

智慧財產法院行政判決

108年度行商訴字第45號

原告 瑞穗春天國際觀光酒店股份有限公司

代表人 張茂松（董事長）

訴訟代理人 楊代華律師

莊郁沁律師（兼送達代收人）

陳婷律師

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 春天酒店股份有限公司

代表人 林中民（董事長）

訴訟代理人 陳丁章律師（兼送達代收人）

複代理人 李子聿律師

上列當事人間因商標評定事件，原告不服經濟部中華民國108年3月22日經訴字第10806301900號訴願決定，提起行政訴訟，並經本院命參加人獨立參加本件被告之訴訟，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：

原告於民國103年7月17日以「瑞穗春天國際GRAND COSMOS SPA 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43類之「賓館…飲食店；小吃店…餐廳…會議室出租」等服務，向被告申請註冊。經被告審查，

核准列為註冊第0000000 號商標（下稱系爭商標，圖樣如本判決附圖一所示）。嗣參加人於106 年12月11日以系爭商標有違商標法第30條第1 項第10款之規定，檢具註冊第000000 00號、第000000000號商標（下合稱據以評定商標，圖樣分別如本判決附圖二、附圖三所示），對之申請評定。經被告審查，以107 年9 月25日中台評字第1060246 號商標評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108 年3 月22日經訴字第10806301900 號訴願駁回，原告不服，向本院提起訴訟。因本院認本件判決之結果，倘認原處分及訴願決定應予撤銷，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、原告聲明請求撤銷原處分與訴願決定，並主張：

（一）兩商標依「混淆誤認之虞」審查基準之判斷標準整體不構成近似，且無造成相關消費者混淆誤認之虞：

1.系爭商標之識別性較強，而據以評定商標之識別性較弱：

（1）天成飯店集團註冊有第000000000號「COSMOS」商標，其所經營之系列飯店習用COSMOS作為其英文之一部，而瑞穗春天乃係天成飯店集團所新創之品牌，系爭商標之英文部分選擇天成飯店集團習用之「COSMOS」字樣，未使用「春天」所習用搭配之英文「SPRING」，上排比例極大之稻穗設計圖、中排6 個中文字「瑞穗春天國際」、下排3 個英文單字「GRAND COSMOS SPA」所構成，系爭商標之英文字使用Cosmos予消費者印象其服務提供來源係天成飯店集團，具有強烈識別性，消費者並不會誤認系爭商標服務提供來源係參加人所經營之北投春天酒店。

（2）除據以評定商標及系爭商標外，被告歷年來核准其他不同第

01 三人之申請註冊在第43類相關服務上之含「春天」中文字者
02 ，所在多有。其中「川湯春天」商標的註冊時間為94年12月
03 1日，而遠在據以評定商標註冊時間96年12月16日、97年6
04 月16日之前。「春天」為習見習知的中文用語，相較僅使用
05 習知文字「春天」且無任何設計之據以評定商標，系爭商標
06 除含有設計性的圖樣，其中英文字之組合亦具有特殊設計，
07 此外，消費者亦可自其英文字之Cosmos判別其服務提供來源
08 係老字號之天成飯店集團，故系爭商標之識別性遠較據以評
09 定商標高。

10 2.系爭商標與據以評定商標整體不構成近似：

11 (1)系爭商標之中文係「瑞穗春天國際」，據以評定商標則為「
12 春天」，系爭商標之讀音除「瑞穗春天國際」外，另包括「
13 GRAND COSMOS SPA」，後者則僅為「春天」；系爭商標由中
14 文、外文結合巨大的稻穗設計圖，而據以評定商標僅為單純
15 未經設計之中文2字，此外，系爭商標結合巨大的稻穗設計
16 圖、中文「瑞穗春天國際」及外文「GRAND COSMOS SPA」為
17 一整體圖樣，與據以評定商標之單純未經設計之「春天」印
18 刷字，在構圖上並不相同；兩商標均使用共同之中文字「春
19 天」，但該重疊處僅屬極小的一部分（10%以下），兩商標
20 不僅讀音、外觀不同，予消費者寓目印象亦大相逕庭，相關
21 消費者輕易即可清楚分辨二者，兩商標迥然不同，其非近似
22 甚明。

23 (2)再就商標主要部分比較，系爭商標中之稻穗設計圖明顯佔整
24 體比例超過二分之一，又英文除了「SPA（溫泉）」為服務
25 種類之說明外，其他起首兩個英文字「GRAND COSMOS（豪華
26 瀚宇）」字義特殊具高識別性，故前述部分應為系爭商標整

體主要部分，足以作為辨識二商標不同來源的依據。此外，系爭商標中之中文字「瑞穗春天國際」雖含有「春天」，但該2字置於一串中文字中間並不顯著，且現存在亦有效之註冊商標包含「春天」2字指定使用於與系爭商標相同或類似之餐廳等服務者，所在多有，故該「春天」2字部分識別性不高，應與其他中文「瑞穗」及「國際」部分之識別性程度一樣低，皆非本案系爭商標主要部分。故比較二商標主要部分，系爭商標為稻穗設計圖及英文字「GRAND COSMOS」，與據以評定商標單純中文「春天」差別迥異，故系爭商標註冊絕無造成消費者混淆誤認之虞。

- (3)原告實際上使用系爭商標的情形，完全是將系爭商標使用於位於花蓮縣瑞穗鄉的「瑞穗春天國際酒店」，忠實按照系爭商標整體圖樣使用，沒有任何特別凸顯「春天」2字，甚至也沒有使用參加人實際上所使用的「Spring」英文一語的情形。故從參加人在市場上使用據以評定商標以及原告於市場上使用系爭商標之情形觀察，更可知二商標明顯有別，不構成「近似」，更不可能有任何造成消費者混淆誤認之虞。

3.商品／服務是否類似暨其類似之程度：

參加人為一單純提供泡湯住宿、餐廳之日式風格湯屋，地點位於北投，因近陽明山國家公園，訴求對象為到附近的國家公園、國立故宮博物院、北投或淡水旅遊者能順道去泡湯用餐歇息。而原告為臺灣知名天成飯店集團之成員，其坐落於花蓮縣瑞穗鄉，為國內首座結合五星觀光飯店、villa別墅、親子villa、溫泉／水樂園、SPA之複合式頂級南歐莊園風格的度假村，主要客群則為前往花蓮縣度假之國內、外觀光旅客，兩者提供之服務對象、經營型態明顯有別，相關市

場並無重疊之處。尤其，系爭商標之文字使用「瑞穗春天國際」，用語就在於表徵瑞穗春天國際酒店係一位於花蓮縣「瑞穗鄉」的酒店之客觀事實，以保護原告在花蓮縣「瑞穗鄉」所經營瑞穗春天國際酒店之商譽與信譽。原告與參加人所經營之飯店無論提供之服務對象及經營型態明顯有別外，在裝潢風格、客房、飯店設施及價位亦非相同，提供予消費者之服務內容顯然不同，參加人稱兩者僅有地理位置上之不同，洵與事實不符。

4.先權利人多角化經營之情形：

參加人除其位於臺北市○○區○○路○○號之酒店外，並未於任何臺灣其他地區提供系爭商標所註冊第43類之服務，尤其更未於系爭商標所示之瑞穗鄉經營任何事業。反之，原告所屬之天成飯店集團，則已經於臺灣諸多地區，發展、經營名稱均含有系爭商標所包含的「cosmos」字樣的飯店。故消費者當然不可能對於系爭商標的全貌視而不見，僅僅因為系爭商標含有「春天」2字，就誤以為系爭商標所表彰者乃係參加人經營之北投春天酒店，斷無產生混淆誤認之可能。

5.並無消費者混淆誤認系爭商標與據以評定商標：

原告取得系爭商標已有一段時間，對外推廣、宣傳瑞穗春天國際酒店也已經一段時間，從來沒有接獲過任何消費者投訴其誤認系爭商標係表彰「北投春天酒店」，或者其誤認原告與北投春天酒店為關係企業之情形。況且，如前所述，據以評定商標於市場上使用時多以「春天酒店Spring City Resort」之中英文搭配呈現，而系爭商標於市場上使用時，則從來沒有單獨使用或特別凸顯「春天」2字的情形，所使用之英文「Grand Cosmos」不僅與春天酒店所習用之英文不同，

更是天成集團多年以來使用的英文名稱，故實際上消費者根本沒有產生混淆誤認之可能。

6. 二商標在市場併存之事實已為相關消費者所認識，且足以區辨為不同來源：

原告投入大量資金於廣告、行銷「瑞穗春天國際」品牌之觀光酒店，並均載明及強調瑞穗春天國際觀光酒店係隸屬於天成飯店集團。原告傾力推廣，許多新聞媒體上均可見原告飯店的報導，而多數報導均明確指出原告經營之瑞穗春天國際酒店係天成集團所經營之事業。除各大知名報紙廣泛報導外，亦有眾多雜誌亦提及「瑞穗春天國際」品牌之觀光飯店係由天成飯店集團所投資。甚且，國內各大旅行社行銷瑞穗春天國際酒店時，亦均明確載明原告之觀光飯店係天成飯店集團所打造之全新休閒度假飯店，此亦更加證明消費者已經充分認知系爭商標所提供服務之來源係天成飯店集團，與參加人經營之北投春天酒店得以明確區別。此外，原告所經營的瑞穗春天國際酒店除了有金色水樂園、室內滑水道、兒童戲水區、跑跑甩尾車、兒童超跑俱樂部，均係參加人所經營北投春天酒店所沒有提供的設備與服務；尤其原告經營之瑞穗春天國際酒店為了吸引來自世界各地的國際遊客，更引進國際知名悅榕集團（Banyan Tree）旗下的悅椿Spa（Angsana Spa）。由此在在顯見原告所經營之瑞穗春天國際酒店與參加人所經營的北投春天酒店，不論在規模、設備、服務等每一個層面，都存在非常顯著的差異，消費者根本毫無混淆、誤認瑞穗春天國際酒店乃係參加人所經營事業之可能。

7. 原告係善意申請系爭商標：

原告係隸屬於天成飯店集團，而天成飯店股份有限公司早於

68年即開始營運，迄今已有40年之歷史，遠比於87年才成立之北投春天酒店悠久，並在臺灣民眾間深具知名度，不僅連續七年蟬聯飯店住房率之第一名，更已在臺灣的許多地區都有酒店事業之經營。天成飯店集團在我國本是具備極高知名度、聲譽良好的飯店集團，無須藉由攀附參加人之商譽來推廣、宣傳其商品或服務之需要與動機。再者，早在參加人於97年間取得據以評定「春天」商標之前，即有「瑞穗春天國際酒店」開發案，雖天成飯店集團於100年間向尚億國際開發有限公司（下稱尚億公司）所購買，但尚億公司於92年12月17日與岩谷環境工程股份有限公司（下稱岩谷公司）簽訂「花蓮瑞穗春天觀光飯店申請案委託契約書」時，該開發案使用的名稱即使用「瑞穗春天」4字，且花蓮縣政府於95年12月25日同意此開發案的公文中、同月29日對外的開發案許可公告，亦是使用「瑞穗春天觀光飯店」作為開發案的名稱，顯見天成飯店集團自尚億公司取得此項開發案後，參照開發案的名稱申請、取得、使用含有「瑞穗春天」4字的系爭商標，確實完全是為了保護原告所出資開發、經營的瑞穗春天國際酒店事業，而絕對並非基於攀附參加人之商譽至明。

8.其他混淆誤認之因素：

參加人經營之春天酒店為一單純提供國內人士短暫泡湯及住宿、餐廳之日式風格湯屋，地點位於北投，訴求客群為前往北投享受短時間泡湯服務的消費者。而原告經營的瑞穗春天國際觀光酒店位置遠在花蓮縣的瑞穗鄉，主要訴求客群則為前往花蓮旅遊、住宿的國內、外觀光旅客，二者提供服務的主要客群，明顯並不相同。且前往外地旅遊、住宿，本來即非吾人日常生活經常從事的活動，所以依照吾人生活經驗，

01 出外旅遊選擇住宿地點前，本來就會透過廣告、官方網站等
02 等媒介對於可能選擇的住宿地點多方瞭解，才會作出住宿選
03 擇的決定，所以飯店、酒店服務的相關消費者相較於其他一
04 般商品或服務的消費者，對於服務提供業者當有較高程度的
05 瞭解，而得悉原告經營之瑞穗春天國際酒店乃係天成飯店集
06 團的事業，而根本毫不可能會有消費者誤認為與參加人有關
07 。

08 (二)另據以評定商標於註冊時，第43類已有「百合春天」及「川
09 湯春天」等其他使用「春天」2 字之商標。依被告於商標評
10 定書之認定內容，上表之二商標均應以「春天」作為主要識
11 別部分，則僅有「春天」2 字之據以評定商標，則會與前述
12 二個商標構成極為近似之商標，更遑論「春天」為一般通用
13 之用語，其於當時已有「百合春天」及「川湯春天」等商標
14 時，應不具備特殊之識別性，若依照被告於本件撤銷處分所
15 採之見解及標準，被告當時根本不應准許據以評定商標之註
16 冊。被告既然在有同樣使用「春天」字樣之商標存在時，即
17 准許據以評定商標之註冊，且於據以評定商標註冊後，亦准
18 許其他含有「春天」字樣之商標註冊，則基於平等原則，相
19 同事物性質應為相同之處理，及依照被告歷來之標準，實無
20 理由拒絕和據以評定商標在外觀、讀音、與消費者寓目印象
21 均不同之系爭商標註冊，被告自不應撤銷系爭商標之註冊。

22 三、被告聲明求為判決原告之訴駁回，並抗辯：

23 (一)參加人就據以評定商標，有提出使用事證，堪認據以評定商
24 標第0000000 號，於性質相當之「美髮、髮型設計、燙髮、
25 染髮、剪髮、美容、化粧、皮膚保養、修指甲、紋身、紋眉
26 、澡堂、三溫暖、提供水療浴池、公共浴室、蒸汽浴、露天

01 溫泉浴池、減肥塑身、美容諮詢顧問、按摩、芳香療法之治
02 療」服務已有真實使用之情事；據以評定第0000000 號商標
03 有使用於「餐廳」部分服務。

04 (二)判斷兩商標是否有致混淆誤認之虞，被告公告之「混淆誤認
05 之虞」審查基準，列有各項相關參考因素，本件存在之相關
06 因素審酌如下：

07 1.商標是否近似暨其近似之程度：

08 系爭商標係由葉片設計圖、中文「瑞穗春天國際」、外文「
09 GRAND COSMOS SPA」由上而下排列所構成，其中「瑞穗」係
10 指花蓮瑞穗，為服務提供地之說明，而「國際」通常指跨國
11 企業或營業國際化，識別性不高，「SPA」則為營業種類之
12 說明，不具識別性之文字，是本件之主要識別部分為「春天
13」、「GRAND COSMOS」及設計圖，惟依國人於日常生活中認
14 知商標時，倘其中列有中文字樣，習慣上以讀取中文為先，
15 則系爭商標主要識別部分中文「春天」，與據以評定第0000
16 000 號「春天」商標主要部分相同，若其標示在相同或類似
17 的商品／服務上時，以具有普通知識經驗之消費者，於消費
18 時施以普通之注意，可能會誤認二商品／服務來自同一來源
19 或誤認不同來源之間有所關聯，二者應屬構成近似之商標，
20 且近似程度不低。

21 2.服務是否類似暨其類似之程度：

22 (1)系爭商標指定使用於「賓館；汽車旅館；供膳宿旅館；代預
23 訂旅館；旅館預約；臨時住宿租賃；觀光客住所；旅館；預
24 訂臨時住宿；民宿；提供膳宿處；旅社；冷熱飲料店；飲食
25 店；小吃店；冰果店；茶藝館；火鍋店；咖啡廳；咖啡館；
26 啤酒屋；酒吧；飯店；自助餐廳；備辦雞尾酒會；備辦宴席

01 ；點心吧；外燴；伙食包辦；流動咖啡餐車；流動飲食攤；
02 快餐車；小吃攤；泡沫紅茶店；餐廳；學校工廠之附設餐廳
03 ；速食店；早餐店；漢堡店；牛肉麵店；拉麵店；日本料理
04 店；燒烤店；牛排館；涮涮鍋店；居酒屋；素食餐廳；提供
05 餐飲服務；備辦餐飲；披薩店；冰店；冰淇淋店；食物雕刻
06 ；複合式餐廳」部分服務，與據以評定第00000000號商標指
07 定使用於「餐廳」部分服務相較，二者服務滿足消費者相同
08 或類似之需求，應屬相同或高度類似之服務。

09 (2)系爭商標指定之「廚房用品租賃；玻璃器皿出租；桌子椅子
10 桌布及玻璃器皿出租；桌子椅子桌布出租；傢俱租賃；烹飪
11 設備出租；飲水機出租；展覽會場出租；會場出租；會議室
12 出租」部分服務，與據以評定第00000000號商標指定使用於
13 「餐廳」部分服務相較，考量餐廳服務可能有廚房用品、玻
14 璃器皿、桌子椅子桌布及玻璃器皿、傢俱、烹飪設備、飲水
15 機之租賃使用需求，以及現今餐廳服務經常附有會議場所之
16 出租服務，故相關前者物品租賃及場所出租服務與後者之餐
17 廳服務間，仍具有相當程度之關聯性，而構成類似之服務，
18 其類似程度中等。

19 (3)原告雖訴稱系爭商標係提供複合式休閒度假飯店之服務，據
20 以評定商標則單純提供溫泉食宿湯屋之服務，二者經營模式
21 與客群並不相同，無致消費者產生混淆誤認之虞云云。惟按
22 ，註冊商標之權利範圍，係以其指定使用之商品／服務為依
23 據。二商標既均獲准註冊指定使用於食宿餐飲等同一或類似
24 服務，自應以其註冊之商品／服務為其比對之對象。況實際
25 交易市場上服務之經營模式及鎖定客群本可由權利人依其商
26 業策略隨時調整，是原告以二商標實際提供之服務不同，主

張無致相關消費者混淆誤認之虞，核無足採。

3.商標識別性之強弱：

據以評定商標「春天」2字固屬常見之字詞，且現存有效之註冊商標包含「春天」2字指定使用於餐廳等服務者不乏其例，惟與所指定使用之餐廳等服務並無直接關連性，仍足使消費者認識其為表彰服務來源之標識，並得藉以與他人之服務相區別，應具有識別性，僅其識別性不高。

4.相關消費者對各商標之熟悉程度：

參加人設立於64年，所營事業項目包括旅社及附設餐廳、一般浴室業等（乙證1-3 附件4），早於87年起陸續申准註冊多件商標包含「春天」、「春天酒店」等中文，指定使用於餐廳、旅館、美容美髮、三溫暖、按摩等服務，有被告商標檢索資料附卷可稽，再據參加人檢送之證據資料，亦可看出在系爭商標申請註冊時，參加人已使用「春天酒店SPRING CITY RESORT及圖」、「春天酒店及圖」等商標於餐廳、住宿、溫泉浴池等服務，其後復持續使用「春天酒店SPRING CITY RESORT及圖」、「春天酒店及圖」、「春天」等商標於前述服務（乙證1-6 附件1）。反觀原告所屬天成飯店集團申請「瑞穗春天觀光飯店」開發計畫一案，雖早於95年12月25日即獲花蓮縣政府同意開發許可，並以「瑞穗春天國際觀光酒店」為名於2015年5月13日舉行動土典禮，惟審酌原告檢送之「花蓮縣政府函」、「花蓮縣政府公告」、「交通部觀光局函」、動土典禮照片（乙證1-7 附件5），該等公文或典禮現場非多數消費者所得知悉或參與，在系爭商標註冊時亦僅2015年1月8日更生日報1篇相關報導可參。因此，就現有資料而言，據以評定商標應係較為相關消費者所熟

01 悉之商標一節足堪認定，於判斷有無混淆誤認之虞時，自應
02 給予較大之保護。

03 (三)綜上，系爭商標之註冊應有商標法第30條第1 項第10款規定
04 之適用，依法應予撤銷。

05 (四)至於原告所稱「春天」已為旅館、餐廳業界常用之名稱，且
06 經檢索商標註冊資料亦可發現於旅館、餐廳服務中，已有多
07 件包含「春天」之商標存在；又「春天」為習見之中文字詞
08 ，以之作為商標申准註冊在旅館、餐廳等服務者不乏其例，
09 自不能因中文「春天」之偶同即主觀認定二商標有致生混淆
10 誤認之虞，已經被告及本院肯認等節。又原告所舉業界使用
11 包含「春天」之名稱或未經註冊，已獲准為註冊商標者，該
12 等商標與被告中台評字第H00000000 號商標評定書及本院10
13 2 年度行商訴字第97號行政判決據以爭議及遭爭議之商標有
14 別，個案案情及認定時點不同，且屬另案，自難比附援引執
15 為本件商標應准註冊之有利論據。

16 (五)另原告於行政訴訟起訴狀檢附之證據資料，其中原證1-3 號
17 未見系爭商標；原證4-6 號之本院判決，其商標圖樣均與本
18 件兩商標均不同，個案案情及認定時點不同，均屬另案；原
19 證7 號之被告檢索資料，雖可知另有他人以「春天」第43類
20 相關服務上之商標資料，惟與所指定使用之餐廳等服務並無
21 直接關連性，仍具有識別性，僅其識別性不高，已如前述；
22 原證8-12號之「春天酒店」訂房網頁資料，由其中原證12號
23 Agoda 網頁留言相隔十年後再次入住，感覺還是不錯，可知
24 參加人經營「春天酒店」距該留言期間「2018年1 月5 日」
25 已超過10年，且至今仍持續經營；原證15-27 及32號之報導
26 及訂房網頁資料，或無日期可稽，或為晚於系爭商標註冊日

之資料，無法作為無混淆誤認之虞之事證；原證28-30 號之契約書及花蓮縣政府相關函文（同乙證1-7 附件5 ），該等公文或契約書非多數消費者所得知悉或參與，均無法作為原告有利之事證。

四、參加人聲明求為判決原告之訴駁回，並主張：

(一)系爭商標係由中文「瑞穗春天國際」與英文「GRAND COSMOS SPA 」及圖所構成。中文部分之「瑞穗」為地名，識別性甚低，甚至是不具識別性；「國際」一詞則一般用以泛指營業範圍（對象、區域），識別性極弱，因此，對消費者而言，其就中文部分之識別乃在於「春天」2 字所傳達之訊息。又，就英文部分而言，「GRAND 」一字為「大」的意思，僅為形容詞，並無識別意義，將之用於飯店者所在多有，至於「SPA 」一詞只是商品或服務之名稱。又，系爭商標係用於原告於瑞穗所經營之瑞穗春天國際觀光酒店，而參加人之據以評定之商標所指涉之商品或服務之來源則是參加人經營之春天酒店，二者提供之商品及服務內容均相同，僅有地點之差異。系爭商標之主要識別既為春天二字，而「春天」2 字乃為參加人據以評定商標之部分，且為參加人長期持續使用之中，於業界已建立相當之聲譽，則消費者自有誤認二商標為同一來源，亦即均屬參加人所有之可能。

(二)原告稱其歸屬天成集團，甚至原告本身，向來均將「天成」作為識別，並由其所稱隸屬之「天成集團」註冊於各類不同事業，其於註冊系爭商標時，大可以「天成」註冊，或以「瑞穗天成」為之，於中文部分竟刻意「捨『天成』、就『春天』」。是以，「春天」一詞既經用於據以評定之商標註冊，即可認為原告並無必然使用該詞彙之必要，原告以之申請

01 註冊，當係出於刻意混淆。

02 (三)原告一再強調系爭商標具有高度識別性，如細為觀之，實乃
03 係強調其為天成飯店集團長期使用「天成」2 字，根本無關
04 「春天」。設若如此，大可不需攀附「春天」2 字，更不用
05 在系爭商標英文字樣中並無SPRING狀況下，於中文加入「春
06 天」一詞。且經參加人長期將春天2 字使用於溫泉飯店，已
07 使「春天」2 字與溫泉飯店及其關聯服務與商品廠商產生聯
08 結，已使消費者對「春天」、「溫泉飯店」有鮮明而整體印
09 象。換言之，在參加人用心經營之下，「春天」與溫泉飯店
10 及其周邊服務，已經產生相當緊密之連結。提及溫泉飯店，
11 談到春天2 字，消費者所直接聯想的必然是參加人。而瑞穗
12 、北投均係以溫泉聞名之地方，倘容許系爭商標註冊，將使
13 消費者誤認瑞穗春天與北投春天有一定關聯。

14 (四)商標之混淆誤認之虞判斷中，之所以討論「多角化經營」之
15 情形，通常是在被侵權（或先行註冊）之一方有多角化經營
16 ，而疑似侵權（或後註冊案）之一方將標誌使用（或指定）
17 在「不同」商品或服務之情況，之所以如此，則是因為此時
18 消費者極易誤認後者是前者之關聯事業，而對來源產生混淆
19 之故。然本件原告與參加人之商品與服務全然相同，該等「
20 商品與服務全然相同」的情況，根本不用討論「多角化經營
21 」因素。

22 (五)所謂平等原則之適用，前提是原告之商標「合法」（無混淆
23 誤認之虞）時，原告始得據以主張。然本件爭議，即在於判
24 斷原告之商標「是否合法」（是否無混淆誤認之虞）。因此
25 ，原告援引平等原則，論理上有邏輯之缺陷，並不足採。

26 五、本件法官依行政訴訟法第132 條準用民事訴訟法第463 條準

用同法第271條之1、第270條之1第1項第3款、第3項規定，整理兩造及參加人不爭執事項並協議簡化爭點如下：

(一)不爭執事項：

原告於103年7月17日以「瑞穗春天國際GRAND COSMOS SPA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43類之「賓館…飲食店；小吃店…餐廳…會議室出租」等服務（詳細服務名稱參見本件原處分事實欄），向被告申請註冊。經被告審查，核准列為註冊第0000000號商標（即系爭商標）。嗣參加人於106年12月11日以系爭商標有違商標法第30條第1項第10款之規定，對之申請評定。經被告審查，以107年9月25日中台評字第1060246號商標評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108年3月22日經訴字第10806301900號訴願駁回，原告不服，向本院提起訴訟。

(二)本件爭點：

系爭商標是否有違商標法第30條第1項第10款之規定？

六、得心證之理由：

(一)按商標有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之情形者，不得註冊，商標法第30條第1項第10款本文定有明文。而判斷有無混淆誤認之虞，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。次按所謂商標構成相同或近似者，係指以具有普通知識經驗之一般商品購買人，於購買時施以普通所用之注意，就兩商標主要部分之外觀、觀念或讀音整體觀察，有

無引起混淆誤認之虞以為斷。故判斷兩商標是否近似，應就各商標在「外觀」、「觀念」、「讀音」上特別突出顯著，足以讓消費者對標誌整體形成核心印象之主要部分異時異地隔離並整體觀察，以辨其是否足以引起混淆誤認之虞。經查：

1.商標是否近似暨其近似之程度：

系爭商標係由葉片設計圖、中文字「瑞穗春天國際」、外文字「GRAND COSMOS SPA」由上而下排列所構成；據以評定諸商標則係以中文「春天」2字，由左至右排列方式所構成之文字商標。二商標相較，皆有相同之中文字春天，雖原告稱系爭商標仍有稻穗設計圖、「瑞穗」、「國際」及「GRAND COSMOS SPA」等差異，不構成近似等語，惟系爭商標中之「瑞穗」係指臺灣花蓮縣之瑞穗鄉，為一服務提供地點之說明；「國際」則泛指跨國企業或營業國際化，尚難作為消費者識別之用；「SPA」則為營業種類之說明，以上差異均為說明性用語，故本件之主要識別部分仍應包括「春天」，則與據以評定諸商標之「春天」相同，整體予消費者之外觀寓目印象、觀念、讀音仍有近似之處，若標示在相同或類似之商品／服務時，仍可使具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，誤認二商品來自同一來源或誤認不同來源之間有所關聯，應屬構成近似之商標，且近似程度不低。

2.服務是否類似暨其類似之程度：

系爭商標指定使用於「賓館；汽車旅館；供膳宿旅館；代預訂旅館；旅館預約；臨時住宿租賃；觀光客住所；旅館；預訂臨時住宿；民宿；提供膳宿處；旅社；冷熱飲料店；飲食店；小吃店；水果店；茶藝館；火鍋店；咖啡廳；咖啡館；

啤酒屋；酒吧；飯店；自助餐廳；備辦雞尾酒會；備辦宴席
；點心吧；外燴；伙食包辦；流動咖啡餐車；流動飲食攤；
快餐車；小吃攤；泡沫紅茶店；餐廳；學校工廠之附設餐廳
；速食店；早餐店；漢堡店；牛肉麵店；拉麵店；日本料理
店；燒烤店；牛排館；涮涮鍋店；居酒屋；素食餐廳；提供
餐飲服務；備辦餐飲；披薩店；冰店；冰淇淋店；食物雕刻
；複合式餐廳」部分服務，與據以評定第00000000號商標指
定使用於「餐廳、旅館」服務相較，二者服務滿足消費者相
同或類似之需求，應屬相同或高度類似之服務，與據以評定
第0000000 號商標指定使用之「美髮、髮型設計、燙髮、染
髮、剪髮、美容、化粧、皮膚保養、修指甲、紋身、紋眉、
澡堂、三溫暖、提供水療浴池、公共浴室、蒸汽浴、露天溫
泉浴池、減肥塑身、美容諮詢顧問、按摩、芳香療法之治療
」服務相較，均有關溫泉食宿湯屋及其相關服務，應屬高度
或中度類似之服務。又系爭商標指定之「廚房用品租賃；玻
璃器皿出租；桌子椅子桌布及玻璃器皿出租；桌子椅子桌布
出租；傢俱租賃；烹飪設備出租；飲水機出租；展覽會場出
租；會場出租；會議室出租」部分服務，與據以評定第0000
0000號商標指定使用於「餐廳」部分服務相較，考量餐廳服
務可能有廚房用品、玻璃器皿、桌子椅子桌布及玻璃器皿、
傢俱、烹飪設備、飲水機之租賃使用需求，以及現今餐廳服
務經常附有會議場所之出租服務，故相關前者物品租賃及場
所出租服務與後者之餐廳服務間，仍具有相當程度之關聯性
，而構成類似之服務，其類似程度中等。從而，以系爭商標
與據以評定諸商標近似之程度，以及兩造商標所指定使用之
商品高度類似之情形下，依一般社會通念及市場交易情形觀

之，自然易使相關消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有
關聯之來源，而產生混淆誤認之虞。

3.商標識別性之強弱：

據以評定商標「春天」2字固屬常見之字詞，且現存有效之
註冊商標包含「春天」2字指定使用於餐廳等服務者不乏其
例，惟與所指定使用之餐廳等服務並無直接關連性，仍足使
消費者認識其為表彰服務來源之標識，並得藉以與他人之服
務相區別，應具有識別性，僅其識別性不高。

4.相關消費者對各商標之熟悉程度：

參加人設立於64年，所營事業項目包括旅社及附設餐廳、一
般浴室業等（乙證1-3 附件4），早於87年起陸續申准註冊
多件商標包含「春天」、「春天酒店」等中文，指定使用於
餐廳、旅館、美容美髮、三溫暖、按摩等服務，有被告商標
檢索資料附卷可稽，再據參加人提出之證據資料，亦可看出
在系爭商標申請註冊時，參加人已使用「春天酒店SPRING C
ITY RESORT及圖」、「春天酒店及圖」等商標於餐廳、住宿
、溫泉浴池等服務，其後復持續使用「春天酒店SPRING CIT
Y RESORT及圖」、「春天酒店及圖」、「春天」等商標於
前述服務（乙證1-6 附件1）。反觀原告所屬天成飯店集團
申請「瑞穗春天觀光飯店」開發計畫一案，雖早於95年12月
25日即獲花蓮縣政府同意開發許可，並以「瑞穗春天國際觀
光酒店」為名於2015年5月13日舉行動土典禮，惟審酌原告
檢送之「花蓮縣政府函」、「花蓮縣政府公告」、「交通部
觀光局函」、動土典禮照片（乙證1-7 附件5），該等公文
或典禮現場非多數消費者所得知悉或參與，在系爭商標註冊
時亦僅2015年1月8日更生日報1篇相關報導可參。因此，

就現有資料而言，據以評定商標應係較為相關消費者所熟悉之商標一節足堪認定，於判斷有無混淆誤認之虞時，自應給予較大之保護。

(二)綜上，「春天」2 字使用於旅館、餐廳等服務固難認具有較強之識別性，惟考量本件二商標近似程度不低，二者指定使用之服務具有同一或高度類似關係，或類似程度中等，參加人使用據以評定商標於餐廳、旅館等服務較為相關消費者所熟悉等因素加以判斷，系爭商標之註冊客觀上應有使相關消費者誤認二商標服務為來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，或誤認二商標之使用人間存在關係企業、授權關係或其他類似關係，而有混淆誤認之虞。從而，系爭商標之註冊應有商標法第30條第1 項第10款規定之適用，依法應予撤銷。

(三)原告雖訴稱系爭商標係提供複合式休閒度假飯店之服務，據以評定第0000000 號商標則單純提供溫泉食宿湯屋之服務，二者經營模式與客群並不相同，無致消費者產生混淆誤認之虞云云。惟按，註冊商標之權利範圍，係以其指定使用之商品／服務為依據。二商標既均獲准註冊指定使用於食宿餐飲等同一或類似服務，自應以其註冊之商品／服務為其比對之對象。況實際交易市場上服務之經營模式及鎖定客群本可由權利人依其商業策略隨時調整，是原告以二商標實際提供之服務不同，主張無致相關消費者混淆誤認之虞，核無足採。

(四)雖原告稱有許多使用相同文字之商標仍能取得註冊，被告顯然違反平等原則云云。惟查，原告所舉含有「春天」字樣之註冊商標，如「百合春天、川湯春天、春天午產、春天小舖」等商標（見本院卷二第182 至185 頁），其中有指定使用

01 類別完全不同者，且因不同個案間之所有個別情狀，亦並非
02 完全可以顯現於商標註冊之登記資料中，況上開商標尚未有
03 與據以評定諸商標間有商標爭議案件，故尚難認被告會就相
04 類似案件為不同之處理，至「陽明春天」雖已與「春天」商
05 標有商標異議事件即本院102 年度行商訴字第97號行政判決
06 （本院卷一第87至99頁），但該件中之「春天」商標並非據
07 以評定諸商標，且係指定使用於餐飲等服務，亦與本件情形
08 不同，至原告所舉其他非使用「春天」2 字之其他商標案例
09 ，亦非使用於與本件相類似之商品服務，故原告所舉案例均
10 難認與本件之情形相同，自不得就其所舉之例，逕為比附援
11 引，執為本件有利之論據，附此敘明。

12 (五)原告又稱據以評定諸商標之識別性極低，原告係善意使用系
13 爭商標，並已投入大量資金行銷云云。然查，據以評定諸商
14 標中「春天」2 字固屬常見之字詞，然與所指定使用之美容
15 、美髮、三溫暖、按摩等服務並無直接關連性，仍足使消費
16 者認識其為表彰服務來源之標識，並得藉以與他人之服務相
17 區別，應具有識別性。另查，參加人「春天酒店股份有限公司」
18 早於64年即已設立，所營事業項目包括旅社及附設餐廳
19 、一般浴室業等，並於87年起陸續申請且取得註冊多件商標
20 包含「春天」、「春天酒店」等中文，並指定使用於餐廳、
21 旅館、美容美髮、三溫暖、按摩等服務，此有公司及分公司
22 資料查詢、商標檢索資料附卷可稽（見評定卷第131 頁、本
23 院卷一第225 頁、評定卷第304 至305 頁）。再者，系爭商
24 標於申請註冊（103 年7 月17日）時，參加人早已使用「春
25 天酒店SPRING CITY RESORT及圖」、「春天酒店及圖」等商
26 標於餐廳、住宿、溫泉浴池等服務，故就現有資料，相關消

費者應對據以評定諸商標較為熟悉，且係以北投春天酒店為名。原告雖提出相關新聞報導、廣告投放之照片、旅行社網頁資料等（見本院卷一第139至197頁、卷二第27至142頁），欲證明其亦有相當之識別性等語，然查其中相關新聞報導係於2019年1、2月刊出，亦有部分係刊登「工商」版，而廣告投放部分之照片模糊不清或無日期可稽，且上開資料及訂房網站之資訊，均為業者自行提供之資料，並非為相關消費者之認知，而花蓮縣政府相關開發公文、觀光飯店申請案委託書影本、動土典禮照片（見評定卷第204至208頁、本院卷一第199至211頁），亦僅為飯店業者自行簽訂，或業者與市府間公文往來，並非相關消費者所得知悉或參與，其中亦僅有一篇於104年2月更生日報介紹花蓮地方新聞刊載投資飯店之資訊，上開資料尚無法作為系爭商標較具識別性之事證。且查據以評定諸商標係以在北投經營春天酒店為相關消費者所知悉，系爭商標以地名瑞穗連接在春天之前，當有致相關消費者誤認二者為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，而產生混淆誤認之虞，故就消費者之保護而言，原告之主張，仍不足採。

七、綜上所述，被告認為本件商標之註冊有違商標法第30條第1項第10款之規定，所為系爭商標之註冊應予撤銷之處分，洵無違誤，訴願決定予以維持，亦無不當。原告訴請撤銷，為無理由，應予駁回。

八、本件事證已臻明確，兩造其餘之主張答辯或援引之證據，經本院審酌後認對判決結果不生影響，爰不一一論列，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 12 月 5 日

智慧財產法院第二庭

審判長法 官 汪漢卿

法 官 彭洪英

法 官 曾啟謀

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。

(續上頁)

(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 12 月 5 日
書記官 王英傑