智慧財產法院 100 年度民商訴字第 6 號民事判決

原 告 飄逸實業有限公司

法定代理人 沈古春蘭

訴訟代理人 曾信嘉律師

被 告 李文生

上列當事人間侵害商標權有關財產權爭議等事件，本院於 100 年 5 月 13 日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

被告應給付原告新台幣玖萬元，及自民國壹佰年壹月壹拾肆日起至清償日止按年息百分之伍計算之利息。

原告其餘之訴駁回。

訴訟費用由被告負擔十分之一，其餘由原告負擔。

本判決第一項得假執行。

原告其餘假執行之聲請駁回。

事實及理由

一、本件原告起訴主張：

- (一)原告係中華民國商標註冊號數 00000000 號「飄逸」商標（下稱系爭商標一）之商標權人，系爭商標係於民國 94 年 5 月 1 日註冊公告，專用期限至 104 年 4 月 30 日；及商標註冊號數「00000000」號「PIAOI」商標（下稱系爭商標二）之商標權人，系爭商標係於 87 年 10 月 16 日註冊公告，專用期限至 106 年 4 月 30 日；並指定使用於杯類商品。
- (二)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（涉嫌違反商標法案件，業經聲請簡易判決處刑）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。
- (三)本件被告於未經原告同意下，於同一商品上既使用有相似於原告註冊之商標「飄逸杯」，而有致相關消費者混淆誤認之虞，根據商標法第 61 條第 2 項、29 條第 2 項第 3 款，其行為當屬侵害原告商標權之行為無疑。復按商標法第 61 條第 1 項規定，本件原告依此向被告請求因商標權遭受侵害之損害賠償。

- (四)被告經營「阿順五金百貨」其向不知名之第三人以一只新台幣(下同)60元之對價購入並販售侵害商標權商品(即「飄逸杯」),是以原告主張依商標法第63條第1項第3款之規定,以查獲侵害商標權商品之零售單價一千五百倍,即9萬元(計算式:60*1500=90,000)作為本件原告所受之損害。
- (五)又按商標法第61條第1項之損害賠償,其侵害不以故意為限,縱係過失,亦應負損害賠償之責。飄逸杯真品除有表示已註冊商標字樣,被告見已註冊商標字樣,即可知悉外包裝上之「飄逸」字樣為已註冊登記之商標,被告所售飄逸杯仿品上亦載有臺灣精品標誌2002及設計優良產品之證明標章,被告李文生經營百貨商行對臺灣精品標誌及設計優良產品標章應有所認識,更應知該標章之殊榮得來不易,依常理其產品價值顯非被告得以60元之代價購入;再者原告將「飄逸」兩字與其所生產之杯子結合,顯非一般消費者所認知與字義相關之產品,足令消費大眾見「飄逸杯」即可得知係為飄逸公司製造,「飄逸」顯為具有標誌性且一般消費者一見即知為代表商之品牌,被告販售原告之飄逸杯仿品,即屬侵害原告之商標權;另前案因有不法侵害原告商標,而登報之道歉啟事,其刊登之時間分別為97年5月20日與98年5月9日位於頭版顯目之位置,更甚者,除上開道歉啟事報導外,尚有民生報(94年9月29日)、世界日報(87年5月19日)、自由時報(87年5月22日)、聯合早報(97年4月26日)及英文中國郵報(92年3月17日)等對「飄逸杯」發明及獲獎亦有所報導,此外,三立電視台於其節目草地狀元及大愛電視台,皆有採訪報導原告發明「飄逸杯」及商標設計之過程,表示「飄逸杯」已廣泛使用於日常生活中,且為一般大眾所知悉,而受到國內知名電視台之關注,故一般大眾對此飄逸杯及商標顯有認識,是「飄逸杯」為國內知名品牌係顯而易見,故被告李文生竟未得原告之同意,於該「阿順五金百貨」販售仿冒之飄逸杯,顯已具有故意或過失侵害原告之商標權,確屬違反商標法之規定,且事證明確。
- (六)被告李文生所販賣之「飄逸杯」仿品,外觀上與真品近似,足令消費者誤認為真品,致消費者對真品與仿品產生混淆,再者,飄逸杯品質優良且屢獲國際發明大獎,顯見原告飄逸杯真品之品質優良,被告所售之仿品為不知姓名之第三人所製造,其品質顯較真品差劣,被告公開陳列仿品並販賣予不特定之消費者,令消費者誤以為原告公司所有商標之真品均係品質不佳之產品,此等已使原告業務上信譽因此而有所減損,依據商標法第63條,被告等自應賠償業務上信譽減損之損害100萬元為適當。

(七)商標法第 64 條規定：「商標權人得請求由侵害商標權者負擔費用，將侵害商標權情事之判決書內容全部或一部登載新聞紙。」是以，原告併此請求被告應負擔費用，將法院判決全文以仿宋五號字體，半版規格（即寬 25 公分、長 35 公分之規格）刊登於自由時報等全國版（A、B 版）第一版下半版一日。

(八)為此，根據侵權行為之法律關係以及依商標法第 61 條第 1 項及第 63 條規定，聲明請求 1. 被告應賠償原告新台幣 109 萬元及自起訴狀繕本送達之翌日起至清償日止，按年息 5% 計算之利息。2. 被告李文生應負擔費用將鈞院判決全文以仿宋五號字體，半版規格（即寬 25 公分、長 35 公分之規格）刊登於自由時報全國版（A、B 版）第一版下半版一日。3. 原告願供擔保請准宣告假執行。

二、被告則抗辯：

(一)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。

(二)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。

(三)為此，請求駁回原告之訴。

三、兩造不爭執之事實：

(一)原告係中華民國商標註冊號數 00000000 號「飄逸」商標（下稱系爭商標一）之商標權人，系爭商標一係於 94 年 5 月 1 日註冊公告，專用期限至 104 年 4 月 30 日，指定用於商品或服務之名稱為：杯、壺、茶杯、茶壺、水壺、咖啡壺、保溫杯、咖啡杯、飲水玻璃杯、咖啡蒸餾壺、紅茶濾泡器、咖啡過濾器、玻璃杯、非貴金屬製茶具、非電動咖啡過濾器、非貴金屬製濾茶器、非貴金屬製茶葉罐、非貴金屬製泡茶具、非貴金屬製茶壺（詳本院卷第 13 頁）；又原告亦係商標註冊號數 00000000 號「PIAOI」商標（下稱系爭商標二）之商標權人，系爭商標係於 87 年 10 月 16 日註冊公告，專用期限至 106 年 4 月 30 日，指定用於商品或服務杯、壺、茶杯、茶壺、咖啡杯、馬克杯、紅茶過濾器、水滴式咖啡器、紅茶濾泡器、茶調製器、咖啡調製器（詳本院卷第 14 頁）。

(二)被告經營「阿順五金百貨」，其於 98 年 11 月間向不知名之第三人以一只 60 元之對價購入並於 97 年 9 月間以一只 65 元販售系爭商標商品「飄逸杯」仿品（詳本院卷第 5-7 頁、第 94 頁）。

四、本件爭點與本院判斷：

(一)被告販賣「飄逸杯」是否侵害原告之系爭商標：

1. 按「商標權人於經註冊指定之商品或服務，取得商標權。除本法第 30 條另有規定外，下列情形，應得商標權人之同意：一、於同一商品或服務，使用相同於其註冊商標之商標者。二、於類似之商品或服務，使用相同於其註冊商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。三、於同一或類似之商品或服務，使用近似於其註冊商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。」、「商標權人對於侵害其商標權者，得請求損害賠償，並得請求排除其侵害；有侵害之虞者，得請求防止之。未經商標權人同意，而有第 29 條第 2 項各款規定情形之一者，為侵害商標權。」商標法第 29 條、第 61 條第 1、2 項分別定有明文。
2. 經查原告係「飄逸」中文字樣與「PIAOI」英文字樣商標之專用權人，已據兩造所不爭執，而被告販售之「飄逸杯」仿品之外包裝盒上有使用「飄逸」中文字樣與「PIAOI」英文字樣，有仿品包裝盒照片二紙在卷足憑（詳本院卷第 136、137 頁）；仿品內部之說明書亦載有「PIAOI」英文字樣與「飄逸」中文字樣，亦有仿品說明書二紙在卷可按（詳本院卷第 141、142 頁）；則被告販售之「飄逸杯」仿品確有使用相同於原告之「飄逸」與「PIAOI」商標於同一商品之情事，自屬侵害原告之商標權。

(二)被告販賣侵害系爭商標之「飄逸杯」是否有故意或過失：

1. 按商標法對於侵害商標權之規定係屬侵權行為規範，民法上侵權行為之規範為一般性原則規定，商標法上就侵害商標行為所為規範與民法侵權行為規定不同者為特定規定，固應優先適用，然如商標法所未規定者則仍應有民法上關於侵權行為一般性原則規定之適用。而商標法上並未有排除侵權行為故意與過失主觀要件之特別規定，自應適用民法侵權行為有關故意或過失主觀構成要件。
2. 經查原告係主張被告過失侵害其商標權，並未主張被告故意侵害其商標權（詳本院卷第 148 頁），茲僅就被告是否有過失乙節析述如后：
 - (1)被告雖抗辯：「飄逸」與「PIAOI」並非著名商標，亦不知係屬於原告之商標，故無過失云云。惟查被告販賣之「飄逸杯」仿品並非僅於包裝盒與說明書內分別使用「飄逸」與「PIAOI」中英文字樣而已，該包裝盒與說明書上尚使用「飄逸」、「PIAOI」與葉片組合成之圖樣，該圖樣之右上方並標示有「R」字樣（即為登記商標之意），有照片三紙在卷足憑（詳本院卷第 138、141、142 頁），則觀諸「飄逸杯」仿品使用「飄逸」與「PIAOI」商標之態樣，被告苟盡一般之注意義務即可知悉

「飄逸」與「PIAOI」係屬商標，則被告因未盡一般之注意義務而不知，核屬有重大過失。

(2)被告銷售之「飄逸杯」仿品包裝盒與說明書上均有記載製造商名稱為「飄逸實業有限公司」，有照片三紙在卷足憑(詳本院卷第138、141、142)，而與「飄逸杯」相類似產品市面上之售價為259元，亦有照片二紙與統一發票一件在卷可按(詳本院卷第119-121頁)，則被告向第三人以與市價顯不相當之對價收受「飄逸杯」仿品時，自仍可透過查詢製造商飄逸實業有限公司相關產品之方式，檢視第三人所兜售之產品是否係屬仿品，而非全無查證之管道。再者，「飄逸杯」正品包裝盒之底部有記載原告之地址，而被告銷售之「飄逸杯」仿品包裝盒底部則無製造商地址之記載，已據本院於100年5月13日審理時提示仿品予被告閱覽無訛(詳本院卷第147頁)，而系爭「飄逸杯」仿品之包裝盒上既已載明曾於1987、1988、1998、1998、2002年分別於日本、大陸、美國、德國、韓國獲獎(詳本院卷第138頁)，衡諸常情豈有不於產品包裝上註明製造商地址之理。則綜合衡量被告收受仿品之價格過低，產品包裝上未註明製造商地址，以及包裝盒上印有製造商「飄逸實業有限公司」名稱之記載可供被告查證等情，則被告未盡一般人之注意義務向原告查證，亦應認有重大過失。

(3)被告雖抗辯：其業經檢察官為不起訴處分，並無故意過失云云。惟按商標法第82條之明知為仿冒商標之商品而販賣罪，以行為人對於其販賣之物係仿冒商標之商品，出於明知為前提要件，所謂明知，係指直接故意而言，若為間接故意或過失，均難繩以該條之罪(最高法院91年度台上字第2680號判決參照)。經查本院係認被告銷售「飄逸杯」仿品之侵害商標行為有重大過失，並未認定被告係屬故意，因商標法第82條規定僅處罰明知仿冒商標之販賣行為，並不處罰過失之販賣行為，則被告經檢察官為不起訴處分至多僅能證明其非故意侵權原告之商標，尚不能認其無庸就過失之行為負民事上之賠償責任，核被告此部分之抗辯，顯不足採信。

(三)原告得請求被告賠償之金額：

1. 按「商標權人請求損害賠償時，得就下列各款擇一計算其損害：一、依民法第二百十六條規定。但不能提供證據方法以證明其損害時，商標權人得就其使用註冊商標通常所可獲得之利益，減除受侵害後使用同一商標所得之利益，以其差額為所受損害。二、依侵害商標權行為所得之利益；於侵害商標權者不能就其成本或必要費用舉證時，以銷售該項商品全部收入為

所得利益。三、就查獲侵害商標權商品之零售單價五百倍至一千五百倍之金額。但所查獲商品超過一千五百件時，以其總價定賠償金額。前項賠償金額顯不相當者，法院得予酌減之。商標權人之業務上信譽，因侵害而致減損時，並得另請求賠償相當之金額。」商標法第 63 條定明文。

2. 原告請求按零售單價 1500 倍請求被告賠償 9 萬元部分：查被告用以銷售經扣案之「飄逸杯」仿品（即由第三人何彬彬向被告所購買）為一只之事實，已據兩造所不爭執，則原告自得依商標法第 63 條第 1 項第 3 款之規定，請求本院按查獲商品零售單價（原告主張為 60 元）之 500 倍至 1500 倍核定被告應賠償之數額。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。

3. 原告請求信譽減損 100 萬元部分：原告就其商譽損失之金額如何計算，並未提出任何合理說明，是原告之商譽究竟有無損失，或其損失若干，均無所據。又有關法人之商譽，其價值若干，減損若干，與自然人所謂非財產上損害或精神上損害之計算，非可完全比擬，亦即此部份尚難以實務上習見之以社經地位、人際、倫理、教育背景等因素等效論述，而在會計實務上，有關商譽之價值若欲計入資產項下，通常須經鑑定或核算，非可任意訂定數值，否則即有可能不當高估或低估之情形，致有違穩定原則。本件原告所稱商譽損失，既無法提出證據資料以為證明，則其主張被告應賠償商譽損失 100 萬元云云，即屬無據，不應准許。

(四)原告請求被告登報部分：原告雖請求命被告將本件判決全文以仿宋五號字體，半版規格（即寬 25 公分×長 35 公分）刊登於中國時報、聯合報及自由時報等全國版（A、B 版）第一版下半版各一日。然查原告僅查獲被告將「飄逸杯」仿品銷售予第三人何彬彬，所造成之影響尚難謂之巨大，而消費者以低價購得仿品，其對消費者精神物質上所造成之損害自屬有限，是原告請求命被告為上揭登報行為，本院認為尚非必要，爰不予准許。

五、從而，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。又原告勝訴部分本院判命被告給付之金額未逾新台幣 50 萬元，爰依職權宣告假執行。至於原告敗訴部分，其假執行之聲請亦失所附麗，應併予駁回。

六、結論：原告之訴為一部有理由，一部無理由，依民事訴訟法第 79 條、第 389 條第 1 項第 5 款判決如主文。

中 華 民 國 100 年 5 月 25 日

智慧財產法院第三庭

法 官 何君豪

以上正本係照原本作成。

如對本判決上訴，須於判決送達後 20 日內向本院提出上訴狀。

如委任律師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

中 華 民 國 100 年 5 月 25 日

書記官 張君豪