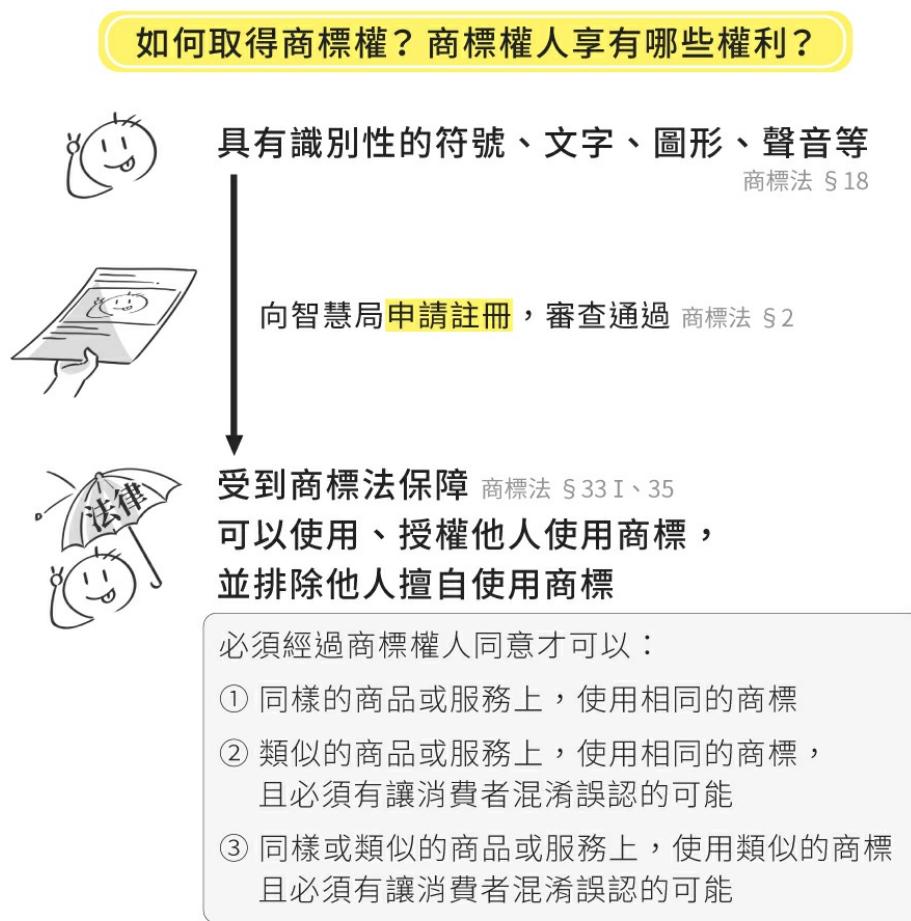


# 什麼情況下會侵害別人的商標權？如果發現商標被別人盜用了，應該怎麼辦？

文：王瀚誼（認證法律人） · 智慧財產權 · 2022-12-16

本文

一、商標權是保護什麼樣的對象<sup>[1]</sup>？（見圖1）



法律百科  
Legispedia

圖1 如何取得商標權？商標權人享有哪些權利？

資料來源：王瀚誼 / 繪圖：Yen

要受到商標權的保障，依照商標法第18條<sup>[2]</sup>規定，商標可以是任何具有識別性的符號、文字、圖形、聲音、味道、動態……等，舉一些大家熟知的例子，像是「綠油精～綠油精～爸爸愛用綠油精……」這首歌，其實就

有註冊為聲音商標<sup>[3]</sup>；或例如可口可樂的立體曲線瓶，也有註冊立體商標<sup>[4]</sup>。

因為我國對商標權採取註冊保護主義<sup>[5]</sup>（意思是有註冊才受到完整保護），若要取得商標權，必須向經濟部智慧財產局申請註冊商標<sup>[6]</sup>，經審查通過後，自註冊公告當日起，權利人才能取得商標權<sup>[7]</sup>。

## 二、商標權人有什麼權利？

### (一) 可以使用、授權他人使用商標，並排除別人擅自使用商標

針對經過註冊的商品或服務，商標權人會取得專屬使用商標、授權他人使用該商標的權利。而依照商標法第35條<sup>[8]</sup>規定，如果別人有以下行為，都應該經過商標權人同意：

1.

根本是在同樣的商品或服務上，使用相同的商標。例如汽車業者擅自把A牌汽車的Logo放在自家的汽車上。

2.

在類似的商品或服務上<sup>[9]</sup>，使用相同的商標。例如手機配件業者擅自將包膜業者的商標，使用於自家的玻璃保護貼、手機殼、保護套上<sup>[10]</sup>。

3.

在同樣或類似的商品或服務上，使用類似的商標。例如自製手工藝品業者，擅自將類似於他牌銀飾業者的商標，使用於自家拍賣網站上<sup>[11]</sup>。

其中，後二者還需要有讓消費者混淆、誤認的可能。因此，除了註冊的商標本身以外，可能讓消費者混淆、誤認的相似商標，也在商標法的規定範圍中。

### (二) 如何判斷「混淆誤認」？

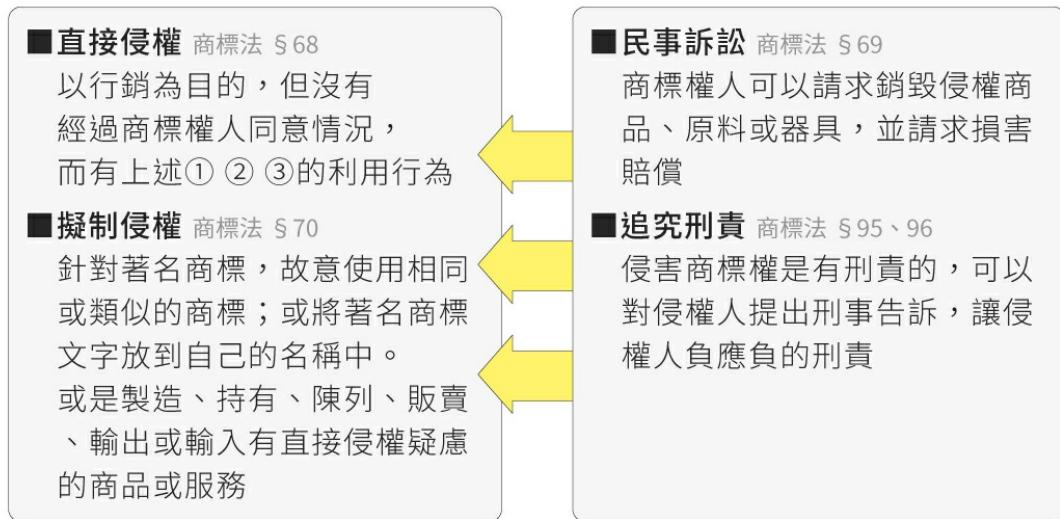
如何認定有讓消費者混淆誤認的可能，就是一個很關鍵的問題了，因為要判斷消費者是否因為商標，而誤認了產品來源或製造商，或是誤認兩個商標使用人之間，存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似的關係<sup>[12]</sup>，這不僅是單純做事實上的比對，也需要考量其他因素。

目前實務上多會參考智慧財產局混淆誤認之審查基準，以商標本身是不是容易識別、商品或服務相類似的程度、混淆誤認的具體情況、商標申請人是否出於善意……等等因素，綜合判斷。

## 三、侵害他人商標權的行為有哪些？（見圖2）

## 什麼情況下會侵害別人的商標權？商標被人盜用該怎麼辦？

### 侵害他人商標權的行為有哪些？商標被盜用時，商標權人可以？



法律百科  
Legispedia

圖2 什麼情況下會侵害別人的商標權？商標被人盜用該怎麼辦？

資料來源：王瀚誼 / 繪圖：Yen

### (一) 直接侵權

商標法保障消費者對於企業商譽的合理信賴，因此商標法規定的使用商標行為，是以「行銷目的」而使用商標，並且足以令消費者辨識的行為<sup>[13]</sup>。在這個前提下，依照商標法第68條規定<sup>[14]</sup>，如果是以行銷為目的，但沒有經過商標權人同意情況下，有商標法第35條所規定的利用行為<sup>[15]</sup>，則有可能會侵害他人的商標權。

### (二) 擬制侵權

「擬制侵權」白話來說就是指「不是將商標作為行銷的目的，但仍擅自使用他人商標」的行為，是以搭便車的方式，攀附著名商標的聲譽，立法者特意將這種非典型侵害商標權的行為，規定為擬制侵害商標權。

包含商標法第70條<sup>[16]</sup>的第1、2款，在明知他人有「著名之註冊商標」的情況下，未經商標權人同意就使用該商標，造成該商標原先的識別性降低、減損，甚至影響到原商標權人長年以來建立起的商業信譽。

例如曾有補教業者使用「台大」、「TAIDA」等商標，而被法院認定侵害國立臺灣大學信譽<sup>[17]</sup>；也曾有在臺的韓國美妝公司，在美妝產品上使用法國LV集團於皮包、配件上的著名商標，而被法院認定減損法商LV的商標權<sup>[18]</sup>。

或是同條第3款規定，雖然明知道可能會有侵害他人商標權，但是依然對商品或服務的標籤、吊牌等，為製

造、持有、陳列、販賣等行為。

#### 四、當商標被他人盜用時，法律上可以怎麼主張？

##### (一) 提起民事訴訟

依照商標法第69條規定<sup>[19]</sup>，商標權人可以排除或防止別人對自己商標權的侵害。同時可以請求侵權人銷毀侵害商標權的物品與侵害商標時使用的原料或器具，但法院也可以視情況，審酌侵害商標的程度以及是否涉及第三人利益後，做其他必要的處置。

另外，針對故意或過失侵害商標權的行為，商標權人也可以請求損害賠償，但必須注意時效規定，要在知道有損害及賠償義務人時起2年內、侵權行為開始時起10年內提起才行。

##### (二) 追究刑事責任

依照商標法第95條<sup>[20]</sup>、第96條<sup>[21]</sup>規定，侵害他人商標權，可能會有3年以下有期徒刑、拘役或併科新臺幣20萬元以下罰金的刑事責任。此外，侵害他人商標權是非告訴乃論，因此不論商標權人有沒有提出刑事告訴，檢警都可以偵查、起訴侵權人，由法院審判。

#### 註腳

[1] 本文相關內容曾刊於王瀚誼律師事務所 (n.d.)，《[如何處理商標侵權？](#)》，由作者增修後授權法律百科刊登。

[2] [商標法第18條](#)：「

- I 商標，指任何具有識別性之標識，得以文字、圖形、記號、顏色、立體形狀、動態、全像圖、聲音等，或其聯合式所組成。
- II 前項所稱識別性，指足以使商品或服務之相關消費者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別者。」

[3] [商標註冊審定號01135554號聲音商標](#)。

[4] [商標註冊審定號01234979號立體商標](#)。

[5] [商標法第2條](#)：「欲取得商標權、證明標章權、團體標章權或團體商標權者，應依本法申請註冊。」

[6] 可參考經濟部智慧財產局（2020），《[商標審查及行政救濟流程](#)》的說明。

[7] [商標法第33條](#)第1項：「商標自註冊公告當日起，由權利人取得商標權，商標權期間為十年。」

[8] [商標法第35條](#)：「

- I 商標權人於經註冊指定之商品或服務，取得商標權。
- II 除本法第三十六條另有規定外，下列情形，應經商標權人之同意：
  - 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。

III 商標經註冊者，得標明註冊商標或國際通用註冊符號。」

[9] 關於如何判斷什麼是「同一商品或服務」或是「類似商品或服務」，例如實務上可能會參考智慧財產局的「商品及服務名稱分類查詢功能」來判斷，但不會完全僵化的遵照該查詢功能來判斷是不是類似商品或服務，如最高行政法院105年度判字第614號行政判決：「依商標法第19條第6項明文規定：『類似商品或服務之認定，不受前項商品或服務分類之限制。』是以商標法施行細則之商品或服務分類，係為申請註冊時行政上之便利而規定，與商品或服務是否類似，不盡一致，要非受其限制。不得以二以上商品或服務屬於相同之分類，而當然認定其為類似商品或服務，亦不得以二以上商品或服務屬於不同之分類，而當然認定其不是類似商品或服務。同一類商品或服務不一定是類似商品或服務，而不同一類的商品或服務也可能是類似商品或服務。」

[10]智慧財產法院105年度民商訴字第15號民事判決：「被告將同一系爭商標使用於『鋼化玻璃膜、手機配件、3C產品』商品，實與原告之系爭商標指定使用於『紙製裝飾用標語旗、商標紙標貼、家庭用保鮮膜、封口針』商品相關，其消費者即有高度重疊，且被告經營『封膜、貼紙』之功能性產品，對原告之系爭商標不可能均不知悉，倘其相關產業目睹或聽聞被告使用原告之系爭商標作為行銷方法，難謂無產生錯誤聯想之可能，故被告所使用系爭商標行銷『鋼化玻璃膜、手機配件、3C產品』與原告之系爭商標指定使用於商品具類似性。」

[11]智慧財產法院108年度民商訴字第33號民事判決：「系爭商標指定使用於等商品，被告甲〇〇使用『非銀不可』、『非銀不可戀石銀勢』等商標行銷其販售之純銀、水晶、瑪瑙等飾品業務，依一般社會通念及市場交易情形，易使商品消費者誤認為兩者來自相同或雖不相同但有關聯之來源，是兩商標所使用之商品或服務類似程度極高。經考量系爭商標具有相當識別性，稍一攀附即會使人產生混淆誤認，而兩商標圖樣近似程度極高、商品服務類似程度極高等因素綜合判斷，應認相關消費者可能誤認兩商標為同一來源，或有關係之來源，而產生混淆誤認情事。準此，足認被告甲〇〇確未經商標權人同意，為行銷目的而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，而構成侵害原告之商標權無疑。」

[12]最高行政法院103年度判字第21號行政判決：「所謂『有致相關消費者混淆誤認之虞者』，係指商標有使相關消費者對其所表彰之商品來源或產製主體發生混淆誤認之虞而言，亦即商標予消費者之印象可能致使相關消費者混淆而誤認來自不同來源之商品或服務以為來自同一來源，或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。」

[13]商標法第5條：「

I 商標之使用，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：

- 一、將商標用於商品或其包裝容器。
- 二、持有、陳列、販賣、輸出或輸入前款之商品。
- 三、將商標用於與提供服務有關之物品。
- 四、將商標用於與商品或服務有關之商業文書或廣告。

II 前項各款情形，以數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物方式為之者，亦同。」

[14]商標法第68條：「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。」

[15]商標法第35條。

[16]商標法第70條：「未得商標權人同意，有下列情形之一，視為侵害商標權：

- 一、明知為他人著名之註冊商標，而使用相同或近似之商標，有致減損該商標之識別性或信譽之虞者。
- 二、明知為他人著名之註冊商標，而以該著名商標中之文字作為自己公司、商號、團體、網域或其他表彰營業主體之名稱，有致相關消費者混淆誤認之虞或減損該商標之識別性或信譽之虞者。
- 三、明知有第六十八條侵害商標權之虞，而製造、持有、陳列、販賣、輸出或輸入尚未與商品或服務結合之標籤、吊牌、包裝容器或與服務有關之物品。」

[17]智慧財產法院108年度民商訴字第23號民事判決：「……況且，被告所販售之網路線上課程及講義題庫教材，乃是專以各類考試目的為取向，並非專研學術教育研究，實與消費者所熟知原告係高等教育學府以從事教育及學術研究領域不符，故被告使用系爭著名『台大』、『TAIDA』商標行銷補教課程，將使系爭商標所表彰之品質或形象產生貶抑或負面之聯想，致有致生減損系爭商標信譽之虞。故原告主張被告所為亦構成商標法第70條第1款之侵害商標權，核屬有據。」

[18]智慧財產法院108年度民商上字第5號民事判決：「系爭商標使用於皮包、皮件等商品已屬高度著名之商標，已如前述，縱使系爭商標指定使用於皮件、服飾及配件、珠寶首飾等以外之商品，與系爭商品之粉盒非屬同一或類似商品，惟系爭圖樣與系爭商標高度近似，被上訴人將系爭圖樣使用於粉盒，足以使著名之系爭商標使用於皮包、皮件類商品給予消費者強烈指示單一來源的印象，很有可能將會變成指示二種或二種以上來源的商標，或使該商標在社會大眾的心中不會留下單一聯想或獨特性的印象，而有減損該商標之識別性之可能，故被上訴人亦構成商標法第70條第1項第1款視為侵害商標權之行為。」

[19]商標法第69條：「

- I 商標權人對於侵害其商標權者，得請求除去之；有侵害之虞者，得請求防止之。
- II 商標權人依前項規定為請求時，得請求銷毀侵害商標權之物品及從事侵害行為之原料或器具。但法院審酌侵害之程度及第三人利益後，得為其他必要之處置。
- III 商標權人對於因故意或過失侵害其商標權者，得請求損害賠償。
- IV 前項之損害賠償請求權，自請求權人知有損害及賠償義務人時起，二年間不行使而消滅；自有侵權行為時起，逾十年者亦同。」

[20]商標法第95條：「未得商標權人或團體商標權人同意，為行銷目的而有下列情形之一，處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣二十萬元以下罰金：

- 一、於同一商品或服務，使用相同於註冊商標或團體商標之商標者。
- 二、於類似之商品或服務，使用相同於註冊商標或團體商標之商標，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或團體商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。」

[21]商標法第96條：「

- I 未得證明標章權人同意，為行銷目的而於同一或類似之商品或服務，使用相同或近似於註冊證明標章之標章，有致相關消費者誤認誤信之虞者，處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣二十萬元以下罰金

◦

II 明知有前項侵害證明標章權之虞，販賣或意圖販賣而製造、持有、陳列附有相同或近似於他人註冊證明標章標識之標籤、包裝容器或其他物品者，亦同。」

標籤

► 商標，盜用，著名商標，混淆誤認，商標侵權