

智慧財產及商業法院行政判決

114年度行商訴字第5號

民國114年6月25日辯論終結

原告 美商怪物能量公司(Monster Energy Company)

代表人 保羅·德查理 (Paul J. Dechary)

訴訟代理人 劉騰遠律師

陳毓芬律師

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 楊紓語

訴訟代理人 江映萱律師

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12月18日經法字第11317307330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

壹、爭訟概要：

參加人於民國110年7月23日以「湖の怪物 LAKE MONSTER 及圖」商標，指定使用於被告所公告商品及服務分類第30類「咖啡；茶；可可；紅龜粿；餡餅；草仔粿；麵包；糕餅；茶飲料；日式米餅；蛋糕；吐司；甜點；冷凍甜點；餅乾；蘿蔔糕」商品及第43類「餐廳；咖啡店；民宿」服務申請註冊，經被告審准列為註冊第02213764號商標（圖樣如附圖一所示，下稱系爭商標）。嗣原告以系爭商標有違商標法第30條第1項第10款及第11款規定提起異議。經被告審查於113年7月30日以中台異字第G01110325號商標異議審定書為「異議不成立」之處分（下稱原處分）。原告不服提起訴願，經濟部於113年12月18日以經法字第11317307330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131至132頁）。

貳、原告主張及聲明：

一、系爭商標與據以異議註冊第01873234號「怪物」商標、第01713838號「MONSTER」商標、第01885583號「MONSTER」商標、第01809795號「MONSTER ENERGY」商標、第02069080號「MONSTER ENERGY」商標、第02148247號「MONSTER ENERGY (stylized)」商標、第01844672號「MONSTER ENERGY (stylized)」商標（圖樣如附圖二所示，下稱據以異議商標1至7，合稱據以異議諸商標）高度近似，指定之商品及服務相同或類似，據以異議「MONSTER」及「MONSTER ENERGY」商標係由原告首創使用於能量飲料，其後並將業務拓展至其他如防摔衣、T恤、帽子、背包等相關授權商品，實已涉足不同類別之商品開發銷售，原告合作對象多元，除贊助運動賽事及運動、電競選手外，並於賽事活動中行銷販售據以異議諸商標商品，銷售通路涵蓋我國四大超商、超市、量販店等，堪認據以異議諸商標著名程度已廣為我國一般消費者所知悉，反之系爭商標並非我國消費者所熟知，系爭商標整體外觀印象高度近似據以異議諸商標，參加人申請註冊系爭商標並非善意，系爭商標之註冊已該當商標法第30條第1項第10款本文規定。

二、證明商標著名性之客觀證據不以我國使用證據為限，原告提出諸多據以異議諸商標於全球之使用證據，證明其著名性早於系爭商標申請日前已傳入我國，成為一全球著名之商標，原告不僅於系爭商標申請日前已於國內外銷售使用據以異議諸商標，於西元2017年起即於我國正式販售據以異議諸商標商品，長期行銷使用，已於我國一般消費者間享有高知名度，系爭商標有商標法第30條第1項第11款本文前段不得註冊事由，且其註冊及使用亦將導致據以異議諸商標識別性或信譽之減損，亦有同條款本文後段不得註冊事由。

01 三、聲明：原處分及訴願決定均撤銷；被告作成撤銷系爭商標之
02 處分。

03 參、被告答辯及聲明：

04 一、系爭商標指定使用之第30類商品及第43類服務雖與據以異議
05 諸商標部分商品構成類似，然衡酌二者商標各具相當識別
06 性，近似程度極低，應不致使相關消費者產生混淆誤認之
07 虞，又據以異議諸商標在國內主要經營及為相關消費者所熟
08 知者僅為能量飲料，而能量飲料並非餐廳相關服務所經常提
09 供之飲料，佐以系爭商標之申請註冊無法證明是出於惡意，
10 原告並無多角化經營之情事，綜合上開因素判斷，相關消費
11 者亦不致因二者商標均有習見之中文「怪物」或外文「MONS
12 TER」，而產生混淆誤認之虞，系爭商標之註冊自無商標法
13 第30條第1項第10款本文規定之適用。

14 二、本件衡酌據以異議諸商標非屬著名商標，且二者商標近似程
15 度極低，各具識別性，足使相關公眾於購買時施以普通之注
16 意，得依憑系爭商標之整體認識該商標，並得藉以與據以異
17 議諸商標之商品或服務相區辨為不同來源，無致相關公眾產
18 生混淆誤認之情事。又中文「怪物」、外文「MONSTER」均
19 屬習知習見字彙，已為第三人廣泛註冊於不同商品或服務
20 上，其識別性非高，且二者商標近似程度極低，不會使人產
21 生聯想，或減弱據以異議諸商標在社會大眾心中之獨特或單
22 一來源印象，其識別性被淡化的可能性低。系爭商標指定使
23 用之商品或服務並無危害一般人身心或貶抑據以異議諸商標
24 信譽之虞，即無使人對據以異議諸商標之信譽產生負面印象
25 的情形，系爭商標之註冊自無商標法第30條第1項第11款本
26 文規定之適用。

27 三、聲明：駁回原告之訴。

28 肆、參加人陳述及聲明：

29 一、系爭商標與據以異議諸商標之組成文字、語言及設計風格不
30 同，呈現之外觀差異明顯，整體傳達予消費者之涵義、讀音
31 亦有不同，不構成近似，再佐以二者商標指定商品或服務不

01 類似，原告長年來僅經營能量飲料市場，並無多角化經營情
02 形，二者商標於我國市場並存多年，從未有任何消費者混淆
03 誤認，系爭商標之申請實屬善意等情，足以肯認消費者可區
04 辨二者商標之來源不同，不會產生混淆誤認，系爭商標並無
05 商標法第30條第1項第10款本文規定情事。

06 二、商標法第30條第1項第11款本文規定之適用，須據以異議諸
07 商標於系爭商標申請註冊時已臻著名為前提要件。依卷附判
08 決可知本院已認定據以異議諸商標於109年6月、109年8月、
09 110年5月間在我國並非著名商標，系爭商標申請時間係110
10 年7月，原告未提出其他足以證明據以異議諸商標在系爭商
11 標申請時於我國已達著名程度，並非著名商標，原告主張系
12 爭商標之註冊有違反商標法第30條第1項第11款本文規定情
13 事，要無理由。原告頻繁且大量地對各式含有Monster字樣
14 商標提出商標爭議程序之行為顯然已超出正常合理的維權範
15 圍，而有擾亂正常商標秩序之虞，為避免權利濫用，實不宜
16 給予過大保護。

17 三、聲明：駁回原告之訴。

18 伍、爭點（本院卷第334頁）：

19 系爭商標有無商標法第30條第1項第10款本文、第11款本文
20 規定不得註冊情形？

21 陸、本院判斷：

22 一、系爭商標之註冊應無商標法第30條第1項第10款本文規定不
23 得註冊情形：

24 (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
25 一，不得註冊：……□相同或近似於他人同一或類似商品或
26 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
27 認之虞者」。所謂「有致相關消費者混淆誤認之虞者」，係
28 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
29 生混淆誤認之虞而言，亦即商標給予商品之消費者的印象，
30 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
31 系列商品，或誤認兩商標之使用人間存在關係企業、授權、

01 加盟或其他類似關係。而判斷兩商標有無混淆誤認之虞，應
02 參酌：1. 商標識別性之強弱；2. 商標是否近似暨其近似之程
03 度；3. 商品或服務是否類似暨其類似之程度；4. 先權利人多
04 角化經營之情形；5. 實際混淆誤認之情事；6. 相關消費者對
05 各商標熟悉之程度；7. 系爭商標之申請人是否善意；8. 其他
06 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
07 混淆誤認之虞。

08 (二)茲就本件卷內存在之相關證據，依上開因素審酌如下：

09 1. 商標是否構成近似及其程度：

10 系爭商標係由略經設計且字體較大之中、日文「湖の怪物」
11 及其左下方字體較小之外文「LAKE」、「MONSTER」
12 上下排列所組成。據以異議商標1係單純未經設計之中文
13 「怪物」；據以異議商標2、3為單純未經設計之外文「MONS
14 TER」；據以異議商標4、5由單純未經設計之外文「MONSTER
15 ENERGY」所構成；據以異議商標6由略經設計較大字體之外
16 文「MONSTER」及較小字體之「ENERGY」上下排列所構成；
17 據以異議商標7為略經設計白色較大字體之外文「MONSTER」
18 及綠色外文「ENERGY」上下排列，置於一黑色底圖內所組
19 成。二者商標相較，雖皆有中文「怪物」或外文「MONSTE
20 R」，惟外文「MONSTER」即為中文「怪物」之英譯，均為一
21 般常用習見之中、外文字彙，非原告所創用，早於據以異議
22 商標1、2註冊前，已有訴外人以包含「怪物」、「MONSTE
23 R」字樣為商標申准註冊在第30類商品及第43類服務（異議
24 卷1第266至279頁），而系爭商標圖樣中，相較於其左下方
25 字體較小之外文「LAKE」、「MONSTER」，字體較粗大醒目
26 且予人寓目印象較深刻之「湖の怪物」經過設計呈現中式書
27 法字體結合日文之外觀，據以異議諸商標則係單純未經設計
28 之中英文，或為前述略經設計之圖樣，二者設計風格及整體
29 外觀明顯不同，且系爭商標之中、日文「湖の怪物」結合字
30 體較小之「LAKE」、「MONSTER」，為「湖中怪物」之意，
31 據以異議商標4至7圖樣以外文「MONSTER」結合「ENERG

Y」，為「怪物/獸能量」之意，文字意涵明顯有別，觀念甚為不同，亦不至於予人系列商標之聯想，二者商標整體圖樣之外觀、讀音或觀念尚有區隔之處，相關消費者於異時異地隔離整體觀察或實際交易連貫唱呼之際應可區辨，應屬近似程度極低之商標。

2. 商品是否類似暨其類似之程度：

- (1) 系爭商標指定使用之第30類「咖啡；茶；可可；紅龜粿；餡餅；草仔粿；麵包；糕餅；茶飲料；日式米餅；蛋糕；吐司；甜點；冷凍甜點；餅乾；蘿蔔糕」商品，與①據以異議商標1指定使用之第29類「加咖啡、巧克力或果汁之以獸乳為主的乳類飲料及牛奶飲料；奶昔」、第30類「咖啡；茶；可及代用咖啡；以咖啡為主之飲料；以茶為主之飲料；以巧克力為主之飲料；麵包；糕餅及糖果」、第32類「不含酒精之飲料」等商品；②據以異議商標2指定使用之第29類「以獸乳為主的乳類飲料及加咖啡之牛奶飲料」、第30類「即飲茶飲料、冰茶及以茶葉為主製成之飲料；即飲加味茶飲料、加味冰茶及以茶葉為主製成之加味飲料；即飲咖啡飲料、冰咖啡及以咖啡為主製成之飲料；即飲加味咖啡飲料、加味冰咖啡及以咖啡為主製成之加味飲料」、第32類「不含酒精的飲料」等商品；③據以異議商標3指定使用之第29類「加咖啡、巧克力及／或果汁之以獸乳為主的乳類飲料及牛奶飲料；奶昔」、第30類「咖啡；茶；可及代用咖啡；以咖啡為主之飲料；以茶為主之飲料；以巧克力為主之飲料；麵包；糕餅及糖果」、第32類「不含酒精之飲料」等商品；④據以異議商標4指定使用之第30類「咖啡；茶；可及代用咖啡；以咖啡為主製成之飲料；以茶為主製成之飲料；以巧克力為主製成之飲料；麵包、糕餅及糖果」、第32類「不含酒精之飲料」等商品；⑤據以異議商標5指定使用之第30類「咖啡；茶；可及代用咖啡；以咖啡為主之飲料；以茶為主之飲料；以巧克力為主之飲料；麵包；糕餅及糖果；布丁；布丁粉」等商品；⑥據以異議商標6指定使用之第32類

「不含酒精之飲料，包含碳酸飲料及提神飲料；製飲料（包括碳酸飲料和提神飲料）用之糖漿製劑、濃縮液、粉末及配料；不含酒精之啤酒」等商品；⑦據以異議商標7指定使用之第32類「不含酒精之飲料」等商品相較，二者同屬供消費者飲用之咖啡、茶等飲品或食用之甜點、蛋糕、麵包等相關商品，於原料、用途、功能、產製者、行銷管道及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，應屬構成同一或高度類似之商品。

(2)系爭商標指定使用之第43類「咖啡店」部分服務，與①據以異議商標1、3、5指定使用之第30類「咖啡；可及代用咖啡；以咖啡為主之飲料；以巧克力為主之飲料」部分商品；②據以異議商標2指定使用之第30類「即飲咖啡飲料、冰咖啡及以咖啡為主製成之飲料；即飲加味咖啡飲料、加味冰咖啡及以咖啡為主製成之加味飲料」部分商品；③據以異議商標4指定使用之第30類「咖啡；可及代用咖啡；以咖啡為主製成之飲料；以巧克力為主製成之飲料」部分商品相較，前者咖啡店即在提供後者咖啡、可可等飲品，二者於滿足消費者之需求、消費族群或產製者或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，應屬高度類似之商品或服務。

(3)系爭商標指定使用之第43類「餐廳；民宿」部分服務，與①據以異議商標1指定使用之第29類「加咖啡、巧克力或果汁之以獸乳為主的乳類飲料及牛奶飲料；奶昔」、第30類「咖啡；茶；可及代用咖啡；以咖啡為主之飲料；以茶為主之飲料；以巧克力為主之飲料；麵包；糕餅及糖果；冰品；糖；蜂蜜；糖漿；鹽；芥末；醋；醬（調味品）；調味用香料；冰」、第32類「不含酒精之飲料；啤酒」等商品；②據以異議商標2指定使用之第29類「以獸乳為主的乳類飲料及加咖啡之牛奶飲料」、第30類「飲茶飲料、冰茶及以茶葉為主製成之飲料；即飲加味茶飲料、加味冰茶及以茶葉為主製成之加味飲料；即飲咖啡飲料、冰咖啡及以咖啡為主製成之

飲料；即飲加味咖啡飲料、加味冰咖啡及以咖啡為主製成之加味飲料」、第32類「不含酒精的飲料；啤酒」及第33類「含酒精之飲料（啤酒除外）」等商品；③據以異議商標3指定使用之第29類「加咖啡、巧克力及／或果汁之以獸乳為主的乳類飲料及牛奶飲料；奶昔」、第30類「咖啡；茶；可及代用咖啡；以咖啡為主之飲料；以茶為主之飲料；以巧克力為主之飲料；麵包；糕餅及糖果；冰品；糖；蜂蜜；糖漿；鹽；芥末；醋；醬（調味品）；調味用香料；冰」、第32類「不含酒精之飲料；啤酒」及第33類「含酒精之飲料（啤酒除外）」等商品；④據以異議商標4指定使用之第30類「咖啡；茶；可及代用咖啡；以咖啡為主製成之飲料；以茶為主製成之飲料；以巧克力為主製成之飲料；麵包、糕餅及糖果；冰品；糖、蜂蜜、糖漿；鹽；芥末；醋、醬（調味品）；調味用香料；冰」、第32類「不含酒精之飲料；啤酒」及第33類「含酒精之飲料（啤酒除外）」等商品；⑤據以異議商標5指定使用之第30類「咖啡；茶；可及代用咖啡；以咖啡為主之飲料；以茶為主之飲料；以巧克力為主之飲料；麵包；糕餅及糖果；冰品；糖；蜂蜜；糖漿；鹽；芥末；醋；醬（調味品）；調味用香料；冰；布丁」等商品；⑥據以異議商標6指定使用之第32類「不含酒精之飲料，包含碳酸飲料及提神飲料；不含酒精之啤酒」等商品；⑦據以異議商標7指定使用之第32類「不含酒精之飲料；啤酒」商品相較，前者餐廳、民宿服務亦可能提供或銷售後者食品、飲料或酒類商品，二者在功能、產製或提供者及消費族群等因素上仍具有共同或相關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，亦應存在類似關係。

3. 商標識別性之強弱：

系爭商標與據以異議諸商標皆與其所指定之商品或服務並無直接關聯，亦未傳達任何所指定商品或服務之相關訊息，消費者會將之視為指示及區辨商品來源之識別標識，應各具相當識別性。

01 4.原告多角化經營之情形：

02 原告主張將據以異議諸商標使用於能量飲料商品後，並將業
03 務拓展至其他如防摔衣、T恤、帽子、背包、手套、貼紙等
04 相關授權商品，已涉足不同類別之商品開發銷售等情。然依
05 原告於異議階段提出如證據清單（以下省略）所示行銷活動
06 廣告資料及照片，可知：(1)證據48貼文、證據56廣告文宣、
07 證據66超商冰箱上廣告及證據70廣告內容，須購買能量飲料
08 方能獲得貼紙、海報等商品；(2)證據50廣告內容，獲得PS5
09 遊戲光碟之方式，須購買能量飲料；(3)證據51臉書貼文內
10 容，係原告贊助賽車相關商品，而非跨足該領域；(4)證據57
11 抽獎內容，須至超商購買指定能量飲料，始能參與抽獎；(5)
12 證據67超商內廣告內容，須購買能量飲料，1瓶贈送紋身貼
13 紙，3瓶贈送護腕；(6)證據68抽獎活動文宣，須任購買能量
14 飲料2罐，始能參與機車等商品抽獎活動；(7)證據71臉書貼
15 文內容，須購買能量飲料再加購99元即送帽子一頂；(8)證據
16 73廣告內容，須購買能量飲料，始能抽機車、安全帽、手套
17 等商品；(9)證據74照片內容，係能量飲料與YAMAHA的聯名活
18 動，須購買能量飲料並登入抽獎，即有可能抽中YAMAHA機
19 車；(10)證據75廣告文宣，係購買能量飲料，方能參與項鍊、
20 耳機、眼鏡等商品之抽獎活動；(11)證據77廣告文宣，係購買
21 能量飲料，方能參與健身房優惠、鞋子、禮券之抽獎活動；
22 (12)證據78廣告文宣，係購買能量飲料，方能參與滑板、項
23 鍊、衣服商品之抽獎活動；(13)證據79臉書貼文，購買能量飲
24 料即贈購物袋；(14)證據80廣告文宣，係購買能量飲料，方能
25 參與背包、衣服、帽子商品之抽獎活動；(15)證據81廣告文
26 宣，係購買能量飲料，方能參與衝浪派對入場券之抽獎活
27 動，綜觀前述資料，原告均係為促銷能量飲料之目的而為，
28 並非將經營事業擴張到其他商品之事證。至於證據44所示衣
29 服之品牌製作商依討論區記載並非原告；所示防摔衣照片，
30 於衣服正面上標示明顯之「Alpinestars」品牌，僅於衣服
31 手肘及背面部分有據以異議諸商標圖樣，屬個案品牌合作性

01 質，當非以據以異議諸商標表彰衣服商品來源，尚難據以判
02 斷原告有將經營事業擴張到衣服商品之情形。依上所述，原
03 告自106年9月起在我國銷售能量飲料以來，在國內所主要經
04 營及為消費者知悉者僅為能量飲料，尚難認有多角化經營之
05 情形。

06 5. 相關消費者對各商標熟悉之程度：

07 依原告異議階段提出之證據46至50、56至58、66至74、76至
08 81、88等資料，可知原告於106年9月起在我國行銷販售並為
09 消費者知悉者係據以異議諸商標之能量飲料商品。而依參加
10 人於異議階段所提答證1至5、答證7至9、答證11，於訴訟階
11 段提出之丙證1至3、丙證5、丙證6均非系爭商標實際使用事
12 證，答證6、答證10、答證12、丙證4之日期均在系爭商標註
13 冊日後，無從得知系爭商標註冊時，相關消費者對系爭商標
14 之認識及熟悉程度。

15 6. 系爭商標之申請人是否為善意：

16 系爭商標整體呈現中式書法字體結合日文之外觀，與據以異
17 議諸商標在設計風格、整體外觀有明顯差異，二者商標近似
18 程度極低，已如上述，況中文「怪物」、外文「MONSTER」
19 係既有字彙，非原告所創用，以之作為商標之全部或一部分
20 指定使用於各類商品或服務申准註冊者在所多有（異議卷1
21 第261至265頁），僅以原告所稱據以異議諸商標有高知名度
22 及二者商標相同之中文「怪物」、外文「MONSTER」，尚難
23 認參加人有攀附據以異議諸商標之意圖存在，參加人申請系
24 爭商標之註冊應屬善意。

25 (三) 衡酌系爭商標與據以異議諸商標均具有相當識別性，雖二者
26 商標指定使用之商品或服務構成同一或類似，依現有證據尚
27 難認系爭商標註冊時已經參加人廣泛行銷使用而較據以異議
28 諸商標為相關消費者所熟知，惟二者商標近似程度極低，原
29 告難認有多角化經營情形，參加人申請系爭商標之註冊應屬
30 善意等因素綜合判斷，系爭商標之註冊應無致相關消費者誤
31 認其與據以異議諸商標指定使用之商品為同一來源，或誤認

二者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，而產生混淆誤認之虞，系爭商標應無商標法第30條第1項第10款本文規定不得註冊之情形。

二、系爭商標之註冊應無商標法第30條第1項第11款本文規定不得註冊之情形：

(一)商標法第30條第1項第11款本文規定：「商標有下列情形之一，不得註冊：……□相同或近似於他人著名商標或標章，有致相關公眾混淆誤認之虞，或有減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞者」。而依商標法第30條第2項規定，著名之認定，以申請時為準。是以據以異議諸商標是否為商標法第30條第1項第11款本文規定之著名商標，應以系爭商標申請註冊時（110年7月23日）之客觀證據，作為判斷依據。

(二)就據以異議諸商標是否著名，依原告於異議階段提出之證據資料審酌如下：

1.證據1、4商標靜態註冊資料，雖可證明據以異議諸商標已取得我國商標註冊，惟其是否已為我國消費者所普遍認識而達著名商標程度，仍需配合實際使用資料始能審認。

2.證據5商品標籤圖文設計稿、證據42美國著作權登記證書、證據89公平交易委員會發布之新聞稿、證據43、59至65之他案訴願決定書、行政訴訟判決書及核駁（異議）審定書，均非據以異議諸商標實際使用事證。證據2之YAHOO搜尋據以異議諸商標商品圖片結果、證據75、82至87之「MONSTER ENERGY」飲料商品陳列照片、行銷宣傳活動資料，或無日期可稽，或日期晚於系爭商標申請註冊日。證據3、45原告公司代表人聲明書及補充聲明書，係依個人記憶及經驗，就個人感官知覺作用直接體驗之客觀事實而為書面陳述，為免流於個人主觀偏見與錯誤臆測，尚須有客觀具體之證據佐證。

3.證據6至27、30、41原告贊助體育活動或運動員之相關照片、網站、賽事資料、賽事轉播時間表及相關報導與討論，部分無日期可稽，部分雖可見據以異議諸商標，惟其內容之主要焦點仍在賽事或運動本身，據以異議諸商標圖樣縱出現

於該贊助活動、轉播或相關報導汽機車及車手服飾配件之圖文上，仍屬贊助性質，此與將據以異議諸商標使用於所行銷商品之方式不同，表彰商品來源之效果有別。況前揭賽事皆在國外舉辦，原告亦未能提出具體事證證明我國消費者透過網際網路、相關媒體等管道獲悉或接觸前揭賽事資訊，進而得知據以異議諸商標，自難遽認原告藉由上開贊助活動或網站介紹行銷等方式，已使我國相關消費者普遍廣泛認識據以異議諸商標。

4. 證據28、29之CNBC網站截圖及臉書網頁排行榜，雖可知據以異議諸商標曾被臉書公布為全球粉絲按讚排行榜第9名或第14名品牌，然此為全球統計資料且均為外文，尚無法據此得知我國消費者實際接觸或知悉據以異議諸商標臉書網頁之數量及情形。證據31、40之據以異議諸商標商品網站、目錄及宣傳圖片、證據32至36之西元2003年至2006年間THE WALL STREET JOURNAL、TIME、Newsweek等之車體廣告及報導、車體廣告照片及說明資料、廣告報導之讀者人數數據報表等皆為外文資料，僅能證明原告有在國外宣傳及銷售據以異議諸商標商品之情形，於未有進一步資料佐證前，尚無法得知我國消費者實際接觸情形為何，自無法逕以為據以異議諸商標於我國已為著名商標之有利事證。而由證據37至39之西元2006年自lvmonorail網站下載據以異議諸商標廣告車體搭乘人次、美國拉斯維加斯自西元2001年至2005年各國旅客人數統計報表、單軌電車廣告價值分析資料，仍無從得知我國消費者於該地旅遊、洽公等過程中，實際接觸據以異議諸商標之情形，復無其他具體資料加以佐證，自無法僅執上開事證作為據以異議諸商標於我國已為著名商標之論據。又證據44之mobile01討論區、痞客邦PIXNET、TALKGP網站、批踢踢實業坊、PChome個人新聞台等網站之討論及露天拍賣等網頁，雖可見於系爭商標申請日前，我國消費者於部落格分享介紹據以異議諸商標商品或買賣據以異議諸商標防摔衣、能量飲料之內容，惟大多為據以異議諸商標能量飲料商品於西元2017

01 年9月間正式於我國統一超商販售前，少數消費者自行由海
02 外帶入我國於網路平臺分享或販售商品之資料，其數量、篇
03 幅皆屬有限，且依前揭露天拍賣網頁所示，據以異議諸商標
04 飲料商品之購買人數僅272人次，已賣數量僅768個，數量難
05 謂為鉅。

06 5.證據51至55之Mercedes-AMG Petronas、MotoGP臉書網頁截
07 圖、TopGear Taiwan網站及原告網站截圖，大多未見據以異
08 議諸商標圖樣，或瀏覽人數非多；證據88之107年9月15日及
09 16日舉辦之Creamfields Taiwan2018活動相關資料，雖可見
10 據以異議諸商標能量飲料等行銷，惟該活動僅為期兩天；證
11 據46至50、56至58、66至74、76至81之據以異議諸商標能量
12 飲料商品於門市販售照片、媒體報導、臉書網頁、消費者評
13 論、銷售宣傳活動、原告臉書官方粉絲團網頁資料、原告於
14 西元2017至2019年出貨至我國之發票，雖可知於系爭商標申
15 請註冊日前，據以異議諸商標能量飲料等商品已進口至我國
16 並於各大通路行銷販售，及有相關促銷活動，惟衡酌我國之
17 飲料市場商品種類繁多，而據以異議諸商標商品為能量飲
18 料，非一般大眾經常飲用之飲品，相關消費者實際接觸情況
19 未明，尚難認據以異議諸商標之能量飲料商品已於我國被廣
20 泛、頻繁討論，或經由原告行銷方式已為我國相關消費者所
21 普遍認知而達著名商標之程度，原告亦未提出據以異議諸商
22 標商品於我國具有客觀市場占有率等具體資料以供審酌，尚
23 難認定據以異議諸商標於系爭商標申請註冊時，已為我國相
24 關消費者所熟知。

25 6.綜觀前揭原告所提證據資料，多非我國境內使用之證據，且
26 原告係於106年9月間，始將據以異議諸商標飲料商品在我國
27 境內透過統一超商正式販售，原告未能證明據以異議諸商標
28 在國外所建立之知名度已到達我國，徵以卷附判決、訴願決
29 定書或審定書均未認定據以異議諸商標於我國已為著名商
30 標，實難認在系爭商標申請註冊時，據以異議諸商標已為我
31 國相關事業或消費者所普遍認知而達著名商標之程度。

01 (三)系爭商標與據以異議諸商標近似程度極低，據以異議諸商標
02 不符合著名商標之要件，且二者商標各具識別性，足使相關
03 消費者於購買時施以普通之注意，得以二者商標區辨商品為
04 不同來源，而無致相關消費者產生混淆誤認之虞。又二者商
05 標各具相當識別性，系爭商標之使用應無使相關消費者對據
06 以異議諸商標所代表之品質、信譽產生貶抑或負面之聯想，
07 是以系爭商標亦無減損據以異議諸商標識別性或信譽之情
08 事。基上，系爭商標之註冊並無商標法第30條第1項第11款
09 本文規定之適用。

10 柒、綜上所述，系爭商標之註冊應無商標法第30條第1項第10款
11 本文及第11款本文規定不得註冊之情形，原處分合法，訴願
12 決定予以維持，亦無不合。原告訴請撤銷訴願決定及原處
13 分，並作成撤銷系爭商標之處分，為無理由，應予駁回。

14 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
15 無涉，爰毋庸一一論列，併此敘明。

16 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
17 條，行政訴訟法第98條第1項前段規定，判決如主文。

18 中 華 民 國 114 年 8 月 6 日

19 智慧財產第一庭

20 審判長法 官 汪漢卿

21 法 官 蔡惠如

22 法 官 陳端宜

23 以上正本係照原本作成。

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

29 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，
30 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。	

中華民國 114 年 8 月 6 日
書記官 吳社瑩