智慧財產法院行政判決

107年度行商訴字第62號

原　　告　許逸香
訴訟代理人　謝宗穎律師
複 代理 人　吳信璋律師
被　　告　經濟部智慧財產局
代　表　人　洪淑敏（局長）
訴訟代理人　孫重銘
參　加　人　立大綠能股份有限公司
代　表　人　蔡坤進（董事長）

上列當事人間因商標異議事件，原告不服經濟部中華民國107年5月18日經訴字第10706304950 號訴願決定，提起行政訴訟，並經本院裁定命參加人獨立參加被告之訴訟，本院判決如下：

主　文

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

一、事實概要：

原告前於民國104年11月11日以「i'Meier」商標，指定使用於商標法施行細則第19條所定商品及服務分類表第11類之「電熱水瓶；飲水機；開飲機；開水機；熱水器；浴室用熱水器；電熱水器；保暖器；電暖器；電暖爐」商品，向被告申請註冊，經被告核准列為註冊第0000000 號商標（下稱系爭商標，如附圖一）。嗣參加人於105 年10月14日以系爭商標有違商標法第30條第1 項第10款之規定，對之提起異議。案經被告審查，認系爭商標有違前揭商標法規定，以106 年12

月29日中台異字第G00000000 號商標異議審定書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分。原告不服，提起訴願，經經濟部於107年5月18日以經訴字第10706304950 號決定書為「訴願駁回」之決定，原告仍未甘服，遂向本院提起行政訴訟。因本院認本件判決之結果，倘認訴願決定及原處分均應予撤銷，將影響參加人之權利或法律上之利益，爰依職權命參加人獨立參加本件被告之訴訟。

二、原告主張：

（一）本件相關消費者之注意程度應較高，且兩商標之外觀、字數及讀音均不近似：

1、本件相關消費者之注意程度較高：

⑴兩商標均指定使用於第11類電熱水瓶等商品，系爭商標所提供之商品為高單價之商品，其相關消費者應多為專業人士或社經地位較高者，渠等之注意程度應較普通日常用品之相關消費者為高，其對兩商標間之差異辨識能力亦較為強大，不易產生近似之印象。

⑵被告對兩商標之外觀近似之比對，未遵照商標法逐條釋義及混淆誤認審查基準之觀察方法比對，僅刻意抓出兩商標共通之元素進行比對即稱構成中度近似，經濟部未實際比較兩商標讀音，僅因兩商標皆為三音節，即認讀音相彷彿，亦不足採。

2、兩商標整體外觀、字數均無近似：

⑴系爭商標（原證4）：

系爭商標係由6 個英文字母組成，且在「i」與「M」之間以一個綠葉圖形將其字母隔開，使其綠葉圖形顯得相當突出明顯，是系爭商標整體外觀最醒目之處，一般相關消費

者應會特別注意該部分。

⑵據以異議商標（原證5）：

據以異議商標係以5個英文字母組合而成，在ｉ後面直接接續著Miro，最後在ｏ的上方加上一個「ˊ」符號。

⑶兩商標整體設計意匠不同：

整體觀察而言，兩商標字母數量不同，且系爭商標為有圖樣設計（樹葉設計）之商標，與據以異議商標為純文字商標不同，整體設計意匠不同。

⑷參泓創綠能股份有限公司官方網頁（原證9 ，此為原告授權使用系爭商標之公司，下稱泓創公司），系爭商標於實際使用，綠色樹葉設計更凸顯整體環保、永續之設計意匠。

⑸兩商標整體給消費者之印象顯然不同：

退步言之，若認系爭商標樹葉設計佔整體商標比例甚小而可能認僅為一符號，惟該符號亦突顯兩商標之不同，蓋我國自國小即實施英文教育，國人對英文的熟悉不低於臺語等母語，加上十幾年來各種外國品牌進駐臺灣，多是使用英文拼音，如「Uniqulo」、「H&M」等，系爭商標若將樹葉設計當成符號，其為英文符號中之「撇號」，為縮寫詞（原證10），予消費者之整體印象為系爭商標應為英文類字詞，而據以異議商標之「ˊ」符號則為拉丁語系標示重音的「尖音符」（原證11），予消費者印象為據以異議商標非英文類之字詞，可能認為是葡萄牙或西班牙等國家之字詞，故整體給消費者之印象顯然不同。

⑹兩商標無構成外觀近似之可能：

系爭商標具突出顯著及高度識別性之樹葉設計，為系爭商

標之顯著部分；而據以異議商標全部為文字設計，加上近十年來蘋果公司iphone手機、ipad 平板等之流行，以「i」開頭之商標其「i 」部分已類似通用名稱，僅代表此類商品為新穎、智慧之描述，而非可指稱特定來源之具識別性部分，故據以異議商標「iMiro 」影響消費者的主要印象部份應為後面的「Miro」，而若本院認樹葉設計並非系爭商標之主要部分，則依此論理，系爭商標之主要部分亦為「Meier」，而「Meier」與「Miro」僅開頭同為 M，其餘在字母數量、類型皆不相同，自無構成外觀近似之可能。故不論是「樹葉設計」與「Miro 」之比較，或「Meier」與「Miro」之比較皆不相同，則兩商標不論就整體觀察或主要部分之比較皆不相同，自不構成商標外觀之近似。

⑺被告或欲稱「iMiro 」商標之顯著部分為「iM」開頭之部分，惟此以違反前揭「商標法逐條釋義」、「混淆誤認之虞審查基準」對整體觀察及主要部分之判斷，且據以異議商標之商標權人即參加人僅就「iMiro 」申請註冊公告，並在原告系爭商標於105年7 月16註冊公告後，方又於105年9月30日以與系爭商標幾乎相同之「i'Meier」提出商標申請（原證12），其顯無以「iM」開頭之字詞作為表彰其商品或服務來源之意，故無法讓消費者認識i與M就代表來自於參加人公司的商標。

⑻是就兩商標而言，以具有普通知識經驗之消費者，於實際交易時縱施以一般之注意，亦應可分辨兩商標之商品或服務並非來自同一來源之系列商品或服務，或兩者間並無關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，自無混淆誤認之虞，本件相關消費者會施以更高之注意，更無混淆

誤認之虞之可能，故兩商標自不構成近似。

3、兩商標讀音並無近似：

系爭商標發音係採德文發音，讀音近似於「埃邁歐、埃邁爾」；據以異議商標之讀音乃是念成「ai'miro 、埃密羅」，兩商標雖皆是以「埃」讀音開頭，惟第二音節，系爭商標最後為開口的「邁」讀音，而據以異議商標則為嘴型合成一直線的「密」讀音，第二音節發音顯然不同；第三音節系爭商標為捲舌的「爾」音，據以異議商標則為嘴巴形成O 型的「羅」讀音，第三音節也顯然不同，故兩商標之發音、嘴型截然不同，縱相關消費者於異時異地隔離觀察、連貫唱呼兩商標之外文，以具有普通知識經驗之消費者，於實際交易時縱施以一般之注意，亦應可區辨，故兩者確無近似之處。

4、兩商標意義不同：

如原告於商標異議階段陳述，系爭商標之「Meier 」為德國姓氏，並代表此人很有意思；而「iMiro 」之「Miro」為義大利文，兩者意義顯然不同。

5、綜上所述，兩商標無論從外觀、字型、讀音或意義均無近似之情，自無違反商標法第30條第1項第10款規定。

（二）據以異議商標並無使用事證，原告已對其提出商標廢止，且原告投入大量資源行銷系爭商標，其較據以異議商標更為相關消費者所熟悉，應給予系爭商標較大之保護：

1、據以異議商標並無使用事證，或至少繼續停止使用已滿 3 年，原告已對其提出商標廢止申請（原證13），被告並未就據以異議商標是否為相關消費者所熟悉為舉證，而原告於系爭商標註冊後，曾多次參加國內外各項展覽（原證 7

），且有實際銷售之情，已為相關消費者所熟悉。

2、原告除於國內註冊系爭商標外，亦於中國註冊系爭商標獲准（原證14），且原告投注大量資源行銷，更多次參加國內外大型展覽（原證7），如於106年8月3日至8月5日至中國參加上海日用品展（原證15）之證明，故綜合前開使用證據，可證明系爭商標更廣為相關消費者所熟悉，且據以異議商標實際並未使用、或至少繼續停止使用已滿3 年，相關消費者實際上並不會與其構成混淆誤認之虞，故被告於原處分之認定實有違誤，並不可採。

（三）原告就系爭商標之註冊顯屬善意：

原告雖曾任職於參加人公司，但任職期間為103 年10月至104年6月份，僅有短短8個月，而據以異議商標係於103年3 月17日提出商標之申請，原告任職參加人公司之前，據以異議商標已完成設計及申請，且系爭商標係原告委請專業設計公司設計數款商標，最後選用之結果，原告並未承辦據以異議商標申請商標登記，況兩商標本不相同或近似，原告據此進行商標申請，自始即為善意申請。原訴願決定竟稱原告曾任職據以異議商標之商標權人公司，而不可能不知據以異議商標之存在等語，逕認原告申請系爭商標註冊顯非屬善意等語，顯屬臆測、率斷。

（四）其他混淆誤認之因素：

1、系爭商標係原告以其投資之公司泓創公司之英文名稱（IMEIER GREEN TECHNOLOGY CO., LTD）（原證16）首字作為商標申請，並授權泓創公司使用，在原告及泓創公司宣傳、參與展覽會之場合，除系爭商標外，亦會出現泓創綠能股份有限公司及IMEIER GREEN TECHNOLOGY CO., LTD之

公司中英文名稱，故對消費者而言，其接觸標示系爭商標之產品，皆會認其係源自泓創公司（IMEIER），而不會與參加人公司有所混淆誤認。

2、原告於檢索申請人申請商標列表時發現，系爭商標於 105年7 月16日核准公告，參加人公司於同年10月14日提出異議前，已於9月30日先以與系爭商標完全相同之「i'Meier」提出商標申請（原證17），顯然係想藉異議程序撤銷系爭商標後，以少許的商標申請費聲請同樣商標取代系爭商標，而直接掠奪原告花費大量資金經營建立之系爭商標品牌形象。若真如被告所言據以異議商標已較系爭商標更廣為消費者所認知，何以參加人公司不繼續經營其擁有之據以異議商標，反而投機以此手段欲掠取原告系爭商標建立之良好形象及商譽？此舉甚難謂參加人公司係為權利之正當行使，且足可反證系爭商標較據以異議商標更廣為消費者所認知，應受較大之保護。

（五）聲明：訴願決定、原處分均撤銷。

三、被告抗辯如下：

（一）系爭商標有商標法第30條第1項第10款本文規定之適用：

1、商標是否近似暨其近似之程度：

兩商標相較，兩者皆為由小寫字母「i 」作為字首，其後接「M 」開頭外文組成，且兩商標外文上皆另標示同往右側之葉子或符號，組成元素相似，整體予消費者印象雷同，且「iMeier」與「iMiro」均為3個音節，其讀音亦相彷彿，以具有普通知識經驗之消費者，交易時施以普通之注意，可能會誤認二者來自相同或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成中度近似之商標。至原告所稱系爭商標之設計

理念源自智慧生活、葉子圖形及德國姓氏一節縱然屬實，然商標之創意來源及其意義則非相關消費者得藉客觀上商標圖樣之外觀形式所能知悉，故判斷商標是否近似，僅就商標客觀上所呈現予消費者之圖樣為依據，並不涉及所有人主觀之心理因素，是尚難以其所述，逕認兩商標截然有別。

2、商品是否類似暨其類似之程度：

系爭商標指定使用之「電熱水瓶；飲水機；開飲機；開水機；熱水器；浴室用熱水器；電熱水器；保暖器；電暖器；電暖爐」商品，與據以異議商標指定使用之「電壺；電火鍋；電咖啡機；泡茶專用之自動給水茶具機；烤麵包機；電扇；電子鍋；電熱水瓶；冷風扇；水冷扇；電蒸鍋；家用製麵包機；電壓力鍋；飲水機；開飲機」商品相較，兩者皆為電器類商品，於功能、用途、行銷管道及產製主體等因素上具有共同或關聯之處，應屬構成相當程度類似之商品。

3、商標識別性之強弱：

據以異議商標之外文「Miro」，固係源自西班牙畫家之姓氏，且義大利文有讚嘆與驚喜之意，雖係具有特定涵義的字彙，惟其前面尚有「i 」字母，且與其指定使用電壺等商品間無關聯性，消費者會直接將其視為指示及區辨來源之標識，自堪認據以異議商標具有相當識別性。

（二）本件衡酌兩商標中度近似，所指定使用之商品構成相當程度之類似關係，據以異議商標具有相當識別性等因素，復參酌參加人所送105年10月14日附件1及106年3月9日附件4，可知原告於系爭商標申請前之104年6月間，仍為參加人

之員工，對參加人所生產之家電相關商品應屬熟稔，不可能不知據以異議商標之存在，尚難僅憑原證8之電子郵件而否認其已於系爭商標申請註冊前知悉據以異議商標存在之情事，而據被告商標檢索資料，可知參加人僅以「iMiro」於被告註冊本案據以異議商標及第00000000號商標，分別指定使用於第11、12類商品，而原告則亦申請註冊於第11、12類商品，以原告曾為參加人員工，復以近似之外文「i'Meier 」申請註冊於相同類別商品之情事，依一般經驗法則判斷，其系爭商標之申請顯非偶然之巧合，將上開各項因素綜合判斷，系爭商標之註冊，應有使相關消費者誤認二商標之商品為同一來源，或者誤認二商標之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，而產生混淆誤認情事，自有商標法第30條第1項第10款規定之適用。

（三）有關原告稱據以異議商標並非參加人獨創，早有第三人使用「iMiro 」商標或「Miro」商標，系爭商標應准予註冊一節。原告固檢送98年間弘映光電股份有限公司將「iMiro」使用於電視商品及大陸聯想移動通信股份有限公司於98年使用「Miro 」手機商品品牌之事證（106年1月5日答辯書附件4、106年4月26日補充答辯書附件7），惟據參加人106年6月16日附件1，弘映光電股份有限公司已於105年經新北市政府廢止登記在案，況其98年之使用情事，距據以異議商標申請日亦有相當時日，而大陸聯想移動通信股份有限公司所使用之商標圖案及商品類別，亦皆與本案不同；至原告所舉其他字首為「I」之註冊案例（原證3-1至3-3 ），與本案情形皆大相逕庭，依商標個案審查原則，自

不得比附援引，執為系爭商標應准註冊之有利依據；另原告主張據以異議商標無使用之事證，而系爭商標已有實際銷售之情，難認有致相關消費者混淆誤認之虞一節，經查據以異議商標是否使用於指定之商品上，係屬是否有3 年未使用之事由，如對該事由有所爭執，應循另案提起商標廢止案方式處理，尚非本件異議案所得論究，又所舉之系爭商標使用事證，或為無日期之泓創公司之網站介紹（異議卷第37頁），或為晚於系爭商標註冊日之臉書網頁資料（原證7-1至7-3），其餘皆非系爭商標之使用資料，均無法得知系爭商標註冊時為相關消費者知悉之程度，尚難執為原告有利之論據，併予敘明。

（四）聲明：駁回原告之訴。

四、參加人未於準備程序及言詞辯論期日到場，亦未提出書狀作何聲明或陳述。

五、本件爭點（參本院卷第119頁）：

系爭商標有無商標法第30條第1 項第10款「相同或近似於他人同一或類似商品或服務之註冊商標或申請在先之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者」而不得註冊之情形？

六、本院之判斷：

（一）本件應適用之法律：

按異議商標之註冊有無違法事由，除第106條第1 項及第3項規定外，依其註冊公告時之規定，商標法第50條定有明文。查系爭商標之申請日為104 年11月11日，核准註冊公告日為105年7月16日，嗣參加人於105 年10月14日對之提起異議。準此，系爭商標之註冊公告日及異議之提出，均係在100年6月29日修正公布、101 年7月1日施行之商標法

施行後，並無現行商標法第106條第1項及第3 項規定之適用，故系爭商標是否具有異議事由，應依系爭商標註冊公告時之商標法為斷。

（二）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標或申請在先之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者，不得註冊；但經該註冊商標或申請在先之商標所有人同意申請者，且非顯屬不當者，不在此限，現行商標法第30條第1 項第10款定有明文。所謂有致相關消費者混淆誤認之虞者，係指兩商標因相同或構成近似，致使同一或類似商品或服務之相關消費者，誤認兩商標為同一商標；或雖不致誤認兩商標為同一商標，而極有可能誤認兩商標之商品或服務為同一來源之系列商品或服務；或誤認兩商標之使用人間有關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係而言。簡言之，商標有使相關消費者對其表彰之商品或服務之來源或產製主體，發生混淆誤認之虞而言。故判斷兩商標間有無混淆誤認之虞，應參酌①商標識別性之強弱；②商標是否近似暨其近似之程度；③商品／服務是否類似暨其類似之程度④先權利人多角化經營之情形；⑤實際混淆誤認之情事；⑥相關消費者對各商標熟悉之程度；⑦系爭商標之申請人是否善意；⑧其他混淆誤認之因素等，綜合認定是否已達有致相關公眾、消費者產生混淆誤認之虞（最高行政法院104年度判字第354號判決意旨參照）。

（三）系爭商標之註冊有商標法第30條第1 項第10款規定之適用：

1、商標識別性之強弱：

⑴按文字作為指示及區別商品或服務來源的標識，是否具有

識別性，取決於文字的意義及其與指定商品或服務之間的關係。當文字完全沒有商品或服務品質、功用或其他特性的說明含義，或含義極低時，為識別性較強的文字商標。

⑵查系爭商標與據爭商標前面並皆有「i 」字母，據以異議商標之外文中「Miro」，係源自西班牙畫家 Joan Miro i Ferra 之姓氏，且在義大利文中有讚嘆與驚喜之意思（參原處分卷第38、39頁），另據原告稱：系爭「iMeier」之「Meier 」為德國姓氏，雖然兩商標均係具有特定涵義之字彙，惟大部分國人對德文或義大利文，較少接觸，更遑論能瞭解其相關內涵或字意，兩商標均指定使用第11類之家電類商品，兩商標文字因消費者不易懂其意涵，在國內消費市場上，該等文字可謂沒有商品或服務品質、功用或其他特性的說明功能或含義，故兩商標所使用之文字與商品間並無關聯性，消費者自然會直接將其視為一種指示及區辨商品來源之標識，故堪認據以異議商標與系爭商標均具有相當識別性。

2、商標是否近似暨其近似之程度：

⑴商標近似，係指異時異地隔離與通體觀察，商標整體在外觀、觀念或讀音方面有相似處，若其標示在相同或類似的商品或服務時，具有普通知識經驗之相關消費者，於購買時施以普通之注意，可能會誤認兩商品或服務來自同一來源或誤認不同來源之間有所關聯而言。次按判斷商標是否近似，應以商標圖樣整體為觀察，此乃係因商標呈現在商品／服務之消費者眼前的是整體圖樣，而非割裂為各部分分別呈現。至於另有所謂「主要部分」觀察，則係認為商標雖然係以整體圖樣呈現，然而商品／服務之消費者關注

或者事後留在其印象中的，可能是其中較為顯著的部分，此一顯著的部分即屬主要部分。是主要部分觀察與整體觀察並非兩相對立，主要部分最終仍是影響商標給予商品／服務之消費者的整體印象。準此，判斷商標近似，仍應以整體觀察為依歸（最高行政法院104 年度判字第15號判決意旨參照）。

⑵系爭商標係以未經設計之「iMeier」外文字樣及一樹葉設計圖置於「i」與「M」之間所組成；據以異議商標則由未經設計之「iMiro」外文字樣及一撇符號置於「o」上方所構成。

⑶比較兩商標，外觀方面，分別由6個及5個外文字母所組成，且均以小寫字母「i」為字首，其後緊接著「M」，並均有「i」、「r」外文字母共同組成，且外文上皆另標示由右向左撇之葉子或符號，組成元素相似，整體予消費者之印象雷同；觀念方面，兩商標均非我國人習知之外文字彙，且字源、意義，亦非能僅由外觀即可瞭解，故對於兩商標之觀念上應當僅會認為係一拼音外文字樣，而無特殊認知。讀音方面，原告固稱系爭商標係採德文發音，讀音近似於「埃邁歐、埃邁爾」，而據以異議商標讀音近似於「埃密羅」，讀音顯然不同，相關消費者應可區辨云云。惟兩商標之文字固分別源自德語、西班牙語，然此二外語均非我國多數國民所熟悉，故絕大多數相關消費者應仍將以所熟悉之英語為發音，而以英語發音而言，兩商標除均為三音節之單字外，發音雖非完全一致，然系爭商標可能發音為「埃密兒」，據以異議商標可能發音為「埃密羅」，已有二音節相同，最後一音節「er」與「ro」的捲舌發音

，對不擅長此種發音方式的國人而言，讀起來亦可能相當類似，是兩商標整體讀音可謂近似。綜上所述，因兩商標予人之觀念並無差異可言，且外觀、讀音均構成近似，是以具有普通知識經驗之消費者施以普通注意，於異時異地隔離整體觀察，或實際交易連貫唱呼之際，實不易區辨，應認構成近似，且係中度近似。

3、商品是否類似暨其類似之程度：

系爭商標指定使用於第11類：「電熱水瓶；飲水機；開飲機；開水機；熱水器；浴室用熱水器；電熱水器；保暖器；電暖器；電暖爐。」商品；據以異議商標指定使用於第11類：「檯燈；發光二極體照明燈；電壺；電火鍋；電咖啡機；泡茶專用之自動給水茶具機；烤麵包機；電扇；電子鍋；電熱水瓶；冷風扇；水冷扇；電蒸鍋；家用製麵包機；電壓力鍋；飲水機；開飲機；電爐；電烤箱；電磁爐。」商品。為同類別，且均係家電類之商品，實屬構成類似之商品，且類似程度極高。原告固主張系爭商標提供之商品為高單價商品，相關消費者為對生活品質有要求之專業人士，注意程度較普通日用品之相關消費者為高云云（參本院卷第149 頁），惟此部分原告並未舉證以實其說，況且，縱使同一品牌之商品，按市場需求，生產不同等級價位之商品，亦屬常見，故尚難以單價高低不同，做為商品不類似之理由。

4、系爭商標之申請人是否善意：

參加人就據以異議商標提出註冊申請之日期為103年3月17日，註冊公告日為同年12月16日（參本院卷第47頁），而原告自陳其於103年10月至104年6 月間任職於參加人公司

之事實（參本院卷第23頁），有參加人於異議階段所檢送之103 年10月份勞工退休金計算名冊在卷可稽（參異議卷第18頁），足證原告於據以異議商標經註冊公告時，於參加人公司任職為事實。而原告固主張當時其並非承辦據以異議商標設計申請登記之人，對設計相關事宜均不清楚，故其嗣後申請系爭商標係屬善意云云，然客觀上原告當時既受雇於參加人，即有知悉據以異議商標已獲准註冊登記之可能。且觀諸原告所提出之電子郵件（原證8 ），其於104年6月間離職當月，已有與其所委請設計系爭商標之活粒有限公司，有主旨為「i'Meier 」之電子郵件往來（參本院卷第57頁），乃至於同年11月2 日該公司營運長武宏鈞（Alex Wu ）回覆原告，寫道：「我們設計兩款，依您（原告）的要求字體相似的」等語（參本院卷第58至59頁）。是原告於參加人公司離職當月即有與設計系爭商標之公司，就系爭商標設計之相關事宜往來郵件，且對於設計內容，由前揭電子郵件可知，原告係居於「要求」設計公司的主導地位，自有設計成果採否之決定權，而事後以據以異議商標之設計意匠與系爭商標圖樣相仿，且兩商標指定使用於同一或類似之商品而申請註冊之種種情事觀之，實難謂純係出於巧合，故系爭商標之申請人並非善意，應堪認定。

5、原告另主張系爭商標更廣為相關消費者所熟悉云云。除引用起訴狀所附部分資料外，並提出原證13至15為證，惟查原證13為廢止申請案之相關資料（有關廢止案部分說明如本判決第六、8 段落），原證14為系爭商標在中國大陸之登記資料，原證15為四張影印照片，其拍攝日期、地點不

明，照片內容可能是在商展會場，但尚無法用以說明消費者對系爭商標有多麼熟悉，至於起訴狀所附原證 7-1、原證7-2為取名「I'Meier品味生活」之二則留言及貼圖、取名「Imeier Lee」的一則留言、訪客許逸香（應是原告本人）及凌曉彬之留言等簡單資料，尚無法說明系爭商標為著名商標或已廣為消費者所熟悉，而應受較高度保護之地步，是原告主張系爭商標應受較大保護，並不足採。

6、至原告稱據以異議商標並非參加人獨創，早有第三人使用「iMiro 」商標或「Miro」商標，系爭商標應准予註冊云云。查原告固提出98年間大陸聯想移動通信股份有限公司（下稱聯想公司）使用「Miro」手機商品品牌（參異議卷第41頁）、弘映光電股份有限公司將「iMiro 」使用於電視商品（參異議卷第82至89頁）等事證。惟弘映光電股份有限公司已於105 年經新北市政府廢止登記在案（參異議卷第109 頁），且聯想公司所使用之商標圖樣及指定使用商品類別，均與本案不同。尚難比附援引，執為系爭商標應准予註冊之有利依據。

7、又原告雖另提出被告亦有將以「IM」或「Im」為首准予註冊之案例（原證3-1「IMIDAN」、原證3-2「I-Mini」至原證3-3「imiy 」），惟該等商標圖樣、文字等均與本件情形相去甚遠，依商標個案審查原則，自亦不得比附援引，執為系爭商標應准予註冊之有利依據。

8、原告另主張據以異議商標無使用之事證，而系爭商標已有實際銷售之情，難認有致相關消費者混淆誤認之虞，並業已對據以異議商標提出商標廢止申請云云。經查據以異議商標是否構成廢止事由，應另由另案之廢止案處理，而與

本件商標異議案無涉。

七、綜上所述，系爭商標之註冊有違公告時商標法第30條第1 項第10款所定不得註冊之情形，被告所為系爭商標之註冊應予撤銷之審定，於法有據，訴願決定予以維持，亦無違誤，原告訴請將訴願決定及原處分一併撤銷，為無理由，應予駁回。

八、本件事證已明，兩造其餘主張或答辯，已與本院判決結果無涉，爰毋庸一一論列，併此敘明。

據上論結，本件原告之訴為無理由，爰依智慧財產案件審理法第1條、行政訴訟法第98條第1項前段，判決如主文。

中　　華　　民　　國　　108　　年　　1　　月　　9　　日

智慧財產法院第三庭

審判長法　官　蔡惠如

法　官　杜惠錦

法　官　蕭文學

以上正本證明與原本無異。

如不服本判決，應於送達後20日內，向本院提出上訴狀並表明上訴理由，其未表明上訴理由者，應於提起上訴後20日內向本院補提上訴理由書；如於本判決宣示後送達前提起上訴者，應於判決送達後20日內補提上訴理由書（均須按他造人數附繕本）。

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241條之1第1 項前段），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1項但書、第2項）。

得不委任律師為訴訟代理人之情形	所　需　要　件

（續上頁）

㈠符合右列情形之一者，得不委任律師為訴訟代理人	1.上訴人或其法定代理人具備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，上訴人或其法定代理人具備專利師資格或依法得為專利代理人者。
㈡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㈠、㈡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㈡所示關係之釋明文書影本及委任書。	

中　華　民　國　108　年　1　月　15　日

書記官　蔣淑君