

智慧財產及商業法院行政判決

112年度行商訴字第30號

民國113年2月1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 阿德莫拉 艾德戈可

訴訟代理人 蔣文正律師

複代理人 林美宏律師

訴訟代理人 江郁仁律師

被告 經濟部智慧財產局

代表人 廖承威

訴訟代理人 林政懋

參加人 馬來西亞商蒙特佛服務公司

(MONTFORT SERVICES SDN. BHD)

代表人 克里斯托弗麥奎德

上列當事人間因商標廢止註冊事件，原告不服經濟部中華民國112年3月23日經訴字第11217301500號訴願決定，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1631319號「USAPRO」商標，指定使用於第18類「行李箱及旅行袋；帆布背袋；背包；帆布背包；運動包；鑰匙包，化粧箱，書包，腰包，旅行用衣物袋，購物袋，海灘袋，包裝用皮袋，公事包；皮夾，錢包；名片皮夾」、第25類「靴鞋」、第28類「體操器具；運動用具；健身器；健身訓練器；運動用具專用袋」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

01 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
02 施行之智審法規定。

03 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
04 場，此有大陸委員會香港辦事處書函、送達證書及雙掛號郵
05 件回執可稽（卷二第195至198頁），核無民事訴訟法第386
06 條各款所列情形，爰依原告及被告之聲請，由其等辯論而為
07 判決。

08 貳、實體事項：

09 一、爭訟概要：

10 （一）原告於102年8月13日以「USAPRO」商標，指定使用於當時商
11 標法施行細則第19條所定商品及服務分類表第18、25、28類
12 之商品（如附圖1所示），向被告申請註冊，經被告審查，
13 准列為註冊第1631319號商標（下稱系爭商標）。

14 （二）嗣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，
15 於110年1月12日申請廢止其註冊。經被告審查，以111年8月
16 30日中台廢字第1100020號商標廢止處分書為系爭商標指定
17 使用於第18、28類全部商品及第25類「靴鞋，冠帽；腰帶」
18 部分商品之註冊應予廢止，指定使用於第25類「衣服」部分
19 商品之註冊廢止不成立處分（下稱原處分）。原告對廢止成
20 立部分之原處分不服，提起訴願，經經濟部以112年3月23日
21 經訴字第11217301500號訴願決定駁回（下稱訴願決定）
22 後，向本院提起行政訴訟。因本院認本件判決結果，倘認該
23 部分應予撤銷，將影響參加人之權利或法律上之利益，爰依
24 職權命參加人獨立參加本件訴訟。

25 二、原告主張及聲明：

26 （一）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
27 網站大多以英文為主要語言，世界各地（包含我國）之潛在
28 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，
29 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
30 區域之限制，官方網站縱使設於國外，惟臺灣地區相關消費
31 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

01 據。亦即使用註冊商標之網頁第一層網址為國外網址，若商
02 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
03 冊商標及其所指定的商品或服務，足使相關消費者有所認
04 識，則可認定使用人在商業交易過程中有使用註冊商標。又
05 商標使用關於行銷目的，並非指行銷結果，應係使商標與所
06 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
07 務，在臺灣市場有實際之交易可能即為已足，並不問實際行
08 銷結果如何，縱無實際交易結果，仍應可視為已使用商標，
09 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
10 定有無使用商標。

11 (二)觀諸原告提出之購物網站歷史頁面、銷售統計表及銷售發票
12 (甲證2、甲證15)、授權經銷商購物網站、相關歷史頁面
13 及商品銷售發票(甲證3)，及西元2018年與英國人氣女團
14 Little Mix聯名合作之商品歷史頁面資料(甲證4)等使用
15 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
16 經銷商之網站陳列販售標示系爭商標商品。縱原告及經銷商
17 為外國公司，所使用之購物網站第一層網址非臺灣網址、預
18 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
19 服務(甲證5、甲證13)，已符合判斷「網路使用」是否有
20 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
21 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
22 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
23 商之購物網站，並於購物網站選購商品之意願，客觀上更有
24 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
25 站，進而選購系爭商標商品並指定將衣服、運動胸罩、緊身
26 褲、T恤等商品寄送至臺灣而完成交易之情形。是原處分及
27 訴願決定均肯認臺灣消費者有於原告及經銷商網站訂購標有
28 系爭商標之「衣服、運動胸罩、緊身褲、T恤等商品」事
29 實。另從甲證2之銷售統計表可見西元2020年6月30日曾有臺
30 灣消費者訂購性質「head gear(帽子、頭飾)」，名稱為

01 「USA Pro Logo Cap Ld81」商品，且同年9月原告購物網站
02 歷史頁面截圖亦可見棒球帽（USA Pro-Print Baseball Cap
03 ）商品截圖，足見系爭商標於廢止申請日前，有使用於「冠
04 帽」商品之事實。

05 （三）而相同網站中「衣服、運動胸罩、緊身褲、T恤等商品」以
06 外之其餘如頭帶、瑜珈墊、背包、旅行袋、運動鞋、棒球
07 帽、啞鈴、阻力繩、瑜珈墊專用袋、瑜珈球、瑜珈鋪巾、負
08 重帶等商品，因原告及經銷商之購物網站已於運送資訊頁面
09 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
10 服務，亦有前述實際交易之事實，依常理推斷，原告對於相
11 同網站中標有系爭商標之其餘商品，包含原告所檢附網站頁
12 面歷史資料中顯示之上架商品，均有供臺灣消費者透過網際
13 網路瀏覽，亦提供運送服務，使臺灣消費者得以選購商品並
14 寄送至臺灣，該等商品之銷售並未受地域之限制，在臺灣市
15 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
16 系爭商標於原告所檢附官方及經銷商購物網站歷史網頁資料
17 所顯示上架商品之主觀意思。訴願決定及原處分竟僅由前開
18 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
19 實，顯不符合商標法之立法意旨，增加法律所無之限制，並
20 不可採。再者，原處分及訴願決定均肯認系爭商標於申請廢
21 止日前三年內有使用於「衣服」商品，且依甲證2可知系爭
22 商標有使用於「冠帽」商品，而該等商品為人體穿戴物之總
23 稱，「靴鞋；腰帶」亦屬人體穿戴物，兩者均在滿足消費者
24 穿著、穿搭之用途，且同時具有遮蔽、保暖禦寒及保護、建
25 立個人風格等功能，依當今商業交易習慣，設計、製作及銷
26 售前述所有商品之場所相同或高度重疊，亦皆屬第25類商
27 品，依社會一般通念及市場交易情形，「靴鞋、冠帽、腰
28 帶」等亦屬與衣服同性質之商品，應認有使用而無商標法第
29 63條第1項第2款規定之適用。

30 （四）另觀諸原告及經銷商購物網站歷史頁面及商品圖片資料顯
31 示，商品名稱均有標示「USA Pro」文字，而原告使用之標

識或以文字外寬內縮之設計呈現，或含裝飾性線條，亦均給予消費者相同之印象，即供消費者讀唱、辨識之主要識別標的均為「USAPRO」文字，依社會一般通念及消費者之認知，系爭商標註冊及實際使用之圖樣（或以文字外寬內縮之設計呈現，或含裝飾性線條者等）具同一性，不會影響消費者辨識原告商品來源之依據。此外，原告與參加人就系爭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「USAPRO」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（甲證9），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日重新申請第110002624號「USAPRO」商標註冊案（甲證10）。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。

（五）聲明：原處分及訴願決定關於「系爭商標指定使用於第18類商品、第25類『靴鞋，冠帽；腰帶』部分商品及第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）依原告檢送其於西元2021年4月29日下載之線上購物網站資料、載有西元2015或2016年份且標示「USA PRO ♡ Little Mix」等相關影片及廣告雜誌、新聞報導、載有「USA PRO BY MATTHEW WILLIAMSON 26.05.16-08.07.16」等文字之簡報資料、英國公司註冊處網站查詢資料及「Frasers Group plc」集團之維基百科資料、法院判決等證據資料（即附件一、二、三、九、十、十二），除部分資料與系爭商標之使用無涉外，其餘部分資料或所標示之圖樣與系爭商標不盡相同，或無日期或所標示之日期晚於本件商標申請廢止日或早於申請廢止日前3年，且大抵為外文資料，非國人習知習見之中文，依前開證據資料，尚難遽認於本件申請廢止日前3年內，系爭商標指定商品有實際行銷使用之事實。

01 (二)依原告所檢送臺灣消費者自原告網站訂購商品之銷售統計表
02 (即附件一、五、甲證2)，可知自西元2018年3月2日至202
03 0年8月22日之台灣消費者訂購統計表上(附件五)，載有商
04 標名稱為「USA Pro」之訓練用服裝(Training Clothing)
05 、運動胸罩(Sports Bras)、頭套(Head Gear/Cap)等商品
06 名稱，復勾稽所檢送相關商品頁面資料，可見原告官方網站
07 上方或於相關商品(指型號相同商品，詳如後述)旁標有
08 「USAPRO design」商標(係將不同設色或字型設計之「USA
09 」、「PRO」結合為「USAPRO design」商標，如附圖3所
10 示)、或由單純外文構成之「USA Pro」商標，其上載有型
11 號「341770」、「348007」之運動胸罩(Sports Bras)、
12 「341773」之訓練用服裝(Training Clothing)、「347108
13 」、「345269」、「347515」、「348008」之緊身褲(
14 Training Clothing: leggings/tights)、「343067」、「3
15 43479」之T恤(Training Clothing: t-shirt)等商品圖
16 片，其商品名稱及型號與前述期間之臺灣消費者訂購統計表
17 上所載商標圖樣、商品型號及商品名稱大致相符，相互勾稽
18 對照，應足證明台灣消費者有於原告網站訂購標有「USA
19 Pro」、「USAPRO design」(二者僅字母大小寫或外觀設計
20 略有不同，未改變「USAPRO」商標之主要識別特徵，應具同
21 一性)商標圖樣之訓練用服裝、運動胸罩、緊身褲、T恤等
22 商品之事實，堪認前述標有「USA Pro」、「USAPRO design
23 」商標商品於前述期間有銷往我國販售之情事，堪認前述標
24 有系爭商標之訓練用服裝、運動胸罩、緊身褲、T恤等商品
25 於前述期間有銷往我國販售之事實。至於西元2018年3月2日
26 至2020年8月22日之臺灣消費者訂購統計表(附件五)，其
27 上固另載有商標名稱為「USA Pro」之頭套(Head Gear/
28 Cap)商品名稱，然觀諸相關商品頁面資料，並無相同型號
29 之頭套商品可資勾稽，不足以證明前述銷往我國販售之頭套
30 商品所標示之圖樣即為系爭商標。

31 (三)依原告所檢送台灣消費者透過原告授權經銷商「Sports

01 Direct」及「House of Fraser」公司購物網站訂購標有「
02 USA Pro」字樣商品之訂單資料及銷售發票（附件七、甲證
03 3），可知前述經銷商於西元2018年3月9、26日、4月19日、
04 2019年11月11日、2020年8月22日所開立銷往台灣之銷售發
05 票上，除皆載有與訂單資料相同之訂單號碼外，該等訂單資
06 料及其銷售發票上皆分別載有標示「USA Pro」字樣之型號
07 「341773」之背心（Tank）、「343479」、「343067」之T
08 恤（T-Shirt）、「341770」、「341543」、「341547」之胸
09 罩（Bra）、「341149」之背心（Vest）、「347515」之緊
10 身褲（Tight Pant）等商品名稱，其與所附標有「USAPRO
11 design」、「USA Pro」、「USA PRO」等商標商品頁面資料
12 相互勾稽，可知台灣消費者有於原告經銷商網站訂購標有
13 「USA Pro」、「USAPRO design」、「USAPRO」、「USA
14 PRO」等具有同一性之系爭商標相同型號之背心、T恤、胸
15 罩、緊身褲等商品之事實。是前述標有系爭商標之背心、T
16 恤、胸罩、緊身褲等商品於前述期間有銷往我國販售之情
17 事，亦堪認定。

18 （四）至原告檢送其授權經銷商公司「Sports Direct」之購物網
19 站資料（附件七、甲證3）、原告購物網站歷史頁面資料
20 （附件六、甲證2）、其購物網站結帳流程頁面截圖（附件
21 八）及其與Little Mix聯名合作之商品照片及原告購物網站
22 歷史頁面資料（附件十一、甲證4），可知其上刊有壺鈴、髮
23 帶、瑜珈墊、跳繩、水壺、瑜珈球、健身帶組、足踝腕部加
24 重器、瑜珈磚、襪子、乾洗髮精、面罩、運動毛巾、背包、
25 滑動磁盤、瑜珈袋、瑜珈鋪巾、運動用扭板、有氧頭帶組、
26 瑜珈帶、瑜珈輪、女用訓練鞋、女用棒球帽、槓鈴、健身用
27 阻力管、運動胸罩、緊身褲等商品，且所標示商標大抵為與
28 系爭商標圖樣不失同一性。然該等資料部分無日期可稽，且
29 原告為外國公司，所設置官方購物網站資料皆係使用外文，
30 而非國人習知之中文，是其購物網站歷史網頁上所載商品是
31 否有向我國消費者行銷使用或我國消費者曾透過該網站所提

01 資訊購買商品之情事，仍應審酌相關事證，始得認定。惟將
02 前述網頁資料上所載商品，與臺灣消費者自原告網站訂購系
03 爭商標商品之銷售統計表及臺灣消費者透過原告授權之經銷
04 商公司購物網站訂購標有「USA Pro」字樣商品之訂單資料
05 及其銷售發票（附件七）相互勾稽，其上並無相同商品名稱
06 可資對照，尚難認前述標有系爭商標圖樣商品已有銷往我國
07 之情事，自不足以證明系爭商標前述商品有在我國行銷使用
08 之事實。

09 （五）至系爭商標其餘指定使用於第18、28類之「皮革及人造皮
10 革，皮製行李吊牌套；動物皮，獸皮；行李箱及旅行袋；帆
11 布背袋，背包，帆布背包；皮革製盒，鑰匙包，化粧箱，書
12 包，腰包，運動包，旅行用衣物袋，購物袋，海難袋，包裝
13 用皮袋，公事包；皮夾，錢包；名片皮夾；皮革製帶；傘，
14 遮陽傘，手杖；鞭子，馬具；嬰兒及幼兒揹帶；手提包骨
15 架；溜冰鞋皮帶；皮製肩帶」、「遊戲器具及玩具；體操器
16 具；運動用具；健身器；健身訓練器；遊樂園騎乘遊戲設
17 備；聖誕樹裝飾品；遊戲紙牌；溜冰鞋，輪式溜冰鞋，直排
18 輪鞋，滑板；運動用具專用袋；釣魚用具」商品、及第25類
19 之「靴鞋，冠帽；腰帶」部分商品，與系爭商標實際使用之
20 訓練用服裝、運動胸罩、緊身褲、T恤、背心、胸罩等商品
21 性質並不相當，原告復未提出該等部分商品之使用證據可供
22 審酌，依法應予廢止。

23 （六）聲明：原告之訴駁回。

24 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
25 陳述。

26 五、本件爭點：

27 系爭商標指定使用於如附圖1所示第18類商品、第25類「靴
28 鞋、冠帽；腰帶」部分商品及第28類商品，有無商標法第63
29 條第1項第2款「無正當事由迄未使用或繼續停止使用已滿三
30 年者」之情形，而應廢止其註冊？

31 六、本院判斷：

01 (一)應適用之法令：

- 02 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
03 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
04 爭商標註冊，故系爭商標註冊後有無廢止事由之判斷，自應
05 適用申請廢止時即現行之商標法為斷。
- 06 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
07 形之一，商標專責機關應依職權或據申請廢止其註冊：…
08 二、無正當事由迄未使用或繼續停止使用已滿3年者。但被
09 授權人有使用者，不在此限。」又同法第5條第1項、第2項
10 規定：「商標之使用，指為行銷之目的，而有下列情形之
11 一，並足以使相關消費者認識其為商標：一、將商標用於商
12 品或其包裝容器。二、持有、陳列、販賣、輸出或輸入前款
13 之商品。三、將商標用於與提供服務有關之物品。四、將商
14 標用於與商品或服務有關之商業文書或廣告。」、「前項各
15 款情形，以數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物方式為
16 之者，亦同。」另同法第57條第3項規定：「依前項規定提
17 出之使用證據，應足以證明商標之真實使用，並符合一般商
18 業交易習慣。」並為同法第67條第3項準用之。蓋商標因使
19 用而使商標與指定商品或服務產生聯結，商標本質上，使用
20 乃屬必要，惟我國商標法係採註冊主義，不以商標已使用為
21 註冊之要件，是以已註冊之商標，應有使用始得保有其商標
22 權，方能繼續維護其商標權利，此之使用稱為商標之維權使
23 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
24 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
25 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
26 慣，除考量同法第5條商標使用之總則性規定外，並應符合
27 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。
28 是可知認定為商標使用，應符合下列要件：①使用人係在從
29 事行銷等商業交易過程而使用；②需有使用商標之行為，即
30 前揭法條所列之4款行為態樣，有一即足；③需足以使相關
31 消費者認識其為商標，其使用並應符合一般商業交易習慣。

01 (二)系爭商標有使用於第18類「行李箱及旅行袋；帆布背袋；背
02 包；帆布背包；運動包；鑰匙包，化粧箱，書包，腰包，旅
03 行用衣物袋，購物袋，海灘袋，包裝用皮袋，公事包；皮
04 夾，錢包；名片皮夾」、第25類「靴鞋」、第28類「體操器
05 具；運動用具；健身器；健身訓練器；運動用具專用袋」商
06 品：

07 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
08 (乙證1卷之附件5，同訴願卷之附件2及甲證2)以及我國消
09 費者透過原告經銷商「House of Fraser」及「Sports
10 Direct」公司購物網站訂購標有「USA Pro」字樣商品之發
11 票(Invoice)與商品照片(乙證1卷之附件7，同訴願卷附
12 件3及甲證3)，其中附件5銷售統計表上記載之型號(34177
13 0、341773、343067、343479、347515等)、日期、品牌(US
14 APro)及商品照片(乙證1卷第160至167、170至174頁背
15 面、179至182頁背面)，與附件7原告經銷商「Sports
16 Direct」及「House of Fraser」公司於西元2018年3月9日
17 及26日、4月19日、西元2019年11月11日、西元2020年8月22
18 日開立之發票上記載(同上卷第193至210頁背面)相同，復
19 勾稽附件5、附件7相關商品頁面資料可知，於西元2018年3
20 月9日起至2020年8月22日之期間，我國消費者確曾於原告經
21 銷商網站「Sports Direct」及「House of Fraser」，訂購
22 標有系爭商標或「USA Pro」、「USA PRO」文字，或如附圖
23 2之外寬內縮「USA PRO」設計字，或如附圖3之「USAPRO
24 design」所示商標使用圖樣之「訓練用服裝(Training
25 Clothing)、運動胸罩(Sports Bras)、緊身褲(leggings/
26 tights)、T恤(t-shirt)」等商品之事實。又參酌原告使
27 用英文字「USAPro」、「USAPRO」，或附圖2之外寬內縮「
28 USA PRO」設計字、或如附圖3「USAPRO design」之商標圖
29 樣相較於系爭商標文字，僅英文字母大小寫或外觀設計略有
30 不同，並未改變系爭商標「USAPRO」之主要識別特徵，依社
31 會一般通念及消費者之認知，堪認二者商標圖樣應具同一

01 性，並符合標示商標於商品之商標使用行為態樣。因此，我
02 國相關消費者確實可透過該網路連結瀏覽並識別原告經銷商
03 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
04 內選購、下單並將商品指定寄送至臺灣地區，而實際完成商
05 業交易過程，堪認原告確有基於行銷我國消費者目的，而使
06 用系爭商標於前揭商品之事實。

07 2.又依原告所提西元2018年與英國人氣女團Little Mix聯名合
08 作之商品歷史頁面（甲證4），其中經銷商「Sports Direct
09 」同年3月商品選購「USAPRO」專屬網頁歷史截圖（卷一第23
10 4至236頁），除陳列訓練用服裝之外，尚有運動背包及標示
11 有如附圖2字樣之運動鞋；西元2020年11月經銷商「Sports
12 Direct」商品選購歷史頁面截圖（卷一第198至199頁），標
13 示有「USP PRO」字樣之瑜珈袋、後背包商品；西元2020年3
14 月經銷商「Sports Direct」商品選購歷史頁面截圖（同上
15 卷第201、202頁），標示有「USA Pro」、如附圖2設計字之
16 彈力帶、瑜珈球、瑜珈墊、啞鈴等商品；西元2020年8月經
17 銷商「Sports Direct」商品選購歷史頁面截圖（同上卷第2
18 04頁），標示有「USA Pro」之瑜珈墊商品；西元2020年10
19 月經銷商「Sports Direct」商品選購歷史頁面截圖（同上
20 卷第206、211頁），標示有「USA Pro」字樣之跳繩、踝部
21 或腕部重量袋商品，以及原告經銷商「House of Fraser」
22 西元2020年11月商品選購歷史頁面截圖（同上卷第213至215
23 頁），標示有「USA PRO」字樣之啞鈴、瑜珈墊、跳繩、瑜
24 珈磚、踝部或腕部重量袋商品；西元2020年5月經銷商「
25 House of Fraser」商品選購歷史頁面截圖（同上卷第218至
26 220頁），標示有「USA Pro」字樣之瑜珈墊、彈力帶、瑜珈
27 磚、踝部或腕部重量袋等商品；西元2020年9月經銷商「
28 House of Fraser」商品選購歷史頁面截圖（同上卷第223頁
29 ），標示有「USA PRO」字樣之啞鈴商品。參諸原告經銷商
30 網站陳列具有與系爭商標具同一性之「USP PRO」、「USA

01 Pro」等字樣之運動鞋、瑜珈袋、後背包、彈力帶、瑜珈
02 球、瑜珈墊、啞鈴、跳繩、踝部或腕部重量袋等商品之時間
03 （即西元2020年3月、5月、8至11月），與前揭我國消費者
04 購買「訓練用服裝、運動胸罩、緊身褲、T恤」等商品之時
05 間（即西元2018年3月至2020年8月）重疊，則渠等既於原告
06 經銷商網站瀏覽網頁時亦能同時選購標有與系爭商標相同或
07 具同一性商標圖樣之「運動鞋、瑜珈袋、後背包、彈力帶、
08 瑜珈球、瑜珈墊、啞鈴、跳繩、踝部或腕部重量袋」等商
09 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
10 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
11 機會及可能性極高，彼此具有密切關聯，堪認原告亦有使用
12 系爭商標於「運動鞋、瑜珈袋、後背包、彈力帶、瑜珈球、
13 瑜珈墊、啞鈴、跳繩、踝部或腕部重量袋」等商品而具有行
14 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
15 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
16 之結果而有所不同。因此，系爭商標於申請廢止日前3年內
17 應有被真實使用於「運動鞋、瑜珈袋、後背包、彈力帶、瑜
18 珈球、瑜珈墊、啞鈴、跳繩、踝部或腕部重量袋」等商品。

19 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
20 服務之內容、專業技術、用途、功能等等是否相同，在商業
21 交易習慣上，一般公眾能否認定係相同商品或服務而定。另
22 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
23 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
24 則為具體商品或服務，若使用具體下位概念商品或服務者，
25 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
26 使用（最高行政法院108年度判字第133號判決意旨參照）。
27 查系爭商標指定使用第18類之「行李箱及旅行袋；帆布背袋
28 ；背包；帆布背包；運動包；鑰匙包，化粧箱，書包，腰包
29 ，旅行用衣物袋，購物袋，海灘袋，包裝用皮袋，公事包；
30 皮夾，錢包；名片皮夾」商品、第28類「運動用具專用袋」

，與其前揭實際使用於「瑜珈袋、後背包」商品（同為第1802群組），具有相同或重疊之用途或功能，屬同一性質商品；系爭商標指定使用第25類之「靴鞋」商品，與其前揭實際使用之「運動鞋」商品，兩者為上下位概念之商品，屬同一性質商品；系爭商標指定使用第28類之「體操器具；運動用具；健身器；健身訓練器」商品，與其前揭實際使用之「彈力帶、瑜珈球、瑜珈墊、啞鈴、跳繩、踝部或腕部重量袋」等商品（同屬第2503之運動用品群組），均具有相同之運動健身專業之用途及功能，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，亦屬同一性質商品。至於第18類其餘商品「皮革及人造皮革，皮製行李吊牌套；動物皮，獸皮；皮革製盒；皮革製帶；傘，遮陽傘，手杖；鞭子，馬具；嬰兒及幼兒揹帶；手提包骨架；溜冰鞋皮帶；皮製肩帶。」、第25類其餘商品「冠帽；腰帶」、第28類其餘商品「遊戲器具及玩具；遊樂園騎乘遊戲設備；聖誕樹裝飾品；遊戲紙牌；溜冰鞋，輪式溜冰鞋，直排輪鞋，滑板；釣魚用具」，核與系爭商標實際使用於「訓練用服裝、運動胸罩、緊身褲、T恤」及「運動鞋、瑜珈袋、後背包、彈力帶、瑜珈球、瑜珈墊、啞鈴、跳繩、踝部或腕部重量袋」等商品，用途及功能明顯不同，並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「冠帽；腰帶」均為人體穿戴之物，即認與「訓練用服裝、運動胸罩、緊身褲、T恤」為同性質之商品。

4. 準此，原告主張系爭商標有使用於第18類「行李箱及旅行袋；帆布背袋；背包；帆布背包；運動包；鑰匙包，化粧箱，書包，腰包，旅行用衣物袋，購物袋，海灘袋，包裝用皮袋，公事包；皮夾，錢包；名片皮夾」、第25類「靴鞋」、第28類「體操器具；運動用具；健身器；健身訓練器；運動用具專用袋」商品，即屬有據；至原告其餘商品之主張，即非可採。

01 (三)原告官網上使用系爭商標之商品於申請廢止前3年內並無對
02 我國相關消費者有行銷目的：

03 1.依原告所提官方網站西元2020年3至9月之歷史頁面截圖（乙
04 證1卷之附件6、11、訴願卷之附件2、4、甲證2），當消費
05 者瀏覽原告官方網站時可見標識有使用系爭商標之冠帽（頭
06 帶、棒球帽）商品照片（乙證1卷第191頁、訴願卷附件袋內
07 、卷一第107頁）。惟查，原告官方購物網站乃國外網站，第
08 一層網址為「.uk」，並非「.tw」，且網頁均為英文，並無
09 提供繁體中文之選項，亦無標示以新臺幣計價之交易金額，
10 原告復無法提出我國消費者確有於上開期間自其官方網站訂
11 購上開商品之交易憑證或發票，尚難認原告官方網站當時有
12 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
13 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
14 辨別其來源，即不符合商標之維權使用要件。原告主張系爭
15 商標亦有使用於第25類「冠帽；腰帶」等商品，要屬無據。

16 2.原告雖主張依其所提銷售統計表可見西元2020年6月30日曾
17 有臺灣消費者訂購性質「head Gear」、名稱為「USA Pro
18 Logo Cap Ld81」商品（卷一第38頁），且同年9月原告購物
19 網站歷史頁面截圖亦可見棒球帽（USA Pro-Print Baseball
20 Cap）之商品截圖（卷一第107、111頁），主張系爭商標有
21 使用於「冠帽」商品云云。然觀諸該棒球帽之商品截圖型號
22 為「391192」，與上開銷售統計表所載型號「391481」不同
23 ，無法勾稽，且該銷售統計表（附件5、甲證2）乃原告內部
24 自行統計之資料，並無任何銷售至我國之交易證明或發票可
25 資佐證，不足以證明原告之主張為可採。

26 3.原告雖提出甲證5、13關於其官方網站有提供運送商品至臺
27 灣之服務選項（卷一第241至247頁、卷二第57至70頁、第80
28 至88頁），主張已符合行銷於我國市場目的要件云云。然而
29 ，所謂「行銷之目的」內涵實則與「交易過程」相同，應係
30 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）。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，尚難僅以原告官網有提供運送至臺灣之服務，即遽認有以我國相關消費者為行銷訴求之對象。

4.原告另補提西元2017年4月18日開立之發票與商品照片（甲證15，卷二第207至217頁）及西元2017年7月、8月及2020年12月之原告官方網頁商品選購歷史頁面截圖（卷二第219至231頁），主張其官方網站之內容早於106年（西元2017年）起即有針對臺灣消費者持續為市場行銷之目的等等。然觀諸原告所提開立予臺灣消費者發票之時間為106年4月18日（訂單時間為同年4月17日），早於廢止申請日前3年（107年1月12日），並無法作為證明原告自廢止申請日前3年內，仍有持續於官方網站上使用系爭商標商品對臺灣相關消費者行銷之證據，故原告上開主張，並不可採。

5.綜上，原告既未能提出於申請廢止日前3年內，有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，故原告主張其官網有以我國相關消費者為訴求對象而行銷之目的，並不可採。至於原告主張參加人不甘其商標遭廢止，顯然以不正當手段惡意阻礙、干擾原告在臺灣合法使用系爭商標之權利，以達其搶先註冊之目的云云，核與

01 本件系爭商標有無於申請廢止日前3年內為真實使用而不具
02 有廢止之要件無涉，併此敘明。

03 七、綜上所述，本件依原告所舉證據足認系爭商標於廢止申請日
04 3年內，有使用於第18類「行李箱及旅行袋；帆布背袋；背
05 包；帆布背包；運動包；鑰匙包，化粧箱，書包，腰包，旅
06 行用衣物袋，購物袋，海灘袋，包裝用皮袋，公事包；皮夾
07 ，錢包；名片皮夾」、第25類「靴鞋」、第28類「體操器具
08 ；運動用具；健身器；健身訓練器；運動用具專用袋」等商
09 品，並無違反商標法第63條第1項第2款之規定。從而，原處
10 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
11 予廢止，即有未合，訴願決定予以維持，亦有未洽。原告訴
12 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
13 之註冊應予廢止之部分，為有理由，應由本院撤銷。至於系
14 爭商標指定使用於第18類其餘商品「皮革及人造皮革，皮製
15 行李吊牌套；動物皮，獸皮；皮革製盒；皮革製帶；傘，遮
16 陽傘，手杖；鞭子，馬具；嬰兒及幼兒揹帶；手提包骨架；
17 溜冰鞋皮帶；皮製肩帶。」、第25類其餘商品「冠帽；腰帶
18 。」、第28類其餘商品「遊戲器具及玩具；遊樂園騎乘遊戲
19 設備；聖誕樹裝飾品；遊戲紙牌；溜冰鞋，輪式溜冰鞋，直
20 排輪鞋，滑板；釣魚用具。」之註冊廢止成立部分，原處分
21 及訴願決定均無違誤，原告仍執前詞訴請撤銷，為無理由，
22 應予駁回。

23 八、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
24 料經本院斟酌後，核與判決結果不生影響，並無一一論述的
25 必要，附此敘明。

26 九、結論：本件原告之訴為一部有理由，一部無理由，爰依修正
27 前智審法第1條、行政訴訟法第104條、民事訴訟法第79條，
28 判決如主文。

29 中 華 民 國 113 年 2 月 29 日

30 智慧財產第一庭

31 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	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。

01

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(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

113

年

3

月

8

日

03

書記官 蔣淑君