

01 智慧財產及商業法院行政判決

02 114年度行商訴字第38號

03 民國115年1月15日辯論終結

04 原 告 周宜民

05 訴訟代理人 蔣昕佑律師

06 唐嘉瑜律師（兼送達代收人）

07 被 告 經濟部智慧財產局

08 代 表 人 廖承威

09 訴訟代理人 李勤晴

10 參 加 人 盧森堡商普瑞得有限公司（PRADA S.A.）

11 代 表 人 Murielle Vincenti（穆麗爾·文森蒂）

12 訴訟代理人 蔡瑞森律師（兼送達代收人）

13 呂書琴律師

14 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6
15 月25日經法字第11417303660號訴願決定，提起行政訴訟，並經
16 本院命參加人獨立參加本件訴訟，本院判決如下：

17 主 文

18 原告之訴駁回。

19 訴訟費用由原告負擔。

20 事實及理由

21 壹、程序事項：

22 原告原起訴聲明為：「一、原處分及訴願決定均撤銷。二、
23 被告對註冊第02371780號商標異議案應為異議不成立之處
24 分。」（見本院卷(-)第13、373頁），嗣於民國114年12月8
25 日本院準備程序更正起訴聲明第1項為：「原處分及訴願決
26 定均撤銷」（即撤回原訴之聲明第2項，見本院卷(-)第374
27 頁）。原告上開訴之聲明撤回係本於同一請求基礎為請求，
28 使聲明更加明確，非屬訴之變更或追加，被告、參加人均無
29 異議（見本院卷(-)第374頁），故應無行政訴訟法第111條第
30 1項規定之適用。

31 貳、實體事項：

01 一、事實概要：

02 原告於112年9月7日以「mumu bath」商標，指定使用於被告
03 所公告商品及服務分類第3類商品，向被告申請註冊，經編
04 為第112062381號商標申請案審查。嗣原告申請將該申請案
05 分割為2件商標申請案，其中分割後之申請第113880101號商
06 標係指定使用於第3類之「面霜；美容用爽膚水；香水；乳
07 液；護手霜；磨砂膏；化粧品；眼霜；護膚品；美容用精華
08 液；頭髮保養品；洗髮精；人體用清潔劑；芳香劑（香精
09 油）；蠟塊（芳香製劑）；化粧品用按摩蠟燭精油；護唇膏」
10 商品，經被告審查准列為註冊第2371780號商標（下稱系爭
11 商標，圖樣如本判決附圖1所示）。其後，參加人以系爭商
12 標有違商標法第30條第1項第10款、第11款及第12款之規
13 定，檢具註冊第832518號「MIU MIU (Stylized)」商標、
14 第832769號「MIU MIU」（下稱據以異議諸商標，圖樣如本
15 判決附圖2所示），對之提起異議。案經被告審查，認系爭
16 商標違反商標法第30條第1項第10款規定，以114年2月19日
17 中台異字第1130382號商標異議審定書為系爭商標之註冊應
18 予撤銷之處分。原告不服，提起訴願，復遭經濟部為訴願駁
19 回之決定，原告仍未甘服，遂依法提起本件行政訴訟。本院
20 因認本件判決結果，倘認為訴願決定及原處分應予撤銷，參
21 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
22 加人獨立參加本件訴訟。

23 二、原告聲明請求撤銷原處分與訴願決定，並主張：

24 原告於109年成立「mumu bath」沐浴用品品牌，該品牌主要
25 係透過自營及授權經銷之電商平台販售肥皂、身體油、香氛
26 蠟燭等沐浴用品。原告為了傳遞其將木質元素結合沐浴用品
27 之品牌特色，象徵大自然與身體清潔的完美融合，及展現其
28 堅持製作純天然沐浴用品之初心。系爭商標係由「mumu」與
29 「bath」兩個字詞組合而成，結合漢字與英文讀音之設計概
30 念，如同堅持選用來自臺灣阿里山所產之原料一般，充分體
31 現系爭商標商品飲水思源、不忘本之精神，據以異議商標則

01 使用設計字體，兩者外觀形體截然不同。兩商標在外觀、讀
02 音及觀念上所予人之整體印象有顯著差異，難謂構成近似。
03 又據以異議商標之識別性非屬強烈，排他性較低、相關消費
04 者消費時會施以極高度注意，系爭商標之設計發想與據以異
05 議商標等全然無涉，參加人亦未提出證據證明原告係惡意申
06 請系爭商標，系爭商標之註冊係屬善意。又兩商標之品牌定
07 位、定價策略、目標客群、消費需求、銷售管道與陳列風格
08 等截然有別，系爭商標業經原告大量使用，國內相關消費者
09 已可輕易區辨其與據以異議商標等之差異且兩商標於相關商
10 品市場上已併存一段時間，系爭商標並無致相關消費者混淆
11 誤認之虞。

12 三、被告聲明求為判決原告之訴駁回，並抗辯：

13 系爭商標係由外文「mumu」結合「bath」所組成，「bath」
14 有沐浴、洗澡之意，主要識別部分為起首之外文「mumu」。
15 據以異議諸商標係由單純外文或略經設計之外文「MIU MI
16 U」所組成，兩商標圖樣相較，在外觀上均由「MU」或「MI
17 U」疊字作為主要識別部分，僅疊字有無相連及「M」、
18 「U」字中有無「I」之些微差別，在讀音上亦均以雙唇緊閉
19 音「/m/」為開頭，結尾「/u/」、「/ju/」發音相近，整體
20 在外觀及讀音上相仿，兩商標構成近似程度不低，且二商標
21 商品皆屬美容保養、人體用清潔、香氛之相關商品，在用
22 途、功能、產製者、行銷管道、販賣場所及消費族群等因素
23 上具有共同或關聯之處，指定使用於同一或高度類似之商
24 品，又系爭商標註冊日前所送事證甚少，尚難認定系爭商標
25 於所指定之面霜等商品於我國相關消費者之熟悉程度，而參
26 加人有將據以異議商標使用於時裝、香水、沐浴露等商品，
27 且持續行銷使用，考量系爭商標可勾稽之使用情形極為有
28 限，以現有事證觀之，據以異議商標較為相關消費者所熟
29 悉，又具較強之識別性，自應給予較大之保護。且除原告所
30 送證據資料無法證明系爭商標業經其長期大量使用，得使相
31 關消費者將系爭商標與據以異議諸商標相區別外，由所送原

01 證20第2-3頁，亦可見系爭商標於商品包裝之實際使用，或
02 為字體經圓弧設計之「mumu bath」，或為將圓弧設計之「m
03 umu」與「bath」分別置於上下行排列，整體給消費者之寓
04 目印象有與據以異議諸商標設計愈趨相近，將「mumu」與
05 「bath」兩詞彙上下排列使用，有使消費者更為關注經圓弧
06 設計之「mumu」外文，易使消費者產生混淆誤認之情事。是
07 以，系爭商標之註冊，相關消費者極有可能誤認兩商標所表
08 彰之商品為同一來源，或者誤認兩商標之使用人間存在關係
09 企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，而產生混淆誤
10 認情事。至原告原證4舉諸多在先註冊商標，認「M」起首，
11 後方結尾「/u/」、「/i/」、「/ju/」之商標業經市場長期
12 使用，「MIU MIU」於相關市場上已存在多件類似概念商標
13 前案，識別性已不高云云，惟經查所舉在先註冊商標，或與
14 其他外文結合為自創字，或構成要素不同且經相當程度之設
15 計，或構成要素不同且另結合有其他具識別之部分，與本案
16 案情迥異。系爭商標應有商標法第30條第1項第10款規定之
17 適用。

18 四、參加人聲明求為判決原告之訴駁回，並主張：

19 系爭商標主要識別部分「mumu」及據以異議諸商標均以「m
20 u」/「MIU」之疊字構成，僅疊字間是否有空格及「M」、
21 「U」字母中有無「I」之些微差異，兩商標在外觀及讀音上
22 極相彷彿，兩商標近似程度不低。系爭商標指定使用於與據
23 以異議商標相同之第3類商品，此類商品面對消費者極可能
24 為同一消費族群，並有重疊或交集之處。又有無致相關消費
25 者混淆誤認之虞之要件，並不以實際上已經產生混淆誤認為
26 必要，商品銷售或提供方式，可能隨著商標權利人商業需求
27 而有改變，尚難僅以兩商標商品銷售方式或行銷管道不同，
28 而為無混淆誤認之論斷。況原告所提出之相關系爭商標使用
29 證據或無日期可稽，或數量有限，或通篇為外文而非我國相
30 關消費者得理解，或未呈現系爭商標使用於指定商品上或其
31 商品包裝或其行銷廣告文宣上，無足作為系爭商標已為相關

01 消費者所熟悉或與據以異議諸商標已有併存之事實。且系爭
02 商標指定商品並不包含原告提及或以圖片呈現之「手工皂、
03 肥皂、空氣芳香劑」商品，原告提出有關係爭商標實際使用
04 在「手工皂、肥皂、空氣芳香劑」等商品之證據，不得作為
05 系爭商標使用證據。原告所舉之實際混淆誤認事證、系爭商
06 標註冊是否為善意等混淆誤認之虞之輔助判斷因素對本件結
07 果當無影響，是以系爭商標有違反商標法第30條第1項第10
08 款之規定。

09 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
10 第1項第3款、第3項規定，整理兩造及參加人不爭執事項並
11 協議簡化爭點如下：

12 (一)不爭執事項：

13 如事實及理由欄貳、一、事實概要所示。

14 (二)本件爭點：

15 系爭商標是否違反商標法第30條第1項第10款規定？

16 六、得心證之理由：

17 (一)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
18 標或申請在先之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者」不
19 得註冊，為商標法第30條第1項第10款本文所規定。所謂
20 「有致相關消費者混淆誤認之虞」者，係指兩商標因相同或
21 構成近似，致使同一或類似商品/服務之相關消費者誤認兩
22 商標為同一商標，或雖不致誤認兩商標為同一商標，但極有
23 可能誤認兩商標之商品/服務為同一來源之系列商品/服務，
24 或誤認兩商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關
25 係或其他類似關係而言。次按判斷有無混淆誤認之虞，應參
26 酌商標識別性之強弱、商標之近似及商品/服務類似等相關
27 因素之強弱程度、相互影響關係及各因素等綜合認定，是否
28 已達有致相關消費者產生混淆誤認之虞。商標近似及商品類
29 似二項，為前揭法條之必須具備之要件，若該二項必要要件
30 之近似及類似程度，足以認定有致相關消費者混淆誤認之
31 虞，商標主管機關自得於個案中，斟酌該其他參酌要素是否

01 足致混淆誤認之虞，並非謂有上開其他因素，即應認定致混
02 淆誤認之虞。是以若判斷混淆誤認之虞主要因素之商標近似
03 及商品類似程度與其他輔助因素，已足以認定二衝突商標有
04 混淆誤認之虞，其他與判斷混淆誤認之虞結果不生影響之考
05 量因素，縱未予一一論列，亦難謂為違法（最高行政法院10
06 0年度判字第300號判決參照）。

07 (二)兩商標是否近似暨其近似之程度：

08 商標近似之判斷得就兩商標外觀、觀念及讀音為觀察。系爭
09 商標係由外文「mumu」結合「bath」所組成，其中「bath」
10 有洗澡、沐浴之意，指定使用於第3類商品，相關消費者會
11 將之視為說明性文字而施以較少之注意，且系爭商標係單純
12 由外文組成，其起首部分在外觀與讀音上，對於整體字詞給
13 予消費者之印象有極重要之影響，判斷近似時應賦予比重較
14 重之考量，故其主要識別部分為起首之外文「mumu」。據以
15 異議商標係由略經設計之大寫外文「MIU MIU」所構成。兩
16 商標相較，主要識別外文均以「mu」/「MIU」之疊字構
17 成，僅疊字間是否有空格及「M」、「U」字母中有無「I」
18 之些微差異，惟其外型相近，發音亦相近，是兩商標在外觀
19 及讀音上極相彷彿，如標示於相同或類似之商品，以具有普
20 通知識經驗之相關消費者於異時異地隔離觀察或市場交易連
21 貫唱呼之際，可能產生系列商標之聯想，二者應屬構成近似
22 之商標，且近似程度中等。

23 (三)商品是否類似暨其類似之程度：

- 24 1.系爭商標指定使用之「面霜；美容用爽膚水；香水；乳液；
25 護手霜；磨砂膏；化粧品；眼霜；護膚品；美容用精華液；
26 頭髮保養品；洗髮精；人體用清潔劑；芳香劑（香精油）；
27 蠟塊（芳香製劑）；化粧品用按摩蠟燭精油；護唇膏」商品，
28 與據以異議諸商標指定使用之「化妝品，夜霜，日霜，臉和
29 身體用清潔劑，洗浴泡劑，刮鬍泡沫，刮鬍後用刮鬍水，粉
30 底，指甲油，防汗臭劑，香皂，洗髮精，潤髮精，噴髮膠水
31 ，香水，花露水，香精油」部分商品相較，二者皆屬人體化

01 粧或美容保養、清潔、香氛之相關商品，在用途、功能、產
02 製者、行銷管道、販賣場所及消費族群等因素具有共同或關
03 聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，其中「香水、化
04 粧品、洗髮精」應屬同一或其餘商品應屬高度類似之商品。

05 2.原告雖主張系爭商標商品主要透過電商平台販售，與據以異
06 議諸商標商品之銷售管道、販賣場所及消費族群存有差異，
07 不構成類似云云。惟判斷商品是否類似，應綜合商品之各相
08 關因素，原則上可以性質、功能或用途為優先考量，其次就
09 產製者或提供者，再就行銷管道及場所、消費族群等其他相
10 關因素考量（參酌「混淆誤認之虞審查基準」5.3.3）。查
11 兩商標指定使用之商品，於用途、功能、產製者存在共同或
12 關聯之處，已如前述。再者，參加人除於百貨公司設有實體
13 門市外，亦透過網路平台購物網站供消費者選購相關商品，
14 兩商標商品之銷售管道、販賣場所及消費族群亦非全然無重
15 疊之處。況商品品牌定位及經營模式可由權利人依其商業策
16 略隨時調整，自難以目前實際使用情形主張兩商標商品不類
17 似，因此，原告之主張並不足採。

18 3.原告提出有關係爭商標實際使用在「手工皂、肥皂、空氣芳
19 香劑」等商品之證據，不得作為本件之系爭商標使用證據：
20 系爭商標指定商品為「面霜；美容用爽膚水；香水；乳液；
21 護手霜；磨砂膏；化粧品；眼霜；護膚品；美容用精華液；
22 頭髮保養品；洗髮精；人體用清潔劑；芳香劑（香精油）；
23 蠟塊（芳香製劑）；化粧品用按摩蠟燭精油；護唇膏」，並不
24 包含原告屢屢提及或以圖片呈現之「手工皂、肥皂、空氣芳
25 香劑」商品。「手工皂、肥皂、空氣芳香劑」商品因系爭商
26 標分割前申請第112062381號商標在申請過程中遭被告認定
27 有違反商標法第30條第1項第10款之情事，故原告將「手工
28 皂、肥皂、空氣芳香劑」等商品與系爭商標指定商品分割為
29 二個商標申請案，現以申請第113880100號商標審查中。因
30 此，原告所提出有關係爭商標使用於「手工皂、肥皂、空氣
31 芳香劑」商品之實際使用證據及相關主張，皆不得作為本件

01 之審理依據，因此，附表1、原證6至29有關「mumu bath」
02 使用於「手工皂、肥皂、空氣芳香劑」商品之使用情形及相
03 關主張，皆不得作為本件之系爭商標使用證據，附此敘明。

04 (四)據以異議諸商標具有識別性：

05 據以異議諸商標之外文「MIU MIU」並非既有字彙，與所指
06 定使用之商品間不具關聯性，消費者會將其視為指示及區別
07 商品來源之標識，應具有相當之識別性。

08 (五)相關消費者對各商標之熟悉程度：

09 1.關於據以異議諸商標：

10 依異議申證1維基百科、異議申證3VOGUE雜誌、Yahoo新聞等
11 媒體相關報導、異議0000000SME官方網站等資料可知，據
12 以異議諸商標係由Prada集團創辦人Mario Prada之第三代傳
13 人Miuccia Bianchi Prada於西元1993年以其小名創立，為
14 該集團旗下品牌，使用於衣飾配件等商品上；參加人於2015
15 年將據以異議諸商標使用於香水商品上，2016年間推出據以
16 異議諸商標沐浴露商品且可於我國網路平台購得；又參加人
17 除在我國北中南各地百貨公司設有據點，2021年間亦透過我
18 國盧亞香水（LUXASIATaiwan）在多間百貨公司設專櫃販售
19 標示據以異議諸商標之香水商品，並將商品照片及購買處所
20 等資料刊載於「LUXASIATaiwan台灣盧亞」Facebook貼文宣
21 傳行銷。又參加人官網中可見其實體店面遍及全球，其中據
22 點包含台灣北中南百貨公司(異議申證4)，2021年間亦透過
23 與盧亞集團(LUXASUA Taiwan)合作，銷售標示據以異議商標
24 香水商品，盧亞香水在台北Sogo忠孝館、新光三越信義A1
25 1、新光三越站前店、Sogo中壢館、台中中友百貨、新光三
26 越台中中港店、新光三越台南中山店、新光三越台南西門
27 店、高雄漢神百貨、高雄漢神巨蛋等多間百貨公司均設有專
28 櫃，並將商品照片及購買處所等資料刊載於「LUXASUA Taiw
29 an·台灣盧亞」Facebook2021年4月7日之貼文宣傳行銷(異
30 議申證7)。又於2024年2月15日「『Miu Miu』加入L'Oreal
31 集團!再度為進軍美容界，重新出發」VOGUE雜誌報導中，參

01 加人預計將另與美容集團業者L'Oreal合作，推陳出新「MIU
02 MIU」品牌香水一事，文中亦可見據以異議諸商標香水商品
03 (異議申證3)。是以，堪認據以異議諸商標使用於香水、沐
04 浴露商品於系爭商標註冊時(113年5月1日)，已為我國相
05 關消費者所知悉。

06 2.系爭商標之使用情形：

07 (1)原告於訴願階段始提出聲證3至15等使用證據，然查，聲證
08 3、10之Google網頁資料僅為關鍵字查詢結果網頁，非必然
09 呈現商標實際使用之日期及態樣，尚須結合其他廣告行銷、
10 媒體報導等具體事證，始足認定我國相關消費者對系爭商標
11 之熟悉程度；聲證4至6之系爭商標官方網頁、Facebook及In
12 stagram官方帳號資料，雖可見有刊登系爭商標香皂商品之
13 照片及相關文宣，然該等資料或為外文，無從推認為我國之
14 行銷資料，或無日期可稽；聲證7、8、13之Kiddo.earth、W
15 ET Ethical Select Shop、babytone電商平台網頁頁面、聲
16 證11瑪黑家居選物之網頁頁面，並無日期記載，亦無法由聲
17 證9、12所示粉絲人數確認其接觸系爭商標之情形；聲證14
18 、15容光皮膚專科診所販售系爭商標商品照片及Facebook資
19 料，或無日期記載，或數量有限。是依現有證據資料，尚難
20 認系爭商標於註冊時業經原告行銷使用已為我國相關消費者
21 所知悉。

22 (2)原告主張其於109年成立沐浴品牌，系爭商標經過長期大量
23 使用與宣傳，累積相當知名度與流量，系爭商標已於○○市
24 ○○○○段時間，已使相關消費者為之熟悉云云。惟原告於
25 訴訟階段所提出之原證6、7之Google網頁資料，僅為關鍵字
26 查詢結果之靜態網頁，非必然呈現商標實際使用之日期及態
27 樣，縱自訂搜尋日期於2020年，仍須結合其他廣告行銷、媒
28 體報導等具體事證，始足認定我國相關消費者對系爭商標之
29 熟悉程度。附表1，或無日期可勾稽，或僅為後述原證8、11
30 至20、31之截圖畫面。原證8品牌官方網站、原證10時光回

01 溯器查詢官方網站歷史紀錄頁面中，雖可見系爭商標香皂商
02 品之照片及相關文宣，然該等資料或無日期可稽，縱可知網
03 站至少在110年即存在，亦均為外文網頁資料，尚無從直接
04 推認為向我國消費者行銷之事證。原證9購物流程頁面截圖
05 可知其設有台幣、手機號碼「+886、TW」、運送台灣等選
06 項，惟僅表示有對台灣地區消費者提供商品運送服務，亦無
07 法審認其已為我國相關消費者之知悉程度，仍須配合其他行
08 銷事證相佐。原證11、12 Facebook及Instagram官方帳號資
09 料，雖可見有刊登系爭商標香皂商品之照片及相關文宣，然
10 該等資料或無日期可稽，或晚於系爭商標註冊日，或僅為外
11 文介紹，且核其受消費者關注程度極其有限，均無從推認為
12 向我國消費者行銷之資料。原證13、14、16、18之Kiddo. ea
13 rth、WET Ethical Select Shop、瑪黑家居選物、babytone
14 電商平台網頁，固可見正體中文，然均無日期記載或列印日
15 期晚於系爭商標註冊日，亦無法由原證15、17所示電商平台
16 粉絲人數確認其接觸系爭商標之情形。原證19、20容光皮膚
17 專科診所販售系爭商標商品照片及Facebook資料，或無日期
18 記載，系爭商標註冊日前貼文亦僅有2023年7月12日、31日
19 兩篇，數量有限。另原告謂關鍵字搜尋結果排名越前面、頁
20 面越多代表品牌知名度越高云云，惟Google網頁詞條設定及
21 優先順序與頁面內容、使用者搜尋關鍵字相關程度、廣告贊
22 助、點擊率、搜尋引擎優化等諸多因素相關，非必然即為商
23 標實際使用態樣或知名度之認定，尚須結合其他廣告行銷、
24 媒體報導等具體事證，始足認定我國相關消費者之熟悉程度
25 。觀原證21至29為商品特性結合品項之Google檢索網頁，僅
26 屬靜態網頁資料，或無日期可勾稽，縱設有系爭商標註冊日
27 前之搜尋頁面，亦僅指向「Kiddo. earth」、「2022年10月1
28 5日」、「天然純素皂/臉部與身體Face & Body」同一電商
29 賣場網址，無法藉此證明已累積知名度或流量而為相關消費
30 者所熟悉。

31 3.承上，原告所提出在系爭商標註冊日前之我國使用資料甚少

01 尚難認定系爭商標於所指定之面霜等商品於我國相關消費
02 者之熟悉程度，而參加人有將據以異議商標使用於時裝、恨
03 水、沐浴露等商品，且持續行銷使用，考量系爭商標可勾稽
04 之使用情形極為有限，以現有事證觀之，本件應認註冊在先
05 之據以異議諸商標較系爭商標為相關消費者所熟悉，應給予
06 較大之保護。

07 (六)原告固主張系爭商標之設計發想與據以異議諸商標無涉，其
08 申請註冊係屬善意，亦未實際發生混淆誤認情事，應無致相
09 關消費者混淆誤認之虞云云。但查，商標申請註冊是否善意
10 及有無「實際混淆誤認之情事」，僅為判斷混淆誤認之虞之
11 輔助因素，系爭商標有無致相關消費者混淆誤認之虞，仍應
12 就「商標是否近似及近似程度」及「商品/服務是否類似及
13 其類似程度」等主要參考因素綜合其他輔助因素整體考量後
14 認定之。

15 (七)綜上，衡酌兩商標近似程度中等，復指定使用於同一或高度
16 類似商品，據以異議諸商標具相當識別性且較為相關消費者
17 所熟悉等因素綜合判斷，縱使系爭商標註冊申請為善意且尚
18 未實際發生混淆誤認情事，相關消費者仍有可能誤認兩商標
19 之商品來自同一來源，或誤認兩商標之使用人間存在關係企
20 業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，而產生混淆誤認
21 之虞。

22 (八)至於原告所舉以「M」起首，後方結尾以「/u/」、「/i/」
23 、「/ju/」等發音的字詞之商標併存註冊案例（訴願聲證
24 1），惟該等案例或與其他具識別性之外文、圖形結合，或
25 經相當程度之設計，與本件案情迥異，且如前所述，據以異
26 議諸商標之外文「MIU MIU」業經參加人於我國宣傳、行銷
27 使用於香水、沐浴露等商品，具有較強之識別性。又我國係
28 採取商標註冊主義及先申請主義，本應賦予先商標權人較大
29 之保護，縱使後商標權人於註冊後投入大量行銷，仍須證明
30 兩商標不會使相關消費者產生混淆誤認之虞，始有併存之可
31 能。本件衡酌兩商標構成近似程度不低，且指定使用於同一

01 或高度類似之商品，又系爭商標註冊日前所送事證甚少，無
02 法證明已為相關消費者所熟悉，以現有事證觀之，據以異議
03 商標較為相關消費者所熟悉，又具較強之識別性，自應給予
04 較大之保護。且除原告所提出之證據資料無法證明系爭商標
05 業經其長期大量使用，得使相關消費者將系爭商標與據以異
06 議諸商標相區別外，由原告所提出之原證20亦可見系爭商標
07 於商品包裝之實際使用，或為字體經圓弧設計之「mumu bat
08 h」，或為將圓弧設計之「mumu」與「bath」分別置於上下
09 行排列，整體給消費者之寓目印象有與據以異議諸商標設計
10 愈趨相近，且將「mumu」與「bath」兩詞彙上下排列使用，
11 有使消費者更為關注經圓弧設計之「mumu」外文，易使消費
12 者產生混淆誤認之情事。綜上因素，系爭商標之註冊，相關
13 消費者極有可能誤認兩商標所表彰之商品為同一來源，或者
14 誤認兩商標之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係
15 或其他類似關係，而產生混淆誤認情事。因此，原告依所舉
16 案例所為主張尚難執為其於本件有利之論據。

17 (九)原告主張兩商標品牌定位、價位、客群、銷售管道等均不
18 同，不致造成混淆誤認之情事云云。然查，商品品牌定位、
19 價格策略、經營模式等本可由權利人因應市場變化、商業策
20 略等考量，隨時調整，參加人除於百貨公司設有實體門市
21 外，亦有透過網路購物網站供消費者選購相關商品(原證3
22 0、31)，且現今網路購物便利，網路電商通路平台甚多，
23 消費者選購商品管道多元，難認兩商品之銷售管道、販賣場
24 所及消費族群全然無重疊之處。

25 七、綜上所述，本件系爭商標之註冊有商標法第30條第1項第10
26 款規定不得註冊之情形，被告就參加人所提異議為成立之原
27 處分合法，訴願決定予以維持，核無不合。從而，原告訴請
28 撤銷訴願決定及原處分，為無理由，應予駁回。

29 八、本件判決基礎已經明確，當事人其餘攻擊防禦方法及訴訟資
30 料經本院斟酌後，核與判決結果不生影響，並無一一論述的
31 必要。

01 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
02 條，行政訴訟法第98條第1項前段，判決如主文。

03 中 華 民 國 115 年 1 月 29 日

04 智慧財產第一庭

05 審判長法官 汪漢卿

06 法官 吳俊龍

07 法官 曾啓謀

08 以上正本係照原本作成。

09 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
10 明上訴理由，其未表明上訴理由者，應於提起上訴後20日內
11 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
12 起上訴者，應於判決送達後20日內補提上訴理由書（均須按
13 他造人數附繕本）。

14 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，
15 逕以裁定駁回。

16 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
17 法第49條之1第1項第3款）。但符合下列情形者，得例外不
18 委任律師為訴訟代理人（同條第3項、第4項）。
19

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，亦得為上訴審訴訟代理人	<ol style="list-style-type: none"> 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。
<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>	

中 華 民 國 115 年 2 月 5 日

書記官 丘若瑤

附圖1 系爭商標

註冊第2371780號

申請日：民國112年9月7日

註冊日：民國113年5月1日

註冊公告日：民國113年5月1日

指定使用類別：(第003類) 面霜；美容用爽膚水；香水；乳液；護手霜；磨砂膏；化粧品；眼霜；護膚品；美容用精華液；頭髮保養品；洗髮精；人體用清潔劑；芳香劑(香精油)；蠟塊(芳香製劑)；化粧品用按摩蠟燭精油；護唇膏。

mumu bath

附圖2 據以異議商標

註冊第832518號

申請日：民國86年9月17日

註冊日：民國88年1月1日

註冊公告日：民國88年2月1日

指定使用類別：(第003類) 化妝品，夜霜，日霜，臉和身體用清潔劑，洗浴泡劑，刮鬍泡沫，刮鬍後用刮鬍水，粉底，指甲油，防汗臭劑，香皂，洗髮精，潤髮精，噴髮膠水，牙膏，香水，花露水，香精油。

MIU MIU

註冊第832769號

申請日：民國86年9月17日

註冊日：民國88年1月1日

註冊公告日：民國88年2月1日

指定使用類別：(第003類) 化妝品，夜霜，日霜，臉和身體用清潔劑，洗浴泡劑，刮鬍泡沫，刮鬍後用刮鬍水，粉底，指甲油，防汗臭劑，香皂，洗髮精，潤髮精，噴髮膠水，牙膏，香水，花露水，香精油。

MIU MIU