

01 智慧財產及商業法院民事判決

02 113年度民著上字第11號

03 上訴人 信濃川有限公司（原名：東和商貿有限公司）

04 法定代理人 董佳純

05 訴訟代理人 翁林瑋律師（兼上一人及次二人之送達代收人）

06 王佩絹律師

07 何婉菁律師

08 被上訴人 毅欣有限公司（下稱被上訴人公司）

09 兼法定代理人 陳建志

10 共 同

11 訴訟代理人 方雍仁律師（兼上二人及次一人之送達代收人）

12 沈恆律師

13 上列當事人間請求排除侵害著作權行為等事件，上訴人對於中華  
14 民國113年5月14日本院112年度民著訴字第8號第一審判決提起上  
15 訴，並為訴之追加、減縮，本院於115年1月28日言詞辯論終結，  
16 判決如下：

17 主 文

18 一、原判決關於駁回後開第二、三、六、七項關於甲附圖一編號  
19 3之酒標之訴部分，及第四、五項之訴部分，及命上訴人負  
20 擔訴訟費用之裁判，均廢棄。

21 二、被上訴人公司不得重製、改作如甲附圖一編號1、2、3所示  
22 酒標。

23 三、被上訴人公司不得使用相同或近似於甲附圖一編號1、2、3  
24 所示酒標於酒類商品。

- 01 四、被上訴人公司不得使用相同或近似於商標註冊第02295821號  
02 所示圖示於附圖三之商品。
- 03 五、被上訴人公司不得持有、陳列、販賣、輸出或輸入甲附圖二  
04 編號1、2所示商品，並應銷毀如甲附圖二編號1、2所示商品  
05 外包裝上之酒標。
- 06 六、被上訴人應連帶給付上訴人新臺幣600萬元，及其中新臺幣1  
07 00萬元自民國111年12月9日起、新臺幣500萬元自113年6月2  
08 6日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。
- 09 七、被上訴人應連帶負擔費用，將本件最後事實審判決書之上訴  
10 人、被上訴人、案由、主文之內容及附圖（即甲附圖一、  
11 二、附圖三、四），於自由時報、聯合報或中國時報全國版  
12 第一版下半頁以彩色及電腦標楷體28號字體刊載1日。
- 13 八、其餘上訴及追加之訴均駁回。
- 14 九、第一、二審訴訟費用（含追加部分，但減縮部分除外）由  
15 被上訴人連帶負擔十分之九，餘由上訴人負擔。
- 16 十、本判決第六項所命給付，於上訴人以新臺幣200萬元供擔保  
17 後，得假執行，但被上訴人如以新臺幣600萬元預供擔保  
18 後，得免為假執行。

19 事實及理由

20 壹、程序事項：

21 一、本件於智慧財產案件審理法民國112年8月30日修正施行前已  
22 繫屬於法院，依修正施行後之第75條第1項規定，適用修正  
23 施行前之規定（下稱智審法）。

24 二、本件用語簡稱如下：

二審統一用語	原用語	內容
信濃川酒標	編號3即原判決所稱之「系爭酒標」、第16至17頁之附表一	甲附圖一 上訴人之信威士忌梅酒標籤

毅欣酒標	原判決所稱之「據爭酒標」、第18至19頁之附表三	甲附圖二 被上訴人之花の兩威士忌忌梅酒標籤 被上訴人使用態樣
系爭商標	同左 原判決第17至18頁之附表二	附圖三 上訴人之註冊商標
毅欣商標	原判決所稱之「被告商標」、第19至20頁之附表二	附圖四 被上訴人之註冊商標
毅欣設計專利	原判決所稱之「被告設計專利」	被上訴人公司經智慧財產局於111年10月21日核准之第D221755號設計專利
96年、98年、99年、103、105、108年、111年著作權法		96年7月11日、98年5月13日、99年2月10日、103年1月25日、105年12月2日、108年5月3日、111年6月18日修正施行之著作權法
105年、113年商標法		105年12月15日、113年5月1日修正施行之商標法

02 三、上訴人更正、減縮上訴聲明，應予准許：

03 (一)上訴人原上訴聲明第2至6項如下（本院卷一第42至43頁）：

04 2.被上訴人公司不得重製、改作如附圖一編號1、2、3所示  
05 酒標。

01 3.被上訴人公司不得使用相同或近似於附圖一編號1、2、3  
02 所示酒標於酒類商品及服務上。

03 4.被上訴人公司不得使用相同或近似於系爭商標所示圖示於  
04 附表之商品及服務上。

05 5.被上訴人公司不得持有、陳列、販賣、輸出或輸入附圖二  
06 編號1、2所示商品，並應銷毀如附圖二編號1、2所示商品  
07 外包裝上之酒標。

08 6.被上訴人應連帶給付上訴人600萬元，及自起訴狀繕本送  
09 達之翌日起至清償日止，按週年利率百分之5計算之利  
10 息。

11 (二)嗣更正、減縮如下：

12 2.被上訴人公司不得重製、改作如甲附圖一編號1、2、3所  
13 示酒標。

14 3.被上訴人公司不得使用相同或近似於甲附圖一編號1、2、  
15 3所示酒標於酒類商品。

16 4.被上訴人公司不得使用相同或近似於系爭商標所示圖示於  
17 甲附表（即附圖三）之商品。

18 5.被上訴人公司不得持有、陳列、販賣、輸出或輸入甲附圖  
19 二編號1、2所示商品，並應銷毀如甲附圖二編號1、2所示  
20 商品外包裝上之酒標。

21 6.被上訴人應連帶給付上訴人600萬元，及其中100萬元自起  
22 訴狀繕本送達之翌日起、500萬元自民事聲明上訴狀繕本  
23 送達之翌日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。

24 (三)經核上訴人於原審僅請求甲附圖一編號3所示之酒標（美術  
25 著作），於本院審理時追加請求甲附圖一編號1、2所示之酒  
26 標（美術著作），且更正「甲附圖一」、「甲附表」及「甲  
27 附圖二」之編號名稱，使其更加明確，並就著作權及商標之  
28 排除、防止請求之範圍僅限於「商品」，減縮不包括「服  
29 務」，以及減縮損害賠償請求之利息起算日，並經被上訴人

01 同意（本院卷一第224、297頁），復不甚礙被上訴人之防禦  
02 及訴訟之終結，依民事訴訟法第446條第1項、第255條第1項  
03 但書第2、3、7款規定，應予准許。

04 四、上訴人得追加附表三第(四)4.項之爭點：

05 本件爭點如附表三所示，關於程序爭點，上訴人於本院審理  
06 時就登載判決書之請求權基礎，除著作權法第89條、公司法  
07 第23條第2項規定外，追加公平交易法（下稱公平法）第33  
08 條、公司法第23條第2項規定，惟被上訴人不同意（本院卷  
09 一第298頁）。惟上訴人係基於同一基礎事實而為請求，且  
10 不甚礙被上訴人之防禦及訴訟之終結，依民事訴訟法第446  
11 條第1項、第255條第1項但書第2、7款規定，應予准許，並  
12 經本院諭知准許追加（本院卷一第298頁）。

13 貳、上訴人主張：

14 一、訴外人江井嶋酒造於西元2011年2月創作完成甲證10-3之酒  
15 標（原始酒標），於2014年9月間與上訴人合作，授權使用  
16 上訴人使用原始酒標，並改作如甲附圖一編號1所示之酒標  
17 （初版酒標），其後於2019年12月、2020年6月分別改作如  
18 甲附圖一編號2、3之酒標，上訴人因改作而取得甲附圖一編  
19 號1至3之美術著作著作權，嗣由訴外人信集團有限公司（下  
20 稱信公司）以甲附圖一編號3於中華人民共和國進行著作權  
21 登記（甲證1），並將之專屬授權予上訴人。此外，上訴人  
22 於民國112年5月16日獲准註冊第02295821號商標（下稱系爭  
23 商標，如附圖三所示）。

24 二、被上訴人公司原為上訴人之經銷商，於終止經銷關係後，於  
25 111年5月15日起使用甲附圖二所示之酒標（下稱毅欣酒標）  
26 於其所販售之花の兩威士忌梅酒商品上，上訴人於111年7月  
27 間於實體店面及網路上發現，即於同年8月29日發函通知被  
28 上訴人公司（甲證8），然其置若罔聞，核屬故意侵害上訴  
29 人就甲附圖一編號1至3之重製權、改作權。又上訴人取得系

01 爭商標後，被上訴人公司於威士忌梅酒商品上使用甲附圖二  
02 之毅欣酒標高度近似於系爭商標，致消費者對商品來源產生  
03 混淆誤認，構成101年、105年、113年商標法第68條第3款之  
04 故意侵害商標權行為，上訴人亦於112年6月6日發函通知被  
05 上訴人公司（甲證19）。再上訴人與被上訴人公司同屬酒類  
06 商品經銷商，具競爭關係，上訴人使用甲附圖一之酒標表徵  
07 商品來源之信威士忌梅酒商品，廣為消費者普遍認知之著名  
08 表徵，被上訴人公司以甲附圖二之毅欣酒標使用於威士忌梅  
09 酒商品上，屬攀附上訴人商譽及商業成果，且使消費者混淆  
10 誤認商品來源，為欺罔及顯失公平之行為，違反公平交易法  
11 第22條第1項第1款、第25條規定。

12 三、爰依103年、105年、108年、111年著作權法第84條前、後  
13 段、第88條之1、101年、105年、113年商標法第69條第1項  
14 前、後段、第2項、公平法第29條前、後段規定，擇一請求  
15 被上訴人公司排除防止侵害；且依前開著作權法第88條第1  
16 項、第2項第2款、第3項、前開商標法第69條第3項、第71條  
17 第1項第3款、公平法第30條、第31條第1項、民事訴訟法第2  
18 22條第2項規定，擇一請求被上訴人公司負損害賠償責任；  
19 併依前開著作權法第89條、公平法第33條規定，請求被上訴  
20 人公司負擔費用將判決書內容登載新聞紙。另因被上訴人陳  
21 建志為被上訴人公司之法定代理人及負責人，應依公司法第  
22 23條第2項規定，就被上訴人公司應給付損害賠償及登載判  
23 決書部分連帶負責。

### 24 參、被上訴人之抗辯：

25 一、就甲附圖一編號1至3之酒標之創作歷程不明，其等未取得日  
26 本江井ヶ嶋酒造株式會社（下稱江井嶋酒造）之授權，即抄  
27 襲、重製江井嶋酒造之酒標為如甲附圖一所示之信濃川酒  
28 標，非屬改作，且信濃川酒標中「梅酒」、日文「ういすき  
29 一」、日文「国産青梅一〇〇%で造つたウイスキーベース

01 の梅酒」及雙葉青梅圖樣均為商品內容物說明，屬通用之名  
02 稱，不得為著作權標的，以青梅圖樣表達梅酒類商品亦屬市  
03 場所常見，信濃川酒標自不具原始性及創作性，非屬著作權  
04 法保護之美術著作。被上訴人公司於110年12月2日委託威而  
05 廣告有限公司（下稱威而公司）設計如甲附圖二所示之毅欣  
06 酒標，並於111年5月15日起使用於其販售之威士忌梅酒商品  
07 上，復於同年9月16日以附圖四所示圖樣申請商標註冊，經  
08 智慧財產局核准取得註冊第02250543號商標（其名稱、申請  
09 日、註冊日、註冊公告日、專用期限、指定使用類別如附圖  
10 四所示，下稱毅欣商標），及於111年3月10日以毅欣酒標1  
11 圖樣向智慧局申請設計專利，經智慧財產局於111年10月21  
12 日核准為第D221755號設計專利（下稱毅欣設計專利）並公  
13 告，為原創毅欣酒標，且經比對毅欣酒標與信濃川酒標亦有  
14 明顯不同之處，無重製或改作信濃川酒標。

15 二、觀之上開商品內容物說明，因屬商品說明，自不具商品識別  
16 性，於網路搜尋結果亦以上訴人「信」、被上訴人公司「花  
17 の雨」品牌作為商品來源指示，且如前述，毅欣酒標與信濃  
18 川酒標有明顯不同之處，信濃川酒標之威士忌酒於全聯通路  
19 販賣期間與毅欣酒標之威士忌酒販賣期間亦無重疊，毅欣酒  
20 標未使相關消費者產生混淆誤認。又被上訴人公司於111年5  
21 月已使用毅欣酒標於其販售之威士忌梅酒商品上，早於系爭  
22 商標註冊日，有101年、105年商標法第36條第1項第3款、11  
23 3年商標法第36條第1項第4款規定之適用，更無攀附上訴人  
24 商標之可能。

25 三、依前所述，上開商品內容物說明不具商品識別性，且信濃川  
26 酒標之威士忌酒曾於110年12月間在全聯通路自主下架，於1  
27 12年5月16日始註冊公告系爭商標，嗣上訴人並有修改信濃  
28 川酒標而販賣威士忌酒，信濃川酒標顯非公平交易法第22條  
29 規定之著名表徵。又如前述，毅欣酒標未使相關消費者產生

01 混淆誤認，被上訴人公司使用毅欣商標係合法正當行使自己  
02 之商標與專利權，亦無違反公平法第22條第1項第1款、第25  
03 條規定。再上訴人已就信濃川酒標取得系爭商標權，依同法  
04 法第22條規定，自應依商標法行使權利，不應再以公平交易  
05 法重複保護。

06 **肆、上訴、追加聲明及答辯聲明：**

07 一、原審為上訴人敗訴之判決，上訴人之上訴及追加聲明如下：

08 (一)原判決廢棄。

09 (二)被上訴人公司不得重製、改作如甲附圖一編號1、2、3所示  
10 酒標。

11 (三)被上訴人公司不得使用相同或近似於甲附圖一編號1、2、3  
12 所示酒標於酒類商品。

13 (四)被上訴人公司不得使用相同或近似於系爭商標所示圖示於甲  
14 附表（即附圖三）之商品。

15 (五)被上訴人公司不得持有、陳列、販賣、輸出或輸入甲附圖二  
16 編號1、2所示商品，並應銷毀如甲附圖二編號1、2所示商品  
17 外包裝上之酒標。

18 (六)被上訴人應連帶給付上訴人600萬元，及其中100萬元自起訴  
19 狀繕本送達之翌日起、500萬元自民事聲明上訴狀繕本送達  
20 之翌日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。

21 (七)被上訴人應連帶負擔費用，將本件最後事實審判決書之上訴  
22 人、被上訴人、案由、主文之內容及附圖，於自由時報、聯  
23 合報及中國時報全國版第一版下半頁以彩色及電腦標楷體28  
24 號字體刊載1日。

25 (八)上訴人願供擔保，請准就聲明第6項宣告假執行。

26 二、被上訴人答辯聲明：

27 (一)上訴及擴張之訴均駁回。

28 (二)被上訴人如受不利判決，願供擔保請准宣告免為假執行。

29 **伍、得心證之理由：**

01 兩造之不爭執事項及爭點如附表二、三所示。茲分述如下：

02 一、侵害著作權部分：

03 (一)上訴人就甲附圖一編號1、2、3因改作而享有美術著作之著  
04 作權：

05 1.美術著作為96年、98年、99年、103年、105年、108年著  
06 作權法第5條第1項第4款所稱之著作，係指著作權人以智  
07 巧、匠技、描繪等表現思想、感情之著作，其表現方式包  
08 括繪畫、版畫、漫畫、連環圖（卡通）、素描、法書（書  
09 法）、字型繪畫、雕塑、美術工藝品及其他具有美感之著  
10 作（著作權法第五條第一項各款著作內容例示第2點第4款  
11 規定參照）。

12 2.按就原著作改作之創作為衍生著作，以獨立之著作保護  
13 之；衍生著作之保護，對原著作之著作權不生影響，96  
14 年、98年、99年、103年、105年、108年著作權法第6條定  
15 有明文。又著作人專有將其著作改作成衍生著作或編輯成  
16 編輯著作之權利，但表演不適用之，同法第28條亦有明  
17 文。準此，改作，為著作人之專有權利，經著作人同意或  
18 授權而就原著作改作之創作，為衍生著作，以獨立之著作  
19 保護之，且對原著作之著作權不生影響。又改作係就原著  
20 作「另為創作」，自須在原著作之外，加入新的精神創  
21 作，故將原著作改作成為著作權法所稱之「衍生著作」，  
22 除仍須保有原著作之成分或特徵外，所另加入之新的創作  
23 須與原著作得以區辨，且改作而成之衍生著作，僅就「另  
24 為創作」部分享有衍生著作權，不及原著作之創作部分  
25 （原著作之著作權不受影響），其與原著作各自獨立，均  
26 受著作權法之保護，改作後之著作併存原著作之著作權及  
27 衍生著作之著作權二種獨立之權利，衍生著作權人利用自  
28 己改作之衍生著作，不免涉及原著作之內容或特徵，如未  
29 徵得原著作財產權人同意或授權即為利用，仍對原著作之

01 著作權構成侵害（最高法院113年度台上字第1449號民事  
02 判決參照）。

03 3.我國自91年1月1日起正式加入「世界貿易組織」，依據  
04 「世界貿易組織協定」所含之TRIPs第9條第1項、伯恩公  
05 約第3條規定，我國對於同屬世界貿易組織會員國國民之  
06 著作，應加以保護；日本既為世界貿易組織之會員國之  
07 一，依96年、98年、99年、103年、105年、108年著作權  
08 法第4條第2款規定，其發行之著作亦應受我國著作權法保  
09 護。

10 4.上訴人主張日本江井嶋酒造於西元2011年初以「ういす  
11 き-梅酒」為發想（甲證10-1），作為自有品牌白玉威士忌  
12 忌梅酒之酒標（SHIRATAMA BRAND），嗣以該設計基礎作  
13 為白玉白蘭地梅酒及白玉紅酒梅酒之酒標，陸續推出系列  
14 品項（甲證10-2、甲證10-3），最終設計版本為甲證10-3  
15 （即原始酒標，如下圖）（本院卷三第52頁）。



17 被上訴人亦稱江井嶋酒造自2009年起使用如下圖所示之威  
18 士忌梅酒酒標（本院卷三第100頁），自堪信為真實。



20 觀諸甲證10-3之原始酒標，利用字體經設計的平假名與漢  
21 字「ういすき-梅酒」置於整體圖樣之正中央，「ういす  
22 き-」則為「威士忌」之日文外來語，但以平假名呈現，  
23 而非一般日文外來語之片假名表示方式，且「ういすき-  
24 梅酒」的下方有紅色外文「WHISKEY UMESHU」（即威士

01 忌梅酒之意），搭配紅黃色的帶葉青梅圖案，藉由各色彩  
02 及亮度深淺，其構圖、色彩整體佈局設計，足以表現作者  
03 之個性或獨特性而具有原創性要件，此日本人著作依前述  
04 著作權法第4條第2款規定，即屬受我國著作權法保護之美  
05 術著作。

06 5. 上訴人主張其於2014年9月與江井嶋酒造合作，進口信威  
07 士忌梅酒等商品在台販售（甲證4、6），並授權上訴人使  
08 用原始酒標（甲證12-1至12-3），並將江井嶋酒造之原始  
09 酒標分別於2014年9月、2019年12月及2020年6月改作為甲  
10 附圖一編號1、2、3之酒標，業據上訴人提出甲證4授權委  
11 託書、甲證6信威士忌梅酒系列報導、甲證12-1、12-3上  
12 訴人與江井嶋酒造往來電子郵件及中譯本、甲證12-2江井  
13 嶋酒造授權書、甲證13初版酒標設計、甲證27之103年9月  
14 8日上訴人與江井嶋酒造往來電子郵件、甲證36本件著作  
15 創作歷程說明時序表、甲證37上訴人公司內部討論酒標設  
16 計信件、江井嶋酒造於日本所為之公證（甲證23及23-1之  
17 日本令和5年第81號公證書及中譯本、甲證39之商標改作  
18 暨申請註冊同意書及日本令和6年第40號公證書）為證，  
19 堪認上訴人確經原始酒標之著作人江井嶋酒造授權改作成  
20 甲附圖一編號1、2、3之酒標，且上訴人以原始酒標為基  
21 礎，保留整體圖樣正中央之平假名與漢字「ういすき-梅  
22 酒」及外文「WHISKEY UMESHU」，以不同之底色、排版、  
23 帶葉青梅圖案及橡木桶圖案等，與外文「SHIN WHISKEY U  
24 MESHU」、經字體設計的「信」文字，展現不同於原始酒  
25 標之獨特設計，除保有原始酒標（原著作）之成分或特徵  
26 外，添加不同於原始酒標的元素，另加入之新的創作而與  
27 原始酒標得以區辨，即屬改作而成之衍生著作，應認上訴  
28 人於各該改作完成時取得甲附圖一編號1、2、3酒標之美  
29 術著作的衍生著作權，而受著作權法保護。至上訴人所屬

01 集團，嗣基於品牌全球佈局及集團商業策略之考量，於西  
02 元2022年由信公司以甲附圖一編號3於中華人民共和國進  
03 行著作權登記（甲證1），並將之專屬授權予上訴人（甲  
04 證2），並不影響上訴人因經江井嶋酒造授權改作而取得  
05 甲附圖一編號1、2、3酒標之衍生著作權。

06 6.被上訴人雖爭執上訴人抄襲重製日本酒標之商品說明文字  
07 「梅酒」、日文平假名「ういすきー」，且上訴人先後  
08 提出不同兩版本的授權書（見乙證18之甲證12-2與甲證23  
09 比對圖），自難證明上訴人已取得江井嶋酒造合法授權云  
10 云。惟江井嶋酒造先後於日本就授權、改作及同意申請註  
11 冊一事進行公證（甲證23、23-1及甲證39），佐以上訴人  
12 所提前述經授權後陸續改作之證據，足認上訴人確經江井  
13 嶋酒造授權而改作甲附圖一編號1、2、3之酒標，縱使上  
14 訴人所提證據彼此間略有出入而有微疵，然互核其內容，  
15 尚可採信上訴人之主張。此外，被上訴人公司曾以江井嶋  
16 酒造先使用於「梅酒」、「威士忌」等酒類商品之「梅酒  
17 ういすき」系列商標（下稱據爭商標），  
18



19 主張上訴人如附圖三所示之系爭商標之註冊有商標法第30  
20 條第1項第12款規定之適用，對之提起異議，經經濟部智  
21 慧財產局（下稱智慧局）以民國113年9月18日中台異字第  
22 G01130311號商標異議審定書為「異議不成立」之處分。  
23 被上訴人不服，提起訴願，經經濟部以114年2月6日經法

01 字第11317308260號訴願決定駁回後，向本院提起行政訴  
02 訟，經本院114年度行商訴字第11號行政判決認定先使用  
03 人江井嶋酒造於系爭商標申請註冊前有將據爭商標先使用  
04 於威士忌梅酒，因先使用人江井嶋酒造與系爭商標權人所  
05 屬集團有合作關係，且系爭商標申請註冊前，上訴人知悉  
06 據爭商標存在，依上訴人所提之該案丙證6（即訴願證6，  
07 亦即本案之甲證39）之令和6年第40號公證書及商標改作  
08 暨申請註冊同意書，記載「本公司自始知悉並同意信濃川  
09 公司進行改作、申請商標並在台灣取得註冊第02295821號  
10 乙事，為昭慎重，特再次公證為憑」等內容，先使用人江  
11 井嶋酒造已聲明自始知悉並同意註冊，堪認先使用人江井  
12 嶋酒造已同意系爭商標之註冊。至丙證6之日期雖在系爭  
13 商標註冊之後，應已補正溯及准予註冊之前而有情事變更  
14 情況（最高行政法院109年度上字第100號判決意旨參  
15 照）。因此，先使用人江井嶋酒造既已同意上訴人就系爭  
16 商標之申請註冊而有商標法第30條第1項第12款但書規定  
17 之情形，系爭商標自無同條項第12款所定情形，智慧局就  
18 被上訴人公司之異議所為異議不成立之處分，訴願決定予  
19 以維持，均核無不合，被上訴人公司訴請撤銷訴願決定及  
20 原處分，並命智慧局就系爭商標應作成異議成立，註冊應  
21 予撤銷之審定，為無理由，應予駁回，因被上訴人公司未  
22 提起上訴而告確定。故被上訴人上開抗辯，即無可採。

23 7.被上訴人又辯稱上訴人據以訴訟之「信SHIN梅酒ういすき  
24 WHISKY UMESHU」信濃川酒標之「梅酒」、日文「ういす  
25 き一」（威士忌）、英文「WHISKY UMESHU」等全數均為  
26 著作權法第9條產品名稱及說明之通用名詞，雙葉梅子圖  
27 案亦為梅酒通用之表達描述商品方式，並非著作權之標的  
28 云云。96年、98年、99年、103年、105年、108年著作權  
29 法第9條固規定通用名詞固不得為著作權之標的，漢字

01 「梅酒」、平假名「ういすき一」（威士忌）、外文「WH  
02 ISKY UMESHU」（威士忌梅酒）確為通用名詞，然甲附圖  
03 一編號1、2、3酒標之整體設計構圖包含前述名詞及帶葉  
04 青梅圖案及橡木桶圖案等基本素材外，並利用不同之色彩、  
05 位置排版及造形設計運用一定程度的美術技巧及對  
06 稱、對比、均衡、單純等美感原則來表現創作者的思想或  
07 感情，足以表現作者之個性或獨特性而具備原創性，亦即  
08 上訴人係就此整體圖樣主張美術著作權，而非單獨就「梅  
09 酒」、「ういすき一」及「WHISKY UMESHU」主張著作  
10 權，被上訴人所辯無異將甲附圖一編號1、2、3之酒標逕  
11 自割裂各別通用名詞，而否認其著作權標的，自屬有誤。

12 8. 綜上，上訴人就甲附圖一編號1、2、3經原始酒標（原著  
13 作人）江井嶋酒造之同意，因改作而享有美術著作之著作  
14 權。

15 (二)被上訴人公司使用甲附圖二編號1、2之穀欣酒標侵害上訴人  
16 就甲附圖一編號1、2、3之重製權及改作權：

17 1. 侵害著作權之判斷：

18 (1)按法院於認定有無侵害著作權（抄襲）之事實時，應就  
19 接觸及實質相似二要件，審酌一切相關情狀判斷之。所謂  
20 實質相似，不僅指量之相似，亦兼指質之相似。前者，係指  
21 抄襲的部分所占比例程度；後者，在於是否為重要成分，若  
22 是，即屬實質的近似。著作之實質相似不需要全然相同或相  
23 似，只需足以表現著作人原創性之內容具實質相似即可；如  
24 認二者相似程度頗高或屬著作之主要成分，縱使僅占著作之  
25 小部分，亦構成實質相似。倘抄襲部分為原著作之重要部分，  
26 縱使僅占原著作之小部分，亦構成實質相似。

27  
28 (2)在判斷圖形、攝影、美術、視聽等具有藝術性或美感性  
29 之著作是否涉及抄襲時，如使用與文字著作相同之分析

01 解構方法為細節比對，往往有其困難度或可能失其公  
02 平，因此，在量的考量上，主要應考量構圖、整體外  
03 觀、主要特徵、顏色、景物配置、造型、意境之呈現、  
04 角度、形態、構圖元素、以及圖畫中與文字的關係；在  
05 為質之考量時，應特別注意著作間之「整體觀念與感  
06 覺」。

07 (3)所稱重製，指以印刷、複印、錄音、錄影、攝影、筆錄  
08 或其他方法直接、間接、永久或暫時之重複製作（前述  
09 著作權法第3條第1項第5款前段規定參照）。所稱改  
10 作，係指以翻譯、編曲、改寫、拍攝影片或其他方法就  
11 原著作另為創作（同法第3條第1項第11款）。準此，改  
12 作係以原創作為基礎，而添加新創意，另為原創性之表  
13 達，成為新創作。而所謂「抄襲」，其「實質近似」尚  
14 須區分相較於原著作，行為人之作品是否含有自己獨立  
15 之創作，若無，應屬「重製」，若有，則屬「改作」。

16 2.被上訴人公司使用甲附圖二編號1、2之毅欣酒標與上訴  
17 人之甲附圖一編號1、2、3之信濃川酒標之比對：


18 (1)甲附圖一編號1、2、3之信濃川酒標為純白底色，於版  
19 面中央明顯位置以經設計之日文平假名「ういすきー」  
20 （即威士忌之意），搭配經設計之漢字「梅酒」，置於  
21 整體圖案正中央，且所佔比例甚大，極為醒目；其上標  
22 有英文「WHISKEY UMESHU」（即威士忌梅酒之意）及日  
23 文「国産青梅一〇〇%で造ったウイスキーベースの梅  
24 酒」（即百分之百以國產青梅釀造之意）、「信」之草  
25 寫圖樣。編號1另搭配帶葉之二顆青梅圖案、編號2搭配  
26 木桶及青梅圖案、編號3則搭配帶葉之二顆青梅圖案及  
27 橡木桶圖樣之浮水印。


28 (2)甲附圖二編號1、2之毅欣酒標同為純白底色，於版面中  
29 央明顯位置同樣以日文平假名「ういすきー」搭配漢字

01 「梅酒」及帶葉青梅圖案。又編號1將英文「WHISKEY U  
02 MESHU」（即威士忌梅酒之意）改標於下方，將日文  
03 「国産青梅一〇〇％で造ったウイスキーベースの梅  
04 酒」，「花の雨」圖樣及燒瓶圖樣之浮水印改標於右  
05 方；編號2則將日文「国産青梅一〇〇％で造ったウイ  
06 スキーベースの梅酒」、「花の雨」圖樣改標於右方，  
07 浮水印改為蒸餾器圖樣並標於左方。

08 (3)經整體比對信濃川酒標與毅欣酒標，僅日文平假名「う  
09 いすきー」及漢字「梅酒」以差異度極少之字體變化、  
10 調整青梅數量或葉片形狀、「信」草寫圖樣以「花の  
11 雨」圖樣取代、橡木桶圖樣浮水印改為燒瓶或蒸餾器圖  
12 樣浮水印，然二者整體構圖、文字內容與顯示比例幾近  
13 完全相同，毅欣酒標之整體構圖、文字、色調所呈現出  
14 來之質、量感覺，與信濃川酒標表達方式極為近似，毅  
15 欣酒標雖有字體、品牌及排列次序等微量差異，然二者  
16 酒標之「ういすきー」、「梅酒」、「WHISKEY UMESH  
17 U」帶葉青梅圖案之精華或重要核心相似程度極高，而  
18 構成實質相似。

19 (4)此外，Instagram使用者maxhuang04早於本件訴訟提起  
20 前（2022年7月8日）曾發文撰寫「花雨威士忌梅酒」之  
21 相關介紹，另帳號yaowang0414使用者於該文章下方留  
22 言表示「標籤和信梅酒也太像了！！很多沒買過的酒有  
23 時都會參考M8老實說！這支容量和信梅酒一樣價格還差  
24 不到百元！？」（甲證26），足見一般理性閱聽大眾認  
25 為毅欣酒標與信濃川酒標極為近似「太像了」。

26 (5)被上訴人辯稱其自創「花の雨」品牌，以粉紅色櫻花  
27 瓣結合「」及「蒸餾器」圖樣作為酒標文字，兩  
28 者不僅品牌名稱明顯不同、酒標設計、顏色、左右比  
29 對，全然迥異云云。然被上訴人僅挑取毅欣酒標圖樣中

01 之「」及「蒸餾器」圖樣，全然置「ういすき  
02 一」、「梅酒」、「WHISKEY UMESHU」帶葉青梅圖案之  
03 精華或重要核心而不論，其所辯自無可取。

04 (6)綜上，被上訴人公司使用甲附圖二編號1、2之毅欣酒標  
05 與上訴人之甲附圖一編號1、2、3之信濃川酒標，就量  
06 與質之整體觀察，構成實質近似。

07 3.上訴人前授權英屬維京群島商法納提有限公司（下稱法納  
08 提公司）經銷其上使用甲附圖一編號3之「信威士忌梅  
09 酒」，嗣由被上訴人公司（其法定代理人為被上訴人陳建  
10 志）承接法納提公司與上訴人間之相關業務，並將「信威  
11 士忌梅酒」於全聯通路上架販售（見附表二第1項之不爭  
12 執事項）。又上訴人公司刻之酒藏門市於104年4月28日開  
13 幕時，即將信威士忌梅酒系列商品作為門市主打商品，被  
14 上訴人兼法定代理人陳建志亦親自出席開幕剪綵儀式（甲  
15 證22），且兩造持續合作關係直至110年8月止，被上訴人  
16 就此不爭執，足見被上訴人及其法定代理人陳建志曾直接  
17 接觸甲附圖一編號1、2、3之信濃川酒標。

18 4.至被上訴人辯稱其與威而公司曾討論酒標，設計製作「花  
19 の雨ういすき梅酒」毅欣酒標云云，並提出乙證4提案歷  
20 程為證。查被上訴人公司於110年12月2日委託威而公司設  
21 計甲附圖二之毅欣酒標（見附表二第2項之不爭執事  
22 項），然威而公司固曾提供數設計版本，然其於版面中央  
23 明顯位置以漢字「梅酒」搭配日文平假名「ういすき一」  
24 及帶葉之青梅圖案，明顯與甲附圖一編號1、2、3之信濃  
25 川酒標極為近似，關於「梅」、「酒」的線條、點捺、勾  
26 勒，縱有數次提案，最終定版為甲附圖二編號1、2，與信  
27 濃川酒標實質近似，無由容許被上訴人以委託第三人設計  
28 為由而卸免其抄襲之責。

01 5. 綜上，被上訴人公司使用甲附圖二編號1、2之毅欣酒標與  
02 上訴人之甲附圖一編號1、2、3之信濃川酒標，整體觀  
03 之，構成實質近似，且被上訴人公司前為上訴人公司之經  
04 銷商（合作關係直至2021年8月止），被上訴人陳建志亦  
05 曾出席上訴人刻之酒藏門市於104年4月28日之開幕剪綵儀  
06 式，被上訴人確曾直接接觸甲附圖一編號1、2、3之酒標  
07 圖樣，故被上訴人使用甲附圖二編號1、2之毅欣酒標，抄  
08 襲甲附圖一編號1、2、3之信濃川酒標圖樣，侵害上訴人  
09 之重製權及改作權。

10 (三) 上訴人得向被上訴人公司為上訴聲明第2、3、5項之排除、  
11 防止侵害及銷毀請求：

12 1. 111年著作權法第84條前段、後段規定：「著作權人或製  
13 版權人對於侵害其權利者，得請求排除之，有侵害之虞  
14 者，得請求防止之。」第88條之1規定：「依第八十四條  
15 或前條第一項請求時，對於侵害行為作成之物或主要供侵  
16 害所用之物，得請求銷毀或為其他必要之處置。」

17 2. 承前所述，被上訴人公司使用甲附圖二編號1、2之毅欣酒  
18 標，侵害上訴人就甲附圖一編號1、2、3之信濃川酒標  
19 （美術著作）之重製權及改作權。而被上訴人公司自111  
20 年5月15日起使用於其販售之威士忌梅酒商品上（見附表  
21 二第2項之不爭執事項），上訴人於同年8月29日寄發律師  
22 函通知被上訴人公司甲附圖二編號1已侵害上訴人著作  
23 權，請其停止使用甲附圖二編號1、將侵權商品全數下  
24 架、及聯繫協商事宜（甲證8，見附表二第3項之不爭執事  
25 項）。然被上訴人之花の雨威士忌梅酒商品迄今仍於各大  
26 通路販售，即其侵害行為仍在持續中，揆諸前揭規定，上  
27 訴人向被上訴人公司為上訴聲明第2、3、5項之排除、防  
28 止侵害及銷毀請求，即屬有據。

01 (四)上訴人得請求被上訴人連帶損害賠償600萬元（上訴聲明第6  
02 項）：

03 1.108年、111年著作權法第88條規定：「（第1項）因故意  
04 或過失不法侵害他人之著作財產權或製版權者，負損害賠  
05 償責任。數人共同不法侵害者，連帶負賠償責任。（第2  
06 項）前項損害賠償，被害人得依下列規定擇一請求：□請  
07 求侵害人因侵害行為所得之利益。但侵害人不能證明其成  
08 本或必要費用時，以其侵害行為所得之全部收入，為其所  
09 得利益。（第3項）依前項規定，如被害人不易證明其實  
10 際損害額，得請求法院依侵害情節，在新臺幣一萬元以上  
11 一百萬元以下酌定賠償額。如損害行為屬故意且情節重大  
12 者，賠償額得增至新臺幣五百萬元。」

13 2.著作財產權人依著作權法第88條第1項規定請求損害賠  
14 償，倘須依一般侵權行為法則證明其所受之損害或所失之  
15 利益，舉證頗為困難，不易獲致實益，亦不足以保障其智  
16 慧財產權，同條第2項乃特別列舉其損害賠償金額之計算  
17 方式，其中第1款除得依民法第216條規定請求外，亦得請  
18 求其利益減損之差額；第2款得請求侵害人因侵害行為所  
19 得之利益，如侵害人無法舉證其成本或必要費用即不予扣  
20 除，此係以侵害人所得利益視為著作財產權人所受損害。  
21 倘若著作財產權人仍難以依同條第2項規定證明其實際損  
22 害額，同條第3項復規定法院得依侵害情節之輕重及是否  
23 故意而酌定賠償額（最高法院114年度台上字第370號民事  
24 判決參照）。

25 3.如前所述，被上訴人公司使用甲附圖二編號1、2之毅欣酒  
26 標，侵害上訴人就甲附圖一編號1、2、3之信濃川酒標  
27 （美術著作）之重製權及改作權。而被上訴人公司係將毅  
28 欣酒標使用於其所銷售之花の兩威士忌梅酒（見附表二第  
29 2項之不爭執事項）。而被上訴人公司前為上訴人之經銷

01 商，被上訴人陳建志亦曾出席上訴人刻之酒藏門市於104  
02 年4月28日之開幕剪綵儀式，雙方合作關係直至110年8月  
03 止，被上訴人公司及其法定代理人陳建志曾直接接觸甲附  
04 圖一編號1、2、3之信濃川酒標，明知其圖樣，卻隨即於  
05 同年12月2日委託威而公司設計與甲附圖一編號1、2、3之  
06 信濃川酒標實質近似之甲附圖二之毅欣酒標，並於111年5  
07 月15日起使用於其販售之花の兩威士忌梅酒商品上，堪認  
08 被上訴人公司具有侵害著作權之故意，且被上訴人陳建志  
09 對於被上訴人公司業務之執行，其執行職務違反法令，亦  
10 屬故意，致使上訴人之美術著作權受有損害，故上訴人依  
11 108年、111年著作權法第88條第1項前段、第2項第2款、  
12 第3項、公司法第23條第2項規定，請求被上訴人連帶損害  
13 賠償，即屬有據。

14 4.依原審向全聯實業股份有限公司、大潤發流通事業股份有  
15 限公司及家福股份有限公司調取被上訴人公司花の兩威士  
16 忌梅酒之銷售數量（丁證1至3），被上訴人因本件侵害  
17 行為所得為920萬9,018元。本院曾命被上訴人公司提出成  
18 本資料，惟其表明無意提出（本院卷二第421頁），被上  
19 訴人既未能證明其成本或必要費用，則上訴人以其侵害行  
20 為所得之全部920萬9,018元為其所得利益，洵屬有據。故  
21 上訴人請求被上訴人連帶損害賠償600萬元，誠屬有據。

22 5.上訴人請求被上訴人連帶賠償並無確定期限，起訴狀繕本  
23 （100萬元部分）係於111年12月8日送達（原審卷一第76  
24 頁），民事聲明上訴狀繕本（500萬元部分）係於113年6  
25 月25日送達（本院卷一第96頁），均已生催告給付之效  
26 力，則上訴人請求被上訴人應負遲延責任，即其中100萬  
27 元自111年12月9日起至清償日止，500萬元自113年6月26  
28 日起至清償日止，均按年息5%計算之利息，洵屬有據。

29 (五)上訴人得請求被上訴人登載判決書（上訴聲明第7項）：

- 01 1.111年著作權法第89條規定：「被害人得請求由侵害人負  
02 擔費用，將判決書內容全部或一部登載新聞紙、雜誌。」
- 03 2.如前所述，被上訴人公司使用甲附圖二編號1、2之穀欣酒  
04 標，侵害上訴人就甲附圖一編號1、2、3之酒標（美術著  
05 作）之重製權及改作權，且被上訴人公司及被上訴人陳建  
06 志均具故意。又上訴人之信威士忌梅酒與被上訴人之花の  
07 雨威士忌梅酒同屬威士忌酒類商品，且銷售管道均為全聯  
08 實業股份有限公司、大潤發流通事業股份有限公司及家福  
09 股份有限公司等銷售各類民生用品之大型賣場，廣為消費  
10 者所接觸，賣場亦將兩造商品並置陳列於貨架上（甲附件  
11 1之花の雨威士忌梅酒之商品條碼及貨架標籤照片、甲證1  
12 5之全聯福利中心上架照片），並有致相關消費者實際產  
13 生混淆誤認之情事（甲證18、26、41），本件對被上訴人  
14 之行為所課予之民事責任，對於效尤者有教示匡正之作  
15 用，除將判決公開於司法院網站供瀏覽外，宜以公開登報  
16 公示社會大眾方式，使社會大眾明確知悉法院已認定其等  
17 有不法行為及判決結果，以回復上訴人信譽，故上訴人得  
18 依111年著作權法第89條、公司法第23條第2項規定，請求  
19 被上訴人連帶負擔費用，登載本件事實審民事判決書。
- 20 3.爰審酌上訴人與被上訴人公司為酒類販售同業，雙方之營  
21 業規模、企業地位及社會知名度，並考量本件侵害情節  
22 （被上訴人公司曾為上訴人之經銷商，雙方合作多年直至  
23 110年8月止，被上訴人公司隨即於同年12月2日委託威而  
24 公司設計甲附圖二之穀欣酒標，並於111年5月15日起使用  
25 於其販售之花の雨威士忌梅酒商品上迄今）、程度（被上  
26 訴人公司銷售花の雨威士忌梅酒之數量及所得利益，見丁  
27 證1至3）、上訴人所受損害、有消費者發生實際混淆誤認  
28 之情事等情，認上訴人請求將本件最後事實審判決書之上  
29 訴人、被上訴人、案由、主文之內容及附圖（即甲附圖

01 一、二、附圖三、四)，於自由時報、聯合報或中國時報  
02 全國版第一版下半頁以彩色及電腦標楷體28號字體刊載1  
03 日之請求為適當。逾此範圍即無理由，不應准許。

04 二、侵害商標權部分：

05 (一)被上訴人公司並非善意先使用甲附圖二編號1、2之毅欣酒標  
06 於酒類商品：

07 1.105年商標法第36條第1項第3款規定：「下列情形，不受  
08 他人商標權之效力所拘束：三、在他人商標註冊申請日  
09 前，善意使用相同或近似之商標於同一或類似之商品或服  
10 務者。但以原使用之商品或服務為限；商標權人並得要求  
11 其附加適當之區別標示。」113年商標法第36條第1項第4  
12 款規定：「下列情形，不受他人商標權之效力所拘束：  
13 四、在他人商標註冊申請日前，善意使用相同或近似之商  
14 標於同一或類似之商品或服務者。但以原使用之範圍為  
15 限；商標權人並得要求其附加適當之區別標示。」

16 2.105年商標法第36條第1項第3款、113年商標法第36條第1  
17 項第4款之規定係註冊保護原則之例外，善意先使用不受  
18 嗣後註冊之商標效力所拘束，其適用範圍不宜過寬，其要  
19 件如下：(1)先使用人之使用時間在商標權人商標註冊申請  
20 日前；(2)先使用之主觀心態須為善意，不知他人商標權存  
21 在，且無不正競爭目的；(3)使用相同或近似之商標於同一  
22 或類似之商品或服務。

23 3.被上訴人辯稱其自費委託威而公司設計製作「花の雨うい  
24 すき一梅酒」毅欣酒標，並早於111年3月4日以甲附圖二  
25 編號1圖樣向智慧局申請附圖四之毅欣商標，同年10月21  
26 日以甲附圖二編號1圖樣向智慧局申請設計專利並獲准公  
27 告，被上訴人公司自創「花の雨」品牌系列商品，以「花  
28 の雨」毅欣商標之概念結合設計毅欣酒標，用於推廣「花

01 的兩」系列酒品，早於上訴人申請系爭商標之日（111年8  
02 月25日）云云。

03 4. 雖上訴人於111年8月25日始申請如附圖三所示之系爭商  
04 標，然上訴人自104年9月1日起授權法納提公司經銷其上  
05 使用甲附圖一編號3之「信威士忌梅酒」（甲證4），自斯  
06 時起即以甲附圖一之信濃川酒標作為威士忌梅酒商品之外  
07 包裝，被上訴人陳建志亦於104年親自出席上訴人公司刻  
08 之酒藏門市開幕剪綵活動，可徵被上訴人公司及陳建志均  
09 知悉上訴人之信濃川酒標圖樣。嗣由被上訴人公司於105  
10 年間承接法納提公司與上訴人間之相關業務（甲證5），  
11 並將「信威士忌梅酒」於全聯通路上架販售，雙方合作關  
12 係直至110年8月止，被上訴人公司隨即於同年12月2日委  
13 託威而公司設計甲附圖二之毅欣酒標，並自111年5月15日  
14 起使用於其販售之威士忌梅酒商品上，而毅欣酒標圖樣與  
15 系爭商標高度近似（詳後述），故被上訴人公司使用毅欣  
16 商標固然在上訴人申請系爭商標之前，難認被上訴人主觀  
17 上為善意使用毅欣商標於威士忌梅酒之酒類商品上，自不  
18 符合105年商標法第36條第1項第3款、113年商標法第36條  
19 第1項第4款規定。至毅欣酒標圖樣中包含毅欣商標圖樣及  
20 毅欣設計專利，並不影響毅欣酒標圖樣與系爭商標高度近  
21 似情事與被上訴人公司非善意使用之認定。

22 5. 被上訴人又辯稱上訴人於110年4月13日網路廣告資料中之  
23 產品酒標更換使用黃底左側裝有桶裝梅子之信濃川酒標2  
24 （同甲證15、16黃底酒標），並於同年11月通知被上訴人  
25 公司將停止生產信濃川酒標之「信威士忌梅酒」（乙證  
26 8），隨後於同年12月起停止販賣甲附圖一編號3之「信威  
27 士忌梅酒」，被上訴人何來侵害商標權之有云云。然上訴  
28 人否認上情，且被上訴人亦自陳：「由111年6月24日（詳  
29 參乙證23）報導可知，上訴人將印有甲附圖一編號3信濃

01 川酒標3之信威士忌梅酒全面下架後，將酒標進行改版，  
02 改以印有甲附圖一編號2信濃川酒標2販售信威士忌梅  
03 酒……」（本院卷三第94頁），況上訴人就信威士忌梅酒  
04 使用不同酒標，非謂其放棄系爭商標權。故被上訴人此部  
05 分抗辯，自非可取。

06 (二)被上訴人公司使用甲附圖二編號1、2之毅欣酒標於酒類商  
07 品，為商標之使用，並侵害上訴人之商標權：

08 1.105年、113年商標法第5條規定：「（第1項）商標之使  
09 用，指為行銷之目的，而有下列情形之一，並足以使相關  
10 消費者認識其為商標：一、將商標用於商品或其包裝容  
11 器。二、持有、陳列、販賣、輸出或輸入前款之商品。  
12 三、將商標用於與提供服務有關之物品。四、將商標用於  
13 與商品或服務有關之商業文書或廣告。（第2項）前項各  
14 款情形，以數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物方式  
15 為之者，亦同。」準此，商標之使用，應具備：(1)使用人  
16 須有表彰自己之商品或服務來源之意思；(2)使用人需有行  
17 銷商品或服務之目的；(3)需有標示商標之積極行為；(3)所  
18 標示者需足以使相關消費者認識其為商標。

19 2.次按未經商標權人同意，為行銷目的而於同一或類似之商  
20 品或服務，使用近似於註冊商標之商標，有致相關消費者  
21 混淆誤認之虞者，為侵害商標權，105年、113年商標法第  
22 68條第3款亦定有明文。

23 3.被上訴人公司自111年5月15日起，將甲附圖二編號1、2之  
24 毅欣酒標使用於其販售之威士忌梅酒商品上（見附表二第  
25 2項之不爭執事項），亦自陳以「『花の雨ういすき一梅  
26 酒』毅欣酒標，於市場販售推廣『花の雨』系列酒品」、  
27 「以委託設計之『花の雨ういすき一梅酒』毅欣酒標銷售  
28 商品」（本院卷三第90頁第1至2、20至21行），故被上訴  
29 人公司確有以行銷目的積極標示毅欣酒標，以之作為其商

01 標使用之意。而被上訴人公司將毅欣酒標貼附於花之雨威  
02 士忌梅酒之瓶身外包裝上，足使相關消費者認識到其為商  
03 標，藉以區別所表彰之梅酒商品，而屬商標之使用。

04 4.至被上訴人辯稱扣除「梅酒」、「ういすき一」、梅子圖  
05 案等描述產品內容之通用文字及圖樣外，剩餘之「花の  
06 雨」毅欣商標、係日本特色的粉色櫻花飄落之圖案，呼應  
07 商標花之雨的情境，及蒸餾器圖案云云。然就商標使用之  
08 認定，需以呈現於相關消費者之寓目印象為準，被上訴人  
09 就甲附圖二編號1、2之毅欣酒標圖樣，逕自排除「梅  
10 酒」、「ういすき一」、梅子圖案，僅餘「花の雨」毅欣  
11 商標圖樣及蒸餾器圖案作為消費者可資區別之部分，顯然  
12 違反商標圖樣整體觀察原則，蓋「梅酒」、「ういすき  
13 一」、梅子圖案固為常用通用文字及圖樣，然輔以色彩、  
14 形狀或排列組合，可有不同之表現方式，不應概以通用文  
15 字及圖樣率斷。況毅欣酒標之「ういすき一」及「梅酒」  
16 部分，均經過特殊設計，並輔以斗大字體、置於瓶身正中  
17 央之顯著位置，使消費者第一眼之寓目印象即為「ういす  
18 き一」及「梅酒」，並非右上方較小字體之「花の雨<sup>花</sup>」  
19 字樣或左下方蒸餾器的浮水印圖案。故被上訴人此部分抗  
20 辯，並非可取。

21 5.毅欣酒標之圖樣與系爭商標高度近似：

22 (1)系爭商標（如附圖三所示），係由經設計之中文  
23 「信」、「梅酒」、外文「SHIN」、「WHISKY UMESH  
24 U」、日文平假名「ういすき」、梅子圖、木桶圖結合  
25 所組成，為純白底色，於版面中央明顯位置以經設計之  
26 日文平假名「ういすき一」（即威士忌之意）搭配經設  
27 計之漢字「梅酒」及帶葉之二顆青梅圖案，其上標有英  
28 文「WHISKEY UMESHU」（即威士忌梅酒之意），左方標  
29 有「信」之草寫圖樣及橡木桶圖樣之浮水印。至上訴人

01 雖就系爭商標圖樣中之「ういすき—」、「WHISKY UME  
02 SHU」聲明不專用，惟於判斷商標圖樣相同或近似與  
03 否、是否造成消費者混淆誤認之虞之際，仍應以整體商  
04 標圖樣為觀察，並非如被上訴人所辯將各聲明不專用部  
05 分抽離後就所餘圖樣進行比對。

06 (2)甲附圖二之毅欣酒標之整體圖樣，其為純白底色，於版  
07 面中央明顯位置同樣以日文平假名「ういすき—」搭配  
08 漢字「梅酒」及帶葉之青梅圖案作為醒目標識，其將英  
09 文「WHISKEY UMESHU」改標於下方，將「花の雨」圖樣  
10 及燒瓶、蒸餾器圖樣之浮水印改標於右方。

11 (3)二者予人主要印象顯著之識別部分皆為設計如出一轍之  
12 中文「梅酒」、日文平假名「ういすき」、梅子圖組  
13 合，且該中文及日文平假名字體放大占二商標圖樣的大  
14 部分比例，二商標整體於外觀、觀念及讀音極相彷彿，  
15 若其標示在相同或類似的商品上時，具有普通知識經驗  
16 之消費者，於購買時施以普通之注意，經異時異地隔離  
17 觀察，有可能誤認標示毅欣商標圖樣與系爭商標之商品  
18 係來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬高度  
19 近似之商標。

20 6.系爭商標與毅欣酒標使用於相同、高度類似之商品：

21 系爭商標指定使用於附圖三所示之商品，與被上訴人之毅  
22 欣商標使用於威士忌梅酒之商品相較，二者均屬酒類相關  
23 商品，在性質、功能、製造業者、消費族群及行銷管道等  
24 因素上具有共同或關聯之處，如果標上相同或近似的商  
25 標，依一般社會通念及市場交易情形，易使一般消費者誤  
26 認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源者，應屬同一  
27 或高度類似之商品。

28 7.觀諸上訴人所提甲證18、41之Facebook「我愛全聯-好物  
29 老實說」社團中之貼文，顯見被上訴人公司之花の雨威士

01 忌梅酒所使用之甲附圖二之毅欣酒標，確有實際造成相關  
02 消費者混淆誤認之情事。被上訴人雖以上開留言者帳號啟  
03 用時間而質疑其身分，惟持此尚難認定其抗辯為可採。

- 04 8. 衡酌毅欣酒標圖樣與系爭商標高度近似，被上訴人使用毅  
05 欣酒標之商品與系爭商標指定使用之商品相同、高度相  
06 似，而被上訴人公司原為上訴人之經銷商，雙方合作關係  
07 於110年8月結束後，被上訴人公司隨即於同年12月2日委  
08 託威而公司設計毅欣酒標，並自111年5月15日起使用於其  
09 販售之威士忌梅酒商品上，難認被上訴人公司主觀上為善  
10 意使用毅欣商標於威士忌梅酒之酒類商品上，加以毅欣酒  
11 標實際造成相關消費者混淆誤認之情事。綜合判斷以上相  
12 關因素，可認客觀上毅欣酒標有使相關消費者誤認毅欣酒  
13 標所使用之花の雨威士忌梅酒商品與系爭商標商品為同一  
14 來源之系列商品，或誤認其使用人間存在關係企業、授權  
15 關係、加盟關係或其他類似關係，而產生混淆誤認之虞。
- 16 9. 綜上，被上訴人公司使用甲附圖二編號1、2之毅欣酒標於  
17 酒類商品，有致相關消費者混淆誤認之虞，自應構成商標  
18 法第68條第3款之商標侵權行為。

19 (三) 上訴人得向被上訴人公司為上訴聲明第4、5項之排除、防止  
20 侵害及銷毀請求：

- 21 1. 113年商標法第69條第1項、第2項規定：「(第1項) 商標  
22 權人對於侵害其商標權者，得請求除去之；有侵害之虞  
23 者，得請求防止之。(第2項) 商標權人依前項規定為請  
24 求時，得請求銷毀侵害商標權之物品及從事侵害行為之原  
25 料或器具。但法院審酌侵害之程度及第三人利益後，得為  
26 其他必要之處置。」
- 27 2. 承前所述，被上訴人公司使用甲附圖二編號1、2之毅欣酒  
28 標，侵害上訴人之系爭商標。而被上訴人公司自111年5月  
29 15日起使用於其販售之威士忌梅酒商品上（見附表二第2

01 項之不爭執事項)，上訴人於112年6月6日向被上訴人公  
02 司寄發侵權警告函，經被上訴人公司於同年月8日收受  
03 (甲證19、20)。然被上訴人之花の雨威士忌梅酒商品迄  
04 今仍於各大通路販售，即其侵害行為仍在持續中，揆諸前  
05 揭規定，上訴人向被上訴人公司為上訴聲明第4、5項之排  
06 除、防止侵害及銷毀請求，即屬有據。

07 三、承前所述，上訴人就被上訴人公司使用甲附圖二編號1、2之  
08 穀欣酒標，主張違反著作權法、商標法及公平法規定，係就  
09 同一之單一事實以同一給付目的之數個請求權之併存，上訴  
10 人就數請求權選擇行使其一，請求權之行使已達目的者，其  
11 他請求權即行消滅，如未達目的者，仍得行使其他請求權。  
12 因本院認上訴人得依著作權法請求損害賠償、排除、防止侵  
13 害、銷毀及登載判決書，並得依商標法請求排除、防止侵害  
14 及銷毀，即無須再審究商標法之損害賠償請求及公平法之損  
15 害賠償、排除、防止侵害、銷毀及登載判決書請求。

#### 16 陸、結論：

17 一、綜上所述，上訴人得請求被上訴人公司為上訴聲明第2至5項  
18 之排除、防止侵害及銷毀請求，並請求被上訴人連帶賠償60  
19 0萬元本息，連帶負擔費用刊載本件最後事實審判決書，為  
20 有理由，應予准許。逾此所為請求，為無理由。

21 二、原審就上開應准許部分中之甲附圖一編號3之酒標著作權及  
22 系爭商標權部分，為上訴人敗訴判決，自有未洽，上訴意旨  
23 指摘原判決此部分不當，聲明廢棄改判，為有理由，應將原  
24 判決此部分廢棄，連同上訴人追加甲附圖一編號1、2之酒標  
25 著作權請求應准許部分，改判如主文第二至七項所示，並就  
26 主文第六項所命給付部分，宣告假執行及免為假執行。

27 三、原審就超過上開應准許部分，即就甲附圖一編號3之酒標著  
28 作權請求登載判決書逾主文第七項所示範圍之部分，為上訴  
29 人敗訴判決，核無違誤，上訴意旨指摘原判決該部分不當，

01 求予廢棄改判，為無理由，連同上訴人追加甲附圖一編號  
02 1、2之酒標著作權請求登載判決書逾主文第七項所示範圍之  
03 部分，均應駁回。

04 柒、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及所提證據，經  
05 本院斟酌後，認均不足以影響本判決之結果，爰不逐一詳予  
06 論駁，併此敘明。

07 據上論結，本件上訴及追加部分為一部有理由，一部無理由，依  
08 民事訴訟法第450條、第449條第1項、第79條、第85條第2項、第  
09 392條第1項、第2項，判決如主文。

10 中 華 民 國 115 年 3 月 4 日

11 智慧財產第一庭

12 審判長法官 汪漢卿

13 法官 陳端宜

14 法官 蔡惠如

15 以上正本係照原本作成。

16 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  
17 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  
18 (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  
19 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  
20 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  
21 書或第2項(詳附註)所定關係之釋明文書影本。如委任律師提起  
22 上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

23 中 華 民 國 115 年 3 月 16 日

24 書記官 邱于婷

25 附註：

26 民事訴訟法第466條之1(第1項、第2項)

27 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  
28 人或其法定代理人具有律師資格者，不在此限。

29 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  
30 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

01 院認為適當者，亦得為第三審訴訟代理人。