

出國報告（出國類別：其他公務有關活動）

2012年第七屆海峽兩岸商標論壇

服務機關：公平交易委員會

姓名職稱：專門委員 吳丁宏

派赴國家：大陸

出國日期：2012年11月5日-2012年11月8日

報告日期：2012年

目的

「海峽兩岸商標論壇」係由中華民國全國商業總會暨海峽兩岸商務協調會與中華商標協會共同主辦有關商標議題的會議，自 2006 年雙方協議合作以來，已陸續辦過六屆商標論壇，藉由論壇的舉辦，除促成雙方主管機關交流外，更藉由此論壇之平臺實際解決兩岸商標之重大爭議。例如「阿里山」、「日月潭」、「台灣啤酒」、「中華電信」、「永慶」、「池上」、商標搶註問題。

2012 年 11 月 5 日至 11 月 8 日在江蘇無錫舉辦第七屆論壇會議，此次會議所探討的議題，在於兩岸商標法制修改動向、商標侵權行為態樣、商標使用證據的認定等。

過程

此次論壇會議，台灣方面原預定由海峽兩岸商務協調會會長張平沼先生率團，惟因張會長身體有恙未克前往，爰由常務副會長陳武剛先生擔任團長，孫慶餘先生擔任副團長，經濟部智慧財產局局長王美花女士擔任顧問，本會人員係以「海峽兩岸商務協調會智慧財產委員會委員」名義參加，惟全部參加團員皆有註明實際之行政職務，台灣代表團計有 38 人，大陸方面參加人員除中華商標協會、各省市商標協會、公司行號代表之外，國家工商行政管理局副總局長付双建先生則以中華商標協會顧問名義參加，大陸代表團計有 131 人。

2012 年 11 月 5 日上午 11 時 40 分，台灣代表團於桃園國際機場集合出發，午後到達無錫機場，隨即前往本次論壇會議場所與團員住宿地點：無錫湖濱飯店。

2012 年 11 月 6 日上午 8 時 30 分會議正式展開，上午的議題為「兩岸商標法制修改動向」、「商標法侵權行為表現形式」，下午的議題為「商標使用證據的認定」、及「品牌形象與管理」。會議最後在下午 5 點 30 分結束。其中「兩岸商標法制修改動向」議題，主要在報告兩岸最近修正商標法的主要內容及執行情形；「商標法侵權行為表現形式」議題，主要在以實際案例說明商標侵權的執法面向與行政機關及司法機關的法律見解；「商標使用證據的認定」議題，主要在報告商標使用證據的認定，包括使用主體、時間、地域等，及經註冊卻未使用商標時，行政機關如何處理等；「品牌形象與管理」議題，則由兩岸各一家公司（大陸為紅豆集團，台灣為永慶房屋）以其自身的經驗報告如何維護其商標權，並強化其商標價值。

2012年11月7日上午實地參訪知名地理標誌「太湖鼉之渚」（為太湖邊自古以來之知名景點），下午參訪知名地理標誌佛門聖地「靈山」。

2012年11月8日上午9時於無錫機場搭機返台結束行程。

心得與建議

一、商標法與公平交易法對「商標」權的規範

我國商標法自1930年公布以來，對於「商標」的定義，隨著世界經濟潮流的發展，從單純的「文字、圖形、記號及其聯合式」，歷經多次修正，擴大為「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」。2011年修正前條文係以列舉方式規定由文字、圖形、記號、顏色、聲音、立體形狀或其聯合式所組成之商標為註冊保護之範圍。參酌商標法新加坡條約（STLT），國際間已開放各種非傳統商標得作為註冊保護之態樣，為順應國際潮流，並保障業者營業上之努力成果，爰開放任何足以識別商品或服務來源之標識，皆能成為商標法保護之客體，並例示商標得由文字、圖形、記號、顏色、立體形狀、動態（motion marks）、全像圖（hologram marks）、聲音等之標識，或其聯合式標識所組成，即商標保護之客體不限於所例示之情形。商標權係法律賦予商標權人之獨占權利，具有排他性的特徵，倘非權利人之授權，任何人皆不得使用該商標。

另1991年公平交易法立法時，復將仿冒的問題納入規範，依據公平交易法第20條第1項第1款規定「事業就其營業所提供之商品或服務，不得有左列行為：一、以相關事業或消費者所普遍認知之他人姓名、商號或公司名稱、商標、商品容器、包裝、外觀或其他顯示他人商品之表徵，為相同或類似之使用，致與他人商品混淆，或販賣、運送、輸出或輸入使用該項表徵之商品者。」會將「商標」納入公平交易法規範的緣由，參考公平交易法第20條之立法說明「查商標法第62條之1雖定有仿冒未經註冊外國著名商標處罰之規定，惟我國現行商標法係採註冊保護制度，仿冒未經註冊之外國著名商標之處罰，不宜於商標法中予以規範。而仿冒外國著名商標之行為，係屬不公平競爭之一種，故改於本法中規定，本法通過後，商標法第62條之1當予刪除。」次查1993年公布修正之商標法亦將該法第62條之1刪除。商標權具排他性的權利，在競爭法的角度加以觀察，不僅係獨占地位，而且完全排除競爭

者參進，基本而言，係屬一種阻卻競爭行為，倘商標權利人濫用其合法獨占權利，則將與競爭法的精神背道而馳，因此，為防止商標權的過度濫用，除商標法本身有規範之外（例如第36條之他人善意使用），本會亦有訂定「本會對於事業發侵害著作權、商標權或專利權警告函案件之處理原則」以避免權利的濫用。由於商標法與公平交易法皆對商標權的保護皆有所規範而產生的法規適用競合的問題，因此在1992年由經濟部與公平交易委員會（以下簡稱本會）兩機關協調結果，對於仿冒侵害商標權案件，如屬註冊商標，由經濟部處理，若屬未註冊商標，則由本會處理。

二、商標法與公平交易法的競合

公平交易法第 20 條有關仿冒表徵行為之規範，自公平交易法施行之執法經驗，面臨若干公平交易法與商標法競合時，法律解釋與適用之困擾，此一問題復因 2003 年商標法修正後而益見明顯，該次修正擴大商標之範疇，除於第 2 條擴張商標所表彰之範圍，使凡表彰商品及服務者，均以「商標」涵蓋之，並於第 5 條增訂立體形狀亦得做為商標之構成要素；此外，為遵循國際公約及多數國家立法例，並引進商標淡化理論，將「減損著名註冊商標之識別性或信譽」及「以他人註冊商標表彰自己營業主體或來源之標識」之行為，擬制為侵害商標權之態樣，而上開 2003 年商標法之若干修正，致使公平交易法與其競合適用時衍生諸多疑義，例如：

（一）、關於公平交易法第 20 條第 1 項第 1 款暨第 2 款所規範對商品及營業或服務表徵之仿冒行為：

1、關於商標保護之事項，本應由商標法為統一規範，如有所不足，或基於其他法律之特別立法目的，始有以他法律另為補充規範之必要，公平交易法乃係立於商標法補充規範之地位，而公平交易法第 20 條將「商標」明文列舉為商品表徵之一，亦即商標不論註冊與否，有關其仿冒行為，公平交易法均以行政處分介入規範，已有未妥。

2、公平交易法對違反該款之行為，課以重於商標法所定之損害賠償責任及罰

則，致生基本規範與補充規範兩者地位倒錯之不合理現象，且公平交易法條文所使用之文字與商標法未相一致，即公平交易法所稱之「『相關事業或消費者所普遍認知』之商品或服務表徵」，與商標法所稱之「『著名』商標」，其兩者型態是否相當、是否造成同一事項規範內容不一致之現象，均生疑義。

3、服務標章與商標二者在功能上完全相同，其區別僅在所表彰之標的及使用方式不同，故商標法 2003 年修正時，即以「現今商業活動中，一商標究表彰商品或服務，本難區別，商品或服務之間有構成本法所稱類似概念之可能」為由，刪除服務標章，惟公平交易法第 20 條第 1 項第 2 款仍將「標章」明文列舉為表彰營業及服務的表徵之一，致使法律之規範體系不一致。

4、公平交易法對違反該二款之行爲所課以之損害賠償責任及罰則均較商標法之規定爲重，除制裁之手段失所均衡外，另基於商品或服務表徵之仿冒行爲，其本質乃屬商標侵權案件，是現行規定已有行政權過度介入司法事件之虞。

(二)、關於公平交易法第 20 條第 1 項第 3 款所規範對未經註冊外國著名商標之仿冒行爲：

有關著名商標之保護，國際公約均不以註冊爲要件(保護工業財產權之巴黎公約〈Paris Convention for the Protection of Industrial Property〉第 6 條之 2、與貿易有關之智慧財產權協定〈Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights〉第 16 條第 2 項暨第 3 項，我國商標法之主管機關經濟部智慧財產局，爲使我國商標法符合國際規範及擴大對著名商標之保護，2003 年之後著手研擬商標法第 62 條修正草案，將未經註冊著名商標之保護納入商標法中加以規範，公平交易法以其基於商標法補充規範之地位，仍將未經註冊著名外國商標之仿冒行爲納入規範，即非妥適。復以違反公平交易法第 20 條規定之行爲，公平交易法對其所課以之損害賠償責任及罰則，反重於商標法對稀釋淡化已註冊著名商標所課以之損害賠償責任，其制裁手段有失均衡，破壞二法間之基本與補充關係，並徒增法律解釋與適用上之

困難。

(三)、關於公平交易法第 20 條以外其他與商標有關之不公平競爭行爲：

商標法雖於 2003 年修法時，擴大商標之保護範圍並引入商標淡化理論，使事業爲表彰其商品或服務之註冊商標得以獲得更周全之保護，惟就非商標保護範圍但亦足以表彰商品或服務之著名表徵之襲用行爲，仍非在涵蓋範圍之列，公平交易法有就其加以補充規範之必要。揆諸公平交易法關於仿冒行爲之規範，除第 20 條所列舉之行爲外，本以第 24 條之概括條款就下列兩種表徵襲用行爲加以規範：(1)襲用他人著名之商品或服務表徵，雖未至混淆，但有積極攀附他人商譽之情事者；(2)抄襲他人商品或服務之外觀，積極榨取他人努力成果，對競爭者顯失公平，足以影響交易秩序者；而上開兩種襲用表徵行爲之類型及構成要件，並非明文規定於法律位階，而係委諸本會所制訂之行政規則予以規範，其結果乃使我國與日本、美國及歐洲等國之政府或非政府組織進行智慧財產權諮商時迭遭質疑，甚因此誤解本會之執法未有效落實表徵之保護，是相關規範要件之明確化即有其必要，以期符合法明確性原則之要求，並使受規範者得以預見其行爲之法律效果。

三、2005 年本會對於公平交易法第 20 條的修正芻議

公平交易法自 1992 年實施以來，中間雖 5 次修正，除 1999 年第一次的修正外，其他各次修正幅度不大，甚至有的是因應行政組織架構或其他法律的實施或修正而所作的修訂，因此本會醞釀及草擬修法的準備已甚久，在 2005 年提出整部公平交易法的修訂，其中關於第 20 條商標仿冒的規範，基於前述與商標法的若干競合適用上的疑義，便有修正芻議：

- (一)刪除現行公平交易法第 20 條第 1 項第 1 款中就商品表徵所列舉之「商標」
乙項

- (二)刪除現行公平交易法第 20 條第 1 項第 1 款後段有關販賣、運送、輸出或輸入襲用表徵商品之行爲之規定
- (三)刪除現行公平交易法第 20 條第 1 項第 2 款中就營業及服務表徵所列舉之「標章」乙項
- (四)將「本會對於公平交易法第 24 條案件之處理原則」中所列與商標有關之不公平競爭行爲，增列於本條中
- (五)刪除現行公平交易法第 20 條第 1 項第 3 款有關襲用未經註冊外國著名商標之規定
- (六)刪除現行公平交易法第 20 條第 2 項第 1 款、第 3 款、第 4 款有關販賣、運送、輸出或輸入行爲之規定

上述的修正芻議，伴隨著整部公平交易法大幅的修正，於 2006 年開始徵詢各部會機關、工商及學術研究團體等單位意見，同時將修正草案資料置於本會網站對外徵詢各界意見。惟因整部公平法的大幅修正，過程並非一蹴即成，中間雖多次於委員會議中討論，惟並無具體定稿，至 2008 年針對公平交易法第 20 條部分，因考量商標法修正在即，故先行與經濟部進行協商。在此期間，商標法亦於 2011 年大幅修訂，但商標法此次修訂內容並未將未註冊的知名商標加以保護，因而在 2008 年當時兩機關的共識內容略以：1、公平交易法對未註冊商標之保護，應改採民事責任；2、公平交易法對未註冊著名商標之保護範圍，應限於同一或類似商品；3、高度抄襲 (dead copy) 之規範問題不在本次修正範圍內。

四、2012 年公平交易法關於商標仿冒規範的草案

由於考量商標法亦甫於 2011 大幅修正通過並已於 2012 年實施，因此本會在 2012 年的第 1075 次委員會議決議將與經濟部的共識納入修法，並將原

來第 20 條的規範，改列為第 22 條，法條草案送經行政院通過，如下：

「第二十二條 事業就其營業所提供之商品或服務，不得有下列行為：

- 一、以著名之他人姓名、商號或公司名稱、商標、商品容器、包裝、外觀或其他顯示他人商品之表徵，於同一或類似之商品，為相同或近似之使用，致與他人商品混淆，或販賣、運送、輸出或輸入使用該項表徵之商品者。
- 二、以著名之他人姓名、商號或公司名稱、標章或其他表示他人營業、服務之表徵，於同一或類似之服務為相同或近似之使用，致與他人營業或服務之設施或活動混淆者。

前項姓名、商號或公司名稱、商標、商品容器、包裝、外觀或其他顯示他人商品或服務之表徵，依法註冊取得商標權者，不適用之。

第一項規定，於下列各款行為不適用之：

- 一、以普通使用方法，使用商品或服務習慣上所通用之名稱，或交易上同類商品或服務之其他表徵，或販賣、運送、輸出或輸入使用該名稱或表徵之商品或服務者。
- 二、善意使用自己姓名之行為，或販賣、運送、輸出或輸入使用該姓名之商品或服務者。
- 三、對於第一項第一款或第二款所列之表徵，在未著名前，善意為相同或近似使用，或其表徵之使用係自該善意使用人連同其營業一併繼承而使用，或販賣、運送、輸出或輸入使用該表徵之商品或服務者。

事業因他事業為前項第二款或第三款之行為，致其商品或服務來源有混淆誤認之虞者，得請求他事業附加適當之區別標示。但對僅為運送商品者，不適用之。

（原第 20 條條文內容請參考註 1）

- 立法理由略以：……三、現行商標法（一百年六月二十九日修正）順應國際潮流進一步擴充商標之概念，開放任何足以識別商品或服務來源之標識皆能成為商標法保護之客體，例示包括「文字、圖形、記號、顏色、立體形狀、動態、全像圖、聲音、氣味或其聯合式」等。所謂識別性，係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（參商標法第十八條）。故商標法對於「商標」之定義，應足以涵蓋本法現行條文第二十條「表徵」之內涵，兩者均指任何具有識別力之標識，得以表彰商品或服務來源，使相關事業或消費者用以區別不同之商品或服務，故將「表徵」用語改以「商標」代之；又本條所保護之「商標」倘業已註冊，應可循商標法對於著名註冊商標之保護途徑尋求解決，不再於本法重複保護，爰予修正。
- 四、現行條文第一項及第二項所保護之表徵，其要件有謂「為相關事業或消費者所普遍認知」者、有謂「著名」者，兩者有何區別易生爭議；又該二項就仿冒表徵所載之客體，有僅規範「商品」者、有將「商品」及「服務」分款規範者，惟因商標法之「商標」使用範圍業已包含商品及服務，應無區分必要。爰修正相關文字，均規定為「著名」，並將「商品或服務」合併規範。
 - 五、第一項第一款係對於未註冊著名商標提供保護，包括現行條文第一項第一款、第二款規定中尚未被商標法所涵蓋部分，又現行條文第一項第三款對未經註冊之「外國」著名商標予以特別規範，除違內外國人平等原則外，商標著名與否

應以國內消費者之認知為準，尚無區分內、外國商標之必要，均可依第一款予以保護；另並明訂「致相關消費者混淆誤認之虞者」之要件，以資明確。第一項第二款係將對於未註冊著名商標之保護，擴及至對於該未註冊著名商標之識別性或信譽受到減損之情形，即稀釋理論之內涵；目前國際上稀釋理論的應用雖只針對註冊著名商標，並未擴及未註冊著名商標，但本法擴大至未註冊著名商標，將可提供較大的保護傘，除防止來源的混淆誤認外，並可防止商標之識別性或信譽遭受稀釋或減損。第一項第三款為現行條文第一項第一款後段移列，並酌作文字修正。復參考商標法第七十條規定之文字，於第一款至第三款均增加「明知」之要件，使規範更加明確。

- 六、如說明三所述，因商標法對於「商標」之定義足以涵蓋現行條文第二十條「表徵」之內涵，故將「表徵」用語改以「商標」代之，惟考量現行條文第一項第一款、第二款有關表徵之例示事項，包括「商標」及「姓名、商號或公司名稱、商標、商品容器、包裝、外觀、標章」等，為免外界直觀上誤認本次修正限縮保護範疇，爰增訂第二項，以杜爭議。
- 七、配合現行條文第二項第一款、第二款合併規範，第二項第三款、第四款款次往前遞移。
- 八、配合第一項至第三項之修正，第四項酌作文字修正。

（相關資訊，請詳本會網站

<http://www.ftc.gov.tw/internet/main/index.aspx> 首頁 修法動態)

目前公平交易法的修正草案，業已於2012年12月6日經行政院通過，目前於立法院審議中。

五、機關協商的重要性

行政機關依法執行職掌，倘所執行法律效力範疇與他機關職掌有所競合時，為避免浪費行政資源，同時亦講求事權集中的行政效率，機關間的協商勢必為不可缺的溝通過程。然而職權上的法律競合問題，並非令人擔心之事，較讓人擔憂的，是發生一事件無法可管的窘局，因此商標法在2011年修法時，經濟部為落實商標註冊主義的理念，並未將未註冊商標的保護列入法條，因此本會在修訂公平交易法時，雖有將「商標」的規範法條完全刪除的芻議，然經機關協商後，爰將未註冊商標的保護議題再回復到公平交易法。本會以主動方式邀請其他部會，進行類似這樣修法或執法上的機關間協商，此種做法，仍應自我勉勵。因整部公平交易法修正草案通過後，須與其他機關間的協商，仍更繁瑣。

不但機關之間的協調溝通的工作很重要，在交通及通訊發達的現代，國與國之間的經濟活動，並不受有形的疆界所限制，違法行為的發生亦常跨越疆界，因此跨國跨疆界合作機制的重要性，亦顯得格外重要，此次商標論壇會議即是在此種背景下產生。

本次商標論壇會議，大陸方面參加者眾，且無法由參加名單中得知是否有大陸商務部或國家工商行政管理總局相關競爭法及直銷業務執法人員與會，因此無法做廣泛的商標法與競爭法之間的競合或互補議題的交流，及傳直銷行為議題的執法經驗交換，甚為可惜。

由於公平交易法規範包括限制競爭行為、不公平競爭行為及多層次傳銷管理規範，皆由公平交易委員會中央機關單一執法，對應於大陸，係由國家發展和改革委員會、商務部及國家工商行政管理總局依職權共同執法。而且大陸對多層次傳銷之行為，係全面禁止。中國國務院於1998年4月發出「關於禁止傳銷經營活動的通知」，明確指出傳銷經營不符合中國現階段的國情，對傳銷經營活動必須予以禁止。大陸於2005年8月23日頒布「直銷管理條例」，並於同年12月1日實施，該條例第3條第1項規定：「本條例所稱直銷，是指直銷企業招募直銷員，由直銷員在固定營業場所之外直接向最終消費者推銷產品的經銷方式。」同條例第4條第1項規定：「在中華人民共和國境內設立的企業，可以依照本條例規定申請成為以直銷方式銷售本企業生產的產品及其母公司、控股公司生產產品的直銷企業」。另於2005年8月23日公布「禁止傳銷條例」，並自同年11月1日起施行，該條例第2條規定，傳銷係指組織者或者經營者發展人員，通過對被發展人員以其直接或者間接發展的人員數量或者銷售業績為依據計算和給付報酬，或者要求被發展人員以交納一定費用為條件取得加入資格等方式牟取非法利益，擾亂經濟秩序，影響社會穩定的行為。揆諸上開二條例規範意旨，大陸地區之事業可申請從事直銷活動，惟明文禁止以傳銷方式經營業務。

近年以來，台灣發生廣西南寧案（註2），由於大陸明文禁止傳銷，因此造成廣西南寧案的詐騙行為，行為人、行為地、受害人等，皆發生在台灣，但實際運作的人則藏匿於大陸，致使大陸公安單位無法逮捕主嫌（因於大陸無犯罪行為），台灣檢調單位亦無從逮捕主嫌（因嫌犯藏匿於大陸），致使該違法吸金行為至今仍無法完全滅絕。

雖然大陸明文禁止以傳銷方式經營業務，惟依「禁止傳銷條例」訂有查處措施和程式，對涉嫌傳銷行為進行查處時，可採取責令停止活動、查扣合同資料、商品財物、查封經營場所、凍結資金等必要措施；並得以沒收所得、處以罰款、負刑事責任、吊銷營業執照等；對於經查證屬於傳銷行為者，工商行政管理部門、公安機關可以向社會公開發佈警示、提示。相對於台灣執法經驗而言，亦有針對違法事業得以行政處分，命其停止違法行為及處以罰鍰；並針對不法傳銷發布公平交易警訊等。故雙方的法律規範縱有些不同，但行政作為仍有類似的做法。

廣西南寧案的發生，乃係眾多詐騙行為模式的一種，惟該詐騙行為係採多層次傳銷方式，往往使參加投資的人，由受害人變成加害人，致使檢調單位查察時，更顯困難。台灣的傳銷法令，不可能修改如同大陸一樣完全禁止傳銷行為，可見日後不法歹徒圖謀以類似廣西南寧案傳銷方式進行詐騙吸金，亦難斷絕，因此台灣如何預防或打擊類似廣西南寧案以傳銷方式非法吸金行為的發生，台灣是否可與大陸以類似商標論壇方式，舉辦合作協調機制方式建立溝通窗口，建立違法傳銷之處理機制，共同建立傳銷警告訊息，以維護合法打擊非法並降低執法成本，誠屬可思考的方向之一。

(註1)「第二十條 事業就其營業所提供之商品或服務，不得有左列行為：

- 一、以相關事業或消費者所普遍認知之他人姓名、商號或公司名稱、商標、商品容器、包裝、外觀或其他顯示他人商品之表徵，為相同或類似之使用，致與他人商品混淆，或販賣、運送、輸出或輸入使用該項表徵之商品者。
- 二、以相關事業或消費者所普遍認知之他人姓名、商號或公司名稱、標章或其他表示他人營業、服務之表徵，為相同或類似之使用，致與他人營業或服務之設施或活動混淆者。
- 三、於同一商品或同類商品，使用相同或近似於未經註冊之外國著名商標，或販賣、運送、輸出或輸入使用該項商標之商品者。

前項規定，於左列各款行為不適用之：

- 一、以普通使用方法，使用商品本身習慣上所通用之名稱，或交易上同類商品慣用之表徵，或販賣、運送、輸出或輸入使用該名稱或表徵之商品者。
- 二、以普通使用方法，使用交易上同種營業或服務慣用名稱或其他表徵者。
- 三、善意使用自己姓名之行為，或販賣、運送、輸出或輸入使用該姓名之商品者。
- 四、對於前項第一款或第二款所列之表徵，在未為相關事業或消費者所普遍認知前，善意為相同或類似使用，或其表徵之使用係自該善意使用人連同其營業一併繼承而使用，或販賣、運送、輸出或輸入使用該表徵之商品者。

事業因他事業為前項第三款或第四款之行為，致其營業、商品、設施或活動有受損害或混淆之虞者，得請求他事業附加適當表徵。但對僅為運送商品者，不適用之。」

(註 2) 近年來有不法人士宣稱在大陸廣西南寧進行重大投資案，吸引台灣民眾投入資金，且為取信投資人並邀約投資人至南寧實地參訪，佯稱許多建設均係廣西南寧政府默許之「資本運作」，由涉案人邀約投資人至南寧參覽，佯稱五象廣場等地均係廣西南寧政府默許之「資本運作」行業所建設，如：以五象廣場之 7 座石門表示瞭解「資本運作」需 7 天時間、旁之 21 顆樹表示一次性投資需認購 21 份股權等，於該招攬行為並無銷售商品或服務，亦無公司行號，純屬吸金行為，雖大陸公安機關已進行偵辦處理，且於該等建設區域透過廣告牌、宣傳車等，甚至停水停電，均無法趕走可疑人士，且該吸金行為之行為地、行為人、受害人皆在臺灣，公安機關亦無法對於可疑人士進行逮捕。因此，於今（101）年 11 月初法務部調查局、檢警機關、公平會及相關機關共同派員赴大陸廣西南寧與大陸相關單位進行協商共同打擊不法。目前仍在偵辦中。



台灣全體代表團成員合影與論壇會場



商標論壇會議進行中



於會場留影



論壇會議圓滿結束，大陸安排晚宴，與台灣代表團顧問王局長美花合影。