

01 智慧財產及商業法院民事判決

02 114年度民商訴字第27號

03 原 告 天后闔妹有限公司

04 法定代理人 陳正豪

05 訴訟代理人 張安婷律師

06 羅婉婷律師

07 被 告 以庭有限公司（原名：板妹有限公司）

08 法定代理人 陳奕歲

09 被 告 陳以庭

10 共 同

11 訴訟代理人 李儒奇律師

12 黃國益律師

13 上 一 人

14 複 代 理 人 蕭佳琦律師

15 上列當事人間請求排除侵害商標權行為等事件，本院於民國114
16 年12月16日言詞辯論終結，判決如下：

17 主 文

18 一、被告均不得使用相同或近似於「板妹」、「闔妹」之字樣於
19 直播、網路購物、成衣零售批發之同一或類似商品或服務，
20 並不得用於與該商品或服務有關之商業文書或廣告，或以數
21 位影音、電子媒體、網路或其他媒介物等方式為之；其已使
22 用者並應除去。

23 二、被告應連帶給付原告新臺幣貳佰玖拾參萬貳仟貳佰參拾玖
24 元，及自民國一一四年二月二十五日起至清償日止，按年息
25 百分之五計算之利息。

26 三、原告其餘之訴駁回。

27 四、訴訟費用由被告連帶負擔百分之八，餘由原告負擔。

28 事實及理由

29 壹、程序方面：

30 按不變更訴訟標的，而補充或更正事實上或法律上之陳述
31 者，非為訴之變更或追加，民事訴訟法第256條定有明文。

01 查原告起訴時，訴之聲明第一項至第三項原為「一、被告不
02 得以『板妹』作表彰直播及網路購物事業之使用。」、
03 「二、被告不得使用『板妹』於與直播及網路購物有關之網
04 站或其他廣告，或進行網路及實體之行銷、宣傳、廣告、招
05 商或其他有關業務。」、「三、被告應將原證4、原證5、原
06 證6所示之社群媒體簡介、精選限時動態標題、限時動態或
07 社群發文之內文、照片或標籤中提及『闆妹』或『板妹』之
08 文字予以移除或變更。」（本院卷(一)第11至12頁），嗣於民
09 國114年12月8日具狀更正上開訴之聲明為「被告等均不得使
10 用相同或近似於『板妹』、『闆妹』之字樣於直播、網路購
11 物、成衣零售批發之同一或類似商品或服務，並不得用於與
12 該商品或服務有關之商業文書或廣告，或以數位影音、電子
13 媒體、網路或其他媒介物等方式為之；其已使用者並應除
14 去。」（本院卷(二)第149頁），核屬更正事實及法律上之陳
15 述，非屬訴之變更或追加，附此敘明。

16 貳、事實方面

17 一、原告主張：原告經古羽庭同意後，申請註冊「闆妹」、「天
18 后闆妹」之商標，並經經濟部智慧財產局（下稱智慧局）核
19 准註冊第02057041號「闆妹」商標（下稱系爭闆妹商標，如
20 附圖一）、註冊第02057042號「天后闆妹」商標（下稱系爭
21 天后闆妹商標，如附圖二，合稱系爭商標），為系爭商標之
22 商標權人。詎被告陳以庭未經原告同意，即於109年5月7日
23 以「闆妹女裝直播」為名開設臉書粉絲專頁，同時間以「闆
24 妹女裝直播」為名設立蝦皮賣場直播販售女裝，經原告於10
25 9年11月4日私訊被告陳以庭經營之FB粉專，告知「闆妹」、
26 「天后闆妹」等文字業經註冊商標而要求其更名後，被告陳
27 以庭僅於110年2月19日將臉書粉絲專頁及蝦皮賣場更名為
28 「板妹女裝直播」，仍繼續以「板妹」為行銷使用，復於11
29 1年9月27日設立登記被告板妹有限公司（下稱板妹公司），
30 而持續共同侵害原告商標權，並以「闆妹」、「板妹」文字
31 在臉書粉絲專頁及IG上大量發文，迄至原告於114年1月7日

01 發律師函予新加坡商蝦皮娛樂電商有限公司台灣分公司（下
02 稱蝦皮公司），告知被告等侵害商標權之事實，要求蝦皮公
03 司下架該賣場，被告等始於114年1月10日將臉書粉絲專頁更
04 名為「庭妹女裝直播」及蝦皮賣場更名為「以庭女裝直
05 播」。又被告陳以庭所使用之「閩妹」、被告等使用之「板
06 妹」與系爭商標之「閩妹」，不僅同義，國人之用字習慣亦
07 常流用，則二商標為相同及近似程度高之商標；又被告等係
08 以經營女裝直播為業，系爭商標指定用於「廣告」、「電腦
09 網路線上廣告」、「為零售目的在通訊軟體上展示商品」、
10 「目標行銷」、「網路購物」、「成衣零售批發」、「衣服
11 零售批發」等商品/服務上，兩者應屬同一或類似之商品或
12 服務，自有致相關消費者混淆誤認之虞，構成商標法第68條
13 第2款、第3款之侵害商標權行為。又被告等有侵害原告商標
14 權之故意或過失，且依被告等蝦皮賣場上之商品單價及銷售
15 量，可知其銷售金額共計為新臺幣（下同）63,744,365元，
16 原告自得請求此部分起訴前回溯2年之損害賠償，以及排除
17 及防止侵害。為此，爰依商標法第69條第1項、第3項、民法
18 185條第1項前段規定提起本件訴訟，並聲明：(一)被告等均不
19 得使用相同或近似於「板妹」、「閩妹」之字樣於直播、網
20 路購物、成衣零售批發之同一或類似商品或服務，並不得用
21 於與該商品或服務有關之商業文書或廣告，或以數位影音、
22 電子媒體、網路或其他媒介物等方式為之；其已使用者並應
23 除去。(二)被告應連帶給付原告63,744,365元，暨自起訴狀繕
24 本送達被告之翌日起，按年息百分之五計算之利息。

25 二、被告等則以：被告等僅係將「閩妹」、「板妹」用於臉書粉
26 絲專頁、IG所為貼文內容上及蝦皮賣場名稱，並未直接用於
27 女裝商品或服務上，亦非用於商品或服務有關之商業文書或
28 廣告上，客觀上實不足以使相關消費者認識其為商標，非屬
29 商標使用行為。又「閩妹」一詞係泛指年輕老闆娘之簡稱，
30 本係既有詞彙且為習見及通常之用語，並有既有意義，非一
31 創造性商標，不具有高度識別性，而系爭商標之「閩妹」與

01 被告等使用之「板妹」字音雖屬相同，然二字外形及字義差
02 異極大，以具有普通知識經驗消費者施以普通之注意，當得
03 區辨二者之差異，且被告早於104年即開始在蝦皮賣場從事
04 網路直播購物事業，原告則係以臉書粉絲專頁及自營之購物
05 商城為主，兩者專營平台不一，應不致有使相關消費者產生
06 混淆誤認之虞。再原告於109年11月4日以臉書私訊要求被告
07 陳以庭更名，被告陳以庭亦已於110年2月19日將「闊妹」更
08 名為「板妹」，主觀認知以「板妹」作為女裝直播賣場名稱
09 並非與系爭商標近似，且無使相關消費者混淆誤認之虞，並
10 無侵害原告商標權之故意或過失。縱認被告等有共同侵害原
11 告商標權之情事，惟被告等僅係將「板妹」作為蝦皮賣場名
12 稱，而非將「板妹」直接用於任何商品上，原告主張以蝦皮
13 賣場上之所有商品單價及售出數量作為計算損害賠償之依
14 據，自屬無據；倘原告主張有理由，應以同業利潤標準之毛
15 利率或淨利率，扣除被告等經營之成本及必要費用，且原告
16 請求金額顯屬過高，亦應依商標法第71條第2項予以酌減。
17 另原告於109年11月4日即以臉書私訊要求被告陳以庭更名，
18 早於109年11月4日即已知悉有本件損害賠償請求權，是縱原
19 告得向被告等請求損害賠償，其應僅得就提起本件訴訟時起
20 回溯兩年內尚未罹於時效部分為請求等語，資為抗辯。並聲
21 明：原告之訴駁回。

22 三、不爭執事項（本院卷(二)第104至105頁）

- 23 (一)原告經古羽庭同意後，申請註冊「闊妹」、「天后闊妹」之
24 商標，並經智慧局核准註冊系爭商標。
- 25 (二)被告陳以庭於109年5月7日建立「闊妹女裝直播」臉書粉絲
26 專頁，嗣於110年2月19日更名為「板妹女裝直播」，於114
27 年1月10日更名為「庭妹女裝直播」。
- 28 (三)被告陳以庭於原告提起本件訴訟前4年成立「闊妹女裝直
29 播」蝦皮賣場，嗣於110年2月間更名為「板妹女裝直播」，
30 於114年1月10日更名為「以庭女裝直播」。

01 (四)原告於109年11月4日傳訊至被告陳以庭經營之「閩妹女裝直
02 播」臉書粉絲專頁，通知「閩妹」、「天后閩妹」商標業經
03 原告註冊，要求被告陳以庭於一週內更改粉絲團名稱及蝦皮
04 賣場名稱。

05 (五)被告板妹公司於111年9月27日設立登記，由被告陳以庭之哥
06 哥陳奕歲擔任名義負責人，實際負責人為被告陳以庭，嗣被
07 告板妹公司於114年3月17日更名為以庭有限公司（下稱以庭
08 公司）。

09 (六)原告於114年1月7日委請律師發函予蝦皮公司，主張被告板
10 妹公司刊登於蝦皮購物平台之「板妹女裝直播」賣場有侵害
11 商標權及違反公平交易法等情事，請蝦皮公司終止並下架該
12 賣場，經蝦皮公司於114年1月8日收受。

13 四、得心證之理由

14 原告主張其為系爭商標之商標權人，詎被告等未經原告同
15 意，即使用相同或近似於系爭商標之「閩妹女裝直播」、
16 「板妹女裝直播」為名設立臉書粉絲專頁及蝦皮賣場，並以
17 該等文字在臉書粉絲專頁及IG上大量發文，已有致相關消費
18 者有混淆誤認之虞，侵害原告之商標權，原告自得請求被告
19 等連帶負損害賠償責任及排除、防止侵害，則為被告等所否
20 認，並以前詞置辯，是本件經整理並協議簡化爭點後（本院
21 卷(二)第105頁、第224至229頁，並依判決內容調整文字）所
22 應審究者為：(一)被告等以「閩妹女裝直播」、「板妹女裝直
23 播」經營臉書粉絲專頁及成立蝦皮賣場行銷販賣女裝之行
24 為，是否為商標使用行為？(二)被告等以「閩妹女裝直播」、
25 「板妹女裝直播」經營臉書粉絲專頁及成立蝦皮賣場行銷販
26 賣女裝之行為，是否構成商標法第68條第2、3款之侵害商標
27 權行為？(三)被告等有無侵害原告商標權之故意或過失？如
28 有，原告依商標法第69條第3項、民法第185條第1項前段規
29 定，請求被告等負損害賠償責任，有無理由？其損害賠償金
30 應如何計算？以若干為適當？(四)原告依商標法第69條第1項
31 之規定，請求排除及防止侵害，有無理由？茲論述如下：

01 (一)被告等以「閩妹女裝直播」、「板妹女裝直播」經營臉書粉
02 絲專頁及成立蝦皮賣場行銷販賣女裝之行為，為商標使用行
03 為

04 1.按商標之使用，指為行銷之目的，而有下列情形之一，並足
05 以使相關消費者認識其為商標：一、將商標用於商品或其包
06 裝容器。二、持有、陳列、販賣、輸出或輸入前款之商品。
07 三、將商標用於與提供服務有關之物品。四、將商標用於與
08 商品或服務有關之商業文書或廣告；而以數位影音、電子媒
09 體、網路或其他媒介物方式為之者，亦同，商標法第5條第1
10 項、第2項分別定有明文。是以商標法第5條所規定之商標使
11 用，可歸納為三要件：(1)使用人係基於行銷商品或服務之目
12 的而使用；(2)需有使用商標之行為；(3)需足以使相關消費者
13 認識其為商標。所稱「需足以使相關消費者認識其為商
14 標」，意指不論該條第1項或第2項所示之情形，客觀上均足
15 以使相關消費者認識其為商標，才具有商標的識別功能，達
16 到商標使用之目的。

17 2.查被告陳以庭於109年5月7日以「閩妹女裝直播」為其臉書
18 粉絲專頁名稱，並於原告提起本件訴訟前4年以「閩妹女裝
19 直播」為名成立蝦皮賣場，嗣於110年2月間將上開臉書粉絲
20 專頁及蝦皮賣場名稱更名為「板妹女裝直播」，並持續使用
21 至114年1月9日等情，為兩造所不爭執（本院卷(二)第104
22 頁），觀諸此一臉書粉絲專頁及蝦皮賣場名稱之呈現狀態
23 （參本院卷(一)第109、161頁），已屬將該商標用於與提供商
24 品或服務有關之網路蝦皮賣場及社群媒體，即屬數位商業文
25 書或廣告之一種形式，且足使相關消費者認識提供女裝及相
26 關商品之來源即為「閩妹女裝直播」、「板妹女裝直播」，
27 自屬商標使用行為甚明。被告等仍辯稱因並未直接用於女裝
28 商品、服務或有關之商業文書、廣告上等語，自屬無據。

29 (二)被告等上開行為，已構成構成商標法第68條第2、3款之侵害
30 商標權行為

01 1.按未經商標權人同意，為行銷目的而有下列情形之一，為侵
02 害商標權：……□於類似之商品或服務，使用相同於註冊商
03 標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。□於同一或類
04 似之商品或服務，使用近似於註冊商標之商標，有致相關消
05 費者混淆誤認之虞者，為侵害商標權，商標法第68條第2
06 款、第3款定有明文。又所謂商標構成相同或近似者，係指
07 以具有通常知識經驗之一般商品購買人，於購買時施以通常
08 之注意，就兩商標整體之外觀、觀念或讀音隔離觀察，有無
09 引起混同誤認之虞以為斷。所謂有致相關消費者混淆誤認之
10 虞者，係指兩商標因相同或構成近似，致使同一或類似商品
11 或服務之相關消費者，誤認兩商標為同一商標；或雖不致誤
12 認兩商標為同一商標，而極有可能誤認兩商標之商品或服務
13 為同一來源之系列商品或服務；或誤認兩商標之使用人間有
14 關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係而言（最高
15 行政法院103年度判字第99號判決意旨參照）。

16 2.查系爭閩妹商標為字體大小相同之中文字「閩妹」，系爭天
17 后閩妹商標為字體大小相同之中文字「天后閩妹」，且均未
18 經任何設計，其中「天后」為常見既有詞彙，「閩妹」最早
19 則係古羽庭之藝名（本院卷(一)第105頁），並非早期既有常
20 見如「老闆」或「閩娘」等詞彙，是系爭商標主要印象顯著
21 之識別部分即為「閩妹」；而被告陳以庭使用之「閩妹女裝
22 直播」及被告等使用之「板妹女裝直播」，亦為以上開中文字
23 組合而成，且未經任何設計，其中「女裝直播」為其所提供
24 商品、服務之類別，本身不具識別性，是被告等使用之商
25 標予人主要印象顯著之識別部分即為「閩妹」、「板妹」部
26 分，被告陳以庭使用之「閩妹」部分與系爭閩妹商標相同，
27 為相同之商標，被告等使用之「板妹」部分與系爭商標之
28 「閩妹」相較，雖具有不同之文字外觀及寓意，惟讀音完全
29 相同，復無其他可資區辨部分，若將其標示於相同或類似之
30 商品上時，以具有普通知識經驗之消費者，尤其於實際交易
31 連貫唱呼之際，於購買時施以普通之注意，可能會誤認兩商

01 品來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似
02 之商標，且近似程度非低。再系爭商標均指定使用於廣告、
03 電視廣告、廣告宣傳、電腦網路線上廣告、電視購物、網路
04 購物、成衣零售批發、衣服零售批發等服務（本院卷(一)第35
05 頁、卷(二)第115至116頁），而「闊妹女裝直播」、「板妹女
06 裝直播」商標則係在臉書粉絲專頁行銷宣傳女裝或相關商品
07 之連線及蝦皮賣場直播使用（本院卷(一)第109、161、225
08 頁），二者相較，其性質、功能、用途大致相當，於商品用
09 途、功能、產製主體、行銷管道及購買者等因素上均具有共
10 同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，易使相關
11 事業或消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來
12 源，應屬相同或類似程度極高之商品或服務；且系爭商標與
13 指定使用服務間無直接關聯性，消費者會將之視為指示及區
14 別來源之標識，自具有相當識別性；另考量兩造之銷售平台
15 雖有差異，然均屬以網路方式販賣之情形，且原告或被告等
16 均有在臉書粉絲專頁之相同社群媒體上行銷宣傳之情形。是
17 以上開相關因素綜合判斷，應認定系爭商標與「闊妹女裝直
18 播」、「板妹女裝直播」客觀上實有使相關消費者誤認兩商
19 標之商品來自同一或雖不同但有關聯之來源，或誤認其使用
20 人間存在關係企業、授權關係或其他類似關係，而產生混淆
21 誤認之虞，自己構成商標法第68條第2款、第3款之商標侵權
22 行為。被告等上開所辯，均無可採。

23 (三)被告等有無侵害原告商標權之過失，原告請求被告等負連帶
24 損害賠償責任，為有理由

25 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
26 賠償，商標法第69條第3項定有明文。次按數人共同不法侵
27 害他人之權利者，連帶負損害賠償責任，民法第185條第1項前
28 段亦有明定。另按商標權人請求損害賠償時，得依侵害商標
29 權行為所得之利益，於侵害商標權者不能就其成本或必要費
30 用舉證時，以銷售該項商品全部收入為所得利益，商標法第
31 71條第1項第2款亦有明定。

01 2.查被告陳以庭於109年5月7日即開始以「閩妹女裝直播」為
02 其臉書粉絲專頁及並於原告提起本件訴訟前4年以「閩妹女
03 裝直播」為其蝦皮賣場名稱，業如前述，經原告於109年11
04 月4日傳訊至被告陳以庭經營之「閩妹女裝直播」臉書粉絲
05 專頁，通知「閩妹」、「天后閩妹」商標業經原告註冊，要
06 求被告陳以庭於一週內更改粉絲專頁及蝦皮賣場名稱（本院
07 卷(一)第153頁），則被告陳以庭於經原告通知後，僅將「閩
08 妹」更名為「板妹」，仍持續使用與系爭商標相同讀音，且
09 無其他可資識別部分作為其商標，甚且在成立被告以庭公司
10 （本院卷(二)第104至105頁）後，仍與被告以庭公司持續使用
11 「板妹女裝直播」為其臉書粉絲專頁及蝦皮賣場名稱，縱其
12 因不諳法律規定，無法確知「板妹」亦有侵害原告商標權之
13 疑慮，然在其業經原告通知有侵害商標權情事後，自應盡其
14 查證義務，詢問相關法律專業人士之意見以確認其更名後之
15 商標並無侵害原告商標權之情事，竟捨此不為，反而使用讀
16 音完全相同「板妹」二字，顯有侵害原告商標權之過失甚
17 明，則原告主張被告等共同不法侵害原告商標權，應連帶負
18 本件起訴前回溯2年之損害賠償責任（本院卷(二)第103至104
19 頁），自屬有據。

20 3.原告主張應依被告等蝦皮賣場上所有商品之單價及銷售量計
21 算損害賠償，其銷售金額共計為63,744,365元（本院卷(一)第
22 27至32頁、第225至265頁、卷(二)第160頁），而觀諸原證9之
23 蝦皮賣場上所有商品之單價及銷售量及附表B內容（本院卷
24 (一)第27至32頁、第225至265頁），可知其銷售金額應共計為
25 63,744,325元，原告主張金額應為誤載；又參諸被告等銷售
26 方式係以直播方式銷售，且其臉書粉絲專頁及IG上亦有「連
27 線」等文字（本院卷(一)第161、175、177頁），而連線或直
28 播銷售依一般社會通念即為具有時效性之銷售方式，被告等
29 復未證明該等商品銷售時間均為2年前，則原告主張其所提
30 供114年1月7日之商品列表均為2年內銷售之商品，即非無
31 據。原告主張上開被告等之銷售金額63,744,325元，依商標

01 法第71條第1項第2款規定，被告等得將其成本或必要費用予
02 以扣除，而原告同意以同業利潤標準計算被告等得以扣除之
03 成本及必要費用（本院卷(二)第216頁），而依113年度營利事
04 業各業所得額暨同業利潤標準表中之毛利率就「經營網路購
05 物（服飾類商品）」部分為23%（本院卷(二)第300頁），可
06 以推知被告等之營業成本，該等成本自得予以扣除。因此，
07 被告等因侵害商標權行為所得之利益應為14,661,195元（計
08 算式：63,744,325元×23%=14,661,195元，小數點以下四
09 捨五入）。至被告等雖另主張以淨利率計算其營業成本部
10 分，惟該款所稱之成本及必要費用，應僅限於侵權行為人為
11 銷售侵權產品所投入之直接成本及必要之費用，而不能一概
12 將侵權行為人經營事業所花費之人事成本等其他間接成本與
13 相關費用全部納入，否則無疑是令受害人幫侵權行為人分擔
14 經營事業之花費，顯違事理之平；而毛利率係將直接成本予
15 以扣除，此接近於該款所稱之成本及必要費用，而淨利率除
16 將直接成本予以扣除外，亦扣除間接成本，不應准許，是被
17 告等主張以淨利率計算其營業成本部分，自屬無據。

18 4.承上所述，被告等以系爭商標銷售商品之所得利益為14,66
19 1,195元，惟損害賠償之債，旨在填補損害，且依商標法第7
20 1條第1項第2款計算損害賠償時，該等行為人所得利益自應
21 與行為人侵害商標權之行為間具有相當因果關係為必要；而
22 本院審酌被告等雖使用系爭商標為其臉書粉絲專頁及蝦皮賣
23 場名稱行銷販賣商品，侵害原告之商標權，將可能使相關消
24 費者混淆誤認被告等販賣之商品來自原告，而使原欲向原告
25 購買商品之消費者，轉而向被告等購買，致原告受有相當之
26 損害，惟消費者最終是否選擇購入商品，除代表系爭商標之
27 來源指向外，尚包含商品之價格、品質、外觀、設計、版型
28 等因素，實難認系爭商標對被告等收益之貢獻度為百分之
29 百，倘將被告等之所得利益均當作該款所稱「侵害商標權」
30 所得利益，其賠償金額即顯不相當，自有依商標法第71條第
31 2項規定予以酌減之必要；因此，綜合上述消費者最終選擇

01 是否購入商品之可能考量因素，應認系爭商標對被告等所得
02 利益之貢獻度為20%，亦即以2,932,239元（計算式：14,66
03 1,195元×20%=2,932,239元，小數點以下四捨五入）為合
04 理。是原告請求被告等應連帶給付2,932,239元部分，即屬
05 有據，應予准許，至逾此範圍之請求，為無理由，應予駁
06 回。

07 5.再按給付無確定期限者，債務人於債權人得請求給付時，經
08 其催告而未為給付，自受催告時起，負遲延責任。其經債權
09 人起訴而送達訴狀，或依督促程序送達支付命令，或為其他
10 相類之行為者，與催告有同一之效力，民法第229條第2項定
11 有明文。而遲延之債務，以支付金錢為標的者，債權人得請
12 求依法定利率計算之遲延利息；應負利息之債務，其利率未
13 經約定，亦無法律可據者，週年利率為百分之5，民法第233
14 條第1項、第203條亦有明定。查本件原告請求被告等連帶給
15 付之金額，並未定有給付期限，而本件起訴狀繕本係於114
16 年2月24日送達於被告等，有本院送達證書在卷可參（本院
17 卷(-)第307、309頁），是被告等應自起訴狀繕本送達之翌日
18 即114年2月25日起負遲延責任，則原告請求被告等應自114
19 年2月25日給付法定遲延利息，即屬有據，應予准許。

20 (四)原告依商標法第69條第1項之規定，請求排除及防止侵害，
21 為有理由

22 1.按商標權人對於侵害其商標權者，得請求除去之，有侵害之
23 虞者，得請求防止之，商標法第69條第1項定有明文。所謂
24 侵害，乃第三人不法妨礙商標專用權之圓滿行使，而商標專
25 用權人無忍受之義務。侵害須已現實發生，且繼續存在。所
26 謂有侵害之虞，係侵害雖未發生，就現在既存之危險狀況加
27 以判斷，其商標專用權有被侵害之可能，而有事先加以防範
28 之必要，但不以侵害曾一度發生，而有繼續被侵害之虞為必
29 要（最高法院87年度台上字第2319號民事判決意旨參照）。
30 準此，商標權人排除侵害的態樣有二，一為排除侵害請求
31 權，旨在排除現實已發生之侵害；另一為防止侵害請求權，

01 旨在對現實尚未發生之侵害予以事先加以防範。無論是排除
02 侵害、防止侵害，均不以侵害人主觀上有故意或過失為要件。
03

04 2.被告等確有上開侵害原告商標權之行為，業如前述，而被告
05 等既曾為侵害原告商標權之行為，且目前在其臉書粉絲專頁
06 及其他社群媒體上仍有出現「閩妹女裝直播」、「板妹女裝
07 直播」、「閩妹」、「板妹」之字樣（本院卷(一)第161至211
08 頁），則原告依上開規定，請求被告等均不得使用相同或近
09 似於「板妹」、「閩妹」之字樣於直播、網路購物、成衣零
10 售批發之同一或類似商品或服務，並不得用於與該商品或服
11 務有關之商業文書或廣告，或以數位影音、電子媒體、網路
12 或其他媒介物等方式為之；其已使用者並應除去，即無不
13 合，應予准許。

14 五、綜上所述，原告爰依商標法第69條第1項、第3項、民法185
15 條第1項前段之規定，請求被告等應連帶給付原告2,932,239
16 元，及自114年2月25日起至清償日止，按年息百分之五計算
17 之利息，並請求如主文第一項所示之排除及防止侵害，即為
18 有理由，應予准許。

19 六、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及所提證據，經
20 本院斟酌後，核與判決結果不生影響，爰不另逐一論述，附
21 此敘明。

22 訴訟費用負擔之依據：智慧財產案件審理法第2條，民事訴訟法
23 第79條、第85條第2項。

24 中 華 民 國 115 年 1 月 20 日

25 智慧財產第二庭

26 法 官 林怡伸

27 以上正本係照原本作成。

28 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，上
29 訴時應提出委任律師或具有智慧財產案件審理法第10條第1項但
30 書、第5項所定資格之人之委任狀；委任有前開資格者，應另附
31 具各該資格證書及釋明委任人與受任人有上開規定（詳附註）所

01 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
02 訴審裁判費。

03 中 華 民 國 115 年 1 月 20 日
04 書記官 林佳蘋

05 附註：

06 智慧財產案件審理法第10條第1項、第5項

07 智慧財產民事事件，有下列各款情形之一者，當事人應委任律師
08 為訴訟代理人。但當事人或其法定代理人具有法官、檢察官、律
09 師資格者，不在此限：

10 一、第一審民事訴訟事件，其訴訟標的金額或價額，逾民事訴訟
11 法第四百六十六條所定得上訴第三審之數額。

12 二、因專利權、電腦程式著作權、營業秘密涉訟之第一審民事訴
13 訟事件。

14 三、第二審民事訴訟事件。

15 四、起訴前聲請證據保全、保全程序及前三款訴訟事件所生其他
16 事件之聲請或抗告。

17 五、前四款之再審事件。

18 六、第三審法院之事件。

19 七、其他司法院所定應委任律師為訴訟代理人之事件。

20 當事人之配偶、三親等內之血親、二親等內之姻親，或當事人為
21 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
22 法院認為適當者，亦得為第一項訴訟代理人。

23 附圖：

24

附圖一

註冊號：02057041

商標名稱：閩妹

申請日：108年9月23日

註冊公告日：109年5月1日

商標圖樣顏色：墨色

指定使用類別及名稱

第35類：廣告企劃；廣告設計；廣告題材設計；報章廣告設計；雜誌廣告設計；網路廣告設計；各種廣告招牌設計；廣告美術設計；型錄設計；商標設計；產品簡介設計；企業識別體系設計；廣告模型設計；為企業企劃折扣卡以促銷其商品或服務為目的之服務；廣告版面設計；廣告；戶外廣告；電視廣告；電台廣告；郵購型錄廣告；廣告製作；廣告促銷模型製作；廣告資料更新；各種廣告招牌製作；廣告稿撰寫；廣告劇本編寫；廣告代理；傳播媒體廣告時段租賃；廣告宣傳；樣品分發；張貼廣告；廣告宣傳品遞送；為他人促銷產品服務；電腦網路線上廣告；商品現場示範；廣告宣傳本出版；為他人提供促銷活動；為零售目的在通訊媒體上展示商品；商店櫥窗裝飾；商店擺設設計；廣告片製作；市場行銷；電話行銷服務；為促銷的搜尋引擎最佳化；網站訪問量最佳化；每點擊付費廣告；為商業或廣告目的編網頁索引；為商業或廣告目的彙編資訊索引；飛行常客方案的管理；消費者忠誠度方案的管理；電視購物節目製作；廣告傳播策略諮詢；經由贊助體育賽事宣傳商品及服務；目標行銷；為軟體發行業者提供行銷服務；電視購物；網路購物；成衣零售批發；衣服零售批發；首飾零售批發；嬰兒用品零售批發；婦嬰用品零售批發。

閩妹

附圖二

註冊號：02057042

商標名稱：天后閩妹

申請日：108年9月23日

註冊公告日：109年5月1日

商標圖樣顏色：墨色

指定使用類別及名稱

第35類：廣告企劃；廣告設計；廣告題材設計；報章廣告設計；雜誌廣告設計；網路廣告設計；各種廣告招牌設計；廣告美術設計；型錄設計；商標設計；產品簡介設計；企業識別體系設計；廣告模型設計；為企業企劃折扣卡以促銷其商品或服務為目的之服務；廣告版面設計；廣告；戶外廣告；電視廣告；電台廣告；郵購型錄廣告；廣告製作；廣告促銷模型製作；廣告資料更新；各種廣告招牌製作；廣告稿撰寫；廣告劇本編寫；廣告代理；傳播媒體廣告時段租賃；廣告宣傳；樣品分發；張貼廣告；廣告宣傳品遞送；為他人促銷產品服務；電腦網路線上廣告；商品現場示範；廣告宣傳本出版；為他人提供促銷活動；為零售目的在通訊媒體上展示商品；商店櫥窗裝飾；商店擺設設計；廣告片製作；市場行銷；電話行銷服務；為促銷的搜尋引擎最佳化；網站訪問量最佳化；每點擊付費廣告；為商業或廣告目的編網頁索引；為商業或廣告目的彙編資訊索引；飛行常客方案的管理；消費者忠誠度方案的管理；電視購物節目製作；廣告傳播策略諮詢；經由贊助體育賽事宣傳商品及服務；目標行銷；為軟體發行業者提供行銷服務；電視購物；網路購物；成衣零售批發；衣服零售批發；首飾零售批發；嬰兒用品零售批發；婦嬰用品零售批發。

天后閩妹