智慧財產及商業法院行政判決

111年度行商訴字第74號
民國112年5月18日辯論終結

原　　告　許雅芳
訴訟代理人　吳宜恬律師
被　　告　經濟部
代　表　人　王美花
訴訟代理人　古佩穎
參　加　人　捷諾琳數位光電有限公司
代　表　人　蔡峰佶

上列當事人間因商標異議事件，原告不服經濟部中華民國111年8月3日經訴字第11106306810號訴願決定，提起行政訴訟，並經本院命參加人獨立參加本件訴訟，本院判決如下：

主　文

一、原告之訴駁回。

二、訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

壹、程序方面：

按言詞辯論期日，當事人之一造不到場者，倘無民事訴訟法第386條規定之不得一造辯論判決之事由，得依到場當事人之聲請，由其一造辯論而為判決，行政訴訟法第218條準用民事訴訟法第385條第1項前段、第386條定有明文。本件參加人經本院合法通知(本院卷第413頁)，無正當理由未到場，核無民事訴訟法第386條各款所列情形，爰依原告及被告之聲請，由到場之當事人辯論後為判決。

貳、實體方面：

一、爭訟概要：

（一）原告前於民國108年11月28日以「JNL設計字」商標，指定使用於如附圖一所示第3類商品，向經濟部智慧財產局(下簡稱智慧局)申請註冊，經智慧局於109年5月16日核准列為註冊第2058327號商標(下稱系爭商標)。

（二）參加人以系爭商標有商標法第30條第1項第10款規定之情形，提起異議。案經智慧局審查後，以111年1月20日中台異字第G01090359號商標異議審定書為「異議不成立」之處分(下稱原處分)。參加人不服，提起訴願，經被告經濟部以111年8月3日經訴字第11106306810號訴願決定為「原處分撤銷，由原處分機關於4個月內另為適法之處分」(下稱訴願決定)。原告對於訴願決定不服遂向本院提起行政訴訟，又本院認本件判決結果，倘認應撤銷訴願決定，參加人之權利或法律上利益將受損害，爰依職權裁定命參加人獨立參加本件訴訟。

二、原告主張及聲明：

（一）系爭商標與參加人之據爭商標並不構成近似，或屬近似程度低而可區辨：

1.系爭商標以重疊「J」、「N」、「L」字母設計構成，巧妙將「N」字二邊隱藏於「J」、「L」當中，已跳脫3個英文字母組合之文字概念，構成獨創之設計圖樣，依消費者寓目印象，第一時間並不一定會直接理解出該結合文字，最終記憶係如「」設計圖樣，故系爭商標為一具有創意巧思設計之商標圖樣。

2.據爭商標係以電源符號圖形，結合外文「JNL」、「JOIN NEW LIFE」等文字共同構成，該電源鍵圖示與「JNL」並列於整體圖樣上方，三者結合構成據爭商標之主要識別部分，而非僅以「JNL」作為標示，因我國消費者對於電源鍵圖示之識別性更甚於「JNL」文字，且據爭商標底下「JOIN NEW LIFE」更具有引導消費者辨識據爭商標之意涵，而以異時異地隔離觀察，系爭商標之字母有重疊圖形化，與據爭商標文字並排設計方式之明顯差別，整體外觀予人寓目視覺效果不同。又據爭商標下方標示之「JOIN NEW LIFE」具有「進入新生活」之意，通常消費者即將以此唱呼據爭商標，而非以「JNL」稱之，應無造成二者讀音混

淆之虞。故二商標於外觀、讀音上顯然有異，近似程度低，消費者應可區辨二者為不同來源。

3.據爭商標於申請註冊時因與註冊在先之第1644533號「JML及圖」商標、第137650號「JML LOGO」商標圖樣有近似之虞，經智慧局為核駁先行通知後，參加人遂以「JNL」搭配電源鍵圖示後方獲准註冊，可知據爭商標應以其整體商標圖樣作為識別，無法單以「JNL」作為主要識別，據此與經特殊設計之系爭商標相較，兩商標可明顯區辨，無致消費者混淆誤認之虞。

（二）系爭商標與據爭商標識別性強弱：

系爭商標與所申請商品之類別、商品說明或通用名稱無關，其與據爭商標設計，均得視為指示及區別來源的標識，均具有相當識別性。

（三）原告申請系爭商標基於善意：

系爭商標創作源自日本天然物研究所公司(Japan Natural Laboraturies)英文名稱首字所構成，該公司係從事保養品生產，並以該研究所負責人「三井幸雄」為商標名稱，在我國申請註冊獲准並授權原告使用，原告自108年起代理行銷該公司產品即以該公司英文名稱首字申請商標，足證原告係善意。

（四）相關消費者對各商標熟悉之程度：

據爭商標於其所指定使用之商品，非為相關消費者所熟悉，且參加人實際上並無銷售商品，該公司網站亦已關閉；反觀原告以系爭商標搭配「日本天然物研究所」作為行銷品牌宣傳，於各大知名電商、電視購物及「日藥本舖」實體店面銷售，並經部落客與新聞媒體報導，應認系爭商標使用於化妝品類商品已為我國消費者熟知。

（五）無實際混淆誤認之情事：

參加人曾以原告違反商標法為由提出刑事告訴案件，經檢察官為不起訴處分，且參加人提起再議、交付審判均遭駁

回在案，並認兩商標應無致消費者混淆誤認之虞，足見兩商標整體觀察後，實際上無混淆誤認之虞。

（六）其他因素：

1.從智慧局過往諸多案例中有以「JB」、「BF」、「BS」、「HB」、「JBL」等相同外文商標並存之案例，可知只要二商標易於區辨，即無混淆誤認之虞而得以合理並存。

2.原告使用系爭商標係取日本天然物研究所公司英文名稱首字母之組合，相關使用網頁上除可見系爭商標外，尚有「日本天然物研究所」、「JAPAN NATURAL LABORATURIES」或縮寫「J.N.L.」等標示，與據爭商標為「JNL」、「JOIN NEW LIFE」及電源符號圖形組合圖樣有別，亦與參加人使用據爭商標、「JNL捷諾琳數位光電」、「捷諾琳數位光電」等明顯不同。再者，據爭商標實際使用於在同一場所匯集各種家電用品、生活用品、婦嬰用品、美妝用品，與系爭商標實際使用於化妝品，二者在性質、功能或內容、用途或目的、產製者或服務提供者等因素無共同或關聯之處，難謂致相關消費者混淆誤認之虞。

（七）綜上，本件兩商標近似程度低且各具特色，外觀及觀念明顯不同，足以為消費者所區辨，且原告申請註冊為善意，復無證據可證有發生混淆誤認之虞，自應無商標法第30條第1項第10款前段規定之適用。

（八）聲明：訴願決定撤銷。

三、被告答辯及聲明：

（一）兩商標構成近似，且近似程度不低：

1.系爭商標由略經設計之外文「JNL」構成，據爭商標則係由電源鍵符號及「JNL」，並於下方另置橫書外文「JOIN NEW LIFE」所組成。兩商標相較，系爭商標之字母「N」雖經圖形化設計，惟消費者仍可清楚辨識其係由三個字母即「J」、「N」、「L」疊合而成，據爭商標雖係由外文「JNL」及「JOIN NEW LIFE」與電源鍵符號組成，惟外文「JOIN NEW LIFE」字體較小業經聲明不專用，而電源鍵

符號因無法供作唱呼且予人裝飾圖案之印象，消費者會施以較少注意，是據爭商標之外文「JNL」應為消費者於實際交易時較會用以唱呼識別之主要識別部分。

2.兩商標較易唱呼辨識之主要識別部分均為外文「JNL」，僅字型設計略有不同，於外觀、觀念及讀音均有相仿之處，以具有普通知識經驗之消費者，於異時異地隔離整體觀察或實際交易連貫唱呼之際，實不易區辨，應屬構成近似之商標，且近似程度不低。

（二）兩商標指定使用於同一或高度類似商品：

系爭商標指定使用之「口紅；唇膏；化粧品；護膚保養品；唇線筆；護唇膏；遮瑕膏；唇膏盒；護膚品；潤唇膏；護膚霜；潔膚乳；粉底膏；化粧水；香水；乳液；粉餅；蜜粉；防曬油；面膜」商品，與據爭商標指定使用之「口紅；化粧水；化粧品；去角質霜；皮膚美白乳霜；防曬油；乳液；保養品；指甲油；香水；潔膚乳；面膜；洗髮精；護髮品；洗手乳；香皂；精油」部分商品相較，或同屬第0301號「化粧品；燙髮劑；染髮劑；洗髮劑；護髮劑；人體用清潔劑」組群商品，或互為須相互檢索之第030101號「化粧品」小類組及第0303號「香料」組群商品，且二者均屬供人體化妝美容或清潔保養用之相關商品，於用途、功能、產製者、行銷管道及消費族群等因素上具有共同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，應屬同一或高度類似之商品。

（三）各商標識別性之強弱：

據爭商標、系爭商標均與其指定之商品並無直接關聯，消費者會將之視為指示及區別來源之標識，均具有相當識別性。

（四）依現有證據尚難認定兩商標何者為相關消費者較為熟悉：

1.原告於異議、訴願或於訴訟階段所檢附相關資料，或與系爭商標使用無涉，或無日期可稽，或日期晚於系爭商標註冊日(109年5月16日)，或未見系爭商標。是依現有證據資

料，尚難認系爭商標業經原告長期廣泛行銷已為我國消費者所熟悉。

2.觀諸參加人於異議及訴願階段所檢附相關資料，或無日期可稽，或日期晚於系爭商標註冊日(109年5月16日)，或未見據爭商標，雖依參加人臉書粉絲頁建立日期及發佈文章日期，早於系爭商標註冊日，惟僅有2則。依現有證據資料，亦難認定據爭商標於系爭商標註冊日時已為我國相關消費者所熟悉。是以，尚難認定兩商標何者為相關消費者所較為熟悉者，而應給予較大之保護。

（五）按刑事責任之認定與系爭商標是否有商標法第30條第1項第10款所規定不得註冊之事由，二者法條規範目的及構成要件不同，且行政機關就商標異議事件之審查不受檢察官不起訴處分書或法院裁判認定有無致混淆誤認之虞之見解拘束，尚難執此謂系爭商標即無商標法第30條第1項第10款規定之適用。另商標申請人是否善意，僅為判斷「混淆誤認之虞」之輔助因素之一，系爭商標有無致相關消費者混淆誤認之虞，仍應參酌各項因素綜合判斷。

（六）綜上，衡酌兩商標近似程度不低，又指定使用於同一或高度類似商品，據爭商標具相當識別性，尚難認兩商標何者為相關消費者所較為熟悉，縱如原告所陳其申請註冊系爭商標非出於惡意，系爭商標之註冊仍有致相關消費者混淆誤認之虞，而有商標法第30條第1項第10款規定之適用。

（七）至原告另舉商標圖樣含有相同外文仍能併存註冊於同一類商品或服務之案例，主張系爭商標應可併存註冊。惟查該等案例與本件系爭商標圖樣並不相同，或指定使用之商品或服務有別，案情各異，審查時之判斷考量因素自非完全一致，基於商標審查個案拘束原則，要難比附援引，執為本件有利之論據。再者，據爭商標是否有實際使用、是否廢止乃係另案問題，未經依法撤銷前，仍有拘束力，附此敘明。

（八）聲明：原告之訴駁回。

四、參加人未於言詞辯論期日到場，亦未提出書狀作何聲明或陳述。

五、本件爭點：系爭商標有無商標法第30條第1項第10款前段規定之適用？

六、本院判斷：

（一）應適用之法規：

1.按異議商標之註冊有無違法事由，除商標法第106條第1項及第3項規定外，依其註冊公告時之規定，同法第50條定有明文。系爭商標係於108年11月28日申請註冊，經智慧局於109年5月16日核准註冊公告，故系爭商標之註冊有無違法事由，自應以105年11月30日修正公布、同年12月15日施行之現行商標法(下稱商標法)為斷。

2.商標法第30條第1項第10款前段規定：「相同或近似於他人同一或類似商品或服務之註冊商標或申請在先之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者，不得註冊」。所謂「有致相關消費者混淆誤認之虞者」，係指商標有使相關消費者對其所表彰之商品來源或產製主體發生混淆誤認之虞而言。易言之，係指兩商標因相同或構成近似，致使相關消費者誤認為同一商標，或雖不致誤認兩商標為同一商標，但極有可能誤認兩商標之商品或服務為同一來源之系列商品或服務，或誤認兩商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係而言。又判斷兩商標有無混淆誤認之虞，應參酌：⑴商標識別性之強弱；⑵商標是否近似暨其近似之程度；⑶商品或服務是否類似暨其類似之程度；⑷先權利人多角化經營之情形；⑸實際混淆誤認之情事；⑹相關消費者對各商標熟悉之程度；⑺系爭商標之申請人是否善意；⑻其他混淆誤認之因素等，以綜合認定是否已達有致相關消費者產生混淆誤認之虞。

（二）系爭商標有商標法第30條第1項第10款前段規定之不得註冊事由：

1.兩商標構成近似之程度不低：

⑴系爭商標雖以J、N、L英文字母疊合組成「JNL」設計圖樣，然相關消費者仍可清楚辨識系爭商標乃係由該3個英文字母構成；據爭商標則由電源鍵符號、「JNL」及「JOIN NEW LIFE」等文字組成，因電源鍵符號無法直接供作唱呼或為識別來源，而下方較小之橫書外文「JOIN NEW LIFE」(即「進入新生活」)部分，因具有宣傳標語之性質且經參加人聲明不專用，消費者通常不會將其作為辨識之依據，故兩者於實際交易時連續唱呼主要均為外文「JNL」。是以兩商標相較，其用以唱呼或辨識之主要識別部分均為外文「JNL」，以具有普通知識經驗之消費者，於異時異地隔離觀察或實際交易連貫唱呼之際，並不易區辨，故二者應屬構成近似之商標，且近似程度不低。

⑵雖原告主張系爭商標為具有創意巧思之圖樣設計，消費者對於據爭商標之電源鍵符號之識別性甚於「JNL」文字，且通常會唱呼其下方標示之「JOIN NEW LIFE」，故兩商標整體外觀予人寓目視覺效果不同，近似程度低；又據爭商標於申請註冊時因與註冊在先之「JML及圖」商標、「JML LOGO」商標圖樣有近似之虞，參加人遂以「JNL」搭配電源鍵符號後方獲准註冊（原證5、6），可知據爭商標應以整體商標圖樣識別，並無法單以「JNL」作為主要識別等等。惟查：

①按二商標是否近似，可依相關消費者之整體印象是否相近以為判斷，惟倘若商標圖樣之主要部分特別引人注意，有此部分而商標之識別功能特別顯著者，自可就此主要部分加以比較觀察，以判斷二商標是否近似。換言之，商標雖然係以整體圖樣呈現，然而消費者關注或者事後留於其印象中，可能是其中較為顯著的部分，此一顯著的部分即屬主要部分，主要部分觀察與整體觀察並非兩相對立，主要部分最終仍是影響商標給予消費者的整體印象。

②據爭商標整體圖樣下方雖有標示「JOIN NEW LIFE」，惟其具有標語性質，業經參加人聲明不主張商標權，雖可唱呼，但其文字明顯較「JNL」小，給予消費者寓目印象深刻者仍為「JNL」；而與「JNL」文字併列之電源鍵符號，因無法直接供作唱呼或識別，故據爭商標仍應以「JNL」作為主要識別之文字，因此據爭商標與系爭商標均有相同之「JNL」文字，此部分即為消費者關注或事後留下顯著印象之主要部分，並非不得以「JNL」作為主要識別。又系爭商標以字母疊合而成之設計字固具有創意或巧思，然因該疊合字仍不難清楚辨識係由3個英文字母即J、N、L構成，其主要識別部分仍為該3個英文字母，而該3個字既與據爭商標之主要識別部分即「JNL」文字相同，則兩者在外觀、觀念及讀音均屬相同或相仿，若標示在相同或類似商品上，以具有普通知識經驗之相關消費者於異時異地隔離並整體觀察及購買之際，即易產生同一系列商標之聯想，而誤認二者商標商品或服務來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，屬構成近似之商標，且近似程度不低。是以原告前揭主張，並不可採。

2.兩商標指定之商品為相同或類似：

⑴系爭商標指定使用如附圖一所示第3類之「口紅；唇膏；化粧品；護膚保養品；唇線筆；護唇膏；遮瑕膏；唇膏盒；護膚品；潤唇膏；護膚霜；潔膚乳；粉底膏；化粧水；香水；乳液；粉餅；蜜粉；防曬油；面膜」商品，與據爭商標指定使用如附圖二所示第3類之「口紅；化粧水；化粧品；去角質霜；皮膚美白乳霜；防曬油；乳液；保養品；指甲油；香水；潔膚乳；面膜；洗髮精；護髮品；洗手乳；香皂；精油」部分商品相較，均屬供人體化妝美容或清潔保養用之相關商品，兩者於用途、功能、產製者、行銷管道及消費族群等因素上具

有共同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，應屬同一或高度類似之商品。

⑵至原告雖以據爭商標實際使用於在同一場所匯集各種家電用品、生活用品、婦嬰用品、美妝用品，與系爭商標實際使用於化妝品，二者無共同或關聯之處云云。惟關於兩商標指定使用之商品或服務是否類似，應以該商標申請註冊時所指定使用之商品或服務為準，縱參加人有將據爭商標使用在其所指定商品以外之上開商品，並不影響系爭商標與據爭商標指定使用之商品為相同或類似之認定。

3.兩商標各具有識別性：

據爭商標圖樣上之電源鍵符號、「JNL」及「JOIN NEW LIFE」，與其指定之商品並無直接關聯，而系爭商標之設計字亦與其指定使用之商品無直接關聯，則消費者均會將之視為指示及區別來源之標識，均具有識別性。

4.相關消費者對兩商標熟悉之程度均不高：

⑴依原告檢附使用系爭商標之臉書粉絲專頁或購物網頁（答證8至10、13-1），該臉書專頁建立日期（西元2020年7月31日）係晚於系爭商標註冊公告日(109年5月16日)，購物網頁則無日期可稽，尚難認系爭商標業經原告長期廣泛行銷後已為我國消費者所熟悉，而應給予較大之保護。

⑵觀諸參加人檢附使用據爭商標之資料（附件4至6）或無日期可稽，或其日期晚於系爭商標註冊日(109年5月16日)，雖其中參加人之臉書粉絲頁建立日期（西元2018年1月18日）及中天綜合36台美的in台灣節目採訪參加人發布日期為西元2019年8月30日，均早於系爭商標註冊公告日，然因行銷時間不長，尚不足以據此認定據爭商標於系爭商標註冊日時已為我國相關消費者所熟悉，而應給予較大之保護。

5.系爭商標申請應非惡意：

原告主張其因於108年間代理行銷日本天然物研究所公司(Japan Natural Laboraturies)產品，故取其英文字首於設計後向智慧局申請商標註冊等情，業據原告提出日商株式会社日本天然物研究所網站列印資料、商標使用承諾契約書、商標授權合約書及新聞報導(異議卷第96頁、第247至250頁)可稽，堪認原告申請系爭商標並非出於惡意。

6.據爭商標註冊在先且有多角化經營之情形：

⑴相較於系爭商標係於108年11月28日申請註冊，據爭商標係於107年8月14日向智慧局申請註冊，並於108年5月1日取得商標權。故據爭商標之申請及獲准註冊早於系爭商標，基於我國商標註冊採取先申請及註冊主義，自應賦予據爭商標較大之保護。

⑵又依中天綜合36台美的in台灣節目內容（異議卷第56頁），可知據爭商標有跨足使用至家電類、生活類、美食類等商品，足見參加人就據爭商標有多角化經營之情形。

7.綜合判斷兩商標有混淆誤認之虞：

衡酌兩商標各具有識別性，系爭商標與據爭商標之近似程度不低，且兩商標所指定使用之商品間存在前揭相同或類似之關係，據爭商標之申請及獲准註冊均早於系爭商標，參酌兩商標之近似程度不低、指定使用之商品相同或類似程度等主要因素特別符合，而降低對其他輔助因素(如據爭商標權利人有多角化經營、系爭商標申請人非惡意、相關消費者對兩商標熟悉程度不高、有無實際混淆誤認情事等)之要求，因此堪認客觀上足以認定系爭商標有使相關消費者誤認與使用據爭商標之商品為同一或系列來源，或誤認其使用人間存有關係企業、授權、加盟關係或其他類似關係，致有產生混淆誤認之虞。此外，原告申請系爭商標既未取得據爭商標商標權人之同意，亦不符合商標法第30條第1項第10款之但書規定。

（三）原告其餘主張不可採之論駁：

1.原告雖提出臺灣臺中地方檢察署檢察官110年度偵字第10570號不起訴處分書、臺灣高等檢察署智慧財產檢察分署110年度上聲議字第452號處分書、臺灣臺中地方法院110年度聲判字第223號刑事裁定（原證16至18），主張兩商標並無實際造成混淆誤認之虞等等。惟查，觀諸前述處分書、裁定所為不起訴處分或駁回聲請交付審判之主要理由，無非係以系爭商標之商標權人(即原告)並無明知而故意侵害據爭商標權之主觀犯意，核與商標法第95條第3款之罪之構成要件有間，並未就本件系爭商標有無商標法第30條第1項第10款之情事予以判斷。況且，該處分書或裁定縱認依兩商標之整體觀察結果，難認發生混淆誤認之虞，亦僅係就原告有無違反商標權法第95條第3款所為刑事責任認定之見解，核與本件商標法第30條第1項第10款之法條規範目的及構成要件不同，尚難拘束行政機關及本院，並無從執此作為有利之論據，故原告之主張並不足採。

2.原告雖主張智慧局過往諸多案例中有以「JB」、「BF」、「BS」、「HB」、「JBL」等相同外文商標並存之案例（原證7-1至7-18），且以「TD」、「IDEE」外文及設計圖樣同時並存於同類產品（原證8-1至8-3），可知以相同外文為圖形化設計，已跳脫外文本身字體而獨具一格，可同時並存，無混淆誤認之虞云云。然而，商標申請准否，係採商標個案審查原則，在具體個案審究是否合法與適當，處分機關應視不同具體個案，正確認定事實與適用法律，並不受他案拘束。本件依原告所舉商標並存案例之個案事實及證據樣態，無論在商標圖樣、指定使用商品或服務類別、商標權人彼此間關係等等，每件均有差異性，故行政機關於具體個案審認結果，自會有不同，基於商標審查個案拘束原則，要難比附援引。準此，原告執此主張系爭商標與據爭商標無混淆誤認之虞而可同時並存，核屬無據。

3.至原告另以參加人現已停業，且其公司網站亦已關閉，雖提出公司登記資料及其網頁為證（原證23、24），主張參加人已無生產銷售商品，事實上已無使用據爭商標之情形。惟查，參加人停業時間為111年12月14日，縱然已無繼續生產或銷售據爭商標商品，然據爭商標在未經依法撤銷之前，仍有效力，自無法執此遽認系爭商標即無商標法第30條第1項第10款不得註冊之事由存在，附此敘明。

七、綜上所述，本件系爭商標申請註冊因有商標法第30條第1項第10款前段所定不准註冊之事由，智慧局所為「異議不成立」之原處分，即有未合，故被告所為「原處分撤銷，由原處分機關於4個月內另為適法之處分」訴願決定，核無違誤，從而，原告訴請撤銷訴願決定，為無理由，應予駁回。

八、本件判決基礎已經明確，當事人其餘攻擊防禦方法及訴訟資料經本院斟酌後，核與判決結果不生影響，並無一一論述的必要。

九、結論：本件原告之訴為無理由，依智慧財產案件審理法第1條，行政訴訟法第98條第1項前段、第218條，民事訴訟法第385條第1項前段，判決如主文。

中　　華　　民　　國　　112　　年　　6　　月　　8　　日

智慧財產第一庭

審判長法　官　蔡惠如

法　官　陳端宜

法　官　吳俊龍

以上正本證明與原本無異。

如不服本判決，應於送達後20日內，向本院提出上訴狀並表明上訴理由，其未表明上訴理由者，應於提起上訴後20日內向本院補提上訴理由書；如於本判決宣示後送達前提起上訴者，應於判決送達後20日內補提上訴理由書（均須按他造人數附繕本）。

上訴時應委任律師為訴訟代理人，並提出委任書（行政訴訟法第241條之1第1項前段），但符合下列情形者，得例外不委任律師為訴訟代理人（同條第1項但書、第2項）。

得不委任律師為訴訟代理人之情形	所　需　要　件
㈠符合右列情形之一者，得不委任律師為訴訟代理人	1. 上訴人或其法定代理人具備律師資格或為教育部審定合格之大學或獨立學院公法學教授、副教授者。 2. 稅務行政事件，上訴人或其法定代理人具備會計師資格者。 3. 專利行政事件，上訴人或其法定代理人具備專利師資格或依法得為專利代理人者。
㈡非律師具有右列情形之一，經最高行政法院認為適當者，亦得為上訴審訴訟代理人	1. 上訴人之配偶、三親等內之血親、二親等內之姻親具備律師資格者。 2. 稅務行政事件，具備會計師資格者。 3. 專利行政事件，具備專利師資格或依法得為專利代理人者。 4. 上訴人為公法人、中央或地方機關、公法上之非法人團體時，其所屬專任人員辦理法制、法務、訴願業務或與訴訟事件相關業務者。
是否符合㈠、㈡之情形，而得為強制律師代理之例外，上訴人應於提起上訴或委任時釋明之，並提出㈡所示關係之釋明文書影本及委任書。	

中　　華　　民　　國　　112　　年　　6　　月　　15　　日

書記官　蔣淑君