

智慧財產法院行政判決

108年度行商訴字第52號

原告 佑翔工商管理顧問有限公司

代表人 楊仁傑（董事）

訴訟代理人 王文成律師

劉蘊文律師

被告 經濟部智慧財產局

代表人 洪淑敏（局長）

訴訟代理人 黃貞維

上列當事人間因商標註冊事件，原告不服經濟部中華民國108年4月2日經訴字第10806302470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。

理 由

一、事實概要：

原告前於民國106年10月26日以「EAGLE 及圖」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39類之「車輛運輸；海運運輸；郵輪運輸；…；電子儲存紀錄載體或文件的保管；貴重物品之警衛護運；裝甲車運輸」、第43類之「機場貴賓室預訂及安排使用機場貴賓室」服務，向被告申請註冊，並經被告編為第000000000號商標（下稱系爭商標）註冊申請案。之後原告就該商標註冊申請案多次申請分割，其中分割後之本件第000000000號「EAGLE 及圖」商標係指定使用於第39類之「旅客陪同；安排旅遊；安排觀

光旅遊；旅遊行程管理；旅遊預約；旅行預約；安排航海旅遊；代辦出入國手續；代售國內外運輸事業之客票；代預訂國內外運輸事業之客票；運輸工具預約；運輸預約；提供旅遊資訊；為旅遊預訂座位；為旅行目的提供行車指引」服務。經被告審查後，認系爭商標有商標法第30條第1項第10款所規定情形，應不准註冊，以108年1月2日商標核駁第394168號審定書為核駁之處分。原告不服，提起訴願，經經濟部以108年4月2日經訴字第10806302470號訴願決定駁回，原告即向本院提起行政訴訟。

二、原告主張：

(一)依商標混淆誤認之虞審查基準及實務見解，系爭商標與註冊第00000000號「飛鷹旅遊EAGLE TOUR及圖」商標（下稱據以核駁商標）並無致消費者產生混淆誤認之虞，應無被告所稱違反商標法第30條第1項第10款規定而不得註冊之情事：

1.據以核駁商標之識別性弱：

據以核駁商標為一聯合式商標，外觀則由老鷹圖樣與中文「飛鷹旅遊」、外文「EAGLE TOUR」文字所組成。經查詢被告商標檢索系統，針對指定服務在第39類，發現包含「鷹」之文字或以「鷹圖形」組成之商標已有許多註冊前案，前者例如第00000000號商標、註冊第00000000號商標、第00000000號商標、第00000000號商標、第00000000號商標（訴願證1，丁證第14至18頁），後者例如第00000000號商標、第00000000號商標、第00000000號商標、第00000000號商標、第00000000號商標（訴願證2，丁證第19至25頁），可知據以核駁商標之老鷹展翅飛翔圖形為普遍常見、單純未經設計之圖形，而且「鷹」文字或「鷹圖形」在於

39類中的旅遊業已為多數不同人使用為商標之一部分而註冊在案，故據以核駁商標整體商標之識別性弱，應較不容易使相關消費者產生誤認。

2.系爭商標與據以核駁商標無論以通體觀察原則，抑或從主要部分觀察之，皆無構成商標近似之可能：

①依最高行政法院106 年度判字第609 號判決意旨，有關商標是否近似暨其近似程度之判斷，於圖形商標，則應著重於外觀之比對，縱圖形所表達之觀念近似，仍可能因外觀設計截然不同，而認為不近似。系爭商標係由圖形部分與文字部分組合而成之聯合式商標，圖形部分明顯大於文字部分，且其圖形為「圓形缺口內含特殊設計飛機機翼，並內嵌空心反白之側面老鷹頭部圖形」之設計圖樣，構圖極具特殊意象而予人寓目鮮明，故應屬主要識別部分，原處分亦以圖形部分主要作為視覺判斷之依據。退步言之，即使唱呼部分以文字為主，但商標乃整體不可分之識別標識，系爭商標之圖形部分明顯較大，基於商標構成之一體性，若僅將文字部分分離抽出，反係生硬不自然。因此圖形與文字部分應整體觀察，兩者同為主要識別部分之一。

②據以核駁商標外觀則由老鷹圖樣與圖樣中央之中文「飛鷹旅遊」、下方之外文「EAGLE TOUR」文字所組成。原處分認據以核駁商標係以「EAGLE 」為主要部分，惟據以核駁商標之老鷹圖樣普遍常見，而中文「飛鷹旅遊」相較外文「EAGLE TOUR」的字體比例佔商標圖樣面積較大，位置亦在據以核駁商標中央，顯然較易引起消費者注意，故應作為判斷是否近似之主要部分，而版面較小的「EAGLE TOUR」反而較不易受注目，應僅為次要部分。且我國係以中文為通用語言，即便

國人對文字及圖形之組合性商標，傾向以唸讀稱呼，一般消費者應易以自身熟悉之中文認識及唱呼該商標，是據以核駁商標主要識別部分應為圖樣中央之中文「飛鷹旅遊」，而非外文「EAGLE」，被告於商標主要識別判斷上即有違誤。

③因此就商標主要部分觀察，由於系爭商標之圖形經過設計，構圖極具特殊意象，所以圖形與文字應皆為主要部分，而據以核駁商標之中文「飛鷹旅遊」字體比例較外文大且位置在商標中央，並因中文為我國通用語言，我國消費者應會認識及唱呼據以核駁商標為「飛鷹旅遊」，故「飛鷹旅遊」應為據以核駁商標之主要部分，與系爭商標之主要識別部分已不相同。退步言之，即使如原處分所述，因文字是消費者用以唱呼部分而認「EAGLE」為系爭商標主要識別部分，然「EAGLE」與飛鷹旅遊之唱呼亦相差甚遠，所以主要部分也大不相同。

④且就商標整體觀察，系爭商標由經過設計之圖形及外文字所組成，據以核駁商標則由老鷹圖、中文字及外文字所組成，參諸兩商標圖樣之構圖、排列、設計等均有差異，外觀上予消費者之視覺感受實有差別。就讀音而言，判斷商標之讀音包括中文或外文讀音在內，系爭商標是外文「EAGLE」，據以核駁商標是中文及外文「飛鷹旅遊EAGLE TOUR」，二商標連貫唱呼之讀音亦不相同。再者，二商標於圖形上亦有明顯差異，系爭商標之圖形為老鷹跟飛機機翼之設計圖，而據以核駁商標為未經設計之老鷹展翅圖。是以，從商標整體觀察，外觀、讀音、觀念與構圖意匠均有不同，二商標整體予消費者寓目印象顯然有別，應可資區辨，堪認二者近似程度低。

01 ⑤再按「組合或複合字詞中若有部分字詞為商品/ 服務消費者
02 所熟知者，該部分字詞應可認為係主要字詞。惟應注意除非
03 係惡意襲用他人商標，否則若字詞經組合或複合後，已形成
04 一獨立之字義或構成一標語者，則不宜再將其割裂而取其中
05 一二字詞為比對」（審查基準第5.2.6.6 點）。本件據以核
06 駁商標之英文字母為「EAGLE TOUR」，係「EAGLE」與「TO
07 UR」之組合，非單一字母，然被告誤解主要部分觀察原則，
08 特意將聯合式商標的文字與圖樣割裂，取「EAGLE」認定為
09 主要識別部分，再與系爭商標進行比對，而未依商標圖樣整
10 體觀察判斷商標是否近似，有違整體觀察原則，亦已違反前
11 述審查基準之判斷標準。

12 (二)商標圖樣中有聲明不專用之部分者，在與其他商標間判斷近
13 似時，仍應就包括聲明不專用之部分為整體比對。且我國之
14 官方語言為中文，如商標文字中有中文及英文，我國消費者
15 應會以於中文部分為主：

16 1.被告於108 年7 月9 日之行政訴訟答辯書第2 頁提到，據以
17 核駁商標其中中文「旅遊」、外文「TOUR」，為所指定服務
18 之相關說明，業經商標權人聲明不專用，消費者會施以較少
19 注意，是以中文「飛鷹」、外文「EAGLE」應為據以核駁商
20 標之主要識別部分云云。然據以核駁商標之文字為「飛鷹旅
21 遊EAGLE TOUR」，即使對於「旅遊」、「TOUR」等聲明不專
22 用之文字施以較少的注意，但於唸讀時，消費者仍會整體唱
23 呼「飛鷹旅遊」或「EAGLE TOUR」，不會僅就個別單詞唸讀
24 ，故系爭商標與據以核駁商標就文字部分，一為「EAGLE」
25 ，一為「飛鷹旅遊EAGLE TOUR」，亦有所差別。

26 2.再按「我國非英語系國家，政府機關及民間通常所使用之文

字均為中文，國民所受之教育亦以中文教育為主，是關於以英文表達之事物，國民多仍藉由中文翻譯而為理解並表達，從而所謂具普通知識經驗之相關消費者，對於使用中文之商標，亦多自中文表現之意涵而為判斷，故據爭商標之中文『蘇菲亞』為明顯吸引消費者注意之部分」（本院107 年度行商訴字第77號判決意旨參照）。查據以核駁商標文字中含有中文「飛鷹旅遊」，其字體不僅比例較外文大，且位於商標中央，因此依前述判決意旨，中文「飛鷹旅遊」應為明顯吸引消費者注意之部分，其故主要部分與系爭商標相較，於外觀或讀音皆相差甚遠，原處分僅以英文「EAGLE」文字作為兩商標之主要識別部分，未考量我國消費者多以中文為主要語言，應易以「飛鷹旅遊」唱呼據以核駁商標，而與系爭商標有別，亦未考量二商標圖樣不論是主要部分或是整體外觀，均有差異性，是原處分有違商標整體觀察與主要部分觀察之判斷基準。

(三)即使兩商標中含有同樣之文字作為商標之一部，只要由商標圖樣整體觀之，足以使相關消費者區別二者為不同之來源，即應准許註冊：

系爭商標與據以核駁商標中雖包含相同之文字「EAGLE」作為商標之一部，然系爭商標與據以核駁商標之圖形部分，其構圖意匠大相逕庭已如前述。就商標整體觀察，系爭商標由經過設計之圖形及外文字所組成，據以核駁商標則由老鷹圖、中文字及外文字所組成，外觀上予消費者之視覺感受實有差別。就讀音而言，系爭商標是外文「EAGLE」，據以核駁商標是中文及外文「飛鷹旅遊EAGLE TOUR」，二商標連貫唱呼之讀音亦不相同。是以，從商標整體觀察，外觀、讀音、

觀念與構圖意匠均有不同，縱使系爭商標與據以核駁商標中包含相同之文字「EAGLE」作為商標之一部，二商標整體予消費者寓目印象顯然有別，足以使相關消費者區別二者為不同之來源，即應准許系爭商標之註冊。

(四)縱雙方指定商品或服務類似，但因雙方商標圖樣屬低度近似，消費者即無混淆誤認之虞：

1.據以核駁商標指定使用於第39類「安排旅遊；代辦出入國手續；代售國內外運輸事業之客票；提供旅遊資訊」服務；而系爭商標指定使用於第39類「旅客陪同；安排旅遊；安排觀光旅遊；旅遊行程管理；旅遊預約；旅行預約；安排航海旅遊；代辦出入國手續；代售國內外運輸事業之客票；代預訂國內外運輸事業之客票；運輸工具預約；運輸預約；提供旅遊資訊；為旅遊預訂座位；為旅行目的提供行車指引」服務，原處分認雙方服務間存在有屬高度類似關係。

2.然而，商標的近似及商品或服務的近似作為用以判斷有無混淆誤認之虞時的二個參酌因素，此二構成要件之於混淆誤認之虞的成立乃必須「同時具備」的因素，各項因素間具有互動之關係，原則上若其中一因素特別符合時，應可以降低對其他因素的要求。例如商標的近似程度越高，對商品/服務的類似程度要求即可相對降低。同樣的，在判斷商標是否近似時即可因雙方商標圖樣屬「低度近似」，而自無須擔心消費者會因類似之服務而混淆誤認。

3.查系爭商標不論是主要識別部分或是整體部分而言，與據以核駁商標近似程度甚低，兩商標可明顯區辨，根本無庸再考量指定商品或服務是否有近似之虞，此參混淆誤認之虞審查基準之原則甚明。系爭商標因與據以核駁商標近似程度甚低

，縱指定使用於類似之旅遊相關服務，仍無使相關消費者混淆誤認之虞。

(五)並聲明：原處分及原決定均撤銷。

三、被告辯稱：

(一)本案存在相關因素之審酌：

1.商標是否近似暨其近似之程度：

商標近似係指二商標予人之整體印象有其相近之處，其判斷得就二商標外觀、觀念及讀音為觀察，查本件系爭商標圖樣，係由一黃色環圈結合一狀似展翅飛翔之羽翼設計圖與外文「EAGLE」所組成，而文字與圖形結合之商標，因文字為消費者用以唱呼部分，不失為主要識別部分之一，是系爭商標引人注意及交易時用以唱呼辨識之主要識別部分應為外文「EAGLE」。而據以核駁商標圖樣，則係由一展翅飛翔之老鷹圖、中文「飛鷹旅遊」、外文「EAGLE TOUR」由上而下排列而成，其中中文「旅遊」、外文「TOUR」，為所指定服務之相關說明，業經商標權人聲明不專用，消費者會施以較少注意，是以中文「飛鷹」、外文「EAGLE」應為據以核駁商標之主要識別部分。二者商標圖樣相較，其予人寓目印象深刻之主要識別部分均有外文「EAGLE」，僅字體呈現設計上之些微差異，於觀念及讀音均極相彷彿，且據以核駁商標圖樣上之中文「飛鷹」及老鷹圖，即與「EAGLE」相互呼應，更加深消費者對「EAGLE」之認知，彼此縱然有是否另附加圖形設計之不同，惟國人對文字及圖形之組合性商標，傾向以唸讀稱呼，而消費者實際上常以模糊之印象於不同時間或地點重覆進行選購服務，若商標間圖樣均有相同或相似之主要識別部分，消費者極易以此主要部分認識商標，整體觀之，

異時異地隔離觀察及交易連貫唱呼之際，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會誤認二服務來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似之商標，且其近似程度高。

2. 服務是否類似暨其類似之程度：

服務類似係指服務在滿足消費者的需求上以及服務提供者或其他因素上，具有共同或關聯之處，如果標上相同或近似的商標，依一般社會通念及市場交易情形，易使一般接受服務者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，則此二個服務間即存在類似的關係（審查基準5.3.1 參照）。系爭商標指定使用之「旅客陪同；安排旅遊；安排觀光旅遊；旅遊行程管理；旅遊預約；旅行預約；安排航海旅遊；代辦出入國手續；代售國內外運輸事業之客票；代預訂國內外運輸事業之客票；運輸工具預約；運輸預約；提供旅遊資訊；為旅遊預訂座位；為旅行目的提供行車指引」等服務與據以核駁註冊第00000000號商標所指定之「安排旅遊，代辦出入國手續，代售國內外運輸事業之客票，提供旅遊資訊，提供導遊」服務相較，二者皆為安排觀光旅遊之相關服務，其性質、內容、提供者等因素上具有共同或關聯之處，如標示相同或近似的商標，依一般社會通念及市場交易情形，易使一般服務消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，則所指定使用之服務間應屬存在高度之類似關係。

3. 商標識別性之強弱：

原則上創意性的商標識別性最強，而以習見事物為內容的任意性商標及以服務相關暗示說明為內容的暗示性商標，其識別性即較弱，而識別性越強的商標，服務之消費者的印象越

01 深，他人稍有攀附，即可能引起購買人產生誤認。查本件據
02 以核駁商標具相當識別性，系爭商標以「EAGLE」作為圖樣
03 之一部分申請註冊，自易對其表彰來源或產製主體產生誤認
04 。

05 (二)綜合判斷商標在圖樣近似及商品與服務類似之程度、識別性
06 等因素，系爭商標與所引據核駁之商標近似程度高，及指定
07 服務類似程度高，且據以核駁商標具相當識別性，以具有普
08 通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會有
09 所混淆而誤認二服務來自同一來源或雖不相同但有關聯之來
10 源，應有致相關消費者混淆誤認之虞，自有前揭法條之適用
11 。

12 (三)原告雖主張被告未就商標圖樣整體為觀察，反割裂系爭商標
13 外文與據駁商標之一部分作比對，已違反商標整體觀察原則
14 等語。惟查，主要部分方法與整體觀察並非牴觸對立，主要
15 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
16 ，兩者對判斷商標近似係屬相輔相成，是殊不得執在判斷商
17 標近似上以主要部分觀察方法之說明，質疑其非以商標圖樣
18 整體為觀察，亦不得無由任擇商標圖樣之部分，主張違反主
19 要部分方法或整體觀察原則（最高行政法院105 年度判字第
20 703 號判決參照）；而判斷兩商標是否近似，應就各商標在
21 「外觀」、「觀念」、「讀音」上特別突出顯著，足以讓消
22 費者對標誌整體形成核心印象之主要部分異時異地隔離各別
23 觀察，以辨其是否足以引起混淆誤認之虞（本院101 年度行
24 商訴字第173 號判決參照）；又商標設計之概念，並非相關
25 消費者一望即知，相關消費者僅能以商標於消費市場上客觀
26 呈現出之圖樣為判斷，無從知曉其設計者主觀之設計理念，

01 故判斷兩商標是否近似，並不包括主觀因素之考量（本院10
02 4 年度行商訴字第154 號判決參照）。本件「EAGLE 及圖」
03 商標圖樣係由外文「EAGLE 」及圖形設計所組成，而據駁「
04 飛鷹旅遊EAGLE TOUR及圖」商標圖樣則由「EAGLE 」、「飛
05 鷹旅遊」等文字結合鷹圖形所構成，其中「旅遊」、「TOUR
06 」為旅行觀光業者常用以表示所提供服務內容之說明性文字
07 ，不具識別性，而「鷹」、「鷹圖形」雖為大自然習見之動
08 物，屬識別性較獨創性商標略低之任意性商標，惟與其指定
09 使用之服務並無關聯性，消費者仍會直接將其視為指示及區
10 別來源之標識，是據駁商標之主要識別部分為外文「EAGLE
11 」、「中文「飛鷹」及鷹圖形。二者商標相較，予人唱呼之主
12 要識別部分皆有相同之「EAGLE 」，雖二者商標圖樣存有文
13 字「飛鷹」及鷹圖形設計之差異，然圖樣、外文「EAGLE 」
14 之字詞意涵及觀念即為「鷹」，更加深消費者對「EAGLE 」
15 之認知，突顯兩商標予消費者之整體印象及觀念極為雷同，
16 極易使相關消費者誤為同一系列商標或誤以為由同一業者提
17 供之系列服務，且原告未檢送系爭商標使用於指定服務之銷
18 售營業額、銷售區域、廣告量、廣告費用、市場占有率等證
19 據供參，尚難遽此認定已為相關消費者所熟悉，而無致與據
20 駁商標產生混淆誤認之虞。

21 (四)原告復舉出多件指定服務在第39類，包含「鷹」或以「鷹圖
22 形」組成商標之註冊前案，如第0000000 、0000000 、0000
23 000 、0000000 、0000000 、169899、0000000 、0000000
24 、0000000 、0000000 、0000000 號等案例，主張本件被告
25 有違行政程序法平等原則、行政自我拘束等相關規定之虞等
26 云云。然查，行政程序法第6 條規定：「行政行為，非有正

當理由，不得為差別待遇」，即有正當理由時，得為不同之待遇，此為行政法上平等原則之真諦，換言之，此項原則揭示「等則等之，不等則不等之」行政法理。比較商標採行「個案審查」原則而言，行政法平等原則之適用，應採嚴謹態度，除非有絕對證據證明兩商標十分近似，否則無平等原則之適用，此觀最高行政法院93年度判字第1594號判決意旨即明。經查原告所舉案例，或商標文字與本件不同，或文字商標整體予人觀感，常隨文字組（結）合之態樣而異，整體商標圖樣觀念有別，或為另案註冊是否妥適問題等，況不同個案間之所有各別情狀，亦非可完全顯現於商標註冊之登記資料中，原告僅以上揭商標之註冊登記資料，仍難認該等商標之註冊與本案之情形相同，故基於「案情不同，即應為不同處理」之平等原則真諦及商標個案審查拘束原則，尚難執為系爭商標亦應核准註冊之論據，爰依商標法第30條第1項第10款及第31條第1項規定，予以核駁。

(五)並聲明：原告之訴駁回。

四、本件爭點經當庭協同兩造確認如下（本院卷第147頁）：

系爭商標之申請註冊有無商標法第30條第1項第10款規定之適用？

五、本院得心證理由：

(一)按商標註冊申請案之法規基準時，須審究對申請人有利或不利，以決定應適用之法規，若行政法院事實審言詞辯論終結前之法規，得以滿足申請人申請事由之構成要件，自應以事實審法院言詞辯論程序終結前之法律狀態為準，而適用該有利申請人之法規。但若係對申請人不利之法規，基於申請人信賴處分時既得權利狀態不得剝奪，則應依審定時法律（最

01 高行政法院103 年度判字第688 號、104 年度判字第792 號
02 判決意旨參照）。查本件系爭商標係於106 年10月26日申請
03 註冊，被告於108 年1 月2 日作成「應予核駁」之審定，本
04 院於108 年10月23日辯論終結，是無論依被告審定時或本院
05 言詞論終結時所應適用之法規，均為105 年11月30日修正公
06 布，105 年6 月2 日施行之現行商標法，並無審究何基準時
07 法規對申請人有利或不利之問題，故系爭申請案應否准許註
08 冊，自應以現行商標法為斷。

09 (二)按商標法第30條第1 項第10款所謂「有致相關消費者混淆誤
10 認之虞者」，係指商標有使相關消費者對其所表彰之商品來
11 源或產製主體發生混淆誤認之虞而言（最高行政法院98年度
12 判字第455 號判決意旨參照）。易言之，係指兩商標因相同
13 或構成近似，致使一般消費者誤認為同一商標，或雖不致誤
14 認兩商標為同一商標，但極有可能誤認兩商標之商品／服務
15 為同一來源之系列商品／服務，或誤認兩商標之使用人間存
16 在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係而言。又
17 判斷二商標有無混淆誤認之虞，應參酌：1.商標識別性之強
18 弱；2.商標是否近似暨其近似之程度；3.商品／服務是否類
19 似暨其類似之程度；4.先權利人多角化經營之情形；5.實際
20 混淆誤認之情事；6.相關消費者對各商標熟悉之程度；7.系
21 爭商標之申請人是否善意；8.其他混淆誤認之因素等，綜合
22 認定是否已達有致相關消費者產生混淆誤認之虞（最高行政
23 法院103 年度判字第21號、104 年度判字第222 、354 、43
24 5 號判決意旨參照）。茲就本案相關因素分述如下：

25 1.商標是否近似暨其近似之程度：

26 ①按商標近似，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。又按兩商標是否近似，應就其商品之相關購買人之整體印象（即外觀、讀音或觀念組成）是否相近以為斷，不能違反通體觀察原則，任意將商標圖樣割裂觀察（最高行政法院91年度判字第1559號判決參照）。至於所謂「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（最高行政法院104 年度判字第15號判決意旨參照）。

②經查，本件系爭商標圖樣，係由一黃色環圈結合一狀似展翅飛翔之羽翼設計圖與外文「EAGLE」所組成，而文字與圖形結合之商標，因文字為消費者用以唱呼部分，不失為主要識別部分之一，是系爭商標引人注意及交易時用以唱呼辨識之主要識別部分應為外文「EAGLE」。而據以核駁商標圖樣，則係由一展翅飛翔之老鷹圖、中文「飛鷹旅遊」、外文「EAGLE TOUR」由上而下排列而成，其中中文「旅遊」、外文「TOUR」，為所指定服務之相關說明，業經商標權人聲明不專用，消費者會施以較少注意，是以中文「飛鷹」、外文「EAGLE」應為據以核駁商標之主要識別部分。經比較二者商標圖樣，其予人寓目印象深刻之主要識別部分均有外文「EAGLE」，僅字體呈現設計上之些微差異，於觀念及讀音均極相彷彿，且據以核駁商標圖樣上之中文「飛鷹」及老鷹圖，即

與「EAGLE」相互呼應，更加深消費者對「EAGLE」之認知，彼此縱然有是否另附加圖形設計之不同，惟國人對文字及圖形之組合性商標，傾向以唸讀稱呼，且「EAGLE」此外文單字亦非艱澀罕見，一般消費者不難了解其中文意涵，是消費者異時異地隔離整體觀察，或實際交易時連貫唱呼之際，實不易區辨，應屬構成近似程度中等之商標。

2.服務是否類似暨其類似之程度：

系爭商標指定使用之「旅客陪同；安排旅遊；安排觀光旅遊；旅遊行程管理；旅遊預約；旅行預約；安排航海旅遊；代辦出入國手續；代售國內外運輸事業之客票；代預訂國內外運輸事業之客票；運輸工具預約；運輸預約；提供旅遊資訊；為旅遊預訂座位；為旅行目的提供行車指引」等服務，與據以核駁註冊第00000000號商標所指定之「安排旅遊，代辦出入國手續，代售國內外運輸事業之客票，提供旅遊資訊，提供導遊」服務相較，二者皆為安排觀光旅遊之相關服務，其性質、內容、提供者等因素上具有共同或關聯之處，如標示相同或近似的商標，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，應認在所指定使用之服務間應屬存在相同或高度之類似關係。

3.商標識別性之強弱：

據以核駁商標所含之老鷹圖及主要中、英文識別部分「飛鷹」、「EAGLE」，與指定使用之服務並無直接關聯，相關消費者會將之視為表彰商品服務來源之標識，應屬獨創性商標，自具有相當識別性。

4.綜上，衡酌系爭商標與據以核駁商標均有相同之「EAGLE」文字及經設計之羽翼設計圖、老鷹圖形，強化消費者對「EA

GLE」之印象，應屬構成近似，且近似程度中等，復均指定使用於同一或高度類似之服務，據以核駁商標具相當識別性等因素綜合判斷，相關消費者實極有可能誤認兩商標之服務為同一來源，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，原告復無其他舉證證明系爭商標使用於指定服務之銷售營業額、銷售區域、廣告量、廣告費用、市場占有率等情形，無從認定系爭商標已為相關消費者所熟悉，而無與據駁商標產生混淆誤認之虞。準此，系爭商標之申請註冊自有商標法第30條第1項第10款規定之適用。

(三)按行政行為，非有正當理由，不得為差別待遇，行政程序法第6條固定有明文。惟行政法上之「平等原則」，並非指絕對、機械之形式上平等，而係指相同事物性質應為相同之處理，非有正當理由，不得為差別待遇而言；如事物性質不盡相同而為合理之各別處理，自非法所不許。商標申請准否，係採商標個案審查原則，在具體個案審究是否合法與適當，商標專責機關應視不同具體個案，正確認定事實與適用法律，不受他案之拘束（最高行政法院95年度判字第446號、104年度判字第61號判決意旨參照）。商標申請准否，係採商標個案審查原則，在具體個案審究是否合法與適當，被告應視不同具體個案，正確認定事實與適用法律，不受他案之拘束。本件原告所舉第0000000、0000000、0000000、0000000、0000000、169899、0000000、0000000、0000000、0000000、0000000號等商標註冊案例，與據以核駁商標相較，或有附加其他文字作為區別，或僅以圖樣為商標內容，於主要識別部分均不盡相同，與本件案情並非相當，況商

01 標申請准否，應視不同具體個案、正確認定事實適用法律為
02 審查，本於相同事物作相同處理，不同事物為不同處理之平
03 等原則，自不違背平等原則與行政自我拘束原則，原告此部
04 分之主張，即非可採，併此敘明。

05 六、綜上所述，本件申請註冊商標違反商標法第30條第1項第10
06 款規定，職是，原處分所為系爭商標不得註冊、應予核駁之
07 處分，於法並無不合，訴願決定予以維持，亦無違誤，原告
08 徒執前詞，訴請撤銷訴願決定及原處分，並命被告應就系爭
09 商標為准予註冊之處分，核無理由，應予駁回。

10 七、本件事證已臻明確，兩造其餘主張或答辯，經本院審酌後認
11 對判決結果不生影響，爰不一一論列，併此敘明。

12 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
13 1條、行政訴訟法第98條第1項，判決如主文。

14 中 華 民 國 108 年 11 月 27 日

15 智慧財產法院第三庭

16 審判長法 官 蔡惠如

17 法 官 張銘晃

18 法 官 黃珮茹

19 以上正本係照原本作成。

20 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
21 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
22 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
23 送達後20日內補提上訴理由書（均須按他造人數附繕本）。

24 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
25 241條之1第1項前段），但符合下列情形者，得例外不委任律
26 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	

01 之釋明文書影本及委任書。

02

03 中 華 民 國 108 年 12 月 6 日

04 書記官 鄭楚君