

# 最高法院民事判決

112年度台上字第2501號

上訴人 和興國際企業有限公司

城欣科技股份有限公司

兼 共 同

法定代理人 鄭宇恩

共 同

訴訟代理人 陳家輝律師

複代理人 王昭文律師

被上訴人 榮泰健康科技股份有限公司

法定代理人 鄒劍寒

訴訟代理人 李榮唐律師

陳欣怡律師

蔡綺奇律師

上列當事人間侵害商標權有關財產權爭議等事件，上訴人對於中華民國112年7月20日智慧財產及商業法院第二審判決（111年度民商上字第21號），提起上訴，本院判決如下：

主 文

原判決除假執行部分外廢棄，發回智慧財產及商業法院。

理 由

一、本件被上訴人主張：伊所有註冊第01596547號「ISOFA」、第01642748號「iSofa及圖」、第02013524號「iSofa」、第02013526號「iSofa愛沙發及圖(一)」商標【如原判決附件之附圖(下稱附圖)1至4，下合稱系爭商標】，均為著名商標。伊於民國108年3月間發現上訴人於各網路電商、家樂福及其官網銷售之「輝葉Vsofa沙發按摩椅HY-3067A」商品(下稱系爭商品)，使用與系爭商標近似之如附圖5所示「VSOFA」商標(下稱系爭V商標)，系爭V商標與系爭商標構成高度近似，

且均使用於相同電動按摩椅商品，消費者極有可能誤認二者來自同一來源，或有高度關聯性產生混淆之虞，致減損識別性及商譽之情形。上訴人於系爭商標已成著名商標後數年始使用系爭V商標銷售相同或類似商品，有攀附動機，難謂出於善意，而系爭商標較為消費者熟悉，應受較大保護等情，爰依商標法第68條第3款、第69條第1項、第3項(原判決第3頁第11列漏載)、第70條第1款、第71條，民法第185條及公司法第23條第2項規定，求為命上訴人不得使用「Vsofa」(字母大小寫不拘)或其他相同或近似於附圖1至4所示之「ISOFA」、「iSofa及圖」之商標圖樣於註冊商品類別第10類(按摩器、電氣美容儀器、腳底按摩器、電子按摩減肥器、電動按摩椅、電動按摩椅墊、電動按摩床、搖擺機、氣血循環機、揉捏機、醫療用護具、醫療用護腰、束腹帶及醫療器具、醫療儀器、按摩器、電子針灸器、物理治療器具、電位治療器、醫療用電刺激帶、熱氣治療器具)之商品，及目錄等及其他一切網頁、書報、雜誌之廣告文宣或其他媒體之廣告，或促銷推廣商品之物品上，亦不得持有、陳列、販賣、輸出或輸入前述商品、廣告及物品，並連帶給付被上訴人新臺幣(下同)200萬元，及自起訴狀繕本送達翌日起算法定遲延利息之判決。

二、上訴人則以：系爭商標中之「ISOFA」意指我的沙發或智能沙發，附圖2商標之圖樣則為沙發椅側面圖示，均欠缺特殊識別性；而系爭V商標加大凸顯第一個字母V，係為表彰其與代言人知名藝人徐若瑄(Vivian)之密切關係，具有高度識別性，與系爭商標明顯不同，且系爭V商標已於109年5月5日取得註冊，顯見經濟部智慧財產局(下稱智財局)亦認定二商標不近似。系爭V商標實際使用時多與著名商標「輝葉」或「輝葉HUEI YEHI及圖」併排或共同使用，不致與系爭商標發生混淆誤認。況系爭商標未達著名程度，被上訴人從未單獨使用iSofa作廣告行銷，並常與「FUJI」商標併用，顯係以

01 「FUJI」作為主要行銷之商標，其請求均無理由等語，資為  
02 抗辯。

03 三、原審將第一審所為被上訴人敗訴之判決廢棄，改判如其上述  
04 聲明，無非以：被上訴人所有之附圖1(即註冊第01596547號  
05 「ISOFA」)、附圖2(即註冊第01642748號「iSofa及圖」)商  
06 標，分別經智財局於107年間商標評定書評定為著名商標，  
07 另附圖4(即註冊第02013526號「iSofa愛沙發及圖(一)」)商  
08 標)亦經智財局列名於106年7月至111年6月著名商標名錄；  
09 且被上訴人促銷系爭商標商品，已於國內開設數十家門市專  
10 櫃，並聘請藝人代言，普遍為相關消費者所知悉，堪認附圖  
11 1、2、4商標為我國著名商標。附圖1之「ISOFA」與系爭V商  
12 標均係由大寫英文字母所組成，唯一差異僅在起首字「I」  
13 與「V」，應構成高度近似。系爭商標早於系爭V商標註冊前  
14 即已註冊，二者均指定使用在第10類按摩椅等商品，亦即就  
15 指定使用之商品或服務亦構成同一或高度類似；且二者所訴  
16 求之消費者、銷售管道重疊，相關消費者極可能誤認兩商標  
17 為同一商標，或誤認兩商標之商品或服務為同一來源之系列  
18 商品或服務，或誤認兩商標之使用人間存在關係企業、授權  
19 關係、加盟關係或其他類似關係，有致相關消費者產生混淆  
20 誤認之虞。而系爭V商標使用於行銷文宣或網路平台時，多  
21 單獨以明顯字體「VSOFA」呈現，足使相關消費者將其視為  
22 商標品牌或辨識之依據，堪認上訴人係以行銷之目的使用近  
23 似於系爭商標之商標於同一或類似之商品，構成商標之使用  
24 行為，已侵害商標權。審酌上訴人申請註冊系爭V商標前，  
25 業經智財局於核駁理由先行通知書告知與系爭商標構成近  
26 似，仍執意使用系爭V商標於同一或高度類似之商品，並聘  
27 請知名藝人藉由媒體促銷，足見其獲利非薄，難謂無侵權故  
28 意；而被上訴人僅主張上訴人之系爭商品構成侵權，並請求  
29 以該商品零售單價之100倍計算損害賠償，尚稱合理。另案  
30 臺灣高雄地方法院108年度自字第19號刑事判決雖認系爭V商  
31 標與系爭商標不構成近似，惟其見解無拘束民事判決之效

力，不足以作為有利於上訴人之判斷。從而，被上訴人依商標法第68條第3款、第69條第1項、第3項、第71條第1項第3款、民法第185條及公司法第23條第2項規定，請求如其上述聲明，應予准許；至被上訴人主張商標法第70條第1款所定視為侵害商標權部分，即無審究必要等詞，為其判斷之基礎。

四、按商標權人取得商標權之範圍，以註冊公告之商標圖樣及指定使用之商品或服務為準。又判斷商標是否構成近似，應自消費者角度，整體觀察商標之圖樣，此乃因商標在商品或服務上呈現在消費者眼前係整體圖樣，並非割裂為各部分後分別呈現，即應就商標整體在外觀、觀念或讀音等方面觀察，是否達到可能誤認之近似程度。而拼音性之外文字詞商標，給予消費者之主要印象在於其讀音，如該外文有特殊設計者，並應回歸外觀之比對，尤其外文文字之起首部分在外觀與讀音上，對於整體字詞給予消費者之印象影響重大，判斷商標近似時應賦予比重較重之考量；若其標示在相同或類似之商品或服務時，須具有普通知識經驗之消費者於購買時施以普通之注意，可能會有所混淆而誤認二商品或服務來自同一來源或誤認不同來源之間有所關聯，始構成商標之近似。查系爭商標之附圖1「ISOFA」商標與系爭V商標(即附圖5)均係由大寫英文字母所組成，唯一差異僅在起首字「I」與「V」，為原審確定之事實。而SOFA(沙發)為國人常見之英文單字，使用於按摩椅商品，消費者容易視為商品之描述性說明；且「I」與「V」之讀音顯著不同，系爭V商標並刻意加大「V」，則能否謂附圖1與附圖5商標構成高度近似？已滋疑義。又商品之性質不同，往往影響消費者之注意程度，例如就日常消費品而言，消費者之普通注意程度較低，對二商標間差異之注意力較弱，容易產生近似之印象；至於專業性或價位較高之商品，消費者在選購時，通常會施以較高之注意力，較能區辨二商標間之差異而不致輕易混淆誤認。原審認被上訴人僅主張上訴人之系爭商品構成侵權，且系爭商

01 品為單價3萬3,333元至4萬9,800元之電動按摩椅，則具有普  
02 通知識經驗之消費者於購買系爭商品時，施以普通注意，自  
03 整體觀察，是否不足以區辨二者而有混淆誤認之虞？亦非無  
04 進一步研求之餘地。乃原審未遑細究，復未說明系爭商標之  
05 附圖2至4商標與系爭V商標有何近似？逕認上訴人使用近似  
06 於系爭商標之系爭V商標於同一或類似之商品，構成侵害商  
07 標權，而為不利於上訴人之判斷，不免速斷，並有判決不備  
08 理由之違背法令。上訴論旨，執以指摘原判決不當，聲明廢  
09 棄，非無理由。

10 五、據上論結，本件上訴為有理由。依民事訴訟法第477條第1  
11 項、第478條第2項，判決如主文。

12 中 華 民 國 113 年 4 月 18 日

13 最高法院智慧財產民事第二庭

14 審判長法官 盧 彥 如

15 法官 周 舒 雁

16 法官 翁 金 緞

17 法官 陳 麗 玲

18 法官 吳 麗 惠

19 本件正本證明與原本無異

20 書 記 官 賴 立 旻

21 中 華 民 國 113 年 4 月 26 日