

智慧財產法院民事判決

109年度民商訴字第30號

原告 彩虹世紀行銷有限公司

法定代理人 王璧鈴

訴訟代理人 劉宛甄律師

複代理人 丁銓佑律師

被告 全聯實業股份有限公司

法定代理人 蔡篤昌

訴訟代理人 蔡佳叡

許芳毓

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11月23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

一、原告公司主張：

(一)原告公司為註冊第00000000號「日安及OHayo 設計圖」商標（下稱系爭商標，如本判決附圖所示）之專屬被授權人。原告公司多年來均以系爭商標搭配「日安生活」、「日本進口」等標題販售商品，如「日安生活馬克杯」等，具有識別性。詎原告公司近日卻多次收到客戶客訴詢問，諸如：「你們家的東西不是日本進口的嗎？怎麼全聯送的日安馬克杯像大陸製造的？」、「我要集多少點才能換你們家的馬克杯呢！」等（原證6）。原告公司遂進行查訪，方得知被告公司未經原告公司同意，竟為行銷目的舉辦消費集點兌換贈品活動

，並以「日安生活馬克杯」（下稱系爭商品）作為宣傳，致相關消費者誤認系爭商品為原告公司之產品，因認品質不良而向原告公司客訴，顯然原告公司已因被告公司侵害系爭商標權而受有損害。爰依商標法第69條第3項、民法第195條第1項後段請求被告公司損害賠償及登報以回復名譽。

(二)被告公司所為已侵害原告公司系爭商標權：

1.被告公司係於杯類服務中，使用相同於系爭商標之商標：被告公司未經原告公司同意，竟為行銷目的舉辦該消費集點兌換贈品活動，並以「日安生活馬克杯」作為宣傳，被告公司就系爭商品明白表示為「日安生活馬克杯」，與原告公司使用系爭商標之「日安生活馬克杯」完全相同，且亦使用於杯類服務，是被告公司所為顯係於杯類服務中，使用相同於系爭商標之商標。

2.被告公司所為已致相關消費者誤認產品來源：

由原證6之客戶客訴詢問，足見相關消費者係誤認被告公司系爭商品為原告公司之產品，因認品質不良而向原告公司客訴，顯然相關消費者已誤認產品之來源。另以「日安生活」及「日本進口」同時以google圖片進行搜索之結果，亦可見在一般人在搜索此等關鍵字時，會將原告公司之產品與被告公司系爭商品誤認，且縱未加上「日本進口」字樣，仍會有同一情形。

3.被告公司所為顯係於杯類服務中，使用相同於系爭商標之商標，此顯屬商標法第68條第1款「於同一商品或服務，使用相同於註冊商標之商標」情形；又現既已有消費者產生誤認，被告公司所為顯亦屬商標法第68條第2款「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」情形，是被告公司所為顯已侵害原告公司商標權。

(三)原告公司已因被告公司所為受有損失：

被告公司以系爭商品在全國門市做換購活動，導致與原告公司有長期簽約合作之夥伴如家樂福、惠康、寶雅、楓康等等全國知名或上市櫃公司，在得知此事後，為避免有關商標權問題或侵害其客戶權利，均向原告公司表示原告公司相關產品將一律先下架不得銷售，且須等司法審判確定後，如認原告公司並無疏失，方願意繼續合作協助銷售，如認原告公司有不當之處，將停止雙方多年來合作關係。可見被告公司所為不僅影響原告公司商譽，且因各合作夥伴下架商品，致原告公司銷售數字大量減少。原告公司商譽已嚴重受損，多年來與各合作夥伴辛苦經營之信任關係因被告公司所為已毀於一旦，諸如商品滯銷、庫存成本，與各合作夥伴間契約恐衍生糾紛等實體損失更實難以計數。

(四)原告公司依商標法第69條第3項規定請求被告公司負損害賠償之責，依民事訴訟法第244條第4項之規定，暫以新臺幣（下同）165萬元為全部請求之最低金額。另原告公司商譽已嚴重受損，多年來與各合作夥伴辛苦經營之信任關係因被告公司所為已毀於一旦，原告公司請求被告公司應負擔費用將本件確定判決書之當事人欄、案由欄及主文欄登報以回復名譽。

(五)被告公司所辯均無足採：

1.被告公司稱，系爭商標註冊之使用類別未包含群組代碼2101之馬克杯，而認無從主張他人不得將馬克杯商品取名為「日安生活馬克杯」云云。然「馬克杯」本指「大柄杯子

」，屬於「杯」類之一種，原告公司系爭商標既有註冊於群組代碼2101之「杯」，則原告公司主張被告公司侵害原告公司系爭商標權當屬有據。

2.被告公司主張，「日安」源自於法文您好之意，而認非屬獨創性標識云云。但「日安」並非單純之招呼用語，且已有註冊第00000000號「日安GOOD DAY」商標、第00000000號「日安」商標、第00000000號「BON JOUR GOOD DAY 日安」等商標獲准註冊，況系爭商標「日安及OHayo 設計圖」，即將「日安」二字做為系爭商標之一部，可見被告公司所辯並不足採。

3.被告公司主張原證6 之內容無從證明原告公司主張，卻又無法具體說明何以該等證據會無法證明，可見被告公司所辯實屬臨訟杜撰之詞。

4.被告公司稱，系爭商品雖命名為「日安生活馬克杯」，但此並非將該商品品名作為商標使用云云。被告公司既已以此特殊名稱作為商品名稱，而非單純稱呼「馬克杯」或「皇家道爾頓馬克杯」，自可見被告公司係將該日安生活字樣作為商標使用。又被告公司辯稱「日安生活則為說明該商品之用途、特性」，但除被告公司根本未明確對此部分說明外，但何以其他產品均無相關字樣？反僅有「馬克杯」特別以此名稱稱呼？被告公司顯係刻意製造該產品與原告公司產品相關之假象。況且，被告公司辯稱未特別強調國家風格，其產品命名已跳脫商品品牌云云，卻又自承將產品與國家連接，係為「引起消費者共鳴而將部分產品與國家連結」，可見被告公司所辯為臨訟杜撰，方會自相矛盾。

01 5.被告公司辯稱，被告公司將關鍵字增加「日本製造」，方
02 會查得原告公司產品。但如單純以「日安生活」查詢，事
03 實上仍可查得原告公司產品資料，僅係位置排序較後，被
04 告公司刻意忽略此事實，並將「僅列出10個搜索結果之頁
05 面」提出，實有可議。

06 (六)並聲明：

07 1.被告應給付原告165 萬元，及自起訴狀繕本送達之翌日起
08 至清償日止，按年息5 %計算之利息。

09 2.被告應負擔費用將本件確定判決書之當事人欄、案由欄及
10 主文欄，以10號字體刊登於蘋果日報（高11.5公分×寬 11
11 .5公分篇幅）頭版1 日。

12 二、被告公司抗辯：

13 (一)被告公司未侵害原告公司系爭商標權：

14 1.系爭商標係由「OHayo 」及「日安」結合而成，惟原告公
15 司實際使用及據以主張之商標卻為「日安生活」，足見其
16 實際使用之商標與系爭商標並不相同，依社會一般通念已
17 失其同一性，非商標之合法使用。且原告公司於其官方網
18 站、臉書粉絲團、蝦皮購物賣場及露天賣場均係以「日安
19 工坊」作為標示，其販售之馬克杯商品，未見有與系爭商
20 標或「日安生活」搭配使用。況於網際網路以「日安生活
21 」為關鍵字搜尋，搜尋結果亦未見有任何與原告公司相關
22 之網頁或販售平台，則原告公司自稱該等文字搭配已為消
23 費者周知，並逕而主張對「日安」有專用權，實屬率斷。

24 2.智慧財產局商標資料檢索服務商品及服務名稱分類查詢，
25 第21類商品類別中群組代碼將「杯」與「馬克杯」分別列
26 出，即明白揭示該兩杯款並不屬於相同商品，則原告公司

主張「馬克杯」為系爭商標指定使用之商品類別中「杯」之部分，顯然無據。

3.綜觀被告公司設計之活動文宣、佈置物等，均係以極大字體標示「Royal Doulton 皇家道爾頓」商標，於各換購商品處以極細小字體標示商品品名，且每項商品品名皆針對商品之用途及特性命名，消費者絕無可能認為該系爭商品之品名為商標。此外，市場上使用「日安」為商標者並不罕見，識別性相當薄弱，且消費者對系爭商標之熟悉度亦非常薄弱，無可能有任何消費者混淆誤認系爭商品之來源；被告公司僅係將「日安」作為一般外來詞彙標示為商品品名，主觀上實屬善意，應無致相關消費者混淆誤認之虞。

4.被告公司系爭商品自始均係表彰「Royal Doulton 皇家道爾頓」；縱原告公司誤以「日安生活」為系爭商品之商標，該「日安生活」與系爭商標亦不相同。再者，系爭商標與「日安生活」除均有中文「日安」二字外，兩者毫無干係，被告公司既未使用與原告公司相同之商標，則無違反商標法第68條第1款及第2款之情事。

(二)被告公司將系爭商品命名為「日安生活馬克杯」，係為彰顯商品本身用途之說明，符合商業交易習慣之誠實信用方法，不受原告公司商標權所拘束：

1.「日安」係外來用語，源自於法文您好之意，相當於「早安、午安、晚安」。系爭商品之杯緣設計與一般市售馬克杯相比較為寬大，使用上除得作為水杯、茶杯、咖啡杯外，亦適合用於沖泡燕麥、早餐脆片等，功能多元且全天候都適用。代理商為系爭商品命名時，即本於前述功能設計

01 為命名理念，遂以外來語「日安」命名，因其最符合本款
02 商品展現之優勢，即望消費者能全天候使用本款馬克杯，
03 以此開啟美好生活之扉頁，故將「日安」、「生活」結合
04 ，再搭配商品類型「馬克杯」，而創作出「日安生活馬克
05 杯」，此乃商品命名之由來。

06 2.被告公司行銷時皆以「Royal Doulton 皇家道爾頓」商標
07 表彰系爭商品，於交易過程中消費者可明確知悉系爭商品
08 係源自「Royal Doulton 皇家道爾頓」而非原告公司，又
09 系爭商品雖使用「日安」文字，惟其僅係為表示商品之說
10 明文字，非作為商標使用；縱認有使用原告公司商標圖樣
11 之一部分，亦非屬利用原告公司系爭商標指示商品來源，
12 而屬符合商業交易習慣之誠實信用方法，應認為係商標合
13 理使用。

14 3.坊間將「日安」作為杯類商品名稱者所在多有，且「日安
15 」屬現有之詞彙，其識別性低，於業者長期使用下，「日
16 安」顯然已成為通用之名詞，如僅以單純「日安」二字在
17 未結合任何設計圖樣之情況下使用，是否仍具有識別性實
18 令人存疑。

19 (三)原告公司LINE官方帳號係公開於全國各超商通路之平台上，
20 並供消費者掃描QR CODE以利獲取商品資訊及聯繫，其帳號
21 開立目的係作為原告公司商品及服務推播之用，既已公開供
22 消費者存取，當無商業機密等保密資訊可言。原告公司因無
23 法提出原證6消費者於原告公司LINE官方帳號內詢問被告公
24 司換購商品資訊之對話截圖的來源而辯稱該等內容涉及機密
25 ，此等辯解即無可採。又原證6內容並無任何原告商品或服
26 務之推播資訊，僅有原告公司聲稱之消費者簡短詢問系爭商

01 品是否為其所販售，而詢問區間亦統一集中於今年五月下旬
02 　，並質疑系爭商品之品質及手感，然被告公司展示於門市之
03 換購商品均放置於玻璃櫥窗內，其等如何能以觸摸方式感受
04 觸感？且換購活動已為現今通路常用之行銷活動，絕無消費
05 者會誤認被告公司系爭商品可逕自原告公司門市換購，該對
06 話截圖之真實性有待證實。

07 (四)原告公司之商品並未因本件訴訟而停止銷售，其販售之馬克
08 杯市價亦較被告公司換購商品便宜，顯無原告公司所謂被告
09 公司之換購活動打亂市場價格等損害：

10 原告公司之馬克杯商品仍於大潤發景平店店內與其他杯盤共
11 同陳列販售；且原告公司販售之馬克杯圖騰均為可愛卡通樣
12 式，與系爭商品每一件皆為45度角手工浸紬，染色深淺、角
13 度與邊緣皆為獨一無二，鎖定之客群不同，且原告公司馬克
14 杯商品係均一價79元，而系爭商品為集點印花40枚另計99元
15 　、集點印花20枚另計199 元，價差極大，顯無原告公司所稱
16 被告公司換購商品致其市場價格崩盤等損害。

17 (五)綜上，原告公司指摘被告公司侵害其商標權云云，為無理由
18 　。被告公司既無侵害原告公司系爭商標權，自無需負擔損害
19 賠償之責，原告公司損害賠償及登報之請求顯屬無據。

20 (六)並聲明：原告之訴駁回。

21 三、兩造不爭執事項：

22 (一)原告公司為系爭商標之專屬被授權人，系爭商標專用期限自
23 95年6月1日至115年5月31日止，此有智慧財產局商標註
24 冊簿、商標使用授權合約書在卷可證（本院卷第28、30頁）
25 　。

26 (二)系爭商品為被告公司舉辦集點換購之換購商品，品名為「日

01 安生活馬克杯」，有被告公司網頁「商品介紹」附卷可佐（
02 本院卷第32頁）。

03 四、得心證之理由：本件原告公司主張被告公司於109年4月至
04 7月間，於被告公司所有的分店標榜顧客可集點換購日安馬
05 克杯之行為，侵害原告公司系爭商標權，經被告公司否認，
06 並以前詞置辯，故本件爭點為：(一)被告公司前揭行為，是否
07 侵害系爭商標權？(二)若侵害系爭商標權，則原告公司請求被
08 告公司損害賠償及登報是否有理由？賠償數額為何？茲分敘
09 如下：

10 (一)被告公司前揭行為，是否侵害系爭商標權？

11 1.本件原告公司主張本件起訴事實該當商標法第68條第1款
12 、第2款規定，被告公司應就侵害系爭商標權負損害賠償
13 責任，及就原告公司商譽受損部分登報回復，業據原告訴
14 訟代理人陳明在卷（本院卷第188頁），更有民事爭點整
15 理暨聲請調查證據狀附卷可參（本院卷第196頁），先予
16 敘明。

17 2.按商標法第68條規定：「未經商標權人同意，為行銷目的
18 而有下列情形之一，為侵害商標權：一、於同一商品或服務
19 ，使用相同於註冊商標之商標。二、於類似之商品或服務，
20 使用相同於註冊商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之
21 虞者。」故上開規定均係規範「使用相同於註冊商標之商
22 標」。

23 3.查系爭商標係如本判決附圖所示之「日安及Hayo設計圖」
24 商標，而原告公司主張被告公司用以作為商標使用者為「
25 日安生活」四字，顯然與系爭商標並非相同，是以，不論
26 被告公司將「日安生活」一詞置於「馬克杯」一詞之前，

01 是否係將「日安生活」作為商標使用，然「日安生活」與
02 系爭商標既不相同，如何因違反商標法第68條第1款、第
03 2款之規定，而侵害系爭商標權？故原告公司主張被告公
04 司之作為就系爭商標構成商標法第68條第1款、第2款之
05 商標權侵害，自無所據。

06 4.次按，當事人主張有利於己之事實者，就其事實有舉證責
07 任，民事訴訟法第277條前段定有明文。本件原告公司主
08 張：其因被告公司侵害系爭商標權之作為，遭合作廠商質
09 疑何以將販賣商品作為贈品，長期簽約合作夥伴如家樂福
10 、惠康、寶雅、楓康等獲悉上情，表示原告公司相關產品
11 一律先下架，須待司法審判確定，如認原告公司並無疏失
12 ，始願繼續合作協助銷售，原告公司銷售數字大量減少，
13 可見原告公司商譽嚴重受損，多年來和合作夥伴辛苦經營
14 的信任關係毀於一旦，與合作夥伴間契約恐衍生糾紛等實
15 體損失更難以數計等語（本院卷第202頁），而被告公司
16 否認侵害原告公司商譽，自應由原告公司就此為舉證，而
17 原告公司主張被告公司侵害系爭商標權云云，難認有據，
18 業如前述。至於原告公司主張遭合作夥伴質疑、遭先行下
19 架、大減銷售數字等，卻全未提出證據，原告公司所主張
20 如此龐大損害之商譽受損，卻僅存於一紙書狀所載片語，
21 並無得證之憑據，自難認原告公司有何商譽受損之情況。

22 5.因此，本件原告公司主張被告公司侵害系爭商標權、商譽
23 ，難認有據，故而，原告公司請求被告公司為損害賠償及
24 登報作為，自無理由。

25 五、本件原告公司主張被告公司以「日安生活」一詞置於「馬克
26 杯」一詞之前，而該當商標法第68條第1款、第2款之侵害

01 商標權，更侵害原告公司商譽，均難認有據。因此，原告公
02 司請求被告公司給付如訴之聲明所示數額及遲延利息與負擔
03 費用刊登本件確定判決書之部分內容，均無理由，應予駁回
04 。又因原告公司本件所為主張，均無理由，故其聲請命被告
05 提出「日安生活馬克杯」產品相關資料，以計算原告公司實
06 際損害數額，自無調查必要，附此敘明。

07 六、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及所提證據，均
08 與本判決所為前揭判斷，不生影響，無庸逐一述論，併予敘
09 明。

10 七、訴訟費用負擔之依據：智慧財產案件審理法第1條，民事訴
11 訟法第78條規定。

12 中 華 民 國 109 年 12 月 8 日

13 智慧財產法院第三庭

14 法 官 何若薇

15 以上正本係照原本作成。

16 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。

17 如委任律師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

18 中 華 民 國 109 年 12 月 8 日

19 書記官 張君豪