

智慧財產及商業法院行政判決

114年度行商訴字第30號

民國115年4月29日辯論終結

原告 瑞士商康斯泰克斯公司（CONSITEX S.A.）

代表人 羅伯特 皮佐（Roberto Pizzo）

訴訟代理人 李宗德律師（兼上一人及次二人之送達代收人）

蔡毓貞律師

王昱涵律師

被告 經濟部智慧財產局

代表人 廖承威

訴訟代理人 顏杏娟

參加人 香港商華和控股有限公司

代表人 施華平

上列當事人間因商標異議事件，原告不服經濟部中華民國114年5月2日經法字第11417301920號訴願決定，提起行政訴訟，並經本院命參加人獨立參加被告之訴訟，本院判決如下：

主 文

一、原告之訴駁回。

01 二、訴訟費用由原告負擔。

02 事實及理由

03 一、程序方面：

04 參加人受合法通知（本院卷二第67至69、113至124、127至1
05 31頁），無正當理由，未於言詞辯論期日到場，核無行政訴
06 訟法第218條準用民事訴訟法第386條各款所列情形，爰依兩
07 造之聲請，由其等辯論而為判決（本院卷二第137頁）。

08 二、爭訟概要：

09 參加人前於民國111年7月14日以「ZEGNA」商標，指定使用
10 於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
11 之「發電機；泵；壓路機；鏈鋸；水力發電設備；馬達；農
12 業用機械；內燃機；電梯；升降機；農業用器具（手動式除
13 外）」商品，向被告申請註冊。經被告核准列為註冊第2275
14 173號商標（下稱系爭商標，如附圖1所示）。嗣原告以系爭
15 商標之註冊違反商標法第30條第1項第10款、第11款及第12
16 款規定，對之提起異議。被告以113年11月21日中台異字第G
17 01120161號商標異議審定書為「異議不成立」之處分。原告
18 不服，提起訴願，經濟部以114年5月2日經法字第114173019
19 20號訴願決定駁回後，向本院提起訴訟，本院認本件判決結
20 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
21 本件訴訟。

22 三、原告主張要旨及聲明：

23 (一)系爭商標高度近似於原告先使用之「ZEGNA」系列商標，且
24 二商標指定使用之商品與服務間具有相當程度之類似關係，
25 而參加人明知原告據爭諸商標之存在及先使用之事實，意圖
26 仿襲據爭諸商標而申請註冊系爭商標，故系爭商標之註冊應
27 有商標法第30條第1項第12款規定之適用。

28 (二)原告之「ZEGNA」系列等據爭諸商標於服飾、配件商品及相
29 關產品行銷服務等領域已臻著名，二商標具高度近似程度及

相當程度之類似關係，且原告亦從事多角化經營，除將據爭諸商標註冊使用於多種商品與服務外，並逐漸擴及其業務經營範圍至與系爭商標指定使用商品類似程度高或具關聯性之機械類商品上，故系爭商標之註冊應有致相關公眾及消費者產生混淆誤認之虞，而有商標法第30條第1項第11款前段規定之適用。此外，參加人擅自使用系爭商標經營機械類商品之銷售，致有減損據爭諸商標之識別性之虞，故系爭商標之註冊違反前開第11款後段規定。

(三)二商標之近似程度極高，所指定使用之商品或服務具有相當類似關係，且據爭諸商標具有高度識別性，相關公眾或消費者可能會誤認二商標之商品或服務為同一來源，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，故系爭商標之註冊有商標法第30條第1項第10款規定之適用。

(四)聲明：

1.原處分及訴願決定均撤銷。

2.命被告作成異議成立，撤銷註冊第2275173號商標之處分。

四、被告答辯要旨及聲明：

(一)系爭商標與原告主張著名及註冊在先之據爭諸商標部分高度近似，部分中度近似，且二者商品並未構成類似，自無商標法第30條第1項第10款規定之適用。

(二)系爭商標申請註冊前（111年7月14日）前，據爭「ERMENEGILDO ZEGNA」、「ZEGNA」商標及「Z ZEGNA」、「Z Zegna」商標（經濟部經法字第11417301920號訴願決定書意旨參照）表彰使用於衣服商品已廣為相關事業或消費者普遍認知而達著名程度，惟衡酌系爭商標指定之商品，多屬機械類商品、切割工具或農業用器具，與據爭諸商標知名於衣服等商品，二者商品性質及主要用途迥然不同，難認為相關公眾有

可能會誤認其與據爭諸商標來自同一來源，或者誤認其來自不相同但有關聯之來源，而產生混淆誤認情事，自無商標法第30條第1項第11款前段規定之適用。又據爭諸商標難認具有較高之著名程度，又系爭商標與據爭「ERMENEGILDO ZEGNA」商標近似程度僅中等，則據爭諸商標之識別性或信譽遭受減損的可能性相對較低，難認有減損據爭諸商標識別性或信譽之虞，自無同條項第11款後段規定之適用。

(三)原告於系爭商標申請日前，有使用據爭「ERMENEGILDO ZEGNA」、「ZEGNA」、「Z ZEGNA」商標於衣服商品，而衣服商品與系爭商標指定使用之第7類發電機等商品間不存在類似關係，理由均如前述，系爭商標之註冊，自無商標法第30條第1項第12款規定之適用。

(四)聲明：原告之訴駁回。

五、參加人經合法通知未於準備程序及言詞辯論期日到場，亦未提出任何書狀為聲明或陳述。

六、爭點（本院卷二第93至94頁）：

系爭商標有無商標法第30條第1項第10、11、12款之不准註冊事由？

七、本院的判斷：

(一)應適用之法令：

1.商標法第50條規定，異議商標之註冊有無違法事由，除第106條第1項及第3項規定外，依其註冊公告時之規定。系爭商標於111年7月14日申請，於112年1月16日註冊公告，本件並無同法第106條第1項及第3項規定之適用，故系爭商標有無違法事由，應依系爭商標註冊公告時即105年11月30日修正公布、同年12月15日施行之商標法為斷（以下僅稱商標法）。

2.依商標法第30條第1項第10款規定，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

01 相關消費者混淆誤認之虞者，不得註冊，但經該註冊商標
02 或申請在先之商標所有人同意申請，且非顯屬不當者，不
03 在此限。而判斷兩商標有無混淆誤認之虞，應參酌：(1)商
04 標識別性之強弱；(2)商標是否近似暨其近似之程度；(3)商
05 品、服務是否類似暨其類似之程度；(4)先權利人多角化經
06 營之情形；(5)實際混淆誤認之情事；(6)相關消費者對各商
07 標熟悉之程度；(7)系爭商標之申請人是否善意；(8)其他混
08 淆誤認之因素等，綜合認定是否已達有致相關消費者產生
09 混淆誤認之虞。

- 10 3.依商標法第30條第1項第11款規定，相同或近似於他人著
11 名商標或標章，有致相關公眾混淆誤認之虞，或有減損著
12 名商標或標章之識別性或信譽之虞者，不得註冊。所稱之
13 著名，係指有客觀證據足以認定已廣為相關事業或消費者
14 所普遍認知者而言（商標法施行細則第31條規定參照）。
15 著名商標之認定應就個案情況，考量商標識別性之強弱；
16 相關事業或消費者知悉或認識商標之程度；商標使用期
17 間、範圍及地域；商標宣傳之期間、範圍及地域；商標是
18 否申請或取得註冊及其註冊、申請註冊之期間、範圍及地
19 域；商標成功執行其權利的紀錄，特別指曾經行政或司法
20 機關認定為著名之情形；商標之價值；其他足以認定著名
21 商標之因素等，綜合判斷之。上述各項因素為例示而非列
22 舉要件，個案上不必然呈現上述所有參酌因素，應就個案
23 具體情況，考量足資判斷為著名的參酌因素。依最高行政
24 法院111年度大字第1號裁定見解，認同條項第11款後段規
25 定所稱「著名商標」，係指有客觀證據足以認定已廣為相
26 關事業或消費者所普遍認知之商標，無須達一般消費者普
27 遍知悉之程度，始有該款後段規定之適用（最高行政法院
28 111年上字第919號判決參照）。

01 4.依商標法第30條第1項第12款規定：「商標有下列情形之
02 一，不得註冊：……□相同或近似於他人先使用於同一或
03 類似商品或服務之商標，而申請人因與該他人間具有契
04 約、地緣、業務往來或其他關係，知悉他人商標存在，意
05 圖仿襲而申請註冊者。但經其同意申請註冊者，不在此
06 限。」從而，適用本款之要件，包括：

07 (1)相同或近似於他人先使用之商標。

08 所謂「近似於他人先使用之商標」，係指具有普通知識
09 經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，經異時異地
10 隔離觀察，有可能誤認標示系爭商標及先使用商標之商
11 品或服務係來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，
12 倘消費者不致產生同一或關聯來源之誤認，即難謂有何
13 剽竊襲用他人先使用商標之情事。

14 (2)使用於同一或類似商品或服務。

15 判斷是否「使用於同一或類似商品或服務」時，須確定
16 先使用商標為何，繼而確定先使用商標所使用之商品或
17 服務，方能依本款正確判斷意圖仿襲而申請註冊之商
18 標，是否使用於同一或類似商品或服務。

19 (3)申請人因與他人間具有契約、地緣、業務往來或其他關
20 係，知悉他人商標存在。

21 (4)未經他人同意申請註冊。

22 (5)須基於仿襲之意圖而申請註冊（最高行政法院113年上
23 字第560號判決意旨參照）。

24 (二)系爭商標並無商標法第30條第1項第10款規定之適用：

25 原告主張商標法第30條第1項第10、11款之據爭諸商標原為
26 申證17（證物袋）所列36件商標，惟其中註冊第01072338、
27 00554389號商標均已到期消滅，故原告於本件行政訴訟所提
28 之據爭諸商標即原證1所列之34件商標（如附圖2所示）。

29 1.商標近似暨其近似之程度：

01 (1)系爭商標由外文由左至右排列「ZEGNA」所構成（附圖
02 1），與據爭註冊第02289944、00696957、00700993號
03 「ZEGNA」商標、第01345481號「Z Zegna」商標、第01
04 724735號「Z ZEGNA」商標、第01444241號「ZEGNASPOR
05 T logotype」商標（附圖2）相較，或二者僅由單一外
06 文「ZEGNA」所組成，無其他可資區辨之部分；或後者
07 商標於「ZEGNA/ Zegna」前多加一獨立字母Z，或於「Z
08 EGNA」後結合不具識別性之文字「Sport」，二者均以
09 「ZEGNA」為主要識別部分，構成高度近似之商標。

10 (2)系爭商標（附圖1）與據爭註冊第01734725、0161685
11 4、00248583、01029225、01378696、01004149、00990
12 153號「ERMENEGILDO ZEGNA」商標、註冊第00745475號
13 「ERMENEGILDO ZEGNA (word)」商標、第01354145號
14 「ERMENEGILDO ZEGNA 1910」商標、第01162771號「Z
15 Ermenegildo Zegna」商標、第00503893號「ERMENEGIL
16 DO ZEGNA ZEN」商標、第00944125、00922998號「ERME
17 NEGILDO ZEGNA TRAVELLER」商標、第01335268號「Erm
18 enegildo Zegna Oasi Zegna」商標、第01104538、011
19 04361號「ERMENEGILDO ZEGNA Device PINSTRIPE」商
20 標、第01275147號「Ermenegildo Zegna Couture XX
21 X」商標、第01391048號「ERMENEGILDO ZEGNA COOL EF
22 FECT」商標、第01191236號「Mario Zegna (wordmar
23 k)」商標、第00536629 號「HIGH PERFORMANCE ERMENE
24 GILDO ZEGNA」商標（附圖2）相較，二者商標均包含外
25 文「ZEGNA」，雖後者尚結合其他不同之文字，或並結
26 合表示年份之數字1910，或以淺色字母Z為底，或將外
27 文「ERMENEGILDO ZEGNA」置於類似細條紋布料上之標
28 籤，然二者主要均由文字構成，所包含外文「ZEGNA」
29 亦非習見，予人之整體印象有其相近之處，若其標示在

01 相同或類似的商品/服務上時，具有普通知識經驗之消
02 費者，於購買時施以普通之注意，仍可能會有所混淆而
03 誤認二商品/服務來自同一來源或誤認不同來源之間有
04 所關聯，故屬中等近似程度之商標。

05 (3)系爭商標（附圖1）與據爭註冊第00247485號「ERMENEG
06 ILDO ZEGNA（墨色）」商標、第01636589、01646095、
07 01617873、01637386、01654799、01636995、01637328
08 號「ERMENEGILDO ZEGNA E Z 及圖」商標（附圖2）相
09 較，二者固均有相同外文「ZEGNA」，然後者商標係由
10 外文「ERMENEGILDO ZEGNA」結合其他圖形/字母等置於
11 同心圓或形似原形徽章圖內所組成，為文字與圖形之聯
12 合式商標，與系爭商標為純文字商標，僅單一外文所構
13 成，二者繁簡有別，予消費者寓目印象顯然有所不同，
14 以具有普通知識經驗之相關消費者，其於購買時施以普
15 通之注意，會誤認二者來自同一來源或雖不相同但有關
16 聯之來源之可能性低，故屬近似程度低之商標。

17 2.商品/服務是否類似暨其類似之程度：

18 (1)關於據爭諸商標指定之第3類香水及化妝品、第9類眼
19 鏡、第14類領帶夾、第16類筆記本、第18類皮革包袋、
20 第20類木製裝飾品、第24類紡織用布料、第25類服飾及
21 鞋類、第35類皮件及服飾零售服務部分：

22 系爭商標指定使用之「發電機；泵；壓路機；鏈鋸；水
23 力發電設備；馬達；農業用機械；內燃機；電梯；升降
24 機；農業用器具（手動式除外）」商品，其中「發電
25 機」係把動能或其它形式的能量轉化成電能的裝置；
26 「泵」係用以增加液體的壓力，用來移動液體的裝置；
27 「壓路機」係用於道路、鐵路、機場跑道等大型工程的
28 填方壓實作業的工程車輛；「鏈鋸」係一種可攜的機械
29 鋸，可以用在砍樹、分段、修枝等用途；「水力發電設

01 備」係發電設備之一種；「馬達」泛指任何可以將電能
02 轉化成機械能並做功產生動能來驅動其他裝置的電氣設
03 備；「農業用機械」係指用於耕作或其他農業的機械結
04 構和裝置；「內燃機」能將燃料的化學能轉化動能；
05 「電梯、升降機」係垂直運送行人或貨物的工具；「農
06 業用器具（手動式除外）」則屬園藝/農業用途使用之
07 器具，與原告所主張之第3類香水及化妝品，係用於人
08 體美容、保養，提供香味之商品、第9類眼鏡具矯正視
09 力用途、第14類領帶夾可用來防止領帶晃動、第16類筆
10 記本係用於書寫之簿本、第18類皮革包袋係用於收納裝
11 置物品、第20類木製裝飾品則係以木為材料所製成之裝
12 飾品，多作為觀賞或增加美觀之用途、第24類紡織用布
13 料為布料之一種、第25類服飾及鞋類為人體穿戴之靴鞋
14 服飾、第35類皮件及服飾零售服務則係提供皮件及服飾
15 等特定商品之零售服務，二者性質各異，各具不同功能
16 及用途，非屬替代性商品，功能上亦不具有互補關係，
17 後者服務亦非提供前者商品之銷售，非屬類似之商品或
18 服務。

19 (2)關於據爭諸商標指定使用之其餘商品及服務部分：

20 另系爭商標指定使用商品與據爭諸商標指定使用之其餘
21 商品及服務（如附圖2-1至2-3所示）相較，除原告未就
22 此部分商品或商品/服務間之類似關係敘明理由外，衡
23 酌二者或商品性質、功能、用途、材料等各異，不具有
24 共同或關聯之處，且通常來自不同產製者，市場區隔明
25 顯，或二者一為商品一為服務，性質有別，或後者服務
26 之目的非在提供前者商品之銷售，二者商品/服務各自
27 滿足消費者不同之需求，依一般社會通念及市場交易情
28 形，二者商品或商品與服務間亦不存在類似關係。此
29 外，現今大型賣場或購物商場均銷售各式各樣商品，系

爭商標商品與據爭諸商標商品並非置於同一部門或同一樓層，且一般大眾知道這些賣場所銷售的商品係來自許多業者，尚難僅因二造商標商品可能在同一場所銷售即謂二者存在類似關係。

(3)原告主張據爭註冊第02289944、01345481、01724735號商標指定使用之廣告、籌備商業及廣告目的之展覽會、廣告代理等部分服務亦可能涵蓋系爭商標指定使用之商品云云。惟據爭諸商標指定使用之「廣告；市場行銷；……公司行政管理業務之承包」等服務，係指為他人提供廣告、市場行銷或協助公司行政管理業務等與商業行銷活動相關之服務，所可能涉及之商品眾多，然其並非針對特定商品所提供之服務，與系爭商標商品係為發電、工程、農業或供大型機械裝配使用之機械設備商品，二者於性質及滿足消費者之需求等因素截然有別，自不能僅因前者服務內容或可能包括後者商品為由，逕認二者構成類似。至於原告所舉原證11之被告中台異字第G01110623號商標異議審定書，經核該案商標圖樣及指定使用之商品或服務，均與本件商標不盡相同，且由於個案事實及證據樣態有別，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，執為本件有利於原告之論據。

3.據爭諸商標是否為著名之商標或標章：

原告主張系爭商標申請註冊時，原告已取得36件以「ZEGNA」為主要識別部分的據爭諸商標（申證17、原證1），其表彰使用於各種西裝、休閒服飾、配飾、袖口鈕、香水、眼鏡、太陽眼鏡及內衣等系列商品之信譽及品質已廣為相關事業或消費者所普遍認知，而達著名之程度等等。

(1)關於原告集團西元2022年度營收及營運表現之調查報告書（申證1、原證12），其調查涵蓋系爭商標申請日後

之營收及營運表現，且未能觀出據爭諸商標在我國行銷廣告之情形。2022年8月31日關於男裝品牌ZEGNA於高雄義享時尚廣場開設全新專賣店之報導、2023年1月17日/18日及2022年9月27日新聞報導及2023年10月8日、2023年12月8日更名報導（申證6、14、18及原證8）、111年7月27日後之進口報單（申證8），時間已在系爭商標申請日後。原告於百貨公司網頁資料及廣告照片（申證3至6及原證8）、原告官網資料（申證7），或無日期可稽，或網站列印日期晚於系爭商標申請日。至本院104年度民商訴字第3號民事判決（申證16），非屬據爭諸商標之使用證據。以上尚無從作為據爭諸商標於系爭商標申請日前於我國已臻著名之具體事證。

(2)據爭諸商標於全球及我國商標註冊資料及列表（申證10至12及原證1、17、20）、中華人民共和國北京知識產權法院行政判決書及中國大陸國家知識產權局無效宣告請求裁定書（申證13及原證19），雖可知據爭諸商標於我國及世界各國商標註冊之情形，以及據爭「ZEGNA」商標經認定在中國大陸在服裝商品上已具有較高知名度和影響力，惟據爭諸商標是否因原告之使用而成為我國相關事業或消費者所普遍認知之著名商標，仍需有國內使用之相關事證相佐，始得認定。

(3)依原告所提系爭商標申請日前之媒體報導（申證2、14、18及原證2、21）、進口報單（申證8、8-1及原證5）、據爭諸商標在IG、Facebook等社群平台露出資料（申證9、原證3）、著名商標總彙編列表（申證15及原證18）、台北101購物中心租賃契約（申證19及原證6）、遠東百貨設櫃申請單（申證20及原證7），可知據爭「Ermenegildo Zegna」商標業經被告中台異字第G01060636號商標異議審定書認定，於民國105年10月28日

前表彰使用於衣服商品，已廣為相關事業或消費者普遍
認知而達著名程度。參酌原告自106年起至111年間仍持
續藉由其關係企業EZ TRADING (HONG KONG) LIMITED, T
AIWAN BRANCH (乙證1-4商標異議理由書【二】第3頁說
明；申證8-2、8-3、8-4及原證4) 持續進口據爭「Erme
negildo Zegna」、「ZEGNA」商標之衣服、鞋子等商品
至我國，且在台北101、遠東百貨(台中分公司)等百
貨公司設櫃銷售，據爭諸商標在IG、Facebook等社群平
台露出資料，在活動背板、廣告影片、商店招牌、戶外
廣告等均可見據爭「ZEGNA」商標，復參酌西元2012年5
月23日yahoo!奇摩新聞：「ERMENEGILDO ZEGNA台灣首
家旗艦店隆重開幕 全球CEO GILDO ZEGNA 抵台，各界
菁英雅士力挺，閃耀台北101」、2021年12月22日LINET
ODAY：「新的 LOGO・新的篇章 | 讓我們重新認識 ZEG
NA」、2020年1月17日GQ.COM：「Zegna 2021春夏時裝
秀即將展開!最新系列直播線上看!」、2020年1月13日
蘋果日報：「Zegna 秀永續理念 寬鬆流暢走向下個夏
天」、2018年6月19日自由時報：「米蘭男裝週Zegna輕
快俐落」、2017年5月28日蘋果日報：「Kelly Talk：
阿湯哥帥穿Zegna演繹紳士品格」、2018年6月16日新浪
網等媒體報導、及經濟部民國114年5月2日經法字第114
17301920號訴願決定書意旨。堪認於系爭商標申請註冊
前(111年7月14日)前，據爭「ERMENEGILDO ZEGN
A」、「ZEGNA」商標及「Z ZEGNA」、「Z Zegna」商標
表彰使用於衣服商品已廣為相關事業或消費者普遍認知
而達著名程度。

(4)至原告主張其餘據爭諸商標，或無具體使用事證，或整
體數量極為有限，尚難認該等據爭商標於我國已廣為相
關事業或消費者普遍認知，而達著名程度。

01 4.商標識別性之強弱：

02 本件依現有資料顯示，爭議之外文「ZEGNA」應係源自據
03 爭諸商標創辦人「Ermenegildo Zegna」名稱而來，與兩
04 造商標指定商品或服務之形狀、品質、功用或其他說明文
05 字無關，消費者自會視為指示及區別來源之標識，兩造商
06 標以外文「ZEGNA」，或以該外文結合其他字母、文字或
07 圖形作為商標，應認各具有相當之識別性。

08 5.相關消費者熟悉程度：

09 依原告所提出之事證資料，未見原告有將據爭諸商標使用
10 於第7類發電機等機械類商品之情形，而系爭商標權人
11 （即參加人）並未提出答辯，未就系爭商標於指定使用之
12 商品提出相關實際使用事證供參。是本件尚無法判斷何者
13 商標於本案爭議之第7類「發電機；泵；壓路機；鏈鋸；
14 水力發電設備；馬達；農業用機械；內燃機；電梯；升降
15 機；農業用器具（手動式除外）」商品較為我國相關消費
16 者所熟悉。

17 6.先權利人是否有多角化經營之情形：

18 觀諸原告檢附資料，原告長期以來經營衣服等時尚精品，
19 並無跨足如本案爭議之第7類機械類商品等其他行業之跡
20 象，堪認先權利人即原告應無多角化經營之情形，其保護
21 範圍自應較為限縮。至原告主張實際經營項目包含登山裝
22 備、保溫瓶、安全帽等商品，足證原告有多角化經營之情
23 形云云，就原告所舉原證22之網頁資料，部分資料僅下載
24 列印日期可稽，另依2022年3月7日Vogue Hong Kong「從
25 Ermenegildo Zegna 到『ZEGNA』品牌重塑之路」一文內
26 容，顯示Zegna係與義大利戶外品牌La Sportiva、瑞士滑
27 雪用品製造商Zai、義大利安全頭盔品牌KASK 和瑞士百年
28 水樽品牌SIGG合作，共同研發設計出不同類型的產品，應
29 屬個案品牌合作性質，且該等產品並未於我國行銷販售，

在國內所主要經營及為消費者知悉者僅為衣服商品，尚難認有多角化經營之情形。

7. 綜上，兩造商標固屬近似，然指定商品或商品與服務間並不構成同一或類似關係，而與商標法第30條第1項第10款所定之「同一或類似商品或服務」要件不符，自無該款規定之適用。

(三) 系爭商標並無商標法第30條第1項第11款前段、後段規定之適用：

1. 本件依現有事證固堪認定據爭「ERMENEGILDO ZEGNA」、「ZEGNA」、「Z ZEGNA」、「Z Zegna」商標表彰使用於衣服商品已臻著名，惟衡酌系爭商標指定之「發電機；泵；壓路機；鏈鋸；水力發電設備；馬達；農業用機械；內燃機；電梯；升降機；農業用器具（手動式除外）」商品，多屬機械類商品、切割工具或農業用器具，與據爭諸商標知名於衣服等商品，二者商品性質及主要用途迥然不同，通常來自不同之產製業者，彼此並無明顯之營業利益衝突，且難認定原告已多角化經營至系爭商標指定之商品領域，復無事證證明消費者有因實際使用而發生混淆誤認等相關情事，尚難認為相關公眾有可能會誤認其與據爭諸商標來自同一來源，或者誤認其來自不相同但有關聯之來源，而產生混淆誤認情事，自無商標法第30條第1項第11款前段規定之適用。

2. 據爭「ERMENEGILDO ZEGNA」、「ZEGNA」商標表彰使用於衣服商品固認已廣為相關事業或消費者普遍認知而達著名程度，惟衡酌據爭「ERMENEGILDO ZEGNA」商標與系爭商標近似程度僅中等，又原告於2021年12月間始將品牌名由「ERMENEGILDO ZEGNA」更改為「ZEGNA」（申證18，證物袋），時間與系爭商標申請日期接近，據爭諸商標服飾雖於國內百貨公司設櫃銷售，然百貨公司陳列之國內外知名

服飾品牌眾多，原告檢送的行銷宣傳廣告，其數量、期間、範圍有限，難認具有較高之著名程度。據爭諸商標既難認具有較高之著名程度，且系爭商標與據爭「ERMENEGILDO ZEGNA」商標近似程度僅中等，則據爭諸商標之識別性或信譽遭受減損的可能性相對較低，且依現有事證亦無從觀出商標權人有使人將系爭商標與著名商標產生聯想之意圖，及系爭商標指定使用於「發電機；泵；壓路機；鏈鋸；水力發電設備；馬達；農業用機械；內燃機；電梯；升降機；農業用器具（手動式除外）」商品，並無危害一般人身心或貶抑據爭諸商標信譽之虞，即無使人對據爭諸商標之信譽產生負面印象的情形，系爭商標之註冊，尚難認有減損據爭諸商標識別性或信譽之虞，自無商標法第30條第1項第11款後段規定之適用。

(四)系爭商標並無商標法第30條第1項第12款規定之適用：

1.原告固以申證17（證物袋）所列註冊第02289944號等36件商標，作為系爭商標有本款規定適用之引據商標，然由所送事證，僅得觀出原告於系爭商標申請日前，有使用據爭「ERMENEGILDO ZEGNA」、「ZEGNA」、「Z ZEGNA」商標於衣服商品，而衣服商品與系爭商標指定使用之第7類發電機等商品間不存在類似關係，理由均如前述，原告復未檢送據爭諸商標有先使用於與系爭商標所指定使用之「發電機；泵；壓路機；鏈鋸；水力發電設備；馬達；農業用機械；內燃機；電梯；升降機；農業用器具（手動式除外）」等同一或類似商品之事證，與商標法第30條第1項第12款之「他人先使用於同一或類似商品或服務之商標」要件不符，自無該款規定之適用。

2.另系爭商標指定使用商品與據爭諸商標指定使用之第3、25類商品及第35類服務間不存在類似關係，已如前述。又原告主張與據爭註冊第02289944、01345481、01724735號

01 商標指定使用之廣告、籌備商業及廣告目的之展覽會、廣
02 告代理等部分服務亦可能涵蓋系爭商標指定使用之商品等
03 等。據爭諸商標指定使用之「廣告；市場行銷；……公司
04 行政管理業務之承包」等服務，係指為他人提供廣告、市
05 場行銷或協助公司行政管理業務等與商業行銷活動相關之
06 服務，所可能涉及之商品眾多，然其並非針對特定商品所
07 提供之服務，與系爭商標商品係為發電、工程、農業或供
08 大型機械裝配使用之機械設備商品，二者於性質及滿足消
09 費者之需求等因素截然有別，自不能僅因前者服務內容或
10 可能包括後者商品為由，逕認二者構成類似。況原告並未
11 提出其實際使用於前述服務之具體事證供審酌，與商標法
12 第30條第1項第12款規定之要件不符，且原告於前述服務
13 業已取得註冊，亦無遭他人搶註商標之情事。

14 3.至原告以原證10、13至16主張參加人與訴外人華和重工有
15 限公司應為同一或關係緊密之家族成員，華和重工有限公
16 司於中國大陸申請或註冊之商標均遭認定不予註冊或撤
17 銷，參加人顯具抄襲仿冒據爭諸商標之意圖等等。原告所
18 提大陸地區國家知識產權局及相關法院之認定及判決，均
19 非本案參加人所涉案件，且各國商標審查法制不同，審查
20 基準有異，自不能片面援引大陸地區審查結果，作為有利
21 原告之依據。原告復未提出參加人因契約、地緣、業務往
22 來等關係知悉據爭諸商標存在而意圖仿襲申請註冊之具體
23 事證，且原告以原證9主張參加人係實際從事銷售該等機
24 械類商品之業者，與原告主要銷售衣服等精品之業者，二
25 者顯然不具有競爭同業關係，是原告主張參加人顯具抄襲
26 仿冒據爭諸商標之意圖云云，並不足採。

27 (五)從而，系爭商標並無商標法第30條第1項第10款至第12款之
28 不准註冊事由，故被告所為異議不成立之處分，並無違法，
29 訴願決定予以維持，核無不合。原告訴請撤銷原處分及訴願

決定，並命被告作成異議成立，撤銷系爭商標之處分，為無理由，應予駁回。

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

八、結論：

依行政訴訟法第98條第1項前段、第218條、民事訴訟法第385條第1項前段，判決如主文。

中 華 民 國 115 年 5 月 28 日

智慧財產第一庭

審判長法 官 汪漢卿

法 官 陳端宜

法 官 蔡惠如

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	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。
(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	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(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 115 年 6 月 8 日

書記官 邱于婷