

102120202 有關「速潔」商標違反商標法事件(商標法§95) ([智慧財產法院 102 年度刑智上易字第 53 號刑事判決](#))

爭議標的：善意先使用及產銷規模相關問題

系爭商品/服務：汽車美容服務

據爭商標：「速潔汽車美容 SU-JET CAR BEAUTY 及圖」商標

相關法條：商標法第 36 條第 1 項第 3 款、第 95 條

判決要旨

依 99 年 8 月 25 日修正公布之商標法第 30 條第 1 項規定：「下列情形，不受他人商標權之效力所拘束：．．．三、在他人商標註冊申請日前，善意使用相同或近似之商標於同一或類似之商品或服務者。但以原使用之商品或服務為限；商標權人並得要求其附加適當之區別標示。」，此一規定於 86 年 5 月 6 日修正公布之商標法係列為商標法第 23 條第 2 項，該條修正時，行政院函送立法院之修正草案中，其但書用語係「以原使用商品及原產銷規模為限。」惟在立法院二讀時，刪除「原產銷規模」用語，可知上開法條所謂「以原使用之商品或服務為限」一語，並無產銷規模之限制。然有疑義者，乃所謂「產銷規模」究何所指？此一所謂產銷規模，究竟係指「店數」之限制，抑或「地理區域」之限制？換言之，善意先使用者得否增加提供商品或服務之店家數目？可否於不同地理區域開設分店？有認為修法二讀時刪除產銷規模，其意僅在於放寬分店數，並不及於地理區域之擴張，因此，倘所開設之分店其地理區域相距原商店過遠，不應認為係善意合理使用。本院考其立法原意，認為立法過程既有意刪除「以原產銷規模為限」之用語，自難認為「以原使用之商品或服務為限」一詞得再擴及至產銷或經營規模之限制。申言之，本法條修法過程中既刪除「以原產銷規模為限」之用語，其用意既不欲限制原產銷規模，則修正後法條所載之「但以原使用之商品或服務為限」用語，即應解為無地理區域及業務規模之限制，蓋所謂產銷規模者，有以在原址擴充原店面營業面積者，有以在原地理區域開設分店方式者，亦有以在不同地理區域開設分店方式呈現者，立法者於刪除「以原產銷規模為限」之限制時，自應已預見上開不同方式之產銷規模型態，若謂僅限於原址擴店，或僅限於原地理區域內開設分店，顯然係擅自增加法條文義所未明文之限制，自屬於法無據之解釋。

【判決摘錄】

一、本案事實

檢察官上訴意旨以：(一)被告以「速潔」2 字為名稱之 2 家公司及其所申請之商標圖樣，均非使用於汽車美容服務之項目，而係僅限於洗車用品及亮光

臘等商品之範疇。(二)且被告自承：伊於99年之前均只有經營洗車用品之買賣，並無從事洗車美容之服務項目，直至99年1月25日開設洗車場從事洗車美容之後始去變更營業執照，而被告於95、96年間已因曾至告訴人之工作室推銷洗車用品而與告訴人間具有契約、地緣及業務上之往來，且被告於101年9月5日將其所營之「速潔車美體專研院」中山店頂讓予另案證人○○○，頂讓時另案證人○○○曾向被告詢問該店招牌與告訴人所經營之「速潔汽車美容工作室」商標相同，是否有問題，被告向另案證人○○○表示沒有問題，另案證人○○○始敢受讓該店經營等語，亦經○○○於臺灣桃園地方法院102年度民商訴字第1號案件中陳述明確，是被告顯係在明知告訴人係以「速潔」作為其汽車美容工作室之名稱及招牌之情況下，執意以「速潔」2字作為其汽車美容服務之廣告招牌及傳單，擴張至非其原先使用商品或服務之範疇，自難認係善意使用之情形。(三)再據告訴人所示：因被告所營之「速潔車美體專研院」曾核發貴賓卡予客戶，在被告所營之汽車美容店面停止營業後，被告先前之客人仍會持被告所發行之貴賓卡至告訴人之店內要求告訴人概括承受貴賓卡所提供之優惠措施，顯見被告之行為，已造成相關消費者之混淆誤認。(四)原審判決既認被告所使用之廣告招牌及宣傳傳單，係使用與告訴人近似之商標，且在明知告訴人使用該商標之情況下，擴張至與其原先使用商品或服務不同之汽車美容服務項目，並已明顯造成消費者之混淆誤認，則與善意使用之構成要件及立法意旨均已不符，原審竟仍認被告使用係出於善意，判決理由顯有矛盾之處云云。

二、本案爭點

被告之商標使用行為是否符合商標法第36條第1項第3款善意先使用商標之規定？

三、判決理由

(一)按下列情形，不受他人商標權之效力所拘束：在他人商標註冊申請日前，善意使用相同或近似之商標於同一或類似之商品或服務者。但以原使用之商品或服務為限；商標權人並得要求其附加適當之區別標示，商標法第36條第1項第3款（即修正前商標法第30條第1項規定）定有明文。依99年8月25日修正公布之商標法第30條第1項規定：「下列情形，不受他人商標權之效力所拘束：．．．三、在他人商標註冊申請日前，善意使用相同或近似之商標於同一或類似之商品或服務者。但以原使用之商品或服務為限；商標權人並得要求其附加適當之區別標示。」，此一規定於86年5月6日修正公布之商標法係列為商標法第23條第2項，該條修正時，行政

院函送立法院之修正草案中，其但書用語係「以原使用商品及原產銷規模為限。」惟在立法院二讀時，刪除「原產銷規模」用語，可知上開法條所謂「以原使用之商品或服務為限」一語，並無產銷規模之限制。然有疑義者，乃所謂「產銷規模」究何所指？此一所謂產銷規模，究竟係指「店數」之限制，抑或「地理區域」之限制？換言之，善意先使用者得否增加提供商品或服務之店家數目？可否於不同地理區域開設分店？有認為修法二讀時刪除產銷規模，其意僅在於放寬分店數，並不及於地理區域之擴張，因此，倘所開設之分店其地理區域相距原商店過遠，不應認為係善意合理使用。本院考其立法原意，認為立法過程既有意刪除「以原產銷規模為限」之用語，自難認為「以原使用之商品或服務為限」一詞得再擴及至產銷或經營規模之限制。申言之，本法條修法過程中既刪除「以原產銷規模為限」之用語，其用意既不欲限制原產銷規模，則修正後法條所載之「但以原使用之商品或服務為限」用語，即應解為無地理區域及業務規模之限制，蓋所謂產銷規模者，有以在原址擴充原店面營業面積者，有以在原地理區域開設分店方式者，亦有以在不同地理區域開設分店方式呈現者，立法者於刪除「以原產銷規模為限」之限制時，自應已預見上開不同方式之產銷規模型態，若謂僅限於原址擴店，或僅限於原地理區域內開設分店，顯然係擅自增加法條文義所未明文之限制，自屬於法無據之解釋。況商標法對商標權人之保護部分，於有善意先使用者情形時所以設有例外規定，其中不乏係因商標先使用者不知申請商標註冊緣故而嗣後遭他人持以申請註冊者，此種情形下，若謂此種利用他人不知註冊而搶先註冊者之權利應優先保護，而善意先使用者因此即不得繼續發展其業務，不但不當限制人民工作權及生存權，恐亦不符誠信原則。本條規定既未就地理區域及營業規模明文限制，本於「罪刑法定」原則，自不宜擴張解釋而過度限制善意先使用者之權利，並擴張刑法之適用。再按本條先使用所謂之「善意」，並非以其不知他人商標之存在為判斷基準，而係以其使用相同或近似之商標於同一或類似之商品或服務時，並無造成消費者混淆誤認之不正競爭意圖為判斷基準。

- (二)查被告係於82年12月17日、92年4月2日即向桃園縣政府申請「速潔洗車用品企業社」、「速潔國際企業有限公司」之營利事業登記證，營業項目為清潔用品批發業與其他汽車服務業等，且於84年1月1日經智慧財產局核准使用「SJ」商標圖樣，指定使用於亮光蠟與汽車蠟等商品，現均仍在營業及商標專用期限內，並於99年1月4日委請案外人○○○製作廣告看板，並於99年1月25日即變更營業項目，增加「其他汽車服務業」、「除許可業務外，得經營法令非禁止或限制之業務」之營業項目，有桃園縣政府

營利事業登記證等在卷可稽，並經證人張國樑於原審證述明確，而告訴人直至 99 年 2 月 2 日始為系爭商標註冊申請，同年 11 月 1 日始經智慧財產局核准使用「速潔汽車美容」商標圖樣（下稱系爭商標），亦有智慧財產局商標資料檢索服務表各 1 份，是被告經營洗車用品事業，並已以「速潔」為名之時間點，早於告訴人申請系爭商標圖樣前，應可認定。

(三)次查被告早年經營之「速潔洗車用品社」雖無汽車美容等相關營業項目，然被告為擴展事業，於 99 年 1 月 4 日委請案外人○○○製作廣告看板，並於 99 年 1 月 25 日即變更營業項目，增加「其他汽車服務業」、「除許可業務外，得經營法令非禁止或限制之業務」之營業項目，有商業登記資料查詢畫面在卷可查，依其文義解釋，自得經營洗車服務等汽車美容業務。故就洗車用品事業者為擴展事業，兼營汽車美容服務，在一般消費者眼中，被告之「速潔洗車用品社」從販賣洗車用品，到推展洗車業務，應屬相關聯事業之擴展，亦非由無到有，突然憑空創業成立，實難認被告有何造成消費者誤認其擴展洗車業務服務與告訴人洗車服務係同一或關連性來源之不正競爭意圖。檢察官雖認為被告在停止營業後，先前之客人仍會持被告所發行之貴賓卡至告訴人之店內要求告訴人概括承受貴賓卡所提供之優惠措施，認為被告之行為造成消費者混淆誤認之情云云，惟查被告在告訴人申請系爭商標圖樣前，業已以「速潔」為名，經營洗車用品事業。且被告所使用之「速潔 SJ 及圖」商標字樣，亦係其多年之公司、商號名稱，並早於告訴人經營汽車美容服務之時間，其經營洗車等汽車美容業務，屬於合理之相關營業項目擴展，並非無端為經營汽車美容事業，而憑空剽竊告訴人商標之「速潔」2 字，已符合商標法第 36 條第 1 項第 3 款之「善意」要件，此外，檢察官並未提出積極證據證明被告有何基於不正當之競爭目的而使用近似之商標於同一或類似服務之惡意，應認被告係於告訴人上開商標申請前即已善意使用「速潔」字樣，而不受系爭商標權之效力所拘束。

(四)告訴人「速潔汽車美容工作室」係於 99 年 1 月 14 日核准設立登記，有商業登記資料查詢在卷可查，晚於被告決定經營洗車、汽車美容服務之日期（即 99 年 1 月 4 日），被告使用近似系爭商標招牌時，即 99 年 1 月 28 日，亦早於告訴人申請系爭商標註冊之 99 年 2 月 2 日，已如前認定，被告縱使於 95、96 年間因汽車用品買賣得知告訴人有於桃園縣 0000 鄉以「速潔」為名經營汽車美容服務，然我國商標採註冊主義，且告訴人當時既未辦理營業登記及商標註冊，被告無法得知告訴人是否於 99 年間仍有經營汽車美容服務，而被告決定以「速潔」為名經營汽車美容等服務時，告訴人尚未為營業登記、亦未為商標註冊、更遑論是否有繼續經營之事實，被告均未認知，是無法以

告訴人事後之營業事業設立登記及商標註冊行為，而反指被告之擴展事業經營項目之「速潔洗車用品企業社」違反商標法，再者被告所使用之「速潔 SJ 及圖」商標字樣，亦係其多年之公司、商號名稱，並早於告訴人經營汽車美容服務之時間，其經營洗車等汽車美容業務，屬於合理之相關營業項目擴展，均已如前述，被告之先使用商標行為既不受告訴人所有註冊系爭商標權之效力所拘束，被告自得持續使用「速潔」字樣商標於原使用之服務範圍，是尚難認定被告有侵害系爭商標之主觀犯意。

(五)承上，被告既係在系爭商標申請註冊前即已先使用「速潔」字樣經營汽車美容相關服務，依商標法第 36 條第 1 項第 3 款規定，被告自得繼續使用「速潔」字樣於其所經營之同一或類似之商品或服務。檢察官雖復以：被告於系爭商標註冊公告後之 99 年 11 月 11 日起，仍有在如原審判決附表所示地點，為行銷目的，開設「速潔洗車用品企業社」、「速潔車美體專研院」等 4 家分店，應不得主張善意使用云云，惟查本案被告於系爭商標申請前後均使用「速潔」字樣於同一之經營汽車美容相關服務，就商品及服務內容而言，並未逾越原使用商品或服務之範圍，況所謂「原商品或服務為限」之限制既不包含規模或地理區域之限制，已如前述，本諸「罪刑法定」原則，被告上開行為，自應認為符合商標法第 36 條第 1 項第 3 款之規定，換言之，被告之行為仍屬善意先使用之行為，不受系爭商標權效力拘束，既不受系爭商標權之拘束，被告之行為即不構成商標法第 95 條第 3 款規定之違反。

(六)又被告主觀上既認為其善意先使用系爭商標，主觀上自無侵害商標之故意，況其行為亦符合商標法第 36 條第 1 項第 3 款有關善意先使用商標之規定，自不構成商標法第 95 條第 3 款之違反，已如前所述，故縱然被告事後知悉系爭商標業經他人申請取得註冊，仍然繼續使用系爭商標，主觀上是否另有侵犯告訴人商標權之犯意，即再無討論之必要。

四、判決結果

檢察官所舉證據尚無法積極證明被告犯罪，此外，綜觀全案卷證資料，亦查無其他積極證據足資證明被告涉有檢察官所指之違反商標法犯行，自屬不能證明被告犯罪，揆諸首揭法條說明，即應諭知被告無罪之判決。

[●回首頁目錄](#)

[●延伸閱讀判決全文](#)