

有關「LV」商標之侵權事件（商標法§82）（智慧財產法院刑事判決 98 年度刑智上易字第 120 號）

爭議標的：手機吊飾與鑰匙圈商品是否類似？

系爭商品/服務：手機吊飾商品

據爭商標：「LV」商標

相關法條：商標法第 82 條及第 83 條

判決要旨

本件商標係註冊使用鑰匙圈等商品，而鑰匙圈通常係用以懸掛鑰匙，然其亦可懸掛於其他物品（例如：皮包之環扣或皮夾之拉片扣等）上作為裝飾配件，系爭手機吊飾雖通常係用以懸掛於手機上作為裝飾配件，其亦具有可懸掛於其他物品上作為裝飾配件之功能，是以二者之功能尚非全無相近之處，且二者材質相同之可能性甚高，其產製者亦有相同或關聯之情形，是以依一般社會通念及市場交易情形，二商品倘標示相同或近似商標，易有使商品消費者誤認係來自相同或雖不相同但有關聯之來源，而屬類似之商品。

【判決摘錄】

一、事實

甲○○明知如附件所示商標圖樣業經法商路易威登馬爾梯耶公司（下稱路易威登公司）向經濟部智慧財產局（下稱智慧局）依法申請註冊登記，而取得使用於如附件所示指定商品之商標權（商標圖樣、註冊證號碼、商標權期間及指定使用商品之範圍均詳如附件所示），現仍於商標權期間內，未經商標權人之同意，不得於同一或類似商品上使用相同之商標圖樣，亦不得販賣上開仿冒商標之商品，且其所擁有之手機吊飾係未得上開商標權人同意，而於類似商品使用相同註冊商標之商品，竟於民國 97 年 8 月 28 日下午 4 時 48 分 16 秒以帳號「danielloveme」在露天拍賣網站（<http://www.ruten.com.tw/>）刊登以每件新臺幣（下同）159 元販賣上開仿冒商標手機吊飾之廣告，嗣經警上網瀏覽發覺，於 97 年 12 月 9 日下午 10 時 15 分 36 秒佯為顧客下單購買，始查悉上情。

二、本案爭點

- （一）系爭手機吊飾是否為被告所販賣？
- （二）鑰匙圈與手機吊飾是否為類似商品？

三、判決理由

(一) 系爭手機吊飾之商品拍賣資料確係露天拍賣網站會員帳號「danielloveme」於 97 年 8 月 28 日下午 4 時 48 分 16 秒所刊登，嗣經警伴為顧客於 97 年 12 月 9 日下午 10 時 15 分 36 秒以 159 元下單購買，並於 97 年 12 月 16 日將價款匯至被告開立於中國信託商業銀行民生分行之帳戶後，業經出賣人交付系爭手機吊飾等情，有露天市集國際資訊股份有限公司 98 年 11 月 27 日露安字第 0982066 號函（見本院卷第 87 頁）、露天拍賣購買資料、中國信託商業銀行股份有限公司 98 年 4 月 30 日中信銀字第 09822271205721 號函（見偵卷第 8、32-37 頁）附卷可參。又「danielloveme」帳號曾使用 IP 位址「123.192.196.225」、「123.192.234.119」、「123.192.202.2」登入使用，上開 IP 位址之申請使用人均為被告，亦有凱擘股份有限公司函在卷可佐（見偵卷第 24 頁及本院卷第 53 頁），被告亦供承上開「danielloveme」帳號係伊申請使用，系爭手機吊飾使用上開帳號拍賣期間，伊亦有使用同一帳號拍賣其他商品（見偵卷第 47 頁、本院卷第 28 頁），足見被告於系爭手機吊飾在露天拍賣網站刊登販賣訊息期間仍持續管領使用「danielloveme」帳號。再經本院依職權函查 0000000000 號行動電話之使用人為乙○○，此有中華電信股份有限公司函附卷可憑（見本院卷第 54 頁），惟經本院依職權傳喚證人乙○○，該證人並未到庭，且經查乙○○係男性而非女性，亦有戶役政查詢資料在卷可按，是被告辯稱系爭手機吊飾係真實姓名不詳之「娃娃」所販賣，顯係卸責之詞。

(二) 其次，如附件所示商標圖樣業經路易威登公司向智慧局依法申請註冊登記，而取得使用於如附件所示指定商品之商標權（商標圖樣、註冊證號碼、商標權期間及指定使用商品之範圍均詳如附件所示），現仍於商標權期間內等情，此有商標檢索資料附卷可按，系爭手機吊飾確有使用如附件所示註冊商標圖樣，亦有照片及手機吊飾實物在卷可憑（見偵卷第 38、43 頁），又系爭手機吊飾之品質製工均較粗糙，產品材質、配件亦與原廠不同，販賣價格亦與原廠相差懸殊，而係仿冒商標商品，亦經證人范國峰於偵查中陳述明確（見偵卷第 11、48 頁），是以系爭手機吊飾確係未經商標權人同意或授權而使用相同註冊商標之商品。被告雖辯稱上開商標係註冊使用於鑰匙圈等商品，而與手機吊飾非類似商品云云，然查，本件商標係註冊使用鑰匙圈等商品，而鑰匙圈通常係用以懸掛鑰匙，然其亦可懸掛於其他物品（例如：皮包之環扣或皮夾之拉片扣等）上作為裝飾配件，系爭手機吊飾雖通常係用以懸掛於手機上作為裝飾配件，其亦具有可懸掛於其他物品上作為裝飾配件之功能，是以二者之功能尚非全無相近之處，且二者材質相同之可能性甚高，其產製者亦有相同或關聯之情形，是以依一般社會通

念及市場交易情形，二商品倘標示相同或近似商標，易有使商品消費者誤認係來自相同或雖不相同但有關聯之來源，而屬類似之商品，又商品或服務類似與否之認定並非受智慧局審查時所定商品或服務分類之限制，此為商標法第 17 條第 5 項所明定，是被告所辯尚非可採。

四、判決結果

本件商標為圖形標識，具有高度之識別性，且為著名商標而廣為我國消費者所熟知，路易威登公司亦有使用該商標於手機吊飾商品(見本院卷第 31-32 頁)，系爭手機吊飾使用相同之商標，自有使相關消費者混淆誤認之虞，本件事證已臻明確，被告犯行洵堪認定，應予依法論科。

據爭商標圖樣：

