

108060101 有關「TutorABC」商標權侵害事件一(商標法§69 I III、公平交易法§29-31) ([智慧財產法院 107 年度民商上字第 1 號民事判決](#))

爭點：

1. 判斷是否構成商標侵害，應以被控侵權之被告實際使用商標情形，作為比對基礎。
2. 對於先天識別性不高之商標，一旦因使用而達於著名，其於侵權判斷上之標準為何？

系爭商標（附圖一商標）

編號	註冊號	申請日	註冊日	商標圖樣	類別
1	01281166	095/08/04	096/09/16		35、41、42
2	01278886	095/08/04	096/09/01		35、41、42
3	01278887	095/08/04	096/09/01		35、41、42
4	01350634	096/12/27	098/02/16		35

被告註冊之商標圖樣（附圖二商標）



註冊第 1589807 號

第 41 類：各種書刊、雜誌、文獻等之出版、查詢、訂閱、翻譯；各種書刊、雜誌、文獻之出版、發行；……電台育樂節目之策劃、製作；錄影帶編輯、標示字幕說明服務。

本件商標不就「空中家教」文字主張商標權

相關法條：商標法第 68 條第 3 款、第 69 條第 1、3 項、第 70 條第 1、2 款；第 71 條第 1 項第 2、3 款；公平交易法第 25、29、30、31、33 條；公司法第 23 條第 2 項；民法第 28、195 條。

案情說明

上訴人麥奇公司於 93 年成立，為國內最早且規模最大的線上英語教學平台，其所成立之 iTutorGroup 集團，旗下有 TutorABC（線上英語教學網站）、TutorABCjr（線上兒童英語教學網站）、TutorMing（線上華語教學網站）等品牌，市值超越 10 億美元，麥奇公司並自 95 年申請取得附圖一商標（下稱系爭「TutorABC」商標）及陸續註冊取得一系列含有「Tutor」在內之系列商標，經麥奇公司長期大量使用於線上英語教學，系爭「TutorABC」商標已成為著名商標，消費者及競爭對手均以「Tutor」稱呼麥奇公司，「Tutor」對於一般消費者具有高度的識別性，且係指向麥奇公司。空中美語公司原僅從事「廣播」英語雜誌與教學，遲至 101 年才投入線上美語教學市場，卻不思自創品牌，竟自 101 年 11 月起，使用與系爭「TutorABC」商標高度近似之 Tutor4U 標識、「Tutor4U」商標（如附圖二所示）、「<http://www.tutor4u.com.tw>」網域名稱（下稱系爭網域名稱），並抄襲麥奇公司之網頁設計，不僅造成消費者嚴重混淆誤認，且使得 TutorABC 著名商標原本指向麥奇公司之單一特定來源功能減弱，變成複數指向，弱化 TutorABC 商標之識別性。又空中美語公司之消費者提出消費爭議申訴，竟誤以為 Tutor4U 就是 TutorABC 而檢舉麥奇公司，使麥奇公司受不當或錯誤評價，自有減損系爭「TutorABC」商標信譽之虞。再者，空中美語公司一再刊登惡意轉址廣告，除造成不公平競爭外，亦係以違反商業倫理方式宣傳 Tutor4U，影響系爭「TutorABC」著名商標之社會評價，空中美語公司攀附麥奇公司著名商標商譽之搭便車行為，除侵害麥奇公司商標權，亦影響交易秩序及顯失公平。空中美語公司之侵害行為屬不斷侵害，麥奇公司之請求並未罹於時效，縱罹於時效，麥奇公司亦可依民法第 197 條 2 項規定請求返還不當得利，另麥奇公司對公司負責人胥○○之消滅時效為 15 年自無罹於時

效可言。Tutor4U 品質不佳致有消費者向麥奇公司客訴，且空中美語公司惡意轉址，均導致麥奇公司信譽嚴重受損，應將判決書部分內容登報以回復麥奇公司名譽。爰就空中美語公司 101 年 11 月至 106 年 12 月之行為，依商標法第 69 條第 1、3 項、公平交易法（下稱公平法）第 29、30、31、33 條，公司法第 23 條第 2 項，民法第 28 條、第 177 條、第 179 條、第 197 條第 2 項、第 195 條規定，提起本件請求。

空中美語公司則抗辯並未構成商標法第 68 條第 3 款侵害商標權行為，亦未構成商標法第 70 條第 1、2 款視為侵害商標權行為，且其主觀上並無故意、過失可言。

判決主文

原判決關於：(一)命空中美語文教事業股份有限公司不得使用其他相同或近似於「TutorABC」、「Tutor jr 」著名商標之名稱或網域名稱部分，及該部分假執行之宣告；(二)命空中美語文教事業股份有限公司、胥○○連帶給付超過新臺幣參佰萬元本息部分，及該部分假執行之宣告；暨各該訴訟費用之裁判，均廢棄。

上開廢棄(一)(二)部分，麥奇數位股份有限公司在第一審之訴及假執行之聲請均駁回。

空中美語文教事業股份有限公司、胥○○其餘上訴駁回。

麥奇數位股份有限公司上訴及追加之訴均駁回。

第一、二審訴訟費用，關於麥奇數位股份有限公司上訴及追加之訴部分，由麥奇數位股份有限公司負擔；關於空中美語文教事業股份有限公司、胥○○上訴部分，由空中美語文教事業股份有限公司、胥○○連帶負擔十分之四，餘由麥奇數位股份有限公司負擔。

<判決意旨>

一、麥奇公司之損害賠償請求權並未罹於時效消滅

- (一) 公司法第 23 條第 2 項所定連帶賠償責任，係基於法律之特別規定而來，並非侵權行為上之責任，故消滅時效，應適用民法第 125 條規定之 15 年時效期間（最高法院 102 年度台上字第 1277 號判決可資參照）。
- (二) 因侵權行為所生之損害賠償請求權，自請求權人知有損害及賠償義務人時起，2 年間不行使而消滅。自有侵權行為時起，逾 10 年者亦同。民法第 197 條第 1 項定有明文。所謂「知有損害」，加害人之侵權行為如連續（持續）發生者，被害人之請求權亦不斷發生，則該請求權之消滅時效亦應不斷重新起算。因此，連續性侵權行為，於侵害終止前，損害仍在繼續狀態中，其消滅時效自應俟損害底定後起算（最高法院 97 年度台上字第 2739 號、96 台上字第 188 號、91 台上字第 2507 號、86 台上字第 1798 號判決意旨參照）。空中美語公司自 101 年 11 月起即使用系爭網域名稱及「Tutor4U」商標行銷其線上英語教學服務至本件原審判決後之 106 年 11 月底，空中美語公司既對外持續以「Tutor4U」作為其線上英語教學服務品牌刊登廣告、於展覽會場行銷線上教學課程、於線上教學介面以該商標對學員提供服務，其加害行為及結果自屬持續不間斷發生，該不法侵害行為與損害結果在現實上無法相互區別，非各自獨立存在，此種連續性侵權行為，與一般製造或販賣仿冒商標商品之加害行為、損害結果可以分割不同，故其消滅時效應自 106 年 11 月底停止侵害麥奇公司商標權時起算，是本件麥奇公司對空中美語公司之損害賠償請求權亦未罹於時效消滅。

二、系爭「TutorABC」商標在線上英語教學領域為著名商標：

- (一) 在商標侵權事件中，著名商標之認定時點，應以侵權行為時間為認定。

(二) 麥奇公司為我國首間投入線上英文教學之企業，麥奇公司成立之 iTutorGroup 集團，旗下有 TutorABC (線上英語教學網站)、TutorABCjr (線上兒童英語教學網站)、TutorMing (線上華語教學網站) 等品牌，於 103 年獲得國際級投資機構投資 33 億元、於 104 年獲得投資 66 億元，公司市值超越 330 億元，表現深獲市場肯定。iTutorGroup 於 101 年獲美國雜誌《紅鯡魚》(RedHerring) 評選為全球創新 100 強企業；於 103 年獲中國最大電子商務集團阿里巴巴、新加坡淡馬錫及啟明創投投資 33 億元；創辦人於 104 年被高盛集團選為當年全球百大魅力企業家(亞洲唯一入選企業)；於 104 年獲新加坡政府投資公司、中俄基金、高盛、銀翎資本投資 66 億元，在全球 60 個國家、80 個城市擁有 4,500 多位外籍顧問，近年已提供超過 1,000 萬堂線上教育課程等情，有麥奇公司登記資料影本、TutorABC、TutorABCjr 及 TutorMing 網頁影本、iTutorGroup 集團網站網頁、相關新聞報導附卷可參。麥奇公司陸續自 96 年起在我國取得包括本件系爭「TutorABC」商標在內之 Tutor 系列註冊商標，均仍在權利期間內，且在世界各國，包括中國、日本、韓國、美國，均取得 Tutor 系列商標之註冊，麥奇公司之關係企業香港麥奇集團公司亦持續向經濟部智慧財產局(下稱智慧局)申請 Tutor 系列商標，另本院 102 年度民商上字第 3 號民事判決肯認本件系爭「TutorABC」商標為著名商標，智慧局編製著名商標名錄亦將「TutorABC」列為著名商標。堪認麥奇公司長期、不間斷地於我國投資龐大廣告費用，透過諸多平面、電子媒體行銷，至遲於 98 年間，早已為「線上英語教學領域」之「相關」消費者所熟知而已成為著名商標，且至今仍因其持續大量使用而保持其著名性，然其

著名性只在「線上英語教學領域」，認未到達「一般」消費者均普遍認知之著名程度。

三、關於侵害商標權部分：

(一) 商標識別性之強弱

「Tutor」為「家教」、「家庭教師」、「私人教師」之意，故系爭「TutorABC」商標依其字面意義雖有「家庭教師教ABC」、「英文家教」的意思，但與其所註冊指定之第35、41、42類之廣告企劃等等（詳其註冊證所示），並無直接關聯性，又其指定使用在第41類補習班、語文補習班、才藝補習班等教學服務領域，所謂的「補習班」無法直接理解為「家教」，又系爭「TutorABC」商標使用在其所著名之線上英語教學領域，亦非直接服務之描述，因為「Tutor」（家教）依吾人通常之理解，指的是私人老師與學生在特定場所（老師到府，或學生至老師家中），以1對1或1對2之方式進行教學，然麥奇公司之線上英語教學服務，係以網路串聯教師與學員，使兩者可在不同處所（甚至不同國家）即時互動學習，而「TutorABC」提供之課程不只有1對1課程，還有1對多之小團體班，及大講堂課程，此種學習方式與吾人所理解之「家教」不同，尤其是小團體班及大講堂課程，無法稱之為「家教」，此外，「TutorABC」課程不是只有「真人教學服務」，其線上學習平台還有提供許多英語資源可以自行進行線上學習，此更無法稱之為「家教」。因此，系爭「TutorABC」商標使用於其所著名之「線上英語教學」服務，仍必須運用一定程度的想像、思考，才能領會到若是選擇「1對1」課程學習英文，形同聘請家庭教師到府教英文，由此可知，「TutorABC」並非對線上英語教學服務之服務內容、提供方式、提供態樣的「直接描述說明」，而必須再稍微的運

用一下想像力才能領會，自堪認系爭「TutorABC」商標應為暗示性商標，具有先天識別性，但先天識別性不像獨創性標識這麼強。再者，系爭「TutorABC」商標經過麥奇公司長期、大量、廣泛使用，已經在相關消費者間建立高度的知名度，而成為著名商標，業如前述，因此其原本先天不強的識別性，也因為後天行銷而建立起後天高度識別性。準此，系爭「TutorABC」商標識別性極高，他人稍有攀附，即可能引起相關消費者產生混淆誤認之虞。

(二) 「Tutor4U」商標與系爭「TutorABC」商標構成近似且近似程度不低：

1. 「TutorABC」商標（見附圖一），是由略經設計之橫書英文「TutorABC」所構成，其中，附圖一編號1「TutorABC」之「Tutor」設計為紅色，「ABC」設計為深藍色；附圖一編號2「TutorABC」商標之英文字母「O」設計為一右側掛置單邊耳掛式耳機麥克風圖樣，英文字母「C」設計為右側缺口結合地球橢圓型圖樣，且整體字母為深藍色；附圖一編號3為未經設計的墨色英文字串「TutorABC」；附圖一編號4「TutorABC」商標之英文字母「O」設計為一右側掛置單邊耳掛式耳機麥克風圖樣，另在「TutorABC」下方置一極小的英文字串「ENGLISH@NYTIME, ANYWHERE」。由上可知，系爭「TutorABC」商標彼此間雖有細部設計之差異，但在字母「O」、「C」所為之上開圖形設計，予人印象仍未逸脫字母「O」、「C」之表示態樣，至於極小的「ENGLISH@NYTIME, ANYWHERE」英文字串因為字體過小，紅色、藍色的設色差異也只是微小變化，都無法在消費者心中留下深刻印象，因此系爭「TutorABC」商標，整體呈現在外予人之寓目印象，應該都是可清晰辨認之「TutorABC」，又麥奇公司以「Tutor」為商標一部分申請了大量「Tutor」系列商標，而形成「Tutor」系列商標指向麥奇公司之印象，故相關消費者見到系爭「TutorABC」商標，自然會以「Tutor」作為主要識別部分。

2. 附圖二「Tutor4U」商標，是由天空藍色字體之外文單字「Tutor」與黑色中文「空中家教」上下排列，右置黃橘色漸層箭頭包圍深藍色「4U」所組成。其中「空中家教」經聲明不專用，其占整體商標圖樣極小，無法發揮區辨商品服務來源作用，相關消費者會對之施以較小之注意。又「Tutor4U」商標並不是把「Tutor4U」以一樣大小之文字商標方式呈現，而是將「4U」以黃橘色箭頭包圍，使人一望即可見明顯的「Tutor」字樣。
3. 系爭「TutorABC」商標與「Tutor4U」商標相較，在外觀上，均有「Tutor」字樣，且該「Tutor」佔「TutorABC」及「Tutor4U」商標之比例均高達三分之二，僅「ABC」與「4U」之差異，而系爭「TutorABC」商標既以「Tutor」作為主要識別部分，「Tutor4U」商標予人印象也因其商標設計方式而使人明顯可見「Tutor」字樣，則兩者在外觀上予人視覺感受自然差異不大；在讀音上，兩商標之起首英文詞彙皆為「Tutor」，念讀均相同，而空中美語公司亦自陳「Tutor4U」之數字「4」係取自「for」之讀音之諧音文字，「Tutor4U」之整體唸讀應為「Tutorforyou」，則兩商標即使因有字尾「ABC」與「4U」之差異，然整體連貫唱呼差異性不大，是兩商標之讀音亦相彷彿；就觀念而言，兩商標均有引人印象深刻的「Tutor」，系爭「TutorABC」商標傳達的觀念為「家庭教師教ABC」、「英文家教」的意思，而「Tutor4U」之諧音傳達「家教只為你」之意涵，觀念上有若干近似。據上，整體觀之，兩商標無論在外觀、讀音、觀念均有相仿之處，於異時異地隔離觀察或實際交易連貫唱呼之際，不易區辨，若標示在相同或類似的服務上時，以具有普通知識經驗之消費者，於異時異地隔離觀察或於購買時施以普通之注意，可能會誤認二者來自同一來源之系列服務，應屬構成近似之商標，且近似程度不低。

- (三) 商品、服務是否類似暨其類似之程度：系爭「TutorABC」商標指定使用於第35、41、42類服務，「Tutor4U」商標則使用於第41類服務，且兩造均自述實際從事線上英語教學服務，及卷內諸多事證亦顯示兩商標確實經使用於線

上英語教學服務。故兩商標所指定使用之服務間，應屬構成同一或高度類似之服務。

(四) 實際混淆誤認之情事：

1. 觀之原證 20 公證書錄音譯文所示：「來電者：你好，請問 TutorABC 嗎？…來電者：你這裡不是 TutorABC 嗎？客服人員：對，我們這邊是 TutorABC，但是目前是查不到您女兒的資料。…來電者：你們沒有這支電話？客服人員：我們是 TutorABC。來電者：跟 Tutor4U 有沒有一樣？客服人員：我們這邊是 TutorABC 哦。來電者：跟 Tutor4U 不是一樣？客服人員：什麼？來電者：Tutor4U 啊。客服人員：不一樣、不一樣。來電者：你有聽過 4U 嗎？Tutor4U 耶？客服人員：對，4U 是別家、別家課程，我們這邊是 TutorABC。來電者：好，抱歉、抱歉，打錯了。」；原證 21 公證書錄音譯文所示：「來電者：你好，不好意思，那個我們想要退課程。…來電者：是付了、已經上了快一年了吧。…來電者：你們是 TutorABC、Tutor4U 嗎？客服人員：不是，我們是 TutorABC。」；原證 22 公證書錄音譯文所示：「來電者：你好，我是你們、那個 Tutor4U 的會員。…客服人員：這支電話沒有查到您的資料哦，您說您是在哪裡看到我們的訊息呢？…客服人員：不好意思，我們這裡是 TutorABC，您說您是我們的學員嗎？來電者：我是 Tutor4U，不是同一個嗎？客服人員：不好意思，我們是不同的公司，您是看到我們在 Facebook 上的訊息來電的是不是？來電者：對。客服人員：好，因為、您要不要再確認一下他們的電話，因為這支是我們的客服專線。」，以上可知，確實有消費者將「Tutor4U」誤認為「TutorABC」。
2. 105 年 9 月間，有消費者劉○○向台北市政府申訴麥奇公司消費爭議，劉○○為「Tutor4U」之會員，有空中美語公司之發票可證，然其卻向台北市政府檢舉麥奇公司，依原證 30 公證書麥奇公司客服電話錄音所示，第一、二段為麥奇公司客服人員致電劉○○詢問上開消費爭議申訴事件，受話者為劉○○之母，客服人員表示找不到劉○○會員資料，其母提供其他行動電話號碼，但客服人員仍找不到會

員資料，第三段錄音則是客服人員與劉○○之對話，客服人員稱：「您好，我這邊是 TutorABC 客服中心…我們都查不到資訊…」，劉○○回答：「怎麼可能」，經再提供電話查詢後仍查不到，劉○○問：「你們那裡是空中美語嗎？」，客服人員答：「不是，我們是 TutorABC，我們是線上…」，劉○○：「對阿，我的也是阿」，第四段錄音是麥奇公司再次致電劉○○，劉○○稱：「對，我要跟你說抱歉。」、「就是申訴錯間了，我要申訴是 Tutor4U…我媽要申訴 Tutor4U」，由上可知，確實有「Tutor4U」消費者誤認為所購買之課程為「TutorABC」而向台北市政府申訴麥奇。

3. 此外，陳○○、林○○為「Tutor4U」學員，此為空中美語公司所不爭執，其等於 106 年 5 月 13 日、107 年 1 月 29 日因無法登入「TutorABC」網站而致電麥奇公司客服請求協助，依公證書錄音譯文所示，其中陳○○與麥奇公司客服人員對話：「客服人員：一般劃位，TutorABC。陳○○：對對對對，Tutor4U 啦。客服人員：哦？你是，Tutor4U？陳○○：嗯。客服人員：你現在打到的是 TutorABC 的客服耶。陳○○：真的假的？」，林○○與麥奇公司客服人員對話顯示：「林○○：您好，我想請問一下那個 TutorABC 他的網站是不是介面有換阿？客服人員：是，沒有錯，我們換了快一年了。您本身是我們會員嗎？林○○：對。客服：這支電話我查詢不到耶，您這邊是我們 TutorABC 的會員嗎？林○○：對阿。客服人員：那您當時留下的電話是這一支？林○○：嗯。請問 Tutor4U 跟這個一樣嗎？客服人員：不一樣喔。我們是不一樣的公司」，益證「Tutor4U」會員有誤認情事。

(五) 相關消費者對各商標熟悉之程度：

系爭「TutorABC」商標註冊及使用日期遠早於「Tutor4U」商標，若單純以使用時間長短而言，依常情相關消費者自應對註冊及使用在先的「TutorABC」商標較為熟悉，且「TutorABC」已成為著名商標，相關消費者對「TutorABC」商標當有相當大之熟悉程度。

本院認卷內證據不僅無法證明「Tutor4U」商標已達著名程度，且亦無法證明相關消費者對「Tutor4U」商標已有相當程度之熟悉而可以區辨與「TutorABC」為不同來源，經兩相比較後，仍應認相關消費者對系爭「TutorABC」商標較為熟悉，而應給予較大之保護。

(六) 空中美語公司使用「Tutor4U」商標並非善意：

空中美語公司自 101 年間始跨足從事線上英語教學服務，在此之前，麥奇公司已註冊包含本件系爭「TutorABC」商標在內的多個「Tutor」系列商標，且已大量行銷使用，空中美語公司對此應知之甚詳。而空中美語公司向來所使用者為以「English」為主體的「A+English」、「English4U」、「EnglishDigest」系列商標，其依據讀者不同程度，以「English」為主體，再加上「Digest」、「4U」、「A+」，空中美語公司並自承於 1999 年就申請網域名稱「english4u.net」作為官方網址，於 2002 年申請網域名稱「english4u.com.tw」作為官方 email 網址，空中美語公司既然自稱為「空中美語集團」，則於 101 年跨足線上英語教學領域時，何以不繼續沿用其成立 30 年來建立起之「English」系列商標，而採用與其毫無淵源之「Tutor」詞彙？顯然空中美語公司為快速進入線上英語教學領域，不無攀附系爭「TutorABC」商標之意圖，是其使用「Tutor4U」商標於線上英語教學等服務難謂出於善意。

(七) 先權利人多角化經營之情形：

麥奇公司除了經營線上英語教學外，其領域亦擴及線上漢語教學及數學教學，有麥奇公司官方網頁資料附卷可參，足見麥奇公司有多角化經營情事。

(八) 衡酌系爭「TutorABC」商標因麥奇公司長期、廣泛行銷使用，在線上英語教學領域已成為著名商標，識別性極強，

系爭「TutorABC」商標與「Tutor4U」商標相較，兩者應屬構成近似之商標且近似程度不低，兩商標所指定使用之服務構成同一或高度類似，相關消費者對於系爭「TutorABC」商標較為熟悉應給予較大之保護，空中美語公司使用「Tutor4U」商標並非出於善意，且依麥奇公司所提事證可證明有實際混淆誤認情事，麥奇公司並有多角化經營情形，經綜合審酌後，本院認為，空中美語公司使用「Tutor4U」商標，有致相關消費者誤認為與系爭「TutorABC」商標為同一商標，或極有可能誤認兩商標之商品／服務為同一來源之系列商品／服務，或誤認兩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，自有使相關消費者產生混淆誤認之虞，而構成商標法第 68 條第 3 款之侵害商標權。

四、視為侵害商標權部分：

(一) 減損著名商標識別性或信譽之虞部分：

有關著名商標淡化之規定，依最高法院 105 年 11 月份第 1 次庭長法官聯席會議決議，認商標法第 30 條第 1 項第 11 款後段所述著名商標之淡化，其著名程度應解釋為超越相關消費者而臻「一般消費者」普遍認知之程度，與同款前段混淆誤認之虞規定僅限於「相關消費者」不同。本院認，在同一部法令中，基於同一用語同一內涵之法理，於商標侵權爭議事件中，亦應為相同之解釋，是商標法第 70 條第 1、2 款減損著名商標識別性或信譽之虞的視為侵害商標權行為，所保護之著名商標，亦應達到一般消費者所普遍認知之高度著名程度，始足當之。查系爭「TutorABC」商標雖在線上英語教學領域為該領域相關消費者所熟知而已著名，然其著名性尚未達到我國一般消費者均普遍認

知之程度，因此並無商標法第 70 條第 1、2 款減損著名商標識別性或信譽之虞規定的適用。

(二) 致相關消費者產生混淆誤認之虞部分：

系爭「TutorABC」商標為著名商標且為註冊商標，麥奇公司並已註冊「www.tutorabc.com」、「www.tutorjr.com」、「www.tutorming.com」網域名稱，然空中美語公司網域名稱「www.tutor4u.com.tw」使用系爭「TutorABC」著名註冊商標中之「tutor」文字，將會使相關消費者誤認為其與麥奇公司有關，自有致相關消費者產生混淆誤認之虞，自構成商標法第 70 條第 2 款之視為侵害商標權。

五、 損害賠償之計算：

本院認麥奇公司已證明受有損害，但無法證明其損害額，自應依民事訴訟法第 222 條第 2 項規定酌定其賠償額。爰審酌本件兩公司所提供之服務性質為線上語言教學服務，依該產業之經營模式，商標所占消費者最終是否決定購買課程之因素不高，且空中美語公司係正當經營業務，並無以故意標榜為麥奇公司 Tutor 集團方式欺騙消費者，若以麥奇公司主張之同業利潤標準淨利 23%計算空中家教之利潤，計算所得為 105,124,142 元偏高，然若以以空中美語公司之「全公司」營業所得稅申報書所載淨利率 0.33%計算其「空中家教」之利潤，亦屬過低，是本院認「空中家教」合理的利潤，應介於兩造所主張之間，再考量商標所占本件損害賠償額之貢獻，參酌兩公司之營業規模、營業收入、系爭「TutorABC」商標在線上語言教學領域之著名程度、空中美語公司侵權時間、侵害態樣等，經綜合審酌後，本院認本件空中美語公司侵害麥奇公司商標權之損害賠償金額，以 300 萬元為適當。

六、 排除、防止侵害部分：

商標法第 69 條第 1 項請求，不以侵害人主觀上有故意或過失為要件。空中美語公司使用「Tutor4U」商標及系爭網域名稱侵害麥奇公司系爭「TutorABC」商標，已如前述，雖空中美語公司於 106 年 12 月起已停止上開侵害行為，但其與麥奇公司既經營相同業務，日後仍有再次侵害之虞，本院認仍有依上開規定防止其侵害之必要，因此，麥奇公司依上開規定，請求空中美語公司不得使用「Tutor4U」名稱及系爭網域名稱，為有理由，應予准許。

- 七、麥奇公司依商標法相關規定及公司法第 23 條第 2 項規定，請求空中美語公司、胥○○連帶給付 300 萬元，及自起訴狀繕本送達翌日起即 105 年 9 月 1 日起至清償日止，按年息百分之 5 計算之利息，並請求命空中美語公司不得使用「Tutor4U」名稱、「<http://www.tutor4u.com.tw>」網域名稱，為有理由，應予准許，逾此範圍之請求為無理由，應予駁回。