

智慧財產及商業法院民事判決

114年度民商上字第5號

上訴人 新一點靈企業股份有限公司

法定代理人 張道銘

訴訟代理人 邱顯丞律師

被上訴人 永耀國際有限公司

兼上一人

法定代理人 林伯權

共 同

訴訟代理人 黃俊嘉律師

黃郁雯律師

上列當事人間侵害商標權有關財產權爭議事件，上訴人對於中華民國114年3月26日本院113年度民商訴字第5號第一審判決提起上訴，並為訴之追加，本院於114年12月18日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

一、原判決關於駁回上訴人後開第二項之訴及該部分訴訟費用之裁判，均廢棄。

二、上開廢棄部分，永耀國際有限公司應給付上訴人新臺幣198萬4,841元，及自民國114年4月30日起至清償日止，按年息5%計算之利息。

三、上訴人其餘上訴及追加之訴均駁回。

四、第一審（除確定部分外）、第二審訴訟費用（含追加之訴），由永耀國際有限公司負擔百分之27，餘由上訴人負擔。

事實及理由

壹、程序事項：

一、上訴人主張原審被告凱夢國際有限公司（下稱凱夢公司）、被上訴人永耀國際有限公司（下稱永耀公司）侵害其商標權，依商標法第69條第1、3項、第71條第1項第2款、民法第185條第1項及公司法第23條第2項規定，請求凱夢公司、永耀公司及上開公司負責人即被上訴人林伯權（下稱林伯權）

01 應連帶給付新臺幣（下同）723萬1,668元之本息（下稱損害
02 賠償部分），以及永耀公司、凱夢公司不得使用相同或近似
03 於附圖所示商標作為商標使用（下稱防止侵害部分）。原審
04 僅判准上訴人對於永耀公司之防止侵害部分請求，而駁回其
05 餘請求，上訴人就原審駁回其對於凱夢公司之防止侵害及損
06 害賠償部分請求，以及永耀公司就其敗訴部分，均未提起上
07 訴或附帶上訴，此部分已經確定，即不在本院二審審理範圍
08 ，茲不贅述。

09 二、上訴人關於損害賠償部分之請求，於上訴二審後追加民法第
10 197條第2項、第179條之不當得利請求權訴訟標的（二審卷
11 第32至33頁），雖被上訴人並不同意上開訴之追加；惟核上
12 訴人追加之請求權基礎事實與起訴事實同一，均源於侵害本
13 件商標權所生請求，而就原起訴請求賠償所主張之事實及證
14 據資料於追加之訴中得加以利用，並未因此增加被上訴人程
15 序上防禦之不利益，且原審係認定本件侵權成立，惟係以時
16 效消滅為由否准上訴人之賠償請求，如不准其追加，應有顯
17 失公平之情事，故上訴人追加不當得利之請求權基礎，核與
18 民事訴訟法第446條第1項但書、第255條第1項第2款規定，
19 尚無不合，應予准許。

20 貳、實體事項：

21 一、上訴人主張及聲明：

22 （一）伊為附圖所示我國註冊第00755125號、第00755180號、第01
23 252411號「新一點靈」、「新一點靈」、「新一點靈NEW-I-
24 TEN-RIN及圖」商標（以下分稱系爭商標1、2、3，並合稱為
25 系爭商標）之商標權人，且使用系爭商標販售之商品於我國
26 眼藥水及點眼液市占率高，具有高度識別性，為著名商標。
27 詎被上訴人明知系爭商標為著名商標，未經伊同意或授權，
28 竟自民國107年1月1日起至109年3月5日止，擅自使用近似於
29 系爭商標之「果酸一點靈」字樣（下稱「果酸一點靈」商標
30 ）於其官方網站、臉書粉絲專頁、YouTube頻道及產品紙盒
31 包裝（如附表所示），用以行銷其所製造、販售「果酸一點

01 靈」護髮產品（容量有5ml及150ml，下稱系爭產品），足以
02 使相關消費者產生混淆誤認，構成商標法第68條第3款及同
03 法第70條第1款之侵害系爭商標權行為。又伊於112年3月20
04 日以律師函通知被上訴人應撤除含有「果酸一點靈」商標之
05 商品、廣告行銷，卻未獲置理，被上訴人顯為攀附系爭商標
06 而故意共同侵害商標權，致伊受有損害，且林伯權為永耀公
07 司之負責人，被上訴人二人應依公司法第23條第2項規定負
08 連帶損害賠償責任。爰依商標法第69條第3項、第71條第1項
09 第2款、民法第185條第1項等規定，請求被上訴人連帶損害
10 賠償；且縱使損害賠償請求權已罹於時效消滅，伊仍得依民
11 法第179條、第197條第2項請求被上訴人連帶返還所受不當
12 得利等情。

13 (二)上訴聲明：1.原判決關於駁回上訴人下列請求及該部分訴訟
14 費用之裁判均廢棄。2.上開廢棄部分，被上訴人應連帶給付
15 上訴人723萬1,668元，及自起訴狀繕本送達翌日起至清償日
16 止，按年息5%計算之利息。

17 二、被上訴人答辯及聲明：

18 (一)永耀公司製造、銷售之系爭產品上有經設計、字體醒目之「
19 DREAM TREND」作為主要識別，而「凱夢果酸一點靈」或「
20 果酸一點靈」文字僅係表示系爭產品含有果酸，只要一點即
21 可使頭髮秀麗柔順之意，用以表彰內容物及效用，並未將「
22 果酸一點靈」作為商標使用。又系爭商標並非著名商標，上
23 訴人就系爭商標主要使用於眼藥水商品，與系爭產品屬頭髮
24 保養相關之產品有極大差異，一般消費者可輕易區別其差異
25 ，應無混淆誤認之虞。另林伯權並無以個人名義生產或販售
26 系爭產品，並非上訴人主張之侵權行為人，且其前以「凱夢
27 果酸一點靈」申請註冊商標獲准公告（註冊第02081255號商
28 標，下稱「凱夢果酸一點靈」商標，係指定使用於頭髮保養
29 品等商品），故被上訴人於系爭產品上使用已獲准註冊「凱
30 夢果酸一點靈」商標之行為，並無侵害系爭商標之故意或過
31 失。再者，「凱夢果酸一點靈」商標於109年9月1日獲准註

01 冊公告後，上訴人旋即向經濟部智慧財產局（下稱智慧局）
02 提出異議，其至遲於同年11月30日前應已知悉本件之賠償義
03 務人，卻遲至112年9月1日方提起本件訴訟，其損害賠償請
04 求權已罹於2年時效消滅。至於上訴人追加請求不當得利部
05 分，其未舉證被上訴人所受相當於權利金之利益為何，且被
06 上訴人銷售系爭產品之收益除扣除製造成本外，尚應扣除為
07 此投入之代言廣告、人事薪資、場地租賃等相關費用後，已
08 無任何剩餘，則上訴人依不當得利所為請求仍無理由等語置
09 辯。

10 (二)答辯聲明：上訴及追加之訴均駁回。

11 三、兩造不爭執事項（二審卷第126至127頁）：

12 (一)上訴人為系爭商標之商標權人。

13 (二)林伯權為「凱夢果酸一點靈」商標之商標權人，上訴人就該
14 商標於109年11月30日向智慧局提出異議，經智慧局以111年
15 11月28日中台異字第1090716號商標異議審定書為該商標之
16 註冊應予撤銷之處分。林伯權提起訴願後，經經濟部以112
17 年6月27日經訴字第11217303670號訴願決定書為訴願駁回之
18 決定，林伯權提起行政訴訟後，業經本院112年度行商訴字
19 第49號行政判決駁回確定。

20 (三)林伯權為永耀公司之代表人，凱夢公司於112年5月31日為解
21 散登記。

22 (四)永耀公司有製造、販售系爭產品。

23 (五)永耀公司於Facebook官方粉絲專頁、官方網站、YouTube廣
24 告行銷影片，有使用「果酸一點靈」文字（如原證7）做為
25 系爭產品之宣傳。

26 (六)上訴人於112年3月20日以律師函向林伯權及凱夢公司通知其
27 所販售系爭產品已侵害系爭商標權，並要求林伯權及凱夢公
28 司撤除含有「一點靈」之商品、廣告行銷資料之繼續侵權防
29 止，林伯權及凱夢公司於同年月27日收受上開律師函。

30 四、本院判斷：

01 (一)永耀公司使用如附表編號1至11所示「果酸一點靈」(如紅
02 框標示)係作為商標使用：

03 1.按「商標之使用，指為行銷之目的，而有下列情形之一，並
04 足以使相關消費者認識其為商標：一、將商標用於商品或其
05 包裝容器。二、持有、陳列、販賣、輸出或輸入前款之商品
06 。三、將商標用於與提供服務有關之物品。四、將商標用於
07 與商品或服務有關之商業文書或廣告。前項各款情形，以數
08 位影音、電子媒體、網路或其他媒介物方式為之者，亦同。
09 」商標法第5條定有明文。揆其立法理由可知商標之使用，
10 應就交易過程中，其使用是否足以使消費者認識該商標加以
11 判斷。

12 2.查附表編號1至11所示永耀公司之官方網站、Facebook粉絲
13 專頁、YouTube頻道、包裝盒，均為永耀公司行銷販賣系爭
14 產品所刊登之內容。觀諸附表編號1之照片，左側為系爭產
15 品之圖片介紹，右側tag「果酸一點靈」字樣，得使觀看之
16 消費者將「果酸一點靈」與左側之系爭產品結合後予以識別
17 來源；編號2之照片於介紹系爭產品之影片中，正中央以佔
18 據整個畫面約1/3大小之「果酸一點靈」字樣為行銷，以吸
19 引消費者；編號3至5、8至10之網頁或照片，永耀公司於系
20 爭產品圖片之左側或下方以醒目之字體及顏色標示「果酸一
21 點靈」，具有特別顯著性，足以供相關消費者識別其來源；
22 編號11之產品包裝盒上除標有「DREAM TREND」之外，另有
23 「凱夢」及「果酸一點靈」之顯眼文字，且該等文字明顯大
24 於後述之產品名稱，亦足以供相關消費者識別其來源；編號
25 6、7之影片係永耀公司於YouTube上所放置以「果酸一點靈
26 」介紹系爭產品之影片，以及介紹新進員工入職儀式之影片
27 ，該影片之標題最前端以框號標註「果酸一點靈」字樣，特
28 別區隔其與後續文字說明，亦具有可供消費者認識其為商標
29 之顯著性，均非僅為關於系爭產品性質、效用或內容物之文
30 字描述，故被上訴人辯稱系爭產品係以「DREAM TREND」為
31 主要識別，「果酸一點靈」或「凱夢果酸一點靈」僅係表示

01 系爭產品含有果酸，只要一點即可使頭髮秀麗柔順之意，並
02 未將「果酸一點靈」作為商標使用，而非商標使用云云，即
03 不足採。

04 (二)永耀公司於系爭產品使用「果酸一點靈」商標，致相關消費
05 者有混淆誤認之虞，已構成商標法第68條第3款之侵害商標
06 權行為，且具有侵害之故意：

07 1.按未經商標權人同意，為行銷目的而於同一或類似之商品或
08 服務，使用近似於註冊商標之商標，有致相關消費者混淆誤
09 認之虞者，為侵害商標權，現行商標法第68條第3款定有明
10 文。所謂有致相關消費者混淆誤認之虞者，係指兩商標因相
11 同或構成近似，致使同一或類似商品或服務之相關消費者，
12 誤認兩商標為同一商標；或雖不致誤認兩商標為同一商標，
13 而極有可能誤認兩商標之商品或服務為同一來源之系列商品
14 或服務；或誤認兩商標之使用人間有關係企業、授權關係、
15 加盟關係或其他類似關係而言。

16 2.查系爭商標1、2均為「新一點靈」文字，系爭商標3除「新
17 一點靈」文字外，另有一眼睛圖案設計置於該文字上，與被
18 上訴人使用之「果酸一點靈」商標比較，其中予人寓目印象
19 深刻且易於唱呼辨識之中文均有「一點靈」文字，兩者之差
20 異為「新」、「果酸」等文字，而「果酸一點靈」商標之「
21 果酸」二字為有關商品成分之說明文字，與系爭商標之「新
22 」乙詞均不具識別性，故應以「一點靈」為相關消費者唱呼
23 或辨識之主要依據。是以具有普通知識經驗之消費者施以普
24 通之注意，於異時異地隔離整體觀察或市場交易連貫唱呼之
25 際，極易產生兩商標為系列商標之聯想，應構成近似之商標
26 ，且近似程度不低。又系爭商標均指定使用在第3類商品（
27 如附圖），其中含有「沐浴用香油、沐浴用浴油」、「洗髮
28 精、去頭皮屑洗髮精、洗髮乳、洗髮粉、潤髮乳、潤髮精」
29 、「燙髮液、染髮劑、人體用清潔劑」等項目，與系爭產品
30 為護髮產品，兩者均屬供人體髮膚化粧美容、香氛或清潔保
31 養之相關商品，於性質、功能、材料、產製者、消費族群以

01 及行銷管道等因素上均有共同或關聯之處，依一般社會通念
02 及市場交易情形，應屬同一或高度類似之商品。佐以上訴人
03 提出原證1至8即系爭商標之行銷廣告截圖、廣告支出明細、
04 商標註冊資料、品牌票選資料、商標異議審定書等（原審卷
05 一第67至152頁），可知系爭商標自註冊後經上訴人長期行
06 銷，至少自107年即被上訴人開始使用「果酸一點靈」作為
07 商標起已為我國相關消費者及被上訴人所熟悉。衡酌兩商標
08 之近似程度不低，且指定使用之商品為相同或高度類似，系
09 爭商標具有較高知名度，如標示近似之商標，依一般社會通
10 念及市場交易情形，以具有普通知識經驗之相關消費者，於
11 購買時施以普通之注意，即容易誤認其為來自相同或雖不相
12 同但有關聯之來源，或誤認兩商標之使用人間有關係企業、
13 授權關係、加盟關係或其他類似關係，致相關消費者有混淆
14 誤認之虞。準此，上訴人主張永耀公司於同一或類似商品使
15 用近似於系爭商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞，
16 已違反商標法第68條第3款之規定而侵害商標權，即屬有據
17 。至上訴人同時選擇以商標法第68條第3款、同法第70條第1
18 款規定為侵害商標權之請求，因已構成商標法第68條第3款
19 之侵害商標權行為，業如前述，即無再論究被上訴人是否亦
20 有違反同法第70條第1款之視為侵害商標權之必要，附此敘
21 明。

22 3.被上訴人永耀公司之負責人林伯權曾以「凱夢果酸一點靈」
23 向智慧局申請商標註冊獲准，並於109年9月1日公告（註冊
24 第02081255號）。被上訴人雖以其於系爭產品上使用已獲准
25 註冊之「凱夢果酸一點靈」商標，並無侵害系爭商標之故意
26 或過失云云。惟查，該商標經上訴人提出異議之後經智慧局
27 撤銷該商標之註冊，嗣經訴願駁回（原審卷一第131至141頁
28 ）後，復經本院以112年度行商訴字第49號行政判決駁回林
29 伯權提起之行政訴訟而確定（原審卷二第183頁），該商標業
30 已被判決撤銷而失效。況依上訴人在其註冊「凱夢果酸一點
31 靈」商標之前，即以「新一點靈」表彰使用於眼藥水、眼藥

01 膏等產品，多年來透過電視、網路等媒體廣告行銷，並在各
02 連鎖藥妝店或藥局等據點販售行銷（見該商標異議卷一第68
03 至70頁、第73至120頁），可見系爭商標應為被上訴人所知
04 悉，其應能預見使用與系爭商標圖樣相同或近似之商標可能
05 致相關消費者產生混淆誤認之虞，而侵害他人商標權，卻仍
06 刻意於同一或類似商品使用與系爭商標近似之「果酸一點靈
07 」或「凱夢果酸一點靈」商標，難謂無侵害系爭商標之故意
08 ，故被上訴人辯稱無侵害系爭商標之故意或過失云云，即不
09 可採。至於被上訴人所提臺灣高雄地方檢察署檢察官112年
10 度偵字第26356號不起訴處分書（原審卷二第11至14頁），
11 僅係就林伯權有無違反商標法之刑事責任所為判斷，並無從
12 拘束本院之認定，附此敘明。

13 (三)上訴人依商標法及民法第185條第1項主張之損害賠償請求權
14 ，已罹於2年時效消滅：

- 15 1.按商標權人對於因故意或過失侵害其商標權者，得請求損害
16 賠償；前項之損害賠償請求權，自請求權人知有損害及賠償
17 義務人時起，二年間不行使而消滅，商標法第69條第3項、
18 第4項分別定有明文。復按加害人持續為侵權行為者，被害
19 人之損害賠償請求權亦陸續發生，其請求權消滅時效期間應
20 分別自其陸續發生時起算。
- 21 2.查上訴人曾於109年11月30日以「凱夢果酸一點靈」商標違
22 反商標法第30條第1項第10、11款規定為由提起異議（中台
23 異字第G01090716號），觀之該商標權利人即林伯權於110年
24 6月25日所提補正申請書及答證1至19訴訟資料中，可見永耀
25 公司已大肆使用「果酸一點靈」於所生產製造、販售系爭產
26 品相關廣告文宣等情形，此有永耀公司之電子商務合作契約
27 書、採購單及蝦皮電商、小三美日、POYA寶雅、光南大批發
28 、屈臣氏、新高橋藥局等通路平台商品販售頁面截圖、藝人
29 、網紅及部落客之推薦貼文頁面截圖及TVBS、Google、
30 YouTube、Facebook及VOGUE相關廣告委刊資料等附異議卷內
31 可稽（見該異議卷一第126至185頁），並經本院調取上開異

01 議卷核閱無訛。而依上訴人自承有於110年7月13日收受上開
02 書狀資料，且從該資料可看出除了林伯權之外，永耀公司亦
03 有使用「果酸一點靈」商標，此為上訴人自認在卷（二審卷
04 第152至153頁），堪認上訴人應於110年7月13日即明確知悉
05 永耀公司已有前開使用「果酸一點靈」商標於製造、販賣系
06 爭產品之行為。佐以上訴人主張請求損害賠償期間確定為10
07 7年1月1日起至109年3月5日止（原審卷二第191頁、二審卷
08 第129頁），則上訴人至遲自110年7月13日知悉有損害及賠償
09 義務人之時起2年內，即應提起損害賠償之請求，惟其遲於1
10 12年9月1日方提起本件訴訟（原審卷一第11頁），顯已罹於
11 2年之消滅時效。故上訴人稱其係於112年8月9日委任律師閱
12 覽該案訴願資料後，始知永耀公司自107年1月1日開始生產
13 、販售系爭產品，其賠償請求權未罹於2年時效消滅云云，
14 並不可採，而被上訴人抗辯上訴人之損害賠償請求權已罹於
15 時效，即為有據。

16 (四)上訴人依不當得利之規定，請求永耀公司給付198萬4,841元
17 ，核屬有據，至逾此上開範圍之請求，則無理由：

18 1.按損害賠償之義務人，因侵權行為受利益，致被害人受損害
19 者，於前項時效完成後，仍應依關於不當得利之規定，返還
20 其所受之利益於被害人，民法第197條第2項定有明文。次按
21 不當得利依其類型可分為給付型之不當得利及非給付型不當
22 得利。在「非給付型之不當得利」中之「權益侵害型不當得
23 利」，因侵害歸屬於他人權益內容而受利益，致他人受損害
24 ，而對受損人不具有取得利益之正當性，即可認為受損與受
25 益間之損益變動具有因果關係而無法律上原因（最高法院10
26 7年度台上字第1792號判決意旨參照）。本件被上訴人永耀
27 公司未經上訴人之同意或授權，自107年1月1日起至109年3
28 月5日止期間，使用「果酸一點靈」為商標販售系爭產品已
29 侵害上訴人之系爭商標權；雖上訴人依侵權行為所生之損害
30 賠償請求權已逾2年之時效消滅，但仍得依關於不當得利之
31 規定請求返還永耀公司因此所受利益。至於上訴人雖請求林

01 伯權亦應負不當得利返還責任，然因侵害系爭商標權所受利
02 益之歸屬者為永耀公司，並非該公司之負責人林伯權，即林
03 伯權並非生產販售系爭產品之人，故上訴人對於林柏權個人
04 所為不當得利之請求，即屬無據，不應准許。

05 2.按不當得利制度不在於填補損害，而係返還其依權益歸屬內
06 容不應取得之利益，故依不當得利法則請求返還之範圍，應
07 以受領人所受之利益為度，並非以請求人所受損害若干為準
08 。查本件永耀公司就侵害系爭商標權所得利益，即為銷售該
09 項商品之收入扣除成本後之利益，而依其陳明：自107年1月
10 1日起至109年3月5日於官網、蝦皮購物、雅虎商城、實體店
11 及批發零售通路，販售150ml容量之系爭產品共3萬8,335罐
12 (4,987+17,941+15,407)，營業額為1,067萬5,866元(138
13 萬6,711元+504萬7,560元+424萬1,595元)，生產成本(如
14 內料、瓶器、壓頭、貼紙、內襯、外盒及包材損耗等)為34
15 5萬0,150元(44萬8,830元+161萬4,690元+138萬6,630元)
16 ；又107年1月1日起至109年3月5日販售5ml容量之系爭產品
17 (自109年1月23日始上市)共841罐、營業額為1萬1,839元
18 ，生產成本為5,887元【參被證9、13、14，原審卷二第87、
19 177、179頁】，亦即系爭產品之總收入為1,068萬7,705元、
20 總生產成本為345萬6,037元，此為兩造所不爭執(二審卷第
21 154頁)，是該總收入扣除總生產成本支出後，其所得金額
22 應為723萬1,668元(計算式：1,068萬7,705元扣除345萬6,0
23 37元)。

24 3.又觀諸永耀公司所提被證9、被證10-1、10-2及10-3之明細
25 分類帳記載(原審卷二第87至97頁)，可知其為系爭產品投
26 入行銷費用：(1)107年行銷費用(如原生廣告、關鍵字、PG
27 廣告、網路廣告、設計等費用)支出為93萬2,762元；(2)108
28 年行銷費用(含臉書廣告、原生廣告、關鍵字廣告、廣告宣
29 傳費、業配影片、廣告服務費、媒體製作費、攝影費、演出
30 費、大圖背板等項目)支出為185萬2,346元；(3)109年3月5
31 日以前之行銷費用支出為246萬1,719元，因倘無前揭行銷廣

01 告費用之支出即難以售出系爭產品而構成侵權，經核均應屬
02 於其為推廣行銷系爭產品支出之必要費用。參以永耀公司自
03 承其自107年起為大力行銷「凱夢果酸一點靈」自有新品牌
04 而進入市場，核與林伯權成立凱夢公司之時間相符（即106
05 年12月12日，見原審卷二第9頁），堪認永耀公司主張上開
06 行銷費用合計524萬6,827元（計算式：932,762+1,852,346
07 +2,461,719），係用以推廣行銷系爭產品之必要成本，核
08 屬真正，應自所得金額中予以扣除，扣除後永耀公司之所得
09 利益為198萬4,841元（計算式：723萬1,668元扣除524萬6,8
10 27元）。

11 4.永耀公司雖辯稱其販售系爭產品之收益除前揭生產成本、必
12 要行銷費用之外，仍應扣除人事薪資、場地租賃扣繳及藝人
13 網紅之代言費用云云。惟查，永耀公司就被證9、13、14中
14 所載人事薪資、場地租賃支出費用，並未提出相關事證證明
15 與其生產或販售系爭產品間有何關聯性，此部分即屬無據。
16 又關於被上訴人主張行銷期間亦有聘請知名藝人、網紅所支
17 出之代言費用290萬元及被上證2之廣告費用部分（二審卷第
18 185至187頁），觀其於「凱夢果酸一點靈」商標異議程序所
19 提相關代言合約書（異議卷一第152至156頁），僅能知悉雙
20 方係於109年6月12日簽訂藝人代言契約（代言人○○），至
21 於代言費用、合作期間均遭遮蔽，並無從作為107年1月1日
22 至109年3月5日期間之行銷支出；另其聘請網紅（吳○○、
23 游○○、諾○○）合作部分，依被上訴人所提相關合作契約
24 書（二審卷第233至249頁）觀之，簽署時間雖係於108年11
25 月13日、109年1月20日、3月10日，然上開網紅為系爭產品
26 在臉書或粉絲專頁行銷宣傳之影片或撰文費用，既屬於行銷
27 廣告支出（如業配影片），自應已包含在前揭已扣除之必要
28 行銷費用內，是永耀公司主張應再予扣除關於知名藝人及網
29 紅之代言合作費用部分，要屬無據。至於被上訴人所提被上
30 證2之品牌主要投放廣告後台管理截圖（即Facebook加強推
31 貼文廣告，二審卷第189至199頁），為109年全年度之統計

01 資料，並無109年1月1日至同年3月5日之廣告觸及資料，況
02 如前述，亦應涵蓋在前揭已扣除之必要行銷費用，是被上訴
03 人主張應依全年度之花費換算該期間行銷費用，並應扣除該
04 費用後以計算實際收益云云，亦不可採。

05 5. 基上，上訴人依民法第197條第2項、第179條規定請求永耀
06 公司給付198萬4,841元，及自其追加不當得利請求權之上訴
07 狀送達被上訴人之翌日即114年4月30日（見二審卷第45頁）
08 起至清償日止，按年息百分之5計算法定遲延利息，即屬有
09 據，至逾上開範圍之請求，則屬無理，應予駁回。

10 五、綜上所述，本件上訴人依不當得利之規定，請求永耀公司給
11 付198萬4,841元，及自114年4月30日起至清償日止，按年息
12 百分之5計算利息，為有理由，應予准許；至逾上開範圍之
13 請求，即非有據，不應准許。從而，原判決就上開應予准許
14 部分，駁回上訴人之請求，即有未洽，上訴意旨求予廢棄改
15 判，即有理由，應由本院判決如主文第一、二項所示。又前
16 開不應准許之部分，原判決駁回上訴人此部分之請求，即無
17 違誤，上訴意旨請求廢棄改判，為無理由，應駁回上訴。

18 六、本件事證已臻明確，兩造其餘主張陳述、攻擊防禦方法及所
19 提其他證據，經本院詳予斟酌後，認與判決結果不生影響，
20 毋庸再予論述，附此敘明。

21 七、結論：本件上訴為一部有理由、一部無理由，依智慧財產案
22 件審理法第2條，民事訴訟法第449條第1項、第450條、第79
23 條，判決如主文。

24 中 華 民 國 115 年 1 月 22 日

25 智慧財產第一庭

26 審判長法官 汪漢卿

27 法官 曾啓謀

28 法官 吳俊龍

29 以上正本係照原本作成。

30 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
31 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

01 (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
02 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
03 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
04 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
05 提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

06 中 華 民 國 115 年 1 月 30 日

07 書記官 蔣淑君


08 附註：

09 民事訴訟法第466條之1(第1項、第2項)

10 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
11 人或其法定代理人具有律師資格者，不在此限。

12 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
13 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
14 院認為適當者，亦得為第三審訴訟代理人。

15 附圖：

系爭商標1

註冊號：00755125
註冊公告日期：86/05/01
專用期限：116/03/31
商標名稱:新一點靈
商標權人：新一點靈企業股份有限公司
申請日期：85/01/13
商品或服務類別名稱：
第003類：髮膏、髮乳、髮水、髮油、髮臘、噴髮膠水、彩色噴 髮膠、造型髮膠、護髮劑、泡沫髮膠、頭髮亮光水、面霜、冷

霜、化妝水、潤膚油、珍珠膏、香水、香油、香膏、香水精、筆型香水、古龍水、花露水、乳液、脂粉、粉條、粉膏、水粉餅、粉餅、香粉、蜜粉、白粉、腮紅、胭脂、口紅、護唇油、變色口紅、粉底霜、按摩霜、敷面霜、清潔霜、清潔乳液、護手膏、護手乳液、眼影膏、眼影筆、眼線膏、眼線筆、睫毛膏、睫毛蠟、眼部化粧清除膏、防晒油、防晒膏、防皺霜、雪花膏、美白霜、磨砂膏、漂白潤膚膏、沐浴用香油、沐浴用浴油、指甲油、指甲底膏、指甲保養液、爽身粉、痲子膏、嬰兒撲粉、刮鬍水、刮鬍前用刮鬍水、刮鬍後用刮鬍水、刮鬍膏、刮鬍泡沫、修面霜、剃髮水、防汗臭劑、眉筆、假睫毛、裝飾假指甲、去光水、去指皮水、化粧棉。

系爭商標2

新一點靈

註冊號：00755180(原聯合商標)

註冊公告日期：86/05/01

專用期限：116/03/31

商標名稱：新一點靈

商標權人：新一點靈企業股份有限公司

申請日期：85/01/13

商品或服務類別名稱：

第003類：香皂、藥皂、洗面皂、浮水皂、紙香皂、洗面霜、洗面乳、洗浴乳、洗浴泡劑、沐浴精、浴鹽、防污潔膚劑、洗髮精、去頭皮屑洗髮精、洗髮乳、洗髮粉、潤髮乳、潤髮精。

系爭商標3



註冊號：01252411

註冊公告日期：96/03/01

專用期限：116/02/28

商標名稱：新一點靈NEW-I-TEN-RIN及圖

商標權人：新一點靈企業股份有限公司

申請日期：95/06/07

商品或服務類別名稱：

第003類：化粧品、燙髮液、染髮劑、人體用清潔劑；去污清潔劑、洗潔劑、汽車及器具用亮光蠟、香料、茶浴包、磁碟片清潔液、牙膏、皮革油、線香、研磨劑、乾燥劑、寵物洗浴乳、口腔清香劑。

02 附表：

03

編號	永耀公司使用態樣	出處
1	臉書粉絲專頁： 	原審卷一 第157頁
2	臉書粉絲專頁：	原審卷一 第166頁



3 臉書粉絲專頁：



原審卷一
第171頁

4 臉書粉絲專頁：

原審卷一
第173頁



5 臉書粉絲專頁：

原審卷一
第174頁



6 YouTube頻道：

原審卷一
第153頁



7 YouTube頻道：

原審卷一
第154頁



8 公司官網：

原審卷一
第275、4
59頁



9 公司官網：

原審卷一
第289、4



73頁

10 公司官網：



原審卷一
第303、4
87頁

11 原證17之系爭商品紙盒包裝：

原審卷一
第501頁

