

## 調 查 報 告

壹、案由：據訴，臺灣菸酒股份有限公司辦理台灣啤酒於中國大陸地區品牌授權廠商招商乙案，涉有違失等情。

貳、調查意見：

據訴，臺灣菸酒股份有限公司辦理台灣啤酒於中國大陸地區品牌授權廠商招商乙案，涉有違失等情乙案，案經本院調取相關卷證審閱，並詢問相關人員後，業已調查竣事，調查意見臚陳如次：

一、臺灣菸酒公司辦理台灣啤酒大陸地區試點招商乙案，招商過程過於倉促，致程序多有欠周，容有可議：

(一)緣民國(下同)98年5月間，臺灣菸酒公司正式取得大陸地區之「台灣啤酒」商標註冊，開始積極規劃進軍大陸市場。惟由於台灣啤酒生產成本偏高，若由台灣工廠生產，再銷往大陸，價格較不具競爭力，臺灣菸酒公司乃於98年11月6日之外銷大陸會議中，研討認為：除出口外，若要降低成本，應考慮採用國際啤酒大廠之經營方法，採代工或授權貼牌方式，提高市場競爭力。適臺灣菸酒公司在大陸地區之自由經銷商上海川上實業有限公司(以下簡稱上海川上)，於98年11月25日主動致函臺灣菸酒公司，表達其欲集資建廠與該公司在大陸合作生產台灣啤酒系列產品之意願，臺灣菸酒公司乃於98年12月14日函復上海川上表示，該公司欲以技術授權合作模式與其進行洽商，若其有意願與該公司合作，請來函復知。嗣上海川上於98年12月29日函復臺灣菸酒公司，將赴該公司進行詳細洽談，並希望洽談當日能與該公司簽下合作意向書；99年1月11日，上海川上代表抵台與臺灣菸酒

公司進行洽談，會後並完成台灣啤酒商標授權合作意向書之簽署。

(二)99年2月23日，臺灣菸酒公司將上開「與上海川上實業有限公司以『商標授權製造』方式合作生產台灣啤酒」案，提送該公司第3屆第20次董事會審議，會中董監事有提出：「提案中設定『上海川上』一家廠商，外界會覺得有量身製造的可能」、「本案與『上海川上』合作，應該是後續的，程序上不先討論，商標授權代工辦法應先考慮」等質疑，惟為兼顧該公司該年度在大陸地區18~20億元的銷售目標，乃決議：「1. 本案修正為：以『商標授權製造』方式合作生產台灣啤酒先期試點案，簽約後四個月內開始量產，試點第一年須達成本價2億元以上，相關市占達8億元。2. 生產代工與商標授權辦法另請經理部門擬定，提報董事會。3. 刪除個別公司之相關內容。」

(三)臺灣菸酒公司於上開董事會決議同意辦理先期試點案後，旋於是日將該公司擬以品牌授權與代工模式於大陸在地生產情形，函報財政部；案經財政部於99年3月19日函復後，臺灣菸酒公司即於99年3月26日簽奉時任該公司董事長韋伯韜核准，於99年3月27日之聯合報登載招商公告，辦理先行試點案。依該招商公告，公告有效期訂為14天；迄99年4月12日，招商截止，計有「上海川上」、「廈門天晨投資公司暨得暉貿易有限公司經營團隊」和「信發飲料食品公司」等三家提出申請。臺灣菸酒公司於99年4月23日召開審查會議，評審結果由上海川上取得第一優勝序位。99年4月28日，臺灣菸酒公司將其與上海川上之授權合作案相關資料送經濟部投資審議委員會審核，案經該會

於 99 年 9 月 14 日 函復照准，臺灣菸酒公司與上海川上乃於 99 年 9 月 16 日 正式簽訂「台灣啤酒於中國大陸品牌授權廠商」契約。

(四) 按前揭品牌授權招商案因係依廠商生產之授權產品數量收取權利金，無資金投入，非屬工程之定作、財物之買受、定製、承租及勞務之委任或僱傭等性質，毋須適用政府採購法，業據行政院公共工程委員會函復綦詳；惟如此重大之招商案，公告有效期僅有 14 天，時程不免過於倉促，無法予有意投標之廠商為充分評估與準備，對早於 99 年 1 月 11 日即與臺灣菸酒公司簽署合作意向書之上海川上，自然較為有利；果不其然，評審結果終究係由上海川上取得第一優先序位，則單就結果而論，形式上雖未違反相關法規或程序，惟實質上恐與該公司上開 99 年 2 月 23 日第 3 屆第 20 次董事會之第 1、3 點決議並不相合；再者，辦理過程中亦見有為追求所謂的「時效」，而於相關公文簽辦過程中，略過當時總經理會簽程序，逕送董事長予以決行等程序瑕疵，其間雖尚難謂有何不法，惟對照招商結果，仍不免啟人疑竇，皆難辭程序不夠周延之指摘，容有可議。

二、臺灣菸酒公司未依董事會決議，擬定台灣啤酒大陸地區生產代工與商標授權辦法提報該會審議，甚至修法刪除該公司智慧財產權、營業秘密保護要點第 11 條後段之相關規定，核有違反公司法第 202 條及該公司董事會議事規範之重大違失：

(一) 按「公司業務之執行，除本法或章程規定應由股東會決議之事項外，均應由董事會決議行之」，公司法第 202 條定有明文。臺灣菸酒公司 99 年 5 月 7 日修正前之智慧財產權、營業秘密保護要點第 11

條亦訂有：「本公司專利權、著作權、商標權之轉讓、授權應提請本公司智慧財產權審查小組審議後陳請董事長核准，並送董事會通過始得辦理。」之規定。

(二)查臺灣菸酒公司生產之「台灣啤酒」，占公司整體營收比重約4成，為其主要產銷產品，品牌價值建立殊為不易，更為維繫公司永續經營之一大命脈。該公司欲以品牌授權方式，於大陸地區授權生產及銷售台灣啤酒，自屬公司極為重大之經營決策，須遵照前揭公司法第202條董事會決議通過之法定程序辦理應無疑義。臺灣菸酒公司99年2月23日第3屆第20次董事會即本此職權，決議要求經理部門擬定台灣啤酒大陸地區生產代工與商標授權辦法，提報董事會。案經臺灣菸酒公司國際業務處研擬相關提案，於99年3月23日提報該公司第3屆第21次董事會審議；惟因提案不成熟，未獲董事會認可，乃決議：「本案先送專業律師事務所提供法律意見，再成立專案小組重新擬具辦法後提請審議」。詎該公司經理部門嗣即未再提報相關辦法送董事會審議。

(三)就此，臺灣菸酒公司之復函及該公司前法務處長黃哲甫雖辯稱：此係因該公司智慧財產權、營業秘密保護要點第11條於99年5月修正後，刪除其中「並送董事會通過始得辦理」部分；另該公司取得或處分資產處理程序第8條對取得或處分無形資產之處理程序，雖有「...其金額在新台幣壹仟萬元以下者，應呈請董事長核准並應於事後最近一次董事會中提會報告；超過新台幣壹仟萬元者，須提經董事會通過後始得為之。」之文字，惟因商標「授權」並不算是取得或「處分」資產，所以單就法條規定

而言，並不需要提請董事會決議云云。惟查，商標授權行為是否僅為一債權行為而非處分行為，學說見解仍有紛歧，參酌台灣大學法律系謝銘洋教授所著之「智慧財產權法」一書，其即認為：「不論是專屬授權或非專屬授權，其均非只是具有單純債權之效力，其亦具有處分之效力」<sup>1</sup>。依謝教授前揭論點，臺灣菸酒公司辦理之台灣啤酒品牌授權自亦具有處分行為效力，當然應依該公司取得或處分資產處理程序第 8 條規定，提報董事會。退一步而言，縱使堅持商標授權非屬傳統狹義之處分行為，然於臺灣菸酒公司董事會在 99 年 2 月 23 日及同年 3 月 23 日之董事會議中，持續督促經理部門擬訂相關辦法提請審議之情況下，該公司在 99 年 3 月 23 日提案未獲董事會認可後，逕於 99 年 5 月間刪除前開要點第 11 條後段「並送董事會通過始得辦理」之文字，修法時機如此敏感，自然引人訾議；更遑論上開修正尚有抵觸上位法規（公司法第 202 條）之嚴重瑕疵；況該公司董事會議事規範第 7 條第 1 項第 5 款規定，有關重大之資產交易應提董事會討論，該項品牌授權案試點第一年須達成本價 2 億元以上，相關市占達 8 億元，契約期間為 10 年，不可謂不重大，自應依該規範辦理。凡此種種，皆足論斷所辯顯不足採。

（四）綜上，臺灣菸酒公司未依董事會決議，擬定台灣啤酒大陸地區生產代工與商標授權辦法提報該會審議，甚至修法刪除該公司智慧財產權、營業秘密保護要點第 11 條後段之相關規定，核有違反公司法第 202 條及該公司董事會議事規範之重大違失；又系爭 99 年 5 月間之臺灣菸酒公司智慧財產權、營

---

<sup>1</sup> 謝銘洋，智慧財產權法，元照出版有限公司，2008 年 10 月初版第一刷，頁 283-284。

業秘密保護要點第 11 條修正案，僅規定「專利權、著作權、商標權之處分，應依『本公司取得或處分資產處理程序』第 8 條規定提董事會辦理」，條文用語易為有心人士利用，肇生弊端，均亟待檢討改善。

調查委員：余騰芳