

01 智慧財產及商業法院民事判決

02 113年度民商上字第8號

03 上訴人 亞果元素國際股份有限公司

04 法定代理人 張仲英

05 訴訟代理人 侯冠全律師

06 被上訴人 廣穎科技股份有限公司

07 法定代理人 趙榮吉

08 訴訟代理人 李保祿律師

09 鄭錦堂律師

10 上列當事人間排除侵害商標權行為事件，上訴人對於中華民國11
11 3年2月20日本院112年度民商訴字第22號第一審判決提起上訴，
12 本院於113年11月6日言詞辯論終結，判決如下：

13 主 文

14 一、上訴駁回。

15 二、第二審訴訟費用由上訴人負擔。

16 事實及理由

17 壹、本件係智慧財產案件審理法修正施行（民國112年1月12日修
18 正、同年8月30日施行）前繫屬於本院（原審卷第11頁），
19 依同法第75條第1項前段規定，應適用修正前智慧財產案件
20 審理法之規定。

21 貳、上訴人主張：上訴人為註冊第01891550號「ADAM elements
22 亞果元素及圖(彩色)」商標（圖樣如附表一附圖1所示，下
23 稱系爭商標）之商標權人，被上訴人未經同意，為行銷之目
24 的，使用如附表二編號1至3所示「ADAMOUTDOOR」字樣於其
25 官網、臉書、實體店面上，並使用如附表二編號4、5所示
26 「ADAM」、「ADAMOUTDOOR」字樣於PCHOME、MOMO購物網站
27 上，有致相關消費者混淆誤認之虞，已構成商標法第68條第
28 3款規定之侵害商標權行為，爰依同法第69條第1項、第2項
29 規定，請求被上訴人排除防止侵害等情。

30 參、被上訴人則以：系爭商標與附表二圖樣並不近似，被上訴人
31 已將官方網站、臉書、實體店面使用之圖樣更改為「ADAMOU

01 TDOOR」，並無單純「ADAM」字樣存在，附表二編號4、5使
02 用字樣是訴外人索樂企業股份有限公司、易日國際企業社所
03 為，並非被上訴人所為，並無侵害系爭商標情事等情置辯。

04 肆、原審判決上訴人敗訴，上訴人不服提起上訴，聲明：原判
05 決廢棄。被上訴人不得於附表二所示之被上訴人公司官
06 網、臉書、實體店面廣告、購物網站商品資訊等，使用相同
07 或近似於附表一所示商標之圖樣。被上訴人答辯聲明：上訴
08 駁回。

09 伍、爭點（本院卷第95至96頁）：

10 一、被上訴人於官方網站、臉書、實體店面使用如附表二編號1
11 至3所示「ADAMOUTDOOR」字樣，有無商標法第68條第3款規
12 定侵害商標權之情形？

13 二、被上訴人是否於附表二編號4、5所示使用「ADAM」、「ADAM
14 OUTDOOR」字樣於PCHOME及MOMO購物網站上？有無商標法第6
15 8條第3款規定侵害商標權之情形？

16 三、上訴人依商標法第69條第1項、第2項規定，請求被上訴人排
17 除防止侵害，有無理由？

18 陸、得心證理由：

19 一、上訴人為附表一附圖1系爭商標之商標權人，被上訴人為附
20 表一附圖2「ADAM ファッション&テクノロジー」商標（下
21 稱被上訴人商標）之商標權人，被上訴人官方網站、臉書、
22 實體店面係使用如附表二編號1至3「ADAMOUTDOOR」字樣等
23 情，兩造不爭執（本院卷第95頁），並有原證1系爭商標註
24 冊證、被證4系爭商標查詢資料、原證2被上訴人商標查詢資
25 料、被證1被上訴人商標註冊證、原證4被上訴人商品銷售處
26 實景拍攝照片、原證5被上訴人網站網頁資料、原證7被上訴
27 人目前商標實際使用行為種類等在卷可稽，堪信為真。

28 二、被上訴人使用如附表二編號1至3所示「ADAMOUTDOOR」字
29 樣，並無商標法第68條第3款規定侵害商標權之情形：

30 (一)商標之使用，使用人須有表彰自己的商品或服務來源的意
31 思；且客觀上所標示的商標，需足以使相關消費者認識其為

01 商標。而判斷是否作為商標使用，除應依上開要件審認外，
02 並應斟酌平面圖像、數位影音或電子媒體等版（畫）面之配
03 置、字體字型、字樣大小、有無特別顯著性以及是否足資消
04 費者藉以區別所表彰之商品來源等情綜合認定之。上訴人主
05 張被上訴人附表二編號1至3係以「ADAMOUTDOOR」字樣為商
06 標使用，然觀諸上訴人提供附表二編號1之官網頁面，「ADA
07 MOUTDOOR」字樣上方有山型設計圖，下方有「-アウトド
08 ア。キャンプ-」、「CARRY OUT THE SPIRIT OF OUTDOORS
09 IN EVERY DETAIL OF LIFE」字串並列構成一整體圖樣（下
10 稱山型圖樣）；附表二編號2之臉書頁面，除有「ADAMOUTDO
11 OR」字樣外，亦有前揭山型圖樣，該山型圖樣明顯醒目，足
12 使消費者藉以區別所表彰商品來源，被上訴人應有以該山型
13 圖樣為商標使用之意，上訴人僅以局部「ADAMOUTDOOR」字
14 樣為主張，尚有未洽。又上訴人雖聲明請求被上訴人不得使
15 用相同或近似於附表一附圖2所示被上訴人商標之圖樣，然
16 被上訴人於上訴人提起本件訴訟後，即無單獨使用被上訴人
17 商標於銷售商品或行銷商品乙情，上訴人並不爭執（原審卷
18 第256頁），本件上訴人主張被上訴人使用態樣為附表二編
19 號1至5，並不包括被上訴人商標，先予敘明。

20 (二)商標法第68條第3款規定：「未經商標權人同意，為行銷目
21 的而有下列情形之一，為侵害商標權：……□於同一或類似
22 之商品或服務，使用近似於註冊商標之商標，有致相關消費
23 者混淆誤認之虞者」。所謂「有致相關消費者混淆誤認之
24 虞」，係指二商標因相同或構成近似，致使同一或類似商品
25 或服務之相關消費者誤認二商標為同一商標，或雖不致誤認
26 二商標為同一商標，但極有可能誤認二商標之商品為同一來
27 源之系列商品，或誤認二商標之使用人間存在關係企業、授
28 權關係、加盟關係或其他類似關係而言。經查：

29 1.系爭商標依附表一附圖1所示，是由一左上方紅色圓形內置
30 經設計白色側臉之圖形，與右上方外文較大字體「ADAM」、
31 較小字體「elements」，及與下方更大中文字體「亞果元

01 素」所組成。被上訴人附表二編號1至3均有「ADAMOUTDOO
02 R」字樣，其中編號1、2如前所述，尚有山型圖樣。二者圖
03 樣雖均有相同外文「ADAM」，然外文「ADAM」一詞，為一
04 般習見之男性外文名字，經檢索註冊商標資料已有訴外人以
05 之結合其他文字或圖形申請商標註冊之情形（原審卷第347
06 至361頁），並非上訴人所獨創，將其作為商標使用之識別
07 性不高，尚難因商標圖樣包含「ADAM」一詞即謂構成近似，
08 仍應視其與其他文字或圖形結合後，商標圖樣整體予人寓目
09 印象有無不同以為判斷。系爭商標除由外文「ADAM」組成
10 外，尚有結合較小字體「elements」，及左上方紅色圓形內
11 置經設計白色側臉之圖形、與下方更大中文字體「亞果元
12 素」為設計圖樣，系爭商標圖樣中「亞果元素」占比較「AD
13 AM」字體大，更引人注目；附表二編號1予人寓目印象為山
14 型圖樣，附表二編號2除醒目之山型圖樣外，並有與附表二
15 編號3相同之單純外文「ADAMOUTDOOR」字樣，二者圖樣整體
16 外觀、讀音及傳達予消費者之觀念均有差別，以具有普通知
17 識經驗之消費者，於異時異地隔離觀察，應可區辨，系爭商
18 標與附表二編號1至3圖樣近似程度不高。

19 2.系爭商標指定使用於「資料傳輸線；電池；電池充電器；電
20 源供應器；行動電源裝置；耳機；頭戴收話器；通訊器材；
21 網際網路設備；隨機存取儲存器；介面卡」商品、「通訊器
22 材零售；電子材料零售」服務，與被上訴人於官方網站、臉
23 書、實體店面所銷售之USB延長線、戶外充電式LED照明風
24 扇、電蚊拍捕蚊燈、戶外陶瓷電暖爐、LED香薰加濕器、雙
25 人電熱毯、戶外野戰工作燈、美食鍋、SHIRO無線吸塵器、M
26 ASUMI無線塵蟎機等商品；或被上訴人經銷商於PCHOME、MOM
27 O購物網站上銷售之戶外延長動力線等商品（原證3至原證
28 5、原證10、原證11），均屬電子相關商品或服務，且部分
29 商品之原料、用途、功能大致相當，亦常來自相同之產製
30 者，於商品用途、功能、行銷管道及滿足消費者需求等因素
31 上亦具有共同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情

01 形，易使一般消費者誤認為來自相同或雖不相同但有關聯之
02 來源，具有類似關係。至被上訴人官方網站及其經銷商於前
03 開購物網站上所銷售之煤油爐收納包、戶外野戰摺疊箱、保
04 溫瓶、陶瓷電暖爐收納包、雙人電熱毯收納包、戶外野戰收
05 納箱、各式線材收納整理包，則與系爭商標所示指定商品或
06 服務類別，於商品用途、功能、產製主體等因素上並無共同
07 或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形判斷，不具類
08 似關係。

09 3.系爭商標與所指定之商品或服務無直接關聯；被上訴人附表
10 二編號1至3所示圖樣，亦與銷售商品無關，是二者各具相當
11 識別性。

12 4.衡酌附表二編號1至3圖樣所使用商品與系爭商標指定使用商
13 品或服務雖部分有類似關係，然二者圖樣近似程度不高，且
14 二者圖樣中之「ADAM」識別性不高，均結合其他文字或圖樣
15 設計可資區辨，整體圖樣各具相當識別性等元素綜合判斷，
16 被上訴人使用附表二編號1至3圖樣尚無致相關消費者誤認其
17 與系爭商標前揭指定使用之商品或服務為同一來源，或誤認
18 二者使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類
19 似關係，而產生混淆誤認之虞，上訴人主張被上訴人所為違
20 反商標法第68條第3款規定，即屬無據。

21 三、附表二編號4、5所示PCHOME及MOMO購物網站上之「ADAM」、
22 「ADAMOUTDOOR」字樣並非被上訴人所為：

23 上訴人主張附表編號4、5之使用已有使電商產生混淆誤認情
24 形，提出甲證6電商對話截圖為證（原審卷第233頁），被上
25 訴人則否認PCHOME及MOMO購物網站上之「ADAM」、「ADAMOU
26 TDOOR」字樣為其所標示。查附表二編號4、5所標示之「ADA
27 M」、「ADAMOUTDOOR」字樣，與系爭商標圖樣整體外觀、讀
28 音及傳達予消費者之觀念仍有差別，近似程度不高，且商標
29 是否有實際混淆誤認情事，僅為判斷混淆誤認之虞輔助參考
30 因素之一，尚非唯一或主要因素，是否有混淆誤認之虞，仍
31 應一併考量其他因素為綜合判斷。又經本院依上訴人聲請函

01 詢結果，索樂企業股份有限公司、易日國際企業社均函覆網
02 站上使用「ADAM」、「ADAMOUTDOOR」字樣為各該公司所為
03 （本院卷第130、132頁），實難認被上訴人有上訴人所指違
04 反商標法第68條第3款規定情事。

05 四、依上所述，被上訴人並無違反商標法第68條第3款規定情
06 事，上訴人依商標法第69條第1項、第2項規定，請求被上訴
07 人排除防止侵害，即屬無據。

08 柒、綜上所述，上訴人依商標法第68條第3款、第69條第1項、第
09 2項規定，請求被上訴人不得於附表二所示之被上訴人公司
10 官網、臉書、實體店面廣告、購物網站商品資訊等，使用相
11 同或近似於附表一所示商標之圖樣為無理由，不應准許。原
12 審駁回上訴人之請求，核無不合。上訴意旨指摘原判決不
13 當，求予廢棄改判，為無理由，應予駁回。

14 捌、本件事證已臻明確，兩造其餘之主張及攻擊防禦方法，經本
15 院審酌後認對判決結果不生影響，爰不逐一論列。

16 玖、據上論結，本件上訴為無理由，依修正前智慧財產案件審理
17 法第1條，民事訴訟法第449條第1項、第78條，判決如主
18 文。

19 中 華 民 國 113 年 12 月 11 日

20 智慧財產第一庭

21 審判長法官 汪漢卿

22 法官 蔡惠如

23 法官 陳端宜

24 以上正本係照原本作成。

25 如不服本判決，應於收受送達後20日內向本院提出上訴書狀，其
26 未表明上訴理由者，應於提出上訴後20日內向本院補提理由書狀
27 （均須按他造當事人之人數附繕本），上訴時應提出委任律師或具
28 有律師資格之人之委任狀；委任有律師資格者，應另附具律師資
29 格證書及釋明委任人與受任人有民事訴訟法第466條之1第1項但
30 書或第2項（詳附註）所定關係之釋明文書影本。如委任律師提
31 起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

01 中 華 民 國 113 年 12 月 11 日
02 書記官 吳祉瑩

03 附註：

04 民事訴訟法第466條之1(第1項、第2項)

05 對於第二審判決上訴，上訴人應委任律師為訴訟代理人。但上訴
06 人或其法定代理人具有律師資格者，不在此限。

07 上訴人之配偶、三親等內之血親、二親等內之姻親，或上訴人為
08 法人、中央或地方機關時，其所屬專任人員具有律師資格並經法
09 院認為適當者，亦得為第三審訴訟代理人。