

106060101 有關「金門」商標權侵害事件(商標法§36 I ①、§68①③、§69①③、§70①③) (智慧財產法院 105 年度民商訴字第 24 號民事判決)

爭點：系爭「金門」、「金門 KIN-MEN」、「金門地圖」等圖文使用於酒類商品，尚與一般產地說明之標示方式有別，難認係以符合商業交易習慣之誠實信用方法使用系爭商標。

系爭商標

註冊第 978354、774758、844985 號



指定商品：高粱酒、大麴酒、藥味酒、…、果露酒。

被告使用之商品包裝盒及酒瓶照片



相關法條：商標法第 36 條第 1 項第 1 款、第 68 條第 1、3 款、第 69 條第 1、3 項、第 70 條第 1、3 款、修正前公平交易法第 20 條第 1 項第 1 款

案情說明

原告為系爭商標之商標權人，系爭商標並經認定為著名商標，被告陳曉怡為被告金門浯江酒廠實業股份有限公司（下稱金門浯江酒廠）之名義負責人，被告陳恩賜為實質負責人，其二人知原告為系爭商標之商標權人，竟於被告金門浯江酒廠所製造及銷售之「金門 53°高粱酒」（下稱系爭商品）使用相同或近似於原告系爭商標之「金門及金門島嶼圖」以牟利，此經行政院海岸巡防署海岸巡防總局中部地區巡防局第九海岸巡防隊（下稱海巡署第九海岸巡防隊）於 105 年 1 月 6 日查獲在案。因被告前即有於 103 年間生產高粱酒系列產品，侵害原告「金門高粱酒」等商標權利，而與原告成立和解（下稱系爭和解契約，並登報道歉。今被告再為系爭商品之製造、銷售，實屬故意侵害原告商標權且係違反公平交易法之行為，為此，爰依系爭和解契約第 2 條，商標法第 68 條第 1、3 款，第 70 條第 1、3 款，第 69 條第 1、3 項，民法第 185 條、第 28 條，公司法第 23 條第 2 項，公平交易法第 30 條、第 31 條，修正前公平交易法第 20 條第 1 項第 1 款提起本件訴訟。

判決要旨

被告不得使用相同或近似於中華民國註冊第 00978354、00774758、00844985 號商標之圖樣作為酒類商品及酒類服務、商品包裝、看板、網頁、廣告或其他表徵。

被告應連帶給付新台幣貳拾萬元及自民國一百零五年六月十八日起至清償日止，按年息百分之五計算之利息。

原告其餘之訴駁回。

訴訟費用由被告連帶負擔十分之八，餘由原告負擔。

<判決意旨>:

一、「金門」為消費者用以區別高粱酒商品之依據，並已廣為相關事業或消費者所普遍認知而臻著名，具有後天之識別性。

原告於 41 年在金門創立之後，即生產各種酒類之「高粱酒」，迄今已有 50 年悠久之歷史，每年產銷之各款酒年產量超過 1 千萬瓶，銷售地區除我國外遍及歐美各地，所產之高梁酒商品品質優良，為廣大之消費者所稱道，「金門」已成為消費者用以區別高粱酒商品之依據，並已廣為相關事業或消費者所普遍認知而臻著名，自具有後天之識別性。臺北高等行政法院 94 年度訴字第 1482 號、97 年度訴更一字第 56 號判決，均認定原告之「金門高粱酒」商標為著名商標，本院 100 年度民商訴字第 30 號判決、102 年度民商訴字第 32 號判決亦肯認系爭商標一、二為

著名商標，此外，經濟部智慧財產局 103 年 4 月 10 日中台異字第 G01020580 號商標異議審定書，亦認為「金門」已成為消費者用以區別高粱酒商品之依據，並已廣為相關事業或消費者所普遍認知而臻著名，堪認據爭等商標圖樣中「金門」二字，無論有無聯合其他中文或圖形，於所指定使用之食用酒類商品中，核已具有指示商品來源之功能，而具識別性。

二、被告系爭商品使用「金門島嶼圖」與「金門」文字應為商標使用，無商標法第 36 條第 1 項第 1 款不受商標權效力拘束之情形

被告生產之系爭商品外包裝盒係紅色，包裝盒正面由上至下分別有「○○○」、「金門島嶼圖」內有「金門」中文、「圓形高粱圖樣」內有「香醇極品 53° 高粱酒」中文，包裝盒側面由上至下分別有「CST ○○廈門集團」、「金門島嶼圖」內有「金門」中文、「香醇極品 53° 高粱酒」，「原產地：台灣」、「生產商：金門浯江酒廠實業股份有限公司」等標示。被告雖辯稱，「金門島嶼圖」及「金門」中文及係表示系爭商品在金門製造，並非作為商標使用云云。惟查，參酌一般商品之標示方式，商品之原產地通常記載於商品包裝下方或背面較不明顯處，並與商品之原料、產地、製造商及經銷商名稱及地址等資訊一同列載，而不會標示於商品或包裝盒之正面中央部位，系爭商品包裝盒側面既已載明原產地為「台灣」，而非「台灣省金門縣」，又何須在原產地之標示外，另在包裝盒正面中央位置，以「金門島嶼圖」內含「金門」中文之方式表示商品原產地？實屬畫蛇添足，且系爭商品包裝盒正面之「○○○」字體小於「金門島嶼圖」及「金門」，「金門島嶼圖」內含「金門」中文係標示於外包裝正中央最顯眼處，且與「53° 高粱酒」均為黃色字體，以消費者之寓目印象，會被該「金門島嶼圖」與「金門」、「53° 高粱酒」所吸引，顯有將「金門島嶼圖」、「金門」及「53° 高粱酒」三者予以連結之意，整體觀之，尚與一般產地說明之標示方式有別，難認被告係以符合商業交易習慣之誠實信用方法使用系爭商標。

三、被告系爭商品構成商標法第 68 條第 3 款之侵害商標權之行為

系爭商標一為「金門」中文所組成，系爭商標二由中文「金門」及外文「KIN-MEN」上下排列所組成，系爭商標三由「金門島嶼圖」內有「KINMEN」外文所組成，系爭商品包裝盒上使用「金門島嶼圖」內有「金門」中文，係取系爭商標一、二之「金門」及系爭商標三之「金門島嶼圖」組合而成，整體觀之，系爭商品之上開圖樣與系爭商標一、二、三予人之寓目印象極為相仿，且使用於同一高粱酒商品，足以使相關消費者誤認二商

標之商品為同一來源，或誤認二商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，而有致相關消費者混淆誤認之虞，已構成商標法第 68 條第 3 款之侵害商標權之行為。

被告雖辯稱，系爭商品係被告接受廈門○○公司訂購並銷往大陸地區作為訴外人○○公司集團之贈品，無從造成我國國內消費者混淆誤認云云。惟查，依商標法之屬地主義原則，被告未經原告之同意，在我國境內生產製造系爭商品並使用系爭商標之行為，應受我國商標法之規範，被告此部分之辯解，不足採信。

四、被告不得使用相同或近似於系爭商標之圖樣作為酒類商品及酒類服務、商品包裝、看板、網頁、廣告或其他表徵

按商標權人對於侵害其商標權者，得請求除去之；有侵害之虞者，得請求防止之，商標法第 69 條第 1 項定有明文；被告等在系爭商品使用「金門島嶼圖」及「金門」文字侵害原告之系爭商標一、二、三之商標權，已如前述，且審酌現今「商品」與「服務」合流之商業模式趨勢，應認「酒類產品」與「酒類服務」構成類似，以符合現今商業經營操作現實。從而，原告依商標法第 69 條第 1 項，請求被告不得使用相同或近似於系爭商標一、二、三之圖樣作為酒類商品及酒類服務、商品包裝、看板、網頁、廣告或其他表徵，有理由。