智慧財產及商業法院民事判決

110年度民公訴字第10號

原　　告　寰宇家庭股份有限公司 World Family (Taiwan) Ltd.

法定代理人　羅派克 Robert A. Parker, Jr.

原　　告　百慕達商 World Family English Ltd.

法定代理人　Clayton Gillis

共　　同

訴訟代理人　蕭彣卉律師（兼送達代收人）

　　朱玉文律師

被　　告　麥奇數位股份有限公司

法定代理人　楊順銓

訴訟代理人　劉偉立律師

複 代理 人　侯羽欣律師

　　陳熙律師

上列當事人間請求公平交易法損害賠償等事件，本院於民國111年8月3日言詞辯論終結，判決如下：

主　　文

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

壹、程序方面：

一、按訴狀送達後，原告不得將原訴變更或追加他訴。但被告同意、請求之基礎事實同一、擴張或減縮應受判決事項之聲明、不甚礙被告防禦及訴訟之終結者，不在此限，民事訴訟法第255條第1項第1款、第2款、第3款、第7款分別定有明文。次按不變更訴訟標的，而補充或更正事實上或法律上之陳述者，非為訴之變更或追加，同法第256條亦有明文。本件原告訴之聲明經歷次變更後，於民國111年4月26日具狀確認訴之聲明為：㈠被告不得並應停止直接或間接、自行或委

請他人在其經營之「迪士尼兒童線上課程」（下稱系爭線上課程）相關商品、服務或廣告上，或以其他使公眾得知之方法，主張其係「全台首創官方正版授權」、「最強跨界合作，採用迪士尼原版英文教材」。㈡被告不得再以任何虛偽不實或引人錯誤之表示在其經營之系爭線上課程相關商品、服務或廣告上，亦不得使用任何相似於原告長年投資推廣之產品名稱「迪士尼美語世界」之短語或圖示。㈢被告應刊登道歉啟事於中國時報、自由時報各乙日，費用由被告負擔。㈣被告應給付原告寰宇家庭股份有限公司（下稱寰宇公司）新臺幣（下同）2,218萬2,884元，自起訴狀繕本送達翌日起至清償日止，按週年利率百分之5計算之利息（見本院卷二第143頁至第145頁）。經核原告所為，或係減縮關於商標法之請求權基礎、或係擴張請求金額、或係補充或更正事實上或法律上之陳述，均係與本於被告所使用之商品、服務或廣告等內容違反公平交易法之同一基礎事實，且不甚礙被告之防禦及訴訟之終結，於法並無不合，應予准許。

二、又按當事人法定代理人之代理權消滅者，訴訟程序在有法定代理人承受其訴訟以前當然停止，民事訴訟法第170條所定之承受訴訟人，於得為承受時，應即為承受訴訟，民事訴訟法第170條、第175條分別明文規定。查被告之法定代理人原為楊智恩，嗣於訴訟進行中變更為楊順銓，此有被告公司變更登記表在卷可稽（見本院卷一第378頁至第381頁），並經被告於111年2月7日具狀聲明承受訴訟（見本院卷一第375頁），核符規定，應予准許。

貳、實體方面：

一、原告主張：

㈠原告與其相關企業（下稱寰宇集團）在臺灣及其他日本、韓國、香港等市場經營英語學習業務。寰宇集團自65年起在日本、80年起在臺灣、87年起在香港、103年起在韓國均與華特迪士尼公司或其相關公司（下稱迪士尼公司）一直有相關授權協議，在此協議下，寰宇集團開發、行銷、販賣、經銷

之兒童英語學習產品即迪士尼美語世界（Disney World of English與Disney's World of English，下稱系爭產品），極為成功，且寰宇集團已投資超過美金7,000萬元用於開發和持續提升系爭產品，一直是迪士尼公司附屬公司即迪士尼國際出版社於全球最大之被授權商。

㈡原告百慕達商World Family English Ltd.係於80年6月14日第一個與迪士尼公司簽立第一份授權合約，用以於臺灣經銷系爭產品；原告寰宇公司係自81年8月31日起經迪士尼公司書面授權在臺灣行銷、販售和經銷系爭產品，並經寰宇集團歷時5年開發耗資美元1,300萬元於臺灣推出現代化版之系爭產品，包括更新原有迪士尼授權角色、動畫、真人動作和其他授權內容及組件，還在系爭產品引入許多新的迪士尼角色、授權動畫、早期版本未包含之內容。詎原告於110年7月間發現被告旗下之兒童美語課程行銷單位「tutorJr」（下稱tutorJr），於通訊軟體LINE上發佈系爭線上課程之訊息；復於110年7月9日上午10點5分發現被告於FACEBOOK上發佈關於系爭線上課程之廣告貼文；又於110年8月間宣傳上開課程之內容。

㈢被告違反公平交易法規定之情形如下：

1.被告於系爭線上課程之宣傳廣告上不斷強調自己是「全台首創官方正版授權」、「tutorJr最強跨界合作，採用迪士尼原版英文教材」，然原告寰宇公司早於81年間就得到迪士尼公司授權經銷系爭產品，數十年來合法為臺灣成千上萬兒童提供迪士尼授權之美語教育計畫，深耕經營，被告係故意以不實廣告招徠顧客，違反公平交易法第21條第1項規定。

2.寰宇集團所推出之系爭產品具有高知名度，已非一般同業常見用語，其產品名稱「迪士尼美語世界」足使相關事業或消費者認知，並將其與商品或服務來源產生聯想。被告作為同類之美語教學業者，就系爭線上課程之廣告、促銷活動使用「迪士尼世界」、「Disney英語世界」標語，係使用原告著

名之商品表徵於同一或類似之商品，兩者用語高度相似，使消費者產生混淆，違反公平交易法第22條第1項第1款規定。

3.被告於系爭線上課程之宣傳廣告上稱其係「全台首創官方正版授權」，於本件訴訟過程仍不斷以「全台唯一授權」、「我們是獨家」等不實陳述散布於消費者，甚而惡意誤導消費者系爭產品僅適用年齡3歲以下之孩童，或系爭產品僅有紙本教材及影片，持續以不公平競爭手段傷害原告之營業信譽，違反公平交易法第24條規定。

4.被告於系爭線上課程之宣傳廣告上使用「迪士尼世界」、「Disney英語世界」，係攀附原告長年努力經營之商業利益，違反公平交易法第25條之規定。

㈣被告有前開違反公平交易法規定之行為，原告自得依公平交易法第29條、第30條及第31條規定，請求被告立即停止及繼續進行此類違法行銷及販售與損害賠償，並請求被告登報道歉，以回復原告之商譽。又被告所為導致原告明顯銷售額下降、利潤損失，是本件原告所受損害之計算，以被告侵害行為至少自110年7月至110年10月期間共計4個月，原告銷售額比去年同期惡化至負38.12%，其中產品銷售損失為1,763萬93,66元、會員利潤費損失為454萬3,517.51元，共計2,218萬2,884元。

㈤並聲明：

1.被告不得並應停止直接或間接、自行或委請他人在其經營之系爭線上課程相關商品、服務或廣告上，或以其他使公眾得知之方法，主張其係「全台首創官方正版授權」、「最強跨界合作，採用迪士尼原版英文教材」。

2.被告不得再以任何虛偽不實或引人錯誤之表示在其經營之系爭線上課程相關商品、服務或廣告上，亦不得使用任何相似於原告長年投資推廣之產品名稱「迪士尼美語世界」之短語或圖示。

3.被告應刊登道歉啟事於中國時報、自由時報各乙日，費用由被告負擔。

4.被告應給付原告寰宇公司2,218萬2,884元，自起訴狀繕本送達翌日起至清償日止，按週年利率百分之5計算之利息。

二、被告則以：

㈠兩造分別與迪士尼公司取得授權，而被告於授權範圍內使用系爭線上課程之宣傳廣告，並無原告所指違反公平交易法行為。且觀諸原告授權證明書，其授權內容限於「Disney's World of English之產品及其相關產品」，主要授權產品類型為「實體刊物及光碟」，如插圖繪（課）本、光碟、數位多功能光碟、藍光光碟、數位語言學習卡或其他衍生之印刷品等；被告之授權內容則是「迪士尼線上英語教學課程」即系爭線上課程，是兩造之業務雖均與英語教學相關，但受眾、媒體、使用之科技等均有相當落差。又原告所稱其自80年起於臺灣長久與迪士尼公司有相關授權協議，惟依其所提出之授權證明書，僅得證明其自109年1月1日起至111年12月31日止取得迪士尼公司授權，而無從證明其與迪士尼公司具有更長遠之合作關係。

㈡原告主張被告於系爭線上課程之宣傳廣告上不斷強調自己是「全台首創官方正版授權」、「TutorJr最強跨界合作，採用迪士尼原版英文教材」，係故意以不實廣告招徠顧客，違反公平交易法第21條第1項規定云云，然依原告所提出之網路貼文內容關於「全台首創官方正版授權」，僅佔整體貼文極小部分，而非該圖文之重點，其所稱「全台首創」意指迪士尼公司首次與臺灣線上真人即時英語教學業者合作乙事，且被告並無排除原告與迪士尼公司合作關係之意，其貼文主要意思在表達被告之tutorJr品牌這次與迪士尼公司共同合作，並經迪士尼公司官方授權等情，又該貼文內容並不會影響消費者為交易決定，更無引起消費者錯誤之可能。再依該貼文整體觀之，存在多種解釋方式，無法單獨理解，即無從以原告單方解釋內容為被告不利之認定。另原告所提出之被告內部設計草稿內容關於「TutorJr最強跨界合作，採用迪士尼原版英文教材」，該草稿被告自始未曾對外公開，且縱

使公開，該等內容字體較小，佔整體內容亦少，實難引起消費者之注意，且該文字僅在說明被告身為線上真人即時英語教學產業之業者，與不同產業之知名迪士尼公司合作，並經迪士尼公司授權，並無排除原告與迪士尼公司合作關係之意。況被告之系爭線上課程確經迪士尼公司授權，故無公平交易法第21條第1項所稱虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。

㈢原告主張其系爭產品之名稱「迪士尼美語世界」，具有高知名度，非一般同業常見用語，經其廣泛使用、宣傳行銷；而被告就系爭線上課程之宣傳廣告上所使用「迪士尼世界」之字樣、「Disney 英語世界」字樣，會使消費者產生混淆，違反公平交易法第22條第1項第1款規定云云，然查，系爭產品實際外觀並無中文「迪士尼美語世界」之商品表徵，且英文「Disney」與中文「迪士尼」均屬於迪士尼公司之商標，原告是否得以加入「World of English」、「美語世界」就成為自己之商品表徵，並非無疑，又系爭商品除去迪士尼公司商標「Disney」後，剩餘部分僅為說明性文字「World of English」或中譯「美語世界」，主要在說明個別出版品內容關於英語教學，表彰迪士尼的角色劇情所建構獨特世界觀之性質，並無獨立識別性，而無從作為系爭產品之商品表徵。再者，原告所提出之被告內部設計草稿內容，並無「迪士尼世界」一詞，且非被告實際公開之圖文，且該等證據資料均無特別凸顯「迪士尼」字樣，旨在連貫前後及說明產品獲得迪士尼授權，均係說明性質，而無作為識別表徵使用，另原告並無證明系爭產品之名稱「迪士尼美語世界」為著名商品表徵，況兩造各以自己商標區別雙方商品或服務，被告相關文宣均有附加自己tutorJr商標，兩造產業型態與產品亦不相同，不致發生混淆情形，本件自無原告主張被告違反公平交易法第22條第1項第1款規定之情形。

㈣原告主張被告持續以不公平競爭手段傷害原告之營業信譽，違反公平交易法第24條規定云云，然所提出之被告網路貼文

內容關於「全台首創官方正版授權」，其意指迪士尼公司首次與臺灣線上真人即時英語教學業者合作，及被告經迪士尼公司授權乙事，並無排除原告與迪士尼公司合作關係之意，消費者也不會因該等文字而如此理解。至原告所提出自行聘請市調員之書面陳述，為市調員自行撰擬之內容，不但片面擷取，且無完整錄音或客觀事證，並無足以證明其內容屬實，又市調員是否誘導詢問方式詢問被告員工、記載是否配合原告而為摘要紀錄，均非無疑。原告自無據此指稱被告違反公平交易法第24條規定之理。退步言之，原告所提上開市調員之書面陳述，其中被告員工所陳內容，可證明被告並無排除原告與迪士尼公司合作關係，更無誤導消費者其為迪士尼公司唯一授權者，當無違反公平交易法第24條規定。

㈤公平交易法第25條為補充規範，原告已主張被告所為違反公平交易法第21條、第22條第1項第1款、第24條規定，自無再主張公平交易法第25條之適用。又被告所為並無攀附原告長年努力經營之商業利益，應無違反公平交易法第25條規定之情事。

㈥被告既無違反公平交易法而侵害原告權益情事，已如前述，原告自不得向被告請求損害賠償。退步言之，原告營收短少原因甚多，110年7月適逢我國國內疫情爆發，全國各地均處於三級警戒狀態，大部分民眾改為居家辦公，不再外出，並以線上方式從事活動，原告為透過銷售實體光碟及書本等產品，其受疫情影響與民眾活動型態之改變，導致營收衰退、會員人數減少，應為合理情形，原告自行製作之損害額計算，並無可採。又原告雖提出會計師事務所出具之報告，然該報告僅是單純驗算原告自行製作之損害額計算之數目是否正確，且原告未證明其所述損失與被告行為間之因果關係，自不得據此向被告請求損害賠償。

㈦並聲明：

1.原告之訴駁回。

2.訴訟費用由原告負擔。

三、得心證之理由：

㈠查原告經迪士尼公司授權於臺灣、香港特別行政區、澳門特別行政區印刷、出版、銷售系爭產品及相關產品，授權期間自109年1月1日起至111年12月31日；被告則經迪士尼公司授權於臺灣行銷、銷售系爭線上課程，授權期間自110年4月1日起至112年9月30日止。又被告於110年7月9日以tutorJr名義於臉書上發布關於系爭線上課程之廣告貼文，且tutorJr官方網站上得以連結、進入系爭線上課程及下載APP等情，有兩造提出之授權協議、被告臉書網路廣告貼文、被告官方網站網頁截圖在卷為憑（見本院卷二第5頁至第7頁、第123頁至第125頁、本院卷一第73頁、第97頁、第259頁至第264頁），且為兩造所不爭執，應堪予認定。

㈡原告主張被告於系爭線上課程之宣傳廣告上不斷強調自己是「全台首創官方正版授權」、「TutorJr最強跨界合作，採用迪士尼原版英文教材」，係故意以不實廣告招徠顧客，違反公平交易法第21條第1項規定；被告於系爭線上課程之廣告、促銷活動使用「迪士尼世界」、「Disney英語世界」標語，係使用原告著名之商品表徵於同一或類似之商品，兩者用語高度相似，使消費者產生混淆，違反公平交易法第22條第1項第1款規定；被告於系爭線上課程之宣傳廣告上稱其係「全台首創官方正版授權」，於本件訴訟過程仍不斷以「全台唯一授權」、「我們是獨家」等不實陳述散布於消費者，甚而惡意誤導消費者系爭產品僅適用年齡3歲以下之孩童，或系爭產品僅有紙本教材及影片，係持續以不公平競爭手段傷害原告之營業信譽，違反公平交易法第24條規定；被告於系爭線上課程之宣傳廣告上使用「迪士尼世界」、「Disney英語世界」，係攀附原告長年努力經營之商業利益，違反公平交易法第25條之規定。被告否認上情，並以前詞置辯。是本件應審究之爭點即為：㈠原告主張被告上揭行為違反公平交易法第21條第1項、第22條第1項第1款、第24條、第25條規定，有無理由？㈡如前項主張有理由，則原告依公平交易

法第29條、第30條、第31條、第33條規定，請求被告排除防止侵害、損害賠償及登報道歉等，有無理由？茲分述如下：

1.按我國為維護交易秩序與消費者利益，確保自由與公平競爭，促進經濟之安定與繁榮，特制定本法；其他提供商品或服務從事交易之人或團體，為本法所稱之事業；本法所稱競爭，指二以上事業在市場上以較有利之價格、數量、品質、服務或其他條件，爭取交易機會之行為，公平交易法第1條、第2條第1項第3款、第4條分別定有明文。準此，不論為法人或自然人，其為獨立而繼續從事生產、商品交易或提供服務之行為，在市場從事競爭活動者，均受公平交易法之規範。本件兩造均係兒童美語/英語教學業者，且分別取得迪士尼公司授權，而各得於系爭產品、系爭線上課程使用迪士尼公司相關兒童美語/英語學習教材，業如前述，又被告自承兩造業務內容均與英語教學相關（見本院卷二第158頁），可見兩造間具有競爭關係，且實際上確有提供商品從事交易之行為，依前揭說明，被告自屬公平交易法所規範之事業，其於市場上所為相關競爭活動，即應受公平交易法之規範，先予敘明。

2.原告主張被告前揭行為違反公平交易法第21條第1項規定，並無理由：

⑴按公平交易法第21條第1、2項分別規定：「事業不得在商品或廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於與商品相關而足以影響交易決定之事項，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。」、「前項所定與商品相關而足以影響交易決定之事項，包括商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地，及其他具有招徠效果之相關事項。」本條之立法目的，係要求事業對其所銷售之商品或服務，於廣告及其他公眾可知悉之方法中，就與商品或服務相關而足以影響交易決定之事項應為真實之表示，以確保市場公平競爭之秩序及市場效能，消費者不致因不實宣傳內容而受損

害，其所非難者，乃事業對其商品或服務利用虛偽不實或引人錯誤之廣告及其他使公眾得知之方法，以爭取交易機會之不正競爭手段。準此，事業須於商品或服務之廣告上，或以其他使公眾得知之方法，就商品或服務之品質、內容或其他具有招徠效果之相關事項為虛偽不實或引人錯誤之表示者，始應認違反本條之規定。

⑵被告固不爭執其於系爭線上課程之網路宣傳廣告上有「全台首創官方正版授權」之文字，有於內部設計草稿上記載「TutorJr最強跨界合作，採用迪士尼原版英文教材」文字，惟辯稱：該網路貼文內容佔整體貼文極小，且非該圖文之重點，其意指迪士尼公司首次與臺灣線上真人即時英語教學業者合作。該內部設計草稿內容自始未曾對外公開，且該等內容字體較小，佔整體內容亦少，僅在說明被告身為線上真人即時英語教學產業之業者，與不同產業之知名迪士尼公司合作，並無公平交易法第21條第1項所稱虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵等語。觀諸原告所提出之宣傳廣告即臉書網路貼文（見本院卷一第73頁），其內容係由被告所屬tutorJr於網路上所為宣傳系爭線上課程之廣告貼文，全文內容為「#看迪士尼故事學英語#全台首創官方正版授權　小朋友最喜歡的迪士尼故事來囉~　tutorJr這次與#迪士尼共同合作　推出官方正版授權線上英語故事　花木蘭　小美人　星際寶貝　貓兒歷險記　小姐與流氓　怪獸電力公司　以上這些故事通通聽得到　想讓孩子開心聽故事又能學到英文　快來tutorJr就對了　現在就報名」等語，是被告所屬tutorJr於網路上推廣、宣傳系爭線上課程時，業已於宣傳廣告上詳細說明「tutorJr與迪士尼共同合作推出官方正版授權線上英語故事」之情形，又被告與迪士尼公司前經簽署系爭線上課程之授權協議，如前所述，則其為宣傳系爭線上課程而為上開內容之廣告貼文，實難認有何虛偽不實或引人錯誤之情事。另觀以原告所提出之被告設計宣傳文件（見本院卷一第75頁），其上雖有記載「TutorJr最強跨界合作，採用迪士

尼原版英文教材」，然原告未舉證證明被告曾有公開該文件資料之行為，僅稱該文件係於110年8月3日由迪士尼公司員工以LINE訊息提供原告員工，被告經迪士尼公司同意後就會公開發布等情，故上開文件既僅為被告提供迪士尼公司之設計宣傳文件草稿，並未經被告對外公開發布，即非符合公平交易法第21條第1項「事業在商品或廣告上，或以其他使公眾得知之方法」之要件，更無從以被告有設計該宣傳文件行為即推論被告違反公平交易法第21條第1項規定。此外，原告並未舉證證明被告所為屬於故意以不實廣告招徠顧客，及其所為有何虛偽不實或引人錯誤之情事，是原告主張被告違反公平交易法第21條第1項規定，自無足採。

3.原告主張被告前揭行為違反公平交易法第22條第1項第1款規定，並無理由：

⑴按公平交易法第22條第1項第1款規定：「事業就其營業所提供之商品或服務，不得有下列行為：一、以著名之他人姓名、商號或公司名稱、商標、商品容器、包裝、外觀或其他顯示他人商品之表徵，於同一或類似之商品，為相同或近似之使用，致與他人商品混淆，或販賣、運送、輸出或輸入使用該項表徵之商品者。」判斷是否「著名」，則應以國內相關事業或相關消費者是否普遍認知為斷，應綜合審酌廣告量、於市場之行銷時間、銷售量、占有率、是否經媒體廣泛報導等足使相關事業或消費者對該公司名稱產生印象之因素判斷之。次按商品表徵是否已廣為相關事業或消費者所普遍認知，可參酌使用該表徵之商品、服務或營業，在市場上之行銷時間、廣告量、銷售量、占有率、商標或公司名稱之註冊或登記時間、識別性、價值、媒體報導量、消費大眾之印象等有關事項，並參酌市場調查資料，以綜合判斷之（最高法院104年度台上字第973號判決意旨參照）。

⑵原告主張其使用於系爭產品名稱「迪士尼美語世界」，已成為相關業者及消費者所普遍認知及識別來源之依據，而為著名商品表徵乙節，業據其提出網路新聞截圖等件在卷為證

（見本院卷一第103頁至第159頁），惟依上開新聞日期分別自109年間至110年間，新聞內容包含寰宇集團推動「迪士尼美語世界」美語學習計畫所為幼兒美語學習大調查結果、系爭產品之消費者使用分享、寰宇集團將系爭產品設櫃於臺灣誠品生活松菸館、原告以系爭產品參與天母運動公園之萬聖節活動、寰宇集團於新竹設立系爭產品之實體門市等，均僅能證明原告所屬寰宇集團就系爭產品推動之學習計畫、市場調查、設立專櫃及實體門市之行為，以及消費者就系爭產品使用分享，並曾經媒體加以報導之情形，然均無法證明原告之系爭產品銷售量、市場占有率等；復細譯該等報導內容，「迪士尼美語世界」於上開報導中，或為系爭產品名稱、或代表為兒童美語教育業者，縱能證明原告以兒童美語教育業者推動之系爭產品在國內具有一定之知名度，尚無從用以證明系爭產品之名稱已達著名之商品表徵程度。此外，原告並未證明系爭產品在市場行銷之時間、銷售量、占有率、經媒體報導之廣泛程度，或證明相關事業或消費者對該服務表徵已達到普遍認知之程度。因此，本件無法證明系爭產品名稱「迪士尼美語世界」已成為「著名」之商品表徵。

⑶況按公平交易法第22條第1項第1款所稱「致與他人商品混淆」，固不以現實發生為必要，惟仍須依其情事，一般消費者施以平均之注意力及記憶能力，有發生混淆之具體危險者始屬之，倘僅為抽象或想像上之風險，則無適用之餘地。且有無致生混淆之具體危險，得依商品表徵之著名性或識別力高低、表徵及商品或營業之類似程度、顧客層重疊性、價格之差異性、競業關係之存否等情事綜合判斷之（最高法院109年度台上字第2369號判決、110年度台上字第3161號判決意旨參照）。查被告系爭線上課程與原告系爭產品，雖均為兒童美語/英語教育之學習商品，惟參以兩造所提出之前揭授權內容，可知被告係經授權使用迪士尼相關教材於線上學習產品，原告則係經授權使用迪士尼相關教材於系爭產品，又系爭產品包含書本印刷、插畫、點讀筆、光碟、勞作、教

具、Face Call、真人線上一週一次對話、APP等（見本院卷一第59頁至第67頁、本院卷二第65頁至第79頁），是兩者商品授權範圍、產品定位確有不同，相關消費者應不難分辨兩者差異，於購買時應能清楚識別其等商品來源，而不致於讓消費者產生兩者商品之來源相同或兩造間有加盟關係或關係企業之聯想。縱因兩造均有從事兒童美語/英語學習教育之業務範圍而具競爭關係，且在網路電子商務之盛行時代，致雙方客層可能有所重疊，然依被告宣傳、銷售系爭線上課程時多以網路為對外行銷方式，並強調課程方式係於網路線上透過影片、遊戲或與真人外師互動進行英語學習，與原告系爭產品主打以書本印刷、插畫、點讀筆、光碟、勞作、教具、Face Call、真人線上一週一次對話、APP等學習方式有所不同。是以，相關消費者在購買時只需施以通常之注意，即能分辨系爭產品並非出自於被告，應無混淆商品來源之虞。再者，被告於系爭線上課程使用之「迪士尼世界」、「Disney英語世界」文字，與「迪士尼美語世界」文字內容並非完全相同，被告係因其經迪士尼公司授權使用相關迪士尼人物、故事等教材內容，而使消費者知悉系爭線上課程之主要特色，並非以該等文字作為系爭線上課程之產品名稱，與系爭產品使用「迪士尼美語世界」為商品名稱之方式，實難認有何近似之情形。又原告雖引用被告宣傳廣告、被告設計宣傳文件、被告官方網站截圖為其佐證（見本院卷一第73頁、第75頁、第97頁、第259頁至第264頁），然依上開說明，被告所為宣傳廣告上並無「迪士尼世界」、「Disney英語世界」之文字；被告設計宣傳文件未經被告對外公開發布，則該等證據資料已難證明被告於系爭線上課程使用「迪士尼世界」、「Disney英語世界」，且因此致與系爭產品產生混淆之情形。至被告所屬tutorJr之官方網站上雖有「Disney英語世界」之截圖內容，惟觀諸該官方網站完整資料（見本院卷一第259頁至第264頁），系爭線上課程係以「歡迎加入迪士尼」，及較大明顯字體「奇妙英語」為其首頁，

於介紹系爭線上課程之相關內容後，再以「一起探索奇妙Disney英語世界」等文字，邀請觀覽者依兒童年齡點選進入線上課程，益徵被告使用「Disney英語世界」僅為同一段文字之部分內容，並無使消費者產生與系爭產品混淆之情事。另被告確有取得迪士尼公司授權其銷售系爭線上課程，則其縱於銷售、宣傳系爭線上課程使用「迪士尼世界」、「Disney英語世界」等文字，亦屬經授權之合法銷售行為，難認被告有刻意欺騙或誤導消費者系爭線上課程為原告之系爭產品而購買之意圖。此外，原告並無法舉證證明系爭產品與被告於系爭線上課程使用「迪士尼世界」、「Disney英語世界」，有發生混淆之具體危險，難認被告所為已構成公平交易法第22條第1項第1款之不公平競爭行為。

⑷據上，原告並未證明系爭產品名稱「迪士尼美語世界」已成為著名之商品表徵，被告於系爭線上課程使用「迪士尼世界」、「Disney英語世界」，有與系爭產品發生混淆之具體危險，是其主張被告於系爭線上課程之廣告、促銷活動使用「迪士尼世界」、「Disney英語世界」等語，違反公平交易法第22條第1項第1款規定，即屬無理。

4.原告主張被告前揭行為違反公平交易法第24條規定，並無理由：

⑴按公平交易法第24條規定：「事業不得為競爭之目的，而陳述或散布足以損害他人營業信譽之不實情事」。該條為規範營業信譽之保護，是項行為之構成要件為事業須基於「競爭之目的」，有「陳述或散布不實情事」之行為，以及行為結果須「足以損害他人營業信譽」，方足該當。

⑵原告主張被告於系爭線上課程之網路宣傳貼文上稱其係「全台首創官方正版授權」，於本件訴訟過程仍不斷以「全台唯一授權」、「我們是獨家」等不實陳述散布於消費者，甚而惡意誤導消費者系爭產品僅適用年齡3歲以下之孩童，或系爭產品僅有紙本教材及影片，持續以不公平競爭手段傷害原告之營業信譽，違反公平交易法第24條規定云云，並提出被

告宣傳廣告、調查員王明廉、趙俊堯出具之書面證詞、系爭產品官方網站資料等件為證（見本院卷一第73頁、本院卷二第47頁至第77頁），然查，被告係經迪士尼公司合法授權於臺灣販售及行銷系爭線上課程，且上開宣傳廣告實並無虛偽不實或引人錯誤之情事，業經本院認定如前，已難據此認定被告有陳述或散布足以損害原告營業信譽之不實情事。又觀以調查員王明廉、趙俊堯之書面證詞內容（見本院卷二第47頁至第57頁），僅單方由調查員紀錄與被告員工間片面之交談過程，並未有錄音、錄影等相關佐證，復未經被告員工確認該等內容，則被告否認並質疑書面陳述之真實性，實非無據；且該等調查員是否確實擔任第三人公司市調人員、該調查方式、詢問內容有無經原告特意設計、被告員工是否確如書面證詞內容回應消費者等情，亦非無疑，本院自難僅憑調查員自行簽名製作該書面證詞遽認其所述屬實；況依該書面陳述內容，可知被告坦承原告系爭產品係經迪士尼公司授權，僅係陳述系爭產品、系爭線上課程間之不同，縱有談及系爭產品係以紙本為主、針對3歲以下之兒童，或稱其為獨家等語，核其前後文義均屬推銷系爭線上課程之用語，及表示被告係經迪士尼公司於臺灣授權之第一家線上互動課程公司，尚非以損害原告為目的，並無陳述或散布足以損害原告營業信譽之不實情事，當無違反公平交易法第24條規定可言。是以，原告主張被告違反公平交易法第24條規定，仍非可採。

5.原告主張被告前揭行為違反公平交易法第25條規定，並無理由：

⑴按公平交易法第25條規定：「除本法另有規定者外，事業亦不得為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為。」係不正競爭（不公平競爭）行為之概括規定。行為是否構成不正競爭，可從行為人與交易相對人之交易行為，及市場上之效能競爭是否受到侵害，加以判斷。事業如以高度抄襲他人知名商品之外觀或表徵，積極攀附他人知名廣告或商譽等

方法，榨取其努力成果，或以積極欺瞞或消極隱匿重要交易資訊，而足以引人錯誤之方式，從事交易之行為，依整體交易秩序綜合考量，認已造成民事法律關係中兩造當事人間，利益分配或危險負擔極度不平衡之情形時，固可認為與上開條文規定合致。惟倘事業之行為並無欺罔或顯失公平，或對市場上之效能競爭無妨害，或不足以影響交易秩序者，則無該法條之適用（最高法院109年度台上字第2725號判決意旨參照）。又依104年2月16日修正發布之公平交易委員會對於公平交易法第25條（原第24條）案件之處理原則（下稱處理原則）第6、7條之規定可知：⑴本條所稱「欺罔」係對於交易相對人，以積極欺瞞或消極隱匿重要交易資訊致引人錯誤之方式，從事交易之行為；⑵本條所稱「顯失公平」係指「以顯失公平之方法從事競爭或商業交易」者，常見具體內涵主要類型之一，即榨取他人努力成果，其常見行為態樣如「攀附他人商譽」或「高度抄襲」。而判斷高度抄襲，應綜合考量：①該項抄襲是否達「完全一致」或「高度近似」之程度；②抄襲人所付出之努力成本與因而取得之競爭優勢或利益之關聯性及相當性；及③遭抄襲之標的於市場競爭上之獨特性及占有狀態。

⑵經查，被告係因取得迪士尼公司授權而於系爭線上課程之宣傳廣告上使用「迪士尼世界」、「Disney英語世界」等語，且被告並非以上開文字作為系爭線上課程之名稱或表徵，系爭產品名稱中之「迪士尼」係因受迪士尼公司授權而得使用，「美語世界」則屬相關幼教外語業者常見、通俗之用語，參以被告於行銷系爭線上課程業已強調其係經迪士尼公司授權之線上英語課程，復於系爭線上課程之宣傳文宣、網頁上均有標註被告所屬線上課程品牌「tutorJr」之名稱，甚於官方網站上將系爭線上課程首頁以明顯較大文字「奇妙英語」為可資區別來源，此有被告網路宣傳貼文、系爭線上課程官方網站截圖在卷為憑（見本院卷一第73頁、第259頁至第264頁），可徵本件並無發生混淆誤認之具體危險，自

難認被告有以積極欺瞞或消極隱匿之方式從事交易，原告復無提出其他事證證明原告所謂高度抄襲以攀附商譽或榨取其努力成果之不公平競爭行為。是原告主張被告有違反公平交易法第25條之行為云云，實非可採。

㈢按事業違反本法之規定，致侵害他人權益者，被害人得請求除去之；有侵害之虞者，並得請求防止之。事業違反本法之規定，致侵害他人權益者，應負損害賠償責任。法院因前條被害人之請求，如為事業之故意行為，得依侵害情節，酌定損害額以上之賠償。但不得超過已證明損害額之三倍。侵害人如因侵害行為受有利益者，被害人得請求專依該項利益計算損害額。被害人依本法之規定，向法院起訴時，得請求由侵害人負擔費用，將判決書內容登載新聞紙。公平交易法第29條、第30條、第31條、第33條分別定有明文。本件被告並無違反公平交易法第21條第1項、第22條第1項第1款、第24條、第25條規定，業經本院認定如前，則原告自無從依同法第29條、第30條、第31條、第33條規定，請求被告排除防止侵害、損害賠償及登報道歉。

四、從而，被告並無違反公平交易法第21條第1項、第22條第1項第1款、第24條、第25條規定之情形，是原告依公平交易法第29條、第30條、第31條、第33條規定，請求被告排除防止侵害、損害賠償及登報道歉，均無理由，應予駁回。

五、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊、防禦方法及未經援用之證據，經本院審酌後認對判決結果不生影響，爰不逐一論列，附此敘明。

六、據上論結，本件原告之訴為無理由，依智慧財產案件審理法第1條，民事訴訟法第78條，判決如主文。

中　　華　　民　　國　　111　　年　　9　　月　　7　　日

智慧財產第三庭

法　官　潘曉玫

以上正本係照原本作成。

如對本判決上訴，須於判決送達後20日內向本院提出上訴狀。

如委任律師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

中　　華　　民　　國　　111　　年　　9　　月　　8　　日

書記官　李建毅