

105100104 有關「絕世名膜」商標權侵害事件(商標法§68③、民法§195 I 前段) ([智慧財產法院 105 年度民商訴字第 15 號民事判決](#))

- 爭點：1. 原告使用「絕世名膜」商標以從事手機包膜、手機保護貼、手機周邊相關行業，是否為系爭商標之使用？
2. 「紙製裝飾用標語旗、商標紙標貼」商品與「鋼化玻璃膜、手機配件、3C 產品」等商品間之類似關係判斷。

系爭商標圖樣

(註冊第 01568425 號)

絕世名膜

第 16 類：紙製裝飾用標語旗、商標
紙標貼、家庭用保鮮膜、封口針。

相關法條：商標法第 68 條第 3 款、民法第 195 條第 1 項前段

案情說明

原告所使用之「絕世名膜」商標（下簡稱系爭商標）緣起於 97 年原告之事業所起之名，從事手機包膜、手機保護貼、手機周邊相關行業，並在網路上，如 yahoo 奇摩、facebook 等知名銷售平台上使用多年。原告以「絕世名膜」作為桃園市中壢區、八德區…等店面招牌使用，曾經媒體報導，並於 101 年 4 月 24 日向經濟部智慧財產局申請商標註冊，102 年 3 月 1 日註冊完成，取得商標權。其認為被告於其在網路上販售之產品關鍵字名稱上使用「絕世名膜」之名號，已經造成市場消費者大眾誤認混淆，原告常常被詢問該網路平台是否為自家產品，且被告將大量產品批售於知名網路購物系統平台，造成原告商標權之侵害。爰向智慧財產法院提起訴訟，依民法第 195 條第 1 項前段規定，請求被告賠償原告之商譽損害 50 萬元。

判決要旨

智慧財產法院 105 年度民商訴字第 15 號民事判決：

被告應給付原告新臺幣壹拾萬元，及自民國 105 年 4 月 25 日起至清償日止按年利率百分之五計算之利息。

原告其餘之訴駁回。

訴訟費用由被告負擔五分之一，餘由原告負擔。

〈判決意旨〉：

一、雙方之商品類似及類似程度

參酌經濟部發布之「混淆誤認之虞」審查基準 5.3.1 規定，商品類似之意義指二個不同的商品，在功能、材料、產製者或其他因素上具有共同或關聯之虞，如果標上相同或近似的商標，依一般社會通念及市場交易情形，易使商品消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源。查系爭商標指定使用於「紙製裝飾用標語旗、商標紙標貼、家庭用保鮮膜、封口針」商品，與被告將系爭商標使用於「鋼化玻璃膜、手機配件、3C 產品」等商品，前者具有「封膜、貼紙」之功能產品，後者在鋼化玻璃膜、手機配件、3C 產品上亦具有「封膜、貼紙」之功能產品（如手機或 3C 產品經常需要黏貼上不同外型之設計），況且被告於前揭網頁更有行銷「鋼化玻璃保護貼」、「手機殼（套）（貼）」「保護套」、等產品，是在用途、功能、產製、行銷管道等兩造商具有共同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，易使商品消費者誤認其來自相同或有關聯之來源。被告將同一系爭商標使用於「鋼化玻璃膜、手機配件、3C 產品」商品，實與原告之系爭商標指定使用於「紙製裝飾用標語旗、商標紙標貼、家庭用保鮮膜、封口針」商品相關，其消費者即有高度重疊，且被告經營「封膜、貼紙」之功能性產品，對原告之系爭商標不可能均不知悉，倘其相關產業目睹或聽聞被告使用原告之系爭商標作為行銷方法，難謂無產生錯誤聯想之可能，故被告所使用系爭商標行銷「鋼化玻璃膜、手機配件、3C 產品」與原告之系爭商標指定使用於商品具類似性。被告稱原告系爭商標具體列舉之商品或服務名稱為「紙製裝飾用標語旗、商標紙標貼、家庭用保鮮膜、封口針」，究其實際均與被告所營事業內容並非屬於構成要件所稱之「同一或類似之商品或服務」，而無同一、類似或混淆誤認之虞云云，即不足採。

二、原告請求侵害商標之非財產上損害賠償是否有理由

對本件而言，被告經營「封膜、貼紙」之功能性產品，對原告之系爭商標不可能均不知悉，應可推認被告使用系爭商標為行銷其所販賣之上開商品，所造成減損系爭商標識別性之行為，至少具有「應注意能注意而不注意」之過失，即應依商標法第 69 條第 3 項規定負擔民事賠償責任。

再按對於原告而言不但因商標之侵害而失去原本應獲的銷售利益，而且被告商品品質可能不如原告，使原告商譽受到損害。又由於商標權侵權發生損害所固有不可回復之本質，並無法明確估算損失，亦即商標侵權使消費者發生混淆可能性、或使用商標造成長期累積地模糊系爭商標效果，往往讓消費者認為侵權者之瑕疵、負面印象商品或服務係與商標權人發生關連，更由於被告所掌握具有混淆可能性之商品或服務，使得原告商譽侵害本質上為不可回復。故商標侵權案件之被告因商標侵權行為所造成原告之商譽損害，應屬非財產上損害中之不可回復損害，只需商標權人因商標受侵害致減損其商譽時，即足當之，依民法第 195 條第 1 項前段規定，原告得請求被告以金錢賠償其商譽損失。