智慧財產法院行政判決

108年度行商訴字第92號

原　　告　光陽工業股份有限公司
代　表　人　柯勝峯
訴訟代理人　陳文郎律師（兼送達代收人）
　　賴蘇民律師
複代理人　　陳巧宜律師
　　林宜靜律師
被　　告　經濟部智慧財產局
代　表　人　洪淑敏
參　加　人　大陸地區廣州酷狗計算機科技有限公司
代　表　人　胡敏

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6 月21日經訴字第10806306570 號訴願決定，提起行政訴訟。本院判決如下：

主　文

訴願決定及原處分均撤銷。

被告就註冊第00000000號「K 及圖」商標，應作成「異議成立，註冊應予撤銷」之審定。

訴訟費用由被告負擔。

事實及理由

一、事實概要：

參加人前以「K 及圖」商標，向被告申請註冊。經被告審查後准列為註冊第0000000 號商標（下稱系爭商標，見附圖一）。嗣原告對之提起異議。經被告審查，為「異議不成立」之審定。原告不服，提起訴願，經經濟部決定駁回，原告猶

未甘服，遂向本院提起行政訴訟。本院認本件判決之結果，倘認原處分及訴願決定應予撤銷，參加人之權利或法律上之利益將受損害，乃依行政訴訟法第42條第1 、3 項規定，依職權裁定命參加人獨立參加本件被告之訴訟。

二、原告之主張：

(一)系爭商標有商標法第30條第1 項第10款之不得註冊事由：

系爭商標與據以異議註冊第705973、976394、960976、0000000 、0000000 、960584、958616、958287、941599、996334、0000000 、0000000 、0000000 、0000000 、0000000 、0000000 、0000000 號商標（下合稱據以異議諸商標，見附圖二），均為「大寫字母K 置於圓框內」，即二者外觀之構圖手法高度相仿，整體予人之觀感印象、讀音或傳達觀念極為雷同，應屬近似程度極高之商標。再者，系爭商標指定使用之商品除與據以異議註冊第976394號商標所指定使用之商品同屬0919、0920、0931組群之同一商品外，其餘指定之商品亦有部分與據以異議諸商標指定之商品，屬需交互檢索之類似商品；至於系爭商標所指定之「唱片、電子秤」商品，雖與據以異議諸商標指定商品不屬同一組群，亦不須交互檢索，然而，「唱片」屬於音樂產業的產品，除傳統唱片外，與現時較為普及的線上音樂，經常共同銷售，在性質上密切攸關，而「電子秤」內含有電池，以便供應電量，與據以異議諸商標所指定之蓄電池、燃料電池…等商品，具有高度密切關係，二者屬於類似商品。故二商標於銷售管道、消費族群上皆有重疊，且性質、用途、功能亦具有共同或關聯之處，消費者同時接觸之機會極大，以其高度近似之程度，系爭商標自有商標法第30條第1 項第10款規定之適用。

(二)系爭商標有商標法第30條第1 項第11款之不得註冊事由：

1.據以異議諸商標透過原告多年來的廣告行銷，早已廣為臺灣消費者所熟知，且被告機關已多次肯認據以異議諸商標之著名程度達到讓非屬該領域的其他消費者亦普遍認知之程度，是據以異議諸商標屬於高度著名之商標，自應給予較大範圍之保護。又為配合消費者之數位需求，原告已在量產之機車上提供智慧導航、行車記錄器、USB 充電等功能，實已擴展至安裝智慧裝置或具有娛樂功能之影視裝備，並有多角化經營之情形，如提供手機APP 「noodoe」，接收來自手機的即時訊息服務。故系爭商標指定使用於性質密切攸關之009 類「筆記型電腦；手機應用程式；……唱片；智慧型手機；電子秤；智慧手環（測量儀器）」商品並申請註冊，自有使公眾產生二者皆來自同一產製主體或集團之聯想，實有致相關公眾混淆誤認之虞。

2.系爭商標係使用於線上音樂欣賞等服務，並自民國（下同）102 年至今，均持續有諸多負面報導，是系爭商標所使用之服務來源，極易與智慧財產侵權行為產生負面聯想，又系爭商標與高度著名之據以異議諸商標近似程度高，基於商標法第30條第1 項第11款保護著名商標之立法目的而言，系爭商標實際使用所指定之商品／服務實具有負面形象，自有減損據以異議諸商標信譽之虞，而應有商標法第30條第1 項第11款之適用。

(三)被告所提出之另案皆不得比附援引：

被告雖稱早於59年起即陸續有第三人以字母「K 」作為商標主要識別部分，且獲准註冊云云，但被告所列舉之商標，雖多半含有字母「K 」字樣，然其圖樣尚有諸如箭頭、方框，

甚或為字母「K 」之變體等足資明顯可區辨之圖案、形狀，抑或加註足資區辨之中文字體，且於本件指定商品及服務顯有差別，不得比附援引。

(四)起訴聲明：1.訴願決定及原處分均撤銷。2.被告就註冊第00000000號「K及圖」商標，應作成「異議成立，註冊應予撤銷」之處分。

三、被告之主張：

(一)關於商標法第30條第1 項第10款規定部分：

1.據以異議諸商標之「K」字母係經特殊設計，予人有外文「KYMCO 」縮寫字「KC」之感，而系爭商標之K 字母則為單純楷體，置於圓圈圖形中間，整體設計意匠明顯有別，仍可為消費者輕易分辨，近似程度僅為中等，且兩商標均具識別性。

2.系爭商標指定使用於「筆記型電腦；手機應用程式；可下載之電腦應用軟體……智慧手環（測量儀器）」部分商品，即與據以異議註冊第976394號商標指定使用之「安全帽、泳鏡、救生圈……通訊及電池類」商品，兩者功能、用途皆不相同，非屬類似之商品。至系爭商標其餘指定使用之「自拍桿；電唱機；……；智慧型手機」部分商品，與據以異議註冊第976394號商標指定使用之「…照相機、錄放影機、電視機、收音機……開關、充電器、蜂鳴器…」部分商品相較，兩者或具密切的搭配使用關係，而屬構成類似程度高之商品，但考量兩造商標整體外觀設計意匠及予人寓目印象仍可資區辨，且系爭商標所提供之服務確曾為臺灣消費者接觸，又於第9 類商品中，以字母「K 」作為商標主要識別部分，或結合其他文字、圖形獲准註冊且現存有效之商標所在多有，是

系爭商標上開部分商品之註冊，自不致使相關消費者可能誤認系爭商標所表彰之商品為原告產製，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，而產生混淆誤認之虞情事，自無商標法第30條第1 項第10款規定之適用。

(二)關於商標法第30條第1 項第11款規定部分：

1.據以異議諸商標於97年至104 年間為著名商標之事實，已為中台異字第G00000000 、G00000000 、G00000000 、G00000000 等商標異議審定書認定在案，且原告仍持續製作平面、電視廣告以行銷標示有據以異議諸商標之商品，惟考量兩商標整體外觀設計意匠及予人寓目印象仍屬有別，且由原告所提出之事證並無法得知據以異議諸商標有多角化經營於系爭商標指定商品領域之情形，另早於59年起即陸續有第三人以字母「K 」作為商標主要識別部分獲准註冊，並使用於毛毯、各式書刊、各種農工機械器具、各種示波器、各種機車、車輛用之引擎及馬達、齒輪等商品，及百貨公司及超級市場之服務、代理國內外專利商標著作權申請與保護、提供國內外專利商標著作權資訊及顧問服務、電腦軟體系統及程式之製作、設計、維護、測試、分析及諮詢顧問等服務，實難謂系爭商標之註冊會引起相關消費者混淆誤認，自無商標法第30條第1 項第11款前段規定之適用。

2.兩商標近似程度僅為中等，未達商標法第30條第1項第11款後段所要求近似程度高之標準，又所指定使用之筆記型電腦等商品亦不致使人對據以異議諸商標之信譽產生負面印象之情形，或危害一般人身心或貶抑信譽之虞。答辯聲明：原告之訴駁回。

四、參加人未於言詞辯論期日到場，亦未提出任何書狀為主張。

五、得心證之理由：

(一)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、第386 條定有明文。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，爰依原告及被告之聲請，由到場當事人辯論而為參加人缺席之判決（見本院卷二第69頁）。

(二)參加人前於105 年12月19日以「K 及圖」商標（即系爭商標），指定使用於審定時商標法施行細則第19條所定商品及服務分類表第9 類之「筆記型電腦；手機應用程式；可下載之電腦應用軟體；電腦遊戲軟體；從網際網路下載之音樂；可下載之手機鈴聲；從網際網路下載之影片；從網際網路下載之遊戲程式；自拍桿；電唱機；自動唱片點唱機；耳機；頭戴式耳機；耳塞式耳機；音響喇叭；音箱；揚聲器；麥克風；揚聲器箱；音響；汽車音響；隨身式放音機；攜帶式媒體播放器；行動電源裝置；唱片；智慧型手機；電子秤；智慧手環（測量儀器）」商品，向被告申請註冊。經被告審查，准列為註冊第0000000 號商標。嗣原告以該商標之註冊有違商標法第30條第1 項第10、11款之規定，對之提起異議。經被告審查，認系爭商標並無前揭商標法規定之適用，以108 年2 月19日中台異字第1060693 號商標異議審定書為「異議不成立」之審定。原告不服，提起訴願，復為經濟部108 年6 月21日經訴字第10806306570 號決定駁回其訴願，原告仍未甘服，遂向本院提起行政訴訟，故本件之爭點為系爭商標

指定使用於第9 類「筆記型電腦；手機應用程式；可下載之電腦應用軟體；電腦遊戲軟體；從網際網路下載之音樂；可下載之手機鈴聲；從網際網路下載之影片；從網際網路下載之遊戲程式；自拍桿；電唱機；自動唱片點唱機；耳機；頭戴式耳機；耳塞式耳機；音響喇叭；音箱；揚聲器；麥克風；揚聲器箱；音響；汽車音響；隨身式放音機；攜帶式媒體播放器；行動電源裝置；唱片；智慧型手機；電子秤；智慧手環（測量儀器）」商品之註冊，與原告所提據以異議諸商標相較，是否有違反商標法第30條第1 項第10、11款規定之情形。

(三)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。又商標重在使用，使用後所產生之識別性愈強，所受保護之範圍愈廣，故商標實際使用情形較為相關消費者所熟悉者，自應獲得較大之保護。經查，系爭商標係由英文字母K 置於圓圈圖形中間所構成；據以異議商標編號1 至12主要部分亦將略為設計之英文字母K 置於近似橢圓之圖形中間所構成，是兩商標僅有些微英文K 字母字型、外框圓弧之差異，然整體觀察下，兩商標主要部分均將英文K 字母置於圓圈或近似橢圓圖形之中間所構成，而構成近似，近似程度甚高。又系爭商標指定使用之「自拍桿；電唱機；自動唱片點唱機；耳機；頭戴式耳機；耳塞式耳機；音響喇叭；音箱；揚聲器；麥克風；揚聲器箱；音響；汽車音響；隨身式放音機；攜帶式媒體播放器；行動電源裝置；智慧型手機」部分商品與據以異議註冊第976394號商標指定使用之「…照相機、錄放影

機、電視機、收音機…蓄電池、燃料電池、鹼性電池、鎳鎘電池、鉛蓄電池、鉛酸電瓶…電話機、無線電話機…開關、充電器、蜂鳴器…」部分商品相較，均屬具有密切的搭配使用關係，或皆屬聲音影像播放器材、電池、通訊及其配件商品，於功能、用途、滿足相關消費者需求等因素上具有共同或關聯之處，仍應屬同一或高度類似之商品。又據以異議諸商標經原告長期廣告行銷，已於97年至104 年間為著名商標之事實，亦經被告以中台異字第G00000000 、G00000000 、G00000000 、G00000000 等商標異議審定書認定在案（見異議卷1 第55至61頁），雖參加人提出其官方網頁資料、公司簡介、移動音樂應用行業報告、西元2006年至2014年廣告銷售契約、收據、報紙、期刊、歷年獎牌資料、網路相關新聞等作為使用系爭商標之證據（見異議卷1 第93、110 至118頁），惟上開證據僅可證明參加人有於大陸地區提供線上音樂服務，尚難以此得知臺灣地區消費者對系爭商標是否熟知，反而由原告所提出之使用事證，應足認據以異議諸商標於系爭商標105 年12月19日申請註冊日前，較為臺灣消費者熟知，且據以異議諸商標業經媒體廣泛報導，並據商標權人長期廣泛行銷使用，即使不購買商品，亦可藉由廣告或媒體報導熟知據以異議諸商標，自應對於據以異議諸商標給予較大之保護。是經審酌系爭商標與據以異議諸商標圖樣近似程度高，且指定使用之商品與據以異議諸商標使用商品或服務為同一或高度類似，據以異議諸商標為著名商標，具有相當之識別性，且為相關消費者所熟知等情，認為系爭商標之註冊，可能使相關消費者誤以為與據以異議諸商標來自同一來源，或誤認系爭商標與據以異議諸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，而產生混淆誤認之可能，系爭商標於「自拍桿；電唱機；自動唱片點唱機；耳機；頭戴式耳機；耳塞式耳機；音響喇叭；音箱；揚聲器；麥克風；揚聲器箱；音響；汽車音響；隨身式放音機；攜帶式媒體播放器；行動電源裝置；智慧型手機」部分商品之註冊，具有商標法第30條第10款規定不得註冊之事由。

(四)次按商標法第30條第1 項第11款規定，相同或近似於他人著名商標，有致相關消費者混淆誤認之虞，或有減損著名商標之識別性或信譽之虞者，不得註冊。是以若系爭商標指定使用之商品或服務不類似，惟因著名商標權利人有多角化經營之情形或可能性，或著名商標之商品服務與系爭商標之商品服務有高度關聯性，而使相關公眾誤認為兩者之商品服務間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係時，亦有可能使相關公眾產生混淆誤認之虞。又商標法第30條第2項規定，第1 項第11款所規定之著名之認定，以申請時為準，是據以異議諸商標是否為著名商標，自應以系爭商標申請註冊時即102 年6 月21日為準。且本法所稱著名，指有客觀證據足以認定已廣為相關事業或消費者所普遍認知者，商標法施行細則第31條亦定有明文。

(五)次查原告成立於西元1963年起，除以其品牌名稱「光陽」、「KYMCO 」申請獲准註冊商標外，亦陸續自84年起申准註冊含有K 字母之據以異議諸商標，且分別指定使用於原告所產製之機車及其零組件、風衣、安全帽、輪鎖、自行車及其零組件等商品、機車及其零件配備之零售、貼紙、日曆、袖扣、鐘錶等服務上，並經被告以中台異字第G00000000 、G00000000 、G00000000 、G00000000 等商標異議審定書認定據

以異議諸商標為著名之商標，且列入著名商標彙編名錄（見異議卷1 第55至61、63頁）。又原告為行銷標示有據以異議諸商標之商品，仍持續製作平面、電視廣告行銷，並邀請知名藝人拍攝形象廣告，亦於自由時報、工商時報、GOOGLE、FACEBOOK、YOUTUBE 等刊登紙本、網路廣告，且自西元2012年起至2015年所投入之廣告費用已達新臺幣493,165,910 元，再據「管理雜誌」調查，原告產製之機車商品於西元2015、2016年間為消費者心目中理想品牌機車類之第1 名，且近年來於臺灣機車銷售量自101 年起至107 年止所銷售之數量均有20至30多萬台；原告品牌之機車市占率亦高達40％以上，此有光陽工業股份有限公司之維基百科資料、據以異議諸商標之商標檢索資料、管理雜誌第498 、510 期影本、智慧財產局商標異議審定書影本、國內機車銷售資料、電視暨平面廣告、媒體費、商品型錄海報、雜誌文宣、廣告費統一發票（見異議卷1 第28至32、36至39、44至54、64頁、本院卷一第25頁）在卷可憑，著名程度甚高。

(六)系爭商標與據以異議諸商標整體觀之，予人之寓目印象均為K 字母置於圓圈圖形中間之圖樣，二者商標圖樣近似程度高，且原告已將據以異議諸商標廣泛註冊於各類商品及服務，且提供手機APP 「noodoe」接收來自手機的即時訊息服務，亦有多筆APP 使用者使用之評論，可認原告實有跨足提供智慧導航、手機APP 等視聽設備、智慧裝置商品，而有將據以異議諸商標多角化經營之情形及趨勢（見本院卷1 第279 至313 頁），其與系爭商標指定於「筆記型電腦；手機應用程式；可下載之電腦應用軟體；電腦遊戲軟體；從網際網路下載之音樂；可下載之手機鈴聲；從網際網路下載之影片；從

網際網路下載之遊戲程式；唱片；電子秤；智慧手環（測量儀器）」等商品，難謂不具關聯性等因素綜合判斷，是系爭商標之註冊，因兩商標外觀近似程度高，復指定使用於具有關聯性之商品，客觀上難謂無使相關公眾誤認兩商標商品或服務為來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，或誤認兩商標之使用人間存在關係企業、加盟關係、授權關係或其他類似關係，而產生混淆誤認之虞。是系爭商標指定於「筆記型電腦；手機應用程式；可下載之電腦應用軟體；電腦遊戲軟體；從網際網路下載之音樂；可下載之手機鈴聲；從網際網路下載之影片；從網際網路下載之遊戲程式；唱片；電子秤；智慧手環（測量儀器）」等商品之註冊有商標法第30條第11款前段規定不准註冊之事由。另以兩造商標近似程度及所指定使用之商品亦有重疊，除有致相關消費者混淆誤認之虞外，亦有可能減損據以異議諸商標之識別性，致消費者轉而購買系爭商標商品或接受系爭商標權人所提供之服務，故系爭商標之註冊，亦違反商標法第30條第1 項第11款後段之情形，附此敘明。

六、綜上所述，系爭商標之註冊違反商標法第30條第1 項第10、11款規定，是原處分所為異議不成立之審定，尚有未洽，訴願決定予以維持，亦有未合，原告訴請撤銷原處分與訴願決定，為有理由，應予准許，另原告聲請命被告作成異議成立且撤銷系爭商標註冊之部分，因事證已臻明確，亦依行政訴訟法第200 條第3 款規定，命被告就系爭商標作成「異議成立，註冊應予撤銷」之審定。

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

據上論結，原告之訴為有理由，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、第200 條第3 款，判決如主文。

中　　華　　民　　國　　108　　年　　12　　月　　12　　日

智慧財產法院第二庭

審判長法　官　汪漢卿

法　官　曾啟謀

法　官　熊誦梅

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
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　　12　　月　　17　　日

書記官　謝金宏