智慧財產及商業法院行政判決

112年度行商訴字第64號
民國113年05月16日辯論終結

原　　告　魏裕峰
訴訟代理人　陳添信律師
被　　告　經濟部智慧財產局
代　表　人　廖承威
訴訟代理人　彭清波
參　加　人　美商蘋果公司
代　表　人　Thomas R. La Perle（托瑪斯 R.拉珀爾）
訴訟代理人　陳長文律師
訴訟代理人　黃章典律師
複 代理 人　廖瑋婷律師

上列當事人間因商標異議事件，原告不服經濟部中華民國112年10月5日經法字第11217307870號訴願決定，提起行政訴訟，並經本院命參加人獨立參加，本院判決如下：

主　文

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

壹、事實概要：

原告前於民國109年6月29日以「appleman」商標，指定使用於當時商標法施行細則第19條所定商品及服務分類表第35類之「廣告；報章廣告設計；……；網路廣告看板租賃；……；藉由網路提供商品交換之仲介服務；……；網路拍賣；……；電腦周邊配備零售批發」等服務，嗣減縮為「網路廣告看板租賃；藉由網路提供商品交換之仲介服務；網路拍賣」服務，向被告申請註冊。經被告核准列為註冊第02138662商標（下稱系爭商標，如附圖1所示）。嗣參加人以其所有之「APPLE」、「蘋果」等商標(下稱據以異議商標，如附圖2所示)，提出異議，主張系爭商標之註冊違反商標法第

30條第1項第10款、第11款及第12款規定。經被告審查後，認為系爭商標之註冊違反商標法第30條第1項第11款前段規定，以112年4月27日中台異字第G01100433號商標異議審定書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分（至於系爭商標之註冊是否違反同條項第11款後段及第10款、第12款規定，已勿庸審究）。原告不服，提起訴願，經經濟部以112年10月5日經法字第00000000000號訴願決定駁回後，向本院提起訴訟。本院認為本件判決結果，如認訴願決定及原處分應予撤銷，參加人的權利或法律上利益將受有損害，故依職權命參加人獨立參加本件訴訟。

貳、原告主張：

一、原告對參加人之據以異議商標為著名商標之事實，雖不爭執，惟並不意味著所有包含「APPLE」或「蘋果」字樣的文字或圖像都可以無限擴展其商標權範圍，應綜合考慮商標的構圖、排列、字型和設色等外觀因素，以判斷是否存在混淆的可能性。參加人擅將系爭商標解讀為「蘋果人」，認與據以異議商標有高度關聯性，實為謬誤，眾所皆知，參加人之產品愛用者外界通常稱為「果粉」(見原證3)，而非「蘋果人」。系爭商標「appleman」乃原告自創發想、由「app」和「leman」這兩個單詞組合而成。其中「leman」意指情人(見原證1)，而「app」則為應用程式。這個組合旨在表達智慧型手機應用程式對於生活的重要性，類似情人般時刻伴隨。故就系爭商標「app」、「leman」2個英文單字結合，就讀音、觀念及實質意義上，確實與據以異議商標已有所區別並具明顯差異，不構成近似，亦無混淆誤認之虞。

二、又原告自西元2020年以來即透過官網持續經營網路拍賣市場相關服務，主要提供消費者CP值最高的3C周邊應用產品，並已投入相當大的廣告費用等成本以行銷宣傳系爭商標，單以109年、110年二年觀之，原告賣場之網頁瀏覽量及銷售累計金額，在蝦皮相類似產品賣場中已名列前茅，於Google搜尋網站檢索外文「appleman」均直接單一指向系爭商標，目前

被告或參加人亦無提出客觀事證可證明消費者已實際發生混淆誤認二商標之情事，堪認系爭商標已為消費者所認識，並得與據以異議商標相區辨。

三、對於系爭商標與據以異議商標有無構成商標法第30條第1項第11款之情事，被告及參加人應負舉證責任。本案就消費者會因此誤認原告之商品與參加人為同一來源或存有關係企業等構成消費者混淆之虞的客觀情狀，僅為參加人單方主觀陳述，並無提出實際客觀事證佐證，尤其參加人主張其有多角化經營，包括官方網站即有販售iPad保護與防護配件，但其防護配件為保護殼，且其上並無任何據以異議商標，消費者也普遍認知此為協力廠商之產品，並非參加人或其關係企業所生產，與原告之產品為類紙膜、觸控筆筆尖保護套，無論價格與品項均有明顯有極大區分，並無使消費者誤認為來源為參加人或其關係企業而有混淆誤認之虞，難謂被告及參加人已盡舉證之責任。

四、並聲明：訴願決定及原處分均撤銷。訴訟費用由被告負擔。

參、被告答辯：

一、據以異議商標是否為著名商標及其著名程度：

據以異議商標為著名商標且已達高度著名之程度，此為原告所不爭執。

二、商標是否近似暨其近似之程度：

原告雖提出原證1證明系爭商標由「app」與「leman」2個英文單字組合之意涵，惟由參加人所提異議申證1(置於原處分卷乙證3證物袋)及原告答證4(置於原處分卷乙證3證物袋)、答證5、6(見異議卷第90至148頁)資料，原告實際使用系爭商標為「AppleMAN」之情形觀之，系爭商標予消費者印象應係「apple」與「man」組合，有「蘋果人」之意涵，與據以異議商標「APPLE」、「蘋果」相較，起首部分均具有「apple/APPLE」之外文，皆有觀念相同之字義，整體商標予消費者印象極具關聯性，是具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，或交易時連貫唱呼之際，可能會誤認二

商品/服務來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似之商標，且近似程度不低。

三、商標識別性之強弱：

據以異議商標之中外文「蘋果、APPLE」，固屬習見之字詞，然與所使用之電腦及其周邊商品與相關服務並無直接或間接之關聯性，也未傳達所指定使用商品或服務相關資訊，消費者當會直接將其視為指示及區別來源的標識，且據以異議商標已臻著名，予消費者之印象極深，他人稍有攀附，即可能引起購買人產生誤認，具有高度識別性。

四、相關消費者對各商標熟悉之程度：

系爭商標之使用情形，根據原告提供之證據資料(答證3至6)，其中有未顯示系爭商標、缺乏行銷日期或日期在系爭商標註冊日之後之情形，雖有少數註冊日之前的使用資料，然與著名之據以異議商標相較，顯然未能較為相關消費者所熟悉。是依現有事證判斷，據以異議商標應係消費者較為熟悉之商標，於判斷有無混淆誤認之虞時，應給予較大之保護。

五、先權利人多角化經營之情形：

參加人除將據以異議商標使用於電腦軟硬體、手機及其周邊設備等商品/服務之外，亦提出證17、38、39(置於乙證3證物袋)資料，證明有將「APPLE」商標應用於多種商品及服務類別，堪認參加人有將據以異議商標應用於多種領域之商品或服務。

六、衡酌系爭商標與據以異議商標近似程度不低，且據以異議商標著名性高，具高度識別性，復較為相關消費者所熟悉，據以異議商標並有多角化經營情事，系爭商標申請註冊，指定使用於「網路廣告看板租賃；藉由網路提供商品交換之仲介服務；網路拍賣」服務，極易與據以異議商標提供之商品及服務產生連結，應具有關聯性，系爭商標之註冊有商標法第30條第1項第11款前段規定之適用。

七、並聲明：原告之訴駁回。訴訟費用由原告負擔。

肆、參加人陳述：

一、系爭商標「appleman」與據以異議商標「APPLE」、「蘋果」予人寓目印象高度近似：

㈠系爭商標「appleman」整體為一無空格分段之外文商標，依照國內目前一般消費者之閱讀能力，理應會直覺將系爭商標理解為「apple」及「man」所共同組合而成，而非「app」與「leman」。

㈡原告實際使用於其賣場之系爭商標均清楚顯示「AppleMAN」（見答證4至6），明顯區分了「apple」、「man」，甚至「蘋果人」一語亦曾出現在答證5中；更進一步者，原告曾於110年6月30日向被告申請註冊「appleman蘋果人」商標(見參證1，本院卷第153至155頁)，顯見系爭商標之命名緣由即為「蘋果人」，原告所謂「app、leman」兩個單字發想組合之品牌設計理念顯係臨訟置辯，殊無可採。

㈢又原告既係於網路販售據以異議商標商品之週邊商品，並使用系爭商標「appleman」指定使用於網路相關服務，顯然會使相關公眾誤認原告與參加人之間有授權關係或有其他關係之虞，而構成混淆誤認有誤認之虞。

㈣綜上，系爭商標依照一般消費者之認知以及原告實際使用之態樣，毫無疑問會予人「蘋果人」之印象，整體而言無論是外觀、讀音或涵義皆與據以異議商標高度相關聯，極易使消費者產生混淆誤認，應認為屬高度近似之商標。

二、相關消費者較為熟悉參加人之據以異議商標，因此應給予據以異議商標較大之保護：

據以異議商標為著名商標，且著名程度甚高，茲不再贅述，故原告應證明系爭商標於據以異議商標註冊日即民國78年10月1日以前較被消費者熟悉。然原告僅提供109年、110年之資料，尚難以依此類資料認定系爭商標較為消費者熟悉。況原告網站亦顯示其品牌誕生於2020年（見異議申證1號、答證4至6號），遠遠晚於據以異議商標註冊日。綜上所述，原告所提之證據資料並無法證明系爭商標已為國內消費者所熟悉，因此無致混淆誤認之虞。

三、系爭商標之註冊申請並非出自於善意：

原告於自身網站稱「以蘋果周邊為主軸，及其延伸出各種相關產品」（見異議申證1號），且細察原告所提供之銷售資料，其於蝦皮平台銷售前五名之商品皆為參加人據以異議商標商品之週邊商品（見原證2，本院卷第43至44頁），且原告自承申請系爭商標即是為了經營蝦皮平台所為(見本院卷第16頁)，足徵原告以系爭商標指定使用於網路相關服務，目的係為了販售參加人據以異議商標商品之週邊商品，原告並未取得參加人的任何授權，系爭商標註冊申請顯非善意，而係攀附參加人之據以異議商標並藉以牟利。

四、兩造商標商品服務高度類似：

據以異議商標早已指定用於個人通訊裝置、個人智慧穿戴裝置以及數位應用裝置、網路零售及支援服務以及影音娛樂等服務。而系爭商標所指定使用之服務，即「網路廣告看板租賃；藉由網路提供商品交換之仲介服務；網路拍賣」，全為網路相關服務，無疑與參加人所提供之商品及服務高度重疊，在此情況下如允許兩造商標並存註冊勢必將造成消費者誤認其為來自相同或有關聯之來源。

五、參加人有多角化經營之事實：

參加人有多角化經營之情事，均為兩造所不爭執(本院卷第17頁、第32至33頁)，在將參加人多年多角化經營之情形納入考量後，縱使系爭商標之指定服務不完全相同或類似於參加人據以異議商標之指定保護範圍，然在關連性較低的服務上亦應判斷參加人有踏入該營業領域之可能，因此倘允許系爭商標與據以異議商標並存，極易導致公眾混淆誤認二商標之商品及服務為同一來源之系列商品/服務，或誤認二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情形。

六、並聲明：原告之訴駁回。訴訟費用由原告負擔。

伍、法院之判斷：

一、本件兩造之爭點為：系爭商標之註冊是否違反商標法第30條第1項第11款前段之規定？

二、按商標「相同或近似於他人著名商標或標章，有致相關公眾混淆誤認之虞，或有減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞者」，不得註冊，為商標法第30條第1項第11款本文所明定。所稱之著名，係指有客觀證據足以認定已廣為相關事業或消費者所普遍認知者而言，復為同法施行細則第31條所明定。所謂「混淆誤認之虞者」，係指二商標予消費者之印象可能致使相關公眾誤認來自不同來源之商品或服務係來自同一來源，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。

三、茲就本案存在相關混淆誤認因素，審酌如下：

㈠據以異議商標是否為著名之商標暨其著名之程度：

本件依參加人檢送之認定據以異議商標「APPLE」、「蘋果」為著名商標之被告機關商標異議審定書（證2、3、6、12、15、21、23號）、本院行政判決（證5、16、22號），使用據以異議商標之1991年至1997年商品型錄、行銷目錄及年報（證17號），據以異議商標於我國之報導（證19號），據以異議商標名列前茅之「Interbrand」全球最佳品牌2014年至2019年排行榜（證24號）及商業周刊2004年至2007年百大品牌列表（證25號），Forbes評選2018年The World's Most Valuable Brands第一名報導（證30號），2018年BrandZ評選全球最具價值品牌第二名報導（證31號），2018年財富世界500強名列第11名排行榜（證32號），在我國（證14號）及各國（證33號）註冊資料等事證，可知參加人將據以異議商標表彰使用於電腦及其周邊產品，早自西元1977年起即在美國、加拿大、英國、法國、義大利、德國、瑞士、日本、香港、中國大陸等世界多國及地區取得「APPLE」商標註冊，在我國自78年間起亦陸續取得多件商標權（見原處分卷第33頁反面至34頁，商標圖樣如附圖3所示），參加人並印製商品型錄、行銷目錄及年報、定期舉辦電腦展等廣為宣傳

行銷，更設立網站行銷據以異議商標商品及服務（申證17至20號，置於原處分卷乙證3證物袋），且多次經被告機關處分書及本院判決肯認為著名商標在案。堪認在系爭商標109年6月29日申請註冊前，據以異議商標使用於電腦軟硬體及其周邊設備等相關商品/服務所表彰之信譽及品質，已廣為我國一般公眾所普遍認知而達高度著名之程度，原告對據以異議商標為著名商標一節，亦無爭執。

㈡商標是否近似暨其近似之程度：

依參加人所提申證1（置於原處分卷乙證3證物袋）及商標權人答證5、6資料，原告實際使用系爭商標為「AppleMAN」（見原處分卷第128-147頁），由於大小寫字母之不同，予消費者之寓目印象應係「apple」與 「man」組合 ，有「蘋果人」之意涵，且「蘋果人」一語亦出現在答證5中（見原處分卷第92-114頁），與據以異議商標「APPLE」 、「蘋果」相較，起首部分皆有相同之外文「apple/APPLE」或係觀念相同之字義，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，或交易時連貫唱呼之際，可能會誤認二商品/服務來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似之商標，且近似程度甚高。原告雖主張系爭商標之設計意涵為「app」（應用程式）與 「leman」（情人）兩個單詞組合而成，並非「蘋果人」之意，惟查，商標之設計理念非一般消費者一望即知，無法作為商標識別之依據，仍應依一般具有普通知識之消費者於接觸系爭商標時之寓目印象來判斷兩商標是否構成近似，況且，由原告另於110年6月30日申請之「appleman蘋果人」商標（申請第110046258號，見本院卷第153頁），足見系爭商標之命名緣由即為「蘋果人」，原告所辯應係臨訟之詞，且與上開原告實際使用之情形不符，並不足採。至於原告答證2所舉其他以「APPLE」起首或含「APPLE」一字之第35類註冊商標，其中註冊第02075677號 「蘋果市集Apple Market」商標經參加人提起異議，已撤銷註冊確定，亦有多件商標因參加人提起異議

後，經由限縮指定服務內容或簽約方式和解，另部分商標之指定服務與參加人領域無關，或商標圖樣有足資區別元素，案情各異，原告尚不得主張比附援引，執為系爭商標應准予註冊之論據。

㈢商標識別性強弱：

據以異議商標之中外文「蘋果、APPLE」 ，固屬習見之字詞，然與所使用之電腦及其周邊商品與相關服務並無直接或間接之關聯性，也未傳達所指定使用商品或服務相關資訊，消費者當會直接將其視為指示及區別來源的標識，且如前述，據以異議商標為高度著名之商標，予消費者之印象極深，具有高度識別性。

㈣相關消費者對各商標熟悉之程度：

據以異議商標經參加人長期廣泛使用且已達高度著名之程度，已如前述。至於系爭商標之使用情形，原告所提答證3未顯示系爭商標，答證4至答證6之使用資料，部分無行銷日期或日期在系爭商標註冊日之後，少數在註冊日前之使用資料，與高度著名之據以異議商標相較，顯然據以異議商標較為相關消費者所熟悉，而應給予較大之保護。

㈤先權利人多角化經營之情形：

參加人除將據以異議商標使用於電腦軟硬體、手機及其周邊設備等商品/服務之外，依參加人所提乙證3之證17、38 、39號資料（置於原處分卷乙證3證物袋），可見參加人確已將據以異議商標使用於馬克杯、隨行杯、筆、記事本、衣服、工具組、計算機、滑鼠墊、運動手提袋、毛毯等商品，且參加人之註冊第01457997號 「Apple」商標 ，亦指定使用於15、16、18、20、25、28、35至38、40至43類之電子鋼琴、筆及鉛筆、多功能運動背袋、家具、頭巾、不與電視或電腦連用之電子遊戲機等商品，及以電腦、電腦軟體、電腦周邊設備及消費性電子商品之零售服務、電信服務，即透過電腦網路之資料及影像電子傳輸、視訊產品及消費性電子產品之課程、講習會、會議及研習會、應用軟體服務供應商，即管

理他人電腦軟體應用系統，餐廳服務等服務，堪認參加人有將據以異議商標跨入上開領域，而有多角化經營之情形。

四、本院衡酌據以異議商標為高度著名之商標，系爭商標與據以異議商標近似程度甚高，據以異議商標具有高度之識別性，復較為相關消費者所熟悉，據以異議商標並有多角化經營等情事，認為原告以系爭商標「appleman」圖樣申請註冊，指定使用於「網路廣告看板租賃；藉由網路提供商品交換之仲介服務；網路拍賣」服務，極易與據以異議商標提供之商品及服務產生連結，二者應具有高度關聯性，應認系爭商標之註冊客觀上有使相關公眾誤認二商標之商品或服務來自同一來源，或誤認二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，而產生混淆誤認之虞，違反商標法第30條第1項第11款前段之規定。

五、綜上所述，本件系爭商標指定使用於「網路廣告看板租賃；藉由網路提供商品交換之仲介服務；網路拍賣」服務違反商標法第30條第1項第11款前段規定，原處分所為系爭商標之註冊應予撤銷之處分，並無違誤，訴願決定予以維持，亦無不合，原告訴請撤銷原處分及訴願決定，為無理由，應予駁回。

六、本件事證已臻明確，兩造及參加人其餘之主張答辯或援引之證據，經本院審酌後，認對判決之結果均不生影響，爰不一一論列，併此敘明。

七、據上論結，本件原告之訴為無理由，依智慧財產案件審理法第2條，行政訴訟法第98條第1項前段，判決如主文。

中　　華　　民　　國　　113　　年　　6　　月　　13　　日

智慧財產第二庭

審判長法　官　彭洪英

法　官　汪漢卿

法　官　曾啓謀

以上正本係照原本作成。

一、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；如於本判決宣示或公告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）。

二、上訴未表明上訴理由且未於前述20日內補提上訴理由書者，逕以裁定駁回。

三、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49條之1第1項第3款）。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3項、第4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.上訴人或其代表人、管理人、法定代理人具備法官、檢察官、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，上訴人或其代表人、管理人、法定代理人具備會計師資格者。 3.專利行政事件，上訴人或其代表人、管理人、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	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

審訴訟代理人	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　　113　　年　　6　　月　　18　　日

書記官　洪雅蔓

附圖1：系爭商標
註冊第02138662號 申請日：民國109年6月29日 註冊日：民國110年5月1日 註冊公告日：民國110年5月1日 指定使用類別： 第035類：網路廣告看板租賃；藉由網路提供商品交換之仲介服務；網路拍賣。 appleman
附圖2：據以異議商標
1. APPLE 2. 蘋果
附圖3：參加人在我國註冊之商標

1.

註冊第01457997號

申請日：民國95年11月14日

註冊日：民國100年4月1日

註冊公告日：民國100年4月1日

指定使用類別：（類似之商品/服務節錄）

第009類：電腦；電腦硬體；伺服器；桌上型電腦；膝上型電腦，筆記型電腦及小筆記型電腦；掌上型及行動電腦；電腦終端機及螢幕顯示器；個人數位助理器等。

第035類：為其他企業採購電腦及資訊管理系統服務；企業商情資訊提供服務，即提供他人各種產品及服務之購買及銷售電腦之資料庫建立管理；以電腦、電腦軟體、電腦周邊設備及消費性電子商品之零售服務；透過電腦網路及全球通訊網路提供電腦、電腦軟體、電腦周邊設備及消費性電子商品之零售服務；安排及舉辦電腦、電腦軟體、線上服務、資訊技術及消費性電子產品之商展、博覽會及展覽會。

APPLE

2.

註冊第01591959號

申請日：民國95年11月14日

註冊日：民國102年8月1日

註冊公告日：民國102年4月1日

指定使用類別：（類似之商品/服務節錄）

第035類：透過電腦網路及全球通訊網路提供企業及商業相關資訊。

APPLE

3.

註冊第01623907號

申請日：民國97年6月27日

註冊日：民國103年1月16日

註冊公告日：民國103年1月16日

指定使用類別：（類似之商品/服務節錄）

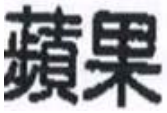
第009類：電腦、電腦硬體、電腦軟體、滑鼠墊、電腦麥克風、電腦掃描器、電腦網路攝影機、印表機；用於記錄、分類、播放、操作及檢閱文字、資料、聲音、影像及影片檔之各種手機及/或其他掌上移動型數位電子產品；電子擴充底座；用於支撐手機及/或其他掌上移動型電腦、個人數位助理器、音樂播放器之專用固定架；手機及/或其他掌上移動型數位電子產品之影像顯示器；用於記錄、分類、播放、操作及檢閱文字、資料、聲音、影像及影片檔之各種手機及其他掌上移動型數位電子產品用電腦軟體；桌上型電腦，膝上型電腦，筆記型電腦及小筆記型電腦；掌上型及行動電腦；電腦終端機及螢幕顯示器；個人數位助理器；電話管理軟體；行動電話固定架；行動電話保護套；電子設備專用櫃及架、電氣設備專用櫃及架；電腦磁碟置放盒等。

第035類：為企業提供電腦及電腦資訊管理系統之採購及諮詢服務；企業商情資訊提供服務，建立及管理電腦資料庫；電腦、電腦軟體、電腦週邊設備及消費性電子商品之零售服務；透過電腦網路及全球通訊網路提供電腦、電腦軟體、電腦週邊設備及消費性電子商品之零售服務。



4.

註冊第00038248號
申請日：民國77年11月11日
註冊日：民國78年9月1日
註冊公告日：民國78年10月1日
指定使用類別：（類似之商品/服務節錄）
第008類（相當於現行商品服務分類第035類）：各種電腦、電腦程式及電腦週邊設備之經銷、報價及投標之服務。



5.
註冊第00450858號
申請日：民國77年11月11日
註冊日：民國78年8月16日
註冊公告日：民國78年9月16日
指定使用類別：（類似之商品/服務節錄）
第009類：電腦、計算機、收銀機，電腦硬體，電腦軟體；程式卡片。

