

智慧財產及商業法院民事判決

110年度民商訴字第8號

原告 元揚企業有限公司

法定代理人 蔡文鴻

訴訟代理人 連堂凱律師

複代理人 孫羽力律師

訴訟代理人 陳育騰律師

被告 高靖雅

訴訟代理人 許恩杰

被告 香港商雅虎資訊股份有限公司台灣分公司

法定代理人 林振德

訴訟代理人 賴文智律師

廖純誼律師

被告 露天市集國際資訊股份有限公司

法定代理人 詹宏志

訴訟代理人 楊瀚中

被告 新加坡商蝦皮娛樂電商有限公司台灣分公司

法定代理人 胡育嘉

訴訟代理人 廖方榆

林芝余

被告 施志明

吳宛霖

上列當事人間侵害商標權有關財產權爭議事件，本院於中華民國
110年9月7日言詞辯論終結，判決如下：

01 主 文

02 原告之訴及假執行之聲請均駁回。

03 訴訟費用由原告負擔。

04 事實及理由

05 壹、程序方面：

06 一、按不變更訴訟標的，而補充或更正事實上或法律上之陳述
07 者，非為訴之變更或追加，民事訴訟法第256條定有明文。
08 查原告起訴時原記載「蝦皮購物帳號tailujwv之負責人」為
09 被告之一，嗣於民國110年5月14日具狀確認「蝦皮購物帳號
10 tailujwv之負責人」為被告吳宛霖（本院卷(二)第321頁），
11 原告所為之變更，僅係更正、確認被告之姓名，不影響當事
12 人之同一性，核屬更正事實上之陳述，非屬訴之變更或追
13 加，合先敘明。

14 二、次按訴狀送達後，原告不得將原訴變更或追加他訴，但請求
15 之基礎事實同一、擴張或減縮應受判決事項之聲明者，不在
16 此限，民事訴訟法第255條第1項第2款、第3款定有明文。查
17 本件原告起訴時，訴之聲明原為：「一、被告高靖雅應下架
18 YAHOO超級商城編號p0588194492484之商品且不得未經原告
19 同意而使用相同或近似之原告商標，被告高靖雅及香港商雅
20 虎資訊股份有限公司台灣分公司（下稱雅虎公司）應連帶給
21 付原告新臺幣（下同）10萬元整。二、被告施志明應下架、
22 露天拍賣網站編號2195766062840之商品且不得未經原告同
23 意而使用相同或近似之原告商標，被告施志明及露天市集國
24 際資訊股份有限公司（下稱露天公司）應連帶給付原告10萬
25 元整。三、被告『蝦皮購物帳號tailujwv之負責人』應下架
26 蝦皮購物網站編號i.153152128.7452120010之商品且不得未
27 經原告同意而使用相同或近似之原告商標，被告『蝦皮購物
28 帳號tailujwv之負責人』及樂購蝦皮股份有限公司（下稱樂
29 購蝦皮公司）應連帶給付原告10萬元整。」（本院卷(一)第15
30 至16頁），嗣於109年11月10日具狀將訴之聲明變更為
31 「一、被告高靖雅及被告雅虎公司應連帶給付原告10萬元

01 整。二、被告施志明及被告露天公司應連帶給付原告10萬元
02 整。三、被告『蝦皮購物帳號tailujwv之負責人』及被告樂
03 購蝦皮公司應連帶給付原告10萬元整。」（本院卷(一)第173
04 至174頁），核屬減縮應受判決事項之聲明。復於110年1月1
05 4日具狀追加新加坡商蝦皮娛樂電商有限公司台灣分公司
06 （下稱蝦皮公司）為被告（本院卷(一)第652至653頁），並於
07 同年9月7日言詞辯論程序當庭將訴之聲明第3項變更為「被
08 告吳宛霖及被告蝦皮公司應連帶給付原告10萬元整。」（本
09 院卷(三)第406頁），上開追加被告蝦皮公司及變更聲明部
10 分，核屬基於原告主張其商標權受侵害之同一基礎事實，揆
11 諸前揭規定，均核無不合，應予准許。

12 三、再按原告於判決確定前，得撤回訴之全部或一部；但被告已
13 為本案之言詞辯論者，應得其同意；訴之撤回應以書狀為
14 之，民事訴訟法第262條第1項、第2項前段定有明文。查原
15 告於被告等為本案言詞辯論前即110年1月14日具狀撤回對樂
16 購蝦皮公司之起訴（本院卷(一)第653頁），依前揭規定意
17 旨，原告撤回部分已生合法撤回效力，是本件僅就其餘被告
18 部分審理，合先敘明。

19 四、本件被告高靖雅、施志明經合法通知，無正當理由未於言詞
20 辯論期日到場，核無民事訴訟法第386條各款所列情形，爰
21 依原告之聲請（本院卷(三)第405頁），由其一造辯論而為判
22 決。

23 貳、實體方面：

24 一、原告主張：

25 (一)原告為經營30餘年之餐飲設備製造商，自制並研發專業化餐
26 飲設備如漩茶機、奶蓋機、雪花冰機等，擁有多項產品專利
27 權及國際認證合格證明；註冊審定號第01524425號之「e. Bl
28 enders」商標（下稱系爭商標1，如附圖一所示）及註冊審
29 定號第00759726號「元揚企業有限公司標章」（下稱系爭商
30 標2，如附圖二所示）係原告向經濟部智慧財產局（下稱智
31 慧局）申請註冊核准登記，取得之商標專用權，指定使用於

01 家庭用果汁機等商品，現仍在商標有效期間內。而被告高靖
02 雅為「亞斯藍企業社」負責人、被告施志明為「鴻倫企業
03 社」負責人、被告吳宛霖為蝦皮購物帳號tailujwv之賣家，
04 其等分別於YAHOO超級商城、露天拍賣網站、蝦皮購物網站
05 刊登販售商品編號p0588194492484之「萃茶機」、21957660
06 62840之「萃茶機」、i.000000000.7452120010之「元揚EJ-
07 8146萃茶機」（下稱系爭商品），被告高靖雅、施志明並於
08 上開賣場網頁均使用與系爭商標1完全相同之商標圖樣，被
09 告吳宛霖則於上開賣場網頁使用與系爭商標1、2完全相同之
10 商標圖樣，為確認系爭商品是否為仿冒原告商標之商品，原
11 告爰委託第三人代其購買被告高靖雅、施志明上開販售之系
12 爭商品，詎商品送達後始發現實體商品僅有「Blenders」字
13 樣，惟被告高靖雅、施志明、吳宛霖均非原告之合作經銷
14 商，非經原告授權或同意，自不得使用系爭商標1、2，惟其
15 等故意在上開賣場網頁使用系爭商標1或系爭商標1、2以行
16 銷系爭商品，自己侵害原告之商標權，而應負損害賠償責
17 任。

18 (二)被告雅虎公司為經營YAHOO超級商城之公司，其以收取開辦
19 費、月租費、成交手續費、購物車作業處理費、預購訂單處
20 理費、逆物流費用為收益方式，且屬於被告雅虎公司自行經
21 營管理、直接販賣產品給消費者之B2C（企業對顧客）購物
22 平臺，係由YAHOO超級商城之客戶直接向被告雅虎公司購買
23 商品，被告雅虎公司屬YAHOO超級商城之出賣人，其刊登未
24 經原告合法授權之使用系爭商標1之商品廣告，依民法第185
25 條規定，自應與被告高靖雅負連帶損害賠償責任。又原告僅
26 以被告高靖雅販售本件侵權商品單價2,444元之1,500倍即3,
27 666,000元中之金額10萬元向被告高靖雅及被告雅虎公司請
28 求連帶損害賠償。

29 (三)被告露天公司為經營露天拍賣網站之公司，其以收取成交手
30 續費、廣告費、其他付費服務或功能等為收益方式，具有確
31 認註冊賣家被告施志明販售之商品是否具有合法授權文件之

01 注意義務，卻疏未事前審核被告施志明販售之商品是否具有
02 合法授權而具有過失，綜觀銷售平臺之提供及銷售仿冒商品
03 流程之介入程度，被告露天公司對於被告施志明侵害原告商
04 標權之行為，具有極具關鍵性之助力，依民法第185條規
05 定，自應與被告施志明負連帶損害賠償責任。又原告僅以被
06 告施志明販售本件侵權商品單價2,668元之1,500倍即3,666,
07 000元中之金額10萬元向被告施志明及被告露天公司請求連
08 帶損害賠償。

09 (四)被告蝦皮公司為經營蝦皮購物網站之公司，其以收取成交手
10 續費、金流服務費為收益方式，具有確認註冊賣家被告吳宛
11 霖販售之商品是否具有合法授權文件之注意義務，卻疏未事
12 前審核被告吳宛霖販售之商品是否具有合法授權而具有過
13 失，綜觀銷售平臺之提供及銷售仿冒商品流程之介入程度，
14 被告蝦皮公司對於被告吳宛霖侵害原告商標權之行為，具有
15 極具關鍵性之助力，依民法第185條之規定，自應與被告吳
16 宛霖負擔連帶損害賠償責任。又原告僅以被告吳宛霖販售本
17 件侵權商品單價23,680元之1,500倍即35,520,000元以下之
18 金額10萬元向被告吳宛霖及被告蝦皮公司請求連帶損害賠
19 償。

20 (五)為此，爰依商標法第69條第3項、第71條第1項第3款及民法
21 第185條之規定，提起本件訴訟，並聲明：

- 22 1.被告高靖雅及被告雅虎公司應連帶給付原告10萬元整。
- 23 2.被告施志明及被告露天公司應連帶給付原告10萬元整。
- 24 3.被告吳宛霖及被告蝦皮公司應連帶給付原告10萬元整。
- 25 4.原告願供擔保請准宣告假執行。

26 二、被告抗辯：

27 (一)被告高靖雅部分：

28 被告高靖雅前於YAHOO超級商城所販售商品編號 p0588194492
29 484之「萃茶機」商品（已下架），係獲悉網路買家下單後
30 始向中國大陸馬利龍廚房電器購入再行轉售，且唯一網路買
31 家即為原告所委託之第三人所購買，除此之外，被告高靖雅

01 無再向任何廠商購入「萃茶機」等類似商品予以轉售或庫
02 存，顯見被告高靖雅並無利用系爭商標1而有行銷或營利之
03 目的，僅單純為為買家代購之行為。又被告高靖雅所代購之
04 系爭商品，上方僅為標示商品名稱之說明「Blenders」，中
05 文意涵為「攪拌機」之意，無非以善意合理之方法表示商品
06 之名稱，並無商標使用之意，依商標法第36條第1項第1款之
07 規定，不受原告商標權之效力所拘束。再者，被告高靖雅對
08 於系爭商標1之品牌一無所知，否則不會等網路有賣家下單
09 始向國外訂貨，且被告高靖雅於獲悉YAHOO超級商城網頁誤
10 用系爭商標1後，亦立即將誤刊之廣告撤下，並無侵害系爭
11 商標1之故意。被告高靖雅至今僅因原告委託第三人訂購而
12 售出「萃茶機」商品1台，經扣除購入成本、YAHOO超級商城
13 上架費、手續費等費用後，被告高靖雅幾乎已無獲利，原告
14 請求賠償金額10萬元自顯不相當等語。並聲明：1.原告之訴
15 及假執行之聲請均駁回。2.如受不利之判決，願供擔保請准
16 宣告免為假執行。

17 (二)被告雅虎公司部分：

18 1.被告雅虎公司所經營之電子商務服務，共區分為三種不同型
19 態，Yahoo奇摩購物中心為B2C平臺，由雅虎公司自行銷售商
20 品或服務予消費者；Yahoo奇摩超級商城則為B2B2C之線上開
21 店平臺，由廠商透過被告雅虎公司所提供之相關線上開店工
22 具服務，以廠商自己之名義銷售商品或服務予消費者；Yaho
23 o奇摩拍賣則為C2C平臺，使用者無論是個人或商家，均得自
24 行透過拍賣平臺刊登商品或服務之銷售資訊，透過拍賣平臺
25 磋商使用者間之交易。Yahoo奇摩超級商城並非Yahoo奇摩購
26 物中心，被告雅虎公司並非以「自己」之名義銷售商品或服
27 務予消費者，並非該等商品之出賣人，與大賣場、百貨公司
28 等不同，僅提供線上開店所需之工具服務，由商家透過線上
29 開店平臺之後臺，自行上架商品或服務、決定定價與折扣、
30 上傳各種圖文或其他行銷資訊，被告雅虎公司並未參與該等
31 商品或服務以及相關行銷圖文資訊之上架或其他決定；況Ya

01 hoo奇摩超級商城有數千家商家利用此一B2B2C平臺開設自己
02 之線上商店，每家線上商店上架之商品從數百到數千件不
03 等，被告雅虎公司如何可能針對數千家商家、數十萬件商
04 品，逐一事前審查該等商品之資訊或行銷圖文是否涉及侵害
05 他人智慧財產權。另依被告雅虎公司與被告高靖雅所經營之
06 亞斯藍企業社所簽署之Yahoo奇摩超級商城商店合約書（下
07 稱超級商城合約）第2條、第15條約定，可見Yahoo奇摩超級
08 商城確屬B2B2C之線上開店平臺，並非一般B2C之電子商務平
09 臺，且被告雅虎公司已明確要求商家應注意避免侵害他人智
10 慧財產權，並提供智慧財產權人透過檢舉方式行使權利，實
11 已盡其相當之注意義務，而無任何侵害智慧財產權之故意或
12 過失可言。是針對商店透過B2B2C平臺以自己名義銷售之商
13 品或服務，應由商店自行負相關責任，與被告雅虎公司無
14 涉。

15 2.亞斯藍企業社所刊登販售之系爭商品並未特別標示系爭商標
16 1，相關行銷圖文中除對商品之攝影因商品上附貼之商標
17 外，亦未有將系爭商標1圖樣作為商標使用之情事，應不構
18 成商標侵權之行為，且原告已自承亞斯藍企業社實際交付之
19 商品僅使用非系爭商標1專用範圍之「Blenders」字樣，足
20 見本案亞斯藍企業社是否構成商標權侵害尚有疑義。又該商
21 品本身並無侵害商標權，顯非「侵害商標權商品」，原告既
22 未查獲任何侵害商標權商品，即無法依商標法第71條第1項
23 第3款規定主張由法院於所查獲侵害商標權商品之零售單價
24 1,500倍以下之金額定賠償金額等語。

25 3.聲明：

26 (1)原告之訴及假執行之聲請均駁回。

27 (2)如受不利之判決，被告願供擔保，請准宣告免為假執行

28 (三)被告施志明部分：

29 其業已與原告以8萬元達成和解，原告承諾不向被告施志明
30 請求超過8萬元之損害賠償等語。

31 (四)被告露天公司部分：

01 被告露天公司為單純提供網路平臺予個人賣家自行刊登商品
02 之網站空間、交易平臺，即C2C模式。依被告露天公司與會
03 員簽訂之會員合約中第3條第1項、第2項、第3項、第5條第2
04 項、第3項及第8條第2項約定，賣家於被告露天公司所提供
05 之網路平臺自行刊登商品，該商品頁面亦係由賣家自行維
06 護、經營及管理，賣家所刊登之商品頁面內容，包含其所販
07 售之商品、服務之介紹、說明等網頁內容，均係由賣家自行
08 撰寫、編輯、刊登，被告露天公司並無法事先知悉各賣家自
09 行製作、上傳之商品文宣、販售之商品內容等，且被告露天
10 公司並非進貨販售商品之出賣人，顯難針對站上繁雜又數量
11 龐大之商品進行事前審查，故除要求賣家同意不得刊登侵害
12 第三人權利之商品外，並提供智慧財產權權利人以檢舉侵權
13 之方式加以排除侵害；因此，在商標權利人檢舉侵權商品前
14 被告露天公司無法獲悉該商品是否侵權。又被告露天公司於
15 109年11月2日收到原告之律師函後已立即進行處理，並於同
16 年月3日完成所有侵權商品之下架，已盡到身為平臺提供者
17 能夠盡到之注意程度，並未有任何故意或過失意圖侵害原告
18 權利，是原告請求被告露天公司應連帶負損害賠償責任顯無
19 理由等語。並聲明：原告之訴及假執行之聲請均駁回。

20 (五)被告吳宛霖部分：

21 蝦皮購物帳號「tailujwv」並非其所申請使用，蝦皮購物拍
22 賣網頁所刊登販售之系爭商品亦非其所上架之商品，而該帳
23 號使用之銀行帳戶雖是其銀行帳戶，但其不知道是誰在使
24 用，其收到法院通知時才知道銀行帳戶遺失而於109年12月
25 間去銀行掛失、補辦，自難認被告吳宛霖有何故意或過失侵
26 害系爭商標1、2之行為。況「tailujwv」是否為被告吳宛霖
27 所申請設立？被告吳宛霖是何時收受匯款？金額為何？有何
28 不法侵害系爭商標之故意、過失？均未見原告舉證，原告自
29 不得逕以「tailujwv」所綁定之銀行帳號為被告吳宛霖之銀
30 行帳戶，即認定被告吳宛霖有侵害商標權之行為等語。並聲

01 明：1.原告之訴及假執行之聲請均駁回。2.如受不利判決，
02 願供擔保請准宣告免為假執行。

03 (六)被告蝦皮公司部分：

04 1.本件係由賣家自行出售，為所謂C2C（顧客對顧客）交易模
05 式，係由用戶間彼此成立買賣關係。又蝦皮購物平臺係由賣
06 家自行上傳商品內容，並由用戶進行選購，商品種類眾多；
07 而蝦皮購物平臺之服務條款已指明用戶於使用蝦皮購物平臺
08 服務時，同意其不會刊登侵犯第三方著作財產權之項目，亦
09 禁止用戶販售侵權商品，並提供權利人檢舉侵權商品之管
10 道。被告蝦皮公司實無從知悉或一一查證用戶上傳之商品是
11 否有侵害其商標之可能，況被告蝦皮公司接獲原告之警告函
12 後，已於109年11月11日將相關網頁全數下架，業已盡注意
13 義務，並無侵害原告商標權之故意及過失，自無須與賣家負
14 連帶損害賠償責任。

15 2.原告並未實際購入其所陳稱之侵權產品「元揚EJ-816萃茶
16 機」，則原告所控之實際商品內容為何、是否確為仿品？是
17 否與網頁頁面相同？產品本身是否有使用原告所稱商標等
18 情，皆有疑問，原告於未取得侵權產品之前提下即主張侵害
19 其商標權，顯無理由；況原告於臺灣生產商品，但有銷售至
20 大陸地區等語，故原告所陳稱之侵權商品亦有可能係由賣家
21 於他處所購入真品後再於蝦皮購物網站刊登銷售，則依商標
22 法第36條第2項前段規定之權利耗盡原則係屬合法，至於出
23 貨為自大陸進口至臺灣抑或由臺灣當地出貨皆係由賣家自行
24 按其需求選擇，與判斷本件商品真品與否並無關連。若蝦皮
25 賣家所販售者為真品，則其所使用者究竟屬商標使用或單純
26 彰顯商品來源亦有疑慮，原告於未購入其所控侵權產品之情
27 形下即輕言斷定該產品為仿品，顯未善盡舉證責任。甚者，
28 蝦皮賣家針對商品所標示之價格顯高於原告所提供其他網路
29 購物平臺所標示之價格，則該蝦皮賣家是否確實有銷售意
30 圖？又是否確實有售出任何商品而造成原告之損害，原告皆

01 未舉證說明之；原告對其所主張之商標侵權一事，難謂已盡
02 舉證責任。

03 3.聲明：

04 (1)原告之訴及假執行之聲請均駁回。

05 (2)若受不利之判決，被告願供擔保，請准免於假執行。

06 三、兩造不爭執事項：（本院卷(二)第315至316頁）

07 (一)原告為系爭商標1、2之商標權人，且系爭商標1、2現仍於專
08 用存續期間。

09 (二)原告於我國生產系爭商標1、2商品，於大陸地區亦有銷售系
10 爭商標1、2商品。

11 (三)Yahoo奇摩超級商城之經營公司為被告雅虎公司；露天拍賣
12 網站之經營公司為被告露天公司；蝦皮購物網站之經營公司
13 為被告蝦皮公司。

14 (四)Yahoo奇摩超級商城為B2B2C網路平臺；露天拍賣網站為C2C
15 網路平臺；蝦皮購物網站為C2C網路平臺。

16 (五)Yahoo奇摩超級商城賣家「亞斯藍企業社」之負責人即被告
17 高靖雅，於YAHOO超級商城販售商品編號p0588194492484之
18 「萃茶機」；露天拍賣賣家「鴻倫企業社」之負責人即被告
19 施志明，於露天拍賣網站販售商品編號2195766062840之
20 「萃茶機」；蝦皮購物帳號名稱tailujwv之賣家於蝦皮購物
21 網站販售商品編號i.000000000.7452120010之「元揚EJ-814
22 6萃茶機」。

23 (六)原告委託訴外人於YAHOO超級商城及露天拍賣網站購得上開
24 商品編號之「萃茶機」，該二件商品上皆未使用「e.Blende
25 rs」，僅標示「Blenders」字樣。原告並未自蝦皮購物平臺
26 購買帳號名稱tailujwv之賣家所販售上開商品編號之「元揚
27 EJ-816萃茶機」。

28 (七)訴外人樂購蝦皮公司前於109年11月2日接獲原告委託泰和法
29 律事務所109年度泰（蝦）字第1030號律師函指稱蝦皮購物
30 網站賣家侵害系爭商標1、2，要求將侵權商品下架乙事，嗣

01 被告蝦皮公司於同年月11日將該律師函中所指涉侵權之商品
02 網頁全數下架。

03 (八)被告露天公司前於109年11月2日收到原告委託泰和法律事務
04 所109年度泰（露）字第1030號律師函指稱露天拍賣網站賣
05 家侵害系爭商標1、2，要求將侵權商品下架乙事（惟該函附
06 件之商品清單並未包含編號2195766062840之商品），嗣被
07 告露天公司於同年月3日將該律師函中所指涉侵權之商品網
08 頁全數下架。

09 四、得心證之理由：

10 原告主張其為系爭商標1、2之商標權人，被告高靖雅、施志
11 明、吳宛霖未經其同意及授權，即於上開賣場網頁使用系爭
12 商標1、2圖樣以行銷系爭商品，自己侵害原告之商標權，而
13 被告雅虎公司、露天公司、蝦皮公司未就商家及商家刊登販
14 售之商品進行事前審查，自應與上開商家、賣家連帶負損害
15 賠償責任，則為被告等所否認，並以前詞置辯。是本件經整理
16 並協議簡化爭點後（本院卷(二)第316至317頁），所應審究者
17 為：(一)1.被告高靖雅、施志明分別於YAHOO超級商城、露天
18 拍賣網站使用系爭商標1以行銷系爭商品之行為，有無商標
19 法第68條第1款規定侵害原告商標權之情形？2.被告吳宛霖
20 是否有於蝦皮購物網站上使用系爭商標1、2以行銷系爭商品
21 之行為？如是，有無商標法第68條第1款規定侵害原告商標
22 權之情形？(二)被告高靖雅、施志明、吳宛霖有無侵害系爭商
23 標之故意或過失，而應依商標法第69條第3項負損害賠償責
24 任？若有，其損害賠償金額應如何計算？以若干為適當？(三)
25 被告雅虎公司、露天公司、蝦皮公司分別於上開經營之Yaho
26 o奇摩超級商城、露天拍賣網站、蝦皮購物網站，並未對商
27 家或賣家所刊登之網路平台商品進行事前審查，是否為故意
28 或過失侵害原告之商標權，而應依民法第185條第1項前段規
29 定，分別與上開賣家連帶負損害賠償責任？茲論述如下：

30 (一)被告高靖雅、施志明分別於YAHOO超級商城、露天拍賣網站
31 使用系爭商標1以行銷系爭商品之行為，有商標法第68條第1

款規定侵害原告商標權之情形，被告吳宛霖則非蝦皮購物網站上實際使用系爭商標以行銷萃茶機產品之人

1. 被告高靖雅、施志明部分

(1) 按商標之使用，指為行銷之目的，而將商標用於與商品或服務有關之商業文書或廣告，並足以使相關消費者認識其為商標；而以數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物方式為之者，亦同，商標法第5條第1項第4款、第2項定有明文。是以就現行商標法第5條所規定之商標使用，可歸納為三要件：(1) 使用人係基於行銷商品或服務之目的而使用；(2) 需有使用商標之行為；(3) 需足以使相關消費者認識其為商標。所稱「需足以使相關消費者認識其為商標」，意指不論該條第1項或第2項所示之情形，客觀上均足以使相關消費者認識其為商標，才具有商標的識別功能，達到商標使用之目的。亦即，除商標權人之使用以表彰其識別功能外，當商標權人以外之第三人使用商標，若其使用結果可能造成商品或服務之相關消費者混淆誤認，而無法藉由商標來正確識別商品或服務來源時，則該第三人使用商標之行為即應予禁止，以避免商標識別功能遭受破壞。次按商標法第68條第1款規定，未經商標權人同意，為行銷目的，而於同一商品或服務，使用相同於註冊商標之商標者，為侵害商標權。而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，有無引起混淆誤認之虞以為斷。

(2) 經查，依原告提出之YAHOO超級商城、露天拍賣網頁內容（本院卷(一)第41至60頁、第75至84頁），可知該等賣場網頁所刊登販售之系爭商品上均明顯標示有與系爭商標1完全相同之圖樣，兩者予人觀感印象一致，且外觀、觀念及讀音上完全相同無法區辨，應構成相同之商標；被告高靖雅、施志明既係基於行銷系爭商品之目的而使用系爭商標1，且該等行為已足使相關消費者認識其為商標，自屬商標之使用無疑。再參以上開拍賣網頁內容所使用者為「萃茶機」之字

樣，並有「我不只是一台萃茶機，還是一台奶蓋機、冰沙機、雪克機、奶泡機、豆漿機、果汁機」、「冰沙、豆漿、果汁、料理多用」，亦與系爭商標1所指定使用之「家庭用果汁機；家庭用果菜機；家庭用果菜調理機；家庭用食物料理機；家庭用電氣式飲料調製機；咖啡用磨豆機（手動式除外）；家庭用榨果汁機」之商品相同，堪認上開賣場網頁之內容確有使相關消費者誤認被告高靖雅、施志明所提供之商品來源與原告相同，或兩者間有授權、加盟或關係企業等類似關係存在，而有致相關消費者混淆誤認之虞，自應構成商標法第68條第1款之商標侵權行為。

2. 被告吳宛霖部分：

- (1) 按當事人主張有利於己之事實者，就其事實有舉證之責任。但法律別有規定，或依其情形顯失公平者，不在此限，民事訴訟法第277條定有明文。準此，原告主張被告吳宛霖為蝦皮購物帳號tailujwv之賣家，則為被告吳宛霖所否認，自應由原告就該事實負舉證之責。
- (2) 原告雖以被告吳宛霖為蝦皮購物帳號tailujwv之賣家，惟經被告蝦皮公司110年2月4日回函所檢附之附件內容（本院卷(二)第271至273頁、卷(二)外放證物袋），可知該帳號所綁定之申登資料除被告吳宛霖外，另綁定其他人之姓名，且被告吳宛霖所綁定之地址、手機門號，均與被告吳宛霖於該帳號所綁定銀行帳戶所登記之地址與手機門號不符，且非被告吳宛霖之戶籍地址或現住址，亦非被告吳宛霖所申請使用之手機門號，有中國信託商業銀行（下稱中信銀行）110年6月30日函覆資料、本院查詢被告吳宛霖戶政資料及上開綁定手機門號之申登人資料附卷可參（本院卷(二)、(三)外放證物袋），亦無證據證明該等地址或申登人與被告吳宛霖有何關連，則被告吳宛霖是否為蝦皮購物帳號tailujwv之實際申請人及使用人，且為於蝦皮購物網站上使用系爭商標1、2以行銷系爭商品之人，即非無疑。再依被告蝦皮公司於110年3月31日陳報內容（本院卷(二)第283至285頁），雖可見蝦皮購物帳號所綁

01 定之銀行帳戶為被告吳宛霖之銀行帳戶，且相關款項亦係撥
02 款至該銀行帳戶，惟被告吳宛霖係於110年4月8日收受本件
03 民事起訴狀及開庭通知，並於同年4月22日向中信銀行申請
04 掛失金融卡、存摺，並申請補發（本院卷(一)第301頁、卷(三)
05 第217頁），是被告吳宛霖辯稱其收到開庭通知才發現該銀
06 行帳戶之存摺、金融卡及密碼遺失，才去申請補發等語，即
07 非全然無據。原告既未能提出其他證據證明被告吳宛霖為蝦
08 皮購物帳號tailujwv之實際申請人及使用人，自難認被告吳
09 宛霖為實際於蝦皮購物網站上使用系爭商標1、2以行銷系爭
10 商品之人，是原告主張被告吳宛霖有侵害系爭商標1、2之行
11 為而請求其應負損害賠償責任等語，即無理由，應予駁回。

12 (二)被告高靖雅、施志明有侵害系爭商標1之故意，應依商標法
13 第69條第3項負損害賠償責任

14 1.按商標權人對於因故意或過失侵害其商標權者，得請求損害
15 賠償；又商標權人請求損害賠償時，得就查獲侵害商標權商
16 品之零售單價1500倍以下之金額，計算其損害，商標法第69
17 條第3項、第71條第1項第3款分別定有明文。而侵權行為賠
18 償損害之請求權，其本質仍是在填補被害人之實際損害，而
19 非更予以利益，故損害賠償以受有實際損害為成立要件，商
20 標法第71條規定商標權受侵害之請求損害賠償，係侵權行為
21 賠償損害請求權之一種，自有適用損害填補法則。又立法者
22 考量商標侵權行為之舉證困難，故以商標法第71條第1項第3
23 款減免商標權人就實際損害額之舉證責任，並明定法定賠償
24 額，以侵害商標權商品之零售價倍數計算，認定其實際損害
25 額；另一方面，立法考量以倍數計算之方法，致商標權人所
26 得請求之賠償金額顯不相當者，賦予法院依同條第2 項酌減
27 數額之權限，使商標權人所得賠償與其實際上損害情形相
28 當，以杜商標權人有不當得利或懲罰行為人之疑慮。是判斷
29 侵害商標權之損害賠償範圍，應以行為人之侵害情節及商標
30 權人所受損害為主，是以有關行為人之經營規模、經濟能

01 力、仿冒商標商品之數量、侵害行為之期間、仿冒商標之相
02 同或近似程度，及註冊商標商品真品之性質與特色、在市場
03 上流通情形、行為人所可能對商標權人所創造並維護之商標
04 權所生之損害範圍及程度等均為審酌之因素。

05 2.經查，系爭商標1係於101年7月1日註冊公告，有智慧局商標
06 檢索系統資料在卷可參（本院卷(一)第31頁），商標權既採登
07 記及公告制度，處於任何人均可得知悉之狀態，則被告高靖
08 雅、施志明於刊登販售系爭商品之際，理應加以查證，以避
09 免侵害系爭商標1。又系爭商品實際上均未有標示系爭商標1
10 之圖樣，僅有標示「Blenders」之字樣，此觀原告向被告高
11 靖雅、施志明所經營之上開賣場網頁購得之系爭商品開箱影
12 片截圖即明（本院卷(二)第253至257頁），倘被告高靖雅、施
13 志明非明知系爭商標1之品牌，豈有僅於上開賣場網頁之商
14 品照片上使用系爭商標圖樣1以行銷系爭商品，而非刊登未
15 有標示系爭商標1圖樣之實際商品照片，則其等主觀上確有
16 侵害系爭商標1之故意甚明。是原告請求被告高靖雅、施志
17 明應依商標法第69條第3項之規定負損害賠償責任，自屬有
18 據。

19 3.系爭商品固未有標示系爭商標1圖樣，然原告係於被告高靖
20 雅、施志明所經營之上開標示有系爭商標1圖樣之賣場網頁
21 購得系爭商品，有上開賣場網頁、統一發票及購買證明等附
22 卷可稽（本院卷(一)第41至61頁、第75至89頁），則原告主張
23 以系爭商品為所查獲之侵害商標權商品，並以上開賣場網頁
24 之價格計算損害賠償，自屬有據。爰審酌被告高靖雅、施志
25 明所經營之上開賣場網頁，YAHOO超級商城部分係於108年9
26 月3日上架至110年11月5日下架（刪除商品），露天拍賣網
27 站部分係於108年11月4日上架至109年11月10日下架，刊登
28 期間分別約為1年2月、1年，然均僅有售出系爭商品各1台，
29 即為原告所購得之數量，有被告雅虎公司、露天公司回函內
30 容可佐（本院卷(三)第373至381頁），獲利非豐，兼衡被告高
31 靖雅、施志明所經營網路賣場之規模及原告所受損害等一切

情狀，本院認原告主張逕以系爭商品之零售單價1500倍計算其損害，顯屬過高，難認為相當，被告高靖雅部分應以系爭商品之零售單價2,444元（本院卷(一)第41頁）及零售單價30倍計算賠償額，被告施志明部分應以系爭商品之零售單價2,668元（本院卷(一)第75頁）及零售單價28倍計算賠償額較為適當。是原告請求被告高靖雅應給付73,320元（計算式：2,444元×30倍＝73,320元）、施志明應給付74,704元（計算式：2,668元×28倍＝74,704元），即屬有據。惟按損害賠償，除法律另有規定或契約另有訂定外，應以填補債權人所受損害及所失利益為限，民法第216條第1項定有明文，查被告高靖雅、施志明固因侵害原告商標權應分別賠償原告73,320元、74,704元，已如前述，然被告高靖雅、施志明於本件訴訟繫屬後，業已分別賠償原告9萬元、8萬元，有和解書、公務電話紀錄在卷可參（本院卷(二)第427頁、卷(三)第417頁），原告亦陳稱被告高靖雅、施志明均於刑事訴訟中與原告達成和解，如果法院判決金額沒有超過和解金額，也不會再向這兩位被告請求賠償等語（本院卷(三)第405頁），是被告高靖雅、施志明所分別賠償之上開金額自應由原告得請求賠償之金額中扣除，否則即已超出填補原告所受損害之原則。是以，本件扣除被告高靖雅、施志明已賠償之金額後，原告即不得再請求被告高靖雅、施志明給付損害賠償，則原告請求被告高靖雅、施志明應分別給付原告10萬元，即屬無據，應予駁回。

(三)被告雅虎公司、露天公司、蝦皮公司不應與賣家連帶負損害賠償責任：

- 1.按數人共同不法侵害他人之權利者，連帶負損害賠償責任，不能知其中孰為加害人者亦同；造意人及幫助人，視為共同行為人，民法第185條定有明文。而所謂共同侵權行為須數人共同對於同一損害，有主觀之意思聯絡或客觀之行為關連共同始足當之，其為客觀行為關連共同者，則須各行為人皆具備侵權行為之要件始能成立（最高法院109年度台上字第2

367號判決意旨參照)。又所謂過失，乃應注意能注意而不注意即欠缺注意義務之謂；構成侵權行為之過失，係指抽象輕過失即欠缺善良管理人之注意義務而言；行為人已否盡善良管理人之注意義務，應依事件之特性，分別加以考量，因行為人之職業、危害之嚴重性、被害法益之輕重、防範避免危害之代價，而有所不同（最高法院93年度台上字第851號判決意旨參照）。再因行動通訊與網路技術的快速發展，交易型態由傳統之實體店面、郵購、直銷、電視購物發展至電子商務交易模式，一般而言，電子商務交易模式大抵分為四大類：(1)Consumer to Consumer (C2C)；(2)Business to Business to Customer (B2B2C)；(3)Business to Customer (B2C)；(4)Business to Business (B2B)。申言之，所謂C2C(顧客對顧客)，係指電商負責提供平台與交易服務，透過管理匯流資訊，撮合成每筆交易收取手續費，或向賣家收取廣告費用，其是由消費者與開店賣家直接進行交易；所謂B2B2C，供應商提供貨品並透過平台商提供之平台及服務將貨品直接銷售給消費者，平台則收取手續費或廣告費；所謂B2C(企業對顧客)，係指企業直接與消費者交易之商業模式，由供貨者供貨給企業，企業幫供貨者展示商品賣給消費者，再由供貨者透過與企業營收拆分之方式，與企業共同進行產品之銷售；所謂B2B(企業對企業)，係指企業之間的交易平台，因網際網路的出現連結了各企業與上下游，使得資訊交換更加方便、供應鏈得以做更好之整合，交易模式也變得更便捷、透明化，透過B2B電商平台企業能夠更簡單、穩定地找到產品上、下游。準此，電商平台就直接侵權行為人販賣相關侵害商標權商品之行為是否應連帶負損害賠償責任，則應視其所採行之電子商務交易模式、介入銷售行為之程度、能否預見或避免損害發生之注意程度等，以判斷其是否有違反應盡之注意義務。

2.觀諸被告雅虎公司與高靖雅經營之亞斯藍企業社所簽署之Yahoo奇摩超級商城商店合約書第2條約定：「一、甲方（即被

告雅虎公司）所提供之開店服務，乃是供乙方（即亞斯藍企業社）以自己之名義透過商城電子商務平台銷售期商品或服務予消費者，甲方僅為乙方提供電子商務平臺及相關機制支援，並未與乙方為合夥、共同經營或其他本合約以外之合作事宜。二、乙方應於其商店首頁及訂購、結帳頁面，告知消費者係向乙方購買商品或服務，並於其商店網頁標示乙方之名稱、地址、客戶服務聯絡電話及電子郵件信箱，以供消費者聯絡。」（本院卷(一)第213頁），再以上開賣場網頁所示（本院卷(一)第41頁），被告高靖雅係以「亞斯藍生活館」經營其網路商店，且由被告雅虎公司開立之統一發票亦明載「代收代付」，並備註有店家之名稱、電話（本院卷(一)第61頁），足見商品或服務之出賣人仍為開店賣家，Yahoo奇摩超級商城僅屬B2B2C之線上開店平台，並非以自己名義銷售商品或服務予消費者之B2C電子商務平台。再觀之被告露天公司之會員合約第3條明定：「1.露天拍賣僅提供網路交易平台服務，供會員自行刊載物件及進行交易。……3.經由露天拍賣所進行之交易，應由買賣雙方自行負責交易之磋商及履行，對於買家及賣家履行交易之意願及能力、以及其所交易商品或服務之品質、安全性及合法性等，露天拍賣不負任何明示或默示之承諾或擔保。若交易雙方對於交易之磋商或履行發生爭議，應由交易雙方自行相互協調、解決爭議。」（本院卷(一)第93頁）、被告蝦皮購物網站服務條款第1.2條明定：「主服務包含提供一個線上的平台服務，以為買家（「買家」）與賣家（「賣家」）（統稱「您」、「使用者」或「買賣雙方」）間的商品交易提供場所及機會。實際的銷售合約存在於買家及賣家之間，Shopee不是該合約或買家與賣家其他合約之間的主體，且Shopee對這些合約均不承擔義務。」（本院卷(二)第33頁），足見商品或服務之出賣人仍為開店賣家，被告露天公司、蝦皮公司僅為單純提供網路平台予個人賣家自行刊登商品之交易平台，即C2C模式。

01 3.又由Yahoo奇摩超級商城商店合約書上開第2條約定內容及第
02 15條約定：「乙方保證乙方網路商店所銷售之商品或服務及
03 相關說明或圖文等資料，均未侵害他人之智慧財產權或其他
04 權利，亦無違反任何法令之情事。」（本院卷(一)第215
05 頁）、被告露天公司之會員合約第3條及第5條約定：「……
06 2.露天拍賣上所刊載之物件、說明內容、及相關訊息，包括
07 所刊載之廣告，均係由會員自行提供、上載、及發布，並由
08 本服務系統自動刊載於網站，露天拍賣並未事先過濾或審查
09 其內容，對於其內容之真實性、合法性、即時性等，不負任
10 何明示或默示之承諾或擔保。但會員所刊載之物件、說明內
11 容、或相關訊息等，如有違反法令、違背公序良俗、侵害第
12 三人權益、或違反會員合約之虞之情形，露天拍賣得不經事
13 先通知，直接加以移除、使之無法被存取、或採取其他限制
14 性措施。……」、「……3.會員刊載出售物件時，應注意其
15 是否有出售該商務之權利或資格、以及所出售商品或服務之
16 合法性，並應適當說明所刊載物件之交易條件及相關資訊，
17 不得有誇大、不實、或引人錯誤或誤信之情形。會員就特定
18 物件出價前，應注意審閱其交易條件及相關資訊，評估賣家
19 履行交易之誠信及能力。物件成交後，交易雙方應即以最大
20 誠信履行、並完成交易。……」（本院卷(一)第93至94頁）、
21 被告蝦皮公司服務條款第1.2條及第6.2條約定：「買賣雙方
22 將承擔有關期間銷售合約、商品刊登、購物擔保及類似事項
23 之全部責任。」、「您同意不會刊登侵犯第三方著作權、商
24 標或其他智慧財產權的項目，或以侵害他人智慧財產權的方
25 式來使用本服務。」（本院卷(二)第33頁、第155至157頁）、
26 以及於蝦皮購物平台之禁止和限制商品政策其中第2條（1）
27 （xx），禁止用戶販售：「可能侵權的商品：這些商品包括
28 但不限於仿製品、贗品、未經授權且可能違反特定著作權、
29 商標或其他第三方智慧財產權的產品或商品之複製品；」
30 （本院卷(二)第159至161頁），可知賣家於被告雅虎公司、露
31 天公司及蝦皮公司所提供之電商平台，係自行刊登商品，該

01 商品頁面亦由賣家自行維護、經營及管理，被告雅虎公司、
02 露天公司及蝦皮公司並無介入或參與；況且，在電商平台上
03 開店賣家及所販賣之商品或服務為數眾多，電商平台實無
04 從、亦難以事先得知各開店賣家所刊登之商品內容及頁面，
05 而該等電商平台均已明確要求賣家不得刊登、販售侵害第三
06 人智慧財產權之侵權商品。

07 4.再者，商標種類繁多，是否為侵害商標權之商品、商標權人
08 與賣家間是否有授權關係等，當以商標權人最為熟悉，且縱
09 無授權關係，該等商品是否有商標法第36條不受他人商標權
10 之效力所拘束之情形，以及購物網站頁面刊登之商品資訊與
11 賣家實際銷售、寄出之商品內容是否相同等等，均非被告雅
12 虎公司、露天公司及蝦皮公司僅藉由瀏覽賣家刊登之商品頁
13 面所得明確知悉；而被告雅虎公司、露天公司及蝦皮公司均
14 有提供智慧財產權人透過檢舉方式行使權利，能迅速將權利
15 人所檢舉之疑似有侵權商品之購物網頁移除，有Yahoo超級
16 商城智慧財產權檢舉侵權商品辦法、露天拍賣之智慧財產權
17 保護傘方案（Protective Umbrella Blueprint）、蝦皮購
18 物之智慧財產權侵權通知辦法在卷可參（本院卷(一)第223至2
19 24頁、第267至269頁、卷(二)第169至173頁），被告雅虎公
20 司、露天公司及蝦皮公司實難以於相關權利人檢舉侵權商品
21 前獲悉該等商品是否侵權。

22 5.參酌上述被告雅虎公司與賣家間之電子商務交易模式為B2B2
23 C、被告露天公司及蝦皮公司與賣家間之電子商務交易模式
24 為C2C，被告雅虎公司、露天公司及蝦皮公司均未介入平台
25 賣家與消費者間之銷售行為，對於賣家所刊登之商品頁面亦
26 未介入及參與，客觀上難以藉由瀏覽賣家所刊登之商品頁面
27 得知是否為侵害他人商標權商品，且已明確告知賣家不得刊
28 登、販售侵害第三人智慧財產權之侵權商品，並提供權利人
29 檢舉之機制，盡力避免損害之發生及擴大等一切情狀，堪認
30 被告雅虎公司、露天公司及蝦皮公司應已盡其注意義務，自
31 難認有何侵害原告商標權之故意或過失可言。原告徒以被告

01 雅虎公司、露天公司及蝦皮公司未對商家或賣家所刊登之網
02 路平台商品進行事前審查，而請求該等電商平台應與上開賣
03 家連帶負損害賠償責任，即屬無據。

04 五、綜上所述，原告依商標法第69條第3項、第71條第1項第3款
05 及民法第185條之規定，請求：(一)被告高靖雅及被告雅虎公
06 司應連帶給付原告10萬元整；(二)被告施志明及被告露天公司
07 應連帶給付原告10萬元整；(三)被告吳宛霖及被告蝦皮公司應
08 連帶給付原告10萬元整，均為無理由，應予駁回。又原告之
09 訴既經駁回，其假執行之聲請即失其依據，應併予駁回。

10 六、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及所提證據，經
11 本院審酌後，核與判決結果不生影響，爰不另逐一論述，附
12 此敘明。

13 訴訟費用負擔之依據：智慧財產案件審理法第1條，民事訴訟法
14 第78條。

15 中 華 民 國 110 年 10 月 12 日

16 智慧財產第三庭

17 法 官 林怡伸

18 以上正本係照原本作成。

19 如對本判決上訴，須於判決送達後20日之不變期間內，向本院提
20 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。

21 中 華 民 國 110 年 10 月 19 日

22 書記官 鄭楚君

23 附圖一（系爭商標1）

註冊號：01524425

商標名稱：e.Blenders

申請日：100年12月2日

註冊公告日：101年7月1日

商標圖樣顏色：墨色

聲明不專用：「BLENDERS」不在專用之列

指定使用類別及名稱第 007 類：家庭用果汁機；家庭用果菜
機；家庭用果菜調理機；家庭用食物料理機；家庭用電氣式飲

料調製機；咖啡用磨豆機（手動式除外）；家庭用榨果汁機。



附圖二（系爭商標2）

註冊號：00759726

商標名稱：元揚企業有限公司標章

申請日：85年5月9日

註冊公告日：86年6月1日

商標圖樣顏色：彩色

指定使用類別及名稱第 007 類：刨冰機、爆玉米花機、冰淇淋填充機、榨油機、工業用果汁機、家庭用果菜汁、工業用果菜機、家庭用果菜機。

