智慧財產法院行政判決

107年度行商訴字第93號

原　　告　金鑽連鎖企業股份有限公司
代　表　人　何宗原（董事長）
訴訟代理人　陳俊瑋律師
被　　告　經濟部智慧財產局
代　表　人　洪淑敏（局長）
訴訟代理人　江小燕

上列當事人間因商標註冊事件，原告不服經濟部中華民國107 年9 月5 日經訴字第10706308880 號訴願決定，提起行政訴訟，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106 年6 月13日以「金鑽咖啡」商標（下稱系爭申請商標），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29類之「牛乳；乳水；奶昔；調味乳；乳酸菌飲料；以獸乳為主的乳類飲料；代乳品；豆漿；豆奶；椰漿；椰漿飲料；奶粉；乳粉；煉乳；乳酸菌乳粉；乳酪；乾酪；酸乳酪；果汁奶粉；咖啡奶粉；奶精；乳製品；果凍；仙草凍；愛玉凍；咖啡凍；茶凍；椰果凍；杏仁凍；蒟蒻製成之果凍；烹飪用果膠；食品用膠；糖漬果蔬；脫水果蔬；以水果為主的零食；脫水蔬菜」商品，向被告申請註冊。經被告編為第000000000 號商標註冊申請案。嗣原告於107

年2 月14日就該申請案向被告申准分割為2 件商標申請案，其中分割後之本件第000000000 號「金鑛咖啡」商標係指定使用於「果凍；仙草凍；愛玉凍；咖啡凍；茶凍；椰果凍；杏仁凍；蒟蒻製成之果凍；烹飪用果膠；食品用膠；糖漬果蔬；脫水果蔬；以水果為主的零食；脫水蔬菜」商品。經被告審查，認系爭申請商標與據以核駁註冊第00000000號「金礦GOLD CROWN及圖」商標及第00000000號「金礦」商標（下稱據以核駁商標1 、2 ，合稱據以核駁商標）圖樣近似，使用商品類似等因素，有致相關消費者混淆誤認之虞，有商標法第30條第1 項第10款規定之情形，應不准註冊，而以107 年4 月23日商標核駁第388035號審定書為核駁之處分（下稱原處分）。原告不服，提起訴願，遭駁回後仍未甘服，遂向本院提起行政訴訟。

二、原告聲明請求判決撤銷訴願決定及原處分，且命被告就系爭申請商標為准予註冊之處分。並主張：

㈠二者商標非為近似商標：

1.原處分及訴願決定指稱系爭申請商標係由「金鑛」及不具識別性文字「咖啡」所構成，顯然忽略本件「咖啡」係指定使用與咖啡類商品完全無關之「果凍；仙草凍；愛玉凍；咖啡凍；茶凍；椰果凍；杏仁凍；筠篛製成之果凍；烹飪用果膠；食品用膠；糖漬果蔬；脫水果蔬；以水果為主的零食；脫水蔬菜」（下稱「果凍、脫水果蔬」等商品），具有指示及區別「果凍、脫水果蔬」來源的識別性，消費者很容易理解到「金鑛咖啡」係具有識別來源的功能，而把「金鑛咖啡」當作是商標，不會將系爭申請商標中的「咖啡」作為咖啡飲料之說明，故系爭申請商標之「咖啡」依被告商標識別性審

查基準並非不具識別性之文字，故本件應以系爭申請商標四字作為主要識別部分，與據以核駁商標之「金礦」比較。

2.系爭申請商標之主要識別部分「金鑛咖啡」係由四個中文字組成，外觀上與據以核駁商標之主要識別部分「金礦」由二個中文字組成顯不相同，且讀音上系爭申請商標之讀音有四音，而據以核駁商標之讀音有二音，其讀音亦顯不相同，於實際交互唱呼之際，亦完全不同。又系爭申請商標之意義乃在表徵由著名之「金鑛咖啡」集團所提供之商品或服務，與據以核駁之商標「金礦」於一般人的理解僅在表徵黃金的礦產不同，給予消費者完全不同之印象，故本件系爭申請商標，與據以核駁商標之「金礦」比較，兩者之外觀、讀音、觀念均不類似而不具相似性，而應認二者商標非為近似商標，准予註冊不致因近似於據以核駁商標而有使相關消費者混淆誤認之虞。

㈡系爭申請商標因在「果凍、脫水果蔬」等商品之使用，已為相關消費者所熟悉，具有較強之識別性，而不會與據以核駁商標產生混淆誤認之虞：

原告已大量以系爭申請商標行銷使用，有原告使用系爭申請商標銷售果凍、脫水果蔬等商品之DM可稽，而為相關消費者所普遍認識，為強勢商標，具有後天識別性。且系爭申請商標長久以來，致力於多角化經營，建立良好之品牌形象，在本土咖啡店市場佔有一席之地，金鑛咖啡商標深植人心，相關消費者當然強烈認識系爭申請商標指定商品或服務之來源係原告，自足以區別系爭申請商標所代表之商品或服務來源有所不同，而無混淆誤認之情事，且燦坤實業股份有限公司更看中系爭申請商標之品牌形象，入主金鑛咖啡，就此事件

報章雜誌紛紛以「南高雄知名連鎖品牌」、「南台灣最大的咖啡連鎖店金鑛咖啡」、「金鑛咖啡Crown fancy 」為南台灣第一連鎖咖啡品牌」形容金鑛咖啡，顯見系爭申請商標為知名品牌，且為相關消費者所熟悉，而不至於有與其他商標混淆誤認之虞。

㈢相關消費者對系爭申請商標之熟悉度大於據以核駁商標，應給予較大之保護：

原告公司成立於89年，迄今在全國有多達48家之販售金鑛集團產品之營業據點，資本總額新臺幣（下同）5 億元，實收資本額達3 億餘元，屬我國較具規模及普及之本土咖啡店連鎖業者，並且多經報章媒體雜誌報導，實為著名之咖啡連鎖業者，已在國內市場累積卓著之商譽。反觀據以核駁商標權利人蔡宗龍所經營之流線國際有限公司資本總額僅25萬元，目前僅有在高雄市○○區○○路○○○ 號經營流線美食文創餐廳，無任何跨區經營之跡象，其商標識別性僅限於該地區之消費者較為熟悉，其保護範圍應較為限縮。且以系爭商標申請為關鍵字Google搜尋可輕易搜尋到原告之相關介紹，且原告有架設官方網站，推廣金鑛咖啡集團之相關產品及營業據點之介紹，並有配合燦坤信用卡進行相關促銷活動，已為相關消費者廣泛知悉，相關消費者皆能識別系爭申請商標之商品來源為原告。更甚者以據以核駁商標「金礦」為關鍵字Google搜尋，仍僅有原告公司之相關介紹資料，並無任何據以核駁商標「金礦」之營業項目及營業據點之資料。顯見系爭申請商標中之「金鑛」係原告所有著名商標，經長期廣泛使用，相關事業與消費者對原告之商標有極高熟悉度，反而對據以核駁商標所使用之商品一無所知，故系爭申請商標顯

無與據以核駁商標混淆誤認之虞。且原告與據以核駁商標之公司營業規模有相當大之差距，相關消費者自當能輕易區別二者之不同。

㈣系爭申請商標註冊申請時係善意，應給予較大之保護：

原告早於89年12月17日，即陸續申請註冊「金鑛」、「金礦」，且用於咖啡廳、餐廳、咖啡、食品與蛋糕等服務，於市場上早已著名且品牌形象深植人心，與系爭申請商標屬相關聯之系列商標且使用行之有年，相關消費者視及前揭系列商標元素之商品或服務時，定會認為來源為原告，今註冊之系爭申請商標僅係在系列商標申請與維護之基礎上，本於以正當存在之系列商標使用需求而為系爭申請商標之申請，其未來在商標使用上，不易以混淆誤認之方式為之，准予註冊不致因近似於據以核駁商標而有使相關事業或消費者混淆誤認之虞。又據以核駁商標規模遠較系爭申請商標小，知名度亦遠低於系爭申請商標，已如上述，原告實無任何動機去模仿知名度低之據以核駁商標，而使相關消費者混淆，應認系爭申請商標註冊申請時係善意，應給予較大之保護，而認系爭申請商標與據以核駁商標無混清誤認之虞。

三、被告求為判決駁回原告之訴，並抗辯：

㈠商標高度近似：

本件原告申請註冊之商標圖樣「金鑛咖啡」由「金鑛」及不具識別性文字「咖啡」所構成，與據以核駁註冊第00000000號「金礦GOLD CROWN及圖」商標及第00000000號「金礦」商標相較，引人注意之主要識別部分「金鑛」與「金礦」之外觀近似、讀音混同，僅「鑛」、「礦」之部首為「金」或「石」之細微差異，易予消費者產生系列商標之聯想，具有普

通知識經驗之消費者於購買時施以普通之注意，可能會誤認二商品來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成高度近似之商標。

㈡指定使用商品近似：

系爭申請商標指定使用於「果凍；仙草凍；愛玉凍；咖啡凍；茶凍；椰果凍；杏仁凍；蒟蒻製成之果凍；烹飪用果膠；食品用膠；糖漬果蔬；脫水果蔬；以水果為主的零食；脫水蔬菜」商品，與據以核駁商標1 指定之「土司、蛋糕、麵包、漢堡、鮮奶油蛋糕、鮮奶蛋糕、水果蛋糕、冰淇淋蛋糕、三明治、海棉蛋糕、乳酪蛋糕、蛋塔、派餅、披薩、熱狗麵包、花色小蛋糕、蛋糕上可食用的裝飾品、棺材板、甜甜圈、銅鑼燒」，及據以核駁商標2 所指定之「月餅、鳳梨酥、麻糬、漢堡、三明治、甜甜圈、銅鑼燒、披薩、布丁、餅乾、穀製零食、麵包、蛋糕」商品相較，其原料、用途、功能大致相當，且常來自相同產製者，如標示相同或近似之商標，依一般社會通念及市場交易情形，易使一般商品消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，所指定使用之商品間應屬存在相當程度之類似關係。

㈢據以核駁商標1 「金礦GOLD CROWN及圖」商標及據以核駁商標2 「金礦」商標係任意性商標，具相當識別性，系爭申請商標以高度近似之「金鑛咖啡」申請註冊，自易對其表彰來源或產製主體產生誤認。

㈣衡酌據以核駁商標具相當識別性，二造商標圖樣構成高度近似，且所指定使用之商品間存在相當程度之類似關係等相關因素加以判斷，相關消費者極可能誤認二商標所提供之商品來自同一來源，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款前段規定之適用。

㈤原告於申請階段及訴願階段所檢送之103 年門市商品DM影本、105 年1 月4 日今周刊、105 年1 月8 日東森新聞及Yahoo 奇摩（即時新聞）報導、99年7 月29日聯合報報導、97年7 月24日壹週刊報導、網路搜尋資料、原告於其臺北市忠孝店實際使用商標之例示圖片、原告之網站頁面、原告申准註冊商標資料及原告公司設立登記等證據資料，僅門市DM可見本件商標及「果乾」、「天然蜜果乾」商品，其餘或非屬商標之使用事證，或係使用於銷售飲品、蛋糕、餅乾等商品，而非使用於本件商標所指定商品，且欠缺商品銷售金額、市場占有率等具體行銷事證供參酌，難謂無致相關消費者混淆誤認之虞，依商標法第30條第1 項第10款及第31條第1 項規定，應予核駁。

四、得心證之理由：

㈠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，為商標法第30條第1 項第10款本文所規定。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（參照最高行政法院98年度判字第455 號行政判決）。而判斷有無

混淆誤認之虞，則應參酌商標識別性之強弱、商標之近似及商品/ 服務類似等相關因素之強弱程度、相互影響關係及各因素等綜合認定是否已達有致相關消費者產生混淆誤認之虞。

㈡二商標近似：

本件原告系爭申請「金鑛咖啡」商標係由未經設計之中文「金鑛咖啡」所構成；據以核駁註冊第0000000 號「金礦GOLD CROWN 及圖」商標係中文「金礦」及外文「GOLD CROWN」分列上下，左側並有一類似皇冠之圖形所組成；另據以核駁註冊第0000000 號「金礦」商標則由未經設計之中文「金礦」所構成(以上見本判決附圖所示）。系爭申請商標與據以核駁商標相較，其予人寓目印象深刻且用以唱呼之部分為中文「金鑛」與「金礦」，二者僅有「鑛」、「礦」二字部首分別為「金」、「石」之些微差異，整體觀察，外觀極為近似，且讀音相同，是以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，異時異地隔離整體觀察及實際交易時連貫唱呼之際，應不易區辨，而屬構成近似之商標，且近似程度高。

㈢二商標使用商品類似：

系爭申請商標指定使用商品中之「果凍；…；食品用膠；糖漬果蔬；…；脫水蔬菜」等商品（詳細指定使用商品如判決附圖所載），與據以核駁商標1 指定使用之「土司、…、銅鑼燒」等商品，及據以核駁商標2 指定使用之「月餅、…、布丁、…、蛋糕」等商品相較（詳細指定使用商品如判決附圖所載），於被告機關所編「商品及服務分類暨相互檢索參考資料」中，前者屬2905「果凍」組群及290802「脫水果蔬

、糖漬果蔬」小類組，後者屬3006「糖果、餅乾、穀製零食、麵包、蛋糕」及3008「布丁、布丁粉」組群。「果凍」組群所有商品需檢索3008「布丁之訴、布丁粉」組群所有商品，「果凍」、「椰果凍」、「蒟蒻製成之果凍」商品及「脫水果蔬、糖漬果蔬」小類組所有商品需檢索3006「糖果、餅乾、穀製零食、麵包、蛋糕」組群所有商品。是二商標指定使用商品係屬需相互檢索之商品，且均屬點心、零食類商品或其食材，於原料、用途、功能、產製者、行銷管道場所或消費者等因素上，具有共同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形判斷，應屬構成高度類似之商品。

㈢二商標具相當識別性：

據以核駁商標之中文「金礦」、外文「GOLD CROWN」與皇冠圖形，與其所指定使用之商品無直接關連，具相當識別性。系爭申請商標之中文「金鑛咖啡」，而其指定使用商品中之「咖啡凍」係以「咖啡」製成或含有「咖啡」成分，易使相關消費者為商品說明之聯想，識別性不高，之外其餘指定使用商品則無直接關連，具相當識別性。

㈣相關消費者熟悉之程度：

1.原告於申請及訴願階段提出之門市DM、西元2016年1 月14日今周刊、西元2016年1 月8 日東森新聞與Yahoo 奇摩（即時新聞）報導、西元2010年7 月29日聯合報報導、西元2008年7 月24日壹週刊報導、以「金鑛咖啡」為關鍵字之網路搜尋結果、原告於其臺北市忠孝店實際使用商標之例示圖片、西元2016年8 月19日經濟日報報導、原告網站頁面、原告申准註冊商標資料及原告公司設立登記表等證據資料，除其中門市DM可見系爭申請商標及「果乾」、「天然蜜果乾」之商品

外，其餘或非屬商標使用之事證，或係使用於銷售飲品、蛋糕、餅乾等商品而非系爭申請商標指定使用之商品，尚不足證明原告已將系爭申請商標廣泛使用於其指定之商品，為相關消費者所認識並足以區辨其與據以核駁諸商標屬不同來源。

2.原告於本院提出之原證3 至原證11等資料（見本院卷第61至129 頁），核與上揭於申請及訴願階段提出者相同，業經論述如上。至原告於108 年2 月12日提出其106 、107 年度營業銷售額及營業人銷售額與稅額申報書、本院107 年度行商訴字第92號商標註冊事件準備程序筆錄等影本資料（見本院卷第189 至207 頁），惟其銷售總額係各家門市的總營業額，原告公司名下有效註冊商標有112 件之多，因此，原告提出之營業銷售額無從得知屬於哪些商標，哪些商品或哪些服務的營業額，故原告106 年度及107 年度營業銷售額並不等於系爭申請商標指定使用商品的實際銷售金額，原告亦未提出確屬使用本件系爭申請商標指定商品之銷售發票明細等客觀具體證據可勾稽其實際銷售金額，並無法證明系爭申請商標指定商品之實際銷售金額，雖原告提出本院另件107 年度行商訴字第92號商標註冊行政事件準備程序筆錄影本載明函查結果第三人流線國際有限公司（原告稱係據以核駁商標權人蔡宗龍經營之公司）102 至107 年度之營業額不高（見本院卷第205 頁），亦不足證明原告已將系爭申請商標廣泛使用於其指定之商品，為相關消費者較為熟悉，並足以與據以核駁商標相區辨，無致生混淆誤認之虞。

㈤原告雖稱其經營者前已申准「金鑛」等商標，據以核駁商標係仿襲其使用在先之商標，其申請非出於善意，且二商標於

市場併存多年未有混淆情事云云。惟據以核駁諸商標是否仿襲他人商標而不得註冊，屬另案評定之問題，尚非本件商標註冊案所得審究。又縱認系爭申請商標係沿用原告前已取得註冊之商標文字（金鑛）而善意申請註冊，且未有實際混淆誤認之情事發生，惟本件商標是否有致相關消費者混淆誤認之虞，仍應審酌商標近似、商品類似等因素綜合判斷，認為有致相關消費者混淆誤認之「虞」者，應不准註冊。

五、綜上所述，縱認系爭商標之申請註冊係屬善意，且目前尚無實際混淆情事發生，惟衡酌系爭申請商標與據以核駁商標高度近似，指定使用之商品高度類似，據以核駁商標復具相當識別性，原告不能證明已將系爭申請商標廣泛使用於指定之商品，為相關消費者較為熟悉，足以與據以核駁商標相區辨等因素綜合判斷，相關消費者有可能誤認二商標之商品為同一來源，或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，而產生混淆誤認之虞，原處分認系爭申請商標應有商標法第30條第1 項第10款規定之適用，所為核駁之處分，尚無違誤。訴願決定予以維持，亦無不合。原告訴請撤銷原處分，並命被告為准予註冊之處分，為無理由，應予駁回。

六、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法，於本件判決結果不生影響，爰不予一一論述。又原告聲請函查第三人流線國際有限公司102 至107 年度之營利事業所得稅申報書，惟該等營業資料事涉該第三人之有關營業秘密資訊，並未經該第三人同意函查，其復非本件之當事人(含參加人) ，本院認為不宜函查，嗣原告業已提出本院另件行政事件準備程序筆錄影本載明函查內容，如上所述， 亦無再函查必要，附此

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　　3　　月　　21　　日

智慧財產法院第一庭

審判長法　官　李維心

法　官　林洲富

法　官　陳忠行

以上正本係照原本作成。

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
(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。
(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　　108　　年　　3　　月　　21　　日

書記官　鄭郁萱