智慧財產及商業法院行政判決

112年度行商訴字第18號
民國112年12月7日辯論終結

原　　告　英商美國普羅艾披有限公司
（USA Pro IP Limited）
代　表　人　艾德多頓 艾德戈可
訴訟代理人　蔣文正律師
江郁仁律師
複 代理 人　林美宏律師
被　　告　經濟部智慧財產局
代　表　人　廖承威
訴訟代理人　林政憓
參　加　人　馬來西亞商蒙特佛服務公司
代　表　人　克里斯托弗 麥奎德

上列當事人間商標廢止註冊事件，原告不服經濟部中華民國112年2月6日經訴字第11217300780號訴願決定其中駁回部分，提起行政訴訟，並經本院命參加人獨立參加本件訴訟，本院判決如下：

主　文

一、原處分及訴願決定關於註冊第1888275號「USA PRO (new stylised)」商標，指定使用於第25類「體操鞋；休閒鞋；運動鞋；針茅草鞋或涼鞋」、第27類「運動墊；瑜珈墊」、第28類「體操器具；健身器；負重運動器；啞鈴；壺鈴；舉重圓盤；槓鈴；健臂拉桿；運動負重包；運動用穿戴於足踝、腿部或腕部含有重量之袋；藥球；瑜珈及體操球；體操用桿；彈性運動帶；瑜珈用發泡塊；跳繩；運動用阻力帶；健腹輪；呼拉圈；運動用頭帶；運動用吸汗腕帶」商品註冊應予廢止之部分，均撤銷。

二、原告其餘之訴駁回。

三、訴訟費用由被告負擔二分之一，餘由原告負擔。

事實及理由

壹、程序事項：

一、本件係智慧財產案件審理法(民國112年1月12日修正、同年8月30日施行，下稱智審法)修正施行前繫屬於本院，依智審法第75條第3項規定，應適用修正前即110年12月10日公布施行之智審法規定。另本件裁判書正本經到庭之原告及被告均同意以電子文件方式送達（卷二第121、122頁），依行政訴訟法第210條第1項規定，核無不合。

二、本件參加人經合法通知，無正當理由未於言詞辯論期日到場，此有大陸委員會香港辦事處書函、送達證書及雙掛號郵件回執可稽(卷二第49至52頁)，核無民事訴訟法第386條各款所列情形，爰依原告及被告之聲請，由其等辯論而為判決。

貳、實體事項：

一、爭訟概要：

(一)原告於106年2月6日以「USA PRO (new stylised)」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18、25、27、28類商品(如附圖1所示)，向被告申請註冊，經被告審查，准列為註冊第1888275號商標(下稱系爭商標)。

(二)參加人以系爭商標有商標法第63條第1項第2款規定情形，於110年1月12日申請廢止其註冊。經被告審查，以111年7月28日中台廢字第1100021號商標廢止處分書為系爭商標之註冊應予廢止之處分(下稱原處分)。原告提起訴願後，經經濟部以112年2月6日經訴字第11217300780號訴願決定為「原處分關於系爭商標指定使用於第25類『運動服；衣服；襯衫；褲子；短褲；裙子；T恤；背心；瑜珈褲；內衣；胸罩；運動胸罩；束褲；跑步、瑜珈及運動用上衣；汗衫；汗褲；連帽衫；夾克』商品之註冊應予廢止之部分撤銷，由原處分機關於4個月內另為適法之處分」、「其餘部分訴願駁回。」(下稱訴願決定)。嗣原告對於訴願駁回之部分不服，向本院提起行政訴訟。因本院認本件判決結果，倘認該部分應予撤

銷，將影響參加人之權利或法律上之利益，爰依職權命參加人獨立參加本件訴訟。

二、原告主張及聲明：

(一)在現今網路媒體及國際貿易蓬勃發展之時代，企業設立之官方網站大多以英文為主要語言，世界各地(包含我國)之潛在客戶或相關消費者均可透過網際網路連結企業之官方網站，了解其所提供的商品或服務並進行相關交易，不再受到地理區域之限制，官方網站縱使設於國外，惟臺灣地區相關消費者仍可透過網際網路瀏覽觀看，自得作為系爭商標之使用證據。亦即使用註冊商標之網頁第一層網址為國外網址，若商標使用人主觀上有行銷於我國市場之目的，在網頁上顯示註冊商標及其所指定的商品或服務，足使相關消費者對之有所認識，則可認定使用人在商業交易過程中有使用註冊商標。又商標使用關於行銷之目的，並非指行銷之結果，應係使商標與所指定使用之商品結合，使消費者就該商標所表彰之商品或服務，在臺灣市場有實際之交易可能即為已足，並不問實際行銷結果如何，縱無實際交易結果，仍應可視為已使用商標，且商標法亦未明文要求須存在實際之交易行為及結果，以認定有無使用商標。

(二)觀諸原告提出之購物網站歷史頁面及銷售統計表(甲證2)、授權經銷商購物網站、相關歷史頁面及商品銷售發票(甲證3、甲證12)，及西元2018年與英國人氣女團Little Mix聯名合作之商品歷史頁面資料(甲證4)等使用證據可知，原告於遭申請廢止前三年間確有透過官方網站及經銷商之網站陳列販售標示系爭商標之商品。縱原告及經銷商為外國公司，且所使用之購物網站第一層網址非臺灣網址、預設語言為英文，惟由於該等網站皆有對臺灣消費者提供運送服務(甲證5)，已符合判斷「網路使用」是否有為行銷於我國市場目的之要件，且消費者於使用該等網站購物過程中所接觸之英文均為日常生活用語，而非艱澀難懂之英文，不影響臺灣消費者透過網際網路瀏覽觀看原告及經銷商之購物網站，並於購

物網站選購商品之意願，客觀上更有臺灣消費者透過網際網路瀏覽觀看原告及經銷商之購物網站，進而選購系爭商標商品並指定將衣服、運動胸罩、緊身褲、T恤等商品寄送至臺灣而完成交易之情形，是原處分及訴願決定即肯認臺灣消費者有於原告及經銷商網站訂購標有系爭商標之「衣服、運動胸罩、緊身褲、T恤等商品」之事實。

(三)而相同網站中「衣服、運動胸罩、緊身褲、T恤等商品」以外之其餘商品，因原告及經銷商之購物網站已於運送資訊頁面清楚聲明全站商品之配送政策，即有對臺灣消費者提供運送服務，亦有前述實際交易之事實，依常理推斷，原告對於相同網站中標有系爭商標之其餘商品，包含原處分所認定之「頭帶、瑜珈鋪巾、絨球髮飾」及原告所檢附網站頁面歷史資料中顯示之上架商品，含「帽子、壺鈴、髮帶、瑜珈墊、跳繩、水壺、瑜珈球、健身帶組、足踝腕部加重器、瑜珈磚、襪子、面罩、運動毛巾、背包、滑動磁盤、瑜珈袋、瑜珈鋪巾、運動用扭板、有氧頭帶組、瑜珈帶、瑜珈輪、鞋子、槓鈴、啞鈴、健身用阻力管」等商品，均有供臺灣消費者透過網際網路瀏覽，亦提供運送服務，使臺灣消費者得以選購商品並寄送至臺灣，該等商品之銷售並未受地域之限制，在臺灣市場上確有實際之交易可能，足證原告亦有基於行銷目的使用系爭商標於「頭帶、瑜珈鋪巾、絨球髮飾、帽子、壺鈴、髮帶、瑜珈墊、跳繩、水壺、瑜珈球、健身帶組、足踝腕部加重器、瑜珈磚、襪子、面罩、運動毛巾、背包、滑動磁盤、瑜珈袋、運動用扭板、有氧頭帶組、瑜珈帶、瑜珈輪、女用訓練鞋、女用棒球帽、槓鈴、健身用阻力管」等原告所檢附官方及經銷商購物網站歷史網頁資料所顯示上架商品之主觀意思。是以原處分及訴願決定竟認原告所提出於相同網站中「衣服、運動胸罩、緊身褲、T恤等商品」以外其餘商品之使用證據，僅由前開網頁資料不足以證明原告客觀上有行銷進口至我國市場之事實，顯不符合商標法之立法意旨，增加法律所無之限制，並不可採。準此，原

處分及訴願決定就第18類、第25類「褲襪；短襪；襪子；體操鞋；休閒鞋；運動鞋；針茅草鞋或涼鞋；禦寒用手套；滑雪用手套；服飾用手套；運動帽；游泳帽；帽子；棒球帽」、第27類商品、第28類商品之註冊應予廢止之決定，自有撤銷重審之必要。

(四)退步言，訴願決定既肯認系爭商標已於廢止申請日前三年內有使用於第25類之「運動服；衣服；襯衫；褲子；短褲；裙子；T恤；背心；瑜珈褲；內衣；胸罩；運動胸罩；束褲；跑步、瑜珈及運動用上衣；汗衫；汗褲；連帽衫；夾克」等商品，而該等商品皆屬人體穿戴物，觀諸系爭商標指定於第25類之其餘商品「褲襪；短襪；襪子；體操鞋；休閒鞋；運動鞋；針茅草鞋或涼鞋；禦寒用手套；滑雪用手套；服飾用手套；運動帽；游泳帽；帽子；棒球帽」亦屬人體穿戴物，兩者均在滿足消費者穿著、穿搭之用途，且同時具有遮蔽、保暖禦寒及保護、建立個人風格等功能，並依需求以棉、麻、絲、尼龍、聚酯纖維、皮革等為材料所製，且經相同之剪裁、縫紉、洗滌、整燙過程，製程亦十分相近，故如產製者相互轉為製造或銷售各商品，或採取多角化之經營方式，技術上無太大困難，且依當今商業交易習慣，設計、製作及銷售前述所有商品之場所相同或高度重疊，如ZARA、H&M、UNIQLO、MUJI等線上商店或實體店舖都有販售帽子、圍巾、衣服、手套、皮飾配件、襪子、各式鞋款等商品，則該等商品既皆屬於第25類商品，且其用途、功能、材料、製程或商標權人實際經營之產銷型態及提供者等客觀事實確屬相同，依社會一般通念及市場交易情形，該其餘商品即「褲襪；短襪；襪子；體操鞋；休閒鞋；運動鞋；針茅草鞋或涼鞋；禦寒用手套；滑雪用手套；服飾用手套；運動帽；游泳帽；帽子；棒球帽」亦屬與衣服同性質之商品，應認有使用系爭商標而無商標法第63條第1項第2款規定之適用。

(五)原告與參加人就「USA PRO」商標權利歸屬在全球爭訟已久，參加人更於全球多個國家搶註「USA PRO」商標，且參

加人在臺灣之另案註冊商標第01382988號「USAPRO」，更曾被原告申請廢止確定，可見參加人自知無使用該商標之正當緣由，不甘其商標遭廢止，又於提出系爭商標之廢止申請案後，隨即於110年1月13日向被告申請第110002624號「USAPRO」商標註冊案(甲證10)等行為。參加人顯然惡意阻礙、干擾原告在臺灣合法使用系爭商標之權利，以達到其搶先註冊之目的，此不正當之競爭手段當應予遏止。

(六)聲明：原處分及訴願決定關於「系爭商標指定使用於第18類、第25類『褲襪；短襪；襪子；體操鞋；休閒鞋；運動鞋；針茅草鞋或涼鞋；禦寒用手套；滑雪用手套；服飾用手套；運動帽；游泳帽；帽子；棒球帽。』、第27類、第28類商品之註冊應予廢止」部分，均撤銷。

三、被告答辯及聲明：

(一)訴願決定係以原告於商品上標示之外寬內縮之商標使用態樣（如附圖3），相較於系爭商標註冊圖樣（如附圖1），僅較系爭商標省略3條彩色長條狀圖，亦即僅變更商標的附屬(非主要)部分，實質上沒有變更主要識別特徵，而與系爭商標具同一性，且因我國消費者有於原告之經銷商網站訂購標有與系爭商標具同一性如附圖3之商標圖樣之訓練用服裝、運動胸罩、緊身褲、T恤等商品之事實，認於本件申請廢止日(110年1月12日)前3年內，系爭商標有被合法使用於指定之第25類「衣服、運動胸罩、褲子、T恤」部分商品。而該類之「背心；內衣；胸罩；束褲；汗衫；運動服；襯衫；短褲；裙子；瑜珈褲；跑步、瑜珈及運動用上衣；汗褲；連帽衫；夾克」等商品與「衣服、運動胸罩、褲子、T恤」同為服飾商品，均屬被告編印「商品及服務分類暨相互檢索參考資料」所列第250101及250102小類組，屬同性質商品，亦堪認原告有依法使用系爭商標於前揭指定商品。至於系爭商標其餘指定使用於第18類、第25類「褲襪；短襪；襪子；體操鞋；休閒鞋；運動鞋；針茅草鞋或涼鞋；禦寒用手套；滑雪用手套；服飾用手套；運動帽；游泳帽；帽子；棒球帽」部

分、第27類及第28類等商品（即原告訴之聲明範圍），核與上述「衣服、運動胸罩、褲子、T恤」等商品非屬相同群組，且用途、功能亦有差異，非屬同性質商品，自難認系爭商標有使用於該等商品。

(二)依原告檢送之甲證4(即廢止答辯附件6、11)及訴願附件2、4之Wayback Machine查詢其購物網站西元2018年6月至2020年9月間頁面，雖可見標有系爭商標之頭帶、髮帶、瑜珈巾等商品，以及標有單純橫書外文「USA PRO」（如附圖2）及外寬內縮狀外文「USA PRO」（如附圖3）商標圖樣之頭帶、瑜珈墊、啞鈴瓶、旅行袋、運動鞋、帽子、短襪、彈力繩、負重沙袋、瑜珈球等商品。惟因原告官方購物網站第一層網址並非「.tw」，頁面均為外文且無提供繁體中文的選項，亦無標示以新臺幣計價之交易金額，縱如原告主張其所使用之購物網站皆有對台灣消費者提供運送服務(甲證5)，然如無該等商品有實際銷售我國之其他具體事證，例如進口報單、銷售單據等資料可勾稽，僅由前開網頁資料尚不足以證明原告客觀上已有行銷進口至我國市場之事實，即不足以認定原告有行銷於我國市場之目的，並以臺灣消費者為訴求對象，而使相關消費者認識，並認定原告在商業交易過程中真實的使用系爭商標，自難認系爭商標有合法使用於前揭商品。

(三)聲明：原告之訴駁回。

四、參加人並未於言詞辯論期日到場，亦未提出書狀作何聲明或陳述。

五、本件爭點：系爭商標指定使用於第18類、第25類「褲襪；短襪；襪子；體操鞋；休閒鞋；運動鞋；真茅草鞋或涼鞋；禦寒用手套；滑雪用手套；服飾用手套；運動帽；游泳帽；帽子；棒球帽」、第27類、第28類商品部分，有無商標法第63條第1項第2款之情形，而應予廢止？

六、本院判斷：

(一)應適用之法令：

1.按商標法第66條規定，商標註冊後有無廢止之事由，適用申請廢止時之規定。本件參加人係於110年1月12日申請廢止系爭商標之註冊，故本件系爭商標註冊後有無廢止事由之判斷，應適用申請廢止時即現行之商標法為斷。

2.次按商標法第63條第1項第2款規定：「商標註冊後有下列情形之一，商標專責機關應依職權或據申請廢止其註冊：…二、無正當事由迄未使用或繼續停止使用已滿3年者。但被授權人有使用者，不在此限。」又同法第5條第1項、第2項規定：「商標之使用，指為行銷之目的，而有下列情形之一，並足以使相關消費者認識其為商標：一、將商標用於商品或其包裝容器。二、持有、陳列、販賣、輸出或輸入前款之商品。三、將商標用於與提供服務有關之物品。四、將商標用於與商品或服務有關之商業文書或廣告。」、「前項各款情形，以數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物方式為之者，亦同。」另同法第57條第3項規定：「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。」並為同法第67條第3項準用之。蓋商標因使用而使商標與指定商品或服務產生聯結，商標本質上，使用乃屬必要，惟我國商標法係採註冊主義，不以商標已使用為註冊之要件，是以已註冊之商標，應有使用始得保有其商標權，方能繼續維護其商標權利，此之使用稱為商標之維權使用。商標之維權使用必足使一般消費者識別標識與商品或服務表彰商標權人來源或信譽，如何判斷商標權人自己真正使用，依同法第57條第3項規定商標之使用應符合商業交易習慣，除考量同法第5條商標使用之總則性規定外，並應符合商標對其指定商品或服務範圍內而為使用之客觀判斷標準。是可知認定為商標使用，應符合下列要件：①使用人係在從事行銷等商業交易過程而使用；②需有使用商標之行為，即前揭法條所列之4款行為態樣，有一即足；③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業交易習慣。

(二)系爭商標有使用於第25類「體操鞋；休閒鞋；運動鞋；針茅草鞋或涼鞋」、第27類「運動墊；瑜珈墊」、第28類「體操器具；健身器；負重運動器；啞鈴；壺鈴；舉重圓盤；槓鈴；健臂拉桿；運動負重包；運動用穿戴於足踝、腿部或腕部含有重量之袋；藥球；瑜珈及體操球；體操用桿；彈性運動帶；瑜珈用發泡塊；跳繩；運動用阻力帶；健腹輪；呼拉圈；運動用頭帶；運動用吸汗腕帶」商品：

1.依原告所提我國消費者訂購商品之銷售統計表與商品照片(參乙證1卷之附件5，同訴願之附件2及甲證2)以及我國消費者透過原告經銷商「House of Fraser」及「Sports Direct」公司購物網站訂購標有「USA Pro」字樣商品之發票（Invoice）與商品照片(參乙證1卷之附件7，同訴願附件3及甲證3)，其中附件5銷售統計表上記載之型號(ex：341770、341773、343067、343479、347515)、日期、品牌(USA Pro)及商品照片（乙證1卷第167至196頁），與附件7原告經銷商「Sports Direct」及「House of Fraser」公司於西元2018年3月9日及26日、4月19日、西元2019年11月11日、西元2020年8月22日開立之發票上記載（同上卷第200至217頁）相同，復勾稽附件5相關商品頁面資料可知，自西元2018年3月至2020年8月之期間，我國消費者確曾於原告經銷商網站「Sports Direct」及「House of Fraser」，訂購標有如附圖3所示商標使用圖樣之「訓練用服裝、運動胸罩、緊身褲、T恤」等商品之事實。又參酌原告在上開商品使用如附圖3之商標圖樣相較於系爭商標，僅省略系爭商標之左側3條彩色長條圖，而該省略之彩色長條圖因無法直接唱讀且所占比例不高，僅為系爭商標之附屬部分，實質上沒有變更系爭商標之主要識別特徵即外寬內縮之「USA PRO」文字部分，依社會一般通念及消費者認知，有使消費者產生與系爭商標相同之印象，應與系爭商標圖樣不失同一性，並符合標示商標於商品之商標使用行為態樣。因此，我國相關消費者確實可透過網路連結，瀏覽、認識原告經銷商網站所提供標

有系爭商標之商品陳列頁面，且直接於該網頁內選購、下單並將商品指定寄送至臺灣地區，而實際完成商業交易過程，堪認原告確有基於行銷目的，使用系爭商標於前揭商品之事實。

2.又依原告所提經銷商「Sports Direct」西元2018年3月商品選購歷史頁面截圖(甲證12補強證據，本院卷一第480頁)，標示有如附圖3商標使用態樣之運動鞋；西元2020年11月商品選購歷史頁面截圖(同上卷第485、486頁)，標示有如附圖3商標使用態樣之啞鈴、瑜珈墊、瑜珈磚及踝部或腕部重量袋等商品，及原告經銷商「House of Fraser」西元2020年5月商品選購歷史頁面截圖（同上卷第490至492頁），標示有如附圖3商標使用態樣之瑜珈墊、彈力帶、瑜珈磚、踝部或腕部重量袋等商品。參諸原告經銷商之網站陳列具有如附圖3商標使用態樣之運動鞋、啞鈴、瑜珈墊、彈力帶、瑜珈磚、踝部或腕部重量袋等商品之時間（西元2018年3月及5月、2020年5月），與前揭我國消費者購買「訓練用服裝、運動胸罩、緊身褲、T恤」等商品之時間（即西元2018年3月至2020年8月）重疊，則渠等既於原告經銷商網站瀏覽網頁時亦能同時選購標有與系爭商標具同一性商標圖樣之「運動鞋、啞鈴、瑜珈墊、彈力帶、瑜珈磚、踝部或腕部重量袋」等商品，且上開兩種商品均為選購瑜珈運動時所需之必要穿著及裝備，相關消費者在同一網站同時瀏覽或選購該兩種商品之機會及可能性極高，彼此具有密切關聯，堪認原告亦有使用系爭商標於「運動鞋、啞鈴、瑜珈墊、彈力帶、瑜珈磚、踝部或腕部重量袋」等商品而具有行銷之目的，且為我國相關消費者所能認識並得藉以辨別其來源，並不因相關消費者在同一網站瀏覽後未實際購買該商品之結果而有所不同。因此，系爭商標於申請廢止日前3年內有被真實使用於指定之第25類「運動鞋」、第27類「瑜珈墊」、第28類「負重運動器；啞鈴；運動負重包；運動用穿戴於足踝、腿部或

腕部含有重量之袋；彈性運動帶；瑜珈用發泡塊；運動用阻力帶」等商品。

3.再按同一性使用判斷標準應就商標實際使用時，二者商品或服務之內容、專業技術、用途、功能等等是否相同，在商業交易習慣上，一般公眾能否認定係相同商品或服務而定。另商品或服務係同類或同群組之總括概念，或類似商品或服務本質的總括概念之上位概念，而相對於上位概念之下位概念則為具體商品或服務，若使用具體下位概念商品或服務者，應認定使用於概括之上位概念商品或服務，但反之不得認係使用（最高行政法院108年度判字第133號判決意旨參照）。查系爭商標指定使用於第25類之「運動鞋」與其餘「體操鞋；休閒鞋；針茅草鞋或涼鞋」商品（同為第2503群組），具有相同或重疊之用途或功能或為上下位概念之商品；第27類之「運動墊」與「瑜珈墊」為上下位概念之商品（同為第2706群組）；第28類「負重運動器；啞鈴；運動負重包；運動用穿戴於足踝、腿部或腕部含有重量之袋；彈性運動帶；瑜珈用發泡塊；運動用阻力帶」，與其餘「體操器具；健身器；壺鈴；舉重圓盤；槓鈴；健臂拉桿；藥球；瑜珈及體操球；體操用桿；跳繩；健腹輪；呼拉圈；運動用頭帶；運動用吸汗腕帶」商品，不僅同屬第2503之運動用品群組，且均具有相同之瑜珈運動專業用途及功能，在商業交易習慣上，其產製或販賣者、行銷管道及消費族群相同，應屬同一性質商品，堪認系爭商標亦應有使用於前揭同一性質之商品。至於第25類其餘商品「褲襪；短襪；襪子；禦寒用手套；滑雪用手套；服飾用手套；運動帽；游泳帽；帽子；棒球帽」、第28類其餘商品「遊戲器具及玩具；彈簧跳床；運動用球；運動用網；運動用機械器材；運動用護腕；運動用護手；運動用護腰；男性運動員下部護具，運動用防護罩；運動服之防護塞墊；聖誕樹裝飾品；遊戲紙牌；溜冰鞋，滑板；運動用具袋；釣魚用具；仰臥起坐椅；固定健身腳踏車；固定腳踏車；橢圓機；跑步機；舉重椅；舉重臺；蹦床；舉重用手

套；綜合格鬥手套；運動用手套」，核與瑜珈專業運動商品不具有上下位概念或同性質之密切關係，並非性質相同之商品，尚難如原告主張現今有不少線上商店或實體店舖均有販售帽子、衣服、手套、襪子等商品，即認其餘商品「褲襪；短襪；襪子；禦寒用手套；滑雪用手套；服飾用手套；運動帽；游泳帽；帽子；棒球帽」等亦屬與衣服同性質之商品，而認系爭商標亦已使用於該其餘商品。

4.準此，原告主張系爭商標有使用於如附圖1所示第25類「體操鞋；休閒鞋；運動鞋；針茅草鞋或涼鞋」、第27類「運動墊；瑜珈墊」、第28類「體操器具；健身器；負重運動器；啞鈴；壺鈴；舉重圓盤；槓鈴；健臂拉桿；運動負重包；運動用穿戴於足踝、腿部或腕部含有重量之袋；藥球；瑜珈及體操球；體操用桿；彈性運動帶；瑜珈用發泡塊；跳繩；運動用阻力帶；健腹輪；呼拉圈；運動用頭帶；運動用吸汗腕帶」商品，即屬有據。至於原告其餘商品之主張，即非可採。

(三)原告官方網站上使用系爭商標商品並無對臺灣相關消費者行銷之目的：

1.依原告所提官方購物網站西元2020年3至9月之歷史頁面截圖（乙證1卷之附件6、11、訴願卷之附件2、4），當消費者瀏覽原告官方購物網站時可見標識有使用系爭商標之背包、手提袋、小旅行箱、女用短襪、帽子等商品照片(乙證1卷第199頁、第283頁背面、第286至288頁、訴願卷附件袋內)。惟查，該原告官方購物網站乃國外網站，第一層網址為「.uk」，並非「.tw」，且網頁均為英文，並無提供繁體中文之選項，亦無標示以新臺幣計價之交易金額，復無我國相關消費者自該官方網站訂購上開商品之交易紀錄（參乙證1卷之附件5），尚難認原告官方網站有以我國相關消費者為市場行銷之訴求對象，自無法認定上開商品所使用之系爭商標已為我國相關消費者所認識或得藉以辨別其來源，即不符合商標之維權使用要件。故原告主張系爭商標亦有使用於附圖1

所示第18類、第25類「褲襪；短襪；襪子；運動帽；游泳帽；帽子；棒球帽」等商品，要屬無據。

2.原告雖提出甲證15表示其官方網站有提供運送商品至臺灣之選項（本院卷二第61至69頁），主張已符合行銷於我國市場目的要件云云。然按所謂「行銷之目的」內涵實則與「交易過程」相同，應係客觀交易狀態的判斷而非行為主觀之交易意圖，行為是否有「行銷之目的」而構成商標使用，仍應依具體個案之行為加以客觀判斷，現行實務亦採「行銷之目的」即係「交易過程」（參照本條100年6月29日修正立法理由）。上開規定所稱「行銷」，應指向市場銷售作為商業交易之意，而行銷之地域參酌商標法係採國內法及屬地主義之精神，應指我國領域內之地域而言（最高行政法院110年度上字第303號判決意旨參照）。而依原告官方網站均為英文並無提供中文之語文選項，亦無標示以新臺幣計價之交易金額可知，其商品行銷對象乃為以英文為母語之國外（尤為英國）消費者，並非臺灣地區之消費者，縱其在官方網頁提供全球運送服務時有列入臺灣之選項，或係可能基於服務國外當地消費者選擇在臺灣收受商品需求之考量所致，原告既未能提出任何臺灣消費者實際在該官方網站之交易紀錄或其他具體行銷事證，尚難認有何實際交易行為發生在我國境內，即不符合商標之真實使用，故原告主張有以我國相關消費者為訴求對象而行銷之目的，並不可採。

3.至於原告主張參加人不甘其商標遭廢止，顯然惡意阻礙、干擾原告在臺灣合法使用系爭商標之權利，核與本件系爭商標有無合法使用而不具有廢止之要件無涉，併此敘明。

七、綜上所述：

(一)本件依原告所舉證據足認系爭商標於廢止申請日前3年內，有使用於第25類「體操鞋；休閒鞋；運動鞋；針茅草鞋或涼鞋」、第27類「運動墊；瑜珈墊」、第28類「體操器具；健身器；負重運動器；啞鈴；壺鈴；舉重圓盤；槓鈴；健臂拉桿；運動負重包；運動用穿戴於足踝、腿部或腕部含有重量

之袋；藥球；瑜珈及體操球；體操用桿；彈性運動帶；瑜珈用發泡塊；跳繩；運動用阻力帶；健腹輪；呼拉圈；運動用頭帶；運動用吸汗腕帶」商品，並無違反商標法第63條第1項第2款之規定。從而，原處分依參加人之申請認系爭商標指定使用於前揭商品之註冊應予廢止，即有未合，訴願決定予以維持而駁回原告此部分之訴願，亦有未洽。原告訴請撤銷原處分及訴願決定關於系爭商標指定使用於前揭商品之註冊應予廢止之部分，為有理由，應由本院予以撤銷（另第25類「運動服；衣服；襯衫；褲子；短褲；裙子；T恤；背心；瑜珈褲；內衣；胸罩；運動胸罩；束褲；跑步、瑜珈及運動用上衣；汗衫；汗褲；連帽衫；夾克」商品之註冊廢止部分業經訴願決定予以撤銷，並非本院審理範圍）。

(二)至於系爭商標指定使用於如附圖1所示第18類、第25類其餘商品「褲襪；短襪；襪子；禦寒用手套；滑雪用手套；服飾用手套；運動帽；游泳帽；帽子；棒球帽。」、第28類其餘商品「遊戲器具及玩具；彈簧跳床；運動用球；運動用網；運動用機械器材；運動用護腕；運動用護手；運動用護腰；男性運動員下部護具，運動用防護罩；運動服之防護塞墊；聖誕樹裝飾品；遊戲紙牌；溜冰鞋，滑板；運動用具袋；釣魚用具；仰臥起坐椅；固定健身腳踏車；固定腳踏車；橢圓機；跑步機；舉重椅；舉重臺；蹦床；舉重用手套；綜合格鬥手套；運動用手套」之註冊廢止成立部分，原處分及訴願決定並無違誤，此部分原告之請求為無理由，應予駁回。

(三)又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，附此敘明。

八、結論：本件原告之訴為一部有理由，一部無理由，爰依修正前智審法第1條、行政訴訟法第104條、民事訴訟法第79條，判決如主文。

中　　華　　民　　國　　112　　年　　12　　月　　29　　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
㈠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。
㈡非律師具有右列情形之一，經最高行政法院認為適當者，	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。

亦得為上訴審訴訟代理人	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㈠、㈡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㈡所示關係之釋明文書影本及委任書。	

中　　華　　民　　國　　113　　年　　1　　月　　4　　日

書記官　蔣淑君