

有關「Travel Buddy」商標侵權事件（商標法§61 I、§63 I ③、§64）
（智慧財產法院 100 年度民商上字第 14 號民事判決）

爭議標的：贈品行為是否構成商標權之侵害

據爭商標：「Travel Buddy」商標（註冊第 01052547 號）

Travel Buddy

相關法條：商標法第 61 I、63 I ③、64 條

判決要旨

1. 現行商標法並未明文規定侵害商標權之損害賠償，毋須論侵害人主觀要件之情形下，商標權受侵害應與其他權利受侵害等同觀之，須以侵害人有故意或過失，商標權人始得對其請求負損害賠償責任。
2. 所謂違反保護他人之法律，係指行為義務的違反，雖其法律的定義包括法律或任何法律授權制定之行政命令，甚至是習慣法均可成為保護他人之法律，但其重點為該特定之法律必須具有個別保護性質，係保護個人或單一特定之人的範圍內，且其法律用語應為禁止法條或命令法條，因此不能僅以商標權之本質或其立法目的，即認違反商標法即係違反保護他人之法律，否則在現代社會中，所有法律規範幾乎均係保護他人之法律，如此將造成侵權行為過失體系之空洞。
3. 所謂過失係指能預見或避免損害之發生，而未能注意致使損害發生。至所謂能預見或避免之程度，即行為人之注意義務，因具體事件之不同而有輕重之別。通常以善良管理人之注意程度為基準予以減輕或加重。於商標侵權事件而言，法律雖未明文規定，但製造商或競爭同業與單純之經銷商甚或一般民眾，對能否預見或避免損害發生之注意程度，必不相同，應就個案事實，視兩造個別之營業情形或競爭關係等以區分其有無注意義務之違反，即有無預見或避免損害發生之過失。

【判決摘錄】

一、本案事實

(一)上訴人為註冊第 01052547 號「TravelBuddy」商標之商標權人，指定使用於「杯、茶杯、壺、茶壺、紅茶濾泡器、咖啡蒸餾壺、沖茶過濾器、保溫杯、茶調製器、咖啡調製器、茶具、非貴金屬製泡茶具、非貴金屬製茶壺、非貴金屬製茶葉罐、非貴金屬製杯子、旅行用杯子、搖杯、非貴金屬製濾茶器」等商品，權利期間自 92 年 8 月 1 日起自 102 年 7 月 31 日止。被上訴人西土瓦美樂地有限公司（下稱西土瓦公司）於桃園縣龍潭鄉開設休閒農場西土瓦農莊，販售使用相同於「TravelBuddy」商標之隨身杯，經上訴人於 99 年 6 月 27 日委請曾信嘉律師至西土瓦農莊，於農莊內以 2 百元之對價購得隨身杯仿品。被上訴人未得上訴人之同意，將載有上訴人商標之仿品出售，已侵害上訴人之商標權。

(二)上訴人自被上訴人西土瓦公司取得之隨身杯，其瓶頸處載有「TravelBuddy」字樣，及被上訴人甄妮係被上訴人西土瓦公司法定代理人等事實，為被上訴人所不爭執，並有中華民國商標註冊證、系爭隨身杯照片影本、公司及分公司基本資料查詢（見原審卷第 11、13 至 16 頁）等在卷可憑，堪信為真實。惟上訴人主張被上訴人於其所經營之西土瓦農場內置放系爭隨身杯供入園遊客兌換，且上訴人已以 200 元單價購得系爭隨身杯，故被上訴人係侵害上訴人所有「TravelBuddy」商標之商標權等情，則為被上訴人所否認，並以前揭情詞置辯，故本件之主要爭點為被上訴人之上開行為，有無侵害上訴人之「TravelBuddy」商標。

二、本案爭點

被上訴人之上開行為，有無侵害上訴人之「Travel Buddy」商標權？

三、判決理由

(一)按商標權受侵害時，商標權人得請求損害賠償，並得請求排除其侵害，有侵害之虞者，得請求防止之，現行商標法第 61 條第 1 項定有明文。該條文雖未規定對商標權受侵害請求損害賠償及排除侵害之主觀要件，惟查排除侵害係一種不作為請求權，故客觀上有侵害事實或侵害之虞為已足，毋須再論侵害人之主觀要件，且權利內容之完全實現上，如遭到某種事由之妨害或有妨害之虞時，權利所有人當然有權請求排除該妨害，以保全權利的完整性，此時應與侵權人之主觀要件無關。對此，無體財產權亦同，商標權人所享有之排他權利，因加害人之妨害行為而喪失其完整性，或有妨害之虞，而可能喪失完整性，商標權人當然可請求排除侵害或防止侵害，而毋庸論其主觀上是否有故意或過失。然關於損害賠償之債，係為填補權利人因侵權事實所生之

財產上或非財產上損害，在調和個人自由及社會安全之基本價值下，則採有責主義，以有故意或過失不法侵害他人權利為其成立要件，若其行為並無故意或過失，即無賠償可言，亦即故意或過失是使人負損害賠償責任之原因，損失僅係計算賠償額之標準。故 民法第 184 條第 1 項前段規定：「因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任。」。是以，於現行商標法並未明文規定侵害商標權之損害賠償，毋須論侵害人主觀要件之情形下，商標權受侵害應與其他權利受侵害等同觀之，須以侵害人有故意或過失，商標權人始得對其請求負損害賠償責任。

(二)次按民法第 184 條第 2 項固規定違反保護他人之法律，致生損害於他人者，負損害賠償責任。然所謂違反保護他人之法律，係指行為義務的違反，雖其法律的定義包括法律或任何法律授權制定之行政命令，甚至是習慣法均可成為保護他人之法律，但其重點為該特定之法律必須具有個別保護性質，係保護個人或單一特定之人的範圍內，且其法律用語應為禁止法條或命令法條，因此不能僅以商標權之本質或其立法目的，即認違反商標法即係違反保護他人之法律，否則在現代社會中，所有法律規範幾乎均係保護他人之法律，如此將造成侵權行為過失體系之空洞。商標法第 1 條之立法目的及商標法之相關規定，其用語並非禁止法條或命令法條，即非為保護個別特定法益之規定，故非屬民法第 184 條第 2 項所謂保護他人之法律。此外，上訴人亦未具體舉出被上訴人所為係違反何具有個別保護性質之特定法條，故上訴人仍須證明被上訴人有故意或過失不法侵害其商標權，始得向被上訴人等請求損害賠償。另按所謂過失係指能預見或避免損害之發生，而未能注意致使損害發生。至所謂能預見或避免之程度，即行為人之注意義務，因具體事件之不同而有輕重之別。通常以善良管理人之注意程度為基準予以減輕或加重。於商標侵權事件而言，法律雖未明文規定，但製造商或競爭同業與單純之經銷商甚或一般民眾，對能否預見或避免損害發生之注意程度，必不相同，應就個案事實，視兩造個別之營業情形或競爭關係等以區分其有無注意義務之違反，即有無預見或避免損害發生之過失。

(三)經查被上訴人所經營之西土瓦農莊係以行銷休閒農場服務為主，並非以製造系爭隨身杯為業，且系爭隨身杯之瓶頸處雖有「TravelBuddy」字樣，惟查觀諸上訴人於原審所提系爭隨身杯照片（見原審卷第 13 至 15 頁）可知，系爭隨身杯除瓶蓋外，整體瓶身係由透明之材質所製造，於盛裝有色之內容物前，應呈現透明之狀態，則系爭商標縱以透明霧面之方式標示於上，其表現之情形亦難謂寓目，又系爭商標係標示於整體隨身杯之瓶頸處，並非標示於瓶身之部分，比較標示有系爭商標之瓶頸處與整體瓶身可知，標示有系爭商

標之瓶頸處所佔整體瓶身之比例甚小，且亦非位於較為醒目之瓶身位置。綜合上開系爭商標於系爭隨身杯所使用瓶身材質上所表現之情形，及系爭商標於系爭隨身杯所佔之位置及比例，均難謂系爭商標於系爭隨身杯上具有顯著性，一般消費者未必能認識其即為辨識商品之來源或表彰其生產者之商標，而被上訴人既非系爭商品之製造商，亦非經銷商，則無論該商品之來源為何，除非上訴人能證明被上訴人明知係侵害其商標之商品而仍將之陳列或抵作入園費用，實難認被上訴人有何侵害系爭商標之故意。雖上訴人主張已將系爭隨身杯區別真仿方法公告於官方網站上以供不特定人得查詢知悉，且其註冊商標業已公告於商標公報，並得使用智慧財產局之商標資料檢索查詢，被上訴人得輕易從網路資訊查詢得知究為正品亦或仿冒品，卻未查證而逕自販售，已違反其應盡之注意義務，其主觀上顯有過失。然查，如前所述，被上訴人既非製造商，亦非同類商品之經銷商，且該商品之識別度不高，市場上可替代商品眾多，極易流通，如課予與該商品交易往來過程之所有人，均須盡查證有無侵害系爭商標之注意義務，未免過苛，有礙商品交易市場之流通。故上訴人主張被上訴人有未盡注意義務之過失，亦不可採。

- (四)且查觀諸上訴人所提之門票影本（見原審卷第150頁），其上並未敘明購票入園即可獲贈系爭隨身杯，故除如上訴人之訴訟代理人係基於特定目的如蒐證而入園者外，一般入園之消費者於入園前應無法知悉有系爭隨身杯可供兌換，顯見入園消費者應非基於兌換系爭仿品之目的而入園，又被上訴人所經營之西土瓦農莊係以行銷休閒農場服務為主，而觀諸門票影本上所示之地址，系爭農場並非一般大眾交通工具能輕易到達之處，多需自備交通工具方能前往，而系爭隨身杯，並非具有稀少性，高單價性，特殊之紀念性等吸引消費者之特性，則縱能透過曾入園消費者宣傳可憑卷兌換隨身瓶之訊息，難認消費者願意於入園費用外，額外支出時間、勞力、費用兌換此市場替代商品眾多之隨身杯。再參照被上訴人於原審所提之現場照片（見原審卷第129至140頁），可知該販售紀念商品之場所擺設之商品種類甚多，系爭商品並未較其他商品有何突出之處，而能吸引入園消費者之注意。另觀諸前開現場照片，被上訴人所販售之紀念商品，或為被上訴人甄妮之相關商品，或為有中文「西土瓦」三字之商品，而消費者於入園時本能自其招牌得知所在地為西土瓦農場，則與隨身杯相較，於該特定場合下，印有「西土瓦」三字之隨身瓶自會較隨身杯商品寓目，而販售該等印有中文「西土瓦」三字之商品亦能達成其行銷西土瓦休閒農莊之目的，而消費者於購買被上訴人甄妮之相關商品時，亦能與西土瓦農莊產生特定之連結，然隨身杯無法與被上訴人甄妮或西土瓦農莊產生任何聯結，故縱被上訴人所陳列或用以抵作入園費用之隨

身杯上有「TravelBuddy」字樣，而有使用系爭商標商品之行為，難認被上訴人有何侵害系爭商標之故意或過失。況被上訴人於收受上訴人之侵權通知後，已不再使用系爭商標商品，西土瓦農場甚且已不再對外開放，故縱有侵害，亦已排除，且因無法證明被上訴人係故意或過失侵害商標權而為陳列或抵充入園費之行為，故被上訴人請求損害賠償或登報，尚難准許。

(五)另按權利人得請求由侵權人負擔費用，將判決書內容全部或一部登載新聞紙、雜誌，商標法第 64 條固定有明文，惟此乃屬權利人請求為回覆信譽之處分，其方法及範圍如何方為適當，法院仍應參酌被害人之請求及其身份、地位、被害程度等各種情事而為裁量。且所謂適當之處分，應係指該處分在客觀上足以回復被害人之信譽且屬必要者而言（司法院釋字第 656 號參照）。故商標法第 64 條僅規定商標權人得請求登報，但法院仍得審酌個案情節判斷是否必要（智慧財產法院 98 年民商上字第 10 號、最高法院 99 年台上字第 1259 號民事判決可資參照）。故縱認請求登報屬排除侵害之類型，而不以故意或過失為要件，惟審酌被上訴人使用系爭商標商品之情節輕微，且一經通知隨即停止使用，並已於 99 年 9 月 9 日於中國時報桃園版自行刊登道歉啟事（見原審卷第 142 頁），而本件上訴人亦無法證明其信譽受有何損害，縱有，本院認被上訴人係於桃園縣龍潭鄉使用系爭商標商品，則其於上開報紙桃園版所登載之道歉啟事，於客觀上已足以回復上訴人之信譽，故上訴人關於登報之請求，亦無理由。

四、判決結果

綜上所述，被上訴人並無侵害系爭商標權之故意或過失，且其請求登報亦無理由，從而上訴人依商標法第 61 條第 1 項、第 63 條第 1 項第 3 款、第 64 條請求損害賠償及登載判決書於新聞紙，均無理由，應予駁回，其假執行之聲請，亦失所附麗，應併駁回之。原審為上訴人敗訴之判決，並駁回其假執行之聲請，核無不合，上訴意旨仍執前詞指摘原判決不當，求予廢棄改判，為無理由，應予駁回。