

智慧財產法院民事判決

107年度民商更(一)字第2號

原告 金門酒廠實業股份有限公司

法定代理人 呂瑞泰

訴訟代理人 潘海濤律師

劉秋絹律師

丁偉揚律師

林佳慧律師

被告 金門遠東酒廠股份有限公司

法定代理人 林鈺城

訴訟代理人 林正杰律師

上列當事人間排除侵害商標權行為事件，本院於108年5月27日
言詞辯論終結，判決如下：

主 文

被告應停止使用相同或近似於中華民國註冊第000000000號、第00
000000號、第000000000號商標於酒類商品及其包裝、看板、網頁
、廣告或其他表徵。

被告應停止使用相同或類似於「金門遠東酒廠」、「金門遠東」
作為酒類商品之商品包裝、產品名稱、網頁、廣告及其他表徵，
且表示公司名稱須完整使用「金門遠東酒廠股份有限公司」全銜
，字體大小及字體應為一致。

被告應將已使用相同或類似於「金門遠東酒廠」、「金門遠東」
於酒類商品之庫存產品、招牌、名片、廣告、網頁或其他行銷物
品刪除或除去。

原告其餘之訴駁回。

訴訟費用由被告負擔。

事實理由

甲、案情簡介

本件原告主張：原告為我國商標註冊第000000000「金門KIN-MEN」商標、000000000「金門」商標、000000000「金門高粱酒KINMEN KAOLIANG LIQUOR」商標（下合稱據爭商標）的商標權人。被告金門遠東酒廠股份有限公司（下稱金門遠東公司）未經原告同意，即使用相同或近似於據爭商標之文字於酒類商品及服務、商品包裝等，侵害原告對於據爭商標的商標權。經原告訴請排除、防止侵害，我院曾以100年度民商訴字第30號判決原告勝訴（下稱前案）。兩造於102年4月11日達成訴訟上和解，被告同意僅得將「金門」作為產地標示，以及以通常、合理的方式使用公司名稱及產地標示，並不得割裂使用，且亦不再使用相同或近似於據爭商標文字及圖樣於相同或類似之商品、商品包裝、看板、網頁、廣告、招牌或其他表徵。但被告卻在和解成立後，仍繼續生產銷售侵害據爭商標的商品（下稱系爭商品），原告因此提起侵害訴訟，經我院106年度民商訴字第22號判決將其中排除、防止侵害請求部分，以違反前案和解既判力重複起訴為由，裁定駁回（下稱原裁定）。其後經原告抗告，我院107年度民商抗字第3號裁定廢棄原裁定，由我院一審法官續行審理。被告則提出本案應為前案和解既判力效力所及、原告不應獨占使用「金門」之地名、系爭商品的銷售並沒有侵害據爭商標權利等抗辯。

乙、程序事項

訴狀送達後，原告不得將原訴變更或追加他訴。但請求基礎事實同一的，可以不受此限制，民事訴訟法第255條第1項

第2 款有明文規定（下稱變更追加條款）。原告起訴後，於108 年4 月23日以民事準備四狀追加第二項訴聲明（詳後述，本院卷二第129- 130頁參照）。審核其此項追加，都是基於同一基礎事實，可認為符合變更追加條款規定，所以原告的追加應屬合法，可以准許。

丙、雙方的主張

壹、原告方面

一、系爭商品的包裝（下稱系爭包裝）及名稱侵害原告據爭商標權，被告應停止使用「金門遠東」、「金門遠東酒廠」等文字圖案：

系爭包裝使用金門遠東酒廠、金門遠東、金門製造、金門遠東酒中仙、金門遠東陳年高粱酒、金門遠東主題性紀念酒等文字及圖樣，有致相關消費者混淆誤認之虞：原告與被告產品均為高粱酒，屬同一商品，兩造商品之外包裝，經通體觀察，兩者頗為近似，縱被告使用之標示多了「皇家」二字，亦極易令消費者產生兩者為同一來源之系列商品或關係企業之印象。再者，據被告使用前揭標示之前，據爭商標早已註冊並為相關消費者所熟知，更何況被告故意省略「股份有限公司」等字，極易令消費者產生兩者為同一來源之系列商品或關係企業的印象，已違反商標法第68條、第69條第1 項及第2 項規定。

二、依兩造和解筆錄約定，被告不得將公司名稱割裂使用：

被告將「金門遠東酒廠股份有限公司」之公司名稱割裂為「金門遠東酒廠」單獨使用的行為，明顯違反和解筆錄約定。再者，被告雖辯稱有按照約定將公司名稱合理使用於包裝，惟和解筆錄對於被告應「以通常及合理之方式使用前開公司

名稱及產地標示」及「其公司名稱字體大小應為一致，並不得割裂使用」是併存要件，並非被告得選擇其一遵守。

三、原告公司名稱及據爭商標均屬著名商標及商業名稱／表徵，且為我國相關事業或消費者所普遍認知。被告的商標使用為攀附原告的商譽及利用原告的努力的顯失公平行為。被告經由前述行為誤導相關消費者認為其係原告或原告之關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，進而誤信其銷售的系爭商品與原告銷售的高粱酒為同一來源或其系列商品，自足以影響整體交易秩序，已違反公平交易法第22、25、29條規定。

四、綜上，原告依商標法第68條、第69條第1項及第2項；公平交易法第22條、第25條及第29條規定，請求如後述聲明所示。

五、對被告主張的回應：

(一)本案有我國商標法的適用：

我國商標法關於商標權的保護，雖以屬地主義為原則，惟所稱「屬地」，並非僅限於製造及販售地點均在台灣的，也包含於國外網路行銷但台灣人於台灣得以購買、及外銷國外但製造地於台灣等情形。而販售系爭商品的網頁（下稱系爭網頁）為「tw」之淘寶繁體中文網址，且系爭網頁亦顯示為「淘寶首頁 | 台灣」（原證4，本院卷一第104頁），可認為被告及福建省天順貿易公司（下稱天順公司）有行銷於我國市場的目的，以我國境內消費者為訴求對象；再者，商品訂購模式確實是向台灣消費者提供商品運送服務，均有符合商標法逐條釋義及商標使用之注意事項關於商標使用及屬地主義原則內涵的意旨。系爭產品進出口、代理經銷、販售的歷

01 程，全然符合受台灣商標法保護的權利要件。

02 (二)被告的商標使用，不適用商標法第36條第1項第1款：

03 被告將「金門製造」等字特意以紅底方框，製成圖樣凸顯標
04 示於系爭商品正面，容易使消費者誤以為係原告所製造生產
05 顯，顯然已非單純為說明產地之用途；又參原證18（系爭商品
06 金門遠東酒中仙照片，本院卷二第141-149 頁），被告於系
07 爭商品瓶身或外包裝上顯眼處，標示「金門遠東高粱酒」、
08 「金門遠東」以表彰其商品，而非「遠東高粱酒」、「產地
09 金門」，足以顯示被告主觀上明顯有表彰自己商品來源之意
10 思及行銷商品之目的，客觀上所標示者足以使相關消費者認
11 識其為商標，顯已構成商標之使用，難謂係以合理使用的方
12 法表示產地及公司名稱。

13 (三)系爭包裝為被告所為，且系爭商品亦為被告所販售，被告須
14 承擔相關責任：

15 1.依據上海萬瀧貿易有限公司（下稱萬瀧公司）與中國石油化
16 工股份有限公司安徽石油分公司（下稱石油公司）簽立的商
17 品採購合同第7.1 條約定，萬瀧公司出貨模式為被告直接向
18 交易第三方客戶出貨，故系爭商品應未經萬瀧公司之手。再
19 者，被告雖稱其與萬瀧公司所簽訂之產品代理協議書上記載
20 萬瀧公司得自行設計簡體版食品標籤及外盒包裝，故系爭包
21 裝非被告所為；然違反和解筆錄的印刷均為繁體字，更可證
22 明萬瀧公司既只有設計簡體字包裝的權限，繁體字包裝當為
23 被告所為；且殊難想像有台灣地區出口貨物至大陸地區印刷
24 繁體字包裝之理，故被告之抗辯無理由。

25 2.縱系爭包裝為天順公司及萬瀧公司所製造，被告亦應負責。

26 根據被告與天順公司及萬瀧公司簽立之契約的約定，可證天

01 順公司及萬瀧公司使用商標圖樣及公司名稱前均須先經被告
02 授權同意；再者，天順公司及萬瀧公司既分別為被告之地域
03 經銷系統之總代理商及代理進口商與特殊渠道供應商，則被
04 告稱其對於代理商所為包裝及銷售行為毫不知情或無同意之
05 權限，與常理有違，顯為臨訟杜撰之詞。另外，不論台灣或
06 大陸的民法，關於代理行為的法律效果均歸屬於被代理人（
07 即本人），故天順公司及萬瀧公司所為不論包裝行為或銷售
08 行為，皆歸屬於被告，被告亦須承擔其相關責任。

09 (四)據爭商標無商標法第30條第1項第9款不得註冊規定的適用
10 ，且原告已取得「金門」之商標權：

11 依我院102年度民商訴字第32號判決見解，我國酒類商品係
12 基於長久專賣制度而發展，未如歐美國家產酒區域特色，傳
13 統上沒有註冊或經認定的「酒類地理標示」，而在原告為設
14 立生產前，「金門」僅為一地理名詞，不具特別的意義，「
15 金門高粱酒」係原告於41年創先使用於所產製的高粱酒商品
16 上，經長期專賣廣泛行銷使用，「金門」二字之於酒類商品
17 ，方具有相當顯著性，具單一指示商品來源的功能。據爭商
18 標亦因此獲准註冊，由原告取得商標權。

19 六、聲明：

20 (一)被告應停止使用相同或近似於據爭商標作為酒類商品及酒類
21 服務、商品包裝、看板、網頁、廣告或其他表徵。

22 (二)被告應停止使用相同或類似於「金門遠東酒廠」及「金門遠
23 東」作為酒類商品之商品包裝、產品名稱、網頁、廣告或其
24 他表徵，且表示公司名稱時需完整使用「金門遠東酒廠股份
25 有限公司」全銜，字體大小及字體應為一致。被告並應將所
26 有庫存產品、招牌、名片、廣告、網頁或其他行銷物品含有

01 「金門遠東酒廠」、「金門遠東」之文字刪除或除去。

02 貳、被告方面

03 一、被告不同意原告之訴之追加。另外，原裁定並無違誤，本案
04 應屬同一當事人就同一法律關係而為同一之請求，為前案既
05 判力效力所及：

06 兩造和解筆錄第二項係「上訴人（即被告）不得再使用相同
07 或近似於據爭商標文字及圖樣於相同或類似之商品、商品包
08 裝、看板、網頁、廣告、招牌或其他表徵」與本案原告聲明
09 「被告金門遠東公司應停止使用相同或近似於據爭商標作為
10 酒類商品及酒類服務、商品包裝、看板、網頁、廣告或其他
11 表徵」，為同一當事人、同一法律關係（原告先後之請求，
12 皆依據其於中華民國註冊之三件商標，主張商標法等規定，
13 禁止被告日後再為侵害商標權之行為）、同一請求（兩者請
14 求文字上只有『被告不得再使用……』（前案）與本案『被
15 告應停止使用……』的差異，使用文字雖有不同，表達文義
16 實為同一，皆係規範被告未來之侵權行為），故實為同一事
17 件。

18 二、系爭包裝之「金門」標示，為產地標示，依商標法第36條第
19 1 項第1 款規定，不受他人商標權效力所拘束：

20 (一)系爭包裝外盒前後盒面上之「金門」二字橫書於「遠東高粱
21 酒」上方，二者書寫方式有由左而右，及由上而下之別，但
22 「遠東高粱酒」等字接續於「金門」二字之後，為連續書寫
23 ，且「金門」字小，「遠東高粱酒」字體大，佐以「金門遠
24 東高粱酒」右側幾乎同面積之4 行黑底白字之「金門」由來
25 文字介紹，與「金門遠東高粱酒」等字同設於深紅色外盒前
26 後盒面中之黑色長方體內，則「金門遠東高粱酒」等字予人

01 寓目的印象，應為金門出產之遠東高粱酒；系爭包裝前後盒
02 面及包裝盒右側均有明顯鮮紅底白字之「金門製造」及金色
03 字體之「金門遠東酒廠製造」等字，足見「金門」字樣為產
04 地標示無疑。

05 (二)「金門遠東酒廠」為被告公司名稱的主要部分，而「股份有
06 限公司」僅係公司依法設立的型態，縱未予標示，亦不影響
07 公司的同一性，以「金門遠東酒廠」表示被告公司，以常理
08 而論，並未超出公司名稱之通常及合理標示，亦與和解筆錄
09 之約定相符。

10 三、本案「金門」地名，不應單獨為原告所專用，且原告於中國
11 大陸並未取得「金門」地名之商標註冊：

12 「僅由描述所指定商品或服務之品質、用途、產地或相關特性
13 之說明所構成者，不得註冊」商標法第29條第1項第1款有
14 明文規定。再者，我國於91年取消菸酒專賣規定後，任何人
15 皆可依法在金門設廠產製酒類商品，且金門本地目前已有原
16 告、被告及「金門大順酒廠股份有限公司」、「金門浯江酒
17 廠實業股份有限公司」、「金門皇家酒廠股份有限公司」、
18 「酒鄉股份有限公司」、「兩宙實業股份有限公司」等7家
19 酒廠，在金門地區從事高粱酒等酒類的製造銷售，又金門所
20 產製的高粱酒其特殊風味在於花崗岩層地形而產生的特殊水
21 質及地處廈門灣內潮濕多霧的氣候，孕育當地高粱酒的特殊
22 風味，故「金門」已為金門酒類的地理標示，我國商標法亦
23 已在92年5月配合TRIPS規定進行修法，禁止任何人取得「
24 酒類地理標示」的商標專用權。

25 四、被告於102年和解後確已依約更改系爭商品之包裝，和解後
26 六年來原告皆未在我國市場再查獲被告有違約之侵權商品。

原告強求被告須完整標示「金門遠東酒廠股份有限公司」，不得僅標示公司特取部分「金門遠東酒廠」，顯非商場上通常、合理的標示方式，且逾越我國相關法律及和解契約的約定。

五、原告所提原證19網路資料，被告否認其真正。且該網路資料為2011/7/14「有關金門高粱與公賣局玉山高粱之間的關係」，與被告無涉，且作者也可能與原告有利害關係。自不能單以8年前一則網路匿名資料，即率斷認定消費者就被告之商品來源有混淆誤認之虞。另外，原告雖主張系爭商品為其在淘寶網站購得，但被告否認在該網站銷售系爭商品，且原告也沒有提出購買憑證；又依原告提出的淘寶網站網頁所示，系爭商品的網路賣家並非被告，而係天順公司，因此不足以證明被告有在網站銷售系爭商品的事實。

六、被告主張系爭商品的銷售行為地皆在中國大陸，依據「商標屬地主義」，自應依據中國大陸的商標註冊制度及其商標法規定來判定被告的銷售行為是否已構成侵害中國大陸的註冊商標或有無違反該國商標法規定。被告並否認原告於108年1月25日於大陸平潭地區台灣免稅商品市場購得之系爭商品金門遠東高粱酒的標示及外包裝，係由被告在台印製及出口；原告雖稱該系爭商品係於大陸平潭地區台灣免稅商品市場於108年1月25日購得，惟該收據顯示發票人為「平潭恒源進出口貿易有限責任公司」，並非被告公司使用之發票。原告雖引原證16旺報的新聞報導稱該免稅市場販售的商品為台灣原產地運送，據以推論該商品及包裝必係全部由被告自台灣出口。但新聞報導本來就不足採信，且由原證17第4頁高粱酒扁瓶背面標籤，記載國內經銷商為天順公司；倘若產品

及包裝為台灣原產地運送，經銷商欄位就不可能標示位於福建省的公司。

七、聲明：原告之訴駁回。

丁、法院得心證之理由

為便利兩造閱讀法官對於本案的判斷理由，以下除分點敘述外，並就各段均冠以流水段號以便查找及引述。

壹、審理過程概要

【01】本案是經過二審法院將原裁定廢棄發回，先經我院審查庭進行案件流程管理，命被告提出答辯狀，再命兩造提出爭點整理狀後，於107年9月19日將本案分由我辦理。為了達成審理集中化之目標，我根據兩造先前於書狀中之攻防情形，行文財政部關務署及財政部北區國稅局金門稽徵所，調取系爭商品的出口報關資料及商品銷售之月報表等報稅文件與產品登記文件（本院卷一第145、147頁），並依原告聲請命被告為證據開示（本院卷一第231頁）。其後，我又根據108年3月25日準備程序庭的諭知事項於同年月29日再度命續行書狀先行程序，命兩造就特定事項詳為表明（本院卷二第115頁），待兩造就本案的準備已經接近完備，我乃於同年4月29日指定於同年5月27日進行言詞辯論，並請兩造預先充分準備，勿於言詞辯論期日又臨時提出證據或爭執，以免失權（本院卷二第183頁），最後如期進行辯論，並為本判決。

貳、爭點整理及判斷

一、【02】根據兩造的攻防，本案的爭點可以整理歸納如下：

（一）本案是否為前案和解之既判力效力所及，而不能再行起訴？

（二）系爭包裝是否侵害原告就據爭商標的商標權？

01 (三)系爭包裝是否違反公平交易法第22條第1項、第25條及第29
02 條？

03 二、【03】以上爭點，經判斷結果，我認為：(一)本案並不為前案
04 和解之既判力效力所及；(二)部分系爭包裝已侵害原告就據爭
05 商標的商標權，並因此可以作成終局判決，其他爭點已沒有
06 判斷必要。以下即分別說明我作成判斷的理由。

07 參、作成判斷的理由

08 一、本案並不為前案訴訟上和解之既判力效力所及

09 (一)【04】前案訴訟上和解內容中與本案有關的部分如下：1.上
10 訴人（也就是本案被告，下同）得繼續使用「金門遠東酒廠
11 股份有限公司」及僅得將「金門」作為產地之標示，但應以
12 通常及合理之方式使用前開公司名稱及產地標示，其公司名
13 稱字體大小應為一致，並不得割裂使用；2.上訴人不得再使
14 用相同或近似於註冊第774758、978354及00000000「金門高
15 粱酒KINMEN KAOLIANG LIQUOR」等文字及圖樣於相同或類似
16 之商品、商品包裝、看板、網頁、廣告、招牌或其他表徵（
17 原證1，本院卷一第90頁）。

18 (二)【05】以上和解內容2.部分，等同於智慧財產不作為訴訟中
19 智慧財產權人的勝訴判決主文。其相較於一般金錢給付訴訟
20 的執行僅有一次性，且執行內容不需要進一步的涵攝判斷有
21 很大的不同。進一步地說，這樣的勝訴判決主文或和解內容
22 ，不會因為義務人一次性地不為相同或近似使用，即履行完
23 結其義務，義務人必須繼續性不斷地提供不為相同或近似使
24 用的不作為給付；再者，究竟義務人是否已經以符合義務本
25 旨的方式履行提供其不作為給付，有需要進一步涵攝判斷的
26 必要。雖然其涵攝判斷具有一定的判斷空間，但並不能因此

就將不作為內容限制於當初權利人提訴的侵害作為形態。在某個程度範圍內，必須將義務人的具體不作為義務，擴及到當初權利人提訴的侵害形態以外的情形（下稱不作為判決的擴張效力）。舉例而言，當初是基於義務人使用甲商標於乙商品，而為禁止義務人將甲商標用於乙商品的判決或和解內容，義務人僅是將甲商標作些微改變，以致仍在商標同一性範圍內，則憑原先判決或和解內容，還是可以禁止義務人使用些微改變後的甲商標，而不是僅能限制義務人不得使用甲商標於乙商品。如果不這樣的話，義務人將可輕易地迴避原先判決或和解內容，而架空判決或和解的強制力。如此一來，不作為訴訟將對權利人毫無意義可言，即使勝訴，也是名義或精神上的勝利，義務人將可迅速地微調其侵害形態而繼續侵權，卻不受權利人勝訴拘束。也就是說權利人根本無法透過訴訟真正解決紛爭，這無疑是侵害了權利人受憲法保障的訴訟權（相關深入討論，可以參考曹志勳，論不作為訴訟之訴訟標的，收錄於姜世明主編，訴訟標的及重覆起訴禁止理論之再省思，107年6月出版）。

（三）【06】當然，不作為判決的擴張效力到底有多大？什麼情況可以認為是擴張效力範圍內的改變？什麼情況又已經是超越擴張效力範圍的些微改變？（理論上並不以商標同一性使用的範圍為限，不排除有其他情況，也應該是擴張效力所及）兩造如果在強制執行或再行提訴時發生爭議，自應該由執行法院或承審法院來判斷。本案就是屬於後者。基本上，對於這樣的問題，我認為應該以新的使用形態是否產生實質上具有可辯論空間的法律涵攝問題作為判斷標準。如果實質上已有可辯論空間的法律涵攝問題，就應該認為已經超出原先判

01 決或和解的效力範圍，應該另訴解決其爭議；但如果純粹是
02 義務人執意提出爭議以抗拒執行，並不存在可辯論空間的法
03 律涵攝問題，那就應該認為是原先判決或和解的效力範圍。
04 但什麼又是具有可辯論空間的法律涵攝問題，這必然又衍生
05 新的問題。不過，在本案中，很幸運地，並不必處理此一問
06 題。

07 (四)【07】兩造先前已經就此發生過爭議，經原裁定認定原告已
08 屬於重覆起訴而駁回原告之訴，經抗告後，已由抗告審認定
09 不屬於重覆起訴而廢棄原裁定（我院107 年度民商抗字第 3
10 號裁定參照，本院卷一第15-19 頁）。雖然抗告審對於是否
11 重覆起訴的法律見解與我前述看法，並不完全相同，但抗告
12 審就此認定結果，我必須受其拘束，而沒有重為判斷的必要
13 ，否則抗告程序及決定都將失去其意義。

14 (五)【08】據上，本案並不為前案訴訟上和解之既判力效力所及
15 。

16 二、部分系爭包裝已侵害原告就據爭商標的商標權

17 (一)【09】在原告主張的系爭包裝中，有部分已經被告使用「金
18 門遠東酒廠」或「金門遠東」於其產製酒類商品，已經原告
19 提出被告所產銷的各該酒類商品照片為證（原證18，本院卷
20 二第141-149 頁）。就此部分，被告也已經明白自認這些原
21 證18所示的酒類商品，其確實有在金門生產及外銷（被告陳
22 報狀第一點，本院卷二第113 頁；被告並因此自認而免除相
23 關證據開示義務，故其自認應可採信；詳參108 年3 月25日
24 準備程序筆錄第4 頁，本院卷二第15頁參照）。既然這些酒
25 類商品都有在我國所轄範圍內進行生產及外銷，即有我國商
26 標法的適用（輸出也屬於商標使用的形態之一，商標法第5

條第1項第2款參照），被告抗辯因商標屬地主義所以應該依照中國大陸的商標法來判斷是否有侵害商標權（被告民事綜合辯論意旨狀第11-16頁，本院卷二第167-172頁），應該是誤會，此部分抗辯並不成立。

(二)【10】被告使用「金門遠東酒廠」、「金門遠東」於其產製的酒類商品，其使用型態是此「金門遠東酒廠」、「金門遠東」的文字使用於其酒瓶瓶身正面下方、瓶栓包裝處，其字體大小明顯可於相關消費者選購時一望即見，且也沒有與被告全名中的「股份有限公司」連用（原證18，本院卷二第141-149頁參照）。這樣的使用方式，即使在包裝上同時存在其他品名或說明，如：「遠東酒中仙」、「遠東陳年高粱酒」、「主題性紀念酒訂製」、「喜宴」等字，「金門遠東酒廠」、「金門遠東」還是具有連結該酒類商品來源的實質商標使用效果，畢竟相關消費者在選購時，在酒瓶瓶身上能夠得到的一望即見的資訊有限，在大部分情形，這些資訊中必然含有商標也就是商品來源資料。此外，由於一般商標使用也有聯盟、系列商標連用的情形，「金門遠東酒廠」、「金門遠東」也令相關消費者容易產生：「金門遠東酒廠」是據爭「金門酒廠」商標的附屬、關聯酒廠商標，「金門」商標與「遠東」商標是共同聯盟推出產品的印象或聯想，應認為已屬於商標使用。

(三)【11】被告雖抗辯有：金門是地名，不應該為原告單獨專用；僅由描述產地所構成的商標不得註冊；使公眾誤認誤認其產地的，不得註冊；被告是以符合商業交易習慣的誠實信用方法，表示其商品名稱、產地，而不受原告商標權所拘束（被告民事綜合辯論意旨狀第7-9頁，本院卷第163-165頁）

等各節，然而：

1. 【12】被告就系爭包裝所使用「金門遠東酒廠」、「金門遠東」之文字，並非只是標示為「產地：金門」，原告請求禁制被告使用「金門遠東酒廠」、「金門遠東」於酒類商品，並沒有將金門作當地名而獨占使用。
 2. 【13】雖然商標法第29條第1項第1款確實有規定：僅由描述所指定商品之產地所構成的商標，不得註冊；但同條第2項也有規定：有該款情形時，如經申請人使用且在交易上已成為申請人商品之識別標識的，並不適用。也就是商標已具有後天第二意義的，即使是產地，也可以註冊。而原告的「金門」商標，應該就是依此規定註冊，無從認為據爭商標有不得註冊情形。
 3. 【14】雖然商標法第30條第1項第8款明文規定：有使公眾誤認誤信產地疑慮的，不得註冊；但被告並沒有舉證證明說原告產製的酒類商品並不是在金門生產製造，也就無從認為據爭商標有此不得註冊事由。
 4. 【15】雖然商標法第36條第1項第1款有規定：以符合商業交易習慣之誠實信用方法，表示自己的名稱、產地，非作為商標使用的，並不受他人商標權效力所拘束。但依此規定，其名稱、產地的表示，必須「非作為商標使用」，才能有不受人商標權效力拘束的效果。而被告就系爭包裝所使用「金門遠東酒廠」、「金門遠東」之文字，有實質商標使用效果，可認為屬於商標使用，已如前述（前述第【10】段參照），自與此規定所要求「非作為商標使用」的要件不合，而無適用此款項規定的餘地。
- (四) 【16】基於以上的說明，系爭包裝中有關原證18所示部分，

01 可以認定已侵害原告就據爭商標的商標權（就「金門」商標
02 部分，屬於未經商標權人同意，為行銷目的而於同一商品，
03 使用相同於註冊商標的商標；就「金門KIN- MEN」、「金門
04 高粱酒KINMEN KAOLIANG LIQUOR」商標部分，則屬於未經商
05 標權人同意，為行銷目的而於同一商品，使用近似於註冊商
06 標的商標，有致相關消費者混淆誤認疑慮；兩者分別符合商
07 標法第68條第1 項第1 、2 款的侵害商標權規定）。至於兩
08 造對於系爭包裝其餘部分雖仍存有是否有於我國產製而用於
09 酒類商品，及其包裝的具體內容存有爭執（此部分可對照原
10 告所提出的附圖1 及被告提出的被證2 、3 ，本院卷一第79
11 -87 頁、本院卷一第299-327 頁參照）；另外，原告也有公
12 平交易法第22條、第25條、第29條的主張，但依據上述已經
13 認定的事實，已可對原告的聲明為判斷，作成終局判決，其
14 爭執及原告有關公平交易法的主張已無再為判斷認定之必要
15 ，一併於此說明。

16 三、結論

17 (一)【17】商標權人對於侵害其商標權的，可以請求除去；有侵
18 害疑慮的，可以請求防止；商標權人為除去、防止侵害的請
19 求時，可以請求銷毀侵害商標權之物品，商標法第69條第1
20 、2 項分別有明文規定。

21 (二)【18】根據以上爭點的判斷認定結果及上述法律規定，原告
22 聲明第一項，應屬於除去侵害請求，除其中酒類服務外（酒
23 類應屬於商品），可以照准（其文句整體稍有不順，而予以
24 略加調整，應不影響其同一性，以下本判決主文第三項部分
25 也有此相同情形）。原告聲明第二項如本判決主文第二項判
26 准部分，其實是在執行第一項判准聲明時，可能存有可辯論

空間的法律涵攝問題，此次既經辯論並經聲明，且其判准有利於更明確化本判決主文第一項的效力範圍，也應該加以照准。至於原告聲明第二項的其餘部分，其將「含有」「金門遠東酒廠」、「金門遠東」之文字作為權利行使基礎，將使被告單純表示公司名稱的情形，也在其刪除、除去範圍，應將其限縮範圍如本判決第三項所示（也就是將「金門遠東酒廠」、「金門遠東」為具有實質意義的商標使用），而加以准許。

(三)【19】原告聲明超過以上准許部分，無法支持，應予駁回。

(四)【20】兩造其餘攻擊防禦方法，經審酌後，我認為對於判決結果都沒有影響，不再一一論述。

中 華 民 國 108 年 6 月 24 日

智慧財產法院第三庭

法 官 蔡志宏

以上正本係照原本作成。

如對本判決上訴，須於判決送達後20日內向本院提出上訴狀。

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 108 年 6 月 24 日

書記官 張君豪