

智慧財產及商業法院行政判決

111年度行商訴字第45號

民國111年11月9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 林志剛律師（兼送達代收人）

楊憲祖律師

複代理人 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 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30日經訴字第11106302090號訴願決定，提起行政訴訟，本院判決如下：

主 文

訴願決定及原處分均撤銷。

被告應就申請案第110880308號「和泰支付」商標為准予註冊之處分。

訴訟費用由被告負擔。

事實及理由

壹、程序事項：

按訴狀送達後，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。行政訴訟法第111條第1項定有明文。本件原告於起訴時聲明請求：「訴願決定及原處分均撤銷。」等語（見本院卷第13頁），嗣於民國111年9月22日具狀更正聲明為「訴願決定及原處分均撤銷。被告應就申請案第110880308號『和泰支付』商標為准予註冊之處分。」等語（見本院卷第191頁），查本件核屬課予義務訴訟，原告所為實屬訴之聲明之適當更正，應予准許。

貳、實體事項：

一、事實概要：

原告前於109年10月16日以「和泰支付」商標，指定使用於被告所公告商品及服務分類第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109072560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110880308號商標（下稱系爭商標，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，原告復於110年6月15日申請將第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」服務移至本件系爭商標申請案中。案經被告審查，檢具註冊第102601號、第1414974號商標（下稱據爭商標，如附圖2-1至2-2所示），認本件商標有商標法第30條第1項第10款規定之情形，應不准註冊，而以110年10月26日商標核駁第418232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30日經訴字第11106302090號訴願決定駁回。原告仍不服，乃向本院提起行政訴訟。

二、原告主張：

(一)系爭商標係以中文「和泰」及「支付」所組成，與據爭商標1以中文「和泰科技」、英文「GIMTECH GIS for Chinese」及一彩色圓球設計圖所組成，據爭商標2以中文「和泰」經圖形化設計，與葉片設計圖融合成一體，各自彰顯其公司名稱或經營項目，整體觀察存有差異性，兩者非屬近似商標，且電腦或手機程式與電腦硬體設備分屬不同事業商所提供，並有各自獨立之銷售通路與消費族群，目前網路購物服務亦無多角化經營實體購物中心，或提供資訊或諮詢服務，據爭商標更無多角化經營情事，是系爭商標指定使用之「手機應用程式、行動電話應用程式、電腦硬體」、「購物中心、為消費者選擇商品服務提供資訊和諮詢」等，與據爭商標屬不相同或不近似之商品或服務，相關消費者並無混淆誤認之虞。又原告於44年4月25日即以和泰為名稱設立公司，更於8

6年2月25日成長為上市公司，為全球知名汽車品牌臺灣總代理商，並持續使用「和泰」字樣為多角化經營，而為數位化轉型，原告早已將系爭商標使用於市場上行銷，並於各大電視台投放廣告或製作網路平台廣告，不僅經多家網路或電視媒體報導，於Google網站鍵入「和泰支付」、「和泰Pay」，亦將自動帶出相關文字及討論內容，且「和泰Pay」（和泰支付）截至111年3月註冊人數已達38萬人，交易金額則達新臺幣（下同）93億多元，可知和泰集團品牌形象及系爭商標已為相關消費者所知悉。再「和泰」二字已於國內外廣泛使用為註冊商標或商標一部或公司名稱，被告更曾於中台評字第H00980092號評定書中認定「和泰」二字識別性不高，於其他包含和泰字樣之商標註冊案亦為核准，故不僅被告須受行政自我拘束，且可知被告認為一般消費者並不會單憑「和泰」字樣即為認識商品或服務來源，況衡以原告和泰品牌知名度，相關消費者對於和泰字樣更是會直接聯想到原告。準此，相關消費者不會混淆誤認系爭商標與據爭商標。

(二)並聲明：

1. 訴願決定及原處分均撤銷。

2. 被告應就申請案第110880308號「和泰支付」商標為准予註冊之處分。

3. 訴訟費用由被告負擔。

三、被告辯以：

(一)系爭商標與據爭商標均以文字「和泰」在外觀上予人寓目印象，屬於深刻顯著之部分，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，易誤認其商品或服務來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成高度近似之商標。又系爭商標與據爭商標指定使用之商品或服務相較，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，應屬同一或高度類似之商品或服務。再者，據爭商標之文字「和泰」與所指定使用之商品或服務間並無直接明顯之關聯，消費者會直接視為指示及區別來源之

01 標識，應具有相當識別性。準此，相關消費者極可能誤認二
02 者商品為同一來源，或者誤認二者商標之使用人間存在關係
03 企業、授權關係或其他類似關係而有混淆誤認之虞，自有商
04 標法第30條第1項第10款規定之適用。至原告長年繼續使用
05 和泰商標圖樣部分，僅係其是否符合商標法第36條第1項第3
06 款規定，與商標註冊保護主義相悖，應不影響系爭商標註冊
07 之准駁。

08 (二)並聲明：

09 1.原告之訴駁回。

10 2.訴訟費用由原告負擔。

11 四、本院得心證之理由：

12 (一)本件應適用之法規：

13 按商標註冊申請案之法規基準時，須審究對申請人有利或不
14 利，以決定應適用之法規，若行政法院事實審言詞辯論終結
15 前之法規，得以滿足申請人申請事由之構成要件，自應以事
16 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
17 利申請人之法規。但若係對申請人不利之法規，基於申請人
18 信賴處分時既得權利狀態不得剝奪，則應依審定時法律（最
19 高行政法院103年度判字第688號、104年度判字第792號判決
20 意旨參照）。查本件系爭商標係於109年10月16日申請註
21 冊，被告於110年10月26日作成「應予核駁」之審定，本院
22 於111年11月9日辯論終結。是無論依原告申請註冊時、被告
23 審定時或本院言詞辯論終結時所應適用之法規，均為105年1
24 1月30日修正公布、同年12月15日施行之現行商標法，並無
25 審究何基準時法規對申請人有利或不利之問題，故系爭商標
26 申請案應否准許註冊，自應以現行商標法為斷。

27 (二)本件被告認系爭商標有商標法第30條第1項第10款規定應不
28 予註冊之情形，而核駁系爭商標之註冊，又被告僅以系爭商
29 標違反上開規定而不准註冊，並無其他商標法各條款規定不
30 得註冊事由（見本院卷第197頁），是本件爭點即為：系爭

商標之註冊是否違反商標法第30條第1項第10款規定之情形？茲查：

1.按商標有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款前段定有明文。又所謂商標構成相同或近似者，係指以具有通常知識經驗之一般商品購買人，於購買時施以通常之注意，就兩商標整體之外觀、觀念或讀音隔離觀察，有無引起混同誤認之虞以為斷。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而言（最高行政法院103年度判字第99號判決意旨參照）。而判斷二商標有無混淆誤認之虞，應參酌：(1)商標識別性之強弱；(2)商標是否近似暨其近似之程度；(3)商品、服務是否類似暨其類似之程度；(4)先權利人多角化經營之情形；(5)實際混淆誤認之情事；(6)相關消費者對各商標熟悉之程度；(7)系爭商標之申請人是否善意；(8)其他混淆誤認之因素等，而「混淆誤認之虞」之參酌因素必須綜合認定，方得判定先後商標是否已達有致相關消費者產生混淆誤認之虞，非僅謂合於單一因素即可認定有致相關消費者混淆誤認之虞（最高行政法院106年度判字第574號判決意旨參照）。

2.商標識別性之強弱：

按文字或圖樣作為指示及區別商品或服務來源的標識，是否具有先天識別性，取決於文字或圖樣的意義及其與指定商品或服務之間的關係。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。查系爭商標與據爭商標所使用之中文「和泰」，均未傳達所指定商品或服務本身或其內容的相關

資訊，具有指示商品或服務來源的功能，應均具有識別性。至中文「和泰」雖非原告所獨創，且有相當數量之以中文「和泰」字樣作為商標之全部或一部，經准予註冊而指定使用於多種類別之商品或服務，有智慧財產局（下稱智慧局）商標檢索系統查詢簡表在卷可佐（見乙證1卷第15頁），但此一事實不能否認中文「和泰」字樣，仍具有相當程度的識別性。又「和泰」字樣作為商標之全部或一部，雖其識別性稍有弱化，但並未到達即使他人予以攀附，仍不會引起購買人產生誤認之程度。是以，系爭商標指定使用於可下載之電腦程式等商品、網路購物等服務，及據爭商標1指定使用於電腦整體系統等服務、據爭商標2指定使用於茶葉零售等服務，兩者縱有部分屬於類似之服務，惟因分別搭配其他外文或圖樣為組合使用，應認分別具有相當之識別性。

3.系爭商標與據爭商標是否有相同或近似暨其近似之程度：

(1)按商標圖樣予人之寓目印象，一般係就其整體為觀察，此乃因商標係以其整體圖樣呈現在商品或服務之消費者眼前，而非割裂為各部分分別呈現。至於商標因其設計之態樣，有可能其中某部分為設計之重點，或其外觀內容較易引人注目，此部分即所謂之「主要部分」，為消費者關注或事後留存印象中者。商標設計雖有其主要部分與非主要部分之別，惟該主要部分仍為構成商標整體之內容，主要部分最終仍是影響商標給予消費者之整體印象，是以，就商標圖樣是否具有「識別性」為判斷時，商標圖樣之主要部分雖具有重要地位，惟仍應以商標圖樣所呈現之整體外觀綜合判斷，非可割裂觀察。

(2)查系爭商標係由未經設計、自左至右之中文「和泰支付」四字組合而成；據爭商標1由係圓形圈內包含綠色圓形圖案、中文「和泰科技」、外文「GIMTECH GIS for Chinese」所組成，據爭商標2則由葉片設計圖案中放置經特殊設計之中文「和泰」二字所組成。經比較系爭商標與據爭商標1、2之商標圖樣，雖均有相同之中文「和泰」二字，惟據爭

商標1尚有中文「科技」、外文「GIMTECH GIS for Chinese」及佔據大半面積之圓形圖樣；據爭商標2整體則為葉片設計圖樣，且「和泰」二字係以特殊字體設計置於其中，以整體觀察而言，其等與系爭申請商標之文字、圖形設計、字體設計所呈現之整體風格、外觀均有不同，是二者商標給予消費者之整體寓目印象即因圖樣或文字之設計不同而有可資辨別之差異，視覺感受亦有所區別。故以商標圖樣所呈現之整體外觀綜合判斷，二商標之相同「和泰」二字之文字設計、編排已不相同，且另有結合其他中文或外文文字、圖案、圖形設計等，其等呈現整體風格、外觀極為不同，以具有普通知識經驗之消費者，會誤認兩商品或服務來自同一來源或具關聯來源之可能性非高，故應屬構成近似之商標，惟近似程度不高。被告忽略二商標於整體外觀上呈現前述不同之處，以二商標均有相同「和泰」二字逕認構成高度近似，有違商標圖樣整體觀察原則，即非可採。

4. 商品或服務是否同一或類似暨其類似之程度：

系爭商標指定使用於第9類「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、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，與據爭商標1、2分別指定使用於第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、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）」服務相較，系爭商標指定使用於第9類商品與據爭商標1指定使用於第42類商品，均屬電腦軟硬體、電腦應用產品等相關商品或服務，二者就性質、商品或服務提供者、行銷管道等因素具有共同或關聯之處；系爭商標指定使用於第35類服務與據爭商標2指定使用於第35類「網路購物（電子購物）」服務，在滿足消費者的需求上以及服務提供者上，具有共同或關聯之處，

01 依一般社會通念及市場交易情形判斷，確可能使消費者誤認
02 其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，應屬高度類似之
03 商品或服務。

04 5.多角化經營之情形、相關消費者對各商標熟悉之程度：

05 (1)原告前為黃烈火於西元1947年所創辦之和泰商行，業務內容
06 為豐田汽車、橫濱輪胎之臺灣總代理，於44年4月25日核准
07 設立，且以「和泰汽車股份有限公司」為其公司名稱，所營
08 事業包含各汽車及其零件之製造配裝買賣、進出口業務、汽
09 車修理及保養業務、有關進出口貿易業務，及除許可業務
10 外，得經營其他法令非禁止或限制之業務等。且原告所代理
11 經銷汽車品牌連續19年蟬聯臺灣汽車市場銷售冠軍，佔據臺
12 灣車輛數量三成之市占率，並陸續推出豐田品牌車隊即yoxi
13 乘車派遣服務、iRent共享汽機車及和泰Pay線上支付服務、
14 線上銷售平台，用以整合上開服務與數據、支付、會員等資
15 訊，又原告陸續成立和潤、和運、和泰產業等旗下公司，
16 並於西元2018年、2019年、2020年前3季營收分別為1870.27
17 億元、2137.45億元、1711.33億元，其所代理銷售TOYOT
18 A、LEXUS品牌之車輛近年來各年度達14萬餘台，亦連續多
19 年經臺灣企業永續研訓中心、天下雜誌、工商時報、康健雜
20 誌、管理雜誌、壹週刊、國際永續標準管理年會獲選為臺灣
21 企業永續獎、企業公民獎、臺灣服務業大評鑑金獎、讀者票
22 選信賴品牌汽車類第一名、消費者心目中理想品牌汽車類第
23 一名、永續傑出獎、服務第壹大獎等，有聯合新聞網、工商
24 時報、今周刊、奇摩汽車機車新聞、蘋果日報之網頁截圖、
25 各獎項之照片及獲獎資訊之網路截圖、財訊周刊網頁截圖、
26 原告公司基本資料在卷可查（見乙證1卷第25頁至第27頁、
27 第51頁、第59頁、第72頁至第77頁、第135頁至第141頁、本
28 院卷第67頁、第211頁），足見原告主要經營及廣為消費者
29 所熟知者為汽車代理及銷售相關服務，然已跨領域於計程車
30 派遣服務、汽車及設備租賃、線上支付平台、線上銷售平台
31 等而有涉及多角化經營之情形。反觀據爭商標之商標權人即

和泰科技股份有限公司、和泰商行連郁琦，依該公司、商號之網站資料（見乙證1卷第30頁至第33頁），和泰科技股份有限公司業務內容為全中文圖文整合之GIS、數值地圖繪製及GPS測量、套裝軟體設計、網頁程式設計、電腦繪圖、美工與印刷等服務；和泰茶行業務內容則為茶葉銷售服務，而無多角化經營之情形。

(2)又依原告所提出和泰Pay網頁介紹內容（見乙證1卷第153頁至第154頁、本院卷第75頁至第93頁、第99頁至第101頁），系爭商標主要係用於原告數位支付工具，合作通路包含原告代理經銷之全台TOYOTA、LEXUS營業所、服務廠、iRent租車服務及yoxi乘車派遣服務；且依網路新聞、節目相關文章、影片之網頁截圖資料（見本院卷第69頁至第71頁），原告將系爭商標使用、行銷於和泰Pay上，並得綁定與原告聯名之信用卡，於所營事業及旗下企業相關業務包含銷售車輛、保養修理車輛、租用車輛、乘車派遣等服務均提供和泰Pay線上支付程式與消費者使用，又參以原告代理經銷TOYOTA、LEXUS營業所、服務廠遍據全台各地，上開品牌車輛之銷售數量占全台車輛三成，且iRent租用車輛、yoxi派遣車輛在臺灣亦有相當數量，復依原告提出和泰聯名卡搭配和泰Pay數位支付廣告內容之行銷數量及金額、廣告內容（見本院卷第97頁、第103頁、第111頁至第135頁），媒體廣告對於使用系爭商標之和泰Pay線上支付程式等資訊確有相當傳遞於消費者之情事，另消費者累計下載內含有和泰Pay資訊之My TOYOTA APP、LEXUS PLUS APP、yoxi APP、iRent APP分別高達2,911,882次、188,233次、751,212次、1,097,500次，和泰Pay迄至111年3月註冊人數達380,538人，交易次數達2,056,340次，此有該等APP資訊截圖、中國信託銀行網路截圖可參（見本院卷第139頁至第142頁、第145頁），可徵系爭商標使用於和泰Pay線上支付程式，已於原告所營車輛銷售、維修保養、租用車輛、派遣車輛服務等相關事業或消費者所普遍認知，而廣為相關消費者所熟知。且如前

述，據爭商標1、2分別經和泰科技股份有限公司使用於表彰公司名稱及業務內容為全中文圖文整合之GIS、數值地圖繪製及GPS測量、套裝軟體設計、網頁程式設計、電腦繪圖、美工與印刷等服務；及和泰茶行使用於茶葉銷售服務之業務內容，是據爭商標為消費者所知悉之程度顯較系爭商標為低，且與原告前述經營及廣為消費者所熟知之車輛銷售、維修保養、租用車輛、派遣車輛服務並不具直接關聯性，則二商標在市場上應有併存之事實存在，另依卷內證據資料亦無顯示二商標有導致相關消費者實際混淆誤認之情形。

6.系爭商標之申請人是否善意：

查原告於44年間即以和泰為公司名稱核准設立登記在案，業如前述，且系爭商標與據爭商標所指定商品或服務類別並不完全不同，又據爭商標為相關消費者所知悉之程度較系爭商標為低，復依卷內證據資料均無法證明原告與據爭商標之商標權人具有競爭同業關係。基上各情，原告申請系爭商標之註冊應無攀附據爭商標之商標權人之商譽而屬惡意之情事。

7.衡酌系爭商標與據爭商標商標圖樣之文字、圖案、圖形設計所呈現整體風格、外觀實有不同，因其主要識別部分「和泰」相同，而應屬構成近似之商標，惟近似程度不高，復依前所述，二商標所指定使用部分構成類似程度中等之商品或服務，又原告使用系爭商標於車輛銷售、保養維修、租用車輛、派遣車輛等服務在我國廣為相關消費者所熟知者，據爭商標使用於表彰公司名稱、軟體設計等服務或茶葉銷售服務，為消費者所知悉程度顯較系爭商標為低，二商標在市場上已有併存之事實存在，再考量二商標均具識別性，原告確有前述多角化經營，而據爭商標之商標權人均無多角化經營之情形，另原告申請註冊系爭商標非屬惡意等相關因素綜合判斷，認系爭商標指定使用於第9類「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、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」

01 服務，客觀上無致使相關消費者產生混淆誤認之虞，故無商
02 標法第30條第1項第10款規定之適用。

03 五、綜上所述，系爭商標與據爭商標並無致相關消費者產生混淆
04 誤認之虞，是本件系爭商標即無商標法第30條第1項第10款
05 規定不得註冊之情形，則被告所為系爭商標之註冊申請應予
06 核駁之處分，即有未洽，訴願決定予以維持，亦有未合。從
07 而，原告訴請撤銷訴願決定及原處分，為有理由；又因被告
08 僅以系爭商標違反商標法第30條第1項第10款規定核駁本件
09 註冊申請，且陳明無其他商標法規定不得註冊之事由，業如
10 前述，是原告聲明被告應為准予註冊之處分，亦屬有據，爰
11 依行政訴訟法第200條第3款規定，判決如主文第1、2項所
12 示。

13 六、兩造其餘攻擊防禦方法，於本件判決結果不生影響，爰不予
14 一一論述，末此敘明。

15 七、據上論結，本件原告之訴為有理由，爰依智慧財產案件審理
16 法第1條、行政訴訟法第98條第1項前段、第200條第3款，判
17 決如主文。

18 中 華 民 國 111 年 11 月 30 日

19 智慧財產第三庭

20 審判長法 官 蔡惠如

21 法 官 林惠君

22 法 官 潘曉玫

23 以上正本係照原本作成。

24 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
25 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
26 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
27 送達後20日內補提上訴理由書（均須按他造人數附繕本）。

28 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
29 241條之1第1項前段），但符合下列情形者，得例外不委任律
30 師為訴訟代理人（同條第1項但書、第2項）。

01	得不委任律師為訴訟	所 需 要 件
02	代理人之情形	
03		
04	(一) 符合右列情形	1. 上訴人或其法定代理人具備律師資
05	之一者，得不	格或為教育部審定合格之大學或獨
06	委任律師為訴	立學院公法學教授、副教授者。
07	訟代理人	2. 稅務行政事件，上訴人或其法定代
08		理人具備會計師資格者。
09		3. 專利行政事件，上訴人或其法定代
10		理人具備專利師資格或依法得為專
11		利代理人者。
12		
13	(二) 非律師具有右	1. 上訴人之配偶、三親等內之血親、
14	列情形之一，	二親等內之姻親具備律師資格者。
15	經最高行政法	2. 稅務行政事件，具備會計師資格者
16	院認為適當者	。
17	，亦得為上訴	3. 專利行政事件，具備專利師資格或
18	審訴訟代理人	依法得為專利代理人者。
19		4. 上訴人為公法人、中央或地方機關
20		、公法上之非法人團體時，其所屬
21		專任人員辦理法制、法務、訴願業
22		務或與訴訟事件相關業務者。
23		
24	是否符合(一)、(二)之情形，而得為強制律師代理之例	
25	外，上訴人應於提起上訴或委任時釋明之，並提出(二)所	
26	示關係之釋明文書影本及委任書。	
27		

28 中 華 民 國 111 年 12 月 2 日

29 書記官 李建毅

附圖1：系爭商標

申請案號第110880308號

申請日：109年10月16日

指定使用類別：

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」。

和泰支付

附圖2-1：據爭商標1

註冊第00102601號

商標權人：和泰科技股份有限公司

申請日：86年4月1日

註冊日：87年9月1日

註冊公告日：87年10月1日

專用期限：117年8月31日

指定使用類別：

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」。

聲明不專用：圖樣中之「科技、FOR CHINESE」不在專用之內。



附圖2-2：據爭商標2

註冊第01414974號

商標權人：和泰茶行 連郁琦

申請日：98年3月26日

註冊日：99年6月16日

註冊公告日：99年6月16日

專用期限：119年6月15日

指定使用類別：

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）」。

