

智慧財產法院行政判決

108年度行專訴字第22號

原 告 米果數位行銷有限公司

代 表 人 楊雅如（董事）住同上

訴訟代理人 呂光律師

黃紫旻律師

吳弈錡專利師

被 告 經濟部智慧財產局

代 表 人 洪淑敏（局長）住同上

訴訟代理人 曾錦豐

參 加 人 李忱堅

訴訟代理人 陳寧樺律師

陳軍宇律師

詹東穎專利師

上列當事人間因發明專利舉發事件，原告不服經濟部中華民國108年1月11日經訴字第10706313670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，並判決如下：

主 文

原告之訴駁回。

01 訴訟費用由原告負擔。

02 事實及理由

03 壹、事實概要：

04 原告於民國105 年4 月8 日以「網路團購整單系統」向被告
05 申請發明專利，經被告於106 年1 月23日准予專利，並發給
06 發明第I578252 號專利證書（下稱系爭專利，申請專利範圍
07 共9 項）。嗣參加人於106 年7 月28日以系爭專利請求項 1
08 至9 違反核准時專利法第26條第2 項及第22條第2 項規定，
09 提起舉發。案經被告審查，認系爭專利有違核准時專利法第
10 22條第2 項之規定，以107 年8 月27日（107 ）智專三（二
11 ）04072 字第10720789680 號專利舉發審定書為「請求項1
12 至9 舉發成立，應予撤銷」之處分（下稱原處分）。原告不
13 服，提起訴願，經經濟部108 年1 月11日經訴字第10706313
14 670 號訴願決定駁回，原告仍不服，遂向本院提起行政訴訟
15 。本院認本件判決之結果，若認定應撤銷原處分及訴願決定
16 ，將影響參加人之權利或法律上之利益，遂依職權裁定命其
17 獨立參加本件被告之訴訟。

18 貳、當事人之主張及抗辯：

19 一、原告方面：

20 （一）證據2 無法證明系爭專利請求項1 不具新穎性及進步性：

21 1.證據2 並未揭露請求項1 之特徵1A「一種網路團購整單系統
22 ，適用於一社群網站之社團團購訂單資料整理」：

23 請求項1 所載之「適用於一社群網站之社團團購訂單資料整
24 理」及「一關鍵字設定模組，係設定該社團之團購文章所需
25 之至少一關鍵字」可知，賣家係於該社群網站之社團上發表
26 商品訊息文章，而非如證據2 係直接發送商品訊息給潛在買

01 家。因此，證據2 不具有如請求項1 所載之「社群網站」及
02 「社團」（包含社群網站個人頁面、粉絲頁、社團等）特徵
03 。參加人另主張證據2 之「特定服務器」（即伺服器）適用於
04 於「社群網站及社團」等語，欲將證據2 之伺服器視為一種
05 社群網站及社團。然證據2 完全未提及「社群網站」，遑論
06 揭露「社群網站之社團」，且具有基本理工知識者，自當瞭
07 解「伺服器」不等於「社群網站或社團」，亦不一定適用於
08 社群網站及社團。

09 2. 證據2 並未揭露請求項1 之特徵1B「一串接模組，係與該社
10 群網站之應用程式介面（Application Programming Interf
11 ace , API ）進行串接」：

12 證據2 既未揭露「社群網站」，更無可能揭露可與社群網站
13 串接之串接模組，且證據2 已明確揭示「使用者終端2 與伺
14 服器2 之間的通訊係根據對話啟動協定（Session Initiati
15 on Protocol , SIP ）所進行」，伺服器與使用者終端並非
16 使用API 進行串接。

17 3. 證據2 並未揭露請求項1 之特徵1C「一關鍵字設定模組，係
18 設定該社團之團購文章所需之至少一關鍵字」及特徵1D「一
19 接收模組，係從該社團接收該至少一關鍵字要求以提取一關
20 鍵字資訊」：

21 證據2 僅教示根據「團購邀請訊息」及「加入訊息」來建立
22 訂單，而系爭專利所屬領域具有通常知識者皆可瞭解根據訊
23 息建立訂單，本可藉由多種不同方式達成（例如根據編碼方
24 式將訊息轉換為訂單、藉由圖形辨識將商品資訊轉換為訂單
25 等）。證據2 既完全未提及設定關鍵字或提取關鍵字資訊，
26 系爭專利所屬領域具有通常知識者，在系爭專利申請日之前

，殊難僅藉由證據2 之教示而直接推得證據2 可於團購邀請訊息中設定關鍵字及提取關鍵資訊。

4.證據2 並未揭露請求項1 之特徵1E「一輸入處理模組，係從該社團之團購留言接收一購買資訊」及特徵1F「一訂單整合模組，係整合該關鍵字資訊及該購買資訊以構成該團購訂單資料」：

證據2 之系統係直接讓賣家（邀請者）與潛在買家（受邀者）聯繫，而不需透過任何「社群網路」之平台，更無「社團」之概念。既證據2 並未教導或建議「關鍵字資訊」及「來自社團之購買資訊」，證據2 當無揭露請求項1 之特徵1F「整合該關鍵字資訊及該購買資訊以構成該團購訂單資料」之可能。

(二)證據8 及證據9 並非系爭專利適格之前案，無法作為系爭專利有效性判斷之依據：

1.原處分及訴願決定均已認定證據8 及證據9 不具證據能力，因其網頁頁面已不存在，時光回溯器（wayback machine）亦查無該等影片網頁資料，而證據8 所附影片光碟及截圖亦僅有影片內容資料而無公開日期可稽，故證據8 及證據9 非為主張系爭專利不具進步性之適格證據。

2.證據8 除未經公證，更係發布於YouTube 網站之「7 Tips for Driving Sales with a Facebook Post」影片，參加人雖主張該影片之發布日期為西元2015年6月4日，早於系爭專利之申請日，然該影片已不存於YouTube 網站，任何人均無法自YouTube 網站或卷內資料確認該影片之公開時間，參照最高法院98年度台上字第2373號民事判決意旨，應由參加人證明證據8 之真正。參加人既無法證明證據8 及證據9

01 具有證據能力，自不得以證據8、9作為系爭專利有效性判
02 斷之依據。

03 (三)縱認證據8及證據9具證據能力，此二證據仍不足以證明請
04 求項1不具進步性：

05 1.證據8並未揭露請求項1之特徵1C「一關鍵字設定模組，係
06 設定該社團之團購文章所需之至少一關鍵字」、特徵1D「一
07 接收模組，係從該社團接收該至少一關鍵字要求以提取一關
08 鍵字資訊」及特徵1F「一訂單整合模組，係整合該關鍵字資
09 訊及該購買資訊以構成該團購訂單資料」。

10 2.證據8截圖僅能說明「Heyo Cart」可讀取Facebook個人頁
11 面留言串中的「Buy」，並未提及是否需讀取該頁面中文字
12 (有可能僅擷取該頁面之商品圖片即可)。因此，參加人主
13 張『Heyo Cart』可透過相同之技術讀取『團購文章』中的
14 文字，僅為不當擴充及揣測證據8之教示所推得之假設內容
15 ，殊難使人信服。此外，系爭專利所屬領域具有通常知識者
16 ，皆可瞭解根據Facebook個人頁面發布文章建立購買資訊的
17 方式有許多種（例如依據編碼方式將發布文章轉換為訂單、
18 直接將發布文章中的圖式轉換為訂單等），既證據8完全未
19 提及設定關鍵字或提取關鍵字資訊，系爭專利所屬領域具有
20 通常知識者，在系爭專利申請日前，殊難僅藉由證據8之教
21 示，而直接推得證據8可於個人頁面設定關鍵字，並提取關
22 鍵資訊。再者，既然證據8並未教導或建議「關鍵字資訊」
23 ，其理應無可能揭露請求項1之特徵1F「整合該關鍵字資訊
24 及該購買資訊以構成該團購訂單資料」。

25 (四)參證1-4係屬新證據，依最高行政法院107年度判字第391
26 號判決之意旨，應不得納入本案審理之範圍：

參加人於行政訴訟階段提出參證1-4，欲間接證明證據8之公開日期。然系爭專利所屬領域具有通常知識者皆可瞭解，不同版本系統之功能及操作均不盡相同，參證1-4係關於「Heyo Cart」之教學影片或網站，僅可能證明參證1-4與證據8所揭露之系統為具有同一名稱之系統，卻無法證明參證1-4所揭示之系統與證據8所揭露之系統確實為相同且同一版本之系統。況依最高行政法院107年度判字第391號判決之見解，於專利權人為原告之情形，法院不應接受並審酌參加人於訴訟程序中所提出之新證據。而參加人雖表示參證1-4為證據8之補強證據，然實際係作為新證據而主張，自不應准許。

(五)對證據2-7之組合，原處分於段落(五)、2、(7)僅以

「由於單獨證據2足以證明請求項1不具進步性，已如前述，故證據2至7之組合亦足以證明系爭專利請求項1不具進步性；又雖證據8、9不具證據能力，惟單獨證據2足以證明系爭專利請求項1不具進步性，證據2、8至9之組合亦足以證明系爭專利請求項1不具進步性」帶過，全然未說明證據2至證據7所欲解決之問題、功能或作用上之關連性，更未提及證據2至證據7，每一證據如何教示或建議技術領域中具有通常知識者將該等前案彼此組合，顯與專利審查基準之相關規定有違。此外，證據3-7及10亦無法補充證據2、8及9不足之處，故請求項1相較於前揭證據仍具進步性。

(六)系爭專利請求項2至9係依附於請求項1，並進一步界定其他技術特徵；請求項1具有進步性，已如前述，故請求項2至9當然具有進步性。

01 (七)並聲明：原處分與訴願決定均撤銷。

02 二、被告方面：

03 (一)雖證據2 形式上未記載系爭專利請求項1 之「一串接模組、
04 一關鍵字設定模組、一接收模組、一輸入處理模組及一訂單
05 整合模組」，原處分業於理由第五點敘明系爭專利請求項1
06 與證據2 之比對，其已說明證據2 發明說明[0009] 、[001
07 0]、[0020] 、[0021] 、[0028] 、[0048] 、[0050]
08 段揭露內容已對應於請求項1 對各個模組之功能描述技術特
09 徵與連接關係，可謂實質揭露請求項1 之各個模組，亦達成
10 相同功效，所屬技術領域中具有通常知識者依據證據2 可輕
11 易完成請求項1 ，故證據2 足以證明系爭專利請求項1 不具
12 進步性。

13 (二)依證據2 說明書第3 頁[0050] 段可知，證據2 之線上團購
14 參與者須先加入成為受邀者名單之一，始能接收到邀請者端
15 傳送之相關團購資訊，邀請者及受邀人間應存在有特定網路
16 社群會員之社交關係，應為所屬技術領域中具有通常知識者
17 所能輕易思及者。又據證據2 說明書第1 頁第[0014] 段至
18 [0020]段所述，(a)線上團購系統配置一個可作為邀請
19 者端之用戶終端，透過網路向伺服器發送團購邀請訊息及受
20 邀者名單，而該團購邀請訊息包含賣方及至少一待售商品等
21 資訊之商店訊息；受邀者名單則包含邀請者端以外的至少另
22 一個用戶。(b) (c) (d)而該配置服務器因應邀請者
23 端之團購邀請訊息，透過網際網路發送予受邀者端用戶，並
24 將受邀者端用戶回應「加入」之訊息回傳到伺服器後，再轉
25 發予邀請者端以回應團購邀請訊息。(e) (f)為回應伺
26 服器傳送之團購訊息，受邀者端亦會送出有關賣方提供之至

少一商品資訊及回應加入訊息之購買訂單，配置服務器會將該購買訂單轉發予邀請者端用戶。（g）而依據伺服器轉發之採購訂單，邀請者端會產製線上團購集成之訂單並傳送予賣方用戶終端等技術內容。再參酌系爭專利說明書第4頁第[0020]段所述，系爭專利係串接於社群網站（例如：臉書），買賣雙方皆需至社群網站註冊成為該社群網站會員，而賣方端需於該社群網站成立社團，並進入系爭專利系統註冊會員完成系爭專利與社群網站的串接（例如：利用社群網站提供的App ID進行串接），以下係假設買賣方端皆已註冊成為社群網站會員、賣方端已成立社團、買方端已加入賣方端的社團中，且賣方端已完成系爭專利系統會員註冊與社群網站的串接等內容，堪認系爭專利之串接模組技術特徵僅係指賣方端加入社群網站（如臉書）後，使用該社群網站提供之應用程式介面（API）註冊取得於該社群網站社團中使用相關會員系統、購物車、留言及追蹤等開發者權限之功能（即申請App ID），得以順利進行社團內管理會員留言、購物等後續程序之網路系統連接過程。而由證據2之邀請者端21與受邀者端22至24得以在相關社群網站或社團對特定受邀者端用戶名單傳遞團購商品邀請訊息及購買訂單訊息，並產製集成訂單將之傳送於賣方用戶終端，顯示證據2之線上團購系統應已與社群網站之應用程式介面API進行串接，而得使用相關功能，已實質揭露系爭專利請求項1之串接模組之技術特徵。證據2揭示邀請者端21與受邀者端22至24加入團購名單，已經形成具有特定網路社群會員之社交關係之一團購社團，其並揭示利用特定服務器以將接收到的所述加入訊息透過所述互聯網轉發、接收終端者的團購待售商品資訊訊息與

01 團購明細，該傳送、接收待售商品資訊之模組，所屬技術領
02 域中具有通常知識者應可理解，不外乎為傳送商品、價格、
03 規格等內容及相關對應之各該關鍵字資訊，實已揭露請求項
04 1 之關鍵字設定模組之技術特徵及接收模組。

05 (三)證據2 說明書第3 頁第[0048] 段第5 行至12行已揭露該線
06 上團購訂單可由邀請者端21生成的綜合購買訂單與由第一和
07 第二受邀者端24、23分別生成的購買訂單集成，或由邀請者
08 端21生成的集成購買訂單再與由第一和第二受邀者端24、23
09 及邀請者端21的用戶所希望的另一個購買訂單集成在一起，
10 已揭露請求項1 之訂單整合模組之技術特徵。

11 (四)證據2 說明書第3 頁第[0048] 段第5 行至12行已揭露該線
12 上團購訂單可由邀請者端21生成的綜合購買訂單與由第一和
13 第二受邀者端24、23分別生成的購買訂單集成，或由邀請者
14 端21生成的集成購買訂單再與由第一和第二受邀者端24、23
15 及邀請者端21的用戶所希望的另一個購買訂單集成在一起，
16 可見證據2 之集成購買訂單應係指整合團購訂單之概念，非
17 如原告所述意指匯集所有購買訂單而言。

18 (五)綜上，依經驗法則及論理法則，單獨證據已足以證明請求項
19 1 不具進步性，則結合該單獨證據之複數證據組合亦足以證
20 明請求項1 不具進步性，原告主張不可採。

21 (六)並聲明：原告之訴駁回。

22 三、參加人方面：

23 (一)原處分已充分說明「證據2 揭露系爭專利請求項1 所有技術
24 特徵，亦達成相同功效」之理由，故證據2 足以證明請求項
25 1 不具進步性，原處分及訴願決定均無違法不當。

26 (二)證據8 之影片，雖於舉發審定作成之際已自YouTube 網站下

01 架；證據9 為微軟公司Excel 產品之功能說明網頁，內容已
02 經更新，與先前不同，惟仍有補強證據，可證明證據8 之影
03 片當時確實存在且發布日期為2015年6 月4 日，早於系爭專
04 利申請日，證據9 網頁所顯示之Excel 「使用資料剖析精靈
05 將文字分割成不同的欄」功能於系爭專利申請日時確已存在
06 ，故證據8 、證據9 皆為適格之證據，可作為證明系爭專利
07 不具進步性之引證。

08 1.參證1 為本件於舉發階段時，參加人於2017年10月20日於Yo
09 uTube 網站上初次搜尋到證據8 影片時，對於播放該影片之
10 網頁進行擷取之電腦螢幕截圖。根據截圖左下角之「發布日
11 期」可明確得知，證據8 影片之發布日期為2015年6 月4 日
12 ，早於系爭專利之申請日2016年4 月8 日。

13 2.參證2 為YouTube 網站上名為「Selling on Facebook with
14 lan Cleary」之影片，其內容為演講人Ian Cleary對「Heyo
15 Cart」系統的介紹。據該影片所存在之YouTube 網頁顯示，
16 該影片發布日期為2015年5 月1 日，早於系爭專利申請日，
17 且與證據8 影片發布日期相近。

18 3.參證3 為網頁部落格文章「Heyo Cart : Fans Type Buy ,
19 You Make Money」，內容係介紹證據8 「Heyo Cart 」系統
20 。經使用時光回溯器（Wayback Machine ）查詢，顯示此網
21 頁係自2015年5 月1 日起存續至今，可證此網頁之公開日期
22 早於系爭專利申請日。

23 4.參證4 為介紹證據8 「Heyo Cart 」系統之網頁文章，該文
24 章名為「Why Businesses Need to Try Heyo Cart on Face
25 book Page 」。經利用時光回溯器查詢參證4 之網頁資料，
26 顯示其已自2015年7 月19日開始存在至今，足證參證4 之網

頁資料之公開日期早於系爭專利申請日。

5. 參證5 「～. : . ' : .NET碎碎念: ' . ' : . ~」部落格於2010年8月1日發布之文章，標題為「[Excel 技巧] 善用資料剖析來調整資料格式（以MS Excel 2007 為例）」，其中作者在第2頁至第4頁以操作Excel 資料剖析精靈之視窗擷圖，搭配文字以說明使用Excel 資料剖析精靈分割文字之功能及方式。參證6 微軟公司說明Excel 「分割儲存格」功能之官方網頁。此網頁明確記載「上次更新：2015年12月12日」，可知其在系爭專利申請日前已公開。此網頁揭露之主要內容，與「證據9」大致相同。

6. 因此，參證1-4 均為證據8 之補強證據，參證5-6 均為證據9 之補強證據。

(三) 證據2 已揭露「一輸入處理模組，係從該社團之團購留言接收一購買資訊」；證據2、證據8 或證據2 及證據9 之組合、證據8 及證據9 之組合皆已揭示「一種網路團購整單系統，適用於一社群網站之社團團購訂單資料整理」；證據2 或證據8 均已揭示「一串接模組，係與該社群網站之應用程式介面API 進行串接」；證據8 已揭示「一關鍵字設定模組，係設定該社團之團購文章所需之至少一關鍵字」及「一輸入處理模組，係從該社團之團購留言接收一購買資訊」；證據8 或組合證據8 及證據9 可輕易得知「一接收模組，係從該社團接收該至少一關鍵字要求以提取一關鍵字資訊」及「訂單整合模組，整合該關鍵字資訊及該購買資訊以構成該團購訂單資料」之技術特徵。綜上，「證據2、證據8、證據9」之組合已揭示請求項1 之全部技術特徵。故請求項1 為該發明所屬技術領域中具有通常知識者依申請前之先前技術所

01 能輕易完成，不具進步性。

02 (四) 證據3 及證據4 已揭露「該社群網站係為臉書 (Facebook)
03 」之技術特徵，故「證據2 及證據8 、9 」或「證據2-3 及
04 證據8 、9 」或「證據2 、證據4 及證據8 、9 」之組合已
05 揭示請求項2 之全部技術特徵。故請求項2 為該發明所屬技
06 術領域中具有通常知識者依申請前之先前技術所能輕易完成
07 ，不具進步性。

08 (五) 證據2 、3 、5 、6 已揭露「訂單管理模組，係管理該團購
09 訂單資料」及「計時模組，係計時該團購文章之一團購時間
10 」之技術特徵，故「證據2 及證據8 、9 」或「證據2 、證
11 據5 及證據8 、9 」或「證據2 、證據6 及證據8 、9 」或
12 「證據2 、證據3 及證據8 、9 」之組合已揭示請求項3 、
13 4 之全部技術特徵。故請求項3 、4 為該發明所屬技術領域
14 中具有通常知識者依申請前之先前技術所能輕易完成，不具
15 進步性。

16 (六) 證據10 已揭露「該至少一關鍵字包括商品、價格或規格」之
17 技術特徵，故「證據2 及證據8-10」之組合已揭示請求項 5
18 之全部技術特徵。故請求項5 為該發明所屬技術領域中具有
19 通常知識者依申請前之先前技術所能輕易完成，不具進步性
20 。

21 (七) 證據8 已揭露「該購買資訊包括文字、符號或數字」；證據
22 8 及證據9 並已揭露「一字元辨識單元，以辨識該購買資訊
23 」之技術特徵，故「證據2 及證據8 、9 」之組合已揭示請
24 求項6 、7 之全部技術特徵。故請求項6 、7 為該發明所屬
25 技術領域中具有通常知識者依申請前之先前技術所能輕易完
26 成，不具進步性。

01 (八)證據6 已揭露「訂單整合模組包括一庫存管理單元，係統計
02 該商品之總數量及配貨數量」。蓋「證據2、證據6 及證據
03 8 -10」之組合已揭示請求項8 之全部技術特徵。故請求項
04 8 為該發明所屬技術領域中具有通常知識者依申請前之先前
05 技術所能輕易完成，不具進步性。

06 (九)證據3 及證據5 已揭露「訂單整合模組包括一訂單輸出單元
07 ，係將該團購訂單資料匯出」之技術特徵，故「證據2、3
08 及證據8、9」或「證據2、證據5 及證據8、9」之組合
09 已揭示請求項9 之全部技術特徵。故請求項9 為該發明所屬
10 技術領域中具有通常知識者依申請前之先前技術所能輕易完
11 成，不具進步性。

12 (十)並聲明：原告之訴駁回。

13 參、經兩造及參加人協議簡化本件爭點如下（本院卷第241 頁至
14 第243 頁）：

15 一、不爭執事項：

16 (一)原告於105 年4 月8 日以「網路團購整單系統」向被告申請
17 發明專利，經被告審查後，准予專利，並發給發明第I57825
18 2 號專利證書。

19 (二)參加人以系爭專利違反核准時專利法第26條第2 項、第22條
20 第2 項規定提出舉發，經被告審查，認系爭專利違反核准時
21 專利法第22條第2 項規定，而於107 年8 月27日為「請求項
22 1 至9 舉發成立，應予撤銷」之處分。

23 (三)原告於107 年9 月27日提起訴願，於108 年1 月11日經訴願
24 決定駁回。

25 二、爭點：

26 (一)證據2 至7 之組合、證據2、8、9 之組合是否足以證明請

01 求項1 不具進步性？
02 (二)證據2 至7 之組合、證據2 、8 、9 之組合、證據2 、3 、
03 8 、9 之組合、證據2 、4 、8 、9 之組合是否足以證明請
04 求項2 不具進步性？
05 (三)證據2 至7 之組合、證據2 、8 、9 之組合、證據2 、5 、
06 8 、9 之組合、證據2 、6 、8 、9 之組合是否足以證明請
07 求項3 不具進步性？
08 (四)證據2 至7 之組合、證據2 、8 、9 之組合、證據2 、3 、
09 8 、9 之組合、證據2 、5 、8 、9 之組合、證據2 、6 、
10 8 、9 之組合是否足以證明請求項4 不具進步性？
11 (五)證據2 至7 之組合、證據2 、8 、9 、10之組合是否足以證
12 明請求項5 不具進步性？
13 (六)證據2 至7 之組合、證據2 、8 、9 之組合是否足以證明請
14 求項6 不具進步性？
15 (七)證據2 至7 之組合、證據2 、8 、9 之組合是否足以證明請
16 求項7 不具進步性？
17 (八)證據2 至7 之組合、證據2 、6 、8 、9 、10之組合是否足
18 以證明請求項8 不具進步性？
19 (九)證據2 至7 之組合、證據2 、3 、8 、9 之組合、證據2 、
20 5 、8 、9 之組合是否足以證明請求項9 不具進步性？

21 肆、得心證之理由：

22 一、按系爭專利之申請日為105 年4 月8 日，被告於106 年1月
23 23日審定准予專利，故本件關於系爭專利有無具備進步性要
24 件之判斷，應依核准審定時有效之103 年1 月22日修正公布
25 ，103 年3 月24日施行之專利法（下稱103 年專利法）為斷
26 。次按凡利用自然法則之技術思想之創作，而可供產業上利

用者，固得依103 年專利法第21條暨第22條第1 項之規定申請取得發明專利。惟發明如係「為其所屬技術領域中具有通常知識者依申請前之先前技術所能輕易完成時」，仍不得依法申請取得發明專利，復為同法第22條第2 項所明定。

二、系爭專利之技術分析：

(一)系爭專利欲解決之問題：系爭專利之目的在提供一種網路團購整單系統，將網路團購整單系統與社群網站進行串接，利用該社群網站所成立的社團發文時所預設的關鍵字進行分析處理，節省賣方處理訂單的時間，達到快速彙整團購訂單資料及出貨之效率。

(二)系爭專利之技術手段：系爭專利揭露一種網路團購整單系統，適用於一社群網站之社團團購訂單資料整理，本系統係串接於該社群網站，並利用於該社群網站所成立的社團發文時所預設的關鍵字進行分析處理，節省賣方處理訂單的時間，以達到快速彙整團購訂單資料及出貨之效率，系爭專利主要圖式參本判決附件之系爭專利第4 圖、系爭專利第2 圖、表1所示。

(三)系爭專利申請專利範圍：系爭專利申請專利範圍共9項，第1項為獨立項，其餘均為附屬項。請求項內容如下：

1.一種網路團購整單系統，適用於一社群網站之社團團購訂單資料整理，包括：一串接模組，係與該社群網站之應用程式介面(Application Programming Interface , API)進行串接；一關鍵字設定模組，係設定該社團之團購文章所需之至少一關鍵字；一接收模組，係從該社團接收該至少一關鍵字要求以提取一關鍵字資訊；一輸入處理模組，係從該社團之團購留言接收一購買資訊；以及一訂單整合

01 模組，係整合該關鍵字資訊及該購買資訊以構成該團購訂
02 單資料。

03 2.如申請專利範圍第1 項所述之網路團購整單系統，其中該
04 社群網站係為臉書(Facebook) 。

05 3.如申請專利範圍第1 項所述之網路團購整單系統，其中更
06 包括一訂單管理模組，係管理該團購訂單資料。

07 4.如申請專利範圍第1 項所述之網路團購整單系統，其中更
08 包括一計時模組，係計時該團購文章之一團購時間。

09 5.如申請專利範圍第1 項所述之網路團購整單系統，其中該
10 至少一關鍵字包括商品、價格或規格。

11 6.如申請專利範圍第1 項所述之網路團購整單系統，其中該
12 購買資訊包括文字、符號或數字。

13 7.如申請專利範圍第6 項所述之網路團購整單系統，其中該
14 輸入處理模組更包括一字元辨識單元，以辨識該購買資訊
15 。

16 8.如申請專利範圍第5 項所述之網路團購整單系統，其中該
17 訂單整合模組包括一庫存管理單元，係統計該商品之總數
18 量及配貨數量。

19 9.如申請專利範圍第1 項所述之網路團購整單系統，其中該
20 訂單整合模組包括一訂單輸出單元，係將該團購訂單資料
21 匯出。

22 三、舉發證據之技術分析：

23 (一)證據2 ：2014年3 月20日公開之美國US2014/0000000 A1號
24 「線上團購方法」發明專利，其公開日早於系爭專利申請日
25 (2016年4 月8 日)，可為系爭專利之先前技術。證據2 揭
26 露在線上團購方法中，伺服器向受邀者列表中的受邀者終端

發送團購邀請訊息，其包括與銷售者終端相關的商店資訊，以回應來自邀請者終端的團購邀請請求訊息。在從受邀者終端接收到關於銷售者終端提供的一個或多個產品之加入訊息和購買訂單時，伺服器將加入訊息和購買訂單發送給邀請者終端。然後，邀請者終端向銷售者終端發送根據購買訂單所生成的綜合購買訂單。圖示參本判決附件證據2 圖1 所示。

(二)證據3：2014年9月18日公開之美國US2014/0000000 A1號

「團購系統及相關方法」專利案，其公告日早於系爭專利申請日（2016年4月8日），可為系爭專利之先前技術。證據3 描述了團購系統的各種實施例。該系統使得使用者能夠形成群組、並指定一個群組成員們的包裹可被配送的共同配送/取貨地點（例如，單一家庭或辦公室）。該系統還可以被配置為建議群組成員進行團購（例如，對於相同或類似的項目，一些或所有的群組成員）並且可以促進包裹的集中以便配送到指定的共同配送/取貨地點。證據3 說明書[0003]及請求項1 揭示「根據各種實施例，一種用於彙總一群使用者的訂單的計算機系統」；[0029]揭示「從步驟302 開始，所述群組形成、購買及交付模組300 自多個使用者中的特定使用者接收請求以形成購買群組。所述特定用戶可以是，例如，線上零售網站的客戶…社交網路（例如臉書）的成員…」。圖示參本判決附件證據3 圖1 所示。

(三)證據4：2015年1月1日公開之我國第201500941 號「社群

資料篩選系統、方法及其非揮發性電腦可讀取紀錄媒體」專利案，其公告日早於系爭專利申請日（2016年4月8日），可為系爭專利之先前技術。證據4 揭露一種社群資料篩選系統，包含：資料庫、擷取模組、過濾模組及判斷模組。資料

庫儲存人員資料及對應的識別資訊。擷取模組自資料庫擷取對應指定人員之人員資料及其識別資訊，並產生搜尋資訊，於社群資料源中，擷取使用者資訊及其對應之社群互動資訊。過濾模組依據人員資料，自使用者資訊及社群互動資訊進行過濾處理以擷取過濾資訊。判斷模組根據過濾資訊，判斷對應指定人員之至少一關鍵字詞。圖示參本判決附件證據4圖1 A 所示。

(四)證據5：2010年9月1日公開之我國第201032163號「可進行部落格商品交易之電子商務方法及系統」專利案，其公告日早於系爭專利申請日（2016年4月8日），可為系爭專利之先前技術。證據5揭露一種可進行部落格商品交易之電子商務方法及系統，主要是利用團購標籤程式、拍賣標籤程式或招標標籤程式的連結，以使得架設於網際網路上之網頁伺服器內所建置之部落格藉由與遠端網路交易帳務平台的連結，來提供網路使用者可以直接於部落格進行商品交易的功能。證據5說明書第11頁末2行至第12頁第2段記載：「藉由點選執行該連結標籤模組以使得該網路交易帳務平台(4)之該平台伺服器(41)經網際網路(6)來對應連結至遠端該網頁伺服器(3)之該賣方端部落格(31)之商品說明網頁(31W)，以便提供更為詳盡之商品說明與圖片展示，而該資訊顯示模組則會即時顯示商品販售網頁(43W1)所販售商品之團購剩餘時間、商品目前價格及商品售出數量。網路使用者可以藉由該使用者端終端機(1)經網際網路(6)來連結至遠端該網頁伺服器(3)之該賣方端部落格(31)，以便瀏覽該賣方端部落格(31)之商品說明網頁(31W)之詳細說明與圖片展示；而網路使用者如欲選購商品說明網頁(31W)所販售

01 商品，則網路使用者在團購限制時間內可以藉由點選執行商
02 品說明網頁(31W) 上之該團購確認標籤模組來進行該團購確
03 認程序。」圖示如本判決附件證據5 第一圖所示。

04 (五)證據6：2010年6月16日公開之中國大陸CZ0000000000 號「
05 開放性網路平臺團購交易方法和系統」專利案，其公告日早
06 於系爭專利申請日(2016年4月8日)，可為系爭專利之先
07 前技術。證據6 揭露一種開放性網路平臺團購交易方法和系
08 統，涉及電腦互聯網和基於互聯網的電子商務技術領域，本
09 發明提供了一個獨特的三階段團購交易模式來有效地協助買
10 家群體就可接受的商品價格及其它交易條件達成集體共識，
11 每個產品的每個團購報價設置意向購買期，承購期、結帳期
12 在各個階段根據買家確定的意向購買數量、承諾購買數量
13 修改團購定單的狀態，通知買家和賣家，並協助賣家根據市
14 場即時供需狀況及時地回應買家的要求，以促使團購交易的
15 成功實現。這個開放的網路團購交易平臺允許註冊使用者創
16 建產品清單，自動生成一個專門服務於此產品清單的電子佈
17 告欄和線上聊天室，以作為買家和賣家之間、買家和買家之
18 間溝通及協商的管道。證據6 請求項1 揭示「開放性網路平
19 台團購交易方法…若購買期到期之前所有購買總量達到團購
20 訂單的最少購買量，狀態控制模組將團購報價的狀態設置為
21 " 接受買家結帳" …」技術內容。圖示如本判決附件證據6
22 圖1 所示。

23 (六)證據7：2012年8月16日公開之我國第201234299 號「使產
24 生連鎖交易的方法與系統」專利案，其公開日早於系爭專利
25 申請日(2016年4月8日)，可為系爭專利之先前技術。證
26 據7 揭露一種促使產生連鎖交易的方法、電腦程式與系統，

其用於讓商品利潤再分配予消費者，並使能在交易時，由電腦程式啟動結合個性化自動評論與自動傳播的功能，藉由讓消費、評論、傳播合而為一的整合，使個性化傳播更便利，並藉由本發明使交易傳播交易，達到連鎖交易的目的，並進而有效降低商業的行銷成本。圖示如本判決附件證據7 圖1 所示。

(七)證據8：參加人主張於2015年6月4日發布於YouTube網站，「7 Tips for Driving Sales with a Facebook Post」影片，介紹應用於Facebook之「Heyo Cart」團購系統。證據8 截圖1「Post to Facebook」揭露賣方於該「Heyo Cart」團購系統發表團購文章至社群網站Facebook；「Fans Type Buy」揭露買方在團購文章下留言，輸入特定字「buy」時，系統自動進行後續「Heyo Cart Handles The Rest」。圖示如本判決附件證據8 截圖1 至4 所示。

(八)證據9：證據9 係微軟公司網頁「使用資料剖析精靈將文字分隔成不同的欄」內容。證據9 網頁揭示利用Excel 的資料剖析功能，使用者可將一或多個儲存格文字予以分散至不同儲存格中。例如一個全名欄，可以將該欄分割成個別的名字欄和姓氏欄。也可以分隔符號（相當系爭專利關鍵字）將文字分割成兩欄（相當系爭專利提取關鍵字前/後的關鍵字資訊）。證據9 教示利用Excel 資料剖析功能，將一或多個儲存格文字予以分散至不同儲存格，可應用於整理團購訂單資料。圖示如本判決附件證據9所示。

(九)證據10：2014年5月26日公開於ETtoday 網路新聞「GOMAGI 引進王品餐券加入團購即日起開賣」報導內容，其公開日早於系爭專利申請日（2016年4月8日），可為系爭專利之先

01 前技術。證據10揭露著名團購網站「GOMAJI」係成立於2010
02 年，其所載新聞圖片，包括團購文章內容「TASTy 西堤牛排
03 \$532起原價\$570」、「陶板屋和風創作料理\$532起原價\$570
04 」等，均包含「原價」關鍵字，「原價」可與「價格」同義
05 。圖示如本判決附件證據10所示。

06 四、證據8 為系爭專利之先前技術、證據9 非為系爭專利之先前
07 技術：

08 (一)按「關於撤銷、廢止商標註冊或撤銷專利權之行政訴訟中，
09 當事人於言詞辯論終結前，就同一撤銷或廢止理由提出之新
10 證據，智慧財產法院仍應審酌之。智慧財產專責機關就前項
11 新證據應提出答辯書狀，表明他造關於該證據之主張有無理
12 由。」，智慧財產案件審理法第33條定有明文。惟此所稱「
13 新證據」者，應係指當事人本於同一舉發基礎事實，所另提
14 之獨立新證據而言，如非另提之獨立新證據，而係原舉發證
15 據補強之用，即非上開條文所謂之「新證據」，除有礙訴訟
16 終結之情形外，自得於事實審言詞辯論終結前隨時提出，行
17 政法院就補強證據自應盡上開調查證據，認定事實之職責（
18 最高行政法院107 年度判字第163 號、104 年度判字第657
19 號判決意旨可參）。

20 (二)本件原告主張證據8並無影片公布時間，且該影片目前已不
21 存在YouTube 網站，且未經公證，故不具證據能力等語，然
22 證據8 影片時間共58分19秒，全程連續、介紹內容流暢、介
23 紹內容與畫面呈現一致，並無片段擷取或跳躍連接之狀況，
24 故此影片之形式真正，應無疑慮，原告僅以該影片未經公證
25 即認不具證據能力，卻未具體指摘該影片形式上有何不可採
26 信之處，自難認原告主張可採。然證據8 並無影片發布時間

，參加人於本件審理中提出參證1 佐證證據8 發布時間，係就被告認不具證據能力之證據，另於行政訴訟提出佐證該證據具有證據能力之證據，參證1 係屬補強證據，本院自應加以審酌。而參證1 標題為「7 Tips for Driving Sales with a Facebook Post」，有YouTube 截圖畫面存卷可查（見本院卷第183 至185 頁），證據8 影片播放時左上角亦呈現「7 Tips for Driving Sales with a Facebook Post 」，且證據8 影片時間00：00至2：53所顯示的畫面與參證1 相符，參證1 應為證據8 影片初始播放內容之截圖，故參加人主張參證1 為首次自YouTube 網站搜尋到證據8 影片時擷取之電腦螢幕畫面等語，應為可信。而參證1 顯示之發布日期為2015年6 月4 日，有上開截圖畫面可參，故參加人以參證1 作為補強證據，佐證證據8 影片發布日期為2015年6 月4 日，應可採信，證據8 影片公開日期既早於系爭專利申請日，自可為系爭專利之先前技術。

(四)原告雖主張證據9 之網頁已不復存，證據9 非適格證據等語，然證據9 列印自微軟公司網站，微軟公司係相當知名公司，公司網站仍然存在，且網站上亦有Excel 「分割儲存格」其他版本資料，證據9 雖僅為網站列印留存之文書，但遭偽造而來之可能性極低，且軟體更新而在網站以最新版本代之之情況，亦屬尋常，自難僅以證據9 網頁現不復存，即認證據9 來源有異而非適格證據。然證據9 並無公開時間，參加人雖以參證5、6 補強佐證證據9 為系爭專利之先前技術等語。而參證5 為某部落格文章、參證6 為微軟公司說明Excel 「分割儲存格」功能之官方網頁，有該文章及網頁資料存卷可查（見本院卷383 至390 頁），然參證5 除技術內容與

證據9 揭示之技術大致相同外，兩者間無其他關聯，無從以參證5 佐證證據9 之公開時間；參證6 雖為微軟公司說明Excel 「分割儲存格」功能之網頁，然與證據9 之內容未盡相同，且無從確認參證6 係證據9 之後版本內容。因此，縱然參證6 公開日期為2015年12月12日（見本院卷第389 頁），早於系爭專利申請日，惟因無從證明參證6 係證據9 之後續版本內容，自無從以參證6 之公開日期補強證據9 之公開日期，因此證據9 之公開日期無從依參證5 、6 之補強得證，自不得認證據9 為系爭專利之先前技術。

五、證據2 至7 之組合、證據2 、8 、9 之組合是否足以證明系爭專利請求項1 不具進步性？

（一）按行政訴訟法第125條第1項規定：「行政法院應依職權調查事實關係，不受當事人主張之拘束。」第189條規定：「（第1項）行政法院為裁判時，應斟酌全辯論意旨及調查證據之結果，依論理及經驗法則判斷事實之真偽。但別有規定者，不在此限。……（第3項）得心證之理由，應記明於判決。」是以行政法院在已知之事實、當事人之聲請或主張及卷內已有資料內，應依職權調查事實及證據，而不受當事人主張之拘束，以免法院之真實發現受限當事人之行為，並斟酌職權調查事實之結果，依論理及經驗法則形成心證，判斷事實之真偽。而專利要件進步性之審查，係就該發明所屬技術領域中具有通常知識者，依申請前一份或多份引證文件所揭露之先前技術或組合，參酌申請時通常知識，判斷該申請專利之發明的整體是否能被輕易完成，故於專利行政訴訟中，行政法院基於調查事實之職權，自得就一份或多份引證文件所揭露之技術內容及該技術內容與該發明間之差異，加以職

01 權調查，並依經驗及論理法則認定事實，以判斷該發明是否
02 合於專利進步性要件，而不受當事人對引證所揭露之技術內
03 容及該技術內容與該發明間差異之主張拘束，此係本於行政
04 法院職權調查事實之權限，核與行政機關之第一次判斷權無
05 涉，且就原處分已實質審查之舉發證據組合範圍內，如法院
06 已依行政訴訟法第125條第2、3項規定，使當事人為事實上
07 及法律上適當完全之辯論，而已履行其闡明義務時，於訴訟
08 程序上對當事人即無突襲之虞，亦未侵害專利權人之更正利
09 益（最高行政法院108 年度判字第363 號判決意旨可參）。
10 原處分係認證據2 足以證明請求項1 至9 不具進步性，故證
11 據2 至7 之組合、證據2 、8 至9 之組合均足以證明請求項
12 1 不具進步性，證據2 至7 之組合、證據2 、8 至9 之組合
13 、證據2 至3 、8 至9 之組合、證據2 、4 、8 至9 之組合
14 均足以證明請求項2 不具進步性，證據2 至7 之組合、證據
15 2 、8 至9 之組合、證據2 、5 、8 至9 之組合、證據2 、
16 6 、8 至9 之組合均足以證明請求項3 不具進步性，證據2
17 至7 之組合、證據2 、8 至9 之組合、證據2 至3 、8 至9
18 之組合、證據2 、5 、8 至9 之組合、證據2 、6 、8 至9
19 之組合均足以證明請求項4 不具進步性，證據2 至7 之組合
20 、證據2 、8 至10之組合均足以證明請求項5不具進步性，
21 證據2 至7 之組合、證據2 、8 至9 之組合均足以證明請求
22 項6 不具進步性，證據2 至7 之組合、證據2 、8 至9 之組
23 合均足以證明請求項7不具進步性，證據2 至7 之組合、證
24 據2 、6、8 至9 之組合均足以證明請求項8 不具進步性，
25 證據2 至7 之組合、證據2 至3 、8 至9 之組合、證據2 、
26 5 、8 至9 之組合均足以證明請求項9 不具進步性，故上開

證據組合均已經原處分所審查。而參加人於準備程序確認於舉發時所主張之足以證明各請求項不具進步性之證據組合，均於本件訴訟主張，本院更已闡明請兩造及參加人併就各項證據組合及參加人提出參證以補強之證據8 為攻擊防禦，經兩造及參加人同意將前開證明各請求項不具進步性之所有證據組合列為本件爭點（見本院卷第233 至243 頁），先予敘明。

(二) 證據2至7之組合不足以證明系爭專利請求項1不具進步性：

1. 由證據2 段落[0050] 所揭露「受邀者終端22～24的使用者與邀請者終端21的使用者之間通常存在社交關係」（見審定卷一第94頁）及段落[0020] 揭露「配置邀請者終端以至少根據來自特定伺服器的購買訂單來產生用於線上團購的整合購買訂單」（見審定卷一第95頁），可知證據2 揭示一種網路團購系統。惟由證據2 圖1 、2 、段落[0009] 、[0010] （見審定卷一第97頁背面、第96頁、第95頁）及請求項1 所揭露一伺服器（證據2 圖1 元件3）以回應來自邀請者終端（證據2 圖1 元件2（21）的團購邀請請求訊息，透過互聯網（證據2 圖1 元件1）而向受邀者終端（證據2 圖1 元件2（21）～2（24））發送包括商店資訊的團購邀請訊息，透過前述伺服器（證據2 圖1 元件3）以從互聯網接收到受邀者終端（證據2 圖1 元件2（21）～2（24））回應團購邀請訊息發送的加入訊息後，伺服器（證據2 圖1 元件3）將接收到的加入訊息透過前述互聯網（證據2 圖1 元件1）轉發給邀請者終端（證據2 圖1 元件2（21））以回應於邀請者終端的團購邀請訊息，可知證據2 伺服器（證據2 圖1 元件3）係接收與回應來自邀請者終端

(證據2 圖1 元件2(21))與受邀者終端(證據2 圖1 元件2(21)～2(24))之訊息，證據2 並未記載「社群網站」、「社團」及一「社團之團購文章」且未揭示前述伺服器(證據2 圖1 元件3)與一「社群網站」及一「社團之團購文章」有關，更未揭示前述伺服器(證據2 圖1 元件3)具有一串接模組，與社群網站之應用程式介面API 進行串接，是以，證據2 並未揭示系爭專利請求項1 「一種網路團購整單系統，適用於一社群網站之社團團購訂單資料整理」、「一串接模組，係與該社群網站之應用程式介面API 進行串接」技術特徵。又如前所述，證據2 所揭示之技術特徵為「伺服器(證據2 圖1 元件3)接收與發送來自邀請者終端(證據2 圖1 元件2(21))與受邀者終端(證據2 圖1 元件2(21)～2(24))之訊息」，與系爭專利請求項1 之網路團購整單系統，設置一串接模組，與社群網站之應用程式介面API 進行串接不同，故證據2 並未教示系爭專利請求項1 「一種網路團購整單系統，適用於一社群網站之社團團購訂單資料整理」、「一串接模組，係與該社群網站之應用程式介面API 進行串接」技術特徵。再者，既證據2 並未記載「社群網站」、「社團」及一「社團之團購文章」且未揭示前述伺服器(證據2 圖1 元件3)與一「社群網站」及一「社團之團購文章」有關，更未揭示前述伺服器(證據2 圖1 元件3)具有一串接模組，與社群網站之應用程式介面API 進行串接，發明所屬技術領域中具有通常知識者無從由證據2 所揭示技術思及系爭專利請求項1 中設定該「社團之團購文章」所需之至少一關鍵字之「關鍵字設定模組」、從該「社團」接收該至少一關鍵

字要求以提取一關鍵字資訊之「接收模組」以及從該「社團之團購留言」接收一購買資訊之「輸入處理模組」，故證據2 並未揭示或教示系爭專利請求項1 之「一關鍵字設定模組」、「一接收模組」及「一輸入處理模組」等技術特徵。

2. 由證據3 段落[0003] 所揭示「一種用於為一群使用者匯總訂單之電腦系統」（見審定卷一第91頁背面）以及段落[0029] 所揭示「該群形成、購物及遞送模組300 接收一來自特定群體使用者中的特定一人的請求，以形成一購物群。前述特定一人可能為，例如，一線上零售網站之客戶、一物流業者之（如UPS My Choice），社群網路之成員（如Facebook），及/ 或任何其他可使使用者產生連結及/~x4; 或形成群體的服務。在一特定實施例，使用者是物流服務的顧客，顧客發給系統一個請求以產生一個購物群，該購物群包含使用者及使用者的一個也是物流服務成員的鄰居」（見審定卷一第90頁反面），可知證據3 圖1 元件25物流伺服器係接收與回應來自使用者（證據3 圖1 元件12、14），雖證據3 段落[0029] 記載購物群成員可為「社群網路」，如Facebook，之成員以使使用者可彼此聯繫，然而，證據3 並未揭示前述物流伺服器用於一社群網站之社團團購訂單資料整理，更未揭示前述物流伺服器（證據3 圖1 元件25）具有一串接模組，與社群網站之應用程式介面API 進行串接，是以，證據3 並未揭示系爭專利請求項1 「一種網路團購整單系統，適用於一社群網站之社團團購訂單資料整理」、「一串接模組，係與該社群網站之應用程式介面API 進行串接」技術特徵。又如前所述，證據

01 3 所揭示之技術特徵為「證據3 圖1 元件25物流伺服器係
02 接收與回應來自使用者(證據3 圖1 元件12、14) 」，與
03 系爭專利請求項1 之網路團購整單系統，設置一串接模組
04 ，與社群網站之應用程式介面API 進行串接不同，故證據
05 3 並未教示系爭專利請求項1 「一種網路團購整單系統，
06 適用於一社群網站之社團團購訂單資料整理」、「一串接
07 模組，係與該社群網站之應用程式介面API 進行串接」技
08 術特徵。再者，既證據3 並未揭示前述物流伺服器(證據
09 3 圖1 元件25) 用於一社群網站之社團團購訂單資料整理
10 ，更未揭示前述物流伺服器(證據3 圖1 元件25) 具有一
11 串接模組，與社群網站之應用程式介面API 進行串接，發
12 明所屬技術領域中具有通常知識者無從由證據3 所揭示技
13 術思及系爭專利請求項1 中設定該「社團之團購文章」所
14 需之至少一關鍵字之「關鍵字設定模組」、從該「社團」
15 接收該至少一關鍵字要求以提取一關鍵字資訊之「接收模
16 組」以及從該「社團之團購留言」接收一購買資訊之「輸
17 入處理模組」，故證據3 並未揭示或教示系爭專利請求項
18 1 之「一關鍵字設定模組」、「一接收模組」及「一輸入
19 處理模組」等技術特徵。

- 20 3. 由證據5 第5 頁第11行至第6 頁第16行【發明內容】所記
21 載「待登入確認後，則可以經由連結至該功能伺服器之該
22 程式資料庫，並依賣家所要進行之商品交易模式及會員權
23 限，來對應取得該團購標籤程式之程式碼；已取得該團購
24 標籤程式之程式碼之賣家，則可以藉由該賣方端終端機經
25 網際網路來連結至遠端該網頁伺服器之該賣方端部落格，
26 並將該團購標籤程式之程式碼複製於該賣方端部落格，以

01 便將該團購標籤程式來安裝於該賣方端部落格之商品說明
02 網頁，而該團購標籤程式之該引導標籤模組，則會對應裝
03 設於該賣方端部落格之商品說明網頁上。賣家藉由點選執
04 行該賣方端部落格之商品說明網頁之該引導標籤模組，以
05 便將該賣方端部落格之商品說明網頁經網際網路來連結至
06 該網路交易帳務平台之該平台伺服器後，再連結至該登入
07 伺服器，並輸入會員帳號及密碼以確認會員身份；待登入
08 確認後，則可以經由連結至該物件伺服器，以便將該賣方
09 端部落格之商品說明網頁上所對應商品之主要圖片及部分
10 文字說明，藉由該引導標籤模組來傳輸至該物件伺服器之
11 該商品資料庫並對應建立一商品資料檔案，且於該功能伺
12 服器之該程式資料庫來對應產生一標籤模組程式碼；待該
13 商品資料庫之該商品資料建檔完成後，則可以經由連結至
14 該功能伺服器之該程式資料庫，來對應取得該標籤模組程
15 式碼；已取得該標籤模組程式碼之賣家，則可以藉由該賣
16 方端終端機經網際網路來連結至遠端該網頁伺服器之該賣
17 方端部落格，並將該標籤模組程式碼複製於該賣方端部落
18 格，而該賣方端部落格之已完成商品資料傳輸之商品說明
19 網頁上，則會對應裝設有該團購確認標籤模組與該資訊顯
20 示模組；其中，可以藉由點選執行該團購確認標籤模組來
21 進行一團購確認程序，而該資訊顯示模組則會即時顯示商
22 品說明網頁所販售商品之團購剩餘時間、商品目前價格及
23 商品售出數量」（見審定卷一第66頁反面至第65頁），可
24 知證據5 之主要技術為「已取得該團購標籤程式之程式碼
25 之賣家，則可以藉由該賣方端終端機經網際網路來連結至
26 遠端該網頁伺服器之該賣方端部落格，並將該團購標籤程

式之程式碼複製於該賣方端部落格，以便將該團購標籤程式來安裝於該賣方端部落格之商品說明網頁」以及賣家「藉由點選執行該賣方端部落格之商品說明網頁之該引導標籤模組，以便將該賣方端部落格之商品說明網頁經網際網路來連結至該網路交易帳務平台之該平台伺服器後，再連結至該登入伺服器，經由連結至該物件伺服器，以便將該賣方端部落格之商品說明網頁上所對應商品之主要圖片及部分文字說明，藉由該引導標籤模組來傳輸至該物件伺服器之該商品資料庫並對應建立一商品資料檔案」。是以，證據5 是利用複製程式碼於該賣方端部落格使網路交易帳務平台可接收賣方端部落格之商品說明網頁上所對應商品之主要圖片及部分文字說明，並使賣方端部落格裝設有該團購確認標籤模組與該資訊顯示模組，並非透過社群網站之應用程式介面API 進行串接，是以，證據5 並未揭示系爭專利請求項1 之「一串接模組，係與該社群網站之應用程式介面API 進行串接」技術特徵。再者，由證據5 【發明內容】第7 頁第11行至第17行所記載「網路使用者可以藉由該使用者端終端機經網際網路來連結至遠端該網頁伺服器之該賣方端部落格，以便瀏覽該賣方端部落格之商品說明網頁之詳細說明與圖片展示；而網路使用者如欲選購商品說明網頁所販售商品，則網路使用者在團購限制時間內可以藉由點選執行商品說明網頁上之該團購確認標籤模組來進行該團購確認程序」（見審定卷一第65頁反面）及說明書第14頁第15行至第16頁第1 行記載「該團購確認程序尤係指網路使用者藉由點選執行該團購確認標籤模組，則會經網際網路（6）連結或直接連結至該網路交易帳務平

台(4)之該平台伺服器(41)後，再連結至該登入伺服器
(42)，並輸入會員帳號及密碼以確認會員身份；待登入
確認後，則可以經由連結至該交易伺服器(47)之團購確
認網頁(47W1)，且網路使用者則必須在團購確認網頁(
47W1)上來對應輸入團購所需相關資料，而網路使用者所
提供之團購所需相關資料則會於該交易伺服器(47)之該
團購資料庫(471)來對應建立該具團購號碼之團購確認清
單(471D)檔案」(見審定卷一第61頁至第61頁反面)。
可知，證據5係藉由導引網路使用者至網路交易帳務平台
，在團購確認網頁(47W1)上來對應輸入團購所需相關資
料，並非如系爭專利請求項1藉由一關鍵字設定模組，設
定該社團之團購文章所需之至少一關鍵字、一接收模組，
從該社團接收該至少一關鍵字要求以提取一關鍵字資訊及
一輸入處理模組，從該社團之團購留言接收一購買資訊，
再由一訂單整合模組，整合該關鍵字資訊及該購買資訊以
構成該團購訂單資料」。再者，既證據5係藉由導引網路
使用者至網路交易帳務平台，在團購確認網頁(47W1)上
來對應輸入團購所需相關資料，便不需再藉由提取關鍵字
資訊與購買資訊整合該關鍵字資訊及該購買資訊以構成該
團購訂單資料，故證據5並未揭示或教示系爭專利請求項
1之「一關鍵字設定模組，係設定該社團之團購文章所需
之至少一關鍵字；一接收模組，係從該社團接收該至少一
關鍵字要求以提取一關鍵字資訊；一輸入處理模組，係從
該社團之團購留言接收一購買資訊；以及一訂單整合模組
，係整合該關鍵字資訊及該購買資訊以構成該團購訂單資
料」技術特徵。

01 4.由證據6 圖1 、說明書段落[0008] 記載「該團購交易系
02 統賣家客戶工作站創建新產品團購報價存入資料庫伺服器
03 ，狀態管理模組將其狀態設置為『接受買家意向』；買家
04 客戶工作站發送針對某個團購報價的意向購買指令至電子
05 商務伺服器，生成包括團購數量的團購訂單存入資料庫中
06 …」（見審定卷一第31頁）。可知證據6 圖1 網路團購交
07 易平台（包含圖1 元件101 、102 、103 、109）係接收賣
08 家客戶工作站（證據6 圖1 元件107）創建新產品團購報價
09 與買家客戶工作站（證據6 圖1 元件105）發送之針對某個
10 團購報價的意向購買指令，生成包括團購數量的團購訂單
11 存入資料庫中之資訊，證據6 並未記載「社群網站」、「
12 社團」及一「社團之團購文章」且未揭示前述網路團購交
13 易平台（包含圖1 元件101 、102 、103 、109）與一「社
14 群網站」及一「社團之團購文章」有關，更未揭示前述網
15 路團購交易平台（包含圖1 元件101 、102 、103 、109）
16 具有一串接模組，與社群網站之應用程式介面API 進行串
17 接。是以，證據6 並未揭示系爭專利請求項1 「一種網路
18 團購整單系統，適用於一社群網站之社團團購訂單資料整
19 理」、「一串接模組，係與該社群網站之應用程式介面AP
20 I 進行串接」技術特徵。又如前所述，證據6 所揭示之技
21 術特徵為「證據6 圖1 網路團購交易平台（包含圖1 元件
22 101 、102 、103 、109）係接收賣家客戶工作站（證據6
23 圖1 元件107）創建新產品團購報價與買家客戶工作站（證
24 據6 圖1 元件105）發送之針對某個團購報價的意向購買指
25 令，生成包括團購數量的團購訂單存入資料庫中之資訊」
26 ，與系爭專利請求項1 之網路團購整單系統，設置一串接

01 模組，與社群網站之應用程式介面API 進行串接不同，故
02 證據6 並未教示系爭專利請求項1 「一種網路團購整單系
03 統，適用於一社群網站之社團團購訂單資料整理」、「一
04 串接模組，係與該社群網站之應用程式介面API 進行串接
05 」技術特徵。再者，既證據6 並未記載「社群網站」、「
06 社團」及一「社團之團購文章」且未揭示前述網路團購交
07 易平台（包含圖1 元件101 、102 、103 、109）與一「社
08 群網站」及一「社團之團購文章」有關，更未揭示前述網
09 路團購交易平台（包含圖1 元件101 、102 、103 、109）
10 具有一串接模組，與社群網站之應用程式介面API 進行串
11 接，發明所屬技術領域中具有通常知識者無從由證據6 所
12 揭示技術思及系爭專利請求項1 中設定該「社團之團購文
13 章」所需之至少一關鍵字之「關鍵字設定模組」、從該「
14 社團」接收該至少一關鍵字要求以提取一關鍵字資訊之「
15 接收模組」以及從該「社團之團購留言」接收一購買資訊
16 之「輸入處理模組」，故證據6 並未揭示或教示系爭專利
17 請求項1 之「一關鍵字設定模組」、「一接收模組」及「
18 一輸入處理模組」等技術特徵。

- 19 5. 由證據7 說明書段落[0003] 記載「本發明提供一種促使
20 產生連鎖交易的方法、電腦程式、系統，使消費與傳播產
21 生融合作用，創造出一種互助的消費模式及互助的傳播模
22 式，達到促進交易的繁衍與循環。對此，可以簡稱為互助
23 消費、分享購物、社交購物（Social Shopping ）。此方
24 法在多樣的實施例中，其應用另包括，實體商品訂購、虛
25 擬商品訂購、數位內容之訂閱、服務之訂閱或訂購、商業
26 行為之捐贈、非商業行為之捐贈」（見審定卷一第18反面

至第17頁)。可知證據7係為創造出一種互助的消費模式及互助的傳播模式，以達到促進交易的繁衍與循環，而揭露一種促使產生連鎖交易的方法與系統，用於讓商品利潤再分配予消費者，並使能在交易時，由電腦程式啟動結合個性化自動評論與自動傳播的功能，使消費與傳播產生融合作用之目的，與系爭專利之「系統串接於社群網站，並利用於該社群網站所成立的社團發文時所預設的關鍵字進行分析處理，節省賣方處理訂單的時間，以達到快速彙整團購訂單資料及出貨之效率」目的及技術手段差異甚大。再者，證據7並未揭示一伺服器用於一社群網站之社團團購訂單資料整理，更未揭示一串接模組，與社群網站之應用程式介面API進行串接。是以，證據7並未揭示系爭專利請求項1「一種網路團購整單系統，適用於一社群網站之社團團購訂單資料整理」、「一串接模組，係與該社群網站之應用程式介面API進行串接」技術特徵。並且，由證據7段落[0003]所記載「在第一圖中例示了本發明的重要構成，其一具體實施例的方法及步驟包括，用於接受101電子商務資料庫所傳送的商品資訊，並透過獎金分配模型參數予以轉化，對商品利潤重新分配，使每一商品的優惠可以超過本身利潤的空間，在此稱為102商業激勵轉化裝置；用於結合交易、個性化的自動評論、自動傳播多功能整合的103交易內容增值轉送控制裝置；用於資訊發布、接受交易、分享傳播的104交易網頁」（見審定卷一第17頁），可知證據7所揭示之技術特徵與系爭專利請求項1之網路團購整單系統，設置一串接模組，與社群網站之應用程式介面API進行串接不同，故證據7並未教示系

爭專利請求項1 「一種網路團購整單系統，適用於一社群網站之社團團購訂單資料整理」、「一串接模組，係與該社群網站之應用程式介面API 進行串接」技術特徵。再者，既證據7 並未揭示一伺服器用於一社群網站之社團團購訂單資料整理及一串接模組，與社群網站之應用程式介面API 進行串接，發明所屬技術領域中具有通常知識者無從由證據7 所揭示技術思及系爭專利請求項1 中設定該「社團之團購文章」所需之至少一關鍵字之「關鍵字設定模組」、從該「社團」接收該至少一關鍵字要求以提取一關鍵字資訊之「接收模組」以及從該「社團之團購留言」接收一購買資訊之「輸入處理模組」。故證據7 並未揭示或教示系爭專利請求項1 之「一關鍵字設定模組」、「一接收模組」及「一輸入處理模組」等技術特徵。

6. 由證據4 說明書段落[0017] 所記載「擷取模組102 進一步根據識別資訊103 產生複數搜尋資訊105 。搜尋資訊105 可用於複數社群資料源，例如第1A圖所繪示的社群資料源112 中，以擷取社群資料源112 中的複數使用者資訊107 及其對應之至少一社群互動資訊109 。社群資料源之數目可隨不同實施例調整，社群資料源例如但不限於Facebook、Twitter、Plurk、Google+、Youtube 等社群網站的伺服器或資料庫，亦或者是Yahoo、Sina、sohu等入口網站的網路購物、部落格、微網誌、論壇、交友服務等資訊等」（見審定卷一第81頁至第81頁反面）以及段落[0018] 所記載「社群互動資訊109 則可以是對應使用者資訊107 在各類社群平台或入口網站的發布訊息、按讚、網路購物歷史資訊」（見審定卷一第81頁反面），可知證據

4 揭示一種社群資料篩選系統，可連接至社群網站，並可獲取使用者發布訊息，雖證據4 並無直接揭示「一串接模組，係與該社群網站之應用程式介面API 進行串接」，惟依據Facebook提供API 供程式設計者串接Facebook之通常知識，證據4 確實教示「一串接模組，係與該社群網站之應用程式介面API 進行串接」技術特徵。然而，由證據4 段落[0003] 至[0004] 所記載（見審定卷一第84頁反面至第83頁），證據4 為一種社群資料篩選系統、方法及其非揮發性電腦可讀取紀錄媒體，主要目的為藉由社群資料來輔助企業對客戶目前的需求與偏好可以達到更精準的估測，掌握客戶的需求與偏好，以瞭解市場趨勢，並推出符合客戶期待的產品，證據4 並無揭示該系統「適用於一社群網站之社團團購訂單資料整理」，且既證據4 並無揭示該系統「適用於一社群網站之社團團購訂單資料整理」，發明所屬技術領域中具有通常知識者自然無從由證據4 思及系爭專利請求項1 中設定該「社團之團購文章」所需之至少一關鍵字之「關鍵字設定模組」、從該「社團」接收該至少一關鍵字要求以提取一關鍵字資訊之「接收模組」以及從該「社團之團購留言」接收一購買資訊之「輸入處理模組」，故證據4 並未揭示或教示系爭專利請求項1 之「一關鍵字設定模組」、「一接收模組」及「一輸入處理模組」等技術特徵。

7. 因此，證據2 至3 、5 至7 並未揭示或教示一伺服器具有一串接模組，與社群網站之應用程式介面API 進行串接之技術特徵，亦未揭示或教示系爭專利請求項1 之「一關鍵字設定模組」、「一接收模組」及「一輸入處理模組」等

技術特徵，縱使證據4 教示「一串接模組，係與該社群網站之應用程式介面API進行串接」技術特徵，發明所屬技術領域中具有通常知識者依然無從結合證據4 與證據2 至3 、5 至7 以完成系爭專利請求項1 之發明，故證據2 至7 之組合不足以證明系爭專利請求項1 不具進步性。

(三)證據2 、8 、9 之組合足以證明系爭專利請求項1 不具進步性：

1.由證據8 影片截圖1(證據8 影片播放時間第03:45 處) 所揭示「How Heyo Cart Works 」(Heyo Cart 如何運作) 的三個步驟：「Post to Facebook」、「Fans Type Buy」、「Heyo Cart Handles The Rest」，可知，證據8 所記載「Heyo Cart 」團購系統可讓賣方發表團購文章到社群網站Facebook (證據8 影片截圖之圖1 所示「Post to Facebook」)，當買方在購文章下留言時輸入特定字「buy 」時(證據8 影片截圖之圖1 所示「Fans Type Buy」)，系統即會進行後續處理，例如成立訂單等(證據8 影片截圖之圖1 所示「Heyo Cart Handles The Rest」)。是以，證據8 已揭露系爭專利請求項1 之「一種網路團購整單系統，適用於一社群網站之社團團購訂單資料整理」技術特徵。

2.根據證據8 影片截圖3(證據8 影片播放時間第05:45 處) 可知，當「Heyo Cart 」系統在運作時，執行該系統的設備(如：伺服器)能讀取Facebook上之團購文章留言中的文字，以辨識該些文字中是否具有英文單字「buy 」，進而協助處理後續訂購事宜。雖證據8 並無直接揭示「Heyo Cart」系統包含一「串接模組」，惟Facebook公司為使使

01 用者能撰寫應用程式從Facebook讀取和寫入數據、資料，
02 提供Facebook應用程式介面(API)讓使用者進行串接，發
03 明所屬技術領域中具有通常知識者由證據8 所揭示「Heyo
04 Cart」系統在運作時，執行該系統的設備(如：伺服器)
05 能讀取Facebook上之團購文章留言中的文字，可輕易推知
06 證據8 所揭示「Heyo Cart 」包含一「串接模組」，與該
07 社群網站之應用程式介面API 進行串接。是以，證據8 已
08 教示系爭專利請求項1 之「一串接模組，係與該社群網站
09 之應用程式介面API進行串接」技術特徵。

10 3.由證據8 影片截圖圖3 至4 可知，當買方(Fans) 在已發
11 表的團購文章留言處寫下特定文字英文單字「buy 」時，
12 「Heyo Cart 」將會識別此買方是否為首次購買方，若是
13 ，則「Heyo Cart 」會提供一專屬於此買方的連結(URL)
14 ，使其可填寫訂購相關資料(例如姓名、EMAIL 、信用卡
15 卡號…等)以作為訂單，可知證據8 應具有「從團購留言
16 接收一購買資訊(即證據8 影片截圖圖3 之「buy 」)」
17 之模組。故證據8 已揭露系爭專利請求項1 之「一輸入處
18 理模組，係從該社團之團購留言接收一購買資訊」；而發
19 明所屬技術領域中具有通常知識者由證據8 所揭示技術可
20 輕易推得一訂單整合模組，係依據該購買資訊以構成該團
21 購訂單資料。

22 4.證據8 雖無直接揭示「一關鍵字設定模組，係設定該社團
23 之團購文章所需之至少一關鍵字」、「一接收模組，係從
24 該社團接收該至少一關鍵字要求以提取一關鍵字資訊」及
25 前述訂單整合模組，係「整合該關鍵字資訊」及該購買資
26 訊以構成該團購訂單資料。惟證據8 影片截圖2 團購文章

01 記載「I'm offering my popular video program , "How
02 to Photograph Your Baby" , for just \$9.95-half off
03 the regular price ! 」，按系爭專利說明書段落[0021]
04 記載之「其中至少一關鍵字211 包括商品、價格、規格，
05 其字詞可依所需於系統中增加或刪減，而關鍵字資訊212
06 係賣方端400 依據該些關鍵字所填入的商品資訊」，可知
07 證據8 影片截圖圖2 團購文章記載之「video program 」
08 可對應系爭專利請求項1 之「關鍵字」、「How to Photo
09 graph Your Baby」可對應系爭專利請求項1 之「關鍵字
10 資訊」，圖4 揭露首購買方需填寫訂單，其上方標題為「
11 How to Photograph Your Baby 」，發明所屬技術領域中
12 具有通常知識者欲自團購文章中自動擷取商品名稱「How
13 to Photograph Your Baby 」以顯示在買方需填寫訂單上
14 ，可藉由設定「video program 」為關鍵字，以使系統能
15 藉由辨識「video program 」之字串，以擷取商品名稱「
16 How to Photograph Your Baby 」。是以，發明所屬技術
17 領域中具有通常知識者具有相當之動機在證據8 之「一種
18 網路團購整單系統設置一關鍵字設定模組，設定該社團之
19 團購文章所需之至少一關鍵字（如前述「video program
20 」）及一接收模組，從該社團接收該至少一關鍵字（如前
21 述「video program 」）要求以提取一關鍵字資訊（如前
22 述商品名稱「How to Photograph Your Baby 」），並使
23 前述訂單整合模組，『整合該關鍵字資訊』及該購買資訊
24 以構成該團購訂單資料以完成系爭專利請求項1 之「一關
25 鍵字設定模組，係設定該社團之團購文章所需之至少一關
26 鍵字」、「一接收模組，係從該社團接收該至少一關鍵字

要求以提取一關鍵字資訊」及前述訂單整合模組，係「整合該關鍵字資訊」及該購買資訊以構成該團購訂單資料等技術特徵。

5.再者，Facebook公司為使使用者能撰寫應用程式從Facebook讀取和寫入數據、資料，提供Facebook應用程式介面(API)讓使用者進行串接，當發明所屬技術領域中具有通常知識者欲在證據8所揭示「Heyo Cart」團購系統販售複數商品，必然需要比對「團購文章」中的商品類別(對應系爭專利請求項1之「關鍵字資訊」，如紅色、綠色)與「團購文章」留言中商品類別文字，以確定購買訊息，而商品類別的形態(對應系爭專利請求項1之「關鍵字」，如規格)亦可由賣家所設定。因此，在證據8已揭示利用API從Facebook讀取和寫入數據之情況下，證據8所無揭示之「一關鍵字設定模組，係設定該社團之團購文章所需之至少一關鍵字」、「一接收模組，係從該社團接收該至少一關鍵字要求以提取一關鍵字資訊」及「一訂單整合模組，係『整合該關鍵字資訊』及該購買資訊以構成該團購訂單資料」為發明所屬技術領域中具有通常知識者欲在證據8所揭示「Heyo Cart」團購系統販售複數商品時所能輕易思及。

6.因此，發明所屬技術領域中具有通常知識者由證據8所揭示之技術，可輕易思及在證據8之「一種網路團購整單系統設置一關鍵字設定模組，設定該社團之團購文章所需之至少一關鍵字(如前述「video program」)及一接收模組，從該社團接收該至少一關鍵字(如前述「video program」)要求以提取一關鍵字資訊(如前述商品名稱「

How to Photograph Your Baby ）」，並使前述訂單整合模組，『整合該關鍵字資訊』及該購買資訊以構成該團購訂單資料。故整體視之，系爭專利請求項1 僅為證據8 所揭示技術之簡單改變，並無無法預期之功效，故證據8 足以證明系爭專利請求項1 不具進步性。

7. 雖如前述，證據2 並未揭示證據2 伺服器(證據2 圖1 元件3) 與一「社群網站」及一「社團之團購文章」有關，亦未揭示前述伺服器(證據2 圖1 元件3) 具有一串接模組，與社群網站之應用程式介面API 進行串接，惟由證據2 段落[0050] 所揭露「受邀者終端22~24的使用者與邀請者終端21的使用者之間通常存在社交關係」及段落[0020] 揭露「配置邀請者終端以至少根據來自特定伺服器的購買訂單來產生用於線上團購的整合購買訂單」，可知，證據2 揭示一種網路團購系統，利用社交關係建立團購訂單功能，並由證據2 伺服器(證據2 圖1 元件3 ，可對應系爭專利請求項1 之「網路團購整單系統」) 收發購買訂單。是以，證據2 與證據8 同為網路團購系統，屬團購訂單處理技術領域，於利用社交關係建立團購訂單功能與解決訂單資訊整合問題上具有共通性，從而通常知識者當有動機組合證據2 、證據8 ，又證據8 足以證明系爭專利請求項1 不具進步性已如前述，故縱證據9 不具證據能力，證據2 、8 、9 之組合仍足以證明系爭專利請求項1 不具進步性。

8. 原告雖主張：「參加人所提供之證據8 截圖僅能說明『Heyo Cart 』可讀取Facebook個人頁面留言串中的「Buy ）」，根本沒提及是否需讀取該頁面中文字，因此，參加人

主張『Heyo Cart 』可透過相同之技術讀取『團購文章』中的文字，僅為不當擴充及揣測證據8 之教示所推得之假設。另系爭專利所屬領域具有通常知識者皆可瞭解根據Facebook個人頁面發布文章建立購買資訊的方式有許多種，既然證據8 完全未提及設定關鍵字或提取關鍵字資訊，系爭專利所屬領域具有通常知識者在系爭專利申請日前殊難僅藉由證據8 之教示而直接推得證據8 可於個人頁面設定關鍵字，並提取關鍵字資訊。參加人之主張僅為不當擴大證據8 之教示並參考系爭專利所請發明後所推得之猜測，實不足採，故證據8 並未揭露系爭專利請求項1 之特徵1C「一關鍵字設定模組，係設定該社團之團購文章所需之至少一關鍵字」及特徵1D「一接收模組，係從該社團接收該至少一關鍵字要求以提取一關鍵字資訊」；而既然證據8 並未教導或建議關鍵字資訊，證據8 當然不可能揭露系爭專利請求項1 之特徵1F『整合該關鍵字資訊及該購買資訊以構成該團購訂單資料』等語。然查，Facebook公司為讓使用者能撰寫應用程式從Facebook讀取和寫入數據、資料，提供Facebook應用程式介面(API)讓使用者進行串接此為兩造、參加人所不爭執(見本院卷第319 頁)，故發明所屬技術領域中具有通常知識者皆可透過Facebook應用程式介面(API)讀取「團購文章」中的文字，並無技術上之困難，而設定一字串為關鍵字，亦僅為系爭專利申請時之習知技術。再者，發明所屬技術領域中具有通常知識者具有相當之動機在證據8 之「一種網路團購整單系統設置一關鍵字設定模組，設定該社團之團購文章所需之至少一關鍵字(如前述「video program」)及一接收模組，

01 從該社團接收該至少一關鍵字（如前述「video program
02 」）要求以提取一關鍵字資訊（如前述商品名稱「How to
03 Photograph Your Baby」），並使前述訂單整合模組，『
04 整合該關鍵字資訊』及該購買資訊以構成該團購訂單資料
05 之理由，已如前述，故原告之主張並不可採。

06 六、證據2至7之組合、證據2、8、9之組合、證據2、3、
07 8、9之組合、證據2、4、8、9之組合是否足以證明系
08 爭專利請求項2不具進步性？

09 （一）證據2至7之組合不足以證明系爭專利請求項2不具進步性：
10 證據2至7之組合不足以證明系爭專利請求項1不具進步性，
11 業如前述，系爭專利請求項2為直接依附於請求項1之附屬項
12 ，其包含請求項1之所有技術特徵，因此證據2至7之組合自
13 不足以證明系爭專利請求項2不具進步性。

14 （二）證據2、8、9之組合、證據2、3、8、9之組合、證據2、4、
15 8、9之組合足以證明請求項2不具進步性：

16 1.由證據8影片標題「7 Tips for Driving Sales with a
17 Facebook Post」及其影片內容，可知證據8已揭露「該社
18 群網站係為臉書(Facebook)」，故證據8已揭露系爭專利
19 請求項2之附屬技術特徵。又證據2、8、9之組合足以證明
20 系爭專利請求項1不具進步性之理由，已如前述，故整體
21 視之，系爭專利請求項2可為所屬技術領域具有通常知識
22 者依證據2、8、9之組合即能輕易完成，準此，證據2、8
23 、9之組合足以證明系爭專利請求項2不具進步性。

24 2.證據3所揭示者為一種群體購物系統及方法，雖如前述，
25 證據3並未揭示前述物流伺服器(證據3圖1元件25)用於一
26 社群網站之社團團購訂單資料整理以及前述物流伺服器(

證據3圖1元件25)具有一串接模組，與社群網站之應用程式介面API 進行串接，然而證據3 說明書[0029] 第6 至7 行教示社群網站(例如臉書) 的成員能夠與其他服務的使用者連結形成團購群組(見審定卷一第90頁反面)，即已明確揭露臉書社群網站。準此，證據3 教示利用臉書成員與其他服務使用者形成特定團購群組的功能，解決如何組成網路團購群組問題，係與社群網站與團購訂單處理技術領域相關，從而與證據8 具組合動機，故證據2 、3 、8 、9 具組合動機。又證據2 、8 、9 之組合足以證明系爭專利請求項2 不具進步性之理由已如前述，是以，證據2 、3 、8 、9 之組合亦足以證明系爭專利請求項2 不具進步性。

3. 證據4所揭示者為一種社群資料篩選系統，由說明書第6頁末3 行至第7 頁第6 行(見審定卷一第81頁至第81頁反面)、第8 頁第4 至10行(見審定卷一第80頁) 所記載根據特定使用者之複數識別資料，自Facebook等社群網站擷取對應之每一使用者資訊(名稱、年齡、居住城市、畢業學校) 與對應Yahoo 等網路購物網站之社群互動資訊(發布訊息、按讚訊息、好友)，可知證據4 教示取得並過濾臉書社群網站複數使用者之個人資訊與對應該些使用者於網路購物網站之社群互動資訊，藉以判斷對應該些使用者之關鍵字詞的社群資料篩選功能，解決企業生產行銷符合社群網站使用者需求與偏好的商品問題，係與社群網站與團購訂單處理技術領域相關，從而與證據8 具組合動機，故證據2 、4 、8 、9 具組合動機。又證據2 、8 、9 之組合足以證明系爭專利請求項2 不具進步性，已如前述，是

以，組合證據2、4、8、9亦足以證明系爭專利請求項2不具進步性。

4.因此，證據2、8、9之組合或證據2、3、8、9之組合或證據2、4、8、9之組合，足以證明系爭專利請求項2不具進步性。

七、證據2至7之組合、證據2、8、9之組合、證據2、5、8、9之組合、證據2、6、8、9之組合是否足以證明請求項3不具進步性？

(一)證據2至7之組合不足以證明系爭專利請求項3不具進步性：因證據2至7之組合不足以證明系爭專利請求項1不具進步性，而系爭專利請求項3為直接依附於請求項1之附屬項，其包含請求項1之所有技術特徵，因此證據2至7之組合自不足以證明系爭專利請求項3不具進步性。

(二)證據2、8、9之組合、證據2、5、8、9之組合、證據2、6、8、9之組合足以證明系爭專利請求項3不具進步性：

1.根據證據2說明書第[0020]段及其請求項1所載：「g)配置邀請者終端以至少根據來自伺服器的購買訂單來產生用於線上團購的綜合購買訂單，並且透過互聯網向銷售者終端發送所述綜合購買訂單」（見審定卷一第95頁），可知證據2已揭露一訂單管理模組，係管理該團購訂單資料，發明所屬技術領域中具有通常知識者可參酌證據2所揭示技術內容，在證據8所揭示網路團購整單系統中設置一訂單管理模組，當證據8之銷售者整合前述關鍵字資訊及前述購買資訊以構成該團購訂單資料後，產生用於線上團購的綜合購買訂單，並且透過互聯網向銷售者終端發送所述綜合購買訂單以完成系爭專利請求項3附屬之技術特徵

。又證據2、8、9之組合足以證明系爭專利請求項1不具進步性之理由，已如前述，故整體視之，系爭專利請求項3可為所屬技術領域具有通常知識者依證據2、8、9之組合即能輕易完成，準此，證據2、8、9之組合足以證明系爭專利請求項3不具進步性。

2. 證據5 說明書第11頁第18至21行記載「商品販售網頁(43W1)上並裝設有該團購確認標籤模組、該資訊顯示模組與一連結標籤模組；其中，可以藉由點選執行該團購確認標籤模組來進行該團購確認程序」(見審定卷一第63頁反面)，第12頁第3至4行記載「該資訊顯示模組則會即時顯示商品販售網頁(43W1)所販售商品之團購剩餘時間、商品目前價格及商品售出數量」(見審定卷一第62頁)，第12頁第15至18行記載「網路使用者如欲選購商品販售網頁(43W1)所販售商品，則網路使用者在團購限制時間內可以藉由點選執行商品販售網頁(43W1)上之該團購確認標籤模組來進行該團購確認程序」(見審定卷一第62頁)，第14頁第21行及第15頁第1行記載「網路使用者所提供之團購所需相關資料則會於該交易伺服器(47)之該團購資料庫(471)來對應建立該具團購號碼之團購確認清單(471D)檔案」(見審定卷一第61頁至第61頁反面)，第15頁第7至10行記載「該交易伺服器(47)則依據該團購資料庫(471)之該具團購號碼之團購確認清單(471D)內容，來即時更新該資訊顯示模組所顯示之商品目前價格與商品售出數量的資料」(見審定卷一第61頁反面)，第15頁第3段第7至11行記載「網路使用者則必須在商品結帳網頁(44W1)上來對應輸入結帳所需相關資料，而網路使用

者所提供之結帳所需相關資料則會於該帳務伺服器(44)之該訂單資料庫(441)來對應建立一具訂單號碼之訂單(441D)檔案」(見審定卷一第61頁反面)，可知網路使用者在團購限制時間內可以點選執行商品販售網頁(43W1)上之該團購確認標籤模組來進行該團購確認程序，之後，交易伺服器(47)之該團購資料庫(471)來對應建立團購確認清單(471D)檔案，並即時更新該資訊顯示模組所顯示之商品目前價格與商品售出數量的資料，最終，網路使用者在商品結帳網頁(44W1)上對應輸入結帳所需相關資料，相關資料則會於該帳務伺服器(44)之該訂單資料庫(441)來對應建立一具訂單號碼之訂單(441D)檔案(相當系爭專利團購訂單資料)。即已教示確認訂單內容、建立團購訂單之管理團購訂單技術特徵，且證據5教示之建立團購訂單與更新商品價格與數量之管理功能，係與證據8技術領域、解決問題之技術手段具有共通性，從而與證據8具組合動機，故證據2、5、8、9具組合動機。又證據2、8、9之組合足以證明系爭專利請求項3不具進步性，已如前述。是以，組合證據2、5、8、9亦足以證明系爭專利請求項3不具進步性。

- 3.另由證據6說明書段落[0001]記載：「本發明涉及電腦領域，尤其涉及電腦互聯網平臺技術」(見審定卷一第32頁反面)及說明書段落[0006]記載：「本發明有效地解決了以上所列舉的電子商務的不足之處。通過提供一個完全開放的中立性的網路團購交易平臺，買家群體和賣家群體之間通過交易平臺可以動態地、即時地交流供需資訊」(見審定卷一第32頁反面)。顯見證據8與證據6皆涉及電

腦領域，尤其涉及電腦互聯網平臺技術應用於電子商務，證據8 與證據6 皆利用網路協助賣家及時地回應買家的需求，證據8 與證據6 皆設置一系統(證據8 之「Heyo Cart」團購系統與證據6 之「開放性網路平台團購交易系統」) 統計整合買家之購買資訊，可知證據8 與證據6 為相同技術領域，解決問題具有共通性，故證據8 與證據6 具組合動機，證據2 、6 、8 、9 自當具有組合動機。又證據2 、8 、9 之組合足以證明系爭專利請求項3 不具進步性之理由，已如前述。是以，證據2 、6 、8 、9 之組合亦足以證明系爭專利請求項3 不具進步性。

4. 綜上，證據2 、8 、9 之組合、證據2 、5 、8 、9 之組合、證據2 、6 、8 、9 之組合，足以證明系爭專利請求項3 不具進步性。

八、證據2 至7 之組合、證據2 、8 、9 之組合、證據2 、3 、8 、9 之組合、證據2 、5 、8 、9 之組合、證據2 、6 、8 、9 之組合是否足以證明請求項4 不具進步性？

(一) 證據2 至7 之組合不足以證明系爭專利請求項4 不具進步性：證據2 至7 之組合不足以證明系爭專利請求項1 不具進步性，如前所述，系爭專利請求項4 為直接依附於請求項1 之附屬項，其包含請求項1 之所有技術特徵，因此證據2 至7 之組合自不足以證明系爭專利請求項4 不具進步性。

(二) 證據2 、8 、9 之組合、證據2 、3 、8 、9 之組合、證據2 、5 、8 、9 之組合、證據2 、6 、8 、9 之組合足以證明系爭專利請求項4 不具進步性：

1. 計時團購時間為系爭專利申請時之通常知識，且由證據2 說明書段落[0050] 記載之「購買訂單在邀請者終端發送

第一個團購邀請請求訊息後一特定時間，傳送給邀請者終端」（見審定卷一第94頁）。可知證據2已揭示一「計時模組」，發明所屬技術領域中具有通常知識者可依「計時團購時間」之通常知識與證據2所揭示之「計時模組」在證據8所揭示之「Heyo Cart」團購系統設置一計時模組，以計時該團購文章之一團購時間，故系爭專利請求項4附屬之技術特徵為發明所屬技術領域中具有通常知識者，依證據2、8所揭示技術所能輕易完成。又證據2、8、9之組合足以證明系爭專利請求項1不具進步性之理由，已如前述，故整體視之，系爭專利請求項4可為所屬技術領域具有通常知識者依證據2、8、9之組合即能輕易完成，準此，證據2、8、9之組合足以證明系爭專利請求項4不具進步性。

2.再者，證據2、3、8、9、證據2、5、8、9、證據2、6、8、9具組合動機之理由已如前述，故證據2、3、8、9之組合、證據2、5、8、9之組合、證據2、6、8、9之組合亦足以證明系爭專利請求項4不具進步性。

九、證據2至7之組合、證據2、8、9、10之組合是否足以證明請求項5不具進步性？

(一)證據2至7之組合不足以證明系爭專利請求項5不具進步性：證據2至7之組合既不足以證明系爭專利請求項1不具進步性，系爭專利請求項5為直接依附於請求項1之附屬項，其包含請求項1之所有技術特徵，因此證據2至7之組合自不足以證明系爭專利請求項5不具進步性。

(二)證據2、8、9、10之組合足以證明系爭專利請求項5不具進步性：

- 01 1.由證據10所記載新聞圖片，該新聞圖片同時顯示「GOMAJI
02 」團購網站上的多篇團購文章內容，包括：「TASTy 西堤
03 牛排\$532起原價\$570」、「陶板屋和風創作料理\$532起原
04 價\$570」、「原燒優質原味燒肉\$645起原價\$691」等，均
05 包含「原價」此一關鍵字，而「原價」依系爭專利申請時
06 之通常知識，即與「價格」同義，故可對應請求項5 之「
07 該至少一關鍵字包括…價格…」，是以，證據10已揭露「
08 該至少一關鍵字包括商品、價格或規格」特徵。又證據2
09 、8 、9 之組合足以證明系爭專利請求項1 不具進步性之
10 理由，已如前述，故整體視之，系爭專利請求項5 可為所
11 屬技術領域具有通常知識者依證據2 、8 、9 之組合之組
12 合即能輕易完成，準此，證據2 、8 、9 之組合足以證明
13 請求項5 不具進步性。
- 14 2.證據10所記載之新聞圖片同時顯示「GOMAJI」團購網站上
15 的多篇團購文章內容，證據8所揭示之「Heyo Cart」團購
16 系統可讓賣方發表團購文章到社群網站Facebook（證據8
17 影片截圖之圖1 所示「Post to Facebook」），當發明所
18 屬技術領域中具有通常知識者欲在證據8 所揭示「Heyo
19 Cart」團購系統販售複數商品，必然需要比對「團購文章
20 」中的商品類別（對應系爭專利請求項1 之「關鍵字資訊
21 」，如紅色、綠色）與「團購文章」留言中商品類別文字
22 ，以確定購買訊息，而商品類別的形態（對應系爭專利請
23 求項1 之「關鍵字」，如規格）亦可由賣家所設定，因此
24 當發明所屬技術領域中具有通常知識者考量商品類別的形
25 態（對應系爭專利請求項1 之「關鍵字」，如規格）自然
26 會參酌一般團購文章內容。是以，發明所屬技術領域中具

有通常知識者具有動機參酌證據10所記載新聞圖片內「GO MAJI」團購網站上的多篇團購文章內容，故證據8 與證據10具組合動機。而證據2 、8 、9 之組合足以證明請求項5 不具進步性，證據8 與證據10具有組合動機，因此證據2 、8 、9 、10之組合足以證明請求項5 不具進步性。

十、證據2 至7 之組合、證據2 、8 、9 之組合是否足以證明請求項6 不具進步性？

(一) 證據2至7之組合不足以證明系爭專利請求項6不具進步性：證據2至7之組合不足以證明系爭專利請求項1不具進步性，系爭專利請求項6為直接依附於請求項1之附屬項，其包含請求項1之所有技術特徵，因此證據2至7之組合自不足以證明系爭專利請求項6不具進步性。

(二) 證據2、8、9之組合足以證明系爭專利請求項6不具進步性：根據證據8 影片截圖之圖3 ，其團購文章以留言「Buy 」文字表示購買商品，故證據8 圖3 所揭示之「Buy 」係對應系爭專利請求項6 之「文字」。是以，證據8 已揭露「該購買資訊包括文字、符號或數字」。又證據2 、8 、9 之組合足以證明系爭專利請求項1 不具進步性之理由，已如前述，故整體視之，系爭專利請求項6 可為所屬技術領域具有通常知識者依證據2 、8 、9 之組合即能輕易完成。準此，證據2 、8 、9 之組合足以證明系爭專利請求項6 不具進步性。

十一、證據2 至7 之組合、證據2 、8 、9 之組合是否足以證明請求項7 不具進步性？

(一) 證據2至7之組合不足以證明系爭專利請求項7不具進步性：如前所述，證據2至7之組合不足以證明系爭專利請求項1不具進步性，系爭專利請求項7為間接依附於請求項1之附屬項

，其包含請求項1之所有技術特徵，因此證據2至7之組合自
不足以證明系爭專利請求項7不具進步性。

(二) 證據2、8、9之組合足以證明系爭專利請求項7不具進步性：

根據證據8 影片及其截圖1 至4，當買方在已發表的團購文
章留言處寫下特定文字（英文單字「buy」）時，「Heyo
Cart」將會識別此買方是否為首次購買方，若是，則會提供
一專屬於此買方的連結，發明所屬技術領域中具有通常知識
者由證據8 所揭示技術內容，可輕易得知「Hey o Cart」具
有一「字元辨識單元」，以辨識團購文章留言中的購買資訊
（即證據8 揭示之英文單字「BUY」）。因此，證據8 已揭
露系爭專利請求項7 附屬之技術特徵「一字元辨識單元，以
辨識該購買資訊」。又證據2、8、9 之組合足以證明系爭
專利請求項6 不具進步性之理由，已如前述，故整體視之，
系爭專利請求項7 可為所屬技術領域具有通常知識者依證據
2、8、9 之組合即能輕易完成。準此，證據2、8、9 之
組合足以證明系爭專利請求項7 不具進步性。

十二、證據2 至7 之組合、證據2、6、8、9、10之組合是否
足以證明請求項8 不具進步性？

(一) 證據2至7之組合不足以證明系爭專利請求項8不具進步性：

如前所述，證據2至7之組合不足以證明系爭專利請求項1不
具進步性，系爭專利請求項8為間接依附於請求項1之附屬項
，其包含請求項1之所有技術特徵，因此證據2至7之組合自
不足以證明系爭專利請求項8不具進步性。

(二) 證據2、6、8、9、10之組合足以證明系爭專利請求項8
不具進步性：

1. 證據6請求項1所記載「累加器對所有針對該團購報價的意

向購買數量進行累加計算意向購買數量；當查詢模塊檢測到意向購買總量達到團報價的最少購買量，狀態管理模塊將團購報價的狀態設置為" 接受買家承購"」（見審定卷一第33頁反面）與請求項5 及請求項9 所載：「賣家客戶工作站創建團購報價需要指定價格、最少購買量、承購期和結帳期、最大庫存量、配送方式、付款方式、保修及退貨政策」（見審定卷一第33頁反面、第32頁）。可知證據6 已揭示在證據6 之開放性網路平台團購交易系統中，具有一累加器可統計意向購買數量並與團報價的最少購買量比對，若達到團報價的最少購買量，則證據6 之開放性網路平台團購交易系統之狀態管理模塊將改變團購報價的狀態，證據6 請求項5 及請求項9 進一步揭示證據6 請求項1 之團購報價需要指定價格、最少購買量、承購期和結帳期、最大庫存量、配送方式、付款方式、保修及退貨政策。由於統計商品之總數量及配貨數量系為傳統商家習知之流程，發明所屬技術領域中具有通常知識者自可整合利用證據6 所揭示累加器、查詢模塊及狀態管理模塊為一庫存管理單元，統計證據8 賣家之商品之總數量及配貨數量，比對證據8 賣家之商品之總數量及配貨數量，並設置適當的狀態以完成系爭專利請求項8 之「訂單整合模組包括一庫存管理單元，係統計該商品之總數量及配貨數量」技術特徵。

2. 又證據6、8具組合動機之理由及證據2、8、9、10之組合足以證明系爭專利請求項8 不具進步性之理由，均如前述。故整體視之，系爭專利請求項8 可為所屬技術領域具有通常知識者依證據2、6、8、9、10之組合即能輕易完

01 成。故而，證據2、6、8、9、10之組合足以證明系爭
02 專利請求項8 不具進步性。

03 十三、證據2 至7 之組合、證據2、3、8、9 之組合、證據2
04、5、8、9 之組合是否足以證明請求項9 不具進步性？

05 (一) 證據2 至7 之組合不足以證明系爭專利請求項9 不具進步性
06：如前所述，證據2 至7 之組合不足以證明系爭專利請求項
07 1 不具進步性，系爭專利請求項9 為直接依附於請求項1 之
08 附屬項，其包含請求項1 之所有技術特徵，因此證據2 至7
09 之組合自不足以證明系爭專利請求項9 不具進步性。

10 (二) 證據2、3、8、9之組合、證據2、5、8、9之組合足以證明系
11 爭專利請求項9不具進步性：

12 1.將訂單資料匯出僅係電子化網路團購之一習知動作，證據
13 2段落[0020]亦揭示邀請者終端生成綜合購買訂單，並匯
14 出及向銷售者終端發送該綜合購買訂單（見審定卷一第95
15 頁），發明所屬技術領域中具有通常知識者自可由證據2
16 所揭示「將團購訂單資料匯出」之動作，在證據8 所揭示
17 網路團購整單系統中設置一訂單輸出單元，在證據8 所揭
18 示網路團購整單系統依據購買資訊以構成該團購訂單資料
19 後，將該團購訂單資料匯出，以完成系爭專利請求項9 附
20 屬之技術特徵。又證據2、8、9 之組合足以證明系爭專
21 利請求項1 不具進步性之理由，已如前述，故整體視之，
22 系爭專利請求項9 可為所屬技術領域具有通常知識者依證
23 據2、8、9 之組合即能輕易完成，準此，證據2、8、
24 9 之組合足以證明系爭專利請求項9 不具進步性。

25 2.再者，證據2、3、8、9及證據2、5、8、9具組合動機之理
26 由已如前述，故證據2、3、8、9之組合、證據2、5、8、9

之組合足以證明系爭專利請求項9不具進步性。

伍、綜上所述，證據2、8、9之組合足以證明系爭專利請求項1不具進步性；證據2、8、9之組合、證據2、3、8、9之組合、證據2、4、8、9之組合足以證明系爭專利請求項2不具進步性；證據2、8、9之組合、證據2、5、8、9之組合、證據2、6、8、9之組合足以證明系爭專利請求項3不具進步性；證據2、8、9之組合、證據2、3、8、9之組合、證據2、5、8、9之組合、證據2、6、8、9之組合足以證明系爭專利請求項4不具進步性；證據2、8、9、10之組合足以證明系爭專利請求項5不具進步性；證據2、8、9之組合足以證明系爭專利請求項6不具進步性；證據2、8、9之組合足以證明系爭專利請求項7不具進步性；證據2、6、8、9、10之組合足以證明系爭專利請求項8不具進步性；證據2、3、8、9之組合、證據2、5、8、9之組合足以證明系爭專利請求項9不具進步性；因此系爭專利請求項1至9均違反核准時專利法第22條第2項規定，被告所為「請求項1至9舉發成立，應予撤銷」之處分，於法並無不合，訴願決定予以維持，亦無違誤。原告主張前詞，請求撤銷訴願決定及原處分，為無理由，應予駁回。

陸、本件事證已臻明確，兩造及參加人其餘主張或答辯，經本院審酌後認對判決結果不生影響，爰不一一論列，併此敘明。

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1條、行政訴訟法第98條第1項前段，判決如主文。

中 華 民 國 108 年 11 月 27 日

智慧財產法院第三庭

審判長法官 陳國成

法官 杜惠錦

法官 何若薇

以上為正本係照原本作成。

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	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。

政法院認為適當者
，亦得為上訴審訴
訟代理人

- 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(一)、(二)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(二)所示關係之釋明文書影本及委任書。

中 華 民 國 108 年 11 月 27 日

書記官 張君豪