

智慧財產及商業法院民事判決

114年度民商訴字第31號

原告 天后闖妹有限公司

法定代理人 陳正豪

原告 古羽庭

共同

訴訟代理人 張安婷律師

羅婉婷律師

被告 澄霖生醫國際股份有限公司

法定代理人 陳品宏

訴訟代理人 黃豐緒律師

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115年4月7日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

一、被告不得使用相同或近似於「闖妹」之字樣於營養補充品、化妝品、保養品、洗髮產品、沐浴產品、網路購物、提供不可下載之線上錄影節目及藝人表演服務之同一或類似商品或服務，並不得用於與該商品或服務有關之商業文書或廣告，或以數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物等方式為之；其已使用者並應除去。

二、被告應給付原告天后闖妹有限公司新臺幣參佰參拾參萬貳仟柒佰元，及自民國一一四年八月五日起至清償日止，按年息百分之五計算之利息。

三、原告其餘之訴駁回。

四、訴訟費用由被告負擔三分之一，餘由原告負擔。

事實及理由

壹、程序方面：

按不變更訴訟標的，而補充或更正事實上或法律上之陳述者，非為訴之變更或追加，民事訴訟法第256條定有明文。查原告起訴時，訴之聲明第一項及第二項原為：「一、被告不得並應停止使用相同或近似於中華民國註冊第02055952

01 號、第02057041號、第02057283號、第02057399號之商
02 標。」、「二、被告應將已使用相同或近似於「閩妹」之招
03 牌、廣告、網頁、通訊軟體帳號名稱及群組名稱，社群軟體
04 帳號名稱暨文章或標籤內容，或其他表徵刪除或除去。」
05 （本院卷第14頁），嗣於民國114年12月25日具狀變更上開
06 聲明為「被告應停止使用相同或類似於『澄霖閩妹』作為營
07 養補充品、化妝品、保養品、洗髮產品、沐浴產品、網路購
08 物、提供不可下載之線上影片、播客節目製作及藝人表演服
09 務等商品或服務之網頁、廣告及其他表徵。」、「被告應將
10 已使用相同或類似於『澄霖閩妹』商標之招牌、廣告、網
11 頁、社群軟體文章或標籤內容，或其他表徵撤除、刪除或除
12 去。」（本院卷第210至211頁），又於115年1月8日具狀變
13 更上開訴之聲明並合併為「被告不得使用相同或近似於『閩
14 妹』之字樣於營養補充品、化妝品、保養品、洗髮產品、沐
15 浴產品、網路購物、提供不可下載之線上錄影節目及藝人表
16 演服務之同一或類似商品或服務，並不得用於與該商品或服
17 務有關之商業文書或廣告，或以數位影音、電子媒體、網路
18 或其他媒介物等方式為之；其已使用者並應除去。」（本院
19 卷第241至242頁），核屬更正事實及法律上之陳述，非屬訴
20 之變更或追加，附此敘明。

21 貳、事實方面

22 一、原告主張：原告天后閩妹有限公司（下稱原告天后閩妹公
23 司）經原告古羽庭同意後，申請註冊「閩妹」、「天后閩
24 妹」之商標，並經經濟部智慧財產局（下稱智慧局）核准註
25 冊第02057041號、第02057399號「閩妹」商標（下稱系爭閩
26 妹商標）及註冊第02356937號、第02384914號、第02057042
27 號、第02057400號之「天后閩妹」商標（下稱系爭天后閩妹
28 商標，與系爭閩妹商標合稱系爭商標，如附圖一至六所
29 示）。詎被告未經原告等同意，即為行銷之目的，以「澄霖
30 閩妹」四字作為代言人之藝名，廣泛用於與商品有關之商業
31 文書或廣告，並架設大型看板請消費者搜尋「澄霖閩妹」，

01 且刻意模仿原告天后闖妹公司之行銷手法，於113年8月間成
02 立「澄霖闖妹」FB、IG粉專，推廣被告公司之產品，發文時
03 會同時標籤（hashtag）「#澄霖闖妹」及該產品之名稱，並
04 在FB開直播販售被告公司商品，直播之廣告文宣及背板上均
05 有顯示「澄霖闖妹」；又系爭商標係指定使用於保養品、化
06 粧品、營養補充品，被告亦將「澄霖闖妹」用於上開商品或
07 服務之類別，自有致相關消費者混淆誤認之虞，構成商標法
08 第68條第3款之侵害商標權行為，並已侵害原告古羽庭之姓
09 名權。再原告天后闖妹公司於113年10月18日以IG訊息通知
10 被告「闖妹」二字業經註冊商標在案，請求更改名稱，被告
11 已讀不回，甚且在智慧局已先行核駁「澄霖闖妹」商標申請
12 案後，仍持續使用「澄霖闖妹」商標，顯係故意侵害原告天
13 后闖妹公司之商標權及原告古羽庭之姓名權，縱認無故意，
14 亦有過失，是被告自應負損害賠償責任，原告天后闖妹公司
15 並得請求排除及防止侵害。為此，爰依商標法第69條第1
16 項、第3項、民法第19條、第184條第1項前段、第195條第1
17 項前段規定，提起本件訴訟，並聲明：(一)被告不得使用相同
18 或近似於「闖妹」之字樣於營養補充品、化妝品、保養品、
19 洗髮產品、沐浴產品、網路購物、提供不可下載之線上錄影
20 節目及藝人表演服務之同一或類似商品或服務，並不得用於
21 與該商品或服務有關之商業文書或廣告，或以數位影音、電
22 子媒體、網路或其他媒介物等方式為之；其已使用者並應除
23 去。(二)被告應給付原告天后闖妹有限公司新臺幣（下同）9,
24 123,000元，暨自起訴狀繕本送達被告之翌日起，按年息百
25 分之五計算之利息。(三)被告應給付原告古羽庭100萬元，暨
26 自起訴狀繕本送達被告之翌日起，按年息百分之五計算之利
27 息。

28 二、被告則以：「闖妹」是老闆家裡的妹妹或老闆的妹妹之簡
29 稱，或係年輕女老闆娘之意，並非原告所獨創，是系爭商標
30 之識別性不高；又被告使用之「澄霖闖妹」，已有「澄霖」
31 二字足與「闖妹」或「天后闖妹」相互區別，商標近似程度

01 不高，且由商品名稱即可判斷商品內容物不相同，是系爭商
02 標與「澄霖閩妹」所使用之商品或服務類別非相同或類似；
03 況以直播銷售商品，重在直播銷售平台直播主之個別特殊
04 性，而「澄霖閩妹」本人與原告古羽庭不論長相外型、個性
05 表現、口才對談等均不相同，消費者基於認同「澄霖閩妹」
06 直播主本人之介紹而購買其商品，自無使消費者混淆或誤認
07 之虞；縱認本件成立侵權行為，原告以零售單價之100倍計
08 算損害賠償額亦屬過高，應以1倍計算為適當。另原告古羽
09 庭並未舉證證明其藝名「閩妹」或「天后閩妹」已達著名之
10 程度，自難認有侵害原告古羽庭姓名權之情形等語，資為抗
11 辯，並聲明：(一)原告之訴駁回。(二)如受不利判決，願供擔保
12 免為假執行。

13 三、不爭執事項(本院卷第59至60頁)

14 (一)原告天后閩妹公司經原告古羽庭同意後，申請註冊「閩
15 妹」、「天后閩妹」之商標，並經經濟部智慧財產局核准註
16 冊第02057041號、第02057399號「閩妹」商標及註冊第0235
17 6937號、第02384914號、第02057042號、第02057400號之
18 「天后閩妹」商標(即系爭商標)。

19 (二)原告天后閩妹公司於113年10月18日以Messenger傳送訊息予
20 被告之FB「澄霖閩妹」官方帳號，通知「閩妹」、「天后閩
21 妹」為原告天后閩妹公司註冊在案之商標，請求被告更改官
22 方帳號名稱。

23 (三)智慧局於114年4月28日通知擬核駁被告第113065246號、第1
24 13065244號、第113065243號、第113065242號「澄霖閩妹」
25 商標註冊申請案。

26 四、得心證之理由


27 本件經整理並協議簡化爭點後(本院卷第359至360頁)，所
28 應審究者為：(一)被告以「澄霖閩妹」作為代言人之藝名，並
29 用於與商品有關之行銷廣告、經營FB及IG粉絲專頁、購物網
30 站及以直播方式販賣商品之行為，是否構成商標法第68條第
31 3款之侵害商標權行為？(二)被告有無侵害原告商標權之故意

01 或過失？如有，原告依商標法第69條第3項規定，請求被告
02 負損害賠償責任，有無理由？其損害賠償金應如何計算？以
03 若干為適當？(三)原告依商標法第69條第1項之規定，請求排
04 除及防止侵害，有無理由？(四)被告上開行為是否侵害原告古
05 羽庭之「姓名權」且情節重大？原告古羽庭依民法第184條
06 第1項前段、第195條第1項前段及第19條規定，請求被告賠
07 償精神慰撫金，有無理由？其金額以若干為適當？茲論述如
08 下：

09 (一)被告上開行為為商標使用行為，且已構成商標法第68條第3
10 款之侵害商標權行為

11 1.被告上開行為為商標使用行為

12 (1)按商標之使用，指為行銷之目的，而有下列情形之一，並足
13 以使相關消費者認識其為商標：一、將商標用於商品或其包
14 裝容器。二、持有、陳列、販賣、輸出或輸入前款之商品。
15 三、將商標用於與提供服務有關之物品。四、將商標用於與
16 商品或服務有關之商業文書或廣告；而以數位影音、電子媒
17 體、網路或其他媒介物方式為之者，亦同，商標法第5條第1
18 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
19 用，可歸納為三要件：(1)使用人係基於行銷商品或服務之目
20 的而使用；(2)需有使用商標之行為；(3)需足以使相關消費者
21 認識其為商標。所稱「需足以使相關消費者認識其為商
22 標」，意指不論該條第1項或第2項所示之情形，客觀上均足
23 以使相關消費者認識其為商標，才具有商標的識別功能，達
24 到商標使用之目的。

25 (2)查被告於113年間以「澄霖闖妹」為其臉書、IG粉絲專頁名
26 稱，並在發文及直播販售商品時均會標註「澄霖闖妹」，且
27 在大型廣告看板之設置，以文字及符號顯示「澄霖闖妹
28 」，另在創立之群組上亦以「澄霖闖妹寶寶」為群組名
29 稱，發送「澄霖闖妹」為名之一頁式廣告賣場（本院卷第10
30 0至108頁、第132至142頁、第303至309頁、第321至327
31 頁），觀諸該等臉書、IG粉絲專頁、廣告看板、群組及賣場

01 之呈現狀態，已屬將「澄霖闖妹」用於與提供商品或服務有
02 關之社群媒體、廣告看板及賣場，即屬實體或數位商業文書
03 或廣告之一種形式，且其目的在於區別指示其所提供商品之
04 來源，有表彰其商品來源之意思，足使相關消費者認識提供
05 相關商品之來源即為「澄霖闖妹」，自屬商標使用行為甚
06 明。

07 2. 被告上開行為已構成商標法第68條第3款之侵害商標權行為

08 (1) 次按未經商標權人同意，為行銷目的而有下列情形之一，為
09 侵害商標權：……二、於類似之商品或服務，使用相同於註
10 冊商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。三、於同
11 一或類似之商品或服務，使用近似於註冊商標之商標，有致
12 相關消費者混淆誤認之虞者，為侵害商標權，商標法第68條
13 第2款、第3款定有明文。又所謂商標構成相同或近似者，係
14 指以具有通常知識經驗之一般商品購買人，於購買時施以通
15 常之注意，就兩商標整體之外觀、觀念或讀音隔離觀察，有
16 無引起混同誤認之虞以為斷。所謂有致相關消費者混淆誤認
17 之虞者，係指兩商標因相同或構成近似，致使同一或類似商
18 品或服務之相關消費者，誤認兩商標為同一商標；或雖不致
19 誤認兩商標為同一商標，而極有可能誤認兩商標之商品或服
20 務為同一來源之系列商品或服務；或誤認兩商標之使用人間
21 有關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係而言（最
22 高行政法院103年度判字第99號判決意旨參照）。

23 (2) 查系爭闖妹商標為字體大小相同之中文字「闖妹」（本院卷
24 第36、40頁，如附圖一、二所示），系爭天后闖妹商標為字
25 體大小相同之中文字「天后闖妹」（本院卷第259至266頁，
26 如附圖三至六所示），且均未經任何設計，其中「天后」為
27 常見既有詞彙，有指宗教信仰中特定神明之意，抑或女性在
28 特定領域中擁有極高成就之意，並非特定人所得專用，不具
29 識別性，而「闖妹」最早則係原告古羽庭之藝名（本院卷第
30 42頁），且系爭商標之註冊均有記載「依商標法第30條第1
31 項第13款但書規定，經古羽庭（藝名：闖妹）同意申請註

冊」即明，並非早期既有常見如「老闆」或「閩娘」等詞彙，是系爭商標主要印象顯著之識別部分即為「閩妹」，且識別性甚高；而被告使用之「澄霖閩妹」則為字體大小相同、未經任何設計之中文字「澄霖閩妹」，其與系爭商標相較，雖有「澄霖」二字可資區別，但「閩妹」二字與系爭商標之讀音及文字完全相同，且較為好讀易記，識別性甚高，是予人主要印象顯著之識別部分仍為「閩妹」二字，若將其標示於相同或類似之商品或服務上時，以具有普通知識經驗之消費者，尤其於實際交易連貫唱呼之際，於購買時施以普通之注意，可能會誤認兩商品來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似之商標，且近似程度非低。再系爭閩妹商標係指定使用於廣告、電視廣告、廣告宣傳、電腦網路線上廣告、電視購物、網路購物、提供不可下載之線上錄影節目、藝人表演服務等服務（本院卷第36、40頁），系爭天后閩妹商標指定使用於化粧品、保養品、洗髮精、護髮乳、頭髮保養品、美髮品、營養補充品、廣告、電視廣告、廣告宣傳、電腦網路線上廣告、電視購物、網路購物、提供不可下載之線上錄影節目、藝人表演服務等商品或服務（本院卷第259至266頁），而「澄霖閩妹」商標則係在臉書、IG粉絲專頁及群組中行銷宣傳營養保健品、保養品、洗髮精、沐浴露等商品及直播使用（本院卷第104至108頁、第126至142頁、第303至309頁、第321至327頁），二者相較，其性質、功能、用途大致相當，於商品用途、功能、產製主體、行銷管道及購買者等因素上均具有共同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，易使相關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源，應屬相同或類似程度極高之商品或服務；且系爭商標與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別來源之標識，自具有相當識別性；另考量兩造之銷售平台雖有差異，然均屬以網路方式販賣，並以直播方式與消費者互動，且原告或被告均有在社群媒體上行銷宣傳之情形。是以上開相關因素綜合判

01 斷，應認定系爭商標與「澄霖閩妹」商標客觀上實有使相關
02 消費者誤認兩商標之商品來自同一或雖不同但有關聯之來
03 源，或誤認其使用人間存在關係企業、授權關係或其他類似
04 關係，而產生混淆誤認之虞，自己構成商標法第68條第3款
05 之商標侵權行為。被告辯稱兩商標並無混淆誤認之虞，均無
06 可採。

07 (二)被告有侵害原告商標權之過失，應負損害賠償責任

08 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
09 賠償，商標法第69條第3項定有明文。而所謂過失，乃應注
10 意能注意而不注意即欠缺注意義務之謂。構成侵權行為之過
11 失，係指抽象輕過失即欠缺善良管理人之注意義務而言。行
12 為人己否盡善良管理人之注意義務，應依事件之特性，分別
13 加以考量，因行為人之職業、危害之嚴重性、被害法益之輕
14 重、防範避免危害之代價，而有所不同（最高法院93年度台
15 上字第851號、104年度台上字第782號民事判決意旨參
16 照）。

17 2.查被告於113年間即開始以「澄霖閩妹」為其臉書、IG及群
18 組名稱，而原告雖於113年10月18日即通知被告系爭商標業
19 經原告註冊，要求被告於一週內更改名稱（本院卷第102
20 頁），且被告於113年9月13日向智慧局申請註冊「澄霖閩
21 妹」商標之申請案，業經智慧局於114年4月28日、同年6月3
22 0日就「澄霖閩妹」商標與系爭商標近似而為先行核駁通知
23 （本院卷第112頁、第216至230頁），惟原告對被告法定代
24 理人提起之刑事告訴，經檢察署檢察官為不起訴處分，並經
25 駁回再議確定（本院卷第443至448頁、第471頁），顯見
26 「澄霖閩妹」商標雖確有侵害系爭商標之疑慮，但尚無從認
27 定被告係明知侵權而仍故意為之，自難認被告係故意侵害原
28 告天后閩妹公司之商標權。然被告在使用「澄霖閩妹」商標
29 前，理應利用商標檢索系統加以查證有無侵害他人商標權之
30 可能，甚或應待申請「澄霖閩妹」商標註冊核准後始開始使
31 用，以避免侵害系爭商標，甚且在原告通知及智慧局為先行

01 核駁通知後，已知有侵害系爭商標之疑慮，卻仍未詢問商標
02 事務所代理人或諮詢相關法律專業人員，仍持續使用「澄霖
03 闖妹」商標，自有侵害原告商標權之過失甚明。是原告天后
04 闖妹公司主張被告不法侵害其商標權，應負損害賠償責任，
05 即屬有據。

06 3.被告應負損害賠償之數額：

07 (1)按商標權人請求損害賠償時，得就查獲侵害商標權商品之零
08 售單價1,500倍以下之金額。但所查獲商品超過1,500件時，
09 以其總價定賠償金額，商標法第71條第1項第3款定有明文。
10 又侵害商標權人相同品項之商品時，固應以各項商品之平均
11 單價計算損害賠償金額，然如侵害商標權人數個不同商品之
12 情形，因商標權人本得各別訴請各項侵害商品之損害賠償，
13 自不得以各項商品之平均單價計算，而應以個別商品之出售
14 單價計算損害賠償金額，且觀諸商標法第71條第1項、第2項
15 之規範體系架構，侵害商標權之損害賠償責任，並未逸脫民
16 法損害賠償理論中「填補損害」之核心概念，蓋立法者考量
17 商標侵權行為之舉證困難，故以商標法第71條第1項第3款減
18 免商標權人就實際損害額之舉證責任，並明定法定賠償額，
19 以侵害商標權商品之零售單價倍數計算，認定其實際損害
20 額。是判斷侵害商標權之損害賠償範圍，應以行為人之侵害
21 情節及商標權人所受損害為主，是以有關行為人之經營規
22 模、經濟能力、仿冒商標商品之數量、仿冒商標之相同或近
23 似程度，及行為人所可能對商標權人所創造並維護之商標權
24 所生之損害範圍及程度等均為審酌之因素。

25 (2)查原告天后闖妹公司所主張被告以「澄霖闖妹」商標行銷販
26 賣之個別商品零售單價總計為95,220元（本院卷第456
27 頁），有該等商品銷售頁面在卷可參（本院卷第126至130
28 頁），該金額亦為被告所不爭執（本院卷第458頁），應堪
29 採信。本院審酌系爭商標分於108年間或112年間即經核准註
30 冊公告在案（詳如附圖所示，本院卷第36、40頁、第259至2
31 66頁），而被告將與系爭商標近似之「澄霖闖妹」商標使用

01 於系爭商標指定使用類別相同或類似之商品或服務上，並在
02 其臉書、IG粉絲專頁、廣告看板及群組上加以行銷，足見被
03 告所為過失侵害系爭商標權行為，已使原告天后闖妹公司受
04 有相當程度之損害，且被告至遲於113年8月23日即開始使用
05 「澄霖闖妹」商標（本院卷第100頁），迄至本件言詞辯論
06 終結時，使用期間長達1年7月之久；再考量被告上開侵害行
07 為雖將可能使相關消費者混淆誤認被告販賣之商品來自原
08 告，而使原欲向原告購買商品之消費者，轉而向被告購買，
09 惟消費者最終是否選擇購入商品或向何來源購入商品，除代
10 表系爭商標之來源指向外，尚包含商品之價格、品質、效
11 用、消費者之評價等因素，以及原告天后闖妹公司係資本額
12 3,000萬元之有限公司、被告係實收資本額5,860萬元之股份
13 有限公司等一切情狀，本院認原告天后闖妹公司主張逕以個
14 別商品零售單價總額之100倍計算其損害，尚屬過高，難認
15 為相當，應以被告出售個別商品零售單價總額之35倍計算賠
16 償額，較為適當。是原告天后闖妹公司請求被告應給付3,33
17 2,700元（計算式：95,220元×35倍=3,332,700元），為有
18 理由，至逾此範圍之請求，即屬無據，應予駁回。

19 (三)原告依商標法第69條第1項之規定，請求排除及防止侵害，
20 為有理由

21 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
22 虞者，得請求防止之，商標法第69條第1項定有明文。所謂
23 侵害，乃第三人不法妨礙商標專用權之圓滿行使，而商標專
24 用權人無忍受之義務。侵害須已現實發生，且繼續存在。所
25 謂有侵害之虞，係侵害雖未發生，就現在既存之危險狀況加
26 以判斷，其商標專用權有被侵害之可能，而有事先加以防範
27 之必要，但不以侵害曾一度發生，而有繼續被侵害之虞為必
28 要（最高法院87年度台上字第2319號民事判決意旨參照）。
29 準此，商標權人排除侵害的態樣有二，一為排除侵害請求
30 權，旨在排除現實已發生之侵害；另一為防止侵害請求權，
31 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

01 侵害、防止侵害，均不以侵害人主觀上有故意或過失為要件。
02

03 2.被告確有上開侵害原告商標權之行為，業如前述，而被告既
04 曾為侵害原告商標權之行為，目前在其臉書、IG粉絲專頁及
05 群組上仍有出現「澄霖闖妹」之字樣（本院卷第104至108
06 頁、第132至142頁、第303至309頁），且迨至原告提起本件
07 訴訟後仍持續使用「澄霖闖妹」行銷其商品，則原告依上開
08 規定，請求被告不得使用相同或近似於「闖妹」之字樣於營
09 養補充品、化妝品、保養品、洗髮產品、沐浴產品、網路購
10 物、提供不可下載之線上錄影節目及藝人表演服務之同一或
11 類似商品或服務，並不得用於與該商品或服務有關之商業文
12 書或廣告，或以數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物等
13 方式為之；其已使用者並應除去，即無不合，應予准許。

14 (四)被告侵害原告古羽庭之姓名權之情節尚非重大，原告請求非
15 財產上之損害，為無理由

16 1.按姓名權受侵害者，得請求法院除去其侵害，並得請求損害
17 賠償；因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償
18 責任；不法侵害他人之其他人格法益而情節重大者，被害人
19 雖非財產上之損害，亦得請求賠償相當之金額，民法第19
20 條、第184條第1項前段、第195條第1項前段分別定有明文。

21 2.查「闖妹」為原告古羽庭之藝名，業如前述，而被告以「澄
22 霖闖妹」作為行銷商品之用，固因使用「闖妹」二字而有侵
23 害原告古羽庭姓名權之情事，惟侵害姓名權部分，被害人得
24 否請求非財產上之損害，仍以情節重大為必要，此觀民法第
25 195條第1項前段規定即明。本院考量本件被告係過失侵害原
26 告天后闖妹公司之商標權，同理，尚難認定被告係故意侵害
27 原告古羽庭之姓名權，且被告實際使用時，多同時使用「澄
28 霖闖妹」四字（本院卷第100至111頁、第303至309頁、第32
29 1至327頁），僅有少數在直播口語中出現「闖妹」二字（本
30 院卷第144頁）或在群組上有消費者以「闖妹」稱呼「澄霖
31 闖妹」（本院卷第132至142頁），並無特意廣泛單獨使用

01 「閩妹」二字；再考量被告之代言人「澄霖閩妹」直播時、
02 廣告看板之照片均有同時出現其本人，已足資區別「澄霖閩
03 妹」與原告古羽庭（即「閩妹」或「天后閩妹」）係不同之
04 人，尚無因此誤認「澄霖閩妹」之人即為原告古羽庭本人之
05 情事，此節與商標是否混淆誤認之判斷標準主要係在於比對
06 兩商標是否相同或近似，以及使用商品或服務類別是否相同
07 或類似有別；又被告雖有侵害原告古羽庭之姓名權及原告天
08 后閩妹公司之商標權，然並無因此導致社會大眾對於原告古
09 羽庭個人之信任感或評價降低，亦無損於原告古羽庭之社會
10 形象，原告古羽庭復未舉證證明其將因此受有何精神上之痛
11 苦。綜合上述，實難認定被告侵害原告古羽庭就「閩妹」二
12 字之姓名權已達情節重大之程度，是原告古羽庭請求被告應
13 給付精神慰撫金100萬元，自非有據，應予駁回。

14 (五)末按給付無確定期限者，債務人於債權人得請求給付時，經
15 其催告而未為給付，自受催告時起，負遲延責任。其經債權
16 人起訴而送達訴狀，或依督促程序送達支付命令，或為其他
17 相類之行為者，與催告有同一之效力，民法第229條第2項定
18 有明文。而遲延之債務，以支付金錢為標的者，債權人得請
19 求依法定利率計算之遲延利息；應負利息之債務，其利率未
20 經約定，亦無法律可據者，週年利率為百分之5，民法第233
21 條第1項、第203條亦有明定。查本件原告等請求被告給付之
22 金額，並未定有給付期限，而本件起訴狀繕本係於114年8月
23 4日送達於被告，有本院送達證書在卷可參（本院卷第170
24 頁），是被告應自起訴狀繕本送達之翌日即114年8月5日起
25 負遲延責任，則原告等請求被告應自114年8月5日起給付法
26 定遲延利息，即屬有據，應予准許。

27 五、綜上所述，原告依商標法第69條第1項、第3項之規定，請求
28 被告應給付原告天后閩妹公司3,332,700元，及自114年8月5
29 日起至清償日止，按年息百分之五計算之利息，並請求如主
30 文第一項所示之排除及防止侵害，即為有理由，應予准許。
31 至逾此範圍之請求，為無理由，應予駁回。

01 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
02 本院斟酌後，核與判決結果不生影響，爰不另逐一論述，附
03 此敘明。

04 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
05 第79條。

06 中 華 民 國 115 年 5 月 12 日

07 智慧財產第二庭

08 法 官 林怡伸

09 以上正本係照原本作成。

10 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
11 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
12 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
13 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
14 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
15 訴審裁判費。

16 中 華 民 國 115 年 5 月 12 日

17 書記官 林佳蘋

18 附註：

19 智慧財產案件審理法第10條第1項、第5項

20 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
21 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
22 師資格者，不在此限：

23 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
24 法第四百六十六條所定得上訴第三審之數額。

25 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
26 訟事件。

27 三、第二審民事訴訟事件。

28 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
29 事件之聲請或抗告。

30 五、前四款之再審事件。

31 六、第三審法院之事件。

01 七、其他司法院所定應委任律師為訴訟代理人之事件。
02 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
03 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
04 法院認為適當者，亦得為第一項訴訟代理人。

05 附圖：
06

附圖一

註冊號：02057041

商標名稱：闊妹

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：02057399

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41類：書刊之出版；書籍出版；書刊之發行；雜誌之出版；雜誌之發行；文獻之出版；文獻之發行；提供電子圖片線上瀏覽服務；文字撰寫（廣告稿除外）；除廣告以外的版面設計；提供線上影片欣賞服務；提供不可下載之線上錄影節目；藉由隨選視訊提供不可下載之影片；藉由隨選視訊提供不可下載之電視節目；藝人表演服務；為藝術家提供模特兒；音樂節目主持服務；影片製作；除廣告片外的影片製作；影片發行；錄影片製作；錄影片發行；碟影片製作；碟影片發行；影片錄影片碟影片之製作；唱片製作；唱片發行；錄音帶製作；錄音帶發行；伴唱帶製作；伴唱帶發行；電台育樂節目策劃；電台育樂節目製作；廣播節目製作；廣播娛樂節目製作；電視育樂節目策劃；電視娛樂節目製作；電視節目製作；電視娛樂節目之策劃製作；除廣告目的外的劇本編寫；電影劇本編寫；劇本改編；錄影帶編輯；錄影帶錄製；錄影帶剪輯；音樂錄製；音樂製作；唱片錄音服務；配音；表演節目製作；戲劇製作；配字幕；音樂作曲服務；歌曲寫作；為活動提供錄影編輯服務；除廣告片外的影片導演；舉辦娛樂活動。

閩妹

附圖三

註冊號：02356937

商標名稱：天后閩妹

申請日：112年8月1日

註冊公告日：113年2月16日

商標圖樣顏色：墨色

指定使用類別及名稱

第3類：化粧品；保養品；兒童化粧品；洗髮精；護髮乳；頭髮保養品；美髮品；人體用清潔劑；非人體用清潔劑；精油；茶浴包；非醫療用口腔清潔劑；皮革用蠟；線香；金剛鋁研磨劑；除鏽劑；動物用化粧品；動物用潔毛劑；用於清潔及除塵的罐裝加壓空氣；空氣芳香劑。

天后閩妹

附圖四

註冊號：02384914

商標名稱：天后閩妹

申請日：112年8月1日

註冊公告日：113年7月1日

商標圖樣顏色：墨色

指定使用類別及名稱

第5類：人體用藥品；醫療用冷凍乾製食品；纖維膳食補充品；益生菌營養補充品；膠原蛋白萃取營養補充品；環境衛生用消毒劑；敷藥用材料；衛生棉；隱形眼鏡清潔液；捕蟲盒；嬰兒食品；已裝藥急救箱；空氣淨化製劑；保健貼布；嬰兒用

尿布；生理期用褲；胸部護理墊；醫療用盥洗製劑；醫療用口腔洗淨劑；療癒用蠟燭式按摩油。

天后闖妹

附圖五

註冊號：02057042

商標名稱：天后闖妹

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。

天后闖妹

附圖六

註冊號：02057400

商標名稱：天后闖妹

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41類：書刊之出版；書籍出版；書刊之發行；雜誌之出版；雜誌之發行；文獻之出版；文獻之發行；提供電子圖片線上瀏覽服務；文字撰寫（廣告稿除外）；除廣告以外的版面設計；提供線上影片欣賞服務；提供不可下載之線上錄影節目；藉由隨選視訊提供不可下載之影片；藉由隨選視訊提供不可下載之電視節目；藝人表演服務；為藝術家提供模特兒；音樂節目主持服務；影片製作；除廣告片外的影片製作；影片發行；錄影片製作；錄影片發行；碟影片製作；碟影片發行；影片錄影片碟影片之製作；唱片製作；唱片發行；錄音帶製作；錄音帶發行；伴唱帶製作；伴唱帶發行；電台育樂節目策劃；電台育樂節目製作；廣播節目製作；廣播娛樂節目製作；電視育樂節目策劃；電視娛樂節目製作；電視節目製作；電視娛樂節目之策劃製作；除廣告目的外的劇本編寫；電影劇本編寫；劇本改編；錄影帶編輯；錄影帶錄製；錄影帶剪輯；音樂錄製；音樂製作；唱片錄音服務；配音；表演節目製作；戲劇製作；配字幕；音樂作曲服務；歌曲寫作；為活動提供錄影編輯服務；除廣告片外的影片導演；舉辦娛樂活動。

天后閣妹