

## 有關「飄逸」商標侵權事件(商標法§§61、63) ([智慧財產法院 100 年度民商訴字第 6 號民事判決](#))

爭議標的：商標法第 63 條第 1 項第 3 款倍數核定之考量標準

據爭商標：「飄逸」（註冊第 01214723、00817429 號）



相關法條：商標法第 61 條、第 63 條第 1 項第 3 款

### 判決要旨

本院認倍數之核定必須考量下列標準：(1)被告銷售定價對於原告損害之影響：如被告銷售定價越低，仿品越容易銷售，對於原告潛在市場之影響即越大，自應核定較高之倍數；(2)被告進貨與銷售之數量；數量越高核定倍數即應越高；(3)被告故意過失程度：被告如係出於故意自應核定較高倍數之損害，如係出於過失，則應斟酌過失之高底核定適度之倍數；(4)被告所能提供仿品來源資訊之高度程度：如被告所提供仿品來源之資訊越充分，則原告向仿品上游廠商追償之程度超高，原告所受經濟上之不利益即越低，則核定之倍數即應越低，反之，則應核定較高倍數之賠償；及其他一切必要情事。

### 【判決摘錄】

#### 一、本案事實

##### (一)原告主張：

被告李文生於民國 97 年 9 月間起，在「阿順五金百貨」內，陳列、販售杯子印有「飄逸」、「PIAOI」字樣之飄逸杯仿品，供不特定人挑選購買。嗣於 98 年 1 月 21 日，另案被告何彬彬在該五金百貨內，購得飄逸杯沖茶器後，於網路上意圖販賣而陳列，經飄逸公司委託訴訟代理人，指示其員工上網訂購並匯款，俟 98 年 2 月 12 日收受何彬彬所郵寄之上開仿冒商品，是被告直接侵害原告之商標權，確屬違反商標法之規定。

##### (二)被告抗辯：

被告大約於 98 年 11 月間由一男性推銷員手推一行李箱，自稱有一些倒店貨物要以低於市價販售，其中有一貨品為「飄逸杯」，由於被告喜愛喝茶，於是以一組 60 元購約 10 組自用及送朋友，但因景氣差，將剩餘的幾個以 65

元出售。因「飄逸杯」非知名品牌（況現在之杯子都有名稱如「紳士杯」、「精品杯」...），所以認為只是一般杯子的名稱，不知其有商標，而販售之。

## 二、本案爭點

原告得請求被告賠償之金額？

## 三、判決理由

本院認倍數之核定必須考量下列標準：(1)被告銷售定價對於原告損害之影響：如被告銷售定價越低，仿品越容易銷售，對於原告潛在市場之影響即越大，自應核定較高之倍數；(2)被告進貨與銷售之數量：數量越高核定倍數即應越高；(3)被告故意過失程度：被告如係出於故意自應核定較高倍數之損害，如係出於過失，則應斟酌過失之高底核定適度之倍數；(4)被告所能提供仿品來源資訊之高度程度：如被告所提供仿品來源之資訊越充分，則原告向仿品上游廠商追償之程度超高，原告所受經濟上之不利益即越低，則核定之倍數即應越低，反之，則應核定較高倍數之賠償；及其他一切必要情事。則本院斟酌與「飄逸杯」相類產品之價格為 259 元，而被告僅以 65 元對外銷售，正品之價格約為仿品之 4 倍（計算式： $259/65=3.9846$ ），此低價銷售方法對於原告潛在市場殺傷力甚大；被告購入仿品之數量為 10 只；被告銷售「飄逸杯」之過失程度甚為重大；且被告原有提供來源廠商之可能性，然卻疏未記錄銷售來源致原告無法向來源廠商追償；及其他一切必要情事，因認原告請求按 1500 計算損害，尚屬有據。則原告請求被告賠償 9 萬元（ $60*1500=90000$ ），為有理由，應予准許。

## 四、判決結果

原告依商標法第 63 條與侵權行為之法律關係，請求被告賠償 9 萬元，及自 100 年 1 月 14 日（即起訴狀繕本送達翌日）起至清償日止按年息 5% 計算之利息，為有理由，應予准許，逾此之請求，即屬無據，應予駁回。