

智慧財產法院行政判決

109年度行商訴字第100號

原告 捷司特國際股份有限公司

代表人 鐘賢蒼（董事長）

訴訟代理人 俞大衛律師

被告 經濟部智慧財產局

代表人 洪淑敏（局長）

訴訟代理人 廖宴冬

參加人 日商衛材 R & D 企管股份有限公司

代表人 高橋健太（代表取締役社長）

訴訟代理人 李文傑律師

劉倫仕律師

上列當事人間因商標異議事件，原告不服經濟部中華民國109 年7 月29日經訴字第10906307090 號訴願決定，提起行政訴訟，經本院依職權裁定命參加人獨立參加被告之訴訟，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、程序方面：

原告起訴時訴之聲明第1 項為：「原處分（智慧財產局以109 年3 月31日（109 ）智商40189 字第10980186670 號函所為之中台異字第G00000000 號商標異議審定書）與原決定（經濟部109 年7 月29日經訴字第10906307090 號訴願決定書）均撤銷，由被告機關另為適法之處分」（本院卷一第13頁），嗣於民國109 年10月8 日具狀更正訴之聲明第1 項為：

「原處分（智慧財產局以109 年3 月31日（109 ）智商40189 字第10980186670 號函所為之中台異字第G00000000 號商標異議審定書）與原決定（經濟部109 年7 月29日經訴字第10906307090 號訴願決定書）均撤銷」（見本院卷一第175 頁），經核原告所為僅係將該聲明意旨予以明確化，不影響該項聲明之整體意旨，合先敘明。

貳、實體方面：

一、事實概要：原告於107 年6 月5 日以「BB AMIN023及圖」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5 類之「綜合維他命營養補充品；維他命營養補充品；維生素營養補充品；營養補充品；礦物質營養補充品，酵素營養補充品」商品，向被告申請註冊。經被告審查，准列為註冊第0000000 號商標（下稱系爭商標，如附圖1 所示）。嗣參加人以系爭商標與其所註冊如附表所示之商標近似有致混淆誤認之虞，有違商標法第30條第1 項第10款、第11款、第12款之規定，對之提起異議。經被告審查，認系爭商標與參加人註冊之註冊第00000000號「子 ㄣ BB」、第00000000號「Chocola BB」、第00000000號「俏正美BB」、第00000000號「Chocola BB」商標相較（以下各商標合稱據稱商標，分別如附圖2 至5 所示），有違反商標法第30條第1 項第10款規定，以109 年3 月31日中台異字第G00000000 號商標異議審定書為「系爭商標之註冊應予撤銷」之處分。原告不服，提起訴願，經濟部以109 年7 月29日經訴字第10906307090 號訴願決定駁回。原告不服訴願決定，遂向本院提起行政訴訟。惟本件判決結果，倘認定原處分及訴願決定應予撤銷，參加人之權利或法律上利益將受損害，爰依職權命

01 參加人獨立參加被告之訴訟。

02 二、原告起訴主張：

03 系爭商標與據爭商標雖均有「BB」元素，惟所使用之字體顯
04 不相同，且添加不同之英文、中文、日文、數字、圖形，不
05 構成近似。且據爭商標申請時，被告並未認其與註冊在先之
06 原證12至15之商標圖樣構成近似，據爭商標所指定使用第5
07 類商品，於據爭商標取得註冊前、後之原證12至18獲准註冊
08 之商標圖樣中皆含有「BB」文字，均係指定使用於第5類之
09 「營養補充品」等相同及類似商品，被告皆准予註冊，足證
10 系爭商標與據爭商標亦不構成近似。被告僅對系爭商標為異
11 議成立撤銷註冊之處分，尚難甘服。又系爭商標「BB」為嬰
12 兒BABY、Baby與Base、Balance 與Beauty之縮寫，其訴求為
13 ：人體原本即自然存在胺基酸，於嬰兒BABY初生時期即擁有
14 高達23種胺基酸（所以取名為「AMINO23」）希望消費者藉
15 由本產品而擁有如初生嬰兒BABY一般的美麗肌膚，或建立肌
16 膚本質基礎，喚醒肌膚源生力，找回嬰兒般滑潤肌膚，或維
17 持肌膚平衡循環，創造美麗肌膚。系爭商標實際使用時所具
18 有之商品來源表徵功能，其包裝上更同時使用原告獨創之「
19 我的心機及圖」商標，消費者不致於混淆誤認。「BB」元素
20 之註冊商標，目前共計425件，足證其並非獨創性標識，而
21 據爭商標之「BB」元素為識別性不強之弱勢商標，並無致相
22 關消費者混淆誤認，且兩造商標所指定使用之商品均為第5
23 類「醫藥衛生用品」中之「營養補充品」，以「BB」為名稱
24 之營養補充品，強調其中含有多種B群維他命，縱認「BB」
25 具識別性，僅具極低之識別性，消費者在選購時，所施以之
26 注意力較一般商品為高，不致於發生混淆誤認。再者，系爭

商標在日本業已獲准註冊，於公告期間內無人提出異議，具有「BB」商標元素之各家商標可以併同存在。「BB」圖樣在美妝業界為人盡皆知的通用名稱，任何人都不能佔為己有，而「BB」圖樣在第3類「化妝品、皮膚保養品」商品、第5類「營養補充品」商品關係密切，其功效均在於令使用者的外貌更加美麗，其不同僅在於一個是擦的（外用），另一個是用吃的（內服），上開二類型商品皆屬於通用名稱，「BB」於第3類商品業已不具有識別性，「BB」於第5類商品（尤其是美顏用之「營養補充品」）亦應不具有識別性，如前所述，應非獨家使用權，而排除其他同業在該類商品中之使用。然被告核准第00000000號「BB」商標（原告業已對其提出評定）之註冊後，對第5類商品的相關業界造成衝擊。且就消費者對據爭商標之熟悉度而言，即使消費者對據爭商標較有所認識，而予以較大之保護，僅是稍微降低商標圖樣近似程度之判斷標準而已，非對其他具有「BB」商標元素之商標一律禁止。而「BB」元素除構成通用名稱外，同時亦屬於商品本身之說明。美顏用之營養補充品大多具有維他命B群，以「BB」為名稱之營養補充品，強調其中含有多種B群維他命，故「BB」元素不應納入商品圖樣近似之考量範圍，退步言，縱納入考量，其重要性比例亦應大幅降低，以避免造成對「BB」元素之不當獨佔等語。求為判決：如前開更正後之聲明。

三、被告答辯及聲明：

系爭商標之「BB」及「AMINO23」，為所指定營養補充品商品之相關特性說明，予人有多種氨基酸之意涵，其搭配一圓弧線條，消費者均會施以較少注意，以字體較大之「BB」為

商標之主要識別部分，而據爭577 號、538 號、222 號、97
2 號商標之「BB」分別搭配「子 ㄣ」或「Chocola」或
「俏正美」所組成，二者相較，均有予人寓目印象顯著之粗
體字母「BB」，易使消費者產生二者為系列商標之聯想，應
屬構成近似商標，且近似程度不低。又系爭商標與據爭商標
均指定使用為營養補充品性質相當之商品，或均為使用於人
體治療疾病、營養保健用途有關商品，並經常於藥局等同一
銷售管道陳列販售，依一般社會通念及市場交易情形，屬同
一或類似程度不低之商品。且系爭商標指定使用於第5 類之
綜合維他命營養補充品等商品，與原告主張在美妝業界為通
用名稱，其商品性質不同。另據爭商標與其指定使用商品間
並無關聯性，應具有相當識別性。據爭系列商標已表彰於維
他命營養補充品等商品，除於我國上市，在屈臣氏、康是美
、日藥本舖等據點銷售，並刊登廣告宣傳，參與路跑等活動
贊助，已為相關消費者所熟悉。系爭商標雖具有商標識別性
，然原告於異議階段未提出使用事證、於訴願階段及行政訴
訟中僅提出1 張無標示日期之商品照片，自無從據以認定系
爭商標之使用情形，是據爭商標較系爭商標而言，係消費者
較熟悉之商標，自應給予較大之保護。原告另案對參加人之
註冊第00000000號商標提起評定事件，尚在評決程序中，其
非本件異議審定書理由引據之據爭商標，並不以影響認定結
果。商標個案及各國使用情形及事實認定基礎皆不同，自難
比附援引，執為系爭商標無致混淆誤認之虞之論據。從而，
系爭商標與據爭商標之近似程度不低，指定使用之商品構成
同一或類似程度不低，且據爭商標具相當識別性及較為消費
者所熟悉，自應給予較大之保護，是相關消費者極有可能誤

認系爭商標與據爭商標之商品來自於同一或有關聯來源，而產生混淆誤認情事等語，資為抗辯，求為判決：原告之訴駁回。

四、參加人答辯及聲明：

系爭商標、據爭商標與原證12至18含有「BB」文字註冊之商標不同，而系爭商標提出申請註冊之時（即108年1月1日），據爭商標已透過參加人密集之廣告宣傳已為相關消費者（尤其是與系爭商標商品所針對之同樣注重美白保養之20至40歲間之女性）熟悉甚至已達著名之程度，是系爭商標與據爭商標構成高度類似，進而使消費者產生混淆誤認。系爭商標與據爭商標之「BB」字體雖非完全一致，然原告以醒目之方式標示「BB」文字，而使兩者商標均同以「BB」二字為主要吸引消費者注意，該字體之微小差異及圓弧線條，並未對消費者區辨兩者商標時產生效果，況原告就「AMIN023」並不主張商標權，足見「AMIN023」不具識別性，並非消費者據以區分兩者之重要依據，兩者既於外觀上極其近似，於異時異地隔離觀察，構成高度近似之商標，易使消費者誤認為系爭商標亦為參加人之據爭商標系列，系爭商標與據爭商標實有致生混淆誤認之高度可能。被告僅援引據爭商標為本案之審理，而註冊第00000000號商標不在本件訴訟審理範圍。而系爭商標之創作動機與實際使用態樣非被告審酌對象，且商標法採屬地主義，各國審查基準與消費習慣均不同，無法以系爭商標已在日本取得註冊乙事即可推論系爭商標與據爭商標不構成近似，或無致混淆誤認。而判斷二者商標是否近似時點，應以系爭商標提出申請註冊之時點為準，而非據爭商標之註冊時，是原告上開請求調查證據之聲請，實無必要

。又原告主張「BB」已成為全商品服務類別之通用名稱，惟商標圖樣之組成不同，商品服務亦不同，非可比附援引。原告另主張「BB」為第3類化妝品之通用名稱，為另案之爭點，非本案審理範圍，且商標法採屬地主義，已如前述，無法以「BB」文字在日本註冊之狀況，作為判斷被告審酌二者商標近似性與否之基礎。原告主張「BB」已成為第五類營養補給品之通用名稱，以原證46至49為證，惟該等商品至多僅能證明其中確實含有B1、B2、B6或B12等維他命、但無法證明「BB」文字即是作為B1、B2、B6或B12等維他命之略稱或說明性文字而已廣為周知。原告主張據爭商標圖樣中之「BB」，不應納入與系爭商標是否構成近似之考量範圍，惟原告之主張與商標是否構成近似，以整體觀察原則不合等語，資為抗辯，求為判決：原告之訴駁回。

五、得心證之理由：

(一)、法律適用基準：

按異議商標之註冊有無違法事由，除第106條第1項及第3項規定外，依其註冊公告時之規定，現行商標法第50條定有明文。查系爭商標之申請日為107年6月5日，註冊公告日為108年1月1日，嗣參加人以系爭商標註冊違反商標法第30條第1項第10款、第11款、第12款規定，對之提起異議，經被告審查結果，以109年3月31日中台異字第G000000000號商標異議審定書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分，則系爭商標之註冊及異議審定，均在105年11月30日修正公布、同年12月15日施行之現行商標法之後，並無同法第106條第1項及第3項規定之適用，故系爭商標之註冊有無違法異議事由，應依系爭商標註冊公告時即現行商標法規定為斷。

01 (二)、本件審理範圍及爭點：

02 本件參加人以系爭商標之註冊有違商標法第30條第1項第10
03 款、第11款及第12款之規定，對之提起異議，被告因認系爭
04 商標違反商標法第30條第1項第10款規定，撤銷系爭商標之
05 註冊，並敘明系爭商標註冊是否尚有違反同法第30條第1項
06 第11款、第12款之規定，即無庸審究，故被告僅以系爭商標
07 之註冊違反同法第30條第1項第10款規定，而為撤銷註冊之
08 處分，嗣訴願機關亦以該違反事由而為審議，並作成訴願決
09 定，此為當事人所不爭執（見本院卷一第459頁）。是以本
10 院僅判斷被告及訴願決定所認系爭商標之註冊違反同條項第
11 10款規定而為撤銷註冊處分之適法性，逾此範圍之前揭異議
12 事由，自非本院審理範圍。從而，本件爭點，即為系爭商標
13 是否有違反註冊公告時之現行商標法第30條第1項第10款之
14 規定（見本院卷一第460頁）。

15 (三)、按商標法第30條第1項第10款規定：「商標有下列情形之一
16 ，不得註冊：……十、相同或近似於他人同一或類似商品或
17 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
18 認之虞者。但經該註冊商標或申請在先之商標所有人同意申
19 請，且非顯屬不當者，不在此限」；另所謂「有致相關消費
20 者混淆誤認之虞者」，係指商標有使相關消費者對其所表彰
21 之商品來源或產製主體發生混淆誤認之虞而言；亦即商標予
22 消費者之印象可能致使相關消費者混淆而誤認來自不同來源
23 之商品或服務以為來自同一來源，或誤認兩商標之使用人間
24 存在關係企業、授權、加盟或其他類似關係。又判斷二商標
25 有無致混淆誤認之虞，應參酌：1.商標識別性之強弱；2.商
26 標是否近似暨其近似之程度；3.商品或服務是否類似暨其類

似之程度；4.先權利人多角化經營之情形；5.實際混淆誤認之情事；6.相關消費者對各商標熟悉之程度；7.系爭商標之申請人是否善意；8.其他混淆誤認之因素等，綜合認定是否已達有致相關消費者產生混淆誤認之虞（最高行政法院109年度判字第150號判決意旨參照）。

(四)、爰依本件有關之前開各項判斷因素，分別析述如下：

1、商標是否近似暨其近似之程度：

①、按有關商標是否近似暨其近似程度之判斷，應以商標圖樣整體為觀察，亦即以呈現在商品或服務之消費者眼前之整體圖樣加以觀察。惟在整體觀察原則上，尚有所謂主要部分，則係因商標雖以整體圖樣呈現，但商品或服務之消費者較為關注或事後留存印象作為其辨識來源者，則係商標圖樣中之顯著部分，此顯著部分即屬主要部分。主要部分觀察與整體觀察並非牴觸對立，主要部分最終仍是影響商標給予商品或服務之消費者的整體印象，兩者對判斷商標近似係屬相輔相成（最高行政法院108年度判字第210號判決意旨參照）。

②、系爭商標係由字體較大之英文字母「BB」及字體較小之「AMINO23」搭配圓弧線條圖形共同組成；而據爭商標分別由「子コ」、「Chocola」、「俏正美」等文字結合「BB」之粗體英文字母構成，將系爭商標與據爭商標互核觀之，二者均有字體較大或粗體字設計而予人寓目印象深刻之粗體英文字母「BB」部分，易使消費者產生系爭商標與據爭商標為系列商標之聯想，應屬構成近似商標，且二者之近似程度不低。又系爭商標雖有結合有「AMINO23」字樣及圓弧線條圖形，然「AMINO ACID」為胺基酸之意涵，為所指定營養補充品商品之相關特性之說明，弧形線條為一般常見之幾何圖形

，消費者均會施以較少之注意，識別性極低，此難以作為區辨來源之依據。是以系爭商標與據爭商標相較，二者整體無論於觀念或唱呼讀音上均予人有相仿之印象，如標示於相同或類似之商品，以具有普通知識經驗之消費者，於交易時施以普通之注意，可能會誤認二造商品來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬近似程度不低之商標。至於原告雖主張系爭商標有其設計理念，然系爭商標之創意或設計理念並非相關消費者由商標之外觀形式即可得知，故商標是否近似暨其近似程度之判斷，仍應以商標圖樣整體為觀察，係以商標客觀上所呈現者為判斷依據，原告此部分之主張，尚難採認。

2、商品是否類似暨其類似之程度：

查系爭商標係指定於「綜合維他命營養補充品；維他命營養補充品；維生素營養補充品；營養補充品；礦物質營養補充品；酵素營養補充品」類別之商品，而據爭商標分別指定於「醫藥製劑；醫用營養飲料；醫用營養品；營養補充品」、「醫藥製劑、營養補充品」、「人體用醫藥品；中藥；西藥；醫療用營養品；營養補充品」等商品類別，二者比對觀察，均為人體保健所需之營養補充品或性質相當之商品，於性質、產製者具有共同或關聯之處，並經常在藥局、藥妝商店等同一銷售管道、販賣場所陳列販售，依一般社會通念及市場交易情形，為同一或類似程度不低之商品。

3、商標識別性之強弱：

①、按商標之文字、圖形、記號、顏色、立體形狀、動態、全像圖、聲音等，或其聯合式，對於商品之相關消費者所呈現識別商品來源之功能，因其商標特徵的不同而有強弱之別。又

商標有無識別性，應依其指定使用之商品或服務、消費者之認知、實際交易情況及使用方式，判斷是否足以使相關消費者認識其為表彰商品或服務之標識，並得藉以與他人之商品或服務相區別，原則上創意性的商標識別性最強，而以習見事物為內容的任意性商標及以商品相關暗示說明為內容的暗示性商標，其識別性即較弱，而識別性越強的商標，商品之消費者的印象越深，他人稍有攀附，即可能引起購買人產生混淆誤認。查據爭商標係分別由「子 ㄣ」、「Chocola」、「俏正美」等文字結合「BB」之粗體英文字母構成，與其等指定使用之商品間並無關聯性，應具有相當之識別性；而系爭商標係由字體較大之英文字母「BB」及字體較小之「AMINO23」搭配圓弧線條圖形共同組成，雖其中「AMINO23」與其表彰商品品質有關，然整體圖樣並非指定商品之直接說明，消費者仍會將其視為指示及區別商品來源之標識，亦具有商標之識別性，是據爭商標與系爭商標均具有識別性。

②、又依參加人所檢送之證5-1 號為觀之（乙證1 異議卷第48至70頁），此為據爭商標自105 年起至108 年間於各大期刊雜誌之廣告，證8 及證9 則為107 年至108 年間之電視廣告（乙證1 異議卷第154 至177 頁背面），據爭商標已為異議人廣泛行銷使用，而相關消費者持續接觸據爭商標商品，更強化其後天之識別性。另原告雖提出原證12至18其他包含BB英文文字之核准註冊商標，惟該等商標圖樣與系爭商標不同，且各別文字或與其他圖樣結合後所產生之特定意義或整體圖樣亦有所差異，該等商標是否具有先天或後天之識別性，應就個案之事實分別予以判斷，基於商標審查個案拘束原則，原告尚不得要求比附援引，執為系爭商標應准予註冊之理由

。至於原告認參加人所註冊之第00000000號之「BB」商標無識別性乙節，然此非本件原處分及訴願決定所審酌之據爭商標，此部分自與本案無涉，原告此部分之主張及聲請本院調取前開第00000000號商標註冊卷宗，均非有理由。

4、相關消費者對各商標熟悉之程度：

①、我國商標法原則上採註冊保護主義，為避免申請在後之商標藉由事後行銷侵奪先註冊商標權人之利益，在「相關消費者對兩商標熟悉程度」之判斷因素上，應由申請在後之商標權人提出積極證據證明其就申請在後之商標之使用已達使相關消費者可與先註冊商標區辨兩商標來源之程度，如此始符合商標法第30條第1項第10款規範之意旨。

②、由參加人檢送之證5-1 號觀之（乙證1 異議卷第48至70頁），自105 年起至108 年間於各大期刊雜誌之廣告；另證5-2 號則為參加人在臺灣地區各美妝店、藥局及其他銷售點之廣告銷售資料（乙證1 異議卷第71至91頁背面）；證5-6 號則為105 年12月19日欣傳媒網路報導（乙證1 異議卷第97至98頁）；證8 及證9 則為107 年至108 年間之電視廣告（乙證1 異議卷第154 至177 頁背面），上開資料在在顯示據爭商標經參加人於維他命營養補充品，在我國上市並於屈臣氏、康是美、日藥本舖等藥妝店據點販售，並透過刊登雜誌、電視廣告及贊助體育賽事等活動宣傳促銷，足認於系爭商標註冊日即108 年1 月1 日前，據爭商標應已為我國相關消費者所知悉。原告主張系爭商標與據爭商標不致於使消費者有混淆誤認之虞，是註冊在後之系爭商標能否證明其因廣泛使用而得與註冊在先之據爭商標併存不致使消費者產生混淆誤認之虞，此部分自應由系爭商標權人即本件原告舉證證明之，

原告其於原處分階段未提出使用之事證，於訴願及本院審理時提出原證24之商品包裝照片證明系爭商標之實際使用狀態（丁證1 卷第60頁、本院卷一第153 頁），亦無日期可供佐證，依卷內之證據資料，參酌註冊保護主義之精神，自應認為相關消費者對於註冊在先之據爭商標較為熟悉，而在此要素之認定上應給予據爭商標較大之保護。

5、綜上，依本件現存證據資料審酌結果，系爭商標與據爭商標雖均具識別性，但二者商標圖樣近似程度不低，且指定使用之商品構成高度類似商品，相關消費者對據爭商標較為熟悉而應給予較大之保護，且相關消費者極有可能誤認二者商標之商品來自於同一或有關聯來源，而產生混淆誤認之情事，經綜合上開因素審酌後，本院認為系爭商標之註冊，應有致相關消費者產生混淆誤認之虞，而有商標法第30條第1 項第10款規定之適用。

六、綜上所述，系爭商標有違商標法第30條第1 項第10款規定，從而，被告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，核無不合，原告訴請撤銷原處分及訴願決定，為無理由，應予駁回。

七、本件事證已明，兩造及參加人其餘主張或答辯，已與本件判決結果不生影響，爰毋庸一一論列，併此敘明。

據上論結，本件原告之訴為無理由，爰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，判決如主文。

中 華 民 國 110 年 5 月 19 日

智慧財產法院第三庭

審判長法 官 蔡惠如

法 官 杜惠錦

以上正本係照原本作成。

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
一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。
二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	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。

01 訟代理人 02 03 04 05 06 07	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。
08 是否符合一、二之情形，而得為強制律師代理之例外，上訴 09 人應於提起上訴或委任時釋明之，並提出二所示關係之釋明 10 文書影本及委任書。 11	

12 中 華 民 國 110 年 5 月 19 日

13 書記官 張玫玲

14 附表

編號	註冊字號	編號	註冊字號
1	00000000號	2	00000000號
3	00000000號	4	00000000號
5	00000000號	6	00000000號
7	00000000號	8	00000000號
9	00000000號	10	00000000號

(續上頁)

01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11

11	000000000號	12	000000000號
13	000000000號	14	000000000號
15	000000000號	16	000000000號
17	000000000號	18	000000000號
19	000000000號		