

# 將門 V.S 愛迪達

## 商標戰

組員：

資工延修	4a1g0068	吳濬哲 (組長)
醫電四甲	4a227054	許凱翔
網通四甲	4a236903	王從丞
系統四甲	4a239061	黃柏軒
微電四甲	4a23a031	蔡孟窈
光電一甲	4A5L0009	林峰五

指導老師： 楊子震 老師

# JUMP 簡介

- 一九七五年，由陳氏兄弟成立的弘崧國際，正式創辦了第一個品牌JUMP（將門）；在台灣人穿運動鞋風氣還不盛的年代，陳瑞文把跳躍的意涵帶進了運動鞋的品牌精神中。當年台灣品牌意識仍不強，陳瑞文打的行銷策略是「名牌之下，雜牌之上」；由於台灣內銷市場規模有限，八二年JUMP就打進了美國中價位的運動鞋行列中。



# 當時鞋業環境

- 台灣初期緣由 1963(民52)前後，在台灣地區編帽業興旺期，編帽是用拉菲亞草、越南草、銀絲草為原料，用手工編織而成，均是良好的天然材料，用天然材料及人造纖維編織穿戴物品，當時就有少數業者利用這些原料試作鞋面的動機，於是就用草來編織鞋面或帶，配上膠底就成簡單的「**拖涼鞋**」，**推向國外，試銷結果反應不錯**，因而形成一個小小的製鞋行業，萌芽與成長1964, 1965(民國53, 54)，台灣的石化業已相當發達，已有塑膠及可以用來做為鞋面與鞋底的材料，做為供應製造塑膠鞋類的初級品已無問題，接下來就是謀求生產技術的引進及外銷市場的取得。



# 當時鞋業代工

- 三、四十年台灣鞋業出口，幾乎都是低價貨的天下，當時代工有名的鞋業寶成工業，當初代工最便宜每雙二毛八分美元，後期有到一雙3元美金。



# 將門 成功關鍵

- 大灑4億台幣做大量行銷，廣告看板、廣告影片、明星代言，政商人脈交流，當時國內工廠是寶成第一名，在國內貿易商則是將門第一名，有一定的資本，在台內銷規模有限，才像外方展，JUMP的代工廠與美國Nike、日本美津濃都是同一批台灣廠商，品質毫不遜色，但價格卻便宜了許多，成功打進美國市場。



# 鼎盛時期

- 在陳瑞文兄弟運籌帷幄下，台灣、美國市場都創下了佳績，在當時歐美品牌運動鞋掛帥的年代，弘崧國際一年的業績大約都在一億美元左右，成為僅次於Nike的第二大品牌，當時許多同業都稱陳瑞文是台灣品牌鞋王。





# 打入美國市場

- 租下紐約帝國大廈七十七樓當辦公室，並設立當時少見的訂貨與客服反付費電話(租金1萬美金/月)

1982年



圖[2]





# 馬車伕

- 車軒巴戈夥同陳瑞文三人在紐約搭馬車，當時碼車讚嘆：是哪位有錢大老闆租全美最貴的廣告招牌，則巴戈就說後面三位華人就是有錢的大老闆



圖[3]



# 紐約時代廣場

- 1988-1990 紐約42街 時代廣場連2年租下廣告牆  
(2.5萬美金/月)



# 明星代言-黑眼豆豆



# 人脈關係



# 將門 歷史沿革

年份	事件
1975 年	陳瑞昌成立「旅東貿易股份有限公司」
1982 年	於台灣創立「將門」品牌
1983 年	在台灣註冊「  」商標
1992 年	「將門」進軍歐洲市場

表格 [1]



# 愛迪達 歷史沿革

年份	事件
1948 年	公司的創辦人Adolf Dassler，成立 公司的創辦人Adolf Dassler，成立 adidas商標品牌
1948 年	愛迪達商標品牌正式申請註冊
1949 年	adidas 的 「等長三斜線」商標問世
1972 年	adidas又創造出經典的 「三葉」標誌
1989 年	「遞減三斜線」正式問世，目前是屬於專業運動商品的LOGO
1996 年	「遞減三斜線」商標在台灣註冊

表格 [2]

# 愛迪達 控告 將門

## 導火線 <

- 1992年，將門風光打開歐洲市場 將門成為全球運動用品界新秀。
- 愛迪達在五大洲、二十六個國家等地區，對將門進行商標控告。
- 愛迪達控告將門商標相似案件，也達到牽制將門在歐洲發展。



# 商標之爭

- 將門所屬的旅狐集團，在國內雖是數一數二的本土鞋商，但相對銷售國家超過一百六十國的adidas可說是小蝦米。小蝦米面對大鯨魚adidas的商標戰打得辛苦，因將門鞋子賣到哪裡，adidas就告到哪裡，但即使已花了逾千萬元訴訟費，朋友也都認為他「發瘋（crazy）了」，六十四歲的陳瑞昌還是堅持打下去，他說：「我就是賭一口氣，這是台灣人自己做出來的牌子，不能隨便被外國人嚇倒！」陳瑞昌說，他與五個弟弟做進出口貿易時，注意到鞋子市場，認為美國有NIKE（耐吉）、英國有Reebok（銳跑）、德國有adidas，台灣也要有自己的品牌，一九八二年，他們向銀行貸款三百萬美元創業，隔年就到美國紐約帝國大廈租辦公室，並刊登將門廣告，打下美國市場。





# 判決理由

- 消費者可能誤認二商標之商品為同一來源，導致於混淆。
- 消費者誤認二商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係。



# 判決評析

- ※ 商標法第54條時間點應以註冊公告後（87年3月1日）至評決時（93年4月16日）判斷兩商標得否併存而無混淆誤認之虞。
- ※ 二者商標中既皆各含有高度識別性之英文「adidas」及中文「將門」字樣加以區別。消費者更無由產生二者商標係來自相同之來源或產製主體之誤認或聯想。
- ※ 本件判決既已認定原告Adidas AG是世界著名廠商，該著名廠商之名稱「adidas」即為系爭商標之正商標，並為系爭商標主要文字部分。有鑑於商標之著名性在於累積之使用與消費者印象，而在系爭商標之註冊時點，使消費者完全無視於「adidas」本身之知名度，反而僅專注於三條斜線之圖形部分，從而與據以評定商標產生混淆。



# 訴訟案目的

- 愛迪達
  - ✓ 捍衛自己於運動用品界地位
  - ✓ 阻止將門進軍歐洲
  - ✓ 阻礙將門成為體育用品界的競爭者
- 將門
  - ✓ 以為取得商標的合法性，就能奪回市場
  - ✓ 捨不得當時已投入的行銷經費
  - ✓ 為了替台灣品牌爭一口氣

最終目的：只有“利益”

[13]




# 結論



- 將門的錯是堅持舊商標，沒有盡快發展新商標。
- 品牌業者不應只注重商標，要看重品牌知名度的意義。
- 商標塑造的品牌形象，會隨著流行文化與市場趨勢改變。
- 台灣業者很難有龐大的法律預算來支持國際官司。



# 商標戰

官司訴訟年限	將門商標	愛迪達商標
1982年，首度交鋒	1982年在台註冊	1972年在台註冊
愛迪達在台灣提出將門商標近似的異議。 愛迪達敗，意義不成立		
1992年，一路慘敗	1992年在德註冊	1990年在德註冊
愛迪達在全球 5大洲提出將門商標近似訴訟。 將門敗，被迫放棄美國、大陸和台灣的以外市場		

# 商標戰

官司訴訟年限	將門商標	愛迪達商標
2002 年，逆轉契機	2001年在台註冊	1998年在台註冊
<p>將門2001年註冊反向新商標，愛迪達在台提出商標近似的異議，</p> <p>將門要求暫停執行愛迪達的異議，反告愛迪達商標近似舊商標</p>	 The logo for JUMP, featuring a stylized figure jumping with a ball, above the word "JUMP" in a bold, sans-serif font.	 The classic Adidas logo, consisting of three slanted stripes above the word "adidas" in a lowercase, sans-serif font.

# 商標戰

官司訴訟年限	將門商標	愛迪達商標
2005 年，遲來勝利	1982年在台註冊	1998年在台註冊
<p>將門引用愛迪達2002年異議主張反告，愛迪達商標被智財局註銷，不能在台灣使用。將門勝，台北高等行政法院2005年駁回愛迪達訴訟。</p>	 The logo for JUMP, featuring a stylized black figure with arms and legs raised, resembling a jumper, above the word "JUMP" in a bold, black, sans-serif font.	 The Adidas logo, consisting of three slanted parallel bars above the word "adidas" in a lowercase, bold, sans-serif font.

表格[3]

# SWOT

品牌	JUMP	Adidas
S (Strength 優勢)	<ul style="list-style-type: none"><li>1、品牌品質佳</li><li>2、注重運動和休閒</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1、品牌品質佳</li><li>2、品牌的知名度</li><li>3、市場有一定的佔有率</li><li>4、店家環境，服務親切</li><li>5、穿著舒服</li><li>6、代言球星影響</li></ul>
W (Weakness 劣勢)	<ul style="list-style-type: none"><li>1、類型變化不大</li><li>2、較沒知名度</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>1、類型變化</li><li>2、進貨量少，成本高</li><li>3、價格昂貴</li><li>4、品牌忠誠度低</li></ul>





# SWOT

品牌	JUMP	Adidas
O (Opportunity 機會)	<ol style="list-style-type: none"><li>1、開發其他運動相關的產品</li><li>2、以明星藝人代言</li><li>3、與其他大型潮流品牌</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1、價錢調致一般民眾可接受範圍</li><li>2、有機會向更多國家發展、設廠</li><li>3、多開發其他相關的運動</li><li>4、連鎖發展，以量制價</li><li>5、多增加廣告效果</li><li>6、現代人越來越注重運動的</li></ol>
T (Threat 威脅)	<ol style="list-style-type: none"><li>1、眾多品牌競爭</li><li>2、市場品牌仿冒氾濫</li><li>3、市場競爭激烈</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1、競爭者眾多</li><li>2、競爭市場激烈</li><li>3、替代品增加</li><li>4、全球經濟不景氣購買力下降</li><li>5、競爭市場已呈飽和</li></ol>

表格[4]

# 將門跨26國槓愛迪達

- **亞洲**：台灣、中國(含香港)，印尼、日本，土耳其、新加坡、黎巴嫩、以色列
- **歐洲**：比利時、丹麥、英國、法國、匈牙利、愛爾蘭、義大利、瑞士、德國
- **美洲**：巴西、加拿大、墨西哥、巴拿馬、阿根廷
- **非洲**：南非
- **大洋洲**：澳洲、紐西蘭



# 愛迪達 告的品牌

- 沃爾瑪公司是一家美國的跨國零售企業，裡面代賣的品牌鞋，凡是旁邊有邊線的，一律告，並要求下架。



# 愛迪達 告的品牌

- 樣式非常相近，愛迪達表示，這雙鞋已經在之前賣了4000萬雙，疑似抄襲經典款 Stan Smith，顏色外觀相似，告Skechers 抄襲。(圖左adidas)



# 愛迪達 告的品牌

- Adidas狀告Marc By Marc Jacobs裡面的四道槓元素涉嫌抄襲。



# 節節敗退

- 然而國際經貿情勢變動太快，二十年前，新台幣在美國的壓力下，匯率從四十比一大幅升值到二十五至二十七比一；當時陳氏兄弟從台灣融資投資美國的資金，一口氣就縮水了三分之一以上。再加上當時台商轉移生產基地，許多外銷美國的運動鞋改從中國出口，在品管不夠嚴謹下，九四、九五年間，美國弘崧遭遇匯率變動和產品被退貨的雙重壓力，經營陷入困境。



# 新聞影片



# 參考資料

- [http://www.wealth.com.tw/article\\_in.aspx?nid=3458](http://www.wealth.com.tw/article_in.aspx?nid=3458)
- [http://eshare.stust.edu.tw/EshareFile/2010\\_5/2010\\_5\\_a988af9d.pdf](http://eshare.stust.edu.tw/EshareFile/2010_5/2010_5_a988af9d.pdf)
- [http://www.wealth.com.tw/article\\_in.aspx?nid=3458](http://www.wealth.com.tw/article_in.aspx?nid=3458)
- [http://eshare.stust.edu.tw/EshareFile/2010\\_5/2010\\_5\\_a988af9d.pdf](http://eshare.stust.edu.tw/EshareFile/2010_5/2010_5_a988af9d.pdf)
- <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20051128/2231110/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=tNIJbCsrgp4>





# 參考資料

- 表格[1] 表格[2] 表格[3]

[http://eshare.stust.edu.tw/EshareFile/2010\\_5/2010\\_5\\_a988af9d.pdf](http://eshare.stust.edu.tw/EshareFile/2010_5/2010_5_a988af9d.pdf)

- 表格[4]

<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2012/03/2012033011505679.pdf>





報告結束

謝謝大家 😊

