

智慧財產法院 101 年度行商訴字第 178 號行政判決

原 告 開曼群島商阿里巴巴集團控股有限公司

代 表 人 石義德

訴訟代理人 林志剛律師（兼送達代收人）

楊憲祖律師

黃闡億律師

被 告 經濟部智慧財產局

代 表 人 王美花

訴訟代理人 周建文

鄭淑芬

上列當事人間因商標註冊事件，原告不服經濟部中華民國 101 年 10 月 3 日經訴字第 10106112930 號訴願決定，提起行政訴訟，本院判決如下：

主 文

訴願決定及原處分均撤銷。

被告對於原告民國 100 年 7 月 15 日第 100035719 號「云(stylized)」商標註冊申請案，應依本判決之法律見解另為處分。

原告其餘之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔二分之一，餘由被告負擔。

事實及理由

壹、事實概要：原告於民國 100 年 7 月 15 日以「云 (stylized)」商標（下稱系爭商標，如附圖所示），指定使用於當時商標法施行細則第 13 條所定商品及服務分類表第 9 類之「電子廣告牌、霓虹燈廣告牌、電子日程表；影印機及其組件；電螢幕顯示器、電腦鍵盤、列表機、磁碟機、記憶體、電腦滑鼠、微處理機、資料儲存機、中央處理機、文字處理機、磁碟驅動器、…」、第 16 類之「宣傳單，雜誌，書籍，圖書，日記簿，印刷出版品，卡片，信封，信箋…」等商品，第 35 類之「廣告企劃、廣告設計、廣告製作、提供電訊媒體廣告時段之服務、廣告代理、工商廣告之宣傳、廣告宣傳…」第 36 類之「銀行業務；線上銀行服務；信用卡服務；信託業務；信託管理；貸款融資；款項代收服務；保證；電子資金轉帳…」第 38 類之「新聞社；通訊社；新聞傳播；電視播送；無線電廣播；提供電視購物服務之電訊頻道；電信傳輸；電腦終端機通訊傳輸；電腦輔助訊息與圖像傳輸；電子郵件傳輸…」第 39 類之「電子儲存記錄載體或文件的保管；貨運承攬；貨物、貨櫃之裝卸、倉儲；郵件包裹之投遞、快遞；貨物配送…」第 41 類之「電視及娛樂節目製作，為客戶量身訂作各種書刊、雜誌、文獻等之出版、查詢、訂閱，知識或技術方面之傳授（即電訊傳輸、電腦程式及網站設計、電子商務、企業管理及廣告等之教授），舉辦各種講座、會議，影片、唱片、錄音帶、錄

影片、碟影片、伴唱帶之製作及發行，電台及電視育樂節目之策劃、製作，藉由電腦網路提供線上遊戲服務（不可下載者），...」及第 42 類之「室內設計、室內裝潢設計、舞台設計、土地測量、地籍測量；電腦動畫設計及製作、電腦繪圖；電腦軟體租賃、電腦軟體設計諮詢顧問、電腦軟體諮詢、電腦系統分析、電腦系統設計、電腦軟體安裝、電腦程式複製...」等服務，向被告申請註冊，經被告審查，認系爭商標圖樣不足以使商品之相關消費者認識其為表彰商品之標識，並得藉以與他人商品相區別，不具識別性，應不准註冊，以 101 年 6 月 21 日商標核駁第 0339911 號審定書為核駁之處分。原告不服，提起訴願，經經濟部 101 年 10 月 3 日經訴字第 10106112930 號決定駁回，遂向本院提起行政訴訟。

貳、原告聲明及請求判決：原處分及訴願決定均撤銷。被告應就原告申請案號第 100035719 號「云(stylized)」商標註冊申請事，作成核准審定之處分。並主張：

一、系爭商標具有先天識別性：

(一)系爭商標為任意性標識：「云」具有固有意涵，非指定商品或服務之描述性文字，中文「云」乃固有字彙，有其特定意涵，當動詞使用時，意指「說」；當助動詞用時，常置於字尾，用來表示「如是」，或意指「等等」代表所省略的部份。該等意涵與系爭商標所指定使用之各種商品及服務並無任何關聯性，非指定使用商品或服務本身或其品質、功用或其他特性之說明，並未傳達所指定使用商品或服務的相關資訊，應屬具識別性之任意性標識。且系爭商標圖樣並非單純未經設計之文字，而是一個經過特殊設計的文字設計圖，以一種狀似毛筆字體的圓潤但不平整之筆法來表現，給人圓滿且帶有稍許趣味的深刻印象，其因圖形化之設計，即易予消費者品牌圖案之印象，易將其視為商標而不會誤認為其屬描述商品或服務之品質、特性等的說明性文字。

(二)系爭商標為暗示性標識：

1. 「云」並不等於「雲」：商標有無識別性之判斷，自應以我國民眾為準。中國大陸固然有將「雲」簡寫為「云」之情形，惟「雲」本身的意義並不等於「云」的意義，且台灣使用之文字為繁體中文，並非簡體中文，台灣的消費者見到系爭商標圖樣上之「云」時，必然會認為其意指前述之「說」、「如是」、「等等」等意義之「云」，而不會認為其意指天上的雲。
2. 「云」並不等於「雲端科技」：縱我國消費者見到系爭商標圖樣上之單一文字「云」時，會直接認定其為「雲」之簡體字，而以「雲」的意義解讀該「云」字，惟單一的中文字「雲」，依一般消費者的理解，乃指天上的雲。在未與任何網路科技相關文字結合使用時，單一的中文「雲」絕不可能予人意指「雲端科技」之意。即使消費者會如同原處分及訴願決定般經過高度的想像、思考、感受或推理，推演出系爭商標圖樣上之「云」有表示「雲端科技」之意，再進而推想其表示系爭商標商品或服務係以運用無形之網路功能所提供，惟此類需要反覆的推敲、想像，才可能領會標

識與商品或服務間的關聯性的情形，應屬暗示性標識，其具有商標識別性，並非不得註冊。

二、系爭商標具有後天識別性：

(一)系爭商標因原告之廣泛使用而在交易上已成為其商品或服務之識別標識，具有後天識別性。

(二)原告阿里巴巴集團之創辦人兼執行長為「○○」(簡體字：○○)先生，其具有極高的全球性知名度。原告為了保護其權利，除將其姓名「○○/○○」申請商標，獲得第 1431363 號註冊商標外，亦將其名字「云」設計成二種不同型態申請商標，其中之一為系爭商標，另一已取得第 1480915 號註冊商標。正因為○○的超高知名度，很容易讓一般消費者一看到「云」設計圖商標使用在原告公司所產製的各種商品或服務時，即聯想到其表彰之來源為原告公司。

(三)原告公司集團大量廣泛使用系爭商標圖樣：

1. 西元 2011 年 7 月 28 日標有系爭商標之第一代阿里云智慧手機正式發售，銷售首日即造成轟動及消費者熱烈搶購迄 2012 年 5 月該手機之銷售量已突破 100 萬台；西元 2011 年 10 月推出一促銷阿里云手機之廣告，已在多個網路視頻網站上不斷被流傳，轉播超過上百萬次；西元 2011 年 10 月 24 日原告於中國杭州舉辦首屆「中國互聯網無線化峰會-暨阿里云開發者大會」原告公司集團展示其標有系爭商標之平板電腦及新一代阿里云手機等相關訊息，在各大媒體及網站上皆有大篇幅詳盡報導；原告公司集團之相關網站如：www.aliyun.com、<http://phpwind.aliyun.com>、<http://my.aliyun.com>、<http://bbs.aliyun.com> 等皆於網站中介紹系爭商標商品及服務。
2. 系爭商標亦使用在手提袋、信封、文件夾、大會工作人員餐券、大會邀請函、員工制服、英文服務手冊、桌曆本、隨身碟保護套、雜誌刊物及產品目錄等物品上，藉以表彰原告公司產品及服務之信譽，且目前兩岸文化及經濟交流頻繁，網際網路傳遞訊息快速，我國消費者應已認識系爭商標，在交易上已成為原告商品及服務之識別標識。

(四)系爭商標業經原告使用已成為原告商品或服務之識別標識：原告提出之訴願附件四資料中「阿里云」手機及「阿里云」平板電腦上均標示字體極大且明顯之系爭商標圖樣，且標示於原告公司產品或網站上，又有照片顯示原告將系爭商標圖樣標示在各種物品上，故消費者得認識系爭商標乃表彰原告公司商品及服務之標識。又雖原告提出之部分使證據上所顯示之日期雖在系爭商標申請之後，惟既存在於原處分及訴願決定作成前，自應予以審酌。

(五)綜上，可認國內消費者已有認識系爭商標作為表彰原告所提供商品或服務之標識，具有識別性而足以作為原告服務來源之表彰，依法應得以註冊。

三、原告於 100 年 10 月間已取得註冊第 1480915 號「Alibaba cloud logo」商標權，該商標圖樣亦僅由單一中文字「云」所構成，且同樣指定使用在第 9、

16、35、36、38、39、41、42 類之商品及服務，僅字體設計稍有不同，予消費者之印象同樣為單一的中文字「云」，其與系爭商標之情形可謂完全相同，被告機關竟准許該商標之註冊，卻不准系爭商標之註冊，顯有無正當理由而為差別待遇之情形，已違反行政程序法第 6 條平等原則。

四、系爭商標在同有使用中文之新加坡及香港已經獲准註冊。由上述國家或地區准予註冊之事實，可見系爭商標應具有識別性，符合商標註冊之要件。

五、綜上所述，系爭商標圖樣具有識別性，並無修正前商標法第 23 條第 1 項第 1 款規定之適用。

參、被告聲明求為判決：原告之訴駁回，並抗辯：

一、系爭商標不具先天識別性：

(一)系爭商標圖樣為單一文字「云」所構成，經查教育部重編國語辭典修訂本辭典有：「『云』雲的古字。明·張自烈·正字通·二部：『云，雲本字。』」。又「云」亦係習見「雲」之簡體字。而「雲端運算」(CloudComputing)為目前最熱門的電腦網路運用形態，「雲端運算」是一種概念，即利用網路使電腦能夠彼此合作或使服務更無遠弗屆，在實現「概念」的過程中，產生出相應「技術」。所謂「雲端」實則泛指「網路」，名稱源自工程師於繪製示意圖時，常以一朵雲來代表「網路」。因此，「雲端運算」即指「網路運算」，亦即用戶將數據儲存於網路（雲端）中，透過高速寬頻傳送，在任何時間、任何地點、任何電腦下載使用，漸漸於日常生活語言人們習以更簡化之「雲」一字結合不同設計或說明性文字，藉以表彰與雲端技術結合提供之各種商品或服務，如「商務辦公雲」、「文件保全雲」、「雲遊戲」等等。系爭商標僅以具些微線條粗細變化之單一文字「云」作為商標圖樣申請註冊，指定使用於第 9 類、第 16 類、第 35 類、第 36 類、第 38 類、第 39 類、第 41 類、第 42 類等等商品及服務，整體圖樣予消費者認知印象即係描述說明其係運用無形之網路功能提供上述商品及服務，不具商標識別來源之功能。

(二)目前兩岸交流頻繁，且電腦亦有簡繁文字互轉之功能，我國當地消費者對簡體字有一定程度之理解，「雲」係常見字，一般消費者可輕易理解「云」與「雲」代表之意義相同，如「体」與「體」或「台」與「臺」、「党」與「黨」等，皆屬相當習見之簡體字；隨著雲端技術之發展，「雲」一字已習見與各種描述文字結合，藉以表彰其係藉由網路提供之商品或服務，如「雲空間」、「雲遊戲」、「文件保全雲」、「郵件服務雲」、「商務辦公雲」等，皆可理解其中之「雲」係「雲端」之意。故系爭商標不足以使服務之相關消費者認識其為表彰服務之標識，並得藉以與他人之服務相區別，不具識別性。

二、系爭商標不具後天識別性：

(一)我國消費者是否如此熟悉該集團創辦人「○○」先生之大名，實無可證，且觀其使用於手機上之態樣，因市面上已有「雲手機」之商品通用名稱，一般消費者對有標示「云」字之手機應較易產生為「雲手機」之功能性質說明之

寓目理解，而以「阿里云」、「aliyun」、「K-Touch」或「wo」之設計圖等其他部分識別其商品來源。

(二)原告檢送網路使用資料，觀其態樣，或有結合「阿里云 aliyun.com」或「aliyun.com」等，且亦僅有使用於網頁或外包裝盒之態樣，予消費者寓目之理解係以「阿里云」作為指示商品或服務的來源，而單獨「云」僅作為表示商品或服務的相關描述，且其證據資料數量有限，原告稱其手機銷售達100萬台亦僅屬於媒體報導內容，且其係僅於大陸地區販售之資料，又「阿里云手機」於台灣尚未正式上市，以核駁審定時點觀其檢送後天使用資料，亦難據以主張系爭商標圖樣業經大量長期使用取得後天識別性而得以註冊為商標，並無核駁審定時商標法第23條第4項之適用。

三、又註冊第01480915號「Alibaba cloud logo」商標圖樣線條外觀粗細有別，且筆劃中斷呈右側分別有水平及左上右下水滴狀設計，與本案設計意匠仍屬有別，況若二者如原告所謂完全相同，原告應無提出申請註冊於完全相同之商品與服務之必要。又商標申請審查准否，被告係視不同具體個案，認定事實與適用法律，應不受他案之拘束，原告自不得比附援引執他案商標註冊，作為本案亦應准註冊之論據。

四、另原告提及系爭商標已於新加坡、香港等地獲准註冊乙節，核因各國國情不同，法制有異，自不得執為本件應予核准註冊之論據。

五、原告認為系爭商標准予註冊後，若有使其他業者產生影響，其他業者自有提出異議、評定等手段足資應付云云，惟本案若准原告註冊，後續究竟是其他業者對其提出異議、評定或是原告對其他業者提出侵權主張？並非原告所稱「足資應付」如此容易，亦不符商標法之立法意旨。

六、綜上，系爭商標圖樣不足以使商品或服務之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，有核駁審定時商標法第23條第1項第1款規定之適用，且其後天識別性證據不足，亦無核駁審定時商標法第23條第4項之適用。

肆、本院判斷：

一、查系爭商標係於100年7月15日申請註冊，於101年6月21日為「不得註冊，應予核駁」之審定，本件係申請商標註冊被核駁而提起行政訴訟，除請求撤銷訴願決定及原處分外，並請求命原處分機關為准予系爭商標之註冊，核其性質係屬課予義務之訴訟，其應適用之法律以言詞辯論終結時為準，本件於102年3月6日辯論終結，是系爭商標之申請應否准許註冊，應以100年6月29日修正公布、101年7月1日施行之商標法為斷。故本件爭點：系爭商標是否不具識別性，而有違反同法第29條第1項第3款及29條第2項規定？（其要件與修正前商標法第23條第1項第1款、第23條第4項之規定大致相同）

二、按（第1項）商標，指任何具有識別性之標識，得以文字、圖形、記號、顏色、立體形狀、動態、全像圖、聲音等，或其聯合式所組成，（第2項）

前項所稱識別性，指足以使商品或服務之相關消費者認識為指示商品或服務來源，並得與他人之商品或服務相區別者，100 年 6 月 29 日修正公布之商標法第 18 條定有明文。又商標僅由其他不具識別性之標識所構成，而有下列不具識別性情形者，不得註冊，同法第 29 條第 1 項第 3 款亦有明文。而有同法第 29 條第 1 項第 3 款規定之情形，如經申請人使用且在交易上已成為申請人商品或服務之識別標識者，不適用之，同法第 29 條第 2 項復有明文。準此，商標重在足以使商品或服務之相關消費者認識為指示商品或服務來源，並得與他人之商品或服務相區別，而具有識別性。另商標註冊申請人主張有同法第 29 條第 2 項規定，在交易上已成為申請人商品或服務之識別標識者，應提出相關事證證明之（101 年 6 月 29 日修正發布、101 年 7 月 1 日施行之商標法施行細則第 29 條規定參照）。又所稱足以使商品或服務之相關消費者認識為指示商品或服務來源，指一般消費者一見即知其為代表商品或服務之品牌，具有標誌性；所稱得藉以與他人之商品或服務相區別，指一般消費者一見即知其為代表特定主體之商品或服務，具有辨識性。故判斷商標或服務標章是否具備「識別性」，應立於一般消費者之立場，依一般生活經驗就商標或標章之整體加以觀察，並綜合其使用方式、實際交易情況及其所指定使用之商品或服務等加以審酌。

三、查系爭商標之商標圖樣為單一文字「云」所構成（如附圖所示），指定使用於當時商標法施行細則第 13 條所定商品及服務分類表第 9 類、第 16 類、第 35 類、第 36 類、第 38 類、第 39 類、第 41 類、第 42 類等等商品及服務，在此之前，原告以「Alibaba cloud logo」取得商標權，該商標圖樣亦僅由單一中文字「云」所構成，且同樣指定使用在第 9、16、35、36、38、39、41、42 類之商品及服務，僅字體設計稍有不同，予消費者之印象同樣為單一的中文「云」，業經被告核准並給予註冊第 1480915 號商標，是綜觀上述商標圖樣，可知均有中文字「云」之共同圖形，而此圖形亦經被告認為具有相當識別性，否則即無可能給予註冊。又查中文字「云」，國語日報辭典共有 5 種解釋，(1)當動詞使用時，意指「說」（例如：人云亦云）；(2)當助動詞用時，常置於字尾，用來表示「如是」（如：吾欲云云），或意指「等等」代表所省略的部份（如：來信云云）。(3)古詩文用作襯字，如「歲云暮矣」；(4)古「雲」字；(5)姓。經查該等意涵與系爭商標所指定使用之各種商品及服務並無任何關聯性，非指定使用商品或服務本身或其品質、功用或其他特性之說明，並未傳達所指定使用商品或服務的相關資訊，應屬具識別性之任意性標識。系爭商標若經使用於原告指定使用之當時商標法施行細則第 13 條所定商品及服務分類表第 9 類、第 16 類、第 35 類、第 36 類、第 38 類、第 39 類、第 41 類、第 42 類等等商品及服務，因系爭商標圖樣並非單純未經設計之文字，而是一個經過特殊設計的文字設計圖，以一種狀似毛筆字體的圓潤但不平整之筆法來表現，給人圓滿且帶有稍許趣味的深刻印象，其因圖形化之設計，即易予消費者品牌圖案之印象，易將其視為商標，而不會誤

認為其屬描述商品或服務之品質、特性等的說明性文字，且因中文「云」字與上揭商品及服務並無直接、密切關聯，該中文「云」字亦非其他善意的競爭同業一般交易過程中，可能需要用來表示商品或服務本身或其品質、功用或其他特性有關的說明，故系爭商標圖形顯然已具相當識別性，其辨識度不可謂低，與其他第三人之同類產品特色顯有不同，足以與他人提供之商品或服務相區別，使一般消費者認識其為代表特定來源，即原告之標識，系爭商標自難謂不具識別性。且被告既已核准註冊第 1480915 號商標，何以仍認為系爭商標以中文「云」字申請註冊有欠缺識別性，其判斷是否有不依法令及行政自我拘束原則，而流於恣意，亦有所疑。

四、被告雖稱原告僅以單一文字「云」作為商標圖樣申請註冊，「云」亦係「雲」之簡體字，「雲端運算」(Cloud computing)為目前最熱門的電腦網路運用形態，「雲端運算」是一種概念，所謂「雲端」實則泛指「網路」，使用於指定之各種商品及服務，予消費者之認知印象為運用無形之網路功能提供商品及服務，並不會視其為商標，不具商標識別來源之功能云云。惟查，系爭商標並非僅指定使用於當時商標法施行細則第 13 條所定商品及服務分類表第 9 類之商品，尚有指定使用於第 16 類、第 35 類、第 36 類、第 38 類、第 39 類、第 41 類、第 42 類等商品及服務，此等類別之商品與服務如何與「雲端」商品或服務，有直接密切關聯，而不具識別性，其判斷標準為何？被告就上開爭議並未詳予辨別，即遽認系爭商標於上揭經原告指定使用之商品及服務均不具識別性，自屬有誤。況查系爭商標圖樣上之單一文字「云」，於古字固有「雲」之義或確為「雲」之簡體字，惟查單一的中文字「雲」，依一般消費者的理解，乃指天上的雲。在未與任何網路科技相關文字結合使用時，單一的中文「雲」無法予人寓目印象即意指「雲端科技」之意。被告亦認為，「雲」必須結合特定文字，才表示與雲端技術結合提供之各種商品或服務，如「商務辦公雲」、「文件保全雲」、「雲遊戲」等，故單一的中文「雲」，僅予人「天上的雲」之印象，尚難直接予人寓目印象立即意指「雲端科技」。且消費者見到系爭商標圖樣上之「云」時，即使直接視其為「雲」之簡體字，仍需更進一步結合才能視其為「雲端科技」之意。被告將系爭商標圖樣上之「云」解釋為「雲端科技」，再進而認定，其予消費者之認知印象為運用無形之網路功能提供商品及服務，並不會視其為商標云云，實屬反覆推演、跳躍思考之結果，亦忽視一般消費者對單一中文「云」之認知。故即使消費者會如同被告般經過高度的想像、思考、感受或推理，推演出系爭商標圖樣上之「云」有表示「雲端科技」之意，再進而推想出其表示系爭商標商品或服務係以運用無形之網路功能所提供，惟此類需要反覆的推敲、想像，才可能領會標識與商品或服務間的關聯性的情形，亦應屬暗示性標識，仍具有商標識別性，是否不得註冊，亦有疑義。

五、又原告雖主張其以系爭商標廣泛促銷提供之數位服務，透過各大著名報章雜誌廣告與網路，宣傳介紹系爭商標，是相關消費者可清楚辨識其為原告之標

識，已成為原告營業上之重要標識，並提出商品照片及網路媒體相關報導資料、廣告畫面及網路相關報導資料、網路相關報導資料、網頁資料等相關資料為證（見核駁卷第 37 頁至第 79 頁）。惟被告抗辯原告所檢附資料非在我國實際使用或營運者，無法認定系爭商標已為國內相關消費者所熟知等語。經查：按後天識別性之取得，應以國內相關消費者之認知為判斷標準，故商標申請人提出商標使用於指定商品或服務之實際使用證據，應以國內使用資料為主，倘所提出之國外使用資料，須國內相關消費者得以獲知該國外使用情形之有關資訊時，始足以採證。本院審視原告所提出之新聞報導資料與網站內容觀之，均為大陸媒體所作阿里云之報導，但均非於我國實際使用「云」商標及營運之報導。觀其態樣，或有結合「阿里云 aliyun.com」或「aliyun.com」等，且亦僅有使用於網頁或外包裝盒之態樣，予消費者寓目之理解係以「阿里云」作為指示商品或服務的來源，而單獨以「云」字僅作為表示商品或服務的相關描述之證據資料則數量有限，亦無使用日期，尚難據以主張系爭商標圖樣業經大量長期使用取得後天識別性。是依本件各卷內所附證據資料綜合以觀，尚難認為系爭商標業經原告廣泛於我國行銷使用，在交易上已成為其商品之識別標識，而得依首揭商標法第 29 條第 2 項規定，排除同條第 1 項各款規定之適用，原告此部分之主張尚不足採信。

伍、綜上所述，被告以系爭商標申請註冊違反修正前商標法第 23 條第 1 項第 1 款規定，而作成「不得註冊，應予核駁」之行政處分，於法尚有未合，訴願決定未予指摘而予維持，亦非妥適。是以，原告據此請求撤銷訴願決定及原處分，為有理由。又系爭商標是否應准註冊，是否另有核駁事由，尚有待被告查明後，併依本院上開法律見解，另為適法之處分。故原告請求命被告應作成核准系爭商標註冊之處分，並未達全部有理由之程度，此部分之請求，不應准許，應予駁回。

陸、本件事證已明，兩造其餘主張或答辯，已與本院判決結果無影響，爰毋庸一一論述，併此敘明。

柒、據上論結，本件原告之訴為一部有理由，一部無理由，依智慧財產案件審理法第 1 條，行政訴訟法第 200 條第 4 款、第 104 條、民事訴訟法第 79 條，判決如主文。

中 華 民 國 102 年 3 月 27 日

智慧財產法院第一庭

審判長法 官 李得灶

法 官 歐陽漢菁

法 官 林靜雯

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）。

中 華 民 國 102 年 3 月 27 日

書記官 陳彥君