

智慧財產及商業法院行政判決

114年度行商訴字第9號

民國114年8月28日辯論終結

原告 美琦實業有限公司
代表人 蔡瑞斌
訴訟代理人 溫啟仁律師
被告 經濟部智慧財產局
代表人 廖承威
訴訟代理人 盧耀民
參加人 萬家香醬園股份有限公司
代表人 吳仁春
訴訟代理人 林育生律師
複代理人 林姍霓律師

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1月10日經法字第11317306930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

- 一、原告之訴駁回。
- 二、訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

壹、程序事項：

- 一、原告原起訴聲明為：「一、原處分及訴願決定均撤銷。二、一、被告就註冊號數第01820505號『萬家香』商標之評定應予不成立之處分。」（見本院卷第13頁），嗣於民國114年4月18日以行政訴訟更正狀及114年8月4日本院準備程序更正起訴聲明第1項為：「原處分及訴願決定均撤銷」（即撤回原訴之聲明第2項，見本院卷第131頁）。原告上開訴之聲明撤回係本於同一請求基礎為請求，使聲明更加明確，非屬訴之變更或追加，被告、參加人均無異議（見本院卷第131頁），故應無行政訴訟法第111條第1項規定之適用。

01 二、按商標之註冊違反第30條第1項第11款規定之情形，自註冊
02 公告日後滿5年者，不得申請或提請評定(第1項)；商標之註
03 冊違反第30條第1項第11款規定之情形，係屬惡意者，不受
04 前項期間之限制(第2項)，商標法第58條定有明文。系爭商
05 標申請註冊時，據以評定商標已為著名商標，原告於申請系
06 爭商標時，顯已知悉參加人據以評定商標之存在，其猶以近
07 似於據以評定商標之名稱申請系爭商標之註冊，顯非基於善
08 意(詳如後所述)，是本件參加人雖遲至112年3月2日距系爭
09 商標公告註冊已逾5年期間後始對系爭商標申請評定(乙證一
10 卷第20頁)，參酌前開商標法第58條第2項規定意旨，應認仍
11 未罹於5年除斥期間之規定。

12 貳、實體事項：

13 一、事實概要：

14 原告於105年4月14日以「萬家香」商標，指定使用於當時商
15 標法施行細則第19條所定商品及服務分類第4類及第11類商
16 品(嗣減縮指定使用於第4類「火種、木炭、木炭磚、無煙
17 煤、點火用木片、點火用紙捻、木柴、易燃煤球、礦物燃
18 料、瓦斯、酒精燃料、酥油燈、照明用酥油、照明用蠟、蠟
19 燭、聖誕樹用蠟燭、液體燃料、氣體燃料、照明燃料、供照
20 明用氣體」及第11類「烤肉爐、電烤盤、煎烤機、串烤機、
21 瓦斯點火器、蒸氣牛排烤架、烤肉用風箱、食物電烘烤器、
22 烤肉用鐵叉旋轉器、電動旋轉式烤肉器、爐架、電煎烤器、
23 烤爐用烤盤、烤肉用熔石塊、火把、瓦斯燈、水龍頭過濾
24 器、瓦斯爐、手電筒」商品)，向被告申請註冊，經被告核
25 准列為註冊第1820505號商標(下稱系爭商標，圖樣如本判
26 決附圖1所示)。嗣參加人以系爭商標有商標法第30條第1項
27 第11款規定之情形，提出註冊第187978號、第448955號(以
28 下合稱據以評定商標，圖樣如本判決附圖2所示)，對之申
29 請評定。案經被告審查，以113年8月28日中台評字第
30 H1120041號商標評定書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分。
31 原告不服，提起訴願，復遭經濟部為訴願駁回之決定，原告

01 仍未甘服，遂依法提起本件行政訴訟。本院因認本件判決結
02 果，倘認為訴願決定及原處分應予撤銷，參加人之權利或法
03 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
04 件訴訟。

05 二、原告聲明請求撤銷原處分與訴願決定，並主張：

06 系爭商標所註冊之第4類(火種等21項商品)及第11類(烤肉爐
07 等18項商品)，與據以評定商標所註冊之第21、23類等商品
08 種類間，迥然不同，當消費者購買烤肉醬時，有極大機率會
09 另行購入火種、木炭、烤肉爐(卡式爐或卡斯爐)、瓦斯罐等
10 商品。反之，當消費者購買火種、木炭、烤肉爐(卡式爐或
11 卡斯爐)、瓦斯罐等商品時，亦有高度可能將同時選購據以
12 評定商標所表彰之烤肉醬等醬料，俾以周全烤肉活動。以商
13 業經營角度視之，兩商標商品存在異業間共同將烤肉相關事
14 業互惠創造營收、相輔相成關係，兩造並無不正競爭利益關
15 係之存在。

16 三、被告聲明求為判決原告之訴駁回，並抗辯：

17 參加人於34年即設立創業，並以「萬家香」作為商標使用於
18 所產製之醬油等食品調味品上，除取得具以評定商標等多件
19 商標外，更在中國大陸、美國、馬來西亞等多國或地區陸續
20 取得商標權，商品「萬家香醬油」於94年獲《Food&Wine》
21 雜誌評為首選，也先後取得FSSC22000、HACCP、ISO22000、
22 HALAL等機構認證，近年更獲全國傑出品牌獎、金質獎等，
23 系爭商標申請註冊時，據以評定「萬家香」商標經參加人持
24 續多年使用於醬油商品所表彰之信譽，已廣為相關事業或消
25 費者所普遍認知而達著名商標，為國內大部分地區之絕大多
26 數消費者所普遍認知，是著名程度高，並經被告中台異字第
27 G01070048號商標異議審定書認定著名在案。又兩商標相
28 較，兩者皆有相同之中文「萬家香」，前者並無其他足資區
29 辨之部分，近似程度極高。據以評定商標與使用之醬油等調
30 味品並無直接或間接之關聯性，亦未傳達商品之訊息，消費
31 者會直接將其視為指示及區別來源之標識，應具有相當之先

天識別性，據以評定商標予相關事業及消費者印象極為深刻，商標識別性強。系爭商標之註冊申請，應非巧合所致，有仿襲據以評定著名商標聲譽，以獲取不正競爭利益之意圖，自難謂有出於非惡意之情形。而就系爭商標指定於烤肉時所使用之爐具、器具，或於戶外、野外烤肉時常見使用之照明用具，此等商品與據以評定商標著名之醬油調味品，皆為烤肉活動時會相互搭配使用，具密切關係，有可能使相關消費者誤認二商標所表彰之商品為同一來源，或二商標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，自有商標法第30條第1項第11款前段規定之適用。而就系爭商標指定使用於第004類「火種、木炭、木炭磚、無煙煤、點火用木片、點火用紙捻、木柴、易燃煤球、礦物燃料、瓦斯、酒精燃料、酥油燈、照明用酥油、照明用蠟、蠟燭、聖誕樹用蠟燭、液體燃料、氣體燃料、照明燃料、供照明用氣體」商品及第011類「水龍頭過濾器」部分商品，縱與據以評定商標著名於醬油商品之性質有所差異，市場也有區隔，然據以評定商標具有高著名度仍有可能使消費者對商品來源產生獨特之聯想，則系爭商標如經核准註冊並於日後普遍被使用，將可能削弱據以評定商標於社會大眾心中之獨特印象之聯想，自難謂無致減損著名據以評定商標之識別性之虞，自有商標法第30條第1項第11款後段規定之適用。

四、參加人聲明求為判決原告之訴駁回，並主張：

兩商標均有相同之中文「萬家香」三個字，為消費者主要識別部分，兩商標之近似程度極高。參加人製造之產品多為醬油等民生調味料，「一家烤肉，萬家香」為宣傳自家醬油所發想，經參加人長年經營已享有盛譽，據以評定商標為著名商標，而醬油、烤肉醬等調味品與瓦斯罐之性質上均屬民生必需消耗類商品，遇有烤肉需求而同時採購之機率極高。實體消費食品與日用品往往均在同一處所同時販售；網路消費消費者搜尋「萬家香」，更會同時出現兩商標商品，兩者行

銷管道幾乎完全相同或大量重疊，實屬消費者容易發生混淆誤認之商品領域。原告為達成獲取不正利益之目的，故意引致消費者對系爭商標所表彰之商品來源產生參加人所參與、製造之印象，其攀附據以評定商標商譽之意圖，顯非善意，構成商標法第30條第1項第11款前段。另兩商標指定使用之商品種類不同，非屬類似商品，惟若與參加人著名之廣告詞「一家烤肉，萬家香」相連結，參加人製造之產品為醬油、調味品，均係予人有關佳節烤肉之聯想，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，均會誤認二者來自同一來源或誤認不同來源之間有所關聯。尤其中文「萬家香」三字具有高度識別性，不僅相關消費者會認為系爭商標應屬據以評定商標體系之一員而發生混淆誤認之虞，一般消費者更可能認為系爭商標與據以評定商標有關，從而減損據以評定商標家族整體識別性，而屬商標法第30條第1項第11款後段不得註冊之事由。

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，整理兩造及參加人不爭執事項並協議簡化爭點如下：

(一)不爭執事項：

如事實及理由欄貳、一、事實概要所示。

(二)本件爭點：

系爭商標是否有商標法第30條第1項第11款規定不准註冊之情形？

六、得心證之理由：

按商標法第30條第1項第11款本文規定：商標「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」，不得註冊。而判斷是否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，被告公告之「商標法第30條第1項第11款著名商標保護審查基準」，列有各項相關參考因素。本件存在之相關因素審酌如下：

01 (一)據以評定商標是否為著名之商標暨其著名之程度：

02 經查參加人於34年即設立創業，並以「萬家香」作為商標使
03 用於所產製之醬油等食品調味品上，除取得註冊第0018797
04 8、00448955號「萬家香及圖」商標等多件商標外，更在中
05 國大陸、美國、馬來西亞等多國或地區陸續取得商標權，商
06 品「萬家香醬油」於94年獲《Food & Wine》雜誌評為首選
07 ，也先後取得FSSC22000、HACCP、ISO 22000、HALAL等機構
08 認證、並於74年當選十大金商標廠商獎、75年榮獲全國金商
09 標推展委員會金字招牌、此外陸續得到75年台灣區秋節食品
10 評鑑會金牌獎、75年第一屆食品工業展覽會品質優異獎、83
11 年第11屆全國優良食品評鑑金牌獎、全國第六屆金字招牌廠
12 商獎、74年全國食品品鑑會金品獎等獎項，72年中國時報刊
13 登獲獎廣告（著名廣告詞「一家烤肉萬家香」）、81年中央
14 日報專刊報導創業史，77年全國金商標推展委員會出版之「
15 中華民國商標字典」也將據以評定商標列入金商標，98年台
16 北縣三重市公所出版之「三重工業史」，據以評定商標也列
17 入早期三重金商標廠商，並詳細介紹企業歷史，又於1980、
18 2001、2004年邀請藝人代言據以評定商標商品，並持續製作
19 影音廣告於各媒體宣傳廣告，近年更獲全國傑出品牌獎、金
20 質獎等，據此，堪認於系爭商標申請註冊時，據以評定商標
21 經參加人持續多年使用於醬油商品所表彰之信譽，已廣為相
22 關事業或消費者所普遍認知而達著名商標，且據以評定商標
23 之醬油商品為我國一般消費者日常生活極易接觸之調味品，
24 復考量據以評定商標之宣傳行銷使用時間及地域範圍，其應
25 為國內大部分地區之絕大多數消費者所普遍認知，是著名程
26 度高，並經被告中台異字第G01070048號商標異議審定書認
27 定著名在案，凡此有參加人提出之申證3至申證8、申證13：
28 中華時報、中央社報導資料、台灣及各國商標註冊資料、FS
29 SC22000、HACCP、15022000、HALAL等機構認證證明文件、
30 公司網頁、獎座、獎盃、獎狀照片及中國時報、中央日報等
31 報紙、商標字典、三重工業史一戀戀三重埔、藝人代言、電

01 視及社群網頁影音廣告、被告中台異字第G01070048號商標
02 異議審定書等證據資料附卷可稽(乙證1卷第64至116頁、第1
03 63至166頁)。

04 (二)商標是否近似暨其近似之程度：

05 查系爭商標與據以評定商標相較，兩者皆有相同之中文「萬
06 家香」，且前者並無其他足資區辨之部分，以具有普通知識
07 經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會誤認二者
08 來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似程
09 度極高之商標。

10 (三)商標識別性之強弱：

11 據以評定商標之中文「萬家香」與使用之醬油等調味品並無
12 直接或間接之關聯性，亦未傳達商品之訊息，消費者會直接
13 將其視為指示及區別來源之標識，應具有相當之先天識別性
14 性，且經參加人作為商標長期廣泛使用，已廣為一般消費者
15 所普遍認知，已如前述，自予消費者深刻印象，他人稍有攀
16 附，即可能引起購買人產生誤認。至於原告辯稱以「萬家香
17 」為商標經營餐飲服務者所在多有等語，然查原告所舉答證
18 2至6(乙證1卷第207頁至第213頁反面)之業者就「萬家香」
19 是否屬商標使用、有無經授權使用及是否合法使用，無法僅
20 由上開答證2至6所示予以確認，且查以「萬家香」作為商標
21 或商標之一部分而獲准註冊者，除原告所提答證1商標註冊
22 資料之一家電器業者(乙證1卷第206頁正反面)外，幾乎皆屬
23 參加人所有，此有被告商標檢索資料附卷可稽(乙證1卷第55
24 頁正面至第56頁反面)，復本件係審究系爭商標之註冊是否
25 妥適，而非其他業者之使用情形，自難執而論究。如前所
26 述，消費者會直接將中文「萬家香」視為指示及區別來源之
27 標識，復經參加人作為商標並長期廣泛宣傳使用而達高度之
28 著名程度，據以評定商標予相關事業及消費者印象極為深
29 刻，商標識別性強。

30 (四)相關消費者對各商標熟悉之程度：

31 據以評定商標經參加人長期使用於醬油等調味品等商品，已

01 為相關事業或消費者所普遍認知而達著名商標之程度，已如
02 前述。至於系爭商標，原告所提出答證7-10之2017-2022年
03 商品型錄、107年至110年進口報單、經濟部標準檢驗局試驗
04 報告及自行研究計畫等資料(乙證1卷第214頁至第233頁反面
05)，除日期已晚於系爭商標註冊日，107年7月至110年5月進
06 口報單共計900餘萬元，進口數量難認為豐，且其2017-2022
07 年商品型錄中，除單純中文「萬家香」外，部分使用另結合
08 內置外文「BEST QUALITY」、「WAN JIA SIANG」之圓環及
09 皇冠設計圖，亦與系爭商標圖樣有別。是以，依現有資料判
10 斷，據以評定商標顯係相關消費者較為熟悉之商標。

11 (五)系爭商標之註冊申請是否係屬惡意：

12 原告雖主張據以評定商標是指定使用於醬油等調味商品，系
13 爭商標是指定使用於第4類，類別不同，且原告與參加人並
14 無同業競爭關係，是相互配合的產業，惡意仿襲要件不成立
15 云云。惟按商標法第58條第2項惡意之認定，是參考巴黎公
16 約第6條之1訂定，其判斷依相關評釋說明，主要在於商標權
17 人是否知悉著名商標的存在，及是否意圖以衝突商標的註冊
18 造成混淆以蒙受其利(參照最高行政法院102年度判字第130
19 號、105年度判字第489、490號判決意旨)，據以評定商標為
20 著名商標，原告難謂無從知悉該商標，雖原告主張兩造商品
21 不同及非競爭關係，然兩造商品於功能搭配、部分銷售通
22 路、據以評定商標強調的廣告活動上仍具關連性，消費者確
23 實會將二者聯想而有混淆之情形，再加上商業的異業結盟，
24 多是用品牌聯名方式進行，且也未見原告有與參加人接觸洽
25 談合作情事，而原告於起訴狀表示參加人有龐大之廣告力、
26 滲透力等語，已足以證明原告早已知悉據以評定商標已經是
27 著名商標且實質存在，尤其從原告指定使用的商品與參加人
28 給予消費者的印象有所關聯，且網路消費平台的分類，已經
29 讓消費者會有所混淆兩者商品的來源，有陳證1：MOMO、Pch
30 ome網路購物平台截圖(本院卷第147至153頁)、COSTCO好市
31 多烤肉備品網頁截圖及Bing images烤肉用品器具-萬家香網

頁截圖(乙證1第169頁反面、第170頁反面至第171頁、第172
頁反面至第173頁)附卷可證，足認原告有惡意攀附參加人利
益之意圖。況查，如前所述，據以評定商標經參加人持續多
年使用於醬油商品，著名程度高，且使用著名廣告詞「一家
烤肉萬家香」行銷據以評定商標商品，又原告以「萬家香」
作為商標分別取得註冊第01820505、01880114號「萬家香」
商標（註冊第01880114號商標業經撤銷確定在案），指定使
用於火種、木炭、烤肉爐、烤肉刷等商品，其與據以評定商
標使用之醬油等調味料商品，於烤肉時有相互搭配使用及部
分銷售通路相同之情形，且與據以評定商標「一家烤肉萬家
香」廣告詞強調之活動具關聯性。本件係於據以評定商標具
有高度著名程度後，原告以相同之中文「萬家香」作為系爭
商標申請註冊，應非巧合所致，有仿襲據以評定商標之著名
聲譽，以獲取不正競爭利益之意圖，系爭商標之註冊申請自
屬商標法第58條第2項規定惡意之情形。

(六)商標被普遍使用於其他商品/服務之程度：

如前所述，以「萬家香」作為商標或商標之一部分而獲准註
冊者，幾乎皆屬參加人所有，是以，可知據以評定商標之中
文「萬家香」排他使用之程度高，其識別性或信譽被淡化的
可能性較高。

(七)系爭商標指定使用於第011類「烤肉爐、電烤盤、煎烤機、
串烤機、瓦斯點火器、蒸氣牛排烤架、烤肉用風箱、食物電
烘烤器、烤肉用鐵叉旋轉器、電動旋轉式烤肉器、爐架、電
煎烤器、烤爐用烤盤、烤肉用熔石塊、火把、瓦斯燈、瓦斯
爐、手電筒」部分商品與據以評定商標指定使用商品關聯性
高：

本件審酌據以評定商標經參加人長期使用於醬油商品，已廣
為國內相關事業或消費者所熟知，著名性高，且系爭商標與
據以評定商標構成近似程度極高，又據以評定商標之識別性
強並較為消費者所熟悉等相關因素判斷，系爭商標於其後指
定於烤肉時所使用之爐具、器具，或於戶外、野外烤肉時常

見使用之照明用具，核此等商品與據以評定商標著名之醬油調味品，皆為烤肉活動時會相互搭配使用，具密切關係，其此，前述部分商品申請註冊，應有可能使相關消費者誤認二商標所表彰之商品為同一來源，或二商標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。承上，系爭商標前述商品之註冊，自有前揭商標法第30條第1項第11款前段規定之適用。

(八)系爭商標指定使用於第004類「火種、木炭、木炭磚、無煙煤、點火用木片、點火用紙捻、木柴、易燃煤球、礦物燃料、瓦斯、酒精燃料、酥油燈、照明用酥油、照明用蠟、蠟燭、聖誕樹用蠟燭、液體燃料、氣體燃料、照明燃料、供照明用氣體」商品及第011類「水龍頭過濾器」部分商品，確有減損據以評定商標之識別性：

本件審酌二商標近似程度極高，又據以評定商標經參加人長期廣泛使用而為高度著名商標，識別性強，且未被普遍使用於其他商品/服務上等因素綜合判斷，系爭商標指定使用於上述商品，縱與據以評定商標著名於醬油商品之性質有所差異，市場也有區隔，然以據以評定商標具有高著名度仍有可能使消費者對商品來源產生獨特之聯想，則系爭商標如經核准註冊並於日後普遍被使用，將可能削弱據以評定商標於社會大眾心中之獨特印象之聯想，自難謂無致減損著名之據以評定商標之識別性之虞。承上，本件系爭商標上述商品之註冊，自有商標法第30條第1項第11款後段規定之適用。

七、綜上所述，系爭商標與據以評定商標均有相同之中文「萬家香」二字，且為消費者之寓目主要識別部分，經整體觀察，二商標之近似程度極高，又據以評定商標為著名商標，系爭商標指定使用之商品與據以評定商標指定使用之商品具有相互搭配使用之具密切關係及可能使消費者對商品來源產生獨特之聯想，據以評定商標予相關事業及消費者印象極為深刻，商標識別性強，據以評定商標顯係相關消費者較為熟悉之商標，據以評定商標之中文「萬家香」排他使用之程度

01 高，其識別性或信譽被淡化的可能性較高，原告申請系爭商
02 標註冊並非善意等因素，經綜合考量，堪認系爭商標之註冊
03 有致相關消費者誤認其商品與據以評定商標為同一來源，或
04 彼此間有關聯性，有致相關公眾混淆誤認之虞，或有減損著
05 名商標或標章之識別性或信譽之虞，是被告認系爭商標之註
06 冊有商標法第30條第1項第11款規定情形，所為系爭商標之
07 註冊應予撤銷之處分，並無違誤；訴願決定復駁回原告之訴
08 願，亦屬允洽。原告訴請撤銷原處分及訴願決定，即無理
09 由，應予駁回。

10 八、本件判決基礎已臻明確，兩造及參加人其餘攻擊防禦方法及
11 訴訟資料經本院斟酌後，核與判決結果不生影響，無逐一論
12 述之必要，併此敘明。

13 據上論結，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，判決如主文。

15 中 華 民 國 114 年 9 月 18 日

16 智慧財產第一庭

17 審判長法 官 汪漢卿

18 法 官 吳俊龍

19 法 官 曾啓謀

20 以上正本係照原本作成。

21 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
22 明上訴理由，其未表明上訴理由者，應於提起上訴後20日內
23 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
24 起上訴者，應於判決送達後20日內補提上訴理由書（均須按
25 他造人數附繕本）。

26 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，
27 逕以裁定駁回。

28 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
29 法第49條之1第1項第3款）。但符合下列情形者，得例外不
30 委任律師為訴訟代理人（同條第3項、第4項）。
31

得不委任律師	所需要件
--------	------

為訴訟代理人之情形	
(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。	

02 中 華 民 國 114 年 9 月 26 日
 03 書記官 丘若瑤
 04

附圖1 系爭商標

註冊第01820505號

申請日：民國105年4月14日

註冊日：民國106年1月16日

註冊公告日：民國106年1月16日

指定使用類別：

（第004類）

火種、木炭、木炭磚、無煙煤、點火用木片、點火用紙捻、木柴、易燃煤球、礦物燃料、瓦斯、酒精燃料、酥油燈、照明用酥油、照明用蠟、蠟燭、聖誕樹用蠟燭、液體燃料、氣體燃料、照明燃料、供照明用氣體。

（第011類）

烤肉爐、電烤盤、煎烤機、串烤機、瓦斯點火器、蒸氣牛排烤架、烤肉用風箱、食物電烘烤器、烤肉用鐵叉旋轉器、電動旋轉式烤肉器、爐架、電煎烤器、烤爐用烤盤、烤肉用熔石塊、火把、瓦斯燈、水龍頭過濾器、瓦斯爐、手電筒。

萬家香

附圖2 據以評定商標

註冊第187978號

申請日：民國70年11月26日

註冊日：民國71年9月1日

註冊公告日：民國71年10月16日

指定使用類別：

（第023類）

鹽、調味用醬、醋、調味品、油膏、糯米醋、烏醋、辣豆瓣醬、素蠔油、蕃茄醬、紅醋、烤肉醬、甜麵醬、海鮮醬、豆豉醬、甜辣醬、蠔油、味噌。



註冊第448955號

申請日：民國78年2月1日

註冊日：民國78年8月1日

註冊公告日：民國78年9月1日

指定使用類別：

(第021類)

鹽、醬、醋、調味品、油膏、糯米醋、烏醋、辣豆瓣醬、紅醋、烤肉醬、甜麵醬、海鮮醬、豆豉醬、甜辣醬、蠔油、味噌。

