

智慧財產及商業法院民事判決

112年度民公訴字第2號

原告 合晶國際有限公司
法定代理人 郁品蓁
訴訟代理人 張澤平律師
被告 城欣科技股份有限公司
兼 上一人
法定代理人 鄭宇恩
共同
訴訟代理人 陳家輝律師
複代理人 蘇姿樺律師

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112年10月17日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

原告之訴及假執行之聲請均駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

壹、程序方面：

一、按智慧財產案件審理法民國112年1月12日修正之條文施行前，已繫屬於法院之智慧財產民事事件，適用本法修正施行前之規定，112年1月12日修正、同年8月30日施行之智慧財產案件審理法第75條第1項前段定有明文。本件係智慧財產案件審理法修正施行前即111年10月13日繫屬於本院，此有民事起訴狀上本院收狀章在卷為佐（見本院卷一第12頁），是本件應適用修正前之規定，合先敘明。

貳、實體方面：

一、原告主張：

(一)原告以如附表編號1所示圖樣內容為商標圖樣、名稱「iNO及圖」向經濟部智慧財產局（下稱智慧局）申請商標註冊，經智慧局核准取得註冊第02067438號商標（其名稱、申請日、註冊日、註冊公告日、專用期限、指定使用類別各如附表編

號1所示，下稱系爭商標），自110年12月起開始行銷、販售「iNO太空人律動機」（下稱系爭商品），且於嘖嘖募資平台就系爭產品進行募資預售，自110年12月15日至111年1月10日累計募資金額達新臺幣（下同）1億1,444萬4900元，並於募資期間經工商時報統計列為原創產品類贊助排名第一名，及各類網路媒體與社群之廣泛報導、介紹或分享，是系爭產品之「太空人」商品名稱、商品外型，業經原告自110年12月至111年5月其間投入相當行銷金額而廣為消費者所知，且為市場所重視，已構成公平交易法第22條規定之著名商品表徵。

(二)詎被告城欣科技股份有限公司（下稱城欣公司）於111年6月起，在其經營之大可波波decopop網站（網址：<https://www.decopop.com.tw/>）上，銷售「SPACE+新太空人垂直律動機」（下稱據爭商品），其於據爭商品上使用「太空人」、「SPACE」（英文：太空之意）為商品名稱，且刻意模仿系爭商品外型所呈現四方形配以四個角落之圓弧造型，及於上方平面單色設色、側邊平面白色配以商標，又刻意模仿系爭商品種類區分為黃（橘）色、粉紅色、灰色之3種選色，顯係使用原告上開著名商品表徵於同一或類似之商品，使消費者容易產生混淆，而違反公平交易法第22條第1項第1款規定。再者，被告城欣公司上開刻意仿冒行為，復於廣告文宣上稱新太空人（即據爭商品）優於舊太空人（即系爭商品），甚由其公司前董事長鄭旭孚、經理史乃方向智慧局申請註冊指定使用於運動用具商品之「iNO」、「太空人律動機」、「太空律動機」、「太空人」、「P600太空律動」商標；被告鄭宇恩利用其為被告城欣公司、訴外人和興國際企業有限公司（下稱和興公司）之負責人身分，於111年6月間將系爭商標中「iNO」字樣使用於和興公司行銷律動機之網站文案、製作比較表格於和興公司網站之行銷廣告網頁上，及於和興公司臉書行銷廣告上稱系爭商品為「募資律動機」、「號稱溫和實際等於無效」等文字，是被告城欣公

01 司、鄭宇恩均係攀附、榨取、貶抑原告就系爭商品努力經營
02 之商業成果，共同構成公平交易法第25條規定影響交易秩序
03 之欺罔或顯失公平行為，且屬故意以背於善良風俗之違背商
04 業道德方法，加損害於原告，應為共同侵權行為人，爰依公
05 平交易法第29條規定請求被告城欣公司排除防止侵害；及依
06 公平交易法第30條、第31條、民法第184條第1項後段、第18
07 5條第1項規定，請求被告城欣公司、鄭宇恩連帶給付100萬
08 元。另因被告鄭宇恩係被告城欣公司之法定代理人，被告城
09 欣公司前開侵權行為核屬其業務執行之範圍，亦應依公司法
10 第23條第2項，與被告城欣公司負連帶損害賠償責任。

11 (三)並聲明：

- 12 1.被告不得使用相同或近似於「太空人」字樣於律動機、振動
13 按摩器等運動健身用具之同一或類似商品或服務；被告均不
14 得將使用相同或近似於「太空人」字樣之上開商品，予以販
15 賣、運送、輸出或輸入。
- 16 2.被告不得使用相同或近似於系爭產品外觀於律動機、振動按
17 摩器等運動健身用具之同一或類似商品或服務；被告均不得
18 將使用相同或近似於系爭產品外觀之上開商品，予以販賣、
19 運送、輸出或輸入。
- 20 3.被告應連帶給付原告100萬元，暨自起訴狀送達翌日起至清
21 償日止，按週年利率百分之5計算之利息。
- 22 4.訴訟費用由被告負擔。
- 23 5.如獲勝訴判決，就訴之聲明第3項，願供擔保請准宣告假執
24 行。

25 二、被告則以：

- 26 (一)被告城欣公司於90年5月25日經核准設立，為居家用品、健
27 康設備等之製造、銷售商，經營有大可波波decopop之品
28 牌。所謂垂直律動之概念係起源於西元1960年代蘇聯太空人
29 為減緩在無重力狀態下之肌肉萎縮及骨骼流失速度等所進行
30 之垂直律動訓練。在系爭商品行銷、販售前，市場上早已存
31 在垂直律動機商品，該等商品及太空人垂直律動訓練亦經電

01 視媒體及書籍等傳播，廣為相關消費者所知悉，復觀之原告
02 官網就系爭商品之介紹等，如同市場上其他垂直律動機之銷
03 售業者，亦多有說明其產品與太空人垂直律動訓練間之關
04 聯，是「太空人」自屬垂直律動機業者對於商品說明習用之
05 名詞，且系爭商品之外型於原告110年12月15日公開募資
06 前，已見於他人設計專利中，並屬先前固有之垂直律動機之
07 習見設計樣式，其外型配色亦與同一或類似產品相似，除標
08 示系爭商標外，無其他顯著辨識特徵，又系爭商品自行銷時
09 起算至本件起訴時未滿一年，銷售量不僅遠低於同業商品，
10 於廣告行銷費用部分亦無超出業界就新商品之通常行銷費
11 用，更無相關證據資料證明系爭商品之「太空人」商品名
12 稱、商品外型已達相關事業或消費者熟知之程度，是系爭商
13 品之「太空人」商品名稱僅為該商品品質、用途、相關特性
14 之說明，且其外型無顯著辨識特徵，均不具商品識別性或次
15 要意義之特徵，亦無廣為相關事業或消費者所普遍認知，非
16 屬公平交易法第22條第1項第1款規定之著名商品表徵。

17 (二)被告城欣公司於108年12月3日以如附表編號2所示圖樣、名
18 稱「decopop設計字」向智慧局申請商標註冊，經智慧局核
19 准註冊為第02062657號註冊商標（下稱被告商標），系爭商
20 品與據爭商品在外型正面分別標示有得識別商品來源之「iN
21 0」、「SPACE+」或「SPACE Plus」等文字，於外型比例及
22 視覺效果均予消費者不同印象，且被告城欣公司於銷售據爭
23 商品之大可波波decopop網站上亦標示有被告商標，是二商
24 品於商品價格、消費族群與行銷管道均有不同，以具有普通
25 知識經驗之消費者於購買時施以普通注意，異時異地隔離觀
26 察，應得輕易區辨，而無混淆誤認之虞。又「太空人」既屬
27 垂直律動機之商品品質、用途、相關特性等說明，被告城欣
28 公司於比較據爭產品與他款律動機時，係以「舊太空人」統
29 稱其他律動機，據爭商品則稱「新太空人」表示其功能或規
30 格上有如何進步之處。再者，史乃方申請商標行為應與被告
31 城欣公司並無關連，且其所申請之「太空人律動機」、「太

01 空律動機」、「太空人」、「P600太空律動」等商標，復經
02 智慧局認均不具商品識別性而駁回，亦無搶註商標情事，被
03 告鄭宇恩亦無貶低系爭商品之意思或行為。是以，被告城欣
04 公司、鄭宇恩均未違反公平交易法第25條規定。況被告城欣
05 公司於相關健康設備市場上之經營時間、信譽與相關消費者
06 熟知程度均較原告更高，且系爭商品曾遭經濟部標準檢驗局
07 廢止商品檢驗證書，在網路上遭受負評，是被告城欣公司亦
08 無攀附系爭商品之意圖與必要。

09 (三)並聲明：

10 1.原告之訴駁回。

11 2.訴訟費用由原告負擔。

12 3.如受不利判決，願供擔保請准宣告免為假執行。

13 三、本院整理並補充兩造不爭執事項及爭執事項（見本院卷二第
14 190頁至第192頁，並依判決格式修正或刪減文句，或依爭點
15 論述順序整理內容）：

16 (一)兩造不爭執事項：

17 1.原告於108年11月26日以附表編號1所示圖樣內容為商標圖
18 樣、名稱「iN0及圖」向智慧局申請商標註冊，經智慧局核
19 准註冊為系爭商標，並於109年6月16日公告，商標權期間自
20 109年6月16日起至119年6月15日。原告於110年12月間起開
21 始行銷、販售標註上開商標之系爭商品。

22 2.被告城欣公司於90年5月25日經核准設立，和興公司於85年9
23 月12日經核准設立，被告鄭宇恩為上開2公司之法定代理人
24 及負責人。

25 3.被告城欣公司於108年12月3日以附表編號2所示圖樣、名稱
26 「decopop設計字」向智慧局申請商標註冊，經智慧局核准
27 註冊為被告商標，並於109年6月1日公告，商標權期間自109
28 年6月1日起至119年5月31日。被告城欣公司於111年6月間起
29 開始於其經營之大可波波decopop網站（網址：<https://www.decopop.com.tw/>）上銷售據爭商品。
30

01 4.被告城欣公司經理史乃方於111年1月5日以墨色、平面「太
02 空人律動機」文字為圖樣、名稱「太空人律動機」向智慧局
03 申請商標註冊，指定使用於商品分類第28類之商品（申請案
04 號：0000000000），經智慧局於111年9月19日以（111）智商
05 20791字第000000000000號處分書駁回申請（核駁號：T04252
06 36）；於同日以墨色、平面「太空律動機」文字為圖樣、名
07 稱「太空律動機」向智慧局申請商標註冊，指定使用於商品
08 分類第28類商品（申請案號：0000000000），亦經智慧局於1
09 11年9月19日以（111）智商20791字第000000000000號處分書
10 駁回申請（核駁號：T0425231）；於同日以墨色、平面「P6
11 00太空律動」文字為圖樣、名稱「太空律動機」下稱智慧局
12 申請商標註冊，指定使用於商品分類第28類商品，並聲明不
13 就「P600」文字主張商標權，則經智慧局核准註冊為第2256
14 577號註冊商標。又其於111年7月18日以墨色、平面「太空
15 人」文字為圖樣、名稱「太空人」向智慧局申請商標註冊2
16 個商標，分別指定使用於商品分類第10類商品（申請案號：
17 0000000000）、第28類商品（申請案號：0000000000），目前
18 由智慧局審查中。

19 5.被告城欣公司經營之大可波波decopop網站上，於銷售據爭
20 商品頁面（網址：[https://www.decopop.com.tw/products/](https://www.decopop.com.tw/products/a-100)
21 [a-100](https://www.decopop.com.tw/products/a-100)）之常見問題記載：「Q：請問新太空人真的比舊太空
22 人好用嗎？A：對！新太空人突破以往規格限制，段數升級、
23 輕量升級、面板升級，只為實現使用者更好的律動體
24 驗！」、「Q：垂直律動機那麼多為何要選新太空人？A:新太
25 空人有每分鐘最高1200次震動以及輕巧10KG機身，而且有面
26 板清楚顯示段數及時間，這都是傳統律動機沒有的！」、
27 「Q：新太空人除了健身還可以有什麼用處？A：除了健身之
28 外也是一台“強力美腿按摩機”透過強力的垂直震動可以讓
29 腿部舒緩放鬆」等語。

30 (二)兩造爭執事項：

- 01 1.系爭商品之「太空人」商品名稱、商品外型，是否為公平交
02 易法第22條第1項第1款規定之著名商品表徵？
- 03 2.被告城欣公司銷售之據爭商品，是否與系爭商品高度近似，
04 而使消費者產生混淆誤認，違反公平交易法第22條第1項第1
05 款規定？
- 06 3.被告城欣公司、鄭宇恩是否有攀附原告就系爭商品努力經營
07 之商業成果，而有共同違反公平交易法第25條規定之行為？
- 08 4.如有，原告依公平交易法第29條、第30條、第31條、民法第
09 184條第1項後段、第185條第1項、公司法第23條第2項規
10 定，請求被告連帶損害賠償、排除防止侵害，有無理由？

11 四、得心證之理由：

12 (一)按我國為維護交易秩序與消費者利益，確保自由與公平競
13 爭，促進經濟之安定與繁榮，特制定本法；其他提供商品或
14 服務從事交易之人或團體，為本法所稱之事業；本法所稱競
15 爭，指二以上事業在市場上以較有利之價格、數量、品質、
16 服務或其他條件，爭取交易機會之行為，公平交易法第1
17 條、第2條第1項第3款、第4條分別定有明文。準此，不論為
18 法人或自然人，其為獨立而繼續從事生產、商品交易或提供
19 服務之行為，在市場從事競爭活動者，均受公平交易法之規
20 範。本件原告、被告城欣公司均係銷售垂直律動機等運動商
21 品之業者，為兩造所不爭執，並有原告、被告城欣公司之公
22 司基本資料在卷可參（見本院卷一第414頁、第418頁），可
23 見兩造間具有競爭關係，且實際上確有提供商品（垂直律動
24 機）從事交易之行為，依前揭說明，被告城欣公司自屬公平
25 交易法所規範之事業，其於市場上所為相關競爭活動，即應
26 受公平交易法之規範，先予敘明。

27 (二)原告主張系爭商品之「太空人」商品名稱、商品外型為著名
28 商品表徵，被告城欣公司銷售與系爭商品高度近似之據爭商
29 品，而使消費者產生混淆誤認，違反公平交易法第22條第1
30 項第1款規定等情，並無理由：

01 1.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
02 供之商品或服務，不得有下列行為：一、以著名之他人姓
03 名、商號或公司名稱、商標、商品容器、包裝、外觀或其他
04 顯示他人商品之表徵，於同一或類似之商品，為相同或近似
05 之使用，致與他人商品混淆，或販賣、運送、輸出或輸入使
06 用該項表徵之商品者。」該款所稱「表徵」，係指某項具識
07 別力或次要意義之特徵，得以表彰商品來源，使相關事業或
08 消費者用以區別不同之商品；識別力係指某項特徵特別顯
09 著，使相關事業或消費者見該特徵即知該商品為某特定事業
10 所產製；次要意義係指某項原本不具識別力之特徵，因長期
11 繼續使用，使消費者認知並將之與商品來源產生聯想，因而
12 產生具區別商品來源之另一意義（最高法院110年度台上字
13 第3161號判決意旨參照）。又商品表徵是否已廣為相關事業
14 或消費者所普遍認知而為著名表徵，尚須考量若將商品其餘
15 要素（如商標、特色、其他設計外觀等）抽離後，該等表徵
16 是否仍具有足資區辨商品來源之功能，相關業者及消費者是
17 否僅憑該等表徵即可辨識該商品來源，並作為購買之依據，
18 並可參酌使用該表徵之商品、服務或營業，在市場上之行銷
19 時間、廣告量、銷售量、占有率、商標或公司名稱之註冊或
20 登記時間、識別性、價值、媒體報導量、消費大眾之印象、
21 市場調查資料等有關事項，以綜合判斷之（最高法院109年
22 度台上字第2369號、104年度台上字第973號判決意旨參
23 照）。

24 2.原告主張系爭商品之「太空人」商品名稱、商品外型（即整
25 體所呈現四方形配以四個角落之圓弧造型，及於上方平面單
26 色設色、側邊平面白色配以商標）為其著名之商品表徵等
27 情，雖據其提出系爭商品照片在卷為憑（見本院卷二第53
28 頁），然查：

29 (1)系爭商品之商品名稱全文為「iN0太空人律動機」，且原告
30 於官方網站上對其產品說明為「30年前的太空人失去地心引
31 力無法運動，而現在高齡化、忙碌沒時間運動的我們，就是

01 太空人！」等語，此觀諸原告官方網站網頁截圖即明（見本
02 院卷一第608頁至第628頁），復參酌智慧局對以單純文字
03 「太空人律動機」商標圖樣所為核駁案（見本院卷一第566
04 頁至第568頁、本院卷二第229頁），一再陳明為避免太空人
05 長期在太空無重力環境下執行勤務，導致肌肉無力、骨質流
06 失快速，紐約大學克林頓羅賓教授協助指導太空人在無重力
07 狀態下使用低強度的垂直律動機，以機台1天20分鐘左右的
08 輕度震動訓練，預防太空人在無重力的環境下骨質與肌肉的
09 流失不致過快，是「太空人律動機」整體即有傳達「太空人
10 專用的律動機」之意，指定使用於運動用機械器材、健身訓
11 練器、運動用具、健身踏板等商品，予消費者前揭商品為專
12 門為太空人執行勤務而設計之運動器材或具有如同為太空人
13 量身設計之器材的印象，可認屬所指定商品之品質、用途、
14 相關特性之說明，消費者容易將之視為商品的說明，而非識
15 別來源的標識，不足以使商品之相關消費者認識其為表彰商
16 品來源之標識，並得藉以與他人之商品、服務相區別等語，
17 可徵系爭商品之商品名稱中「太空人」文字部分僅係原告對
18 於系爭商品品質、用途或相關特性之說明，又原告於系爭商
19 品名稱確有使用系爭商標之「iNO」商標文字作為消費者識
20 別商品來源之標識，足見消費者識別商品來源之標識應為
21 「iNO」，而非「太空人」。再者，被告所提出大陸地區核
22 准公告之律動機外型設計專利之資料與圖示、網路平台上銷
23 售各式健身器材圖片所載（見本院卷一第550頁至第557
24 頁），可知多件已公告於世之設計專利圖示、及多種運動器
25 材之圖片，均有顯示垂直律動機或相關運動器材之外型呈現
26 四方形配以四個角落之圓弧造型，上方平面為單色、側邊平
27 面白色或有配以商標之情形，是近似於系爭商品之外型設計
28 特徵並非稀少，實難認系爭商品前述外型非屬一般常見之形
29 狀特徵。綜前，原告系爭商品之「太空人」商品名稱、商品
30 外型均不具有相當識別性，即未符合公平交易法第22條第1
31 項第1款規定商品表徵之要件。

01 (2)原告自110年12月間於嘖嘖網路平台進行系爭商品之募資預
02 售活動起，迄於本院言詞辯論終結時即112年10月17日，行
03 銷系爭商品之期間未達2年，且依原告所提出嘖嘖募資平台
04 之網頁截圖、關鍵評論網站平台之報導截圖、群眾觀點網站
05 平台之報導截圖、行銷系爭商品之廣告發票及相關明細、原
06 告公司官方網站及FACEBOOK網站之網頁截圖、YOUTUBE網站
07 平台關於嘖嘖開箱及分享系爭商品影片之網頁截圖、Yahoo
08 奇摩與GOOGLE搜尋系爭商品之網頁截圖、平面與網路媒體就
09 系爭商品之報導、使用心得分享截圖等件所載（見本院卷一
10 第34頁至第51頁、第54頁至第364頁），雖有部分截圖顯示
11 系爭商品之名稱或外型照片，惟該等廣告、行銷內容重點均
12 在傳達系爭商品消弭運動的年齡與空間之限制，有多種運動
13 頻率、模式得以達成在家運動之目的等，均未見原告於行銷
14 系爭商品時有何強調系爭商品之「太空人」商品名稱、商品
15 外型設計之概念或所表彰意涵，亦無介紹或說明系爭商品之
16 外型是以整體所呈現四方形配以四個角落之圓弧造型，及於
17 上方平面單色設色、側邊平面白色配以商標而為其設計特
18 徵，尚難認相關業者或消費者可藉由前述商品名稱或外型作
19 為辨識商品來源之特徵。是以，原告所舉證據資料均無從證
20 明系爭商品之「太空人」商品名稱、商品外型，業經其相當
21 時間之行銷及使用，為相關事業或消費者所普遍認知，而具
22 有區別商品來源之功能。

23 (3)綜前所述，原告行銷及販售系爭商品之期間非長，且行銷時
24 未見其特別強調系爭商品之「太空人」商品名稱或商品外型
25 所表徵之概念，又系爭商品名稱中之「太空人」僅為商品之
26 說明而不具識別性，商品外觀亦難認具有相當識別性，均經
27 本院認定如前，再依原告所提證據資料，無從證明系爭商品
28 前述名稱或外型具有高度市場強度，而為相關事業、消費者
29 所普遍認知，並與原告所銷售之系爭商品有連結。故而，系
30 爭商品之「太空人」商品名稱、商品外型既不具有區別商品

來源之功能，自非屬公平交易法第22條第1項第1款規定之著名商品表徵。

3.基此，原告並未證明系爭商品之「太空人」商品名稱、商品外型（即整體所呈現四方形配以四個角落之圓弧造型，及於上方平面單色設色、側邊平面白色配以商標，選色區分為黃或橘色、粉紅色、灰色）為其著名之商品表徵，則其主張被告城欣公司銷售與系爭商品高度近似之據爭商品，而使消費者產生混淆誤認，違反公平交易法第22條第1項第1款規定，即非有據。

(三)原告主張被告城欣公司、鄭宇恩共同攀附原告就系爭商品努力經營之商業成果，違反公平交易法第25條規定，或故意背於善良風俗之方法加損害於原告等情，亦無理由：

1.按故意以背於善良風俗之方法，加損害於他人者，亦構成侵權行為，民法第184條第1項後段固有明文，惟須以違背善良風俗之方法為之，始足當之。次按公平交易法第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）。

2.原告主張被告城欣公司於銷售據爭商品上刻意仿冒系爭商品之商品名稱、外型之行為，及於廣告文宣上稱新太空人（即據爭商品）優於舊太空人（即系爭商品），甚由其公司前董

01 事長鄭旭孚、經理史乃方向智慧局申請註冊指定使用於運動
02 用具商品之「iNO」「太空人律動機」、「太空律動機」、
03 「太空人」、「P600太空律動」商標；被告鄭宇恩利用其為
04 被告城欣公司、和興公司負責人身分，於111年6月間將系爭
05 商標中「iNO」字樣使用於和興公司行銷律動機之網站文
06 案、製作比較表格於和興公司網站之行銷廣告網頁上，及於
07 和興公司臉書行銷廣告上稱系爭商品為「募資律動機」、
08 「號稱溫和實際等於無效」等文字，均係攀附、榨取、貶抑
09 原告就系爭商品努力經營之商業成果，共同構成公平交易法
10 第25條規定影響交易秩序之欺罔或顯失公平行為，且屬故意
11 以背於善良風俗之違背商業道德方法，加損害於原告云云。
12 惟查：

13 (1)按「本法所稱事業如下：一、公司。二、獨資或合夥之工商
14 行號。三、其他提供商品或服務從事交易之人或團體。事業
15 所組成之同業公會或其他依法設立、促進成員利益之團體，
16 視為本法所稱事業。」公平交易法第2條定有明文。該條所
17 稱「其他提供商品或服務從事交易之人或團體」，不論為法
18 人或自然人，倘將提供商品或服務從事交易為經常性之行
19 為，該行為亦構成其業務活動為必要，且能獨立自主決定如
20 何提供服務，即屬公平交易法所規範之事業。經查，被告鄭
21 宇恩為被告城欣公司之法定代理人，然被告城欣公司並非被
22 告鄭宇恩獨資或合夥之工商行號，此觀諸被告城欣公司前揭
23 公司基本資料即明，又依前述，被告城欣公司實為據爭商品
24 之銷售者，並於官方網站上有行銷據爭商品之事實，則原告
25 既無證明被告鄭宇恩為提供或銷售商品之人，已難認被告鄭
26 宇恩屬公平交易法第2條所規定之事業，而有公平交易法第2
27 5條規定之適用。況參以原告所提被告鄭宇恩於網路上所為
28 行銷廣告之相關網頁資料（見本院卷一第402頁、第410頁、
29 第412頁），觀其內容分別於GOOGLE網頁顯示「輝葉Ino」、
30 於JHT網站網頁顯示比較表格（左方列為坊間太騙人垂直律
31 動機、右方列為LAZY FIT垂直動機）、於JHT臉書網頁顯示

「募資律動機」、「號稱溫和實際等於無效」等文字，然該等網頁資料均未具體呈現相比較之律動機為系爭商品或與原告有何關聯，又縱得證明被告城欣公司、和興公司有於前述網站或廣告頁面上為行銷內容，仍無從證明該等行銷廣告文宣內容均屬被告鄭宇恩所為，是原告據此主張被告鄭宇恩前述所為違反公平交易法第25條規定，且屬故意以背於善良風俗之違背商業道德方法，實屬無據。

(2)次查，被告城欣公司於111年6月間起開始於其經營之大可波波decopop網站（網址：<https://www.decopop.com.tw/>）上銷售據爭商品，且於上開網站之常見問題記載：「Q：請問新太空人真的比舊太空人好用嗎？A：對！新太空人突破以往規格限制，段數升級、輕量升級、面板升級，只為實現使用者更好的律動體驗！」、「Q：垂直律動機那麼多為何要選新太空人？A：新太空人有每分鐘最高1200次震動以及輕巧10KG機身，而且有面板清楚顯示段數及時間，這都是傳統律動機沒有的！」、「Q：新太空人除了健身還可以有什麼用處？A：除了健身之外也是一台“強力美腿按摩機”透過強力的垂直震動可以讓腿部舒緩放鬆」等事實，為兩造所不爭執，觀諸被告城欣公司於該網站上銷售據爭商品之網頁截圖（見本院卷一第372頁、第548頁），可知該銷售網頁上之網頁標題、據爭商品之商品名稱前等處，均分別以藍色文字或以【】方式標註被告城欣公司經核准之被告商標；復參以兩者商品外觀，兩者大小、形狀並不相同，且據爭商品上方踏墊平面尚有螢幕顯示板，而系爭商品僅為單純平面，系爭商品與據爭商品之側邊平面白色區域分別為標示顯著之原告系爭商標圖樣、「SPACE」而得為區別，此有系爭商品、據爭商品於網站上截圖、兩者商品實品比較圖在卷為憑（見本院卷一第34頁、第372頁、本院卷二第405頁），是二者商品外觀仍有明顯差異，衡諸交易常情，相關業者或消費者應得以區別兩者商品之來源，而無發生混淆誤認之具體危險。再者，被告城欣公司於官方網站上雖稱新太空人優於舊太空人等語

（見本院卷一第386頁），然觀之全文內容，均未提及系爭商品或相關資訊，則新、舊太空人是否即指系爭商品與據爭商品，實非無疑，且縱其所稱舊太空人為系爭商品，核其前後文義均屬推銷據爭商品之用語，並非以損害原告為目的，而原告所提其臉書網頁之截圖內容（見本院卷一第388頁至第389頁），亦僅證明有4位消費者向原告確認新太空人是否為系爭商品之二代商品，仍無從證明被告城欣公司所為對市場上之效能競爭造成妨害或足以影響交易秩序之情事，故本院並無從僅憑原告所提上述事證即逕認被告城欣公司有榨取原告之商業努力成果，致構成公平交易法第25條規定顯失公平之行為。另原告主張被告城欣公司前董事長鄭旭孚、經理史乃方向智慧局申請商標之行為，除無證據顯示該部分行為與被告城欣公司有所關聯外，亦非屬被告城欣公司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其所謂被告攀附商譽或榨取其努力成果之不公平競爭行為。準此，原告據此主張被告城欣公司違反公平交易法第25條規定或故意以背於善良風俗之方法加損害於原告，仍非可採。

五、綜上所述，原告並未舉證證明系爭商品之「太空人」商品名稱、商品外型為著名商品表徵，復未證明被告城欣公司、鄭宇恩有何其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為，自無從認定被告城欣公司違反公平交易法第22條第1項第1款規定，及被告城欣公司、鄭宇恩共同違反公平交易法第25條規定，或故意以背於善良風俗之方法加損害於原告。從而，原告依公平交易法第29條規定，請求被告城欣公司排除、防止侵害；及依公平交易法第30條、第31條、民法第184條第1項後段、第185條第1項、公司法第23條第2項規定，請求被告城欣公司、鄭宇恩連帶給付100萬元本息，均無理由，應予駁回。又原告之訴既經駁回，其假執行之聲請即失所依附，應一併駁回。

六、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及證據資料，經本院審酌後認與判決結果不生影響，爰不一一論列。另被告

既無構成公平交易法第22條第1項第1款、第25條規定之行為，或故意以背於善良風俗之方法，加損害於原告，本件即無為中間判決之必要，爰為終局判決。

七、結論：本件原告之訴為無理由，依修正前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 112 年 11 月 14 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 112 年 11 月 14 日
書記官 李建毅

附表：

編號1（系爭商標）
註冊號：02067438 商標名稱：iNO 及圖 申請日：108年11月26日 註冊日：109年6月16日 註冊公告日：109年6月16日 專用期限：119年6月15日 指定使用類別： 第9類「行動電話、電池、智慧型手機、通訊器材設備、電話機、快閃記憶體、電視、影像電話、體重計、具有身體質量分析之磅秤、電子秤、秤重儀器。」 第10類「電動按摩器；振動按摩器；電動按摩椅墊；按摩器。」 第11類「電鍋；電炒鍋；烹調用電壓力鍋；全能電氣鍋；電動低溫慢煮鍋。」



編號2（被告商標）

註冊號：02062657

商標名稱：decopop設計字

申請日：108年12月3日

註冊日：109年6月1日

註冊公告日：109年6月1日

專用期限：119年5月31日

指定使用類別：

第28類「運動用護膝；運動用護腕；運動用護手；運動用護肘；運動用護脛；運動用護腰；仰臥起坐椅；負重運動器；足踏健康板；健身腳踏車座墊；固定健身腳踏車；固定健身腳踏車用軸架；跑步健身機；運動用機械器材；運動用具袋；健身器；健身訓練器；體操器具；運動用具；健身踏板。」

decopop