

智慧財產及商業法院民事判決

112年度民商上字第11號

上訴人 台灣老行家有限公司

法定代理人 黎春叶

訴訟代理人 陳國華律師

連德照律師

呂函諭律師

被上訴人 老行家國際燕窩股份有限公司

法定代理人 李成壽

訴訟代理人 吳孟良律師

鄭亦珊律師

上列當事人間請求排除侵害商標權行為等事件，上訴人對於中華民國112年5月9日本院111年度民商訴字第38號第一審判決提起上訴，本院於113年1月4日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

一、上訴駁回。

二、第二審訴訟費用由上訴人負擔。

事實及理由

一、本件係智慧財產案件審理法修正施行(民國112年1月12日修正、同年8月30日施行)前繫屬於本院，依智慧財產案件審理法第75條第1項前段規定，自應適用修正前之規定。

二、被上訴人起訴主張：

被上訴人於88年間起即使用「老行家」公司名稱，創立可直接食用之老行家即食燕窩，推廣各種即食燕窩料理，並於90年間陸續向經濟部智慧財產局(下稱智慧局)註冊如附表所示「老行家」系列商標(下稱系爭商標)，除指定使用於「燕窩、珍珠粉」商品之外，亦指定使用於「顧問業」及「食品零售批發」服務。又被上訴人之「老行家」品牌榮獲各種獎

項及雜誌讀者評選，亦經廣告媒體大幅報導，且經智慧局諸多異議審定書、評定書認屬於著名商標，伊復投入數千萬元行銷金額邀請知名藝人代言，足認系爭商標已為相關事業或消費者普遍認知之著名商標。詎上訴人竟於110年6月21日設立含有著名商標「老行家」文字為其公司之特取名稱，且其登記營業項目之食品批發、食品顧問業，均與系爭商標所指定使用之上開類別相同或近似，自有使相關事業或消費者誤認兩造為同一或相關聯之商品、服務來源，或誤認兩造間存在關係企業、加盟關係，而有致相關事業及消費者混淆誤認之虞，且減損系爭商標表彰商品源自於被上訴人之識別性。又上訴人係由訴外人驛站便利超商有限公司(下稱驛站公司)獨資設立，其與上訴人之負責人同為黎春叶，而黎春叶為訴外人老行家(香港)有限公司(下稱香港老行家)之營運經理，然香港老行家與被上訴人無關，自不得使用系爭商標，遑論驛站公司竟在台灣以「LHK Doux Cadeau」、「燕之家」品牌建立網站販售與系爭商標商品相同領域之燕窩、珍珠粉及蘆薈飲等商品，更易使相關事業及消費者產生混淆誤認。爰依商標法第70條第2款、第69條第1項規定，請求上訴人不得使用相同「老行家」之字樣作為其公司名稱之一部分，並應向新北市政府辦理其公司名稱變更登記為不含相同「老行家」字樣之名稱。

三、上訴人答辯：

被上訴人就系爭商標所提為著名商標之證據多有疑義，且未能提出行銷費用及廣告成本之單據、市場銷售量、消費大眾之印象等實際證據，而行政機關之商標異議審定理由並無從拘束司法機關，故系爭商標實並非屬著名商標。又著名商標之認定，須達到一般消費者均普遍認知之高度著名程度始該當之，縱認屬於著名商標，惟系爭商標之識別性弱，且多角化經營程度低，上訴人單純以「台灣老行家」作為公司名稱之特取部分使用，且營運亦係以食品顧問業為主，並無將公司名稱使用於表彰任何商品或服務來源，亦無於官方網站或

01 店面等處使用公司名稱，與系爭商標使用於販售燕窩等商
02 品，兩者涉及之商品及服務並不相似，故於實際市場交易情
03 形，相關消費者無從就上訴人公司名稱與系爭商標產生聯想
04 而有混淆誤認之情形，亦無減損系爭商標識別性或信譽之
05 虞。再者，「老行家」商品乃香港老行家於87年由CARS(
06 HONG KONG)LIMITED於香港註冊商標使用，且香港老行家於
07 84年成功推出全球首創即時燕窩，於香港、台灣、中國、新
08 加坡及馬來西亞建立享負盛名之即時燕窩品牌，香港老行家
09 就「老行家」品牌設立及商標之註冊均早於被上訴人，故系
10 爭商標可能為香港老行家在亞洲地區之推廣而為消費者所週
11 知。至於驛站公司與上訴人間雖有投資關係，然兩家公司係
12 屬不同且獨立之法人主體，驛站公司之LHK品牌及販售之商
13 品均與上訴人無涉，且驛站公司之網頁從未出現過上訴人公
14 司名稱，相關事業及消費者根本無從依該網站內容誤認兩造
15 間有何關聯。此外，上訴人設立公司時，係取老行家為「經
16 驗豐富之人」之語意，並非明知「老行家」為著名商標，並
17 不該當於商標法第70條第2款侵害著名商標之主觀要件，且
18 上訴人之公司名稱既經經濟部預審核准通過登記，即不會有
19 導致消費者混淆誤認之問題等語。

20 四、原審判決被上訴人勝訴，即判命上訴人不得使用相同「老行
21 家」之字樣作為其公司名稱之一部分，並應向新北市政府辦
22 理其公司名稱變更登記為不含相同「老行家」字樣之名稱。
23 上訴人不服，提起上訴並聲明：(一)原判決廢棄。(二)被上訴人
24 在第一審之訴駁回。被上訴人答辯聲明：上訴駁回。

25 五、本件爭點：

26 (一)系爭商標於上訴人設立登記時是否為著名商標？

27 (二)上訴人以系爭商標作為其公司名稱之部分是否構成商標法第
28 70條第2款之視為侵害商標權？被上訴人依商標法第69條第1
29 項規定請求如原判決主文第一項所示，有無理由？

30 六、本院判斷：

31 (一)系爭商標於上訴人110年6月21日設立登記時為著名商標：

01 1.按商標法所稱著名，指有客觀證據足以認定已廣為相關事業
02 或消費者所普遍認知者，商標法施行細則第31條定有明文。
03 商標是否著名，應以國內事業及消費者之認知為準。而著名
04 商標之認定應就個案情況，考量商標識別性之強弱；相關事
05 業或消費者知悉或認識商標之程度；商標使用期間、範圍及
06 地域；商標宣傳之期間、範圍及地域；商標是否申請或取得
07 註冊及其註冊、申請註冊之期間、範圍及地域；商標成功執
08 行其權利的紀錄，特別指曾經行政或司法機關認定為著名之
09 情形；商標之價值；其他足以認定著名商標之因素等，綜合
10 判斷之。上述各項因素為例示而非列舉要件，個案上不必然
11 呈現上述所有參酌因素，應就個案具體情況，考量足資判斷
12 為著名的參酌因素。又商標法第70條第2款規定對著名商標
13 視為侵害商標權之情形，包括使用著名商標中之文字作為自
14 己公司、商號、團體、網域或其他表彰營業主體之名稱，有
15 致相關消費者混淆誤認之虞，或減損該商標之識別性或信譽
16 之虞，對於著名商標之內涵並無分別界定之立法意旨，關於
17 該著名商標之內涵係指有客觀證據足以認定已廣為相關事業
18 或消費者所普遍認知者之界定；而商標法第30條第1項第11
19 款後段所稱「著名商標」，基於同一用語同一法理，亦應採
20 同一界定，係指有客觀證據足以認定已廣為相關事業或消費
21 者所普遍認知之商標，無須達一般消費者普遍知悉之程度
22 （最高行政法院111年度大字第1號裁定、110年度上字第138
23 號判決意旨參照）。

24 2.被上訴人於88年間核准設立（原審卷一第21頁），先後於附
25 表所示之時間分別申請註冊系爭商標並指定使用於附表所示
26 商品或服務，其品牌名稱「老行家」自最早核准註冊公告之
27 90年2月16日起，迄今長達20年餘，並以系爭商標標示於所
28 生產銷售之燕窩、珍珠粉、蘆薈等養生或保健商品上，全台
29 據點有近50家門市，遍及北中南各地，且在各大百貨公司均
30 有設櫃，此有其提出之產品網頁及全台營業據點可參（同上
31 卷第351至366頁）。又被上訴人之「老行家」品牌即系爭商

標已榮獲台灣消費者委員會「精賞獎」及「優良企業大獎」、中小企業發展協進會之「特優商品金寰獎」，更榮獲康健雜誌讀者票選「健康品牌第一名」、BODY雜誌「美肌飲品賞」、「體內環保賞」、「美肌食賞」、「評審團好評獎」、Yahoo奇摩x早安健康「健康品牌風雲賞-燕窩類特優獎」、「健康品牌風雲賞-膠原蛋白類優等獎」、「健康品牌風雲賞-燕窩及膠原蛋白類優等獎」、「健康品牌風雲賞首獎」，且經《30》雜誌進行之「Young（年輕）世代品牌調查」中最想擁有之保健食品第一名，此有其提出之獲獎明細、獎牌照片、標章截圖、新聞媒體報導資料(同上卷第369至415頁)。且被上訴人歷年邀請國內知名度高之藝人或名人隋棠、陶晶瑩、林書煒、蔡詩萍、許維恩、寶媽等擔任品牌代言人或美麗大使以宣傳系爭商標商品，此有其提出之代言人及顧問宣傳資料可參(同上卷第505至507頁、第513頁、第517至529頁、第533至535頁)；被上訴人另聘請羅珮琳中醫師擔任養生顧問、台北醫學大學謝明哲教授擔任營養諮詢顧問師、藥膳養生大師林秋香老師製作出版「養生健康食譜」(同上卷第509至511頁、第537至539頁)，其品牌相關新聞迭經各傳播媒體報導(同上卷第417至476頁)，且曾在人潮往來眾多之捷運車廂及Youtube頻道為宣傳廣告(同上卷第477至503頁)。再衡酌系爭商標曾經智慧局在商標異議或評定程序中認定係屬於著名商標之情事，有被上訴人提出之異議審定書及評定書可稽(同上卷第25至26頁、第311至341頁)。準此，參酌上開客觀證據綜合判斷，足認系爭商標於上訴人110年6月21日設立公司登記時，其所表彰於燕窩、蘆薈、珍珠粉等養生或保健食品之來源或商譽，已廣為相關事業或消費者所普遍認知而達著名商標之程度。是以，上訴人仍爭執上開證據有諸多疑義，不足以認定系爭商標屬於著名商標，並非可採。

3.至上訴人雖主張香港老行家就「老行家」品牌設立及商標之註冊均早於被上訴人，否認系爭商標係經由被上訴人推廣而

01 為著名商標云云。惟系爭商標係由被上訴人在我國申請註冊
02 商標，並非香港老行家，且參以被上訴人之品牌所隸屬之老
03 行家集團於87年間成立，雖曾跨足馬來西亞、香港、台灣、
04 新加坡、澳門等，然於98年起因集團經營策略，已與香港老
05 行家切割，各自獨立經營，目前老行家集團品牌經營僅包含
06 馬來西亞、台灣、新加坡、澳門(原審卷一第75至77頁)，足
07 見被上訴人使用之系爭商標及「老行家」品牌已與香港老行
08 家無關。況上訴人迄未提出香港老行家於我國行銷使用之相
09 關證據資料，亦未提出我國相關消費者普遍認知「老行家」
10 所表彰商品或服務之來源係香港老行家而非被上訴人之相關
11 事證，是上訴人執此否認被上訴人之系爭商標為著名商標，
12 並不可採。

13 (二)上訴人以系爭商標作為公司名稱，構成商標法第70條第2款
14 之視為侵害商標權行為：

- 15 1.按未得商標權人同意，明知為他人著名之註冊商標，而以該
16 著名商標中之文字作為自己公司、商號、團體、網域或其他
17 表彰營業主體之名稱，有致相關消費者混淆誤認之虞或減損
18 該商標之識別性或信譽之虞者，視為侵害商標權，商標法第
19 70條第2款定有明文。又判斷有無混淆誤認之虞，應參酌：
20 (1)商標識別性之強弱；(2)商標是否近似暨其近似之程度；(3)
21 商品、服務是否類似暨其類似之程度；(4)先權利人多角化經
22 營之情形；(5)實際混淆誤認之情事；(6)相關消費者對各商標
23 熟悉之程度；(7)系爭商標之申請人是否善意；(8)其他混淆誤
24 認之因素等。另所稱「著名商標」雖係指有客觀證據足以認
25 定已廣為相關事業或消費者所普遍認知者而言，惟是否有減
26 損著名商標之識別性或信譽之虞，仍應參酌商標著名之程
27 度、商標近似之程度、商標被普遍使用於其他商品或服務之
28 程度、著名商標先天或後天識別性之程度及系爭商標權人是
29 否有使人將其商標與著名商標產生聯想的意圖之其他等因素
30 綜合判斷。

01 2.查上訴人之負責人黎春叶為香港老行家之營運經理(原審卷
02 一第37頁)，與被上訴人之品牌隸屬老行家集團具有密切淵
03 源，其另獨資在臺灣設立驛站公司並擔任上訴人董事及法人
04 代表，此有公司登記資料可參(同上卷第31、33頁)，復設立
05 官方網站經營「LHK Doux Cadeau」品牌，並在網站販售之
06 商品即為系爭商標所廣為人知之燕窩、珍珠粉商品(同上卷
07 第39至64頁)，顯然明知被上訴人之系爭商標在該類養生或
08 保健食品為具有高知名度之著名商標，而仍以「老行家」作
09 為上訴人公司之特取名稱，自有侵害著名商標之故意，是上
10 訴人辯稱其僅係取老行家為「經驗豐富之人」之意，不知系
11 爭商標係屬著名商標云云，顯非可採。

12 3.上訴人以「老行家」作為公司名稱有致相關消費者混淆誤認
13 之虞及減損系爭商標識別性之虞：

14 (1)系爭商標在上訴人110年6月21日設立登記時，其所表彰於
15 燕窩、蘆薈、珍珠粉等養生、保健食品之來源及商譽，在
16 國內已廣為相關事業或消費者所普遍認知而達著名商標之
17 程度，業如前述。而系爭商標僅由中文字「老行家」組成
18 ，上訴人以「台灣老行家」作為公司之特取名稱（其中「
19 台灣」為地名不具識別性），依社會一般通念，與系爭商
20 標實質相同，相關事業及消費者極可能誤認二者係屬同一
21 事業或關係企業。

22 (2)系爭商標在指定使用於燕窩、珍珠粉等養生或保健商品
23 上，已廣為相關事業或消費者所普遍認知而為著名商標，
24 而依上訴人公司所營項目為食品什貨批發業、食品什貨及
25 飲料零售業、食品顧問業等(原審卷一第29頁、卷二第155
26 頁)，二者相較，上訴人公司所經營之食品批發、零售或
27 顧問服務，常為前者之行銷、銷售管道，具有共同或關聯
28 之處，依一般社會通念及市場交易情形，易使相關事業或
29 消費者誤認其可能具有關聯之來源，應屬類似之商品或服
30 務。

- (3)系爭商標之「老行家」文字固有對某行業具有豐富經驗之人之意，惟其與指定使用之商品、服務間無直接關聯性，並經被上訴人長期廣泛使用已達著名商標之程度，其識別性程度高。另上訴人自承目前僅從事食品顧問業，並無販售商品(原審卷二第13頁)，並無證據證明為相關事業或消費者所熟知，足見系爭商標之高知名程度顯較上訴人公司經營之食品顧問業，更為相關事業或消費者所熟悉。
- (4)被上訴人自90年起陸續獲准註冊系爭商標，並指定使用於如附表所示商品、服務，其使用之商品、服務類別甚廣，除燕窩、蘆薈、珍珠粉等各類食品零售服務外，亦有飲食店、化妝品、保養品、月餅、餅乾、企業管理顧問及諮詢、行銷顧問等，且零售銷售據點除實體店鋪外，亦擴及百貨公司及網路購物，此有系爭商標註冊資料、被上訴人官方網站及銷售據點可參(原審卷一第307至310頁、第351至366頁)，堪認被上訴人就系爭商標有多角化經營之可能情形。
- (5)上訴人明知系爭商標為著名商標，卻仍以系爭商標實質相同之「老行家」文字作為公司之特取名稱，顯見上訴人以「老行家」作為被告公司名稱申請設立登記時實非出於善意。
- (6)綜上，衡酌系爭商標與上訴人公司名稱實質相同，系爭商標為具有高度識別性之著名商標，且上訴人公司所經營之業務與系爭商標指定使用之商品、服務類似，相關事業或消費者對於系爭商標熟悉程度顯較上訴人公司高，被上訴人在國內有多角化經營之可能性，上訴人申請設立登記時非出於善意等相關因素綜合判斷，堪認上訴人以「老行家」作為其公司之特取名稱，並經營相同或類似之食品零售及顧問業，以具有普通知識經驗相關事業或消費者，就兩者以異時異地隔離觀察，並於購買、洽詢時施以普通注意，極有可能會誤認兩者來自同一來源，或誤認其來自雖不相同但有關聯之來源，而產生混淆誤認之虞之情事，甚

01 且因著名之系爭商標與其所表彰之商品或服務來源間之關
02 聯性可能遭到淡化，而使系爭商標在社會大眾的心中不會
03 留下單一聯想或獨特性印象，致有減損商標識別性之虞，
04 已構成商標法第70條第2款之視為侵害商標權行為。

05 4.上訴人雖主張其僅從事食品顧問業，與被上訴人以系爭商標
06 使用於販售燕窩等商品不同，其無將公司名稱使用於表彰任
07 何商品或服務來源，兩者涉及之商品及服務不相似，相關消
08 費者無從就上訴人公司名稱與系爭商標產生聯想而有混淆誤
09 認之情形，亦無減損系爭商標識別性等等。惟按商標法第70
10 條第2款修正理由在於加強對著名商標之保護，倘明知為他
11 人著名之註冊商標，而以該著名商標中之文字作為自己公司
12 名稱，有致相關消費者混淆誤認之虞或減損該商標之識別性
13 之虞，即構成該條款之視為侵害商標權情形，並不以實際上
14 已構成混淆誤認或減損其識別性為限。本件依上訴人公司登
15 記所營事業項目，除食品顧問業外，尚有食品什貨批發業、
16 食品什貨及飲料零售業(原審卷一第29頁、卷二第155頁)，
17 該食品批發、零售服務，既為系爭商標指定使用之商品即燕
18 窩、珍珠粉等養生或保健商品之行銷或銷售管道，兩者即具
19 有共同或關聯之處，極易因上訴人取與系爭商標相同之「老
20 行家」文字，而使相關事業或消費者誤認其可能具有相同或
21 關聯之來源，況系爭商標除指定使用於燕窩、珍珠粉等食品
22 零售外，亦有指定使用於相關企業顧問及諮詢服務而有多元
23 化經營之可能性，尚難認此不會造成相關事業或消費者混淆
24 誤認之虞。再者，系爭商標於上訴人設立公司登記時，其於
25 燕窩、蘆薈、珍珠粉等養生或保健食品等商品既屬著名商標
26 ，其識別性高，業如前述，衡酌上訴人負責人黎春叶所獨資
27 之驛站公司既有在官網販售燕窩、珍珠粉等相同或類似商品
28 之行為，則其取名「老行家」作為上訴人公司之特取名稱，
29 非無使人將其與系爭商標產生聯想之意圖，自有減損系爭商
30 標識別性之虞，故上訴人所述並非可採。

01 5.至上訴人另主張其公司名稱經經濟部預審通過，既經核准登
02 記，應不會有導致消費者混淆誤認之問題云云。然而，公司
03 名稱登記前雖須先申請預查，然其名稱是否有違反商標法之
04 規定，並不在公司設立登記審核之列，上訴人既明知系爭商
05 標為被上訴人之著名商標，仍使用作為自己公司之特取名稱
06 ，已構成視為侵害系爭商標之行為，自難以其公司名稱業經
07 核准登記，即排除商標法第70條第2款規定之適用。

08 (三)被上訴人得請求上訴人不得使用相同「老行家」字樣作為公
09 司名稱之部分，並應辦理變更登記：

10 按商標權人對於侵害其商標權者，得請求除去之；有侵害之
11 虞者，得請求防止之，商標法第69條第1項定有明文。本件
12 上訴人明知系爭商標為著名商標，竟以相同文字「老行家」
13 作為自己公司名稱之特取部分，有致相關消費者混淆誤認之
14 虞，且有減損該商標識別性之虞，已構成商標法第70條第2
15 款之視為侵害商標權行為，已如前述。則被上訴人依前揭規
16 定，請求上訴人不得使用任何相同「老行家」之字樣作為其
17 公司名稱之一部分，且應向新北市政府（即上訴人所在地之
18 主管機關）辦理其公司名稱變更登記為不含相同「老行家」
19 字樣之名稱，即屬有據。

20 七、綜上所述，本件被上訴人依商標法第70條第2款、第69條第1
21 項之規定請求排除上訴人之侵害系爭商標，核屬有據。從而
22 ，原審判命上訴人不得使用相同「老行家」之字樣作為其公
23 司名稱之一部分，並應向新北市政府辦理其公司名稱變更登
24 記為不含相同「老行家」字樣之名稱，並無違誤。上訴意旨
25 指摘原判決不當，求予廢棄改判，為無理由，應予駁回。

26 八、本件事證已臻明確，兩造其餘主張及攻擊防禦方法，經本院
27 審酌後認對判決結果不生影響，爰不逐一論列。

28 九、結論：本件上訴為無理由，依修正前智慧財產案件審理法第
29 1條，民事訴訟法第449條第1項、第78條，判決如主文。

30 中 華 民 國 113 年 1 月 25 日
31 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

以上正本係照原本作成。

如不服本判決，應於收受送達後20日內向本院提出上訴書狀，其未表明上訴理由者，應於提出上訴後20日內向本院補提理由書狀（均須按他造當事人之人數附繕本），上訴時應提出委任律師或具有律師資格之人之委任狀；委任有律師資格者，應另附具律師資格證書及釋明委任人與受任人有民事訴訟法第466條之1第1項但書或第2項（詳附註）所定關係之釋明文書影本。如委任律師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

中 華 民 國 113 年 1 月 31 日

書記官 蔣淑君

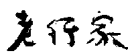
附註：

民事訴訟法第466條之1(第1項、第2項)

對於第二審判決上訴，上訴人應委任律師為訴訟代理人。但上訴人或其法定代理人具有律師資格者，不在此限。

上訴人之配偶、三親等內之血親、二親等內之姻親，或上訴人為法人、中央或地方機關時，其所屬專任人員具有律師資格並經法院認為適當者，亦得為第三審訴訟代理人。

附表

編號	註冊/審定號	圖示	商品類別	指定使用商品(服務)名稱	註冊公告日
1	00185287		第35類	化妝品、食品、飲料、燕窩、冰糖燕窩、蘆薈、珍珠粉、人蔘茶之零售服務。	92年9月16日
2	00185887		第43類	冷熱飲料店，飲食店，小吃店，冰果店，茶室，餐廳，咖啡廳，啤酒屋，酒吧，飯店。	92年9月16日
3	00924328		第5類	燕窩。	90年2月16日

4	01032291		第31類	植物、花卉、種子、胞芽、盆景、花草、蘆薈、花粉、鮮花、花苗、樹苗、果苗、蔬菜種子、咖啡種苗、雜穀種子、農作物種子、植物菌種、香菇菌種、洋菇菌種。	92年3月1日
5	01051884		第3類	化妝品、珍珠膏（保養皮膚用）、外用珍珠膏、保養皮膚用蘆薈膏（蘆薈霜）、滋潤皮膚用蘆薈膏（蘆薈霜）。	92年9月1日
6	01398239		第29類	乳酸菌飲料、奶粉、米漿、豆花、龜苓膏凍、燕窩凍、肉類製品、非活體水產製品、肉類速食調理包、肉湯、乾製果蔬、糖漬果蔬、醬菜、蔬菜速食調理包、冰糖燕窩湯、蔬菜湯、紅豆湯、食用乾製花草、人造肉速食調理包、素食高湯。	99年2月16日
7	01398317		第30類	茶葉、茶葉製成之飲料、咖啡、可可、咖啡、巧克力製成之飲料、調味用醬、醋、調味用香料、蜂蜜、糖果、餅乾、燕窩月餅、蛋糕、綜合穀物纖維粉、酵母、分解乳糖用酵素、活性乾酵母、活性新鮮酵母、餡餅。	99年2月16日
8	00988367		第29類	食用動植物萃取物。	91年4月1日
9	01485951		第35類	廣告企劃、廣告設計、報章廣告設計、雜誌廣告設計、網路廣告設計、各種廣告招牌設計、廣告美術設計、型錄設計、商標設計、產品簡介設計、企業識別體系設計、廣告模型設計、為企業企劃折扣卡以促銷其商品或服務為目的之服務、廣告版面設計、廣告、戶外廣告、電視廣告、電視商業廣告、	100年11月16日

電台廣告、電台商業廣告、
郵購型錄廣告、廣告製作、
廣告促銷模型製作、廣告資
料更新、各種廣告招牌製
作、廣告專欄製作、廣告稿
撰寫、廣告代理、傳播媒體
廣告時段租賃、廣告宣傳、
樣品分發、張貼廣告、廣告
宣傳品遞送、為他人促銷產
品服務、電腦網路線上廣
告、商品現場示範、廣告宣
傳本出版、為他人提供促銷
活動、為零售目的在通訊媒
體上展示商品、商店櫥窗裝
飾、商店擺設設計、代理進
出口服務、代理國內外廠商
各種產品之報價、代理國內
外廠商各種產品之投標、代
理國內外廠商各種產品之經
銷、代理國內外廠商各種產
品之報價投標經銷、為其他
企業採購商品及服務、協助
企業對外採購服務、開發票
服務、商情提供、成本價格
分析、提供各種產品之價格
比較及評估、價格比較服
務、林木估價、羊毛估價、
羊毛分級評定、貨物公證、
打字、文字處理、抄寫、速
記、文件複製、影印、建立
電腦資訊系統資料庫、電腦
資料庫資訊編輯、電腦檔案
管理、電腦資料庫管理、電
腦文字處理、為他人提供電
腦資料庫檢索、辦理會計業
務、審計、會計簽證、帳務
稽核、財務報告之查核簽
證、稅務簽證、代客記帳服
務、財務報表製作、簿記、
薪資帳冊製作、統計服務、
統計資料彙編、辦理會計制
度之設計修訂、稅務代理、
稅務文件準備、企業評價、
企業資訊、企業查詢、企業

管理和組織諮詢、旅館經營管理、企業研究、企業管理顧問、企業組織諮詢、企業管理諮詢、表演藝術家事業管理、專業企業諮詢、企業買收之仲介及有關之諮詢顧問、行銷研究諮詢顧問、行銷顧問、存貨庫存管理、企業營業點評估、為他人授權之商品及服務提供商業管理、提供商業資訊、企業效率專業諮詢、演藝經紀服務、人事管理顧問、人事管理諮詢、職員選擇之心理測驗、人力資源管理顧問、市場研究及分析、市場研究、經濟預測、企業調查、工商管理協助、對購物訂單提供行政處理服務、企業經營協助、企業管理協助、新聞剪報服務、秘書服務、電話代接服務、為無法接聽電話用戶提供電話答覆、安排報紙訂閱、公關、公關顧問、協尋贊助廠商、職業介紹、人力仲介、人員招募、拍賣、古董拍賣、珠寶拍賣、藝術品拍賣、網路拍賣、市場調查、市場調查顧問、民意調查、輿論調查、意見調查、電視收視率調查、電視牆租賃、廣告牆租賃、電子廣告看板租賃、網路廣告看板租賃、廣告宣傳器材租賃、廣告空間租賃、辦公機器租賃、影印機租賃、辦公設備租賃、收銀機租賃、為工商企業籌備商展服務、為工商企業籌備展示會服務、為工商企業籌備博覽會服務、籌備商業性或廣告目的性的展示會、籌備商業性或廣告目的性的展銷會、展覽會場佈置、百貨公司、超級市場、

便利商店、購物中心、郵購、電視購物、網路購物、為消費者提供商品資訊及購物建議服務、量販店、百貨商店、農產品零售批發、飲料零售批發、成衣零售批發、衣服零售批發、家具零售批發、五金零售批發、家庭日常用品零售批發、清潔用品零售批發、化學製品零售批發、化學原料及其製品零售批發、化學原料零售批發、藥物零售批發、西藥零售批發、中藥零售批發、營養補充品零售批發、醫療器材及醫療用材料零售批發、文教用品零售批發、鐘錶零售批發、眼鏡零售批發、建材零售批發、電器用品零售批發、電子材料零售批發、電信器材零售批發、汽車零售批發、汽車零件配備零售批發、首飾零售批發、貴重金屬零售批發、攝影器材零售批發、畜產品零售批發、水產品零售批發、化粧品零售批發、運動用品及器材零售批發、育樂用品零售批發、機械器具零售批發、機車零售批發、機車零件配備零售批發、自行車零售批發、自行車零件配備零售批發、燃料零售批發、喪葬用品零售批發、宗教用品零售批發、食品零售批發、布疋零售批發、靴鞋零售批發、皮件零售批發、皮包零售批發、手提袋零售批發、皮箱零售批發、室內裝設品零售批發、寢具零售批發、美容用具零售批發、嬰兒用品零售批發、婦嬰用品零售批發、衛浴設備零售批發、電腦軟硬體及其周邊配備零售

				批發、寵物及其用品零售批發、菸酒零售批發、廚房設備零售批發、精密儀器零售批發、度量衡器零售批發、交通標誌器材零售批發、消防安全設備零售批發、手工藝品零售批發。	
--	--	--	--	---	--