

01 最 高 行 政 法 院 判 決

02 113年度上字第560號

03 上 訴 人

04 即原審原告 大陸地區小米科技有限責任公司

05 代 表 人 雷軍

06 訴訟代理人 蔣文正 律師

07 江郁仁 律師

08 上 訴 人

09 即原審參加入 藍點數位科技有限公司

10 代 表 人 卓政賢

11 訴訟代理人 陳健 律師

12 上 訴 人

13 即原審被告 經濟部智慧財產局

14 代 表 人 廖承威

15 上列當事人間商標異議事件，對於中華民國113年5月30日智慧財
16 產及商業法院112年度行商訴字第61號行政判決不利於其部分，
17 當事人各自提起上訴，本院判決如下：

18 主 文

19 一、原判決關於註冊第2194007號「」商標指定使用於「電器
20 用品零售批發、電信器材零售批發、電腦周邊配備零售批
21 發」服務以外部分，及該部分訴訟費用均廢棄。

22 二、上開廢棄部分，上訴人大陸地區小米科技有限責任公司在第
23 一審之訴駁回。


24 三、上訴人藍點數位科技有限公司、經濟部智慧財產局其餘上訴
25 駁回。

01 四、上訴人大陸地區小米科技有限責任公司上訴駁回。

02 五、廢棄部分第一審及上訴審訴訟費用由上訴人大陸地區小米科
03 技有限責任公司負擔，駁回部分上訴審訴訟費用由上訴人大
04 陸地區小米科技有限責任公司、藍點數位科技有限公司各自
05 負擔。

06 理 由

07 一、上訴人藍點數位科技有限公司（下逕稱藍點公司）前於民國
08

110年7月19日以  指定使用於原判決附圖1所示「戶外廣
09 告」等服務，向上訴人經濟部智慧財產局（下逕稱智慧局）
10 申請註冊，智慧局於111年1月1日公告核准註冊第2194007號
11 商標（下稱系爭商標）。嗣上訴人大陸地區小米科技有限責
12 任公司（下逕稱小米公司）以系爭商標之註冊有商標法第30
13 條第1項第10款、第11款及第12款規定情形，提起異議，經
14 智慧局以112年4月27日中台異字第G01110193號商標異議審
15 定書為「異議不成立」之處分（下稱原處分）。小米公司不
16 服，循序提起行政訴訟，並聲明：原處分及訴願決定均撤
17 銷。嗣於訴訟中，依智慧財產案件審理法第70條第1項規
18 定，就上開撤銷事由提出原判決附圖2編號3至9據以異議商
19 標（附圖2編號1至9商標，下合稱據以異議商標，附圖2編號
20 1至6商標，下合稱據以異議註冊商標）為新證據，並追加聲
21 明：智慧局應撤銷系爭商標。經原審判決：(一)訴願決定及原
22 處分關於系爭商標指定使用於如附表1所示服務異議不成立
23 部分均撤銷，(二)上開撤銷部分，智慧局應作成系爭商標指
24 使用於如附表1所示服務部分異議成立撤銷註冊之處分，(三)
25 小米公司其餘之訴駁回。小米公司及藍點公司均不服，分別
26 提起本件上訴。

27 二、小米公司起訴主張及智慧局、藍點公司在原審答辯，引用原
28 判決之記載。

29 三、原審斟酌全辯論意旨及調查證據之結果，以：

30 (一)系爭商標之外文整體為「MiFanLife」、中文文字為「米粉
31 生活」及橘色底圖，整體文圖組合印象，與據以異議註冊商

01 標相較，兩商標整體於外觀、觀念及讀音上均易於區辨，近
02 似之程度不高。系爭商標指定使用之服務與據以異議註冊商
03 標之部分服務相較，皆屬廣告行銷、商品經銷、行情或價格
04 等相關資訊、提供綜合性商品零售批發、電腦相關用品零售
05 批發、會計帳務、企業及工商管理協助、公關顧問、自動售
06 貨販賣機或貨架出租等相關服務，其所提供之服務性質、內
07 容或目的，在滿足消費者的需求上以及服務提供者、行銷管
08 道或場所、消費族群等因素上，具有共同或關聯之處，核屬
09 同一或類似程度不低之服務。系爭商標與據以異議註冊商標
10 均與其所指定使用之服務間並無明顯直接關聯，未傳達服務
11 的相關資訊，應各具相當識別性。綜合考量系爭商標與據以
12 異議註冊商標近似程度不高，各具相當識別性，惟衡酌第三
13 人以外文「MI」、「米」作為商標或起首部分而於第35類服
14 務獲准註冊者所在多有，消費者並不會誤認系爭商標與據以
15 異議註冊商標來自同一來源，或誤認其來自雖不相同但有關
16 聯之來源，而產生混淆誤認之虞，故系爭商標之註冊無商標
17 法第30條第1項第10款規定之適用。

18 (二)依小米公司所提出使用據以異議商標之新聞報導資料、廣告
19 或活動網站頁面截圖、宣傳活動照片等證據多無日期可稽，
20 或活動日期、列印日期晚於系爭商標申請日，縱使有部分資
21 料日期早於系爭商標申請日，惟使用行銷時間不長，且整體
22 數量尚屬有限，無法得知其銷售情形、商品或服務之銷售數
23 量及營業額、市場占有率、據以異議商標之價值、知名度、
24 相關事業或消費者熟悉之程度為何，尚難認系爭商標申請
25 時，據以異議商標業經小米公司大量使用並已為我國相關事
26 業或消費者熟知而臻著名之有利論據，系爭商標之註冊無商
27 標法第30條第1項第11款規定之適用。

28 (三)小米公司有先使用原判決附圖2編號1、3至5、7至9之據以異
29 議商標，並將該等商標互相搭配使用，足以形成系列商標之
30 印象，且系爭商標與本判決附圖2編號7至9之商標，皆採用
31 橘底白字為其識別設計，兩者於外觀、觀念、讀音上近似程

01 度高，據以異議商標編號1、3至5及編號7至9係使用於手
02 機、行動電源等商品，與系爭商標指定使用於原判決附表1
03 所示服務，屬同一或類似服務，與系爭商標指定使用於原判
04 決附表2所示服務，非屬同一或類似服務。又藍點公司即系
05 爭商標之申請人，因係小米公司之競爭同業知悉據以異議商
06 標存在，意圖仿襲而申請註冊。因此，系爭商標指定使用於
07 如附表1所示服務部分違反商標法第30條第1項第12款之規
08 定，至於系爭商標指定使用於如附表2所示服務部分則未違
09 反商標法第30條第1項第12款之規定等語為據，認為原處分
10 就系爭商標指定使用於如附表1所示服務部分為異議不成立
11 之處分，且訴願決定予以維持，尚有未洽，故將此部分撤
12 銷，並命智慧局就系爭商標指定使用於附表1所示部分服務
13 之註冊，為異議成立撤銷註冊之處分，並駁回小米公司其餘
14 之訴。

15 四、本院按：

16 (一)商標法第30條第1項第10款、第11款規定：「商標有下列情
17 形之一，不得註冊：……十、相同或近似於他人同一或類似
18 商品或服務之註冊商標或申請在先之商標，有致相關消費者
19 混淆誤認之虞者。……十一、相同或近似於他人著名商標或
20 標章，有致相關公眾混淆誤認之虞，或有減損著名商標或標
21 章之識別性或信譽之虞者。……」判斷兩商標有無混淆誤認
22 之虞，應參酌：(1)商標識別性之強弱；(2)商標是否近似暨其
23 近似之程度；(3)商品、服務是否類似暨其類似之程度；(4)先
24 權利人多角化經營之情形；(5)實際混淆誤認之情事；(6)相關
25 消費者對各商標熟悉之程度；(7)系爭商標之申請人是否善
26 意；(8)其他混淆誤認之因素等，綜合認定是否已達有致相關
27 消費者產生混淆誤認之虞。所稱「著名商標」，係指有客觀
28 證據足以認定已廣為相關事業或消費者所普遍認知者。

29 (二)本件關於系爭商標與據以異議註冊商標於外觀繁簡有別，觀
30 念及讀音上差異顯然，故兩造商標近似程度不高，兩造商標
31 指定使用之部分服務，雖皆屬廣告行銷、商品經銷、行情或

01 價格等相關資訊、提供綜合性商品零售批發、電腦相關用品
02 零售批發、會計帳務、企業及工商管理協助、公關顧問、自
03 動售貨販賣機或貨架出租等相關服務，於性質、內容或目
04 的，在滿足消費者的需求上以及服務提供者、行銷管道或場
05 所、消費族群等因素上，具有共同或關聯之處，核屬同一或
06 類似程度不低之服務，惟兩造商標各自具相當識別性，並衡
07 酌第三人以外文「MI」、「米」作為商標或起首部分而於第
08 35類服務獲准註冊者所在多有，消費者並不會僅因商標圖樣
09 含有「MI」、「米」即誤認系爭商標與據以異議註冊商標來
10 自同一來源，或誤認其來自雖不相同但有關聯之來源，而產
11 生混淆誤認之虞。另依小米公司所提出使用據以異議商標之
12 新聞報導資料、廣告或活動網站頁面截圖、宣傳活動照片等
13 證據多無日期可稽，或活動日期、列印日期晚於系爭商標申
14 請日，縱使有部分資料日期早於系爭商標申請日，惟使用行
15 銷時間不長，且整體數量尚屬有限，無法得知其銷售情形、
16 商品或服務之銷售數量及營業額、市場占有率、據以異議商
17 標之價值、知名度、相關事業或消費者熟悉之程度為何，尚
18 難認系爭商標申請時，據以異議商標業經小米公司大量使用
19 並已為我國相關事業或消費者普遍認知而臻著名等情，業據
20 原判決論明，經核與卷內證據相符，亦未違經驗法則或論理
21 法則，原判決認定系爭商標之註冊，並未違反商標法第30條
22 第1項第10款及第11款前段之規定，核無不合。小米公司上
23 訴意旨主張：據以異議商標「米粉」、「米粉節」已為消費
24 者所熟知而達著名商標之程度，原審僅憑少數資料所列日期
25 晚於系爭商標申請日或屬於小米公司之私人文書而否定上開
26 商標為著名商標，違反商標法第30條第1項第11款著名商標
27 保護審查基準，又上開商標既為消費者所熟知，自應降低其
28 他混淆誤認判斷因素之要求，系爭商標與據以異議商標間混
29 淆誤認之可能性即更高，況據以異議商標之「MI」、「xiao
30 mifans」與系爭商標之外文「MiFan」相較，二者整體外文
31 組成均係以外文「MI」為設計發想之文字組合，易致消費者

01 產生兩造商標為系列商標之聯想，系爭商標與據以異議商標
02 指定使用於同一或高度類似之服務，原判決認系爭商標指定
03 使用於原判決附表2服務部分，並未違反商標法第30條第1項
04 第10、11款規定，有違背經驗法則及適用法規不當之違背法
05 令，並非可採。

06 (三)商標主要功能在於使消費者識別商品或服務來源，商標使用
07 係指使用人基於行銷之目的，於客觀上在國內有積極使用商
08 標於指定之商品或服務之行為（商標法第5條規定之使用情
09 形），足使相關消費者認識為指示商品或服務之來源，而得
10 與他人之商品或服務相區別。經查，原審係依小米公司所提
11 出西元2018年至2023年「米粉」及「米粉節」之新聞報導資
12 料、官方網站上架設之「米粉節」活動專屬頁面、「米粉
13 節」實體宣傳活動照片資料等證據，而認小米公司陸續在各
14 大電商平台推出之上開促銷活動及相關服務，對於臺灣消費
15 者而言，「米粉」一詞除作為消費者為小米公司品牌愛用者
16 之稱呼外，更有指向其商品為小米公司所提供之單一識別
17 性，且上開媒體文章及官方網站頁面確有標示有「米粉節」
18 文字，並以醒目的粉紅色放大字體為宣傳，均足以認定係基
19 於行銷商品或服務之目的而使用，有使用商標之客觀行為，
20 且足以使相關消費者認識其為商標等情，已詳述其得心證理
21 由，經核與卷內證據相符，並無違誤，藍點公司上訴主張依
22 小米公司所提出使用「米粉」、「米粉節」等文字之事證，
23 並非商標使用，原判決有違反論理、經驗法則及不備理由之
24 違背法令云云，核無足取。

25 (四)依商標法第30條第1項第12款規定：「商標有下列情形之
26 一，不得註冊：……十二、相同或近似於他人先使用於同一
27 或類似商品或服務之商標，而申請人因與該他人間具有契
28 約、地緣、業務往來或其他關係，知悉他人商標存在，意圖
29 仿襲而申請註冊者。但經其同意申請註冊者，不在此限。」
30 從而，適用本款之要件，包括：(一)相同或近似於他人先使用
31 之商標。(二)使用於同一或類似商品或服務。(三)申請人因與他

01 人間具有契約、地緣、業務往來或其他關係，知悉他人商標
02 存在。(四)未經他人同意申請註冊。(五)須基於仿襲之意圖而申
03 請註冊。所謂「近似於他人先使用之商標」，係指具有普通
04 知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，經異時異地
05 隔離觀察，有可能誤認標示系爭商標及先使用商標之商品或
06 服務係來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，倘消費者
07 不致產生同一或關聯來源之誤認，即難謂有何剽竊襲用他人
08 先使用商標之情事。其次，判斷是否「使用於同一或類似商
09 品或服務」時，須確定先使用商標為何，繼而確定先使用商
10 標所使用之商品或服務，方能依本款正確判斷意圖仿襲而申
11 請註冊之商標，是否使用於同一或類似商品或服務。又商標
12 使用於服務，是指為他人提供勞務，將商標用在所提供服務
13 營業上的相關物品，或將商標用於與服務有關之商業文書或
14 廣告，或利用數位影音、電子媒體、網路或其他媒介物等方
15 式，以促銷其服務，如商標所提供服務僅係銷售自己之商
16 品，而非為他人提供勞務，縱係於商業交易過程使用，足以
17 使相關消費者認識其為商標，亦難認該商標係使用於服務。

18 (五)經查，系爭商標與據以異議註冊商標之外觀繁簡有別，觀念
19 及讀音上差異顯然而易於區辨，相關消費者並不會僅因系爭
20 商標與據以異議註冊商標均含有「MI」、「米」即誤認係來
21 自同一來源或有關聯之來源，業如前述，則原判決以據以異
22 議註冊商標所使用商品與系爭商標所指定使用之服務，判斷
23 是否「使用於同一或類似商品或服務」，依上開說明，即有
24 適用法規不當之違背法令。惟小米公司於系爭商標申請日
25 (110年7月19日)前確有行銷使用原判決附圖2編號7至9據
26 以異議商標(下合稱先使用商標)，且系爭商標與先使用商
27 標近似程度高，先使用商標係用於手機、空氣淨化器、智慧
28 家庭組合、藍牙自拍桿、耳機、液晶手寫板等商品，與系爭
29 商標指定使用之「電器用品零售批發、電信器材零售批發、
30 電腦周邊配備零售批發」服務，核屬類似之商品、服務，另
31 依藍點公司於104人力銀行所刊登徵才公告，其在公司介紹

01 欄位聲稱：該公司成立於2013年，是販售小米旗下3C家電周
02 邊商品代理通路商，且於實體店面及官方網站均以販售據以
03 異議商標之「MI」、「小米」商標之家電生活產品為主要營
04 業項目，惟該公司並非小米公司商品在臺灣之合法代理商等
05 情，為原審確定之事實，原判決據以認定藍點公司於申請註
06 冊系爭商標時已知悉先使用商標存在，顯有仿襲之惡意而申
07 請註冊系爭商標，因此系爭商標指定使用於原判決附表1所
08 示「電器用品零售批發、電信器材零售批發、電腦周邊配備
09 零售批發」服務部分違反商標法第30條第1項第12款之規
10 定，指定使用於原判決附表2所示服務部分並未違反商標法
11 第30條第1項第12款之規定，於法並無不合。藍點公司上訴
12 主張系爭商標與據以異議商標之「米粉」、「米粉節」、
13 「白色字體mi搭配底色橘色」相較，兩者整體於外觀、觀
14 念、讀音上均容易區辨，原審未就兩造商標整體觀察判斷，
15 原判決有不備理由之違背法令云云，並非可採。至小米公司
16 雖有利用電子媒體及網路行銷上開先使用商標之商品，然其
17 僅係銷售自己之商品，而非對他人提供勞務，依上開說明，
18 尚難認其有將先使用商標使用於原判決附表1所示「電器用
19 品零售批發、電信器材零售批發、電腦周邊配備零售批發」
20 以外服務，原判決認系爭商標指定使用於原判決附表1所示
21 「電器用品零售批發、電器用品零售批發、電腦周邊配備零
22 售批發」以外服務部分，依上開說明，有適用法規不當之違
23 背法令。藍點公司上訴意旨主張小米公司使用「米粉」、
24 「米粉節」僅係為促銷其自身產品，不屬於為他人提供勞務
25 之範疇，違反商標法第30條第1項第12款規定，即屬有據。

26 五、綜上，原判決關於系爭商標並未違反商標法第30條第1項第1
27 0、11款規定，及系爭商標指定使用於原判決附表2所示服務
28 部分未違反商標法第30條第1項第12款規定部分，認事用法
29 並無不合，小米公司及藍點公司上訴論旨，仍執前詞，指摘
30 原判決此部分違背法令，求予廢棄，為無理由，應予駁回。
31 然原判決判命訴願決定及原處分關於系爭商標指定使用於附

01 表1所示服務異議不成立部分均撤銷，命智慧局應作成系爭
02 商標指定使用於附表1所示服務部分異議成立撤銷註冊之處
03 分，除「電器用品零售批發、電信器材零售批發、電腦周邊
04 配備零售批發」服務外，依前開規定及說明，容有未洽，藍
05 點公司就此部分提起上訴，請求廢棄，為有理由，自應將原
06 判決此部分廢棄，並駁回小米公司在第一審之訴。

07 六、據上論結，藍點公司、智慧局之上訴為一部有理由、一部無
08 理由，小米公司之上訴為無理由。依智慧財產案件審理法第
09 2條、行政訴訟法第255條第1項、第256條第1項、第259條第
10 1款、第98條第1項前段、第104條、民事訴訟法第85條第1項
11 但書，判決如主文。

12 中 華 民 國 114 年 4 月 9 日

13 最高行政法院第一庭

14 審判長法官 胡 方 新

15 法官 陳 文 燦

16 法官 李 玉 卿

17 法官 張 國 勳

18 法官 林 欣 蓉

19 以 上 正 本 證 明 與 原 本 無 異

20 中 華 民 國 114 年 4 月 9 日

21 書記官 張 玉 純