

1. 擁有製造除濕機兼具空氣濾淨、並可切換輸送冷風或熱風功能專利之 A 品牌公司，在除濕機銷售市場之占有率為百分之五。某日，在市場上發現 B 品牌之除濕機亦具有能切換輸送冷、熱風功能，認為該 B 品牌公司侵害其專利並對之提起民事訴訟，請求損害賠償；同時委託律師發存證信函給全台灣地區販售除濕機之業者共 1000 家中之 350 家有販售 B 品牌除濕機之業者。函中表明「A 品牌公司擁有製造除濕機兼具空氣濾淨、並可切換輸送冷風或熱風功能之專利，並註明其專利權證之文號。接著表示 B 品牌之除濕機具有能切換輸送冷、熱風功能之部分，乃侵害 A 品牌公司之專利，並表示已對 B 品牌公司向法院起訴請求侵權之損害賠償。因此，希望現仍販售 B 品牌除濕機之業者於接到此信函後，應即停止販售該 B 品牌除濕機，否則，必將對之起訴請求共同侵權行為之損害賠償」等語。接獲此警告信函之業者，其中有 200 家於接信後紛紛停止販售 B 品牌除濕機並向 B 品牌公司要求退貨；有 100 家則要求 B 品牌公司須提出有公信力檢驗機構出具 B 品牌之除濕機具有能切換輸送冷、熱風功能之部分並無侵害 A 品牌公司專利情事之證明，始願繼續販售 B 品牌除濕機。另有 50 家業者則不受影響，仍繼續販售 B 品牌除濕機。問 A 品牌公司上述之行為，在公平交易法上如何評價之？（40 分）
2. 甲與其他音樂同好組成名為「X」之樂團，一起參加各項比賽演出獲獎，逐漸為社會大眾所知，甲為該樂團之主唱兼主要詞曲創作者。乙為音樂製作人，對 X 樂團極為欣賞，乃由乙所設的 Y 公司簽下該樂團。在乙和 Y 公司的協助下，X 樂團發行多張專輯，並舉辦多次巡迴演唱會，屢屢獲得諸多獎項，得到相當高的知名度。Y 公司並將 X 樂團的名稱申請商標註冊，使用於若干商品上。然而嗣後甲乙因故無法繼續合作，甲乃和其他成員退出 Y 公司，惟乙警告甲和 X 樂團不得再使用甲所創作的音樂，亦不得使用 X 樂團的名稱。請回答下列問題：（30 分）
 - （一）如果甲和 Y 公司的關係為僱傭關係，試問甲所創作的音樂著作權的歸屬如何？
 - （二）如果甲和 Y 公司只是合作關係，甲專屬授權 Y 公司使用其所創作的音樂，甲於退出 Y 公司後，如果授權契約仍然有效存在，甲是否可以使用自己創作的音樂？如果有第三人盜版該音樂，甲是否可以提起民刑事訴訟？
 - （三）Y 公司將 X 樂團名稱註冊商標，甲於退出 Y 公司後是否可以繼續使用 X 樂團名稱？
3. 甲公司為國際知名之重型機車商，其一型號暢銷車款 YANANA 之 LED 尾燈，在臺灣獲准 X 設計專利權。經查，乙公司產銷售價低及專用於 YANANA 之 LED 尾燈，其整體外觀相同於 X 專利權所保護之設計，甲主張乙侵害 X 專利權及請求損害賠償。乙則抗辯，車尾燈為消耗品，其所產銷之產品僅供維修用途，甲出售 YANANA 機車後，基於權利耗盡原則而不能就該重機主張 X 專利權。乙亦抗辯，考量重型機車之整體美觀，消費者於維修時勢必會選擇相同設計之車尾燈，甲對乙主張侵權致使乙無法繼續產銷尾燈，將使消費者無法以合理價格更換損壞之車尾燈，甲行使專利權構成權利濫用，因而甲負有義務證明權利行使之正當性。乙亦主張，甲早於起訴前四年即曾發函乙，警告乙於東京機車博覽會所展示之尾燈，侵害甲在日本之專利權，其乃 X 在日本之對應專利權，因此，甲於臺灣起訴之損害賠償請求權已罹於時效。甲或乙之主張，何者有理？（30 分）