

111020202 有關「怪龍圖」等商標權侵害事件（商標法§97）（智慧財產及商業法院 110 年刑智上易字第 55 號刑事判決）

爭點：將平面商標立體商品化是否構成侵害商標權？

附表二（本案商標）



註冊第 00878997 號

第 28 類：掌上型液晶顯示遊樂器；
玩具手錶；玩具樂器；玩具面具；玩
具煙火；風箏；其他玩具等。



註冊第 00878992 號

第 28 類：玩具，玩偶，木偶，布偶，
洋娃娃之衣飾，充氣玩具，玩具棒，
玩具搖鈴等。

附表三（扣案商品）

編號	扣案物名稱	數量	侵害著作權	侵害商標
一	仿噴火龍 (Charizard) 絨毛玩偶	10	噴火龍 (Charizard)	第 00878992 號
二	仿噴火龍 (Mega Charizard X) 絨毛玩偶	47	噴火龍 MEGA (Mega Charizard X)	第 00878992 號
三	仿噴火龍 (Charizard) 畢業造型絨毛玩偶	23	噴火龍 (Charizard)	第 00878992 號
四	仿快龍 (Dragonite) 畢業造型絨毛玩偶	12	快龍 (Dragonite)	第 00878997 號
五	仿快龍 (Dragonite) 絨毛玩偶	51	快龍 (Dragonite)	第 00878997 號
總計		143 件		

相關法條：商標法第 97 條

案情說明

柯○瑱經營○○企業社，其明知如附表二所示商標（下稱本案商標），均係日商任天堂公司向智財局申請註冊，使用於玩具、玩偶、布偶、填充玩具等商品，現均仍於商標權利期間，非經商標權人之同意或授權，不得在同一或類似商品，使用相同或近似之商標，竟基於意圖販賣而持有仿冒商標商品之犯意，自民國 107 年 9 月起，陸續向金富玩具實業有限公司購買侵害仿冒本案商標之商品而持有之，嗣美商任天堂公司人員於 107 年 9 月 25 日在○○企業社購得仿噴火龍 (Charizard) 絨毛玩偶、仿快龍 (Dragonite) 絨毛玩偶、仿快龍 (Dragonite) 畢業造型絨毛玩偶各 1 件，經確認均為仿冒商標商品後，經警於 108 年 1 月 23 日上午 11 時許，至○○企業社執行搜索，當場扣得仿冒商標之玩偶共 143 件。案經日商任天堂公司告訴與內政部警政署保安警察第二總隊移送臺灣新北地方檢察署檢察官偵查起訴。

判決主文

原判決撤銷。

柯○瑱被訴違反著作權法部分公訴不受理。

柯○瑱犯商標法第九十七條之意圖販賣而持有侵害商標權之商品罪，處拘役肆拾日，如易科罰金，以新臺幣壹仟元折算壹日。

扣案如附表三所示之物均沒收。

<判決意旨>

- 一、按商標應足以使商品或服務之相關消費者認識其為表彰商品或服務之標識，並得藉以與他人之商品或服務相區別，商標法第5條第2項定有明文。而商標法所稱商標之使用，指為行銷之目的，將商標用於商品、服務或其有關之物件，或利用平面圖像、數位影音、電子媒體或其他媒介物足以使相關消費者認識其為商標，同法第6條亦有明文。又依92年5月28日修正前商標法第6條規定申請作為商標者，固僅限於文字、圖形、記號、顏色組合或其聯合式之平面圖樣，不包括「立體商標」，惟其乃為避免商標圖樣之「形狀、位置、排列、顏色」改變，並非謂將平面商標使用於立體，即不受商標法之保護。
- 二、商標法有關「近似他人商標圖樣」規定之侵害商標權，當然包括侵害「商標商品化」或「立體化商品」之情形在內，以保障商標權及消費者利益(最高法院92年度台上字第1879號民事裁定參照)。商標法於92年5月28日修正後，開放立體商標之註冊，凡以三度空間之具有長、寬、高所形成之立體形狀(包括商品本身的形狀、商品包裝容器之形狀、商品或商品包裝容器以外之立體形狀、服務場所之裝潢設計等)，倘能使相關消費者藉以區別不同之商品或服務來源，即得申請註冊。又消費者亦未必確知商標係以平面或立體註冊，若將平面商標做成商品的形狀，即易使消費者認定其為立體商標，故將他人註冊之平面商標立體化，而

產生商品來源或授權關係之混淆時，倘無商標法合理使用之情事，應構成商標權之侵害。

三、本案商標是日商任天堂公司向智財局註冊，指定用於玩具、玩偶、布偶、填充玩具等商品，並分別經核准註冊如附表二所示商標，而本案扣案物均為立體玩偶，而吊牌上亦記載「品名：填充玩具」，可見扣案物確為玩具、玩偶、填充玩具。而扣案如附表三編號四、五所示之玩偶，與附表二編號二所示之商標，均為恐龍外型、頭頂有觸角、背後有翅膀及腹部有條紋圖案，且手掌及腳掌上均有爪子等近似之外觀特徵；另附表二編號一所示商標，與附表三編號一至三所示玩偶，均為恐龍外型、有耳朵、翅膀於背部，且手掌及腳掌上均有爪子、腹部範圍與身體有區隔等近似之外觀特徵，可佐，雖扣案物之玩偶部分造型（即附表三編號二玩偶側邊有火焰造型）、部分衣著、配飾（即如附表三編號三、四玩偶為畢業造型）與如附表二編號一商標圖樣不同，或做成Q版之玩偶（即如附表三編號一之玩偶），惟其予人整體視覺印象仍屬近似，故本案商標係以文字、圖形組成之平面圖樣，其雖非立體形狀之商標，惟本案商標指定使用於玩偶商品，與本案扣案物係同一商品；且本案商標與本案扣案物構成近似。

四、被告意圖販賣，而向金富公司購入外觀近似於本案商標之本案扣案物，足使購買玩偶之相關消費者認識其為表彰本案商品之標識，即構成商標之使用；且相關消費者未必知悉本案商標係以平面或立體註冊，相關消費者隔時異地觀察結果，會誤認本案扣案物玩偶與本案商標係同一或關聯來源而產生混淆誤認之虞。

五、商標法有關「近似他人商標圖樣」規定之侵害商標權，當然包括侵害「商標商品化」或「立體化商品」之情形在內，而本案扣案物之玩偶，均與本案商標相似，是該等玩偶上之標籤雖未使用上開商標，惟該玩偶本身與本案商標相似，是辯護人辯稱不包含將商標商品化云云，應不可採。又被告身為銷售玩偶之中盤商，對

於寶可夢系列之主要角色難謂不知，已經本院認定如前，是辯護人執此辯稱不符明知之主觀犯意，亦不可採。