

智慧財產及商業法院行政判決

114年度行商訴字第18號

民國114年10月2日辯論終結

原告 日商澤萊特有限公司

代表人 湯瑪斯歐加拉 (Thomas O' Gara)

訴訟代理人 蔣文正律師 (兼送達代收人)

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 張雅婷

參加人 美商塔特光學企業有限責任公司

代表人 BAGNALL, ANDREW C. (班格南安得魯C)

上列當事人間因商標評定事件，原告不服經濟部中華民國114年3月3日經法字第11417300360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

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

壹、程序事項：

按言詞辯論期日，當事人之一造不到場者，倘無民事訴訟法第386條規定之不得一造辯論判決之事由，得依到場當事人之聲請，由其一造辯論而為判決，行政訴訟法第218條準用民事訴訟法第385條第1項前段、第386條定有明文。查參加人受合法通知，無正當理由，未於言詞辯論期日到場，有送達回證1紙在卷可稽（見本院卷二第129頁），核無民事訴訟法第386條各款所列情形，爰依到場當事人之聲請，由到場當事人辯論而為判決。

貳、實體事項：

一、事實概要：

原告於民國110年2月25日以「Julius Tart設計字」商標，指定使用於被告所公告商品及服務分類第9類之「眼鏡框；眼鏡；眼鏡組件；眼鏡腳架；眼鏡鏡片；太陽眼鏡；眼鏡盒」商品，向被告申請註冊。經審查核准列為註冊第2157696號商標（下稱系爭商標，圖樣如本判決附圖1所示）。嗣參加人於111年9月7日以系爭商標有違商標法第30條第1項第10款及第12款之規定，檢具註冊第01481575號商標（下稱據以評定商標，圖樣如本判決附圖2所示），對之申請評定。案經被告審查，認系爭商標有違商標法第30條第1項第10款規定，以113年8月30日中台評字第1110084號商標評定書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分。原告不服，提起訴願，復遭經濟部為訴願駁回之決定，原告仍未甘服，遂依法提起本件行政訴訟。本院因認本件判決結果，倘認為訴願決定及原處分應予撤銷，參加人之權利或法律上利益恐將受有損害，爰依職權裁定命參加人獨立參加本件訴訟。

二、原告聲明請求撤銷原處分與訴願決定，並主張：

系爭商標係源自西元1948年在美國紐約設立之手工眼鏡公司「Tart Optical Enterprise」之創辦人「Julius Tart」先生的名字，其於1950至1970年代為潮流眼鏡界的傳奇工匠。由於產業變遷等衝擊，「Tart」品牌眼鏡商品於1970年代停止生產，而「Tart Optical Enterprise」眼鏡公司於1990年代結束營業。2008年創辦人「Julius Tart」過世後，曾參與眼鏡生產及行銷業務且為Tart家族唯一繼承人的姪子「Richard Tart」先生，為傳承叔叔的意志與世界觀，於2016年應日本手工眼鏡教父「Tommy O' Gara」（湯瑪斯歐加拉，即福井眼鏡工坊「THE LIGHT LTD./澤萊特有限公司」創辦人）之邀請，共同打造了眼鏡品牌「Julius Tart」，系爭商標商品於2017年在日本上市，以「做出讓Julius Tart先生也深感自豪的作品」為使命，參考Richard Tart先生珍藏的大批歷史檔案資料與設計手稿，結合日本工藝及頂級板料五金，重現1940至1950年代的經典手工美式鏡框，除了

精良的工藝品質，並蘊藏濃厚的歷史意義。原告與Julius Tart先生之合法繼承人Richard Tart先生在2016年締結服務協議，原告為「Julius Tart」品牌之合法被授權人。系爭商標圖樣整體外文字體經特殊設計，對於以中文為主要語言之台灣消費者而言，自難以辨識系爭商標之具體英文字串及涵義，相較據以評定商標僅由單純未經設計之電腦字體所構成，二商標整體外觀相較之下，予人截然不同之視覺印象，不致造成消費者之混淆誤認或有系列商標、關係企業等聯想，非屬構成近似之商標。又系爭商標圖樣取自創辦人全名「Julius Tart」之簽名樣式，藉以彰顯原告品牌正統性，具備較強之識別性。同上所述系爭商標文字之設計係源自知名眼鏡品牌創辦人Julius Tart先生之名字，而原告於2016年與創辦人之唯一繼承人Richard Tart先生簽署品牌服務協議，原告確實為「Julius Tart」品牌之合法被授權人，因此申請系爭商標於第09類眼鏡等商品上洵屬善意且合法。再觀台灣眼鏡商品市場中，相關消費者一致認為系爭商標品牌才是創辦人正統繼承，從而，系爭商標並無商標法第30條第1項第10款之適用。

三、被告聲明求為判決原告之訴駁回，並抗辯：

系爭商標係由草寫設計字體外文「Julius」、「Tart」所構成，據以評定商標係由單純之外文「TART」所構成。兩商標相較，系爭商標固以草寫字體呈現且有結合「Julius」，仍可正確為消費者辨識，二者皆有引人注意且具相當識別性之相同外文「TART」構成商標之識別部分，指定使用在相同或極為類似之商品(詳如後述)，自易予人有「TART」系列商標之聯想，整體於外觀及觀念、讀音上均有相仿之處，以具有普通知識經驗之消費者，異時異地隔離整體觀察或市場交易連貫唱呼之際，於購買時所施之普通注意，會誤認二商品來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源之可能性高，實不易區辨，應屬構成近似之商標，且近似程度不低。商品相較，皆屬眼鏡及其配件組件等相關商品，二者性質相同或相近，

其在功能、用途、材料、產製者、行銷管道或場所、消費族群等因素上，具有共同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，易使相關消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成同一或高度之類似商品。且「TART」固有「餡餅、酸的」及外國姓氏之意涵，然參加人將據以評定商標使用於「眼鏡」等商品，與其所指定使用之商品並無直接明顯關聯，據以評定商標具有相當之識別性。原告主張系爭商標係源自創辦人名字，並經其繼承人授權，申請註冊係出於善意等語，然商標設計緣由為內心之主觀意思，並非消費者由商標圖樣觀察即可得知，相關消費者僅能以商標於消費市場上客觀呈現出之圖樣為判斷，無從知曉原告主觀之設計理念及緣由，故判斷兩商標是否近似，並不包括主觀因素之考量，縱使原告係出於善意，相關消費者仍有可能誤認二商標之商品為同一來源，或者誤認二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，而產生混淆誤認情事。且就兩商標之現有資料，尚無法區別何者商標較為我國相關消費者所熟悉，及系爭商標之使用情形是否已達使相關消費者可區辨二商標來源之程度。至原告主張其他同樣以設計師姓名作為商標之案例，國內法院判決案例，且兩商標於國外已有並存註冊，惟商標申請准否，係採個案審查原則，就具體個案審究是否合法與適當，視個案情節認定事實與適用法律，不受他案之拘束。另原告主張其與創辦人Julius Tart先生之合法繼承人簽署服務協議，其係經合法授權之被授權人，參加人並未獲合法授權或移轉品牌相關權利，以及參加人主張其已獲創辦人之事業移轉，為TART品牌正統繼承人等語，惟有關財產繼承及移轉等相關權利或利益之歸屬，乃屬民事爭議，應循民事司法途徑尋求救濟。從而系爭商標之註冊，應有商標法第30條第1項第10款規定之適用。

四、參加人未到場，亦未提出任何書狀陳述意見。

五、本件法官依行政訴訟法第132條準用民事訴訟法第270條之1

第1項第3款、第3項規定，整理兩造不爭執事項並協議簡化爭點如下：

(一)不爭執事項：

如事實及理由欄一、事實概要所示。

(二)本件爭點：

系爭商標是否有違反商標法第30條第1項第10款規定？

六、得心證之理由：

(一)按「以註冊商標有第30條第1項第10款規定向商標專責機關申請評定，其據以評定商標之註冊已滿3年者，應檢附於申請評定前3年有使用於據以主張商品或服務之證據，或其未使用有正當事由之事證。」、「前項所提出之使用證據，應足以證明商標之真實使用，並符合一般商業交易習慣」，商標法第57條第2、3項定有明文。本件據以評定商標指定使用於「眼鏡架及太陽眼鏡架，眼鏡盒及太陽眼鏡盒，眼鏡用掛帶、眼鏡鏈，眼鏡，太陽眼鏡及其組件」商品，係於100年1月1日獲准註冊，距本件申請評定時(111年9月7日)已註冊滿3年，依上開規定，參加人應檢附該據以評定商標有使用於據以主張商品或服務之證據，或其未使用有正當事由之事證。經查：

1.據參加人所檢送之乙證1-3評定申證1包裹單據、裝運單、銷售單據及商品包裝照片，可知2021年7月間有我國消費者透過Tart Optical官方網站購買眼鏡，參加人透過國際貨運出貨輸入至我國境內交付予消費者，相關單據上可見印有「TART」字樣外，眼鏡商品外盒及包裝套上亦標有「TART」文字，且單據明細上所載之品項「Arnel55” |U.S.A|Low Bridge Fit」、價格「\$475.00」可與乙證1-3評定申證2、乙證4之評定申證9官方網站頁面所列之商品資訊相符，堪認參加人於申請評定日(111年9月7日)前3年內有使用據以評定商標於「平光眼鏡」商品之事實，又據網頁之商品資訊及申證1商品照片，可知該平光眼鏡商品係包含鏡架、平光鏡片、眼鏡盒及清潔擦拭布。以平光眼鏡與據以評定商標所指定使用之

「眼鏡」商品間，具有上下位、包含、重疊或相當之關係，屬性質相當之商品，而眼鏡架為「眼鏡」之主要組件，眼鏡盒上則有極為明顯之據以評定商標，自得認為於指定之「眼鏡架，眼鏡，眼鏡盒」商品有使用據以評定商標。

2.然其餘指定使用之「太陽眼鏡架，太陽眼鏡盒，眼鏡用掛帶、眼鏡鏈，太陽眼鏡及其組件」部分商品，由參加人檢送之使用證據，或非屬於我國之使用資料，或未能觀出參加人有使用據以評定商標於前揭商品之情形，又前開商品或係屬眼鏡之零組件及配件，或屬具有防護眼睛被強烈陽光及紫外線照射的有色眼鏡商品，與據以評定商標使用之「平光眼鏡」商品係指鏡片不具有度數之眼鏡商品，二者性質、用途、功效、消費族群等顯有不同，自無從認定據以評定商標有使用於「太陽眼鏡架，太陽眼鏡盒，眼鏡用掛帶、眼鏡鏈，太陽眼鏡及其組件」部分商品。

3.承上，依據參加人檢送之現有證據資料，本件僅得以據以評定商標於指定使用之「眼鏡架，眼鏡，眼鏡盒」部分商品，作為系爭商標是否有商標法第30條第1項第10款規定之適用，進行實體審理。

(二)次按商標「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」，不得註冊，商標法第30條第1項第10款本文亦有明文。依前揭法條規定，商標近似及商品或服務類似二項為必須具備要件。而判斷是否有致混淆誤認之虞，被告公告之「混淆誤認之虞審查基準」，列有各項相關參考因素，本件存在相關因素審酌如下：

1.商標識別性之強弱：

據以評定商標之「TART」固有「餡餅、酸的」及外國姓氏之意涵，然參加人將據以評定商標使用於「眼鏡」等商品，與其所指定使用之商品並無直接明顯關聯，消費者自會將其視為指示及區別商品來源之標識，堪認據以評定商標具相當識別性。

2.商標是否近似暨其近似之程度：

本件系爭商標係由草寫設計字體之外文「Julius」、「Tart」由左右排列所構成，據以評定商標係由單純之外文「TART」所構成。兩商標相較均有外文「Tart」，雖系爭商標係以草寫字體呈現且有結合「Julius」，然仍可正確為消費者辨識，二者皆有引人注意且具相當識別性之相同外文「TART」構成商標之識別部分，指定使用在相同或極為類似之商品(詳如後述)，自易予人有「TART」系列商標之聯想，整體於外觀及觀念、讀音上均有相仿之處，以具有普通知識經驗之消費者，異時異地隔離整體觀察或市場交易連貫唱呼之際，於購買時所施之普通注意，會誤認二商品來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源之可能性高，實不易區辨，應屬構成近似之商標，且近似程度中等。

3.商品是否類似暨其類似之程度：

本件系爭商標指定使用之「眼鏡框；眼鏡；眼鏡組件；眼鏡腳架；眼鏡鏡片；太陽眼鏡；眼鏡盒」商品，與據以評定商標使用之「眼鏡架，眼鏡，眼鏡盒」商品相較，皆屬眼鏡及其配件組件等相關商品，二者性質相同或相近，其在功能、用途、材料、產製者、行銷管道或場所、消費族群等因素上，具有共同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，易使相關消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成同一或高度之類似商品。

4.相關消費者對兩商標熟悉之程度：

(1)依據參加人檢附之事證，或非據以評定商標使用事證(乙證4之評定申證4、6至8、10至13、16至30)，或為國外銷售及使用資料(乙證4之評定申證3)，或無日期可稽(乙證4之評定申證2、9、14)，或晚於系爭商標註冊日(乙證4之評定申證5、15)，固然由評定乙證1-3之評定申證1包裹單據、出貨單、裝運單及銷售單據，可知參加人於2020至2021年間曾透過官方網站銷售眼鏡商品並以國際貨運包裹輸入交付予我國之消費者，其相關單據及商品外包裝上亦可

見標示有據以評定商標，然僅可證明參加人有使用據以評定商標於「眼鏡架，眼鏡，眼鏡盒」商品之事實，無從據此知悉據以評定商標於我國相關消費者之熟悉程度。

(2)觀諸原告之證據資料，甲證1(部分同乙證1-4評定答證1、乙證3訴願證3)創辦人逝世之報導、遺囑及繼承人聲明書、甲證3(乙證1-4評定答證8、乙證3訴願證5)服務協議節譯、甲證4(乙證1-4評定答證3、乙證3訴願證6)參加人官方網站及評定理由書、甲證5(乙證1-4評定答證9、乙證3訴願證7)兩商標之各國商標註冊資料、甲證6(乙證1-4評定答證4、乙證3訴願證8)奇摩字典、甲證7(部分同乙證3訴願證9)其他商標註冊資料、甲證8至11(乙證1-6評定答證20、乙證3訴願證10至13)我國法院判決、乙證3訴願證14中國大陸之無效宣告請求裁定書、乙證1-4評定答證7日本註冊資料及爭議審定書、乙證1-6評定答證18遺囑文件、乙證1-6評定答證19據以評定商標美國註冊資料、乙證1-6評定答證21日本法院判決、乙證1-8評定答證23兩造品牌時間表、乙證1-8評定答證24兩造往來電子郵件，或屬遺囑相關私文書，或僅為單純商標註冊資料，或為法院判決及爭議審定書，或係民事契約及協商內容等，均非屬系爭商標之商標使用事證；甲證2(同乙證1-4評定答證2、乙證3訴願證4)官方網站及媒體報導、甲證14至17(乙證1-4評定答證12至15、乙證3訴願證17至20)及乙證1-8評定答證25之日本雜誌介紹及廣告、文宣海報、Instagram帳號及貼文頁面、甲證19(乙證1-4評定答證17、乙證3訴願證22)之日文Youtube影片截圖資料，除無日期可勾稽或晚於系爭商標註冊日外，其所使用之語言為日文，或販售門市標示位於日本，顯非以我國消費者為行銷對象，無法得知我國消費者實際接觸及知悉系爭商標之情形；甲證12(乙證1-4評定答證10、乙證3訴願證15)之facebook貼文、甲證13(乙證1-4評定答證11、乙證3訴願證16)臺灣零售通路清單及店家宣傳資料、甲證18(乙證1-4評定答證16、乙證

01 3訴願證21)系爭商標之實際使用資料、甲證19(乙證1-4評
02 定答證17、乙證3訴願證22)之社群網站頁面、甲證20(乙
03 證3訴願證23)媒體報導、甲證21原告與參加人於日本之In
04 stagram社群帳號頁面、甲證22原告與台灣眼鏡行合作之
05 Facebook貼文、乙證1-4評定答證5及6之媒體報導、網路
06 討論頁面與Instagram頁面、乙證1-8評定答證25臺灣店家
07 介紹及facebook貼文資料，多數日期晚於系爭商標註冊日
08 ，或無日期可勾稽，或未見系爭商標，其餘早於系爭商標
09 註冊日之乙證1-4評定答證5媒體報導及Mobile01討論資料
10 、甲證12(乙證1-4評定答證10、乙證3訴願證15)之facebo
11 ok貼文資料、甲證19(乙證1-4評定答證17、乙證3訴願證
12 22)之2019年2月2日「講解TART的小歷史!」Youtube影片
13 ，僅係報導兩商標品牌之歷史，或為消費者針對兩商標品
14 牌爭議之討論；雖然由乙證1-4評定答證6之2017年6月5日
15 「HYPEBEAST專訪-元祖眼鏡品牌Tart Optical完壁復刻的
16 幕後軍師Tommy O' gara」報導、甲證13(乙證1-4評定答證
17 11、乙證3訴願證16)之「INVINCIBLE」2017年6月28日fac
18 ebook貼文、甲證18(乙證1-4評定答證16、乙證3訴願證21
19)之「SPEC store眼鏡店」2018年3月24日、5月17日faceb
20 ook貼文資料，雖然可見系爭商標之使用，然相關文章、
21 貼文之發布數量、點讚、留言均不多，數量相當有限，無
22 從證明系爭商標在我國之整體營銷情形、行銷質量強弱或
23 市場占有率，尚難認定系爭商標業經原告使用已為我國消
24 費者所熟悉。

25 (3)綜觀兩商標之現有資料，尚無法區別何者商標較為我國相
26 關消費者所熟悉，及系爭商標之使用情形是否已達使相關
27 消費者可區辨二商標來源之程度。

28 5.另原告主張系爭商標係源自創辦人名字，並經其繼承人授權
29 ，申請註冊係出於善意等語。然查商標設計緣由為內心之主
30 觀意思，並非消費者由商標圖樣觀察即可得知，相關消費者
31 僅能以商標於消費市場上客觀呈現出之圖樣為判斷，無從知

01 曉原告主觀之設計理念及緣由，故判斷兩商標是否近似，並
02 不包括主觀因素之考量；再者，商標申請是否出於善意僅為
03 判斷混淆誤認之虞的輔助參考因素之一，尚非主要或唯一因
04 素，是不論原告所言是否屬實，兩商標有無致相關消費者產
05 生混淆誤認之虞，仍需就「商標是否近似及其近似程度」及
06 「商品是否類似及其類似程度」之主要參考因素綜合其他各
07 輔助因素整體考量後認定之。

08 (三)承上，衡酌兩商標近似程度中等，指定使用商品間構成同一
09 或高度之類似關係，據以評定商標具有相當之識別性等因素
10 綜合判斷，縱使原告係出於善意，相關消費者仍有可能誤認
11 兩商標之商品為同一來源，或者誤認兩商標之使用人間存在
12 關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，而產生混
13 淆誤認情事，從而系爭商標之註冊，應有商標法第30條第1
14 項第10款規定之適用。

15 (四)原告主張其他同樣以設計師姓名作為商標之案例，國內法院
16 判決案例，且兩商標於國外已有並存註冊，日本特許廳及法
17 院認定無致消費者混淆誤認之虞，並檢送甲證5兩商標於其
18 他國家/地區之註冊資料、甲證7他人商標註冊資料、甲證8
19 至11國內法院判決、乙證1-4評定答證7日本商標註冊資料及
20 爭議審定書、乙證1-6評定答證21日本法院判決、乙證3訴願
21 證14中國大陸爭議案件裁定書等資料為證。惟按商標申請准
22 否，係採個案審查原則，就具體個案審究是否合法與適當，
23 視個案情節認定事實與適用法律，不受他案之拘束。經核原
24 告所舉國內註冊及判決案例之商標文字組合與本件不同，或
25 所指定使用商品/服務與本件不盡相同，於具體事實涵攝於
26 各種判斷因素時，其商標近似程度、商品/服務類似程度、
27 消費者對各商標之熟悉度、識別性強弱及使用證據樣態等因
28 素與本件未必相同，案情各異，基於商標審查個案拘束原
29 則，尚難比附援引。再者，我國商標法係採屬地主義，各國
30 對於商標之保護均採屬地主義，是於國外註冊之商標，若不
31 符合我國商標註冊要件，並非當然得於我國註冊，且各國或

01 地區基於國情文化不同，相關消費者認知及熟悉程度仍有差
02 別，審查實務配合各自國情、消費者認知、熟悉程度及交易
03 習慣而有異，自應以我國之商標法規及國內相關消費者認知
04 為論斷，尚難以相同文字之商標在其他國家獲准註冊，或爭
05 議案審定結果及法院判決執為我國亦應為相同認定之論據。

06 (五)又原告主張其與Julius Tart之合法繼承人簽署服務協議，
07 其係經合法授權之被授權人，參加人並未獲合法授權或移轉
08 品牌相關權利，以及參加人主張其已獲創辦人之事業移轉，
09 為TART品牌正統繼承人等語，並提出甲證1創辦人Julius Ta
10 rt遺囑及繼承人聲明書、甲證3與Julius Tart繼承人簽署之
11 服務協議、乙證1-6評定答證18創辦人Julius Tart遺囑文件
12 為證。惟有關財產繼承及移轉等相關權利或利益之歸屬，乃
13 屬民事爭議，應循民事司法途徑尋求救濟，此一爭議尚與系
14 爭商標之註冊是否有違反前揭法條規定無涉，併予指明。

15 七、綜上所述，系爭商標之註冊有違商標法第30條第1項第10款
16 規定。從而，被告所為系爭商標之註冊應予撤銷之處分，其
17 理由僅二商標構成近似之商標，且近似程度不低與本院認為
18 近似程度中等不同，惟結論並無二致，原處分仍應予維持，
19 是以訴願決定予以維持，亦無違誤，原告徒執前詞，訴請撤
20 銷原處分及訴願決定，並無理由，應予駁回。

21 八、本件事證已臻明確，兩造其餘之主張答辯或援引之證據，經
22 本院審酌後認對判決結果不生影響，爰不一一論列，併此敘
23 明。

24 九、據上論結，原告之訴為無理由，爰依智慧財產案件審理法第
25 2條，行政訴訟法第98條第1項前段、第218條，民事訴訟法
26 第385條第1項前段，判決如主文。

27 中 華 民 國 114 年 10 月 23 日

28 智慧財產第一庭

29 審判長法 官 汪漢卿

30 法 官 吳俊龍

31 法 官 曾啓謀

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 114 年 10 月 31 日

03

書記官 丘若瑤

04

附圖1 系爭商標

註冊第2157696號

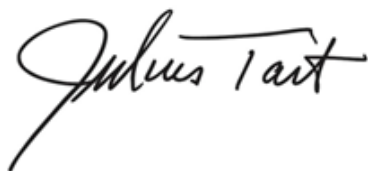
申請日：民國110年2月25日

註冊日：民國110年8月1日

註冊公告日：民國110年8月1日

指定使用類別：

(第009類) 眼鏡框；眼鏡；眼鏡組件；眼鏡腳架；眼鏡鏡片；太陽眼鏡；眼鏡盒。



附圖2 據以評定商標

註冊第1481575號

申請日：民國100年1月13日

註冊日：民國100年11月1日

註冊公告日：民國100年11月1日

指定使用類別：

（第009類）眼鏡架及太陽眼鏡架，眼鏡盒及太陽眼鏡盒，眼鏡用掛帶、眼鏡鏈，眼鏡，太陽眼鏡及其組件。

TART