990402 有關第 92129649 號「議價購物方法」發明專利申請事件（98 年度行專訴字第 37 號)(判決日：98.08.13.)

爭議標的： 進步性專利要件
系爭專利：「議價購物方法」發明專利
相關法條： 專利法第 22 條第 4 項規定

判決要旨：系爭專利乃利用電腦技術予以實現者，而為藉助電腦硬體資源達到某種商業目的或功能之具體實施方法，即屬技術領域之技術手段而符合發明之定義。故審究系爭專利是否具有進步性，應以每一請求項中所載之發明的整體為對象，及將該發明所欲解決之問題、解決問題之技術手段及對照先前技術之功效作一整體予以考量。

【判決摘錄】

一、兩造主張

（一）原告主張

1.引證案與系爭專利申請範圍第 1 項之比較：

(1)美國公開專利第 2003/015876A1 號「BUYER-DRIVEN TARGETING OF PURCHASING ENTITIES」（下稱引證四）：

I.依引證四說明書及其圖式所揭露之內容，並非用來使電腦與使用者直接進行即時議價交易程序；其技術手段亦非選擇商品和議價方式後，由虛擬團體與供應商進行買賣商品的議價程序，也不具有議價程序完成後選擇成交或放棄之特徵；其達成效果更無關於供使用者與電腦直接互動完成議價之交易行為。

II.引證四雖亦揭露有資料庫及電腦程式，但係用於儲存買家實體之資料以進行比對及媒合，與系爭專利中的資料庫及電腦程式用來即時促成交易之作用大異其趣。

(2)中華民國專利第 486655 號「網路商品競標議價電子交易機制」（下稱引證一）、第 542982 號「動態估價系統」（下稱引證二）及第 519595 號「電子商務交易模式之整合方法及交易平台」（下稱引證三）：

I.引證一為一般拍賣網站議價方式，以競標方式，並非即時議價。又引證一之技術特徵，僅揭露一種議價模式用以進行交易，即訂定價格區段而採「以量議價」，並未「提供複數種議價方式」，因此也無法提供「選擇其中一種（議價方式）進行議價」之特徵。

II.引證二係用於對商品銷售價格的訂定作一預估，而其進行估計和預測的基準來自於過去的銷售資料，並不在於使用者在議價當時所回饋的接受或不接受特定價格之意見。引證二完全未有關於如何提供議價的程序以供消費者進行購物之說明，也未提供任何議價的方式，說明在商品交易

的過程中買賣雙方如何進行議價。從而，其目的、技術手段和效果，皆與系爭專利完全不同，並未揭露如系爭專利所述「提供複數種議價方式之其中一種進行議價」。

III.引證三雖提供交易平台和制定交易方法供買、賣雙方進行交易，但其所提供的每種交易方法都是獨立而不重疊的類別，並不能在一次商品買賣的程序中交互或接續運用。

IV.綜外，引證一至引證三並未顯示系爭專利之「另選他種議價方式再次議價」的特徵。

(3)引證一至引證四之結合：

I.以蒐集、分析資料之手段以找出目標客戶族群的行銷領域技術(引證四)，與預估未來商品售價之技術（引證2）、買賣雙方皆以量議價交易（引證一）或根據多種交易條件分類交易模式（引證三）等技術，並非所屬技術領域具通常知識者能明顯加以結合，而輕易思及系爭專利「提供多種議價方式進行反覆議價，以促成交易」之精神。

II.引證一至引證四之結合，並不能揭露系爭專利的全部技術特徵，尤其無法引導技術人員獲得「當使用者不接受其中一種議價方式所提出之商品價格時，再選擇其他種議價方式，再次進行議價」之特徵，因而無法獲得如系爭專利之即時促進交易成功機率的功效。

2.系爭專利申請專利範圍第2至11項附屬項係為依附於第1項而具有新穎性及進步性。

（二）智慧局主張

1.原告宣稱系爭專利第1至第10項之議價購物方法所能達成之「即時詢價」、「增加購物成交機率」、「使用者與交易平台間互動」及「增加購物趣味性」，未在申請專利範圍內容，不得作為系爭專利申請專利範圍之技術特徵內容之解釋基礎。

2.引證案與系爭專利申請專利範圍第1項之比較：

(1)引證一至引證三均是提供議價方式，這些均為商業法則之應用，非原告獨自發明，原告僅是提供促銷方式供消費者選擇。而引證四為消費者若是不滿意上開議價方式，可再提供新的促銷方式供消費者選擇，是屬新的議價方式，所以引證四已揭露系爭議價方式，而供應商勢必要提出新的方式供消費者選擇。又引證四雖非明載他種議價方式，但此均係商業方式之套用，可輕易思及，單就商業方法並無技術性，而原告並未提供更新的議價方式。

(2)步驟(e)的內容，「議價方式」（以量制價，搭售議價，信用議價及直接議價）雖未於引證案中全部揭露，但為商業領域中習知技術，其議價方式種類完成商品議價方式之進行，亦可參酌引證案揭示之先前技術，得為輕易以軟體完成此功能。

3.系爭專利申請專利範圍第2 項至第11項：

(1)第 2 項之議價購物方法之媒介、第 3 項之以量議價方式並給予折價、第 4 項之搭售建議方式並給予折價、第 5 項之給予使用者信用等級並給予折價及第 8 項之累計議價結果直接向供應商議價等，均已為引證四所揭露。

(2)系爭專利申請專利範圍第 2 項之「網路線上交易平台、單機、開放系統或閉路系統」，係為網路購物之所屬技術領域中具有通常知識者習知之技術科技產品、技術用語等方法或手段，且已經廣泛應用，應不具進步性。

(3)系爭專利申請專利範圍第 6 項之商品購買價應高於資料庫底價、第 7 項之議價程序完成後若選擇成交則放入一購物車中、第 9 項之選擇欲議價之商品之前先予以施行累積欲議價點數、第 10 項之點數係以線上購物之累積金額作為基準及第 11 項之每議價商品一次即扣一定點數等，均係針對系爭專利申請專利範圍第 1 項之「議價購物方法」，部分程序內容再做進一步限定，而上開部分為已經廣泛被使用，其為習知之技術方法手段的內容。

4. 引證案雖針對某種商品或服務尋求目標客戶群後，再針對這些目標客戶群提出相對應促銷方案或計畫。同時，該引證案結合促銷方案或計畫與該項商品或服務來尋求目標客戶群。而目標客戶群對於提出相對應的促銷方案不滿意時，則會重新提出新的相對應促銷方案或計畫來吸引消費者購買，從而該客戶群具有與商品或服務的供應者之議價能力。是以引證案已揭示系爭專利之「消費者具有與某項商品或服務的供應者之議價能力」之技術特徵。

二、本案爭點

系爭專利有無專利法第 22 條第 4 項之適用。

三、判決理由

(一) 系爭專利之申請專利範圍共 11 項，其中第 1 項為獨立項，其餘為附屬項。申請專利範圍第 1 項：「一種議價購物方法，係在一可提供使用者即時詢價、議價以促成交易之系統，透過電腦程式及資料庫，以即時促成交易行為，該方法包含下列步驟；

(a) 選擇欲購買之商品；

(b) 選擇該系統所提供複數種議價方式之其中一種進行議價，其議價用可由使用者自選或由電腦直接提供建議之售價；

(c) 依所選擇之該議價方式開始議價；

(d) 判斷使用者是否接受該議價方式所提出之該商品售價；

(e) 如使用者未接受該商品售價，且該系統上有其他尚未進行的議價方式供選擇時，選擇該系統所提供之他種議價方式，一他種議價方式再次進行議價，並回到步驟 (d) 執行；以及

(f) 俟所採用之議價程序完成，選擇成交或放棄。」

(二) 引證一係一種網路商品競標議價電子交易機制，係在一開放架構的交易平台供廠商競標及網友消費者議價，其方式係在每一標場的交易平台中，由

供應商自行上架商品，並訂定數量區段價格，透過主要網站及聯盟方式將此一交易平台提供不同聯盟網站使用，再利用數量區段價格方式吸引網友消費者集體議價，而不同廠商也以透過廠商競價介面，對標場進行數量區段價格下探競價，標場時間結束時，廠商出價低者得標，而所有參加議價網友消費者亦可用最低價格購得商品。

（三）引證二揭示一種動態估價系統,可針對每一產品於每一市場中的不同價位,分別產生不同的價格建議。特別是本系統將首先針對產品的歷史價格和銷售資料實施標準化，然後運用描述使用者商業目的之參數，再對這些歷史資料進行分析，並產生可達成前述商業目的之價格表。本系統也會參考市場區隔、產品類型，考慮未來的銷售期間，配合歷史市場資料，作出預期銷售狀況的預測，並判斷此項預測之價格變動效應。此外，系統將進一步計算產品之單位成本，然後依據銷售預測所產生的不同價格、調整這些銷售預測可能引致之價格變化，以及成本判斷這三個因素，來進行銷售利潤估算。還有，系統也會視需要針對目前價格進行最佳化調整，反映庫存限制，並根據預設條件產生警訊通知。

（四）引證三係一種「電子商務交易模式之整合方法及交易平台」，係利用買方／賣方交易市場之建置，及招標／競標之交易機制，使 B2B、B2C、C2B、C2C 之交易模式可整合於同一交易平台，且能進行一對多、或多對多之複式交易者，該方法至少包含以下之步驟：區分需求發起、統合交易資訊、建置交易市場、制定交易項目、制定交易機制、制定交易原則、制定交易對象數、及制定成交價格原則等；整合後之交易平台，使買賣雙方可依市場實際供需狀況，而選擇較為有利之交易模式，以達到完全自由競爭之市場經濟，並使得原有之交易／供應鏈更為精簡，而交易資訊更為公開、公平，以提高其交易效率，進而降低其交易成本。

（五）引證四之專利公報第【0020】至【0023】段揭示商品供應商為吸引消費者購物，會提出一些廣告或是激勵購物的機制（incentive）予可能購買其商品的潛在客戶群。是以引證四之技術手段在於：蒐集眾多買家實體之資料（包括由第三方所提供之買家實體歷史購物記錄證明、由買家實體填寫電子問卷而披露自己的偏好、或根據買家實體先前購物歷史所獲得的獎勵點數等），並輸入資料庫後，再根據特定之檢索條件於資料庫中進行檢索篩選，找出符合檢索條件的一群買家實體，而將商品供應商所欲提供之激勵機制提供予各該買家實體。

（六）系爭專利申請專利範圍第 1 項與引證一至引證四之技術特徵比對。茲分述如下：

1. 關於商品價格，系爭專利具有即時詢價、議價，使用者可以立即得知商品的價格；而引證一須等待結標後，始可得知購得價格。關於議價方式之選擇，系爭專利提供使用者可以自行選擇議價方式或由電腦系統提供；而引證一僅揭示由系統提供單一商品銷售議價方式，無法變更議價方式。關於議價方式

之種類，系爭專利申請專利範圍第 1 項中步驟(b)、(d)及(e)，提供使用者可以自行選用或電腦直接提供建議之售價等多種議價方式，且於同一次商品交易中有連續及多種議價方式；而引證一僅提供單一種議價方式，並未具體揭示系爭專利申請專利範圍第 1 項之(b)、(d)及(e)等步驟。是以，系爭專利提供多種議價方式，增加使用者購得商品的機會，且增加趣味性及客戶（使用者）與電腦間直接互動。

2. 關於請求標的，系爭專利為一種提供網路購物時之議價方法；而引證二揭示一種動態估價系統，可針對一種或多主產品產生不同的價格建議，以提供使用者可獲得所需銷售量等級最大利潤的價格。關於議價步驟，系爭專利詳列步驟(a)至(f)；而引證二並未揭示有系爭專利之議價步驟。是以，兩者之標的、發明目的、技術手段及欲達成之效果均不同。

3. 關於請求標的及技術手段，系爭專利為一種網路購物時之議價方法，提供一種具有多種議價方式之方法；而引證三揭示一種電子商務交易模式之整合方法，將現行之 B2B、B2C、C2B 及 C2C 等交易模式整合於同一交易平台，且能進行一對多、或多對多交易，買賣雙方可一市場實際供需狀況選擇較有利之交易模式。關於議價步驟，系爭專利詳列步驟(a)至(f)；而引證三並未揭示有系爭專利之議價步驟。是以，兩者之標的、發明目的、技術手段及欲達成之效果均不同。

4. 關於發明目的及技術手段，系爭專利為一種網路購物時之議價方法，提供於網路購買商品過程中提供詢價及多種議價方式，以增加交易機會；而引證四係依據消費者的購買消費歷史或偏好提供廠商尋找可能成為客戶消費者。關於議價步驟，系爭專利詳列步驟(a)至(f)；而引證三並未揭示有系爭專利之議價步驟。關於所欲達成之效果，系爭專利提供於網路購買商品過程中提供詢價，且於一次交易過程中具有多次議價之步驟多種議價方式，以增加交易機會;而引證四所揭示之技術係挑選出符合不同篩選條件之每一組買家實體，其代表不同商品供應商之潛在客戶，具有比其他不符條件之買家實體更具有購買該商品之可能，據此，廠商可以將廣告或優惠集中於特定買家實體上，以降低盲目尋找客戶之投資成本（見申請卷第 167 頁之引證四專利公報第【0005】至【0006】段）。是以，兩者之標的、發明目的、技術手段及欲達成之效果均不同。

5. 系爭專利申請專利範圍第 1 項之(b)、(d)及(e)等步驟，提供使用者可以自行選用或電腦直接提供建議之售價等多種議價方式，且於同一次商品交易中有連續及多種議價方式；而引證一並未具體揭示此 3 步驟。至於引證二至引證四，非屬提供網路購物時之議價方法，亦未明示或暗示揭露系爭專利之議價機制及步驟。

6. 被告主張：引證一至引證三提供不同的議價方式，已揭露系爭專利申請專利範圍第 1 項(b)中之「所提供複數議價方式之其中一種進行議價」之技術特徵，此純屬商業方法之套用，僅為商業方法本身之敘述，非為使用技術產生某種

技術功效，進而達成功效之增進云云。按被告所訂定之電腦軟體基準（即專利審查基準 2008 年版第二篇第九章「電腦軟體相關發明」）2.1.4 規定：「商業方法係利用電腦技術予以實現者，其技術手段之本質並非商業方法本身，而為藉助電腦硬體資源達到某種商業目的或功能之具體實施方法，得認定其屬技術領域的技術手段而符合發明之定義。對於利用電腦軟體相關技術實施商業的方法，不得僅因該方法應用於商業，即認定其不符合發明之定義。」系爭專利業經被告審認及訴願機關認定系爭專利申請專利範圍第 1 項為一種議價購物方法，係在一可提供使用者即時詢價、議價以促成交易之系統，透過電腦程式及資料庫，以即時促成交易行為，其步驟包括選擇商品、選擇議價方式、進行議價程序及議價程序完成後選擇成交或放棄等。因此，系爭專利乃利用電腦技術予以實現者，而為藉助電腦硬體資源達到某種商業目的或功能之具體實施方法，即屬技術領域之技術手段而符合發明之定義。故審究系爭專利是否具有進步性，應以每一請求項中所載之發明的整體為對象，及將該發明所欲解決之問題、解決問題之技術手段及對照先前技術之功效作一整體予以考量。

7. 綜上，引證一至四單獨或其組合，不足以教示熟悉網路購物平台設置業者，依據系爭專利申請當時之技術水準，依引證一至四，即能輕易完成系爭專利申請專利範圍第 1 項之技術特徵。故系爭專利申請專利範圍第 1 項具有進步性。

（七）系爭專利申請專利範圍第 2 至 11 項係依附於獨立項之各附屬項，包含第 1 項所有之技術特徵，並進一步限縮界定（第 2 項係議價購物方法之媒介，第 3 項係以量議價方式並給予折價，第 4 項係搭售建議方式並給予折價，第 5 項係給予使用者信用等級並給予折價，第 6 項係商品購買價應高於資料庫底價，第 7 項係議價程序完成後若選擇成交則放入一購物車中，第 8 項係累計議價結果直接向供應商議價，第 9 項係選擇欲議價之商品之前先予以施行累積欲議價點數，第 10 項係點數以線上購物之累積金額作為基準，第 11 項係每議價商品一次即扣一定點數），因引證一至引證四之單獨或其組合，無法證明系爭專利申請專利範圍第 1 項不具進步性，自亦難以證明系爭專利申請專利範圍第 2 至 11 項不具進步性。

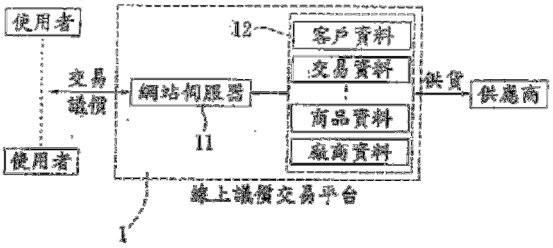
四、判決結果

綜上所述，引證一至引證四不足以證明系爭專利可由熟習該項技術領域者輕易思及，而有專利法第 22 條第 4 項所定情事。惟系爭專利有無其他不應准予專利之理由，尚待審查，故本件事證尚未明確，有待發回由被告依本院上述法律見解再為審查裁量。從而，原處分以系爭專利有違同法第 22 條第 4 項規定，而不予專利之審定，於法尚有未洽，訴願決定維持原處分，亦非妥適。原告據此請求撤銷訴願決定及原處分，為有理由，應予准許，並應由被告就本件申請依本判決之法律見解另為適法之處分。至於原告請

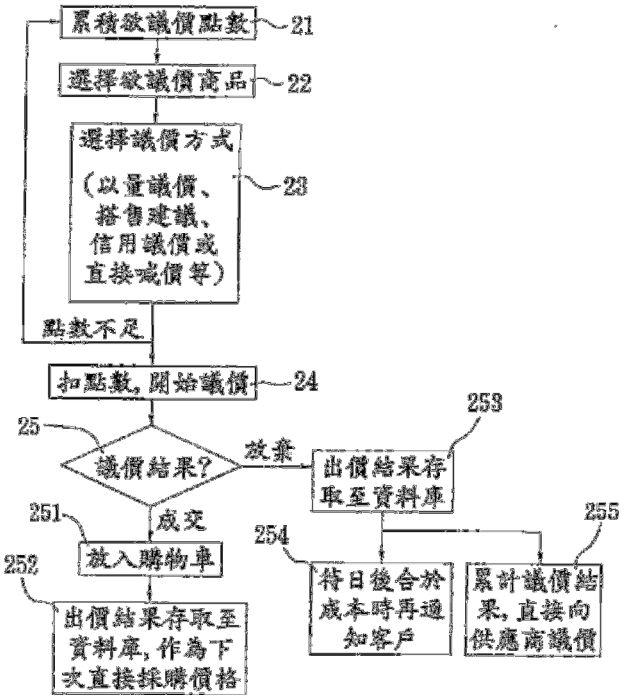
求被告應就系爭專利申請案，作成准予專利之審定部分，因本件尚待被告依本判決法律見解另為審查，故事證尚未臻明確，本院無從逕予判斷，原告此部分請求為無理由，應予駁回。

附圖1（系爭專利圖式第一至六圖）

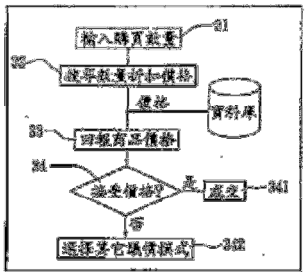
【第一圖：本發明之方法的環境示意圖】



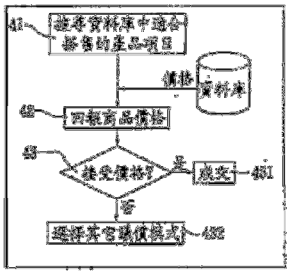
【第二圖：本發明之動作流程圖】



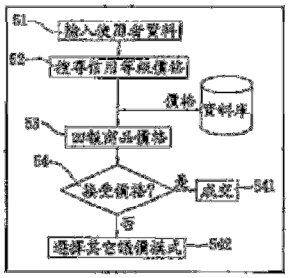
【第三至六圖：本發明實施四種議價方式之流程圖】



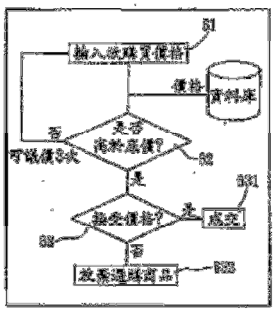
第三圖 以量議價流程圖



第四圖 以搭售議價流程圖



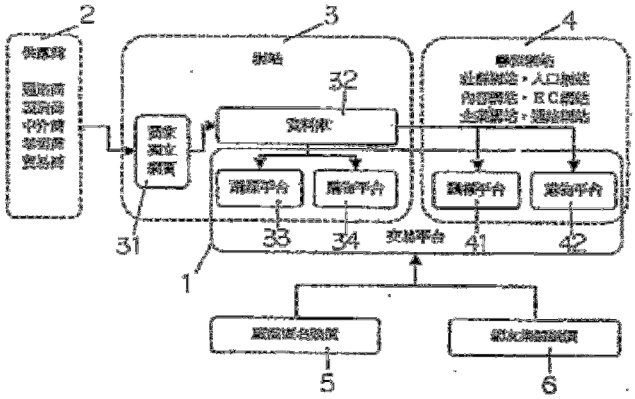
第五圖 以信用議價流程圖



第六圖 以直接喊價流程圖

附圖 2（引證一圖式第一圖）

【系統圖】



附圖 3（引證二圖式圖 1、2、6、7）

【圖 1：根據較佳具體實施例，結合圖 2 動態估價系統所產生的概要圖】

圖 1

【圖 2：根據較佳具體實施例，結合圖 2 動態估價系統所產生的概要圖】

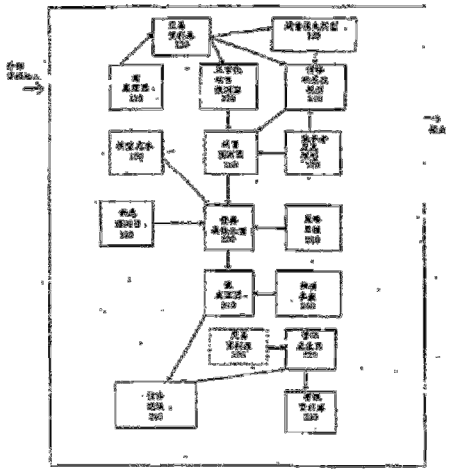


圖 2

【圖 6：與較大框架 400 共存之動態估價系統】

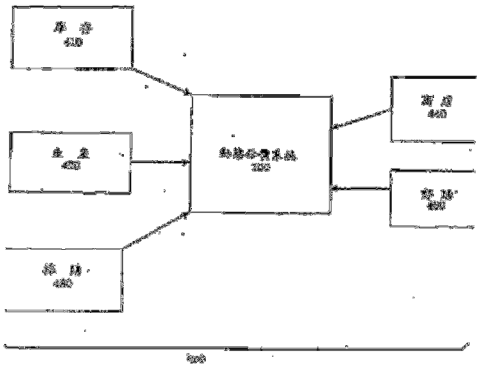


圖 6

【圖 7：另一種動態估價系統】

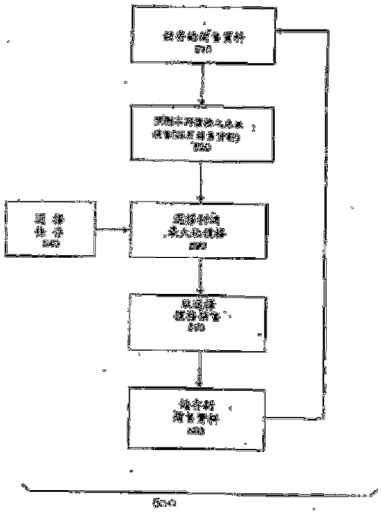
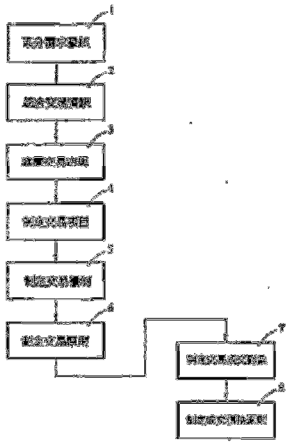


圖 7

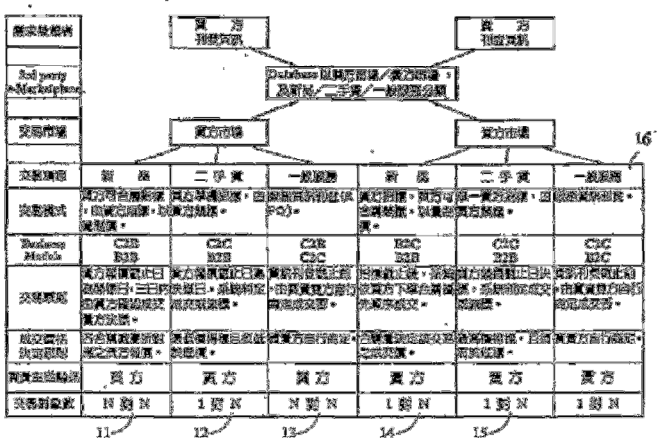
附圖 4（引證三圖式第 1、2 圖）

【第 1 圖：流程示意圖】



第 1 圖

【第 2 圖：發明之統合分析表示意圖】



交易類型	新　品	二手貨	一般服務	新　品	二手貨	一般服務
交易模式	賣方等會員網站，取賣方商品，以賣方為主。	賣方等會員網站，買方為主。	服務提供者與消費者（P2P）。	賣方拍賣，賣方可在一定期間，以最高價賣。	在一定期間，買方為主。	服務提供者。
Business Models	C2B B2B	C2C B2B	C2B C2C	B2C B2B	C2C B2B	C2C B2C
交易期間	賣方等買家出日為結束日，三日內或是日，系統判定為賣方成交。	賣方等買家出日為結束日，系統判定為成交。	買家付費後立即，由買賣雙方自行商定成交價。	拍賣截止後，系統依賣方下單金額為成交。	賣方等買家出日為結束日，系統判定為成交。	買家付費後立即，由買賣雙方自行商定成交價。
成交價格決定原則	符合買家要求的最低賣方報價。	最低價格已經設定。	買賣方自行商定。	已經設定最低成交價。	會員自行設定。	買賣方自行商定。
買賣主導權	賣方	賣方	賣方	賣方	賣方	賣方
交易對象	N 對 N	1 對 N	N 對 N	1 對 N	1 對 N	1 對 N

11　12　13　14　15　16

第 2 圖

附圖 5（引證四圖式圖 3A）

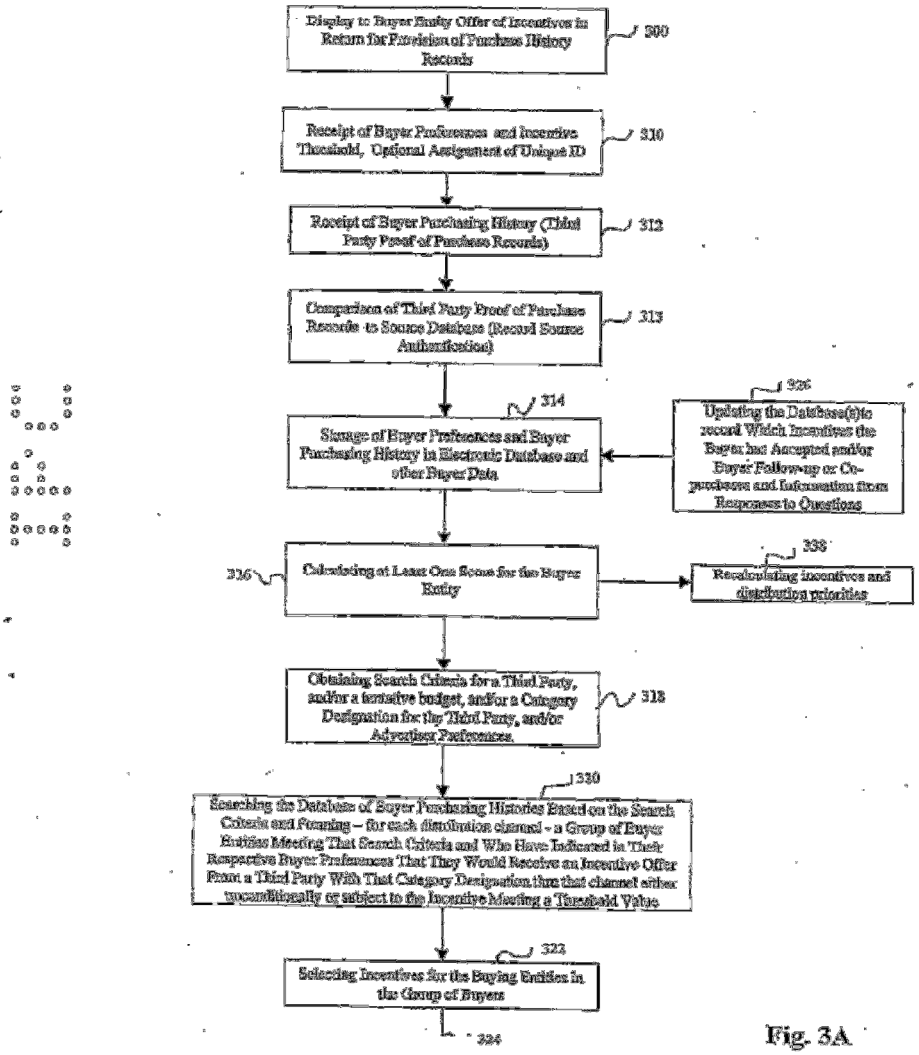
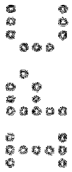


Fig. 3A

附表（系爭專利申請專利範圍第1項與引證一至四之比對）

系爭專利申請專利範圍第1項之技術特徵	引證一	引證二	引證三	引證四
＊一種議價購物方法，包括：係在一可提供使用者即時詢價、議價以促成交易之系統，透過電腦程式及資料庫，以即時促成交易行為，該方法包含下列步驟：	＊一種網路商品競標議價機制，提供消費者集體議價，透過電腦程式及資料庫使消費者可用最低價購得商品（摘要揭示）	＊一種動態估價系統×	＊一種電子商務交易模式之整合方法×	＊一種提供廠商從眾多買家實體（buyer entities）當中，找出最有可能因廠商所提供的優惠或激勵購物機制而購買其商品的目標客戶群×
＊（a）選擇欲購買之商品；	＊供應商提供上價商品（即消費者亦可選擇購買之商品）	＊×	＊×	＊×
＊（b）選擇該系統所提供複數種議價方式之其中一種進行議價，其議價用可由使用者自選或由電腦直接提供建議之售價；	＊×系統僅提供透過「數量區段價格」方式進行商品議價（即系統僅設定並提供一種議價方式）消費者無法自行選定	＊×	＊×	＊×
＊（c）依所選擇之該議價方式開始議價；	＊以系統之數量區段價格進行議價	＊×	＊×	＊×
＊（d）判斷使用者是否接受該議價方式所提出之該商品售價；	＊×	＊×	＊×	＊×
＊（e）如使用者未接受該商品售價，且該系統上有其他尚未進行的議價方	＊×	＊×	＊×	＊×

式供選擇時，選擇該系統所提供之他種報價方式，一他種報價方式再次進行議價，並回到步驟（d）執行；以及 •（f）倘所採用之報價程序完成，選擇成交或放棄。	•廠商及消費者確認購買商品時，即進入購物車 20（p.9 第 12 至 15 行）	•×	•×	•×