

摘 要

商標法與公平交易法經常涉及許多與市場相關大眾心理狀態有關之事實，例如系爭競爭行為對其而言是否引人錯誤、欺罔、顯失公平，或其是否認為系爭商標及商品為近似、類似或混淆。對於此類事實之認定，先進國家都借助市場調查。相形之下，市場調查在我國相關實務上，卻仍是鳳毛麟爪，難得一見。本文希望經由對市場調查在法律實務上之相關問題（例如市場調查之證據能力、方式、限制、應注意事項、調查結果之效力及分析，以及採用市場調查之時機）的探討，改變法律人及法律教育偏重法理推論而輕忽事實調查之現象。