

有關「多拉A夢」、「SNOOPY（史努比）」、「POOH（小熊維尼）」違反著作權法等事件（修正前商標法§62①、§64）（智慧財產法院98年度刑智上更(三)字第2號刑事判決）

爭議標的：商標之商品化是否構成商標權之侵害？

系爭商品/服務：玩偶商品

據爭商標：「多拉A夢」、「SNOOPY（史努比）」、「POOH（小熊維尼）」等多件商標

相關法條：91年5月29日修正公布商標法第62條第1款、第64條

判決要旨

對於判斷商標之商品化是否構成商標權之侵害，其重點乃在商標商品化後究竟是否有構成商標之使用，及有無構成混淆誤認之虞。若將他人商標商品化係用作「主要為功能性」之用途，亦即純粹作為裝飾或購買人表達情感，而非作為辨識商品之來源者，即非屬商標之使用。反之如將商品化係用在辨識商品之來源，並以之為行銷之目的者，則即屬商標之使用。另就有無構成混淆誤認之虞部分，如一般消費者於購買時會認為該商品係來自商標權人或得其授權者，則會有混淆誤認之虞。

【判決摘錄】

一、事實

甲○○係嘉義縣民雄鄉秀林村東義6號之9金富玩具實業有限公司（下簡稱金富公司，該公司被訴違反著作權法業經臺灣高等法院台南分院以94年度上訴字第473號判決無罪確定）負責人。其明知如附表二所示之商標圖樣，分別係香港商國際影業有限公司（下稱國際影業公司）、美商聯合圖片企業公司（下稱聯合圖片公司）、美商迪士尼企業公司（下稱迪士尼公司）向經濟部智慧財產局（前身為經濟部中央標準局）依法申請註冊登記，而取得使用於如附表二所示指定商品之商標權（商標圖樣、商標權人、註冊證號碼、商標權期間及指定使用商品之範圍均詳如附表二所示），未經上述商標權人之同意，不得於同一商品上使用近似之商標圖樣，亦不得販賣上開仿冒商標之商品，亦明知如附表一編號5、6、7、8所示之玩偶商品係使用近似於前揭附表2所示商標，且係使用於該商標指定使用範圍內之填充玩具同一商品，有致消費者混淆誤認之虞。詎甲○○竟基於擅自使用近似註冊商標於同一商品之概括犯意自民國91年7月間起，多次以傳真方式，向設在中國大陸廣東省東莞地區之不詳名稱廠商下單購入違法產製多拉A夢、SNOOPY、

POOH 等玩偶外皮各數百隻至數千隻後，利用上開金富公司廠址，將購入之玩偶外皮加工填充泡棉物料，再予縫合為立體玩偶，連續多次在同一商品之玩偶上，使用近似於如附表二所示註冊商標之圖樣。並於重製完成後，依玩偶大小及型別不同，以新臺幣（下同）三十元至數百元不等之價格，販售予不特定人，而侵害前揭商標權，並以之為常業。嗣經臺南市警察局第一分局等司法警察機關持搜索票於 92 年 2 月 17 日上午 10 時許，在金富公司內查獲如附表一所示之填充玩偶上千隻及出貨往來資料等。

二、本案爭點

商標之商品化是否構成商標權之侵害？

三、判決理由

被告及其辯護人於本院審理時雖辯稱：商標法部分不在認罪範圍內，而否認本件有何違反商標法之罪嫌云云。惟查：

- (一) 對於判斷商標之商品化是否構成商標權之侵害，其重點乃在商標商品化後究竟是否有構成商標之使用，及有無構成混淆誤認之虞。若將他人商標商品化係用作「主要為功能性」之用途，亦即純粹作為裝飾或購買人表達情感，而非作為辨識商品之來源者，即非屬商標之使用。反之如將商品化係用在辨識商品之來源，並以之為行銷之目的者，則即屬商標之使用。另就有無構成混淆誤認之虞部分，如一般消費者於購買時會認為該商品係來自商標權人或得其授權者，則會有混淆誤認之虞。本案扣案如附表一編號 4 至 8 所示之有關之商品即與附表二所示之「史努比」、「多拉 A 夢」、「小熊維尼」商標圖樣近似，此有現場查獲照片附卷可憑（詳臺灣臺南地方法院檢察署 92 年度偵字第 2546 號卷第 30 至 38 頁），顯見該扣案之有關之商品已使用該告訴人取得專用之商標圖樣，且係用作表彰商品之來源，並非用以功能性或裝飾性之設計，而商標之使用，只要該表徵足以使一般商品購買人認識其為表彰商品之表徵，並得藉以與他人商品相區別，並作為營業上商品之識別標識（參商標法第五條）即可，並未限定「平面」使用，或限定於「平面繪製」之樣。是被告所辯：告訴人並未就立體造型享有商標專用權，被告所販賣之立體商品，係未使用他人商標之商品云云，顯非可採。
- (二) 再按商標圖樣之近似，以具有普通知識經驗之一般商品購買人，於購買時施以普通之注意，有無混淆誤認之虞判斷之，修正前商標法施行細則第 15 條第 1 項定有明文。查如附表二所示之商標圖樣之商標，係國際影業公司、聯合圖片公司、迪士尼公司依法向我國經濟部中央標準局申請註冊取得商標專用權之商標圖樣，專用於填充玩具等商品，此分別有商標註冊

證在卷可稽(詳92年度偵字第4988號卷第9至10頁、92年度偵字第9011號卷第16頁、96年度上更(二)第262號卷第68頁)。次查，扣案如附表二之商品，一般消費者於購買時施以普通之注意，異時異地以觀，該商品立體形狀與告訴人如附圖二之商標，自有混淆誤認之虞，是與告訴人等如附表二之商標構成近似無訛。

- (三)再本件判斷系爭扣案如附表二所示之商品，是否侵害告訴人之商標專用權，應依「異地異時隔離」原則及「通體觀察」原則為準，縱二者對造比較，能見其差別，但異時異地，個別觀察，則不易見其差別時，就仍構成近似。再者，「通體觀察」原則，其外觀與告訴人之商標相仿，足以使具備普通知識經驗之商品購買者，施以通常之辨別及注意時，致生混淆，當已侵害告訴人之商標專用權。是依據上述原則審查，本件上開扣案如附表一編號5、6、7、8所示之商品顯已仿冒告訴人享有專用權之附表二之商標圖樣，而係擅自於同一商品，使用近似於他人註冊商標之圖樣之商品。綜上所述，被告所辯顯為卸責之詞，不足採信。本案被告前開違反商標法犯行，事證明確，被告之犯行堪以認定。

四、判決結果

被告確係於上開時、地，明知該等物品均係侵害商標權之仿冒品，仍意圖銷售而擅自使用近似註冊商標於同一商品，侵害他人之商標權。從而，本案事證明確，被告犯行堪予認定，應依法論科。

五、兩造商標

據爭商標

