智慧財產及商業法院行政判決

111年度行商訴字第40號
民國111年11月7日辯論終結

原　　告　和泰汽車股份有限公司

代　表　人　黃南光
訴訟代理人　楊憲祖律師
複 代理 人　吳宗樺律師
訴訟代理人　林志剛律師
被　　告　經濟部智慧財產局

代　表　人　洪淑敏
訴訟代理人　林彥丞

上列當事人間因商標註冊事件，原告不服經濟部中華民國111年3月23日經訴字第11106301110號訴願決定，提起行政訴訟，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：

按訴狀送達後，原告不得將原訴變更或追加他訴。被告於訴之變更或追加無異議，而為本案之言詞辯論者，視為同意變更或追加，行政訴訟法第111條第1項本文及第2項分別定有明文。本件原告起訴時原聲明請求：訴願決定及原處分均撤銷(見本院卷第13頁)。嗣於民國111年9月22日具狀追加聲明請求：被告應就申請第110880314號「和泰點數」商標為准予註冊之處分(見本院卷第199頁)。被告對於原告訴之追加無異議，而為本案之言詞辯論(見本院卷第205至208、223至225頁)，合於上開規定，應予准許。

貳、實體方面：

一、事實概要：

原告於109年10月16日以「和泰點數」商標，指定使用於商標法施行細則第19條所定商品及服務分類表(下稱商品及服務分類表)第9類、第16類、第35類及第36類商品或服務，向被告申請註冊，經被告列為申請第109072565號商標審查。嗣原告於110年5月24日申准將該商標申請案分割為2件商標申請案，其中分割後之本件申請第110880314號商標(下稱系爭申請商標，如附圖1所示)，指定使用於第9類之「可下載之電腦程式；可下載之應用程式；電腦軟體；可下載之應用軟體；手機應用程式；行動電話應用程式；電腦硬體」商品及第35類「購物中心；網路購物；為消費者選擇商品服務提供資訊和諮詢」服務，經被告審查，認系爭申請商標與據以核駁註冊第00102601號商標(下稱據以核駁商標1，如附圖2所示)及第01414974號商標(下稱據以核駁商標2，如附圖3所示，與據以核駁商標1合稱據以核駁商標)構成近似，復指定使用於電腦軟(硬)體、電腦應用產品或網路購物等同一或類似之商品或服務，有致相關消費者混淆誤認之虞，而有商標法第30條第1項第10款規定之適用，應不准註冊，以110年10月26日商標核駁第418234號審定書為核駁之處分(下稱原處分)。原告不服，提起訴願，經經濟部以111年3月23日經訴字第11106301110號訴願決定書(下稱訴願決定)駁回訴願，原告仍不服，遂向本院提起行政訴訟。

二、原告主張及聲明：

㈠系爭申請商標與據以核駁商標雖均有相同之「和泰」字樣，惟歷年來國內業者以「和泰」作為商標圖樣指定使用於各類商品或服務獲准註冊者所在多有，以該等文字作為公司特取名稱之全部或一部，亦不在少數，「和泰」二字實已廣為國人普遍使用，識別性不高，相關消費者不會僅憑「和泰」字樣作為識別商品或服務之來源依據，而系爭申請商標由中文「和泰」及「點數」組成；據以核駁商標1由中文「和泰科

技」、英文「GIMTECH GIS for Chinese」及如附圖2所示彩色圖形構成，其中中文「和泰科技」、英文「GIMTECH」為商標權人公司名稱，彩色圖形則占整體商標圖樣比例逾2/3；據以核駁商標2係於葉片設計圖中置入經圖形化之「和泰」字樣構成，該「和泰」字樣與葉片設計圖係融合成一體，系爭申請商標與據以核駁商標之組成元素、唱呼及書寫方式顯不相同，整體外觀與構圖意匠繁簡有別，單純由中文構成之系爭申請商標與具鮮明彩色圖形，且得由商標圖樣中「和泰科技 GIMTECH GIS for Chinese」文字表彰服務來源之據以核駁商標1，或由葉片設計圖與相搭配之「和泰」字樣組成之據以核駁商標2，給予消費者之寓目印象，於異時異地隔離觀察相較時清楚可分，無混淆誤認可能，不構成近似之商標。被告未就系爭申請商標與據以核駁商標各自結合之文字、圖形及整體商標圖樣展現之外觀印象、相關消費者之注意程度予以考量，逕自將商標整體圖樣割裂判斷系爭申請商標有不得註冊情事，與商標整體觀察原則有違。

㈡伊成立76年來，除以「和泰」為名從事汽車製造及經銷外，另經營計程車派遣、汽車與設備租賃、會員點數兌換、線上消費平台等事業，消費者普遍知悉伊為多角化經營之企業集團，而「和泰」為伊名稱特取部分，由伊作為識別商品或服務來源之依據，所表彰之信譽及商品或服務來源廣為消費者所知悉，具有供消費者區別商品或服務來源之功能，伊以「和泰」作為商標圖樣一部分並結合「點數」文字，使用於本件指定商品或服務，相關消費者會直接將系爭申請商標與伊產生聯結，系爭申請商標與據以核駁商標之整體圖樣組合復不相同，相關消費者更能知悉系爭申請商標表彰之商品或服務源自伊所提供，加上據以核駁商標1之消費族群為「政府單位、公家機關或專門事業」，指定使用於商品及服務分類表第42類「電腦整體系統、程式分析與設計；電腦及週邊之研究、開發、設計、出租；電腦繪圖；衛星定位系統之設計、開發；地理資訊系統設計、開發」服務，未跨足經營第

9類之「可下載之電腦程式；可下載之應用程式；電腦軟體；可下載之應用軟體；手機應用程式；行動電話應用程式；電腦硬體」商品，且與系爭申請商標指定使用之「手機應用程式；行動電話應用程式；電腦硬體」商品，係由不同事業提供，有不同之行銷管道、消費族群及所欲達成之功能，屬不相同或不類似之商品或服務；據以核駁商標2之消費族群為高消費能力之茶葉消費者，該商標之商標權人於網路購物係從事「茶葉零售；茶具零售」等服務，未跨足經營第35類之「購物中心；網路購物；為消費者選擇商品服務提供資訊和諮詢」服務，且與系爭申請商標指定使用之「購物中心；為消費者選擇商品服務提供資訊或諮詢」服務，係不相同或不類似之服務，系爭申請商標之註冊實無致相關消費者混淆誤認商品或服務來源之虞。

㈢伊投注大筆經費在廣告與新聞媒體報導行銷系爭申請商標及其商品或服務，相關消費者已知悉系爭申請商標表彰之商品或服務係伊提供，系爭申請商標與據以核駁商標實際併存在我國市場上，未曾發生對系爭申請商標表彰之商品或服務來源或提供商品或服務主體混淆誤認情事，亦未聽聞有消費者將系爭申請商標與據以核駁商標各自表彰之商品或服務來源產生聯想，系爭申請商標與據以核駁商標在市場上併存使用為相關消費者所認識，且足以區辨為不同之來源，無構成混淆誤認可能。

㈣系爭申請商標以伊之公司名稱特取部分「和泰」作為起首並結合不同之文字組合，係為表彰自身商品或服務信譽與來源之目的，非為攀附據以核駁商標之信譽，未有欲引起相關消費者混淆誤認商品或服務來源之意圖，申請註冊系爭申請商標係出於善意，且無與據以核駁商標混淆誤認之虞，未違反商標法第30條第1項第10款規定，應准予註冊。

㈤並聲明：

1.訴願決定及原處分均撤銷。

2.被告應就申請第110880314號「和泰點數」商標為准予註冊之處分。

三、被告答辯及聲明：

㈠系爭申請商標與據以核駁商標均有中文「和泰」字樣，雖各商標另結合其他文字或圖形，然相關消費者仍以讀取中文「和泰」、「和泰點數」、「和泰科技」為先，而「點數」、「科技」僅為商品服務性質或所營業別之說明，不具商標識別性，各商標圖樣上之「和泰」二字為特別容易引起消費者注意之主要部分，各商標予消費者寓目印象主要識別部分中文「和泰」所傳達之整體印象已相混同，具有普通知識經驗之消費者於購買時施以普通之注意，可能會誤認商品或服務來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似且其近似程度高之商標。

㈡系爭申請商標指定使用之「可下載之電腦程式；可下載之應用程式；電腦軟體；可下載之應用軟體；手機應用程式；行動電話應用程式；電腦硬體」商品，及「購物中心；網路購物；為消費者選擇商品服務提供資訊和諮詢」服務，與據以核駁商標1指定使用之「電腦整體系統、程式分析與設計；電腦及週邊之研究、開發、設計、出租」，或據以核駁商標2指定使用之「網路購物(電子購物)」服務相較，其性質、內容、滿足消費者需求等因素大致相當，且常來自相同之產製業或提供者，如標示相同或近似的商標，依一般社會通念及市場交易情形，易使消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，所指定使用之商品或服務存在高度或相當程度之類似關係。

㈢據以核駁商標與指定使用之商品或服務間無直接明顯關聯，消費者會直接將其視為指示及區辨來源之識別標識，具有相當識別性，而系爭申請商標與據以核駁商標近似程度高、指定商品或服務類似程度高或有相當程度之類似，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會有所

混淆而誤認二商品或服務來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應有致相關消費者混淆誤認之虞。

㈣並聲明：原告之訴駁回。

四、按商標申請案係向法院提起課予義務訴訟，行政法院基於行政訴訟法所規定之權限，自有就商標申請案適用是否應准予註冊之構成要件法律的權能。若行政法院事實審言詞辯論終結前之法規，得以滿足申請人申請事由之構成要件，自應以事實審法院言詞辯論程序終結前之法律狀態為準，而適用該有利申請人之法規。但若係對申請人不利之法規，基於申請人所信賴處分時既有權利狀態不得剝奪之理由，則應依審定時法律(最高行政法院103年度判字第688號判決意旨參照)。查原告係於109年10月16日申請商標註冊，並於110年5月24日申准將該商標申請案分割為2件，系爭申請商標為分割後之申請第110880314號商標(見乙證1卷第1頁)。被告於110年10月26日作成「不得註冊，應予核駁」之審定(見本院卷第21頁)，本件於111年11月7日言詞辯論終結，審定時與言詞辯論終結時本件爭點所涉規範即商標法第30條第1項第10款規定相同，並無對原告有利或不利之情事，故系爭申請商標應否准許註冊，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，合先敘明。

五、本院之判斷：

本件爭點為系爭申請商標與據以核駁商標是否近似，有無導致相關消費者混淆誤認之虞，而有商標法第30條第1項第10款本文規定之適用？(見本院卷第207、224至225頁)茲分述如下：

㈠按商標相同或近似於他人同一或類似商品或服務之註冊商標或申請在先之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者，不得註冊，商標法第30條第1項第10款本文定有明文。所謂有致相關消費者混淆誤認之虞者，係指兩商標因相同或構成近似，致使同一或類似商品或服務之相關消費者，誤認兩商標為同一商標；或雖不致誤認兩商標為同一商標，而極有可能

誤認兩商標之商品或服務為同一來源之系列商品或服務；或誤認兩商標之使用人間有關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係。又判斷兩商標有無混淆誤認之虞，應於：⑴商標識別性之強弱；⑵商標是否近似暨其近似之程度；⑶商品、服務是否類似暨其類似之程度；⑷先權利人多角化經營之情形；⑸實際混淆誤認之情事；⑹相關消費者對各商標熟悉之程度；⑺系爭商標之申請人是否善意；⑻其他混淆誤認情狀等因素中，就個案存在之相關因素，綜合認定是否已達有致相關消費者產生混淆誤認之虞。

㈡系爭申請商標與據以核駁商標構成近似：

1.按商標近似，係指異時異地隔離與通體觀察，商標整體在外觀、觀念或讀音方面有相似處，若其標示在相同或類似的商品或服務時，具有普通知識經驗之相關消費者，於購買時施以普通之注意，可能會誤認二商品或服務來自同一來源或誤認不同來源之間有所關聯而言。又有關商標是否近似暨其近似程度之判斷，應以商標圖樣整體為觀察，亦即以呈現在商品或服務之消費者眼前之整體圖樣加以觀察。惟在整體觀察原則上，尚有所謂主要部分觀察，則係因商標雖以整體圖樣呈現，但商品或服務之消費者較為關注或事後留存印象作為其辨識來源者，則係商標圖樣中之顯著部分，此顯著部分即屬主要部分。主要部分觀察與整體觀察並非牴觸對立，由於商標近似之意義係指兩商標如標示於相同或類似商品或服務時，具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通注意，有可能誤認兩商品或服務來自同一來源或誤認不同來源間有所關聯，則於判斷商標近似時，如申請在先商標之先天識別性較強，抑或因使用而為消費者所普遍知悉時，其主要部分極易成為消費者於交易時辨識來源之重要依據，此時消費者較易因兩商標之主要部分相同，而將兩者所提供之商品或服務來源產生聯想，於此種情形，商標近似之比對即著重於主要部分，並考量主要部分最終影響商標給予商品或服務之消費者的整

體寓目印象加以判斷，故上開兩觀察法對判斷商標近似係屬相輔相成，尚不得以主要部分觀察之說明，即謂其非適用整體觀察原則(最高行政法院109年度上字第224號判決意旨參照)。

2.查系爭申請商標係由未經美術設計之墨色橫書中文「和泰點數」所構成；據以核駁商標1係由經美術設計之彩色圓球圖形、橫書中文「和泰科技」與英文「GIMTECH GIS for Chinese」由上而下排列組成；據以核駁商標2係由經美術設計之墨色葉片圖形內置橫書中文「和泰」組成，系爭申請商標與據以核駁商標相較，其等外觀設計雖繁簡有別，且組成之字數長短不同，惟各商標均有讀音及觀念相同之中文「和泰」。又系爭申請商標中「和泰」為原告名稱特取部分，「點數」係指消費者透過消費或活動自商家獲得之回饋單位數量，可供日後折抵或兌換，係商品或服務特性之說明，此觀諸原告就「點數」累積與使用之簡介即明(見乙證1卷第60至77頁)，消費者就「點數」部分應會施以較少之注意，該商標主要識別部分應為中文「和泰」；據以核駁商標1中「彩色圓球圖形」無法唱讀，「科技」、「for Chinese」、「GIS」應係其指定電腦整體系統、程式分析與設計等解決相關課題之服務內容說明，此有該商標權人網頁資料可佐(見乙證1卷第164至166頁)，其中「科技」、「for Chinese」且經聲明不專用(見乙證2卷第16頁)，而「GIMTECH」則非我國主要使用語言，消費者應會對「科技」、「GIMTECH」、「for Chinese」、「GIS」施以較少之注意，該商標整體給予消費者留存較深印象，會用以唱呼識別者應為中文「和泰」；據以核駁商標2中「葉片圖形」無法唱讀，該商標主要識別部分亦應為中文「和泰」，則系爭申請商標使用與據以核駁商標主要部分相同之中文「和泰」作為商標之一部分，自有可能引起相關消費者之聯想，因系爭申請商標與據以核駁商標在唱呼識別之主要部分相同，於異時異地隔離觀

察或實際交易連貫唱呼時，具有普通知識經驗之消費者，即可能有所混淆而誤認二商標之商品或服務來自同一來源或誤認不同來源之間有所關聯，應構成近似商標，且近似程度不低。

3.原告雖主張系爭申請商標與據以核駁商標除中文「和泰」外，尚有其他文字及圖形可資區別，而國內業者以「和泰」作為商標圖樣獲准註冊，或作為公司特取名稱所在多有，並未使消費者與某一特定或單一來源產生聯想，相關消費者不會僅憑「和泰」字樣作為識別商品或服務之來源依據，不構成近似商標，並提出以「和泰」作為商標圖樣獲准註冊之資料(見乙證1卷第15至17頁)，及以「和泰」作為公司名稱之登記資料(見乙證1卷第18至20頁)為證。惟商標近似係指二商標予人之整體印象有其相近之處，若其標示在相同或類似之商品或服務上時，具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會誤認二商品或服務來自同一來源或誤認不同來源之間有所關聯，並不以註冊或申請在先之商標，已使消費者產生強烈指示單一來源之聯想為必要，是以不問「和泰」一詞指定使用於據以核駁商標之商品或服務，是否使人產生強烈指示單一來源之聯想，並不影響本件商標近似之判斷。又乙證1附件1所示使用「和泰」二字作為商標圖樣一部分之商標(見乙證1卷第15至17頁)，或係附加其他圖形，或係結合其他中文字「陞」、「青」、「坊」、「金」、「興」，或係結合其他外文，而與本件系爭申請商標之情形有所不同。至乙證1附件2所示則係公司名稱(見乙證1卷第18至20頁)，係用以表彰營業之主體，而與商標係表彰商品或服務來源有所區別，原告仍執上情，主張二商標並非近似，核無可採。

㈢系爭申請商標與據以核駁商標係指定使用於同一或類似商品或服務：

1.按類似商品或服務之認定，不受商標專責機關所制定商品或服務分類之限制，商標法第19條第6項定有明文。又所謂商品或服務類似者，係指二個不同之商品或服務，在滿足相關消費者之需求、商品或服務提供者或其他因素，具有共同或關聯處，倘標上相同或近似商標，依一般社會通念及市場交易情形，易使一般接受商品或服務者誤認其為來自相同或雖不相同而有關聯之來源者。

2.查系爭申請商標指定之「可下載之電腦程式；可下載之應用程式；電腦軟體；可下載之應用軟體；手機應用程式；行動電話應用程式，電腦硬體」商品，與據以核駁商標1指定使用之「電腦整體系統、程式分析與設計；電腦及週邊之研究、開發、設計、出租」服務相較，均屬相關電腦硬體組件、作業系統、軟體，及電腦週邊應用程式之設計、開發與行動裝置間聯結等資訊商品或服務，在消費對象、行銷管道、滿足消費者使用電腦、行動裝置與相關應用產品需求之功能具有共同或關聯性，若於商品或服務標上相同或近似之商標，依一般社會通念及市場交易情形，易使一般商品消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，而屬高度類似之商品/服務。又系爭申請商標指定之「購物中心；網路購物；為消費者選擇商品服務提供資訊和諮詢」服務，與據以核駁商標2指定之「網路購物(電子購物)」服務，均係匯集多種商品於同一場所或網路平台供消費者瀏覽與選購之綜合性商品零售服務，用以滿足消費者得選購多種商品之同一需求，如於服務標上相同或近似之商標，依一般社會通念及市場交易情形，易使一般消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，應屬同一(即網路購物部分)或高度類似(即購物中心、為消費者選擇商品服務提供資訊和諮詢部分)之服務。

3.原告雖主張據以核駁商標1之消費族群為「政府單位、公家機關或專門事業」，且電腦程式、手機應用程式、電腦

硬體等商品係由不同事業提供，有不同之行銷管道、消費族群及所欲達成之功能，系爭申請商標指定使用之「手機應用程式；行動電話應用程式；電腦硬體」商品，與據以核駁商標1之服務，屬不相同或不類似之商品/服務；據以核駁商標2雖指定使用「網路購物」服務，但網路購物服務商多未經營實體購物中心或提供消費者資訊或諮詢服務，系爭申請商標指定使用之「購物中心；為消費者選擇商品服務提供資訊和諮詢」服務，與據以核駁商標2指定之服務，屬不相同或不類似之服務云云。惟商標法第30條第1項第10款有關商品/服務是否構成同一或類似，應以系爭申請商標於申請書所載商品/服務範圍與據以核駁商標獲准註冊之商品/服務做判斷，非以商標實際使用之商品/服務或實際使用狀況所限定之特殊條件或消費市場為據，則原告以據以核駁商標1有特定之消費對象為由，認系爭申請商標指定使用之「手機應用程式；行動電話應用程式；電腦硬體」商品，與據以核駁商標1之服務，屬不相同或不類似之商品/服務，難認可採。又原告就其所指電腦程式、手機應用程式、電腦硬體等商品係由不同事業提供，有不同之行銷管道、消費族群及所欲達成之功能；網路購物服務商多未經營實體購物中心或提供消費者資訊或諮詢服務等情，未舉證以明，其據之主張系爭申請商標上開指定之商品/服務，與據以核駁商標指定之商品/服務不相同或不類似，亦無足信。

㈣商標識別性之強弱：

1.商標識別性之判斷，以商標與指定商品或服務間之關係為依歸。對消費者而言，該標識具有指示商品或服務來源的功能，而非傳達商品或服務本身或其內容的相關資訊，即具有識別性。

2.據以核駁商標之主要識別部分中文「和泰」，非該等商標指定電腦整體系統、程式分析與設計等商品或網路購物服務之性質、品質或功能之直接說明性文字，與指定使用之

商品或服務間無明顯關聯，「和泰」二字復非競爭同業必須或通常用以說明商品特性之文字，於組合中文「科技」、英文「GIMTECH GIS for Chinese」、圓球或葉片圖形後整體觀之，應具有相當識別性。

㈤先權利人多角化經營之情形：

1.按先權利人如有多角化經營，而將其商標使用或註冊在多類商品者，在考量與系爭申請商標間有無混淆誤認之虞時，不應僅就各類商品分別比對，而應將該多角化經營情形總括的納入考量。

2.查據以核駁商標1係於87年10月1日註冊(見乙證1卷第17頁)，其權利人經營管理資訊應用系統(MIS)諮詢與開發、地理資訊應用系統(GIS)開發、數值地圖繪製、GPS測量、套裝軟體與網頁程式設計、電腦繪圖、美工與印刷等服務，且多係參與政府單位及公家機關之系統開發計劃，有該權利人網頁資料可佐(見乙證1卷第164至166頁)；據以核駁商標2係於99年6月16日註冊(見乙證1卷第16頁)，其權利人於網路經營茶葉與茶器販賣，有該權利人網頁資料可稽(見乙證1卷第167頁)，可見據以核駁商標之權利人長期以來應僅經營上開特定商品或服務，並無證據證明有將其等事業版圖擴及其他類別商品或服務之多角化經營情形。

㈥關於實際混淆誤認之情事：

原告否認系爭申請商標與據以核駁商標實際發生混淆誤認，遍觀卷內證據，亦無相關消費者對系爭申請商標與據以核駁商標有所混淆誤認情事，原告此部分主張，應可採信。

㈦相關消費者對各商標熟悉之程度：

1.相關消費者對商標之熟悉程度，應繫於該商標使用於個別商品的廣泛程度，而非所有註冊的商品均得一併認定為消費者所熟悉，並由主張者提出具體事證，證明銷售商品之商標使用情形。我國商標法原則上採註冊保護原則，為避免申請在後的商標藉由事後行銷侵奪先註冊商標權人的利

益，此「消費者對各商標熟悉程度」因素並不具決定性，仍應綜合其他參考因素一併考量。相關消費者對衝突之二商標如均為相當熟悉者，亦即二商標在市場併存之事實已為相關消費者所認識，且由申請在後的商標，舉證證明商標之使用已達使相關消費者可區辨兩商標來源之程度，且足以區辨為不同來源者，始應儘量尊重此一併存之事實。

2.原告主張其76年來，除以「和泰」為名從事汽車製造及經銷外，另經營計程車派遣、汽車與設備租賃、會員點數兌換、線上消費平台等事業，並投注大筆經費於廣告及新聞媒體報導，行銷系爭申請商標及其商品或服務，相關消費者對該商標已有相當認識，並提出2021年11月25日出版之財訊雙週刊節錄內容(見本院卷第65至67頁)、網路報導(見本院卷第69至71頁)、「舉步皆得利」廣告截圖(見本院卷第75至89頁)、「TOYOTA手機篇」廣告截圖與廣告投放資料(見本院卷第91至97頁)、「LEXUS手機篇」廣告截圖與廣告投放資料(見本院卷第99至103頁)、網路廣告主持人網頁、網路廣告截圖與廣告投放資料(見本院卷第105至137頁)、「和泰Pay」、「和泰Points」交易實績(見本院卷第139至145頁)及相關廣告光碟(見本院卷第73頁)為證。細繹原告提出之上開網路報導與廣告資料，均僅見「和泰」、「和泰汽車」、「和泰Pay」、「和泰Points」等詞，未見系爭申請商標之使用，此亦為原告所是認(見本院卷第224頁)，自無從據為原告於國內長期廣泛使用系爭申請商標於所指定商品或服務之認定，是依原告所提上開證據，難認系爭申請商標較為相關消費者所知悉。又原告之公司特取名稱為「和泰」二字，依原告所提上開財訊雙週刊節錄內容，固足為其長期以「和泰汽車」為名，從事汽車製造及經銷事業之證明，並得據為相關消費者就「和泰汽車」一詞表彰之營業主體為原告有相當認識之認定，惟相關消費者以公司名稱識別營業主體，與以公司名稱特取部分作為商標，用以識別商品或服務來源之標

識有別，自無從僅依相關消費者對「和泰汽車」表彰營業主體之認識，逕認對系爭申請商標指定之「可下載之電腦程式；可下載之應用程式；電腦軟體；可下載之應用軟體；手機應用程式；行動電話應用程式；電腦硬體」商品，及「購物中心；網路購物；為消費者選擇商品服務提供資訊和諮詢」服務之來源亦有相當之認識。至於據以核駁商標經網路搜尋網頁資料(見乙證1卷第30至32頁)，固可認定確有實際使用於相關電腦整體系統、程式分析與設計等商品，或網路行銷服務，惟尚乏其他使用證據，亦難認據以核駁商標較為相關消費者所熟悉。

㈧系爭商標之申請人是否善意：

觀諸前揭資料顯示，原告自57年起即以「和泰汽車」為名製造與經銷汽車，嗣以其名稱特取部分「和泰」與「Points」或「Pay」組合使用，以之推廣其數位服務或聯名信用卡等情，原告復陳稱英文「Points」之翻譯有「點數」之意思(見本院卷第207頁)，可認原告主張系爭申請商標申請註冊，係以其長久使用之公司名稱特取部分結合其他文字，欲表彰其商品或服務來源，應可採信。復無原告企圖或明知可能引起相關消費者混淆誤認其來源仍申請系爭申請商標註冊之證據，原告就系爭申請商標之註冊申請應係出於善意。

㈨綜上，本院審酌系爭申請商標與據以核駁商標近似，且近似程度不低，系爭申請商標與據以核駁商標1指定使用之商品/服務屬類似商品/服務；系爭申請商標與據以核駁商標2指定使用之「網路購物(電子購物)」服務係屬同一服務，其他服務則為類似服務，據以核駁商標且具有相當識別性，系爭申請商標之申請出於善意，惟難謂已為相關消費者所熟悉等一切情狀，認系爭申請商標之註冊，有可能致使同一或類似商品或服務之相關消費者，誤認二商標為同一商標，或雖不致誤認二商標為同一商標，但極有可能誤認二商標之商品或服務為同一來源之系列商品或服務，或誤認二商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，已達

有致相關消費者產生混淆誤認之虞情事。至二商標如有消費者實際發生混淆誤認情事，固得為不利原告之考量，然非謂無實際發生混淆誤認，即無引起消費者混淆誤認之可能，是本件商標雖無證據證明發生混淆誤認，仍難謂無混淆誤認之可能，併此敘明。

六、綜上所述，系爭申請商標違反商標法第30條第1項第10款之規定，不應准予註冊。職是，被告以系爭申請商標有上開不得註冊之情形，而依同法第31條第1項規定為核駁之處分，並無違誤，訴願決定予以維持，亦無不合。從而，原告訴請撤銷訴願決定及原處分，並命被告應作成系爭申請商標准予註冊之處分，均無理由，應予駁回。

七、本件判決基礎已臻明確，當事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，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　　11　　月　　24　　日

智慧財產第四庭

審判長法　官　林欣蓉

法　官　陳蒨儀

法　官　林昌義

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　　111　年　　11　　月　　24　　日

書記官　張禎庭

【附圖1】系爭申請商標

商標名稱：和泰點數 申請日：109年10月16日 商標圖樣顏色：墨色 指定使用類別及名稱： 第9類：可下載之電腦程式；可下載之應用程式；電腦軟體；可下載之應用軟體；手機應用程式；行動電話應用程式；電

腦硬體。
第35類：購物中心；網路購物；為消費者選擇商品服務提供資訊和諮詢。

和泰點數

【附圖2】據以核駁商標1

註冊號：00000000
商標名稱：和泰科技及圖GIMTECH GIS for Chinese
申請日：86年04月01日
註冊公告日：87年10月01日
商標圖樣顏色：彩色
指定使用類別及名稱：
第42類：電腦整體系統、程式分析與設計；電腦及週邊之研究、開發、設計、出租；電腦繪圖；衛星定位系統之設計、開發；地理資訊系統設計、開發。



【附圖3】據以核駁商標2

01

註冊號：00000000

商標名稱：和泰及圖

申請日：98年03月26日

註冊公告日：99年06月16日

商標圖樣顏色：墨色

指定使用類別及名稱：

第35類：茶葉零售；茶具零售；農產品零售；食品零售；飲料零售；網路購物(電子購物)。

