智慧財產及商業法院行政判決

111年度行商訴字第50號
民國112年3月30日辯論終結

原　　告　摩納哥商山姆公司（APM Monaco S.A.M）

代　表　人　英格麗德 伊格拉斯

訴訟代理人　陳寧樺律師
　　陳軍宇律師
　　黃宣瑀律師

被　　告　經濟部智慧財產局

代　表　人　廖承威
訴訟代理人　杜政憲
參　加　人　宋侍勇（SONG, SEE YONG）

上列當事人間因商標異議事件，原告不服經濟部中華民國111年4月12日經訴字第11106302380號訴願決定，提起行政訴訟，並經本院命參加人獨立參加訴訟，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、本件被告之代表人原為洪淑敏，嗣於訴訟程序中變更為廖承威，業據其具狀聲明承受訴訟在卷(本院卷二第147頁)，經核並無違誤，爰准許之。又參加人經合法通知，無正當理由未到場，經核並無民事訴訟法第386條各款所列情形，爰依到場當事人之聲請，准由到場當事人為辯論，並為判決。

二、事實概要：緣參加人前於民國107年10月18日以「apM Seoul」商標(下稱系爭商標)，指定使用於當時商標法施行細則第19條所定商品及服務分類第43類之「臨時住宿租賃、咖啡館、餐廳、飯店、速食店、汽車旅館」服務，向被告申請註冊，經被告審查後，核准註冊為第02076617號商標。嗣原告以系爭商標有商標法第30條第1項第10款及第11款規定情形，對之提起異議。經被告審查後，以110年11月29日中台異字第1090631號商標異議審定書為「異議不成立」之處分。原告不服，提起訴願，復遭經濟部為訴願駁回之決定，原告仍未甘服，遂依法提起本件行政訴訟。本院因認本件判決結果，倘認為訴願決定及原處分應予撤銷，參加人之權利或法律上利益恐將受有損害，爰依職權裁定命參加人獨立參加本件訴訟。

三、原告主張：系爭商標與據爭商標均有相同且予人寓目印象深刻之外文「apM/apm」，構成近似。據爭商標指定使用於珠寶、首飾等商品，而系爭商標指定使用在餐飲、旅宿等服務，雖類群不同，惟○○市場及需求改變，常有珠寶首飾、服飾業者與餐廳、咖啡廳複合經營情形，二者仍具有關聯性。況伊有發展異業結盟，與餐飲業者合作推出餐點，益證二者具有關聯性。伊為國際知名時尚銀飾業者，早於71年間由法國珠寶專家Ariane Prette女士創建，並命名為「APM Monaco」，於106年之前於全球已擁有90間實體店面及超過400家官方合作夥伴，營業範圍橫跨歐洲、美洲、亞洲及大洋洲等，享譽全球，於系爭商標申請日前並積極邀請知名藝人拍攝據爭商標商品影像，於亞洲地區亦在網路媒體、行動裝置、雜誌、微博公眾號等各大媒體密集刊登廣告，上開證據

資料多於文內或標題或圖像中有標示發布日期，且多在系爭商標申請日前，故據爭商標乃全球相關消費者廣為知悉之品牌，且為我國消費者熟知之著名商標，應受較大範圍之保護。系爭商標與據爭商標無論外觀或指定使用商品、服務均有高度近似性，有致消費者混淆誤認之虞，已構成商標法第30條第1項第10款、第11款規定情形，應撤銷其註冊等語。聲明：㈠訴願決定及原處分均撤銷。㈡被告應作成「第02076617號商標之註冊應予撤銷」之處分。

四、被告則以：系爭商標係由外文「apM」及「Seoul」所組成，其中「Seoul」為南韓首都名稱，不具識別性，是「apM」應為主要識別部分。而據爭商標實際使用及註冊之第01659603號「apm及設計圖」(下稱據爭第603號商標)、第01774415號「apm MONACO」商標(下稱據爭第415號商標)或由外文「apm」上、下方分別結合三條隨意交疊之紅色線條、相對較小字體之外文「MONACO」所組成，或由「APM」、「APM MONACO」所構成，是其較引人注意之醒目外文「APM/apm」應為主要識別部分。兩商標相較均有「apM/APM或apm」，整體文字外觀、讀音或觀念極相彷彿，應屬近似程度不低之商標。惟系爭商標係指定使用於旅宿餐飲服務，與據爭商標指定使用在珠寶、鐘錶或珠寶裝飾品、戒指、耳環、手錶、首飾等商品相較，不具有共同或關聯之處，非屬同一或類似之商品、服務。原告所稱複合經營之案例數量極少，非習見之常態。至原告所提使用、行銷資料，或無日期可稽、或無具體○○市占資料、或其貼文及追蹤者數量不多、或非屬在我國使用之事證、或其銷售額欠缺與同業之比較數額、名人代言欠缺實績驗證等，均難以證明據爭商標具有高知名度，充其量僅能證明據爭商標於系爭商標申請註冊前已有使用於珠寶首飾等商品之事實，不足以證明據爭商標已為我國相關事業或消費者所熟知而達著名之程度。本件據爭商標之外文「apM/APM或apm」與各自指定使用之商品或服務不具關聯性，且非習見文字，均具識別性。惟綜合判斷前述事證，系爭商標與據

爭商標指定使用之商品或服務既非同一或類似，自無混淆誤認之虞。而據爭商標尚非著名商標，是系爭商標之註冊自無商標法第30條第1項第10款、第11款規定之適用等語置辯。聲明:駁回原告之訴。

五、參加人經合法通知，未於準備程序及言詞辯論期日到場，亦未提出任何書狀為聲明或陳述。

六、本件爭點：系爭商標之註冊是否有商標法第30條第1項第10款、第11款規定之情形？

七、本院得心證之理由：

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款定有明文。所謂有致相關消費者混淆誤認之虞，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，但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存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係而言。而判斷有無混淆誤認之虞，則應參酌商標識別性之強弱、商標之近似及商品或服務類似等相關因素之強弱程度、相互影響關係及各因素等綜合認定是否已達有致相關消費者產生混淆誤認之虞。

㈡系爭商標係由外文「apM」及「Seoul」所組成，其中「Seoul」為南韓首都名稱，不具識別性，是「apM」應為主要識別部分。而據爭商標則係由「apm」、「APM」或「APM MONACO」所構成，其中據爭第603號商標係由小寫外文「apm」，以及該外文上方結合三條隨意交疊之紅色線條所組成(附表附圖2)，據爭第415號商標則係由小寫外文「apm」，以及其下方相對較小字體之大寫外文「MONACO」所組成(附表附圖3)。茲比較系爭商標與據爭商標，二者均有相同之外文「apM/apm或APM」文字，至於系爭商標之「Seoul」與據爭商標之「MONACO」二者分別為地名及國名，不具識別性，是系爭

商標與據爭商標二者主要識別部分不論係「apM」或「apm/APM」，應構成近似，且近似程度不低。

㈢系爭商標係指定使用於第43類之「臨時住宿租賃、咖啡館、餐廳、飯店、速食店、汽車旅館」服務，而據爭第603號商標係指定使用在第14類之「珠寶、寶石、鐘、錶」，據爭第415號商標亦係指定使用在第14類之「珠寶裝飾品、戒指、耳環、袖扣、手鍊、錶鏈上之小飾品、胸針、鍊條或手鐲上之小飾品(首飾)、項鍊、領帶別針、貴重金屬徽章、獎牌、墜飾盒(珠寶首飾)、手錶、首飾」等商品(參附表附圖2、3)。比對系爭商標與據爭商標所指定使用之商品或服務，可知兩者訴求之消費者或有重疊，惟訴求之內容差異極大，且依一般社會經驗及經濟活動，兩者之行銷管道及產製者之來源亦非同一，自非同一或類似之商品或服務。原告雖稱系爭商標與據爭商標二者仍有異業結合、共同經營之情形，縱然屬實，亦非一般經濟活動之常態，且案例極少，尚難據以認為系爭商標與據爭商標二者所指定使用之商品或服務屬於同一或類似，此部分差異，應足以使相關消費者區別前開商品或服務之產製或提供來源非同一，亦非系列商品或服務，亦不致使相關消費者誤認兩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。

㈣原告另主張據爭商標經其積極促銷，在多國開設實體店面及超過400家官方合作夥伴，透過知名藝人拍攝商品影像，透過媒體傳播，並在我國各大百貨公司設立營業處所，營業版圖橫跨歐洲、美洲、亞洲、大洋洲等，已成為消費者普遍認知之著名商標，系爭商標之註冊自已構成商標法第30條第1項第11款情形，並提出網站文章、EtFashion網站刊載文章、VOGUE網站文章、UPSSMILE網站文章、Nellydyu網站文章、新聞報導、明潮網站文章、官方網站截圖、臉書粉絲專頁截圖、Instagram帳號截圖、全球申請商標列表、贊助藝人合約、發票、廣告合約、我國百貨公司實○○市銷售資料、PChome購物平台銷售頁面、昇恆昌線上購物平台銷售頁

面、博客來線上購物平台銷售頁面、所得稅申報資料節本、報章雜誌等資料為證(異議卷一第30頁至第118頁背面、異議卷二第49頁至第312頁、本院卷一第81頁至第632頁)。原告所提前開資料固可見「APM MONACO」或「APM」商標，惟前述資料或無確切日期可稽，部分資料與系爭商標申請日期接近，或晚於系爭商標申請日後，粉絲專頁之追蹤人數或按讚人數偏低，均無法證明系爭商標註冊時，據爭商標及「APM MONACO」、「APM」商標已廣為我國消費者所知悉而臻著名程度。至關於銷售據點之介紹或官方網路之介紹，以及銷售金額等，僅係原告經營規模以及領域、範圍之介紹，仍無從證明據爭商標及「APM MONACO」、「APM」商標於系爭商標申請註冊時，已在珠寶、首飾等類商品獲得我國消費者普遍熟知而臻著名。

㈤系爭商標與據爭商標分別以「apM」或「apm」、「APM」等主要識別文字，指定使用在第43類、第14類商品與服務，渠等所使用之上開文字與所指定使用之商品與服務間並無邏輯上之關聯性，且上開文字亦非習見或習用，是系爭商標與據爭商標以前開主要識別文字組成之商標，堪認均具有識別性。

七、綜上所述，系爭商標與據爭商標雖有相同或近似之「apM」、「apm」文字，惟因兩商標指定使用之商品或服務並非同一或類似，差異明顯，不致使相關消費者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存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，自不構成商標法第30條第1項第10款規定之情形。又原告所提其在國外使用之據爭商標及「APM」、「APM MONACO」商標尚不足以認為在我國已臻著名，復不致造成相關公眾混淆誤認，自亦無商標法第30條第1項第11款規定之適用。被告認系爭商標之註冊並無商標法前開規定情形，所為系爭商標之異議不成立之處分，尚無違誤；訴願決定予以維持，亦無不合。原告訴請撤銷原處分及訴願決定，並命被告

應作成「第02076617號商標之註冊應予撤銷」之處分，為無理由，應予駁回。

八、本件事證已明，兩造其餘主張或答辯，及其餘爭點有無理由，已與本件判決結果無涉，爰毋庸一一論列，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218條、第98條第1項前段，民事訴訟法第385條第1項前段，判決如主文。

中　　華　　民　　國　　112　　年　　4　　月　　27　　日

智慧財產第二庭

審判長法　官　彭洪英

法　官　曾啓謀

法　官　汪漢卿

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　　112　　年　　5　　月　　8　　日

書記官　邱于婷