



## 再談「買電動自行車你會看那裡」？（第 342 期 2024/02/08）

蔣文正\* 律師



### 一、前言

智慧財產法院 109 年度民專上字第 8 號及第 6 號民事判決，將同法院一審 108 年度民專訴字第 20 號及第 31 號之判決廢棄，認定系爭之電動自行車侵害中華民國第 D133389 號「電動自行車」新式樣專利。前開兩件二審判決，均將一審法院認為被控侵權之「電動自行車」與系爭專利具有明顯的差異之判決廢棄，筆者在 110 年 10 月曾撰寫「買電動自行車你會看那裡？」一文（[請參閱第 328 期台一雙週專利電子報](#)），就前開二審判決，提出不同看法，認為系爭產品不具有此特徵，整體外觀設計，似不應為近似之判斷。而該兩件二審判決經上訴最高法院後，都遭廢棄發回智慧財產及商業法院，智慧財產及商業法院也都再做出判決，茲再撰文介紹。

### 二、下級審法院及最高法院之判決

一審法院及前審法院就系爭產品與系爭專利具有差異之特徵比對，並無不同，亦即 f、系爭專利之「倒 U 形」的後又架與上座管呈"a"字形，而系爭產品之上、下管座與避震器略呈"D"字形。g、系爭專利之「後把手」呈一體式彎弧，而系爭產品之後把手呈雙管形式結合，並以 V 形組接車體。h、系爭專利之把手呈菱形，且上桿向下彎曲，而系爭產品之把手呈 U 形，且上桿向前彎曲。i、系爭專利之前擋泥板整體造形為圓弧平滑造形，而系爭產品之前擋泥板造形為前方兩側隆起、後方漸縮設計。j、系爭專利之前端部設有一 L 形車燈架及錐形前燈，而系爭產品僅設有籃子。k、系爭專利之車燈呈半橢圓錐形並設置於車燈架內，而系爭產品之車燈結合儀表並直接設於把手前方。l、系爭專利之「後車燈」由橢圓形煞車燈、兩側小圓燈所組成，而系爭產品「後車燈」為多邊下凹弧形之一體式燈體。一審法院認為倒 U 形的後又架與上座管呈"a"字形，該造型特徵在先前技藝中並無揭露，前審法院並無反駁，但前審法院認為：車架主體及座墊處，佔整體視覺面積甚大之部位，且為正常使用時易見之部位，足以影響普通消費者之整體視覺印象，至於系爭產品與系爭專利之差異特徵主要位於前、後端部，佔整體視覺面積較小且位置分散。而且自行車成本佔比除電池與傳動系統外，以車架為最大。該案經上訴最高法院，三審法院認為：1、系爭專利與先前技藝明顯不同者似為「車架後端形成一 U 形架體，於該 U 形架體內緣之車架上設有一踏板、上方設置座墊；該座墊係略呈半橢圓箱體狀；該龍頭架體前設置一車燈架」，其創作特點冀求透過上開諸多設計使整體外觀呈現出流暢、協調、平衡的視覺感受，而非僅著重於車架本身。2、普通消費者選購電動自行車商品時，著重其使用功能及整體造形，而車架主體前、後端部、車燈於普通消費者選購及使用時，均可輕易目視及之，且該等部位攸關電動自行車整體造形之觀感，自為普通消費者選購考量及注意之處，均屬正常使用且容易注意之部位。3、系爭專利之創作特徵，似位於電動自行車之車架主體前、後端部、車燈等部位，而系爭產品與系爭專利之差異特徵 g、h、i、j、k、l，均位於前開部位，且與

\* 台一國際法律事務所所長



系爭專利有明顯差異。4、依普通消費者選購商品之觀點，以「整體觀察、綜合判斷」之原則，直接觀察比對系爭產品與系爭專利整體視覺印象，能否謂系爭產品外觀之整體視覺印象與系爭專利近似，非無再事研求之餘地。

### 三、更審法院之判決

該案經發回智慧財產及商業法院，而於 112 年 12 月 14 日判決，認為：系爭產品與系爭專利之整體外觀不近似。理由略為：1、本件經「整體觀察、綜合判斷」系爭專利與系爭產品之視覺印象，依普通消費者選購商品之觀點，雖有「車架主體前端部」部分「a、c、d」及「車架主體後端部」部分「b、e」共同特徵，但其二者已在前述「車架主體後端部」部分「f、g、l」、「前車燈區」部分「h、j」、「後煞車燈區」部分「k」及「前、後輪區」部分「i」等差異特徵有相當明顯不同。2、三方比對法，係判斷被控侵權對象與訟爭專利是否近似之輔助分析方法，藉由先前技藝分析訟爭專利所屬技術領域之先前技藝狀態及三者之間的相似程度，輔助判斷被控侵權對象與訟爭專利之整體外觀是否近似。經「整體觀察、綜合判斷」之方式，可以認定被控侵權對象與訟爭專利之整體外觀明顯不近似時，即無須考量先前技藝進行三方比對，得直接認定二者之整體外觀不近似（最高法院 111 年度台上字第 1589 號民事判決意旨參照）。本件差異特徵有相當明顯不同，即無須考量先前技藝進行三方比對，得直接認定二者之整體外觀不近似。

### 四、結論

1、在前文筆者即敘明較贊同一審法院之見解，不認同前審法院之見解，一審法院與前審法院，就何謂「消費者辨認或使用時易見之部分」之看法不同，一審法院認為系爭專利與系爭產品具有 5 個共同特徵，相似部位均為不顯眼或細微之處，並非容易引起普通消費者注意的部位或特徵。前審法院則認為，車架主體及座墊處，佔整體視覺面積甚大之部位，且為正常使用時易見之部位，足以影響普通消費者之整體視覺印象，至於系爭產品與系爭專利之差異特徵主要位於前、後端部，佔整體視覺面積較小且位置分散。而最高法院在此案提出之法律意見略有：(1)、直接觀察訟爭專利圖式之整體內容與被控侵權對象中對應該圖式之設計內容，考量每一設計特徵之異同（共同特徵與差異特徵）對整體視覺印象之影響，且以「容易引起普通消費者注意的部位或特徵」為重點，再併同其他設計特徵，構成整體外觀統合之視覺印象，判斷被控侵權對象與訟爭專利之差異，是否足以影響被控侵權對象之整體視覺印象。若差異特徵足以影響被控侵權對象之整體視覺印象，應認定二者之外觀不近似。(2)、「容易引起普通消費者注意的部位或特徵」因容易影響整體視覺印象，故應賦予較大之權重。(3)、所謂容易引起普通消費者注意的部位或特徵，包含訟爭專利明顯不同於先前技藝之設計特徵、正常使用時易見之部位。

2、在前文筆者曾就前審法院之判決提出質疑：倒 U 形的後叉架與上座管呈"a"字形，該造型特徵在先前技藝中並無揭露，前審法院為何避而不談？倒 U 形的後叉架與上座管呈"a"字形，為何不是容易引起注意的部位或特徵？在「倒 U 形」的後叉架與上座管呈"a"字形，車燈呈半橢圓錐形並設置於車燈架內之設計，乃是讓消費者驚艷之設計，但系爭產品不具有此特徵，不應為近似之判斷。

3、有關「買電動自行車你會看那裡」？更審法院認為：普通消費者於選購電動自行車時，一般皆會以環繞商品的觀察方式，採取多個視角與適當距離的方式，進行整車各部位的觀察比較，尚難僅採取單一視角及間距數公尺距離觀察。再者，普通消費者對於這類電動自行車商品之試騎、試乘或牽行的體驗亦是購買行為中主要觀察方式之一，其容易引起注意



的部位或特徵，必可觀察到「車架主體前端部的前傾支架、踩踏部」、「車架主體後端部的座墊、置物箱、座管、後叉架或避震器、後把手、鏈條蓋、踩踏曲柄及踏板」、「前車燈區的把手支架、前車燈、車燈架或籃子支架」、「後煞車燈區的後煞車燈及後方向指示燈」等整體外觀的視覺印象與感受。



D133389 號「電動自行車」新式樣專利



被控侵權之「電動自行車」



台一國際智慧財產事務所  
台一國際法律事務所  
Tai E International Patent & Law Office

參考判決：

智慧財產法院 108 年度民專訴字第 20 號及第 31 號之民事判決

智慧財產法院 109 年度民專上字第 8 號民事判決

最高法院 111 年度台上字第 487 號民事判決

智慧財產及商業法院 111 年度民專上更一字第 8 號民事判決

