

智慧財產及商業法院行政判決

111年度行商訴字第77號

民國112年9月7日辯論終結

原告 美商亞馬遜科技公司 Amazon Technologies, Inc.

代表人 艾美馬翰 Aimee Mahan

訴訟代理人 郭建中律師

吳霈栩律師

陳羿愷律師

被告 經濟部智慧財產局

代表人 廖承威

訴訟代理人 林淑如

參加人 亞馬遜育樂股份有限公司

代表人 呂素芬

訴訟代理人 賴安國律師

上列當事人間因商標評定事件，原告不服經濟部中華民國111年9月1日經訴字第11106305280號訴願決定，提起行政訴訟，並經本院命參加人參加訴訟，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

甲、程序方面

壹、被告之原代表人洪淑敏於民國112年3月13日退休，由廖承威接任局長並於同年5月23日具狀聲明承受訴訟，有經濟部函文及聲明承受訴訟狀在卷可稽（卷二第229至233頁），核無不合，予以准許。

貳、行政訴訟法第111條第1項規定：「訴狀送達後，原告不得將原訴變更或追加他訴。但經被告同意或行政法院認為適當者，不在此限」，原告起訴時之聲明為：原處分及訴願決定均撤銷（卷一第13頁），於111年11月3日具狀追加聲明第二項（如下所述，卷二第7頁），核其訴之聲明追加係本於同

一基礎事實，補正本件課予義務訴訟應具備之完足聲明，無礙於被告及參加人之訴訟防禦，自屬適當，且經被告及參加人表示同意（卷二第120頁），於程序上並無不合，應予准許。

乙、實體方面

壹、爭訟概要：

訴外人朱嘉森前於106年5月18日以「亞馬遜世界AMAZON WORLD」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表第41類之「休閒農場；觀光鳥園；觀光農場；遊樂園；兒童樂園；牧場；跑馬場；動物園；觀光蝴蝶園；生態農場」服務，向被告申請註冊，審查期間將該商標申請權移轉予參加人，嗣經審准列為註冊第01924758號商標（圖樣如附圖一所示，下稱系爭商標）。嗣原告於108年7月26日以系爭商標有商標法第30條第1項第10款、第11款及第12款規定情形申請評定。案經被告審查以111年2月24日中台評字第H01080095號商標評定書為「評定不成立」之處分（下稱原處分）。原告不服，提起訴願，經經濟部111年9月1日以經訴字第11106305280號決定駁回（下稱訴願決定），遂向本院提起行政訴訟，本院認本件判決之結果將影響參加人之權利或法律上利益，依職權命參加人參加本件訴訟（卷二第77至78頁）。

貳、原告主張及聲明：

一、「AMAZON」文字具高度識別性，為系爭商標顯著部分，該字樣於第41類並無第三人商標註冊並存，系爭商標中「WORLD」、「世界」字樣欠缺識別性，二者商標於外觀、讀音及觀念上完全相同，高度近似。又二者於第41類指定服務屬相同或高度類似，原告有多角化經營之事實，相關公眾較為熟悉，系爭商標申請人非屬善意，系爭商標有商標法第30條第1項第10款本文規定情形。

二、據以評定註冊第01369430號「AMAZON」商標、第01564809號「AMAZON」商標、第01564810號「AMAZON & Smile Desig

n」商標、第01817496號「AMAZON」商標（圖樣如附圖二所示，下稱據以評定商標1至4，統稱據以評定商標）為一般公眾所普遍認知之高度著名商標，其著名程度非僅限於網購電商平台，二者商標所指定之服務均屬第41類之娛樂相關服務，且均係以提供消費者娛樂或消遣為目的，兩者於服務目的、消費族群及行銷管道等因素上，具有高度共同及關聯性，系爭商標之註冊有致相關公眾混淆誤認之虞。又「AMAZON」一字已與原告產生高度連結，其品牌辨識度及識別性作用強烈，系爭商標使用該元素，將使「AMAZON」品牌指向原告之深刻印象及特徵，逐漸分散、減弱為二個不同來源，使單一來源之獨特性特徵被稀釋、分散，致生減損商標識別性之可能，系爭商標之註冊有商標法第30條第1項第11款前段及後段規定情形。

三、聲明：(一)原處分及訴願決定均撤銷。(二)被告應就系爭商標為評定成立之處分。

參、被告答辯及聲明：

一、二者商標均有相同外文「AMAZON」，然以之作為商標或其一部分，指定使用於各類商品或服務上獲准註冊仍有效存在者，不乏其例，消費者實際進行交易時，當不會僅以該文字作為識別來源之唯一依據，系爭商標尚結合「WORLD」並列組成「AMAZON WORLD」，下方復有同義中文「亞馬遜世界」可資區辨，且組合後之整體中、外文字串所傳達之概念，與據以評定商標有別，二者商標近似程度中等。系爭商標與據以評定商標指定使用於第41類部分服務相較，均與娛樂服務相關，惟考量前者所提供農場、鳥園、遊樂園、跑馬場等服務場所，通常為占地較大之實體戶外休憩場所，除需要較多之娛樂設施及生態動物外，亦需搭配景觀設計，營造整體悠閒氛圍，後者或係占地相對較小之室內娛樂場所，或係提供線上影音娛樂資訊服務，二者提供服務之內容及提供者均有所不同，類似程度難謂為高。二者商標均具有相當識別性。而依原告檢附資料，堪認於系爭商標申請註冊日前，據以評

01 定商標於網購電商平台等相關商品或服務所表彰之信譽已為
02 我國相關事業或消費者所普遍認知並臻著名。參加人設立於
03 84年間，91年間並以外文「AMAZON WORLD CO., LTD」登記為
04 公司英文名稱，嗣於88年及96年曾分別以公司名稱特取部分
05 申准商標註冊，系爭商標之申請尚難謂有仿襲據以評定商標
06 意圖，或企圖引起相關消費者混淆誤認其來源之故意，難謂
07 出於非善意情形。

08 二、衡酌二者商標指定使用之服務於第41類構成類似，惟商標整
09 體近似程度中等，各具相當識別性，參加人申請系爭商標註
10 冊尚難認為非屬善意，據以評定商標申請註冊時，原告函稱
11 二者商標已並存相當時間足使相關消費者區辨等因素綜合判
12 斷，尚難認相關消費者有可能會誤認二商標來自同一來源，
13 或誤認其來自雖不相同但有關聯之來源，而產生混淆誤認情
14 事，系爭商標之註冊無商標法第30條第1項第10款本文規定
15 適用。

16 三、據以評定商標雖屬著名商標，著名於網購電商平台等相關商
17 品或服務，與系爭商標指定使用之服務性質差異甚大，彼此
18 間並不具有利益競爭關係，消費者可辨識其分屬不同來源之
19 營業主體，原告所指多角化經營情形，其商品或服務性質與
20 系爭商標指定服務截然不同，依上開因素綜合判斷，尚不致
21 使相關公眾誤認二商標為同一來源或存在授權或加盟關係。
22 且「AMAZON」一字已被第三人廣泛使用於不同商品或服務，
23 其排他使用之程度較低，據以評定商標識別性或信譽較不可
24 能遭受減損，又系爭商標指定使用之服務，並無危害一般人
25 身心或貶抑據以評定商標信譽之虞，即無使人對據以評定商
26 標之信譽產生負面印象的情形，系爭商標之註冊應無商標法
27 第30條第1項第11規定適用。

28 四、聲明：駁回原告之訴。

29 肆、參加人陳述及聲明：

30 一、據以評定商標之「AMAZON」不僅為既有單字，且確已為業者
31 經常使用，不宜僅據該部分謂二者商標有使人產生混淆誤認

之可能。二者商標體外觀予人寓目印象截然不同，唱呼時發音及觀念差別顯著，並不近似。系爭商標指定使用之服務為實體、室外占地較大之休閒園區，提供消費者接觸大自然或遊憩之場所，據以評定商標則是透過電腦、手機等3C商品進行操作，二者非類似服務，原告並無在其平台販售系爭商標旅遊票券項目，並未跨領域經營觀光農場休閒產業之事證，系爭商標之註冊並無商標法第30條第1項第10款規定適用。

二、二者商標在整體觀察原則下不會產生近似造成混淆誤認，系爭商標具高度識別性，原告所提事證僅限於大眾所熟悉之電商平台領域，難認原告有多角化經營跨足至系爭商標指定有關實體觀光產業之服務，二者商標使用於完全不相干之產業，應可輕易分別不致混淆誤認，亦不會有減損據以評定商標識別性或信譽之情事發生。參加人早於84年間即成立，並以公司英文名稱特取部分申請商標，原告至101年才在臺灣成立，參加人並無仿襲原告所有商標惡意，參加人為實際使用需要，就遭廢止商標近似之系爭商標申請註冊，並非法所不允，系爭商標之註冊並無商標法第30條第1項第11款規定適用。

三、聲明：駁回原告之訴。

伍、爭點（卷二第125頁）：

系爭商標之註冊有無商標法第30條第1項第10款本文、第11款本文規定不得註冊之情形？

陸、本院判斷：

一、系爭商標之註冊應無商標法第30條第1項第10款本文規定不得註冊之情形：

（一）商標法第57條第2、3項規定：（第2項）以商標之註冊違反第30條第1項第10款規定，向商標專責機關申請評定，其據以評定商標之註冊已滿3年者，應檢附於申請評定前3年有使用於據以主張商品或服務之證據，或其未使用有正當事由之事證。（第3項）依前項規定提出之使用證據，應足以證明商標之真實使用，並符合一般商業交易習慣。原告以據以評定商

01 標指定使用於第41類服務主張系爭商標有爭點所示不得註冊
02 情形，於108年7月26日對系爭商標申請評定（評定卷第51
03 頁），經查：

04 1.據以評定商標4獲准註冊之日期為106年1月1日（評定卷第31
05 頁），距本件申請評定時尚未滿三年，依前開規定，無須檢
06 附使用證據。

07 2.據以評定商標1至3獲准註冊之日期分別為98年7月1日、102
08 年2月1日、102年2月1日（評定卷第24至30頁），距本件申
09 請評定時已逾三年，觀諸原告於評定階段檢附之使用證據：

10 (1)依申證14至16所示據以評定商標所涉廢止案件之理由書及證
11 據資料；申證18至25有關Amazon、Prime Video、Music Unl
12 imited、Amazon Studios、Audible等官方網站提供臺灣運
13 送服務之頁面截圖、臺灣消費者使用Prime Video等證據資
14 料，以及被告中台廢字第L01060642號、第L01060641號、第
15 L01060639號商標廢止處分書（評定卷第344至357頁），可
16 知原告於國外架設標示有據以評定商標之網站以提供音樂或
17 影音等查詢、下載、訂閱服務，並有對我國消費者開放前揭
18 服務，該網站平台發行之影集亦曾獲奧斯卡金像獎，並經我
19 國新聞媒體於105年12月、106年1月刊登相關報導。

20 (2)依上開資料堪認於本件申請評定前三年內，原告有將據以評
21 定商標1至3實際使用於指定之「娛樂」、「娛樂資訊」、
22 「影片錄影片碟影片之製作發行」、「透過網際網路或其他
23 電腦或通訊網路提供音樂，影片及多媒體之欣賞與文章瀏
24 覽」、「透過虛擬環境及社交網站提供線上不可下載之娛樂
25 服務」等服務，其餘據以評定商標1指定使用之「各種書刊
26 雜誌文獻之出版查詢訂閱翻譯；電影院；劇院；音樂廳；休
27 閒活動資訊；唱片錄音帶伴唱帶之製作發行，電台育樂節目
28 之策劃製作、電視育樂節目之策劃製作」；據以評定商標2
29 指定使用之「藉由全球電腦資訊網路提供電子出版資訊之服
30 務；電子出版；電子書籍、雜誌、書刊及網誌之出版；各種
31 書刊雜誌文獻之出版查詢；書籍、雜誌、期刊、文學作品、

01 視覺作品、音訊作品、視聽作品之編輯出版查詢訂閱翻譯；
02 線上電子刊物及網誌之出版；書籍、期刊及文獻之出版；書
03 籍、期刊及文獻之線上出版；電影院、音樂廳、休閒活動資
04 訊；提供線上遊戲服務（由電腦網路）」，以及據以評定商
05 標3指定使用之「藉由全球電腦資訊網路提供電子出版資訊
06 之服務；電子出版；電子書籍、雜誌、書刊及網誌之出版；
07 各種書刊雜誌文獻之出版查詢；書籍、雜誌、期刊、文學作
08 品、視覺作品、音訊作品、視聽作品之編輯出版查詢訂閱翻
09 譯；線上電子刊物及網誌之出版；書籍、期刊及文獻之出
10 版；書籍、期刊及文獻之線上出版；提供線上遊戲服務（由
11 電腦網路）」服務因性質相同，亦得認有使用。

12 (3)依上說明，據以評定商標1至3之使用符合商標法第57條第2
13 項、第3項規定。

14 3.基上，本件即以據以評定商標1至4指定使用於第41類服務為
15 依據，就系爭商標所涉商標法第30條第1項第10款部分，為
16 實體審查。

17 (二)商標法第30條第1項第10款本文規定：「商標有下列情形之
18 一，不得註冊：……□相同或近似於他人同一或類似商品或
19 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
20 認之虞者」，所定「有致相關消費者混淆誤認之虞者」，係
21 指商標有使相關消費者對其表彰之商品來源或產製主體，發
22 生混淆誤認之虞而言，亦即商標給予商品之消費者的印象，
23 可能致使相關消費者誤認來自不同來源的商品為同一來源之
24 系列商品，或誤認二商標之使用人間存在關係企業、授權、
25 加盟或其他類似關係。而判斷二商標有無混淆誤認之虞，應
26 參酌：1. 商標識別性之強弱；2. 商標是否近似暨其近似之程
27 度；3. 商品或服務是否類似暨其類似之程度；4. 先權利人多
28 角化經營之情形；5. 實際混淆誤認之情事；6. 相關消費者對
29 各商標熟悉之程度；7. 系爭商標之申請人是否善意；8. 其他
30 混淆誤認之因素等，綜合認定是否已達有致相關消費者產生

混淆誤認之虞。茲就本件卷內存在之相關證據，依上開因素審酌如下：

1.系爭商標與據以評定商標中度近似：

(1)系爭商標係由未經設計之外文「AMAZON WORLD」及橫書中文「亞馬遜世界」上下排列組成，據以評定商標1、2、4僅由大寫外文「AMAZON」所構成，據以評定商標3係由小寫外文「amazon」下置由字母「a」至「z」延伸之一弧形箭頭圖所組成。系爭商標與據以評定商標相較，雖均有外文「AMAZON/amazon」，然以外文「AMAZON」作為商標圖樣之一部獲准註冊於各類商品或服務且仍有效存在者所在多有（評定卷第258至278頁），該外文識別性不高，且系爭商標另結合「WORLD」組成「AMAZON WORLD」，下方併列其中譯「亞馬遜世界」，指定使用於休閒農場、觀光鳥園、觀光農場等服務，予人寓目印象係傳達該等服務係提供有如亞馬遜雨林般豐富生態景觀之意。整體觀察二者商標外觀、讀音仍可區辨，且予消費者之整體觀念並不相同，雖屬構成近似之商標，惟其近似程度中等。

(2)原告雖主張系爭商標之顯著部分「AMAZON」與據以評定商標相同，「AMAZON」字樣於第41類並無第三人商標註冊並存，「WORLD」、「世界」字樣欠缺識別性，二者商標高度近似云云，並提出原證1商標檢索系統中含有「AMAZON」文字且「指定使用於與第41類相關之商品或服務類別」之註冊商標列表、原證2商標檢索系統中含有「WORLD」或「世界」文字，且「指定使用於與第41類相關之商品或服務類別」之註冊商標列表為證（卷一第39至40頁、第83至124頁）。然判斷商標是否構成近似，原則上以商標註冊申請之商標圖樣為準據，就商標整體外觀、讀音及觀念方面，判斷是否已達到可能誤認的近似程度，原告前揭以商標使用類別據為近似與否之主張，並不可採。系爭商標圖樣中之「AMAZON」、「WORLD」、「世界」均係既有詞彙，其中「AMAZON」僅為單純未經設計之外文，予人寓目印象並非突出，就系爭商標以

01 「AMAZON WORLD」、「亞馬遜世界」上下排列組成之商標圖
02 樣整體，與據以評定商標「AMAZON」字樣相較，已有差異，
03 尚難僅因二者均有「AMAZON」字樣即認二者屬高度近似之商
04 標。

05 2.二者商標於第41類指定使用之服務類似程度不高：

06 (1)系爭商標指定使用之「休閒農場；觀光鳥園；觀光農場；遊
07 樂園；兒童樂園；牧場；跑馬場；動物園；觀光蝴蝶園；生
08 態農場」服務，與據以評定商標指定使用於第41類服務相
09 較：

10 ①就據以評定商標1至4如附圖二所示畫線（即1A、2A、3A、4
11 A）部分而言，系爭商標指定服務與據以評定商標該部分服
12 務均與娛樂服務相關，惟系爭商標指定服務之提供常須有占
13 地廣大之實體戶外場域，並搭配生態景觀及遊樂設施，消費
14 者亦係親自至該等場所體驗以達娛樂之效；據以評定商標指
15 定服務則多係透過網際網路等虛擬管道提供，消費者不受時
16 空限制即得即時享受各項影音娛樂服務，是二者服務於性
17 質、內容上仍有所差異，依一般社會通念或市場交易情形，
18 縱使構成類似，類似程度亦不高。

19 ②就據以評定商標1至4如附圖二所示未畫線（即1B、2B、3B、
20 4B）部分而言，二者於性質、內容、提供者、消費族群等因
21 素上仍屬有別，依一般社會通念及市場交易情形判斷，尚不
22 構成類似之服務。

23 (2)原告雖主張提供休閒農場、觀光果園、遊樂園等實體服務之
24 業者，經常透過網際網路之虛擬通路管道，提供其休閒活動
25 之資訊、銷售門票，眾多提供娛樂資訊之旅行社和旅遊電子
26 商務平台，亦販售休閒農場、觀光果園、遊樂園票券或套裝
27 行程，故二者應構成同一或高度類似之服務云云，提出原證
28 3旅遊資訊網站提供休閒觀光農場、觀光果園、遊樂園活動
29 資訊相關資料；原證4旅行社和旅遊電子商務平台販售休閒
30 農場、觀光果園、遊樂園票券或套裝行程相關資料；原證5
31 旅遊資訊網站、旅行社和旅遊電子商務平台提供商標權人所

01 經營之「綠世界生態農場」旅遊資訊和門票相關資料為證
02 （卷一第125至216頁）。惟現今網際網路發達，各服務業者
03 本常透過網際網路等虛擬通路管道宣傳、推廣其所提供服務
04 之資訊，是休閒農場等實體服務之業者透過網際網路等虛擬
05 通路管道提供其休閒活動之資訊、銷售門票應僅為其所提供
06 服務之一部；而旅行社和旅遊電子商務平台所提供者亦不限
07 於休閒農場、觀光果園、遊樂園等票券之代售服務，亦包含
08 機票、旅宿等代訂服務，消費者應不會預期該等業者有提供
09 其所代售或代訂娛樂票券之休閒農場等娛樂服務，自難逕以
10 二者有部分銷售管道重疊，即認為構成同一或高度類似之服
11 務，原告主張不可採。

12 3.商標識別性之強弱：

13 據以評定商標之外文「AMAZON/amazon」為原告公司名稱特
14 取部分，而以該外文作為商標或其一部分，指定使用於各類
15 商品或服務上獲准註冊仍有效存在者，不乏其例，已如前
16 述，惟該圖樣與所指定使用商品或服務無直接關聯性，其中
17 據以評定商標3以「amazon」結合弧形箭頭線條圖組成之整
18 體構圖，予人鮮明印象，復未直接傳達與其提供之商品或服
19 務或其內容有關的相關資訊，據以評定商標均具有相當識別
20 性。系爭商標之中外文「亞馬遜、AMAZON」亦為商標權人即
21 參加人公司名稱特取部分，結合「世界、WORLD」後之整體
22 構圖，予人另一視覺及感觀印象，且與指定使用服務無直接
23 關聯性，亦具有相當識別性。

24 4.系爭商標之註冊申請是否善意：

25 參加人「『亞馬遜』育樂股份有限公司」設立於84年間，系
26 爭商標之外文「AMAZON WORLD」即為參加人91年間登記之公
27 司外文名稱「AMAZON WORLD CO., LTD.」特取部分（評定卷
28 第279頁），於88年5月17日、96年3月28日分別以其公司名
29 稱特取部分「AMAZON」或「AMAZON WORLD」作為商標，指定
30 使用於「休閒農場、動物園、兒童樂園、遊樂園」、「觀光
31 農場、休閒農場、觀光鳥園、觀光農場、遊樂園、兒童樂

園、牧場、跑馬場、動物園、觀光蝴蝶園、生態農場」等服務申請註冊，並經被告核准為註冊第00124171號「AMAZON」商標、第01298559號「亞馬遜世界」商標（評定卷第281至282頁），申請註冊時點均早於據以評定商標，參以「AMAZON」為一既有詞彙，並非原告所首創，以「AMAZON」作為商標圖樣之一部獲准註冊於各類商品/服務且仍有效存在者所在多有，已如前述，參加人沿用其公司名稱特取部分作為系爭商標圖樣之一部分，申請商標註冊，尚難謂非屬善意。

5.參加人及原告使用商標之情形：

(1)參加人所有註冊第00124171號「AMAZON」商標、第01298559號「亞馬遜世界」商標雖分別經被告以中台廢字第L01060191號、第L01060190號商標廢止處分書廢止註冊在案（評定卷第283至286頁），惟依參加人於該等案件所檢附之證據資料（廢止答辯附件4至7，評定卷第97至163頁），可知參加人係將「AMAZON」、「亞馬遜世界 AMAZON WORLD」等字樣用於其所經營觀光農場相關之立牌、廣告展示機、網址、名片，即作為室外休閒園區場域名稱或公司外文名稱特取部分使用，並未凸顯與線上提供娛樂或電商平台服務有關。據以評定商標則係著名於網購電商平台服務領域（詳如後述），且由據以評定商標1原指定於「觀光果園；觀光農場；觀光花園；觀光牧場……」等部分服務業因未使用而經被告以中台廢字第L01060642號商標廢止處分書廢止註冊在案（評定卷第344至349頁），可知原告並無跨足經營觀光農場等服務領域之跡象。是以原告、參加人使用「AMAZON」之領域有別，給予消費者表彰來源之印象不同，當不致產生混淆誤認。

(2)原告以原證6至原證8有關蘋果日報、數位時代、天下雜誌、經濟日報、iThome、工商時報報導內容表列，主張其多角化經營，「AMAZON」品牌知名度已橫跨非雲端之實體服務，例如快遞服務、物流服務、實體書店、實體超市、家具及家電產業、半導體產業云云（卷一第25頁、第28至29頁），然觀

01 諸表列報導數量有限，且報導所示經營或提供服務地區主要
02 為其總部西雅圖或美國境內其他城市，並非在我國境內提供
03 前揭服務，尚難據為據以評定商標於我國知名度已擴及至前
04 揭實體產業服務之認定。

05 6.衡酌系爭商標與據以評定商標近似程度中等，指定使用於第
06 41類服務類似程度不高，各具相當識別性，系爭商標之申請
07 係屬善意、參加人及原告使用商標之情形等因素綜合判斷，
08 尚難認為相關消費者有可能會誤認二者商標來自同一來源，
09 或誤認其來自雖不相同但有關聯之來源，而產生混淆誤認情
10 事，系爭商標之註冊應無商標法第30條第1項第10款本文規
11 定不得註冊之情形。

12 二、系爭商標之註冊並無商標法第30條第1項第11款本文規定不
13 得註冊之情形：

14 (一)依商標法第30條第1項第11款本文規定，商標「相同或近似
15 於他人著名商標或標章，有致相關公眾混淆誤認之虞，或有
16 減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞者」，不得註冊。
17 而依商標法第30條第2項規定，著名之認定以申請時為準，
18 是以據以評定商標是否為商標法第30條第1項第11款本文規
19 定之著名商標，應以系爭商標申請註冊時〔106（西元201
20 7）年5月18日〕之客觀證據，作為判斷依據。

21 (二)據以評定商標是否為著名商標：

22 依原告主張，其成立於西元1994年7月5日，為著名電子商務
23 公司，係全最大網路企業之一，原係以書籍、電子產品之線
24 上零售服務起家，經投入大量人力物力及鉅額資金經營下，
25 於西元2015年7月24日成為全球零售業市值冠軍，以「Amazo
26 n」為關鍵字於Google、Yahoo等網路搜尋引擎之檢索結果，
27 可見不少有關據以評定商標提供線上購物服務之相關資訊，
28 西元2015年至2017年間「AMAZON」被評比為「全球百品牌」
29 前十名，國內網路或新聞媒體、期刊雜誌於西元2014年至20
30 17年間亦有據以評定商標於我國提供線上購物等服務之相關
31 報導及評論等情，業於評定階段提出申證1至3據以評定商標

之新聞媒體報導、雜誌報導及網路資料；申證6原告維基百科介紹；申證7原告成為全球零售業市值冠軍之新聞報導；申證10於西元2019年7月23日在各大搜尋引擎以「AMAZON」為關鍵字之搜尋結果紀錄；申證11之Interbrand於西元2015年至2017年之「全球百品牌」評比資料，本院審理時提出原證6至8（即前述申證1至3，卷一第217至622頁）、原證11至12（即前述申證6至7，卷一第649至658頁）、原證15（即前述申證11，卷一第665至671頁）等資料為證，參以前揭國內相關報導如西元2015年5月6日工商時報報導「亞馬遜、廈門合推線上台灣館販售鳳梨酥、面膜、電子等5千多種品牌商品，2至3天到貨」（卷一第247頁）；西元2016年8月1日蘋果日報報導「……世界第1大電商業者amazon（亞馬遜）旗下的amazon business……將首度來台找優質供應商……估計商機至少高達10億美元（約318億元台幣）……」（卷一第289頁）；西元2016年8月7日工商時報報導「亞馬遜12日來台找優質供應商 進軍B2B市場，亞洲首站相中MIT優良品質，商機估達10億美元……」（卷一第291頁）；西元2016年10月1日TechNews 科技新報報導「日本amazon購物國際運送直送台灣，不用再代購啦！」（卷一第303頁）；西元2017年4月25日工商時報報導「……全球電商龍頭亞馬遜（Amazon）……在台灣成立『全球開店』招募服務團隊。未來將為台灣企業提供全方位的服務和單一窗口解決方案……」（卷一第363頁）等內容，堪認於系爭商標申請註冊時，據以評定商標於網購電商平台等相關服務所表彰之信譽已為我國相關事業或消費者所普遍認知而達著名之程度。惟原告檢附之前揭資料多為國內網路或新聞媒體、期刊雜誌報導，且多集中於網購電商平台服務領域，原告並未提供據以評定商標服務於我國之營業額、市場占有率、廣告金額數量等事證以供審酌。故依現有事證僅足認據以評定諸商標係著名於網購電商平台服務領域，而難認其已達一般消費者均普遍認知之高度著名程度。

01 (三)衡酌二者商標近似程度中等，據以評定商標雖屬著名商標，
02 惟其僅著名於網購電商平台服務領域，系爭商標指定使用於
03 休閒農場、遊樂園等相關服務，二者性質差異甚大，市場亦
04 有所區隔，消費者應可辨識其分屬不同來源之營業主體，尚
05 不致使相關公眾誤認二者商標為同一來源或存在授權或加
06 盟關係，參以「AMAZON」作為商標圖樣之一部獲准註冊於各
07 類商品或服務且仍有效存在者所在多有，二者商標各具識別
08 性，系爭商標之註冊客觀上應無致相關公眾產生混淆誤認之
09 虞。又據以評定商標係著名於網購電商平台服務領域，未達
10 一般消費者均普遍認知之高度著名程度，且系爭商標指定使
11 用之服務，並無危害一般人身心或使人對據以評定商標信譽
12 產生負面印象之情形，應無減損據以評定商標識別性或信譽
13 之虞。是以系爭商標之註冊應無商標法第30條第1項第11款
14 本文規定之適用。

15 柒、綜上所述，系爭商標之註冊並無商標法第30條第1項第10款
16 本文、第11款本文規定不得註冊之情形，原處分合法，訴願
17 決定予以維持，亦無不合。原告訴請撤銷，為無理由，應予
18 駁回。

19 捌、本件事證已明，兩造及參加人其餘主張或答辯，已與本院判
20 決結果無涉，爰毋庸一一論列，併此敘明。

21 玖、結論：原告之訴為無理由，依110年12月8日修正公布之智慧
22 財產案件審理法第1條，行政訴訟法第98條第1項前段規定，
23 判決如主文。

24 中 華 民 國 112 年 9 月 28 日

25 智慧財產第一庭

26 審判長法官 蔡惠如

27 法官 吳俊龍

28 法官 陳端宜

29 以上正本係照原本作成。

30 一、如不服本判決，應於送達後20日內，向本院提出上訴狀並表
31 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；如於本判決宣示或公告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）。

二、上訴未表明上訴理由且未於前述20日內補提上訴理由書者，逕以裁定駁回。

三、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49條之1第1項第3款）。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3項、第4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. 上訴人或其代表人、管理人、法定代理人具備法官、檢察官、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，上訴人或其代表人、管理人、法定代理人具備會計師資格者。 3. 專利行政事件，上訴人或其代表人、管理人、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	

01

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。

02

中 華 民 國 112 年 9 月 28 日

03

書記官 吳祉瑩