

01 智慧財產及商業法院行政判決

02 113年度行商訴字第54號

03 民國114年4月16日辯論終結

04 原 告 坤裕精機股份有限公司

05 代 表 人 潘榮彬

06 訴訟代理人 廖雍倫律師（兼上一人及次二人之送達代收人）

07 輔 佐 人 高尹文

08 訴訟代理人 廖瑋婷律師

09 被 告 經濟部智慧財產局

10 代 表 人 廖承威

11 訴訟代理人 林淑如

12 參 加 人 光陽工業股份有限公司

13 代 表 人 柯俊斌

14 訴訟代理人 張東揚律師

15 賴蘇民律師（兼上二人及次一人之送達代收人）

16 複代理人 李佳樺律師

17 上列當事人間因商標異議事件，原告不服經濟部中華民國113年7
18 月26日經法字第11317303710號訴願決定，提起行政訴訟，經本
19 院命參加人獨立參加被告之訴訟，本院判決如下：

20 主 文

21 一、原告之訴駁回。

22 二、訴訟費用由原告負擔。

23 事實及理由

24 壹、程序事項：

25 參加人代表人原為柯勝峯，嗣於民國114年4月16日變更為柯
26 俊斌，茲據新任代表人於同年月28日聲明承受訴訟（本院卷
27 六第229至231、235頁之聲明承受訴訟狀、代表人變更資
28 料），核無不合，應予准許。

29 貳、爭訟概要：

01 原告前於111年4月21日以「KYMC設計字」商標，指定使用於
02 當時商標法施行細則第19條所定商品及服務分類表第7類之
03 「印刷機；噴墨印字機；輪轉印刷機；轉印機；印刷上墨
04 機；電子自動印刷機；印刷用版；製版機；紙張之輸送鬆紙
05 桿；印刷滾紙張力調整機；印刷用進紙機；紙張之輸送滾
06 筒；印刷機用滾筒；光學及電子零件用薄膜塗膜機；可攜式
07 雷射印刷器；紙業分條機；送紙機；塑膠布熱風貼合專用
08 機；塑膠布切割機；塗膠機」商品，向被告申請註冊，經被
09 告核准列為註冊第2255798號商標（下稱系爭商標，如附圖1
10 所示）。嗣參加人以系爭商標之註冊有商標法第30條第1項
11 第11款規定情形，對之提起異議。被告認系爭商標有違同條
12 項第11款後段規定，以113年2月29日中台異字第G01110540
13 號商標異議審定書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分（下稱
14 原處分）。原告不服，提起訴願，經經濟部以113年7月26日
15 經法字第00000000000號訴願決定駁回，原告不服，向本院
16 提起訴訟。本院認本件訴訟的結果，如認定應撤銷訴願決定
17 及原處分，參加人之權利或法律上利益將受損害，爰依職權
18 命參加人獨立參加被告之訴訟。

19 參、原告主張要旨及聲明：

- 20 一、原告自57年創立起，取用公司英文名稱KUEN YUH MACHINE
21 RY ENGINEERING CO., LTD. 之開頭「KYMC」，以「KYMC」
22 表彰其所產製之商用印刷機產品，原告之「KYMC」商標樣
23 式設計隨著時代美感演進陸續調整，



01



02



KYMC

KYMC
坤 裕 精 機

03



04

但仍不脫「KYMC」文字作為商標之識別主體，經原告長年
05 持續之使用，從銷售數據、產品外觀、合約／報價單／業
06 務書信、產品出貨單據、展覽資料、公司外觀及公司資
07 料、網路資料及媒體報導、雜誌報導、業務交流及合作紀
08 錄、產品型錄、證書及獲獎紀錄等證據資料可知「KYMC」
09 商標在商用印刷機業界及相關消費者中已然為高度著名商
10 標。

11

二、含有原告「KYMC」之商標早已於72年申請並於73年註冊，
12 遠早於參加人最早申請之「KYMCO」商標，原告與參加人
13 之網域名稱自86年起並存迄今，參加人之「光陽」商標或
14 據爭商標「KYMCO」商標之著名性僅限縮於第12類機車相
15 關商品之領域，且消費者主要識別參加人商標之依據為中
16 文商標「光陽」，而非英文商標「KYMCO」，而與系爭商
17 標於消費者唸讀之方式、是否為縮寫或為某具特定意涵詞
18 彙之聯想，以及外觀上是否呈現圖像化文字或僅僅係一未
19 經設計之英文詞彙等，印象上即相差十萬八千里，絲毫不
20 可能會聯想兩造商標為近似商標，消費者應可辨識其分屬
21 不同來源之營業主體。兩造商標各自於第7類商用印刷機

01 商品領域、第12類機車商品領域著名，兩造商標各自著名
02 而各具識別性，據爭商標著名於機車領域不及於商用印刷
03 機等商品，兩造商標之消費者與行銷受眾不同，且產業差
04 異甚大，市場亦有所區隔，設若就算有任職印刷廠之員工
05 認識「KYMCO」為機車領域之商標，其亦不會認為原告所
06 產製之「KYMC」商用印刷機與「KYMCO」機車係為同一來
07 源，故系爭商標之註冊不可能有任何減損據爭商標識別性
08 之虞。

09 三、又原告係基於公司名稱設計系爭商標而善意申請註冊，亦
10 無使他人將系爭商標與據爭商標產生聯想之意圖等因素。
11 另系爭商標指定使用之商品，並無危害一般人身心或使人
12 對據爭商標信譽產生負面印象之情形。堪認系爭商標之使
13 用並無導致據爭商標使用於特定商品來源之聯想減弱，而
14 降低據爭商標之獨特性，或對據爭商標所代表之品質、信
15 譽產生貶抑或負面之聯想，即難謂系爭商標之註冊有減損
16 據爭商標之識別性或信譽之虞，並無商標法第30條第1項
17 第11款後段規定之適用。

18 四、聲明：訴願決定及原處分均撤銷。

19 肆、被告答辯要旨及聲明：

20 一、參加人「光陽工業股份有限公司」成立於西元1963年，19
21 92年開始採用「KYMCO」作為品牌名稱，使用於所產製之
22 機車及其零組件等商品及銷售服務上，並以之作為商標或
23 一部分，陸續申請註冊「光陽 KYMCO」、「KYMCO」等商
24 標，據爭「KYMCO」商標並分別經臺北高等行政法院97年
25 度訴字第475號判決及被告商標異議審定書肯認於機車等
26 相關商品及服務所表彰之品質與信譽，已廣為相關業者或
27 消費者所普遍認知而為著名之商標，並列入著名商標彙編
28 名錄。而管理雜誌針對2016-2020年臺灣消費者調查心目
29 中理想品牌，據爭商標亦居交通工具機車品項第一名，又

01 依臺灣區車輛同業公會統計，近來於臺灣機車銷售量，參
02 加人品牌之機車市占率亦高達40%以上，堪認於系爭商標
03 民國111年4月21日申請日前，據爭「KYMCO」商標於機車
04 等相關商品及服務所表彰之品質與信譽已廣為相關業者或
05 消費者所普遍認知之著名商標，且據爭商標之機車相關商
06 品為我國一般消費者日常生活常使用之交通工具，復考量
07 據爭商標之宣傳行銷使用時間及地域範圍廣泛，應為國內
08 大部分地區的大多數消費者所普遍認知，是著名程度甚
09 高。

10 二、兩造商標圖樣整體文字外觀予人寓目印象極相彷彿，讀音
11 亦有雷同之處，構成近似程度高之商標。據爭商標之外文
12 「KYMCO」並非習見，且與所指定使用之商品及服務並無
13 相關，復經參加人廣泛使用，已臻著名商標，且著名程度
14 甚高，其識別性強。又以外文「KYMC」或「KYMCO」作為
15 商標或一部分且仍有效存在者，僅有參加人與原告，且大
16 部分為參加人所有，尚未為第三人廣泛使用於不同之商
17 品/服務，該商標排他使用之程度較高。又原告另案註冊
18 第01179407號「KYMC & DEVICE」商標、第01305589號
19 「坤裕K.Y.M.C.及圖」商標曾經被告認定有商標法第30條
20 第1項第11款後段規定適用撤銷註冊，復經法院行政訴訟
21 判決及訴願決定書駁回確定在案，是原告以近似之外文
22 「KYMC」設計字作為系爭商標，據爭商標之識別性有受減
23 損之虞。

24 三、原告所提之系爭商標使用證據資料，部分並無系爭商標、
25 或顯示之外觀圖樣與系爭商標尚屬有別、或大多標示原告
26 公司名稱，且併同顯示之商標亦與系爭商標有所差異、或
27 單據所載部分銷售商品或提供之服務內容非屬系爭商品範
28 疇，或縱認系爭商標經原告使用於印刷機等商品為相關消
29 費者所知悉，亦無礙據爭商標表彰於機車相關商品為我國

01 一般消費者日常生活常使用之交通工具，宣傳行銷使用時
02 間及地域範圍廣泛，已為國內大部分地區的大多數消費者
03 所普遍認知，著名程度甚高之認定，自與本案原處分結果
04 判斷不生影響。

05 四、本案衡酌兩造商標近似程度高，據爭「KYMCO」商標尚未
06 為其他第三人作為商標廣泛註冊使用於不同商品或服務
07 上，據爭商標復經參加人長期使用於機車等相關商品及服
08 務領域，而予消費者印象深刻，具有極高之著名程度及強
09 烈之識別性，足使國內大部分地區之大多數消費者所熟知
10 等情，系爭商標指定使用之商品與據爭商標商品之性質雖
11 有所差異，然具高度知名度之據爭商標原可使消費者對商
12 品來源產生單一或獨特之聯想，因系爭商標之核准註冊並
13 於日後被普遍使用，將可能逐漸減弱或分散據爭商標曾經
14 強烈指示商品單一來源的特徵及吸引力，而導致據爭商標
15 很有可能將會變成指示二種或二種以上來源的商標，或使
16 商標在社會大眾心中不會留下單一聯想或獨特性的印象，
17 而有減損據爭著名商標識別性之虞，故系爭商標之註冊，
18 自有商標法第30條第1項第11款後段規定之適用，依法應
19 撤銷其註冊。

20 五、聲明：駁回原告之訴。

21 伍、參加人陳述要旨及聲明：

22 一、參加人成立於西元1963年，從1991年開始即採用「KYMC
23 O」作為品牌名稱，目前為我國最大的摩托車製造商，自2
24 007年起至系爭商標2022年4月21日提出申請前，參加人即
25 已陸續取得如附圖2所示之據爭商標，商標註冊之領域至
26 少包括15個商品/服務種類，參加人將「KYMCO」商標用以
27 提供消費者各式油、電摩托車暨其周邊配件之相關商品與
28 服務上，該「KYMCO」本身並無既有意涵，也非我國消費
29 者所習見，復與所使用之商品/服務無關聯，而應屬具高

01 度原創性商標，具有強烈識別性。參加人自1991年起即陸
02 續以「KYMCO」字樣申請商標註冊，並開始在全臺灣各地
03 推廣其商品/服務，迄今已有30餘年之久，據爭商標使用
04 與宣傳期間甚長、範圍及地域甚為廣泛，並獲得我國行政
05 與司法機關肯認屬著名商標，故據爭商標應屬著名商標。

06 二、據爭商標已多次獲認定屬著名商標，其中，被告機關作成
07 之中台異字第G00950145號、中台異字第G00970645號審定
08 書，以及臺北高等行政法院97年度訴字第475號行政判
09 決，均涉及原告當時的另案註冊商標，故原告於申請系爭
10 商標時，不可能諉為不知據爭「KYMCO」商標。原告雖稱
11 其於1983年間開始申請「KYMC」系列商標註冊，然原告申
12 請系爭商標有亦步亦趨仿襲據爭商標之情形，顯非善意。
13 至原告所提使用事證有極大部分與系爭商標圖樣完全不
14 同，不應作為本件判斷依據。據爭商標註冊在系爭商標之
15 前，依照我國所採取之先註冊主義，即不應任憑後註冊的
16 系爭商標藉由事後行銷結果來不當侵奪參加人註冊在先的
17 商標權益，而不應以原告系爭商標的行銷成果或消費者認
18 知情形，作為本件單一認定的要素。

19 三、參加人已證明存在有據爭商標為高著名商標、兩爭議商標
20 高度近似、據爭商標有普遍使用於各類商品/服務之事
21 實、據爭商標具高識別性、系爭商標權人並非善意等情
22 形，綜合判斷之下應足認定系爭商標之註冊確已違反商標
23 法第30條第1項第11款後段規定，應予撤銷。

24 四、聲明：駁回原告之訴。

25 陸、爭點：

26 系爭商標有無商標法第30條第1項第11款後段之事由？

27 柒、本院判斷：

28 一、應適用的法令：

01 (一)商標法第50條規定，異議商標之註冊有無違法事由，除第
02 106條第1項及第3項規定外，依其註冊公告時之規定。系
03 爭商標於民國111年4月21日申請，於同年10月16日註冊公
04 告，本件並無同法第106條第1項及第3項規定之適用，故
05 系爭商標有無違法事由，應依系爭商標註冊公告時即105
06 年11月30日修正公布、同年12月15日施行之商標法為斷
07 (以下僅稱商標法)。

08 (二)依商標法第30條第1項第11款後段規定，商標相同或近似
09 於他人著名商標或標章，有減損著名商標或標章之識別性
10 或信譽之虞者，不得註冊。又所稱之著名，係指有客觀證
11 據足以認定已廣為相關事業或消費者所普遍認知者而言
12 (商標法施行細則第31條規定參照)。著名商標之認定應
13 就個案情況，考量商標識別性之強弱；相關事業或消費者
14 知悉或認識商標之程度；商標使用期間、範圍及地域；商
15 標宣傳之期間、範圍及地域；商標是否申請或取得註冊及
16 其註冊、申請註冊之期間、範圍及地域；商標成功執行其
17 權利的紀錄，特別指曾經行政或司法機關認定為著名之情
18 形；商標之價值；其他足以認定著名商標之因素等，綜合
19 判斷之。上述各項因素為例示而非列舉要件，個案上不必
20 然呈現上述所有參酌因素，應就個案具體情況，考量足資
21 判斷為著名的參酌因素。依最高行政法院111年度大字第1
22 號裁定見解，認同條項第11款後段規定所稱「著名商
23 標」，係指有客觀證據足以認定已廣為相關事業或消費者
24 所普遍認知之商標，無須達一般消費者普遍知悉之程度，
25 始有該款後段規定之適用(最高行政法院111年上字第919
26 號判決參照)。

27 (三)傳統混淆之虞理論的範圍，雖已擴大至包括與在先商標有
28 贊助關係、從屬關係或聯繫關係之聯想，惟對系爭商標之
29 註冊，雖不致使相關消費者產生混淆誤認之虞，但有可能

01 減損著名商標本身識別性或信譽之情形。商標法第30條第
02 1項第11款後段「有減損著名商標或標章之識別性或信譽
03 之虞」之規定，乃商標淡化之保護，當二商標之商品/服
04 務之市場區隔有別且營業利益衝突並不明顯，消費者不會
05 誤以為其係來自相同或相關聯之來源，但如允許系爭商標
06 之註冊，可能會使據爭商標之識別性或信譽遭受損害，即
07 由上開商標淡化規定予以保護。而是否有減損著名商標之
08 識別性或信譽之虞，則應參酌商標著名之程度、商標近似
09 之程度、商標被普遍使用於其他商品/服務之程度、著名
10 商標先天或後天識別性之程度及其他參酌因素如系爭商標
11 權人是否有使人將其商標與著名商標產生聯想的意圖等綜
12 合判斷（最高行政法院111年上字第919號判決意旨參
13 照）。

14 二、據爭商標為著名商標，且著名程度甚高：

15 (一)參加人成立於西元1963年，1992年開始採用「KYMCO」作
16 為品牌名稱，使用於所產製之機車及其零組件等商品及銷
17 售服務上，並以之作為商標或一部分，陸續申請註冊第00
18 055511、00556363、00662833、00673652、00708837、00
19 708866、00720305、01200628、01261712、01364223號
20 「光陽 KYMCO」、「KYMCO」等商標（如附圖2所示。申證
21 2），據爭「KYMCO」商標並於2009年4月24日至2019年10
22 月7日間，分別經臺北高等行政法院97年度訴字第475號判
23 決及被告中台異字第G00950145、G00970645、G0105025、
24 G01060356、G01070091號等商標異議審定書肯認於機車等
25 相關商品及服務所表彰之品質與信譽，已廣為相關業者或
26 消費者所普遍認知而為著名之商標（申證4、5），並列入
27 著名商標彙編名錄（申證6）。而管理雜誌針對2016-2020
28 年臺灣消費者調查心目中理想品牌，據爭商標亦居交通工
29 具機車品項第一名（申證3），且多年來屢獲1996年「第七

01 屆國家品質獎」、2002年「TPM優秀賞」、2004年「產業
02 科技發展-卓越成就獎」、2006年「日本TMP特別賞」、20
03 06年「經濟部標準檢驗局-電子化成就獎」、2007年「國
04 際價值委員會-亞太電子化成就獎」、2009年「台灣精品
05 大獎」、2011年「經濟部-台灣百大品牌獎」。2015
06 年”刺激400Xciting400”「經濟部-第23屆台灣精品獎銀
07 質獎」、”雷霆王180 Racing King 180、綠動Queen
08 n”「經濟部-23屆台灣精品獎」等獎項，又依臺灣區車輛
09 同業公會統計，近來於臺灣機車銷售量，參加人品牌之機
10 車市占率亦高達40%以上（申證1），此有關於維基百科資
11 料、據爭商標之商標檢索資料、管理雜誌理想品牌調查排
12 行榜資料、商標異議審定書影本、著名商標彙編資料、大
13 眾媒體廣告、消費者討論及評論、據爭商標市占統計率等
14 資料（參證1至157）附卷可稽，堪認於系爭商標民國111
15 年4月21日申請日前，據爭「KYMCO」商標於機車等相關商
16 品及服務所表彰之品質與信譽已廣為相關業者或消費者所
17 普遍認知，且據爭商標之機車相關商品為我國一般消費者
18 日常生活常使用之交通工具，復考量據爭商標之宣傳行銷
19 使用時間及地域範圍廣泛，應為國內大部分地區的大多數
20 消費者所普遍認知，是以其著名程度甚高。因此，於111
21 年4月21日原告申請系爭商標註冊時，據爭商標業經參加
22 人長期廣泛行銷使用於機車相關商品，已為國內相關事業
23 或消費者所普遍認知之著名商標。

24 (二)原告主張據爭商標至多僅能證明於機車領域有名，並無跨
25 足商用印刷機等商品領域之跡象，且兩造產業領域各自有
26 別，主張系爭商標之註冊，並無減損據爭商標之識別性或
27 信譽之虞云云。惟如前所述，依最高行政法院111年度大
28 字第1號裁定，關於商標法第30條第1項第11款規定，無須
29 區分前、後段著名之必要，而一律回歸以客觀事證是否可

01 資佐證商標已達相關事業或消費者普遍認知之程度即足，
02 並與商標近似程度、商標識別性強弱等因素綜合判斷是否
03 違反商標法規範。

04 (三)原告另主張稱天下雜誌報導參加人自111年5月起機車銷售
05 量退居第二，113年市佔率更有明顯衰退，及稱經濟日報
06 113年7月15日以「三陽、光陽機車王大戰兩年為何市佔差
07 距愈拉愈大？」為題報導（原證615、616），指出參加人
08 之競爭對手三陽在111年上半年拿下月銷售冠軍後，即占
09 據機車市場龍頭地位，且市佔率步步拉高云云。惟該等報
10 導之數據統計時間已較系爭商標申請日（111年4月21日）
11 為晚，無礙於據爭商標於系爭商標申請前已為著名商標之
12 認定。

13 三、系爭商標圖樣與據爭商標圖樣高度近似：

14 (一)系爭商標圖樣（附圖1）係由外文文字由左至右「KYMC」
15 所組成，其中「M」字母雖略經設計，仍可清楚觀出係由
16 該等外文所組成；參加人之據爭商標（附圖2）則由外文
17 文字由左至右「KYMCO」組成、或是外文文字「KYMCO」與
18 各設計圖案組合而成。兩相比較，二者皆有排序相同之起
19 首4個大寫字母「K」、「Y」、「M」、「C」，僅字尾
20 「O」一字有無之微差，因外文文字組成之商標圖樣，其
21 起首部分在外觀與讀音上，對於整體字詞給予消費者之印
22 象極為重要，故判斷近似時應賦予比重較重之考量。因
23 此，二商標圖樣整體文字外觀予人寓目印象極相彷彿，讀
24 音亦有雷同之處，若將其標示在相同或類似之商品上，以
25 具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，
26 可能會誤認二商品來自同一來源或誤認不同來源之間有所
27 關聯，故二商標應屬構成近似之商標，且近似程度高。

28 (二)原告主張系爭商標其中英文字母「Y」雖係母音字母，惟
29 其後所接續之子音為「M」及「C」，多半以「K」、「

01 「Y」、「M」、「C」唱呼系爭商標，觀念上可理解為某
02 名稱之縮寫，且系爭商標整體外觀業經設計，予人寓目呈
03 現一完整的圖像化文字之印象；而據爭商標「KYMCO」由
04 於包含兩個母音字母「Y」及「O」，一般人唱呼之時多唱
05 呼為「KYM」、「CO」兩個音節發音，觀念上由於此商標
06 以兩個音節唱呼之，會將之理解為某個具有特定意涵的詞
07 彙，且據爭商標「KYMCO」係一純文字商標，外觀上並無
08 任何特別之設計，予人寓目之印象就是一個英文詞彙，故
09 兩造商標並不近似云云。然原告前開主張自英文母音字母
10 及子音字母嘗試區辨系爭商標與據爭商標之讀音，未顧及
11 英語並非我國國人常用之語言，且系爭商標中「M」字母
12 固略有設計，仍可清楚觀出係由字母「K」、「Y」、
13 「M」、「C」所組成，則與據爭商標「K」、「Y」、
14 「M」、「C」、「O」，僅有最末1字母「O」之差，二商
15 標外觀極為近似，原告此部分主張並無足採。

16 四、據爭商標識別性極強：

17 據爭商標之外文文字「KYMCO」並非習見，且與其使用之
18 商品、服務並無關聯，消費者會直接將其視為指示及區別
19 商品及服務來源之標識，復經參加人廣泛使用已臻著名商
20 標，且著名程度甚高，已如前述，故據爭商標具有相當高
21 之識別性。

22 五、「KYMC」或「KYMCO」商標並未被普遍使用於其他商品/服 23 務：

24 依被告商標註冊檢索資料可知，以外文「KYMC」或「KYMC
25 O」作為商標或一部分且仍有效存在者，僅有參加人與原
26 告，且大部分為參加人所有，尚未為第三人廣泛使用於不
27 同之商品/服務，故該商標排他使用之程度高。

28 六、相關消費者對二商標熟悉之程度：

01 據爭商標業經參加人長期廣泛使用而為相關事業或消費者
02 所熟知之著名商標，已如前述。至系爭商標之使用情形，
03 原告於原處分、訴願及行政訴訟階段均提出眾多證據資
04 料，茲分述如下：


05 (一)答證1、2、3、4、9、10、11、12之原告公司官網介
06 紹頁面、印刷四分色模式之維基百科介紹、據爭商標由來
07 及參加人實際販售之商品DM、商標註冊資料、獲獎資料、
08 網域名稱註冊系統網頁，或係有關原告之公司業務介紹，
09 或係印刷四分色模式為彩色印刷時採用的一種套色模式之
10 解析，或蒐羅冷知識臉書分析據爭商標設計原由之貼文，
11 或係參加人及其代理商光達貿易股份有限公司之機車及周
12 邊配件商品販售DM，或為參加人獲美商鄧白氏評選為最具
13 出口競爭力的企業之一，或為原告另案註冊商標資料，或
14 為參加人網址註冊登記資訊，均非屬系爭商標實際行銷使
15 用事證；答證5之智慧財產及商業法院111年度行商訴字第
16 21號行政判決、答證17之商標異議審定書、最高行政法院
17 111年度上字第96號行政裁定及智慧財產及商業法院110年
18 度行商訴字第4號行政判決等案例，亦非系爭商標使用事
19 證，且該等商標圖樣與系爭商標有別或明顯不同，案情並
20 不相當，要難比附援引，執為本案有利之論據。


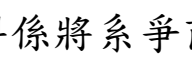



21 (二)答證6之訂購單，雖可知原告於西元2018、2022及2023年
22 間有與元太科技、友達光電、正隆紙業、宸盛科技、康寧
23 顯示玻璃、聚和國際、輝能科技等公司交易情事，惟部分
24 日期晚於系爭商標註冊日，且多僅標示原告公司名稱，復
25 無法得知販售品牌及商品為何；答證7、8、15之國內外參
26 展資料，除大部分為國外參展資料外，幾乎未見標示系爭
27 「KYMC設計字」商標之參展資訊及相關文字，且由該等資
28 料未能得知其獲相關消費者或同業關注之情形；答證13、
29 14，原告民國80年間使用的便條紙及Google地圖查詢西元

01 2009年原告公司舊址街景照片，顯示之便條紙或招牌上標
02 示之商標圖樣均與系爭商標圖樣有別；答 證16、18、1
03 9、20至22之設計印象雜誌及原告公司外觀及內部照片、
04 商品照片、展覽會報導及晚宴影片，觀諸該等資料，固有
05 2幅公司外觀照片有標示「KYMC設計字」商標，惟無時間
06 日期標示或有可得參佐勾稽之資料得知其使用日期，且由
07 該等照片亦無法得知其使用之商品，至於其他雜誌內容或
08 公司內、外部及機器設備、展覽報導或晚宴顯示標示之商
09 標態樣為「KyKyMc及圖」、「Ky及圖」等圖樣，皆與系爭
10 商標有所差異，且晚宴影片顯示之訂閱或觀看人數實屬有
11 限。



12 (三)附件5、6原告名下註冊商標、參加人註冊第00556363號
13 商標（本院卷一第156至161頁），非系爭商標行銷使用事
14 證；附件7至10之智慧財產及商業法院111年度行商訴字第
15 77號行政判決、被告中台異字第G01050553號異議審定
16 書、本院112年度行商訴字第1號、111年度行商訴字第87
17 號行政判決（本院卷一第162至224頁），與本案案情有
18 別，尚難比附援引，執為本案有利之論據。


19 (四)附件4之原告所提紙本文件箱號清單表（本院卷一第152至
20 155頁）、及原證6至610：

- 21 • 原證6至9，未見系爭商標標示，無法執為系爭商標之使
22 用佐證；
- 23 • 原證10至11，係使用原告另案註冊之「 KYMC」
24 商標圖樣，非屬系爭商標使用事證；
- 25 • 原證12、528，雖得見標示有系爭商標，惟數量極少，
26 難認已予消費者深刻印象；
- 27 • 原證13至16、341、342，使用日期晚於系爭商標註冊
28 日，原證17、588至590，無日期可稽，且未見系爭商標
29 標示，難以執為系爭商標之使用事證；

- 01 • 原證18至334、343至510、511至516，原告所提交之合
02 約、報價單及業務往來書信、出貨單據等，均未見系
03 爭商標標示，難以執為系爭商標之使用事證；
04
- 05 • 原證335至339，該等資料顯示之圖樣為「」，並非系爭商標之圖樣，難以執為系爭商標之使用事
06 證；
- 07 • 原證340，大部分資料顯示日期晚於系爭商標註冊日，
08 少部分資料係將系爭商標與「」商標（即原告
09 另案註冊第01421293號商標）併同使用，整體呈現「
10 」態樣，難認可使消費者與單純之「
11 產生連結，據以執為系爭商標之使用事證；
- 12 • 原證517至519、522、523，其上標示之「KYMC (Kuen Y
13 uh Machinery), RC-Taichung 407 (Taiwan)」、「KYM
14 C, Kuen Yuh Machinery Engineering Co.,Ltd.」、「
15 「KUEN YUH MACHINERY ENGINEERING CO.,LTD.(KYM
16 C)」、「KYMC-Kuen Yuh Machinery Engineering Co.,
17 Ltd.」、「Kuen Yuh Machinery Engineering Co.,Ltd.
18 d.」搭配原告公司聯繫資訊等基本資料，並與其他公司
19 名稱併列，顯係描述原告公司名稱，並非作為商標使
20 用，難以執為系爭商標之使用事證；
- 21 • 原證520、521，標示「KUEN YUH MACHINERY ENGINEERI
22 NG CO.,LTD.」、「KUENAM AMERICA」，搭配原告公司
23 聯繫資訊等基本資料，並使用原告另案註冊之「
24 」商標，與其他公司名稱併列，顯然僅在
25 描述原告公司名稱，並非商標使用，難以執為系爭商標
26 之使用事證；
- 27 • 原證524至526，無日期可稽，且觀其內容係將「
28 」與以大小一致、上下排列的中文「坤裕」或

01 「坤裕精機」方式併用，整體構圖予人寓目印象顯然有
02 別，無從使消費者與單純之「**KYMC**」產生連結，難以
03 執為系爭商標之使用事證；

- 04 • 原證527，原告之官方網站僅有一頁頁面，數量極少，
05 難認系爭商標因使用已為消費者所熟知；
- 06 • 原證529，台北展覽會時間與系爭商標註冊日相當，且
07 參與者僅侷限特定人士，難認已傳達予大部分消費者並
08 留下深刻印象；
- 09 • 原證530，除參展日期與系爭商標註冊日相當外，且為
10 國外參展資料，無法得知國內消費者接觸情形；原證53
11 1至534，未見系爭商標標示，非屬系爭商標之使用佐
12 證；
- 13 • 原證535至542，係使用原告另案註冊之「 **KYMC**
14 」商標，非屬系爭商標之使用事證；
- 15 • 原證543至547，或無日期可稽，或使用日期已晚於系爭
16 商標註冊日，無法執為系爭商標註冊前之使用事證；
- 17 • 原證548、549，該頁面搭配使用係原告另案註冊之「**K**
18 **yMe**」商標，並非系爭商標之使用事證；
- 19 • 原證550，係標示「坤裕精機《KYMC》）」，難認得
20 使消費者與單純之系爭商標產生連結，相關圖文實際上
21 則係顯示原告另案註冊之「 **KYMC**」商標，亦與
22 系爭商標無關；
- 23 • 原證551至556，或國內報導日期晚於系爭商標註冊日，
24 或網路新聞皆以英文報導，無從得知國內消費者接觸情
25 形；
- 26 • 原證558，雜誌報導時間與系爭商標註冊日相當且僅有1
27 份，難認可予消費者留下深刻印象；
- 28 • 原證563，為客戶感謝函，非屬系爭商標之行銷使用事
29 證；




- 01 • 原證564至587，日期均已晚於系爭商標註冊日，非屬系
02 爭商標註冊前之使用事證；
- 03 • 原證557、559、561，係使用原告另案註冊之「
04  KYMC」商標，非屬系爭商標之使用事證；
- 05 • 原證560，非於臺灣的使用資料，無法得知國內相關消
06 費者接觸之情形；
- 07 • 原證562，固於介紹影片之眾多商標中得見系爭商標，
08 亦難謂該次特定人士參與之研討會，已傳達予大部分消
09 費者並留下深刻印象；
- 10 • 原證591、592係原告自行提供予經濟部之外銷金額，無
11 從知悉出口商品/服務販售品牌是否為系爭商標；
- 12 • 原證593至599，大部分為國外參展、致謝及相關報導等
13 資料，無從得知國內相關消費者或同業關注之情形，且
14 幾乎未見標示系爭商標之參展資訊及相關報導，難以執
15 為系爭商標註冊前已為消費者熟知之有利論據；
- 16 • 原證600至610，或為原告與政府機關合作訓練獲頒之感
17 謝狀，或為低碳共榮前瞻會員及臺灣機械工業同業公會
18 會員之證明，或為原告取得中華民國新型專利證書之證
19 明文件、或為原告獲美商鄧白氏評選為最具出口競爭力的
20 企業之一，或為參加人公司網址註冊登記資訊及其國
21 貿局登記資料，均非屬系爭商標行銷使用事證，部分資
22 料日期甚且晚於系爭商標註冊日。

23 綜上事證判斷，系爭 **KYMC** 商標在其註冊日前，整體使
24 用情形仍屬有限，原告復未提出系爭商標的市場排名及消
25 費大眾對於系爭商標認知度的客觀證據佐參，尚難認定系
26 爭商標已為我國相關事業及消費者所普遍認知之程度，並
27 得與據爭商標相區辨之有利論據。

28 (五)原告雖主張系爭商標所承襲之圖樣（如第參、一、項所
29 示）及其累積的消費者認知度云云，惟核該等商標圖樣，

01 或由字體較小之外文「K. Y. M. C.」結合類似齒輪狀圖形組
02 成，或再併同墨色及/或紅色外文字串所組成 

03 ，或以「KYMC」結合比例相同之中文「坤裕
04 精機」上下排列所組成  坤裕精機，或以外文「KYMC」及外

05 文字串上下排列，外覆圓形框組合而成 ，與本
06 件系爭「**KYMC**」商標之整體構圖繁簡有別外，且設
07 色、文字比例、組合元素及排列方式亦有差異，予人寓目
08 印象差異明顯，無從使消費者認識其中「KYMC」字樣與系
09 爭「**KYMC**」商標產生聯想，且「 **KYMC**」商標
10 圖樣，即使左方  圖案顏色較淡，但仍須與其右方
11 **KYMC** 圖案整體觀之，不得逕自捨棄左方圖案而僅以
12 右方圖案認定該商標使用情形。因此，本件無從以原告所
13 提該等圖樣之使用證據，逕自認屬系爭商標之使用證據。

14 (六)綜上，原告所提事證難認相關消費者對系爭商標之熟悉程
15 度，故據爭商標較系爭商標為相關消費者所熟悉，應受較
16 大之保護。

17 七、原告申請系爭商標難認為善意：

18 (一)原告主張原告之「KYMC」商標樣式設計隨著時代美感演進
19 陸續調整（如第參、一、項所示），但仍不脫「KYMC」文
20 字作為商標之識別主體，其申請系爭商標係屬善意云云，
21 然如前所述，該等商標圖樣，與系爭「KYMC」商標之整體
22 構圖繁簡有別外，且設色、文字比例、組合元素及排列方
23 式亦有差異，予人寓目印象差異明顯，無從使消費者與系
24 爭商標產生聯想，自無法據以認定系爭商標註冊申請係屬
25 善意之佐證。

26 (二)原告另案註冊商標遭撤銷乙情，堪認其有使人將系爭商標
27 與據爭著名商標產生聯想之意圖：

01 原告名下之商標如附表3所示，其中註冊第0239337、0142
02 1294、01457349、01558682號商標，或由字體較小之外文
03 「K. Y. M. C.」結合類似齒輪狀圖形及字體較大之中文「坤
04 裕」聯合組成，或由「Ky設計圖」結合「KYMC設計字」組
05 合而成，與本件系爭商標圖樣尚屬有別。



06
07 坤裕

06
07 KYMC

08 此外，原告另案註冊第01179407號「KYMC & DEVICE」商
09 標、第01305589號「坤裕K. Y. M. C. 及圖」商標（如下
10 圖），亦以外文「KYMC」作為構圖元素之一，
11



12 曾經參加人提出異議，迭經被告認定有減損參加人據爭
13 「KYMCO」著名商標之識別性或信譽之虞，依商標法第30
14 條第1項第11款後段規定撤銷其註冊，復經臺北高等行政
15 法院97年度訴字第475號行政判決及訴願決定書駁回確定
16 在案，此有商標檢索資料、商標異議審定書、行政判決及
17 訴願決定書（申證4、5、7）附卷可稽，則原告其後以字
18 型略經設計之相同外文「**KYMC**」作為系爭商標圖樣，
19 指定使用於與前揭遭撤銷註冊商標所指定同一或類似之商
20 品申請系爭商標註冊，有使人將其商標與據爭著名商標產
21 生聯想之意圖，而原告以近似之外文「**KYMC**」設計字
22 作為系爭商標，據爭商標之識別性有可能遭受減損。

23 八、綜合判斷各項因素，系爭商標有商標法第30條第1項第11
24 款後段所定不准註冊之情形：

01 衡酌據爭商標經參加人長期使用於機車等相關商品及服務
02 領域，而予消費者印象深刻，具有極高之著名程度及強烈
03 之識別性，足使國內大部分地區之大多數消費者所熟知，
04 在系爭商標申請註冊日前已廣為相關業者或消費者所普遍
05 認知而達著名之程度，且著名程度甚高，並參酌兩造商標
06 近似程度極高，「KYMC」或「KYMCO」並未為其他第三人
07 作為商標使用於不同商品、服務上，而原告所提事證未能
08 證明相關消費者對系爭商標之熟悉程度，據爭商標則具有
09 強烈之識別性，足使國內大部分地區之大多數消費者所熟
10 知，以及原告申請系爭商標難認為善意，佐以原告另案註
11 冊商標遭撤銷乙情，堪認其有使人將系爭商標與據爭著名
12 商標產生聯想之意圖等因素綜合判斷，雖系爭商標指定使
13 用於第7類之「印刷機；噴墨印字機；輪轉印刷機；轉印
14 機；印刷上墨機；電子自動印刷機；印刷用版；製版機；
15 紙張之輸送鬆紙桿；印刷滾紙張力調整機；印刷用進紙
16 機；紙張之輸送滾筒；印刷機用滾筒；光學及電子零件用
17 薄膜塗膜機；可攜式雷射印刷器；紙業分條機；送紙機；
18 塑膠布熱風貼合專用機；塑膠布切割機；塗膠機」商品，
19 與據爭商標 商品之性質雖有所差異，然具高度知名度之
20 據爭商標原可使消費者對商品來源產生單一或獨特之聯
21 想，因系爭商標之核准註冊並於日後被普遍使用，將可能
22 逐漸減弱或分散據爭商標強烈指示商品單一來源的特徵及
23 吸引力，導致據爭商標很有可能將會變成指示二種或二種
24 以上來源的商標，或使據爭商標在社會大眾心中不會留下
25 單一聯想或獨特性的印象，而有減損據爭著名商標識別性
26 之虞。

27 九、綜上所述，系爭商標有違商標法第30條第1項第11款後段
28 規定，亦未經參加人同意申請，故被告所為系爭商標之註
29 冊應予撤銷之處分，並無違法，訴願決定予以維持，核無

01 不合。原告訴請撤銷訴願決定及原處分關於異議成立部
02 分，為無理由，應予駁回。

03 十、本件事證已明，當事人其餘主張或答辯，已與本件判決結
04 果無涉，爰毋庸一一論列，併此敘明。

05 捌、結論：

06 依智慧財產案件審理法第2條，行政訴訟法第98條第1項前
07 段，判決如主文。

08 中 華 民 國 114 年 5 月 28 日
09 智慧財產第一庭
10 審判長法官 汪漢卿
11 法官 陳端宜
12 法官 蔡惠如

13 以上正本係照原本作成。

- 14 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
15 明上訴理由，其未表明上訴理由者，應於提起上訴後20日內
16 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
17 起上訴者，應於判決送達後20日內補提上訴理由書（均須按
18 他造人數附繕本）。
- 19 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，
20 逕以裁定駁回。
- 21 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
22 法第49條之1第1項第3款）。但符合下列情形者，得例外不
23 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	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

師為訴訟代理人	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
(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	<p>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。</p> <p>2. 稅務行政事件，具備會計師資格者。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
<p>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。</p>	

02 中 華 民 國 114 年 6 月 9 日

書記官 邱于婷