

01 智慧財產及商業法院行政判決

02 112年度行商訴字第44號

03 民國113年7月4日辯論終結

04 原 告 美商怪物能量公司(Monster Energy Company)

05 代 表 人 保羅·德查理 (Paul J. Dechary)

06 訴訟代理人 劉騰遠律師

07 陳毓芬律師

08 複 代 理 人 曾鈺琿律師

09 被 告 經濟部智慧財產局

10 代 表 人 廖承威

11 訴訟代理人 李澤艷

12 參 加 人 大陸商福州悠品生活貿易有限公司

13 代 表 人 楊晨煒

14 上列當事人間因商標異議事件，原告不服經濟部中華民國112年5
15 月29日經訴字第11217302950號訴願決定，提起行政訴訟，並經
16 本院命參加人獨立參加本件訴訟，本院判決如下：

17 主 文

18 一、原告之訴駁回。

19 二、訴訟費用由原告負擔。

20 事實及理由

21 壹、程序事項：

22 一、依現行智慧財產案件審理法（民國112年1月12日修正、同年
23 8月30日施行，下稱智審法）第75條第3項規定，本件係智審
24 法修正施行前繫屬於本院，自應適用修正前即110年12月8日
25 修正公布之規定。

26 二、本件參加人有應為送達之處所不明之情形，此有財團法人海
27 峽交流基金會函、本院送達證書、海峽兩岸共同打擊犯罪及
28 司法互助協議送達回證、法院專遞郵件詳情單、大陸地區福
29 建省高級人民法院送達回復書可稽（本院卷第197至205頁、
30 第225至233頁），爰依職權就參加人應送達文書為公示送達
31 （本院卷第219至224頁），其經合法通知後，無正當理由未

01 於言詞辯論期日到場，核無民事訴訟法第386條各款所列情
02 形，爰依原告及被告之聲請，逕由其等辯論而為判決。

03 貳、實體事項：

04 一、事實概要：

05 (一)參加人前於109年9月24日以「tinymonster」商標，指定使
06 用於被告所公告商品及服務分類第21類之「杯；餐具（餐刀
07 及餐叉、餐匙除外）；壺；茶壺；水壺；咖啡杯；咖啡具
08 （餐具）；馬克杯；茶具（餐具）；酒壺；旅行用水壺；飲
09 水玻璃杯；陶瓷製容器；飯盒；保溫瓶」商品，向被告申請
10 註冊，經審查後准列為註冊第02124861號商標（下稱系爭商
11 標，如附圖1）。

12 (二)原告以系爭商標有違商標法第30條第1項第10款、第11款及
13 第12款規定，提起異議。案經被告審查，以111年12月29日
14 中台異字第1100307號商標異議審定書為「異議不成立」處
15 分（下稱原處分）。原告提起訴願，經經濟部以112年5月29
16 日經訴字第11217302950號訴願決定駁回（下稱訴願決定）
17 後，向本院提起行政訴訟。又本院認本件訴訟之結果，倘認
18 應撤銷訴願決定及原處分，參加人之權利或法律上利益將受
19 損害，爰依職權裁定命參加人獨立參加本件訴訟。

20 二、原告主張及聲明：

21 (一)原告為如附圖2至3所示商標（附圖2為據爭商標1、附圖3為
22 據爭商標2，並與附圖4之據爭商標3合稱為據爭商標）之商
23 標權人，據爭商標由單獨之英文「MONSTER」或「MONSTER
24 ENERGY」構成，主要識別文字為「MONSTER」，搭配附圖4之
25 「JAVA MONSTER」商標及旗下其他副品牌商標、「X-PRESSO
26 MONSTER」、「JUCIE MONSTER」或「JUICED MONSTER」使
27 用，加深「MONSTER」所表彰商品，形成一種系列商品形
28 象，使得相關消費者觀看「MONSTER」文字所表彰商品時必
29 將與原告產製商品進行聯想，已使得「MONSTER」成為識別
30 據爭商標商品之表徵。

01 (二)系爭商標係由左至右排列之英文「tiny」及「monster」構
02 成，其圖樣本身所包含文字「monster」不僅與據爭商標所
03 含文字之主要識別部分完全相同，且其圖樣由左至右排列，
04 亦與上述原告之據爭商標即「JAVA MONSTER」與其他副品牌
05 商標「X-PRESSO MONSTER」、「JUCIE MONSTER」、「
06 JUICED MONSTER」相同，皆係將相關消費者之視覺最終引導
07 停留至文字「MONSTER」而與據爭商標構成近似；況一般消
08 費者所慣常使用之語法，置於形容詞之後之名詞始為語句中
09 之重點，則系爭商標圖樣中之字母「tiny」既具有「小巧的
10 」之意，屬於形容詞而較不具識別性且非一般消費者語感中
11 之重點文字，一般消費者於觀看系爭商標時，仍將特重於系
12 爭商標中之文字「monster」，主要識別部分仍應為文字「
13 monster」，如此勢必使相關消費者誤認系爭商標為原告所
14 有據爭商標系列之一，是系爭商標與據爭商標於外觀上已構
15 成近似。

16 (三)另由本院108年度行商訴字第30號、108年度行商訴字第38號
17 判決，就另案「Q MONSTER」商標與「BURN MONSTER」商標
18 已肯認與據爭商標為近似之判斷，且被告除於109年1月16日
19 中台異字第G01080360號異議審定書，肯認據爭商標與另案
20 即第01982832號「LITTLE MONSTER及圖」商標為近似商標之
21 外，另於110年2月18日、110年6月30日以據爭商標與另案第
22 02019559號「Q Monster設計圖」商標及第01984320號「怪
23 獸普拉斯MonsterPlus及圖」商標為近似商標，而遭被告撤
24 銷註冊登記。本件系爭商標之英文文字組合部分既與前案皆
25 係「動詞/形容詞+MONSTER」所組合而成，更與上開「
26 LITTLE MONSTER及圖」兩者語意上皆有「小巧的、微小的怪
27 獸」之意，且本件系爭商標是純文字商標，與「LITTLE
28 MONSTER及圖」商標相較據爭商標之近似程度更高，基於平
29 等原則，被告自應為相同之審定結果。

30 (四)系爭商標指定使用於第21類之「杯；餐具（餐刀、餐叉、餐
31 匙除外）；壺；茶壺；水壺；咖啡杯；咖啡具（餐具）；馬

01 克杯；茶具（餐具）；酒壺；旅行用水壺；飲水玻璃杯；陶
02 瓷製容器；飯盒；保溫瓶」等商品，與據爭商標所指定於第
03 29類之「加咖啡、巧克力及/或果汁之以獸乳為主的乳類飲
04 料及牛奶飲料；奶昔」、第30類之「咖啡；茶；可及代用
05 咖啡；以咖啡為主之飲料；以茶為主之飲料；以巧克力為主
06 之飲料；米；樹薯粉及西谷米；麵粉及穀類調製品；麵包；
07 糕餅及糖果；冰品；糖；蜂蜜；糖漿；酵母；發酵粉；鹽；
08 芥末；醋；醬（調味品）；調味用香料；冰」及第32類之「
09 不含酒精之飲料」等商品相較，不僅具有功能上之相輔關係
10 ，即餐具係用以輔助食用據爭商標所指定之各項食品及飲料
11 ，因餐食提供者為提高其產品之識別性，而一併搭配銷售餐
12 具者所在多有，具有產製、提供者或銷售管道之共通性，此
13 等相互搭售之餐具及食品復常銷售予相同、重疊之消費者，
14 是系爭商標所指定使用之第21類商品與據爭商標所指定之商
15 品應認係近似商品。

16 (五)原告自106年（西元2017年）以來即長期使用據爭商標於指
17 定使用之商品，經由媒體及贊助國內外多項活動而廣受知悉
18 ，商品更是遍布全台超商、賣場、量販店等通路，且多角化
19 經營，具有高度識別性及獨創性，而於系爭商標申請註冊前
20 即已為一般消費者普遍知悉之全球著名商標。被告竟以原告
21 未舉證證明消費者有因實際使用而發生混淆誤認等情事，推
22 論兩商標併存無造成相關消費者混淆誤認之虞，顯添加法律
23 所無規定之要件，屬裁量權之濫用。又系爭商標於我國實際
24 使用甚少，未為我國消費者所熟知，參加人以高度近似於知
25 名據爭商標之系爭商標申請註冊，顯非善意，反觀原告經由
26 長期積極贊助行銷各項極限運動等方式進行推廣而具有高度
27 之知名度，且兩商標有混淆誤認之虞，又造成著名商標識別
28 性或信譽之減損，本即係混淆誤認後所產生之結果，是系爭
29 商標之註冊勢必造成著名之據爭商標識別性或信譽之減損，
30 自應有商標法第30條第1項第10款、第11款規定之適用（已
31 不再主張同條第1項第12款之事由）。

01 (六)聲明：

02 1. 訴願決定及原處分均撤銷。

03 2. 被告應作成撤銷註冊系爭商標之處分。

04 三、被告答辯及聲明：

05 (一)系爭商標之註冊無商標法第30條第1項第10款規定之適用：

06 1. 系爭商標由小寫外文「tinymonster」組成，據爭商標1至3
07 或，或由外文「MONSTER」所構成，或於外文「MONSTER」前後
08 分別結合外文「JAVA」、「ENERGY」所組成，或另以獸爪圖
09 下方結合分置於上下兩行之外文「MONSTER」、「ENERGY」
10 所組成商標（如附圖5），兩造商標相較，前者雖含外文「
11 monster」，然對於拼音性之外文，其起首部分在外觀與讀
12 音上，對於整體字詞給予消費者之印象有極重要影響，是系
13 爭商標於「monster」之前尚結合「tiny」4個字母，外觀上
14 呈現緊密不可分割並不具字義之「tinymonster」11個字母
15 與據爭商標由「MONSTER」再結合其他文字或圖樣相較，
16 二者外觀上予人寓目印象、外文字母數繁簡有別，讀音上亦
17 有差異，消費者易於區辨。又外文「MONSTER」係既有特定
18 字義之習見外文字彙，非原告創用，且以之作為商標或商標
19 之一部分於同一或類似商品註冊者所在多有，其中亦有申請
20 日期早於據爭商標者，其先天識別性較獨創性商標為低。況
21 據爭商標之外文「JAVA MONSTER」、「MONSTER ENERGY」分
22 別具有表達從入門到精通之爪哇怪獸、怪獸能量等意涵，系
23 爭商標之「tinymonster」縱具有微小怪獸之意，二者觀念
24 上明顯不同，整體外觀及構圖意匠予人寓目印象迥然有別，
25 以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，
26 可能會誤認二者來自同一來源或雖不相同但有關聯來源之可
27 能性低，應屬構成近似程度極低之商標。至原告所舉本院10
28 8年度行商訴字第30號、第38號判決等近似案例，核其商標
29 圖樣與本件不同，案情各異，審查時之判斷考量因素自非完
30 全相同，基於商標審查個案拘束原則，尚難比附援引，執為
31 兩造商標近似之論據。

01 2.系爭商標指定使用之「杯；餐具（餐刀、餐叉、餐匙除外）
02 ；壺；茶壺；水壺；咖啡杯；咖啡具（餐具）；馬克杯；茶
03 具（餐具）；酒壺；旅行用水壺；飲水玻璃杯；陶瓷製容
04 器；飯盒；保溫瓶」商品，與據爭商標指定使用於第29、30
05 、32、33類之商品相較，二者於功能、用途、滿足消費者需
06 求、行銷管道及商品產製者等因素上，不具有共同或關聯之
07 處，非屬同一或類似之商品。換言之，後者係提供可食用之
08 食品、調味品、飲料、酒等商品，前者則屬可裝載食物之容
09 器或餐具，依一般社會通念，二商品之性質、功能、產製者
10 、行銷管道及場所明顯不同，亦不屬必然搭配銷售之商品，
11 自不具有共同或關聯之處，難認屬類似之商品。

12 3.「MONSTER」係既有特定字義之外文字彙，並非原告所創，
13 以「MONSTER」作為商標或商標之一部指定使用於多類商品
14 或服務，於第21類商品仍有他人獲准註冊，是「MONSTER」
15 一字其先天識別性較獨創性商標為低，與據爭商標指定使用
16 之商品或服務並無關聯性，且尚分別結合不同之外文或圖形
17 組合而成，是據爭商標仍具相當識別性。又系爭商標係由不
18 具字義之外文「tinymonster」組成，且與指定使用商品相
19 關特性說明無關，亦應具相當識別性。

20 4.衡酌系爭商標指定使用之商品與據爭商標指定使用之商品非
21 類似，且考量兩造商標整體之近似程度極低、第21類商品中
22 尚有他人以「MONSTER」作為商標一部分併存註冊者、各具
23 相當識別性等相關因素綜合判斷，尚難認相關消費者有可能
24 會誤認二商標來自同一來源，或誤認其來自雖不相同但有關
25 聯之來源，而產生混淆誤認情事，故系爭商標之註冊，自無
26 商標法第30條第1項第10款規定之適用。

27 (二)系爭商標之註冊無商標法第30條第1項第11款規定之適用：

28 1.原告雖提出諸多資料主張據爭諸商標為著名商標，惟經審酌
29 原告所提異議證據等資料（乙證2），尚難認定據爭商標於
30 系爭商標申請註冊時已為我國相關消費者所熟知。又依現有
31 資料綜合判斷，尚難謂據爭商標於國外所建立之知名度已到

01 達我國，已為我國相關事業或消費者普遍認知而達著名商標
02 之程度。

03 2.衡酌據爭商標非屬著名商標，已與商標法第30條第1項第11
04 款規定「著名商標」之前提要件不符，且兩造商標近似程度
05 極低、第21類商品中尚有他人以「MONSTER」作為商標一部
06 分併存註冊者及各具識別性，足使相關公眾於購買時施以普
07 通之注意，得依憑系爭商標之整體認識該商標，並得藉以與
08 據爭商標商品相區辨為不同來源，而無致相關公眾產生混淆
09 誤認之情事。再者，本案之外文「MONSTER」屬習知習見字
10 彙，且為第三人廣泛使用於不同商品或服務上，其識別性高
11 ，系爭商標復與據爭商標近似程度極低，並不會使人產生聯
12 想，或減弱據爭商標在社會大眾心中之獨特或單一來源印象
13 ，其識別性被淡化的可能性低。又系爭商標指定使用之商品
14 ，並無危害一般人身心或貶抑據爭商標信譽之虞，即無使人
15 對據爭商標之信譽產生負面印象情形。是系爭商標之註冊，
16 尚難認有以不公平方式或不正利用著名據爭商標之識別性，
17 而有減損其商標識別性或信譽之虞，自無前揭條款規定之適
18 用。

19 (三)聲明：原告之訴駁回。

20 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
21 陳述。

22 五、本件爭點：系爭商標有無商標法第30條第1項第10、11款規
23 定之情形，而不得註冊？

24 六、本院判斷：

25 (一)應適用之法規及說明：

26 1.按異議商標之註冊有無違法事由，除商標法第106條第1項及
27 第3項規定外，依其註冊公告時之規定，商標法第50條定有
28 明文。本件系爭商標係於109年9月24日申請註冊，經被告於
29 110年3月1日核准註冊公告，系爭商標有無不得註冊之事由
30 ，自應以105年11月30日修正公布、105年12月15日施行之現
31 行商標法為斷（下僅稱商標法）。

01 2.按商標法第30條第1項第10款、第11款規定：「商標有下列
02 情形之一，不得註冊：…十、相同或近似於他人同一或類似
03 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
04 混淆誤認之虞者。…十一、相同或近似於他人著名商標或標
05 章，有致相關公眾混淆誤認之虞，或有減損著名商標或標章
06 之識別性或信譽之虞者。」。所謂「有致相關消費者混淆誤
07 認之虞者」，係指商標有使相關消費者對其所表彰之商品來
08 源或產製主體發生混淆誤認之虞而言；亦即商標予消費者之
09 印象可能致使相關消費者混淆而誤認來自不同來源之商品或
10 服務以為來自同一來源，或誤認二商標之使用人間存在關係
11 企業、授權、加盟或其他類似關係。又判斷二商標有無致混
12 淆誤認之虞，應參酌：(1)商標識別性之強弱；(2)商標是否近
13 似暨其近似之程度；(3)商品或服務是否類似暨其類似之程度
14 ；(4)先權利人多角化經營之情形；(5)實際混淆誤認之情事；
15 (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
16 否善意；(8)其他混淆誤認之因素等，綜合認定是否已達有致
17 相關消費者產生混淆誤認之虞。又商標法第30條第1項第11
18 款前段及後段所稱「著名商標」，係指有客觀證據足以認定
19 已廣為相關事業或消費者所普遍認知者。是否有該款後段減
20 損著名商標之識別性或信譽之虞，應參酌商標著名之程度、
21 商標近似之程度、商標被普遍使用於其他商品/服務之程度
22 、著名商標先天或後天識別性之程度及系爭商標權人是否有
23 使人將其商標與著名商標產生聯想的意圖之其他等因素綜合
24 判斷。商標若為第三人廣泛使用於不同之商品/服務，則該
25 商標排他使用之程度較低，其識別性或信譽較不可能遭受減
26 損。另商標法第30條第1項第11款前段與同條項第10款規定
27 均在規範「混淆誤認之虞」，其立法意旨在於避免相關消費
28 者對商品/服務來源產生混淆誤認之虞，因此關於判斷有無
29 混淆誤認之虞的參酌因素及各參酌因素之內涵，均可援用之
30 。而判斷商標是否近似，應總括商標整體，就其外觀、讀音

01 　、觀念加以觀察，並非某一部分相同或近似，即構成高度近
02 似商標。

03 (二)系爭商標並無商標法第30條第1項第10款規定不得註冊之事
04 由：

05 1.系爭商標與據爭商標近似程度低：

06 (1)系爭商標由小寫外文「tinymonster」構成，據爭商標1、
07 2、3則由單純未經設計之外文「MONSTER（附圖2）」、或於
08 外文「MONSTER」後結合外文「ENERGY」（附圖3）」、或於
09 外文「MONSTER」前結合外文「JAVA」（附圖4）」所組成。
10 兩者相較，雖皆有相同外文「MONSTER」，然「MONSTER」
11 中文具有「怪物、妖怪、怪獸」之意思，為一般習見常用
12 之外文字彙，並非原告所創用，相較獨創之文字或組合字
13 而言其識別性低，倘各自附加不同外文或圖案、顏色組
14 合，對於相關消費者所呈現客觀具體印象即有所區別，並
15 非如原告所稱消費者留存之主要或最終印象僅會有「
16 MONSTER」外文。

17 (2)系爭商標於「monster」之前尚結合「tiny」4個字母，外
18 觀上呈現緊密不可分割並不具字義之「tinymonster」11
19 個字母之英文單字，與據爭商標「MONSTER」、「MONSTER
20 ENERGY」、「JAVA MONSTER」均係由「MONSTER」再結合
21 其他文字相較，二者外觀上予人寓目印象、外文字母數繁
22 簡有別，讀音上亦有差異，應易於區辨。又從字義觀之，
23 據爭商標之外文「JAVA MONSTER」、「MONSTER ENERGY」
24 分別具有「爪哇怪獸」、「怪獸能量」意涵，系爭商標之
25 外文「tinymonster」縱將其分離為兩個單字「tiny」、「
26 monster」而具有「微小怪獸」之意涵，惟二者在觀念
27 上明顯不同。是以，兩商標雖均有相同之「MONSTER」文
28 字，然無論在外觀、觀念及讀音上均易於區辨，以具有普
29 通知識經驗之相關消費者，於購買時施以普通之注意，尚
30 可輕易區辨兩者之差異，應屬近似程度低之商標。

31 (3)原告雖主張本院及被告就另案「Q MONSTER」與「BURN

01 MONSTER」、「LITTLE MONSTER及圖」、「Q Monster設計
02 圖」、「怪獸普拉斯MonsterPlus及圖」等商標肯認與據
03 爭商標構成近似之判斷（參訴願書之附件5、6），且系爭
04 商標是純文字商標，與「LITTLE MONSTER及圖」商標相較
05 據爭商標之近似程度更高，故本件應為相同之認定等等。
06 惟查，據爭商標與系爭商標是否構成近似及其近似程度如
07 何，應以本件系爭商標之文字或圖樣與據爭商標為整體觀
08 察比較，原告所舉另案爭執之商標文字或圖樣既與系爭商
09 標不同，自無從比附援引；況且被告所為其他商標審定所
10 涉商標文字或圖樣亦與本件不同，案情各異，審查時判斷
11 考量因素自非完全一致，基於商標審查個案拘束原則，尚
12 無從執此作為兩商標構成高度近似之依據。

13 2.系爭商標指定使用之商品與據爭商標商品不具有同一或類似
14 關係：

15 (1)系爭商標指定使用之「杯；餐具（餐刀、餐叉、餐匙除外
16 ）；壺；茶壺；水壺；咖啡杯；咖啡具（餐具）；馬克杯
17 ；茶具（餐具）；酒壺；旅行用水壺；飲水玻璃杯；陶瓷
18 製容器；飯盒；保溫瓶」商品，與據爭商標指定使用於第
19 29、30、32、33類之商品（如附圖2至4）相較，二者於功
20 能、用途、滿足消費者需求、行銷管道及商品產製者等因
21 素上，不具有共同或關聯之處，並非屬同一或類似之商品
22 。

23 (2)至原告雖主張據爭商標指定使用於第29、30、32類等飲料
24 、餐食及調味品等商品，與系爭商標指定商品有功能上相
25 輔關係，提供者會有搭配銷售之情形而構成類似關係等等
26 。然而商品類似，係指二個不同的商品，在功能、材料、
27 產製者或其他因素上具有共同或關聯之處，商品類似之判
28 斷，應綜合該商品之各相關因素，以一般社會通念及市場
29 交易情形為依據。亦即在判斷商品類似與否時，應就衝突
30 商標二者之原材料、性質、用途、形狀、零件或成品之關
31 係、販賣單位或地點、消費者及通路之一致或近似等，參

01 酌一般社會通念及市場交易情形，就商品或服務之各種相
02 關因素為審酌。查據爭商標指定商品主要係飲料、調味品
03 、麵包、糕餅及酒等商品，與系爭商標所指定使用於裝載
04 食物、飲水之一般容器或餐具相較，二商品之性質、功能
05 、產製者、行銷管道及販售場所均明顯不同，亦不屬必然
06 或常見搭配銷售之商品，依一般社會通念及市場交易情形
07 ，自不具有共同或關聯之處，難認屬同一或類似之商品，
08 故原告之主張並非可採。

09 **3.兩商標識別性強弱：**

10 系爭商標與據爭商標均與其指定使用之商品間無直接關聯性
11 ，各具有相當識別性。然以「MONSTER」作為商標或商標之
12 一部分而申請註冊且獲准註冊者，不在少數，此有被告檢附
13 國內商標註冊資料可稽(異議卷一第69至75頁)，故相關消費
14 者並不會將「MONSTER」視為指向單一來源之判斷標準，仍
15 會就商標整體有無附加其他文字或圖樣加以判斷商品來源。

16 **4.據爭商標之多角化經營及消費者對兩商標之熟悉程度：**

17 依原告於異議程序所提異議證31、44、56號以及訴願程序所
18 提附件10、11、15、23等資料可知，原告就據爭商標在系爭
19 商標註冊前除使用於能量飲料商品之外，亦將業務拓展至其
20 他授權商品如防摔衣、護腕、帽子、貼紙、購物袋等，並贊
21 助賽事及活動行銷相關商品，據爭商標商品早於系爭商標申
22 請註冊前即於106年9月間正式於我國銷售，並鋪貨至各大超
23 商、量販店，持續於市場上行銷及販售。另就系爭商標之使
24 用或多角化經營之情形，參加人並未提出相關事證，是依現
25 有資料而言，顯然我國相關消費者對於據爭商標應較系爭商
26 標為熟悉，且原告在據爭商標之使用上有多角化經營情形。

27 **5.系爭商標之申請註冊非為惡意：**

28 系爭商標與據爭商標雖均有英文「MONSTER」，然該字僅為
29 一般習見常用之外文字彙，識別性較低，且參加人為大陸公
30 司，與原告並無任何地緣關係，尚難以原告主張據爭商標商
31 品早於系爭商標申請前即在臺灣上市行銷，且有多角化經營

01 情形，即推認參加人申請註冊系爭商標係出於故意攀附原告
02 據爭商標商譽之惡意，是原告主張參加人為惡意註冊，並無
03 可採。

04 6.綜合判斷各項因素：

05 衡酌系爭商標與據爭商標各具有識別性，且兩商標圖樣近似
06 程度低，所指定使用之商品間亦不具有同一或類似關係，應
07 不致使相關消費者產生混淆誤認之虞。又參以系爭商標之申
08 請註冊並非惡意，我國相關消費者對於據爭商標縱較為熟悉
09 且原告就據爭商標有多元化經營之情形，亦不致因兩商標均
10 有習見之外文「MONSTER」即遽認系爭商標與據爭商標為同
11 一商標，或誤認兩商標之商品或服務為同一來源之系列商品
12 ，或誤認兩商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟
13 關係或其他類似關係。故原告主張系爭商標有商標法第30條
14 第1項第10款本文規定之適用，即屬無據，並不可採。

15 (三)系爭商標並無商標法第30條第1項第11款規定不得註冊之事
16 由：

17 1.原告雖提出證據主張自106年起因長期使用據爭商標行銷，
18 並經由媒體廣告及贊助多項活動而廣受知悉，且因多角化經
19 營，據爭商標商品更遍布全台超商、賣場、量販店等通路具
20 有高度識別性，是於系爭商標註冊前即為我國相關消費者所
21 普遍知悉之全球著名商標等等。然查：

22 (1)原告於異議期間所提證1及4號乃原告於申請註冊商標資料
23 及列表；證5號之商品標籤圖文設計稿、證42號之原告美
24 國著作權登記證書；證43、58、59號及訴願期間提出附件
25 4至9、33號之他案訴願決定書、行政訴訟判決、他案核駁
26 審定書、公平交易委員會發布新聞稿等資料，均非據爭商
27 標實際使用之事證。又證2號之YAHOO搜尋據爭商標商品圖
28 片結果，並無瀏覽相關資訊，就該網頁接觸者、購買商品
29 之情形如何，均無法佐證。另證3、45號為原告董事長之
30 聲明書，僅係其個人感官知覺作用直接體驗之客觀事實而
31 為書面陳述，並不足以作為據爭商標實際使用之客觀證據

01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30

。

- (2)原告於異議期間所提證6至11、14、17、21、24及25號有關贊助各項極限體育活動或運動員相關照片及資料，及證12、15、16、18至20、22、23、26至28、30號之ESPN、原告公司、Surflin、YouTube、Ricky Carmichael、super cross online、Fullthrottle motorcycles、CNBC、Facebook及推特等網站網頁資料、證13號之贊助完成報告、證41號之運動賽事轉播日期及相關報導與討論、證51至55號之Mercedes-AMG Petronas、Moto GP、TopGear Taiwan之車隊Facebook、原告官方網頁等資料，或無日期可稽，或未見據爭商標標示，或瀏覽人數非多，其中部分資料標示日期為西元2008年、西元2010至2015年之時間，雖早於系爭商標申請註冊日，然其內容焦點仍在賽事或運動本身，據爭商標圖樣縱出現於上開贊助活動、轉播或相關網站報導之機車及車手服飾配件上，仍屬為增加曝光率所為贊助性質，尚難認經由此贊助已達相關事業或消費者熟知之程度。至原告雖另提出訴願附件35之天下雜誌報導，主張係以贊助行銷方式進行宣傳為相關消費者普遍知悉，惟觀前揭資料多數為外文資料，且於贊助、轉播及報導當時，據爭商標商品尚未於我國正式銷售，我國相關消費者是否普遍認識其為指示何種商品來源之標識，抑或實際透過網路、相關媒體等管道獲悉或接觸據爭商標之人數及情形如何，均屬未明，難以逕認為我國相關消費者所普遍知悉之著名商標。
- (3)原告所提證29號之Facebook全球統計報告列印資料，雖可藉此知悉「MONSTER ENERGY」商標為其全球粉絲按讚排行榜第14名，惟該報告乃該品牌之全球統計資料，並無公布調查對象客體，尚無法據此得知其中有多少我國相關消費者實際接觸據爭商標網頁之情形，並無法作為我國相關消費者已普遍熟知該品牌之事證。

01 (4)原告所提證27、40號之原告官方網頁、銷售點宣傳品圖
02 片，證31號之MONSTER服裝網站及目錄，證32、35號之西
03 元2003至2006年之The Wall Street Journal、TIME、
04 Beverage World、BusinessWeek、FORTUNE、Forbes、
05 BusinessWeek online及Newsweek之據爭商標車體廣告、
06 報導及行銷資料，證36號之西元2003年車體廣告報導之讀
07 者人數數據報表，證33、34號之西元2005年車體廣告照片
08 及說明資料，證50號與電玩遊戲聯名宣傳之廣告（反面）
09 等資料，皆為外文資料，並非據爭商標在我國境內使用之
10 事證，僅能證明「MONSTER ENERGY」商標商品有在國外之
11 宣傳及銷售事實，然其於國外行銷之情形及如何達到我國
12 相關消費者所熟悉，仍應佐以其他使用事證始得判斷。至
13 原告雖提出證37號之西元2006年Las Vegas Monorail網站
14 資料、證38號之美國拉斯維加斯自西元2001年至2005年各
15 國旅客人數統計報表、證39號之單軌電車廣告價值分析資
16 料，主張前往拉斯維加斯之我國遊客得以知悉據爭商標，
17 惟觀諸上開資料並無從得知我國消費者於旅遊、洽公等過
18 程中，實際接觸據爭商標之情形，尚難憑此逕認我國相關
19 消費者已藉由上開事證普遍認識據爭商標之存在。

20 (5)原告所提證44號之網友討論及露天拍賣等網頁，證46、50
21 號之「MONSTER ENERGY」飲料商品陳列照片(正面)、證47
22 號之我國媒體宣傳資料、證48號之西元2017年9月27日
23 MONSTER ENERGY臉書貼文資料，雖可認據爭商標之能量飲
24 料商品於106年9月間正式於我國統一超商販售，之後亦在
25 各零售通路銷售，然在此之前係由零星消費者或業者自行
26 由海外帶入我國於網路平台販售行銷，相關討論、發表文
27 章篇幅有限，且依前揭露天拍賣網頁所示，飲料商品之購
28 買人次僅272人次，數量僅768個，並不足為我國相關消費
29 者所普遍熟悉，況我國縱使與美國商旅往來頻繁，但未必
30 所有在美國享有高知名度之商標，亦當然為我國消費者所
31 熟知。

01 (6)原告所提證49、60號、訴願附件34之原告西元2017至2019
02 年於我國銷售額、銷售量及行銷費用、代理商發票影本等
03 ，因部分資料屬原告自行統計數據，且衡酌我國飲品市場
04 商品種類繁多，原告所舉據爭商標商品多為能量飲料，較
05 諸一般常見之礦泉水、汽水、果汁、咖啡、茶類等飲料，
06 其消費客群本有侷限，尤以我國相關消費者實際接觸前揭
07 貼文或網頁內容情形不明，尚難謂據爭商標之能量飲料商
08 品已於我國網路被廣泛、頻繁討論，或經由上開行銷方式
09 已為我國相關消費者所普遍認知而達著名商標之程度。此
10 外，原告復未提出據爭商標商品於我國具有客觀市場占有
11 率等具體資料，尚難認據爭商標商品於系爭商標申請註冊
12 時已為我國相關消費者所熟知而達著名商標之程度。

13 (7)原告所提證56號、訴願附件10、36有關據爭商標飲料商品
14 於我國統一超商獨家販售之網友討論、宣傳活動與媒體報
15 導、臉書貼文留言及照片，雖可見據爭諸商標，惟或無日
16 期可稽，或日期多集中在登台販售初期(西元2017年9月3
17 日至21日間)。又原告所提異議證57號、訴願附件11至22
18 、32之據爭商標飲料商品陳列於超商、賣場及其實物照片
19 、106年9月至109年9月間促銷宣傳活動及照片等資料，雖
20 可見據爭商標，然部分無確切日期可稽，部分活動舉辦日
21 期縱在系爭商標申請日前，然活動期間較短或零星，且整
22 體使用、行銷時間不長。至原告所提訴願附件23至31之據
23 爭商標飲料商品陳列於超商、賣場及其實物照片、109年1
24 0月至111年6月間促銷宣傳活動及照片等資料，其使用據
25 爭商標之日期均在系爭商標申請註冊日(109年9月24日)
26 之後，尚無法作為據爭商標為我國相關消費者普遍認知而
27 為著名商標之有利事證。況且，原告所提證56號、訴願附
28 件10至32等前揭證據使用之商標多為由字型外觀經設計之
29 「MONSTER」結合「類似三爪痕之設計圖」及外文「
30 ENERGY」所組合構成之「M MONSTER ENERGY AND DESIGN
31 」商標(如附圖5)，而非如附圖2、3、4所示「MONSTER

01 「MONSTER ENERGY」、「JAVA MONSTER」等未經設計
02 之據爭商標。

03 (8)綜觀原告所提前揭證據資料均難據以認定據爭商標在系爭
04 商標申請註冊時，已為我國相關消費者所普遍知悉而達著
05 名商標之程度。

06 2.由於原告尚無法證明據爭商標於系爭商標申請註冊時，已成
07 為我國相關消費者所普遍知悉之著名商標，且因系爭商標與
08 據爭商標近似程度低、各具識別性，相關消費者於購買時施
09 以普通之注意，得以兩商標區辨商品為不同來源，而無致相
10 關消費者產生混淆誤認之虞，已如前述，是以系爭商標之使
11 用並無使相關消費者對據爭商標所代表之品質、信譽產生貶
12 抑或負面之聯想，難謂系爭商標之註冊有減損據爭商標之識
13 別性或信譽之情事。故原告主張系爭商標之註冊有商標法第
14 30條第1項第11款本文規定之適用，洵屬無據，並不可採。

15 七、綜上所述，本件系爭商標之註冊並無商標法第30條第1項第
16 10款、第11款規定不得註冊之情形，是被告就原告所提異議
17 為不成立之原處分合法，訴願決定予以維持，亦無不合。從
18 而，原告訴請撤銷訴願決定及原處分，並命被告作成撤銷系
19 爭商標之處分，為無理由，應予駁回。

20 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
21 料經本院斟酌後，核與判決結果不生影響，並無一一論述的
22 必要。

23 九、結論：本件原告之訴為無理由，依修正前智審法第1條，行
24 政訴訟法第98條第1項前段、第218條，民事訴訟法第385條
25 第1項前段，判決如主文。

26 中 華 民 國 113 年 7 月 26 日

27 智慧財產第一庭

28 審判長法官 蔡惠如

29 法官 陳端宜

30 法官 吳俊龍

31 以上正本係照原本作成。

- 01 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
 02 明上訴理由，其未表明上訴理由者，應於提起上訴後20日內
 03 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
 04 起上訴者，應於判決送達後20日內補提上訴理由書（均須按
 05 他造人數附繕本）。
- 06 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，
 07 逕以裁定駁回。
- 08 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
 09 法第49條之1第1項第3款）。但符合下列情形者，得例外不
 10 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。

01

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 8 月 2 日

03

書記官 蔣淑君