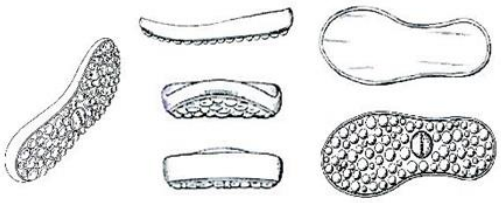
105080101 有關「CAMPER」商標權侵害事件(修正前公平交易法§24；現行公平交易法§25)（最高法院 105 年度台上字第 927 號民事判決）

爭點：未能證明鞋外觀特徵或造型具有競爭上之獨特性，並為相關消費者所周知，「商品外觀幾近相同」與「高度抄襲外觀設計」係屬二事，不得逕以二者鞋款有關的外觀設計極為近似，遽謂被上訴人即有足以影響交易秩序之顯失公平之行為。

系爭 267 號商標

（註冊第 01507267 號）



本件為「立體商標」
第 25 類：鞋底，鞋子，靴子。

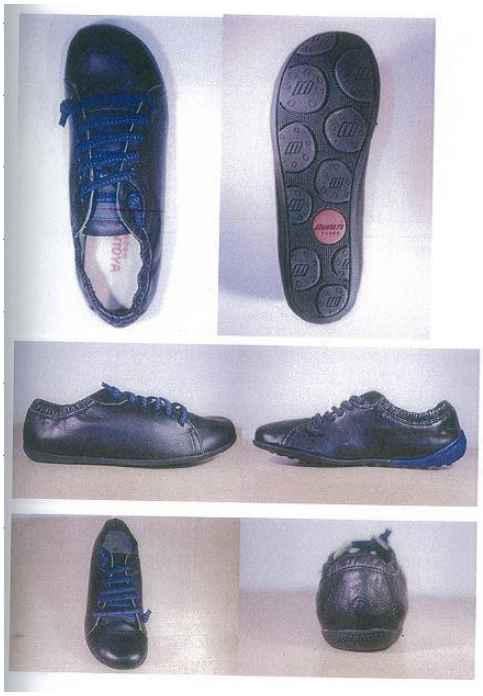
系爭 672 號商標

（註冊第 01070672 號）

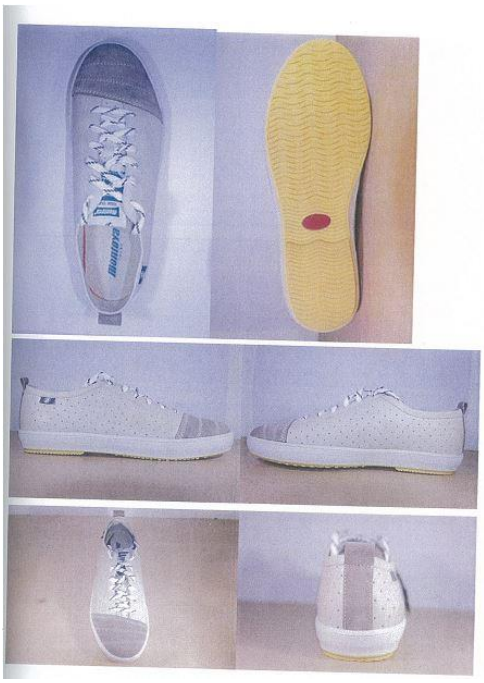
第 25 類：鞋，靴，短襪，長襪，綁腿，頭巾，冠帽，帽子，便帽，布帽，運動帽，衣服，牛仔裝，夾克，襯衫，T 恤。

被控侵權商品

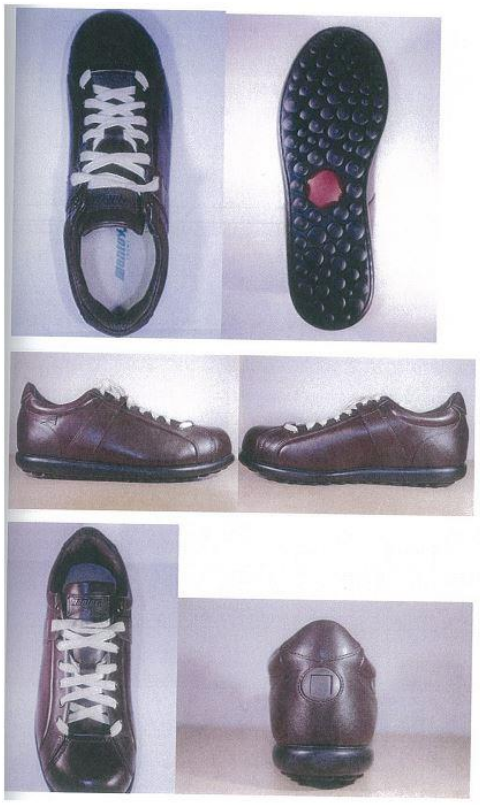
六號鞋



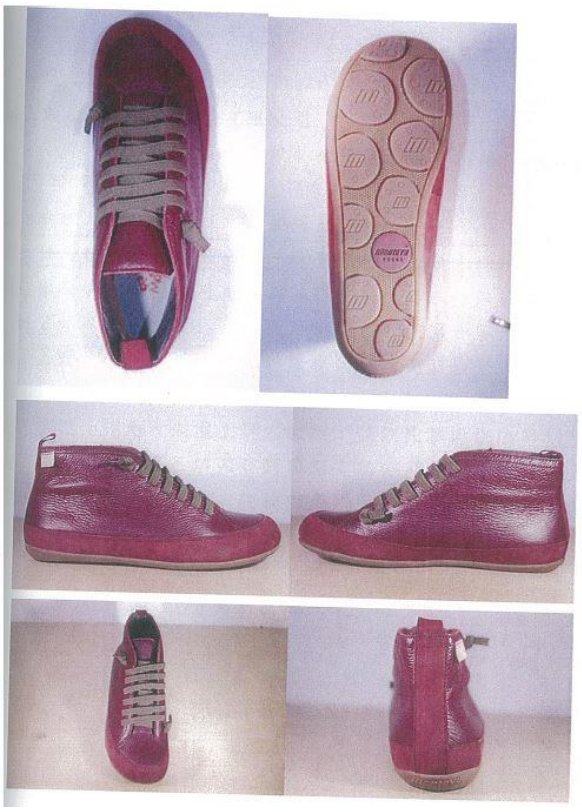
七號鞋



八號鞋



九號鞋

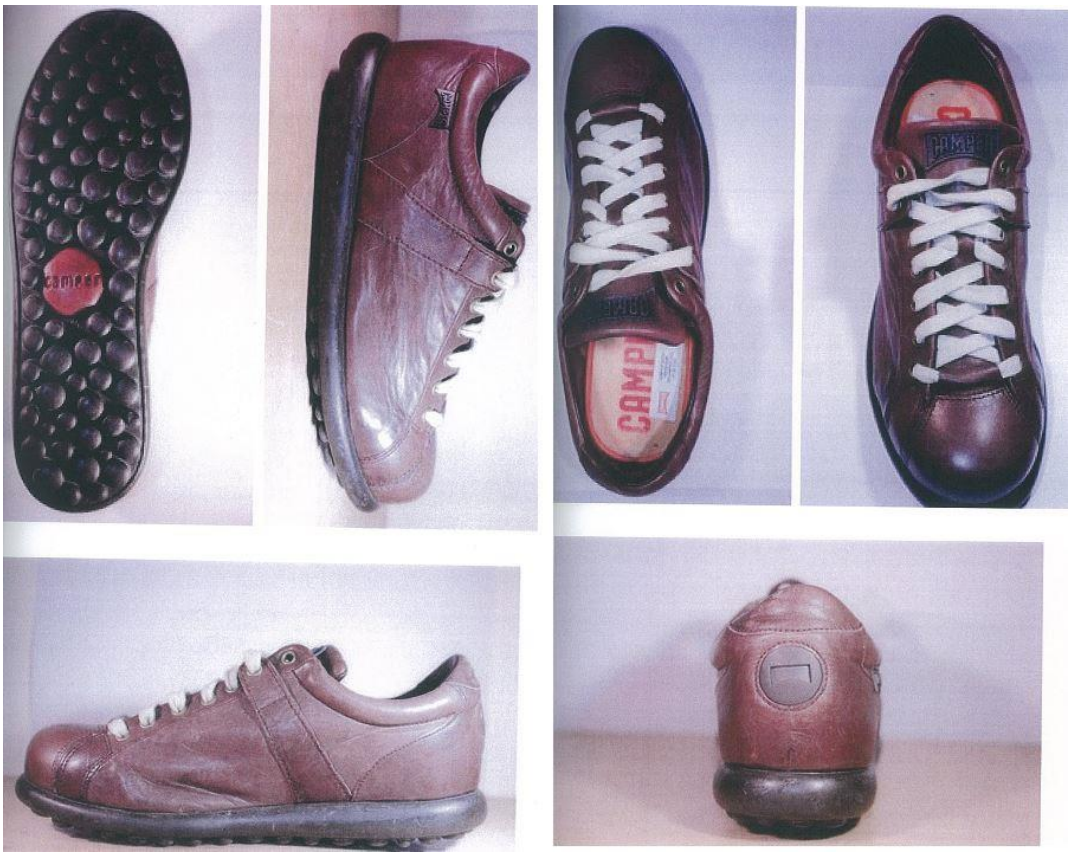


上訴人之商品表徵

一號鞋

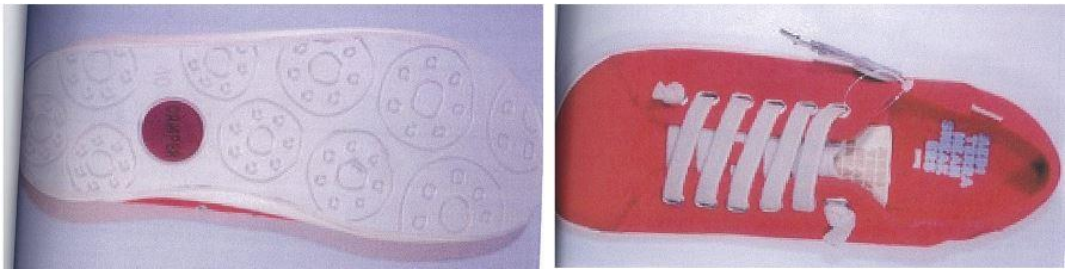
二號鞋

三號鞋



四號鞋

五號鞋



相關法條：修正前公平交易法第 24 條及現行公平交易法第 25 條

案情說明

上訴人（一審原告）西班牙商肯波公司主張其創立於西元 1877 年，為世界知名之皮件、靴鞋製造商，所有「CAMPER」商標之靴鞋、皮件相關商品，廣為相關事業或消費者普遍認知，且「CAMPER」商標並經經濟部智慧財產局（下稱智慧局）認定為著名商標，被上訴人未經伊同意或授權，竟製造並販售使用相同或近似於其在我國註冊之第 01507267 號「CAMPER & device」商標（下稱 267 號商標）及第 01070672 號「Coloured Design」商標（下稱 672 號商標，與 267 號商標合稱系爭商標）圖樣之八號鞋類產品（下稱八號

鞋）。而伊經多年努力，使伊之產品於我國市場競爭上具有高度獨特性，並擁有一定經濟利益，然被上訴人製造販賣如上附被控侵權商品圖片所示六、七、八、九號之四款鞋子（下分稱各號鞋，合稱六至九號鞋），完全高度抄襲伊如上附上訴人之商品表徵圖片所示一至五號鞋（下分稱各號鞋，合稱一至五號鞋），積極攀附伊知名「CAMPER」商品、榨取其努力成果，違反行為時公平交易法第 24 條（民國 104 年 2 月 4 日修正後為同法第 25 條，下仍稱公平法第 24 條）。伊曾於 100 年 9 月 1 日函請被上訴人停止侵權行為，被上訴人不予置理，且繼續販售，顯有侵權故意等情。爰依修正前商標法第 61 條第 1、2 項、第 63 條第 1 項第 3 款規定，以及公平法第 24 條、第 30 條（102 年 2 月 4 日修正後為同法第 29 條，下仍稱公平法第 30 條）規定，向智慧財產法院提起訴訟，案經一、二審判決後，被上訴人違反商標法，侵害上訴人之 672 號商標，以及相關之損害賠償數額部分已先行確定[1]。惟上訴人就原審判決被上訴人無違前揭公平法第 24 條規定之部分，上訴至最高法院。

判決要旨

最高法院 105 年度台上字第 927 號民事判決：

上訴駁回。

第三審訴訟費用由上訴人負擔。

<判決意旨>:

原審判決被上訴人未違反公平法第 24 條規定，並無判決違背法令之情事：

一、兩造所不爭執之事實

一至五號鞋商品，為上訴人所販賣；六至九號鞋商品（下稱系爭四種鞋商品），為被上訴人所販賣。六號鞋是取用一號鞋的鞋面及五號鞋的鞋底設計；七號鞋是取用自二號鞋之設計，且七號鞋上之「imar」刻文是直接取用自二號鞋之鞋款名稱；八號鞋是取用自三號鞋之設計；九號鞋

[1] 智慧財產法院民事判決 102 年度民商上字第 14 號民事判決意旨:系爭八號鞋侵害系爭 672 號商標權之損害金額，被上訴人應再連帶給付上訴人新臺幣伍佰伍拾陸萬元，及自民國 101 年 10 月 26 日起至清償日止按週年利率百分之五計算之利息。關於系爭 267 號商標部分，因系爭 267 號商標係於 101 年 3 月 1 日方註冊公告，被上訴人於系爭商標權利存續期間，並未有任何侵害該商標權之行為，上訴人所稱雅虎拍賣網站上有販售被上訴人商品一事，因該拍賣網站之賣家並非被上訴人之經銷商，是被上訴人並未侵害上訴人之系爭 267 號商標。另上訴人以被上訴人公司違反修正前公平交易法第 24 條規定，依同法第 30 條規定，請求被上訴人公司不得製造、販售附件二所示之 4 種鞋子商品，為無理由，應予駁回。

是取用自四號鞋的鞋面及五號鞋的鞋底之設計。被上訴人為降低設計之成本，參考並取用上訴人商品之設計…。

二、修正前公平法第 24 條之內涵

按公平法第 24 條規定：「除本法另有規定者外，事業亦不得為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為」，乃不公平競爭行為之概括性規定，僅適用於公平法其他條文規定所未涵蓋之行為，若公平法之其他條文規定對於某違法行為已涵蓋殆盡，無再依本條加以補充規範之餘地。該條所謂「交易秩序」係指符合善良風俗之社會倫理及效能競爭之商業競爭倫理之交易行為，而判斷「足以影響交易秩序」時，應考量是否足以影響整體交易秩序或有影響將來潛在多數受害人效果之案件，如單一個別非經常性之交易糾紛，則應尋求民事救濟，不適用本條之規定；至同條所稱「顯失公平」，係指以顯失公平之方法從事競爭或商業交易而言。事業如以高度抄襲他人知名商品之外觀或表徵，積極攀附他人知名廣告或商譽等方法，榨取其努力成果，或以積極欺瞞或消極隱匿重要交易資訊，而足以引人錯誤之方式，從事交易之行為，依整體交易秩序綜合考量，認已造成民事法律關係中兩造當事人間，利益分配或危險負擔極度不平衡之情形時，固可認為與上開條文規定合致。惟倘事業之行為並無欺罔或顯失公平，或對市場上之效能競爭無妨害，或不足以影響交易秩序者，則無該條之適用。

三、「商品外觀幾近相同」不等於「高度抄襲外觀設計」

本件六至九號鞋之外觀及造型設計可謂與一至五號鞋幾近相同。惟「商品外觀幾近相同」與「高度抄襲外觀設計」係屬二事，不得逕以二者鞋款有關的外觀設計極為近似，遽謂被上訴人即有足以影響交易秩序之顯失公平之行為。而上訴人「CAMPER」品牌之鞋類商品的知名度高，然此非針對一至五號鞋外觀設計在鞋類市場上是否具有獨特之識別性、而為消費者據以辨識其來源之依據。又鞋類商品之款式深具流行及時尚趨勢，我國鞋類商品市場上諸多鞋類品牌亦有與一至五號鞋類似外觀的產品，上訴人並未舉證證明消費者僅憑鞋款之外觀設計即可辨識出一至五號鞋，尚難逕以被上訴人參考並取用鞋類之設計，遽謂六至九號鞋之外觀設計係高度抄襲自一至五號鞋。且上訴人於一至五號鞋之鞋墊或鞋幫等處標示有「CAMPER」圖樣；…六至九號鞋則於鞋墊、鞋舌或鞋底等處標示被上訴人所享有之商標圖樣「MONTOYA」，被上訴人設於台北統一阪

急百貨公司櫃位之指示招牌亦使用「MONTOYA」商標圖樣，是被上訴人係以「MONTOYA」之品牌行銷六至九號鞋，相關消費者依憑各該鞋類商品上之品牌名稱或商標圖樣、或銷售場所相關招牌指示等辨識其來源，僅須施以普通注意，即可分辨各品牌鞋類商品之不同，難認相關消費者僅憑鞋款外觀即誤認同一來源或同系列商品之虞。至被上訴人廣告用語、呈現方式及予人整體之印象，僅為其產品來自西班牙，並未予人被上訴人之商品與上訴人之商品有何關聯之意象，難謂被上訴人即有欺騙、混淆消費者之意圖。上訴人未能證明系爭一至五號鞋的外觀特徵或造型具有競爭上之獨特性，已為相關消費者所周知，而成為辨認上訴人之鞋款來源的重要印象，足使消費者於市場上見到該鞋款外觀時，即會立即聯想到該鞋款商品必為上訴人產銷之商品，亦無證據證明被上訴人有使相關消費者誤以為兩者屬同一來源、同系列商品或關係企業之效果等不當競爭優勢，影響上訴人市場上之競爭地位；被上訴人係以自己品牌「MONTOYA」行銷鞋款商品，並非高度抄襲一至五號鞋之外觀設計，亦無使消費者誤認六至九號鞋為上訴人所產銷之虞，難認被上訴人有積極攀附上訴人之商譽，榨取上訴人努力結果之情事。…從而，上訴人依同法第 30 條規定，請求被上訴人不得製造、販售系爭四種鞋商品，即不應准許，為其（原審）心證之所由得，並說明上訴人其餘主張及聲明證據為不足取及無須再予審酌之理由，因而維持第一審所為上訴人敗訴之判決，駁回其上訴。按取捨證據、認定事實屬於事實審法院之職權，若其取證、認事並不違背法令及經驗法則、論理法則或證據法則，即不許任意指摘其採證或認定不當，以為上訴理由。