

題目：收購他人玩具改貼自己的商標，是否構成侵權。

案例：“楓葉”對“鱷魚”有關反向假冒的問題

一、案例

中國大陸曾發生一起很有爭議的案例，就是收購他人商品後，將該商品原附貼的商標去除後，改貼購買人的商標，再予出售。這樣的行是否合法？其具體案情如下：

同益公司為鱷魚公司在北京的專櫃商，1994年同益公司自北京服裝一廠購買“楓葉”牌男西褲，隨後將“楓葉”商標去除並改貼“卡帝樂”商標的西褲出售。北京服裝一廠認為同益公司擅自消除“楓葉”商標，改為“卡帝樂”商標的行為，係一種冒用他人產品謀取暴利的不正當行為，擾亂社會經濟秩序，違反了誠實信用原則。請求同益公司賠償人民幣100萬元。同益公司則辯解稱，其更換商標之行為並未侵犯原告的商標專用權，不存在不正當競爭的行為。沒有惡意敗壞服裝一廠的產品聲譽，故不同意原告的訴訟請求。

二、評析

“楓葉”與“鱷魚”商品糾紛案，在大陸確實引起了許多專家學者間的爭論。對於北京同益公司的營業行為，顯然違反公平、誠實信用的商業道德，大致持肯定的看法並無歧見。所不同的是，鱷魚公司經銷商的行為究竟屬何種性質，該行為損害了誰的利益，以及應當承擔何種法律責任等問題，出現了不同的看法。主要有兩種意見。一種意見認為，鱷魚公司經銷商的行為一方面損害了消費者的利益，另一方面以次充好，濫用了處分他人商標的權利。消費者可以請求損害賠償，工商行政管理部門則可以制止濫用商標的行為，並有權給以行政處罰，以恢復市場秩序的公平和保護商業活動中的誠信原則。另一種意見則認為，鱷魚公司經銷商的行為侵犯了北京服裝廠的“楓葉”商標權，其性質是「反向假冒」，並將「反向假冒」定義為“使用自己的商標去假冒他人的產品”。

持第一種看法的，大致認為，商品一經轉讓後，受讓人就能對受讓物有使用、收益、處分的權能，北京服裝廠賣出衣服之後，就失去了對該衣服的支配權，受讓人甚至有權在出讓人的面前公開銷毀該衣服。而且北京同益公司並非對他人之商標權的權利範圍內再次利用，與定義中“反向假冒”的本質不同。但是持第二種意見的人，則認為侵害了商標專用權或是違反大陸《反不正當競爭法》相關的規定。

由於，此問題造成執法上的困難，中國大陸在最近的一次商標法修正中（西元二〇〇一年十月二十七日），將「未經商標註冊人同意，更換其註冊商標並將該更換商標的商品又投入市場的」也列為商標法第五十二條侵權行為的一種態樣。所以，在大陸收購大批玩具，將原出廠廠商的商標去除後，改貼自己商標，或者放在印有其他商標的包裝盒中再予銷售時，亦構成侵權。

此案，如果發生在台灣，是否可以定性為商標侵權，商標法並無明文規定。台灣商標法第六十一條「商標專用權人對於侵害其商標專用權者，得請求損害賠償，並得請求排除其侵害，有侵害之慮者，得請求防止之」。個人以為，原商標權人隨著其商品在首次銷售後，雖然已取得對價而對商品再次的銷售喪失其控制權，即學理所稱的「權利用盡」。但不意味商品購買人得濫用其權利，如果權利之行使係以損害他人為主要目的，或違反誠實信用之原則時，自為法所不許。另依臺灣公平交易法第二十條、

二十四條及相關國際間規範競爭行為，建立公平與自由的競賽規則的立法精神來看，“楓葉”商標被去除而改為“卡帝樂”一案，宜定性為一種不正當競爭行為較妥。消費者在百盛公司內的鱷魚專賣點，用高價位購買表示為新加坡產地的“卡帝樂”西褲，其所期望與相信的是這條西褲，從製造方法、選製者、製造地，均是新加坡鱷魚公司所監製及銷售。結果發生期望與真實不符，顯然的北京同益公司是意圖獲取不當之利益，以撕去“楓葉”商標換貼“卡帝樂”商標為手段，直接侵害的是消費者的利益，間接的是防礙商標專用權人積極使用其商標流通於市場的權利。