

107080201 有關「823 金門高粱」等商標權侵害事件(商標法§5、§95  
③、§36 I ①)(福建金門地方法院 106 年度智易字第 3 號刑事判決)

爭點：是否構成商標法第 95 條第 3 款之罪嫌，除以行為人有無故意  
為要件外，客觀上應自使用之整體態樣判斷有無致消費者混淆  
誤認之虞。

### 據以主張之系爭商標

823 金門高粱酒



註冊第 1515936 號  
指定使用於第 33 類高粱酒

金門

註冊第 774758 號  
指定使用於第 33 類高粱酒、大麴酒、蒸餾酒、  
藥酒、水果酒、清酒、威士忌、白蘭地。

註冊第 978354 號  
指定使用於第 33 類高粱酒、大麴酒、藥味酒、  
蒸餾酒、水果酒、清酒、威士忌、白蘭地、葡萄  
酒、伏特加酒、雞尾酒、五加皮酒、茅台酒、蘭  
姆酒、琴酒、杜松子酒、苦艾酒、人蔘酒、米酒、  
烈酒、飯前酒、開胃酒、利口酒、梨酒、蘋果酒、  
李酒、甜酒、汽泡酒、蛇酒、潘趣酒、果露酒。



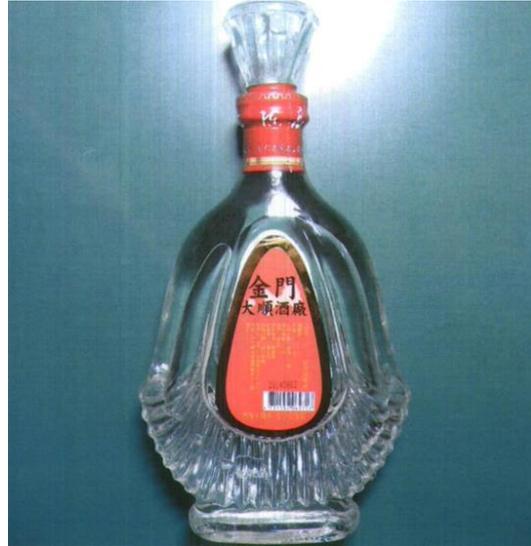
註冊第 1139405 號  
指定使用於第 33 類高粱酒。

被告實際使用例示 1<sup>1</sup>

被告實際使用例示 2<sup>2</sup>

<sup>1</sup> 圖片摘自 [https://images.google.com.tw/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fim01.itaiwantrade.com%2Fb3a747f6-8d91-434c-8e4b-63596e07000a%2FS\\_1343491-360x360.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fcn.taiwantrade.com%2Fproducts%2Flist%2F%25E9%2585%2592%25E7%25B2%25BE%25E9%25A5%25AE%25E6%2596%2599-63684-cateSupplier.html&docid=TqmQWSZIAobBPM&tbid=oN\\_gOMABIQGg5M%3A&vet=1&w=270&h=360&source=sh%2F%2Fim](https://images.google.com.tw/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fim01.itaiwantrade.com%2Fb3a747f6-8d91-434c-8e4b-63596e07000a%2FS_1343491-360x360.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fcn.taiwantrade.com%2Fproducts%2Flist%2F%25E9%2585%2592%25E7%25B2%25BE%25E9%25A5%25AE%25E6%2596%2599-63684-cateSupplier.html&docid=TqmQWSZIAobBPM&tbid=oN_gOMABIQGg5M%3A&vet=1&w=270&h=360&source=sh%2F%2Fim)，最後瀏覽日期：2018/07/13。

<sup>2</sup> 金門縣警察局 105 年 4 月 11 日金警刑字第 1050006507 號函附件。



相關法條：商標法第 5 條、第 95 條第 3 款、第 36 條第 1 項第 1 款規定。

### 案情說明

告訴人金門酒廠實業股份有限公司（下稱金酒公司）自民國 86 年起陸續取得註冊第 1515936、774758、978354、1139405 號「823 金門高粱酒」、「金門 KIN-MEN」、「金門」、「金門高粱酒 KINMEN KAOLIANG LIQUOR」商標，指定使用於高粱酒等商品。

被告陳○○係「金門大順酒廠股份有限公司」（下稱大順酒廠）負責人，未經金酒公司之同意或授權，於 101 年 11 月間，設計與金門酒廠之上開商標標圖案及文字相似之「金門大順酒廠八二三紀念高粱酒」標籤，並將「金門」兩字放大設計，以給予消費者特別明顯之印象，將上開標籤樣式交由不知情大陸地區福建省廈門市之印刷廠印製及委託不知情之大陸山東地區之製瓶廠製作金酒公司「金門高粱酒」樣式之玻璃瓶身。旋運輸至金門縣，將上開相似金酒公司商標之圖樣及文字標籤，黏貼在酒瓶，以「金門大順酒廠八二三紀念高粱酒」（下稱本案酒品）為名製造酒類商品後，於 101 年 11 月間至 105 年 4 月間，以每瓶新臺幣（下同）210 元至 240 元之價格，在我國販售，涉嫌違反商標法第 95 條第 3 款之商標致消費者混淆誤認之虞罪嫌。案經告訴

人向福建金門地方法院檢察署檢察官提出告訴，經檢察官提起公訴。

## 判決主文

陳○○無罪。

### <判決意旨>:

- 一、 被告固坦承其為大順酒廠負責人，其有於 101 年 11 月間，設計本案酒品標籤，並將「金門」兩字放大設計，將上開標籤樣式交由不知情大陸地區福建省廈門市之印刷廠印製及委託不知情之大陸山東地區之製瓶廠製作玻璃瓶身。並將玻璃瓶運輸至金門縣，將上開標籤，黏貼在酒瓶，以「金門大順酒廠八二三紀念高粱酒」為名製造酒類商品後，於 101 年 11 月間至 105 年 4 月間，以每瓶 210 元至 240 元之價格販售之事實，惟堅詞否認有何違反商標法第 95 條第 3 款之犯行，辯稱：伊所生產之產品都沒有與金門酒廠的產品相似，伊的產品都用很大的字體標示「金門大順酒廠」，有喝酒的人都可以知道我們的產品和金門酒廠的不同，我沒有主觀上的犯意，雖金門二字有比較大，但也只是稍微大而已，主要是要寫公司的名稱在產品上，且從紙箱、提袋、外包裝、酒瓶均有載明「金門大順酒廠」等語。辯護人為被告辯護稱：被告商品標籤之內之「金門」二字是用來標示商品製造商的名稱，不是作為商標使用，且因金門、大順酒廠兩行字體緊密排列，字體顏色及字形均相同，字體大小之差距沒有很巨大，一般消費者並不會忽略下行大順酒廠四個字，另商標法第 95 條第 3 款之構成，須被告主觀上有犯罪之故意、侵害他人商標之不法意圖，但本件被告主觀上並無侵害告訴人商標之不法意圖；如有故意使消費者誤認的意圖，理應在系爭商品上盡量隱藏金門大順酒廠名稱。惟事實上，從商品外盒、瓶身正面與背面標籤、瓶口密封條等位置處處可見金門大順酒廠、或金門大順酒廠股份有限公司以及大順之公司名稱，顯然被告並沒有侵害告訴人商標的意圖，是客觀上及主觀上被告並無違反商標法第 95 條第 3 款之構成要件等語。

二、按以符合商業交易習慣之誠實信用方法，表示自己之姓名、名稱，或其商品或服務之名稱、形狀、品質、性質、特性、用途、產地或其他有關商品或服務本身之說明，非作為商標使用者，不受他人商標權之效力所拘束，商標法第 36 條第 1 項第 1 款亦可資參照。次按商標之作用，乃在表彰商標權人所生產、製造、加工、揀選、批售或經紀商品之來源，使一般購買者認識該商標之商品，並藉以區別該商品之來源及其品質信譽，並使商標權人得因其商標商品，而在市場上建立其品牌之優越性而獲致應有之利潤，間接促使商標權人願投入更多經費與人力從事研究發展，商標法第 95 條及第 97 條乃係對於侵害他人商標權之行為所為之處罰規定，係以「明知於同一商品或類似商品，使用相同或近似於他人註冊商標而販賣者或意圖販賣而持有」，為其犯罪構成要件。易言之，行為人主觀上必須具有故意之不法意圖，而其客觀上則必須於同一或類似商品，使用相同或近似於他人註冊商標之圖樣者，始足該當。商標法第 95 條第 3 款之罪，係以未得商標權人同意，為行銷目的，於同一或類似之商品或服務，使用近似於註冊商標，有致相關消費者混淆誤認之虞為要件，故行為人在其製造之同一商品或類似商品上所使用之商標圖樣，並非原廠製作之商標圖樣，而出於行為人之擅自仿冒，足使一般人對該商品之來源與信譽發生混淆者，始足當之。所謂商標之使用，依商標法第 5 條規定：「商標之使用，指為行銷之目的而有下列情形之一，並足以使相關消費者認識其為商標：一將商標用於商品或其包裝器。…」，因之，商標之使用須滿足使用人係基於行銷商品或服務之目的而使用、需有使用商標之行為及需足以使相關消費者認識其為商標等情。又判斷商標之相同或近似，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，有無引起混淆誤認之虞，故採異時異地隔離觀察原則。……前開第 95 條第 3 款規定將商標近似及商品或服務及混淆誤認之虞併列，即係將此兩個參酌因素作為構成要件，二者必須具備，以作為衡量商標衝突之主要判斷標準。

- (一) 本案酒品內裝商品照片，經經濟部智慧財產局於審查後，雖認為其瓶面標籤上方之「金門大順酒廠」字樣，係以「金門」與「大順酒廠」字樣上下排列，且將「金門」兩字放大設計，給予消費者特別明顯之印象，與金門酒廠實業股份有限公司註冊之商標相較，皆有給予消費者印象深刻之「金門」兩字，以具有普通知識經驗之消費者，於購買實施以普通之注意，極可能誤認二者來自同一來源之，或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似之商標，且均使用於同一或類似之高粱酒等商品，依行政審查觀點，應有使相關消費者發生混淆誤認之虞。至實際是否構成侵害商標權，宜由司法權責機關參酌當事人雙方主張之事實及相關證據資料，並依一般社會通念、消費者之客觀認知等相關事證，逕依職權卓處，此有經濟部智慧財產局 105 年 5 月 5 日 (105) 智商 20438 字第 10580236900 號函在卷可稽。是上揭經濟部智慧財產局函文中就此部分，係行政機關基於行政審查之觀點所為，本無拘束司法偵審機關於司法判斷之效力，是前揭函文自不得作為本案認定之唯一依據，先予敘明。再者，金門高粱酒享譽國際，多數人對於金門的印象，多有出產高粱酒一事，是函文中所指「極可能誤認二者來自同一來源」對消費者而言，亦不排除該酒係源於金門地區，而非全然來自於告訴人公司。
- (二) 依被告所提與扣案物相同之本案酒品之酒瓶、包裝盒、提袋、紙箱（因扣案物目前在臺中地檢署，然因經費問題及郵局拒收液體物品，臺中地檢署無法移轉扣案物，此有本院 107 年 1 月 18 日電話紀錄在卷可稽，附此敘明。）勘驗結果……可知被告所生產販售之本案酒品，其提袋上之「金門名產」、瓶身標籤正面上「金門大順酒廠」等字樣，係連續表示，並未有特別放大、特殊設計或隱匿「大順酒廠」而認一般消費者誤以為係告訴人公司生產之虞，應屬符合商業交易習慣之誠實信用方法表示產地說明或產製者名稱之說明性文字，難認作為商標之使用，縱使標籤上「金門」2 字與告訴人所註冊如附件 1 至 4 所示之商標有相同之「金門」2 字，亦不得據此認定被告有侵害告訴人前揭商標之犯意。再者，被告所經營之公司名稱即為「金

門大順酒廠股份有限公司」，且生產地亦在金門，故其於酒瓶等物上標示「金門」2字亦難認有侵害告訴人前揭商標之犯意。

(三) 如附件3所示之「金門」2字雖已由告訴人於85年5月29日申請註冊商標，並於86年6月1日審定公告，然依現今社會通念及一般消費者之客觀認知，當知出售酒類已非政府壟斷專賣，且因應社會潮流，原由政府公賣酒類之相關國營事業早經改組民營化，並與其他製酒公司於經濟交易市場自由競爭，為避免僵固維護商標註冊權利人之排他權利結果，對未及註冊但於市場已表彰來源之商標造成過度限制，反而形成不公平競爭，若有附加適當之區別標示，使具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，即可區別二商標之商品並非同一來源時，自無過度限制之必要。本案被告所生產銷售之本案酒品內裝商品正面，已緊連於「金門」2字底下標示「大順酒廠」，亦標示出該項酒品名稱為「八二三紀念高粱酒」，復標示有金門大順酒廠股份有限公司及其「大順」公司商標，於瓶口塑膠封膜密封處亦有金門大順酒廠之標示，當不致使一般消費者誤認二商標之商品來自同一來源，自難僅憑「金門」2字，而遽認被告2人主觀上係明知於同一商品或類似商品，使用相同或近似於他人註冊商標而販賣，或意圖造成消費者混淆誤認之不正競爭，是核與商標法第95條之構成要件不符，尚難遽以違反商標法之罪責相繩。

(四) 末查，公訴意旨認被告委託不知情之大陸山東地區之製瓶廠製作告訴人公司「金門高粱酒」樣式之玻璃瓶身等語，然依告訴人公司所提之「823金門紀念酒」、「台灣金門高粱酒(93年版)」、「台灣金門高粱酒(98年版)」，於98年後以專銷往大陸地區，此亦經證人即告訴代理人楊○○證述在卷，且告訴意旨所謂之「金門高粱酒」樣式之玻璃瓶身亦未有專利或其他智慧財產之註冊，是無法據此認定被告有違反商標法第95條第3款之行為。

三、綜上所述，被告所生產銷售之本案酒品，客觀上無致相關消費者產生混淆誤認之虞，且被告主觀上無侵害告訴人如附件1至4所示商標圖樣之故意。從而，公訴意旨所指被告涉犯

商標法第 95 條第 3 款侵害商標權罪嫌之證據，均尚未達於通常一般之人均可得確信而無合理之懷疑存在之程度，無法使本院形成被告有罪之確信心證。則被告是否有侵害商標權之行為，容有合理之懷疑存在。揆諸首揭說明，本於「罪證有疑，利歸被告」之證據法則，既不能證明被告犯罪，自應為無罪之諭知，以示審慎。