

智慧財產法院民事判決

108年度民商上易字第3號

上訴人即附

帶被上訴人 前瞻國際留學遊學顧問諮詢有限公司

兼 法 定

代 理 人 魏秀旻

上二人共同

訴訟代理人 王尊民 律師

賴苡安 律師

被上訴人即

附帶上訴人 誠品股份有限公司

法定代理人 吳旻潔

訴訟代理人 賴安國 律師

楊啓元 律師

上列當事人間因侵害商標權有關財產權爭議事件，上訴人對於中華民國108年5月20日本院107年度民商訴字第3號第一審判決提起上訴，被上訴人為附帶上訴，本院於109年2月6日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

上訴駁回。

原判決關於駁回誠品股份有限公司後開第三項之訴部分，暨該部分假執行之聲請與訴訟費用負擔之裁判均廢棄。

前瞻國際留學遊學顧問諮詢有限公司、魏秀旻應再連帶給付誠品股份有限公司新臺幣壹拾肆萬壹仟肆佰柒拾柒元，並自民國一百零六年十一月二十一日起至清償日止，按年息百分之五計算之利息。

其餘附帶上訴駁回。

第一審訴訟費用（除確定部分外），分別由前瞻國際留學遊學顧問諮詢有限公司、魏秀旻負擔百分之七，餘由誠品股份有限公司負擔。

第二審訴訟費用上訴部分，由前瞻國際留學遊學顧問諮詢有限公司、魏秀旻負擔。第二審訴訟費用附帶上訴部分，由誠品股份有限公司負擔百分之九十，餘由前瞻國際留學遊學顧問諮詢有限公司、魏秀旻連帶負擔。

事實及理由

壹、程序事項：

一、本院有管轄權：

按專利法、商標法、著作權法、光碟管理條例、營業秘密法、積體電路電路布局保護法、植物品種及種苗法或公平交易法所保護之智慧財產權益所生之第一審及第二審民事訴訟事件，暨其他依法律規定或經司法院指定由智慧財產法院管轄之民事事件，均由智慧財產法院管轄。對於智慧財產事件之第一審裁判不服而上訴或抗告者，向管轄之智慧財產法院為之。智慧財產法院組織法第3條第1款、第4款與智慧財產案件審理法第7條、第19條分別定有明文。職是，智慧財產第一審民事事件並非由智慧財產法院專屬管轄，其屬優先管轄之性質，雖得由普通法院管轄，然為統一法律見解，其上訴或抗告自應由專業之智慧財產法院受理。查本件因被上訴人即附帶上訴人誠品股份有限公司（下稱被上訴人）主張上訴人即附帶被上訴人魏秀旻、前瞻國際留學遊學顧問諮詢有限公司（下稱前瞻公司，而與魏秀旻合稱上訴人）侵害如附圖所示據爭商標一至五，分別為註冊第000000000號、第000000

00號、第000000000號、第000000000號及第000000000號商標（下合稱據爭商標），並違反公平交易法規定，而原審被告鄭志鵬、驅勢文教事業有限公司（下稱驅勢公司，而與鄭志鵬、上訴人合稱原審被告）部分，因未提起上訴而告確定，本件為商標法與公平交易法所生之第二審民事事件，揆諸前揭說明，本院依法自有專屬管轄權。

二、被上訴人合法提起附帶上訴：

按被上訴人於言詞辯論終結前，得為附帶上訴，民事訴訟法第460條第1項前段定有明文。而第二審附帶上訴，其為當事人對於所受不利益之第一審終局判決聲明不服之方法，在第一審受全部勝訴判決之當事人，自無許其提起附帶上訴之理。反之，第一審所為一部勝訴與一部敗訴判決，其受一部敗訴判決之當事人提起上訴後，被上訴人得對同一判決聲明不服，提起附帶上訴，請求廢棄或變更第一審不利於己部分之判決，而擴張有利於己部分之判決（參照最高法院41年台上字第763號民事判決、73年度台抗字第496號民事裁定）。被上訴人前於民國108年9月10日，提出民事上訴答辯暨附帶上訴狀（見本院卷一第274至291頁）。係於第二審本案訴訟之言詞辯論終結前提起，且被上訴人於第一審受一部敗訴之判決（見本院卷一第14至37頁）。其自得於第二審請求廢棄或變更第一審不利於己部分之判決，而擴張有利於己部分之判決。揆諸前揭規定，被上訴人提起本件附帶上訴，經核於法並無不合，應予准許。

三、被上訴人合法追加據爭商標四與五：

（一）民事訴訟法第255條第1項第2款與第7款之要件：

按訴狀送達後，原告不得將原訴變更或追加他訴，但請求之

01 基礎事實同一、不甚礙被告之防禦及訴訟之終結者，不在此
02 限，民事訴訟法第255條第1項第2款與第7款定有明文。所謂
03 請求之基礎事實同一，係指變更或追加之訴與原訴之主要爭
04 點有其共同性，各請求利益之主張在社會生活可認為同一或
05 關連，就原請求之訴訟及證據資料，而於審理繼續進行在相
06 當程度範圍內具有同一性或一體性，得期待於後請求之審理
07 予以利用，俾先後兩請求在同一程序得加以解決，避免重複
08 審理，進而為統一解決紛爭者即屬之（參照最高法院100年
09 度台抗字第761號、101年度台抗字第404號民事裁定）。而
10 不須另行蒐集新訴訟資料之變更或追加者，符合訴訟經濟之
11 目的，均得認為不甚礙被告之防禦及訴訟之終結。

12 (二) 請求之基礎事實同一及不甚礙被告之防禦與訴訟之終結：

13 本件被上訴人於原審起訴時，僅起訴主張侵害註冊第000000
14 00號之據爭商標一、第00000000號之據爭商標二及第000000
15 00號之據爭商標三，商標圖樣均為「誠品」文字，如附圖所
16 示（見原審卷一第10至17頁）。嗣於原審追加第00000000號
17 之據爭商標四與第00000000號之據爭商標五，此有被上訴人
18 之民事準備狀在卷可稽（見原審卷二第321至340頁）。因被
19 上訴人於原審追加據爭商標四「誠品」與據爭商標五「誠品
20 講堂」，主張原審被告使用其「誠品」商標之行為，侵害被
21 上訴人所有「誠品」與「誠品講堂」商標，如附圖所示，核
22 與追加前之主要爭點為侵害據爭商標一至三「誠品」間，商
23 標圖樣相同或近似，兩者具有共同性，其請求利益具有關連
24 性，就原請求之訴訟及證據資料，在原審審理繼續進行中追
25 加後仍得予以利用，符合訴訟經濟與紛爭解決一次性等目的
26 ，請求之基礎事實自屬同一。參諸本件之審理範圍，均為上

01 訴人侵害被上訴人之據爭商標，不須另行蒐集新訴訟資料之
02 變更或追加者，自不甚妨礙上訴人之防禦及訴訟之終結。準
03 此，被上訴人於原審追加第00000000號之據爭商標四與第00
04 000000號之據爭商標五，均無須經上訴人同意，是被上訴人
05 於原審所為之追加，應予准許。

06 貳、實體事項：

07 一、被上訴人之主張：

08 (一)被上訴人於原審起訴部分：

09 被上訴人起訴聲明：1.上訴人前瞻公司與原審被告驅勢公司
10 ，或上訴人，或原審被告驅勢公司與鄭志鵬應連帶給付被上
11 訴人新臺幣（下同）200萬元，並自起訴狀繕本送達翌日起
12 至清償日止按年息5%計算之利息；2.如上訴人前瞻公司與原
13 審被告驅勢公司，或上訴人，或原審被告驅勢公司與鄭志鵬
14 為給付，則其他原審被告就其給付數額範圍內免為給付義務
15 ；3.被上訴人願供擔保，請准宣告假執行。並聲明略以：

16 1.上訴人與原審被告侵害據爭商標：

17 被上訴人為據爭商標之商標權人。上訴人前瞻公司未經被上
18 訴人同意，竟在其經營之「誠品留學中心」網站、「誠品藝
19 術學院」網站、Facebook網頁及其所經營之臺北市、桃園市
20 、中壢市、新竹市及臺中市分公司等處，使用「誠品」、「
21 誠品藝術學院」、「誠品留學」及「誠品遊學」等與據爭商
22 標相同或高度近似之圖樣。原審被告驅勢公司係與前瞻公司
23 對外共同使用「誠品驅勢顧問團隊」與「誠品驅勢留遊學代
24 辦中心」等與據爭商標相同或高度近似之圖樣，侵害被上訴
25 人之據爭商標權。

26 2.據爭商標與系爭商標有混淆誤認之虞：

01 被上訴人之據爭「誠品」商標與上訴人使用「誠品」商標（
02 下稱系爭商標）相同，上訴人將系爭商標使用在與據爭商標
03 註冊指定使用同一之服務上，違反商標法第68條第1款規定
04 。縱上訴人未違反前揭規定，其將系爭商標使用於「留、遊
05 學代辦」、「專業藝術諮詢和作品指導」、「語言考試課程
06 」、「語文考試書刊零售」服務，亦與據爭「誠品」商標指
07 定使用「舞蹈之教授或指導服務；知識或技術方面之傳授；
08 舉辦各種講座」、「代理各種圖書之進出口服務及經銷服務
09 。各種書刊、雜誌、之零售服務」服務相類似，且有致使相
10 關消費者混淆誤認之可能。縱可認上訴人使用系爭商標於藝
11 術學院之行為，可解釋為以誠品藝術學院作為商標，然「誠
12 品藝術學院」商標與被上訴人之據爭商標五「誠品講堂」，
13 為近似商標，且同時使用在同一或類似服務，客觀上存在使
14 相關消費者混淆誤認之可能性。

15 3.上訴人有減損據爭商標識別性之虞：

16 據爭「誠品」商標對一般消費大眾及「留學代辦」主要服務
17 對象為著名商標，被上訴人並有多角化經營之情形。上訴人
18 明知被上訴人所有之據爭商標為全國著名商標，竟未經同意
19 擅自使用相同「誠品」或至少近似之「誠品藝術學院」等商
20 標，以行銷自己經營之「語言考試課程、留遊學代辦、專業
21 藝術諮詢與作品指導、語文考試書刊零售」服務。將使被上
22 訴人所有著名商標與其所表彰之商品或服務來源間之關聯性
23 遭淡化，而有使著名商標之識別性受減損、貶值、稀釋或沖
24 淡之危險，自有減損識別性之虞，而違反商標法第70條第1
25 款及第2款規定。

26 4.上訴人違反公平交易法第25條及第30條規定：

上訴人意圖為不當競爭手段，以節省公關行銷與品牌開發成本，蓄意利用他人努力以推展自己商品或服務，自屬詐取他人努力成果之顯失公平行為，已違反公平交易法第25條及第30條規定。

5.上訴人與原審被告應連帶負損害賠償責任200 萬元：

上訴人擅以系爭誠品商標，經營提供消費者有關專業藝術諮詢與作品指導、留遊學代辦、語文考試課程、語文考試書刊零售等服務，至少逾千件。一般留學代辦服務費用約為3萬元至10萬元，以其自承服務上千位計算，其侵害商標權行為所涉營業收入已達3千萬至1億元。以一般商標授權之權利金8%計算，上訴人之不當得利金額在240萬元至800萬元。依財政部公告之同業共同利益標準，代辦留學服務之淨利率為14%。是上訴人不法管理事務所得利益已高達420萬元至1,400萬元。準此，被上訴人僅請求200萬元，為有理由。

(二)原審為被上訴人部分敗訴之判決，被上訴人答辯聲明上訴駁回，並提起附帶上訴，其聲明：1.原判決駁回被上訴人之訴之部分廢棄；2.上開廢棄部分，上訴人應再給付被上訴人1,541,477 元；3.第二項所命給付，被上訴人願供擔保，請准宣告假執行。並主張如後：

1.上訴人使用系爭商標之相同商標：

上訴人有將系爭商標作為商標使用之行為，不適用商標法第36條第1項第1款規定。上訴人使用系爭商標在公司門面，明顯凸顯「誠品」文字作為商標使用，作為提供留遊學顧問服務之商標，並在公司提供服務之位置圖上標示「誠品」商標。上訴人使用之系爭商標，除與據爭「誠品」商標為相同商標，亦與據爭「誠品講堂」商標為近似商標。縱依上訴人主

張，認其係使用「誠品留學」、「誠品藝術學院」商標，然該等商標亦屬據爭商標之近似商標。職是，上訴人有使用系爭商標之行為。

2.上訴人將系爭商標使用於指定服務之同一服務：

留遊學代辦必然包含「留遊學諮詢」，即留遊學知識或申請學校等技術之傳授，其與「知識或技術之傳授」屬同一服務。被上訴人雖早期註冊「4103知識或技術之傳授/知識或技術方面之傳授」服務，然現已修正為「4103教育服務」，而未改變其註冊之服務項目之群組、性質。而98年11月1日公告，原4104群組代碼「代辦申請有關國外各學院及大學」刪除群組，移至「4103」，而99年將「代辦申請有關國外各學院」列為4103。準此，「教育服務」與「代辦申請有關國外各學院」為類似服務。

3.上訴人違反商標法第68條第1項第1款至第3款規定：

認定上訴人違反商標法第68條第1項第1款規定，本無須判斷是否有致相關消費者混淆誤認之虞，況上訴人行為確有造成消費者混淆誤認之虞。商標法第68條第1項第2款與第3款得適用初始興趣理論，在使用系爭商標而構成侵害商標權之情況，判斷混淆誤認之虞，應適用初始興趣混淆理論。職是，上訴人行為違反商標法第68條第1項第1款至3款、商標法第70條第1項第1款、第2款及公平交易法第25條，不得主張商標法第36條第1項第1款之免責事由。

4.上訴人隱匿銷售金額：

上訴人在其網頁資料中，自承已成功為上千位同學爭取開啟國外一流大學之門等語。上訴人所稱成功案例，為上訴人使用「誠品」商標所提供與完成之服務，所獲利益屬商標法第

71條第1項第2款「侵害商標權行為所得之利益」。相對於上千筆成功案例，附帶被上訴人所提出之發票，僅有12張，可證有隱匿未報之事實。

5.上訴人應負200萬元之損害賠償責任：

依商標法第71條第1項第2款規定，至少應算入上訴人所陳報之全部發票金額，原審認定合計620,477元；考慮上訴人網頁上自承完成服務上千人次之事實，應以被上訴人陳報發票之平均單價52,145元，以至少上千人次即1000倍，計算得請求之損害賠償金額為52,145,000元，逾被上訴人請求賠償金額200萬元之26倍，縱依商標法第71條第2項酌減，除非酌減程度逾26倍，否則酌減後仍將高於被上訴人之請求金額。準此，被上訴人僅請求200萬元，為有理由。

二、原審為上訴人部分敗訴之判決，上訴人上訴聲明：(一)原判決不利於上訴人部分暨該部分假執行均廢棄；(二)於前項廢棄範圍，被上訴人原審之訴駁回；(三)如獲不利判決，上訴人願供擔保請准宣告免於假執行。就被上訴人之附帶上訴答辯聲明：(一)附帶上訴駁回；(二)如獲不利判決，上訴人願供擔保請准宣告免為假執行。並主張如後：

(一)誠品留學及誠品藝術學院未為商標使用：

1.應整體觀察上訴人商標之使用情形：

上訴人前瞻公司變更公司名稱前，使用「誠品留學」、「誠品藝術學院」、「誠品留遊學代辦中心」文字，並未將「誠品」文字單獨使用，在實際之使用情形，係與前瞻公司視覺上經特殊設計醒目之企業識別標識「皇冠設計圖」，併同標註使用，或結合前瞻公司之業務種類及營業屬性文字，諸如「誠品留學中心」、「誠品留遊學代辦中心」或「誠品藝術

學院」，有關公司經營營業項目或服務本身特性描述說明文字，足使相關消費者區辨異同之顯著特徵，並無意攀附或襲用據爭商標之商譽。再者，上訴人前瞻公司在版面配置、字體字型、字樣大小及外觀顏色視覺設計，未刻意突顯、醒目變化「誠品」文字，未將「誠品」文字作為吸引相關消費者關注焦點或醒目特徵，無攀附被上訴人商譽或意圖使消費者混淆誤認之意。

2. 上訴人適用商標法第36條第1項第1款規定：

國內經營留遊學代辦服務業者依法應成立公司組織，其留遊學代辦服務通常以代辦中心之型態提供服務，並於代辦中心營業場所名稱前面冠以公司名稱，為同業業者普遍常見，其留學中心或教育諮詢中心前面冠以公司名稱，僅作為營業主體名稱及表彰所營事業，並非商標使用，且為國內相關消費者依其通常理解所得認知。而上訴人前瞻公司變更公司名稱前使用「誠品留遊學中心」文字，其與國內留遊學代辦服務業者商業交易習慣之誠實信用方法相符，係善意冠名使用與作為營業主體表徵之交易常情，非屬商標法第5條商標使用之要件。準此，上訴人前瞻公司變更公司名稱，前於網站網頁出現「誠品留學中心」文字，係為表彰網站之建置主體公司名稱使用，且係在說明留遊學代辦服務的項目或品質、特性之一般描述性用語，或為地圖標記符號使用，均非為商標之使用，屬遊學代辦同業業者之一般商業交易習慣之誠實信用方法，為不受商標權拘束之事由。

(二) 上訴人使用系爭商標行為未違反商標法第68條規定：

1. 判斷商標近似性應以整體審查為原則：

上訴人前瞻公司變更公司名稱前使用「誠品留學中心」、「

01 誠品藝術學院」、「誠品留遊學代辦中心」文字，並未將「
02 誠品」文字單獨使用，在實際使用情形，係與前瞻公司視覺
03 上經特殊設計醒目之企業識別標識「皇冠設計圖」併同標註
04 使用，成為「誠品留遊學顧問中心」，或結合前瞻公司業務
05 種類及營業屬性文字，如「留學中心」及「藝術學院」服務
06 項目，成為「誠品留學中心」、「誠品留遊學代辦中心」及
07 「誠品藝術學院」服務特性，足資相關消費者區辨異同之顯
08 著特徵，且在版面配置、字體字型、字樣大小及外觀顏色視
09 覺設計上，亦未刻意突顯、醒目變化「誠品」文字，未將「
10 誠品」文字作為吸引相關消費者關注焦點或醒目特徵。

11 2. 商標近似判斷應依相關消費者之注意能力及程度為基準：

12 上訴人前瞻公司提供留遊學代辦服務之消費族群，並非普通
13 日常消費商品或日常服務，為跨越國境以外其他國家地區之
14 文化教育就學、外國語言學習及觀光旅遊之專業顧問諮詢服
15 務，其從業人員應具備高度專業能力、外國語言門檻能力及
16 相關資格，而對於留遊學代辦服務潛在需求或實際消費之消
17 費族群對象，通常具備較高之注意能力，且會選擇與多方比
18 較服務品質及可信賴感，並施以較高之注意程度，特別重視
19 或要求留遊學代辦服務業者之資格、能力及口碑等評價，而
20 相關消費者多以指名特定代辦業者、親友推薦分享或慕名而
21 來居多，並不會徒以「誠品」文字，而誤認其留遊學代辦之
22 服務業者。

23 (三) 兩商標未指定使用同一商品或服務：

24 1. 上訴人使用誠品藝術學院非使用於同一服務或商品：

25 參諸被上訴人誠品公司提出官網網頁截圖可知，截圖明白指
26 出係提供代辦世界知名藝術大專院校之藝術家旅遊學習之旅

之意。而依誠品藝術學院網頁截圖之本身，並無法認定有提供「專業藝術諮詢、作品集指導」服務。依教育部頒布「留遊學服務業分工管理機制處理原則」第2條可知，入學之諮詢、安排或代辦手續等業務，依法屬於留遊學服務業提供之業務範疇。

2. 類似性應依一般社會通念及市場交易情形為審查基準：

(1) 原審認定同一服務有誤：

商品或服務同一或類似性之判斷，應以一般社會通念及市場交易情形為審查基準，並不能脫離一般具有普通知識水平之相關消費者可能產生之認知，為實務所持之法律見解。原審並未依一般社會通念及市場交易情形，詳予審究「留遊學代辦服務」與「知識或技術之傳授」究否為同一或類似服務，逕認為同一服務，為無理由。

(2) 知識或技術之傳授與留遊學代辦服務不同：

「知識或技術之傳授」與「留遊學代辦服務」依其性質及本質上差異不同，不論採取舊分類或國際分類後，均認定為不同服務結果並未改變。綜觀歷史沿革之脈絡，不論採舊分類或國際分類，原雖將「知識或技術之傳授」與「代辦申請有關國外各學院及大學之入學許可及提供有關資料與消息」為兩相分項併列，然其性質不同為不類似服務。嗣後有見於「知識或技術之傳授」概念太過於廣泛，乃逐步修正與限縮「知識或技術之傳授」概念涵攝範圍，故不得將「知識或技術之傳授」列為指定之服務名稱，並以「教育服務」、「補習班」等具體服務名稱，取而代之或替換使用。準此，「知識或技術傳授」概念，其與「代辦留遊學服務」為不類似服務。

01 3. 據爭商標指定服務與上訴人之服務項目為不同服務：

02 (1) 兩者非相同或類似服務：

03 依據爭商標一「誠品」指定使用於「知識或技術方面之傳授
04 」服務；據爭商標二「誠品」商標指定使用於「知識或技術
05 之傳授」服務，雖均有「知識或技術之傳授」作為指定服務
06 名稱，惟「知識或技術之傳授」服務與「代辦留遊學服務」
07 ，兩者為不類似服務之本質。參諸依經濟部智慧財產局（下
08 稱智慧局）中台廢字第L000000000號商標廢止處分書意旨可
09 知，指定使用「代辦申請有關國外各學院及大學之入學許可
10 及提供有關資料與消息」服務，係為他人提供國外大學相關
11 入學許可之代辦業務或相關訊息之提供，其與使用之語文補
12 習班、安親班等服務性質，仍屬有別，尚難認有合法使用。
13 職是，「語文補習班」、「知識或技術之傳授」及「代辦留
14 遊學服務」，其性質及本質迥然有別，並非類似之服務。

15 (2) 兩者服務市場有區隔：

16 上訴人前瞻公司提供「留遊學代辦服務」，依教育部頒「海
17 外留學定型化契約應記載及不得記載事項」，所謂海外留學
18 ，係指到境外（不含大陸地區）合法設立之教育機構就讀或
19 研習課程，以取得學歷、文憑、資格或證照。依「海外旅遊
20 學習契約應記載及不得記載事項」，所謂海外旅遊學習，係
21 指赴國外研修機構研修或海外旅遊學習活動之旅遊。是留遊
22 學代辦服務業者係提供消費者遠赴海外，而離開我國境內就
23 學、就讀、研習課程或赴國外研修機構研修及海外旅遊學習
24 活動，其滿足消費者需求為國外世界各地區之就學就讀及學
25 習旅遊。據爭商標一指定使用於「舞蹈之教授或指導服務」
26 、「知識或技術方面之傳授」相類於補習班之教育服務，係

在我國境內提供消費者舞蹈知識或技能之傳授及指導為目的，其與「留遊學代辦服務」為跨國境之海外留遊學服務，在服務提供業者、滿足消費者需求及目的、訴求消費族群等市場因素，並無共同或重疊，其市場區隔有別，且營業利益不甚衝突，兩者不相同與非類似。

(四) 使用誠品留學或誠品藝術學院不生混淆誤認之虞：

相關消費者在實際交易之際，已可清楚區辨「誠品留學」表彰服務之正確來源，並不會與據爭商標產生混淆誤認可能之事實。申言之，上訴人前瞻公司依我國教育主管機關對於留遊學代辦業者所制訂定型化契約範本，提供留遊學代辦服務，並遵循法令相關規範，應踐行提供符合「海外留學定型化契約範本」書面契約條款，賦予相關消費者事先審閱之程序上義務，且在合約主體上應表明「留學服務業者名稱」、「負責人姓名」、「公司設立登記日期」、「業者立案日期及字號」等，足資辨認營業主體之特徵。職是，提供留遊學服務代辦業者資格，為契約應記載之法定重要事項，相關消費者依記載得以具體特定其代辦業者，且認識及瞭解其公司負責人等背景資格，不可能對留遊學服務代辦業者產生混淆誤認之虞。

(五) 上訴人已舉證證明必要成本費用：

依上訴人前瞻公司提出之103至106年度之歷年度「年度損益及稅額計算表」及「資產負債表」，詳細記載各年度「營業成本」及「營業費用及損失總額」彙總項目及細項分類，暨各會計項目的「帳載結算金額」及「自行依法調整後金額」，可知各年度營業收入，並不足敷營業成本及營業費用支出，處於虧損狀態。縱依被上訴人主張之不當得利授權金，係

以營業額之8%為計算，或依同業利潤標準之代辦留遊學服務業之淨利率14%為基準，依原審認定之458,523元營業額作為計算基礎，其不當得利8%授權金應為36,682元（計算式：458,523元 $\times$ 8%=36,681.84元，元以下四捨五入）。而依淨利率14%計算之營業利益應為64,193元（計算式：458,523元 $\times$ 14%=64,193.22元，元以下四捨五入）。準此，原審命上訴人應給付之金額，其判決理由不備。

(六) 上訴人未違反商標法第70條第1項第1條與第2款：

被上訴人未善盡舉證責任證明據爭商標已成為著名商標之前提事實，且在國內已高達79家公司登記特取名稱使用「誠品」文字，不會使消費者產生強烈指向單一來源之深刻印象，上訴人前瞻公司更名前使用「誠品留學」為公司特取名稱，在「誠品」文字經廣泛普遍一般使用而使其來源分散，且趨於模糊之消費者印象中，並不會使消費者產生與誠品公司為同一或有關連來源之錯誤聯想或過度影射，並無攀附據爭商標商譽之不正競爭惡意。況上訴人前瞻公司更名前特取名稱亦未單獨使用「誠品」文字，係依委託公司登記之專業會計師建議，同時連結並加註「留學」業務種類或營業項目，可資區辨文字，使消費者得以區辨為不同公司營業主體，並無侵害據爭商標之直接故意。參諸依國內留遊學代辦業者經營模式及契約法定應記載事項，應表明業者名稱及立案日期，使消費者得以輕易區辨其代辦業者，不致有混淆誤認之可能性，自無混淆誤認之虞或減損識別性或信譽之虞。

(七) 上訴人未違反公平交易法第25條規定：

公平交易法第22條第2項明定依法取得註冊商標權，不適用公平交易法，而公平交易法第25條僅為補充規範性質，被上

01 訴人以誠品文字依法註冊取得商標，依商標法賦予商標排他
02 權範圍之保護即為已足，並無適用補充規範性質之餘地。況
03 被上訴人未證明有何足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平行
04 為之要件事實，不適用公平交易法第25條規定。

05 參、本院得心證之理由：

06 一、整理與協議簡化爭點：

07 按受命法官為闡明訴訟關係，得整理並協議簡化爭點，民事
08 訴訟法第270條之1第1項第3款與第463條分別定有明文。法
09 院於言詞辯論期日，依據兩造主張之事實與證據，經簡化爭
10 點協議，作為本件訴訟中攻擊與防禦之範圍。茲說明如後（
11 見本院卷二第15至26頁之108年11月22日準備程序筆錄）：

12 (一)兩造不爭執事項：

13 1.被上訴人為我國商標註冊第00000000、00000000、00000000
14 、00000000號「誠品」商標及第00000000號「誠品講堂」商
15 標之商標權人，據爭商標指定商品與服務範圍，如附圖所示
16 。

17 2.上訴人前瞻公司、魏秀旻自103年10月22日起至106年9月5日
18 日，以「誠品」作為公司名稱使用，嗣後更換公司名稱為現
19 名迄今。

20 (二)兩造主要爭點：

21 當事人主要爭執如後：1.上訴人更名前，使用「誠品」文字
22 ，是否符合商標法第5條之商標使用？2.上訴人是否有商標
23 法第68條第1至3款規定之直接侵害據爭商標行為？3.本件有
24 無商標法第36條第1項第1款之免責事由適用？4.上訴人是否
25 有商標法第70條第1款、第2款規定之間接侵害據爭商標行為
26 ？5.上訴人使用系爭商標之行為，是否違反公平交易法第25

條規定？6.被上訴人請求以商標法第69條第3項、公司法第23條及公平交易法第30條規定，請求上訴人負連帶損害賠償責任有無理由？倘有理由，損害賠償額應如何計算？

二、上訴人使用系爭商標成立直接侵害據爭商標：

按未經商標權人同意，為行銷目的而有下列情形之一，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。商標法第68條定有明文。成立本法第68條之直接侵權，係兩者商品或服務同一，且註冊商標或標章相同，而作為商標使用者，不以有致混淆誤認之虞為侵害商標權要件。所謂相同商標者，係指兩者圖樣完全相同，難以區分而言。被上訴人主張上訴人使用系爭商標之行為，成立商標法第68條之侵害據爭商標等語。上訴人抗辯稱其使用系爭商標，並非商標法第5條之商標使用，不成立商標侵害云云。職是，因直接侵害商標之成立，必須侵權行為人有使用商標之行為，故本院應先探討上訴人是否有使用「誠品」文字之行為；繼而審究上訴人有無違反商標法第68條之侵害商標之行為；最後判斷本件有無商標法第36條第1項第1款之免責事由適用（參照本院整理當事人爭執事項1至3）。

(一)商標使用之要件：

按商標之使用，係指為行銷之目的，而有下列情形之一，並足以使相關消費者認識其為商標：1.將商標用於商品或其包裝容器；2.持有、陳列、販賣、輸出或輸入前款之商品；3.將商標用於與提供服務有關之物品。4.將商標用於與商品或

01 服務有關之商業文書或廣告。前項各款情形，以數位影音、
02 電子媒體、網路或其他媒介物方式為之者。商標法第5條第
03 1項、第2項定有明文。所謂行銷者，係指向市場銷售作為商
04 業交易而言，行銷範圍包含國內市場或外銷市場。準此，被
05 上訴人應舉證證明上訴人有行銷商品之目的，並有標示系爭
06 商標之積極行為，而所標示者足以使相關消費者認識其為商
07 標，始可認定上訴人使用「誠品」文字行為，符合商標之使
08 用要件（參照本院整理當事人爭執事項1）。

09 (二)上訴人使用系爭商標行銷其服務項目：

10 上訴人前瞻公司前於106年4月間未經被上訴人同意，使用「
11 誠品留學」、「誠品藝術學院」字樣，在其所經營之網站及
12 臉書網頁，經被上訴人提出經臺灣臺北地方法院公證人彭莉
13 婷於106年4月18日親自體驗之各網站、臉書網頁瀏覽列印本
14 為證（見原審卷一第25至59頁之原證3）。參諸各網站、臉
15 書網頁瀏覽列印本以觀，使用「誠品留學」、「誠品藝術學
16 院」文字，在於區別指示其所提出留學代辦服務及專業藝術
17 諮詢、作品集指導服務之來源，上訴人有使用系爭商標行銷
18 之主觀意思，其標示「誠品」文字在於使相關消費者認識系
19 爭商標，以行銷其服務項目，實質上具有商標使用之功能。
20 揆諸前揭見解，上訴人使用系爭商標具有行銷之目的，將系
21 爭商標用於與服務有關之網路廣告，足以使相關消費者認識
22 其為商標，核其行為為商標法第5條之商標使用要件。

23 三、上訴人違反商標法第68條第1款至第3款規定：

24 (一)商標法第68條規定之審查因素：

25 商標法第68條第1款至第3款之直接侵害商標行為，為不同之
26 侵害態樣，申言之：1.同法第1款之直接侵害商標行為，係

兩者商品或服務同一，且註冊商標或標章相同，而作為商標使用者，不以有致混淆誤認之虞為侵害商標權要件。所謂相同商標者，係指兩者圖樣完全相同，難以區分而言。2.成立同條第2款之直接侵害商標要件如後：(1)商品或服務類似；(2)註冊商標或標章相同；(3)致相關消費者混淆誤認之虞；(4)作為商標使用。3.成立商標法第68條第3款之直接侵權要件如後：(1)作為商標使用；(2)註冊商標或標章近似；(3)商品或服務同一或類似；(4)致相關消費者混淆誤認之虞。被上訴人主張上訴人使用系爭商標，成立商標法第68條第1款至第3款之侵害據爭商標行為等語。上訴人抗辯稱其使用系爭商標行為，不成立直接侵害據爭商標之行為云云。職是，本院應分別探討上訴人有無違反商標法第68條第1款至第3款之侵害商標之行為（參照本院整理當事人爭執事項2）。

(二)系爭商標與據爭商標致相關消費者混淆誤認：

所謂有致相關消費者混淆誤認之虞者，係指兩商標因相同或構成近似，致使同一或類似商品或服務之相關消費者，誤認兩商標為同一商標；或雖不致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有關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係而言。簡言之，商標有使相關消費者對其表彰之商品或服務之來源或產製主體，發生混淆誤認之虞而言（參照最高行政法院98年度判字第455號行政判決）。故判斷有無混淆誤認之虞，應參酌商標之近似、商品或服務類似、商標識別性之強弱、先權利人多角化經營之情形、實際混淆誤認之情事、商標申請人是否善意、相關消費者之認知及行銷場所等相關因素，就強弱程度、相互影響關係及各

因素等綜合認定，是否已達有致相關消費者產生混淆誤認之虞。準此，本院判斷據爭商標與系爭商標間有無混淆誤認之虞，作為判斷上訴人使用系爭商標有無侵害據爭商標之基準。

1.兩商標相同或近似程度高：

所謂商標圖樣近似者，係指異時異地隔離與通體觀察，兩商標圖樣在外觀、觀念或讀音方面有相似處，具備普通知識經驗之相關消費者，施以通常之辨識與注意，有致混淆誤認之虞，此為不准商標註冊之消極要件。申言之，兩商標予人之整體印象有其相近之處，倘其標示在相同或類似之商品或服務上時，具有普通知識經驗之相關消費者，在購買時施以普通之注意，可能會有所混淆而誤認兩者商品或服務，來自同一來源或誤認不同來源之間有所關聯，則構成近似。被上訴人主張兩商標相同或成立近似高等語。上訴人抗辯稱觀察兩商標之整體圖樣，不成立近似云云。職是，本院應審究兩商標是否相同或近似性？兩商標之近似程度為何。

(1)兩者商標外觀相同或近似：

所謂外觀近似，係指商標圖樣之構圖、排列、字型或設色等項目，其具近似性，有產生混淆誤認之虞。查上訴人前瞻公司於106年4月間未經被上訴人同意，使用系爭商標「誠品留學」、「誠品藝術學院」文字於其所經營之網站及臉書網頁。參諸據爭商標為單純未經設計之中文字「誠品」，或以十字將中文字「誠品講堂」隔開，並以英文「the eslite forum」列於右下角之設計組成。相較兩商標之圖樣，可知據爭商標引人注意之主要識別部分，應為中文「誠品」，是據爭商標圖樣「誠品」為其主要部分。觀察商標是否近似，雖應

採總體觀察為之，然商標可分主要部分與附屬部分時，判斷商標是否相同或近似，應以比較主要部分為主，總體觀察為輔。本件兩商標主要部分圖樣，均為中文圖樣「誠品」，其主要部分相同，有使相關消費者混淆誤認之虞。縱兩商標圖樣有「留學」、「藝術學院」或「講堂」文字之差異，其附屬部分固不近似，然仍屬相當近似之商標。準此，兩商標外觀相同或成立高度近似。

(2)兩商標讀音相同或近似：

所謂讀音近似，係指商標所使用之文字，以連貫唱呼為標準，而足以產生混淆誤認之虞。查系爭商標與據爭商標之中文部分，均有「誠品」字樣，倘以中文連貫唱呼兩商標時，兩商標之主要讀音相同。職是，兩商標成立高度讀音相同或近似。

(3)兩商標觀念相同或近似：

所謂觀念近似，係指商標圖樣之實質意義，有產生混淆誤認之虞者。查據爭商標以人文藝術、書店廣為相關消費者所知悉；而系爭商標圖樣「誠品留學」、「誠品藝術學院」。雖與據爭商標「誠品」、「誠品講堂」有異，然將「誠品」置於「留學」前，用以指示提供留學代辦之服務來源；或將「誠品」置於「藝術學院」前，用以指示提供專業藝術諮詢、作品集指導之服務來源，參諸本件兩商標主要部分圖樣，均為中文圖樣「誠品」，「誠品」文字始有實際區別服務來源之效果，所差別之文字「留學」、「藝術學院」或「講堂」，僅在限定服務種類。在使用「誠品」情境，「誠品留學」、「誠品藝術學院」或「講堂」在觀念而言，易使相關消費者誤認為系爭商標為據爭商標「誠品」、「誠品留學」之同

一商標或系列商標。兩商標予人形象一致，整體外觀設計與字型相近似，其客觀呈現之觀念相同或近似，予人寓目印象並無差異。準此，兩商標觀念成立相同或高度近似性。

(4)兩商標構成相同或近似：

綜上所述，兩商標間，就整體外觀、觀念及讀音等項目以觀，均相同或相似，而於異時異地隔離整體觀察，易予人有相同或系列商標之聯想，以具有普通知識經驗之相關消費者，其於購買時施以普通之注意，應可能誤認兩者來自同一來源或雖不相同而有關聯之來源。職是，兩商標應構成同一或近似商標。

2.兩商標指定使用於同一與類似商品或服務：

(1)判斷商品或服務類似之因素：

所謂商品類似者，係指兩個不同之商品，在功能、材料、產製者或其他因素，具有共同或關聯處，倘標示相同或近似商標，依一般社會通念及市場交易情形，易使商品消費者誤認其為來自相同或雖不相同而有關聯之來源。所謂服務類似者，係指服務在滿足相關消費者之需求及服務提供者或其他因素，具有共同或關聯之處，倘標示相同或近似商標，依一般社會通念與市場交易情形，易使接受服務者誤認其為來自相同，或雖不相同而有關聯之來源者。準此，本院應審究上訴人使用之系爭商標與據爭商標指定之服務或商品，是否類似與其類似之程度為何。

(2)指定使用於有關傳授知識或技術之商品或服務：

據爭商標指定使用於各種人文藝術服務或商品，包含書刊、藝術、教育、電影、電子出版品、購物中心等項目，如附圖所示。而系爭商標使用於留學、藝術學院。據爭商標一至五

01 指定使用商品或服務均含「知識或技術方面之傳授」。對照
02 上訴人前瞻公司將「誠品留學」用於留學代辦服務，服務特
03 色包括提供學校資料、免費諮詢、安排專業顧問協助（見原
04 審卷一第41頁）；將「誠品藝術學院」用於提供「專業藝術
05 諮詢」、「作品集指導」（見原審卷一第48頁）。參諸留學
06 資訊之諮詢、專業藝術諮詢、作品集指導項目，均屬「知識
07 或技術方面傳授」類型。職是，「誠品」或「誠品學堂」據
08 爭商標指定使用於「知識或技術方面之傳授」，其與系爭商
09 標使用於服務或商品，為同一或類似服務或商品。

10 3. 據爭商標有高度識別性：

11 (1) 判斷識別性之因素：

12 按商標，指任何具有識別性之標識，得以文字、圖形、記號
13 、顏色、立體形狀、動態、全像圖、聲音等，或其聯合式所
14 組成。前項所稱識別性，指足以使商品或服務之相關消費者
15 認識為指示商品或服務來源，並得與他人之商品或服務相區
16 別者。商標法第18條定有明文。商標之識別性，為商標註冊
17 之積極要件。識別性之判斷應以商標與指定商品或服務間之
18 關係為依據，不能脫離指定商品或服務單獨為之。職是，本
19 院應審究據爭商標之識別性強弱程度為何。

20 (2) 被上訴人商標為創造性商標：

21 依商標識別性之強弱，將商標分為通用名稱商標、描述性商
22 標、暗示性商標、隨意性商標及創造性商標等類型。識別性
23 越強之商標，商品或服務之相關消費者的印象越深，他人稍
24 有攀附，即可能引起購買人產生混淆誤認。所謂創造性或新
25 奇性商標，係指商標為刻意設計之標章，其為自創品牌，而
26 商標之文字、圖案或用語均為過去所無，故其識別性最強，

01 係最強勢商標。查據爭商標圖樣「誠品」或「誠品學堂」，
02 雖為簡單中文組成，然其非我國既有通常詞彙，核為無意義
03 用語，且為過去所無，且競爭同業並無使用此詞彙之必要性
04 。其指定使用於出版、書刊、教育、藝術等人文藝術類商品
05 或服務，其為自創品牌。準此，據爭商標為創造性商標，具
06 有最強之識別性。

07 4. 據爭商標有多角化經營之情形：

08 先權利人有多角化經營，而將其商標使用或註冊在多類商品
09 或服務者，在考量與系爭商標間有無混淆誤認之虞時，不應
10 僅就各類商品或服務分別比對，而應將該多角化經營情形納
11 入考量。反之，先權利人僅經營特定商品或服務，無跨越其
12 他行業者，則其保護範圍得較為限縮。查據爭商標指定使用
13 商品或服務，如附圖所示，可知被上訴人跨足出版、教育、
14 藝術、電影、網路、廣告等多項產業。職是，堪認被上訴人
15 有將據爭商標註冊及實際使用於諸多不同商品或服務，而有
16 多角化經營之情形。

17 5. 兩商標無實際混淆誤認之情事：

18 所謂實際混淆誤認者，係指相關消費者對於商品或服務，誤
19 認後案商標之商品或服務，為源自先權利人之情形。準此，
20 本院應審究據爭商標與系爭商標有無實際混淆誤認之情事。
21 查被上訴人迄今均未提供相關事證，證明兩商標有實際混淆
22 誤認之事實。準此，本院無從判斷兩商標是否有實際混淆誤
23 認之情事。

24 6. 相關消費者對據爭商標較為熟悉：

25 相關消費者對商標之熟悉程度，繫於商標使用之廣泛程度。
26 原則上熟悉程度為何，應由主張者提出相關使用事證，加以

證明之，相關消費者對衝突之兩商標，應賦予相關消費者較熟悉之商標較大保護。準此，本院茲審究相關消費者對兩造商標熟悉之程度為何。查據爭商標「誠品」為著名商標，已廣為相關事業或消費者所普遍認知，衡諸交易市場以觀，相關消費者對據爭商標應較為熟悉。

7.兩商標行銷方式與行銷場所之重疊性高：

就商品或服務之行銷方式而言，商品之行銷管道或提供場所相同，相關消費者同時接觸之機會較大，引起混淆誤認之可能性較高。反之，經由直銷、電子購物、郵購等行銷管道者，其與實體店面行銷者，其發生混淆誤認之虞程度較低。查上訴人除使用系爭商標於網路與其臉書粉絲團外，被上訴人亦將據爭商標於網路上廣為使用。況據爭商標指定使用於人文藝術服務，相關觸角甚廣，相關消費者極有可能誤認系爭商標為被上訴人之關係或分支企業。衡諸市場交易常情，兩商標之行銷方式與行銷場所，具有相當重疊性，相關消費者有同時接觸之機會時，易致混淆誤認之虞。

8.上訴人使用系爭商標非為善意：

商標之主要功能在表彰自己之商品或服務，俾以與他人之商品或服務相區別，故申請註冊商標或使用商標，應在發揮商標之識別功能。倘明知可能引起相關消費者混淆誤認其來源，甚至企圖致相關消費者混淆誤認其來源，而為商標之使用者，即非屬善意，應不受保護。查系爭商標使用於服務或商品項目，其與據爭商標指定使用商品或服務構成同一或類似，且兩商標圖樣成立相同或近似。據爭商標最早於89年4月16日已申請註冊，上訴人前瞻公司嗣於103年10月22日始登記設立，並使用系爭商標行銷商品或服務（見本院卷一第

256至257頁）。參諸上訴人與據爭商標權人屬競爭同業，被上訴人為市場知名企業，衡諸交易常情，上訴人應知悉據爭商標之存在。職是，上訴人使用系爭商標有攀附據爭商標之主觀意圖，足徵其非善意。

9.兩商標有使相關消費者發生混淆誤認之可能：

綜上所述，相關消費者有可能誤認兩商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係之來源，而有發生混淆誤認之可能。準此，上訴人使用系爭商標之行為，違反商標法第68條第1款至第3款規定，未經被上訴人同意，以行銷為目的，成立直接侵害據爭商標之行為。

四、系爭商標不適用第36條第1項第1款規定之事由：

(一)商標法第36條第1項第1款規定之審查因素：

按以符合商標交易習慣之誠實信用之方法，表示自己之姓名、名稱或其商品或服務之名稱、形狀、品質、性質、特性、用途、產地或其他有關商品或服務本身之說明，非作為商標使用者，商標法第36條第1項第1款定有明文。本款之構成要件有如後：1.以符合商標交易習慣之誠實信用之方法表示商品或服務之說明；2.表示自己之姓名、名稱或其商品或服務之名稱、形狀、品質、性質、特性、用途、產地，或其他有關商品或服務本身之說明；3.非作為商標使用者。商標識別性之高低與合理使用呈反比關係，商標之識別性越高，可成立合理使用之空間越窄。反之，商標之識別性越低，可成立合理使用之空間即較廣。有不正競爭之主觀意思，非屬善意使用商標者，不得主張合理使用。故冒用他人之商標，造成相關消費者混淆誤認，或以依附他人商標之方式掠奪他人之商譽，均屬不正競爭之態樣。上訴人主張其對於使用「誠品

01 留學」、「誠品藝術學院」文字，係以符合商標交易習慣之
02 誠實信用方法，表示自己營業主體名稱，並為說明留遊學代
03 辦服務之項目或品質、特性之一般描述性用語，其非作為商
04 標使用，依商標法第36條第1項第1款規定，不受據爭商標之
05 效力所拘束云云。被上訴人抗辯上訴人使用系爭商標，並非
06 交易習慣之誠信方法使用等語。職是，本院自應審究上訴人
07 使用系爭商標，是否屬商標法第36條第1項第1款規定之交易
08 習慣之誠實信用方法（參照本院整理當事人爭執事項3）。

09 (二)上訴人使用系爭商標不符合商業交易習慣之誠信方法：

10 1.指示性合理使用與描述性合理使用：

11 所謂符合商業交易習慣之誠實信用方法，係指以商業上通常
12 方法使用之，在主觀上無作為商標之意圖，而將商標作描述
13 性或指示性之使用，客觀上相關消費者未認知作為商標使用
14 ，其非藉由商標作為辨別商品或服務之來源。申言之，商標
15 法第36條第1項第1款所規定不受商標權效力所拘束之情形，
16 係以非作為商標使用為要件，其使用情形不能有實質上具有
17 商標使用之效果。合商業交易習慣之誠信方法可分為指示性
18 合理使用與描述性合理使用。

19 (1)指示性合理使用之要件：

20 所謂指示性合理使用，係以他人之商標指示該他人之商品或
21 服務，其利用他人商標指示他人商品或服務來源，藉此表示
22 自己所提供商品或服務之內容。倘行為人之使用非在表彰自
23 己商品或服務，或未能使相關消費者認識其為商標，相關消
24 費者並無誤認商標商品或服務來源之虞，即非商標權之權利
25 範圍，自無須給予商標權之獨占保護。

26 (2)描述性合理使用之要件：

01 所謂描述性合理使用，係指第三人以他人商標，來描述自己
02 商品或服務之名稱、形狀、品質、性質、特性、產地等，此
03 種方式之使用，並非利用他人商標指示商品或服務來源之功
04 能，純粹作為第三人商品或服務本身之說明，商標權人取得
05 之權利，係排除第三人將其商標，作為第三人指示自己商品
06 或服務來源之使用，第三人所為之使用既非用以指示來源，
07 即非屬商標權效力拘束範圍。

08 2. 系爭商標指示提供商品或服務來源：

09 上訴人前瞻公司於網站、臉書網頁所使用「誠品留學」、「
10 誠品藝術學院」，衡諸市場交易之常態，均實質上具有提供
11 商品或服務來源指示，具有網路廣告之效果，客觀上相關消
12 費者可認知作為商標使用，並非描述上訴人行銷商品或服務
13 之名稱、形狀、品質、性質、特性、產地等項目，足徵上訴
14 人使用系爭商標，除非單純表示自己營業主體名稱外，亦非
15 將系爭商標作為描述性或指示性之使用，且非利用據爭商標
16 指示商品或服務來源，藉此表示系爭商標所提供商品或服務
17 之內容。準此，據爭商標為著名商標或創造性商標，上訴人
18 使用系爭商標非屬指示性合理使用或描述性合理使用之範圍
19 ，顯難以成立合理使用之空間，是上訴人使用系爭商標不符
20 合商業交易習慣之誠信方法，無法限制據爭商標之效力，足
21 認上訴人使用系爭商標直接侵害據爭商標，上訴人違反商標
22 法第68條第1款至第3款規定。

23 五、上訴人違反商標法第70條第1款與第2款規定：

24 按未得商標權人同意，有如後情形之一，視為侵害商標權：

25 (一)明知為他人著名之註冊商標而使用相同或近似之商標，致
26 減損著名商標之識別性或信譽之虞者。(二)明知為他人著名之

01 註冊商標，而以該著名商標中之文字作為自己公司、商號、
02 團體、網域或其他表彰營業主體之名稱，有致相關消費者混
03 淆誤認之虞或減損該商標之識別性或信譽之虞者。商標法第
04 70條第1款與第2款定有明文。商標法第70條第1款至第3款規
05 定間接侵害商標之類型，而間接侵害並非直接將商標使用於
06 商品或服務，係以搭便車之行為侵害商標，商標法為求明確
07 ，商標法第70條以擬制之方式，規範該等侵害行為。被上訴
08 人主張上訴人明知據爭商標為著名商標，其使用據爭商標，
09 有減損據爭商標識別性或信譽之虞等語。上訴人否認使用據
10 爭商標，有減損據爭商標識別性或信譽之虞云云。職是，本
11 院首應審究據爭商標是否為著名商標；繼而認定上訴人是否
12 明知據爭商標為著名商標與上訴人有無使用據爭商標；最後
13 判斷上訴人行為有無減損據爭商標之識別性或信譽之虞，是
14 否違反商標法第70條第1款與第2款規定（參照本院整理當事
15 人爭執事項4）。

16 (一) 據爭商標為著名商標：

17 1. 判斷著名商標之參考因素：

18 本法所稱著名，指有客觀證據足以認定已廣為相關事業或消
19 費者所普遍認知者，商標法施行細則第31條定有明文。商標
20 或標章是否廣為相關事業或消費者所普遍認知，應以國內消
21 費者之認知為準（參照大法官釋字第104號解釋）。參諸國
22 內消費者得普遍認知該商標之存在，通常係因其在國內廣泛
23 使用之結果，故應參酌如後因素：(1)商標識別性之強弱；(2)
24 相關事業或消費者知悉或認識商標之程度；(3)商標使用期間
25 、範圍及地域；(4)商標宣傳之期間、範圍及地域；(5)申請註
26 冊之期間、範圍及地域；(6)商標成功執行其權利之紀錄；(7)

商標之價值；(8)其他足以認定著名商標等因素。準此，本院應審酌上揭因素，判斷據爭商標是否已廣為國內相關事業或消費者普遍認知。

2. 據爭商標為著名商標之事證：

據爭商標迭經國內各大知名媒體與報章雜誌，諸如商業週刊、今周刊、中時電子報、中央社、蘋果日報、天下雜誌、Etoday東森新聞、Cheers快樂工作人、Nownews、popo公民新聞、自由電子時報、MoneyDj理財網等報導（見原審卷二第378至571頁）。並經智慧局以核駁第0000000號、第0000000號認定「誠品」為著名商標在案（見原審卷一第18至19頁）。再者，CHEERS雜誌於95年間開始對大學畢業生從事「新世代最嚮往企業Top100」調查起，據爭商標連年高居百大企業之前五名，在上訴人前瞻公司於103年間登記設立前，已連續蟬聯9年（見原審卷第572至609頁）。職是，上訴人前瞻公司於103年間設立前，據爭商標「誠品」於「知識或技術方面之傳授」服務或商品，已成為著名商標甚明。

(二) 上訴人明知據爭商標為著名商標：

所謂明知者，係指明白知悉之意，不包含過失而不知，應由商標權人舉證證明之。著名商標與侵權商標近似性越高，相關消費者聯想侵權商標為著名商標之關聯性越強，倘對著名商標指示單一或多數商品來源之識別力，造成減損者，即成立間接侵害商標。參諸上訴人前瞻公司於103年間設立登記前，據爭商標已為相關事業或消費者所廣為周知，據爭商標「誠品」於「知識或技術方面之傳授」服務或商品，已為著名商標，「留學代辦」服務或商品屬「知識或技術方面之傳授」範疇，為著名商標「誠品」之保護範圍。準此，上訴人

01 前瞻公司與被上訴人均為從事文教事業之相關業者，系爭商
02 標與據爭商標圖樣構成同一或高度近似性。衡諸交易市場之
03 常情，上訴人應知悉著名商標「誠品」，足證上訴人明知據
04 爭商標為著名商標。

05 (三)上訴人違反商標法第70條第1款規定：

06 1.有致減損據爭商標之識別性之虞者：

07 是否構成侵害著名商標，係以著名商標之識別性或信譽有無
08 減損為斷，不以將商標使用於同一或類似之商品或服務，抑
09 是發生混淆誤認之結果為要件。因減損為事實問題，僅要有
10 減損情形或可能，即可認定符合減損要件，不以須達何種程
11 度或比例為必要。所謂減損識別性者，係指著名商標持續遭
12 第三人襲用之結果，造成相關消費者心目中，就該著名商標
13 與其所表彰之商品或服務來源間之關聯性將遭受淡化。故第
14 三他人襲用著名標章，有使著名標章之識別性受到減損、貶
15 值、稀釋或沖淡之危險。查上訴人明知據爭商標為著名商標
16 ，其在所屬網站與臉書粉絲團，將系爭商標「誠品」文字使
17 用於「語言考試課程、留遊學代辦、專業藝術諮詢和作品指
18 導、語文考試書刊零售」服務或商品，足以造成相關消費者
19 心目中，就據爭商標與其所表彰之商品或服務來源間之關聯
20 性，將遭受淡化，有致減損據爭商標之識別性之虞者。

21 2.有致減損據爭商標之信譽之虞者：

22 所謂減損信譽者，係指他人以違反社會倫理規範之方式襲用
23 著名商標，或提供品質較差之商品或服務，影響商標權人或
24 標章權人真品之社會評價。查上訴人明知據爭商標為著名商
25 標，其使用系爭商標「誠品」文字，意圖攀附據爭商標之商
26 譽，造成不公平競爭，上訴人行為以違反社會倫理規範，使

用系爭商標，影響據爭商標之社會評價，自有減損據爭商標之信譽之虞者。

3. 惡意使用著名之據爭商標：

綜上所述，上訴人明知據爭商標為著名之註冊商標，系爭商標與據爭商標構成同一或高度近似性，上訴人使用系爭商標之行為侵害已註冊之據爭商標，致有減損據爭商標之識別性或信譽之虞，上訴人違反商標法第70條第1款規定，惡意使用著名之據爭商標。

(四) 上訴人違反商標法第70條第2款規定：

1. 上訴人以據爭商標之文字作為公司特取名稱：

商標法第70條第2款所稱著名商標中之文字作為公司名稱，係指商標文字有與他人公司名稱之特取部分完全相同者而言。所謂特取部分者，係指公司設立登記時，特別取以為其名稱，以與他公司相區別，而彰顯其營業主體地位（參照最高行政法院90年度判字第596號、96年度判字第206號行政判決）。公司全稱應表明業務種類或組織型態，其是否屬特取名稱，應以其名稱通體觀察，並審酌公司用以表彰營業主體地位之文字。查上訴人經營「語言考試課程、留遊學代辦、專業藝術諮詢和作品指導、語文考試書刊零售」服務，並以「誠品留學」與「誠品藝術學院」為其公司特取名稱。上訴人明知據爭商標為著名商標，其以「誠品」文字行銷自身業務，就「誠品留學」與「誠品藝術學院」之名稱通體觀察，可知「誠品」文字為其特取部分，得以與他留學代辦公司相區別，足以彰顯上訴人之營業主體地位。

2. 有致相關消費者混淆誤認之虞者：

所謂有致相關消費者混淆誤認之虞者，係指兩商標因相同或

構成近似，致使同一或類似商品或服務之相關消費者，誤認兩商標為同一商標；或雖不致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有關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係而言（參照最高行政法院104年度判字第354號行政判決）。查上訴人明知據爭商標為著名商標，上訴人以之作為公司名稱經營留學代辦等業，復與據爭商標指定使用之服務或商品相同或類似，極有可能致相關消費者誤認上訴人與被上訴人為同一來源之服務，或誤認兩公司之使用人間有關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，而生混淆誤認之虞。職是，上訴人明知據爭商標為著名註冊商標，而以據爭商標「誠品」文字作為公司名稱，有致相關消費者混淆誤認之虞。

3. 有致減損據爭商標之識別性或信譽之虞者：

上訴人明知據爭商標為著名商標，其以「誠品」文字作為公司名稱，足以造成相關消費者心目中，就據爭商標與其所表彰之有關商品或服務來源間之關聯性，將遭受淡化，有致減損據爭商標之識別性之虞者。再者，上訴人明知據爭商標為著名商標，其使用據爭商標「誠品」文字作為公司名稱，意圖攀附據爭商標之商譽，造成不公平競爭，違反社會倫理規範，自有減損據爭商標之信譽之虞者。

4. 惡意使用據爭商標之特取部分：

綜上所論，上訴人明知據爭商標為著名之註冊商標，其以據爭商標「誠品」文字作為公司名稱，以表彰營業主體，致商品或服務相關消費者混淆誤認之虞或減損據爭商標之識別性或信譽之虞者，上訴人違反商標法第70條第2款規定，惡意

01 使用據爭商標之特取部分。

02 六、上訴人違反公平交易法第25條規定：

03 除本法另有規定者外，事業亦不得為其他足以影響交易秩序
04 之欺罔或顯失公平之行為，公平交易法第25條定有明文。自
05 市場上效能競爭之觀點而言，事業從事競爭或商業交易行為
06 ，以提供不實資訊或榨取他人努力成果等違反效能競爭本旨
07 之手段，妨礙公平競爭或使交易相對人不能為正確之交易決
08 定之情形，均屬欺罔或顯失公平之類型。適用第25條規定，
09 應符合補充原則，無法適用其他公平交易法之其他條文規定
10 ，始有本條適用，故本條為不正競爭或不公平競爭行為之概
11 括規定，其範圍包括限制競爭行為與不公平競爭行為。行為
12 是否構成不正競爭，可從行為人與交易相對人之交易行為、
13 市場上之效能競爭是否受侵害，作為判斷因素。判斷事業行
14 為是否構成足以影響交易秩序，僅要該行為實施後，有足以
15 影響交易秩序之可能性，達到抽象危險性之程度即可。至單
16 一個別非經常性之交易糾紛，則應尋求民事救濟，而不適用
17 公平交易法第25條規定（參照最高行政法院94年度判字第47
18 9號行政判決；公平交易委員會對於公平交易法第25條案件
19 之處理原則第5點）。被上訴人主張上訴人攀附被上訴人商
20 譽、榨取被上訴人努力成果之行為，足以影響交易秩序而顯
21 失公平，自屬違反公平交易法第25條之行為等語。上訴人抗
22 辯稱據爭商標經註冊在案，其使用系爭商標行為未違反公平
23 交易法第25條云云。準此，上訴人前瞻公司與被上訴人均為
24 公司組織，為公平交易法第2條第1項第1款所規定之事業範
25 圍，是本件應適用公平交易法之規範，本院自應探討上訴人
26 使用系爭商標之行為，是否違反公平交易法第25條規定（參

照本院整理當事人爭執事項5)。

(一) 影響交易秩序之認定：

所謂交易秩序者，係指符合善良風俗之社會倫理及效能競爭之商業競爭倫理之交易行為，其具體內涵則為符合社會倫理及自由、公平競爭精神賴以維繫之交易秩序。判斷足以影響交易秩序時，應考量是否足以影響整體交易秩序因素如後：

1. 受害人數之多寡；2. 造成損害之量及程度；3. 是否會對其他事業產生警惕效果；4. 是否為針對特定團體或組群所為之欺罔或顯失公平行為；5. 有影響將來潛在多數受害人效果之案件，且不以其對交易秩序已實際產生影響者或造成實害為限。判斷事業行為是否構成足以影響交易秩序，僅要該行為實施後，有足以影響交易秩序之可能性，達到抽象危險性之程度即可（參照最高行政法院94年度判字第479號行政判決）。準此，本院自應審究上訴人使用系爭商標，是否有影響交易秩序之可能性。

(二) 欺罔或顯失公平行為之認定：

所謂欺罔者，係指事業以欺騙或隱瞞重要事實等引人錯誤之方法，致使交易相對人與其交易或使競爭者喪失交易機會。其常見行為類型有：1. 冒充或依附有信賴力之主體。2. 不實促銷手段。3. 隱匿重要交易資訊。再者，所稱顯失公平者，係指事業行為已違反效能競爭原則，對於其他遵守公平競爭本質之競爭者顯失公平，而使市場上公平競爭之本質受到侵害，致其行為具有商業倫理非難性者。應考量如後因素：1. 遭攀附或高度抄襲之標的，應係該事業已投入相當程度之努力，而於市場上擁有一定之經濟利益，已被侵權行為所榨取；2. 其攀附或抄襲之結果，應有使交易相對人誤以為兩者屬

01 同一來源、同系列產品或關係企業之效果。其常見行為態樣
02 有攀附他人商譽、高度抄襲或利用他人努力，推展自己商品
03 或服務之行為（參照公平交易委員會對於公平交易法第25條
04 案件之處理原則）。職是，本院自應審究上訴人使用系爭商
05 標，是否成立欺罔或顯失公平行為。

06 (三)上訴人攀附被上訴人之商譽：

07 上訴人使用系爭商標之行為，其目的在於攀附被上訴人之商
08 譽，符合足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為，違反
09 公平交易法第25條規定，本院茲論述理由如後：

10 1.成立影響交易秩序之行為：

11 基於網路與傳媒無國界之特性，可即時、快速、大量占據相
12 關消費市場之功能，競爭同業利用網路、傳媒所為之行銷方
13 式，其對於相關消費市場上交易秩序所形成之影響，顯較傳
14 統行銷方式影響深遠及廣泛。故競爭同業經由網路、傳媒等
15 之行銷方式，係使用相同或近似於著名商標，係攀附他人商
16 譽與高度抄襲他人努力成果之不公平競爭行為，自有影響交
17 易秩序之可能性。查上訴人透過網路行銷方式，使用系爭商
18 標攀附據爭商標之商譽，致相關消費者誤認兩者屬同一來源
19 或有一定關係，藉此吸引相關消費者之注意力，提高上訴人
20 之交易機會。是上訴人使用系爭商標之行為，實為攀附被上
21 訴人之商譽，藉此榨取被上訴人之努力成果，勢必影響交易
22 秩序，係影響交易秩序之行為。

23 2.成立欺罔或顯失公平行為：

24 被上訴人所經營「誠品」據爭商標，為我國相關事業或消費
25 者所知之品牌，並受我國報章雜誌等媒體廣泛報導，上訴人
26 前瞻公司與其負責人魏秀旻理應知之甚詳。詎上訴人前瞻公

01 司將「誠品」文字作為公司特取名稱，上訴人並以「誠品」
02 「誠品藝術學院」為系爭商標，其與據爭商標構成相同或
03 高度近似性，並經營與被上訴人指定使用服務或商品相同或
04 類似之服務或商品，顯然意圖藉此作為不當競爭手段，遂其
05 節省商品或服務之行銷與品牌開發成本，蓄意利用被上訴人
06 之長期努力以行銷自己商品或服務，自屬詐取被上訴人努力
07 成果，其行為具有商業倫理非難性者，侵害交易市場之公平
08 競爭本質。準此，上訴人攀附被上訴人商譽之行為，係欺罔
09 或顯失公平行為。

10 七、上訴人應連帶損害賠償60萬元與其法定遲延利息：

11 按商標權人請求損害賠償時，得就下列方式擇一計算其損害
12 ：(一)依侵害商標權行為所得之利益；於侵害商標權者不能就
13 其成本或必要費用舉證時，以銷售該項商品全部收入為所得
14 利益。(二)就查獲侵害商標權商品之零售單價1,500倍以下之
15 金額。但所查獲商品超過1,500件時，以其總價定賠償金額
16 。法院因公平交易法第30條被害人之請求，如為事業之故意
17 行為，得依侵害情節，酌定損害額以上之賠償。但不得超過
18 已證明損害額之3倍。侵害人如因侵害行為受有利益者，被
19 害人得請求專依該項利益計算損害額。商標法第71條第1項
20 第2條、第3款與公平交易法第31條分別定有明文。上訴人違
21 反商標法第68條第1款至第3款、第70條第1款、第2款及公平
22 交易法第25條規定，業如前述。被上訴人主張上訴人應依商
23 標法第71條第1項第2款與第3款、公平交易法第31條及公司
24 法第23條第2項規定，負連帶損害賠償請求權等語。上訴人
25 抗辯稱其主觀不可歸責，且被上訴人請求已罹於時效云云。
26 職是，本院首應審究被上訴人之損害賠償請求權是否罹於時

01 效；倘請求權未罹於時效，繼而探討上訴人應賠償之金額為
02 何；最後認定被上訴人請求上訴人應連帶賠償責任，有無理
03 由（參照本院整理當事人爭執事項6）。

04 (一)被上訴人之損害賠償請求權未罹於時效：

05 1.未逾侵權行為損害賠償請求權之2年時效期間：

06 按商標法之損害賠償請求權，自請求權人知有損害及賠償義
07 務人時起，2年間不行使而消滅；自有侵權行為時起，逾10
08 年者亦同。公平交易法所定之請求權，自請求權人知有行為
09 及賠償義務人時起，2年間不行使而消滅；自為行為時起，
10 逾10年者亦同。商標法第69條第4項與公平交易法第32條分
11 別定有明文。查上訴人前瞻公司前於106年4月間未經被上訴
12 人同意，使用「誠品」、「誠品留學」、「誠品藝術學院」
13 等文字於其所經營之網站及臉書網頁，構成侵害據爭商標與
14 違反公平交易法行為，已述如前。上訴人之上開行為發生於
15 000年0月間，而被上訴人於106年11月6日利用線上起訴系統
16 向本院提起本案訴訟，未逾侵權行為損害賠償請求權之2年
17 時效期間。

18 2.被上訴人知悉知有損害及賠償義務人時：

19 自請求權人知有損害時起之主觀「知」條件，倘係一次之加
20 害行為，致他人於損害後尚不斷發生後續性之損害，該損害
21 為屬不可分，或為一侵害狀態之繼續延續者，固應分別以被
22 害人知悉損害顯在化或不法侵害之行為終了時起算其時效。
23 惟加害人之侵權行為持續不斷，致加害之結果或損害持續發
24 生，倘各該不法侵害行為及損害結果係現實各自獨立存在，
25 並可相互區別者，被害人之損害賠償請求權，即隨各該損害
26 不斷漸次發生，自應就各該不斷發生之獨立行為所生之損害

，分別以被害人已否知悉而各自論斷其時效之起算時點，始符合規範消滅時效規範之本旨，並兼顧法秩序安定性及當事人利益平衡（參照最高法院94年度台上字第148號民事判決）。上訴人雖提出時效抗辯以：上訴人前瞻公司於103年10月22日設立登記時，就使用「誠品留學有限公司」為公司名稱，而公司名稱依法為主管機關所應公告之公開資訊，可認自103年10月22日起，被上訴人已知上訴人使用公司名稱，至106年11月6日始提起本案訴訟，已罹於時效云云。然上訴人之侵害據爭商標之行為持續不斷，致加害之結果或損害持續發生，各不法侵害行為及損害結果係現實各自獨立存在，並可相互區別者，被上訴人之損害賠償請求權，隨各損害不斷漸次發生，自應就各不斷發生之獨立行為所生之損害，分別以被上訴人已否知悉而各自論斷其時效之起算時點，是不同之侵權行為將產生不同之時效期間。是上訴人上開主張雖謂被上訴人於106年11月6日始提起本案訴訟，損害賠償請求權已罹於時效云云，然揆諸前揭說明，其對請求權之時效抗辯，容有誤會，不足為憑。

(二)被上訴人請求損害賠償金額之計算：

按當事人已證明受有損害而不能證明其數額或證明顯有重大困難者，法院應審酌一切情況，依所得心證定其數額，民法第222條第2項定有明文。因事業因違反公平交易法致侵害他人權益或侵害他人商標權，權益之價值與有形資產相比，較不易計算其價值，故計算損害數額，通常並非易事。職是，當事人已證明受有損害而不能證明其數額或證明顯有重大困難者，法院應審酌一切情況，依所得心證定其數額。俾使受侵害事業之權益易實現，減輕損害證明之舉證責任（參照最

01 高法院第93年度台上字第2213號、98年度台上字第865號民
02 事判決）。因商標法第71條第1項第2款、第3款與公平交易
03 法第31條所列舉之計算損害賠償方法，均係法定之計算方式
04 ，其為民法之特別規定，自應優先適用。倘明定之法定方式
05 無法計算時，法院得依據民事訴訟法第222條第2項規定，酌
06 定賠償之金額。準此，本院自應計算被上訴人得請求損害賠
07 償金額為何。

08 1. 本件不適用商標法第71條第1項第2款規定計算損害賠償：

09 (1) 總利益說與總銷售額說：

10 商標法關於商標權人請求損害賠償之方式，規定商標權人得
11 依商標法第71條第1項各款規定計算其損害額，係因商標侵
12 害請求損害賠償時，權利人應證明損害之發生、損害金額、
13 侵害商標行為與損害發生間之因果關係，常有舉證之困難性
14 ，致權利人損害無法妥當填補，故規定商標權人得就該條款
15 所定之計算方式，擇一計算其損害。商標法第71條第1項第2
16 款計算損害賠償金額，可分同款前段之總利益說與同款後段
17 之總銷售額說，申言之：①侵害行為所得利益，係指侵害人
18 因侵害所得之毛利，扣除侵害行為所需之成本及必要費用後
19 ，所得之淨利而言。②就總銷售額說以觀，商標權人得依行
20 為人侵害商標之商品或服務所得收入，作為求償之金額。因
21 我國商標法就成本及必要費用之舉證責任，採舉證責任倒置
22 之原則，不由商標權人證明，應由商標侵權行為人舉證。倘
23 商標侵權行為人不能就其成本或必要費用舉證以實其說，得
24 以銷售該項物品之全部收入，作為所得利益之基準。準此，
25 侵權行為人因服務所得利益或因服務所得營業收入，應與行
26 為人所侵害商標有相當因果關係，始可適用商標法第71條第

01 1項第2款規定，計算商標權人之損害賠償金額。

02 (2)營業收入不等同侵害據爭商標之所得利益或銷售總額：

03 本院參諸上訴人前瞻公司提出之103年度至106年度損益與稅
04 額計算表，可知其營業收入依序如後：①103年度與104年均
05 無收入；②105年度為393,642元；③106年度為226,835元（
06 見原審卷三第851至858頁）。103年度至106年度之營業收入
07 雖總計為620,477元，然因上揭營業收入項目繁多，實無法
08 等同上訴人前瞻公司侵害據爭商標之所得利益或銷售總額。
09 再者，本院審視上訴人前瞻公司提出自105年1月起至106年
10 12月止之統一發票，固可知發票之總額計651,502元（計算
11 式：69,909元+178,663元+20,700元+36,500元+107,553
12 元+68,125元+3,193元+11,859元+44,500元+50,000元
13 +500元+60,000元）。然自統一發票所載品名，無法得知
14 是否為上訴人前瞻公司侵害據爭商標之所得利益或銷售總額
15 （見原審卷三第859至870頁）。準此，本件不適用商標法第
16 71條第1項第2款規定計算損害賠償。

17 2.本件不適用商標法第71條第1項第3款規定計算損害賠償：

18 本院審酌商標法第71條第1項第3款本款文義，認適用本款之
19 損害計算方式，僅適用侵害他人商標權之商品時，其實際出
20 售之商品單價，不包含提供服務之代價。查上訴人主要係對
21 相關消費者提供「留學代辦」服務，並非「留學代辦」商品
22 。職是，本件自不適用商標法第71條第1款第3款規定計算損
23 害賠償。

24 3.本件不適用公平交易法第31條規定計算損害賠償：

25 被上訴人除未舉證證明上訴人因侵害據爭商標所得之毛利，
26 扣除實施侵害行為所需之成本及必要費用後，所獲得之淨利

01 外，亦未證明其所受損害及所失利益。準此，本件不適用公
02 平交易法第31條規定計算損害賠償。

03 4. 本件適用民法第222條第2項規定酌定損害賠償金額：

04 被上訴人已證明上訴人侵害據爭商標與違反公平交易法第25
05 條規定，雖受有損害，然不能證明其數額或證明顯有重大困
06 難者，是本院審酌上訴人前瞻公司之103 年度至106 年度之
07 營業收入、上訴人前瞻公司自105 年1 月起至106 年12月之
08 統一發票總額、上訴人長期故意侵害據爭商標及據爭商標為
09 著名商標等情況，認被上訴人請求上訴人前瞻公司賠償60萬
10 元部分，洵屬合法正當，而逾此部分金額，為無理由，自應
11 酌駁回其請求。

12 (三) 上訴人應負連帶賠償責任：

13 按公司負責人對於公司業務之執行，如有違反法令致他人受
14 有損害時，對他人應與公司負連帶賠償之責。公司法第23條
15 定有明文。上訴人魏秀旻於侵權期間，擔任上訴人前瞻公司
16 法定代理人。而留學代辦之業務，屬公司負責人執行公司業
17 務之範圍。職是，上訴人應對被上訴人負連帶賠償責任，為
18 有理由。

19 (四) 本件為選擇之訴合併：

20 所謂選擇之訴合併，係指原告以單一之聲明，主張二以上訴
21 訟標的，而請求法院擇一訴訟標的為其勝訴之判決者，原告
22 依其中之一訴訟標的可獲全部受勝訴判決時，法院固得僅依
23 該項訴訟標的而為判決，對於其他訴訟標的無庸審酌；然各
24 訴訟標的對於原告判決之結果不同，法院自應擇對原告最為
25 有利之訴訟標的而為裁判（參照最高法院99年度台上字第18
26 88號民事判決）。查被上訴人主張依商標法第68條第1款至

第3款、第70條第1款至第2款、公平交易法第25條及民法第177條第2項、第179條、第184條、第185條之法律關係，請求本院判決，核屬請求權競合之選擇之訴合併，因被上訴人對上訴人主張商標法第68條第1至3款、第70條第1款至第2款及公平交易法第25條等規定，請求為有理由，其起訴之目的已達，本院自無庸再審究民法第177條第2項與第179條部分之主張，是否有理由而加以裁判，併此敘明。

八、本判決結論：

(一)上訴人上訴無理由：

綜上所述，上訴人未經被上訴人同意或授權，基於行銷之目的，使用與據爭商標相同或近似「誠品」文字於系爭商標上，並用於「誠品留學」、「誠品藝術學院」網路行銷，致生相關消費者混淆誤認，減損被上訴人據爭商標之識別性及信譽。本院審酌上訴人侵害期間、程度及範圍等情事，核認依民事訴訟法第222條第2項與公司法第23條第2項規定，請求上訴人應連帶給付被上訴人60萬元，為有理由，原審認定上訴人應連帶賠償理由部分，雖有不同者，然結論核無違誤。被上訴人請求458,523元部分請求為有理由，應予准許。職是，上訴人上訴，為無理由，應駁回其上訴。

(二)被上訴人附帶上訴一部有理由一部無理由：

上訴人侵害被上訴人之據爭商標權與違反公平交易法，本院認定上訴人應連帶賠償財產上損害60萬元（計算式：原審准許458,523元＋附帶上訴141,477元）。原審就財產上損害賠償部分，僅准許上訴人應連帶給付被上訴人458,523元，自106年11月21日起至清償日止，按年息5%計算之利息，其餘為被上訴人敗訴之判決，並駁回其假執行之聲請，容有未洽

。職是，附帶上訴意旨求予廢棄改判，應再連帶給付141,477元部分與其法定遲延利息，為有理由，爰由本院廢棄改判如主文第3項所示。因本院命上訴人應給付予被上訴人金額未逾150萬元，不得上訴第三審，核無宣告假執行或免為假執行之必要，併此敘明。

九、訴訟費用之計算：

按各當事人一部勝訴、一部敗訴者，其訴訟費用，由法院酌量情形，命兩造以比例分擔或命一造負擔，或命兩造各自負擔其支出之訴訟費用。共同訴訟人因連帶或不可分之債敗訴者，應連帶負擔訴訟費用。民事訴訟法第79條與第85條第2項分別定有明文。本件附帶上訴人一部有理由，一部無理由，本院茲計算當事人應負擔之訴訟費用如後：

(一)被上訴人第一審與第二審訴訟標的價額：

就本件第一審訴訟費用以觀，被上訴人之請求訴訟利益為200萬元，包含上訴人前瞻公司與原審被告驅勢公司，或上訴人，或原審被告驅勢公司與鄭志鵬應連帶給付被上訴人200萬元。就本件第二審訴訟費用而言，被上訴人主張上訴人應再連帶給付被上訴人1,541,477元，被上訴人附帶上訴請求之上訴利益為1,541,477元。

(二)上訴人第二審訴訟標的價額：

上訴人之財產上請求上訴利益為458,523元，因上訴人請求廢棄原判決主文第一項部分，故訴訟標的以458,523元計算。

(三)第一審與第二審訴訟費用計算：

本案訴訟當事人一部勝訴、一部敗訴者，第一審訴訟費用負擔而言，原審被告雖應連帶負擔訴訟費用之30%（計算式：

60萬元/200萬元)。然原審被告驅勢公司、鄭志鵬未上訴，是原審命原審被告應連帶負擔訴訟費用23%部分予以維持，然其餘7%部分由本件上訴人連帶負擔，其餘由被上訴人負擔。就第二審訴訟費用負擔以觀，上訴部分之訴訟費用，上訴人應連帶負擔全部訴訟費用；附帶上訴部分，上訴人應連帶負擔訴訟費用10%（計算式：141,477元/1,541,477元），其餘由被上訴人負擔。

十、本件無庸審究部分之說明：

本件為判決之基礎已臻明確，而兩造其餘爭點、陳述及所提之其他證據，經本院斟酌後，認為於判決之結果不生影響，自毋庸逐一論述，併此敘明。

據上論結，本件上訴人之上訴為無理由，被上訴人之附帶上訴為一部有理由，一部無理由，依智慧財產案件審理法第1條，民事訴訟法第450條、第449條第1項、第79條、第85條第2項、第463條，判決如主文。

中 華 民 國 109 年 2 月 27 日

智慧財產法院第一庭

審判長法官 李維心

法官 蔡如琪

法官 林洲富

以上正本係照原本作成。

本件不得上訴。

中 華 民 國 109 年 2 月 27 日

書記官 蔡文揚