

01 智慧財產及商業法院行政判決

02 114年度行商訴字第21號  
03 民國114年10月2日辯論終結

04 原 告 張美琪

05 訴訟代理人 蔣文正律師

06 江郁仁律師

07 複 代 理 人 蘇英偉律師

08 被 告 經濟部智慧財產局

09 代 表 人 廖承威

10 訴訟代理人 張雅婷

11 參 加 人 安妞餐飲有限公司

12 代 表 人 林稚娟

13 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  
14 月13日經法字第11417300800號訴願決定，提起行政訴訟，並經  
15 本院命參加人獨立參加訴訟，本院判決如下：

16 主 文

17 一、原告之訴駁回。

18 二、訴訟費用由原告負擔。

19 事實及理由

20 一、程序方面：按言詞辯論期日，當事人之一造不到場者，倘無  
21 民事訴訟法第386條規定之不得一造辯論判決之事由，得依  
22 到場當事人之聲請，由其一造辯論而為判決，行政訴訟法第  
23 218條準用民事訴訟法第385條第1項前段、第386條定有明文  
24 。本件參加人受合法通知（見本院卷第351頁），未於言詞  
25 辯論期日到場，核無民事訴訟法第386條各款所列情形，爰  
26 依原告及被告之聲請，由其等辯論而為判決。

27 二、爭訟概要：

01 (一)原告前於民國109年9月22日以「安妞韓味屋、韓文及圖」商  
02 標，指定使用於被告公告商品及服務分類第43類之「小吃店  
03 ；小吃攤；快餐車；流動飲食攤；提供餐飲服務；餐廳；點  
04 心吧；餐館」服務，向被告申請註冊，經被告核准列為註冊  
05 第2142485號商標（如附圖，下稱系爭商標）。嗣參加人於  
06 110年12月29日以系爭商標有商標法第30條第1項第11款及第  
07 12款規定之情形，申請評定。被告認系爭商標有同法第30條  
08 第1項第11款前段規定之適用，以111年9月30日中台評字第  
09 1100150號商標評定書（下稱前次處分）為系爭商標之註冊  
10 應予撤銷處分。原告提起訴願，經經濟部以112年3月31日經  
11 訴字第11217301980號訴願決定（下稱前次訴願決定）駁回  
12 後，復提起行政訴訟，前經本院審認系爭商標無同法第30條  
13 第1項第11款前段規定之適用，而以112年度行商訴字第32號  
14 判決撤銷前次訴願決定及前次處分，該判決嗣經最高行政法  
15 院於113年6月26日以113年度上字第196號裁定駁回上訴而確  
16 定在案。

17 (二)被告依前揭判決意旨重為審查後，認系爭商標之註冊仍有違  
18 商標法第30條第1項第12款規定，以113年10月29日中台評字  
19 第1130030號商標評定書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分  
20 （下稱原處分）。原告提起訴願，經經濟部以114年3月13日  
21 經法字11417300800號訴願決定（下稱訴願決定）駁回後  
22 ，向本院提起本件訴訟。又本院認本件訴訟之結果，倘認應  
23 撤銷訴願決定及原處分，參加人之權利或法律上利益將受損  
24 害，爰依職權裁定命參加人獨立參加本件訴訟。

### 25 三、原告主張及聲明：

26 (一)系爭商標為原告獨創，與據以評定商標（下稱據爭商標）不  
27 構成近似；中文「安妞」為相關同業皆可思及且普遍使用之  
28 商標文字，不具識別性；被告未能證明原告有何仿襲之具體  
29 行為表現，即論斷原告有意圖仿襲而申請註冊系爭商標，構  
30 成商標法第30條第1項第12款規定，並不可採：

01 1.原告自98年起陸續從事過義大利麵店、燒烤店、咖啡簡餐店  
02 等，並在餐飲服務申請註冊多件商標，更曾於107年開設「  
03 韓國叔叔」餐廳並申請註冊第02030668號商標，專賣「辣炒  
04 年糕」、「魚板」，因原告獨家研發之韓式辣椒醬口味廣受  
05 消費者喜愛，方於109年另創「安妞韓味屋」品牌繼續販售  
06 辣炒年糕、罐裝韓式辣椒醬等商品。系爭商標圖樣為原告所  
07 獨創，紅色半圈係代表辣炒年糕的醬汁，摻雜的黑色部分則  
08 代表炒麵醬汁，在紅色半圈內中文「安妞」、韓文「안녕」  
09 、韓國傳統服飾習用之五色彩條、窗櫺圖形等，又系爭商標  
10 圖樣下方「安妞장미기韓味屋」係以原告姓名「張美琪」之  
11 韓文音譯「장미기」結合「韓味屋」而來，傳達原告提供之  
12 餐點類型及服務理念，具有創意性及表彰特定服務來源之識  
13 別性。且原告經常透過外送平台、社群媒體發布商品及服務  
14 資訊、菜單等，同時在YouTube頻道上傳韓式辣椒醬的料理  
15 教學影片，在原告戮力經營下系爭商標所表彰商品持續熱銷  
16 ，累積眾多忠實顧客建立相當信譽，相關消費者可將系爭商  
17 標聯想至原告所經營商品及餐廳服務品牌，而為原告之專屬  
18 標識，可指向原告為單一之服務來源，並無仿襲他人之情形  
19 。

20 2.中文「安妞」為韓文「안녕」（你好、再見）之諧音，常見  
21 於韓語教學、旅遊書籍中，又由於受韓國流行文化、旅行等  
22 影響下，韓國文化及韓語基礎詞彙已廣為我國消費者所熟悉  
23 ，消費者見「安妞」二字，即會直接與「韓國文化」產生聯  
24 想，而韓式餐廳的目標客群，大多為熟悉韓流文化之年輕族  
25 群，參加人以中文「安妞」作為其商標文字之一部分，並非  
26 參加人自行獨創，而係欲以該韓語之中文諧音，傳達該服務  
27 發源地係來自韓國之印象，不具任何獨創性，更無區分服務  
28 來源之識別性，非屬商標法第30條第1項第12款立法目的所  
29 欲保護之標的。況若以中文「安妞」為關鍵字於網路檢索所  
30 得結果，均無法直接、單一地指向參加人所經營之餐飲服務

01  ，其中亦不乏與原告或參加人經營餐飲服務相同之競爭同業  
02  使用「安妞」二字，或作為指示餐廳服務來源之標識、或作  
03  為營業主體名稱、或將之作為商品名稱者，更有部分競爭同  
04  業其使用「安妞」時間早於參加人使用「安妞」於韓式餐廳  
05  服務之時間，足證在餐飲服務市場中以「安妞」作為識別標  
06  識者所在多有，參加人並非「安妞」之創用人及先使用人，  
07  據爭商標之「安妞」不足使相關消費者於聽聞即知悉該文字  
08  係表彰參加人所提供之韓式烤肉料理服務，其識別性較弱。  
09  故被告僅以「安妞」一詞之「字面涵義」與餐廳服務無關，  
10  且未有註冊商標就中文「安妞」聲明不專用，即草率認定據  
11  爭商標之「安妞」文字具相當識別性云云，顯與實際市場情  
12  形不符。

13  3. 系爭商標中文「安妞」為韓國料理業者常用之描述性文字，  
14  非僅依賴「安妞」作為區別。而系爭商標之「安妞」乃原告  
15  獨創手寫字體，整體圖樣另有紅色弧形外框環繞、韓文「안  
16  녕」、五色彩條、窗櫺圖形等元素，下方更有原告姓名「張  
17  美琪」之韓文音譯「장미기」結合「韓味屋」之標識，系爭  
18  商標圖樣予人深刻之視覺印象，並可與原告產生強烈連結，  
19  相關消費者觀系爭商標即可聯想至原告為服務來源。反觀據  
20  爭商標中之「紅通通」為參加人餐廳店名，又為強調服務性  
21  質為韓式料理，將原店名加上韓文「你好」之諧音「安妞」  
22  組合成據爭商標，由於「安妞」僅傳達韓語「你好」之觀念  
23  ，消費者於實際選購時，亦會將中文「紅通通」作為據爭商  
24  標主要識別部分一併觀察，而據爭商標之「安妞」係以商業  
25  字體呈現，故二商標雖包含偶同之「安妞」，惟「安妞」識  
26  別性極低，且二商標另有原告姓名「장미기」和「紅通通」  
27  可供區辨，系爭商標亦特別使用手寫字體及紅色弧形外框環  
28  繞等，且色彩豐富與據爭商標有極大差異，各自指向不同之  
29  服務來源，自難認二商標構成近似。故原處分逕割裂圖樣僅  
30  就部分文字為機械式比對，忽略整體圖樣構成元素、識別性  
31  、圖形設色、字體等明顯差異。

01 4.如前所述，原告申請註冊系爭商標非出於仿襲之意圖，而參  
02 加人僅使用據爭商標於其開設於○○市○○區之一間韓國烤  
03 肉餐廳，並無分店，據爭商標亦非著名商標，與原告所提供  
04 之雲端廚房及韓式辣椒醬商品相較，二者經營型態、目標客  
05 群完全不同，兩商標在實際交易市場中亦未有致生混淆誤認  
06 之情形。而「安妞」為韓文招呼語衍生而來之中文流行用語  
07 ，並非特定人獨創，以「安妞」作為韓式餐廳服務標識者所  
08 在多有，原告選用作為商標圖樣之一部核與常理無悖，參加  
09 人既非將「安妞」使用在餐飲服務之創用者，又未提出具體  
10 證據證明原告係因契約、地緣、業務往來或其他關係而知悉  
11 據爭商標之存在並意圖搶註，尚難僅憑系爭商標與據爭商標  
12 皆包含偶同之中文「安妞」且均販售韓式料理，即逕推論原  
13 告申請註冊系爭商標係出於抄襲據爭商標之惡意。

14 (二)聲明：訴願決定及原處分均撤銷。

15 四、被告答辯及聲明：

16 (一)系爭商標有商標法第30條第1項第12款規定之事由：

17 1.由參加人所提申證4之Facebook貼文資料、申證5之消費者網  
18 路心得文章等，可知其於系爭商標申請註冊前，有將據爭商  
19 標使用於韓式料理餐廳之事實。

20 2.系爭商標由中文「安妞」、韓文「안녕」、方形印章設計圖  
21 案、五色區塊長條圖、外文「Korean Food」置於紅色半圓  
22 弧形外框，下方置有「安妞장미기韓味屋」構成；據爭商標  
23 由中文「安妞」、韓文「안녕」、「紅通通篆體設計字」、  
24 中文「韓國烤肉食堂」構成。二者相較皆有相同中文「安妞  
25 」、韓文「안녕」，韓文「안녕」有「你好/再見」之意，  
26 消費者雖會對「안녕」施以較少注意，然於判斷商標近似與  
27 否時「안녕」仍應列入商標整體比對，是二商標皆有引人注  
28 意且相同之中文「安妞」、韓文「안녕」構成商標之組成元  
29 素，又均將中文「安妞」字體放大並以書寫字體設計呈現，  
30 且「安」字下方「女」字皆採「く」尾部筆畫上勾及「ノ」  
31 成豎狀之設計，構圖意匠相仿，我國消費者對於中外文圖形

01 並列之商標，習慣上仍以識別讀取中文為先，因此於唱呼兩  
02 商標時，自會以中文「安妞」作為識別唱呼之部分，中文「  
03 安妞」給予消費者鮮明且深刻印象，為二商標較為顯著部分  
04 ，故二商標於外觀、觀念及讀音上皆有相近之處，若將其標  
05 示在相同或類似之服務上，以具有普通知識經驗之消費者，  
06 於購買時施以普通之注意，極可能誤認二者為來自同一來源  
07 ，或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似之商標，且近  
08 似程度不低。

09 3.系爭商標指定使用於「小吃店；小吃攤；快餐車；流動飲食  
10 攤；提供餐飲服務；餐廳；點心吧；餐館」服務，與據爭商  
11 標先使用之韓式料理餐廳服務相較，兩者皆屬餐廳、提供餐  
12 飲相關服務，在滿足消費者的需求上以及服務提供者等因素  
13 上，具有共同或關聯之處，如果標上相同或近似的商標，依  
14 一般社會通念及市場交易情形，易使接受服務者誤認其為來  
15 自相同或雖不相同但有關聯之來源者，應屬構成同一或高度  
16 類似之服務。

17 4.據爭商標之中文「安妞」就其中文字義予人有「安姓小妞」  
18 之意涵，然與其所使用之餐廳服務並無直接關聯，相關消費  
19 者自會直接將之視為表彰服務來源之標識，堪認據爭商標具  
20 有相當識別性。

21 5.原告自陳於98年起即陸續從事義大利麵店、燒烤店等餐飲生  
22 意，107年起於○○市○○夜市以「韓國叔叔」品牌販售韓  
23 式料理，顯見於餐廳餐飲產業已從業長達10年以上，原告於  
24 109年間籌備系爭商標開業，110年6月於○○市○○區開業  
25 。據爭商標之韓式料理餐廳係於105年12月於○○市○○區  
26 開幕，另據參加人所提申證4、9之fb貼文、申證6「看雜誌  
27 」封面故事媒體報導、申證8之媒體報導等，可見據爭商標  
28 餐廳自開幕後即有許多消費者前往用餐消費並陸續於網際網  
29 路(如facebook社群平台、部落客文章等)留下用餐經驗及  
30 心得，且獲多家新聞媒體採訪報導，堪認據爭商標於系爭商  
31 標申請前已觸及相關消費者且為其所知悉並獲好評。原告於

01 餐飲行業既已從業10年以上，且自107年起亦於同屬大台北  
02 生活圈地區之士林夜市經營販售韓式料理，自可推論原告為  
03 相關競爭同業，對於韓式料理餐飲行業之動向及資訊應較一  
04 般人更為熟悉且關注，況現今網路資訊流通迅速，餐飲行業  
05 常藉由社群平台、網路媒體報導等宣傳行銷，不難藉由市場  
06 同業、網路傳播等各種相關商情資訊傳遞得知據爭商標有先  
07 使用之情，且原告未檢附其他相關證據證明較據爭商標使用  
08 在先，原告以近似程度不低之「安妞韓味屋、韓文及圖」申  
09 請系爭商標註冊，實難諉為巧合，堪認係競爭同業間因地緣  
10 或業務經營關係而知悉他人先使用商標存在者之「其他關係  
11 」情形。

12 6. 綜上衡酌據爭商標用於餐飲服務並非普通習見，具有相當識  
13 別性，且參加人於系爭商標109年9月22日申請註冊前，即有  
14 使用據爭商標於韓式料理餐廳服務並迭經報導之事實；原告  
15 為餐飲競爭同業，且於107至108年間曾於○○○○夜市販售  
16 韓式料理，對於大台北地區韓式料理餐廳各種資訊應較一般  
17 人更為熟悉及關注，則其以近似程度不低之圖樣作為系爭商  
18 標申請註冊於同一或高度類似之小吃店、餐廳等服務，依一  
19 般經驗及論理法則判斷，尚難諉為巧合，顯有競爭同業間因  
20 業務經營關係而知悉據爭商標之存在，意圖仿襲而申請註冊  
21 之情事。故系爭商標之註冊有商標法第30條第1項第12款規  
22 定之適用。

23 (二) 原告雖認系爭商標為其獨創設計，主張二商標不構成近似，  
24 「安妞」普遍作為「你好/再見(韓文)」音譯，已為我國  
25 習見招呼用語及流行用語，識別性極低，且「安妞」非參加  
26 人所獨創，已有不特定相關同業廣泛使用等等。惟商標設計  
27 之概念，並非相關消費者一望即知，相關消費者僅能以商標  
28 於消費市場上客觀呈現出之圖樣為判斷，無從知曉其設計者  
29 主觀之設計理念，故判斷二商標是否近似，並不包括主觀因  
30 素之考量。又一般消費者都是憑著對商標未必清晰完整的印  
31 象，在不同的時間或地點來作重覆選購的行為，而不是拿著

01 商標以併列比對的方式來選購，故商標近似與否應以異時異  
02 地隔離觀察原則來加以判斷，而不宜以置放於一處經詳細分  
03 析對照的情況下，認為兩商標之「安妞」字體有別可資區辨  
04 ，即認定二商標不構成近似。另在查詢商標註冊資料後，可  
05 知於餐廳、食品等相關商品及服務僅有參加人及原告以「安  
06 妞」作為商標註冊在案，且註冊商標中包含系爭商標，均未  
07 曾有就「安妞」一詞聲明不專用之情形，足見「安妞」使用  
08 於餐廳相關服務非屬商品或服務相關說明，具有相當識別性  
09 。再者，我國國人係以中文為母語，一般消費者未必能精確  
10 唱呼韓文或知悉韓文字義，原告所提Google搜尋檢索資料除  
11 無網站列印日期可稽外，文章數量不多，無從逕以該檢索結  
12 果作為「安妞」於指定之餐廳、餐飲等服務無識別性之依據  
13 。此外，參加人早於系爭商標申請前即有將「安妞」二字作  
14 為商標之識別部分並使用於韓式料理餐廳之情形，已如前述  
15 ，而觀原告所提之他人使用情形，或無日期可稽，或晚於系  
16 爭商標申請日，或他人所使用樣態為「安妞韓辣燙」、「安  
17 妞肆寶商行」，即另有結合其他文字，與兩造爭議之「安妞  
18 」二字有別，且第三人店面招牌照片之「安妞」文字設計及  
19 呈現與兩造商標不同，無法證明為何系爭商標與據爭商標之  
20 「安妞」同以書寫字體方式呈現，以及「安」字下方「女」  
21 字皆採「く」尾部筆畫上勾及「ノ」成豎狀之構圖意匠。原  
22 告前述主張，核無足採。

23 (三)聲明：原告之訴駁回。

24 五、參加人未於準備程序及言詞辯論期日到庭，亦未具狀提出陳  
25 述。

26 六、本院判斷：

27 (一)應適用之法令：

28 1.按評定商標之註冊有無違法事由，除商標法第106條第1項及  
29 第3項規定外，依其註冊公告時之規定，同法第50條、第62  
30 條定有明文。本件系爭商標於109年9月22日申請註冊，經被  
31 告於110年5月16日核准註冊公告，故系爭商標之註冊有無違

01 法事由，應以105年11月30日修正公布、同年12月15日施行  
02 之商標法（下稱商標法）為斷。

03 2.商標法第30條第1項第12款規定「商標有下列情形之一者，  
04 不得註冊：…十二、相同或近似於他人先使用於同一或類似  
05 商品或服務之商標，而申請人因與該他人間具有契約、地緣  
06 、業務往來或其他關係，知悉他人商標存在，意圖仿襲而申  
07 請註冊者。但經其同意申請註冊者，不在此限。」本款規範  
08 意旨在防止投機者，利用特定關係而知悉他人未於國內註冊  
09 商標，進而搶先申請註冊，以阻撓他人使用該商標，以維護  
10 交易秩序與商業道德。按我國採先申請主義，故原以先註冊  
11 者優先受保護，惟基於誠信原則及防止消費者混淆暨不公平  
12 競爭行為之關係，除參照巴黎公約第6條之7第1項規定，禁  
13 止代理人或代表人搶註商標外，並擴大其適用範圍及於契約  
14 、地緣、業務往來或其他關係，知悉他人商標存在而剽竊搶  
15 註之情形。至於申請人是否基於仿襲意圖所為，自應斟酌契  
16 約、地緣、業務往來或其他等客觀存在之事實及證據，依論  
17 理法則及經驗法則加以判斷。

18 (二)系爭商標與據爭商標圖樣構成近似，且近似程度不低：

19 1.有關商標是否近似暨其近似程度之判斷，應以商標圖樣整體  
20 為觀察，亦即以呈現在商品或服務之消費者眼前之整體圖樣  
21 加以觀察。惟在整體觀察原則上，尚有所謂主要部分，則係  
22 因商標雖以整體圖樣呈現，但商品或服務之消費者較為關注  
23 或事後留存印象作為其辨識來源者，則係商標圖樣中之顯著  
24 部分，此顯著部分即屬主要部分。主要部分觀察與整體觀察  
25 並非牴觸對立，主要部分最終仍是影響商標給予商品或服務  
26 之消費者的整體印象，兩者對判斷商標近似係屬相輔相成。  
27 又商標近似之意義係指兩商標如標示於相同或類似商品或服  
28 務時，具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通注意  
29 ，有可能誤認兩商品或服務來自同一來源或誤認不同來源間  
30 有所關聯。

01 2.查系爭商標係於紅色半圈外框中央處置有一中文「安妞」字  
02 樣，「安妞」字樣上、下方，分別依序併列較小之方形印章  
03 圖案、韓文「안녕」、五色區塊長條圖、英文「Korean  
04 Food」、「安妞장미기韓味屋」等文字（如附圖）。由於紅  
05 色半圈中央之中文「安妞」係經特別放大且特別置放於紅色  
06 半圈之中央處，是中文「安妞」應為消費者實際交易時用以  
07 唱呼辨識之主要識別部分。據爭商標則係由中文「安妞」、  
08 韓文「안녕」、「『紅通通』篆體設計字」、中文「韓國烤  
09 肉食堂」所構成（如附圖），其中「紅通通」篆體設計字圖  
10 樣略小且為篆體，一般人需仔細比對後方能加以識別，「韓  
11 國烤肉食堂」則代表所提供餐飲服務，並不具識別性，是中  
12 文「安妞」、韓文「안녕」應為據爭商標之主要識別部分。  
13 雖韓文「안녕」有你好或再見之意，但我國國人係以中文為  
14 母語，韓文並非我國國人一般常用之外文，一般消費者未必  
15 能精確唱呼韓文或知悉其韓文之字義，加上韓文「안녕」發  
16 音與中文「安妞」相似，對於以中文為母語之國內消費者而  
17 言，更容易將中文「安妞」作為主要識讀部分。是以，兩商  
18 標相較，均有予消費者寓目印象深刻之中文「安妞」，僅書  
19 寫方式，有無結合其他文字、圖形之些微差異，若將其標示  
20 在相同或類似之服務上時，以具有普通知識經驗之消費者，  
21 於購買時施以普通之注意，極可能誤認二者為來自同一來源  
22 ，或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似之商標，且近  
23 似程度不低。

24 3.原告雖稱系爭商標為其獨創設計，中文「安妞」為韓文「안  
25 녕」之音譯，且為韓國料理業者常用之描述性文字，識別度  
26 較低，消費者於實際選購時亦會將紅色弧形外框環繞、韓文  
27 「안녕」、五色彩條、窗櫺圖形、「紅通通」篆體設計字一  
28 併觀察，主張兩商標不構成近似等等。然查：(1)原告主張中  
29 文「安妞」普遍作為韓文「안녕」之音譯，且為韓國料理業  
30 者常用之描述性文字，雖提出評定答證5及甲證8之Google搜  
31 尋關於「韓文安妞」之搜尋結果頁面、甲證9之博客來有關

01 韓語教學、旅遊書籍介紹頁面、甲證10之關於韓國流行語分  
02 析之「網路溫度計」網路文章等資料（見評定卷一第227至  
03 234頁、本院卷第131至140頁）。惟縱認韓文「안녕」有你好或再見等意思，而中文「安妞」為其音譯，然二者使用於  
04 餐飲商品或餐飲服務，均非對商品或服務本身的形狀、品質  
05 、功用或其他有關的成分、性質等特性之直接且明顯描述，  
06 是以之作為商標使用於餐飲等服務，應認仍具有相當識別性  
07 。(2)至原告所提甲證11之「安妞」Google檢索結果、甲證12  
08 之以「安妞」作為餐飲服務識別標示或商品名稱使用網路搜  
09 尋結果、甲證13之「安妞肆寶商行」公司資料及人力銀行頁  
10 面等（本院卷第141至222頁）其他同業使用情形，除樣本數  
11 少外，部分資料或無日期可稽，或晚於系爭商標申請日，或  
12 他人所使用之樣態為「安妞韓辣燙」、「安妞肆寶商行」、  
13 「Hello安妞素食炸物」，或另有結合其他文字或圖樣，核  
14 與本案兩造爭議之「安妞」二字有別，且該第三人之店面招  
15 牌、商品照片之「安妞」文字設計及呈現，均與本案兩造商  
16 標不同，尚不足證明「安妞」二字已為國內從事韓國料理業  
17 者常用之描述性文字之依據。(3)再者，一般消費者實際購買  
18 行為態樣大都憑著對商標未必清晰完整的印象，在不同的時  
19 間或地點作選購，並非以商標併列比對方式來選購，是縱系  
20 爭商標圖樣另有紅色半圈外框、方形印章圖案、五色區塊長  
21 條圖、「安妞장미기韓味屋」等些微差異，惟國內消費者關  
22 注或事後留存印象作為其辨識唱呼來源之中文「安妞」，兩  
23 者相同，屬構成近似之商標，且近似程度不低，故原告上開  
24 主張，均不足採信。

26 4.原告復稱系爭商標經其戮力經營及行銷宣傳下，已與原告產  
27 生強烈連結，而為原告之專屬標識云云。然觀原告所提甲證  
28 4之YouTube影片觸及人數僅有200至300人左右（本院卷第64  
29 至65頁）、Facebook粉絲專頁並無顯示追蹤或瀏覽人數（本  
30 院卷第67至85頁）、Instagram帳號則僅有48則貼文、31位  
31 粉絲（本院卷第86至88頁）、Line官方帳號好友人數僅有97

01 人（本院卷第89至90頁）；甲證5、6之Uber Eats銷售報告  
02 （西元2024年10月至2025年3月，本院卷第91至102頁）及評  
03 論留言（本院卷第103至123頁），可知每月訂單數約為200  
04 筆左右、銷售金額於新臺幣4至6萬元之間；甲證7之西元202  
05 3年10月23日工商時報、民視新聞網關於台中銀行70周年活  
06 動報導及現場照片等（本院卷第125至129頁），則無參與人  
07 數統計，是依上開證據尚無從證明系爭商標在原告之經營行  
08 銷下，已與原告產生強烈連結並廣為相關消費者熟悉，原告  
09 據此主張消費者當看到系爭商標即會聯想到原告，而為原告  
10 之專屬標識，故兩商標不構成近似云云，亦非可採。

11 （三）據爭商標有先使用之事實：

12 由參加人所提申證4之Facebook貼文資料、申證5之消費者網  
13 路心得文章、申證6之雜誌報導、申證7之「非凡大探索」  
14 YouTube影片、申證8之網路新聞報導、申證9之Facebook、  
15 Instagram照片截圖等（評定卷一第46至202頁反面），可見  
16 西元2016年12月13日Facebook粉絲專頁大頭貼照更新為「安  
17 妞안녕紅通通韓國烤肉食堂」照片、西元2016年12月20日貼  
18 文宣布韓國餐廳開幕資訊，西元2017年1月11日貼文可見轉  
19 貼消費者心得文章「[食記]○○區安妞韓國烤肉食堂/捷運  
20 ○○○站-WalkerLand窩客島」，貼文縮圖及文章內文可見  
21 標有「安妞紅通通韓國烤肉食堂」之店面招牌及菜單等照片  
22 ，且截至系爭商標申請日（109年9月22日）前陸續於  
23 Facebook社群平台上傳標有據爭商標之餐廳店面招牌、菜單  
24 等照片之廣告宣傳貼文，足認參加人於105年（西元2016年  
25 ）12月起，已將據爭商標先使用於所經營位於○○市○○區  
26 之韓式料理餐廳外牆招牌、菜單及名片，並經媒體、部落客  
27 大肆報導且有眾多知名人物到訪等事實。

28 （四）兩商標使用於同一或類似服務：

29 系爭商標指定使用之「小吃店；小吃攤；快餐車；流動飲食  
30 攤；提供餐飲服務；餐廳；點心吧；餐館」服務，與據爭商  
31 標先使用之韓式料理餐廳服務相較，兩者皆屬餐廳、提供餐

01 飲相關服務，在滿足消費者的需求上以及服務提供者等因素  
02 上，具有共同或關聯之處，如果標上相同或近似的商標，依  
03 一般社會通念及市場交易情形，易使接受服務者誤認其為來  
04 自相同或雖不相同但有關聯之來源者，應屬構成同一或高度  
05 類似之服務。

06 (五)原告因競爭同業或地緣關係知悉據爭商標而申請註冊系爭商  
07 標，具有仿襲意圖：

08 1.按申請人是否因具有契約、地緣、業務往來或其他關係，而  
09 知悉先使用商標存在，並基於仿襲意圖而為不法搶註行為，  
10 應斟酌契約、地緣、業務往來或其他等客觀存在之事實及證  
11 據（例如：先使用商標是否具獨創性及其行銷市場之事證）  
12 ，依據論理法則及經驗法則判斷申請人是否知悉他人先使用  
13 之商標，而襲以註冊（最高行政法院110年度上字第809號  
14 判決意旨參照）。

15 2.經查，原告自陳於98年起即陸續從事義大利麵店、燒烤店等  
16 餐飲生意，於107年起於○○市○○夜市以「韓國叔叔」品  
17 牌販售韓式料理，並於109年間籌備系爭商標開業，110年6  
18 月於○○市○○區開業等情，此有原告所提起訴狀、甲證1  
19 之餐廳資訊與註冊商標資料、甲證4之外送平台及社群媒體  
20 行銷資料（本院卷第19頁、第57至60頁、第65至90頁）等在  
21 卷可稽，足見原告於餐廳餐飲服務業已從業長達10年以上之  
22 時間。而參加人自105年12月起使用系爭商標於其所經營位  
23 於○○市○○區之韓式料理餐廳外牆招牌、菜單及名片，並  
24 經媒體、部落客大肆報導且有眾多知名人物到訪等情，業如  
25 前述，足認據爭商標於系爭商標申請之前已觸及相關消費者  
26 且為其所知悉。參酌原告經營餐廳餐飲業長達10年以上，更  
27 自107年起於○○市○○區販售韓式料理，與參加人為競爭  
28 同業關係，對於韓式料理餐飲行業之動向及資訊，理應較一  
29 般人更為熟悉且關注，另衡酌現今網路資訊流通迅速，餐飲  
30 行業常藉由社群平台、網路媒體報導等宣傳行銷，是基於地  
31 緣（○○市及○○市○○區相鄰近）及競爭同業（同為從事

01 韓式料理餐廳服務)之關係，依據論理法則及經驗法則可合  
02 理推斷原告於申請註冊系爭商標之前，應已知悉據爭商標圖  
03 樣存在。再佐以被告查詢商標註冊資料中，於餐廳、食品等  
04 相關商品及服務，目前僅有參加人及原告以中文「安妞」作  
05 為商標圖樣註冊在案，此有商標檢索資料附評定卷內可稽（  
06 乙證5卷第90至91頁），堪認參加人於105年12月起率先使用  
07 據爭商標行銷於餐飲、餐廳服務時，市場上尚無其他同業使  
08 用中文「安妞」並同韓文「안녕」作為商標使用，具有獨創  
09 性。

10 3.至原告雖提出甲證13之「安妞肆寶商行」公司資料及人力銀  
11 行頁面資料，主張參加人並非最早將中文「安妞」作為商標  
12 使用於餐飲服務等語。惟該甲證13之公司登記資料並非商標  
13 實際使用資料，且從甲證13頁面（本院卷第219至221頁）觀  
14 之，第三人安妞肆寶商行所用圖樣乃特別放大韓文「안녕」  
15 作為辨識主體，核與本件兩造商標主要識別部分為中文「安  
16 妞」並不相同。況所謂先使用之認定，依商標法第30條第2  
17 項規定，係以後商標申請註冊時為準，原告所提之甲證13並  
18 不足影響據爭商標較系爭商標先使用之事實。

19 4.準此，原告申請系爭商標時，皆有使用與據爭商標相同之中  
20 文「安妞」及韓文「안녕」文字，且中文「安妞」係經特別  
21 放大並特別放置於紅色半圈中央處，其中兩商標之「安」字  
22 下方「女」字皆採用「く」尾部筆畫上勾及「ノ」成豎狀之  
23 設計，整體文字設計相仿，又如前述，兩商標之圖樣均有前  
24 述相仿之處，從而原告以近似程度不低之圖樣文字申請系爭  
25 商標註冊，並指定使用於同一或高度類似之服務，實難諉為  
26 巧合，堪認原告係因競爭同業或地緣關係而知悉參加人先使  
27 用之據爭商標存在，基於仿襲意圖而有申請註冊系爭商標之  
28 行為。另原告固提出甲證2之系爭商標手寫底稿、甲證14之  
29 據爭商標圖樣字型分析，主張系爭商標之中文「安妞」為手  
30 寫字體，據爭商標乃使用商用字體云云，惟此不足以說明為  
31 何系爭商標所用手寫中文「安妞」及韓文「안녕」文字，與

01 據爭商標圖樣構成近似之情形，尚無從藉此證明原告並無仿  
02 襲之意圖，附此敘明。

03 七、綜上所述，本件原告因競爭同業或地緣關係而知悉參加人先  
04 使用於同一或類似服務之據爭商標存在，其基於仿襲意圖而  
05 申請註冊系爭商標，已違反商標法第30條第1項第12款規定  
06 ，致有不得註冊之事由。從而，被告依參加人之評定申請而  
07 撤銷系爭商標之註冊，並無違誤，訴願決定維持原處分，核  
08 無不合。原告仍執前詞，訴請撤銷原處分及訴願決定，為無  
09 理由，應予駁回。

10 八、本件判決基礎已經明確，兩造其餘攻擊防禦方法及訴訟資料  
11 經本院斟酌後，核與判決結果不生影響，並無一一論述的必  
12 要，併予敘明。

13 九、結論：本件原告之訴為無理由，依智慧財產案件審理法第2  
14 條，行政訴訟法第98條第1項前段、第218條，民事訴訟法第  
15 385條第1項前段規定，判決如主文。

16 中 華 民 國 114 年 10 月 30 日

17 智慧財產第一庭

18 審判長法官 汪漢卿

19 法官 曾啓謀

20 法官 吳俊龍

21 以上正本係照原本作成。

22 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  
23 明上訴理由，其未表明上訴理由者，應於提起上訴後20日內  
24 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  
25 起上訴者，應於判決送達後20日內補提上訴理由書（均須按  
26 他造人數附繕本）。

27 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，  
28 逕以裁定駁回。

29 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  
30 法第49條之1第1項第3款）。但符合下列情形者，得例外不  
31 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	<ol style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ol>
(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	<ol style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>2. 稅務行政事件，具備會計師資格者。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ol>
<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 11 月 5 日

書記官 蔣淑君

01 附圖  
02

系爭商標					
<p><b>註冊案</b> 安妞韓味屋、韓文及圖</p>					
註冊/審定號	02142485	商標種類	商標	商標名稱	安妞韓味屋、韓文及圖
申請案號	109066556			正註冊/審定號	02142485
申請日期	109/09/22	優先權日期	(無)	專用期間	110/05/16-120/05/15
商標權人	張美琪			國籍	中華民國
撤銷公告日期	(無)	失效/撤銷原因	(無)		
圖樣中文	安妞韓味屋	聲明不專用	本件商標不就「你好/再見(韓文)」、「韓味屋」文字主張商標權。		
圖樣英文	KOREAN FOOD	商標圖樣描述			
圖樣日文	(無)	說明文字內容	(無)		
圖樣記號	(無)	備註欄	(無)		
商品服務類別	043 商品或服務名稱 小吃店；小吃攤；快餐車；流動飲食攤；提供餐飲服務；餐廳；點心吧；餐館。				
					
據以評定商標					
					