智慧財產及商業法院行政判決

113年度行商訴字第60號

民國114年4月16日辯論終結

原　　告　傅湘淇

訴訟代理人　黃柏璋律師

被　　告　經濟部智慧財產局

代　表　人　廖承威

訴訟代理人　李澤艷

參　加　人　義大利商富拉公司（FURLA S.P.A.）

代　表　人　Eraldo Poletto

訴訟代理人　廖嘉成律師

　　李佳樺律師

上列當事人間商標異議事件，原告不服經濟部中華民國113年9月5日經法字第11317304520號訴願決定，提起行政訴訟，本院依職權裁定參加人參加訴訟，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

甲、程序方面

參加人之代表人變更為Eraldo Poletto，具狀聲明承受訴訟並提出委任狀為證（本院卷第185頁、第211頁），核無不合，予以准許。

乙、實體方面

壹、爭訟概要：

原告於民國111年7月20日以「FULA」商標（聲明不就「DAILY & FASHION」文字主張商標權），指定使用於被告公告商品及服務分類第25類之「衣服；T恤；褲子；運動衣；睡衣；泳裝；襯衫；西服；大衣；外套；運動服；民俗服裝；雨衣；鞋；圍巾；領帶；帽子；襪子；服飾用手套；腰帶」

商品申請註冊，經准列為註冊第02275808號商標（圖樣如附圖一所示，下稱系爭商標）。嗣參加人以系爭商標之註冊有違商標法第30條第1項第10款本文規定提起異議，案經被告審查，於113年5月10日以中台異字第G01120152號商標異議審定書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分（下稱原處分）。原告不服提起訴願，經濟部於113年9月5日以經法字第11317304520號訴願決定駁回（下稱訴願決定），原告不服提起行政訴訟，本院認本件判決結果將影響參加人之權利或法律上利益，依職權命參加人參加本件訴訟（本院卷第93至94頁）。

貳、原告主張及聲明：

一、據以異議註冊第00590742號、第00596100號、第01228813號、第02292538號「FURLA」商標及第02087716號「FURLA(Word and device)」商標（圖樣如附圖二所示，下稱據以異議商標1至5，統稱據以異議諸商標）之識別性較弱，與系爭商標外觀有差異，讀音不相同，觀念上亦屬有別，並非近似。又二者商標實際使用之商品並不類似，參加人亦無多角化經營之情形，原告申請系爭商標為善意，其經營理念、品牌定位、客群訴求均與參加人之據以異議諸商標有所不同，相關消費者於接觸商標所提供之商品或服務時，可明顯區隔二者商標來源不同，且原告於取得系爭商標後持續經營其商標品牌，投入大量資金、心力建立品牌形象，並陸續擴展其經營據點，系爭商標品牌已在國內建立一定之商譽及規模，並受相關消費者之肯定，故相關消費者應可輕易區隔，而無混淆誤認可能，系爭商標並無商標法第30條第1項第10款本文規定之適用。

二、聲明：訴願決定及原處分均撤銷。

參、被告答辯及聲明：

一、二者商標相較，除引人注意之外文起首「FU」及字尾「LA」相同，僅字中「R」一字有無之微差，於外觀、讀音有其相近之處，近似程度不低。二者商標指定使用商品、服務相

較，或均為使人體具保暖、美觀功能穿戴之衣服、鞋、襪及服飾配件等商品，或據以異議諸商標指定服務係提供二者指定商品之批發零售、線上零售批發之服務，在滿足消費者的需求及服務提供者等因素上，具有共同或關聯之處，應屬同一或高度類似之商品或服務。據以異議諸商標具有相當識別性，依參加人檢送之資料可知於系爭商標註冊時，據以異議諸商標之皮包等服飾配件商品應為我國消費者所熟悉，而原告所提資料無從得知相關消費者對系爭商標之認識及熟悉程度，難認業經原告長期大量使用於指定商品，已為國內相關消費者所熟悉，足以與據以異議諸商標相區辨，據以異議諸商標表彰於皮包等服飾配件商品行銷時間及廣泛性相較於系爭商標而言，較為相關消費者熟悉，應受較大保護，綜合考量上情，系爭商標有商標法第30條第1項第10款本文規定之適用。原告所提其他註冊商標案情各異，尚難比附援引執為系爭商標應准註冊之論據。

二、聲明：駁回原告之訴。

肆、參加人陳述及聲明：

一、二者商標均為「FU-LA」構造，字數相當，普通消費者未施加特別注意情況下，難以分辨是否有「R」的細微差異，讀音上只有是否清楚發出「R」捲舌音之差異，若在日常唱讀過程中未加留意或仔細聆聽，可能誤此為彼產生混淆誤認，二者商標高度近似。系爭商標與據以異議商標3、5均指定使用於第25類商品，據以異議商標1、2指定使用之舊64、舊37類即為現行第25類，二者商品構成同一或高度類似；與據以異議商標4相較，二者商品/服務提供者通常為同一事業，功能或目的都是為滿足消費者穿著蔽體或時尚追求，經常在相同的銷售場所提供，消費族群均為一般消費大眾，屬類似商品/服務。據以異議諸商標為獨創性標識，具有高度識別性，其商品銷售據點囊括各式線上或線下大型通路，持續在臺灣深耕，原告所提行銷資料都在系爭商標獲准註冊後，難以佐證系爭商標申請註冊時，消費者已可清楚區辨二者商

標，消費者應較熟悉據以異議諸商標，應給予較大保護。綜上，系爭商標之註冊違反商標法第30條第1項第10款本文規定，應予撤銷。

二、聲明：駁回原告之訴。

伍、爭點（本院卷第145頁）：

系爭商標有無商標法第30條第1項第10款本文規定不得註冊之情形？

陸、本院判斷：

一、商標法第30條第1項第10款本文規定：「商標有下列情形之一，不得註冊：……□相同或近似於他人同一或類似商品或服務之註冊商標或申請在先之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者」。所謂「有致相關消費者混淆誤認之虞者」，係指商標有使相關消費者對其表彰之商品來源或產製主體，發生混淆誤認之虞而言，亦即商標給予商品之消費者的印象，可能致使相關消費者誤認來自不同來源的商品為同一來源之系列商品，或誤認兩商標之使用人間存在關係企業、授權、加盟或其他類似關係。而判斷兩商標有無混淆誤認之虞，應參酌：1.商標識別性之強弱；2.商標是否近似暨其近似之程度；3.商品或服務是否類似暨其類似之程度；4.先權利人多角化經營之情形；5.實際混淆誤認之情事；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否善意；8.其他混淆誤認之因素等，綜合認定是否已達有致相關消費者產生混淆誤認之虞。

二、茲就本件卷內存在之相關證據，依上開因素審酌如下：

㈠商標是否近似暨其近似程度：

系爭商標係由略經設計之大寫外文「FULA」，以及字體甚小，經聲明不專用之「-DAILY & FASHION-」上下排列組成；據以異議商標1至4係由單純大寫外文「FURLA」所構成，據以異議商標5則是由一經設計之空心字母「A」內置大寫外文「FURLA」於其上半部位置所組成。二者商標較引人注意且可供唱讀者分別為外文「FULA」、「FURLA」，二者

外文字首「FU」與字尾「LA」相同，僅字中有無「R」字、字型有無線條粗細設計之些微差異，在整體外觀及讀音上有其相仿之處，以具有普通知識經驗之消費者施以普通之注意，於異時異地隔離整體觀察或實際交易連貫唱呼之際，實不易區辨，應屬構成近似之商標，且近似程度不低。

㈡商品或服務是否類似暨其類似程度：

系爭商標指定使用之「衣服；T恤；褲子；運動衣；睡衣；泳裝；襯衫；西服；大衣；外套；運動服；民俗服裝；雨衣；鞋；圍巾；領帶；帽子；襪子；服飾用手套；腰帶」商品，與據以異議商標1指定使用之「服飾用皮帶、腰帶、金屬腰帶、布製腰帶」商品；據以異議商標2之「圍巾、領巾」部分商品；據以異議商標3之「衣服，緊身衣及毛衣，休閒服，運動服，高爾夫球裝，風衣，馬球衫，襯衫，夾克，腰部束鬆緊帶之女衫，雨衣，大衣，長褲，裙子，泳衣，短褲，內衣褲，褲襪，圍巾，印花薄軟綢圍巾，絲巾，服飾用禦寒用手套，衣服用皮帶；鞋，靴，拖鞋，運動用靴鞋，高爾夫鞋；帽，冠及帽簷」商品；據以異議商標5之「衣服；鞋；褲襪；帽子；無邊帽；禦寒用耳罩；領巾；印度紮染巾；服飾用袋口方巾；頭巾；披肩；圍巾；頸巾；靴；涼鞋；浴室用涼鞋；木鞋；運動用靴；拖鞋；貝雷帽；運動衫；夾克；洋裝；運動上衣；防風外套；內衣；長襪；領帶；服飾用手套；大溪地紗籠；泳裝；腰帶；褲子；毛衣；襯衫；大衣；裙子；襪子；T恤；運動裝；浴袍；工作服」部分商品；據以異議商標4之「衣服、服飾配件、鞋、襪子、帽子、頭巾、圍巾、腰帶、服飾用手套、領帶之批發零售服務；衣服、服飾配件、鞋、襪子、帽子、頭巾、圍巾、腰帶、服飾用手套、領帶之線上零售批發服務」部分服務相較，或均為使人體具保暖、美觀功能所穿戴之衣服、鞋、圍巾、帽、襪、手套、腰帶等相關商品，或後者（線上）零售批發服務之目的即在販售前者之特定商品，二者商品或服務於用途、功能、滿足消費者需求、商品製造者或服

務提供者等因素上具有共同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，應屬同一或高度類似之商品或服務。

㈢商標識別性之強弱：

據以異議諸商標之外文「FURLA」非既有字彙，與各指定使用如附圖二所示商品或服務間，無直接明顯的關聯，相關消費者會直接將其視為指示及區別商品或服務來源之標識，具有相當識別性。

㈣相關消費者對各商標熟悉程度：

1.依參加人於異議階段及本院審理時檢送如證據清單所示證據，除參證4為系爭商標註冊後之使用證據外，由申證1、2及參證1至3證據資料，可知參加人設立於西元1927年，西元1980年創立「Furla」品牌，將據以異議諸商標使用於皮革製皮包、鞋子等商品，除於義大利、美國、日本、韓國等多國銷售外，並在臺灣設有銷售據點，包括曾於99年8月間在臺北SOGO敦化館成立概念店，107年間在臺北SOGO忠孝館、敦化館設有專櫃，於109年間在遠東百貨信義A13設立銷售據點，亦在全臺各地機場均有店鋪之昇恆昌免稅店設櫃，販售據以異議諸商標之皮包及服飾配件等商品，並持續透過臺灣官網、MOMO、PChome、ZALORA、Yahoo!購物中心、昇恆昌宅配網等網路平台廣告行銷販售據以異議諸商標商品，堪認系爭商標112年1月16日註冊時，參加人據以異議諸商標之皮包及服飾配件等商品已在臺持續行銷多年，應為相關消費者所知悉。

2.依原告於異議階段及本院審理時提出如證據清單答證4之營業招牌、衣架、吊牌、布標上雖可見系爭商標，然參佐甲證2所示拍照時間均在112年7月間，屬系爭商標註冊後之使用事證；於訴願階段檢送之訴證1營業額報表日期顯示為「2023-01-01至2023-12-31」、「2024-01-01至2024-06-13」，大部分期間在系爭商標註冊之後，僅為銷售金額資料，並無實際銷售商品可資勾稽，無從得知相關消費者對系爭商標之認識及熟悉程度。

3.依前揭參加人及原告所提資料，尚難認定系爭商標業經原告長期大量使用於指定商品，較為相關消費者所熟悉，並足以與據以異議諸商標相區辨。

㈤衡酌系爭商標與據以異議諸商標之圖樣近似程度不低，前揭指定商品或服務同一或高度類似，且據以異議諸商標具相當識別性，依卷附證據資料，尚不足以認定系爭商標已經長期大量使用於指定商品，較為相關消費者所熟悉，而得與據以異議諸商標相區辨，經以前述因素綜合判斷，相關消費者可能誤認二者商標之商品或服務來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，或誤認二者商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，而有混淆誤認之虞，故系爭商標有商標法第30條第1項第10款本文規定不得註冊之情形。

三、原告主張不可採之理由：

㈠原告主張系爭商標係特殊設計之外文，整體外觀有類似圖像化之印象，與據以異議諸商標不同，讀音音節數上有差異，唱呼有別，線條設計所表達之觀念亦有重大區別，二者商標外觀、讀音及觀念均有差異，並非近似等情。惟商標之創意來源或理念並非相關消費者客觀上可由商標圖樣之外觀形式所能知悉，判斷商標是否近似，應就商標客觀上所呈現能予消費者視覺感知之圖樣為依據，且商標予消費者之第一印象在於外觀，當二文字商標之外觀構成近似時，雖然觀念與讀音未必近似，仍可認為該二商標為近似。系爭商標與據以異議諸商標之前揭些微差異未有明顯區辨作用，二者商標最終予消費者之整體印象構成近似程度不低之商標，縱如原告所述二者商標字型線條設計所表達之觀念不同，仍無礙於二者商標構成近似之判斷。

㈡原告主張據以異議諸商標起首部分「FU」在第25、35類商品已廣泛被業者做為商標之起首部分，且據以異議諸商標之英文組合字數僅為5字，沒有任何字體組合設計，應認其識別性薄弱等語，並以異議階段提出之「FU」、「FL」檢索商標

註冊資料為據。然標識是否具有指示及區別來源的功能，首要取決於消費者對標識的整體表現形式所賦予的印象，可藉由標識所表現的外觀形式、所傳達的概念及圖樣本身意涵，是否形成具識別來源功能之商業印象為判斷。據以異議諸商標之外文「FURLA」非既有字彙，與各指定使用如附圖二所示商品或服務間，無直接明顯的關聯，相關消費者會直接將其視為指示及區別商品或服務來源之標識，自有相當識別性，二者商標並非僅因字首「FU」部分相同而為近似商標之認定，縱依原告所述降低字首「FU」部分比對之比重，仍無礙前述二者商標近似之判斷。至於其他註冊商標含有「FL」文字經核准註冊部分，基於商標審查個案拘束原則，實難比附援引為本件之論據。

㈢原告主張參加人官網、購物網站平台及專櫃中，皆僅有販售各種手提包款式，並無販售系爭商標指定商品，可知據以異議商標實際使用之商品與系爭商標指定商品非類似，亦可知參加人長期以來僅經營特定商品，無任何跨越其他行業跡象，其保護範圍應可較為限縮等語。惟商標如經准予註冊，其權利範圍係以註冊圖樣及指定使用之商品為準，是就二者商標所指定使用之商品是否同一或類似，應以其註冊所指定使用之商品判斷，而非以商標權人所營事業、二者商標實際使用於商品所限定之特殊條件、消費族群或其營運情形為據，而「先權利人多角化經營之情形」僅為判斷混淆誤認之虞輔助參考因素之一，尚非唯一或主要因素，系爭商標有無致相關消費者混淆誤認之虞，仍應一併考量其他因素為綜合判斷，系爭商標經以前揭因素綜合判斷，認有商標法第30條第1項第10款本文規定不得註冊之情形，已如前述，原告主張不可採。

㈣原告主張自112年1月16日取得系爭商標權利以來，持續經營商標品牌，投入大量資金、心力建立品牌形象，並陸續擴展經營據點，迄至起訴之日止，從未發生消費者將二者商標混淆誤認情事；原告取得系爭商標權利後，已陸續將自父親傳

承而來，9個位於臺灣各地夜市店面改裝使用系爭商標，並設立新門市擴點經營，目前全臺有11個門市，並有設立官網提供線上購物服務，僅112年全年度營業額即已超過新臺幣4,816萬元，相關消費者對系爭商標已相當熟悉；二者商標所提供之商品，其經營理念、品牌定位、客群訴求均有所不同，且系爭商標品牌已在國內建立一定之商譽及規模，並受相關消費者之肯定，故相關消費者應可輕易區隔，無混淆誤認之虞等語。惟參加人係因系爭商標有商標法第30條第1項第10款本文規定不得註冊之情形提起異議，系爭商標有無該款規定情形，自應以其註冊（112年1月16日）當時之事實認定，原告主張自取得系爭商標註冊後積極使用系爭商標營業行銷商品等情縱然屬實，亦無法作為系爭商標註冊當時已為消費者所認識，而得與據以異議諸商標相區辨之論據。至於「實際混淆誤認之情事」為判斷混淆誤認之虞輔助參考因素之一，並非唯一或主要因素，系爭商標有無致相關消費者混淆誤認之虞，仍應一併考量其他因素為綜合判斷，已如前述，原告主張不可採。

㈤原告主張系爭商標係原告以世代交替轉型升級為概念所自行發想，字首字尾皆有其發想之意涵，文字設計上亦與品牌理念相互結合，可知系爭商標之申請並無攀附據以異議諸商標之惡意存在等語。惟原告所陳系爭商標圖樣之設計概念，純屬商標設計者之主觀意思，並非相關消費者可得知悉，判斷二者商標是否構成近似，應就該商標圖樣客觀上所呈現予相關消費者之寓目印象為依據，並不涉及商標設計人之創意由來等主觀因素。「系爭商標之申請人是否善意」為判斷混淆誤認之虞輔助參考因素之一，並非唯一或主要因素，縱如原告所述系爭商標之申請註冊係屬善意，衡酌二者商標近似程度不低，指定使用之商品或服務同一或高度類似，據以異議諸商標具有相當識別性等因素綜合判斷，相關消費者仍有可能誤認二者商標或服務來自同一來源或雖不相同但有關聯之

來源，或誤認二者商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，而有混淆誤認之虞。

柒、綜上所述，系爭商標有商標法第30條第1項第10款本文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。

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

玖、結論：本件原告之訴為無理由，依智慧財產案件審理法第2條，行政訴訟法第98條第1項前段規定，判決如主文。

中　　華　　民　　國　　114　　年　　4　　月　　30　　日

智慧財產第一庭

審判長法　官　汪漢卿

法　官　蔡惠如

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	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	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，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。
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　　114　　年　　4　　月　　30　　日

書記官　吳祉瑩