

智慧財產及商業法院行政判決

110年度行商訴字第48號

民國110年12月15日辯論終結

原告 馥餘實業股份有限公司

代表人 簡宜真

訴訟代理人 許英傑律師

複代理人 蔡杰廷律師

訴訟代理人 彭之麟律師

陳亭熹律師

被告 經濟部智慧財產局

代表人 洪淑敏

訴訟代理人 黃壽惠

參加人 英商貝蒂及泰勒集團公司

代表人 保羅科根

訴訟代理人 蔡全凌律師

上列當事人間因商標異議事件，原告不服經濟部中華民國110年7月7日經訴字第11006305260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

一、事實概要

01 原告於民國106年8月4日以「York Milk Tea」商標，指定使
02 用於當時商標法施行細則第19條所定商品及服務分類表第30
03 類之「茶葉粉、冰茶、茶包、茶葉飲料、奶茶、咖啡、咖啡
04 豆、加奶咖啡飲料、即溶咖啡包、咖啡飲料、冰品、糖果、
05 月餅、蛋捲、餅乾」商品，向被告申請註冊，嗣於同年12月
06 29日申請減縮指定商品為「冰品」商品，經被告於107年3月
07 16日核准列為註冊第1903928號商標（下稱系爭商標，如附
08 圖所示）。嗣參加人以系爭商標之註冊有商標法第30條第1
09 項第8款、第10款、第11款及第12款規定情形，對之提起異
10 議。被告認系爭商標之註冊違反同法第30條第1項第8款規
11 定，以110年3月24日中台異字第G01070326號商標異議審定
12 書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分（下稱原處分）。原告
13 不服，提起訴願，經經濟部以同年7月7日經訴字第11006305
14 260號決定駁回訴願後（下稱訴願決定），向本院提起訴
15 訟。本院因認本件判決結果，倘認應撤銷訴願決定及原處
16 分，參加人之權利或法律上利益將受損害，爰依職權裁定命
17 參加人獨立參加本件被告之訴訟。

18 二、原告起訴主張及聲明：

19 (一)主張要旨：

20 1.原處分係以西元1996年英國獨立報報導資料、1998年刊物TH
21 E STAGE之內容，認系爭商標申請註冊前，國內相關業者及
22 消費者應可知悉約克郡為英國歷史地名，然上開資料係屬國
23 外使用資料，當不足以證明我國相關消費者均廣泛知悉英國
24 約克郡地名等資訊，原處分亦未說明該地名廣為人知及我國
25 消費者如何獲知上開國外資訊，實有未洽。況且，原告於10
26 8年5月6日進行市場調查報告（下稱系爭市場調查報告），
27 其調查對象不分年齡性別、調查地區分布各縣市，以線上填
28 寫問卷之方式調查，亦有模擬消費者面對「約克夏」此一名
29 稱時，可能會有之反應選項，又為評估約克夏此一地名是否
30 廣為相關消費者認識而擁有高度之辨識性，亦以教育程度作
31 為調查方法，該調查方法自屬一般大眾可接受，且足以客觀

反應出相關消費者在市場面對系爭商標是否有所謂就性質、品質或產地有混淆誤認之情況，自足以達成調查之目的，該調查方法具有合理性與合目的性，該調查內容與調查所得之結論，應具有關聯性；而在不透露任何商品內容與相關資訊之情況下，樣本數高達1000份，無關乎性別、年齡層、學歷或是居住地，一般認定「約克夏」這個名字在國人普遍認知多數會想到的是「狗狗品種」，與英國相關的分別僅有英國約克郡4.9%與英商貝蒂及泰勒集團公司2.8%，顯見系爭商標並無商標法第30條第1項第8款所謂使公眾誤認誤信商品產地之虛之情事。又原告經營系爭商標多年，相關系列商品銷售良好，而原告多年來在使用廣告文宣行銷、舉辦相關產品活動時，從未以商品產地或英國約克郡等作為行銷內容，亦未曾遭消費者申訴有何誤導消費者或產地不實等事宜，由此亦證系爭商標及相關商品並不會使我國消費者據以聯想誤認，自無任何指示地理來源之作用。是以，原處分僅以上開國外資料為據，即認「約克郡」在我國係廣為消費者知悉之地名，其判斷標準顯悖於常情。

2.再者，原告係我國知名咖啡品牌，數十年來就其經營品牌下諸多商品均有為商業廣告及行銷等活動，我國相關消費者對於「Barista西雅圖咖啡」之品牌，經過多年消費接觸，均甚為熟悉。而原告自89年起即以品牌下經營各項商品註冊相關商標，且就系爭商標及其相關系列商標之商品投入鉅額商業廣告、行銷等費用。其中系爭商標之相關系列商標商品「即品約克夏奶茶」自89年開始銷售後，於市場上銷售表現極佳，且銷售通路廣泛，遍及特力屋、太平洋崇光百貨、新光三越、惠康百貨、大潤發、好市多、明曜百貨、昇恆昌、楓康超市、新東陽遠東百貨等各門市及入出國及移民署，並有出售與家樂福總公司、愛買、頂好、寶雅、萊爾富及OK超商之總公司，相關門市數量廣大遍及全台。原告更為此大量投入行銷費用，聘請謝震武律師擔任代言人，獲得多數消費者認可其代言具備高度信任度，此均足證系爭商標之相關系

01 列商品確為我國相關消費者所廣泛熟知，自應認原告所經營
02 之系爭商標及其系列商標之商品因多年反覆使用、大量銷
03 售，對於國內消費者已具有高度識別性，已具有後天識別
04 性，而無使消費者誤認誤信產地之虞。

05 3.被告過往核准商標案件中，就諸多涵蓋地名之商標如註冊第
06 01214803號「玉山純味高粱」、第01155754號「牛津BIO
07 X」、第1248962號「K-SWISS & Shield Device」、第1180
08 020號「台灣龍泉真水」均准予註冊，而我國相關消費者對
09 上開商標中地名如玉山、牛津之熟知程度，均遠較參加人主
10 張系爭商標所涵蓋之地名「約克郡」為高。被告既得就前揭
11 涵蓋地名之商標准予註冊，則系爭商標自應與上揭同樣包含
12 地名之商標依相同標準審查，否則顯有違行政自我拘束原則
13 與平等原則。

14 (二)聲明：訴願決定及原處分均撤銷。

15 三、被告答辯要旨及聲明：

16 (一)主張要旨：

17 1.系爭商標指定使用於「冰品」商品，商標圖樣係由外文「Yo
18 rk Milk Tea」所構成，其中「Milk Tea」（奶茶）為一種
19 飲品之通用名稱，與指定使用商品之內容有關，不具有識別
20 作用，相關消費者通常施以較少之注意，是外文「York」應
21 為系爭商標引人注意之主要識別部分。而依參加人於異議程
22 序所檢附之維基百科證據資料觀之，可知「York」（約克）
23 為英國歷史悠久之傳統城鎮，且廣為人知，足認於系爭商標
24 107年3月16日註冊前，相關業者及消費者應可知悉「York」
25 （約克）及其所在區域約克郡（Yorkshire約克夏）為英國
26 歷史地名。再衡以原告為我國法人，其公司名稱與「York」
27 並無關聯，竟以外國地名「York」結合奶茶商品名稱作為系
28 爭商標指定使用於「冰品」商品，實易使消費者產生其商品
29 係來自英國歷史悠久的約克郡約克市之聯想，而原告亦未提
30 出系爭商標指定使用之商品實際上確實來自英國約克市或與
31 英國約克市有所關連之事證，是系爭商標與其所指定商品間

01 應有名不符實之情事，而有使消費者對其指定使用商品之性
02 質、品質或來源地產生誤認誤信之虞，自有商標法第30條第
03 1項第8款規定之適用。

04 2.至原告雖稱其使用「BARISTA西雅圖咖啡」、「即品約克夏
05 奶茶」等商標銷售商品，具有後天識別性等語，惟據其所稱
06 商標之使用，與系爭「York Milk Tea」（中譯為「約克奶
07 茶」）商標不同，尚難執為系爭商標使用於指定商品不致使
08 消費者產生誤認誤信之虞之論據；況原告另案註冊第019039
09 29號「約克奶茶」商標，業經被告依商標法第30條第1項第8
10 款規定，撤銷其註冊確定在案，並將依法公告於110年6月16
11 日商標公報。又原告稱GOOGLE搜尋「約克夏」一詞多為「約
12 克夏犬」、「約克夏豬」、「約克夏農場」等，以及系爭市
13 場調查報告結果「約克夏」大多被認為是「狗狗品種」等，
14 然其所調查之關鍵字為中文「約克夏」而非外文「York」，
15 衡酌商標法第30條第1項第8款之規範目的，在於制止商標構
16 成要素之圖樣文字等與其指定使用商品或服務之不實關係，
17 防止消費者因商標表徵之外形、讀音或觀念等與指定使用之
18 商品或服務不相符合，以致於消費者誤認誤信而予以購入商
19 品或服務，受不測損害。是商標是否有致公眾誤認誤信其產
20 地（來源地）之虞，而有該等條款規定之適用，應以商標所
21 指向之特定地理區域與其指定商品，服務之關聯性是否真實
22 為判斷，與該地理區域所著稱之物產為何，或商標之實際行
23 銷使用情形如何，均屬二事。

24 3.另原告所舉另案涵蓋地名之商標註冊案例，其商標文字或圖
25 樣設計與系爭商標不同，所產生之特定意義或意涵亦屬有
26 別，審查時之判斷考量因素自非完全相同，基於商標審查個
27 案拘束原則，尚難比附援引，執為本件有利之論據。

28 (二)聲明：原告之訴駁回。

29 四、參加人陳述要旨及聲明：

30 (一)陳述要旨：

01 1.參加人於異議階段所提出之證據資料，非僅有原告所稱之2
02 份國外資料，尚有世界各地及臺灣之使用證據，由該等證據
03 資料可知「YORKSHIRE」（約克郡）及「York」（約克）實
04 乃存在悠久時間之地理名稱，其與具有良好聲譽的多樣化主
05 題相關，且因該地理名稱業已廣泛使用，堪認系爭商標於10
06 6年8月4日申請註冊時，我國相關消費者應普遍知悉「Yorks
07 hire」（約克郡）及「York」（約克）為英國著名歷史地
08 名，且該地名已涉及到廣泛而多元的主題。又系爭商標係僅
09 以外文「York Milk Tea」所構成，其中「Milk Tea」（奶
10 茶）為指定商品之相關內容說明，不具有識別性，其外文
11 「York」應為系爭商標引人注意之主要識別部分，是「York
12 Milk Tea」（約克奶茶）乃被視為來自英國約克郡的茶類產
13 品，系爭商標權人即原告或其公司名稱與此外文文字及「Yo
14 rk」（約克）地域間並無明顯連結關係。而參加人多年來已
15 在世界各地（包括臺灣）與「YORKSHIRE TEA」（約克夏
16 茶）品牌具連結關係，就關於專業餐飲等商品與服務具有舉
17 足輕重之地位，且參加人之系列商標包含「YORKSHIRE TE
18 A」、「約克夏茶」及「Yorkshire Gold」已持續使用，並
19 透過廣告宣傳、報章媒體、網路活動之推廣，應已廣為全世
20 界及我國相關事業或消費者所普遍認知，原告為處於相同或
21 連結事業領域之競爭者，理應知悉參加人及其「YORKSHIRE
22 TEA」（約克夏茶）系列商標之存在，卻申請註冊與其無明
23 顯連結關係之系爭商標，並在線上購物網站銷售其「YORKSH
24 IRE TEA」（約克夏茶）產品，顯非善意，且有攀附與參加
25 人具備連結關係之品牌與地理名稱之聲譽，有使公眾誤認誤
26 信其商品原產地在臺灣卻誤信為產自「YORKSHIRE」（約克
27 郡）或「York」（約克）之虞。至系爭市場調查報告之樣本
28 數僅有1,000份，市調期間僅有1週，且在受訪者之選取上，
29 係以為賺取酬勞之特定會員為受訪者，而非採取隨機取樣選
30 定受訪者；另調查地點（居住地區分）之各縣市受訪者人數
31 差距明顯過大，難謂無選取受訪者及調查地點偏差之瑕疵，

01 且系爭商標為「York Milk Tea」，並無「約克夏」之文
02 字，自難遽予參採。

03 2.又依原告所提出之銷售證據資料，僅能證明原告耗費金錢所
04 推廣之產品乃中文「即品約克夏奶茶」產品，並非系爭商標
05 「York Milk Tea」，相關消費者並非必然可將系爭商標與
06 原告作密切聯想，自不得證明其所主張之系爭商標廣為消費
07 者知悉，並可將系爭商標視為指示及區別其產品來源標誌之
08 事實。況原告若使用「YORKSHIRE TEA」（約克夏茶），一
09 般大眾將與「YORKSHIRE」（約克郡）或「York」（約克）
10 此一地域產生連結關係，抑或認為其產品乃來自於參加人，
11 尤其是原告與「YORKSHIRE」（約克郡）或「York」（約
12 克）地域並無任何明顯連結關係，原告顯有企圖攀附參加人
13 「YORKSHIRE TEA」（約克夏茶）系列商標及聲譽，以及擁
14 有悠久歷史之地理名稱，有使公眾誤認誤信其商品之產地乃
15 出自於英國約克夏（約克郡）或「York」（約克）之虞。是
16 以系爭商標不應認定具備後天識別性，系爭商標尚未經長期
17 反覆使用或大量銷售，而使國內消費者足以認識系爭商標。

18 3.另原告所稱被告違反行政自我拘束原則與平等原則一節，其
19 中「玉山純味高粱」商標，其商標權人為臺灣菸酒股份有限
20 公司，乃一臺灣公司，商標中所使用之地名「玉山」亦位於
21 臺灣，並非如原告與「YORKSHIRE」（約克郡）名稱或產地
22 並無明顯連結關係；而「牛津BIOX」商標，乃指定使用於消
23 毒藥水、藥品等商品，就地理名稱「牛津」而言，一般消費
24 者會將地理名稱「牛津」與位於英國牛津市一所世界聞名的
25 公立研究型書院聯邦制大學，同是世上現存第二古老持續辦
26 學的高等教育機構的英國牛津大學予以聯想，且牛津未有因
27 生產消毒商品而著名於市場之情形，相關消費者理應不會誤
28 認誤信「牛津BIOX」商標指定使用之第5類商品的性質、品
29 質或產地乃出自於英國牛津，均不應成為原告主張准予註冊
30 之先例。

31 (二)聲明：原告之訴駁回。

01 五、爭執事項：（本院卷(一)第20頁）

02 (一)系爭商標有無商標法第30條第1項第8款規定不得註冊之事
03 由？

04 (二)被告前就涵蓋地名之註冊第01214803號、第01155754號、第
05 1248962號、第1180020號商標均准予註冊，原處分撤銷系爭
06 商標之註冊是否違反平等原則？

07 六、本院之判斷

08 (一)按異議商標之註冊有無違法事由，除商標法第106條第1項及
09 第3項規定外，依其註冊公告時之規定，商標法第50條定有
10 明文。查系爭商標係於106年8月4日申請註冊，並經被告於1
11 07年3月16日核准註冊公告，故系爭商標之註冊有無不得註
12 冊之事由，應以105年11月30日修正公布、同年12月15日施
13 行之現行商標法為斷。

14 (二)系爭商標有商標法第30條第1項第8款規定不得註冊之事由

15 1.按商標有使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地
16 之虞者不得註冊，商標法第30條第1項第8款定有明文。該款
17 規定係指商標本身與其指定使用商品或服務有名實不符情
18 事，致使人誤認誤信其所表彰商品或服務之性質、品質或產
19 地而言；其規範目的在避免消費者對商標所表彰商品或服務
20 之性質、品質或產地發生誤認誤信之情事。至於商標本身有
21 使人與他人商標產生混淆，誤認來自不同來源的商品以為來
22 自同一來源或有關聯者，則屬是否相同或近似於他人之商
23 標，有致公眾混淆誤認之虞範疇，自與本條款所規範審究之
24 有致公眾誤信「商品或服務性質、品質或產地之虞」者有別
25 （最高行政法院98年度判字第158號判決理由參照）。準
26 此，參加人所一再聲稱原告有攀附與參加人具備連結關係之
27 品牌與地理名稱之聲譽，一般消費者會誤認其產品來自於參
28 加人等語，自非本件所得審究之事由，先予敘明。

29 2.查系爭商標係由略經設計草寫字型之外文單字「York Milk
30 Tea」所構成，其中外文單字「Milk Tea」即為奶茶之意，
31 為一種飲品之通用名稱，是系爭商標予人寓目印象為外文單

字「York」結合「Milk Tea」飲品名稱。又依參加人於異議階段所提出之附件84、85、92證據資料可知，「York」中譯為「約克」，而「約克市（The City of York）」為位於英國英格蘭東北部之「約克郡（Yorkshire）」主要城市之一，迄今仍係廣為人知之地理名詞（異議卷第53至61頁、第78至79頁反面）。再觀諸相關網路文章及網頁資料，其記載「【英國自助旅行】約克下午茶推薦・BETTYS CAFÉ TEA ROOMS貝蒂茶屋……Bettys Cafe Tea Rooms……的總店位於約克郡（Yorkshire）……其中兩間可以在約克城中找到…第一間是從約克教堂往Bettys走的時候…而大家到約克，主要會來報到的貝蒂下午茶還是這間在轉角……」（異議卷外放證物袋附件48）、「【英國約克美食】我們來到今天遊約克（<http://itraveling.tw/york/>）的重頭戲貝蒂茶屋…貝蒂茶屋其實共有六間分店，通通都位於約克郡（Yorkshire）…在約克古城區有兩間分店」（異議卷外放證物袋附件49）、「【英國】約克的貝蒂茶屋和B&B推薦一家來約克不可不吃的下午茶，貝蒂茶屋……。在約克住的B&B是位於安靜的住宅區，離火車站要步行二三十分鐘」（異議卷外放證物袋附件50）、「【食。英York】…去到英國一定要體驗正統的英式下午茶，……找到位在York的Bettys Cafe Rooms……這個廣場其實是York的中心」（異議卷外放證物袋附件51）、「【英國泰勒茶……】說起英國的Taylors of Harrogate，紅茶迷們都習慣直稱『泰勒茶』，這個來自英國茶鄉Yorkshire約克郡的百年茶品牌，最有名的就是他們的Blend Tea--Yorkshire tea約克夏茶……」（異議卷外放證物袋附件54）、「【英國名牌故事約克夏茶Yorkshire tea】1886年，在英國東北部一個叫做約克夏（Yorkshire）的地方，查理斯泰勒（Charles Taylors）開始經營一系列精緻、溫馨的小茶館，很快地，泰勒的名聲傳頌整個北約克夏地區；一百年後這種榮景也未曾改變。泰勒家族仍秉持傳統製茶的理念，追求更高品質的熱誠未曾稍減。泰勒採購人員

01 參訪世界各地的茶園與咖啡園，尋找頂級茶與極品咖啡。名
02 聞遐邇的泰勒茶館座落於約克中心最富詩意的中古街道『石
03 頭街』（Stonegate），專賣高級茶葉及咖啡。是優質茶葉
04 或極品咖啡，供訪客帶回家享用，或到樓上精心設計的『品
05 茶軒』細心鑑賞約克夏古早味的茶品……。約克夏茶的威名
06 不脛而走，近年來連美國人也迷上清香、健康的約克夏茶
07 品。」（異議卷外放證物袋附件55）、「……在英國・約克
08 （York）算是著名的茶鄉，而來到約克要喝茶……」（異議
09 卷外放證物袋附件56）、「【英國泰勒茶的經典——約克夏茶
10 Yorkshire Tea】……查爾斯泰勒當時特別針對約克郡當地
11 水質下功夫做研究，使用30多種來自印度和非洲等產地紅茶
12 進行調配，最後調配出最適合當地水質，沖泡出來最美味的
13 調配茶Blend Tea來——約克夏茶」（異議卷外放證物袋附件5
14 7）、「英國皇家泰勒茶公司，創立於1886年，已超過120年
15 的歷史，而產品中最受歡迎的約克夏茶是由30多種不同的
16 茶，精心挑選製作而成，口感豐富、清新的約克夏茶，是皇
17 家御用的茶品，……，成為Yorkshire約克郡最響亮的品
18 牌」（異議卷外放證物袋附件62）等內容；再由國內消費者
19 均可於實體咖啡店及網路購物平台購得產自英國約克郡之紅
20 茶相關商品（異議卷外放證物袋附件62、69），由此可知，
21 「York」（約克）係一英國城市名稱，該地為國內消費者所
22 知悉之英國旅遊景點，且喜愛紅茶商品之相關消費者更可知
23 悉Yorkshire Tea（約克夏茶）係來自英國Yorkshire（約克
24 郡）。況且，原告就系爭商標所使用之商品「Yorkshire Te
25 a即品約克夏奶茶」上亦載明「1886年，在英國一個叫做約
26 克夏（Yorkshire）的地方，英國人開始經營一系列精緻、
27 溫馨的小茶館，很快地，約克夏茶的名聲傳頌整個北約克夏
28 地區；一百年後這種榮景也未曾改變。我們的採購人員參訪
29 世界各地的茶園與咖啡園，尋找頂級茶與極品咖啡。名聞遐
30 邇的茶館座落於約克中心最富詩意的中古街道『石頭街』
31 （Stonegate），專賣高級茶葉及咖啡。今天我們就將這樣

01 的“頂級茶葉”完美呈獻給您」（附件87、89至91，異議卷
02 第64至65頁、第72、75、76頁），益徵「York」（約克）確
03 有表彰商品產地之情事。

04 3.是於系爭商標註冊時（107年3月16日），我國消費者應可知
05 悉「Yorkshire」（約克郡）、「York」（約克）為英國地
06 名、城市，則原告以外文「York Milk Tea」作為系爭商標
07 圖樣，並指定使用於「冰品」商品，客觀上易使消費者產生
08 該商品係產自於英國約克郡的約克市或與該地有所關連之聯
09 想。而原告為我國法人，自承系爭商標所指定使用之商品，
10 其成分或來源實際上均無來自英國約克郡的約克市或與該地
11 有所關連（本院卷(二)第18頁），是系爭商標與其所指定商品
12 間確有名不符實之情事，而有使消費者對其指定使用商品之
13 性質、品質或產地產生誤認誤信之虞，自有商標法第30條第
14 1項第8款規定之適用。

15 4.至原告雖以系爭市場調查報告稱「約克夏」在國人普遍認知
16 多數會想到的是「狗狗品種」，而非與英國相關之約克郡等
17 語。惟市場調查報告係藉由資料之蒐集、整合及量化之分析
18 方法，以某種實驗設計，以統計結果驗證其假設學說，統計
19 分析資料，提供判斷之依據，應屬鑑定之一種。當事人在程
20 序外私自委託其他公私單位鑑定而提出該報告於法院，以供
21 事實之認定者，因該鑑定並非由受訴法院選任之鑑定人命行
22 鑑定者，所以非行政訴訟法上證據調查章之鑑定（行政訴訟
23 法第176條準用民事訴訟法第324條以下）。在行政訴訟中，
24 採為證據之鑑定，應遵守行政訴訟法相關程序，且該作成私
25 鑑定報告之程序既未經行政法院之介入，其作成之方式及過
26 程亦未經當事人雙方之辯論，中立性及妥當性俱有問題，是
27 以該私鑑定報告係提出當事人之陳述，並具體化其主張而
28 已。行政法院仍應對當事人之陳述主張依據全辯論意旨，於
29 理由中論述該主張是否可採。而觀諸系爭市場調查報告（本
30 院卷(一)第75至81頁），系爭市場調查報告之問題為「提到
31 “約克夏”您會聯想到什麼？」，可知原告就系爭市場調查

01 報告所調查之內容為中文「約克夏」，而非系爭商標之外文
02 「York」，二者並不相同，該調查結果已難認具有參考性。
03 況且，系爭市場調查報告之樣本數僅有1000份，市調期間僅
04 有1週，在受訪者之選取上，係以為賺取酬勞之特定會員為
05 受訪者，而非採取隨機取樣選定受訪者，另調查地點（居住
06 地區分）之各縣市受訪者人數差距明顯過大，自難以系爭市
07 場調查報告作為有利於原告之認定。

08 5.另原告雖主張系爭商標具有後天識別性等語，惟原告自承其
09 就系爭商標所使用之商品即為參加人110年11月9日行政訴訟
10 陳述意見書暨答辯狀第11頁所列3款圖樣（本院卷(一)第387
11 頁、卷(二)第47頁），再觀諸該等商品外包裝上均係標示英文
12 草體「Yorkshire Tea」搭配「即品約克夏奶茶」（異議卷
13 第64至76頁），核與系爭商標「York Milk Tea」圖樣明顯有
14 別；況且，原告在該等商品上合併使用其主要商標「BARIST
15 A COFFEE 西雅圖極品咖啡」，該等圖樣始為原告表彰商品
16 或服務來源之主要識別標識，自難以「Yorkshire Tea即品
17 約克夏奶茶」之聘請代言人、廣告行銷費用及銷售情形，即
18 遽認系爭商標已為相關消費者所廣泛熟知而具有後天識別
19 性。

20 (三)被告並無違反平等原則

21 原告雖以被告曾就諸多涵蓋地名之商標准予註冊，卻撤銷系
22 爭商標之註冊，顯有違行政自我拘束原則與平等原則等語。
23 惟行政法上之平等原則，並非指絕對、機械之形式上平等，
24 而係指相同事物性質應為相同之處理，非有正當理由，不得
25 為差別待遇而言；倘事物性質不盡相同而為合理之各別處
26 理，自非法所不許（參照司法院釋字第596號解釋意旨）。
27 而商標申請准否，係採商標個案審查原則，在具體個案審究
28 是否合法與適當，商標專責機關應視不同具體個案，就商標
29 與指定使用商品或服務關係、競爭同業使用情形及原告使用
30 方式與實際交易情況等客觀參酌因素，綜合判斷之，並正確
31 認定事實與適用法律，不受他案之拘束；是個案具體事實涵

攝於各種判斷因素時，因個案事實及證據樣態差異，於個案中調查審認結果，當然會有不同。而原告所舉之註冊第01214803號「玉山純味高粱」係指定註冊於酒類之商品類別、註冊第01155754號「牛津BIOX」則係指定註冊於消毒藥水、藥品之商品類別，而玉山為我國百岳之一，並無產製任何商品，牛津則為英國歷史最悠久之大學發源地，以「玉山」或「牛津」作為商標名稱指定於上開商品類別，自無使公眾誤認誤信其商品之性質、品質或產地之虞；至註冊第1248962號「K-SWISS & Shield Device」及第1180020號「台灣龍泉真水」，均尚有結合其他非指涉商品內容文字或圖樣，自均與系爭商標情形有別，尚無違反行政自我拘束原則與平等原則之情事。

六、綜上，本件系爭商標有商標法第30條第1項第8款規定不得註冊之事由，從而，原處分所為異議成立，系爭商標註冊應予撤銷之處分，依法自無不合，訴願決定予以維持，亦無違誤。原告徒執前詞，訴請撤銷原處分及訴願決定，為無理由，應予駁回。

七、本件判決基礎已臻明確，兩造及參加人其餘攻擊防禦方法及訴訟資料經本院斟酌後，核與判決結果不生影響，無逐一論述之必要，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 29 日

智慧財產第三庭

審判長法 官 蔡惠如

法 官 林惠君

法 官 林怡伸

以上正本係照原本作成。

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 29 日
書記官 鄭楚君

附圖：系爭商標

註冊號：0000000

商標名稱：York Milk Tea

申請日：106年8月4日

註冊公告日：107年3月16日

商標圖樣顏色：墨色

指定使用類別及名稱第30類：冰品。

York Milk Tea