

智慧財產及商業法院民事判決

114年度民商上字第4號

上訴人

即被上訴人 瑞士商·亞米茄股份有限公司 (OMEGA SA)

法定代理人 Raynald Aeschlimann、Andrea Nunziata

訴訟代理人 陳和貴律師

吳婷婷律師

劉冠均律師

被上訴人即

上訴人 史書華

訴訟代理人 陳宇安律師

複代理人 陳法華律師

上列當事人（下均省略稱謂）間排除侵害商標權行為等事件，兩造對於中華民國114年2月7日本院112年度民商訴字第49號第一審判決各自提起上訴，本院於115年3月18日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

一、原判決關於(一)駁回瑞士商·亞米茄股份有限公司後開第二項之訴及該部分假執行之聲請；(二)駁回瑞士商·亞米茄股份有限公司後開第三項之訴部分，暨訴訟費用之裁判，均廢棄。

二、上開廢棄(一)部分，史書華應再給付瑞士商·亞米茄股份有限公司新臺幣貳拾萬元，及自民國一百一十二年七月十九日起至清償日止，按週年利率百分之五計算之利息。

三、上開廢棄(二)部分，史書華應在其經營之社群網站即臉書FACEBOOK粉絲專頁「盾牌牙醫史書華」及「邪教教主史伊森」刊登附件一所示勝訴啟事及公開置頂連續三十日。

四、瑞士商·亞米茄股份有限公司其餘上訴及史書華之上訴均駁回。

五、第一審、第二審訴訟費用，關於瑞士商·亞米茄股份有限公司上訴部分，由史書華負擔百分之十二，餘由瑞士商·亞米

01 茄股份有限公司負擔；關於史書華上訴部分，由史書華負
02 擔。

03 六、本判決第二項所命給付，於瑞士商·亞米茄股份有限公司以
04 新臺幣陸萬柒仟元供擔保後得假執行，但史書華如以新臺幣
05 貳拾萬元預供擔保，得免為假執行。

06 事實及理由

07 甲、程序方面：

08 壹、本件因瑞士商·亞米茄股份有限公司（下稱亞米茄公司）係
09 外國法人，具有涉外因素，而為涉外民事事件。亞米茄公司
10 主張史書華在我國境內侵害其受我國商標法保護之商標權，
11 侵權行為地於我國境內，參酌民事訴訟法第1條第1項、第2
12 條第2項、第15條第1項、智慧財產及商業法院組織法第3條
13 第1款及修正前智慧財產案件審理法第7條規定，本院對於本
14 件具有國際管轄權，且本件準據法依涉外民事法律適用法第
15 42條第1項、第25條規定，應適用我國法律。又亞米茄公司
16 為依外國法律設立之外國法人，於法令限制內，與中華民國
17 公司有同一之權利能力，具有當事人能力。

18 貳、本件係現行智慧財產案件審理法於民國112年8月30日施行前
19 繫屬於法院之智慧財產民事事件（原審卷第11頁），依同法
20 第75條第1項前段規定，應適用修正前之規定。

21 參、亞米茄公司因其法定代理人變更為Raynald Aeschlimann及
22 Andrea Nunziata，具狀聲明承受訴訟，並有委任狀可稽
23 （本院卷第80頁、第190頁），核無不合，予以准許。

24 肆、依民事訴訟法第446條第1項、第255條第1項第2款、第3款規
25 定，在第二審為訴之變更或追加，非經他造同意，不得為
26 之，但請求之基礎事實同一、擴張或減縮應受判決事項之聲
27 明者，不在此限。亞米茄公司於本院審理中，將原先請求賠
28 償金額之違反商標權及公平交易法（下稱公平法）新臺幣
29 （下同）50萬元、侵害商譽權450萬元，分別擴張、減縮為9
30 2萬6,145元、407萬3,855元，並追加民法第195條第1項前段

為請求權基礎，史書華無意見（本院卷第146至147頁、第153頁、第217至218頁），核符前揭規定，應予准許。

乙、實體方面：

壹、亞米茄公司主張：亞米茄公司為註冊第00033626、01195040號「OMEGA + Ω 」及第01944865號「OMEGA+SYMBOLE」商標（圖樣相同如附件二所示，下合稱系爭商標）之商標權人，兩造間從未洽談或達成任何團購合作協議，史書華自112年4月29日起擅自使用相同於系爭商標之圖樣在其經營的「盾牌牙醫史書華」、「邪教教主史伊森」等臉書粉絲專頁，宣稱與亞米茄公司合作團購銷售OMEGA手錶，侵害亞米茄公司之商標權，且有減損系爭商標之識別性及信譽之虞，視為侵害亞米茄公司商標權行為。再者，史書華攀附系爭商標商譽，藉宣傳與亞米茄公司「團購合作」及可以取得優惠價格之不實訊息，致消費者向其購買手錶商品，提高自己及其臉書粉絲專頁、團購平台等之知名度及銷售量，嚴重影響亞米茄公司商譽及權益，具有商業倫理非難性，構成欺罔與顯失公平，違反公平法第21條及第25條規定。又史書華不實宣傳「團購合作」訊息本身，已對亞米茄公司之精品形象造成貶低，並遭受外界質疑及抨擊，使亞米茄公司行銷之精品形象，變成一般團購商品，侵害亞米茄公司之商譽甚鉅。爰依爭點所示規定分別請求史書華賠償損害及排除、防止侵害，並刊登勝訴啟事以回復亞米茄公司商譽等情。

貳、史書華則以：兩造間確實有達成合作團購協議，史書華依協議使用系爭商標，不構成商標權侵害。史書華使用系爭商標僅係表彰消費者可向亞米茄公司購買手錶商品，並可因史書華VIP身分之原因，享有相關折扣，消費者所認知之商品來源，皆為亞米茄公司，史書華提供之發票皆為亞米茄公司開立，使用系爭商標之實質內涵，是為使消費者認識所購買為OMEGA手錶，並非用以提昇史書華販賣之商品或知名度，符合商標法第36條第1項規定之指示性合理使用，亦未對亞米茄公司系爭商標造成識別性或信譽之減損。史書華所為並無

01 任何廣告不實、攀附系爭商標，或隱瞞重大交易資訊，致產
02 生受害消費者，應無公平法第21條或第25條規定情形，不負
03 有同法第31條之懲罰性賠償責任。史書華於「盾牌牙醫史書
04 華」臉書貼文及Google表單內容，僅表明可享有VVIP之折扣
05 價格及雖可購買到配額為個位數之錶款，但若售罄則無法購
06 買、無保證可購買，並無任何直接敘明可享有之折扣價格或
07 優惠，或虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。亞米茄公司銷
08 售10支手錶係因史書華行為而來，並無損害可言，網路上打
09 擊史書華之惡意言論不能認定亞米茄公司商譽受損，史書華
10 未侵害亞米茄公司商譽權等情置辯。

11 參、亞米茄公司原審請求□史書華不得使用相同或近似於系爭商
12 標於網路商店、任何商業文書、廣告、數位影音、電子媒
13 體、網路或其他媒介物，並應將使用含有上開商標之標識、
14 廣告及其他行銷物品除去且予以銷毀。□史書華應給付亞米
15 茄公司500萬元，及自起訴狀繕本送達翌日起至清償日止，
16 按年息百分之5計算之利息。□史書華應在其經營之社群網
17 站包括但不限於其臉書FACEBOOK粉絲專頁「盾牌牙醫史書
18 華」及「邪教教主史伊森」刊登勝訴啟事及公開置頂連續30
19 日。□亞米茄公司願供擔保，就第二項聲明聲請准予宣告假
20 執行。原審判決亞米茄公司一部勝敗，即□史書華不得使用
21 相同或近似於系爭商標於網路商店、任何商業文書、廣告、
22 數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物，並應將使用含有
23 系爭商標之標識、廣告及其他行銷物品除去及予以銷毀。□
24 史書華應給付亞米茄公司50萬元本息，並為假執行宣告，駁
25 回亞米茄公司其餘之訴及假執行之聲請。兩造就其敗訴部分
26 不服，各自提起上訴：

27 一、亞米茄公司上訴聲明：(一)原判決不利於亞米茄公司部分均廢
28 棄。(二)上開廢棄部分，史書華應給付亞米茄公司450萬元，
29 及自起訴狀繕本送達史書華翌日起至清償日止，按年息百分
30 之5計算之利息。(三)上開廢棄部分，史書華應在其經營之社
31 群網站即臉書FACEBOOK粉絲專頁「盾牌牙醫史書華」及「邪

01 教教主史伊森」刊登勝訴啟事（內容參原審卷第167頁）及
02 公開置頂連續30日。(四)亞米茄公司願供擔保，請准就上訴聲
03 明第二項宣告假執行。史書華答辯聲明：上訴駁回。

04 二、史書華上訴聲明：(一)原判決不利於史書華部分廢棄。(二)上開
05 廢棄部分，亞米茄公司於第一審之訴駁回。亞米茄公司答辯
06 聲明：上訴駁回。

07 肆、本件爭點（本院卷第139至140頁、第217頁）：

08 一、侵害及賠償部分：

09 (一)史書華稱與亞米茄公司達成合作團購銷售手錶之協議，是否
10 成立？

11 (二)亞米茄公司依據商標法第68條第1款、第70條第1款規定，主
12 張史書華侵害商標權，且有公平法第21條第1項、第25條影
13 響交易秩序、顯失公平之情形，是否有理由？

14 (三)亞米茄公司依據商標法第69條第3項、公平法第30條、第31
15 條規定請求史書華賠償損害，有無理由？若有，金額為何？

16 (四)亞米茄公司依據民法第184條第1項前、後段、第2項及第195
17 條第1項前段規定請求史書華賠償損害，有無理由？若有，
18 金額為何？

19 二、排除、銷毀及刊登部分：

20 (五)亞米茄公司依據商標法第69條第1、2項、公平法第29條規定
21 請求排除及防止史書華侵害系爭商標，是否有理由？

22 (六)亞米茄公司依據民法第195條第1項後段規定請求史書華刊登
23 勝訴啟事，是否有理由？

24 伍、本院得心證理由：

25 一、兩造未達成合作團購銷售手錶協議：

26 亞米茄公司主張板橋大遠百OMEGA專櫃店經理在其權限範圍
27 內，同意給予史書華當時決定購買9支手錶中之6支一般錶款
28 有5%折扣優惠，其他屬限定錶款或新上市錶款，並無任何
29 優惠折扣，兩造間為一般買賣契約關係，且買賣關係成立於
30 史書華112年4月29日在其臉書粉絲專頁刊登廣告之前等語。
31 史書華則辯稱與亞米茄公司在臺之分公司即「瑞士商斯沃琪

瑞表遠東股份有限公司台灣分公司」（下稱斯沃琪瑞公司）之副總經理即訴外人黃丹樺、板橋大遠百直營店之店長共同洽談合作團購事宜，達成由史書華使用其所經營之臉書粉絲團以團購名義，透過史書華之VIP優惠折扣向亞米茄公司購買手錶商品，其不過問金流，完全未賺錢，史書華僅係使用系爭商標為亞米茄公司銷售手錶，雙方有合作關係，史書華相信斯沃琪瑞公司有代表亞米茄公司銷售手錶、授權商標等權限，史書華已善盡查證義務再三與黃丹樺確認，斯沃琪瑞公司外觀上有代表之權限，亞米茄公司亦應受其拘束等情。經查：

- (一)亞米茄公司就其所述兩造間成立買賣契約關係，提出配合史書華要求開立並交付其所設立「史傳奇娛樂有限公司」（統一編號：90823548）名義之發票、消費明細（原證3、原證4、上證15）為證，並有史書華所提其與專櫃服務人員之錄音譯文中店員表示已交付發票等語（被證6，原審卷第389頁）及被證4發票資料可資參佐，而上證15及被證4之發票明確記載「買方：90823548（即「史傳奇娛樂有限公司」統一編號）」，亞米茄公司主張兩造間成立買賣關係，應屬有據。
- (二)史書華辯稱兩造間有合作團購銷售手錶協議，提出被證1、被證2（即被證6）、被證3（即被證7）、被證4、被證8至被證11等為證。惟觀諸被證1對話內容，史書華係與其醫師朋友一起向亞米茄公司購買OMEGA系列手錶，而詢問有無折扣優惠；被證2（即被證6）、被證3（即被證7）之錄音內容及其錄音譯文，係史書華於112年7月21日亞米茄公司提起本訴後與其朋友至亞米茄公司專櫃取貨之錄音，內容中關於「團購方案」、「開團」、「合作案子」等發言，皆為史書華個人單方陳述，亞米茄公司店員並未允諾及確認與史書華有任何合作團購；被證4發票與上證15發票均記載「買方：90823548」；被證8LINE對話截圖僅史書華單方陳述，且未經讀取，被證9、10僅為照片、名片，無從佐證該些人員有何代

01 表斯沃琪瑞公司或亞米茄公司對外洽談合作協議權限，更無
02 法佐證史書華與斯沃琪瑞公司間有何合作協議；被證11內容
03 僅為史書華與專櫃人員間就原證10律師函之對話，綜觀史書
04 華所提證據資料，實難據以判斷史書華係與何有權代表亞米
05 茄公司洽談協議之人，達成使用系爭商標為亞米茄公司銷售
06 手錶之團購合作協議，史書華所辯與亞米茄公司間達成合作
07 團購協議云云，尚乏明確佐證，並非可採。

08 二、史書華侵害系爭商標之商標權：

09 (一)依商標法第68條第1款規定：未經商標權人同意，為行銷目
10 的而於同一商品或服務，使用相同於註冊商標之商標者，為
11 侵害商標權。本件史書華自103年4月26日起開始經營「盾牌
12 牙醫史書華」，自110年8月31日經營「邪教教主史伊森」臉
13 書粉絲專頁及經營「史醫師團購網」推薦及銷售各類商品。
14 史書華在上開臉書粉絲專頁及「史醫師團購網」上，使用相
15 同於亞米茄公司之系爭商標，並刊登「……這次特別團購，
16 史上第一團，比iPhone PS5要誇張，和瑞士精品160年的OME
17 GA合作……請鎖定史醫師的團購平台……隨時可能結團，如
18 果沒有錶款也沒辦法」等語之廣告，同時連結重製知名人物
19 照片加以合成，宣稱可取得85折優惠等語（原證5、原證7、
20 原證8、原證13至原證15、上證13），因之，史書華經營上開
21 網頁多年，其使用系爭商標號召網頁粉絲購買亞米茄公司之
22 手錶商品，自會使相關消費者產生混淆，誤認史書華取得亞
23 米茄公司同意團購之許諾，而事實上史書華自始未經亞米茄
24 公司同意可在網頁廣告上使用系爭商標，故構成商標法第68
25 條第1款規定之侵害商標權行為。

26 (二)商標法第70條第1款規定：未得商標權人同意，明知為他人
27 著名之註冊商標，而使用相同或近似之商標，有致減損該商
28 標之識別性或信譽之虞者，視為侵害商標權。亞米茄公司之
29 系爭商標為著名商標，史書華不爭執，並有原證2判決可資
30 參佐。史書華未經亞米茄公司同意在上開網頁（原證5）使
31 用相同於系爭商標之圖樣，將會逐漸減弱或分散系爭商標指

示由亞米茄公司銷售之單一來源特徵，使系爭商標在相關消費者心中不能留下單一聯想或獨特性印象，而有淡化、減弱系爭商標識別性之虞。又史書華於臉書粉絲專頁刊登前揭不實廣告內容，同時連結重製知名人物照片加以合成，宣稱可取得85折優惠等行為，經原證7媒體以標題「團購出包？盾牌牙醫史書華名錶團遭報『盜吳怡農圖』」、「變臉吳怡農賣名錶」、「團購名錶竟『換頭』吳怡農」等文為報導，亦有原證9眾多消費者就此事留言評論，致使相關消費者對亞米茄公司產生負面之聯想，使系爭商標之精品形象及商譽受到貶抑，影響亞米茄公司商譽，亦有減損系爭商標信譽之虞，自構成商標法第70條第1款規定之視為侵害商標權行為。史書華稱吳怡農本人未曾就史書華重製照片之行為表示反對、陳沂之粉絲團負面營利模式、葉慶元政治立場與其相左、消費者領取手錶後要求史書華在其錶盒署名等情，所提被證5、被上證1、被上證2與本件爭議無關，被證14僅為史書華於臉書單方陳述，被證16僅為史書華轉售手錶交易情形，均難引為有利史書華之論據。

(三)史書華辯稱其使用系爭商標屬商標法第36條第1項指示性合理使用規定，消費者無誤認商品或服務來源之虞云云。經查：

1.113年5月1日修正施行前商標法第36條第1項第1款規定：

「下列情形，不受他人商標權之效力所拘束：一、以符合商業交易習慣之誠實信用方法，表示自己之姓名、名稱，或其商品或服務之名稱、形狀、品質、性質、特性、用途、產地或其他有關商品或服務本身之說明，非作為商標使用者」；修正施行後商標法第36條第1項第2款規定：「下列情形，不受他人商標權之效力所拘束：……二、以符合商業交易習慣之誠實信用方法，表示商品或服務之使用目的，而有使用他人之商標用以指示該他人之商品或服務之必要者。但其使用結果有致相關消費者混淆誤認之虞者，不適用之」。所稱符合商業交易習慣之誠實信用方法，指行為人主觀上沒有不正

01 當競爭或攀附他人商標之意圖，客觀上使用之事證須符合誠
02 實信用方法，並無不正確或非真實之表示，或意圖影射或攀
03 附他人商譽而致影響公平競爭秩序等情形。

04 2.史書華從事網路銷售商品多年（原證13），應知銷售他人商
05 標商品，須取得商標權人同意或授權，然史書華未與亞米茄
06 公司達成合作團購銷售協議，擅自在其臉書粉絲專頁或網路
07 平台上使用相同於系爭商標之圖樣及刊登「與瑞士精品160
08 年的OMEGA合作團購」之廣告，難謂符合商業交易習慣之誠
09 實信用方法，且由「盾牌牙醫史書華」臉書專頁網友留言
10 （原證6、被證15），可見已有多名消費者誤認史書華與亞
11 米茄公司有合作、贊助、授權等關係，亞米茄公司亦稱有多
12 名消費者以電話或聯絡亞米茄公司之門市專櫃，詢問亞米茄
13 公司是否授權史書華代言行銷、是否有史書華所稱85折團購
14 優惠情形（本院卷第320頁），史書華所為實難認屬前揭商
15 標法規定之指示性合理使用，史書華所辯不可採。

16 三、史書華所為違反公平法規定：

17 (一)公平法第2條第1項規定：「本法所稱事業如下：□公司。□
18 獨資或合夥之工商行號。□其他提供商品或服務從事交易之
19 人或團體」。史書華透過其臉書粉絲專頁及「史醫師團購
20 網」等，提供銷售各類包括手錶等商品，有「盾牌牙醫史書
21 華」、「邪教教主史伊森」臉書截圖（原證5）及史醫師團
22 購網截圖（原證13）可證，足認史書華係獨立而繼續從事經
23 濟活動之人，為公平法第2條第1項第3款所稱「提供商品或
24 服務從事交易之人」，為受公平法所規範之事業主體。

25 (二)公平法第21條第1、2項規定：「（第1項）事業不得在商品
26 或廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於與商品相關而
27 足以影響交易決定之事項，為虛偽不實或引人錯誤之表示或
28 表徵。（第2項）前項所定與商品相關而足以影響交易決定
29 之事項，包括商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、
30 製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、
31 製造地、加工者、加工地，及其他具有招徠效果之相關事

項」。查史書華未與亞米茄公司達成合作團購協議，然在網路上刊登「……這次特別團購，史上第一團，比iPhone PS5要誇張，和瑞士精品160年的OMEGA合作……」，使不知情消費者誤認史書華與亞米茄公司確實有團購合作或授權關係，或因史書華宣稱可取得85折優惠價格（原證8），誤認向史書華購買可享折扣優惠，將與商品相關而足以影響交易決定之事項，為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平法第21條第1項規定。史書華所提被上證3之Google表單內容係經詢問後始提供消費者之資訊（本院卷第409頁），並無礙於本件以前揭史書華於公開之臉書粉絲專頁等網路平台行為之判斷。

(三)公平法第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」。依「[公平交易委員會對於公平交易法第二十五條案件之處理原則](#)」第6點、第7點規定，本條所稱欺罔，係對於交易相對人，以欺瞞、誤導或隱匿重要交易資訊致引人錯誤之方式，從事交易之行為。所稱顯失公平，係指以顯然有失公平之方法從事競爭或營業交易者。例如榨取他人努力成果，使用與他事業名稱、表徵或經營業務等相關之文字為自身營運宣傳等方式攀附他人商譽，使人誤認兩者屬同一來源或有一定關係，藉以推展自身商品或服務。又按判斷是否「足以影響交易秩序」時，應考量交易習慣與產業特性，事業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，如已造成當事人間之私法上利益分配或危險負擔極度不平衡之情形時，可認為與上開條文規定合致（最高法院107年度台上字第1967號民事判決意旨參照）。系爭商標為著名商標（原證2），史書華擅自在其臉書網頁刊登與亞米茄公司團購合作，致消費者誤認史書華已取得亞米茄公司同意或授權使用系爭商標，此由證人黃譽樞到庭證述：「我認

01 為是團購，他（指史書華）在Line群組說他可以跟OMEGA談
02 一個好價錢」等語可證（原審卷第563頁），又史書華使用
03 知名人物及自己照片，致相關消費者誤認史書華為亞米茄公
04 司品牌代言人，有亞米茄公司提出之新聞媒體報導可參（原
05 證7），由此足認史書華藉此使消費者誤認此團購活動與亞
06 米茄公司有關聯，而史書華攀附系爭商標，不當取得亞米茄
07 公司著名商標之品牌價值，藉以行銷商品及提高其團購平台
08 及個人網路聲量（原證5、原證12至原證14），並可獲取轉售
09 商品或刷卡取得紅利點數回饋、百貨公司商券等利益（原證
10 4、上證14、上證15），其臉書網頁迄至本院審理時仍可見
11 使用系爭商標之團購廣告（上證1、上證17），具有商業倫
12 理之可非難性，亦屬違反公平法第25條規定之行為。

13 四、史書華所為侵害亞米茄公司之商譽權：

14 (一)民法第195條第1項前段規定：「不法侵害他人之身體、健
15 康、名譽、自由、信用、隱私、貞操，或不法侵害其他人格
16 法益而情節重大者，被害人雖非財產上之損害，亦得請求賠
17 償相當之金額」。按法人為依民法或其他法律規定所創設、
18 並具有一定權利義務之組織體，在其設立目的之圓滿達成需
19 求下，法律亦應賦與其完善之人格權保護。但法人之名譽或
20 信用遭受侵害時，因其實際上不具感性認知能力，與自然人
21 有其本質上之差異，所受非財產上損害之內涵亦不同，自應
22 依其屬性，以受有對達成其設立目的有重大影響而無法以金
23 錢量化之損害為限，准其依民法第195條第1項規定請求賠償
24 相當之金額，以兼顧人格權保障與防杜浮濫之立法意旨，並
25 利遏止類此之侵害繼續發生。是法人之名譽或信用，因侵權
26 行為或債務不履行遭侵害，致受有對達成其設立目的有重大
27 影響而無法以金錢量化之損害，非不得依民法第195條第1項
28 前段規定，請求賠償相當之金額，不得僅因法人無精神上痛
29 苦，即一概否准其請求（最高法院112年度台上字第544號民
30 事判決意旨參照）。

01 (二)亞米茄公司主張其所產製之OMEGA系列計時裝置，銷售居世
02 界名牌手錶業界第三名，在臺灣維持經營「精品」形象達數
03 十年之久，業界公認具有高知名度及品牌價值，特殊錶款都
04 是限量發行，具有收藏價值等情，業據提出原證17、上證
05 2、上證3為證，足徵亞米茄公司對於「OMEGA」品牌商譽享
06 有極高財產上利益。史書華在其臉書粉絲專頁上宣稱「……
07 這次特別團購，史上第一團……和瑞士精品160年的OMEGA合
08 作……請鎖定史醫師的團購平台……隨時可能結團，如果沒
09 有錶款也沒辦法」等語（原證5），將亞米茄公司之「精
10 品」手錶與「團購」做連結，亞米茄公司數十年經營精品手
11 錶價格高昂及具稀缺性之行銷策略，遭形塑為「團購」商
12 品，打擊亞米茄公司品牌核心精神（上證4、上證5），對亞
13 米茄公司建立之品牌形象造成損害，此亦有原證9之消費者
14 評價可參，史書華所為構成亞米茄公司商譽權之侵害。

15 五、亞米茄公司得請求史書華賠償損害：

16 (一)商標法第69條第3項規定：「商標權人對於因故意或過失侵
17 害其商標權者，得請求損害賠償」，同法第71條第1項第2、
18 4款規定：「商標權人請求損害賠償時，得就下列各款擇一
19 計算其損害：……□依侵害商標權行為所得之利益；於侵害
20 商標權者不能就其成本或必要費用舉證時，以銷售該項商品
21 全部收入為所得利益。……□以相當於商標權人授權他人使
22 用所得收取之權利金數額為其損害」；公平法第30條規定：
23 「事業違反本法之規定，致侵害他人權益者，應負損害賠償
24 責任」，同法第31條第1項規定：「法院因前條被害人之請
25 求，如為事業之故意行為，得依侵害情節，酌定損害額以上
26 之賠償。但不得超過已證明損害額之三倍」。經查：

- 27 1.史書華擅自在其臉書網頁刊登與亞米茄公司團購合作，使用
28 系爭商標，致消費者誤認獲得亞米茄公司同意或授權銷售OM
29 EGA系列手錶，而向史書華購買，經亞米茄公司通知侵權
30 （原證10）仍持續刊登合作團購網頁（上證1、上證17），

01 應有侵權故意，亞米茄公司依前揭規定請求損害賠償，即屬
02 有據。

03 2.亞米茄公司主張依前揭公平法及商標法規定請求損害賠償，
04 針對違反公平法部分，參酌民法第216條規定意旨及本件侵
05 權情節與商標法上侵害商標權本質相近，亦以商標法第71條
06 第1項第2、4款規定為計算方式，分別提出舉證方法，並請
07 求法院擇一計算損害賠償金額（本院卷第326至335頁）。經
08 查：

09 (1)就依商標法第71條第1項第2款規定請求部分，亞米茄公司雖
10 主張史書華因搭配百貨公司母親節等折扣而減少支付中間價
11 差62萬7,750元，並提出發票紀錄及消費明細表為證（上證1
12 5、原證4），但板橋大遠百於當時即提供各消費者折扣，史
13 書華在該時期購物，本即可享有此優惠，是難認此差額為史
14 書華侵害系爭商標所得利益。而亞米茄公司所指社群媒體廣
15 告之分潤收益部分，依史書華所提陳證1、2資料顯示並無收
16 益或廣告分潤，因之，本件依商標法第71條第1項第2款所定
17 計算損害額並非適當，應依同條項第4款規定計算損害額。

18 (2)亞米茄公司主張史書華係以專櫃購買價格售出10支手錶（原
19 證4），依本院另案即109年度民商上更(一)字第2號民事判決
20 所引國立清華大學科技法律研究所碩士論文表示大多數商標
21 權利金平均比例為5%至10%之先例，應以10%權利金數
22 額，參照國立故宮博物院品牌授權公開徵求須知（上證11）
23 以3個商標權利金計算賠償額，僅請求賠償92萬6,145元等情
24 （本院卷第330至332頁）。惟審酌史書華轉售手錶無價差
25 （被證7第4頁，原審卷第416頁），系爭商標如附件二所示3
26 個商標圖樣相同，與所舉國立故宮博物院品牌商標授權性質
27 及情況有別，以及史書華於臉書網頁所為團購合作、宣稱可
28 取得85折優惠等故意侵權情節等一切情況，認亞米茄公司請
29 求依公平法第30條規定，參酌商標法第71條第1項第4款所定
30 計算方式，就商標權利金比例以6.5%計算應屬妥適，據以

01 計算亞米茄公司損害額約為20萬元（ $3,087,150 \times 6.5\% = 200,$
02 665）。

03 (3)再審酌亞米茄公司所稱史書華之臉書粉絲專頁有16萬追蹤人
04 數（原審卷第541頁），在市場上具有一定影響力，竟擅自
05 在其臉書粉絲專頁等網路平台使用亞米茄公司系爭商標，刊
06 登團購合作之廣告，宣稱可取得折扣優惠，屬故意侵權，致
07 使亞米茄公司受有公平競爭利益之損失，應負擔懲罰性損害
08 賠償，爰依公平法第31條第1項規定，酌定2.5倍懲罰性損害
09 賠償即50萬元（ $200,000 \times 2.5 = 500,000$ ），亞米茄公司此部
10 分請求應屬有據，予以准許，逾此範圍之請求，為無理由，
11 應予駁回。

12 (二)亞米茄公司主張依民法第195條第1項前段規定請求賠償407
13 萬3,855元。查亞米茄公司所產製之OMEGA系列計時裝置，西
14 元2023年在全世界銷售居世界手錶業界第三名，系爭商標在
15 臺灣經亞米茄公司長期廣泛行銷為著名商標（原證17、原證
16 2），考量史書華所為引起消費者反應、經多家媒體報導
17 （原證6至原證9），史書華擁有16萬名臉書粉絲，具相當知
18 名度，本件故意侵權情節，以及於本院審理中仍可於網路上
19 搜得侵權內容（上證1、本院卷第222至224頁、上證17）等
20 一切情狀，認亞米茄公司就商譽權損害請求之非財產上損
21 害，以20萬元為適當，亞米茄公司此部分請求即屬有據，應
22 予准許，逾此範圍之請求，為無理由，應予駁回。

23 (三)史書華應賠償之前揭金額屬未定期限之金錢債務，兩造就利
24 率並無約定，亦無其他可據之利率計付規範，依民法第229
25 條第2項、第233條第1項、第203條規定，亞米茄公司請求史
26 書華給付合計70萬元（ $50 + 20 = 70$ ）自史書華收受起訴狀繕
27 本翌日即112年7月19日（原審卷第173頁）起至清償日止，
28 按週年利率5%計算之利息，即屬有據。

29 六、亞米茄公司得請求排除侵害系爭商標及刊登勝訴啟事：

30 (一)商標法第69條第1、2項規定：「（第1項）商標權人對於侵
31 害其商標權者，得請求除去之；有侵害之虞者，得請求防止

之。（第2項）商標權人依前項規定為請求時，得請求銷毀侵害商標權之物品及從事侵害行為之原料或器具。但法院審酌侵害之程度及第三人利益後，得為其他必要之處置」。史書華擅自在其臉書網頁刊登與亞米茄公司團購合作，使用系爭商標，致消費者誤認獲得亞米茄公司同意或授權銷售OMEGA系列手錶，而向史書華購買，史書華之行為侵害亞米茄公司系爭商標之商標權，已如前述。是亞米茄公司依前揭規定請求史書華不得使用相同或近似於亞米茄公司系爭商標，將使用含有系爭商標之標識、廣告及其他行銷物品除去並予以銷毀，為有理由。

(二)依民法第195條第1項後段規定，名譽被侵害者，並得請求回復名譽之適當處分。史書華透過其臉書粉絲專頁等網路平台所為與亞米茄公司合作團購之宣傳本身，對亞米茄公司造成負面影響，侵害亞米茄公司之商譽權，已如前述。亞米茄公司依前揭規定請求史書華在其臉書刊登勝訴啟事及公開置頂連續30日為回復亞米茄公司商譽，應屬妥適，爰准許刊登內容如附件一所示。

陸、綜上所述，亞米茄公司依爭點所示規定，請求史書華給付70萬元，及自112年7月19日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息，以及請求排除侵害系爭商標、刊登附件一所示勝訴啟事，為有理由，應予准許，逾此部分請求，為無理由，不應准許。原審就前述亞米茄公司請求史書華給付20萬元本息、刊登勝訴啟事部分，為亞米茄公司敗訴之判決，容有未洽，亞米茄公司上訴意旨指摘原判決此部分不當，求予廢棄改判，為有理由，爰由本院廢棄改判如主文第二、三項所示。原審判命史書華排除侵害系爭商標、應給付亞米茄公司50萬元本息及駁回亞米茄公司對史書華其餘請求部分，核無違誤，兩造各自上訴論旨指摘原判決此部分不當，求予廢棄改判，為無理由，應予駁回其等上訴。又亞米茄公司勝訴部分，兩造均陳明願供擔保宣告准免假執行，經核均無不合，爰分別酌定相當擔保金額准許之。至於亞米茄公司敗訴部

分，其假執行之聲請失所依據，固應駁回，惟原判決就此部分已為駁回之諭知，核無違誤，本院自毋庸再為駁回之諭知，併予敘明。

柒、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊或防禦方法及所用之證據，經本院斟酌後，認為均不足以影響本判決之結果，爰不逐一論列，附此敘明。

捌、據上論結，本件亞米茄公司之上訴為一部有理由，一部無理由，史書華之上訴為無理由，依修正前智慧財產案件審理法第1條，依民事訴訟法第450條、第449條第1項、第463條、第390條第2項、第392條第2項、第79條，判決如主文。

中 華 民 國 115 年 4 月 30 日

智慧財產第一庭

審判長法 官 汪漢卿

法 官 蔡惠如

法 官 陳端宜

以上正本係照原本作成。

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（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。如委任律師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

中 華 民 國 115 年 5 月 11 日

書記官 吳祉瑩

附註：

民事訴訟法第466條之1（第1項、第2項）

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

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。