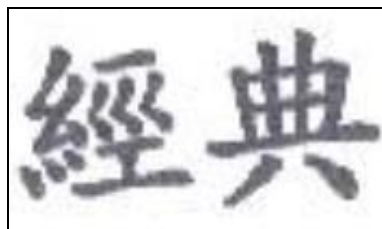


106100204 有關「經典」商標權侵害事件(商標法§95②)([智慧財產法院 105 年度刑智上易字第 89 號刑事判決](#))

爭點：以商業交易習慣將習知常用之文字作為商品品質、特性等說明，應不受他人註冊商標效力之拘束。

系爭商標

註冊第 1225285 號



第 5 類：嬰兒食品罐頭、嬰兒食用肉食果蔬罐頭、礦物質營養補充品、蟲草精、乳酸菌錠、魚肝油、藍藻粉、藍藻錠、抗氧化營養補充劑、魚油膠囊、鮭魚油丸、月見草油膠囊、人蔘精、靈芝精。

被告商標實際使用例¹



相關法條：商標法第 95 條第 2 款

案情說明

¹圖片來源：<https://www.flickr.com/photos/79185640@N00/5461326722/>（最後瀏覽日期：2017 年 9 月 13 日）

上訴人臺灣臺中地方法院檢察署檢察官因被告黃○○(係萬大酵素生物科技股份有限公司《下稱萬大公司》之負責人)違反商標法案件，不服臺灣臺中地方法院 104 年度智易字第 23 號判決，提起本件上訴。其公訴意旨略以：被告黃○○明知「經典」商標（下稱系爭商標），係佑谷生技醫藥有限公司（下稱佑谷公司）負責人王○○向經濟部智慧財產局申請經核准註冊之商標，指定使用於嬰兒食品罐頭、礦物質營養補充品等商品，詎黃○○基於於類似商品使用相同商標之犯意，未經前揭商標權人之同意或授權，自 101 年間起，在萬大酵素公司所生產之酵素膏產品包裝使用「經典」商標，有致相關消費者混淆誤認之虞，因認被告涉犯商標法第 95 條第 2 款之罪嫌。惟被告稱：「經典」為形容詞，不具商標識別性，難使人認知其為商標，且被告以之表示其商品之特性、品質說明，非作為商標使用，並無侵害系爭商標權之故意等語。

判決要旨

上訴駁回。

〈判決意旨〉：

- 一、按以文字作為指示及區別商品或服務來源的標識，是否具有識別性，應視該文字是否為既有的詞彙或事物，倘該文字為既有的詞彙，且該文字係習見或通常之用語，因該等文字原係公眾得自由使用之公共文化財，消費者通常不會將其視為指示及區別商品或服務來源之標識。簡言之，未具識別性之文字，不得為商標註冊；公眾也不會以商標視之，自不致有使相關消費者混淆誤認之虞。
- 二、「經典」二字為既有且通常之詞彙，指具有典範性、權威性的，經久不衰的萬世之作；或最能表現該行業的精髓的；最具代表性的；最完美的作品，具形容美善極佳，可以流傳久遠，成為後世模範之意，如「經典之作」、「經典名片」、「經典歌曲」，其字義上乃用以形容或表示商品之品質，且適用於各種商品，參照前開說明，「經典」二字應不具商標之特性，消費者通常不會將其視為指示及區別商品或服務來源之標識。縱系爭商標有商標授權書、「DJ

經典優生兒婦嬰用品館」廣告文宣、報紙報導等影本在卷可按，可資證明系爭商標於 95 年 9 月 1 日授權思葳亞生化科技有限公司（以下稱思葳亞公司）製造「經典嬰兒添加營養品」，並於 99 年 1 月前後，即有使用系爭商標販售「經典系列營養品」；然思葳亞公司使用系爭商標之情況缺乏實證，而「DJ 經典優生兒婦嬰用品館」廣告文宣載明限於員林店使用，亦僅有員林地區之「經典優生兒婦嬰用品館」一店家販售，報紙報導，則為「經典 e 世紀營養專家嬰兒營養品系列」之醫師代言遭投訴之報導。至證人○○○於原審證述其於 94 年前 1、2 年至 96 年間，在思葳亞公司任職，負責倉儲管理、出貨，其進入思葳亞公司之前，思葳亞公司已經有販售「經典營養品系列」商品，該產品均販售給臺中、臺北藥局及嬰兒房，其任職期間每月出貨量約有 2、30 箱以上等語，因與上開授權書所載授權日期不同，所述復無實證可佐，而難遽採；且「經典 SOD 蜂王乳」、「經典視寶」、「經典棗精」等商品文宣及外包裝、出貨單、統一發票發票、宅急便寄送執據、「Yahoo 奇摩超級商城」銷售「經典棗精」之帳款明細表及佑谷公司銷售合作契約書、系爭商標商品販售授權證書等，除出貨單、統一發票發票、宅急便寄送執據、銷售合作契約書、授權證書顯示日期均在本案案發後之 104 年間外，出貨單、統一發票銷售之「經典 SOD 蜂王乳」、「經典視寶」商品僅各 1 盒、3 盒，「Yahoo 奇摩超級商城」銷售「經典棗精」之帳款明細表所示，於 103 年間各月之銷售筆數，僅數筆至數 10 筆不等，系爭商標商品銷售數量尚微，均難認定系爭商標於已長期、廣泛行銷之事實，無以證明系爭商標於消費大眾已熟知，而足為辨識商品來源之商標。是被告辯稱使用「經典」二字作為其公司所生產酵素商品之說明，要非全然無據。

三、況萬大公司之經典酵素產品外包裝除有「經典」中文二字外，其下方並有「酵素」，佐以「經典酵素」旁之相同字義之英文「Classic Enzyme」，中英文字相互輝映，更見「經典」二字係「酵素」品質、特性之說明。此外，該酵素產品包裝盒另標示萬大公司於 96 年 12 月 1 日、97 年 7

月 1 日，分別指定使用於酵母、分解乳糖用酵素等（第 30 類），營養補助劑、醫療用營養食品等（第 5 類）獲准註冊之第 01290481 號「萬大」、第 01316311 號「萬大酵素」商標，有該等註冊商標之檢索資料在卷可按，足認被告於「經典酵素」產品上，已標示自己公司之註冊商標，以資區別該產品之來源為萬大公司，實無再使用他人註冊商標之需與必要。

四、「萬大酵素」相較於「經典」二字雖屬較小字體，但係置於包裝盒最上方且近中間之位置，標示清晰明顯可見。復觀市售常見飲料之包裝照片，其中「御茶園特上檸檬茶」瓶身正面之商標「御茶園」即以較小字體標示在最上方置中位置，商品名稱「特上檸檬茶」反為較大字體。又如「iseLect 香蕉牛乳」、「統一纖果食感蘋果果汁飲料」、「統一高鐵牛乳」之包裝，商標「iseLect」、「統一」以較小字體標示在最上方置中或偏左位置，而具有商品說明及商品名稱之「香蕉牛乳」、「纖果食感蘋果果汁飲料」、「高鐵牛乳」則均以較大字體顯現，可稽市售商品將描述或說明之文字以較大字體置於醒目位置，突顯商品品質或特色，確也屬商業使用商標之態樣。是縱被告使用「經典」二字於其酵素商品，其字體大於「萬大酵素」商標，亦不得據此驟認被告以「經典」二字作為商標使用之意。

五、萬大公司官方網頁之產品，除「經典酵素」外，另有「典藏靈芝酵素」、「五行藍藻酵素錠」、「晶彩酵素」等，而「經典」、「典藏」、「五行」、「晶彩」等文字均具說明或標榜商品之意，則被告稱上開文字乃代表萬大公司酵素之系列商品要非全然無據。另參萬大酵素商品之有機商店或藥局通路照片，均在店家門口、櫥窗或貨架擺設或張貼「萬大酵素」商標為標頭之旗幟或廣告海報，以表明商品來源係萬大公司，亦可見萬大酵素並無攀附系爭商標之情事。

六、綜上，足認被告於酵素商品外包裝盒使用「經典」二字，尚屬以符合商業交易習慣之商品說明，所辯使用「經典」二字乃作為商品之說明，非商標之使用，並無侵害系爭商

標權之故意，應堪信採。被告既欠缺使用「經典」二字作為商標之故意，即無商標法第 95 條第 2 款「於類似商品使用相同於註冊商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞」之主觀犯意，而不受系爭商標效力之拘束。公訴意旨所指被告涉犯商標法第 95 條第 2 款侵害商標權罪嫌，尚乏被告犯罪之積極證明，無從說服法院以形成被告有罪之心證；復查無其他積極證據可認被告確有公訴意旨所指之犯行，揆諸前開規定及說明，應依法為被告無罪之諭知。原審所為被告無罪之判決，其認事用法並無違誤，上訴人仍執前詞上訴，難認有理由，應予駁回。