

智慧財產及商業法院行政判決

110年度行商訴字第50號

民國111年2月17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 盧耀民

參加人 英商貝蒂及泰勒集團公司

代表人 PAUL COGAN

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6月10日經訴字第11006304670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

一、原告之訴駁回。

二、訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

01 一、事實概要：

02 (一) 原告於民國106年7月21日以「約克夏」商標，指定使用於
03 當時商標法施行細則第19條所定商品及服務分類表第30類
04 之「茶葉粉、冰茶、茶包、茶葉飲料、奶茶、咖啡、咖啡
05 豆、加奶咖啡飲料、即溶咖啡包、咖啡飲料、冰品、糖
06 果、月餅、蛋捲、餅乾」商品，向被告申請註冊，嗣經被
07 告於107年2月16日准列為註冊第1898811號商標（下稱系
08 爭商標，如附圖所示）。

09 (二) 嗣參加人以系爭商標之註冊有違反商標法第30條第1項第8
10 款、第10款、第11款及第12款規定，對之提起異議。經被
11 告審查後認系爭商標之註冊違反同法第30條第1項第8款規
12 定，而以110年3月23日中台異字第1070324號商標異議審
13 定書為系爭商標之註冊應予撤銷處分（下稱原處分）。原
14 告不服，提起訴願，業經經濟部以同年6月10日經訴字第1
15 1006304670號決定駁回訴願（下稱訴願決定）後，向本院
16 提起訴訟。又本院因認本件判決結果，倘認應撤銷訴願決
17 定及原處分，參加人之權利或法律上利益將受損害，爰依
18 職權裁定命參加人獨立參加本件被告之訴訟。

19 二、原告起訴要旨：

20 (一) 原處分通篇均在論述英國「約克郡」（英文Yorkshire）
21 歷史地名之由來及其廣為人知之理由，然系爭商標為中文
22 「約克夏」，並非「約克郡」，亦無任何Yorkshire之字
23 樣，何以「約克夏」會等同於「約克郡」，原處分全未敘
24 及，卻逕以推斷方式作出認定，實有違誤。

25 (二) 系爭商標並無指示地理來源之作用，已具有識別性，當無
26 使我國消費者誤認誤信商品產地之虞：

- 27 1. 原處分所引國內相關業者及消費者應可知悉「約克郡」為
28 英國歷史地名之網路文章或資料，係屬國外使用資料，當
29 不足以證明我國相關消費者均廣泛知悉英國之約克郡地
30 名，原處分亦未說明該地名廣為人知及我國消費者如何獲
31 知上開國外資訊，實有未洽。

01 2.原告於108年5月6日進行市場調查報告（下稱系爭市場調
02 查報告），樣本數高達1000份，在不透露任何商品內容與
03 相關資訊之情況下，無關乎性別、年齡層、學歷或是居住
04 地，一般認定「約克夏」這個名字在國人普遍認知多數會
05 想到的是「狗狗品種」，與英國相關的分別僅有英國「約
06 克郡」4.9%與參加人公司2.8%，顯見系爭商標並無商標
07 法第30條第1項第8款所謂使公眾誤認誤信商品產地之虞。

08 3.原告經營系爭商標多年，相關系列商品銷售良好，原告多
09 年來在使用廣告文宣行銷、舉辦相關產品活動時，從未以
10 商品產地或英國「約克郡」作為行銷內容，亦未曾遭消費
11 者申訴有何誤導消費者或產地不實等事宜，亦證系爭商標
12 及相關商品並不會使我國消費者據以聯想誤認，自無任何
13 指示地理來源之作用。原處分未考量上述系爭商標指定使
14 用商品於市場交易之實際情事，顯有違誤。

15 （三）系爭商標亦具有後天識別性：

16 1.原告係我國知名咖啡品牌，數十年來就所經營品牌下諸多
17 商品均有為商業廣告及行銷等活動，我國相關消費者對於
18 「Barista西雅圖咖啡」品牌，經過多年消費接觸，甚為
19 熟悉。而原告自89年起即以品牌下經營各項商品註冊相關
20 商標，且就系爭商標及其相關系列商標之商品投入鉅額商
21 業廣告、行銷等費用。其中系爭商標之相關系列商標商品
22 「即品約克夏奶茶」自89年開始銷售後，於市場上銷售表
23 現極佳，且銷售通路廣泛，遍及全台各百貨、賣場及通
24 路。

25 2.原告更為系爭商標大量投入行銷費用，聘請謝震武律師擔
26 任代言人，獲得多數消費者認可其代言具備高度信任度，
27 足證系爭商標之相關系列商品確為我國相關消費者廣泛熟
28 知，應認原告所經營之系爭商標及其系列商標之商品因多
29 年反覆使用、大量銷售，對於國內消費者已具有高度識別
30 性，已具有後天識別性，而無使消費者誤認誤信產地之
31 虞。

01 (四) 被告未依相同標準審查，有違行政自我拘束及平等原則：
02 依被告過往核准商標案件中，曾核准諸多涵蓋地名之商
03 標，如「玉山純味高粱」、「長野足湯養身行館及圖」
04 「牛津BIOX」、「CAMBRIDGE FAMILY ENTERPRIS GROUP劍
05 橋家族企業集團」。而我國相關消費者對上開商標中地名
06 如玉山、長野、牛津、劍橋之熟知程度，均遠較系爭商標
07 所涵蓋地名「約克郡」為高。被告既得就前揭涵蓋地名之
08 商標准予註冊，則系爭商標自應與上揭同樣包含地名之商
09 標依相同標準審查，否則顯有違行政自我拘束原則與平等
10 原則。

11 (五) 聲明：訴願決定及原處分均撤銷。

12 三、被告答辯要旨：

13 (一) 「約克郡」(英語：Yorkshire)位於英格蘭東北部，曾
14 分為3個瑞丁(Riding)：約克郡北瑞丁、約克郡東瑞
15 丁、約克郡西瑞丁。現時約克郡的大部分土地由約克郡亨
16 伯管理，雖然已不再具有實際上的行政區劃分意義，但是
17 直到今日約克郡還是廣為人知的傳統地理名詞。

18 (二) 又依參加人檢附之證據資料(乙證2)，可見西元1996年
19 英國獨立報報導參加人開設之貝蒂咖啡茶屋係英國十大最
20 佳茶屋，其內容含有「Yorkshire afternoon tea」等字
21 樣(附件19)；西元1998年之刊物THE STAGE亦指出參加人
22 為流行電視節目「Heartbeat」之新贊助商，文章內亦有
23 關於「Yorkshire tea」之描述(附件21)。再依據西元200
24 8年8月1日「[英國]約克的貝蒂茶屋和B&B@安妮矽谷網路
25 日誌 痞客邦」(附件50)、西元2011年7月26日【食。英
26 國York】Bettys Café Tea Rooms@隱形喵的生活教室隨意
27 窩Xuite日誌(附件51)、2012年1月13日奇集多部落格之
28 查爾斯王子蒞臨Taylors of Harrogate「英國皇室泰勒茶
29 公司」(附件53，內容載有查爾斯.泰勒是泰勒茶(Taylors of Harrogate)的創立者，他對茶的喜愛就如約
30 克夏人們喜愛板球一樣)、西元2012年10月7日「英國泰
31

勒茶Taylors of Harrogate-伯爵茶Earl Grey Tea@提拉小茶館TeaRoom痞客邦」(附件54,內容載有說起英國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)、西元2011年1月2日「隨意窩Xuite日誌【英國文化】英國紅茶經典品牌分享~一起來找茶」(附件56,內容載有在英國,約克(York)算是著名的茶鄉,而來到約克要喝茶,大家第一個想到的就是Bettys Tea Rooms啦!)、西元2013年11月2日「英國泰勒茶的經典約克夏茶Yorkshire Tea@提拉小茶館TeaRoom痞客邦」(附件57)、西元2016年3月31日「路易莎咖啡中壢延平店Facebook」(附件62,內容載有成為唯一被指定使用的英國皇家國宴飲料,從此打響了Taylors of Harrogate,成為Yorkshire約克郡最響亮的品牌)等網路資料相互勾稽佐證,足認於系爭商標107年2月16日註冊前,我國相關業者及消費者應可知悉約克郡或約克夏(Yorkshire)為英國歷史地名。

(三)綜合上開事證,足認於系爭商標107年2月16日註冊前,我國相關業者及消費者均已知悉約克郡或約克夏(Yorkshire)為英國歷史地名,則原告將中文「約克夏」作為商標,並指定使用於如附圖所示商品,自易使消費者產生該等商品來源地為英國約克郡或所提供商品與英國約克郡有所關連之聯想,而原告為我國法人,亦未提出系爭商標指定使用之商品實際上來自英國約克郡或與英國約克郡有所關連之事證,是系爭商標與其所指定商品間有名不符實之情事,而有使消費者對其指定使用商品之性質、品質或來源地產生誤認誤信之虞,自有商標法第30條第1項第8款規定之適用。

(四)原告雖稱「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」,且其經營系爭商標多年,相關系列商標自86年起陸續註冊,迄今多年享有一定之評價及知名

01 度。惟商標法第30條第1項第8款之規範目的，在於制止商
02 標構成要素之圖樣文字等與其指定使用商品或服務之不實
03 關係，防止消費者因商標表徵之外形、讀音或觀念等與指
04 定使用之商品或服務不相符合，以致於消費者誤認誤信而
05 予以購入商品或服務，受不測損害。是商標是否有致公眾
06 誤認誤信其產地（來源地）之虞，而有該等條款規定之適
07 用，應以商標所指向之特定地理區域與其指定商品或服務
08 之關聯性是否真實為判斷，與該地理區域所著稱之物產為
09 何，或商標之實際行銷使用情形如何，均屬二事。況觀諸
10 原告所檢送之商品外包裝圖樣、廣告等證據（乙證1-4答
11 證7、10、12），及訴訟階段檢送之即品約克夏奶茶相關
12 銷售統計資料（原證6至8），或非屬使用「約克夏」之資
13 料，有使用「約克夏」者或有再附加其他文字或其他商標
14 一併使用，均無法改變相關消費者之認知。

15 （五）至原告檢送之系爭市場調查報告為其自行調查，且樣本數
16 僅1000份，用途係「內部參考資源」，不論結果皆無法改
17 變「約克夏」為英國約克郡地名之事實。另原告所舉前揭
18 另案涵蓋地名之商標註冊案例或行政判決資料，均與本案
19 無關，對本案結果之判斷不生影響。

20 四、參加人陳述意旨：

21 （一）依參加人於異議階段所提出之證據，非僅有國外資料，尚
22 有世界各地及臺灣之使用證據，由該等證據資料可知「
23 YORKSHIRE」（約克郡或稱約克夏）實乃存在悠久時間之
24 地理名稱，其與具有良好聲譽的多樣化主題相關，且因該
25 地理名稱業已廣泛使用，堪認系爭商標申請註冊時，我國
26 相關消費者應普遍知悉「YORKSHIRE」（約克郡或稱約克
27 夏）為英國著名歷史地名。

28 （二）系爭商標係僅以中文「約克夏」構成，其英文翻譯為「
29 YORKSHIRE」，與原告並無明顯連結關係，而參加人多年
30 來已在世界各地（包括臺灣）與「YORKSHIRE TEA」（約

克夏茶）品牌具連結關係，就關於專業餐飲等商品與服務具有舉足輕重之地位，且參加人之系列商標包含「YORKSHIRE TEA」、「約克夏茶」及「Yorkshire Gold」（黃金約克夏）已持續使用，並透過廣告宣傳、報章媒體、網路活動之推廣，應廣為全世界及我國相關事業或消費者所普遍認知，原告為處於相同或連結事業領域之競爭者，不難知悉參加人及其「YORKSHIRE TEA」（約克夏茶）系列商標存在，卻申請註冊與其無明顯連結關係之系爭商標，並銷售其約克夏茶產品，並非善意，且有攀附與參加人具備連結關係品牌與地理名稱之聲譽，有使公眾將其商品原產地在臺灣卻誤信為產自「YORKSHIRE」（約克郡或約克夏）之虞。

（三）至原告所舉系爭市場調查報告之樣本數僅有1000份，市調期間僅有1週，且在受訪者之選取上，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定受訪者。另調查地點（居住地區分）之各縣市受訪者人數差距明顯過大，難謂無選取受訪者及調查地點偏差之瑕疵。又原告稱國人對於「約克夏」名稱多會聯想至「狗狗品種」，顯然不合現狀，並不足取。

（四）又系爭商標不應認定為著名商標，且依原告所提出之銷售證據或律師代言資料，僅能證明原告耗費金錢所推廣之產品乃中文「即品約克夏奶茶」產品，附加外文「YORKSHIRE TEA」或「Barista Milk Tea」，並非本件系爭商標「約克夏」，相關消費者並非必然可將系爭商標與原告密切聯想，自不得證明其所主張之系爭商標廣為消費者知悉，並可將系爭商標視為指示及區別其產品來源標誌之事實。況縱「約克夏」與原告所稱「即品約克夏奶茶」具有連結關係，惟商標法第30條第1項第8款規定之適用，應以商標所指向之特定地理區域與其所指定商品之關聯性為判斷，與實際之行銷使用情形，係屬二事，系爭商標之實際

01 使用情形，均無法改變相關消費者對於英國「YORKSHIR
02 E」地名名稱之認知。

03 (五) 關於原告所稱被告違反行政自我拘束原則與平等原則部
04 分，其中「玉山純味高粱」商標，其商標權人為臺灣菸酒
05 股份有限公司，乃一臺灣公司，商標中所使用地名「玉
06 山」亦位於臺灣，並非如原告與「YORKSHIRE」(約克
07 夏)名稱或產地並無明顯連結關係；「牛津BIOX」商標，
08 乃指定使用於消毒藥水、藥品等商品，就地理名稱「牛
09 津」而言，一般消費者會將地理名稱「牛津」與位於英國
10 牛津市一所世界聞名的公立研究型書院聯邦制大學，同是
11 世上現存第二古老持續辦學的高等教育機構的英國牛津大
12 學予以聯想，且牛津未有因生產消毒商品而著名於市場之
13 情形，相關消費者理應不會誤認誤信「牛津BIOX」商標指
14 定使用之第5類商品的性質、品質或產地乃出自於英國牛
15 津，均不應成為原告主張准予註冊之先例。另原告所稱
16 「長野足湯養身行館及圖」商標，被告已就本件註冊核
17 駁；「劍橋家族企業集團」商標之申請，係經商標權人英
18 國劍橋大學同意而核准註冊，原告以之作為准予註冊之先
19 例，顯屬不當。

20 (六) 聲明：原告之訴駁回。

21 五、本件爭執事項(本院卷二第141頁)：

22 (一) 系爭商標有無商標法第30條第1項第8款規定之情形而不得
23 註冊？

24 (二) 原處分有無違反行政自我拘束及平等原則？

25 六、本院判斷：

26 (一) 應適用之法規：按異議商標之註冊有無違法事由，除商標
27 法第106條第1項及第3項規定外，依其註冊公告時之規
28 定，商標法第50條定有明文。系爭商標係於106年7月21日
29 申請註冊，經被告於107年2月16日核准註冊公告，故系爭
30 商標之註冊有無不得註冊之事由，應以105年11月30日修

正公布、同年12月15日施行之現行商標法為斷，先予敘明。

(二) 系爭商標有商標法第30條第1項第8款所定之事由：

1. 按商標有「使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞者」，不得註冊，商標法第30條第1項第8款定有明文。按其規範目的在於防止商標構成要素之圖樣文字等，與其指定使用商品或服務產生不實聯結，致使消費者誤認商標所表彰商品或服務之性質、品質或產地而購買，以維護公平競爭之秩序。而商標或服務之性質、品質或產地誤認誤信之虞有無之判斷，應以一般消費者之立場，就商標本身圖樣文字等整體的外形、觀念或讀音予人之印象是否產生對商標或服務之性質、品質或產地誤認誤信之可能加以觀察（最高行政法院102年度判字第384號判決意旨參照）。又基於商標之屬地性，本款所稱公眾，係指我國相關消費者，且所稱產地，無須以盛產夙稱產品者為限，商品或服務之生產處所及來源，均屬之。

2. 查「Yorkshire」位於英格蘭東北部，中譯名為「約克郡」或「約克夏」，及依參加人所檢附之證據資料（乙證2），其中西元1996年英國獨立報報導參加人開設之貝蒂咖啡茶屋係英國十大最佳茶屋（附件19），其內容含有「Yorkshire afternoon tea」等字樣；西元1998年之刊物THE STAGE出版物（附件21），指出參加人為流行電視節目「Heartbeat」之新贊助商，文章內亦有關於「Yorkshire tea」之描述。又依據西元2008年8月1日安妮矽谷網路中文日誌痞客邦（附件50）、西元2011年7月26日【食。英國York】Bettys Café Tea Rooms@隱形喵的生活教室隨意窩Xuite中文日誌（附件51）、西元2012年1月13日奇集多部落格之查爾斯王子蒞臨 Taylors of Harrogate「英國皇室泰勒茶公司」（附件53）內容載有「查爾斯. 泰勒是泰勒茶（Taylors of Harrogate）的創立者，他對茶的喜愛就如約克夏人們喜愛板球一樣」、西

元2012年10月7日英國泰勒茶Taylors of Harrogate-伯爵茶Earl Grey Tea@提拉小茶館TeaRoom痞客邦（附件54），內容載有「說起英國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、西元2011年1月2日隨意窩Xuite中文日誌【英國文化】英國紅茶經典品牌分享～一起來找茶」（附件56），內容載有「和大家介紹除了台灣人比較常聽到的Twinings外，另兩大品牌Whittard，和Yorkshire Tea。在英國，約克（York）算是著名的茶鄉，而來到約克要喝茶，大家第一個想到的就是Bettys Tea Rooms啦！」、西元2013年11月2日英國泰勒茶的經典約克夏茶Yorkshire Tea @提拉小茶館 TeaRoom痞客邦PIXNET（附件57）、西元2016年3月31日路易莎咖啡中壢延平店Facebook（附件62），內容載有「成為唯一被指定使用的英國皇家國宴飲料，從此打響了 Taylors of Harrogate，成為Yorkshire約克郡最響亮的品牌」等網路中英文資料相互勾稽佐證，足認於系爭商標107年2月16日註冊前，我國相關業者及消費者應可知悉「Yorkshire」或中文名稱「約克夏」為英國地名，且有生產「Yorkshire Tea」（約克夏茶）。

- 3.原告以中文「約克夏」作為系爭商標圖樣，並指定使用於第30類「茶葉粉、冰茶、茶包、茶葉飲料、奶茶、咖啡、咖啡豆、加奶咖啡飲料、即溶咖啡包、咖啡飲料、冰品、糖果、月餅、蛋捲、餅乾」商品，從一般消費者立場觀之，易使消費者產生該商品係產自於英國之「Yorkshire」（約克夏）或與該產地有所關連之聯想。然原告為我國法人，自承系爭商標所指定使用之商品，其茶葉等成分均非來自英國約克夏乙地（本院卷二第140頁），堪認系爭商標與其所指定商品間確有名不符實之情事，且有使相關消費者對其指定使用商品之產地有誤認誤信之虞，自應有商標法第30條第1項第8款規定之適用。

01 4.原告雖主張「約克夏」在國人普遍認知多數會想到的是狗
02 狗品種，並提出系爭市場調查報告為證，且原告多年來從
03 未以商品產地或英國「約克郡」行銷，亦未曾遭消費者申
04 訴有何誤導消費者或產地不實，系爭商標並不會使我國消
05 費者據以聯想誤認，並無任何指示地理來源之作用等等。

06 惟查：

07 (1)商標是否有致公眾誤認誤信其產地（來源地）之虞，應
08 以商標所指向之特定地理區域與其指定商品或服務之關
09 聯性是否真實判斷，與該地理區域所著稱之物產為何，
10 或商標之實際行銷使用情形如何，係屬二事。系爭商標
11 「約克夏」易使消費者對該商品之產地或來源聯想為英
12 國之「Yorkshire」（約克夏），業如前述，縱原告從
13 未以該商品產地為「約克夏」行銷或消費者未曾申訴有
14 誤認產地之情事，仍不影響可能使消費者對其指定使用
15 商品產地有誤認誤信之虞之認定。況依原告所提原證8
16 之西雅圖即品約克夏奶茶報告，其中在網路購物平台之
17 「即品約克夏奶茶」頁面，載有「在英國東北部一個叫
18 做（Yorkshire）的地方…」廣告詞（本院卷一第116
19 頁），顯見原告曾以「Yorkshire」（約克夏）作為該
20 商品產地或來源之行銷，與原告所述其未曾以「
21 Yorkshire」行銷不符。

22 (2)按市場調查報告係藉由資料之蒐集、整合及量化之分析
23 方法，以某種實驗設計，以統計結果驗證其假設學說，
24 統計分析資料，提供判斷之依據，應屬鑑定之一種。惟
25 按當事人在程序外私自委託其他公私單位鑑定而提出該
26 報告於法院，以供事實之認定者，因該鑑定並非由受訴
27 法院選任之鑑定人命行鑑定者，所以非行政訴訟法上證
28 據調查章之鑑定（行政訴訟法第176條準用民事訴訟法
29 第324條以下）。在行政訴訟中，採為證據之鑑定，應
30 遵守行政訴訟法相關程序。且該作成私鑑定報告之程序
31 既未經行政法院之介入，其作成之方式及過程亦未經當

事人雙方之辯論，中立性及妥當性俱有問題，是以該私
鑑定報告係提出當事人之陳述，並具體化其主張而已
（最高行政法院109年度上字第706號判決意旨參照）。

(3)查系爭市場調查報告（本院卷一第79至85頁）之調查時間為108年4月25日至同年5月2日，係在系爭商標申請註冊之後，已難反映系爭商標申請註冊當時之消費者認知情況。又其調查對象為匿名，並無實際調查樣本可供查閱，真實性並非無疑，難認具有參考性。況縱認具有參考性，依該調查總結與分析結果，雖然受測者有68.2%比例會聯想到狗，但也有4.9%比例會聯想到英國約克郡。而「約克夏」一詞，固不乏為國人對於特定犬種之稱呼，然亦為英國行政區地名之音譯，而具有指向固定事物之意涵，則系爭市場調查報告之調查結果，多數指向上開固定事物即狗的品種意涵之認知結果亦屬當然，尚不得以此推論相關消費者即不熟悉「Yorkshire」（約克夏）為英國地名之事實，故原告前揭主張均不足採。至於原告雖聲請將本案送請專業市調機構做調查（本院卷二第162頁），然無論依參加人提出之證據資料或原告所提系爭調查報告，均已足使一般消費者聯想「約克夏」有指示英國地名之意，故無再送請專業機構為市場調查之必要，附此敘明。

5.原告雖以其為系爭商標大量投入行銷費用，「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，並聘請律師擔任代言人，獲得多數消費者認可，系爭商標系列商品為我國相關消費者廣泛熟知，具有高度識別性，甚至有後天識別性，而使消費者無誤認誤信產地之虞等等。然查，依原告所提「即品約克夏奶茶」商品銷售對象、數量及金額統計資料、廣告費用支出及東方快線網絡市調資料（原證6至9），觀諸該等商品廣告或包裝上均標示「BARISTA COFFEE 西雅圖」搭配「即品約克夏奶茶」，核與系爭商標「約克夏」圖樣明顯有別，且原告既在該等商

01 品上合併使用「BARISTA COFFEE 西雅圖」商標文字，則
02 原告是否有以「約克夏」作為表彰商品來源之主要識別標
03 識，非無疑問。況且，一般消費者見「約克夏」既可聯想
04 至英國地名之意，業如前述，尚難以「即品約克夏奶茶」
05 商品曾聘請律師代言或有廣告費用支出及銷售情形，即遽
06 認系爭商標已為相關消費者所廣泛熟知而具有高度或後天
07 識別性，致可改變相關消費者之認知。

08 (三) 原處分並無違反行政自我拘束及平等原則：

09 1. 行政法上之平等原則，並非指絕對、機械之形式上平等，
10 而係指相同事物性質應為相同之處理，非有正當理由，不
11 得為差別待遇而言；倘事物性質不盡相同而為合理之各別
12 處理，自非法所不許（司法院釋字第596號解釋意旨參
13 照）。而商標申請准否，係採商標個案審查原則，在具體
14 個案審究是否合法與適當，商標專責機關應視不同具體個
15 案，就商標與指定使用商品或服務關係、競爭同業使用情
16 形及原告使用方式與實際交易情況等客觀參酌因素，綜合
17 判斷之，並正確認定事實與適用法律，不受他案之拘束；
18 是個案具體事實涵攝於各種判斷因素時，因個案事實及證
19 據樣態差異，於個案中調查審認結果，當然會有不同。

20 2. 原告所舉之「玉山純味高粱」、「長野足湯養身行館及
21 圖」、「牛津BIOX」、「CAMBRIDGE FAMILY ENTERPRIS
22 GROUP劍橋家族企業集團」（原證10至13）等案例，其商標
23 文字或圖樣設計與系爭商標不同，所產生之特定意義或意
24 涵亦屬有別，審查時之判斷考量因素自非完全相同，基於
25 商標審查個案拘束原則，尚難比附援引。另原告主張之
26 「K-SWISS & Shield Device」、「UCC collection及
27 圖」及「台灣龍泉真水」案例（附件7至9），尚有結合其
28 他非指涉商品內容文字或圖樣，與系爭商標情形有別，均
29 無法執為被告有違反行政自我拘束原則與平等原則之論
30 據。

七、綜上所述，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，原處分所為系爭商標註冊應予撤銷之處分，依法並無不合，訴願決定予以維持，亦無違誤。原告仍執前詞，訴請撤銷原處分及訴願決定，為無理由，應予駁回。

八、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。

九、結論：本件原告之訴為無理由，爰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 111 年 3 月 10 日

智慧財產第二庭

審判長法官 蔡惠如

法官 曾啓謀

法官 吳俊龍

以上正本證明與原本無異。

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

01		理人具備會計師資格者。	
02		3. 專利行政事件，上訴人或其法定代	
03		理人具備專利師資格或依法得為專	
04		利代理人者。	
05			
06	(二)非律師具有右列情	1. 上訴人之配偶、三親等內之血親、	
07	形之一，經最高行	二親等內之姻親具備律師資格者。	
08	政法院認為適當者	2. 稅務行政事件，具備會計師資格者	
09	，亦得為上訴審訴	。	
10	訟代理人	3. 專利行政事件，具備專利師資格或	
11		依法得為專利代理人者。	
12		4. 上訴人為公法人、中央或地方機關	
13		、公法上之非法人團體時，其所屬	
14		專任人員辦理法制、法務、訴願業	
15		務或與訴訟事件相關業務者。	
16			
17	是否符合(一)、(二)之情形，而得為強制律師代理之例外，上訴		
18	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		
19	文書影本及委任書。		
20			

21 中 華 民 國 111 年 3 月 17 日
22 書記官 蔣淑君

23 附圖：
24

系 爭 商 標 圖 樣
註冊第01898811號 申請日：民國106年7月21日 註冊日：民國107年2月16日 註冊公告日：民國107年2月16日 指定使用類別： (第030類) 茶葉粉、冰茶、茶包、茶葉飲料、奶茶、咖啡、咖啡 豆、加奶咖啡飲料、即溶咖啡包、咖啡飲料、冰品、糖果、月

餅、蛋捲、餅乾。

約克夏