

智慧財產及商業法院民事裁定

112年度民暫字第11號

聲請人 權可易資訊股份有限公司

法定代理人 林敬祥

代理人 扶停雲律師

相對人 雷酷資訊科技有限公司

雷比特資訊科技有限公司

相對人 雷鳴資訊科技有限公司

兼 共 同

法定代理人 李偕瑋

上列當事人間聲請定暫時狀態之處分事件，本院裁定如下：

主 文

聲請駁回。

聲請程序費用由聲請人負擔。

理 由

一、聲請意旨略以：聲請人於民國104年間創立二手票券轉讓平台「go票亮」，並設立臉書粉絲專頁（下稱「go票亮」臉書專頁）及官方網站（下稱「go票亮」網站），為「go票亮」臉書專頁、網站之編排、照片、圖片、文字等語文、美術、攝影與編輯著作之著作權人，並於107年8月16日取得註冊第01934255號「go票亮及圖」商標（下稱系爭商標，如附圖一所示），將系爭商標授權台灣運算股份有限公司使用。「go票亮」經營迄今已近10年，已成為目前國內最大二手門票轉讓網路平台，具備一定知名度，系爭商標已為國內相關事業或消費者普遍熟知，為著名商標。詎相對人等未經聲請人同意或授權，即設立「愛GO票」之線上二手票券交易平台（下稱「愛GO票」網站）、臉書粉絲專頁（下稱「愛GO票」臉書專頁），使用「愛GO票」（如附圖二所示）於網站、臉書、YouTube，名稱與系爭商標及「go票亮」網站名稱高度近似，網站服務功能高度重疊，且該網站內多張圖片、排版、內容均與「go票亮」網站極度相似，甚至購買google關鍵字廣告，

造成眾多消費者之混淆誤認，已構成商標法第68條第1項第3款、第70條規定侵害聲請人就系爭商標之商標權之行為；且「愛GO票」網站、臉書專頁之橫幅、熱門活動簡圖與說明、搜尋引擎外觀、轉讓門票步驟圖均與「go票亮」網站、臉書專頁高度近似，顯係抄襲、竄改「go票亮」網站、臉書專頁而來，自己侵害聲請人之重製及公開傳輸權、著作人格權。又「愛GO票」網站為逃避追查，架設雲端系統將主機置於國外網站，並利用代辦業者匿名申請網域名稱，隱藏全部註冊人資訊，聲請人前曾請相對人等停止仿冒之行為，相對人等置之不理卻陸續變更、置換抄襲之圖案、文字，意圖湮滅證據；為避免日後更多消費者受到欺騙卻難以舉證，並避免相對人等持續進行侵權行為牟利，對聲請人產生難以回復之重大損害，應有事先命相對人關閉「愛GO票」臉書專頁，並辦理註銷「愛GO票」網站網域名稱登記之必要；且「愛GO票」網站上架後，已有不少相關消費者發生實際混淆誤認之情形，而消費者對「愛GO票」網站評價甚低，若放任相對人等持續使用「愛GO票」標識，將使系爭商標之識別性或信譽有持續受到減損之危險，造成聲請人重大之財產上損害，且日後縱聲請人本案獲勝訴判決確定，亦因消費者已發生實際之混淆誤認，甚至進行消費受有損害，而無法回復消費者之權益及聲請人之商譽，對聲請人、消費者權益、公共利益及市場秩序有重大損害及急迫危險等語。並聲明：願供擔保，請准於本訴判決確定前，命相對人等停止於任何實體、數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物使用「愛GO票」標識，關閉「愛GO票」臉書粉絲專頁，並辦理註銷「https://itix2go.com/」網域名稱之登記。

二、相對人等陳述意見：

(一)相對人雷鳴資訊科技有限公司(下稱雷鳴公司)部分：「愛GO票」商標、臉書專頁、網站「http://itix2go.com」網域名稱之登記者及使用所有權者均為相對人雷鳴公司，與相對人雷比特資訊科技有限公司(下稱雷比特公司)、雷酷資訊科技

01 有限公司(下稱雷酷公司)無關。而「愛GO票」與「go票亮」
02 形、音、義全然不同，並非近似，二平台對於消費者而言亦
03 為顯可區分之不同平台，聲請人所提其與買家之對話紀錄截
04 圖真實性難辨，無法證明相關消費者已實際發生混淆誤認之
05 情形，且「go票亮」非國內首屈一指或最大的二手票券平
06 台，系爭商標非著名商標。況且，聲請人明知相對人雷鳴公
07 司早已於二手票券交易領域使用「愛GO票」商標，才刻意於
08 112年6月9日申請將系爭商標使用於二手票券交易領域，基
09 於商標法第36條第1項規定，相對人自不受系爭商標之效力
10 所拘束。又兩造網站頁腳視覺上與內容都有極大的差異，臉
11 書專頁Banner排版及設計、Logo設計、按鈕設定亦均不同，
12 相對人雷鳴公司每個月都會因應實際營運需求調整會員條
13 款、問與答、關於我們等內容，並提出許多只有「愛GO票」
14 平台才有之功能，顯見相對人雷鳴公司並未侵害聲請人之著
15 作權。又「愛GO票」網站伺服器主機係架設於國內，NameCh
16 eap. 是國際知名的網路服務公司而非代辦業者，提供網域名
17 稱註冊與網路託管服務，根據國際ICANN規範，「愛GO票」
18 網站無法匿名也並非匿名申請網域，而是因應ICANN規範及
19 為保護使用者個資，而使用NameCheap. 所提供之WHOIS隱私
20 服務。是「愛GO票」臉書專頁、「愛GO票」網站網域名稱繼
21 續存在，對聲請人並未造成重大損害或有避免急迫危險之情
22 形。另「愛GO票」受到許多買賣家之喜愛，並未飽受惡評，
23 且仍有訂單持續進行中，倘命相對人雷鳴公司停止使用「愛
24 GO票」、關閉臉書專頁，不僅將對於相對人商譽以及努力造
25 成嚴重影響，也將損及「愛GO票」平台1.3萬會員權益。聲
26 請人因處分所應獲之利益或防免之損害僅空泛陳稱商譽可能
27 受損，顯然較小於相對人雷鳴公司因該處分所受之不利益或
28 損害。又本件僅為兩造間私權之爭議，且依現行法規，無論
29 消費者向何平台購買票券，只要平台嚴遵法令，消費者權益
30 不會受影響，故本件對於公眾利益並無影響。是以，聲請人
31 未釋明本件將來勝訴之可能性，亦未能釋明如駁回其聲請將

01 可能發生重大之損害，或有避免急迫危險之必要，且本件定
02 暫時狀態處分與公共利益之維護無關，聲請人未能釋明定暫
03 時狀態處分之必要，聲請人之聲請應予駁回等語。

04 (二)相對人雷酷公司、雷比特公司、李偕瑋均未提出書狀作何答
05 辯或聲明。

06 三、按於爭執之法律關係，為防止發生重大之損害或避免急迫之
07 危險或有其他相類之情形而有必要時，得聲請為定暫時狀態
08 之處分；又聲請定暫時狀態之處分時，聲請人就上開要件之
09 事實應釋明之；其釋明有不足者，法院應駁回其聲請，民事
10 訴訟法第538條第1項、修正前智慧財產案件審理法第22條第
11 2項分別定有明文。所謂「法律關係」，係指權利義務關係
12 而言，包括權利義務存在與否及其內容、範圍等在內。又所
13 謂「爭執之法律關係，有定暫時狀態之必要者」，係指因避
14 免重大損害或其他情事，有就爭執之法律關係，定暫時狀態
15 之必要而言。此必要之情事即為定暫時狀態處分之原因，苟
16 由聲請假處分之人提出相當證據以釋明其存在，即有就爭執
17 之法律關係定暫時狀態之必要。是定暫時狀態假處分之聲請
18 人，除應釋明與相對人間有爭執之法律關係外，尚應提出有
19 何防止發生重大之損害或避免急迫之危險或有其他相類之情
20 形而有必要定暫時狀態處分之原因並釋明之。又損害是否重
21 大、危險是否急迫或是否有其他相類之情形，應釋明至何種
22 程度，應就具體個案，透過權衡理論及比例原則確認之，亦
23 即法院須就聲請人因許可假處分所能獲得之利益、其因不許
24 可假處分所可能發生之損害、相對人因假處分之許可所可能
25 蒙受之不利益，及其他利害關係人之利益或法秩序之安定、
26 和平等公益加以比較衡量。

27 四、經查：

28 (一)本件是否存有爭執之法律關係部分：

29 聲請人主張系爭商標為著名商標，其為系爭商標之商標權
30 人、「go票亮」臉書專頁、網站等相關著作之著作權人，詎
31 相對人等未經聲請人同意或授權，即使用「愛GO票」文字於

01 網站、臉書專頁、Youtube，已侵害或視為侵害聲請人之商
02 標權，且「愛GO票」網站、臉書專頁與「go票亮」網站、臉
03 書專頁高度近似，已侵害聲請人之重製及公開傳輸權、著作
04 人格權等情，業據聲請人提出聲請人經濟部商工登記公示資
05 料、「go票亮」臉書專頁、「go票亮」網站留存頁面截圖、
06 公證書影本、經濟部智慧財產局函文暨商標註冊證、聲請人
07 行銷紀錄表、行銷管道資料、「愛GO票」網站及「愛GO票」
08 臉書專頁截圖、「go票亮」Google搜尋結果、聲請人與買賣
09 家之對話紀錄截圖、消費者臉書留言截圖、相對人等公司之
10 經濟部商工登記公示資料、「愛GO票」網站「關於我們」網
11 頁、「愛GO票」YouTube頻道截圖、「愛GO票」於批踢踢網
12 站刊登之文章、「go票亮」相關報導、著作對照表、111年1
13 2月21日「愛GO票」網站網頁等件為證(見本院112年度民補
14 字第118號民事卷宗〈下稱本案訴訟卷〉原證1至5、8至2
15 2)。惟相對人雷鳴公司則辯稱「愛GO票」商標、臉書專頁、
16 「http://itix2go.com」網域名稱均與相對人雷比特、雷酷
17 公司無關，且「愛GO票」與系爭商標非屬近似，並無造成消
18 費者混淆誤認之虞，系爭商標更非著名商標，且其基於商標
19 法第36條第1項規定，不受聲請人商標權之效力所拘束；又
20 兩造網站頁腳視覺上與內容都有極大差異，臉書專頁排版及
21 設計亦不同，相對人雷鳴公司並未侵害聲請人之著作權。是
22 以，兩造就相對人等是否有侵害系爭商標及「go票亮」網
23 站、臉書專頁之編排、照片、圖片、文字等語文、美術、攝
24 影與編輯著作，確存有爭執，堪認聲請人就兩造間有爭執之
25 法律關係存在已為相當之釋明。

26 (二)本件是否有定暫時狀態處分之必要性部分：

27 1.聲請人將來勝訴可能性：

28 (1)相對人雷鳴公司固稱「愛GO票」商標、臉書專頁、「愛GO
29 票」網站「http://itix2go.com」網域名稱之登記者及使用
30 所有權者均與相對人雷比特公司、雷酷公司無關，惟觀諸聲
31 請人提出之系爭網站「關於我們」網頁(本案訴訟卷原證1

01 6)，載明愛GO票是由雷酷公司開發、雷鳴公司運營，且相對
02 人李偕瑋即為相對人雷鳴公司、雷酷公司之負責人，則聲請
03 人主張除相對人雷鳴公司外，相對人雷酷公司及其等負責人
04 李偕瑋均涉侵害聲請人商標權、著作權，即非全然無據。至
05 相對人雷比特公司部分，聲請人僅因其與相對人雷酷公司之
06 設立地址、負責人相同，即認其有共同侵害聲請人商標權、
07 著作權之情事，尚屬無據。

08 (2)系爭商標係由「」圖樣及「go票亮」中英文字前後排列
09 組合而成（本案訴訟卷原證5）；而相對人雷鳴公司、雷酷
10 公司、李偕瑋所使用之商標則係由「」圖樣及「愛GO
11 票」中英文字前排列組合而成（本案訴訟卷原證10、11），
12 兩者相較其圖樣與文字之排列方式相同，且文字部分均由3
13 個字組成，其中均有相同中文字之「票」及英文字之「G
14 0」，僅英文字部分有大小寫之區別，以及「愛」、「亮」
15 之差異，故予人主要印象顯著之識別部分均為「GO」（或
16 「go」）、「票」與另一中文字之組合，二者所衍生之文義
17 雖不同，惟均使人直接聯想至購票之服務。因此，若將其標
18 示於相同或類似之商品或服務上時，以具有普通知識經驗之
19 消費者，於購買時施以普通之注意，可能會誤認兩商品來自
20 同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似之商
21 標，惟近似程度中等。又系爭商標經核准指定使用於「第35
22 類市場調查、網路購物；第38類提供新聞報導之服務、線上
23 資訊傳輸、資料串流傳輸、數位檔案傳送、提供線上論壇、
24 電信傳輸；第41類音樂演奏、歌劇演出、話劇演出、現場演
25 奏、現場表演、藝人表演服務、劇院演出」等商品或服務
26 （本案訴訟卷原證5），與相對人雷鳴公司、雷酷公司、李
27 偕瑋係將「愛GO票」商標使用於網站、臉書專頁、YouTube
28 頻道，用以表彰其等所提供之網路二手票券交易服務(本案
29 訴訟卷原證10、11、16、17)，二者性質、功能、用途或為
30 與網路購票相關之服務，或為與表演相關之服務，依一般社
31 會通念及市場交易情形判斷，應具有相當程度之關連性，屬

01 類似之商品或服務。是以，相對人雷鳴公司、雷酷公司、李
02 偕瑋使用「愛GO票」商標使用於網站、臉書專頁、YouTube
03 頻道，確有使具有普通知識經驗之相關消費者誤認相對人雷
04 鳴公司、雷酷公司、李偕瑋所提供之二手票券平台來源與聲
05 請人相同，或二者間有授權、加盟或關係企業等類似關係存
06 在，而有致相關消費者混淆誤認之虞，是聲請人主張相對人
07 雷鳴公司、雷酷公司、李偕瑋有商標法第68條第1項第3款侵
08 害聲請人就系爭商標之商標權之行為，亦非無據。至相對人
09 雷鳴公司雖辯稱聲請人於112年6月9日方申請將系爭商標使
10 用於二手票券交易領域，基於商標法第36條第1項第3款規
11 定，其自不受聲請人商標權之效力所拘束等語。惟聲請人雖
12 於112年6月9日另行就「go票亮及圖」提出商標申請，指定
13 使用於第35類商品買賣之仲介服務、二手商品買賣之仲介服
14 務、藉由網路提供商品交換之仲介服務，然聲請人本件係主
15 張相對人等侵害其早於107年8月16日註冊之系爭商標，則相
16 對人雷鳴公司主張其已於111年12月5日起持續使用「愛GO
17 票」商標而主張善意先使用，自屬無據。

18 (3)又聲請人雖主張系爭商標為著名商標，惟按註冊商標或公司
19 名稱是否已廣為相關事業或消費者所普遍認知，可參酌使用
20 該商標或公司名稱之商品、服務或營業，在市場上之行銷時
21 間、廣告量、銷售量、占有率、商標或公司名稱之註冊或登
22 記時間、識別性、價值、媒體報導量、消費大眾之印象等有
23 關事項，並參酌市場調查資料，以綜合判斷之。倘僅商標或
24 公司名稱特殊，雖經媒體多次報導，或曾獲得獎項，並不當
25 然達成使消費者普遍認知之效果（最高法院104年度台上字
26 第973號民事判決意旨參照）。查聲請人自陳係於104年間設
27 立「go票亮」臉書專頁，於107年8月間獲核准註冊系爭商標
28 並建置「go票亮」網站，代表「購票量」很多所以「足夠票
29 量」、營業額「夠漂亮」之意，以票券轉讓或販賣為主要服
30 務，並提出之行銷紀錄表、行銷管道資料、「go票亮」相關
31 報導(本案訴訟卷原證8、9、19、20)，顯示「go票亮」臉書

01 專頁於104年間開始經營，自106年起陸續投入Benchmark電
02 子報行銷、Google廣告、首都飯店外牆廣告、Facebook廣
03 告、Dcard廣告及球賽或球隊之合作推廣等，且有數篇介紹
04 「go票亮」平台之報導，或曾提及「go票亮」平台之購票相
05 關報導、文章，雖可證明聲請人就系爭商標投入之行銷及系
06 爭商標之曝光度。然系爭商標以「go票亮」暗示購票量、票
07 量充足之意，用於票券買賣之服務，其識別性非強，於市場
08 上行銷之時間亦屬有限，聲請人復未提出其他關於占有率、
09 識別性、市場價值、消費大眾印象或市場調查之資料以釋明
10 系爭商標為著名商標，依目前卷內證據資料，尚不足認定系
11 爭商標已廣為相關事業或消費者所普遍認知而屬於著名商
12 標。

13 (4)另聲請人主張相對人等侵害其著作財產權，係以「愛GO票」
14 網站、臉書專頁與「go票亮」網站、臉書專頁相較，包含橫
15 幅、熱門活動的簡圖與說明、搜尋引擎外觀、轉讓門票步驟
16 圖皆高度相似，甚至直接照搬，並提出著作對照表為佐(本
17 案訴訟卷原證21)。觀諸聲請人提出之公證書影本、「愛GO
18 票」網站及臉書專頁截圖、111年12月21日系爭網站網頁(本
19 案訴訟卷原證2、4、10、11、22)，就「愛GO票」與「go票
20 亮」臉書專頁予以比對，二者排版均為臉書之制式版面，其
21 餘照片、圖片、文字部分均有差異，難認有何實質近似之
22 處；而就「愛GO票」與「go票亮」網站首頁予以比對，二者
23 頁首均為橫幅圖片，並於橫幅左方置放系爭商標/「愛Go
24 票」商標，商標右側為一排選單按鈕，選單按鈕下方均為搜
25 尋欄位搭配文字一行。又二網頁頁首橫幅下方均以每列四
26 個、共兩列之方式排列顯示八個熱門活動/熱門演唱會選
27 項；惟二網頁頁首橫幅中之照片、按鈕選項、文字內容、搜
28 尋欄位之樣式與大小等均不盡相同，且就二網站首頁其餘內
29 容而言，雖均有類似之交易流程步驟圖，但仍多有不同之
30 處，是就「愛GO票」與「go票亮」臉書專頁、網站首頁部
31 分，尚難認定其內容已構成實質近似。惟就「愛GO票」與

「go票亮」網站之「關於我們」頁面(本案訴訟卷原證4第20頁、原證22第1頁)予以比對，二者使用之圖式完全相同，排版亦極為近似，縱文字內容略有不同，惟整體觀念與感覺實屬相似；比對「go票亮」網站與「愛Go票」網站之流程步驟圖(本案訴訟卷原證4第5頁、原證22第7頁)，除所使用之圖式略有差異外，其構圖及文字並無不同，是堪認上開部分之網頁內容，已構成實質近似。又聲請人與相對人雷鳴公司、雷酷公司、李偕瑋同為建立平台提供二手票券轉讓、交易服務之業者，為競爭之同業，可認相對人雷鳴公司、雷酷公司、李偕瑋確實有合理接觸聲請人上開著作之機會或可能性，是聲請人主張相對人雷鳴公司、雷酷公司、李偕瑋有抄襲「go票亮」網站之部分內容，而侵害聲請人此部分之重製權、公開傳輸權之情事，應堪採信。至「go票亮」網站之「常見問題」部分，經核該網站所列買、賣家常見問題，僅整理、列出一般交易平台常見之關於會員註冊、購票或賣票、運費或手續費用、付款或收款、取貨或寄送、退貨、爭議處理方式等基本問題，難認其內容或編排已具備創作性，非受著作權法所保護之著作。

(5)綜上，依目前卷內事證，尚難認定聲請人系爭商標為著名商標，惟聲請人主張相對人雷鳴公司、雷酷公司、李偕瑋侵害其商標權、重製權及公開傳輸權等節，即非全無所憑，堪認聲請人已釋明其將來非全無勝訴之可能性。

2.聲請之准駁對於聲請人或相對人等是否將造成無法彌補之損害、雙方損害之程度及對公共利益之影響：

聲請人對於雙方損害與利益權衡之事由，以及有何防止發生重大損害之必要等節，固以「愛GO票」網站將主機置於國外網站並匿名申請網域名稱，相對人等復有湮滅證據之行為，為免更多消費者受到欺騙卻難以舉證，並避免相對人等持續進行侵權行為對聲請人產生難以回復之重大損害，應有事先命相對人等關閉「愛GO票」臉書專頁，並辦理註銷其網域名稱之登記之必要；又若任由相對人等持續使用「愛GO票」標

01 識，將使系爭商標之識別性或信譽有持續受到減損之危險，
02 造成聲請人重大之財產上損害，且日後縱聲請人本案獲勝訴
03 判決確定，亦因消費者已發生實際之混淆誤認甚至進行消費
04 受有損害，而無法回復消費者之權益及聲請人之商譽，對聲
05 請人、消費者權益、公共利益及市場秩序有重大損害及急迫
06 危險等語，並提出聲請人與買賣家之對話紀錄截圖、「愛GO
07 票」網站之WHOIS網域名稱搜尋結果、20230123原始碼資料
08 等件為證(本案訴訟卷原證13、23、24)，惟聲請人本件係主
09 張相對人等侵害其著作財產權、著作人格權及商標權，而
10 「愛GO票」網站為提供二手票券交易之平台，縱消費者確實
11 發生誤認之情事而於「愛GO票」網站購買他人之二手票券，
12 或「愛GO票」網站確實架設於國外並匿名申請網域，然只要
13 相對人雷鳴公司、雷酷公司、李偕瑋無其他損害消費者權益
14 之行為，消費者是否將因上開情形而致生重大之損害或面臨
15 急迫之危險而難以回復，實有疑問。又聲請人就本件相對人
16 雷鳴公司、雷酷公司、李偕瑋之侵權事實業已提出相當證
17 據，並據以提起本案訴訟，縱相對人等確實有侵害聲請人商
18 標權及著作權之情事，聲請人實非不能透過本案訴訟中請求
19 損害賠償以填補其損害；然倘若准予本件聲請，命相對人等
20 停止於任何實體、數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物
21 使用「愛GO票」標識，並關閉「愛GO票」臉書專頁、辦理註
22 銷「愛GO票」網站網域名稱之登記，對於相對人等之商譽、
23 為建立「愛GO票」二手票券交易平台所投入之成本，恐將造
24 成相當程度之損害，並可能影響業已使用「愛GO票」網站進
25 行交易之賣家與消費者之權益，且註銷網域名稱登記所造成
26 之損害更可能難以回復或彌補。準此，透過權衡理論及比例
27 原則，本件相對人等因准許之定暫時狀態處分所受之損害，
28 顯重於駁回定暫時狀態之聲請人所受之損害，自難認聲請人
29 已釋明有發生重大之損害或避免急迫之危險，而有定暫時狀
30 態之必要。又本件屬兩造間商標權、著作權侵害之私權爭

01 議，對公益影響不大，是難認本件之准駁將對於公共利益產
02 生不利之影響。

03 五、綜上所述，兩造固存在爭執之法律關係，然聲請人就爭執之
04 法律關係，是否有為防止發生重大之損害或避免急迫之危險
05 或其他相類之情形而有必要之事實，並未釋明，該釋明之欠
06 缺，依修正前智慧財產案件審理法第22條第2項之規定，無
07 法以供擔保代之或補釋明之不足，從而本件聲請於法不合，
08 不應准許。

09 六、依修正前智慧財產案件審理法第1條，民事訴訟法第95條、
10 第78條，裁定如主文。

11 中 華 民 國 112 年 9 月 23 日

12 智慧財產第四庭

13 法 官 林怡伸

14 以上正本係照原本作成。

15 如不服本裁定應於送達後10日內向本院提出抗告狀，並繳納抗告
16 費新臺幣1,000元。

17 中 華 民 國 112 年 9 月 27 日

18 書記官 鄭楚君

19 附圖一：系爭商標(本院卷第62、74頁)



20 附圖二：愛GO票商標(本院卷第62頁)



