



商標授權人之品質控制義務與無過失商品責任

— 台北地方法院 93 年度訴字第 4082 號判決的延伸思考

林鵬飛*

摘要

當一商品係使用經授權之商標，一旦因其瑕疵或危險造成損害，消費者可能認定商標權人應負賠償之責。然而，若商標授權人僅是授權商標予他人使用，將無過失責任加諸其身，又似過於擴張責任主體之範圍。本文將探討商標授權人之品質控制義務，以及應負之無過失商品責任。

關鍵字：商標授權、品質控制義務、無過失責任、消費者保護法、商標捨棄、特殊侵權責任、agency principles of apparent authority、stream of commerce theory、breach of warranty theory、sufficient participation

收稿日期：100 年 12 月 18 日

* 作者為國立政治大學科技管理研究所博士生。



壹、緒論

隨著國際貿易活動的頻繁以及商業模式的改變，商標授權在商業活動中的重要性與日俱增。以美國為例，製造業者在 2003 年付出將近 60 億美元的商標授權權利金¹，2007 年則更超過這個數字；此外有總值 500 億美元以上的授權產品在市場銷售，授權商品的類型超過 1,500 種²。然而，隨著交易活動的熱絡，消費糾紛也不斷產生。由於企業與消費者在地位上的差異、訴訟舉證之困難以及高訴訟費用之不經濟等因素，遂有保護消費者權益之特別立法的趨勢，我國之「消費者保護法」即為適例。在消費者保護之法規中，無過失責任³有別於傳統民事法理，可說是最大之特色。

以無過失商品責任為例，責任主體原則上係商品製造人。然而，當一商品係使用經授權之商標，外觀上可能無法知悉實際之製造者，消費者甚至可能單純地認定該商品係商標權人所製造。對消費者而言，該商標亦可能代表品質的信賴，甚至是引發購買行為之動機。因此，一旦該商品因本身瑕疵或危險而造成消費者之損害，消費者極有可能認為商標權人應該負責。另一方面，商標授權人極有可能並不實際生產、製造該授權商品。若

¹ David J. Franklyn, “The Apparent Manufacturer Doctrine, Trademark Licensors and the Third Restatement of Torts,” 49 Case W. Res. 671(1999), 頁 673。DAVID WALLACE and ALLISON ALCASABAS, “Trademark Licensor Liability for Defective Products Under U.S. Law,” (May 16, 2007)。來源：

<http://www.chadbourne.com/files/Publication/2b97ea02-cc8d-478c-9ec5-4df468c355e0/Presentation/PublicationAttachment/a45d612e-b9d5-49c6-abc6-b4d956df3fa3/Trademark%20Licensor.pdf>

² Daniel F. Gallagher, “Limiting Risk-Defective Products Made By Licensee”.

<http://www.jmls.edu/events/Limiting%20Risk%20PowerPoint.PPT>

³ 美國法所稱「嚴格責任 (strict liability)」即相當於我國實務與學說所稱之「無過失責任」，為行文方便，本文統一採用後者，並於必要時註明「商品」或「服務」責任以資區別。



僅是授權商標予他人使用，對於該授權商品之瑕疵或危險並無掌控之能力，將無過失商品責任加諸商標授權人，似過於擴張責任主體之範圍。當商標授權與消費者權益保護交集時，如何取得適當之平衡，實為值得探究之課題。本文將以台北地方法院 93 年度訴字第 4082 號判決（以下簡稱「第 4082 號判決」）為出發點，經由比較美國法之方式，並以我國現行規定為基礎，討論商標授權人的無過失責任。

貳、判決簡介與問題延伸

一、第 4082 號判決摘要

快樂瑪麗安公司（以下簡稱「快樂瑪麗安」）授權合眾美語補習班（以下簡稱「合眾美語」）以「快樂瑪麗安美語學校世貿校區」之名稱從事美語幼兒教育經營事業，並授权使用「快樂瑪麗安」之商標，且提供相關經營美語幼兒教育之教材、輔助經營之輔導與服務。甲前往合眾美語接受輔導時，受同學乙碰撞撞擊地面，導致門牙斷裂，經送醫處置，牙醫建議將來需製作臨時牙冠，且於 14 歲時換成瓷牙冠，之後再單顆植牙。甲遂以合眾美語與快樂瑪麗安為被告，起訴請求侵權行為損害賠償。

原告甲主張：被告合眾美語之受僱人即教職員怠於善良管理人之注意，違反保護他人之法規，且未按其與被告快樂瑪麗安所簽訂之加盟合約書規定代學童投保團體保險及公共責任意外險等必要保險，應賠償醫療費用及精神慰撫金（民法第 184 條第 1 項前段、第 2 項）。被告快樂瑪麗安與被告合眾美語屬於合作經營性質，亦即具備民法上之合夥關係或委任關係；若為合夥關係，依據民法第 679 條之規定，被告合眾美語對外為被告快樂瑪麗安之代表，如為委任關係，受任人即被告合眾美語之侵權行為，



委任人即被告快樂瑪麗安亦應負責，依據民法第 185 條、第 28 條之規定，被告快樂瑪麗安應與被告合眾美語負連帶賠償責任。

被告合眾美語主張：本案係因乙自溜滑梯上直接跳入球池撞到原告甲，使原告甲臉部撞及溜滑梯而造成門齒斷裂，然乙由溜滑梯口突然跳下之舉動，為任何人均無法預見，被告合眾美語之教職員均已盡最大之努力維護學員之安全，是被告合眾美語就原告之傷害並無過失。被告快樂瑪麗安則以：其與被告合眾美語為加盟關係，被告快樂瑪麗安並未實際參與被告合眾美語之實際經營，僅授權使用相關快樂瑪麗安教學美語機構之商標及英文教材，其間並無合夥關係，亦無監督管理之關係，本件事故之發生與被告快樂瑪麗安並無任何關連，被告快樂瑪麗安並無任何過失。

法院判決原告敗訴，其理由為：1.被告合眾美語與快樂瑪麗安簽訂之加盟合約書，約明被告合眾美語為獨立經營之企業體，享有絕對之經營權、所有權與決策權，一切財務收支完全獨立，並需自負經營盈虧之責，被告合眾美語僅能以自己名義簽訂合約或對外代表，不得代表被告快樂瑪麗安行使任何涉外行為，顯見被告快樂瑪麗安並未參與被告合眾美語之實際經營，而被告快樂瑪麗安與被告合眾美語間僅具加盟之法律關係，並無合夥或委任之法律關係，實難認被告快樂瑪麗安為具有被告合眾美語代表權之人而需負共同侵權行為責任；2.被告合眾美語遊戲區範圍並不大，老師既於遊戲時間開始前對 10 名小朋友就遊戲之安全規則加以說明，而於遊戲時間開始後在不大之遊戲區巡視以隨時照顧 10 名小朋友，且原告甲當時年約 11 歲，乙年約 8 歲，均有了解老師說明之遊戲安全規則並加以遵守之智識及能力，實難認被告合眾美語之教職員照顧原告有未盡善良管理人注意義務之情事；3.被告合眾美語縱未依其與被告快樂瑪麗安簽訂加



盟合約書投保相關必要保險，亦僅屬被告合眾美語就加盟契約有債務不履行之情事，且依據一般人智識經驗判斷，未投保保險亦無通常均會發生本件原告傷害結果之可能，是尚難認被告合眾美語有無投保與本件原告所受損害有相當因果關係，另原告甲並未具體指出被告合眾美語係違反何種保護他人法律，亦未表明被告合眾美語有何該當違反保護他人法律之行為，故此部分主張均難認有據。

二、第 4082 號判決之延伸問題

第 4082 號判決原告最初僅列合眾美語為被告，嗣後復追加快樂瑪麗安為共同被告。法院在判決中明確指出快樂瑪麗安不需負連帶責任，易言之，縱使第 4082 號判決中合眾美語之侵權行為損害賠償責任成立，亦與快樂瑪麗安無涉。然而，合眾美語係加盟並使用快樂瑪麗安之商標，若學員係因信賴該商標之商譽、品牌形象而前往合眾美語就讀，對家長或學童而言是否有能力與義務分辨快樂瑪麗安與合眾美語之關係？再者，第 4082 號判決原告係因受同學碰撞而受傷，又因被告合眾美語未依加盟契約投保意外險而無法獲得理賠。就原告受傷部分，當屬權利受侵害之損害無疑，惟誠如法院判決所持之理由，被告合眾美語就學童的管理並無過失，不符合侵權行為之主觀要件⁴。職是之故，除了一般侵權行為之損害賠償責任外，若原告欲尋求更有利之主張，可能之請求權基礎為：1. 民法第 191 條之 1 關於商品製造人之特殊侵權責任，該條第 2 項後段規定：「在商品上附加標章或其他文字、符號，足以表彰係其自己所生產、製造、加工者，視為商品製造人」，原告是否可依此規定，請求商標授權人負「因其商品

⁴ 至於無法獲得保險理賠部分，此係原告之純粹經濟上損失，縱認未投保與未獲得理賠間具有相當因果關係，亦不滿足侵權行為中「損害」之要件。



之通常使用或消費所致他人之損害」之賠償責任？2. 消費者保護法（以下簡稱消保法）係民法侵權行為之特別法，並設有無過失責任之相關規定，原告是否得依據消保法主張合眾美語甚至快樂瑪麗安應負無過失服務責任？

本文認為，基於保護消費者（第 4082 號判決原告）之觀點，最有利之情況應係商標授權人亦得為請求對象，並得依據消保法向其主張無過失責任之損害賠償。而民法第 191 條之 1 雖規範商品製造人之特殊侵權責任，惟就立法理由觀之，責任主體似僅限於商品製造人而不及於服務提供者（第 4082 號判決被告）；學說上亦認為本規定並不適用於服務提供者⁵。退步言之，即使民法第 191 條之 1 之責任主體及於服務提供者，由於消保法係民法之特別法，故針對因消費關係所生之爭議，理應優先適用消保法之相關規定⁶。此外，立法理由及學說多數認為民法第 191 條之 1 為中間責任或推定過失責任⁷，若被告能舉證「對於商品之生產、製造或加工、設計並無欠缺或其損害非因該項欠缺所致或於防止損害之發生，已盡相當之注意」，即無法以本規定相繩；相較於消保法的無過失責任，本規定之主觀要件仍相對較為嚴格。因此，本文以下將先簡介美國法上商標授權人之無過失商品責任，其次討論我國現行相關規定於第 4082 號判決之適用。

參、美國法品質控制與商品責任

智慧財產權授權的領域中，並不唯獨商標授權人可能涉及無過失商品

⁵ 例如：邱聰智，「新訂民法債編通則（上）」，輔仁大學法律叢書編輯委員會，民國 92 年修訂一版，頁 227。姜俊志，「消保法與民法關於商品責任規範之比較」，空大學訊，民國 96 年 8 月 2 日，頁 73。

⁶ 邱聰智，前註書，頁 225。

⁷ 邱聰智，前註書，頁 229。姜俊志，註 5 文，頁 74-75。



責任，例如專利或營業秘密的授權人，亦可能因其設計之產品的缺陷而成爲無過失商品責任訴訟的被告。然而，因商標授權所生之爭議較多，美國法在這方面的發展也較爲成熟⁸。商標授權人的無過失商品責任，其論理基礎在於品質控制義務；而規範商標授權人品質控制義務的理由，則須由商標的本質與功能談起。

一、商標授權與品質控制

美國法在 20 世紀初認爲商標的功能在於表彰商品來源，且通常係指「單一」來源，故並不允許商標授權。若商標權人授權他人使用其商標，則相同之商標將附著於不同來源的商品，導致公眾被誤導。由於商業交易活動的改變，爲了滿足實際的需求，約從 30 年代開始美國法院逐漸認同商標授權之行為。然而爲了符合公眾對於商標所表彰之品質的期待，允許授權的配套措施即要求商標授權人須對被授權人生產之產品品質加以控制。於是，商標的功能由「來源理論」轉化爲「品質保證理論」，消費者對商標的認知不一定係代表單一之商品來源，而是固定的商品品質，或者可說是廣義的單一商品來源。此外由於戰後亟需以政策或立法促進經濟的發展，1946 年提出的蘭哈姆法案（Lanham Act）遂將商標授權明文化，並將品質控制的要求一併納入法案中。

依據蘭哈姆法案第 5 條（15 U.S.C. 第 1055 條）⁹規定，在不欺罔公眾

⁸ Melissa Evans Buss, “PRODUCTS LIABILITY AND INTELLECTUAL PROPERTY LICENSORS,” 27 Wm. Mitchell L. Rev. 299 (2000), 頁 306。

⁹ 15 U.S.C. §1055 (Section 5 of the Lanham Act). Use by related companies affecting validity and registration

Where a registered mark or a mark sought to be registered is or may be used legitimately by **related companies**, such use shall inure to the benefit of the registrant or applicant for registration, and such use shall not affect the validity of such mark or of its registration,



且不影響商標有效性的前提下，商標得被「關係公司（related company）」使用，但商標權人必須對關係公司之商品或服務的性質（nature）與品質（quality）加以控制（control）。此條文雖未使用「授權（license）」之用語，惟實質上已允許商標之授權使用行為。至於何謂關係公司，蘭哈姆法案第 45 條（15 U.S.C. 第 1127 條）¹⁰則將關係公司定義為受商標權人控制有關商標使用之性質及品質之任何商標使用人，再次強調品質控制之要求。就法律效力而言，商標所有權人必須監督被授權人製造產品之品質。如果商標所有人未盡到品質監督之責，該授權則成為「空授權」（Naked License）。商標權人未對授權商品品質加以控制，依據諸多法院判決，可能導致授權契約無效，授權人自受禁反言之拘束而無法禁止被授權人之繼續使用該商標，並將導致商標權之捨棄¹¹。

二、商標授權人之無過失商品責任

由於美國法要求商標授權人對於授權商品的性質與品質進行控制，商標授權人因此須對於該商品造成第三人（例如消費者）之損害負責。在 70 年代早期，法院開始採納商標授權人須負無過失商品責任的主要理論基礎

provided such mark is not used in such manner as to deceive the public. If first use of a mark by a person is **controlled by the registrant or applicant for registration of the mark with respect to the nature and quality of the goods or services**, such first use shall inure to the benefit of the registrant or applicant, as the case may be.

¹⁰ 15 U.S.C. §1127 (Section 45 of the Lanham Act). Construction and definitions; intent of chapter

...

The term "related company" means any person whose use of a mark is controlled by the owner of the mark with respect to the nature and quality of the goods or services on or in connection with which the mark is used.

...

¹¹ 葉德輝，「美國商標授權相關案例介紹」，智慧財產權月刊第 35 期，民國 90 年 11 月，頁 47。相關案例可參考此文頁 52-56。



有二：明顯授權之代理原則（agency principles of apparent authority）¹²與商業串流理論（stream of commerce theory）。明顯授權之代理原則係指商標代表授權人賦予被授權人明顯的授權，被授權人的行為即代表授權人之行為。侵權行為整編第二版〔The Restatement (Second) of Torts〕指出，將他人製造之動產當作自身產品而上市（put out）之人，所負之責任與其本身製造該動產者相同¹³；此原則亦適用於商標授權人將商標加諸他人所製造之產品且使用者信賴該商標所涉及的品質與信譽之情況¹⁴。因此，即使某一產品係由商標被授權人所製造，當消費者購買商品時，可以想當然地認為該產品係來自商標權人，故商標權人須對該產品負責。商業串流理論則認為無過失責任應加諸產品所經過的商業串流中之任何人，商標授權人亦屬之。在 *Kasel v. Remington Arms* 案¹⁵中，法院認為，銷售公司（marketing enterprise）將瑕疵商品置於商業活動串流中，故將責任加諸任何與該銷售公司有連結關係之人是具有正當性的；本案被告就造成損害之商品以及創造消費者對該產品之需求的企業具有參與性連結（participatory connection），而此連結係為其本身之利潤或其他利益。

70 年代晚期，美國法開始以擔保之違反理論（breach of warranty

¹² 對於侵權行為整編第二版之見解，亦有稱之為「明顯製造人理論（Apparent Manufacturer Doctrine）」。參見：David J. Franklyn, “The Apparent Manufacturer Doctrine, Trademark Licensors and the Third Restatement of Torts,” 49 Case W. Res. 671(1999)。

¹³ “one who puts out as his own product a chattel manufactured by another is subject to the same liability as though he were its manufacturer.”

¹⁴ “One puts out a chattel as his own product when he puts it out under his name or affixes to it his trade name or trademark. When such identification is referred to on the label as an indication of the quality or wholesomeness of the chattel, there is an added emphasis that the user can rely upon the reputation of the person so identified.”

¹⁵ *Kasel v. Remington Arms Co.*, 24 Cal. App. 3d 711, 725 (Cal. Ct. App. 1972)。本案係首次將無過失責任溯及經銷鍊上的商標授權人，見 Melissa Evans Buss，註 5 文，頁 308。



theory) 歸責商標授權人，特別是基於默示擔保的違反。以商標授權人品質控制的要求為基礎，*Kosters v. The Seven-Up* 案¹⁶是首次成功的違反擔保訴訟。本案原告因瓶子從紙盒中滑落破裂而受傷，而依據商標授權契約，被告對於被授權人所使用之紙盒型式與設計保有同意權。法院認為，雖然被告並未製造、銷售、處理、運送或要求使用該瑕疵產品，卻對該產品的型式、樣式、尺寸、與設計施以控制，其控制程度讓被告可被視為該產品之供應者。法院係基於下列考量而判決授權人須負無過失責任：1. 同意不安全產品之銷售所創造之風險、2. 授權人消除該產品不安全特性的能力與機會、3. 消費者對於危險所欠缺的認識、4. 消費者信賴商標所賦予該產品背後之授權人印象 (the impression that the licensor stood behind the product)。

到了 80 年代，法院將歸責問題限縮至充分參與 (sufficient participation) 之人。商標授權人是否成立侵權行為整編第二版的無過失責任，須視其是否充分有效地參與被授權人產品的設計、製造或銷售。是否充分參與因個案事實而有不同認定，以下分別舉出構成充分參與及不構成充分參與的案例供作參考。美國法院認為構成充分參與者，例如在 *Torres v. Goodyear* 案¹⁷中，法院依據兩個主要理由判決商標授權人須對原告因被授權人所製造的輪胎所生損害負責：首先依據商標授權契約，被授權人有標示、銷售與廣告的權利，惟其所製造的輪胎須根據商標授權人的配方與規格；其次，由於商標授權人與被授權人在經營上的重疊 (overlap) 及前者持有後者公司股份的比例，授權人對被授權人有充分的控制能力。另一個例子是 *City of*

¹⁶ *Kosters v. The Seven-Up Co.*, 595 F.2d 347, 352 (6th Cir. 1979)

¹⁷ 786 P.2d 939, 945 (Ariz. 1990)



Hartford v. Associated Construction 案¹⁸，本案之系爭天窗底座產品，係由商標授權人制定配方、設計、宣傳、製造、配送、出售、全國性地經銷並提出規格與使用說明，被授權人僅能購買出自授權人的原料並製造出商品。本案之商標授權人以授權契約對於產品品質及其應用方式加以控制，符合 Lanham 法案的要求，法院認為授權人這些行為已對被授權人施以充分的控制而須負無過失商品責任。相對地，若商標授權人的涉入程度僅是將其商標用於該產品或協助推銷，則法院認為授權人並不該當充分的參與。

侵權行為第三整編〔The Restatement (Third) of Torts〕關於商標授權人的產品責任之內容並未採「充分參與」之判斷標準。侵權行為第三整編指出，將他人製造之產品當作自己的產品而從事出售或經銷之商業活動者，即有如製造者而負有相同之責任¹⁹。因此，商標權人若授權他人之商品使用其商標並由被授權人銷售，授權人並不具可歸責性。即使消費者可能理所當然地認為該商品係由商標授權人製造，該授權人因並未將他人製造之產品當作自行製作之產品而出售或經銷，故不需負責。

三、品質控制的平衡點

由上述關於美國法的說明可知，對商標授權人而言，如何施以適當、平衡的品質控制是困難的課題。為了避免被認為捨棄商標權，授權人必須對品質進行相當程度的控制，俾使商品符合公眾的期待；另一方面，就授權人的觀點而言，亦不希望因為品質控制而被法院判決應負無過失商品責

¹⁸ 384 A.2d 390, 392 (Conn. Super.Ct. 1978)

¹⁹ "One engaged in the business of selling or otherwise distributing products who sells or distributes as its own a product manufactured by another is subject to the same liability as though the seller or distributor were the product's manufacturer."



任。因此，在授權契約中宜約定符合商標法要求、足以保有商標權之最低程度的控制，而在此前提下讓被授權人有最大的自主權²⁰。例如：

- 品質控制可僅以概括條款約定，例如授權商品應達到與先前商品相同之標準。商標授權人應避免參與產品之設計、測試、製造與經銷。品質控制僅限於商標使用之方式，例如商標應如何使用於標示、吊牌、產品本身、包裝、廣告與促銷活動中²¹。
- 授權人可在授權契約中聲明無權干擾（interfere）商品的實際生產製造，僅在被授權人的產品不符合約定標準時予以通知。被授權人可自行決定改善品質以符合標準，或是選擇失去該商標的授權。這樣的約定可讓商標授權人保有商標權，且不構成「實質地參與」設計或製造²²。
- 商標授權人可要求被授權人於銷售資料上明確排除授權人對產品缺陷的責任²³，並要求於產品上載明製造者²⁴。
- 除了被授權人的責任保險之外，由於授權人亦承擔產品責任的風險，授權人的責任保險亦應成為授權契約之內容²⁵。然而，保險必須排除兩種情況，即被授權人的商標侵權行為以及對抗第三人主張之商標侵害²⁶。

²⁰ DAVID WALLACE and ALLISON ALCASABAS，註 1 文。

²¹ 同註 2。

²² Melissa Evans Buss，註 5 文，頁 328。

²³ 同前註。

²⁴ 同註 2。

²⁵ 同註 22。

²⁶ 同註 2。



- 於授權契約中應以免責約款 (indemnification clause) 保護商標授權人，避免授權人之損害²⁷。
- 避免被授權人與授權人有經營管理上的重疊，應選擇獨立的製造業者為被授權人；此外，就排除商品責任的角度而言，授權人與被授權人間不宜建立加盟關係²⁸。
- 授權契約中應聲明被授權人並非授權人之代理人或代表，不得為代理或代表之行為²⁹。

肆、我國法之探討與適用

一、商標法關於品質控制之規定

我國商標法於民國 82 年修法前原設有商標授權人品質控制之規定³⁰，

²⁷ 同註 22。作者以下例說明適當的免責條款：

“Licensee shall protect, defend, indemnify and hold harmless the Licensor, its shareholders, directors, officers, and employees from and against any and all claims, demands, losses, suits, liabilities or expenses (including court costs and reasonable attorneys' fees, if any) for property damage, injury or death of persons resulting from or arising out of the negligence or intentional or unintentional wrongful acts of Licensee, its subcontractors (and their employees and agents), or its invitees, during or in connection with the use of Licensee's products.”

²⁸ Thad Chaloeintiarana, “Trademark Licensing and Defective Products—Walking the Line Between Licensing Control and Products Liability,” The John Marshall Law School 52nd Annual Intellectual Property Law Conference (February 29, 2008) 來源：
<http://www.jmls.edu/events/Trademark%20Licensing.PPT>。

²⁹ 同註 2。

³⁰ 民國 47 年前商標法尚無品質控制之規範。民國 47 年增修商標法第 11 條第 3 項：「商標專用權人，除移轉其商標外，不得授權他人使用其商標。但他人商品之製造，係受商標專用權人之監督支配，而能保持該商標商品之相同品質，並合於經濟部基於國家經濟發展所需要所規定之條件，經商標主管機關核准者，不在此限。」本項於民國 61 年修正時移至第 26 條第 1 項，內容並未修正。



依舊法，商標權人若欲將商標授權他人使用，須監督支配其商品之製造，以保持該商標商品之相同品質，並經商標主管機關核准。其中，法條所稱「監督支配」之方式與程度，一般而言，不論派員指導、提供原料或配方、檢驗商品、制定產品標準等方式均屬之。至於保持商品之相同品質，係指被授權人使用授權商標於其製造之商品上，該商品必須與商標專用權人（即授權人）所製造之商品，保持同一水準以上之品質³¹。除事前審查之規定外，舊商標法中品質控制之要求與蘭哈姆法案之精神一致。事前審查即商標授權須經主管機關審核是否符合監督支配與保持相同品質之規定，惟商標授權常伴隨其他契約，如營業秘密、專利實施、技術合作等，在授權申請獲核准前，若授權人不願透露其技術之秘密，被授權人可能無法生產品質相同之商品。故主管機關應不須苛求被授權人於授權申請時即具有製造相同品質商品的能力，只須要求授權當事人間確有監督支配關係、願意遵守品質保證之條件即可。至於是否真能履行該等約定，仍有待主管機關事後審查，不以事前審查為必要³²。

商標法於民國 82 年修正時，將上述原第 26 條第 1 項關於品質監督控制之規定刪除³³，修法說明謂：「鑑於商標表彰商品乃商業主體信譽之所在，對於商標之維護，專用權人較諸任何人更為關切。故是否授權他人使

³¹ 李鎡著、徐火明主編，「商標授權論」，三民書局，民國 83 年 10 月 1 日出版，頁 38。
³² 前註書，頁 49-50。

³³ 民國 82 年修正後之商標法第 26 條，經過歷次修法，於民國 92 年修正為現為商標法第 33 條：商標權人得就其註冊商標指定使用商品或服務之全部或一部，授權他人使用其商標（第 1 項）。前項授權，應向商標專責機關登記；未經登記者，不得對抗第三人。被授權人經商標權人同意，再授權他人使用者，亦同（第 2 項）。授權登記後，商標權移轉者，其授權契約對受讓人仍繼續存在（第 3 項）。被授權人應於其商品、包裝、容器上或營業上之物品、文書，為明顯易於辨識之商標授權標示；如標示顯有困難者，得於營業場所或其他相關物品上為授權標示（第 4 項）。



用其商標，自會慎重考應。對於授權使用該商標商品之品質，亦必嚴加監督，以免影響其商譽。因此商標授權關係有其自律性，無需公權力過度干預。徵諸美、日等國商標法，對於商標授權亦甚少限制，爰刪除限制條件」³⁴。舊法之規定雖有不當之處，惟品質控制係為維持商標功能與目的之基礎，修法當時有論者認為刪除此規定值得商榷³⁵。本文認為，以現今觀點，由於商標授權模式的多樣化，是否要求品質控制需視授權之型態而定。

值得注意的是，現行商標法雖無商標授權品質控制之要求，惟第 4082 號判決除商標授權外，事實上合眾美語與快樂瑪麗安尚具有加盟之契約關係。若該加盟關係符合所謂之「企業規劃加盟店」，亦即符合加盟店經營所有權隸屬於加盟者（Franchisee）且總店（Franchisor）對加盟店具有嚴密的「監控權」等特徵³⁶，當加盟店與消費者發生法律責任時，總店與加盟店雖分屬不同的法人格或經營者，若總店不須共同負責，有論者認為二者在法律價值評斷及損益分配上即可能失衡，且事實上提供總店規避稅賦或法律責任的工具。故無論加盟組織型態為何，均應「揭開加盟系統的面紗」，一律課以總店與加盟店就系統外部責任連帶負責³⁷。因此，原告於起訴時尚有可能依下列規範基礎及理論主張快樂瑪麗安總店須共同負責³⁸：

³⁴ 民國 82 年商標法修正條文對照表。來源：智慧財產局網站，
http://www.tipo.gov.tw/ch/MultiMedia_FileDownload.ashx?guid=04325efa-a076-40e1-a2b4-b6bbbed3effd0.doc。

³⁵ 李錕，註 31 書，頁 84~85。

³⁶ 林美惠，「加盟店契約法律問題之研究——以企業規劃（隸屬）加盟為主」，月旦法學雜誌，第 6 期，1995 年 10 月，頁 93~94。

³⁷ 前註文，頁 96。

³⁸ 前註文，頁 96-98。



（一）契約責任

1. 為履行輔助人而負責：總店對加盟店行使監控權，其運作與債務人因分工役使他人履行債務而受益之本質相似，一般債務人可藉慎選及監督其履行輔助人以避免法定擔保義務之發生，總店亦得自由選任、並於一定程度內控制加盟店之營運行為，避免可能須為加盟店之債務不履行同負其責。透過類推適用民法第 224 條，除非總店能證明選任監督並無過失，否則即應負同一責任。
2. 表見代理之授權人責任：加盟者使用總店之商標，甚至於招牌、廣告上標明係總店之分支機構，均極易引發消費者確信加盟店與總店屬同一企業。加盟店的行為在事實上已構成民法第 169 條表見代理之外觀，故可推論出消費者得要求總店負授權人責任之結果。
3. 附保護第三人作用之契約理論：消費者與總店雖無契約關係，然而得透過由誠信原則導出的附隨義務群，擴大加盟契約關係對第三人之保護。消費者可主張加盟契約具有附保護第三人之作用，其乃總店可得預見之與加盟關係密切之第三人，進而主張應受契約關係之保護。

（二）侵權責任

1. 僱用責任及代負責任：當總店對加盟店的控制逾越單純的協助、建議或諮詢時，即足以使加盟店立於類似其受僱人之地位。美國



法認為總店控制權的行使若超過單純維持加盟系統商譽之必要措施時，得視加盟店為總店之受僱人。因此，消費者有可能依民法第 188 條，要求總店負侵權行為之連帶責任。

2. 企業組織責任：「揭開公司面紗」此種特殊的組織責任型態，極能配合加盟系統的組織特性，並符合消費者心中的確信，不失為解決企業規劃加盟店外部侵權問題的途徑之一。例如當總店無償為加盟店選購置物架，因架子有瑕疵致飲料掉落砸傷消費者，此時依企業組織責任理論，總店雖非商品製造人，亦非消費契約當事人，仍應類推適用民法第 28 條負連帶侵權責任。

上述主張之基礎雖不必然為我國法院所接受，或者無法適用於第 4082 號判決之事實（尤其第 4082 號判決中被告合眾美語並不成立侵權行為），惟其中仍可看出加盟關係與商標授權之同質性，蓋因加盟關係本即屬特殊之商標授權類型。例如以總店對加盟店之控制程度作為是否須負共同責任之判斷標準，即與美國法商標授權人商品責任之實質控制要求相當；又關於表見代理之授權人責任，其理論基礎亦與美國法之明顯製造者理論一致。

二、消保法關於商標授權人無過失責任之規定

美國侵權行為整編第三版對於商標授權人之無過失商品責任，限於授權人本身從事銷售者，已如前述。就我國法而言，商標授權人若非商品製造者但銷售該商品，依消保法第 8 條³⁹對該商品應負連帶責任；惟該規定

³⁹ 消保法第 8 條第 1 項：從事經銷之企業經營者，就商品或服務所生之損害，與設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者連帶負賠償責任。但其對於損害之防免已盡



係推定過失責任，與美國法之無過失責任（無過失責任）略有不同。除此之外，消保法對於在他人所製造之商品付以商號或商標，致外觀上被認為商品製造人者（商標授權人即可能屬之），其是否為商品責任之主體並無規範，學者亦認為此情況有待進一步探討⁴⁰。然而，歐盟部長理事會之指令則明定，標示商標於商品上致其外觀上為製造人者，屬產品責任之主體⁴¹。德國商品製造責任法亦有與上述指令相同之規定，惟當商品已標示製造、生產之人時，即使商品上使用販賣者之商標，仍以標示為生產、製造之人為商品製造人。我國法並無類似之規定，故僅於商標授權人該當設計、生產、製造、輸入、經銷等行為時，方有責任發生之可能⁴²。

因此，若商標授權人僅授權使用商標，或授權並監督控制被授權人之商品製造，而本身並未從事設計、製造、生產或提供服務，此時是否適用消保法之無過失責任，以下分別討論之：

- （一）商標授權人僅單純授權，而不進行品質控制。由於我國商標法未就商標授權之品質控制加以規範，若商標授權人僅單純授權製造人使用商標，對於商品之製造、設計、銷售均未涉入，則授權人並無法掌控該商品之風險。本文認為，此時若授權人應對商品之危險負無過失責任，實已違背消費者保護之基礎法理。美國法早期見解雖曾認為此種授權人亦應負責，惟現已不採此論點。況美國法早期見解

相當之注意，或縱加以相當之注意而仍不免發生損害者，不在此限。

⁴⁰ 朱柏松，「消費者保護法商品製造人責任規定之適用與解釋（上）」，臺大法學論叢，第 24 卷第 1 期，頁 369-370。

⁴¹ Directive 85/374/EEC (1985 年 7 月 25 日) Article 3, paragraph 1: 'Producer' means the manufacturer of a finished product, the producer of any raw material or the manufacturer of a component part and **any person who, by putting his name, trade mark or other distinguishing feature on the product presents himself as its producer.**

⁴² 朱柏松，註 40 文，頁 370。



之主要歸責基礎係源自品質控制義務，我國法既無品質控制義務，不進行品質控制之商標授權人即無相對之責任可言。至於商標法就此未規範是否妥適，此係另一問題。

(二) 商標授權人除授權外並進行品質控制。相對地，商標授權人可能基於維持商譽等因素，而自行對被授權人之產品品質加以監督控制。一旦商標授權人之控制程度已達美國法上所稱之「充分參與」或「實質控制」，授權人此時對於商品之危險或瑕疵已可掌握，本文認為，基於目的性擴張之解釋，應將消保法第 7 條所稱之「設計商品」、「生產商品」、「製造商品」或「提供服務」，依個案事實擴及對危險有掌控能力之商標授權人，如此方符合消保法之立法精神。美國法對於商標授權人之無過失責任不斷限縮，其理由之一在於授權人若因品質控制而須負的責任範圍過大時，可能因此導致授權人不進行或規避品質控制，最終結果反而有損公眾利益。然而，我國現行法既然賦予商標授權人品質控制之自由，則其無過失責任之認定當回歸上述消保法之精神與目的為是。

三、第 4082 號判決之案情是否可依消保法主張無過失責任

本案被告合眾美語係補習及進修教育法所稱之短期補習班⁴³，目前文獻與實務上均認為補習班屬於消保法所規範之服務。蓋因上課之學生係繳交學費而得享有補習班提供相當學費之師資、教材及上課環境等服務，短期補習班應為消保法所稱之企業經營者，而學生為消費者，應無疑問，再

⁴³ 補習及進修教育法第 6 條：短期補習教育，由學校、機關、團體或私人辦理，分技藝補習班及文理補習班二類；修業期限為一個月至一年六個月。



者依消費者保護法實務研討會第二期法律問題案號一，亦認為補習班應有消費者保護法服務責任之適用⁴⁴。本文亦採相同見解。

第 4082 號判決原告受其他同學碰撞而受傷，有論者認為在課後托育中心遭同學毆打係保護照顧義務之違反，屬服務之缺陷，課後托育中心必須負責且有消保法無過失責任之適用⁴⁵。第 4082 號判決原告雖非遭毆打，然而基於相同之理由，學童身體不受侵害應屬對兒童補習班通常可合理期待之安全性，即使補習班教職員當時已盡善良管理人之注意義務，補習班仍應負無過失責任。另外值得注意的是，依消保法第 7 條第 2 項⁴⁶，欠缺警告標示亦為服務之缺陷。遊戲場所既有危害身體之可能，即應為明顯之標示（例如使用國字並加註注音符號），第 4082 號判決之被告合眾美語若未設置警告標示，即應負無過失責任；即使已設置警告標示，除非能主張消保法施行細則第 5 條之科技抗辯，否則僅得依消保法第 7 條第 3 項但書請求減輕賠償。

依第 4082 號判決所載內容，被告快樂瑪莉安與被告合眾美語似無監督控制關係，則不論就前述之加盟關係總店責任，或消保法第 7 條擴張適用於商標授權人之情況，似均難以認為被告快樂瑪麗安須就服務之缺陷負責。惟須注意的是，第 4082 號判決內容並未提及被告快樂瑪麗安之加盟組織是否由快樂瑪麗安統一進行廣告行銷，若果，則快樂瑪麗安有可能屬於「服務之經銷者」。依消保法第 8 條第 1 項，從事經銷服務之企業經營

⁴⁴ 吳正榮，「課後托育中心」服務於消費者保護法之適用與解釋，國立成功大學法律學研究所碩士論文（民國 92 年 7 月），頁 166。

⁴⁵ 前註論文，頁 123。

⁴⁶ 消保法第 7 條第 2 項：商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法。



者負有推定過失責任。

伍、結論

本文旨在探討商標授權人之品質控制義務，以及對該授權商品或服務所應負之商品或服務責任。美國法要求商標授權人應對被授權人製造之商品進行品質控制，否則可能被認定係捨棄商標權。我國現行商標法並無品質控制之規定，然而就第 4082 號判決觀之，快樂瑪麗安與合眾美語之加盟契約約定合眾美語應為學員投保意外險，雖然合眾美語未履行此約定導致原告無法獲得傷害理賠，惟此僅係加盟契約當事人之問題；對於未獲理賠一事，原告既無法向被告快樂瑪麗安求償，亦無法向被告合眾美語求償。然而，快樂瑪麗安並未因此遭受任何損失，若其不願因此解除契約（可能減少授權金、加盟金、教材販售等獲利），則要求替學員投保之規定對契約雙方均無拘束力可言，形同具文。因此，若要求商標授權人必須進行品質控制，並以商標權之捨棄作為違反之法律效果，對第 4082 號判決之被告快樂瑪麗安而言，應可使其較為積極地履行監督控制義務。故本文認為商標授權品質控制之要求有其必要，惟目前市場上商標授權模式多樣化，應依不同情況而有不同程度的規範，不宜一概而論。

關於商標授權人就服務或商品是否需負無過失責任，美國法的趨勢是逐漸地限縮。從早期依據侵權行為整編第二版之擴張解釋，凡商標授權人在商品外觀上為製造者，即應負無過失責任，到了侵權行為整編第三版中只將無過失責任限於自行銷售產品之商標授權人。對此，有學者對侵權行為整編第三版過於限縮之觀點有所批評，且整編之性質不具絕對拘束力，其見解不必然為各地法院所採。我國消保法對於商標授權人並未特別規



範，本文認為，應以商標授權人對於商品或服務缺陷的掌控能力為判斷標準，此判準與美國法中實質控制、充分參與之判斷有同一旨趣。單純授予商標使用權、不過問產品品質之商標授權人，並無法控制產品的缺陷或危險，不應將無過失責任加諸其身；反之，若商標授權人對於被授權產品之製造、設計、生產已具有實質控制或充分參與，依消保法之立法目的，此時應擴張解釋使商標授權人亦應負無過失責任。