱的案例（註67）。

在蒂芬尼一案中，被告在波士頓開設一家速食餐廳(eatery)，卻未經授權即使用蒂芬尼(Tiffany)之名稱作為餐廳之名稱。由於被告之餐廳所提供者，均為便宜的餐飲，而蒂芬尼所販售之商品則均為品質與價格高昂的珠寶、銀器與餐具，二者差距頗大。而被告使用蒂芬尼之名稱，使客戶誤認為與原告有所關連，因此蒂芬尼珠寶公司乃在麻州根據麻州防止商標淡化原則提出控告，請求法院禁止該速食餐廳使用Tiffany名稱，並獲得勝訴，使得反淡化原則因此獲得確立，並影響到日後其他相關的案件。

雖然在蒂芬尼一案中，審理之法院並無提出具體之判斷標準，但是在其後的案件中，聯邦上訴法院卻歸納相關之案件，而提出適用的標準。例如，第一巡迴上訴法院在一九八一年的Pignons, S.A. de Mecanique de Precision v. Polaroid Corp.一案中，就提出了適用反淡化原則規定的兩個標準（註68）。第一，原告必須證明其標

註66：例如加州 Cal. Bus. & Prof. Code Sec. 14330 (West Supp. 1980) 就規定，「Likelihood of injury to business reputation or of dilution of the distinctive quality of a mark registered under this chapter, or a mark valid at common law, or a trade name valid at common law, shall be a ground for injunctive relief notwithstanding the absence of competition between the parties or the absence of confusion as to the source of goods or services.」同樣的，紐約州、麻州、緬因州等等，都有相同或類似之規定。

註67：Tiffany & Co. v. Boston Club, Inc. 231 F.Supp. 836 (D. MA. 1964)。

註68：657 F. 2d 482 (1st Cir. 1981). 於本案中，瑞士的照相機廠商Pignons在美國控告美國拍立得(Polaroid)公司使用Alpha商標與其已註冊之商標Alpa構

章已經具有顯著性(distinctive)；第二，被告使用類似標章已造成有淡化之虞。

不過由於此原則僅屬判例，並非聯邦法律，而且不公平競爭在美國係由各州州法權限，故在適用反淡化原則時，即因各州法院見解不一而有歧異。但是此等歧異已經隨著聯邦商標淡化法案之通過，而獲得改善。雖然該法案僅有五條條文，但是其對於澄清有關著名商標的保護問題，則有下列突破性的意義。第一，該法案明確的規定了著名商標的八項認定標準（註 69）；第二，該法案規定了著名商標專用權人（不論是否有在美國註冊）所可採取的救濟途徑；第三，該法案明文規定了著名商標的合理使用情況，亦即非著名商標專用權人仍可使用該著名商標而無侵害著名商標之虞。

雖然就構成要件而言，該法案之適用有其嚴格的限制。不過，在有關網址名稱的爭議案件中，美國法院卻有擴大該法案之適用範圍至網址名稱之爭議，使得聯邦商標淡化法案成為當前解決網址名稱爭議最重要的法律依據。法院之所以如此，乃係根據該法案主要立法者Leahy 參議員在國會發言表示，該法案將有助於排除他人在網際網路上使用欺瞞的網址，並可防止他人利用別人得來不易之商譽與產品獲益

成近似，而有混淆與淡化其商標之虞。不過法院判決Pignons 之商標並非具有特別顯著性，且二者區別明顯，故無淡化之情事。

註69：淡化法案第三條第 a 項特別規定修正美國一九四六年商標法（Lanham Act）第四十三條（15 U.S.C. 1125），並在該條中增加第 c 項。於第 c 項第一款中，即規定判別著名與否的八款認定原則：（1）標章所具有或嗣後取得之特別顯著性之程度；（2）該標章所使用之期間與範圍，以及該標章所使用之商品或服務；（3）該標章廣告與宣傳之期間與範圍；（4）該標章在交易中使用的地理區域範圍；（5）該標章使用於商品或服務時之交易管道；（6）該標章於交易區域、交易管道內之知名度以及被告對該標章之了解程度；（7）第三人使用相同或近似標章之性質與程度；（8）該標章有無根據一九八一年三月三日法案、一九〇五年二月二十日法案註冊、或有無在主要登記簿註冊。

(註70)。根據此項立法背景，已有多個法院根據此法案判決有爭議的網址名稱應由著名名稱所有人或商標專用權人取得(註71)。

(三)商標專用權可否拘束網址名稱之商權

從美國網路相關機構與法院的處理原則觀察，似有將商標專用權之範圍擴大至網際網路之勢，不過，另一方面，亦有利用不公平競爭法以解決網址名稱爭議的跡象。惟就實際而言，商標專用權是否能優先於其他名稱專用權，而使取得商標專用權者亦能排除他人，以取得網址名稱，似仍有待商榷。

從商標法學理之觀點觀察，由於網址名稱只是網際網路上的一個電子地址，故其功能僅在於提供如何去接觸架設網站者之資訊，而非表彰商品或服務，因此網址名稱並非可受商標法保護之商標(註72)，美國專利商標局亦於其政策說明中明確的指出，雖然該局已經准許一些網址名稱註冊，例如build.com，但是只有build可

註70：請參見參議員Leahy於國會之發言，他表示，「that this anti-dilution statute can help stem the use of deceptive Internet addresses taken by those who are choosing marks that are associates with the products and reputations of others。」載於美國國會紀錄Cong. Rec. S19312。

註71：請參見Steven H. Bazerman & Jason M. Drangel, Domain Name Disputes: Trademark Dilution to the Rescue, the New York Law Journal, December 9, 1996; Robert C. Scheinfeld & Parker H. Bagley, Long-Arm Jurisdiction: "Cybersquattin g," the New York Law Journal, November 27, 1996。

註72：美國專利商標局對於網址名稱之政策說明 Registration of Domain Names in the Trademark Office，請參見Jeff Wilson, Forcing A Square Peg - Why Federal Trademark Law Does Not Protect Internet Domain Name, 該文章位於<http://www.libraries.wayne.edu/~jlitman/pwilson.html>。不過，美國專利商標局嗣後以該局正重新評估此問題為由，將網址名稱註冊之政策說明由該局之網址中刪除。有關該局現行處理立場之介紹，則可參見Jessie N. Marshall, Domain Names and Trademarks: A t the Intersection, http://www.isoc.org/isoc/whatis/conferences/inet/96/proceedings/f4/f4_3.htm。

受到商標法的保護，但.com 則不受保護（註73）。再加上現在使用網際網路者，往往會利用例如雅虎(yahoo!)等網路上的搜尋引擎(Search Engines)尋找網站，若網址名稱為商標，則此等利用即有侵害他人商標之可能，如此一來，網路的利用與發展將會受到限制。

此外，網址名稱之使用並不會當然構成商標專用權之侵害。因為根據一般商標法的原則，必須他人使用與商標相同或類似之文字，而造成消費者對於商品或服務來源與提供者之混淆誤認，方始構成侵害。但是，從網址名稱的實際運作功能而言，網址名稱並不一定會造成消費者之混淆誤認。一般而言，是否有混淆誤認，必須以消費者為準，而運用網路之消費者通常對於商品或服務的提供者都有相當的了解，故不會因為網址名稱相同或近似，就會被誤導。而且，縱使網路使用人因不知而錯誤進入該網站，但是一旦發現該網站並非其所欲尋找的網站，就會立刻退出，因此，網站之使用並不會造成消費者的混淆誤認，自然也無侵害商標專用權可言（註74）。

對於商標專用權人積極的以商標專用權排除他人依其他名稱權登記網址名稱之發展，一些學者亦有不同見解，認為商標專用權人此種做法等於是搶劫網址名稱，而完全不論其他登記者所從事的行業是否相同，也不管有沒有混淆誤認的可能（註75）。另外，亦有學者從傳統商標法觀察，認為商標法似無法有效解決網址名稱的基本癥結，也就是商標專用權人是否可以宣稱他人之網址名稱違反其商標專用權，而挑戰他人合法取得的網址名稱？因為網址名稱專用權人若無不公平競爭之情事，應有權保有所選擇的網址名稱（註76）。若依現行 NSI 之網址名稱爭端解決政策

註73：請參見前揭美國專利商標局對網址名稱之政策說明。

註74：前揭 Jeff Wilson 文，at 4。

註75：Andrew R. Basile, Jr., Rights to Domain Names, in *Online Law* 235, 235-36 (1996)。

註76：Stephen J. Davidson & Nicole A. Engisch, Applying Trademark Misuse doctrine to Domain Name Disputes, *The Computer Lawyer*, December 1996, 可從 http://cila.org/TM_MIS/T-MISUSE.htm 取得全文。

，一旦商標專用權人運用其商標專用權挑戰他人登記之網址名稱，網址名稱登記人似無法有效加以對抗。因此，亦有學者建議可以利用不公平競爭中的商標濫用(trademark misuse doctrine)原則到網址名稱的爭議，以平衡當事人間的權益，並防止商標專用權人在並無侵害其商標專用權之情形下，任意阻礙他人取得網址名稱（註77）。

三、我國對網址名稱爭議之可能救濟方法

雖然網址名稱在美國引發商業名稱與商標之諸多爭議，但是由於網際網路係過去法律所未能預見的新媒體，因此，現行名稱專用權之效力是否能擴大至網址名稱，現行法律能否規範網址名稱等問題，乃由然而生。不過，由於相關案件不斷增加，網路管理機構已決定改採類似仲裁之 A C P s 方式來處理此等爭議，美國法院也逐步將源於不公平競爭之聯邦商標淡化法案適用到網址名稱之爭議案件上。

相對的，雖然我國目前並無網址名稱與商業名稱或商標之爭議，但是由於國內應用網際網路的快速發展，以及國內網路商業化與電子商務的持續增長（註78），網址名稱與現行商業名稱及商標之爭議勢必無法避免。雖然目前國際間似有以商標法解決網址名稱爭議之趨勢，但是仍未有定論，而且我國法制亦與國外有別，再加上網路使用程度與使用文字亦有差異，因此是否宜遵循國外趨勢，以商標法規定解決網址名稱之爭議，則有待商榷。

不過，由於網址名稱與公司名稱或商號名稱不同，亦與出進口廠商所登記之出進口廠商名稱有別，再加上網址名稱與公司或商號相互獨立，公司法等法規是否可

註77：同前註， at 2。

註78：國內業者亦已掀起一股網路熱，許多民間業者已經在網路上建立起專屬的網站，其中又以房屋仲介公司、金融機構、資訊業者及傳播業者最為積極。而為配合電子商務的發展，資策會在經濟部委託下，正進行數位簽名(digital signature)立法之推動，金資中心則爭取成為電子商務數位簽名的認證中心。請參見資訊傳真，八十五年十二月號。若交易安全問題解決，網路銀行也將在國內出現，八十六年二月二十六日，工商時報，四版。

對網址名稱加以規範亦有疑義，因此對於與公司名稱、商號名稱或出進口廠商名稱相同或類似之網址名稱，商業名稱專用權人似無法依據公司法等法規對其主張專用權，而排除他人於網路上登記並使用與商業名稱相同或類似之網址名稱。更何況我國公司名稱與商號名稱原則上為中文，而網址名稱則為英文，更無法以中文公司名稱、商號名稱拘束英文網址名稱。

另一方面，由於網址名稱亦與商標及服務標章有別，亦不一定與表彰商品或服務有關，且網址名稱之使用，從文義解釋之觀點而言，亦不符合商標法第六條使用商標之要件（註79），故網址名稱之使用並不會當然構成對商標專用權之侵害，商標專用權人似無法能對網址名稱主張侵害商標專用權，或排除與其商標或服務標章相同或近似之網址名稱。

雖然公司法、商業登記法、出進口廠商登記辦法與商標法，並無法對於未經同意或授權，而襲用他人公司名稱、商號名稱、出進口廠商名稱或商標登記網址名稱之情事，予以有效的防止，但是此種情事卻可能構成一般所稱之不公平競爭，因此，亦產生一個關鍵的問題，那就是公平法是否可以規範網際網路所生之不公平競爭問題。而此問題之核心，則在於利用網際網路所從事之行為，是否有違反公平交易法規範之情事，以及公平法是否可以加以管轄（註80）。

註79：商標法第六條有關商標使用之重點，在於將商標用於商品或與商品相關的物件上，而持有、陳列或散布。網址名稱並非商品，亦非第六條第一項所稱之類似物件，故應無法構成使用與註冊商標相同或類似的名稱，而當然違反商標法第六條第一項之規定，而且縱使名稱相同，網址名稱登記人是否可主張商標法第二十三條，以及公平法第二十條之普通使用亦有待討論。其次，網址名稱之使用是否會構成商標法第六條第二項之「視為使用」，則在於法院是否認定網際網路是否與電視、廣播、新聞紙相當。

註80：網際網路並無國界，因此若要對Internet上之行為加以規範，就會涉及域外效力的問題。原則上，美國司法部所訂頒的相關反托拉斯準則，例如智慧財產權授權反托拉斯法準則（Antitrust Guidelines for the Licensing of Intellectual Property）就有域外的效力，美國法院亦傾向承認其反托拉斯法

惟就登記他人商業名稱或商標作為網址名稱，或是所登記的網址名稱與他人商業名稱或商標構成相同或類似時，是否違反公平法之問題而言，就公平法之立法精神與規範而言，公平法似可加以規範。這是因為根據公平交易法第二十條明文規定，事業就其營業所提供之商品或服務，不得有左列仿冒行為（註81）

之規定有域外效力，但是我國公平會則較保守。不過在近來的一件處分案件中，公平會已有將公平法之適用擴大至我國領域外之案例，但是可否將公平法適用到網路上之法律行為則仍有待討論。例如，公平會於（85）公處字第〇四七號即對未在我國設立支店、代理店或販賣店，亦未在我國取得專利權之日本新家工業株式會社加以處分。其原因在於該日本公司發函警告四十二家國內自行車輪圈製造及自行車組裝廠商，指出該公司於日本獲得自行車輪圈之插銷式專利，故任何使用插銷式之輪圈均不得輸入日本，亦不得銷售予日本製造商或批發商。公平會認為，該公司向國內廠商寄發專利警告信函之行為，具有不當阻礙我國自行車相關業者在日本、甚至在國際市場公平競爭之作用，屬不公平競爭手段，違反我國公平交易法。對於公平法之域外效力問題及該號解釋效力，有學者提出質疑，參見廖義男，專利權人發函警告其競爭對手及競爭者之交易相對人應注意及尊重其專利權——兼評行政院公平交易委員會（85）公處第〇四七號處分，月旦法學雜誌，八十五年六月號第十四期，頁一〇四以下；亦有學者提出肯定，參見黃銘傑，再評公平交易委員會（85）公處〇四七號處分——外國專利權人向其國內事業及其交易相對人寄發敬告信函違反公平交易法第二十四條之禁制規定，月旦法學雜誌，八十六年一月號（第二十期），頁八十九以下。可是，由於名稱權與商標權根據屬地主義，僅於我國境內有其效力。因此，對於屬於.tw第一層高階網域以下的網址名稱問題而言，並無域外效力的問題。但是，對於網路上的其他行為，例如賭博、不實廣告等，為保護國內民眾之權益，似仍應認為公平法亦宜有域外效力，否則將無法有效執行公平法之各項規定。

註81：公平法第二十條第一項之規定，並非可一體適用，根據同條第二項，第一項之仿冒規定於下列各款行為即無法適用：

- 一、以相關大眾所共知之他人姓名、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（防止商品的仿冒）。
- 二、以相關大眾所共知之他人姓名、商號或公司名稱、標章或其他表示他人營業、服務之表徵，為相同或類似之使用，致與他人營業或服務之設施或活動混淆者（防止服務的仿冒）。

由於網址名稱之主要目的，在於指引網路使用者，並告知其所提供資訊之性質或內容，因此在性質上雖然與一般商品有別，但是卻涉及服務之提供，尤其在許多商業性質的網站，例如一般的購物網站，更是如此。因此，公平法明文規定禁止他人以相關大眾所共知之他人姓名、商號或公司名稱、標章或其他表示他人商品、營業、或服務之表徵，為相同或類似之使用，再加上公平法並未限定其所使用之方式，故只要導致與他人之商品、或服務營業之設施或活動有所混淆，就可依公平法加以規範，因此，網址名稱之使用若有符合上述規定之情事之一，而有不公平競爭之可能，公平法當然可以適用（註 82）。

為釐清法規之不明，並有效處理公平交易法第二十條之仿冒案件，公平會特訂定「行政院公平交易委員會處理公平交易法第二十條原則」（以下簡稱為處理原則

- 一、以普通使用方法，使用商品本身習慣上所通用之名稱，或交易上同類商品慣用之表徵，或販賣、運送、輸出或輸入使用該名稱或表徵之商品者。
- 二、以普通使用方法，使用交易上同種營業或服務慣用名稱或其他表徵者。
- 三、善意使用自己姓名之行為，或販賣、運送、輸出或輸入使用該姓名之商品者。
- 四、對於前項第一款或第二款所列之表徵，在未為相關大眾所共知前，善意為相同或類似使用，或其表徵之使用係自該善意使用人連同其營業一併繼承而使用，或販賣、運送、輸出或輸入使用該表徵之商品者。

註82：除公平法第二十條之規範外，網址名稱之使用亦有可能違反公平法第二十一條之規範。根據公平法第二十一條，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

) (註83)。根據處理原則，公平法第二十條所稱的「表徵」，係指某項具識別力或次要意義之特徵，其得以表彰商品或服務來源，使相關大眾用以區別不同之商品或服務（第四點）（註84）。

若符合「表徵」定義，不但可以防止他人於商品方面仿冒，更可以避免他人從事服務方面之仿冒，其效力較第三款所稱之「外國著名商標」更為廣泛（註85）。是故，為使表徵之意義明確，處理原則特別於第八點明文規定，下列各款為本法第二十條所稱之表徵：（1）姓名；（2）商號或公司名稱；（3）商標；（4）標章；（5）經特殊設計，具識別力之商品容器、包裝、外觀；（6）原不具識別力之商品容器、包裝、外觀，因長時間繼續使用，取得次要意義者。由此等例示規定可知，我

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。事業對於載有前項虛偽不實或引人錯誤表示之商品，不得販賣、運送、輸出或輸入。前二項規定，於事業之服務準用之。

註83：「行政院公平交易委員會處理公平交易法第二十條原則」全文，請參見公平會編印之「公平交易法相關行為處理原則」，八十四年四月。

註84：處理原則第四點所稱之「識別力」，係指某項特徵特別顯著，使相關大眾見諸該特徵，即得認知其表彰該商品或服務為某訂定事業所產製或提供。而所稱之「次要意義」，指某項原本不具識別力之特徵，因長期繼續使用，使消費者認知並將之與商品或服務來源產生聯想，該特徵因而產生劇曲別商品或服務來源之另一意義。請參見同條第二項與第三項。

註85：根據公平法第二十條第一項第三款之規定，事業不得於同一商品或同類商品，使用相同或近似於未經註冊之外國著名商標，或販賣、運送、輸出、輸入使用該項商標之商品者。雖然依一般原則，著名商標應較第一款與第二款所稱之表徵更具有知名度，但是未註冊外國著名商標卻只能在商品方面獲得保護，而無法如同表徵一般，可以及於服務方面之保護。此種規定，明顯的違反TRIPs第十六條規定，在我國尋求加入世界貿易組織之際，主管機關尚未就此款規定之修改採取措施。

國現行法所稱之商業名稱或商標等，均屬於公平法第二十條所稱之表徵（註86），若他人未經表徵權利人之同意或授權，而將表徵作相同或類似之使用（註87），致與他人之商品、服務或營業之設施或活動混淆者，就會違反公平法第二十條之規範（註88）。

從公平法與其處理原則之規定觀之，雖然公司法、商標法等法規不一定能規範Internet上的網址名稱，但是若該等名稱或商標符合公平法所稱之表徵，且符合公平法第二十條之要件，也就是（1）為相關大眾所共知；（2）為相同或類似之使用；（3）與他人商品或服務混淆，商業名稱或商標專用權人就可以依據公平法第二十條加以主張，以排除他人使用相同的名稱，當然也可包括使用於網際網路上的網址名稱。縱使無法主張第二十條，若有襲用他人著名之商品或服務表徵，雖尚

註86：不過，處理原則第八點中，並未就出進口廠商英文名稱為明確的例示，故該等名稱是否可以被視為公平法第二十條所稱之表徵，即有疑義。惟若根據處理原則第四點對表徵之定義，出進口廠商之英文名稱若具有識別力或次要意義，仍可成為表徵。但因為處理原則並未明文加以例示，故出進口廠商名稱之登記人應自行就其名稱是否具有識別立或次要意義加以證明。

註87：從處理原則第五點特別就「相同或類似之使用」有所定義。根據該原則，公平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；類似則只因襲主要部分，使購買者於購買時施以普通注意猶有混同誤認之虞而言。依照此種定義，網址名稱之使用，亦有可能符合「相同或類似之使用」。

註88：對於判斷是否造成第二十條所稱之混淆，處理原則第十一點特別規定應就下列考量因素加以審酌：（1）具普通知識經驗之相關大眾，其注意力之高低；（2）商品或服務之特性、差異化、價格等對注意力之影響；（3）表徵之知名度、企業規模及企業形象等；（4）表徵是否具有獨特之創意。而對於審酌表徵是否相同或類似之使用，處理原則第十二點亦規定，應本客觀事實，依下列原則判斷之：（1）具有普通知識經驗之相關大眾施以普通注意之原則；（2）通體觀察及比較主要部分原則；（3）異時異地隔離觀察原則。

未致混淆，但有積極攀附他人商譽等情事時，還可主張適用公平法第二十四條之概括規定，亦即「除本法另有規定外，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。」（註89）

事實上，主管機關有權對網路上違反法令之行為加以規範，已是各國相關主管機關之共識，例如美國聯邦貿易委員(FTC)會於一九九五年就已確定對網路上不實廣告之基本立場，那就是網路上廣告主可因其廣告內容違法而受到處罰，並已對網路上的不實廣告採取行動（註90）。F T C更於近來針對利用網路詐騙的情事主動採取行動，以維護網路交易秩序，並保護消費者之利益（註91）。在我國，雖然網路之利用尚不及美國，但是在保護消費者，維護競爭秩序方面而言，則應不限媒體或傳播工具之不同，只要有違反公平法規範之情事，公平會即可加以規範。相對的，若當事人之行為並未違反法令，則亦無禁止之理。因此，就網址名稱而言，若有襲用他人符合公平法所稱「表徵」之商業名稱、商標等文字，並藉以登記網址名稱

註89：除此之外，若有「抄襲他人商品或服務之外觀，積極榨取他人努力成果，對競爭者顯失公平，足以影響交易秩序」之情形，當事人亦可主張違反公平法第二十四條，請參見處理原則第十六點。

註90：請參見美國聯邦貿易委員會（FTC）主席 Roscoe B. Starek, III 於一九九五年六月七日在澳洲國立堪培拉大學參加「跨國界消費者規範與執行」研討會（Conference on Transborder consumer Regulation and Enforcement）之演講，題目為「無國界市場與資訊革命時代之消費者保護」（Consumer Protection in the Age of Borderless Markets and the Information Revolution）。全文可以從 Advertising Law Internet Site (<http://www.webcom.com/~lewrose>) 下載。

註91：F T C 於一九九七年二月十九日獲得法院勝訴判決，關閉了利用網路詐騙的數個網站。此種詐騙之手法，係要求網路使用人免費下載其軟體，一旦下載該軟體，該軟體即會控制數據機(modem)，並自動撥接通往前蘇聯加盟共和國Moldova之國際電話，使消費者蒙受鉅額的國際電話費用損失。有關本案之報導，請參見<http://www.news.com/News/Item/0,4,8077,00.html>之報導。

，並於相同或類似之營業加以使用，致與他人商品、營業或服務混淆時，雖然其他法律不一定可以規範，但公平法應可適用（註92）。是故，目前所發生之國內業者搶先在台灣地區登記國際著名的雅虎（YAHOO!）公司網址名稱之案例中，雖然雅虎公司並未在我國註冊商標、亦未經我國公司主管機關認許，在我國並無任何名稱專用權，但是雅虎公司若符合公平法有關表徵之規定，似可依據公平法請求保護。

伍、結論

於我國傳統的法律制度中，公司法、商業登記法與商標法分別根據法律授權，依據申請之先後，賦予申請人公司名稱專用權、商號名稱專用權與商標專用權。除此等法律之外，根據貿易法所制定的出進口廠商登記管理辦法亦賦予出進口廠商得英文名稱，並有排除嗣後以相同或類似名稱登記之效力。原則上，此四種商業名稱各有其法律依據，亦且各別獨立，除法律有特別規定外，並不因為取得某一種名稱之登記，即當然取得其他類型之名稱專用權。相對的，網址名稱與其他商業名稱不同之處，則在於其並無法律依據，卻有專用之實。

雖然各種名稱均有其專有之權利範圍，但為維護交易秩序與消費者利益，確保交易秩序，立法者亦於商標法、公平交易法（第二十條）、以及「公平交易委員會處理第二十條原則」中，禁止事業襲用他人公司名稱、商號、商標等表徵而加以使用，或登記他人公司名稱或商號名稱為商標。是故，雖然現行制度下的四種商業名稱原則上互不拘束，但是透過公平交易法之規範，襲用相關大眾所共知之他人商業名稱之情形，仍為法所不許。

註92：公平法第二十條要求事業就其「營業場所」所提供之商品或服務，不得有仿冒之情事，惟該條之適用應不會因為網路並無實際的「營業場所」而有別。由於運用網路虛無（virtual）世界所架構的虛無商店以及網路購物網站已經蔚為趨勢，因此，各公司於網路上所架設的網站，事實上就是其二十四小時開放、全年無休的「營業場所」。故在解釋上，第二十條之規定仍可規範網路世界之競爭行為。

不過，隨著網際網路時代的到來，以及政府大力推動國家基礎建設(NII)，電子商務、線上購物等新興的交易形態紛紛出現。為吸引網路使用者之青睞，能隨時到網站坐坐，取一個易懂易記的名稱就是成功的第一步。是故，伴隨網路商業化的發展，網址名稱也成為兵家必爭之地。不過，由於網際網路設計上的缺失，所有具有商業性質的申請者都只能在.com的第二層高階網域下申請網址名稱。在這種限制下，從網路尚未出現前四種商業名稱相安無事，到網路出現後企業界都想搶占新興的網址名稱，而使得網址名稱的爭議日益增加。

為解決網址名稱與其他商業名稱，尤其是與公司名稱及商標間的競合關係，國際間已展開努力謀求解決，在未來可能增加其他第二層高階網域，使商業性質之網址不限於僅在.com之下申請，亦可在其他日後增設的網域（如.store, .firm, .web）下申請，並將採類似仲裁方式，設立網址名稱行政爭議小組（ACPs）負責處理。但是此種技術上的改善，並無法根本解決商標專用權人將商標專用權擴大至網址名稱的爭議，反而可能會衍生其他之問題。但是由於商品類型眾多，商標亦因其所指定使用之商品而有其專用權範圍之限制，再加上商標屬地主義之原則，各國商標均各自獨立，故若將商標專用權擴大至網路以圖解決網址名稱爭議，反而會混淆網址名稱之角色。因此，較佳的解決之道，就是確立網址名稱與其他商業名稱（包括商標）間的獨立關係，並避免將商標專用權之專用權範圍擴大至網址名稱。

而為處理網址名稱與其他商業名稱重複的爭議，美國法院已逐步開始適用由傳統不公平競爭(unfair competition)條文化而來的一九九六年聯邦商標淡化法案，由於該法案僅針對著名商標與名稱，方有其適用，故其是否能廣泛適用，以及其未來之發展如何，仍有待觀察。

相對的，我國目前雖然並無迫切的網址名稱與商業名稱競合的問題，但是隨著國內網路商業化的進展，亦不可避免的會發生類似國外之爭議。此時，除了應該避免美國將商標專用權範圍擴大至網址名稱所引發的爭議外，我國主管機關與司法機關似可考慮運用公平交易法第二十條有關防止仿冒之規定，以處理網址名稱之爭議。不過，與美國相同之處，就是公平法要求所涉及之名稱必須達到一定之知名度，例如我國係以相關大眾所共知為標準，故是否能廣泛適用，以解決網址名稱與其他

商業名稱間之爭議，則仍有待從技術面、登記管理面、以及爭端解決等各方面做整體的考量，方可迎接網路時代所衍生的第五種的商業名稱，也就是網址名稱時代之到來，而不至於引發無盡的法律爭議。

另一方面，由於公司名稱、商號名稱、商標等均屬於公平法所稱之「表徵」，而使用他人表徵於相同或類似之商品或服務（例如將他人表徵作為網址名稱），雖可能無侵害商標專用權之問題，但卻有不公平競爭的情事，此時，即宜適用公平交易法之規定加以解決，而不宜以擴大商標專用權範圍之方式，依據商標法之規定解決網址名稱之爭議。

