

107060203 有關「睛靈 Smart Vision」商標權侵害事件(修正前商標法§81③《相當於現行商標法§95③》)([臺灣桃園地方法院 105 年度智易字第 13 號刑事判決](#))

- 爭點：1. 兩造商標是否混淆誤認之虞的判斷。
2. 商標文字的發想，有其緣由者，尚難認行為人主觀上選用近似之商標，有明知違反商標法之犯意。

系爭商標



申請日 98.08.13 (判決附件編號 1)

註冊第 1399996 號

第 9 類：眼鏡、眼鏡框、眼鏡架、眼鏡套、夾鼻眼鏡、太陽眼鏡、近視眼鏡、遠視眼鏡、散光眼鏡、平光眼鏡、隱形眼鏡、隱形眼鏡盒、眼鏡盒、眼鏡鏡片、運動用眼鏡、眼鏡及其組件、遮光用眼鏡、隱形眼鏡容器、光學鏡片、光學用鏡商品



申請日 102.01.24 (判決附件編號 2)

註冊第 1605035 號

第 35 類：眼鏡零售批發服務

被告使用商標例示¹



申請日 101.04.06 (判決附件編號 3)

註冊第 1563969 號

第 35 類：網路拍賣；百貨公司；百貨商店；便利商店；郵購；電視購物；網路購物；購物中心；化粧品零售批發；醫療器材零售批發；化學製品零售批發

相關法條：商標法第 97 條

案情說明

公訴意旨略以：被告吳○○、林○○於民國 101 年 5 月 8 日起，分別先後擔任址設桃園縣桃園市（現改制為桃園市○○區○

¹ 被告於 101.04.06 向智慧局申請註冊本件商標，專用期間為 102.02.01-11.01.31。

○○○街 00 號 8 樓之演色時尚光學股份有限公司（後更名為時尚光學股份有限公司，下稱演色公司）負責人及總經理；被告林○○則先後擔任該公司股東、負責人及董事長，其等均明知附件編號 1、2 所示之商標係告訴人視茂股份有限公司向經濟部智慧財產局申請註冊取得之商標權，指定使用於隱形眼鏡、眼鏡零售批發等商品或服務，且在專用期間內。詎被告吳○○、林○○竟共同基於同一或類似商品或服務，使用相似商標之犯意聯絡，於 101 年 5 月前之不詳時間起，在演色公司旗下各分店之實體店面、廣告傳單及 Facebook 網頁「eyeQ 睛靈粉絲團」處，未經視茂公司之同意或授權，將如附件編號 1、2 所示「睛靈」之商標圖樣，標示於演色公司之店內櫃架、招牌等處，或張貼於前開網頁處，以從事隱形眼鏡之銷售，並藉此方式侵害視茂公司之商標權。因認被告 2 人均涉犯修正前商標法第 81 條第 3 款之於同一或類似商品或服務使用近似商標罪嫌等語。

判決主文

吳○○、林○○均無罪。

〈判決意旨〉：

- 一、侵害商標權之商標是否近似、有無致相關消費者混淆誤認之虞等判斷，係以「告訴人註冊之商標」與「被告實際產品所使用之商標」為判斷基準。被告 2 人所經營之演色公司將「eyeQ 睛靈」商標使用於實體店面之櫃架、招牌、廣告傳單、官方網站及臉書粉絲專頁，並以隱形眼鏡專賣店自居；演色公司使用「eyeQ 睛靈」商標之眼鏡零售批發服務，與告訴人所享有如附件編號 1 所示「睛靈 SmartVision」商標權指定之「眼鏡、眼鏡組件」商品類別，應屬「類似之商品或服務」無訛；與告訴人享有如附件編號 2 所示商標權指定之服務，均屬「眼鏡零售批發」，而為「同一之商品或服務」。
- 二、被告 2 人所經營演色公司使用之「eyeQ 睛靈」商標，與告訴人申請註冊之「睛靈 SmartVision」並不近似，無致相關消費者混淆誤認之虞

(一)所謂商標構成相同或近似者，係指以具有普通知識經驗之一般商品購買人，於購買時施以普通所用之注意，就兩商標主要部分之外觀、觀念或讀音隔離觀察，有無引起混同誤認之虞以為斷，且應異時異地通體觀察，不得僅以對照比較為判斷之標準，縱令兩商標對照比較，能見異同，然隔離觀察其總體或主要部分，如不足以引起混同誤認之虞者，即非近似。而所謂有無致相關消費者混淆誤認之虞，則須考量商標識別性之強弱、商標是否近似暨其近似之程度、商品或服務是否類似暨其類似程度、先權利人多角化經營之情形、實際混淆誤認之情事、相關消費者對各商標熟悉之程度、商標之申請人是否善意、其他混淆誤認等因素（經濟部經授智字第 10120030550 號令修正發布「混淆誤認之虞」審查基準參照）。

(二)就「eyeQ 睛靈」、「睛靈 SmartVision」2 商標之圖樣觀之，兩者雖皆有「睛靈」等 2 中文字，然前者在各實體店面或廣告傳單上使用之字體略有不同，惟均非楷體，後者則係以楷體「睛靈」2 字作為註冊商標。此外，「eyeQ 睛靈」前另冠有「eyeQ」英文字樣，「睛靈 SmartVision」則有聲明不在專用之列之「SmartVision」英文字彙，兩者英文部分外觀、讀音、與中文部分之相對位置均顯然不同，且就語意而言，前者「eye」為眼睛之意，後加一字母「Q」，則係取其與英文「cute」諧音，為可愛之意，而後者「SmartVision」則有聰明的視力、眼光、意見等意含。另依卷附 eyeQ 睛靈廣告傳單、現場照片、網頁截圖等所示，演色公司均係使用完整之「eyeQ 睛靈」商標，未將中文及英文部分割裂使用。是以，上開 2 商標圖樣，除「睛靈」等 2 中文字以外，中文字體、英文字彙外觀、讀音、字體、語意、與中文部分之相對位置均不相似，縱我國係以中文作為官方使用語言，消費者或先注意中文部分商標，然英文在國人日常生活中使用亦相當普遍，且上開英文字彙均係國民教育階段得以習得之簡易單字，一般消費者應可輕易察覺其等相異之處，而無致相關消費者混淆誤認之虞。

三、被告 2 人主觀上均無於同一或類似商品或服務使用近似商標之犯意

(一)被告吳○○供稱：「eyeQ 睛靈」是我想出來的名字，當初只有講到「eyeQ」，「睛靈」兩個字是另外一個大股東提供的；我們之前就算過「eyeQ」運勢，加了「睛靈」後再算也蠻 OK 的，在算命方面我們都確認過之後就決定要使用，就先去註冊等語，佐以其於偵查中提出之 eyeQ 睛靈取名原由及算命網頁截圖等資料，合於國人於命名前，常以姓名筆劃數算命以求吉利之習慣，堪認屬實；再者，「eyeQ 睛靈」商標係用於隱形眼鏡專賣店，取名時自會先聯想到與「眼睛」、「視力」有關之中、英文字彙，且「睛靈」亦為「精靈」之諧音，「靈」本身也帶有靈活、靈動之意含，選用此等文字加以排列組合，發想出「eyeQ 睛靈」之商標名稱，並非不可想像，是被告吳○○是否明知市場上已有告訴人申請註冊之「睛靈 SmartVision」商標，而主觀上具有於同一或類似商品或服務使用近似商標之犯意，尚有疑問。

(二)據被告吳○○供稱：在申請註冊「eyeQ 睛靈」商標前，用「eyeQ 睛靈」在智財局檢索系統去搜尋我們認定使用的範圍等語，輔以前所認定被告吳○○係於 101 年 4 月 6 日申請註冊「eyeQ 睛靈」商標，並於商品類別 035 取得商標權，同時告訴人僅於商品類別 009 享有「睛靈 SmartVision」商標之商標權乙節，可知被告吳○○在申請註冊「eyeQ 睛靈」商標前，於所申請之商品類別 035 檢索，無從查悉告訴人已於商品類別 009 申請註冊之「睛靈 SmartVision」商標。且依證人盧○○證稱：智財局網站有提供一個檢索系統，申請人可以先去查相關的產品是否已經有其他人註冊類似商標；商標法並沒有規定申請人就申請使用類別以外的類別查核之義務等語，足見商標法並無要求申請註冊商標之人於其他申請使用之商品類別檢索之義務，而被告吳○○縱為經營隱型眼鏡通路之業者，仍非具有智慧財產法律專業或申請商標實務經驗之人，亦難期待其知悉應於相關之商品類別 009 檢索相似商標。從而，被告吳○○既係因信

賴其於檢索系統上查無相似商標之查詢結果，而於演色公司各實體店面之櫃架、招牌、廣告傳單、官方網站及臉書粉絲專頁等處使用「eyeQ 睛靈」商標，實難認為具有違反商標法之犯意。

(三)被告林○○係於演色公司已於上開各處所使用「eyeQ 睛靈」商標，且被告吳○○申請註冊「eyeQ 睛靈」商標審核通過，並經註冊公告後之102年5月30日始接任演色公司負責人，則其除上述理由外，更係基於信賴經濟部智慧財產局審核通過之註冊商標，而令演色公司繼續使用「eyeQ 睛靈」商標。是以，依卷內現存之事證，尚難遽認被告林○○有何於同一或類似商品或服務使用近似商標之犯意，亦無從認定其與被告吳○○間具有犯意聯絡。

四、綜上所述，依檢察官所提出之證據，在客觀上尚未達於通常一般人均不致有所懷疑，得確信其為真實之程度，因尚有合理懷疑存在，無從形成被告吳○○、林○○各為公訴意旨所指於同一或類似商品或服務使用近似商標犯行之有罪確信，基於無罪推定之原則，自應為被告 2 人均無罪之諭知，以昭審慎。