

智慧財產及商業法院行政判決

112年度行商更一字第3號

民國113年2月29日辯論終結

原告 中鹿汽車客運股份有限公司

代表人 林品妤

訴訟代理人 江雍正律師

陶德斌律師

黃宣喻律師

被告 經濟部智慧財產局

代表人 廖承威

訴訟代理人 李澤艷

參加人 愛巴士通運有限公司

代表人 徐昇民

訴訟代理人 蘇三榮律師

上列當事人間因商標異議事件，原告不服經濟部中華民國109年9月5日經訴字第10906309010號訴願決定，提起行政訴訟，前經本院於111年6月15日以109年度行商訴字第111號判決後，參加人提起上訴，經最高行政法院於112年8月10日以111年度上字第579號判決廢棄發回更審，本院更為判決如下：

主 文

一、原告之訴駁回。

二、第一審及發回前上訴審訴訟費用均由原告負擔。

事實及理由

一、依現行智慧財產案件審理法（下稱智審法）第75條第3項規定，本件係智審法修正施行前繫屬於本院，應適用修正前即民國110年12月10日公布施行之智審法規定，合先敘明。

二、爭訟概要：

（一）原告於105年9月22日以「Ibus」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39類之「車輛運輸；汽車貨運；汽車運輸；遊覽車客運；計程車客運；計程車運輸；鐵路運輸；捷運；貨櫃運輸；貨車運輸；電車運

01 輸；公共汽車運輸；乘客運輸；旅客運輸；觀光旅遊的運輸
02 服務；汽車出租；轎車出租；動力賽車出租；貨車出租；車
03 輛出租；賽車租借；卡車租借；司機服務；公車租賃；大客
04 車出租；旅行拖車出租；車頂行李架租賃；鐵路貨車車廂出
05 租；鐵路客車車廂出租；牽引機出租；交通工具租賃；導航
06 系統出租；安排旅遊；安排觀光旅遊；旅遊預約；旅行預
07 約；安排航海旅遊；代辦出入國手續；代售國內外運輸事業
08 之客票；代預訂國內外運輸事業之客票；運輸工具預約；運
09 輸預約；提供旅遊資訊；旅客陪同；為旅遊預訂座位；為旅
10 行目的提供行車指引；停車場；車庫租賃；停車場租賃；提
11 供運輸資訊；以電腦追蹤貨物運送過程之服務；交通資訊；
12 提供電子地理資訊；藉由通訊網路提供不可下載之電子地圖
13 服務；提供衛星導航服務；運輸經紀；貨運經紀；船務代
14 理」服務，向被告申請註冊，經被告核准列為註冊第019247
15 11號商標（如附圖1，下稱系爭商標）。

16 （二）參加人以系爭商標有違反商標法第30條第1項第10、12款規
17 定，提起異議（其追加主張系爭商標有同條項第8款規定部
18 分，於法不合，業經原處分駁回）。經被告審查，認系爭商
19 標有商標法第30條第1項第12款規定之適用，以109年6月22
20 日中台異字第G1070550號商標異議審定書為系爭商標之註冊
21 應予撤銷之處分（下稱原處分，至於有無同條項第10款規定
22 之適用即毋庸論究）。原告不服，提起訴願，經經濟部於10
23 9年9月15日以經訴字第10906309010號決定駁回（下稱訴願
24 決定），原告遂向本院提起行政訴訟。本院因認本件訴訟結
25 果，倘認訴願決定及原處分應予撤銷，參加人之權利或法律
26 上利益將受損害，乃依職權裁定命其獨立參加本件訴訟，嗣
27 經本院以109年度行商訴字第111號判決撤銷原處分及訴願決
28 定，經參加人提起上訴後，最高行政法院以111年度上字第5
29 79號判決廢棄發回本院。

30 三、原告主張及聲明：

01 (一)原告於系爭商標申請註冊前，參加人所有如附圖2所示「bus
02 及圖」商標已於101年2月16日取得註冊登記，並無商標法第
03 30條第1項第12款規定之適用，原處分及訴願決定以該商標
04 認有前揭規定之適用云云，顯然有誤。

05 (二)系爭商標與參加人主張之先使用商標圖樣（如附圖2、3、4
06 ）不構成近似或近似程度不高：

07 1.系爭商標的整體外觀係經過設計及位置編排，「Ibus」均為
08 英文字體，且第一個英文字母「I」為大寫，後面為3個小寫
09 英文字母「bus」。

10 2.參加人主張如附圖2至4所示先使用商標即「Bus及圖」、「
11 愛巴士」、「愛巴士通運」、「愛Bus及圖」、「愛巴士通
12 運ibus」，均與系爭商標不構成相同或近似：

13 (1)附圖2所示「Bus及圖」圖樣，為愛心之紅色線條內置藍底
14 白字之「BUS」設計圖，下置綠色線條所組成，其中英文
15 字母「B」、「S」均設計有車輪圖案，整體外觀觀察，兩
16 者明顯完全不同，並不近似，亦不會造成一般消費者誤認
17 。

18 (2)附圖3編號3-1、3-2、3-4、3-7、3-8，及附圖4編號4-1所
19 示「愛巴士」或「愛巴士通運」文字，則係以中文字排列
20 ，整體外觀觀察，兩者完全不同，並不近似，亦不會造成
21 一般消費者誤認；另附圖3、4所示之「愛巴士」三個中文字
22 排列，或其中「愛」字體較大之圖樣，從整體外觀觀察，
23 兩者完全不同，並不近似，亦不會造成一般消費者誤認
24 。至其餘外文之「ibus」或「IBUS」文字，單純僅為四個
25 英文字排列，且英文字母均為全小寫或全大寫，消費者異
26 時異地整體觀察亦有差異，二者並不近似。

27 (3)又「BUS」文字於車輛運輸相關產業均有大量使用，自不
28 得單純僅以英文「BUS」相同遽認構成近似。是以，系爭
29 商標與參加人主張先使用之商標圖樣並不近似或近似程度
30 不高。

01 (三)依參加人所提先使用商標之使用證據並不足作為其有先使用
02 「Ibus」、「愛巴士」商標之事證：

- 03 1.參加人所提如附圖3編號3-1之臺北市政府營利事業登記證、
04 汽車運輸業營業執照、臺北市遊覽車客運商業同業公會會員
05 證、有限公司變更登記表（異議卷第26至28頁，同參證1）
06 ；編號3-2之商標查詢資料（參證2）；編號3-3之英文網域
07 名稱詳細資料（異議卷第30頁，同參證3）；中華民國商標
08 註冊證（異議卷第29頁之附件2）、公路總局公路客運app名
09 稱（異議卷第35至37頁之附件9）、臉書粉絲專頁名稱（異
10 議卷第34頁之附件8，同參證7）、參加人於108年11月12日
11 異議補充理由書所附證1至證9-1之臉書粉絲專頁貼文等資料
12 （其中證1至證7-1同參證9），均非商標實際使用情形，並
13 不足以作為有先使用「Ibus」、「愛巴士」商標之事證。
- 14 2.關於參加人所提上開使用證據中之遊覽車外觀照片，雖有使
15 用「愛巴士」或「愛巴士通運」文字，然無論「愛巴士」或
16 「愛巴士通運」均僅為「愛巴士通運有限公司」之一部，縱
17 該遊覽車身外觀上字樣有特別放大，惟就遊覽車身之整體觀
18 察，車身整體文字並無特殊設計或足以使相關消費者認識該
19 字樣確為商標，亦非商業交易過程中而使用，仍不足使相關
20 消費者認識其為商標，僅為公司名稱之使用而非商標使用，
21 無法作為有先使用商標之事證。
- 22 3.又依參加人所提使用網域資料（異議卷第30頁之附件3）、
23 劉晏竹名片（異議卷第31頁之附件5，同參證5）、網頁word
24 檔（異議卷第31至33頁之附件6）、107年8月21日之搜尋網
25 頁內容（異議卷第33頁背面之附件7）、申證3之電腦檔案資
26 料夾檔名截圖、申證4、6之愛巴士通運訂車確認單（同參證
27 8）、申證5之利達集團訂車確認單、申證7、8之交大匯款同
28 意書及電腦檔案資料夾檔名截圖、申證9、10之逢甲大學廠
29 商基本資料調查表及電腦檔案資料夾檔名截圖、申證11之海
30 報草圖（同參證6）、申證12電腦檔案資料夾檔名截圖、申
31 證13、14之愛巴士商標圖及電腦檔案資料夾檔名截圖、申證

01 15之電腦檔案資料夾檔名截圖、申證16、17之報紙翻拍、申
02 證18、19之網頁截圖、申證21（同參證10）、22之照片（以
03 上見異議卷第77至87頁）、108年7月14日補充陳述意見書狀
04 之圖1至圖4（同上卷第105頁及背面）、同年11月12日異議
05 補充理由書所附證1至證9-1之臉書粉絲專頁貼文等資料（同
06 上卷第112至120頁，其中證1至證7-1同參證9），或日期不
07 明、或為私文書，或有所載內容無從勾稽核對，真實性容有
08 疑義，或內容所標示日期或搜尋日係在系爭商標申請日（10
09 5年9月22日）後，均無法作為先使用之證據。至於證人劉晏
10 竹證稱參加人於系爭商標申請前即有於遊覽車外觀上使用
11 「愛bus圖」、「愛巴士」、「愛巴士通運」等商標情形，
12 則不可採信。

13 4.參加人雖主張其有註冊網域名稱「www.ibus.tw」可作為商
14 標之先使用證據，惟該網域名稱根本非參加人所申請註冊，
15 且該網域名稱僅得證明有使用「www.ibus.tw」作為網域名
16 稱之事實，並無法作為證明參加人有先使用「Ibus」商標之
17 論據。況商標使用必須合於「商業交易過程而使用」以及「
18 需足以使相關消費者認識其為商標，其使用並應符合一般商
19 業交易習慣」之要件，該網域名稱除無法使消費者認識其為
20 商標之外，亦非商業交易過程中而使用。參加人以此主張因
21 有該網域之存在而有先使用之事實，顯有誤會。

22 5.此外，商標最主要功能在於使消費者識別商品或服務來源，
23 商標使用係藉以表彰使用人自身所提供之商品或服務來源，
24 而非他人所提供之商品或服務來源，參加人所提出種種使用
25 證據多與前揭提出作為商標使用之圖樣不同，難認得以達到
26 使消費者識別之商標功能，亦難認有作為讓消費者識別商品
27 或服務來源之情形，故難採為其有先使用商標之事證。

28 (四)系爭商標與參加人主張之先使用商標並未使用於同一或類似
29 之商品或服務：

30 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
31 服務分類表第39類，原則上以原告服務地理區域為臺中市、

彰化縣之「市區公車」為主，亦有臺中到鹿港的「公路客運」，係服務類別中「公共汽車運輸」。參加人為新竹地區遊覽車業者，僅有提供車輛或載運旅客，並未提供滿足消費者其他旅遊資訊服務或設備提供服務，兩者服務範圍並不相同，顯有差異，足見系爭商標使用與參加人所提出先使用商標並非使用於同一或類似之服務。又台灣愛巴士交通聯盟使用系爭商標實際服務範圍多於固定路線之「中南部」、「市區公車」，而先使用商標之使用範圍為「新竹縣」、「遊覽車業務」，兩者有地域上差異，就市場交易情形，主要經營路線非同縣市亦非鄰近地區，參酌一般社會通念及市場交易情形，不屬於類似服務。況「BUS」多使用於公車業者，倘若未依一般社會通念及市場交易情形審酌本件服務範圍，則會有服務範圍包山包海的情形，根本無法作為審視本件是否有商標法第30條第1項第12款以仿襲意圖搶註商標要件之「使用於同一或類似商品或服務」。因此，系爭商標使用之服務範圍與先使用商標使用服務範圍明顯有地域之差異，並不構成使用於同一或類似商品或服務。

(五)原告並無意圖仿襲而以不正競爭行為搶先註冊系爭商標之情事：

- 1.參加人主張先使用商標多半使用於新竹縣，為單一公司，系爭商標之商標權人大多於中南部聯盟使用系爭商標，又參加人經營類型多為「新竹地區遊覽車」業務，及「僅有兩位職業駕駛」，「公司經營長年虧損」情形以觀，使用系爭商標之台灣愛巴士聯盟經營範圍為「中南部地區」，原告根本無從透過市場或網路資訊等管道知悉參加人所提出先使用商標。另原告所屬愛巴士交通聯盟集團深得消費者認同，光是旗下一家公司已為參加人資本總額的2倍之集團，原告實無需仿襲一家經營範圍不同、資本營業額未達集團旗下一家公司半數資本額且長年虧損之公司所先使用之商標，依一般經驗法則，本件確無意圖仿襲而以不正競爭行為搶先註冊情事甚明。

01 2.系爭商標乃103年1月間原告委任創集設計股份有限公司（下
02 稱創集公司）設計師設計圖案，並由原告與設計師共同討論
03 發想而出，然參加人竟於103年9月5日前上網重製該美術著
04 作，經原告提起刑事告訴後，業經臺灣新竹地方法院以106
05 年度智易字第4號刑事判決及本院107年度刑智上易字第15號
06 刑事判決認定參加人犯侵害原告之著作財產權罪確定。可徵
07 原告聘請設計師設計「ibus」作為集團商標使用時，並不知
08 悉新竹地區有參加人存在，否則不會與設計師共同發想討論
09 出「ibus」作為集團形象商標使用，故原告於設計及申請註
10 冊系爭商標時沒有仿襲意圖。

11 3.況參加人係於原告提起刑事告訴後方於105年9月18日變更其
12 粉絲專頁名稱為「愛巴士通運ibus」，參加人此舉係為製造
13 有先使用之假象，故參加人之粉絲專頁名稱無法作為先使用
14 之證明。至參加人所提參證17至19錄音譯文主張已有消費者
15 產生混淆誤認之事實。惟觀其錄音譯文內容可見參加人早知
16 悉對方打錯電話，仍蓄意誤導而錄製此項錄音，且這麼多年
17 來僅有兩通打錯電話之情形，尚不足認定民眾對於參加人所
18 提出先使用商標與原告或台灣愛巴士交通聯盟所使用商標有
19 混淆誤認之虞。

20 (六)另與本件相關之另案即註冊第1924712號「台灣愛巴士」商
21 標異議案，參加人所據以異議之相關證物均與本件高度相同
22 ，既然另案經本院109年度行商訴字第70號、最高行政法院1
23 10年度上字第237號判決發回後，觀被告機關出具之商標異
24 議審定書（更證5，下稱另案商標異議審定書），已說明原
25 告與參加人間所服務對象之「市場區域並未高度重疊」，並
26 無「先使用於同一或類似商品或服務之商標」之情形，且參
27 加人亦未舉證其與原告間具有契約、地緣、業務往來或其他
28 關係，且於原告所屬之台灣愛巴士交通聯盟創立時，參加人
29 並未普遍先使用「愛Bus及圖」、「愛巴士」商標，而臉書
30 名稱之使用，僅係用來表示該臉書之使用人名稱，並非商標
31 使用，網域名稱並非商標之使用，參加人以此主張有先使用

該商標，與商標法第5條之規定未合，且該網域名稱根本並非參加人所申請等情，則本件被告及參加人就系爭商標有違反商標法第30條第1項第12款規定之主張，已全無可採。

(七)聲明：原處分及訴願決定均撤銷。

四、被告答辯及聲明：

(一)原告為台灣愛巴士交通聯盟成員之一，該聯盟於103年間由原告及訴外人漢程汽車客運股份有限公司、中南汽車客運股份有限公司、仁友汽車客運股份有限公司、仁有通運股份有限公司等5家交通運輸經營管理團隊組成之民營客運業者聯盟，其服務範圍涵蓋市區公車、公路客運、國道客運及遊覽車等相關業務。

(二)參加人有先使用「愛巴士」、「愛巴士通運」、「愛Bus及圖」、「愛巴士通運ibus」、「Bus及圖」商標於遊覽車客運服務及相關觀光旅遊交通運輸服務之事實：

1.依參加人98年公司變更登記表，參加人公司之營業項目為「遊覽車客運業」。

2.依參加人99、100年與「庫洛洛電腦」、「輔仁大學織品研究所」之訂車確認單（參證8），於訂車確認單表格上載有「租用車型」及「行車路線：頭份-漁人碼頭」台北-日月潭-清境（清境風情）、Day2清境-合歡山-廬山-台中逢甲-台北」之二地點接送或觀光旅遊行程，並可見「Bus及圖」、「愛巴士通運」商標圖樣，可知參加人於99及100年間曾為他人提供遊覽車客運服務及其相關之觀光旅遊交通運輸服務之事實。

3.依參證7及異議證1至證5，參加人自102年10月31日至103年10月15日臉書貼文圖樣文字，其上可見「Bus及圖」與「愛巴士通運ibus」商標。再由參加人檢附之【乙證1-9】之證2參加人臉書103年1月6日貼文載有「愛巴士通運ibus在麗娜輪」文字及郵輪照片；另於【乙證1-9】之證2-1貼文可見該遊覽車車頭上半部擋風玻璃前載有「Bus及圖」商標，左右前燈之間則可見「愛Bus及圖」商標（同參證9，前審卷一第28

3頁)；【乙證1-9】之證4、證4-1、證4-2、證5參加人103年8月1日臉書貼文之遊覽車照片(同參證9,前審卷一第286至289頁),車體側面有「愛巴士」商標與「通運公司」,其中「愛巴士」字體較大自予消費者寓目印象深刻應屬「愛巴士」商標之使用。據此可知參加人自102年起有提供遊覽車客運服務及其相關觀光旅遊交通運輸服務之事實。

4.綜上堪認參加人於系爭商標申請註冊日(105年9月22日)之前,有先使用「Bus及圖」、「愛巴士通運」、「愛巴士通運ibus」、「愛Bus及圖」、「愛巴士」商標於提供遊覽車客運服務及其相關觀光旅遊交通運輸服務之事實。

(三)兩造商標近似程度不低,且使用之服務構成類似:

1.系爭商標係由單純之英文組成,先使用之「愛巴士」、「愛巴士通運」與「愛巴士通運ibus」商標,分別由中、英文「愛巴士」、「愛巴士通運」、「ibus」構成,其中「通運」為所營事業之說明文字,與系爭商標相較,皆有英文「Ibus」/「ibus」為主要識別部分,或讀音相通之「愛巴士」,以具有普通知識經驗之消費者,於異時異地隔離整體觀察或市場交易連貫唱呼之際,不易區辨,應屬構成近似之商標,且近似程度極高。又系爭商標之英文「ibus」之「i」字母之讀音近似中文「愛」字,而附圖2之商標圖樣,係由設計如愛心之紅色線條內置藍底白字之「BUS」設計圖,下置綠色線條所組成,其中英文字母「B」、「S」均設計有車輪圖案;「愛Bus及圖」商標(遊覽車車頭下方)則由略經設計之彩色中文「愛」與「BUS」圖所組成,其中英文「BUS」有彩色愛心線條設計。系爭商標與先使用商標相較,皆以「ibus」、「愛BUS」或「BUS」為主要唱呼識別部分,且中文「巴士」為英文「BUS」之音譯,故二者於觀念及讀音上幾近相同,亦屬近似之商標,且近似程度不低。

2.系爭商標指定使用之「車輛運輸;汽車貨運;汽車運輸;遊覽車客運;計程車客運;計程車運輸;鐵路運輸;捷運;貨櫃運輸;貨車運輸;電車運輸;公共汽車運輸;乘客運輸;

01 旅客運輸；觀光旅遊的運輸服務；汽車出租；轎車出租；動
02 力賽車出租；貨車出租；車輛出租；賽車租借；卡車租借；
03 司機服務；公車租賃；大客車出租；旅行拖車出租；車頂行
04 李架租賃；鐵路貨車車廂出租；鐵路客車車廂出租；牽引機
05 出租；交通工具租賃；導航系統出租；提供運輸資訊；以電
06 腦追蹤貨物運送過程之服務；交通資訊；提供電子地理資
07 訊；藉由通訊網路提供不可下載之電子地圖服務；提供衛星
08 導航服務；運輸經紀；貨運經紀；船務代理」等部分服務，
09 與先使用商標之提供遊覽車客運服務及其相關觀光旅遊交通
10 運輸服務相較，二者係提供將人員或商品自一地運送至他地
11 之交通運輸服務及其相關服務，同屬「商品及服務分類暨互
12 相檢索參考資料」所載第3901「車輛運輸」組群服務，或屬
13 需與第3901組群相互檢索之第3909「交通工具租賃」、3913
14 「提供運輸資訊；運輸經紀」組群服務，於性質、提供者、
15 消費族群等因素上具有共同或關聯之處，且常來自相同之服
16 務提供者，應屬同一或類似之服務。

- 17 3.另系爭商標指定使用之其餘「安排旅遊；安排觀光旅遊；旅
18 遊預約；旅行預約；安排航海旅遊；代辦出入國手續；代售
19 國內外運輸事業之客票；代預訂國內外運輸事業之客票；運
20 輸工具預約；運輸預約；提供旅遊資訊；旅客陪同；為旅遊
21 預訂座位；為旅行目的提供行車指引」部分服務，係提供與
22 觀光旅遊相關之安排/預約/代辦-遊覽、出入國手續、運輸
23 客票、運輸工具、提供旅遊資訊、座位、行車指引等服務，
24 與先使用商標之提供遊覽車客運服務相關之車輛出租、遊覽
25 車接送及觀光旅遊運輸服務相較，衡酌現今國內外觀光旅遊
26 頻繁，遊客經常透過旅行社、航空、郵輪、鐵道及客運等公
27 司安排/預約/代辦觀光旅遊活動，而該等旅遊服務業者經常
28 與遊覽車客運、車輛出租業者簽訂載客、運輸、遊覽服務，
29 或提供相關客運運輸業者之資訊，是二者服務於滿足消費者
30 之需求及服務提供者上有共同或關連之處，仍屬類似程度不
31 低之服務。至系爭商標指定使用於「停車場；車庫租賃；停

車場租賃」部分服務，與參加人係經營遊覽車客運業務，及其有先使用於車輛出租、遊覽車接送、觀光旅遊運輸服務相較，二者雖類似程度低，然依一般社會通念及市場交易情形，前者服務亦提供客運業者運輸載客行進間休憩時車輛所需之周邊設備、服務，揆依前開說明，二者仍有關聯之處，應屬類似之服務。

(四)原告因與參加人為同業關係而知悉先使用商標之存在，意圖仿襲而申請系爭商標註冊：

原告與參加人間雖未具有契約或業務往來關係，惟參加人於98年登記營業項目為遊覽車客運業，並加入台北市遊覽車客運商業同業公會，依參加人所提前開訂車確認單，可知其早於99年起即陸續使用「愛巴士」、「愛巴士通運」等商標於提供遊覽車客運服務及其相關觀光旅遊交通運輸服務，且提供遊覽車服務之地點，並不限於原告所稱之新竹縣。又原告亦為汽車客運業者，與參加人具有競爭同業關係，對於相關行業資訊應較一般人熟悉且關注，自不難透過市場或網路資訊等管道得知參加人先使用商標之存在，則其嗣以高度近似之系爭商標申請註冊於同一或類似服務，實難謂巧合，依一般經驗法則，難謂非基於仿襲之意圖，而申請系爭商標之註冊。

(五)綜上，參加人於系爭商標申請註冊前有先使用「愛巴士」、「愛巴士通運」、「愛Bus及圖」、「愛巴士通運ibus」、「Bus及圖」商標於提供遊覽車客運服務及其相關觀光旅遊交通運輸服務，且原告因競爭同業關係知悉先使用商標之存在，其後以近似之系爭商標，指定使用於類似服務申請註冊，應係基於仿襲意圖，而以不正競爭之方式申請註冊，應有商標法第30條第1項第12款規定之適用。至於原告所舉本院107年度刑智上易字第15號刑事判決認參加人侵害原告之著作財產權，係屬參加人侵害原告之「ibus」圖案美術著作之情事，該美術著作圖案與本案先使用商標不同，亦與本案係審究系爭商標有無商標法第30條第1項第12款規定不得註

冊之情事，係屬二事；另原告舉出以其公司之資本額、經營車輛運輸情形均較參加人優良等節，然本款之立法意旨在保護商標先使用人之正當利益，並避免剽竊他人先使用之商標而惡意申請註冊，故凡商標申請人知悉他人商標之存在，且基於仿襲意圖而以相同或近似之商標指定使用於與實際使用服務同一或類似之服務，即有本款規定之適用，尚不以先使用商標在國內已臻著名或為國內消費者所熟悉為其要件，原告所訴自非足採。

(六)聲明：原告之訴駁回。

五、參加人之陳述及聲明：

(一)參加人於98年起先使用「愛巴士」、「IBUS」等商標，並於同年3月26日變更公司名稱為「愛巴士通運有限公司」，復將愛巴士通運有限公司登記於營利事業登記證、遊覽車客運同業公會會員證及汽車運輸業使用執照，此時參加人即廣泛使用公司名稱之特許部分「愛巴士」及其英譯「IBUS」作為商標使用，並以經設計如附圖2至4所示之商標圖樣作為宣傳。

(二)參加人有先使用「愛巴士」、「IBUS」商標之事實：

- 1.參加人早於99年7月2日即申請如附圖2所示商標，該商標於101年2月16日公告，商標名稱即記載「愛巴士圖」，足證參加人確有先使用「愛巴士」、「IBUS」商標。
- 2.參加人於97年12月19日即註冊網域名稱「www.ibus.tw」，且於該網域名稱註冊之後，參加人於該網址顯示之網頁，其中左上角、下方均有明顯標示「愛巴士」、「ibus」之商標字樣(如附圖編號3-3、3-4)。
- 3.參加人自98年起即使用有明顯標示「愛巴士」、「ibus」商標字樣之名片，且有使用其上有明顯標示「ibus」商標字樣之廣告單(如附圖編號3-6)。
- 4.參加人申請之「愛巴士通運ibus」臉書粉絲專頁，最早於102年10月31日即有貼文，該貼文上方有明顯標示「愛巴士」、「ibus」之商標字樣(如附圖編號3-7)。

- 01 5.參加人於99年12月9日、8月12日、1月18日、7月27日使用之
02 訂車單，正上方均有明顯標示「愛巴士」、「ibus」之商標
03 字樣(如附圖編號3-8)。
- 04 6.參加人自98年起即在遊覽車外觀上使用如附圖4所示商標圖
05 樣，行駛在各大觀光景點及道路，並於102年3月23日、102
06 年4月17日、101年8月13日、101年11月21日、102年10月6日
07 之臉書貼文，均有出現使用如附圖4所示商標圖樣於遊覽車
08 (如附圖4)。
- 09 7.前揭宣傳單、訂車確認單上方均有顯著「愛巴士通運」、
10 「ibus」字樣，而不包含「公司」字樣；FB貼文中貼文者名
11 稱「愛巴士通運ibus」亦未包含「公司」字樣，顯非公司名
12 稱之使用而為商標使用。另遊覽車身外觀上的「愛巴士通運
13 公司」字樣，其中「愛巴士」字有特別放大，顯然非單純公
14 司名稱，而屬有特殊設計之商標文字。依一般商業習慣，大
15 多公司均將公司名稱及商標併用，兩者並非不能同時存在，
16 且在遊覽車客運業中，如統聯運通、葛瑪蘭通運、雄獅通
17 運、欣欣通運、國光客運、首都客運、大有巴士等，均以公
18 司特許字樣，結合通運、客運、巴士等字樣，及英文名稱結
19 合「bus」，印製在遊覽車側邊，以及所有宣傳、廣告、文
20 宣、訂單上，以表彰為同一業者所推出之遊覽車服務，讓消
21 費者快速記憶並取得消費者信任，造成在遊覽車、客運之服
22 務領域中，公司名稱之使用與商標使用均具有表彰來源之功
23 能。
- 24 8.又據證人劉叡霆、劉晏竹之證述，可證參加人早於97年起即
25 透過關係企業利達通運股份有限公司（下稱利達公司）申請
26 ibus網域名稱，架設www.ibus.tw網站使用，並自98年間使
27 用如參證5之愛巴士名片。另觀參證6之廣告單上印有「ibus
28 」商標，而吉象旅行社股份有限公司（下稱吉象公司）則與
29 參加人均為同一負責人之關係企業，雙方以共同行銷方式宣
30 傳「ibus」商標。

01 9.另由參加人所提附圖編號3-7所示FB貼文均有上傳臉書日
02 期，且遊覽車照片中之名牌記載「愛巴士 2015白宮行館」
03 等字樣（參證9），復勾稽附圖4之遊覽車使用照片，足以證
04 明參加人確有先使用商標之事實。

05 （三）參加人先使用如附圖2至4所示「ibus」、「愛巴士」、「愛
06 bus及圖」、「愛bus」等商標，其中之「愛」與系爭商標之
07 英文「i」音同，紅色線條心型圖亦代表「愛」，亦與系爭
08 商標之英文「i」音同，則消費者唱呼時之讀音、外觀、觀
09 念正是「ibus」，無其他的可能性，而為高度近似之商標。
10 又參加人先使用「愛巴士」商標，與系爭商標之英文讀音完
11 全相同，則消費者唱呼時自然會直接將兩者聯想在一起，而
12 屬於高度近似商標，故參加人先使用如附圖2至4所示商標，
13 與系爭商標構成高度近似，且已致消費者混淆誤認參加人就是
14 愛巴士交通聯盟，有實際發生混淆誤認之情形出現（參證
15 17至19之電話錄音）。

16 （四）參加人先使用商標係使用於遊覽車客運服務、觀光旅遊交通
17 運輸服務，而原告之「台灣愛巴士交通聯盟」亦將系爭商標
18 使用於遊覽車客運服務、觀光旅遊交通運輸服務，而與參加
19 人為競爭同業。且原告之愛巴士聯盟服務範圍涵蓋北、中、
20 南亦即全台，與參加人經營範圍重疊，而有直接競爭關係。
21 原告於成立「台灣愛巴士交通聯盟」前，必然會以「愛巴士
22 」檢索公司名稱，而得知參加人已先使用「愛巴士」、「
23 ibus」商標之事實，故原告明知參加人先使用「愛巴士」、
24 「ibus」商標仍註冊系爭商標，顯有仿襲意圖。又於目前媒
25 體、網路發達時代，只要稍微檢索、查證即會發現參加人於
26 98年4月取得客運業營業執照開始營運，並持續使用「愛巴
27 士」、「ibus」商標，足證原告確有仿襲之意圖。況依102
28 年遊覽車同業公會會員名冊，參加人列在第71頁，「台灣愛
29 巴士交通聯盟」成員之仁有通運公司列在第76頁，頁數如此
30 相近，顯見雙方均為同業，原告自有仿襲意圖。

(五)系爭商標為未經設計之純文字「Ibus」，與另案為經設計過之字形不同，無法比附援引：

1.註冊第01924712號「台灣愛巴士」中文商標，該案與系爭商標為英文「Ibus」並不相同，且該案係因參加人於上訴時始提出102年遊覽車同業公會會員名冊作為證據，而最高行政法院110年度上字第237號行政判決以當事人在本院原則上不得提出新攻擊防禦方法，亦不得提出新事實、新證據資為上訴理由而未予審酌之情形下，故該案與本案之案情及證據均不相同。

2.註冊第01921353號「台灣愛巴士交通聯盟ibus設計圖」其中之英文部分，為設計過之圖案，但本案為未經設計之純文字「Ibus」，且依本院109年度行商訴第112號判決所引用之創集公司負責人證詞內容，可知英文「ibus」與中文「愛巴士」之名詞並非由創集公司所發想或原創，乃原告指定使用之商標，再由創集公司針對英文「ibus」與中文「愛巴士」設計出原創之字型。故創集公司所原創之標的並非英文「ibus」與中文「愛巴士」名詞，僅是依原告所提供「ibus」與中文「愛巴士」繪畫字型而已。

(六)聲明：原告之訴駁回。

六、本件爭點：系爭商標有無商標法第30條第1項第12款本文規定之事由？

七、本院判斷：

(一)應適用之法規：

1.按異議商標之註冊有無違法事由，除第106條第1項及第3項規定外，依其註冊公告時之規定，商標法第50條定有明文。本件系爭商標之申請日為105年9月22日，註冊公告日為107年7月1日（前審卷一第25頁），參加人於107年8月27日對系爭商標提起異議（異議卷第15頁），經被告於109年6月22日作成原處分（異議卷第1頁），故系爭商標之註冊有無違法事由應以105年11月30日修正公布、同年12月15日施行之現行商標法（下稱商標法）為斷。

01 2.商標法第30條第1項第12款規定：「商標有下列情形之一
02 者，不得註冊：……□相同或近似於他人先使用於同一或類
03 似商品或服務之商標，而申請人因與該他人間具有契約、地
04 緣、業務往來或其他關係，知悉他人商標存在，意圖仿襲而
05 申請註冊者。但經其同意申請註冊者，不在此限。」本款規
06 範意旨在防止投機者，利用特定關係而知悉他人未於國內註
07 冊商標，進而搶先申請註冊，以阻撓他人使用該商標，以維
08 護交易秩序與商業道德。按我國採先申請主義，故原以先註
09 冊者優先受保護，惟基於誠信原則及防止消費者混淆暨不公
10 平競爭行為之關係，除參照巴黎公約第6條之7第1項之規
11 定，禁止代理人或代表人搶註商標外，並擴大其適用範圍及
12 於契約、地緣、業務往來或其他關係，知悉他人商標存在而
13 剽竊搶註之情形。至於申請人是否基於仿襲意圖所為，自應
14 斟酌契約、地緣、業務往來或其他等客觀存在之事實及證據
15 ，依論理法則及經驗法則加以判斷。

16 (二)依參加人所提使用證據及證人之證述綜合判斷，足認其於系
17 爭商標申請註冊之前有先使用「IBUS」、「愛巴士」商標：

18 1.參加人於前審110年3月26日提出商標權申請查詢資料（附圖
19 編號3-2，即參證2，前審卷一第265頁）、遊覽車照片（附
20 圖編號4-2，即參證10，前審卷一第250頁）、臉書貼圖照片
21 （即附圖編號4-3，前審卷一第295至299頁），於異議程序
22 時雖未提出，惟此乃針對其於異議程序時已主張有先使用
23 「愛巴士」或「IBUS」商標所提出之補強證明，僅為補強證
24 據而非新證據，本院仍應予以審酌。至於附圖2所示「bus及
25 圖」商標已於101年2月16日取得註冊登記，並無遭原告搶註
26 之可能，自無商標法第30條第1項第12款規定之適用，即非
27 參加人之先使用商標，先予敘明。

28 2.依參加人所提附圖編號4-1最下方之遊覽車照片（參證9），
29 可見遊覽車擋風玻璃之名牌上除記載參加人之公司名稱「愛
30 巴士通運有限公司」外，更以較大中文字型標示「愛巴士
31 2015白宮行館」供人辨識，可推知參加人有以「愛巴士」

01 作為商標以行銷該次遊覽車旅遊行程之意，且該次遊覽車之
02 旅遊日期為西元2015年，而該照片係發布於臉書，依臉書頁
03 面可見該照片發布日期為西元2015年8月28日（原審卷一第29
04 0頁），足認拍攝日期係在系爭商標申請註冊之前。又依附圖
05 編號4-3之遊覽車後方照片（參證11），可見「愛Bus及圖」
06 設計圖樣，該照片係由訴外人鄭香介上傳臉書，上傳日期為
07 西元2013年10月6日（前審卷一第300頁），觀諸該臉書貼文
08 中共有兩張遊覽車照片，兩張照片應為同一台遊覽車（一為
09 側面照、另一為後方照），該側面照片可見遊覽車之車身記
10 載「愛巴士通運公司」，復參酌鄭香介在該貼文撰寫「在芎
11 林甕窯雞用餐。第一次喔。來吃吃看同事們。新開張的喔！
12 」，並於留言中回覆「份量小隻一點。有點失望喔！」可推
13 知鄭香介應為該遊覽車之乘客無誤，足認參加人在遊覽車身
14 有使用與「IBUS」、「愛巴士」商標近似之「愛Bus及圖」
15 設計圖樣行銷。再參以附圖編號4-1第2、3張之遊覽車照片
16 （參證9），臉書發布日期為西元2014年8月1日、10月15日
17 （前審卷一第287至289頁），該遊覽車側面使用「愛巴士」
18 字體較後面的「通運公司」為大，足以特別引起相關消費者
19 之注意，參加人應有凸顯「愛巴士」文字作為商標以行銷其
20 經營遊覽車客運旅遊服務之意。

21 3. 依附圖編號4-1最上方之臉書截圖頁面顯示員工旅遊之照片
22 ，遊覽車車側除可見「愛巴士」字樣外，該截圖頁面並標
23 示「愛巴士通運ibus-在花蓮美侖大飯店。2014年1月19日」
24 文字（前審卷一第285頁），其中「愛巴士通運ibus」與參
25 加人之臉書名稱相同（參證7，前審卷一第275頁），參加人
26 既於臉書上以其公司名稱「愛巴士通運」與「ibus」文字並
27 列，可讓相關消費者易於辨識其公司提供服務，則其主張有
28 將公司名稱及商標併用，該「ibus」具有表彰其服務來源之
29 功能，應符合商業交易習慣，非不足取。

30 4. 依附圖編號3-6之「2009第二季活動表」廣告單（參證6），
31 其上有「IBUS」英文設計字樣，下面有記載「吉象旅行社股

份有限公司」、「服務專線：劉小姐。TEL：(03)000-0000」(前審卷一第273頁)，復觀諸附圖編號3-5之徐昇民、劉晏竹名片(參證5)記載「利達關係企業：吉象旅行社、愛巴士通運、利達通運公司」、「班遊畢旅、精緻旅遊、百岳登山、旅遊諮詢、客製服務、行程企劃」、「電話：(03)000-0000」(與廣告單上之服務專線相同)，該名片左下方亦有「IBUS」、「愛巴士旅遊」設計字樣(同上卷第271頁)。參酌證人劉晏竹之證述：該名片於愛巴士通運公司98年成立之前，約西元2005年暑期就有，在與客戶接洽、對飯店餐廳使用，該廣告單大概西元2009年初開始使用，我們會寄給固有客戶、大專院校的社團、系學會之類，或貼在知名小吃店，還會放在臉書或網路拍賣，也有放在部落格、奇摩知識家、臺灣黃頁等語(前審卷一第539頁)，及其亦證述：愛巴士通運有限公司(下稱愛巴士公司)之前名稱是皇尊通運有限公司(下稱皇尊公司)，利達公司的登記負責人與皇尊公司的負責人徐永金是朋友，兩家公司的業務是相互支援的，皇尊公司變更名稱為愛巴士公司之前，伊跟伊先生都是在利達公司，變更名稱(98年3月26日)後伊與伊先生都到愛巴士公司等語(同上卷第546頁)，佐以證人劉叡霆之證述：參證5之名片是伊幫忙設計的，早在愛巴士公司成立之前就有等語(前審卷二第96頁)，核與證人劉晏竹所述大致相符，以及觀諸附圖3-8之「威寶電信」99年8月之訂車確認單(異議卷第78頁背面)，其上記載利達集團之成員為「愛巴士客運/利達通運/騰達交通/吉象旅行社」，依此可見當時吉象公司與參加人應同屬利達集團之關係企業，兩家公司確有共同在廣告單或名片上以「IBUS」、「愛巴士」作為商標，以行銷其遊覽車客運及旅遊服務。

- 5.再由證人劉叡霆之證述：伊在97年底申請註冊www.ibus.tw網址，上面有「就是愛巴士ibus」之LOGO(參證4)，是伊製作的，依該網站後台修改紀錄可知自98年7、8月後就沒有再動過，迄今一直在網路上等語(前審卷二第95至96頁)，

並有該網站之後台網頁圖片可稽（同上卷第60、61頁），可證參加人早於98年起即申請「ibus」之網域名稱使用，並有以「愛巴士」、「Ibus」作為商標行銷之意。

6.綜合前揭證據相互勾稽判斷，並由參加人於98年3月間變更公司名稱為「愛巴士通運有限公司」經營遊覽車客運業，取得營利事業登記證、汽車運輸業營業執照及台北市遊覽車客運商業同業公會之會員證（異議卷第26至28頁），堪認其於系爭商標申請註冊日（105年9月22日）之前，即有在遊覽車車體外觀、廣告單、名片、臉書及網站等商業交易過程以「愛巴士」、「Ibus」作為商標行銷使用，故其有先使用「愛巴士」、「Ibus」商標於提供遊覽車客運及相關旅遊運輸服務之事實，應堪認定。

7.原告雖以前揭遊覽車身之整體文字並無特殊設計足使相關消費者認識為商標，且愛巴士通運為公司名稱之使用而非商標使用，不足作為參加人有先使用「Ibus」、「愛巴士」商標之事證等等。惟公司名稱之普通使用，與作為表彰商品或服務來源之商標，功能上雖不相同，然非不得同時作為表彰商品或服務來源之積極使用，倘將公司名稱亦作為具體表彰商品或服務來源之標識，仍屬於商標使用。而依前揭遊覽車體之外觀雖有記載「愛巴士通運」公司名稱，然其既以明顯較大且不同顏色之「愛巴士」字體設計凸顯（前審卷一第288、289頁），及依前揭臉書截圖頁面顯示公司名稱「愛巴士通運」與「ibus」文字並列（同上卷第285頁）之方式，可供相關消費者識別其提供服務之來源，應認參加人另有積極以「Ibus」、「愛巴士」文字作為商標使用之意，故原告之主張自不足採。

8.原告主張www.ibus.tw網址並非參加人申請註冊，且僅得證明其有使用www.ibus.tw作為網域名稱之事實，無法證明有先使用「Ibus」商標之論據云云。然依證人劉叡霆之證述：伊係在97年底申請註冊www.ibus.tw網址，核與參加人所提如附圖編號3-3之網域名稱註冊資料（異議卷第30頁）顯示

申請日期為西元2008年12月19日相符，且參加人並非單以該網址名稱作為先使用商標之依據，而係作為其他使用證據之勾稽使用，自難認原告之主張為可採。又原告雖稱附圖編號3-5之名片（參證5）上記載之www.ibus.tw網址，既係在97年（西元2008年）才申請註冊使用，故證人劉晏竹所述該名片約西元2005年暑期就有，有前後矛盾之情形而不足採，且其曾侵害原告之著作財產權經法院判決確定（原證4），其證詞憑信性不高，顯係挾怨報復等等。然觀諸附圖編號3-6之「2009第二季活動表」廣告單（參證6），除有「IBUS」英文設計字樣之外，下方記載之部落格網址：「http://tw.myblog.yahoo.com/discovery-taiwan/」及聯絡資訊「吉象旅行社股份有限公司」、「服務專線：劉小姐。TEL：(03)000-0000」（前審卷一第273頁），均與上開名片所載之資訊完全相同，可知證人劉晏竹縱非在94年（西元2005年）就使用，然至遲應於98年（西元2009年）即有使用該名片，縱其所述該名片約西元2005年暑期就有乙情與上開網址之申請註冊日期不符，然此部分歧異尚不足以影響參加人於系爭商標申請註冊之前即有在名片及廣告單上先使用「IBUS」商標之認定。另原告所舉本院107年度刑智上易字第15號刑事判決（原審為臺灣新竹地方法院106年度智易字第4號）認定參加人及劉晏竹有侵害原告之著作財產權乙事，惟該案係關於原告於103年設計「ibus」圖案之美術著作遭渠等重製下載之侵害著作權情事，因原告於設計該美術著作之時間已晚於參加人先使用「IBUS」商標之時間甚久，且該案係審究渠等侵害美術著作之行為，與本件系爭商標有無商標法第30條第1項第12款規定不得註冊之事由，係屬二事，自難以此逕謂證人劉晏竹所述憑信性不高或有挾怨報復之情事，故原告之主張並非可採。

9.至原告另以參加人所提使用證據或為私文書，或所載內容無勾稽核對，真實性容有疑義，無法作為先使用之證據云云，

就其中附圖編號3-7之臉書名稱「愛巴士通運ibus」係何時開始使用？附圖編號4-1第一張臉書截圖頁面「愛巴士通運ibus-在花蓮美侖大飯店。2014年1月19日」加註文字是否為事後加註乙情，經本院函詢臉書後雖未獲回覆，然觀諸該臉書頁面產出之時間記載「2014年1月19日下午5:52」（前審卷一第284頁），可見該段加註文字應係發出貼文當時所留下，並非事後加註於照片；再依證人劉歡霆前揭證述足認參加人確有於97年申請註冊www.ibus.tw網址使用，並有前揭遊覽車外觀照片、訂車確認單、廣告單、名片等資料均可見有「Ibus」或「愛巴士」文字作為商標使用之情形得以相互勾稽其真實性，顯非參加人臨訟虛偽製作，堪認原告主張並不可採。

(三)系爭商標與參加人先使用商標「IBUS」、「愛巴士」為高度近似：

系爭商標由單純之英文「Ibus」組成，其與參加人先使用商標「IBUS」僅有字母大小寫之不同，系爭商標之「Ibus」之「I」字母之讀音近似中文「愛」字，且中文「巴士」為英文「BUS」之音譯，亦與先使用商標「愛巴士」之讀音相同、觀念相通，以具有普通知識經驗之消費者，於異時異地隔離整體觀察或市場交易連貫唱呼之際，並不易區辨，應屬構成近似之商標，且近似程度極高。再佐以參加人提出之電話錄音及譯文（參證17至19），可知有消費者來電誤認參加人與愛巴士交通聯盟之關係（原告為愛巴士交通聯盟成員之一），亦可佐認系爭商標與先使用商標之近似程度高，故原告認兩者英文字母大小寫有別，整體觀察亦有差異，並不近似云云，即非可採。

(四)系爭商標指定使用於第39類服務與先使用商標使用之服務為相同或類似：

- 1.系爭商標所指定使用之「車輛運輸；汽車貨運；汽車運輸；遊覽車客運；計程車客運；計程車運輸；鐵路運輸；捷運；貨櫃運輸；貨車運輸；電車運輸；公共汽車運輸；乘客運

01 輸；旅客運輸；觀光旅遊的運輸服務；汽車出租；轎車出
02 租；動力賽車出租；貨車出租；車輛出租；賽車租借；卡車
03 租借；司機服務；公車租賃；大客車出租；旅行拖車出租；
04 車頂行李架租賃；鐵路貨車車廂出租；鐵路客車車廂出租；
05 牽引機出租；交通工具租賃；提供運輸資訊；以電腦追蹤貨
06 物運送過程之服務」等服務，與先使用商標之提供遊覽車客
07 運服務相較，兩者均係提供將人員或物品自一地運送至他地
08 之交通運輸服務及其相關車輛租賃服務，於性質、提供者、
09 消費族群等因素上具有共同或關聯之處，且常來自相同之服
10 務提供者，應屬同一或類似之服務，此不因原告主張兩商標
11 之使用範圍有地域上差異或經營路線非相同縣市而有所不
12 同。

13 2.系爭商標所指定使用之「導航系統出租；安排旅遊；安排觀
14 光旅遊；旅遊預約；旅行預約；安排航海旅遊；代辦出入國
15 手續；代售國內外運輸事業之客票；代預訂國內外運輸事業
16 之客票；運輸工具預約；運輸預約；提供旅遊資訊；旅客陪
17 同；為旅遊預訂座位；為旅行目的提供行車指引；交通資
18 訊；提供電子地理資訊；藉由通訊網路提供不可下載之電子
19 地圖服務；提供衛星導航服務；運輸經紀；貨運經紀；船務
20 代理」等服務，與先使用商標之提供遊覽車客運服務相關之
21 車輛出租、遊覽車接送及觀光旅遊運輸服務相較，衡酌現今
22 國內外旅遊之消費者常透過旅行社及客運等公司安排、預
23 約、代辦觀光旅遊活動，且該等旅遊服務業者亦經常與遊覽
24 車客運、車輛出租業者簽訂載客、運輸或遊覽服務，或提供
25 相關客運運輸業者之資訊，而客運業者除提供運輸服務之
26 外，通常亦會提供客製化旅遊或旅遊相關資訊及設備之服務
27 （可參附圖編號3-5之名片記載「班遊畢旅、精緻旅遊、百
28 岳登山、旅遊諮詢、客製服務、行程企劃」），是二者於滿
29 足消費者之需求及服務提供者上有共同或關連之處，仍屬類
30 似之服務，故原告主張參加人為新竹地區遊覽車業者，僅有
31 提供車輛或載運旅客，並未提供滿足消費者其他旅遊資訊服

務或設備提供服務，而認系爭商標與參加人之先使用商標並非使用於類似服務，即非可採。

3.另系爭商標所指定使用於「停車場；車庫租賃；停車場租賃」等服務，雖係提供車輛停放之處所或經營停車場租賃業務，惟由於參加人經營遊覽車客運業務，其有先使用商標於車輛出租、遊覽車接送、觀光旅遊運輸服務，而提供運輸業者於載客行進間休憩時車輛所需之停車場或相關周邊服務，與遊覽車客運業務，依一般社會通念及市場交易情形，於性質、提供者或消費族群等因素上亦有共同或關聯之處，仍屬類似之服務。

(五)原告與參加人為競爭同業關係而知悉先使用商標存在，具有仿襲之意圖：

1.按商標法第30條第1項第12款規定之「其他關係」，應指申請人與他人間因有契約、地緣、業務往來等類似關係而知悉他人商標，並搶先註冊而言；雖無業務往來但在國內相關或競爭同業之間，因業務經營關係而知悉他人先使用商標存在者，亦屬本條款所謂「其他關係」。依參加人於98年登記營業項目為遊覽車客運業，並有加入台北市遊覽車客運商業同業公會，且依其所提前開訂車確認單，可知其於99年起即有先使用「IBUS」、「愛巴士」商標於提供遊覽車客運服務及相關觀光旅遊交通運輸服務，且所提供遊覽車服務之客戶對象所在地點遍及台北市、新北市、台中市（參申證1、4至10，異議卷第76至81頁），並不限於原告所稱之新竹縣。又原告為設立於台中市之汽車客運業者，經營公路及市區汽車客運業（前審卷一第131頁），並提供市區公車、公路客運、國道客運及遊覽車租賃等相關服務（同上卷第361頁），且原告所屬之台灣愛巴士交通聯盟，其成員經營業務範圍涵蓋高雄市、墾丁、台中市、南投縣等地（同上卷第362頁），其服務據點亦及於北、中、南地區（同上卷第305頁），核與參加人提供遊覽車服務之範圍有部分重疊，彼此具有競爭關係，且依102年出版之遊覽車客運商業同業公會全國聯合

會會員名冊（參證14，前審卷一第307頁），參加人列在該名冊第71頁，原告所屬台灣愛巴士交通聯盟之另一成員即仁有通運股份有限公司列在第76頁，可見雙方均為競爭同業，原告對於相同競爭業者之資訊應較一般人熟悉且關注，故於業務經營時自不難透過市場同業、消費者或網路檢索資訊等管道，亦即參加人於系爭商標註冊之前在前揭遊覽車車體、訂車確認單、廣告單、名片等資料、網址及臉書等資訊，得知參加人有先使用「IBUS」或「愛巴士」商標於提供遊覽車客運及相關旅遊運輸服務情形之存在。則原告嗣以高度近似之系爭商標申請註冊於同一或類似服務，實難諉為巧合，依一般經驗法則，應係基於仿襲之意圖而申請系爭商標之註冊，自應有商標法第30條第1項第12款本文規定之適用。

2.原告雖主張先使用商標多半使用於新竹縣，參加人為單一公司，系爭商標之商標權人大多於中南部使用系爭商標，根本無從透過市場或網路資訊等管道知悉參加人之先使用商標云云。惟依前述，雙方既同為競爭業者，且提供遊覽車服務範圍有所重疊，顯非如原告主張無法透過市場或網路資訊等管道知悉參加人之先使用商標存在；另關於原告主張其所屬愛巴士交通聯盟集團深得消費者認同，且公司資本額、經營車輛運輸情形均較參加人優良，不可能仿襲搶註系爭商標等等，然本款之立法意旨在保護商標先使用人之正當利益，避免剽竊他人先使用之商標而惡意申請註冊，故凡商標申請人知悉他人先使用商標之存在，且基於仿襲意圖而以相同或近似之商標指定使用於與實際使用同一或類似服務，即有本款規定之適用，並不以雙方公司資本額多寡、規模大小或申請商標權人是否受國內消費者認同為判斷要件，故原告主張並不可採。

3.原告雖提出電子郵件、著作財產權移轉契約書及創集公司設計師湯同緯之另案證述（參原證6、7），以參加人擅自上網重製該美術著作，並經原告提起刑事告訴後，業經法院刑事判決認定參加人犯侵害原告之著作財產權罪確定（異議卷第

53至63頁），主張其聘請湯同緯設計「ibus」圖案作為愛巴士交通聯盟集團商標使用時，不知悉有參加人存在，並無仿襲意圖等等。惟查，參加人至遲自98、99年起即已持續使用「愛巴士」、「IBUS」商標行銷於提供其遊覽車客運服務及相關觀光旅遊運輸服務，業如前述，而原告所屬台灣愛巴士交通聯盟係於102年11月15日始創立（異議卷第138頁），及依原告所提其與創集公司簽訂著作財產權移轉契約書之時間係於103年5月1日，均晚於參加人先使用商標之使用時間已久，且商標法第30條第1項第12款所謂先使用之商標，僅須相對於系爭商標為在先使用之商標即為已足，並不問註冊與否，則原告既係於參加人先使用商標之後，始委請創集公司以系爭商標文字設計成愛巴士交通聯盟集團之企業標識或取得該設計之美術著作權，並不影響參加人以先使用商標使用於遊覽車客運服務及相關觀光旅遊運輸服務之事實，亦無法認定原告此舉即無仿襲先使用商標之意圖，故原告執此否認知悉有參加人先使用商標之存在，並無仿襲意圖云云，尚不可採。

4.至原告以另案商標異議審定書（更證5），已認定原告與參加人間所服務對象之「市場區域未高度重疊」，並無「先使用於同一或類似商品或服務之商標」之情形，且參加人亦未舉證其與原告間具有契約、地緣、業務往來或其他關係，於原告所屬台灣愛巴士交通聯盟創立時，參加人並未普遍先使用「愛Bus及圖」、「愛巴士」商標等情（更審卷第343至358頁），主張本件相關之系爭商標即無商標法第30條第1項第12款規定之適用云云。惟商標異議是否成立，採商標個案審查原則，在具體個案審究是否合法與適當，商標專責機關應視不同具體個案，正確認定事實與適用法律，不受他案之拘束。參加人就該案（本院109年度行商訴字第70號、最高行政法院110年度上字第237號）提起異議之商標為「台灣愛巴士」（註冊第01924712號），與本件系爭商標不同，且其所提出之異議證據除部分相同外，另有部分證據（如參加人主

張之上證11即102年遊覽車同業公會會員名冊）乃本件獨有並未出現在該案中，是依個案審查原則，即難比附援引為有利原告之證據。又原告所舉另案商標（註冊第01921353號，即台灣愛巴士交通聯盟ibus設計圖），該案（本院109年度行商訴字第112號、最高行政法院110年度上字第809號）提起異議之商標與本件系爭商標圖樣不同，且參加人於該案所提出之異議證據亦有部分與本件有別，依個案審查原則，亦難比附援引為有利原告之證據，附此敘明。

八、綜上所述，本件系爭商標之註冊有商標法第30條第1項第12款本文規定不得註冊之情形，被告所為撤銷系爭商標註冊之原處分為合法，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，為無理由，應予駁回。

九、本件判決基礎已經明確，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，並無一一論述的必要。

十、結論：本件原告之訴為無理由，依修正前智審法第1條，行政訴訟法第98條第1項前段，判決如主文。

中 華 民 國 113 年 3 月 21 日

智慧財產第一庭

審判長法 官 蔡惠如

法 官 陳端宜

法 官 吳俊龍

以上正本係照原本作成。

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 113 年 3 月 28 日

書記官 蔣淑君