# 智慧財產及商業法院行政判決

110年度行商訴字第74號

民國111年7月20日辯論終結

原　　告　日商艾世泰股份有限公司

代　表　人　吉松徹郎

訴訟代理人　林志剛律師（兼送達代收人）

楊憲祖律師

吳宗樺律師

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　統一生活事業股份有限公司

代　表　人　高秀玲

訴訟代理人　王乃中律師（兼送達代收人）

吳霈栩律師

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9月8日經訴字第11006307050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：

原告於民國101年6月290000000sme」商標，指定使用於當時商標法施行細則第13條所定商品及服務分類表第3類、第21類、第35類、第42類及第44類之商品/服務，向被告申請註冊，經被告編為101036847號審查。嗣原告向被告申請將前揭申請案分割為2件商標註冊申請案，經被告核准並分別編為申請第103880414號商標及第103880415號商標。其中分割後之申請第103880415號商標，指定使用於第3類：香、牙膏、牙粉、漱口水、潔齒劑等商品；第21類：非建築用未加

工玻璃，非建築用半加工玻璃；室內水族箱用陶瓷製及玻璃製裝飾品等商品；第35類：廣告宣傳、為他人提供有關研究人員資歷之電腦資料庫檢索等服務；第42類：利用網際網路、電子郵件及其他通訊網路提供電腦軟體設計、電腦程式設計或電腦軟體維護之資訊；提供有關符合電腦操作所需準確度之電腦性能及操作之技術諮詢顧問等服務，經被告審查，核准列為註冊第1694555號商標（下稱系爭商標，如附圖1所示）。參加人以註冊第85378號、第109913號、第1431390號、第1169894號商標（下稱據爭商標1至4，如附圖2-1、2-2、2-3、2-4所示，合稱據爭諸商標），而認系爭商標之註冊有違商標法第30條第1項第11款規定之情形，對之申請評定。案經被告審查，認系爭商標之註冊有商標法第30條第1項第11款前段規定之適用，而於107年9月25日為系爭商標之註冊應予撤銷之處分。原告不服處分，提起訴願，經經濟部嗣於108年4月30日訴願決定駁回，原告不服訴願決定，向本院提起行政訴訟，經本院於108年12月26日以108年度行商訴字第69號為「原處分及訴願決定關於系爭商標指定使用於第35類、第42類商品部分撤銷。原告其餘之訴駁回。」之判決，原告就不利部分即系爭商標指定使用於第3類、第21號商品部分提起上訴，經最高行政法院於109年12月24日以109年度判字第668號判決駁回上訴確定在案。嗣被告依本院108年度行商訴字第69號行政判決撤銷意旨重為審查，認系爭商標指定使用於第35類、第42類服務部分有商標法第30條第1項第11款後段規定之適用，而於110年3月16日中台評字第1090015號商標評定書為「系爭商標之註冊應予撤銷」之處分（下稱原處分），原告不服，提起訴願，復經經濟部於110年9月8日訴願決定駁回，原告遂向本院提起行政訴訟。本院因認本件訴訟之結果，倘認訴願決定及原處分應予撤銷，參加人之權利或法律上利益將受損害，乃依職權裁定命其獨立參加本件被告之訴訟。

二、原告主張：

㈠原告於101年6月29日向被告申請註冊系爭商標時，據爭諸商標著名性未達一般公眾所普遍認知之程度，而非商標法第30條第1項第11款後段所指之著名商標。又系爭商標與據爭諸商標之間就相同外文「cosme」部分，其意為化妝品，係固有外文，且含有「cosme」外文字樣之商標而經被告核准者所在多有，「cosme」並無指向單一來源之高度識別性。再者，原告早已註冊及長期使用系爭商標，並無任何惡意仿襲之意圖，消費者亦充分知悉系爭商標表彰之來源，二者商標在市場上長期並存，復考量系爭商標、據爭諸商標近似程度不高，又系爭商標指定使用於第35類、第42類服務，與系爭商標實際使用之商品/服務並無任何關聯性，一般消費者見到系爭商標標示於所指定第35類、第42類服務上，不可能會誤認其表彰之服務來源與參加人之據爭諸商標有關，更不會減損據爭諸商標之識別性，或使一般消費者對於據爭諸商標之信譽產生貶抑或負面之聯想，故系爭商標指定使用於第35類、第42類服務，並未違反商標法第30條第1項第11款後段規定，原處分及訴願決定顯有違誤。

㈡並聲明：原處分及訴願決定均撤銷。

三、被告答辯略以：

㈠系爭商標與據爭諸商標近似程度高，據爭諸商標經參加人長期廣泛使用已臻一般消費者普遍知悉之程度，為高度著名商標，並具高度識別性，且無遭第三人普遍使用之情形，是系爭商標指定使用於第35類、第42類服務，與據爭諸商標指定使用之商品/服務縱不具類似關係，惟仍可能會減弱或分散據爭商標所表彰單一來源之特徵或吸引力，而有減損據爭商標之識別性之虞，自有商標法第30條第1項第11款後段規定之適用。

㈡並聲明：駁回原告之訴。

四、參加人答辯略以：

㈠系爭商標與據爭諸商標於外觀、觀念、讀音上均極為近似，且據爭諸商標知名性高，給予消費者強烈且特定來源之聯

想，系爭商標將減弱或分散據爭諸商標強烈指示單一來源之特徵或吸引力，變成指示二種或二種以上來源之商標，減損據爭諸商標在社會大眾的心中單一聯想或獨特性之印象，是系爭商標有商標法第30條第1項第11款後段規定之適用而應不予註冊。

㈡並聲明：駁回原告之訴。

五、本院得心證之理由：

㈠按評定商標之註冊有無違法事由，除第106條第1項及第3項規定外，依其註冊公告時之規定，商標法第62條準用第50條定有明文。查系爭商標之註冊公告日為104年2月16日（見評定卷一第22頁），嗣參加人於106年4月25日對系爭商標申請評定後，被告係於110年3月16日作成評定審定書即原處分（見本院卷第17頁），則系爭商標之註冊及評定，均在100年6月29日修正公布、101年7月1日施行之商標法施行後，無商標法第106條第1項及第3項規定之適用，是系爭商標是否具有評定事由，應依系爭商標註冊公告時即101年7月1日施行之商標法為斷。

㈡按商標「相同或近似於他人著名商標或標章，有致相關公眾混淆誤認之虞，或有減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞者」不得註冊，為商標法第30條第1項第11款本文所規定。又商標法第30條第1項第11款前段規定之目的在於避免相關公眾對於商品或服務之來源產生混淆誤認，保護之對象為相關消費者；後段規定之目的則在於避免著名商標之識別性或信譽於一般消費者主觀認知中遭受減損，保護之對象為該著名商標，不以該商標所使用之同一或類似商品或服務類別為限，兩者保護之對象及範圍並不相同。準此，商標法第30條第1項第11款前、後段就著名商標之著名程度，應為不同之解釋，前段應解釋為僅在相關消費者著名之商標，後段則應解釋為不僅止於相關消費者，而須達一般消費者均知悉之商標，始符立法目的，同時平衡保護消費者及商標權人，維護市場公平競爭。查依參加人於評定時所檢送之參加人官

方網站、博客來網站、「天下雜誌」、「Cheers 工作人雜誌」、「遠見」等電子網頁資料、西元2004年大成報、西元2004年至2012年蘋果日報、西元2007年、2009年爽報、西元2009年民眾日報各大新聞網頁報導、西元2012年育兒生活雜誌、Ustyle網站、Career雜誌、太平洋日報、華人健康網、蘋果日報、台灣日報、中國時報等網頁報導、西元2004年家庭用藥全書、西元2000年維生素全書、西元2010年愛從這裡開始等書籍資料、西元2009年至2013年間之記者會及遠見雜誌舉辦之活動照片、西元2003年至2017年間傑出店長選拔活動照片、西元1996年一代店之照片、西元2005年二代店之照片、西元2015年三代店之照片、西元2004年至2005年間之宣傳及商品DM、西元2005年康是美創刊號、西元2008年至2012年8月間之部落格文章、西元2010年Yahoo奇摩商城及樂天市場等購物網站網頁、西元2015年博客來購物網站網頁、西元2015年樂天市場購物網站之廣告影片等證據資料（見評定卷一第38頁至第40頁、第41頁背面至第189頁），可知據爭諸商標為參加人西元1995年所成立之連鎖藥妝店品牌，主要提供藥品、營養補充品、化粧保養品、健康美容器材、女性衛生用品、清潔沐浴用品及居家生活日用品等相關商品之零售服務，及提供健康與美容諮詢等服務。又參加人自西元2003年開設第100家連鎖店後，其規模穩定且快速地成長，其店面及門市於西元2009年2月即已突破300家，至西元2012年3月更突破355家，遍及國內各縣市，且其連鎖藥粧店於西元2008年至2009年間曾榮獲管理雜誌消費者理想藥妝通路品牌調查第一名，西元2010年榮獲遠見雜誌傑出服務獎—藥妝通路首獎。參加人並持續於平面廣告文宣、網路、報章及雜誌等媒體刊登廣告行銷宣傳據以評定商標相關服務，及透過Yahoo奇摩商城、博客來、樂天市場等購物網站提供其服務。是依現有證據資料，堪認據爭諸商標於101年6月29日系爭商標申請註冊時，表彰於提供藥品、營養補充品、化粧保養品、健康美容器材、女性衛生用品、清潔沐浴用品及居家生

活日用品等相關商品之零售服務，及提供健康與美容諮詢等服務之信譽，不僅已為該等服務特定市場相關事業及消費者所普遍知悉，包括非屬前揭服務消費族群之其他消費者或公眾，亦均已知悉據爭諸商標之存在，即其著名程度已超越相關消費者而臻一般消費者均普遍知悉之程度，應符合商標法第30條第1項第11款後段之著名商標。

㈢次按商標法第30條第1項第11款規定，旨在防止著名商標之識別性或信譽有遭受減損之虞，蓋傳統混淆之虞理論之範圍，雖已擴大至包括與在先商標有贊助關係、從屬關係或聯繫關係之聯想，惟對系爭商標之註冊，雖不致使相關消費者產生混淆誤認之虞，但有可能減損著名商標本身識別性或信譽之情形，參酌國外立法例均屬淡化理論之範疇，為與國際接軌，特將混淆之虞與淡化理論之體系予以釐清。又所謂減損著名商標識別性之虞係指著名商標之識別性有可能遭受減弱，亦即當著名商標使用於特定之商品或服務，原本僅會使人產生某一特定來源之聯想，但當未取得授權之第三人之使用行為，逐漸減弱或分散該商標曾經強烈指示單一來源的特徵或吸引力時，最後該曾經強烈指示單一來源的商標很有可能將會變成指示二種或二種以上來源的商標，或使該商標在社會大眾的心中不會留下單一聯想或獨特性的印象。判斷有無減損商標識別性或信譽之虞的參酌因素，包含商標著名之程度、商標近似之程度、商標被普遍使用於其他商品/服務之程度、著名商標先天或後天識別性之程度及其他參酌因素（商標法第30條第1項第11款著名商標保護審查基準可資參照）。再按商標法第30條第1項第11款後段規定，可知商標淡化之類型係包括「減損著名商標識別性之虞」及「減損著名商標信譽之虞」兩種，前者係指著名商標使用於特定商品或服務之單一來源指示功能，因第三人之商標註冊而減弱或分散，後者係指著名商標所代表之品質或信譽，因第三人之註冊而產生貶抑或負面之聯想，兩者之要件並不相同，且商標淡化就商標近似程度之要求，亦較混淆誤認之虞為高，是

以判斷商標是否有淡化之虞，自應就商標之近似程度予以說明（最高行政法院106年度判字第607號判決意旨參照）。本件被告係以據爭諸商標為高度著名商標，系爭商標之註冊有減損據爭諸商標識別性之虞，則依前開說明，應審酌商標著名程度、商標近似之程度、商標被普遍使用於其他商品/服務之程度、著名商標先天或後天識別性之程度及其他參酌因素，進而判斷據爭諸商標識別性是否有可能因系爭商標而遭受弱化或減損，而有商標法30條第1項第11款後段規定之適用。經查：

1.商標近似程度：

系爭商標0000000號及外文「cosme」左右排列組成；據爭諸商標則或由「COSMED」左右排列構成，或由左右排列之「COSMED」加上單色條框背景構成，或由中文「康是美」及外文「COSMED」所組成，或再另結合一彩色啄木鳥圖形所組成。系爭商標讀0000000「cosme」，據爭諸商標之讀音則為「康是美」、「COSMED」。系爭商標和據爭諸商標相較，予消費者寓目印象較深及用以唱呼辨識之部分，均有外觀、讀音相仿之外文「cosme」/「COSMED」或與其讀音相近之中文「康是美」，且其外文部分僅有大小寫或字尾是否結合字母「D」之些微差異，二者於外觀及讀音均極相彷彿，以具有普通知識經驗之消費者於購買時施以普通注意，異時異地隔離觀察，或實際交易唱呼之際，實不易區辨，應屬構成近似之商標，且近似程度高。

2.商標識別性之強弱及是否被普遍使用於其他商品/服務：

據爭諸商標之外文「COSMED」並非既有字彙，且與所使用之提供藥品、營養補充品、化粧保養品、健康美容器材、女性衛生用品、清潔沐浴用品及居家生活日用品等相關商品之零售服務，及提供健康與美容諮詢等服務無直接關聯，並經參加人長期廣泛行銷使用已為著名商標，具有相當之識別性。又按商標若未為第三人廣泛使用於不同之商品/服務，則該商標排他使用之程度較高，其識別性或信譽較可能遭受減

損。查依布林檢索資料（見評定卷一第412頁至第413頁背面），可知據爭諸商標之外文「COSMED」作為商標或商標之一部分於我國獲准註冊且目前有效存在者，僅有第三人註冊第187332號「Cosmed康士美牙醫診所」商標，是據爭諸商標之外文「COSMED」尚未經他人廣泛使用於不同之商品/服務，則該商標排他使用之程度較高。

3.相關消費者對各商標熟悉之程度：

依現有證據資料，堪認據爭諸商標於系爭商標申請註冊時即101年6月29日表彰於提供藥品、營養補充品、化粧保養品、健康美容器材、女性衛生用品、清潔沐浴用品及居家生活日用品等相關商品之零售服務，及提供健康與美容諮詢等服務之信譽業經參加人長期廣泛行銷使用，已為我國相關事業及消費者所認識而臻著名，業經本院認定如前。又觀諸原告於評定及訴願階段所提證據資料：評定答辯所提附件1之原告與系爭商標歷史沿革、決算說明資料及香港商艾思黛有限公司台灣分公司介紹、附件6之網路流量統計表、附件11之大陸地區商標申請資料、第二次訴願所提附件8至9之網站流量統計表等資料，均非系爭商標實際使用事證；評定答辯所提附件9之各國商標註冊資料僅為靜態權利取得之證明，系爭商標之實際使用情形及其是否已為我國消費者所認識，仍須參酌其實際使用之證據資料綜合以觀；評定答辯所提附件1之原告網站、附件2之日本媒體報導、附件3之日本「@cosme store」店舖情報、附件4之有價證券報告書、及第一次訴願所提附件1網頁資料、附件5之美妝大賞資料、第二次訴願所提附件2網頁資料等均為外文資料，無法證明系爭商標已為我國消費者所熟知；評定答辯所提附件5之「@cosme」中文雜誌、附件7及8之新聞報導、部落格文章、Facebook粉絲團、附件12之Google搜尋引擎檢索資料、附件14至18之社群網站檢索資料、刊登於部落格及批踢踢實業坊、FaceBook之網路文章與新聞報導、附件19至22之門市照片、契約書、商品網路資料及藥粧店櫃位資料等，及第一次訴願所提附件

1、3至4、6至10、13之新聞報導及網路文章、Google搜尋引擎檢索資料、美妝大賞資料、會員數與心得投稿資料、第二次訴願所提附件2之網路文章、產品目錄、附件6至7之原告網站、網頁資料、附件11之系爭商標捷運鐵路站點車廂廣告結案報告及調查報告等，部分資料無日期可稽或日期在系爭商標註冊日（104年2月16日）之後，上開調查報告中亦稱依客戶指定期間（2019/3/10-2019/3/31 ）前往查核（見評定卷二第398頁背面），足見係在系爭商標註冊日之後，是該等證據均不得作為系爭商標註冊日之前之使用資料；部分雖日期在系爭商標註冊日之前，惟數量有限，且核其內容大多為我國消費者對於系爭商標在日本使用情形之介紹，均非於我國之使用資料。況原告陳稱其於西元2014年於我國發行「@cosme」雜誌中文版，及於西元2017年始於我國設立第一間實體店舖（見評定卷一第224頁背面），亦均系爭商標註冊日之後所為，且其時間尚短，原告復未提供系爭商標商品/服務於我國之銷售或廣告數額及市場占有率等資料供參，是依現有證據資料，尚難遽認系爭商標於註冊時已為我國消費者所熟悉。據上，堪認據爭諸商標較系爭商標為我國消費者所熟悉，而應受較大之保護。

4.先權利人多角化經營之情形：

由參加人所提評定附件5之商標註冊檢索資料（見評定卷一第192頁至第211頁背面），可知參加人自84年起即陸續以單純外文「COSMED」，或結合中文「康是美」及一啄木鳥圖形，或結合不具識別性之外文「Nature Mart」、「Nature Collect」、「Dr .」、「Ms .」等作為商標圖樣，陸續取得註冊第85378、100714、109913、0000000、0000000、0000000、0000000、0000000、0000000、0000000、0000000、0000000、0000000 號等多件「COSMED」系列商標，所指定商品/服務種類及範圍多樣，除藥品、營養補充品、化粧保養品、健康美容器材、女性衛生用品、清潔沐浴用品等商品之零售服務外，另亦指定使用在糖果、食品、飲料、指甲刀、

面紙、印刷出版品、文具、皮包、杯碗、餐具、盥洗用具、衣服、襪子等商品，以及超級市場、百貨公司、郵購、網路（電子）購物、食品及飲料零售、美容諮詢顧問、藥劑調配（醫藥諮詢）、醫護協助等服務。此外，觀以評定附件1之參加人官方網站資料（見評定卷一第38頁至第40頁），可知參加人並有提供與據爭諸商標同名之手機APP軟體程式，使消費者可隨時查詢商品資訊、門市據點及優惠活動，並可作為行動電子會員卡累積點數，堪認參加人有將據爭商標註冊及實際使用於多種不同商品或服務，而有多角化經營之情形。

5.綜前，衡酌系爭商標與據爭諸商標近似程度高，據爭諸商標為高度著名商標，具有相當識別性，並較系爭商標更為消費者所熟悉，且有多角化經營之情形，又據爭諸商標中之外文「COSMED」並未普遍為第三人廣泛使用，排他使用程度亦較高，故縱系爭商標指定使用於第35類、第42類服務之註冊，與據爭諸商標所著名或多角化經營之商品/服務雖不具關聯性，然衡酌據爭諸商標於系爭商標申請註冊時已達一般公眾普遍知悉之高度著名程度，則系爭商標之註冊仍可能會減弱或分散據爭諸商標所表彰單一來源的特徵或吸引力，而有減損據爭諸商標之識別性之虞，自有商標法第30條第1項第11款後段規定之適用。

㈣原告所提出各項主張，本院不予採信之理由，分述如下：

1.原告主張：參加人提出之據爭商標1至3的使用證據極少，而據爭商標4之使用證據則僅有使用在化粧保養品相關零售服務，並無使用於系爭商標指定第35類、第42類服務；又「cosme」僅為描述性用語，自85年11月1日迄今至少有180幾個商標使用「cosme」作為商標圖樣，且經被告核准註冊並仍為有效，可見被告於系爭商標申請時，認為據爭諸商標未臻著名，且上開商標註冊不會使一般消費者聯想到據爭諸商標，故不宜使據爭諸商標之一小部分即「cosme」取得壟斷或排他使用之權利云云，然查，據爭諸商標均有外文「COSM

ED」，且以該等商標中之外文「COSMED」或結合之中文「康是美」為其主要予消費者寓目印象較深及用以唱呼辨識之部分，而依參加人所提出自84年創用該等商標迄今之使用證據資料，均包含外文「COSMED」字樣，並非限於據爭商標4；復觀諸原告提出眾多含有「cosme」之註冊商標，多係將商標當中之外文任意擷取「cosme」，而不論是否仍為完整之單詞，或忽視該等商標尚有結合其他繁複圖案或單詞，此觀行政訴訟起訴理由狀及所附智慧局商標檢索系統檢索網頁及查詢結果列印本自明（見本院卷第76頁至第78頁、第99頁至第163頁），可見原告係任意擷取其他註冊商標部分特徵而為前開主張；再者，據爭諸商標於系爭商標申請註冊時即101年6月29日，表彰於提供藥品、營養補充品、化粧保養品、健康美容器材、女性衛生用品、清潔沐浴用品及居家生活日用品等相關商品之零售服務，及提供健康與美容諮詢等服務之信譽，不僅已為該等服務特定市場相關事業及消費者所普遍知悉，包括非屬前揭服務消費族群之其他消費者或公眾，均已知悉據爭諸商標之存在，即其著名程度應已超越相關消費者而臻一般消費者普遍知悉之程度，而為高度著名之商標等情，亦經本院認定如前；另判斷消費者是否會聯想到系爭諸商標，端視該等商標註冊是否會減損商標識別性或信譽之虞，參酌因素包含商標著名之程度、商標近似之程度、商標被普遍使用於其他商品/服務之程度、著名商標先天或後天識別性之程度及其他因素等，自無從僅憑包含外文「cosme」之註冊商標眾多即據認據爭諸商標未臻著名或不會使一般消費者聯想到據爭諸商標等情，是原告主張前情，應屬無據。

2.原告復主張：被告於107年5月間就參加人申請之第107880003號、第107880131號、第107880133號商標註冊申請案作出核駁處分，並認定參加人檢送資料不足以認定「COSMED」、「COSMED及圖」業經廣泛行銷使用而為相關消費者所熟悉，是據爭諸商標至少於107年之前未達商標法第30條第1項第11

款之著名程度云云。查依卷附智慧局商標檢索系統之商標單筆詳細報表（見評定卷二第363頁、第366頁、第369頁），可知前揭申請之第107880003申請案號係註冊使用於藥劑調配等，第107880131、107880133號申請案號則均係使用於醫療、藥劑調配等，該等商標申請案指定使用服務類別與據爭諸商標指定使用之商品/服務顯有不同，案情有異，尚不能以該等商標申請案遭核駁，即執為本件據爭諸商標未臻著名之論據。原告此部分主張，自非可採。

3.原告另主張：系爭商標與據爭諸商標於市場上長期併存使用，並無使一般消費者產生不當聯想而減損據爭諸商標之識別性云云，然原告所提出前述證據資料，僅得證明原告有使用系爭商標於「化妝品資訊之提供」服務，及於103年間於我國0000000sme」雜誌中文版、106年間於我國設立第一家實體店鋪等情，除與系爭商標指定使用第35類、第42類服務類別難認有何關聯性外，因系爭商標於我國使用系爭商標時間尚短，且該等證據資料亦無法證明系爭商標於我國已達相關消費者普遍知悉之程度，是原告此部分主張，仍屬無據。

六、綜上所述，系爭商標之註冊有商標法第30條第1項第11款後段規定之適用。從而，被告所為系爭商標之註冊應予撤銷之處分，並無不合，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，並無理由，應予駁回。

七、本件事證已明，兩造及參加人其餘攻擊防禦方法，均與本件判決結果不生影響，爰不逐一論述，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　　111　　年　　8　　月　　3　　日

智慧財產第三庭

審判長法　官　彭洪英

法　官　何若薇

法　官　潘曉玫

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。<br>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。<br>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。<br>2. 稅務行政事件，具備會計師資格者。<br>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。<br>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　　111　　年　　8　　月　　4　　日

書記官　李建毅

| 附圖1：系爭商標 |
| --- |
| 註冊第1694555號<br>商標0000000sme<br>申請日：101年6月29日（權利期間：104.2.16~114.2.15）<br>註冊及註冊公告日：104年2月16日<br>商標權人：日商艾世泰股份有限公司<br>商品或服務名稱：<br>第35類「廣告宣傳；廣告稿撰寫；市場研究；提供商業銷售資訊；有關產品銷售排行及名氣排行之市場調查及市場調查顧問；經由電腦通訊網路（如網際網路）提供職業介紹；利用電腦終端機提供就業機會資訊；為他人提供有關研究人員資歷之電腦資料庫檢索。」<br>第42類「利用網際網路、電子郵件及其他通訊網路提供電腦軟體設計、電腦程式設計或電腦軟體維護之資訊；網路伺服器租賃；提供建置網際網路網頁之資訊；為他人設計網頁；網際網路網頁設計；提供網際網路搜尋引擎；經由網際網路提供有關資訊科技之資訊；利用網際網路網頁及佈告欄提供有關資訊科技之資訊；利用網際網路網頁及佈告欄提供電腦軟體設計、電腦程式設計或電腦軟體維護之資訊；電腦軟體設計，及經由網際網路提供電腦軟體設計；經由電腦通訊網路（如網際網路）提供氣象資訊；經由網際網路資料庫或網站提供有關資訊科技之資訊；電腦程式、電腦資料庫、電腦及其他通訊網路及網際網路網站之設計、建置、維護及更新；經由資料通訊提供有關 |

電腦軟體設計、電腦程式設計或電腦軟體維護之諮詢顧問；遠端運算及資訊網路系統用電腦程式設計；區域網路用電腦程式之維護；藥品、化粧品或食品之品質檢驗測試研究及其資訊之提供；電腦系統設計，電腦系統分析；人事服務業之電腦軟體設計、電腦程式設計、電腦軟體維護及諮詢顧問；用於產品資料管理、工作流程管理、工作分割、機械或電子機械零件及產品、電腦支援設計部分之電腦軟體設計、電腦程式設計；提供線上不可下載電腦程式之暫時使用；通訊系統及設備工程規劃設計及其諮詢顧問；利用通訊網路提供電腦及電腦程式之設計或建置；電腦資料處理及其資訊之提供；電腦程式設計諮詢顧問；數位化地圖製作；經由電腦終端機通訊網路提供電腦軟體設計、電腦程式設計或電腦軟體維護之諮詢顧問；經由電腦終端機提供資料庫用不可下載之電腦程式暫時使用服務；電腦軟體設計、電腦程式設計或電腦軟體維護之諮詢顧問；電腦通訊網路系統之研究與開發及其諮詢顧問；電腦軟體執行及使用之諮詢顧問；網路認證服務；利用有線或無線通訊網路提供電腦系統遠端監控；利用有線或無線通訊網路提供電腦軟體設計、電腦程式設計或電腦軟體維護；提供有關符合電腦操作所需準確度之電腦性能及操作之技術諮詢顧問。」

卷證出處：乙證1第22頁

商標圖樣：【墨色】【平面】

@cosme

附圖2-1：據爭商標1

註冊第85378號

商標名稱：COSMED

申請日：84年7月3日（權利期間：85.10.1~115.9.30）

註冊及註冊公告日：85年10月1日及85年11月1日

商標權人：統一生活事業股份有限公司
商品或服務名稱：第42類「超級市場、百貨公司。」
卷證出處：乙證1第24頁
商標圖樣：【墨色】【平面】

COSMED

附圖2-2：據爭商標2

註冊第109913號
商標名稱：「COSMED」及圖
申請日：87年2月25日（權利期間：88.6.1~118.5.31）
註冊及註冊公告日：88年6月1日及88年7月1日
商標權人：統一生活事業股份有限公司
商品或服務名稱：第35類「西藥中藥、化妝品、醫療器材、服飾、成衣、鞋類、廚具衛浴設備之零售。」
卷證出處：乙證1第23頁
商標圖樣：【墨色】【平面】




附圖2-3：據爭商標3

註冊第1431390號
商標名稱：COSMED及圖
申請日：98年10月26日（權利期間：99.9.16~119.9.15）
註冊及註冊公告日：99年9月16日
商標權人：統一生活事業股份有限公司
商品或服務名稱：

第3類「化粧品、化粧水、乳液、護膚保養品、化粧棉、卸妝液、香皂、沐浴乳、洗髮精、洗衣粉、衣物清潔劑、香精油、漱口水、牙膏。」
第5類「西藥品、魚肝油、人蔘精、靈芝精、營養滋補劑、植物纖維素、抗氧化營養補充劑、營養補充劑、魚油膠囊、卵磷脂粉、避孕藥、驗孕試劑、繃帶、棉花、醫療用紗布、衛生口罩、衛生棉、衛生棉條。」
第32類「纖維飲料、果蔬纖維飲料、水果飲料、加味水、水（飲料）、無酒精飲料、果酸飲料、非碳酸飲料、果膠飲料、本草植物製成之飲料及粉狀沖泡飲料、七葉膽茶、綜合植物茶、植物萃取飲料、人蔘茶粉、青草茶、靈芝茶、製飲料配料。」
卷證出處：乙證1第26頁
商標圖樣：【彩色】【平面】

| |
|---|
| 附圖2-4：據爭商標4 |

註冊第1169894號
商標名稱：康是美 COSMED 及圖
申請日：93年7月12日（權利期間：94.8.16~114.8.15）
註冊及註冊公告日：94年8月16日
商標權人：統一超商股份有限公司
商品或服務名稱：
第3類「化粧水、乳液、護唇膏、護手霜、去光水、化粧棉、敷面膜、隔離霜、卸妝液、防曬乳液、減肥霜、防皺膏、美白化粧水、面膜紙。」（不延展）
第5類「魚肝油、人蔘精、靈芝精、營養滋補劑、植物纖維素、抗氧化營養補充劑、營養補充劑、魚油膠囊。」（不延展）

第16類「卡片、發票、型錄、禮卷、貴賓卡、宣傳單、手冊、書籍、雜誌、月刊、印刷出版品、刊物。」(不延展)
第35類「超級市場、便利商店、超級商店、購物中心、郵購、電視購物、網路購物(電子購物);食品及飲料零售。」(延展至114.8.15)
第44類「減肥塑身、美容諮詢顧問、藥劑調配(醫藥諮詢)、物理治療、醫護協助。」(延展至114.8.15)
卷證出處:乙證1第25頁
商標圖樣:【彩色】【平面】

