

智慧財產法院民事判決

109年度民專上字第15號

上訴人 翁紹明

訴訟代理人 趙嘉文

楊理安律師

輔佐人 章正裕

被上訴人 樂播科技股份有限公司

兼法定

代理人 詹群毅

共同

訴訟代理人 賴安國律師

複代理人 楊啟元律師

上列當事人間侵害專利權有關財產權爭議等事件，上訴人對於中華民國109年3月23日本院108年度民專訴字第79號第一審判決提起上訴，本院於110年1月28日言詞辯論終結，判決如下：

主文

上訴駁回。

第二審訴訟費用由上訴人負擔。

事實及理由

壹、程序事項

被上訴人於二審雖提出新攻擊防禦方法，主張中華民國發明第I655596號「社群平台直播輔助系統」（下稱系爭專利）另違反核准時專利法第21條規定，系爭專利請求項1違反同法第26條第2項規定，及乙證7、7-1可證明系爭專利請求項1不具新穎性、進步性，然被上訴人是在本院行第一次準備程序前即提出上開主張，依訴訟進行之程度，難認有逾時

提出之情形，被上訴人並已釋明該攻擊防禦方法對其是否應負專利侵權責任具有重要性，如不許其提出將致顯失公平，是依民事訴訟法第447條第1項第6款規定，應許其提出。又本院於第一次準備程序已曉諭被上訴人應簡化爭點（見本院卷一第226頁），並於民國109年11月30日第二次準備程序時與兩造確認本件爭點，兩造對於簡化後之爭點均表示無意見（見本院卷二第9頁），嗣被上訴人於準備程序終結後又再主張以乙證7、4之組合，或乙證7、7-1、4之組合證明系爭專利請求項1不具進步性，然上訴人表示不同意（見本院卷二第255頁），本院認並無民事訴訟法第270條之1第3項但書之情形，依民事訴訟法第463條準用第270條之1第3項前段規定，自不應准許，先予敘明。

貳、實體事項

一、上訴人主張：上訴人為系爭專利之專利權人，專利權期間自108年4月1日至126年7月25日止。詎被上訴人樂播科技股份有限公司（下稱樂播公司）未經上訴人同意，於Apple Store及Google play等處上架之「Ja Jambo（就·醬·播）」直播輔助系統應用程式（下稱系爭系統），落入系爭專利請求項1之文義範圍，構成文義侵權。上訴人於108年4月30日發函通知樂播公司停止侵害行為，然樂播公司仍持續侵害系爭專利迄今，其侵權行為顯屬故意。又被上訴人詹群毅為樂播公司負責人，應與樂播公司負連帶賠償責任。爰依專利法第96條、第97條、公司法第23條第2項之規定，提起本件請求。原審為上訴人敗訴之判決，上訴人不服提起上訴。並上訴聲明：(一)原判決廢棄。(二)樂播公司、詹群毅均不得繼續直接或間接、自行或委託他人為販賣之要約、販賣、使

用系爭系統，且不得為其他侵害上訴人系爭專利權之行為。
(三)樂播公司、詹群毅應連帶給付上訴人新臺幣（下同）50萬元，及自起訴狀繕本送達翌日起至清償日止，按年息百分之5計算之利息。(四)上開第三項聲明，上訴人願供擔保請准宣告假執行。

二、被上訴人則以：系爭系統並未落入系爭專利請求項1之權利範圍。系爭專利要件B、C僅能擷取「以頁面為範圍之ID（下稱PSID）」，無法藉以特定「買家會員身分」，且要件E無法擷取PSID，故系爭專利無法據以實現而違反核准時專利法第26條第1項規定，同理系爭專利請求項1因無法達成發明目的而欠缺明確性，違反同條第2項規定。又系爭專利無法透過系統辨識買家，必須藉助人類心智活動始能執行，不符合發明之定義，違反同法第21條之規定。此外，乙證5（補強證據乙證6）或乙證7（補強證據乙證7-1）均可證明系爭專利請求項1不具新穎性；乙證3，或乙證3、4之組合，或乙證3、4、5（補強證據乙證6）之組合，或乙證3、4、5、6之組合，或乙證7（補強證據乙證7-1），或乙證7、7-1之組合均可證明系爭專利請求項1不具進步性等語，資為抗辯。並聲明：(一)上訴駁回。(二)如受不利判決，願供擔保請准免為假執行。

三、本院之判斷：

(一)系爭專利之內容（如附圖一所示）：

1.系爭專利所欲解決的問題：

現今許多賣家是以直播方式銷售產品，賣家透過網路直播介紹產品，觀眾於觀看過程中形同消費者，能夠以留言方式下購訂單或競價得標購買產品，使直播成為另類之銷售虛擬通

01 路。再者，直播銷售產品比開實體店面成本低，不用擔心開
02 店時間，隨時隨地都可直播，賣家靈活性較高，但是，社群
03 平台之直播功能，僅提供影片觀賞及留言互動，並沒有網購
04 平台般完整之金、物流系統，直播之購買方式以直播過程中
05 之賣家對話及觀眾之留言內容作為購買依據。然而，直播時
06 間可能一次好幾個小時，賣家僅能夠以手寫或事後觀看留言
07 方式，確認購買之觀眾，而且購買之觀眾必須於直播結束後
08 ，自行與賣家連絡，以利於後續之付款結帳。若是訂購人數
09 過多時，賣家以手寫紀錄方式，便無法有效率之完整記錄，
10 容易發生記錄不正確或遺漏之情形，當事後購買觀眾與賣家
11 連絡時，則會發生訂單無法正確核對，需要再次重新觀看所
12 有直播影片及留言內容，確認訂購紀錄，造成買家與賣家間
13 之困擾；另外，或是購買觀眾於事後忘記與賣家連絡，則銷
14 售訂單無法成立，賣家得再找其他時間或方式將產品販賣銷
15 售，造成賣家之損失。因此，雖然直播銷售產品有別於以往
16 銷售通路之販賣形態，但是於使用上依然存在諸多不便處，
17 如何改善社群平台直播銷售產品之諸多缺點，有待相關業者
18 解決之（見原審卷一第 43 至 44 頁）。

19 2.系爭專利之技術手段：

20 本發明提供一種社群平台直播輔助系統，其架設於一伺服器
21 且透過網際網路連接於一社群平台，使用者透過一終端機使
22 用社群平台之直播輔助系統，其中，終端機具有一操作介面
23 ，社群平台直播輔助系統包含：一擷取單元、一處理單元及
24 一得標整合單元，處理單元透過擷取單元接收並提取產品直
25 播內容，產品直播內容具有一留言資訊，能透過操作介面選
26 取得標之留言資訊；得標整合單元根據選取得標之留言資訊

，以整合為一得標資料。藉此，能夠快速且精確紀錄得標資料（見原審卷一第41頁）。

(二)專利有效性證據之說明：

乙證3 為106 年4 月11日公告之我國TWI578252B號「網路團購整單系統」專利案（見原審卷一第251 至268 頁）；乙證4-1 、4-2 、4-3 為Wayback Machine 公益網站儲存的104 年3 月26日「Yahoo 拍賣服務網站－訂單查詢」、「Yahoo 拍賣服務網站－購物車」、「Yahoo 拍賣服務網站－確認訂單內容」頁面影本（見原審卷一第269 至279 頁、本院卷二第67至71頁）；乙證5 為Wayback Machine 公益網站儲存的106 年7 月7 日「《FB購物+1整單系統》經營FB購物社團的好幫手－FBBUY 」頁面影本（見原審卷一第315 至321 頁）；乙證6 為Wayback Machine 公益網站於106 年7 月2 日儲存的「直播競標結單－操作教學－FBBUY 整單系統」頁面影本（見原審卷一第323 至329 頁）；乙證7 為Wayback Machine 公益網站儲存的106 年6 月3 日「Buy+1 是一套Facebook社團賣家的小幫手」頁面影本（見本院卷一第175 至181 頁，如附圖二所示）；乙證7-1 為Wayback Machine 公益網站儲存的106 年7 月7 日「我適合哪一套系統Fbuy或Buy+1 ??」頁面影本（見本院卷一第183 至187 頁，如附圖三所示），上開證據之公開日均早於系爭專利申請日（106 年7 月26日），可為系爭專利之先前技術。

(三)申請專利範圍解釋：

- 1.系爭專利請求項1 中的「買家會員身分」應如何解釋有疑義，雖兩造於原審曾主張應解釋為「於社群平台已註冊之人，在產品直播內容以該註冊身份作為買家會員之身份者，屬於

01 留言資訊的一部分而會顯示在產品直播內容中，買家端和賣
02 家端從直播內容皆可見」，然按發明專利權範圍，以申請專
03 利範圍為準，於解釋申請專利範圍時，並得審酌說明書及圖
04 式，專利法第58條第4項定有明文。申請專利範圍解釋為法
05 律問題，並無辯論主義之適用，是本院雖得參酌兩造之意見
06 ，但仍應依職權為判斷，不受兩造主張之拘束，為避免造成
07 突襲性裁判及平衡保護訴訟當事人之實體利益及程序利益，
08 本院於109年10月5日準備程序已當庭諭示系爭專利請求項
09 1中「買家會員身份」應解釋為「於社群平台已註冊之人，
10 在產品直播內容以該註冊身分做為買家會員之身分者」，並
11 請兩造依前開解釋進行有效性及侵權攻防，以下說明本院採
12 該解釋之理由：

- 13 (1)經審酌系爭專利說明書，其中與「買家會員身份」有關之段
14 落如下：系爭專利說明書段落【0005】記載「直播時間可能
15 一次好幾個小時，賣家僅能夠以手寫或事後觀看留言方式，
16 確認購買之觀眾，而且購買之觀眾必須於直播結束後，自行
17 與賣家連絡，以利於後續之付款結帳」（見原審卷一第43至
18 44頁）。段落【0008】記載「本發明提供一種社群平台直播
19 輔助系統，透過網際網路連接於社群平台，且提取產品直播
20 內容及留言資訊，根據點選得標之留言資訊整合為得標資料
21 ，藉此，能夠快速且精確紀錄得標資料，避免遺漏或記錄錯
22 誤之問題」（見原審卷一第44頁）。段落【0012】記載「本
23 發明能達成之功效，藉由處理單元透過擷取單元提取於社群
24 平台進行產品直播內容，處理單元會將各留言資訊及對應之
25 選取選項顯示於操作介面，使用者能夠透過終端機之操作介
26 面點選得標之買家會員身份，得標整合單元根據選取得標之

買家會員身份，以整合為得標資料，藉此，能夠快速且精確紀錄所有得標資料，改善以往於社群平台直播銷售賣商品時，無法有效率紀錄每筆得標資料之缺點，進而提升得標資料處理效率」（見原審卷一第45頁）。段落【0014】記載「當買家端於買家帳戶模組註冊買家資訊，買家端所購買產品之得標資料便會紀錄顯示於買家資訊中，而買家端能夠透過金流單元，將一筆或多筆得標資料進行結帳，藉此，改善以往社群平台之直播功能，無法提供金、物流系統之缺點，進而提供購物消費之便利性」（見原審卷一第46頁）。段落【0018】記載「社群平台直播輔助系統100 透過網際網路連接於一社群平台2，其中，社群平台2 係臉書、微博、LinkedIn、Twitter、Instagram 或Snapchat，於本發明實施例中，社群平台2 係臉書（Facebook），而使用者需透過網際網路至社群平台2 註冊為會員，便能夠使用社群平台2，其中，使用者為賣家端5 或買家端6，賣家端5 於社群平台2 註冊會員具有一賣家會員身份5a，買家端6 於社群平台2 註冊會員具有一買家會員身份6a」（見原審卷一第47頁）。段落【0019】記載「一擷取單元10，其透過網際網路與社群平台2 之一產品直播內容7 連接，產品直播內容7 具有一直播影片8 及一留言資訊9，其中，直播影片8 由賣家端5 透過社群平台2 發送，留言資訊9 由買家端6 透過社群平台2 對應直播影片8 發送；當賣家端5 於社群平台2 拍攝播放產品直播內容7 之過程中，擷取單元10透過網際網路連接至產品直播內容7。再者，留言資訊9 包含一留言信息9a及買家會員身份6a，而留言信息9a為文字、數字或符號其中之一或及其組合；買家會員身份6a為社群平台2 之身份（Identity/ID）

」(見原審卷一第47頁)。段落【0020】記載「一處理單元20，其架設於伺服器1且與擷取單元10訊號連結，處理單元20接收並提取留言資訊9，處理單元20經由擷取單元10提取對應留言信息9a之買家會員身份6a，以及處理單元20經由擷取單元10提取產品直播內容7賣家端5之賣家會員身份5a。再者，處理單元20具有一選取選項21，處理單元20將提取之留言資訊9給予對應之選取選項21，其中，於本發明實施例中，選取選項21係得標選取按鍵，使用者能夠透過終端機3之操作介面4點擊選取選項21，如圖1及圖6所示」(見原審卷一第47至48頁)。段落【0028】記載「帳戶管理單元60更具有一買家帳戶模組62，買家帳戶模組62用以儲存管理複數買家資訊621，得標資料41能夠對應且顯示於對應之各買家資訊621。於本發明實施例中，買家端6能夠於買家帳戶模組62註冊買家資訊621，買家帳戶模組62透過處理單元20所提取買家端6之買家會員身份6a，並對應連接至買家資訊621，得標整合單元40根據得標資料41中留言資訊9之買家會員身份6a，將得標資料41顯示並儲存於買家資訊621中」(見原審卷一第50頁)。

(2)由系爭專利說明書段落【0005】、【0008】、【0012】、【0014】所載前開內容，可知系爭專利「買家會員身分」之目的在於「確認購買之觀眾」，「使用者能夠透過終端機之操作介面點選得標之買家會員身份，得標整合單元根據選取得標之買家會員身份，以整合為得標資料，藉此，能夠快速且精確紀錄所有得標資料，改善以往於社群平台直播銷售賣商品時，無法有效率紀錄每筆得標資料之缺點，進而提升得標資料處理效率」，「當買家端於買家帳戶模組註冊買家資訊

，買家端所購買產品之得標資料便會紀錄顯示於買家資訊中，而買家端能夠透過金流單元，將一筆或多筆得標資料進行結帳，藉此，改善以往社群平台之直播功能，無法提供金、物流系統之缺點，進而提供購物消費之便利性」，因此，對於賣家端，「買家會員身分」可使賣家能快速且精確地確認購買之觀眾並紀錄所有得標資料，改善以往於社群平台直播銷售賣商品時，無法有效率紀錄每筆得標資料之缺點，進而達成提升得標資料處理效率的功效，對於買家端，「買家會員身分」可使買家端於付款結帳時，夠透過金流單元，將一筆或多筆得標資料進行結帳，進而達成提供購物消費之便利性的功效。

(3)再由系爭專利說明書段落【0018】、【0019】所載內容「賣家端5 於社群平台2 註冊會員具有一賣家會員身份5a，買家端6 於社群平台2 註冊會員具有一買家會員身份6a」及「留言資訊9 包含一留言信息9a及買家會員身份6a，而留言信息9a為文字、數字或符號其中之一或及其組合；買家會員身份6a為社群平台2 之身份（Identity/ID）」（見原審卷一第47頁），可瞭解買家於社群平台上註冊會員後，即具有一「買家會員身分」，此為買家在為社群平台之註冊身份（Identity/ID），以供買家在社群平台的產品直播中留言時，辨識其身分，故系爭專利請求項1 所載「買家會員身分」之用語，應解釋為「於社群平台已註冊之人，在產品直播內容以該註冊身份作為買家會員之身份者」。

2.兩造對於「買家會員身分」之解釋雖較本院上開解釋增加「屬於留言資訊的一部分而會顯示在產品直播內容中，買家端和賣家端從直播內容皆可見」之限制條件，並以「參酌系爭

專利說明書第【0018】至【0019】段之內容，蓋以買家會員身分6a為買家端6於社群平台註冊會員而來，而買家會員身分6a即為社群平台之身分，如同系爭專利圖6所示之『FB名稱』即為Facebook（社群平台2）之身分而顯示於產品直播內容7中，足以支持本段解釋『買家會員身分』之文義」為其所憑之主要論據。但系爭專利說明書段落【0018】已揭露「社群平台直播輔助系統100透過網際網路連接於一社群平台2，其中，社群平台2係臉書、微博、LinkedIn、Twitter、Instagram或Snapchat，於本發明實施例中，社群平台2係臉書（Facebook）」（見原審卷一第47頁），顯然系爭專利圖6所之所示「FB名稱」為臉書買家身分而顯示於產品直播內容7中，僅係系爭專利實施例，其他社群平台未必在直播時會如同臉書有相同之顯示，自不應以系爭專利圖6所示之「FB名稱」實施例而增加上開限縮條件，是兩造上開解釋自不可採。

(四)專利有效性部分：

1.乙證7（補強證據乙證7-1）不足以證明系爭專利請求項1不具新穎性：

(1)乙證7「Buy+1是一套Facebook社團賣家的小幫手」和乙證7-1「我適合哪一套系統Fbuy或Buy+1??」，二者內容均關於「Buy+1賣家系統」，且核對二者所述技術內容均一致地描述Buy+1賣家系統具有「顧客在貼文留言+1，系統後台即自動成立訂單」、「訂單成立後買家可自行至會員介面查看訂單資訊」、「Buy+1是FB下的應用程式，買賣雙方都不需跳離Facebook（臉書）連結到外部網頁結帳」等功能，故乙證7和乙證7-1為基於同一基礎事實之一組關聯性證據，

乙證7-1 自可為乙證7 的補強證據。

(2)系爭專利請求項1 之內容為：「1.一種社群平台直播輔助系統，其架設於一伺服器且透過網際網路連接於一社群平台，使用者透過一終端機使用該社群平台之直播輔助系統，其中，該終端機具有一操作介面，該社群平台直播輔助系統包含：一擷取單元，其與該社群平台之一產品直播內容連接，其中，該產品直播內容具有一留言資訊，該留言資訊包含一留言信息及一買家會員身份；一處理單元，其與該擷取單元訊號連結，該處理單元接收並提取該留言信息之該買家會員身份，該留言資訊顯示於該操作介面，透過該操作介面選取得標之該留言資訊；一得標整合單元，其訊號連結該處理單元，該得標整合單元根據選取得標之該留言資訊，以整合為一得標資料；一帳戶管理單元，其與該處理單元及該得標整合單元訊號連結，該帳戶管理單元具有一買家帳戶模組，該買家帳戶模組儲存管理複數買家資訊，該買家帳戶模組透過該處理單元提取該買家會員身份對應連接至各該買家資訊，該得標整合單元根據該得標資料中該留言資訊之買家會員身份，將該得標資料顯示並儲存於該買家資訊；以及一金流單元，其與該得標整合單元及該帳戶管理單元訊號連結，其中，該得標資料為複數個，該金流單元將各該得標資料整合，以提供將各該得標資料合併結帳。」。經比對乙證7（補強證據乙證7-1）所揭露的「Buy+1 賣家系統」與系爭專利請求項1：

①依據乙證7 第2 頁「您跟上FB直播+1了嗎？在FB線上直播影片，客人喊單+1，要怎麼紀錄並統計商品呢？Buy+1 能讓您匯入直播貼文，統計商品數量並自動成立訂單」、「使用

Buy+ 1系統，顧客在商品貼文留言處+1，系統後台即自動成立訂單」及乙證7-1 「12. FB直播+1訂單也支援」（見本院卷一第177、183頁），可知「Buy+1賣家系統」係臉書提供給社團賣家使用的訂單管理系統，系統後台之伺服器以網路連接於臉書社群平台，當賣家在FB線上進行直播時，買家透過如乙證7第3頁圖片顯示之手機觀看直播且在貼文之留言區留言「+2」、「我要*3」或「+1」，Buy+1賣家系統就回覆「系統已自動成立訂單。~Buy+1賣家系統」（見本院卷一第179頁），賣家透過如乙證7第4頁圖片顯示之電腦進行商品管理（見本院卷一第181頁），前述內容可對應於系爭專利請求項1之「一種社群平台直播輔助系統，其架設於一伺服器且透過網際網路連接於一社群平台，使用者透過一終端機使用該社群平台之播輔助系統，其中，該終端機具有一操作介面，該社群平台直播輔助系統包含：」技術特徵。

②依據乙證7第1頁「你需要做的事只有三個步驟！1.商品文從FB匯入2.客人在FB留言+1 3. 訂單自動成立」、第2頁「使用Buy+1系統，顧客在商品貼文留言處+1，系統後台即自動成立訂單」及乙證7-1 「1.與FB連動顧客在貼文留言+1，系統後台即自動成立訂單」、「12. FB直播+1訂單也支援」（見本院卷一第175、177、183頁），可知「Buy+1賣家系統」係自產品直播時的顧客留言資訊中，擷取「+1」之特徵詞，使系統後台自動成立訂單，其中，系統自產品直播時的顧客留言資訊中擷取特徵詞相當於系爭專利請求項1「一擷取單元，其與該社群平台之一產品直播內容連接」技術特徵，且如乙證7第3頁圖片所示，貼文內容為「我是客人+2」（見本院卷一第179頁）中，依據本院前開對「買家會員

身份」之解釋，則貼文內容之「我是客人」部分即為FB留言資訊之買家會員身分，「+2」部分即為FB留言資訊之留言信息，相當於系爭專利請求項1「該產品直播內容具有一留言資訊，該留言資訊包含一留言信息及一買家會員身份」技術特徵，準此，前述內容即對應於系爭專利請求項1之「一擷取單元，其與該社群平台之一產品直播內容連接，其中，該產品直播內容具有一留言資訊，該留言資訊包含一留言信息及一買家會員身份」技術特徵。

③依據乙證7第1頁「你需要做的事只有三個步驟！1.商品文從FB匯入2.客人在FB留言+1 3. 訂單自動成立」、第2頁「使用Buy+1 系統，顧客在商品貼文留言處+1，系統後台即自動成立訂單」、第4頁「買家一定要先填資料+1留言才會進入系統嗎？Buy+1 系統買家在商品貼文留言處+1，即自動成立訂單，不會因系統無買家資訊而無法自動成立訂單，可讓買家自行至會員介面查看訂單資訊」及乙證7-1「1.與FB連動顧客在貼文留言+1，系統後台即自動成立訂單」、「12. FB直播+1訂單也支援」（見本院卷一第175至177、181、183頁），可知「Buy+1 賣家系統」自產品直播時的顧客留言資訊中擷取特徵詞之系統後台，相當於「一處理單元，其與該擷取單元訊號連結」技術特徵，且買家「我是客人」透過如乙證7第3頁圖片顯示之手機觀看直播且在貼文之留言區內容為「我是客人+2」後，Buy+1 賣家系統就回覆買家已自動成立訂單，買家在訂單成立後可至會員介面查看訂單資訊（見本院卷一第179頁），可知Buy+1 賣家系統成立訂單時已經接收並整合買家名稱為「我是客人」、購買數量為「2」之買家會員身分和留言信息之留言資訊，相當於「該處

理單元接收並提取該留言信息之該買家會員身份」技術特徵。準此，前述內容即對應於系爭專利請求項1之「一處理單元，其與該擷取單元訊號連結，該處理單元接收並提取該留言信息之該買家會員身份」技術特徵。

④依據乙證7第2頁「使用Buy+1系統，顧客在商品貼文留言處+1，系統後台即自動成立訂單」、第4頁Buy+1系統買家在商品貼文留言處+1，即自動成立訂單，不會因系統無買家資訊而無法自動成立訂單，可讓買家自行至會員介面查看訂單資訊」及乙證7-1「1.與FB連動顧客在貼文留言+1，系統後台即自動成立訂單」、「12. FB直播+1訂單也支援」（見本院卷一第177、181、183頁），Buy+1賣家系統自動成立訂單之功能相當於具有「一得標整合單元，其訊號連結該處理單元」技術特徵，且如乙證7第3頁圖片顯示之手機觀看直播且在貼文之留言區內容為「我是客人+2」後，Buy+1賣家系統就回覆買家已自動成立訂單（見本院卷一第179頁），可知Buy+1賣家系統成立訂單時已經接收並整合買家名稱為「我是客人」、購買數量為「2」之買家會員身分和留言信息之留言資訊相當於「該得標整合單元根據…該留言資訊，以整合為一得標資料」技術特徵。準此，前述內容即對應於系爭專利請求項1之「一得標整合單元，其訊號連結該處理單元，該得標整合單元根據…該留言資訊，以整合為一得標資料」技術特徵。

⑤依據乙證7第3頁「買家匯完款再私訊通知您？買家匯款私訊您確認，Buy+1讓買家在訂單查詢處可清楚知道+1購買了那些商品並可回填後五碼，賣家確認後再行通知已確認付款」、「結單日私訊對帳好忙碌？遠離痛苦的結單日，點開訂

單查詢輕鬆對帳、訂貨，另有單品出貨功能一覽商品規格與數量，輕鬆縮短結單時間，讓您有更多時間陪伴家人」及乙證7-1「2.有專屬的顧客訂單查詢網址，買家可自行查詢所有購買紀錄、訂單狀態及到貨狀況。3.不用在手寫登記規格尺寸等，輕鬆縮短統計結單時間」（見本院卷一第179、183頁），可知Buy+1賣家系統具有讓買家有顧客訂單資訊查詢功能，相當於「一帳戶管理單元，其與該處理單元及該得標整合單元訊號連結」技術特徵，且由乙證7之第4頁圖片上顯示Buy+1賣家系統有「會員資料」頁面（見本院卷一第181頁），可知Buy+1賣家系統具有會員資料管理功能，並就會員訂單進行會員帳號後五碼之對帳，相當於「該帳戶管理單元具有一買家帳戶模組，該買家帳戶模組儲存管理複數買家資訊，該買家帳戶模組透過該處理單元提取該買家會員身份對應連接至各該買家資訊」技術特徵，而買家藉由訂單查詢可清楚知道+1購買了那些商品並可匯款後回填後五碼使賣家對帳，即相當於「該得標整合單元根據該得標資料中該留言資訊之買家會員身份，將該得標資料顯示並儲存於該買家資訊」技術特徵，使賣家點開訂單查詢輕鬆對帳、訂貨。準此，前述內容即對應於系爭專利請求項1之「一帳戶管理單元，其與該處理單元及該得標整合單元訊號連結，該帳戶管理單元具有一買家帳戶模組，該買家帳戶模組儲存管理複數買家資訊，該買家帳戶模組透過該處理單元提取該買家會員身份對應連接至各該買家資訊，該得標整合單元根據該得標資料中該留言資訊之買家會員身份，將該得標資料顯示並儲存於該買家資訊」技術特徵。

⑥依據乙證7第3頁「Buy+1讓買家在訂單查詢處可清楚知道

01 +1購買了那些商品並可回填後五碼，賣家確認後再行通知已
02 確認付款」及乙證7-1 「2.有專屬的顧客訂單查詢網址，買
03 家可自行查詢所有購買紀錄、訂單狀態及到貨狀況。11. 在
04 2016.12 月已更新包含購物網站的功能（可選擇加購第三方
05 金流串接）」（見本院卷一第179、183頁），前述「2016
06 .12 月已更新包含購物網站的功能且和第三方金流串接」即
07 相當於具有「一金流單元，其與該得標整合單元及該帳戶管
08 理單元訊號連結」技術特徵，且Buy+1 賣家系統讓買家在訂
09 單查詢處可清楚知道購買了那些商品，其中「購買了那些商
10 品」即複數個得標資料相當於「該得標資料為複數個」技術
11 特徵。準此，前述內容即對應於系爭專利請求項1 之「一金
12 流單元，其與該得標整合單元及該帳戶管理單元訊號連結，
13 其中，該得標資料為複數個」技術特徵。

14 ⑦據此，乙證7（補強證據乙證7-1）所揭露的「Buy+1 賣家
15 系統」已可對應系爭專利請求項1 之大部分技術特徵，差異
16 僅在於(1)Buy+1 賣家系統係自動成立訂單，未記載系爭專利
17 請求項1 之「該留言資訊顯示於該操作介面，透過該操作介
18 面選取得標之該留言資訊」及該得標整合單元根據「選取得
19 標之」該留言資訊整合為一得標資料之技術特徵（下稱差異
20 特徵一），及(2)Buy+ 1賣家系統已揭露第三方金流串接和具
21 有購物網站功能，但未明確揭露「該金流單元將各該得標資
22 料整合，以提供將各該得標資料合併結帳」（下稱差異特徵
23 二）。

24 (3)綜上，乙證7（補強證據乙證7-1）不足以證明系爭專利請
25 求項1 不具新穎性。

26 2.乙證7（補強證據乙證7-1）足以證明系爭專利請求項1 不

具進步性：

(1)有關前述差異特徵一部分：由乙證7-1 揭露「8.靈活的折扣及規格設定，可設定折扣價或規格尺寸不同價」及乙證7 之第4 頁圖片上顯示Buy+1 賣家系統之古偉君社團賣家的「商品管理」頁面，「商品管理」頁面上有「商品名稱」、「價格」、「商品數量」、「狀態（上架中、已下架）」、「規格」等欄位資訊且各欄位內容可修改，此外，除了「商品管理」頁面，圖面顯示還有「貼文管理」、「訂單出貨」等頁面，且「商品管理」頁面可見Buy+1 賣家系統具有讓賣家透過操作介面選取畫面上商品及選取規格尺寸以設定不同金額之功能，在該Buy+1 在賣家之操作介面上，對某商品之A 規格尺寸可選擇設定A 價格，B 規格尺寸可選擇設定B 價格（見本院卷一第181、183 頁），可知Buy+1 賣家系統為了提供直播賣家可對銷售商品之不同規格尺寸改變價格，提供折扣靈活性，且依據乙證7 第2 頁「您跟上FB直播+1了嗎？在FB線上直播影片，客人喊單+1，要怎麼紀錄並統計商品呢？Buy+1 能讓您匯入直播貼文，統計商品數量並自動成立訂單」及乙證7-1 「12. FB直播+1訂單也支援」（見本院卷一第177、183 頁），可知Buy+1 賣家系統對於社群平台直播之購物模式，如直播中變換商品、改規格、加折扣等靈活變動，操作介面允許立即進行商品內容、金額等設定，也可修改得標商品明細，因此，前述差異特徵一之將留言資訊顯示於該操作介面提供賣家透過Buy+1 操作介面選取得標資料之該留言資訊，係該發明所屬技術領域中具有通常知識者就選取資料內容之簡單變更而可輕易完成者，且乙證7（補強證據乙證7-1）已揭露Buy+1 賣家系統可於直播進行中快速且精

01 確紀錄得標資料，則系爭專利請求項1 之因應直播購物模式
02 精確、便利紀錄得標資料之功效，已為Buy+1 賣家系統所能
03 預期。

04 (2)有關前述差異特徵二部分：由乙證7 第3 頁「Buy+1 讓買家
05 在訂單查詢處可清楚知道+1購買了那些商品並可回填後五碼
06 ，賣家確認後再行通知已確認付款」及乙證7-1 「2.有專屬
07 的顧客訂單查詢網址，買家可自行查詢所有購買紀錄、訂單
08 狀態及到貨狀況」（見本院卷一第179 、183 頁），可知Bu
09 y+1 賣家系統讓買家在訂單查詢處可清楚知道+1購買了那些
10 商品，其中「購買了那些商品」即複數個得標資料相當於前
11 述「該得標資料為複數個」技術特徵，且依據乙證7-1 記載
12 「11. 在2016.12 月已更新包含購物網站的功能。（可選擇
13 加購第三方金流串接）」（見本院卷一第183 頁），可知Bu
14 y+1 賣家系統在2016.12 月已具有購物網站及第三方金流串
15 接的功能，雖乙證7-1 未明確記載「購物網站的功能」之內
16 容，惟購物網站係利用購物車可將複數個得標資料合併結帳
17 係為申請時所屬技術領域之通常知識，前述差異特徵二之得
18 標資料整合以提供將各該得標資料合併結帳，係該發明所屬
19 技術領域中具有通常知識者就習知購物網站技術的簡單應用
20 而可輕易完成者，且Buy+1 賣家系統2016.12 月起具有購物
21 網站及第三方金流串接的功能，便利結帳、對帳，系爭專利
22 請求項1 之該金流單元將各該得標資料整合，以提供將各該
23 得標資料合併結帳之功效，已為Buy+1 賣家系統所能預期。

24 (3)綜上，前開差異特徵一、二相較於乙證7 （補強證據乙證7
25 -1）所揭露的「Buy+1 賣家系統」，僅為選取資料內容之簡
26 單改變及習知購物網站技術的簡單應用，係該發明所屬技術

01 領域中具有通常知識者可輕易完成者，且系爭專利請求項1
02 之快速結帳、對帳且精確紀錄得標資料之功效已為Buy+1 賣
03 家系統所能預期，故乙證7（補強證據乙證7-1）足以證明
04 系爭專利請求項1 不具進行性。

05 3.上訴人所述不可採之理由：

06 (1)上訴人雖稱：乙證7 為網頁資料、乙證7-1 為部落格留言訊
07 息，兩者不具關連性；乙證7 僅為Buy+1 賣家系統商所開發
08 之宣傳網頁，記載的皆是產品廣告內容，並無任何技術內容
09 ，無法認為已揭露系爭專利請求項1 之任何技術特徵；乙證
10 7 網頁公開時，不能排除Buy+1 賣家系統尚處於未完全開發
11 完成之階段，僅以網頁先行宣傳作為其行銷策略之可能云云
12 。惟查：

13 ①乙證7 和乙證7-1 可證明「Buy+1 賣家系統」於申請前已公
14 開實施：

15 由Wayback Machine 公益網站儲存的乙證7、乙證7-1 日期
16 可知，乙證7 及乙證7-1 是系爭專利申請日（106 年7 月26
17 日）前已公開而能為公眾得知之資訊，得作為主張系爭專利
18 不具新穎性或進步性之證據。又乙證7-1 與乙證7 內容均關
19 於「Buy+1 賣家系統」，乙證7 第4 頁揭露Buy+1 賣家系統
20 之使用費用為「季繳1565元/ 每月、一年繳1049元/ 每月、
21 二年繳1017元/ 每月」（見本院卷一第181 頁），顯示Buy+
22 1 賣家系統早於系爭專利之申請日（106 年7 月26日）前，
23 Facebook已就Buy+1 賣家系統以季繳1565元/ 每月、一年繳
24 1049元/ 每月、二年繳1017元/ 每月之價格公開販賣或為販
25 賣之要約。此外，乙證7 及乙證7-1 所描述之Buy+1 賣家系
26 統當顧客在貼文留言+1，系統後台即自動成立訂單之功能，

01 可知Buy+1 賣家系統為了解決習知手寫整理訂單不便的問題
02 ，以留言+1的技術手段來達到自動成立訂單的技術效果，且
03 由乙證7 和乙證7-1 所描述的功能、乙證7 第3 頁之一手機
04 螢幕上顯示Facebook的Buy+1 賣家系統專頁上某貼文之留言
05 區發言和回覆的图片及乙證7 第4 頁之Buy+1 賣家系統之古
06 偉君社團賣家的電腦螢幕頁面（見本院卷一第175 至183 頁
07 ），堪認其揭露內容足使該發明所屬技術領域中具有通常知
08 識者能製造及使用Buy+1 賣家系統，自構成已公開實施。上
09 訴人雖稱該網頁公開時可能處於未開發完成階段，僅以網頁
10 先為行銷云云，但乙證7 、乙證7-1 既屬系爭專利申請前已
11 公開在網路上而能為公眾得知之資訊，自可作為主張系爭專
12 利不具新穎性或進步性之證據，上訴人上開所稱自不足採。

13 ②乙證7 和乙證7-1 揭露解決問題之技術手段及操作介面等技
14 術內容，非僅為廣告描述：

15 乙證7 「Buy+1 是一套Facebook社團賣家的小幫手」頁面影
16 本之網頁截圖共4 頁，乙證7 之第2 頁揭露「…Buy+ 1能讓
17 您匯入直播貼文，統計商品數量並自動成立訂單」、「有效
18 減少人工失誤顧客在商品貼文處留言+1，…使用Buy+ 1系統
19 ，顧客在商品貼文留言處+1，系統後台即自動成立訂單」、
20 乙證7 之第3 頁揭露「Buy+1 系統…點個按鈕即可把商品文
21 匯入系統。您可以在Buy+1 後台上架商品，接著把商品貼文
22 Po至所選取的社團」、「Buy+1 讓買家在訂單查詢處可清楚
23 知道+1購買了那些商品並可回填後五碼，賣家確認後再行通
24 知已確認付款」、「…點開訂單查詢輕鬆對帳、訂貨，另有
25 單品出貨功能一覽商品規格與數量…」，此外，乙證7 之第
26 3 頁上面的圖片為一手機螢幕上顯示Facebook的Buy+ 1賣家

01 系統專頁上某貼文之留言區，該留言區有3 組貼文，第1 組
02 貼文內容為「我是客人『+2』」（讚回覆11月16日17 :05）
03 「我是系統『系統已自動成立訂單。~Buy+1 賣家系統』」（
04 讚回覆11月16日17:11 ），第2 組貼文內容為「我是客人『
05 我要*3』」（讚回覆11月16日17:06 ）「我是系統『系統已
06 自動成立訂單。~Buy+1 賣家系統』」（讚回覆11月16日17:1
07 1 ），第3 組貼文內容為「我是客人『+1』」（讚回覆11月
08 14日9:26）「我是系統『系統已自動成立訂單。~Buy +1 賣
09 家系統』」（讚回覆11月17日23:51 ），乙證7 之第4 頁下
10 方的圖片為一電腦螢幕上顯示Buy+1 賣家系統之古偉君社團
11 賣家的「商品管理」頁面，「商品管理」頁面上有「商品名
12 稱」、「價格」、「商品數量」、「狀態（上架中、已下架
13 ）」、「規格」等欄位資訊且各欄位內容可修改等，乙證7
14 -1揭露「Buy+1 特點：1.與FB連動顧客在貼文留言+1，系統
15 後台即自動成立訂單。2.有專屬的顧客訂單查詢網址，買家
16 可自行查詢所有購買紀錄、訂單狀態及到貨狀況。…6.進入
17 系統會保存訂單會員資料…。7.可在後台私訊或發送小地球
18 通知給團員。8.…可設定折扣價或規格尺寸不同價。9.統計
19 所有訂單規格顏色尺寸等等的訂貨數量。10. 從FB匯入貼文
20 或相簿也可從後台發佈貼文到多社團，減少搜尋貼文時間。
21 11. 在2016.12 月已更新包含購物網站的功能。（可選擇加
22 購第三方金流串接）。12. FB直播+1訂單也支援」（見本院
23 卷一第175 至183 頁），以上網頁資料已充分揭露了Buy+1
24 賣家系統解決問題之技術手段及操作介面的技術內容，非僅
25 為廣告描述，因此，上訴人辯稱乙證7 和乙證7-1 僅為廣告
26 描述，無揭露技術內容，自不可採。

(2)上訴人又稱：乙證7 Buy+1 賣家系統在商品貼文留言處+1即自動成立訂單之廣告內容，與系爭專利請求項1 界定「透過操作介面選取得標之該留言資訊」之技術特徵截然不同，且系爭專利之發明所涉及社群平台直播的購物模式，實為一動態且即時的產品銷售轉播過程，賣家在直播過程中與買家互動而視為成交的留言信息將隨銷售內容的更改而即時變動，為能應付此種交易模式，系爭專利請求項1 界定之技術手段，乃藉由處理單元透過擷取留言資訊及對應之選取選項顯示於操作介面，讓使用者（賣家）在產品直播過程中能應付所述銷售內容更改而即時變動之臨場情況，此為系爭專利所述技術領域中具有通常知識者依所請發明之內容可推知之「有利功效」，非通常知識可簡單應用云云。惟查：

①由乙證7-1 揭露「8.靈活的折扣及規格設定，可設定折扣價或規格尺寸不同價」，Buy+1 在賣家之操作介面上，對某商品之A 規格尺寸可選擇設定A 價格，B 規格尺寸可選擇設定B 價格，亦即賣家透過Buy+1 操作介面選取某商品和設定金額（見本院卷一第183 頁），可知Buy+1 賣家系統為了提供直播賣家可對銷售商品之不同規格尺寸改變價格，提供折扣靈活性，Buy+1 賣家系統具有讓賣家透過操作介面選取畫面上商品及選取規格尺寸以設定不同金額之功能，又由乙證7 之第4 頁圖片上顯示Buy+1 賣家系統之古偉君社團賣家的「商品管理」頁面，「商品管理」頁面上有「商品名稱」、「價格」、「商品數量」、「狀態（上架中、已下架）」、「規格」等欄位資訊且各欄位內容可修改，此外，除了「商品管理」頁面，圖面顯示還有「貼文管理」、「訂單出貨」等頁面，以上均顯示Buy+1 賣家系統之操作介面允許對得標作

業進行設定，也可建立、修改得標商品明細（見本院卷一第181頁），可知Buy+1賣家系統提供眾多顯示和設定選項，則將留言資訊顯示於該操作介面提供賣家透過Buy+1操作介面選取得標資料之該留言資訊係選取資料內容之簡單改變，為該發明所屬技術領域中具有通常知識者可輕易完成者。

②又依據乙證7第2頁「您跟上FB直播+1了嗎？在FB線上直播影片，客人喊單+1，要怎麼紀錄並統計商品呢？Buy+1能讓您匯入直播貼文，統計商品數量並自動成立訂單」及乙證7-1「12. FB直播+1訂單也支援」（見本院卷一第177、183頁），可知「Buy+1賣家系統」讓賣家在FB線上直播影片時，當客人喊單+1，Buy+1支援FB直播+1使能匯入直播貼文、統計商品數量並自動成立訂單，訂單內容並無錯誤，而直播過程當然允許賣家更換銷售商品之情況，乙證7及乙證7-1均強調Buy+1賣家系統提供直播進行中快速且精確紀錄得標資料之功效，自動成立訂單可輕鬆結單，無須擔心登記錯誤、寄錯顧客商品、算錯金額等問題，顯然系爭專利請求項1之透過操作介面選取得標之該留言資訊，而能應付所述銷售內容更改而即時變動之功效已為Buy+1賣家系統所能預期，是上訴人上開主張，並不可採。

4.據上，乙證7（補強證據乙證7-1）足以證明系爭專利請求項1不具進步性，則有關其餘專利有效性爭點，及系爭系統是否落入系爭專利請求項1之專利權範圍，已與判決結果不生影響，自無審究之必要，附此敘明。

四、綜上所述，乙證7（補強證據乙證7-1）可證明系爭專利請求項1不具進步性，依智慧財產案件審理法第16條第2項規定，上訴人不得對被上訴人主張權利。從而，上訴人依專利

01 法第96條、第97條、公司法第23條第2項之規定，請求被上
02 訴人樂播公司、詹群毅均不得繼續直接或間接、自行或委託
03 他人為販賣之要約、販賣、使用系爭系統，且不得為其他侵
04 害上訴人系爭專利權之行為；被上訴人樂播公司、詹群毅應
05 連帶給付上訴人50萬元，及自起訴狀繕本送達翌日起至清償
06 日止，按年息百分之5計算之利息，為無理由，不應准許。
07 原審為上訴人敗訴之判決，並駁回其假執行之聲請，理由與
08 本院雖有不同，但結論並無二致，應予維持。上訴意旨指摘
09 原判決不當，求予廢棄改判，為無理由，應駁回其上訴。

10 五、本件事證已臻明確，兩造其餘之攻擊或防禦方法及所用之證
11 據，經本院斟酌後，認為均不足以影響本判決之結果，爰不
12 逐一論列，附此敘明。

13 據上論結，本件上訴為無理由，依民事訴訟法第449條第2項、
14 第78條，判決如主文。

15 中 華 民 國 110 年 2 月 25 日

16 智慧財產法院第一庭

17 審判長法 官 李維心

18 法 官 林洲富

19 法 官 蔡如琪

20 以上正本係照原本作成。

21 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
22 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
23 （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
24 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
25 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
26 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

01 師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

02 中 華 民 國 110 年 3 月 8 日

03 書記官 邱于婷

04 附註：

05 民事訴訟法第466條之1(第1項、第2項)

06 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
07 人或其法定代理人具有律師資格者，不在此限。

08 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
09 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
10 院認為適當者，亦得為第三審訴訟代理人。