

1. 資本額有一百億元之事業甲，其生產 A 商品之成本每件為一萬元，市場售價則定為一萬二千元，其年銷售量為十萬件，在 A 商品相關市場占有率為百分之四十。不久，發現 A 商品市場有新事業乙生產之品牌與他競爭，品質相當，而乙品牌之 A 商品售價僅為一萬元。經甲調查之結果，乙事業之資本額為一億元，年生產量為一萬件，其生產 A 商品之成本為九千元。甲遂以每件八千元賣與其所有經銷商並約定，全體經銷商販賣其 A 商品於消費者時，每件售價應為八千五百元，且每一經銷商一年內如銷售達五千件者，另發銷售獎金五十萬元；一年內共銷售一萬件者另發銷售獎金二百萬元；雙方並另有違約金一百萬元之約定。甲如此安排一年後，其 A 商品市場占有率升為百分之九十。問甲之行為，在公平交易法上如何評價？(40 分)

2. 甲為於 M 國註冊之健康食品公司，擁有世界知名之健康食品品牌 X，並在多國取得商標註冊。其中在 A 國，甲是以自己名義取得商標註冊之後，再授權給乙使用於乙自 M 國進口銷售之健康食品上；在臺灣則是甲同意由丙以自己之名義進行商標註冊並使用於丙自 M 國進口銷售之健康食品上。丁為臺灣之貿易商，見在臺灣同品牌之健康食品售價遠高於 A 國，乃自 A 國市場上購得該商品後，進口至臺灣銷售。丙見狀，亟思採取法律行動禁止丁侵蝕其市場。試問：
 - (1) 丁進口該商品的行為是否構成對甲、乙或丙商標權之侵害？丁可以有何抗辯？(15 分)
 - (2) 由於該進口之健康食品附有乙根據甲所提供之產品文字說明所製作之圖文並茂外文說明書，丁於進口後，未經同意將其翻譯成中文並印製後，於該商品販售時一併提供給消費者，丁之進口、翻譯、印製、販賣行為，是否構成對甲、乙或丙著作權之侵害？(15 分)

3. 甲針對「X 鈦合金材質之眼鏡框」在臺灣獲准 X 專利，積極以自有品牌行銷 X 專利權保護之眼鏡框產品。乙機械商見「X 鈦合金眼鏡框」熱賣，立即推出「Y 眼鏡框製造機」，每日能生產為數可觀的「X 鈦合金眼鏡框」。丙向乙購買 Y 機器所製造之「X 鈦合金眼鏡框」，在丁所架設的「生活購物網站」銷售，網路使用者可透過該網站直接向丙購買「X 鈦合金眼鏡框」。經查，丙所製造之「X 鈦合金眼鏡框」落入 X 專利權範圍。甲認為，乙、丙及丁應就 X 專利權之侵害行為負連帶損害賠償責任。請問：甲為前揭主張之法律依據為何？甲之主張是否有理？(30 分)

試題隨卷繳回