

智慧財產及商業法院行政判決

110年度行商訴字第19號

民國110年12月15日辯論終結

原告 常瑞貿易有限公司

代表人 張揚名

訴訟代理人 翁偉倫律師

陳怡榮律師

被告 經濟部智慧財產局

代表人 洪淑敏

訴訟代理人 林淑如

參加人 捷科企業社

代表人 游明泰

訴訟代理人 陳啟桐律師

黃耀祖律師

黃國彰律師

上列當事人間因商標評定事件，原告不服經濟部中華民國110年1月20日經訴字第11006300010號訴願決定，提起行政訴訟，並經本院命參加人獨立參加被告之訴訟，本院判決如下：

主 文

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

壹、程序方面：

原告起訴聲明原為：「原處分不利於原告部分及訴願決定均撤銷。」（本院卷第13頁），嗣於民國110年11月10日言詞辯論期日變更為：「原處分關於『飲料零售批發及酒零售批發部分服務之註冊』應予撤銷之部分及訴願決定均撤銷。」原告上開訴之聲明變更為使聲明更加明確，非屬訴之變更或追加，並經被告及參加人表示同意（本院卷第243頁），故無行政訴訟法第111條第1項規定之適用。

參、實體方面：

01 一、爭訟概要：

02 原告前於103年12月25日以「托凱」商標，指定使用於當時
03 商標法施行細則第19條所定商品及服務分類表第35類之「廣
04 告企劃、廣告設計、報章廣告設計、雜誌廣告設計、網路廣
05 告設計、各種廣告招牌設計、廣告美術設計、型錄設計、商
06 標設計、產品簡介設計、企業識別體系設計、廣告模型設
07 計、為企業企劃折扣卡以促銷其商品或服務為目的之服務、
08 廣告版面設計、廣告、戶外設計廣告、電視廣告、電視商業
09 廣告、電台廣告、電台商業廣告、郵購型錄廣告、廣告製
10 作、廣告促銷模型製作、廣告資料更新、各種廣告招牌製
11 作、廣告專欄製作、廣告稿撰寫、廣告代理、傳播媒體廣告
12 時段租賃、廣告宣傳、樣品分發、張貼廣告、廣告宣傳品遞
13 送、為他人促銷產品服務、電腦網路線上廣告、商品現場示
14 範、廣告宣傳本出版、為他人提供促銷活動、為零售目的在
15 通訊媒體上展示商品、商店櫥窗裝飾、商店擺設設計、廣告
16 片製作、市場行銷、電話行銷服務、代理進出口服務、代理
17 國內外廠商各種產品之報價、代理國內外廠商各種產品之投
18 標、代理國內外廠商各種產品之經銷、代理國內外廠商各種
19 產品之報價投標經銷、為其他企業採購商品及服務、協助企
20 業對外採購服務、開發票服務、拍賣、古董拍賣、珠寶拍
21 賣、藝術品拍賣、網路拍賣、為工商企業籌備商展服務、為
22 工商企業籌備展示會服務、為工商企業籌備博覽會服務、籌
23 備商業性或廣告目的性的展示會、籌備商業性或廣告目的性
24 的展銷會、展覽會場佈置、為促銷目的籌辦時裝表演、百貨
25 公司、超級市場、便利商店、購物中心、郵購、電視購物、
26 網路購物、為消費者提供商品資訊及購物建議服務、量販
27 店、百貨商店、飲料零售批發、酒零售批發、食品零售批
28 發」服務，向被告申請註冊。經被告核准列為註冊第017289
29 02號商標（下稱系爭商標，如本判決附圖所示），權利期間
30 自104年9月16日至114年9月15日止。嗣參加人以系爭商標有
31 違商標法第29條第1項第1款、第2款及第30條第1項第8款、

第9款之規定，對之申請評定。案經被告審查，認系爭商標指定於「飲料零售批發、酒零售批發」部分服務之註冊有違商標法第29條第1項第1款及第30條第1項第8款規定，以109年9月18日中台評字第H01060103號商標評定書為系爭商標指定於前揭部分服務之註冊應予撤銷，其餘指定服務之註冊評定不成立之處分（下稱原處分）。原告不服前揭評定成立部分之處分，提起訴願，經經濟部110年1月20日經訴字第11003600010號決定書為訴願駁回之決定（下稱訴願決定），遂向本院提起本件行政訴訟。

二、原告起訴主張及聲明：

（一）主張要旨：

1.原處分及訴願決定認定「托凱」為匈牙利葡萄酒產區「Tokaj」地名之中譯，所憑理由證據無非是依參加人所提出之西元2007年至2012年之網路文章、書籍、網站介紹等。惟原告實為全臺最早自匈牙利引進葡萄酒販售之人，且早於2001年間開始就已使用「托凱」商標進行銷售服務迄今，遠比上開網路文章或書籍等時間更早：

（1）早於2001年底至2002年初開始，原告即首開全臺先例，自匈牙利「Royal Tokaji Boraszati Zrt.」酒莊引進頂級貴腐葡萄酒，並以「托凱」為名販售。此有「Royal Tokaji Boraszati Zrt.」製酒公司出具之說明書可證，其中譯文稱：「常瑞公司自2002年起成為我們在台灣的代理商。因為他代表了我們的葡萄酒，並且我們已經在所有產品上標示了托凱，自2002年以來，他們已經將英文名稱Tokaji和Royal Tokaji，以中文分別翻譯為托凱和皇室托凱。並使用在我們所有的產品上、中文背面標籤、廣告、官方網站和市場銷售。」（評定答辯書附件4）。足證原告於斯時，早已使用托凱此一標識名稱，作為廣告與市場銷售使用。

（2）又從原告架設的網站<http://www.cognac-house.com.tw>觀之，經以時光回朔器查詢該網址，可知至少於2001

01 年12月27日原告即已在使用「托凱」為名稱，販售產自
02 「Royal Tokaji Boraszati Zrt.」酒莊之貴腐葡萄酒
03 酒，此部分亦有2002年7月10日原告以「托凱」甜酒為
04 名稱為文介紹之食譜可證(評定答辯書附件9)，均足堪
05 認定原告早於2001年間，就已於臺灣使用「托凱」為名
06 稱提供酒類販售服務。

07 (3)且2003年及2004年全臺整年向匈牙利進口之葡萄酒，數
08 量依序分別僅為354公斤、263公斤，該總量恰約幾乎等
09 於原告當時所進口之數量，上情均有2003年及2004年之
10 中華民國進出口貿易值表，以及同年度原告留存之進口
11 報單可證(評定答辯書附件5)。換言之，上開期間，全
12 臺所有產自匈牙利的葡萄酒，均為原告所進口。

13 (4)又由參加人提出之申證29，即為上開「<http://www.cognac-house.com.tw/>」網站，於2005年3月11日當時顯示
14 之網頁內容(評定答辯書附件6)，由該網頁內容亦可證
15 明早於2005年3月間，原告早已在「托凱」為名，
16 販售或介紹產自「Royal Tokaji Boraszati Zrt.」酒
17 莊之貴腐葡萄酒。
18

19 (5)綜上所述，原告實為自匈牙利批發進口葡萄酒之全臺第
20 一人，並自2001年開始自「Royal Tokaji Boraszati Z
21 rt.」酒莊引進貴腐葡萄酒後，即持續不斷以「托凱」
22 為名販售該款酒類。較原處分所憑之2007年至2012年網
23 路文章、書籍、網站介紹等更早。惟被告竟直接以上開
24 資料，認定「托凱」即為匈牙利地名之中譯，完全忽略
25 原告才是全臺灣第一個創作並使用「托凱」此名稱呼號
26 販售葡萄酒之人，認定顯有錯誤。

27 2.為使國人認識該酒，原告業已投入上至數千萬台幣費用的
28 廣告推廣及舉辦各類品酒會等活動，並每年均參與世貿或
29 圓山飯店舉辦之酒展，使國人能認識該酒莊產出之該款酒
30 品：

01 (1)原告自2001年引進匈牙利「Royal Tokaji Boraszati Z
02 rt.」酒莊的葡萄酒後，為推廣販售此酒，逐年都有參
03 加酒展，並舉辦品酒會。例如，世貿舉辦之臺北美酒風
04 情展或臺北國際美食展，此部分有2004年12月參與策展
05 公司展昭國際企業股份有限公司（下稱展昭公司）於台
06 北世貿一館舉辦之「2004台北國際美酒風情展」，有展
07 昭公司出具之參展證明，以及參與2008年參展計劃表可
08 證(評定答辯書附件11)。

09 (2)另外關於品酒會的部分，早期的資料業已佚失，原告目
10 前僅能提出於2007年辦理托凱甜白酒品酒會之資料為
11 證，此有報名表及照片可證(評定答辯書附件14)，其中
12 報名人即包含酒訊雜誌總編「莊○○」，以及原處分援
13 用的網路資料作者即部落客大胃周(真名為周○○)。

14 (3)酒訊雜誌總編莊○○並於該期2007年之雜誌提及該次酒
15 會之報導以「台灣的洋酒老牌進口商常瑞貿易，代理進
16 口匈牙利皇家托凱甜白酒多年，直到今年4月4日在台北
17 福華大飯店舉辦了一場品酒會，才公開皇家托凱的驚人
18 身世，原來皇家托凱葡萄酒公司的發起人，是赫赫有名的
19 英國權威酒評家Hugh Johnson。此次應邀來台擔任品
20 酒會主講人的Ben Howkins，除了是Hugh Johnson的事
21 業合作夥伴外，本身也是皇家托凱葡萄酒公司的總經理。
22 」(評定答辯書附件15)。

23 (4)另周○○則於參加完品酒會後，即於2007年6月22日於
24 「大胃周的部落格」，以標題Tokaji多凱甜白酒為題，
25 張貼網路文章一則，其中並引用原告公司舉辦品酒會之
26 資料(評定答辯書附件16)。此網路文章即經被告援用為
27 本件評定事件之證據資料。

28 3.綜上，原告早於2001年開始即使用「托凱」為名稱提供商
29 品或服務，迄今已逾19年之久，且亦可能係因原告大量投
30 入宣傳之故，使匈牙利Tokaj地區以「Royal Tokaji Bora
31 szati Zrt.」酒莊（即皇室托凱葡萄酒公司）之托凱酒聞

01 名，而使「Tokaj／Tokaji」地區之地理名稱中譯上，於
02 我國民間有混用「托凱」的情形。惟由上開脈絡可知，實
03 係因原告推廣之故，而使「托凱」一詞反較「Tokaj／Tok
04 aji」之正確中譯「托卡伊」聞名，且被告所提及使用
05 「托凱」名稱作為地名之證據資料，幾乎都與原告有關，
06 不是作者曾參加原告辦理的品酒會，就是在介紹原告引進
07 販售的葡萄酒。「托凱」之名稱確實係因原告於市場上使用
08 之結果，使相關消費者得以認識其為原告之商品或服務
09 來源的標識，是仍應認具有商標識別性。

10 4.另匈牙利葡萄酒產區「Tokaj」，正確官方中譯應為「托
11 卡伊」，並非「托凱」，且於我國實屬罕見地名，惟被告
12 並未對此審酌，理由亦有不備：

13 (1)我國歷年進口之葡萄酒，以2019年整年為例(評定答辯
14 書，附件2「中華民國進出口貿易值表統計」)，高達1
15 7,715,601公斤，其中來自匈牙利者，僅為17,818公
16 斤，此與自法國進口量高達5,333,565公斤相比，比例
17 甚為懸殊及少量，堪認匈牙利葡萄酒於我國之市占甚
18 微。

19 (2)且除市占量少外，匈牙利國內除Tokaj地區產葡萄酒
20 外，尚有馬特拉(Matraalja)、埃格爾(Eger)、塞
21 克薩德(Szekszárd)、維拉尼(Villány-siklos)等
22 產區(評定答辯書附件3)產製葡萄酒。換言之，Tokaj亦
23 僅為匈牙利眾多產區中之其一，然以「托凱」為商標名
24 稱提供酒類零售服務，依一般國人消費習慣及對匈牙利
25 當地的理解程度，並不具任何地理上意義。且「Tokaj
26 ／Tokaji」並未如匈牙利首都布達佩斯(Budapest)一樣
27 具知名度，或如同法國葡萄酒之於波爾多地區為我國人
28 民所熟知。是依我國一般消費者認知，顯難直接將系爭
29 商標服務與Tokaj地區產生地理上的聯想，則依上開說明，
30 「托凱」仍具有識別性。

01 (3)況Tokaj地區直至2002年才獲聯合國教科文組織註冊為
02 世界遺產，原告也是相當於該時期自Tokaj引進甜白
03 酒，並將「Royal Tokaji Boraszati Zrt.」酒莊的酒
04 在臺以托凱為名稱販售。惟該時期「托凱」一詞在臺灣
05 國內仍未有特定意涵，是仍符合「罕見地名」之情形。

06 5.綜上所述，原告對原處分及訴願決定關於將系爭「托凱」
07 商標指定使用於「飲料零售批發及酒零售批發」部分撤銷
08 之部分表示不服。

09 (二)聲明：原處分關於「飲料零售批發及酒零售批發部分服務之
10 註冊」應予撤銷之部分及訴願決定均撤銷。

11 三、被告答辯及聲明：

12 (一)答辯要旨：

13 1.「Tokaj/Tokaji」為匈牙利的一個葡萄酒產區名稱，且早
14 在2006年2月17日即獲得歐盟委員會之核准註冊，列為地
15 理標示保護(評定申請書附件5)，此為雙方所不爭。又觀
16 諸雙方所提事證可知，「Tokaj/Tokaji」於系爭商標申請
17 評定日前，即有「托凱」(評定申請書附件1、2之2009年2
18 月18日及2008年2月7日網路文章、附件3之2010年出版之H
19 ugh Johnson葡萄酒隨身寶典、評定補充理由書附件14之2
20 012年出版之「酒食聖經」)、「拓凱」(評定答辯書答證1
21 之1997年出版之「稀世珍釀」、答證9之2008年網路yahoo
22 奇摩知識)或「多凱」(評定答辯書答證5之2008年出版之
23 「世界葡萄酒地圖」、答證8之2007年網路部落客「大胃
24 周」文章)等多種中文譯名。固然「Tokaj/Tokaji」於系
25 爭商標申請日前，並無統一之中文譯名，然而，審酌評定
26 申請書附件1、2之2009年2月18日「Tokaj-托凱，貴腐酒
27 故鄉」及2008年2月7日「老酒之的回憶『托凱貴腐酒』
28 」等網路文章，確有相關消費者或民眾將「Tokaj」譯為
29 「托凱」、附件3之2010年出版之「Hugh Johnson葡萄酒
30 隨身寶典」中則寫道「Tokaj是托凱鎮鎮名的拼法；Tokaj
31 i則是托凱酒的拼法」及評定補充理由書附件14之2012年

01 出版之「酒食聖經」則寫道「托凱貴腐甜白酒Tokaji/Tok
02 ay/Tocai」等事證，足認「托凱」之譯名於本件104年9月
03 16日註冊時，於酒品市場上，相關消費者或業者確實將之
04 作為「Tokaj/Tokaji」地理名稱或葡萄酒地理名稱之譯
05 名。此可徵諸原告評定答辯書所提答證3之匈牙利駐台北
06 貿易辦事處之官方網站，介紹其「托凱葡萄酒歷史文化區
07 (Tokaj wine regionhistoric cultural landscape)」，
08 即以「托凱」作為「Tokaj」地名之中譯，雖前開網站並
09 無日期可稽，惟可合理推論官方採用「托凱」作為「Toka
10 j」地名中譯時，應事先考量其為市場上較通用或習見的
11 譯名。因此，「托凱」作為「Tokaj」的譯名，並非偶
12 一、少數的巧合，而係「Tokaj/Tokaji」外文之其中一種
13 中譯名稱。

14 2.從而，本件衡酌「托凱」為匈牙利葡萄酒產地名稱「Toka
15 j/Tokaji」地理標示之中譯名稱之一，則以「托凱」作為
16 系爭商標，指定使用於「飲料零售批發及酒零售批發」部
17 分服務申請註冊，依社會一般通念，酒是指含酒精的飲
18 料，市面上亦不乏販售含微量酒精之水果飲料，若其指定
19 於該等服務或服務所涉商品非來自於上開產區，有可能使
20 消費者以系爭商標與其指定服務產生錯誤連結，誤認誤信
21 系爭商標之上開服務或服務所涉商品來自於匈牙利葡萄酒
22 產區或與該地有所關聯而對該服務或服務所涉商品之性
23 質、品質或產地發生誤認誤信之虞，系爭商標指定使用於
24 此部分服務之註冊，自有商標法第30條第1項第8款規定之
25 適用；至於系爭商標之註冊，指定使用於前揭部分服務，
26 倘若如原告所稱其指定提供之酒類飲品服務確係於91年間
27 進口自匈牙利「Tokaji」地區所生產之貴腐葡萄酒(答證2
28 1)，則其以「托凱」作為系爭商標，指定使用於來自於上
29 開產區之「飲料零售批發及酒零售批發」部分服務申請註
30 冊，雖不致使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或
31 產地之虞，然客觀上亦有使相關消費者產生系爭商標所提

01 供之上述服務或服務所涉商品源自於匈牙利葡萄產區之印
02 象，或對該產區與其提供之服務或服務所涉商品產生聯
03 想。準此，原告以系爭「托凱」商標指定使用於源自匈牙
04 利葡萄酒產區之上開服務或服務所涉商品，應係僅由描述
05 所指定商品或服務之品質、產地之相關說明，自有前揭商
06 標法第29條第1項第1款規定之適用。

07 3.綜上論結，系爭商標指定使用於「飲料零售批發及酒零售
08 批發」部分服務，應有商標法第29條第1項第1款及同法第
09 30條第1項第8款規定之適用，依法應撤銷其註冊。

10 4.至於原告主張參加人使用高度近似於系爭商標之「托凱酒
11 業」名稱對外行銷廣告，已與原告商品構成混淆，違反公
12 平交易法一節，核其與本件所爭執不得註冊事由無涉，亦
13 非商標法審究範疇；另原告檢送行銷廣告及參展等證據資
14 料，稱系爭商標經其廣泛使用，具有相當識別性一節，經
15 核該等資料，或無日期可稽，或晚於系爭商標註冊日，或
16 非系爭商標之使用事證，且數量不多，難以執為系爭商標
17 具相當識別性之有利論據，亦不影響本件「托凱」予消費
18 者認知為「Tokaj/Tokaji」之中譯文之認定。

19 (二)聲明：駁回原告之訴。

20 四、參加人答辯及聲明：

21 (一)答辯要旨：

22 1.由參加人先前於商標評定程序中所提出的各項證據，足以
23 證明「托凱」為匈牙利著名葡萄酒產地「Tokaj/ Tokaj
24 i」的中譯地理名稱，此譯名並已廣為我國相關消費者所
25 熟知，甚至在長年廣泛使用下，現更已成為稱呼產自匈牙
26 利托凱地區葡萄酒的通用名稱（托凱甜酒、托凱甜白酒或
27 托凱貴腐酒）。參酌評定理由書附件1、2所示網路文章、
28 附件3所示2010年出版之「Hugh Johnson葡萄酒隨身寶
29 典」中寫道：「Tokaj是托凱鎮鎮名的拼法，Tokaji則是
30 托凱酒的拼法」、評定補充理由書附件14所示2012年出版
31 之「酒食聖經」寫道：「托凱貴腐甜白酒Tokaji/Tokay/T

01 ocai」、評定補充理由書附件22至24所示匈牙利駐台北貿
02 易辦事處官方網站亦記載：「托凱葡萄酒歷史文化區（To
03 kaj wine region historic cultural landscape）」以
04 及評定補充理由書申證29所示原告架設之網站頁面於2005
05 年3月9日亦將「Tokaj 地區」翻譯為「托凱地區」等事
06 證，均足堪認定於系爭商標註冊時，在酒品市場上，相關
07 消費者或業者確實有將「托凱」作為匈牙利著名葡萄酒產
08 地「Tokaj/ Tokaji」的中文譯名。

09 2.據此，在系爭商標註冊時，「托凱」為匈牙利著名葡萄酒
10 產地「Tokaj/ Tokaji」的中譯地理名稱，認定上應無疑
11 義，此部分之判斷亦經本院108年度行商訴字第32號確定
12 判決肯認在案。故單以「托凱」二字作為系爭商標，指定
13 使用於「飲料零售批發、酒零售批發」服務，依一般社會
14 通念，易使相關消費者將之與該服務或其所涉商品之產地
15 產生聯想，即如原告零售批發的飲料、酒等商品果係產自
16 匈牙利托凱（Tokaj/ Tokaji）地區時，將會使相關消費
17 者認為系爭商標僅在說明原告所零售批發的商品係源自托
18 凱（Tokaj/ Tokaji）地區；若原告零售批發的飲料、酒
19 等商品並非來自托凱（Tokaj/ Tokaji）地區，則將有使
20 相關消費者誤認誤信其所零售批發的商品係來自匈牙利托
21 凱（Tokaj/ Tokaji）地區。前者情形係違反商標法第29
22 條第1項第1款規定，後者則與商標法第30條第1項第8款規
23 定有違，均不應准予註冊。

24 3.又原告訴稱其早於2001年底起即開始使用「托凱」商標進
25 行銷售服務迄今，遠比上開網路文章或書籍時間更早，被
26 告逕以上開資料，認定「托凱」即為匈牙利地理名稱之中
27 譯，完全忽略原告才是全臺灣第一個創作並使用「托凱」
28 名稱販售葡萄酒之人，認定上顯有錯誤云云。惟「托凱」
29 讀音高度近似於Tokaj/ Tokaji的英文發音，明顯係針對T
30 okaj/ Tokaji所為的中譯說明，且觀諸原告提出之評定答
31 辯書附件9、附件11及參加人所提出之評定補充理由書申

證29可知，原告於系爭商標註冊前，亦是以使用「托凱」二字來描述說明自己所販售的酒品係產自匈牙利的「Raya l Tokaji Boraszati Zrt.」酒莊（描述性使用），原告從未將「托凱」作為商標使用。又即便「托凱」二字果為原告所使用在先，但對於某地理名稱所為的中譯說明，並不會因為使用在先即質變為非該地理名稱之中譯名稱，並且中譯地理名稱也並不會因某人使用在先，該人即有權將之納為私用。是以，原告所辯並不影響「托凱」一詞於系爭商標註冊時，確實為匈牙利著名葡萄酒產地「Tokaj/ Tokaji」的中譯地理名稱之事實認定。

4.另原告陳稱「Tokaj/ Tokaji」正確官方中譯應為「托卡伊」，並非「托凱」，且於我國屬罕見地名，被告並未對此審酌，理由亦有不備云云。惟經由前揭說明可知，於系爭商標註冊時，「托凱」一詞確實已被廣泛作為匈牙利著名葡萄酒產地「Tokaj/ Tokaji」的中譯名稱使用，部分評定證據雖顯示「托凱」可能並非為「Tokaj/ Tokaji」唯一的中譯名稱，然此並不影響「托凱」一詞於系爭商標註冊時，確實為匈牙利著名葡萄酒產地「Tokaj/ Tokaji」的中譯地理名稱之事實認定。

5.此外，托凱（Tokaj/ Tokaji）為匈牙利著名葡萄酒產區地理名稱，以生產貴腐白葡萄酒聞名於世，於系爭商標註冊前不乏有書籍文章介紹匈牙利托凱（Tokaj/ Tokaji）地區及產自該地區之葡萄酒，匈牙利駐台北貿易辦事處之官方網站亦有特別針對該地區記載相關介紹。是以對於國內相關消費者而言，「托凱」一詞當具有地理名稱上之意義，具有指示地理來源之作用，並非如原告所稱為罕見之地名。

6.綜上所陳，系爭商標之註冊有違商標法第29條第1項第1款或同法第30條第1項第8款規定，是以本件原告起訴所為之聲明及主張均無理由。

(二)聲明：駁回原告之訴。

01 五、本件爭點如下（本院卷第163頁）：

02 系爭商標指定使用於「飲料零售批發及酒零售批發」部分服
03 務之註冊，是否有商標法第29條第1項第1款及同法第30條第
04 1項第8款規定之適用？

05 六、得心證之理由：

06 (一)本件應適用之法規：

07 按「異議商標之註冊有無違法事由，除第106 條第1 項及第
08 3 項規定外，依其註冊公告時之規定」，商標法第50條定有
09 明文，而上開規定，於商標之評定準用之，亦為商標法第62
10 條所明定。查系爭商標係於103年12月26日申請註冊（乙證2
11 第1頁），於104年8月18日經被告核准審定，於104年9月16
12 日註冊公告（乙證2第12頁及第15頁），參加人於106年5月2
13 5日對系爭商標申請評定，被告於109年9月18日作成評定
14 書，則本件註冊及商標評定，均在商標法101年7月1日施行
15 後，無同法第106條第1項及第3項規定之適用，故系爭商標
16 之註冊有無違法事由，應以現行商標法為斷。又參加人以系
17 爭商標違反商標法第29條第1款、第2款及第30條第1項第8
18 款、第9款規定提出評定，原處分認系爭商標指定於「飲料
19 零售批發及酒零售批發」部分服務之註冊，有違商標法第29
20 條第1項第1款及第30條第1項第8款規定而撤銷其註冊，原告
21 就此部分處分提起訴願，經訴願決定駁回而提起本件訴訟，
22 故本院審理範圍為系爭商標指定於「飲料零售批發及酒零售
23 批發」部分服務之註冊，是否有違商標法第29條第1項第1款
24 及第30條第1項第8款規定，先予敘明。

25 (二)「托凱」為「Tokaj/Tokaji」之中譯名稱之一：

26 (1)查「Tokaj/Tokaji」為匈牙利的一個葡萄酒產區名稱，且
27 早在2006年2月17日即獲得歐盟委員會之核准註冊，列為
28 地理標示保護(評定申請書附件5，置袋隨卷)。又觀諸原
29 告及參加人所提事證可知，「Tokaj/Tokaji」於系爭商標
30 申請評定日前，即有「托凱」【見評定申請書附件1、2之
31 2009年2月18日及2008年2月7日網路文章、附件3之2010年

01 出版之Hugh Johnson葡萄酒隨身寶典、評定補充理由書附
02 件14之2012年出版之「酒食聖經」，附件1、2、3置袋隨
03 卷】、「拓凱」【見評定答辯書答證1之1997年出版之
04 「稀世珍釀」、答證9之2008年網路yahoo奇摩知識，答證
05 1、9置袋隨卷】或「多凱」【評定答辯書答證5之2008年
06 出版之「世界葡萄酒地圖」、答證8之2007年網路部落客
07 「大胃周」文章，答證5、8置袋隨卷】等多種中文譯名。
08 由前雖可認「Tokaj/Tokaji」於系爭商標申請日前，並無
09 統一之中文譯名，然而，審酌評定申請書附件1、2之2009
10 年2月18日「Tokaj-托凱，貴腐酒故鄉」及2008年2月7日
11 「老酒之的回憶『托凱貴腐酒』」等網路文章，確有相
12 關消費者或民眾將「Tokaj」譯為「托凱」，附件3之2010
13 年出版之「Hugh Johnson葡萄酒隨身寶典」中則寫道「To
14 kaj是托凱鎮鎮名的拼法；Tokaji則是托凱酒的拼法」及
15 評定補充理由書附件14之2012年出版之「酒食聖經」則寫
16 道「托凱貴腐甜白酒Tokaji/Tokay/Tocai」等事證，足認
17 「托凱」之譯名於本件104年9月16日註冊時，於酒品市場
18 上，相關消費者或業者確實將之作為「Tokaj/Tokaji」地
19 理名稱或葡萄酒地理名稱之譯名。

- 20 (2)原告雖主張早於2001年即以「托凱」商標進口行銷服務，
21 然此情縱然屬實，仍無解前開所述之系爭商標註冊時，在
22 酒品市場上，相關消費者或業者將「托凱」作為「Tokaj/
23 Tokaji」地理名稱或葡萄酒地理名稱之譯名之認定。況
24 且，由原告提出之馬特拉、埃格爾、塞克薩德、維拉尼、
25 布達佩斯為「Matraalja」、「Eger」、「Szekszárd」、
26 「Villány-siklos」、「Budapest」之中譯稱呼以觀，我
27 國消費者或業者確實慣常直譯外文讀音並以讀音對應之中
28 文文字為中譯名稱，而「Tokaj/Tokaji」之外文讀音確與
29 「托凱」讀音即為相近，故相關消費者及業者確實以「托
30 凱」作為「Tokaj/Tokaji」之中譯名稱之一無疑。

01 (3)又原告另主張係因其使用推廣，而使「托凱」較「托卡
02 伊」更常被用為「Tokaj/Tokaji」之中譯，然「托凱」與
03 「Tokaj/Tokaji」之外文讀音相近，業如前述，而讀音直
04 譯中文更屬常見，故原告本於個人推論所為之上開主張，
05 實難採認。又原告雖主張「托凱」為罕見地名云云，然
06 「托凱」與「Tokaj/Tokaji」之外文讀音相近，更有前開
07 所述之以「托凱」表示「Tokaj/Tokaji」地理名稱或葡萄
08 酒地理名稱之事證，故原告主張為罕見地名云云，亦不可
09 採。

10 (三)系爭商標指定使用於「飲料零售批發及酒零售批發」部分服
11 務之註冊，有違商標法第29條第1項第1款及第30條第1項第8
12 款規定：

13 (1)查「托凱」為匈牙利葡萄酒產地名稱「Tokaj/Tokaji」地
14 理標示之中譯名稱之一，業如前述。

15 (2)而依社會一般通念，酒是指含酒精的飲料，市面上亦不乏
16 販售含微量酒精之水果飲料，故以「托凱」作為系爭商
17 標，指定使用於「飲料零售批發及酒零售批發」部分服務
18 申請註冊，若其指定於該等服務或服務所涉商品非來自於
19 上開產區，有可能使消費者以系爭商標與其指定服務產生
20 錯誤連結，誤認誤信系爭商標之上開服務或服務所涉商品
21 來自於匈牙利葡萄酒產區或與該地有所關聯而對該服務或
22 服務所涉商品之性質、品質或產地發生誤認誤信之虞，系
23 爭商標指定使用於此部分服務之註冊，自有商標法第30條
24 第1項第8款規定之適用。

25 (3)至於系爭商標指定使用於前揭部分服務，倘若如原告所稱
26 其指定提供之酒類飲品服務確係於91年間進口自匈牙利
27 「Tokaji」地區所生產之貴腐葡萄酒，則其以「托凱」作
28 為系爭商標，指定使用於來自於上開產區之「飲料零售批
29 發及酒零售批發」部分服務申請註冊，客觀上亦有使相關
30 消費者產生系爭商標所提供之上述服務或服務所涉商品源
31 自於匈牙利葡萄酒產區之印象，或對該產區與其提供之服

務或服務所涉商品產生聯想。準此，原告以系爭「托凱」商標指定使用於源自匈牙利葡萄酒產區之上開服務或服務所涉商品，應係僅由描述所指定商品或服務之品質、產地之相關說明，自有前揭商標法第29條第1項第1款規定之適用。

七、綜上所述，系爭商標指定使用於「飲料零售批發及酒零售批發」部分服務，違反商標法第29條第1項第1款及第30條第1項第8款之規定，被告就系爭商標指定使用於上開服務部分作成應予撤銷註冊之處分，並無違誤，訴願決定予以維持，亦無不合。從而，原告請求撤銷原處分之上開部分及訴願決定，均無理由，應予駁回。

八、本件事證已明，兩造及參加人其餘攻擊防禦方法及提出之證據，核與本院判決結果不生影響，爰毋庸一一論列。另本院雖曾函詢匈牙利貿易辦事處，調查匈牙利貿易辦事處官方網站為何將「『托凱』葡萄酒歷史文化區」更改為「『托卡伊』歷史文化區」之時點及原因，而尚未獲覆，然根據前開事證，本院已足判斷「托凱」確實為「Tokaj/Tokaji」地理標示之中譯名稱之一，故上開函詢事項之結論，並不影響本院關於本件之判斷，自無待此項調查結論之必要，均併此敘明。

據上論結，本件原告之訴為無理由，依智慧財產案件審理法第1條，行政訴訟法第98條第1項前段，判決如主文。

中 華 民 國 110 年 12 月 15 日

智慧財產第三庭

審判長法 官 蔡惠如

法 官 潘曉玫

法 官 何若薇

以上為正本係照原本作成。

如不服本判決，應於送達後20日內，向本院提出上訴狀並表明上訴理由，其未表明上訴理由者，應於提起上訴後20日內向本院補提上訴理由書；如於本判決宣示後送達前提起上訴者，應於判決

送達後20日內補提上訴理由書（均須按他造人數附繕本）。

上訴時應委任律師為訴訟代理人，並提出委任書（行政訴訟法第241條之1第1項前段），但符合下列情形者，得例外不委任律師為訴訟代理人（同條第1項但書、第2項）。

得不委任律師為訴訟代理人之情形	所需要件
(一)符合右列情形之一者，得不委任律師為訴訟代理人	1. 上訴人或其法定代理人具備律師資格或為教育部審定合格之大學或獨立學院公法學教授、副教授者。 2. 稅務行政事件，上訴人或其法定代理人具備會計師資格者。 3. 專利行政事件，上訴人或其法定代理人具備專利師資格或依法得為專利代理人者。
(二)非律師具有右列情形之一，經最高行政法院認為適當者，亦得為上訴審訴訟代理人	1. 上訴人之配偶、三親等內之血親、二親等內之姻親具備律師資格者。 2. 稅務行政事件，具備會計師資格者。 3. 專利行政事件，具備專利師資格或依法得為專利代理人者。 4. 上訴人為公法人、中央或地方機關、公法上之非法人團體時，其所屬專任人員辦理法制、法務、訴願業務或與訴訟事件相關業務者。
是否符合(一)、(二)之情形，而得為強制律師代理之例外，上訴人應於提起上訴或委任時釋明之，並提出(二)所示關係之釋明文書影本及委任書。	

中 華 民 國 110 年 12 月 15 日

書記官 張君豪

本判決附圖

系爭商標（註冊第01728902號）

申請日：103年12月25日（權利期間：104.09.16～114.09.15）

商標權人：常瑞貿易有限公司

商品或服務名稱：第035類：「廣告企劃、廣告設計、報章廣告設計、雜誌廣告設計、網路廣告設計、各種廣告招牌設計、廣告美術設計、型錄設計、商標設計、產品簡介設計、企業識別體系設計、廣告模型設計、為企業企劃折扣卡以促銷其商品或服務為目的之服務、廣告版面設計、廣告、戶外設計廣告、電視廣告、電視商業廣告、電台廣告、電台商業廣告、郵購型錄廣告、廣告製作、廣告促銷模型製作、廣告資料更新、各種廣告招牌製作、廣告專欄製作、廣告稿撰寫、廣告代理、傳播媒體廣告時段租賃、廣告宣傳、樣品分發、張貼廣告、廣告宣傳品遞送、為他人促銷產品服務、電腦網路線上廣告、商品現場示範、廣告宣傳本出版、為他人提供促銷活動、為零售目的在通訊媒體上展示商品、商店櫥窗裝飾、商店擺設設計、廣告片製作、市場行銷、電話行銷服務、代理進出口服務、代理國內外廠商各種產品之報價、代理國內外廠商各種產品之投標、代理國內外廠商各種產品之經銷、代理國內外廠商各種產品之報價投標經銷、為其他企業採購商品及服務、協助企業對外採購服務、開發票服務、拍賣、古董拍賣、珠寶拍賣、藝術品拍賣、網路拍賣、為工商企業籌備商展服務、為工商企業籌備展示會服務、為工商企業籌備博覽會服務、籌備商業性或廣告目的性的展示會、籌備商業性或廣告目的性的展銷會、展覽會場佈置、為促銷目的籌辦時裝表演、百貨公司、超級市場、便利商店、購物中心、郵購、電視購物、網路購物、為消費者提供商品資訊及購物建議服務、量販店、百貨商店、飲料零售批發、酒零售批發、食品零售批發。」

托凱