

01 智慧財產及商業法院行政判決

02 111年度行商訴字第83號

03 民國112年3月30日辯論終結

04 原 告 寶齡富錦生技股份有限公司

05 代 表 人 張立秋

06 訴訟代理人 呂紹凡律師

07 李佶穎律師

08 被 告 經濟部智慧財產局

09 代 表 人 廖承威

10 訴訟代理人 倪麗萍

11 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9  
12 月20日經訴字第11106307460號訴願決定，提起行政訴訟，本院  
13 判決如下：

14 主 文

15 原告之訴駁回。

16 訴訟費用由原告負擔。

17 事實及理由

18 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  
19 威，業據其具狀聲明承受訴訟在卷(本院卷三第147頁)，經  
20 核並無違誤，爰准許之。

21 二、事實概要：緣原告前於民國109年11月27日以「寶齡富錦公  
22 司瓶器立體商標」立體商標(下稱系爭商標)，指定使用於當  
23 時商標法施行細則第19條所定商品及服務分類第5類之「消  
24 毒劑、殺菌劑、醫療用酒精、動物用藥品、動物用消毒劑、  
25 動物用殺菌劑、人體用藥品、人體用消毒劑、人體用殺菌  
26 劑、外用藥水、獸醫用外用藥水、獸醫用藥、動物用洗淨藥  
27 劑、動物用殺蟲劑、獸醫用消毒劑、醫療用洗淨劑、醫療用  
28 灌洗劑、醫療用酞、抑制黴菌生長藥劑、醫療用漱口水」商

01 品(下稱系爭商標商品)，向被告申請註冊，經被告審查後，  
02 認系爭商標有商標法第29條第1項第3款規定情形，應不准註  
03 冊，以111年4月29日商標核駁第422375號審定書為核駁之處  
04 分。原告不服，提起訴願，復遭經濟部為訴願駁回之決定，  
05 原告仍未甘服，遂依法提起本件行政訴訟。

06 三、原告主張：系爭商標主要使用於醫療外用殺菌水溶液，此類  
07 商品須由醫藥專業人員指示始得購買，故其識別性之判斷應  
08 以醫藥專業相關消費者之認識為準。又系爭商標係使用於醫  
09 療殺菌劑，此類商品向來均非以多樣化設計為號召，同類型  
10 商品之包裝常見為單純圓柱形瓶身，是以，若在商品包裝上  
11 做出有異於單純圓柱形之創意設計，消費者即會將此特殊形  
12 狀包裝作為識別來源之標識。系爭商標其瓶頸處具有明顯內  
13 凹收窄之特殊設計，具強烈視覺感及獨特性，醫藥專業相關  
14 消費者可輕易看出系爭商標商品與其他廠商商品不同。被告  
15 機關僅單純認為系爭商標並非明顯異於普通常見的形狀，未  
16 具體敘明其認定系爭商標無法表彰商品來源之理由，即恣意  
17 認定系爭商標不具先天識別性，顯屬無據。系爭商標不僅非  
18 同業所採之外觀，其形狀亦無特殊功能性，不具備限制流量  
19 之功能，應認具有先天識別性。被告認立體商標多使用在酒  
20 類與香水商品，藥品關乎人體健康，消費者不會特別注意云  
21 云。惟系爭商標商品既關乎人體健康，消費者自當施以較高  
22 之注意，且藥品既然較少使用立體商標，更能證明特殊包裝  
23 設計之醫藥產品作為商標，更具先天識別性。系爭商標商品  
24 自103年起即廣泛使用於各醫療院所，國內九成以上中大型  
25 醫院均有購買系爭商標商品，於置放醫療場所時，其特殊瓶  
26 身足使醫護人員用以識別商品來源，伊並長年以系爭商標商  
27 品參加國內醫療科技展，與同業交流，於搜尋網站尋找系爭  
28 商標商品「克菌寧」時，出現多筆顯示系爭商標商品之結  
29 果，108年間亦有同業使用近似於系爭商標之包裝於同類商  
30 品，經協商後該同業乃同意更換商品外包裝，凡此均足以證  
31 明相關消費者已熟知系爭商標商品係伊之產品，應已取得後

01 天識別性等語。聲明：(一)訴願決定及原處分均撤銷。(二)被告  
02 就申請案號第109084186號「寶齡富錦公司瓶器立體商標」  
03 商標之申請註冊應為核准之審定。

04 四、被告則以：系爭商標為「一由圓筒狀瓶蓋、瓶頸及瓶身所組  
05 成之瓶器，容器外型經特殊設計，其特徵在於瓶蓋為圓形，  
06 瓶頸為往內凹，瓶蓋、瓶頸及瓶身三部分成垂直且圓心相同  
07 之圓筒，瓶蓋、瓶頸及瓶身之圓直徑比例約57:38:70，而圓  
08 筒高度比例約為15:11:38」，可知系爭立體商標整體外觀為  
09 一呈圓筒狀之藥瓶，指定使用在系爭商標商品，予消費者之  
10 認知僅為商品包裝容器之形狀，非作為識別商品來源之標  
11 識，不足以使商品之相關消費者認識其為表彰商品來源、或  
12 作為與他人商品或服務區別之依據。況藥品或藥劑包裝容器  
13 多為圓筒狀，此為大眾所習知習見，瓶頸內凹之粗細形狀設  
14 計多做為控制不同藥物之流量，與商品有不可分之關聯性。  
15 系爭商標形狀非明顯異於普通習見容器之形狀，無法作為識  
16 別商品來源之標識，不具先天識別性。至原告所提行銷文  
17 宣、影音及透過經銷商銷售及其銷售額等相關資料，其瓶身  
18 中間空白處均有「克菌寧」文字之標示，並非系爭商標之單  
19 獨使用，加以系爭商標係指定使用在藥劑，對人體或動物之  
20 健康影響甚鉅，其消費者除專業醫生之外，仍可能包括一般  
21 消費者，於辨識時仍難脫離文字而僅以瓶身之些微不同作為  
22 識別依據。又原告所提前開資料僅限於醫療用消毒劑及醫療  
23 用殺菌劑商品，未及於指定使用之全部商品，難以認為業經  
24 其長期廣泛使用而使消費者以系爭商標(即瓶身設計)作為原  
25 告商品之識別依據而取得後天識別性等語置辯。聲明：駁回  
26 原告之訴。

27 五、本件爭點：系爭商標之註冊是否有商標法第29條第1項第3款  
28 規定之情形？

29 六、本院得心證之理由：

30 (一)按商標僅由其他不具識別性之標識所構成者，不得註冊，商  
31 標法第29條第1項第3款定有明文。次按商標識別性有先天與

01 後天之分，前者指商標本身所固有，無須經由使用取得之識  
02 別能力，後者則指商標原不具有識別性，惟○○市場上之使  
03 用，使相關消費者得以認識其為商品或服務來源之標識。至  
04 商標是否具備識別性，應考量個案之事實及證據，倘該標識  
05 僅用以表示商品或服務之形狀、品質、功用或其他說明者，  
06 對消費者而言，僅係傳達商品或服務的相關資訊，又倘為同  
07 業競爭者所必須使用者，自不得由特定業者所專用。又立體  
08 商標識別性之判斷須考量業界使用情形，如該立體形狀為相  
09 關業者所通常使用，或其外觀形狀具有多樣性之可能，則該  
10 立體形狀便不具有區別來源之功能，應認為不具識別性。系  
11 爭商標為「一由圓筒狀瓶蓋、瓶頸及瓶身所組成之瓶器，容  
12 器外型經特殊設計，其特徵在於瓶蓋為圓形，瓶頸為往內  
13 凹，瓶蓋、瓶頸及瓶身三部分成垂直且圓心相同之圓筒，瓶  
14 蓋、瓶頸及瓶身之圓直徑比例約57:38:70，而圓筒高度比例  
15 約為15:11:38」之立體商標(參立體商標註冊申請書【描述  
16 內容】欄)，依前揭說明可知，系爭立體商標整體外觀為一  
17 呈圓筒狀之藥瓶，不包含任何文字、圖案或色彩(參附表所  
18 示)，指定使用在商標法施行細則第19條所定商品及服務分  
19 類第5類之「消毒劑」等商品。相較於傳統習見之醫藥類瓶  
20 罐，系爭商標最顯著之差異在於瓶頸內凹，且內凹部分相對  
21 於瓶身之占比較習見之醫藥瓶罐其瓶頸與瓶身之占比為高，  
22 至其餘瓶身部分則與習見之醫藥瓶罐相同，原告乃主張前開  
23 差異部分足使系爭商標具有先天識別性云云。惟查，系爭商  
24 標其瓶頸部分相較於習見醫藥瓶罐之瓶頸固然較高，然並未  
25 逸脫習見醫藥瓶罐其瓶頸部分相較於瓶蓋及瓶身內縮(凹)之  
26 設計意匠，除去文字、圖案或色彩，相關消費者尚難僅憑窄  
27 高頸之設計判斷其產製者之來源，自難認為系爭商標具有先  
28 天識別性。原告另主張系爭商標既係指定使用於醫療類商  
29 品，而此類商品多係醫師藥師藥劑生指示藥品，其消費者乃  
30 具專業技能之專業人士，系爭商標商品與習見之醫藥瓶罐既  
31 有前揭差異，具專業技術之醫藥類消費者自能輕易區別其間

01 差異而具有先天識別性云云。惟查，系爭商標僅係指定使用  
02 在第5類商品，此類商品仍有諸多品項非屬醫師指示用藥，  
03 相關消費者之涵蓋範圍解釋上自不得僅限於醫師等具備專業  
04 技術能力人士，應擴及可能至坊間藥妝店購買成藥之民眾。  
05 而一般民眾至藥妝店購買成藥時，主要係參考藥品名稱、適  
06 應症及藥廠等標識，甚少僅憑瓶身之差異而逕行選購者。由  
07 是可知，系爭商標有關醫藥瓶罐之差異設計，對消費者而言  
08 難認具有先天識別之效果，是原告前揭主張，尚非可採。

09 □(二)原告主張其自103年開始販售系爭商標商品至國內各中大型  
10 醫院、藥局及診所，每年銷售金額達數千萬元，單年銷售瓶  
11 數均超過百萬瓶，且定期參加醫療生技展，並於展場懸掛系  
12 爭商標商品照片，於網路上上傳系爭商標影片，系爭商標應  
13 已為相關消費者所熟悉，亦具有後天識別性云云。惟查，原  
14 告所提之行銷圖片，均可見其瓶身中間貼有「克菌寧」文字  
15 之標籤貼紙(申請卷第8頁、第10頁、第12頁、第15頁背面、  
16 本院卷一第79頁、本院卷二第379頁、第641頁、第642頁、  
17 第649頁、第721頁)，並非系爭商標之單獨使用；而原告所  
18 提出之銷售發票上並未附有系爭立體商標圖樣(申請卷第17  
19 頁背面至第59頁)，是消費者究竟係以系爭立體瓶身商標抑  
20 或瓶身標籤上所標識之藥品名稱作為商品來源之識別依據，  
21 無從由上開證據資料判斷。除前開證據資料外，原告復未提  
22 出其他足以證明消費者咸以系爭商標之造型作為商品來源判  
23 斷依據之證據資料，是原告主張系爭商標業經廣泛使用而取  
24 得後天識別性云云，亦非可採。

25 七、綜上所述，系爭商標以習見之醫藥瓶罐增加其瓶頸內凹之比  
26 例所為之設計，因與習見之醫藥瓶罐差異並不顯著，應認不  
27 具先天識別性；又系爭商標於實際使用時並非單純以瓶身設  
28 計作為識別依據，仍以貼附藥品名稱標籤等方式作為行銷使  
29 用，自難以證明系爭商標(即瓶身設計)已取得後天識別性，  
30 故被告認系爭商標之申請有商標法第29條第1項第3款規定之  
31 情形，所為系爭商標之註冊申請不應准許之處分，尚無違

01 誤；訴願決定予以維持，亦無不合。原告訴請撤銷原處分及  
02 訴願決定，並命被告就申請案號第109084186號「寶齡富錦  
03 公司瓶器立體商標」商標之申請註冊應為核准之審定，為無  
04 理由，應予駁回。

05 八、本件事證已明，兩造其餘主張或答辯，已與本件判決結果無  
06 涉，爰毋庸一一論列，併此敘明。

07 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  
08 1條，行政訴訟法第98條第1項前段，判決如主文。

09 中 華 民 國 112 年 4 月 27 日

10 智慧財產第二庭

11 審判長法 官 彭洪英

12 法 官 曾啓謀

13 法 官 汪漢卿

14 以上正本證明與原本無異。

15 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  
16 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  
17 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  
18 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  
19 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  
20 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  
21 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。

01

(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。

02

中 華 民 國 112 年 5 月 8 日

03

書記官 邱于婷