智慧財產及商業法院行政判決

112年度行商訴字第51號
民國112年12月14日辯論終結

原　　告　香港商雅力國際貿易有限公司
代　表　人　黎奕斌
訴訟代理人　蔣文正律師
複 代理 人　蘇英偉律師
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　林佳柔

上列當事人間因商標註冊事件，原告不服經濟部中華民國112年7月10日經訴字第11217304050號訴願決定，提起行政訴訟，本院判決如下：

主　文

一、原告之訴駁回。

二、訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

壹、爭訟概要：

原告於民國111年5月11日以「Pack n’ Go」商標，指定使用於被告所公告商品及服務分類第18類「公事包；運動包；皮包；海灘袋；信用卡皮夾；手提包；背包；人造皮革；行李牌；錢包；書包；旅行袋；旅行皮件套組；行李箱；傘；空的工具袋；可重複使用購物袋；帆布背袋；名片皮夾」商品申請註冊（申請第111032552號，圖樣如附圖所示，下稱系爭申請商標）。經被告審認有商標法第29條第1項第1款及第3款規定情形，以112年3月1日商標核駁第0428708號審定書為核駁之處分（下稱原處分）。原告不服提起訴願，經濟部以112年7月10日經訴字第11217304050號決定駁回訴願（下稱訴願決定），原告不服，提起本件行政訴訟。

貳、原告主張及聲明：

一、系爭申請商標為原告創用之7個字母緊密連綴之全新文字組合，整體不可分割，與所指定商品間無直接、必然之描述關連，於字典查詢並無相對應之中文翻譯，檢索商標註冊資料僅原告以此英文字詞組合作為商標文字，申請註冊在第18類商品，具有識別性。系爭申請商標之「n’」並非「and」的縮寫，被告自行分割解讀，語意不通、脫離中英文文法邏輯，顯與一般社會通念不符。況「Pack and Go」由線上翻譯軟體翻譯結果，或無單字之解釋，或被解釋為「打包後外賣」，並非「收納及旅行」之涵義，系爭申請商標與單純描述性用法截然不同，縱經反覆推敲、想像或分割，領會出「收納及旅行」之意，亦應屬暗示性標識，使用於指定商品仍具識別性。又以「Pack」結合其他文字或圖形，或整體文字涵義或有「打包、收納、旅行」等涵義，仍獲准註冊於第18類商品者，已有具體前例，依行政自我拘束原則，亦應准許系爭申請商標註冊。

二、系爭申請商標以實際使用於指定商品，在全臺實體與網路商店開始販售，透過關鍵字「Pack n’ Go」於網路搜尋結果幾乎全部指向系爭申請商標之商品介紹，足認系爭申請商標在相關市場已建立相當知名度，更可供相關消費者認知系爭申請商標文字為表彰原告商品之品牌印象，依商標法第29條第2項規定，亦應准予註冊。

三、聲明：㈠訴願決定及原處分均撤銷。㈡被告應就系爭申請商標為准予註冊之審定。

參、被告答辯及聲明：

一、系爭申請商標圖樣僅由未經設計之「Pack n’ Go」外文所構成，予人寓目印象為「Pack and Go」，中譯為「收納及旅行」之意，使用指定於「公事包；運動包；皮包；海灘袋；信用卡皮夾；手提包；背包；人造皮革；行李牌；錢包；書包；旅行袋；旅行皮件套組；行李箱；空的工具袋；可重複使用購物袋；帆布背袋；名片皮夾」商品，予消費者認知為該等商品提供收納及旅行之相關用途，為所指定商品之品

質、用途或相關特性之說明；指定使用於「傘」商品，予消費者印象為一廣告宣傳標語，而非識別來源的標識，不足以使商品之相關消費者認識其為表彰商品來源之標識，並得藉以與他人之商品相區別，自有商標法第29條第1項第1、3款規定之適用。

二、系爭申請商標圖樣予我國相關消費者寓目印象為「Pack and Go」，觀其所附之實際使用事證中，其品牌介紹中敘述「Pack n’Go，旅遊裝備品牌，主力研發有效收納（Pack）以及方便出行（Go）的產品和系統」，更明確表示其係有傳達「收納和旅行」之意涵，是以「Pack n’Go」指定使用於所指定商品，予消費者仍僅為所指定商品之品質、用途或相關特性之說明，或廣告宣傳標語，復商標圖樣之文字、圖形、記號、顏色組合或其聯合式，依社會一般通念，如為商品本身之說明或與商品本身之說明有密切之關連者，即有商標法第29條第1項第1、3款規定之適用，與習慣上是否通用無關。原告所舉其他註冊案例之文字組合意涵與本件有別，尚難比附援引。而原告提出之實際使用事證，僅有於各大網站及實體通路之銷售頁面，以及關鍵字網頁搜尋結果頁面、電視劇畫面截圖，並無檢附商品銷售量、營業額與市場占有率，廣告量、廣告費用、促銷活動等具體證據資料，依現有資料綜合以觀，尚難遽認系爭申請商標經原告長期廣泛使用，在交易上已成為表彰其商品之識別標識，而得依商標法第29條第2項規定，取得後天識別性。

三、聲明：駁回原告之訴。

肆、爭點（本院卷第199頁）：

系爭申請商標有無商標法第29條第1項第1款及第3款規定不得註冊之情形？

伍、本院判斷：

一、商標法第18條規定：「（第1項）商標，指任何具有識別性之標識，得以文字、圖形、記號、顏色、立體形狀、動態、全像圖、聲音等，或其聯合式所組成。（第2項）前項所稱

識別性，指足以使商品或服務之相關消費者認識為指示商品或服務來源，並得與他人之商品或服務相區別者」；同法第29條第1項第1款及第3款、第2項規定：「（第1項）商標有下列不具識別性情形之一，不得註冊：□僅由描述所指定商品或服務之品質、用途、原料、產地或相關特性之說明所構成者。……□僅由其他不具識別性之標識所構成者。（第2項）有前項第一款或第三款規定之情形，如經申請人使用且在交易上已成為申請人商品或服務之識別標識者，不適用之」。

二、系爭申請商標圖樣僅由略經設計之外文「PACKn'GO」所構成，「Pack」、「Go」又為國人常見字詞，相關消費者會以「Pack n' Go」唱呼辨識，而「PACK」為「打包；收拾；收好；包裹；包裝」之意，「GO」則為「移動；出發；行走；離開」之意，雖「n'」無直接涵義，惟「'」常作為省略符號，「and」在與所接單字形成連音之發音雷同於「n」，則消費者連貫唱呼「Pack n' Go」容易將其理解為「Pack and Go」，有「打包及出行」之意，是以之作為商標，指定使用於「公事包；運動包；皮包；海灘袋；信用卡皮夾；手提包；背包；人造皮革；行李牌；錢包；書包；旅行袋；旅行皮件套組；行李箱；傘；空的工具袋；可重複使用購物袋；帆布背袋；名片皮夾」商品，予消費者之認知印象，在傳達該等商品具有收納物品功能或為外出用品，核屬描述所指定商品之品質、用途或相關特性之說明，不具識別性，有商標法第29條第1項第1款規定之適用；而其中指定使用於「傘」商品，亦予人印象為一宣傳用之廣告標語，相關消費者尚難認識其為指示商品來源之標識，並得藉以與他人之商品或服務相區別，屬其他不具識別性之標識，而有同條項第3款規定之適用。

三、原告主張系爭申請商標為原告創用之7個字母緊密連綴之全新文字組合，整體不可分割，以「PACKN'GO」於字典查詢無結果（甲證1，本院卷第29頁）；於被告網站搜尋系爭申請

商標文字僅有原告以此外文字詞組合作為商標文字（甲證2，本院卷第31頁）；以網路查詢「’」與「and」之使用方式（甲證3，本院卷第33至42頁），「n’」並非「and」的縮寫；經查閱線上字典或無「Pack and Go」單字解釋，或被解釋為「打包後外賣」之意等情（甲證4，本院卷第43至44頁），縱經反覆推敲、想像或分割，領會出「收納及旅行」之意，亦應屬暗示性標識，使用於指定商品仍具識別性云云。然系爭申請商標名稱為「Pack n’ Go」（乙證1卷第1頁、第6頁），原告提供於網路行銷使用系爭申請商標亦標示為「Pack n’ Go」，系爭申請商標商品則係將系爭申請商標分為「PACK」、「n’GO」上下二部分使用（本院卷第61至117頁），在其商品描述記載：「Pack n’ Go，旅遊裝備品牌，主力研發有效收納（Pack）以及方便出行（Go）的產品和系統……」等語（本院卷第85頁），原告並無將系爭申請商標圖樣緊密連綴視為不可分割整體之意。雖原告舉甲證3網路查詢主張「n’」並非「and」的縮寫，惟消費者連貫唱呼「Pack n’ Go」容易將其理解為「Pack and Go」，系爭申請商標之外觀或讀音給予消費者的印象仍為「Pack and Go」。而「Pack and Go」係由「Pack」、「Go」二單純說明性文字與「and」連結組成，消費者容易拆解而解讀該連結組成的文義，仍予人原有「Pack」、「Go」說明意義之印象，消費者無須運用想像與推理，即能直接理解其為所指定商品相關特性之說明或一般廣告宣傳用語，縱使尚無其他同業使用完全相同之文字，其需要用來表示商品相關說明的可能性仍高，自不宜由原告獨占使用取得排他專屬權，原告主張不可採。

四、原告主張系爭申請商標商品在臺販售，消費者可經由原告之官方網站及Pinkoi、蝦皮商城、yahoo超級商城、yahoo拍賣、旋轉拍賣、蝦皮購物、露天拍賣等網站，與臺中、高雄、南投之實體通路購買（甲證6，本院卷第61至128頁）；在西元2022年為香港知名男團成員Anson Lo盧瀚霆與Jeffre

y魏浚笙演出之viu TV電視劇「百萬同居計劃」贊助系爭申請商標相關商品（甲證7，本院卷第129至133頁）；透過關鍵字於Google、Yahoo、飛比價格等網站搜尋結果，幾乎全部指向系爭申請商標之商品介紹（甲證8，本院卷第135至143頁）；西元2021、2022年系爭申請商標商品於全臺之銷售資料（甲證9，本院卷第233至244頁），系爭申請商標業經原告實際使用宣傳，在相關市場已建立相當知名度，更可供相關消費者認知系爭申請商標文字為表彰原告商品之品牌印象，依商標法第29條第2項規定，應准予註冊云云。然觀諸甲證6僅為有於各大網站及實體通路銷售之頁面、甲證7為電視劇畫面截圖、甲證8係以關鍵字網頁搜尋結果之頁面，而甲證9所示銷售資料期間不長、數量及金額不高，相關銷售紀錄並無市場占有率可資參佐，是依現有事證，尚難逕認系爭申請商標業經原告長期廣泛使用，在交易上已成為原告商品之識別標識而取得後天識別性，原告主張不可採。

五、原告主張以「Pack」結合其他文字或圖形，或整體文字涵義有「打包、收納、旅行」等涵義，仍獲准註冊於第18類商品者，已有具體前例（甲證5，本院卷第45至59頁），依行政自我拘束原則，亦應准許系爭申請商標註冊云云。然核諸原告所舉商標圖樣與系爭申請商標不同，案情各異，審查時之判斷考量因素自非完全相同，基於商標審查個案拘束原則，尚難比附援引，執為系爭申請商標應准註冊之論據。

陸、綜上所述，系爭申請商標有商標法第29條第1項第1款及第3款規定不得註冊之情形，原處分合法，訴願決定予以維持，亦無不合。原告訴請撤銷，為無理由，應予駁回。

柒、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法均與本件判決結果不生影響，故不逐一論述，併此敘明。

捌、據上論結，本件原告之訴為無理由，依110年12月8日修正公布之智慧財產案件審理法第1條，行政訴訟法第98條第1項前段規定，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　吳俊龍

法　官　陳端宜

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	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。

一，經最高行政法院認為適當者，亦得為上訴審訴訟代理人	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　　112　　年　　12　　月　　29　　日

書記官　吳祉瑩