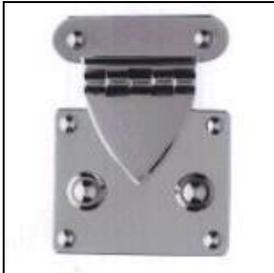


106100202 有關「S-lock」商標權侵害事件(商標法§95③、§97)([智慧財產法院 106 年度刑智上易字第 14 號刑事判決](#))

爭點：作為功能性用途之皮包金屬插扣，其上有明顯可識別之「pigi」商標，消費者不會誤認該鎖扣屬商標使用。

系爭商標

註冊第 1148629 號「SERRURE S sans inscriptions (figurative)」	註冊第 1168954 號「FERMOIRS (figurative)」
	

第 18 類：皮革及人造皮，皮革或皮板製成的箱子／盒子；皮盒及人造皮盒；旅行箱、皮包及提箱，旅行用衣袋，皮箱，手提箱，行李箱，裝梳妝用品的化妝箱，背包，手提袋，海灘提袋，購物袋，肩背型皮包，公事箱，公事包，書包，無背帶型皮包，皮夾，非貴金屬製零錢包，束口包，鑰匙包，名片皮夾；雨傘，海灘傘，洋傘，手杖，手杖（可折疊成輕便椅）。

告訴人商標實際使用例<sup>1</sup>

<sup>1</sup>圖片來源：<http://news.ltn.com.tw/news/society/breakingnews/1529421>（蘋果日報報導資料，最後瀏覽日期：2017 年 9 月 11 日）



被告商標實際使用例<sup>2</sup>



相關法條：商標法第 36 條第 1 項第 1 款、第 95 條第 3 款

### 案情說明

本案原判決意旨略以：經警搜索扣押及需姬公司(被告莊○○為該公司之負責人)員工於偵查時提出扣押之需姬公司所生產皮包共計 1,352 個，均使用金屬插扣。上開扣案需姬公司生產之系爭皮包上插扣，與告訴人系爭商標圖樣，於外觀上確屬近似。然而扣案系爭皮包上使用之金屬插扣，本有其作為皮包開合之功能性目的，且插扣上方均另以金屬飾牌標示需姬公司註冊之商標「pigi」文字，其整體予人寓目印象，應係以「pigi」文字標示需姬公司銷售之產品，尚難認係以該插扣之外觀圖樣當作商標使用，故難認需姬公司在所生產皮包使用與系爭商標「S-Lock」圖

---

<sup>2</sup>圖片來源：<http://news.ltn.com.tw/news/society/breakingnews/1529421>（蘋果日報報導資料，最後瀏覽日期：2017 年 9 月 11 日）

樣近似之金屬插扣，不構成商標法第 95 條所定之商標「使用」要件，扣案系爭皮包既難以認定係為行銷目的而「使用」，亦難以商標法第 97 條之罪相繩。

上訴人臺灣臺南地方法院檢察署檢察官上訴意旨以：判斷一圖樣是否作為商標使用，不應囿於使用方式是否兼具功能性作用；被告挑選近似於「S-Lock」商標圖樣之插扣，使用於扣案皮包，具有辨識商品來源之目的；原審認事用法尚有前違誤，爰請撤銷原判決。

## 判決要旨

上訴駁回。

〈判決意旨〉：

- 一、系爭商標為鎖扣圖樣，並無文字記載，除指定之「皮革及人造皮，皮革或皮板製成的箱子／盒子；皮盒及人造皮盒；旅行箱、皮包及提箱，旅行用衣袋，皮箱，手提箱，行李箱，裝梳妝用品的化妝箱，背包，手提袋，海灘提袋，購物袋，肩背型皮包，公事箱，公事包，書包，無背帶型皮包，皮夾，非貴金屬製零錢包，束口包，鑰匙包，名片皮夾；雨傘，海灘傘，洋傘，手杖，手杖（可折疊成輕便椅）。」告訴人另稱系爭商標亦適用於手鐲、鞋履、眼鏡、耳環、皮帶、戒指、手機配件、手套及披肩等商品，而後者商品未在登記指定商品類別中，系爭商標既經告訴人為多元使用，且無證據證明其為著名商標，對消費者而言，該商標圖樣所傳達商品資訊，如與指定商品脫離，其識別功能即不明顯。
- 二、本案係告訴人請市調人員於 104 年 7 月 31 日在 PG 美人網的網路商店，採證購得「5509 玩趣撞色十字紋多 way 包」（即系爭皮包），網頁販售價標示為新台幣（下同）553 元，認有仿冒系爭商標而提起告訴，觀諸告訴人於警詢中提出該網站資料，其中照片呈現系爭皮包使用之鎖扣與系爭商標圖樣近似。然該網頁內容，所標示商標全部為霏姬公司

於 101 年 8 月間註冊之「pigi」圖樣之多種註冊商標<sup>3</sup>，網頁並記載「pigi」商標的「品牌故事」「品牌精神」「品牌類別」等文字敘述。由此而觀，上開網頁資料係以行銷需姬公司之「pigi」商標商品為目的。又扣案之系爭皮包均需以開合方式打開與封閉，所使用之鎖扣之上附有「pigi」金屬銘牌（如被告 106 年 5 月 3 日陳報狀照片所示），該照片顯示鎖扣與銘牌均為金屬，此外別無其他可識別產品來源之標識，而僅銘牌上載有「pigi」文字，依社會通念，認識該產品來源與其他皮包品牌區別者，應僅該銘牌所顯示之「pigi」文字，再扣案皮包售價為 553 元，與一般人認知告訴人公司出售皮包價格相距甚遠，是需姬公司將告訴人之系爭商標作「主要為功能性」之用途，而非作為消費者辨識該商品來源之用，消費者不致誤認系爭皮包使用與告訴人系爭商標近似之鎖扣，即誤認該鎖扣為商標，亦不致誤認系爭皮包與系爭商標為同一來源之系列商品或誤認兩者間存在關係企業、授權關係、加盟關係等，故系爭皮包在該網頁銷售資訊並不致相關消費者混淆誤認。

三、告訴人雖稱系爭皮包之包款亦與其設計之皮包相近等情，惟系爭商標之包款並無證據證明已廣為相關事業或消費者所普遍認知表徵，故本案之爭議在於被告經營之需姬公司販賣系爭皮包使用之鎖扣與系爭商標近似，而認被告明知係仿冒系爭商標之商品而販賣之事實。惟系爭皮包製作過程，據被告陳述：係由需姬公司設計團隊提出包款設計圖，送交包含被告參與之「提案會議」決定該包款是否送交打樣，系爭皮包經設計團隊交由代工生產廠商「廣州市永悅皮具有限公司」（下稱永悅公司）打樣，由該公司在廣州當地配件供應商即「日興五金公司」（下稱日興公司）提供型錄中，先挑選若干款供需姬公司設計團隊參考確認，系爭皮包非由需姬公司指示以系爭鎖扣為配件，而被告參與「設計決策階段」時，永悅公司未提供任何鎖扣款式，

<sup>3</sup> 註冊第 1562365、1563463、1565979、1566373、1574936 號「



於「成本審核階段」時，已由設計團隊決定等語，並提出永悅公司與日興公司間採購五金配件合同影本、日興公司提供系爭皮包鎖扣照片、日興公司出貨單影本等件為證（見偵字第 3056 號卷第 8 至 9、21 至 23 頁），就上開被告答辯與提出之證據，公訴意旨與告訴人雖以：被告經營皮包販賣業務長達十年以上，被告在蘋果日報記載被告要求設計師推估一個半月對流行趨勢，告訴人之商標任何人可透過智慧局網站查知，及上開網頁強調「造型壓扣獨特有型」用語，而認被告刻意挑選近似系爭商標圖樣插扣之主觀犯意云云，然被告於原審答辯亦稱：需姬公司自 97 年經營，推出皮包樣式商品超過三千款，實際販售數量超過一千萬件，會員人數超過 50 萬人，有其提出之產品照片為證，因之，被告稱其有 130 餘員工，皮包製作過程分三階段審查，可推認非屬不實；而系爭商標僅有圖樣，並未標示告訴人所有為世界著名之 LV 文字，如被告係委託中國大陸廠商代工，再由委外廠商尋找下游配件廠商，而使用到告訴人之系爭商標，自有可能，但不能以此即推認被告即明知系爭商標存在而刻意採用近似於系爭商標圖樣之鎖扣，況被告為需姬公司負責人，該公司有設計團隊及多種皮包生產，無法單以被告為負責人就認其明知有仿冒商標之情事而販賣。

四、綜上所述，原審認扣案之系爭皮包與系爭商標圖樣雖屬近似，但系爭皮包使用金屬插扣，本具功能性目的，且插扣上方係使用需姬公司註冊商標「pigi」，難認構成商標法第 95 條之商標使用，不構成商標法第 97 條之販賣仿冒商標商品罪，並無不合，此外公訴人所舉證據方法，亦無法證明被告有明知仿冒商標而予販賣之主觀犯意。故公訴意旨所指被告涉犯商標法第 95 條第 3 款於類似商品使用近似於註冊商標之商標致消費者混淆誤認之虞及第 97 條明知為仿冒商標商品罪嫌之證據，尚不足為被告有罪之積極證明，無從使法官形成被告有罪之心證，被告所為不應受刑事處罰。檢察官執上開理由指摘原判決不當，求予撤銷改判，核無理由，應予駁回。