

最 高 行 政 法 院 判 決

109年度上字第1170號

上 訴 人 和櫻記實業有限公司

代 表 人 黃奕穆

訴訟代理人 桂齊恒 律師

被 上 訴 人 經濟部智慧財產局

代 表 人 洪淑敏

參 加 人 和光工業股份有限公司

代 表 人 許吉欽

訴訟代理人 蔡億達 律師

上列當事人間商標異議事件，上訴人對於中華民國109年10月29日智慧財產法院109年度行商訴字第49號行政判決，提起上訴，本院判決如下：

主 文

上訴駁回。

上訴審訴訟費用由上訴人負擔。

理 由

一、事實概要：上訴人於民國106年8月24日以「和光及圖」商標，指定使用於當時商標法施行細則第19條所定商品及服務分類表第20類鏡子等商品，向被上訴人申請註冊。經被上訴人審查，准列為註冊第1898295號商標（下稱系爭商標，如原判決附圖所示）。之後參加人以系爭商標有違商標法第30條第1項第10款及第14款規定，對之提起異議。經被上訴人審查認系爭商標申請註冊有違商標法第30條第1項第14款規定，以108年11月27日中台異字第G01070310號商標異議審定

書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分（下稱原處分）。上訴人不服，循序提起行政訴訟，並聲明：撤銷原處分及訴願決定，經智慧財產法院（110年7月1日更名為智慧財產及商業法院，下稱原審）以109年度行商訴字第49號行政判決（下稱原判決）駁回其訴後，提起本件上訴。

二、上訴人起訴主張及被上訴人暨參加人於原審之答辯，均引用原判決所載。

三、原審斟酌全辯論意旨及調查證據之結果，以：(一)查參加人於異議階段檢送之附件證據資料可知，參加人現為全球最大自動烘手機製造商，所產製之烘手機產品歷年來獲得諸多獎項，並有報章雜誌等出版品予以報導，且參加人產品銷售範圍及於我國與全球80餘個國家，年營業額約達新臺幣（下同）3億6千萬元，並有諸多公益活動促進其企業形象及知名度。堪認於系爭商標申請註冊日（106年8月24日）前，參加人已廣為烘手機製造銷售相關事業及消費者所普遍認知，而達著名之程度。(二)系爭商標係由字體略經設計之中文「和光」及其左側四個兩兩並立之圓點設計圖所組成（如原判決附圖所示），是其圖樣上之中文「和光」與參加人之公司名稱特取部分「和光」幾近相同。(三)衡酌系爭商標含有參加人之法人名稱「和光」，而參加人於系爭商標申請註冊時已為著名法人，且系爭商標指定使用之「鏡子；化粧鏡；鍍銀玻璃（鏡子）；鏡磚；手持鏡子；衣架」商品，與參加人實際銷售之自動烘手機、給皂機等商品，均屬可裝設於衛浴空間而搭配使用之器具或設備，產製者及消費族群有重疊之處，且可能透過相同之行銷管道銷售，依一般社會通念及市場交易情形判斷，應具關連性等因素。縱如上訴人所陳其申請註冊系爭商標係出於善意，系爭商標之註冊客觀上仍有致相關公眾對其所表彰之商品來源與參加人產生聯想，或誤認上訴人與參加人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，而有混淆誤認之虞，故被上訴人認有商標法第30條

01 第1項第14款規定之適用，而作成原處分，尚無違誤等語，
02 判決駁回上訴人在原審之訴。

03 四、本院經核原判決駁回上訴人在原審之訴，於法並無違誤。茲
04 就上訴意旨，補充論斷如下：

05 (一)按異議商標之註冊有無違法事由，除第106條第1項及第3項
06 規定外，依其註冊公告時之規定，現行商標法第50條定有明
07 文。系爭商標之申請日為106年8月24日，註冊公告日為107
08 年2月16日，參加人於107年5月3日以據爭諸商標主張系爭商
09 標有違商標法第30條第1項第10款及第14款規定，對之提起
10 異議。案經被上訴人審查，認系爭商標有違商標法第30條第
11 1項第14款規定，而為異議成立之處分。本件註冊及異議審
12 定均在商標法101年7月1日施行後，無同法第106條第1項及
13 第3項規定之適用，故本件關於系爭商標是否有異議事由，
14 應否作成異議成立處分之判斷，應依系爭商標註冊公告時即
15 105年11月30日修正公布、105年12月15日施行之商標法為
16 斷。

17 (二)商標法第30條第1項第14款規定：「商標有下列情形之一，
18 不得註冊……十四、有著名之法人、商號或其他團體之名
19 稱，有致相關公眾混淆誤認之虞者。但經其同意申請註冊
20 者，不在此限。」本款規定所稱著名，指有客觀證據足以認
21 定已廣為相關事業或消費者所普遍認知者；法人、商號或其
22 他團體之名稱，指其特取名稱，亦為同法施行細則第31條及
23 第32條所規定。又所謂「特取部分」係指法人、商號或其他
24 團體成立時，取以為其名稱，以與他法人、商號或其他團體
25 相區別，而彰顯其獨特主體地位之稱謂。

26 (三)按證據之證明力如何或如何調查事實，事實審法院有衡情斟
27 酌之權，苟已斟酌全辯論意旨及調查證據之結果，而未違背
28 論理法則或經驗法則，自不得遽指為違法。經查，系爭商標
29 指定使用之「鏡子；化粧鏡；鍍銀玻璃（鏡子）；鏡磚；手
30 持鏡子；衣架」商品，與參加人實際銷售之自動烘手機、給
31 皂機等商品，均屬可裝設於衛浴空間而搭配使用之器具或設

01 備，產製者及消費族群有重疊之處，且可能透過相同之行銷
02 管道銷售，依一般社會通念及市場交易情形判斷，應具關連
03 性等因素，縱如上訴人所陳其申請註冊系爭商標係出於善
04 意，系爭商標之註冊客觀上仍有致相關公眾對其所表彰之商
05 品來源與參加人產生聯想，或誤認上訴人與參加人間存在關
06 係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，而有混淆誤
07 認之虞等情，業據原審論明，核無不合。原判決係依參加人
08 於異議階段檢送附件4-1中華民國對外貿易發展協會網頁與
09 專利列表、附件9參展資訊及附件12產品介紹等，認參加人
10 公司名稱，並記載參加人為亞洲地區自動化衛浴產品之主要
11 製造廠商，主要產品為烘手機、自動給皂機及自動芳香機
12 等，行銷世界多國。另依附件5-1及申證25-1與25-2獎牌、
13 獎狀及經濟日報102年11月8日報導「國家品牌玉山獎」得主
14 文章一則，可認參加人公司名稱及其「EcoTap檯面式烘手
15 機」、「環形高速烘手機」、「輕量高速烘手機」等產品於
16 98年、100年至103年、105年、106年獲得傑出SBIR創意獎、
17 「台灣精品獎」、「國家品牌玉山獎」、「金點設計獎」等
18 獎項。再依異議申證21-1參加人102年7月至106年8月營業額
19 統計表與申證21-2前揭統計期間之營業人銷售額與稅額申報
20 書，及申證26之105年4月至106年7月參加人出口報單、申證
21 27客戶信函及申證28-1與28-2產品裝設照片等，可見參加人
22 年營業額約3億6千萬元，自動烘手機等商品有銷售至英國、
23 美國及澳洲等國家及我國臺中國家歌劇院、京站等多個場
24 所。並參酌附件7-1之106年2月18日自立晚報「朱立倫訪台
25 灣精品大廠和光工業和多惠企業」報導及附件7-2及7-3朱立
26 倫臉書貼文及新北市政府市政新聞一則、附件11之99年12月
27 經濟部技術處出版之「超越雜誌」以「堅持研發朝烘手機龍
28 頭寶座大步邁進」為題之報導、申證24-1至24-3之99年經濟
29 部工業局編印之「贏在突破點 企業成功經驗分享輯」書籍
30 節錄、附件6及附件10感謝狀及報導等證據資料，可知，參
31 加人現為全球最大自動烘手機製造商，所產製之烘手機產品

歷年來獲得諸多獎項，並有報章雜誌等出版品予以報導，且參加人產品銷售範圍及於我國與全球80餘個國家，年營業額約達3億6千萬元，並有諸多公益活動促進其企業形象及知名度。綜此，堪認於系爭商標申請註冊日（106年8月24日）前，參加人公司已廣為烘手機製造銷售相關事業及消費者所普遍認知，而達著名之程度。業經原審依調查證據並斟酌全辯論意旨之結果依法認定，並詳述其得心證之理由，核與卷附證據相符，核與論理法則及經驗法則無違，難謂有判決不適用法規、適用法規不當或判決不備理由之違法。原判決亦就上訴人在原審主張參加人以出口行銷為主，且商品上未標示其公司名稱，不能以該等事證認我國相關事業及消費者對參加人公司名稱已有普遍認知乙節，如何不足採之論證取捨等事項，於理由中詳為論斷，並無判決理由不備之違法。原判決據以維持原處分，依上說明，並無不合。上訴意旨主張「烘手機」商品與「衛浴設備」商品本非屬同一或類似商品，參加人若在烘手機商品獲得獎項，亦不得據此推論其於衛浴、家庭設備商品如鏡子、衣架等亦已為消費者所熟悉。參加人即使於101年「微小型企業—亮點企業獎」與103年「因產學合作」獲得「產學融合菁英表率」，其與法人名稱是否已達「著名」程度，亦無明顯關聯性。參加人雖提供報章雜誌，惟並無行銷數量、發行地區之相關資料可相互佐證，如何僅以寥寥可數之1篇新聞報導、1本「超越雜誌」與1本「贏在突破點」書籍之介紹，即認定已臻著名且廣為相關事業或消費者普遍認知？參加人一年在臺灣僅銷售3600至7200臺烘手機，臺灣消費者認知此一公司之比例明顯有限，又如何可逕認係臺灣地區著名法人？參加人之「FASTDRY」烘手機商品即使已銷售至海外，具有一定之市占率，充其量僅能認定「FASTDRY」商標於其行銷範圍中，已為相關消費者所知悉，卻不能以此逕謂參加人之法人名稱在我國已達著名程度。原判決以參加人之「烘手機」商品獲得獎項，且商品主要銷售至國外地區，即認定參加人在「衛浴設備商品」

01 具有相當知名度，為臺灣相關同業及消費者所熟知，有違經
02 驗法則及理由不適用法規之違背法令云云，無非就原審取捨
03 證據、認定事實之職權行使，任意指摘原判決有違背法令情
04 事，以及就原判決已詳予論斷者，泛言未論斷，實不足
05 採。

06 (四)所謂判決理由矛盾，指判決所載理由前後牴觸或判決主文與
07 理由不符之情形而言。查原判決論明：縱與上訴人交易、合
08 作之廠商聲明自70幾年起，持續向上訴人購買「和光」、
09 「和光HOCO」及「HOCO」商標之衛浴相關商品，渠等雖向上
10 訴人採購商品多年，對於其交易之上訴人公司及商標商品不
11 陌生，不會與參加人公司名稱產生混淆誤認，然不能排除上
12 述以外之其他相關業者、消費者仍有產生混淆誤認之虞等
13 語，核無理由矛盾之情事。上訴人主張原判決認上訴人已長
14 期銷售「和光」、「和光HOCO」及「HOCO」商標之衛浴相關
15 商品予合作廠商，該合作廠商對於上訴人之商標商品不陌
16 生，不會與參加人公司名稱產生混淆誤認，足證上訴人商標
17 商品在實際交易市場上已具有相當知名度，且為相關同業及
18 消費者所熟悉，惟在判決書第25頁第11行又謂「不能排除上
19 述以外之其他相關業者、消費者仍有產生混淆誤認之虞」，
20 顯不符經驗及論理法則，判決理由前後矛盾云云，並無可
21 採。

22 (五)綜上所述，原判決駁回上訴人於原審之訴，並無違誤，上訴
23 論旨仍執前詞，指摘原判決違背法令，求予廢棄，為無理
24 由，應予駁回。

25 五、據上論結，本件上訴為無理由。依智慧財產案件審理法第1
26 條及行政訴訟法第255條第1項、第98條第1項前段，判決如
27 主文。

28 中 華 民 國 111 年 3 月 3 日

29 最高行政法院第四庭

30 審判長法 官 胡 方 新

31 法 官 陳 國 成

01 法 官 蕭 惠 芳
02 法 官 曹 瑞 卿
03 法 官 林 惠 瑜

04 以 上 正 本 證 明 與 原 本 無 異
05 中 華 民 國 111 年 3 月 3 日
06 書記官 林 郁 芳