

智慧財產法院民事判決

107年度民商訴字第63號

原告 紅創意有限公司

巷1號3樓之1

法定代理人 吳慧生

被告 奇鑫國際股份有限公司

法定代理人 黃慧華

訴訟代理人 黃福雄律師

洪郁棻律師

陳政熙律師

上列當事人間侵害商標權有關財產權爭議等事件，本院於109年1月14日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

壹、程序方面

按「訴狀送達後，原告不得將原訴變更或追加他訴，但有下列各款情形之一者，不在此限：．．三、擴張或減縮應受判決事項之聲明者。．．七、不甚礙被告之防禦或訴訟之終結者。」民事訴訟法第255條第1項第3款、第7款分別定有明文。本件原告公司起訴主張被告公司自民國106年9月後，持續於Pchome商店街「姬菰點藏」商店（下稱系爭姬菰點藏商店）及「<https://www.jeelasboutique.com.tw/>」網頁（下稱系爭網頁），使用原告公司所註冊之第00000000、00000000、00000000、00000000號商標（下合稱系爭

01 商標），而請求被告給付新臺幣（下同）88萬8,888元（本
02 院卷一第13至15頁）；嗣於108年5月28日具狀擴張請求金
03 額為1,552萬6,500元（本院卷一第583頁）；而因原告公
04 司自107年9月4日起訴至本院108年9月24日言詞辯論期
05 日，期間多份書狀所載內容牽涉兩造過往訴訟事件及原告公
06 司法定代理人許多表述內容，為確認本件起訴範圍，本院於
07 上開言詞辯論期日，諭知原告公司於1個月內具狀陳報本件
08 起訴事實、請求權基礎、損害賠償計算數額及與訴之聲明之
09 對應（本院卷一第635頁）；原告公司於108年10月15日具
10 狀陳報本件侵權網站為系爭姬菡點藏商店（針對106年2月
11 6日以後及106年2月17日）及系爭網頁，本院另案107年
12 度附民字第2號則是針對101至104年間之樂天網站及部落
13 格之侵害商標權，並擴張請求金額為3,298萬500元（本院
14 卷二第5至17頁）；然此書狀內容雖可確認本件起訴內容為
15 被告公司於系爭姬菡點藏商店及系爭網頁侵害商標權之作為
16 ，但此書狀所列之請求權基礎尚與起訴內容未符，所主張侵
17 害商標權期間亦未明確，被告公司亦具狀爭執（本院卷二第
18 75至76頁），故本院再於108年11月22日言詞辯論期日，當
19 庭與原告公司法定代理人確認「本件起訴範圍為被告公司使
20 用系爭商標於系爭姬菡點藏商店及系爭網頁行銷商品而侵害
21 系爭商標；請求金額為3,298萬500元及遲延利息；訴之聲
22 明第1項之請求權基礎為商標法第69條第3項、訴之聲明第
23 2項之請求權基礎為民法第184條第1項前段；系爭姬菡點
24 藏商店侵害商標權期間為106年11月至107年9月、系爭網
25 頁侵害商標權期間為106年10月至108年3月」（本院卷二
26 第103至105頁），本院並當庭與兩造確認本件起訴範圍為

「被告公司於106 年11月至107 年9 月在系爭姬菰點藏商店及106 年10月至108 年3 月在系爭網頁，行銷侵害原告所有系爭商標之商標權之產品，此等作為同時侵害原告公司之商譽」，經兩造表示沒有意見，更與原告公司法定代理人確認無其他追加部分（本院卷二第105 頁）。故就上開原告公司訴之聲明之數額變更部分，屬於擴張應受判決事項之聲明；而對於系爭商標權受侵害期間之特定，並不妨礙本件被告公司之防禦。又原告公司於108 年12月30日具狀就訴之聲明第2 項之請求權基礎，增列民法第195 條後段規定（本院卷二第147 頁），因原告公司早以民法第184 條第1 項前段為訴之聲明第2 項之請求權基礎（本院卷二第105 頁），被告公司迄至本件言詞辯論終結，並未就增列民法第195 條後段規定為訴之聲明第2 項之請求權基礎乙事有所異議，顯見此不妨礙被告公司之防禦。故上開訴之變更或追加，依前開規定，均應予准許。

貳、實體部分

一、原告公司主張：

(一)原告公司為系爭商標（即「PHILIP B .」及「倒立花束設計圖」）之商標權人，系爭商標係指定使用於商標法施行細則第19條所定商品及服務分類表第3 及35類之商品及服務。被告公司未經原告公司同意或授權，即在系爭姬菰點藏商店及系爭網頁，使用系爭商標行銷「PHILIP B .北歐森林洗髮沐浴露」等商品，使相關消費者混淆誤認被告公司所販售之商品為PHILIP B .品牌，或與該品牌有同一來源或為合作關係之企業之虞，已侵害原告公司對系爭商標之商標權。

(二)原告公司自96年8 月起，依與PHILIP B .品牌美國原廠之契

約，取得中華民國地區系爭商標營運相關之各項使用權利，99年7月13日，被告公司之法定代理人黃慧華曾在臺北遠企購物中心向原告公司購買系爭商標商品，因此被告公司明知系爭商標存在之事實，亦未事先取得原告公司之同意，卻使用原告公司之註冊商標，具侵權之故意。再者，原告公司亦於102年5月20日向我國經濟部智慧財產局提出商標註冊之申請，由此可知，原告公司使用系爭商標發展之事實，早於102年11月11日被告公司可經營輸出入業務之日期，故被告公司就系爭商標之使用並不符善意先使用原則。

(三)被告公司抗辯已於103年7月17日將「PHILIP B .北歐森林洗髮沐浴露」自系爭姬菰點藏商店網頁下架未再販售，及證二係庫存頁面，均非事實。另系爭網頁至107年12月22日止，仍於頁面主目錄分類之「商品」，次目錄分類之「點藏品牌」，子目錄分類將系爭PHILIP B .商標文字與其他保養品競爭品牌同列。

(四)被告公司惡意侵權情節重大，應依商標法第71條第1項第3款規定，以商品零售單價1,500倍之價額計算損害賠償額，爰依商標法第68條、第69條第3項、第71條第1項第3款、民法第184條第1項前段、第195條後段，以及民事訴訟法第222條第2項等規定，提起本件訴訟。並聲明：1.被告公司應給付原告公司3,298萬500元，及自起訴狀繕本送達翌日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。2.被告公司應負擔費用，將判決主文，以長25公分、寬19公分之篇幅、10號細明體字體，分別刊登於自由時報、中國時報及蘋果日報等3報全國版面首頁或第二頁其中之一下半頁各1日。

二、被告公司抗辯：

(一)被告公司未基於行銷目的而使用「PHILIP B .」商標，自無侵害該商標之商標權可言：

原告公司提出系爭網頁（即證物3 「JEELA'S 姬菫典藏」網頁），指摘被告公司於網路廣告刊登使用「PHILIP B .」商標云云。惟按所謂廣告，係指為促使商品或勞務之銷售，使不特定多數人知悉其宣傳內容之傳播，促使他人引發商品或服務購買慾望之情報傳達或市場行銷行為，審酌上開網頁，可知被告僅單純列出PHILIP B .品牌名稱，除此之外並無販售該品牌商品；如點選網頁上PHILIP B .字樣，將出現「找不到資料，您請求的頁面無法找到，嘗試精確您的搜索，或者使用上面的導航定位文章」等語（參被證2，本院卷一第69頁），益證系爭網頁未有任何出於行銷之目的而有促使或勸進他人知悉或引發購買系爭商品慾望之情報或廣告內容。又該網頁明載「JEELA' S姬菫點藏」商家名稱以表彰服務之標示，並無攀附系爭商標權人商譽之意，一般網頁瀏覽者實不致對並未販售與行銷相關商品之網頁有所混淆或誤認。準此，被告公司未基於行銷商品或服務之目的，而使用系爭商標，非屬商標法第5條所規範之商標使用，自無涉有商標權之侵害。

(二)關於原告公司所提系爭姬菫點藏商店頁面（即證物2），為Google蒐集資料所留存之頁庫存檔，被告公司撤下相關商品已達四年之久，並未於系爭姬菫點藏商店使用系爭商標：被告公司早已於103年7月17日將「Philip B .北歐森林洗髮沐浴露」自PChome商店街網站下架未再販售，此有賣場後台系統資訊在卷可稽（被證1，本院卷一第67頁）。至於上開頁面並非現行PChome商店街購物網之有效網頁連結，而係自

01 網頁撤下產品後，遺留於Google搜尋引擎中之「頁庫存檔」
02 ，一般人非但不知該頁庫存檔之網址，更無從在該頁面進行
03 點選或操作。如進入現行有效PChome商店街購物網站，無從
04 連結至證物2 所示頁面，亦查無「Philip B .北歐森林洗髮
05 沐浴露」商品陳列於網站上。況原告公司亦自承相關商品自
06 104 年5 月20日起自Pchome網站移除，則其請求被告公司賠
07 償106 年9 月後，使用系爭商標於系爭姬菫點藏商店所生損
08 害，自無理由。

09 (三)被告公司於系爭商標註冊申請日之前，已善意先使用系爭商
10 標：

11 被告公司於101 年間真品平行輸入相關商品在國內販售，原
12 告公司嗣於102 年5 月20日向經濟部智慧財產局提出系爭商
13 標註冊申請，第000000000號、第000000000號註冊商標分別於
14 102 年11月16日及103 年3 月1 日經核准註冊並予以公告；
15 第000000000號、第000000000號註冊商標則於105 年3 月1 日
16 經核准註冊並予以公告。被告公司在系爭商標註冊申請日前
17 善意使用系爭商標，依商標法第36條第1 項第3 款規定，不
18 受原告商標權之效力所拘束。

19 (四)原告公司對於標有系爭商標之商品並無專有進口之權利，依
20 商標法第36條第2 項規定，被告公司之平行輸入行為不構成
21 商標權之侵害，更無攀附原告公司商譽之情：

22 1.按「真正商品之平行輸入，其品質與我國商標使用權人行
23 銷之同一商品相若，且無引起消費者混同、誤認、欺瞞之
24 虞者，對我國商標使用權人之營業信譽及消費者之利益均
25 無損害，並可防止我國商標使用權人獨占國內市場，控制
26 商品價格，因而促進價格之競爭，使消費者購買同一商品

有選擇之餘地，享受自由競爭之利益，於商標法之目的並不違背，在此範圍內應認為不構成侵害商標使用權。」（最高法院81年度台上字第2444號民事判決意旨參照）更已明揭我國立法政策就真品平行輸入行為採取商標權國際耗盡理論，以達成促進市場競爭、使消費者就同一商品之購買具有選擇機會等重大公益目的，灼然至明。次按，依本院105 年度刑智上易字第6 號判決見解可知商標法第36條第2 項商標權國際耗盡原則，於商標圖案於國內外由不同商標權人註冊取得之情形亦有適用。

2.又被告公司所售之商品係向美商Glamour Beauty公司購買，業有歷年來進口報單、出貨發票等客觀事證足稽（被證4，本院卷一第171 頁至第209 頁），而Glamour Beauty公司為原廠PHILIP B .公司之零售通路商，此有104 年5月27日原廠PHILIP B .公司官方網站揭示「RETAILERS : GLAMOUR BEAUTY SUPPLY (8342 WEST 3RD STRRET LOS ANGEL ES CA 90048)」為據（被證5，本院卷一第211 頁），復有Glamour beauty公司負責人Mike Melamed經公證之宣誓書明載「茲證明奇鑫公司自2012年起向Glamour Beauty公司訂購Philip B .護髮產品」、「Glamour Beauty公司是Philip B .公司的授權批發商，有兩個地址，列於Philip B .公司網站上的地址8342 West Third Street是我們的零售商店，發票上的地址1958 La Cienega Blvd是我們的辦公室」在案可參（被證6，本院卷一第213 頁至第216 頁）。另有外交部駐洛杉磯辦事處函轉Glamour Beauty公司106 年9 月29日答覆：「（法院問：貴公司是否自101 年起將Philip B .品牌商品售予位於臺北市○○

01 區○○路○段000 號4 樓，負責人為黃慧華之奇鑫國際股
02 份有限公司？）是的，我們確實售予奇鑫公司『PHILIP B
03 . 』品牌商品。」、「（法院問：上述貴公司出售予奇鑫
04 公司之Philip B .品牌商品來源為何？該商品是否由原廠
05 Philip B .公司所生產者？）是，我們是向經原廠授權之
06 批發商購買系爭商品。」為據（被證7 第2 頁，本院卷一
07 第218 頁），並檢附102 至104 年間之「採購Philip B.
08 商品單據」及「出售Philip B .商品予被告公司之發票」
09 （被證7 第5 至15頁，本院卷一第221 至230 頁、被證8
10 第3 至54頁，本院卷一第233 至284 頁）為憑。故足堪認
11 被告公司自Glamour Beauty公司購買之系爭商品係屬真品
12 無疑。

13 3.故系爭商標在美國及我國之商標權，分別由PHILIP B. 公
14 司及原告公司註冊取得，原告公司於我國取得商標權時，
15 並無專有進口之權利，故被告公司有權向原廠PHILIP B .
16 公司之零售通路商Glamour Beauty公司進口在美國製造附
17 有系爭商標之商品，該等商品固與原告公司所售者同為美
18 國原廠製造而品質相同，消費者得自行衡量代理進口商品
19 與平行輸入商品間必然產生之價格與售後服務差異，進而
20 自由抉擇應向何等通路購買，斷無誤認或混淆之虞，更無
21 攀附原告公司商譽之情。況被告公司於原告公司註冊PHIL
22 IP B. 商標前即使用該商標，並以被告公司名義於國內銷
23 售，兩造於商業上公平競爭，各自建立自己之形象與商譽
24 ，被告公司之商業形象未必低於原告公司，實無任一方之
25 商譽遭受他方攀附可言。縱原告公司有因真品銷售之價差
26 受利益減損，亦非商標法所保護之客體，不構成商標權侵

01 害。

02 (五)並聲明：1.原告之訴駁回。2.如受不利判決，願供擔保請准
03 宣告免為假執行。

04 三、得心證之理由：本件原告公司主張被告公司於106 年11月至
05 107 年9 月在系爭姬菫點藏商店及106 年10月至108 年3 月
06 在系爭網頁，行銷侵害原告公司所有系爭商標之商標權之產
07 品，侵害系爭商標之商標權及原告公司之商譽，經被告公司
08 否認，並以前詞置辯，故本件爭點為：(一)被告公司是否於10
09 6 年11月至107 年9 月期間，在系爭姬菫點藏商店行銷產品
10 ，而侵害系爭商標之商標權？(二)被告公司是否於106 年10月
11 至108 年3 月期間，在系爭網頁行銷產品，而侵害系爭商標
12 之商標權？(三)原告公司本件請求被告賠償3,298 萬500 元及
13 遲延利息與登報道歉，是否有理由？茲分述如下：

14 (一)被告公司是否於106 年11月至107 年9 月，在系爭姬菫點藏
15 商店行銷產品，而侵害系爭商標之商標權？

16 1.按「商標之使用，指為行銷之目的，而有下列情形之一，
17 並足以使相關消費者認識其為商標：一、將商標用於商品
18 或其包裝容器。二、持有、陳列、販賣、輸出或輸入前款
19 之商品。三、將商標用於與提供服務有關之物品。四、將
20 商標用於與商品或服務有關之商業文書或廣告。前項各款
21 情形，以數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物方式為
22 之者，亦同。」，商標法第5 條定有明文，因此商標之使
23 用，至少須符合：①使用人主觀上須為行銷目的而使用，
24 ②其使用在客觀上必須足以使相關消費者認識其為商標等
25 要件（最高法院106 年度台上字第1224號民事判決意旨參
26 照）。次按商標法第68條規定「未經商標權人同意，為行

銷目的而有下列情形之一者，為侵害商標權：一、於同一商品或服務，使用相同於註冊商標之商標者。二、於類似之商品或服務，使用相同於註冊商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。三、於同一或類似之商品或服務，使用近似於註冊商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者」。

2.查系爭姬菫點藏商店於107 年7 月18日、19日刊登「Philip B .北歐森林洗髮沐浴露-350ml」、「一次付清特價85折1573元」及各分期繳付款項，所刊登之產品照片並有「PHILIP B .」及「倒立花束設計圖」，有系爭姬菫點藏商店網頁列印資料附卷可憑（本院卷一第25頁、371 頁），被告公司雖抗辯：系爭姬菫點藏商店於107 年7 月18日、19日之列印資料為頁庫存檔云云，然系爭姬菫點藏商店於107 年7 月18日之列印資料，為本院另案法官實際上網列印所得資料，系爭姬菫點藏商店於107 年7 月18日、19日之列印資料，均與本院實際登錄網際網路列印其他產品之頁庫存檔所呈現之列印畫面不同（本院卷二第125 頁），故被告公司上開抗辯，實不足採。系爭姬菫點藏商店於107 年7 月18日、19日確實刊登前開文字及產品照片。然除上開兩日期外，原告公司並未舉證被告公司於106 年11月至107 年9 月期間之其餘日期，亦有刊登前開文字及產品照片，甚至自承於107 年7 月21日或22日頁面均消失（本院卷一第133 頁、第497 頁），故難認被告公司除於107 年7 月18日、19日之外，尚於106 年11月至107 年9 月期間之其他日期，在系爭姬菫點藏商店刊登前開文字及產品照片。

01 3.再以系爭姬菫點藏商店於107 年7 月18日、19日刊登之文
02 字及產品照片觀之，客觀上已足以令相關消費者認識「PH
03 ILIP B .」及「倒立花束設計圖」為商標。而被告公司抗
04 辯於103 年7 月17日已將系爭姬菫點藏商店於107 年7 月
05 18日、19日刊登照片所示之產品下架，並提出網頁列印資
06 料存卷可查（本院卷一第67頁）。經核對被告公司提出之
07 網頁列印資料所列產品名、容量、價格，均與系爭姬菫點
08 藏商店於107 年7 月18日、19日刊登照片所示之產品相符
09 ，故被告公司前開抗辯，尚非不可採信。而系爭姬菫點藏
10 商店於107 年7 月18日、19日所刊登之內容，除前述文字
11 及產品照片之外，尚載有「已售完補貨中」等語（本院卷
12 一第25頁、371 頁）。雖原告公司主張系爭姬菫點藏商店
13 於107 年7 月18日、19日所刊登之上開文字及產品照片，
14 會增加不特定消費者購買意願，更有產品編號、「補貨中
15 」等字樣，可見均有販售此產品之意，況且產品下架後，
16 還要將產品設定黑名單，才能使他人無法見到該產品資訊
17 ，被告公司未為黑名單之設定，以致不特定人由搜尋網站
18 以關鍵字搜尋，即可見系爭姬菫點藏商店上開刊登文字及
19 產品畫面，被告公司自應負責等語（本院卷一第91頁、第
20 497 頁），然被告公司既於103 年7 月17日將系爭姬菫點
21 藏商店中「北歐森林洗髮沐浴露-350ml」下架，雖被告公
22 司未為黑名單設定之作為，以致107 年7 月18日、19日仍
23 可見前開刊登文字及產品照片，是否即可推論系爭姬菫點
24 藏商店前開刊登文字及產品照片，係被告公司出於行銷目
25 的而為，實非無疑。況且以兩造間除本件民事事件之外，
26 尚有多件民事、刑事訴訟案件，及於商業競爭上互有嫌隙

之狀況，尚難認系爭姬菴點藏商店於107 月18日、19日刊登前開文字及照片，必然出於行銷目的，而為商標法第5條規定之商標使用。

4.因此，被告公司於107 年7 月18日、19日在系爭姬菴點藏商店刊登前開文字及產品照片，尚非商標法第5 條規範之商標使用，自難認被告公司上開作為，屬於行銷商品而侵害系爭商標之商標權；另無證據佐證被告公司於除107 年7 月18日、19日之106 年11月至107 年9 月期間之其他日期，在系爭姬菴點藏商店有行銷商品而侵害系爭商標之商標權之作為。

(二)被告公司是否於106 年10月至108 年3 月期間，在系爭網頁行銷產品，而侵害系爭商標之商標權？

1.查被告公司對於原告公司起訴時主張被告公司於106 年9 月後，在系爭網頁品牌列表中刊登「Philip B .」，及於原告公司特定起訴範圍為被告公司於106 年10月至108 年3 月在系爭網頁品牌列表中刊登「Philip B .」等節，均未爭執，自可認被告公司確於106 年10月至108 年3 月期間，在系爭網頁品牌列表中刊登「Philip B .」一事。

2.然系爭網頁雖列載「Philip B .」於品牌列表，惟點選「Philip B .」並無法連結任何產品一事，業據被告公司提出網頁列印資料附卷可稽（本院卷一第69頁），原告公司就此並未提出任何反證予以推翻，可見系爭網頁僅係單純在品牌列表記載「Philip B .」。而此將「Philip B .」列於系爭網頁品牌列表之作為，是否出於被告公司主觀之行銷目的，及其使用在客觀上是否令相關消費者認識其為商標，原告公司並未提出其他證據以為佐證，僅一再陳述

01 原告公司認定及判斷之內容，故縱然被告公司將「Philip
02 B . 」列於系爭網頁品牌列表，但於無法點選連結產品之
03 情況下，原告公司更無提出其他足認被告公司主觀行銷目
04 的及該使用在客觀上令相關消費者認識為商標之證據，無
05 法肯認被告公司此等作為侵害系爭商標之商標權。

06 (三)原告公司本件請求被告賠償3,298 萬500 元及遲延利息與登報
07 道歉，是否有理由？

08 1.原告公司本件起訴主張被告公司侵害系爭商標之商標權，
09 均難認有據，業如上述，故原告公司主張被告公司侵害商
10 標權，而依商標法第68條、第69條第3 項、第71條第1 項
11 第3 款等規定，請求被告公司給付3,298 萬500 元及遲延
12 利息，自屬無據。

13 2.原告公司主張被告公司侵害系爭商標之商標權之作為，同
14 時侵害原告公司商譽，而請求被告公司為訴之聲明第2 項
15 之登報道歉，然本件難認被告公司侵害系爭商標之商標權
16 ，業如前述，自無從認有侵害原告公司商譽之情事。因此
17 ，原告公司依民法第184 條第1 項前段、第195 條後段規
18 定，請求被告公司為訴之聲明第2 項之登報道歉，自無理
19 由。

20 四、綜上所述，本件原告公司依商標法第68條、第69條第3 項、
21 第71條第1 項第3 款、民法第184 條第1 項前段、第195 條
22 後段，以及民事訴訟法第222 條第2 項等規定，請求被告公
23 司應給付原告公司3,298 萬500 元，及自起訴狀繕本送達翌
24 日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息，及將判決主文
25 ，以長25公分、寬19公分之篇幅、10號細明體字體，分別刊
26 登於自由時報、中國時報及蘋果日報等3 報全國版面首頁或

01 第二頁其中之一下半頁各1 日，並無理由，不應准許，應予
02 駁回。

03 五、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊或防禦方法，經本院審酌
04 後，認均與本件之結論無涉，茲不再一一論述，併予敘明。

05 六、訴訟費用負擔之依據：民事訴訟法第78條。

06 中 華 民 國 109 年 2 月 14 日

07 智慧財產法院第三庭

08 法 官 何若薇

09 以上正本係照原本作成。

10 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。

11 如委任律師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

12 中 華 民 國 109 年 2 月 14 日

13 書記官 張君豪