

智慧財產法院行政判決

108年度行商訴字第101號

原告 呈冠實業有限公司

代表人 謝志強（董事）住同上

訴訟代理人 朱柏璵律師

黃韻筑律師

被告 經濟部智慧財產局

代表人 洪淑敏（局長）住同上

訴訟代理人 李澤艷

參加人 法籍·菲力比 史塔克

上列當事人間因商標異議事件，原告不服經濟部中華民國108年7月3日經訴字第10806307850號訴願決定，提起行政訴訟，並經本院命參加人獨立參加被告之訴訟，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、程序方面：

按言詞辯論期日，當事人之一造不到場者，倘無民事訴訟法第386條規定之不得一造辯論判決之事由，得依到場當事人之聲請，由其一造辯論而為判決，行政訴訟法第218條準用民事訴訟法第385條第1項前段有明文規定。本件參加人受合法通知，無正當理由未於言詞辯論期日到場，此有行政訴訟陳報狀及本院送達證書可稽（本院卷第71、167頁），核無民事訴訟法第386條各款所列情形，爰依原告及被告之聲請，由到場當事人辯論而為判決（本院卷第173頁）。

01 貳、實體方面：

02 一、爭訟概要：

03 原告於民國105年6月2日以「Starke」商標，指定使用於當
04 時商標法施行細則第19條所定商品及服務分類表第18類之「
05 錢包；背包；書包；腰包；旅行箱；購物袋；公事包；行李
06 箱；鑰匙包；化粧包；手提包；旅行袋；運動包；名片皮夾
07 ；證件皮夾；便當袋；傘；手杖；人造皮革；抱嬰兒用吊袋
08 」商品，向被告申請註冊。經被告審查，核准列為註冊第00
09 000000 號商標（如附圖1，下稱系爭商標）。嗣參加人以系
10 爭商標有商標法第30條第1 項第10、11、12款規定情形，對
11 之提起異議。經被告審查，認系爭商標之註冊有違同法第30
12 條第1項第12款規定，而以108年1月16日中台異字第G000000
13 00號商標異議審定書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分（下
14 稱原處分）。原告不服，提起訴願，經經濟部以108 年7月3
15 日經訴字第10806307850 號決定（下稱訴願決定）：「原處
16 分關於系爭註冊第0000000 號『Starke』商標指定使用於『
17 傘；手杖；人造皮革；抱嬰兒用吊袋』部分商品異議成立之
18 部分撤銷，由原處分機關於4 個月內另為適法之處分；其餘
19 部分訴願駁回。」，原告對訴願駁回部分不服，向本院提起
20 行政訴訟。因本院認本件判決之結果，倘認原處分及訴願決
21 定關於系爭商標指定使用於「錢包；背包；書包；腰包；旅
22 行箱；購物袋；公事包；行李箱；鑰匙包；化粧包；手提包
23 ；旅行袋；運動包；名片皮夾；證件皮夾；便當袋」部分均
24 應予撤銷，將影響參加人之權利或法律上之利益，爰依職權
25 命參加人獨立參加本件被告之訴訟。

26 二、原告之主張要旨及聲明：

01 (一) 系爭商標並無商標法第30條第1項第12款規定之適用：

02 1.參加人並未具體證明「STARCK」、「STARCKTRIP」/「
03 S+ARCK」、「S+ARCKTRIP」之商標（如附圖3，下稱據
04 爭商標），有先行使用於行李箱、提袋、背包等商品之
05 事實：

06 (1)丙證1附件3 資料僅呈現參加人（Philippe Starck）本
07 人在國外之設計作品簡介，且皆是以「Philippe Starck
08 」全名在網路上介紹其設計之商品。

09 (2)丙證1 附件4 僅有經設計後之「S+ARCK」在右上角附註
10 ®符號作為註冊商標證明，其餘未經設計之「STARCK」
11 及「STARCKTRIP」僅為廣告文字說明；又該「商品文宣
12 」未見發行地及發行日期；「廣告看板、設櫃照片及商
13 品標籤」均非在臺灣地區有實際陳列商品販售之情形；
14 「DELSEY」社群網站之網頁，經原告檢視其FACEBOOK平
15 台（官方帳號DELSEY）以及instagram 平台（官方帳號
16 delseyofficial），均未見於2014年10月、11月間有發
17 表過任何關於「S+ARCK」、「STARCKTRIP」、「S+ARCKTRIP
18 」商標於行李箱、提袋、背包等商品之文章，所呈資料
19 也未見發表年度；另原告查詢「DELSEY」官方網站，也
20 未見有任何有關「STARCK」商標商品的銷售資訊，故合
21 理懷疑丙證1附件4之「DELSEY」社群網站之網頁僅為後
22 製剪貼資料而已。

23 (3)丙證2 附件5 為法國雜誌廣告行銷「S+ARCKTRIP」、「
24 STARCKTRIP」商標行李箱袋等商品資料，其為法國紙本
25 發行之廣告雜誌，難以證明參加人之據爭商標有在網路
26 通路行銷之事實，且該雜誌並未於臺灣發行銷售，一般

消費者難以輕易取得，亦非一般消費者經常閱讀之外文。

(4) 丙證2附件6之Invoice 為私文書，除未有任何簽章亦非經官方憑證如進出口報單等相關公文書證明，無法證明在台灣有具體銷售之事實，且所列產品型號（Item Code）與丙證2附件5之雜誌無法勾稽。又該Invoice 有關「STARCKTRIP」之商品數量僅39件，可知其交易數量甚為稀少，更難以證明「STARCKTRIP」商標廣為我國消費者所知悉。

(5) 丙證2附件7標示有「S+ARCK」之拉鍊，在未有其他商品條碼、進扣輔助判斷下，與丙證2附件6之「STARCKTRIP」無法相互勾稽。

(6) 以上參加人所提附件除不具證據能力或證明力，亦完全無法關聯互為勾稽，無從證明其於系爭商標申請註冊日（105年6月2日）前已先使用未經設計或經設計之「STARCK」、「STARCKTRIP」/「S+ARCK」、「S+ARCKTRIP」商標於行李箱、提袋、背包等商品之事實。

(7) 此外，參加人並未提出證據釋明原告與其間究係因何關係而知悉未經設計或經設計之據爭商標存在，自難單以雙方為競爭同業即遽認原告知悉據爭商標，進而認定原告意圖仿襲。

2. 兩商標並不構成近似：

(1) 「STARCK」係外國人之姓氏，參加人並非首創使用者，單就英文「STARCK」字樣而言，其不具先天識別性，又系爭商標與「STARCK」是否構成近似，仍須視兩商標整體予人寓目印象有無不同為斷，尚難僅以兩商標均有英

文「S、T、A、R、K」字母，即認定構成近似；又「S+ARCK」係以由左至右橫書之英文組成，「+」不應直接視為「T」，而系爭商標圖樣係由如附圖1之德文組成，倘僅將「S+ARCK」割裂為「S、T、A、R、K」字母部分予以觀察，以「S、T、A、R、K」取代之「STARCK」字樣，自與判斷商標是否近似時應以商標圖樣整體觀察為原則有違。

(2)若以商標整體外觀比對而論，系爭商標採略為斜傾之粗黑字，其字首為大寫其餘則為小寫，德文「Starke」字樣之字母a上方尚有明顯「・・」之符號，其發音像中文的「世」，該兩點為變音之意思，在視覺上形成明顯之辨識性與印象亦有強調之效果，相關消費者於觀察兩商標時，自能因其視覺效果上強弱之別，而區辨其屬不同之商標。而「STARCK」為參加人名字中之「史塔克」，系爭商標「Starke」中文意思為「實力、堅硬」之意，二者整體觀念差異甚迥，引起消費者混淆誤認之可能性極低。

(3)整體觀之，兩商標圖樣設計、文字組成及設計意匠均明顯有別，所傳達之觀念及讀音亦有顯著不同，予人寓目印象截然有別，縱將之標示在相同或類似之商品或服務，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，誤認其為來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源之可能性不高，是以原處分及訴願機關認定未經設計或經設計之據爭商標與系爭商標將致消費者產生混淆誤認之虞，顯有不公正客觀之處。

(二) 聲明（本院卷第13、173、175頁）：原處分及訴願決定關

於系爭商標指定使用於「錢包；背包；書包；腰包；旅行箱；購物袋；公事包；行李箱；鑰匙包；化妝包；手提包；旅行袋；運動包；名片皮夾；證件皮夾；便當袋」商品異議成立之部分均撤銷。

三、被告之答辯要旨及聲明：

（一）參加人之據爭商標有先使用於行李箱、提袋、背包等商品之事實：

1. 依參加人所檢送如丙證1附件3之事證，雖有部分資料未見發表日期或晚於系爭商標註冊申請日，或參加人有將據爭商標標示於其他設計作品之情形，惟仍可得知參加人係法國知名設計師，設計領域涵蓋建築、家具、生活用品、交通產品及室內設計等，並以其姓氏「STARCK」設計成「S+ARCK」（史塔克）商標，標示於所設計之物件，且作為行銷目的之使用，非單純作為個人姓氏之表示；且參加人自1980年起陸續獲得諸多設計大獎，其中為「Samsonite Europe」行李箱廠商設計之公事包，即獲得2002年IF產品設計獎項。復由丙證2附件5之資料及附件7 標示「S+ARCK」商標之拉鍊頭照片觀之，已知參加人為法國行李箱「DELSEY」品牌設計以「S+ARCK」為名之行李箱及手提包，且於商品文宣、廣告看板、設櫃照片、商品標籤或拉鍊頭上標示有「S+ARCK」、「STARCKTRIP」或「S+ARCKTRIP」商標，並於2015年1月至6 月間在歐亞地區賣出1,540個行李箱。據此，堪認參加人早於系爭商標申請註冊日（105年6月2日）前，已有先使用未經設計「STARCK」、「STARCKTRIP」商標及經設計「S+ARCK」、「S+ARCKTRIP」商標於行李箱、提袋、背包等商品之事實。

2.原告雖稱丙證1附件4之商品文宣未見發行地及發行日期，且經檢視「DELSEY」官網及社群網站並未見2014年10、11月曾有發表據爭商標行李箱之相關文章等等。惟由丙證1附件4之「MARKETING & SALES ACTIVITIES REPORT」首頁已可見「DELSEY BY S+ARCK」及「JUNE 2015」等字樣，而於各地百貨設櫃現場照片之前一頁亦標有地點及日期（例如：POP UP STORE FRANCE Galeries Lafayette Haussmann 09/02/15-07/03/15），且整份市場與銷售活動報告及商品文宣資料記載詳實而完整，足認據爭商標商品已於2014年及2015年於外國各地行銷使用之事實；又依丙證1附件4可見2014年10、11月於「DELSEY」之TWITTER、INSTAGRAM、FACEBOOK等社群網站之網頁確有標示據爭商標商品之文章，且部分TWITTER網站文章於訴願審議階段均仍存在，而DELSEY FACEBOOK粉絲專頁在2014年11月20日亦有關於「S+ARCKTRIP」商標行李箱等商品之貼文及照片，內容與丙證1附件4大致相符，故難僅依原告所言目前未能得見部分文章，遽認參加人有後製剪貼資料或未使用據爭商標之情事。

3.原告復主張丙證1附件4未顯示據爭商標商品於我國實際陳列販售之情形，且丙證2附件5之報章雜誌並未於我國發行銷售，丙證2附件6之銷售發票僅為一般私文書，並未有任何簽章，均無法證明據爭商標商品有於我國銷售之事實等等。然而，商標法第30條第1項第12款規定所稱「先使用」之商標，係指相對於系爭商標在先使用之商標，主要係用以確認據爭商標在系爭商標申請註冊前已有持續使用於同一或類似商品之事實，並不限於在國內先使用之商標，

亦包括已在國外先使用之商標。是以，參加人所檢附如丙證2附件6之銷售發票，縱認僅屬私文書，證據力較薄弱，惟就參加人所檢附之其他異議附件資料綜合以觀，均已顯示據爭商標有於外國先使用於行李箱、提袋、背包等商品之相關事實。

(二) 兩商標構成近似：

1.系爭商標係由未經設計之德文「Starke」所構成，而先使用之據爭商標，或係由未經設計之英文「STARCK」、「STARCKTRIP」組成，或係將英文「STARCK」、「STARCKTRIP」中之「T」字母設計成橘黃色「+」圖案後組成，其中據爭商標「STARCKTRIP」、「S+ARCKTRIP」商標之字尾「TRIP」，為習知「旅行」之意，識別性較低，又參加人實際使用時復將「TRIP」以不同字體、設色或空格而與「STARCK」作區隔，是據爭商標皆係以「STARCK」、「S+ARCK」為其主要識別部分。

2.系爭商標與據爭商標相較，予人印象較深刻及用以唱呼辨識之「Starke」/「STARCK」、「S+ARCK」，均有相同之「s」、「t」、「a」、「r」、「k」字母，僅有一字母「e」與「c」之些微差異，且據爭商標「S+ARCK」、「S+ARCKTRIP」之「+」即使設色為橘黃色，仍形似於系爭商標之字母「t」，又系爭商標雖於字母「a」上方有「..」之變母音符號，惟該二點符號所占圖樣比例甚小，相關消費者於購買時施予普通之注意尚難察覺，故兩商標外觀予相關消費者整體寓目印象實屬相似。復按拼音性之外文予消費者之印象重在其讀音，且外文字詞之商標字義非我國一般民眾所普遍熟悉者，應著重於文字讀音及外觀之比

對，是原告雖稱系爭商標係由德文「Starke」所組成，且德文「Starke」中譯為「實力、堅強」之意與據爭商標有所不同，惟衡酌英、美語係屬國人較熟知之外國語文，我國相關消費者於異時異地隔離整體觀察或實際交易連貫唱呼之際，尚難藉由系爭商標之字母「a」（上方有..）而辨識其非屬英文單字，進而知曉該德文單字之讀音及意義，因此我國相關消費者仍會將系爭商標以英文「Starke」作唸讀及理解，而與據爭商標之「STARCK」讀音雷同，且難以於觀念上作區辨。是以兩商標整體圖樣於外觀、讀音及觀念均相彷彿，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，實不易區辨，應屬構成近似之商標。

（三）商品構成同一或類似：

系爭商標指定使用之「錢包；背包；書包；腰包；旅行箱；購物袋；公事包；行李箱；鑰匙包；化粧包；手提包；旅行袋；運動包；名片皮夾；證件皮夾；便當袋」部分商品，與據爭商標「STARCK」、「STARCKTRIP」、「S+ARCK」、「S+ARCKTRIP」實際使用之行李箱、提袋、背包等商品相較，皆屬提供空間盛裝物體、收納物品，以供攜帶之容器，於性質、功能、產製者、銷售場所等因素上具有共通或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，應屬同一或高度類似之商品。

（四）又縱然原告與參加人之間並無契約、地緣或業務往來關係，惟參加人為知名法國設計家，於系爭商標申請註冊日前已先使用未經設計「STARCK」、「STARCKTRIP」及經設計「S+ARCK」、「S+ARCKTRIP」據爭商標於行李箱、提袋、

01 背包等商品，並於網路媒體或報章雜誌發表據爭商標商品
02 之相關廣告文宣及文章，且參加人所設計之公事包更曾獲
03 2002年「IF產品設計獎（IF Design Award）」等相關事
04 實。而原告從事行李箱、提袋、背包等相關商品之產製、
05 零售或批發，與參加人應屬競爭同業關係，原告對於相關
06 商品之市場資訊及其他同業之經營訊息，應較一般人更為
07 熟悉且關注，不難藉由日常各項活動、報章雜誌報導或相
08 關網站資訊等各類管道，得知先使用於行李箱、提袋、背
09 包等商品之據爭商標。準此，原告以高度近似於據爭商標
10 之外文「Starke」作為系爭商標，並指定使用於同一或類
11 似商品而申請註冊，依一般經驗法則判斷，實難謂為巧合
12 ，堪認原告於系爭商標申請註冊前，即已知悉據爭商標存
13 在，且基於仿襲意圖而申請系爭商標之註冊。

14 （五）聲明：駁回原告之訴（本院卷第95、175頁）。

15 四、參加人並未於言詞辯論期日到場，亦未提出書狀作何聲明或
16 陳述。

17 五、本件爭點（本院卷第145頁）：

18 系爭商標就指定使用於「錢包；背包；書包；腰包；旅行箱
19 ；購物袋；公事包；行李箱；鑰匙包；化妝包；手提包；旅
20 行袋；運動包；名片皮夾；證件皮夾；便當袋」商品，有無
21 商標法第30條第1項第12款本文所定之情形，而不得註冊？

22 六、本院判斷：

23 （一）應適用之法令與解釋：

24 1.評定商標之註冊有無違法事由，除第106條第1項及第3項
25 規定外，依其註冊公告時之規定，商標法第50條、第62條
26 定有明文。本件系爭商標係於105年6月2日申請註冊，並

01 經被告於同年12月16日核准註冊公告（乙證2卷第7頁），
02 故系爭商標之註冊有無違法事由，應以105 年11月30日修
03 正公布、同年12月15日施行之現行商標法（下簡稱商標法
04 ）為斷。

05 2.商標法第30條第1 項第12款規定：「商標有下列情形之一
06 ，不得註冊：相同或近似於他人先使用於同一或類似商品
07 或服務之商標，而申請人因與該他人間具有契約、地緣、
08 業務往來或其他關係，知悉他人商標存在，意圖仿襲而申
09 請註冊者。但經其同意申請註冊者，不在此限」。本款規
10 範意旨，係將因與他人有特定關係，而知悉他人先使用之
11 商標，非出於自創加以仿襲註冊，顯有違市場公平競爭秩
12 序情形，列為不得註冊之事由。從而，適用本款之要件，
13 除申請人具有仿襲之意圖外，並包括：(一)相同或近似於他
14 人先使用之商標。(二)使用於同一或類似商品或服務。(三)申
15 請人因與他人間具有契約、地緣、業務往來或其他關係，
16 知悉他人商標存在。(四)未經他人同意申請註冊等要件（最
17 高行政法院108年度判字第511、512號判決意旨參照）。

18 （二）參加人如附圖3之據爭商標有先使用之事實：

19 1.本院依參加人所檢送如丙證1附件3所示其個人之維基百科
20 資料、個人簡介及設計商品介紹文章、ALESSI網站及YAHOO
21 奇摩超級商城網路銷售商品頁面、2007年3月6日「在東京
22 看Philippe Starck 作品」網路文章、2004年8 月23日「
23 frostyplace老地方冰果室」網路文章、2016年11月2日「
24 LaVie 設計改變世界」發表之網路文章、2011年2月5日「
25 TENGDESIGN」介紹參加人及其設計作品之網誌文章與照片
26 、2002年「IF 產品設計獎（IF Design Award）」獲獎資

料，以及附件4之2015年6月「DELSEY BY S+ARCK」行銷活動報告及銷售資料等加以勾稽，可知參加人為法國知名設計師，設計領域涵蓋建築、家具、生活用品、交通產品及室內設計等，並以其姓氏「STARCK」設計成「S+ARCK」（史塔克）商標，標記於所設計之產品或物件作為行銷目的之使用；而參加人自1980年起即陸續獲得諸多設計大獎，其中為「Samsonite Europe」行李箱廠商設計之公事包，並獲得2002年IF國際設計大獎；復參酌參加人所提丙證1附件4、丙證2附件5之商品廣告影本及附件7標示有「S+ARCK」商標之拉鍊頭照片相互觀之，可知參加人為法國行李箱「DELSEY」品牌，設計以「S+ARCK」為名之行李箱及手提包，且於商品文宣、廣告看板、設櫃照片、商品標籤或拉鍊頭上，均標示有「S+ARCK」或「S+ARCKTRIP」、「STARCKTRIP」商標，並已於2015年1月至6月間在歐亞地區售出1,540 個行李箱（乙證1卷第123頁）。基此，足認參加人早於系爭商標申請註冊日即105 年6月2日之前，已有先使用經設計「S+ARCK」、「S+ARCKTRIP」或未經設計「STARCKTRIP」之據爭商標（如附圖3）於行李箱、提袋、背包等商品之事實。

2.原告雖主張上開資料僅呈現參加人之姓名「STARCK」或廣告文字說明等等。惟觀諸丙證1附件3之「frostyplace 老地方冰果室」網路文章，可見參加人有以經設計之「S+ARCK」標記作為商標使用（乙證1 卷第62至64頁），及「TENGDESIGN」網路介紹文章亦出現經設計「S+ARCK」商標之圖片（乙證1 卷第69頁）；又由丙證1附件4之2015年6月「DELSEY BY S+ARCK」行銷活動報告及銷售資料之

「MARKETING & SALES ACTIVITIES REPORT」首頁，可見「S+ARCK」字樣（乙證1卷第75頁），且依該報告所附商品照片，可見商品標籤上載有「STARCKTRIP」或「S+ARCKTRIP by DELSEY」字樣（乙證1卷第76、87頁），另該行銷活動報告於各地百貨設櫃現場照片前一頁亦標有販售之地點及日期，例如：「POP UP STORE FRANCE Galeries Lafayette Haussmann 09/02/15-07/03/15」（乙證1卷第89頁），足認使用如附圖3據爭商標「S+ARCK」、「S+ARCKTRIP」或「STARCKTRIP」之商品，確有於2015年在國外行銷之事實，並非如原告所稱僅係以參加人姓氏「STARCK」介紹其設計之商品或僅為廣告文字之說明而已。

3.又參諸丙證1附件4之TWITTER、INSTAGRAM、FACEBOOK等社群網站之網頁（乙證1卷第107至113頁），確有於2014年10、11月出現「DELSEY BY S+ARCK」之商品文章及照片（乙證1卷第109至110頁），且該TWITTER網站之部分文章及照片，於本案訴願審議階段均仍存在（丁證1卷第36至40頁），而被告所查詢之DELSEY FACEBOOK粉絲專頁，在2014年11月20日亦有關於「S+ARCKTRIP」商標行李箱等商品之貼文及照片（丁證1卷第41頁），其內容與參加人所提丙證1附件4大致相符，並無原告主張「DELSEY」未於INSTAGRAM、FACEBOOK網路社群發表使用據爭商標商品之文章。是以，原告所稱其檢視後未能發現部分文章，而遽認參加人有後製剪貼資料之情事，洵屬無據。

4.至原告主張丙證1附件4「廣告看板、設櫃照片及商品標籤」，並非據爭商標商品於我國實際陳列販售之情形；丙證2附件5之2014年及2015年刊登於「AD-Architectural

Digest (Spain)」、「intramuros」等報章雜誌並未於我國發行銷售，一般消費者難以取得；丙證2附件6之銷售發票即2016年3月3日臺灣鴻勝國際行銷有限公司（EVER WIN MARKETING INTERNATIONAL CORP.）向「DELSEY」亞洲廠商進口「STARCKTRIP」行李箱（袋），僅為一般私文書，並未有任何簽章，均無法證明據爭商標商品有於我國銷售之事實；丙證2附件7標有「S+ARCK」之拉鍊，在未有其他商品條碼輔助判斷下，與丙證2附件6之「STARCKTRIP」無法相互勾稽等等。然按商標法第30條第1項第12款規定所謂先使用之商標，係指在他商標申請註冊前，有使用商標以表彰商品來源之事實，並非商標註冊在先或商標註冊狀態之存續而言。職是，不論是否為著名商標，不分國內外，亦不問註冊與否，僅要因契約、地緣、業務往來或其他關係知悉他人先使用商標存在而搶註者，均有本款之適用（最高行政法院107年度判字第301號判決意旨參照）。基此，「先使用」之商標，並不限於在國內先使用之商標，亦包括已在國外先使用之商標。本件依參加人所檢附前揭資料綜合勾稽以觀，已足以顯示據爭商標（如附圖3）有於國外先使用於行李箱、提袋、背包等商品之事實，已如前述，並非不得以丙證2附件7標有「S+ARCK」之拉鍊與參加人其他檢附資料相互勾稽，且縱未於我國發行銷售，亦不影響據爭商標有先使用之事實。是以原告前揭主張亦屬無據。

（三）系爭商標與先使用如附圖3之據爭商標為近似：

- 1.按商標是否近似暨其近似程度之判斷，應以商標圖樣整體為觀察，亦即以呈現在商品或服務之消費者眼前之整體圖

樣加以觀察。惟在整體觀察原則上，尚有所謂主要部分，則係因商標雖以整體圖樣呈現，但商品或服務之消費者較為關注或事後留存印象作為其辨識來源者，則係商標圖樣中之顯著部分，此顯著部分即屬主要部分。主要部分觀察與整體觀察並非牴觸對立，主要部分最終仍是影響商標給予商品或服務之消費者的整體印象，兩者對判斷商標近似係屬相輔相成。

2. 系爭商標係由未經設計之德文「Starke」所構成（a 字母上方有..，參附圖1），而先使用如附圖3之據爭商標係由未經設計之英文「STARCKTRIP」組成，或係將英文「STARCK」、「STARCKTRIP」中之「T」字母設計成「+」圖案後組成「S+ARCK」或「S+ARCKTRIP」，其中據爭商標之字尾「TRIP」，為「旅行」之意，識別性較低，是以據爭商標係以「S+ARCK」為其主要識別部分。
3. 又所謂商標圖樣近似者，係指異時異地隔離與通體觀察，兩商標圖樣在外觀、觀念或讀音方面有相似處，具備普通知識經驗之相關消費者，施以通常之辨識與注意，有致混淆誤認之虞。申言之，兩商標予人之整體印象有其相近之處，倘其標示在相同或類似之商品或服務上時，具有普通知識經驗之相關消費者，在購買時施以普通之注意，可能會有所混淆而誤認兩者商品或服務，來自同一來源或誤認不同來源之間有所關聯，則構成近似。
4. 比較系爭商標與如附圖3 之據爭商標，給人印象較深刻及用以唱呼辨識之「Starke」或「STARCK」、「S+ARCK」，均有相同之「s」、「t」、「a」、「r」、「k」字母，僅有一字母「e」與「c」之些微差異，且據爭商標「S+ARCK

」，「S+ARCKTRIP」之「+」即使設色為橘黃色（參附圖2），在一般人書寫習慣上仍形似於系爭商標之字母「t」，原告稱不應將「+」視為「T」或「t」尚屬無據，又系爭商標雖於字母「a」上方有「..」之變母音符號，惟該二點符號所占圖樣比例甚小，相關消費者於購買時施予普通之注意應難察覺，故兩商標外觀予相關消費者整體寓目之印象實屬相似。又按拼音性之外文予消費者之印象重在其讀音，且外文字詞之商標字義非我國一般民眾所普遍熟悉者，自應著重於文字讀音及外觀之比對，原告雖稱系爭商標係由德文「Starke」所組成，且德文「Starke」中譯為「實力、堅強」之意，與據爭商標之「STARCK」（史塔克）意思有所不同，惟衡酌英、美語係屬國人較熟知之外國語文，我國相關消費者於異時異地隔離整體觀察或實際交易連貫唱呼之際，尚難藉由系爭商標之字母「a」（上方有..）而辨識其非屬英文單字，進而知曉該德文單字之讀音及意義，因此我國相關消費者仍會將系爭商標以英文「Starke」作唸讀及理解，而與據爭商標之「STARCK」讀音雷同，且難以於觀念上作區辨。

5.基此，兩商標整體圖樣於外觀、讀音及觀念均相彷彿，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，實不易區辨，而於異時異地隔離整體觀察，實易予人有同一或系列商標之聯想，以具有普通知識經驗之相關消費者，其於購買時施以普通之注意，可能會誤認兩者來自同一來源或雖不相同而有關聯之來源，自應構成近似之商標。準此，原告主張原處分對系爭商標之比對有違反整體觀察原則，且兩商標圖樣設計、文字組成及設計意匠、予人寓

目印象均截然有別，不致於讓消費者產生混淆誤認等等，
洵非可採。

(四) 系爭商標指定使用之商品與先使用如附圖3 據爭商標之商品，為同一或高度類似之商品：

1.系爭商標依指定使用於商品及服務分類表第18類之「錢包；背包；書包；腰包；旅行箱；購物袋；公事包；行李箱；鑰匙包；化粧包；手提包；旅行袋；運動包；名片皮夾；證件皮夾；便當袋；傘；手杖；人造皮革；抱嬰兒用吊袋」商品（參附圖1）。

2.上開「錢包；背包；書包；腰包；旅行箱；購物袋；公事包；行李箱；鑰匙包；化粧包；手提包；旅行袋；運動包；名片皮夾；證件皮夾；便當袋」部分商品，與附圖3 據爭商標實際使用之行李箱、提袋、背包等商品相較，皆屬提供空間盛裝物體、收納物品，以供攜帶外出之個人用品，於性質、功能、產製者、銷售場所等因素上具有共通或關聯之處，且通常來自相同之商品產製業或服務提供者，如標示相同或近似商標圖樣，依一般社會通念及市場交易情形，易使消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，則系爭商標與據爭商標所指定使用之商品間，應存在同一或高度類似之關係。

(五) 原告知悉先使用如附圖3 之據爭商標存在，且有仿襲意圖：

1.商標法第30條第1 項第12款之規定旨在避免剽竊他人創用之商標或標章而搶先註冊，賦予先使用商標者，遭他人不法搶註其商標時的權利救濟機會。法條除例示規定「契約、地緣、業務往來」之關係外，並概括規定「其他關係」

，判斷申請人與先使用人間有無與「契約、地緣、業務往來」類似之其他關係而知悉他人商標，應就具體個案，判斷是否有客觀事證足認申請人確因知悉他人商標存在而搶先註冊，而有本款之適用。

2.查參加人為法國知名設計師，早於系爭商標申請註冊日前即以其姓氏「STARCK」設計成如附圖3之據爭商標，自1980年起即陸續獲得諸多設計大獎，其中為「Samsonite Europe」行李箱廠商設計之公事包，並獲得2002年IF國際設計大獎，且經網路媒體或報章雜誌發表多篇據爭商標商品之相關廣告文宣及文章，已如前述，縱然原告與參加人之間並無契約、地緣或業務往來關係，然原告乃從事行李箱、提袋、背包等相關商品之產製、零售或批發，與參加人屬競爭之同業關係，原告對於相關商品市場資訊及其他同業之經營訊息，應較一般人更為熟悉且關注，實不難藉由相關商品之各項活動、報章雜誌報導或相關網站資訊等各類管道，得知先使用於行李箱、提袋、背包等商品之據爭商標。況且，參加人早於系爭商標申請註冊日前之103年3月7日，即以與據爭商標極為近似之「S+ARCK'S」（如附圖2）圖樣在我國申請註冊商標獲准，並指定使用於與系爭商標商品相類之行李箱、皮件等商品，堪可認定原告於申請註冊系爭商標時應已知悉先使用如附圖3據爭商標之存在。

3.準此，原告於系爭商標申請註冊前，即已知悉據爭商標之存在，仍以近似於據爭商標如附圖1之外文「Starke」作為商標，並指定使用於前開同一或高度類似商品而申請註冊，顯係出於仿襲之意圖，且未經參加人之同意，洵堪認

01 定。

02 七、綜上所述，系爭商標申請註冊之前，參加人已有先使用如附
03 圖3 據爭商標之事實，原告知悉並申請近似於先使用據爭商
04 標圖樣之系爭商標註冊，並指定使用於同一或高度類似之「
05 錢包；背包；書包；腰包；旅行箱；購物袋；公事包；行李
06 箱；鑰匙包；化妝包；手提包；旅行袋；運動包；名片皮夾
07 ；證件皮夾；便當袋」等商品，已違反商標法第30條第1 項
08 第12款之規定。從而，被告依參加人之申請，撤銷系爭商標
09 於上開商品部分之註冊，並無違誤，訴願決定予以維持，核
10 無不合。原告仍執前詞，訴請撤銷原處分及訴願決定關於系
11 爭商標指定使用於「錢包；背包；書包；腰包；旅行箱；購
12 物袋；公事包；行李箱；鑰匙包；化妝包；手提包；旅行袋
13 ；運動包；名片皮夾；證件皮夾；便當袋」商品部分，為無
14 理由，應予駁回。

15 八、本件判決基礎已經明確，當事人其餘攻擊防禦方法及訴訟資
16 料經本院斟酌後，核與判決結果不生影響，並無一一論述的
17 必要，一併說明。

18 九、結論：

19 本件原告之訴為無理由，依智慧財產案件審理法第1 條，行
20 政訴訟法第98條第1項前段，判決如主文。

21 中 華 民 國 109 年 3 月 25 日

22 智慧財產法院第三庭

23 審判長法 官 蔡惠如

24 法 官 伍偉華

25 法 官 吳俊龍

26 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
(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 109 年 3 月 27 日

書記官 蔣淑君