

智慧財產法院行政判決

109年度行商訴字第2號

原告 法商拉奧里露公司 (L' OREAL, S.A.)

代表人 德爾菲·夏蓉 (Delphine de Chalvron)

訴訟代理人 陳玲玉 律師

趙國璇 律師

黃柏諺 律師

複代理人 黃詩雅 律師

被告 經濟部智慧財產局

代表人 洪淑敏

訴訟代理人 李汝婷

參加人 力煒奈米科技股份有限公司

代表人 汪志揚

訴訟代理人 劉家榮 律師

郭泓志 律師

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12月3日經訴字第10806314470號訴願決定，提起行政訴訟，並經本院裁定命參加人獨立參加被告之訴訟，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

壹、事實概要：

參加人於民國106年7月28日以「foreal純奈主張設計字」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5類「殺菌劑；環境衛生用殺菌劑；環境衛生用消

01 毒劑；環境衛生用除霉殺菌劑；衛生用消毒劑；動物用藥品
02 ；動物用創傷敷料；動物用洗滌藥劑；動物用消毒劑；動物
03 用殺菌劑；魚用藥劑；獸醫用消毒劑；獸醫用藥；獸醫用藥
04 劑；鴿藥；衣物除臭劑；非人體及動物用除臭劑；衣服用除
05 臭劑；紡織品用除臭劑；抗菌洗手劑」商品，向被告申請註
06 冊。經被告審查，核准列為註冊第00000000號商標（下稱系
07 爭商標）。嗣原告以系爭商標有違商標法第30條第1項第10
08 款、第11款及第12款規定，對之提起異議。經被告審查，以
09 108年7月25日中台異字第1070284號商標異議審定書為「異
10 議不成立」處分。原告不服處分而提起訴願，嗣經濟部以10
11 8年12月3日經訴字第10806314470號訴願決定駁回，原告不
12 服訴願，遂向本院提起行政訴訟。因本院認本件判決之結果
13 ，倘認訴願決定應予撤銷，將影響參加人之權利或法律上之
14 利益，爰依職權命參加人獨立參加本件被告之訴訟（見本院
15 卷第95至102頁）。

16 貳、原告聲明請求原處分及訴願決定均撤銷，暨被告應就系爭商
17 標作成撤銷註冊之處分，並主張略以：

18 一、系爭商標違反商標法第30條第1項第10款規定：

19 （一）兩商標構成近似：

20 1. 「L'OREAL」為據以異議商標之主要部分：

21 原告所有之註冊第00000000、00000000、00000000、000000
22 00、00000000、00000000號「L'OREAL」商標，註冊第00000
23 000、00000000、00000000、00000000號「萊雅L'OREAL」、
24 「L'OREAL完美淨白」、「L'OREAL完美細膚」、「L'OREAL
25 優媚霜」商標，如附圖所示（下合稱據以異議商標），商標
26 圖樣均由「L'OREAL」或加上其他文字所構成，且「L'OREAL

」係原告之公司特取名稱，為識別性較強之創意性商標，是「L'OREAL」為據以異議商標之主要部分，係相關消費者據以辨識之重要部分。

2. 「Foreal」為系爭商標之主要部分：

系爭商標由「Foreal」及「純奈主張」所構成，系爭商標圖樣所示之英文起首字母由一豎二橫之筆劃構成，第二橫之筆畫始於第一豎筆畫之中間右半部，而非貫穿第一豎筆畫，足證系爭商標之起首字母為大寫「F」，並而非小寫「f」，原處分及訴願決定認定有誤。參諸「純奈主張」是用來表示商品本身或其他特性有關描述，屬說明性文字而不具識別性，且字體比例佔系爭商標整體之部分甚小，位置處於比例佔系爭商標絕大部分「Foreal」下方，不易為相關消費者所注意，「Foreal」應屬相關消費者辨識系爭商標之主要部分，其與據以異議商標均由完全相同之5個英文字母「oreal」組成，兩者相較，極易使相關消費者誤認系爭商標為據以異議商標之系列商標。職是，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，極可能混淆誤認，進而誤認系爭商標所表彰之商品為原告所生產，甚或誤認參加人與原告間存有關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係。

3. 兩商標外觀高度近似：

據以異議商標之主要部分中雖有「'」符號，然該符號所佔比例小，視覺上不影響據以異議商標與系爭商標之主要部分，使相關消費者產生混淆誤認之虞，且雙方商標均以細長字型呈現，系爭商標之小寫字母「oreal」文字高度幾乎與起首大寫字母「F」等高，而與大寫字母無異，其意象與據以異議商標在整體外觀，均予人相似或相仿之均衡印象，足認

雙方商標外觀上為高度近似。

4. 兩商標讀音高度近似：

系爭商標之主要部分「Foreal」讀音為「fo、re、al」，據以異議商標「L'OREAL」由「lo、re、al」組成，兩者均由三個音節「o、re、al」所組成，除後二個音節完全相同外，第一個音節之母音亦均為「o」，參酌在英文發音規則，系爭商標起首字母「F」為無聲子音，其於唱乎之際不易完整發音或不易為相關消費者所留意，是系爭商標與據以異議商標在讀音上為高度近似，相關消費者於交易上連聲唱呼之際，極易混淆系爭商標與據以異議商標。

5. 兩商標設計高度近似：

原告自74年起已在我國註冊及使用前揭多達10個相同類型之據以異議商標「L'OREAL」，而形成一種系列商品、服務之形象，當系爭商標「Foreal」使用在極為類似之商品時，相關消費者誤以為同一廠商系列商品之可能性極高，兩商標類型屬高度近似。職是，兩商標讀音高度近似，圖樣上之外文整體外觀相彷彿，且系爭商標之類型與原告自74年起經營之據以異議系列商標極為類似，以具有普通知識經驗之相關消費者於異時異地隔離觀察或交易唱呼之際，實不易區辨系爭商標與據以異議商標，故兩者構成近似之商標，且近似程度不低。

6. 歐盟認定兩商標相近：

歐盟智慧財產局於108年6月28日曾針對原告之據以異議商標與參加人之系爭商標是否相似乙節，做出相近似之認定，其理由略以：「Foreal」為系爭商標之主要部分，因系爭商標與其他前述元素相較尺寸更大，故為最引人注目之元素，考

量系爭商標與據以異議商標可讀及主要元素在整體字母序列上幾乎相同，就聽覺而言，兩商標在讀音上有完全相同「oreal」字母序列，據以異議商標「L」與系爭商標「F」有異，是兩商標在聽覺上被認為是高度近似等語。足證縱兩商標之起首字母不同，以拼音外文為母語之歐盟智慧財產局審查人員亦認為兩商標在聽覺、讀音上為高度近似。準此，僅就兩商標之外觀及讀音而言，我國相關消費者自不可能較拼音外文母語人士更能清楚分辨兩商標之異同，反而非拼音外文母語人士將更容易對兩商標產生混淆誤認。

(二) 兩商標指定使用之商品類似：

1. 兩商標商品在行銷管道高度重疊：

系爭商標指定之殺菌劑等20項商品，其與據以異議商標所指定使用之香水等商品相較，兩商標商品為類似，均屬清潔、美容製劑及用品。原處分及訴願決定忽視系爭商標之指定商品殺菌劑、衛生用消毒劑、除臭劑及抗菌洗手劑等，其與據以異議商標指定使用之防汗臭劑、香水、人體清潔劑、化妝品等，依一般社會通念均在相同之行銷管道提供予相關消費者，相關消費者同時接觸之機會極大，且該等商品具有相同之相關消費族群，引起混淆誤認之可能性高，足證兩商標指定使用之商品確屬類似。

2. 相關消費者視兩商標指定商品具有替代關係：

因嚴重特殊傳染性肺炎疫情影響，全國民眾搶購市售消毒殺菌清潔產品，包含各種乾洗手、酒精、次氯酸水、護手乳、肥皂及本件參加人之產品奈米銀等，國內即有新聞專題報導實試各種市售消毒殺菌清潔產品之效果，均顯示對相關消費者而言，系爭商標之指定商品殺菌劑、衛生用消毒劑、除臭

劑及抗菌洗手劑等多項商品，其與據以異議商標指定使用之防汗臭劑、人體用皂、洗髮精、清潔霜、護手乳等，實屬具有相同或相近之商品功能，而為具有替代關係之類似商品，且均常見於開架式藥妝店或藥局，足證兩商標所表彰之商品為高度近似。

(三)系爭商標有致相關消費者混淆誤認之虞：

1.據以異議商標之識別性較強：

據以異議商標「L'OREAL」係原告之公司特取名稱，為具有先天識別性之標示，且為識別性較強之創意性商標。反觀參加人在異議審查中主張系爭商標「Foreal」源自英文「For Real」等語。是系爭商標為固有字義複合而成，其識別性自然較據以異議商標「L'OREAL」為低。

2.相關消費者選購時注意程度較低：

兩商標之指定使用商品均為普通日常消費品，且商品功能具有共同或關聯處，商品性質之不同會影響其相關消費者之注意程度，就普通日常消費品而言，相關消費者之注意程度較低，對兩商標間之差異辨識較弱，易產生近似之印象。參諸兩商標指定使用商品為陳列於開架式藥妝店、美妝店、藥局及生活百貨等行銷管道，均為普通日常消費品，單價不高，是相關消費者選購時注意程度較低，且兩商標均指定使用於殺菌消毒清潔產品，具有共同或關聯之商品功能，易產生兩商標近似之印象，而可能混淆商標所表彰之商品來源。

3.原告有多角化經營情形：

原告有持續多角化經營之情形，且相關消費者對著名之據以異議商標較熟悉，原告早已有多角化經營，而將據以異議「L'OREAL」系列商標註冊及使用在多類商品或服務，據以異

01 議商標不僅於美髮、化妝品註冊及使用在先，原告更將事業
02 版圖擴及個人護理、面膜、護膚、虛擬試用美妝產品App「
03 化妝天才」、贊助坎城影展等，足堪認定原告早有多角化經
04 營之事證。

05 二、系爭商標違反商標法第30條第1項第11款規定：

06 (一)據以異議商標為著名商標：

07 據以異議商標為著名商標，業經被告認定在案。原告L'OREA
08 L 集團創辦於西元1909年，是世界上最大之化妝品企業，亦
09 為財富全球500 強企業之一，經營範圍遍及全球150 多個國
10 家與地區。原告自74年起陸續於我國獲准多達10個相同類型
11 之據以異議「L'OREAL」系列商標，是據以異議商標於系爭
12 商標申請註冊之106 年7 月28日前，已取得著名商標之地位
13 。原處分及訴願決定均已認定據以異議商標在美容產品市場
14 居於領導性地位，為我國相關公眾或消費者普遍認知而為著
15 名商標在案。

16 (二)系爭商標減損據以異議商標識別性或信譽：

17 系爭商標之指定商品為殺菌劑、衛生用消毒劑、除臭劑及抗
18 菌洗手劑等，其與據以異議商標指定使用之防汗臭劑、香水
19 、人體清潔劑、化妝品等為近似之商品，且具有高度關聯性
20 之商品。倘准系爭商標註冊，不僅顯有致相關消費者混淆誤
21 認之虞，更將淡化著名之據以異議商標於防汗臭劑、香水、
22 人體清潔劑等商品之識別性。相關消費者對衝突之兩商標僅
23 熟悉其中之一，就該較為被熟悉之商標，應給予較大之保護
24 ，而相關消費者對商標之熟悉程度，繫於商標使用之廣泛程
25 度。準此，據以異議商標在市場上已廣泛使用，且經由廣告
26 媒體之大力宣傳，在全球及國內均已建立極高之知名度，故

應給予較大之保護。

三、系爭商標違反商標法第30條第1項第12款規定：

原告集團為世界上最大之化妝品企業，原告據以異議商標「L'OREAL」及商品經過持續多年行銷及廣告，早已為相關事業或消費者所熟知，在全球及國內均享有高知名度，徵諸一般社會經驗，參加人身為同業，實難諉為不知據以異議商標「L'OREAL」此家喻戶曉之品牌。參加人以十分近似「Foreal純奈主張設計字」商標作為系爭商標申請註冊，足見參加人因業務往來或其他關係，而知悉原告據以異議商標「L'OREAL」著名商標存在，再加以襲用，並提出系爭商標之註冊申請。準此，系爭商標有違商標法第30條第1項第12款規定。

四、商標審查個案拘束原則：

個案具體事實涵攝於各種判斷因素時，商標近似、商品類似程度如何、相關消費者對商標之熟悉度、識別性強弱等判斷因素，因個案事實及證據樣態差異，而於個案中調查審認結果，當然有所不同。是案情有別，係屬另案是否妥適問題，基於商標審查個案拘束原則，要難比附援引。準此，被告准予註冊之他案，不得執為不利於原告之論據。

參、被告聲明請求駁回原告之訴，並答辯略以：

一、系爭商標未違反商標法第30條第1項第10款規定：

(一)兩商標不相近似：

系爭商標由水藍色之外文「foreal」及中文「純奈主張」上下排列所組成。據以異議商標，或由單純之外文「L'OREAL」所構成，或由外文分別結合中文「萊雅」或「完美淨白」或「完美細膚」或「優媚霜」所組成，其中「完美淨白」、

「完美細膚」及「霜」字均經聲明不在專用之列。兩商標相較，其主要識別部分之外文「foreal」與「LOREAL」，雖字尾均有字母「oreal」/「OREAL」，惟拼音性之外文，其起首字母在外觀與讀音，對於整體字詞給予相關消費者之印象有極重要之影響，判斷近似時，應賦予比重較重之考量。查據以異議商標外文起首字母為「L」，且在字母「L」與「OREAL」中間插入符號「'」作為區隔，予相關消費者寓目印象明顯，而系爭商標外文起首字母為「f」，且與字母「oreal」前後緊密相連，並無任何符號區隔，兩者外觀上明顯可區辨。再者，兩商標之外文「foreal」與「LOREAL」均非既有之文字，並無特定字義，觀念上難以比較，讀音上亦因起首字母「f」與「L」不同及符號「'」有無而有所差異。職是，兩商標整體圖樣，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，異時異地隔離整體觀察或實際交易時連貫唱呼之際，仍可分辨，兩商標近似程度低。

(二) 兩商標商品部分類似：

1. 兩商標商品不相類似部分：

系爭商標指定使用「殺菌劑；環境衛生用殺菌劑；環境衛生用消毒劑；環境衛生用除霉殺菌劑；衛生用消毒劑；動物用藥品；動物用創傷敷料；動物用洗滌藥劑；動物用消毒劑；動物用殺菌劑；魚用藥劑；獸醫用消毒劑；獸醫用藥；獸醫用藥劑；鴿藥；衣物除臭劑；非人體及動物用除臭劑；衣服用除臭劑；紡織品用除臭劑」部分商品，其與據以異議商標指定使用之「髮型設計及美容服務」、「燙髮劑」、「香水、化粧品、粉餅、香油、噴髮膠水、整髮劑、粉底、整髮水」、「洗髮精及香皂」、「染髮劑」、「書包、手提箱袋、

旅行袋、皮夾及化粧包」、「香水、浴膠、浴鹽、人體用皂、防汗臭劑、化粧品、護膚保養品、清潔霜、磨砂膏、爽身粉、防晒油、防曬護膚保養品、防曬化粧品、指甲油、洗髮精、潤髮乳、髮膠、染髮劑、燙髮劑、浴用香油」商品/服務相較，系爭商標係環境衛生用或動物用之藥品或製劑，據以異議商標或為人體清潔、化粧、保養用品或提供美髮、美容相關之服務，或為書包、手提箱袋類商品，兩者在性質、功能、用途上均不相同，相關消費族群、行銷管道、商品產製者或服務提供者亦有差異，依一般社會通念及市場交易情形判斷，應非屬同一或類似之商品。

2. 兩商標商品類似部分：

系爭商標指定使用於「抗菌洗手劑」部分商品，其與據以異議商標指定使用於「燙髮劑」；「香水、化粧品、粉餅、香油、噴髮膠水、整髮劑、粉底、整髮水」；「洗髮精及香皂」；「染髮劑」；「香水、浴膠、浴鹽、人體用皂、防汗臭劑、化粧品、護膚保養品、清潔霜、磨砂膏、爽身粉、防晒油、防曬護膚保養品、防曬化粧品、指甲油、洗髮精、潤髮乳、髮膠、染髮劑、燙髮劑、浴用香油」商品相較，均為人體清潔、美容相關商品，在功能、用途，滿足相關消費者需求及商品產製者或服務提供者等因素，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，應屬類似之商品。

(三) 兩商標均具識別性：

系爭商標與據以異議商標之外文均非既有文字，且與其指定使用之殺菌劑或香水、化粧品等商品/服務無關，各具相當識別性。

(四) 相關消費者較熟悉據以異議商標：

01 依原告於原處分階段所送之證據資料，可知原告創辦於西元
02 1909年，發展成為國際知名之化妝品事業一法商萊雅集團（
03 L'OREAL S.A.），早自74年起以外文「L'OREAL」作為商標圖
04 樣，陸續於我國獲准註冊多件商標於燙髮劑、香水等商品，
05 前於92年曾列「全球最有價值100大世界性品牌」第47位。
06 且經濟部依職權以「l'oreal」或「loreal」作為關鍵字於
07 Google網站搜尋資料，可見據以異議商標之化妝品等商品及
08 相關服務於106年7月27日前，已透過原告官方網站、各網路
09 購物網站及屈臣氏等零售通路行銷販售。準此，堪認原告於
10 系爭商標申請日前，已有將據以異議商標使用於化妝品等商
11 品及相關服務，並有於我國持續販售行銷之事實，且足認據
12 以異議商標於系爭商標申請註冊時，已為我國相關事業及消
13 費者所普遍認知而臻著名商標之程度。至系爭商標之使用情
14 形，因參加人所送之證據資料，均與系爭商標之使用無關，
15 僅於所送品牌源起介紹網頁，可見系爭商標圖樣數量極少，
16 且無日期可稽。職是，依現有證據資料，堪認據以異議商標
17 應較為我國相關消費者所熟悉。

18 (五)兩商標無使相關消費者有混淆誤認之虞：

19 系爭商標指定使用之殺菌劑等19項商品，其與據以異議商標
20 指定使用之商品非屬同一或類似，系爭商標指定於此部分商
21 品之註冊自無本款規定之適用。且系爭商標指定使用於「抗
22 菌洗手劑」部分商品，雖與據以異議商標指定使用之商品構
23 成類似，且據以異議商標較為相關消費者所知悉，然衡酌兩
24 商標近似程度低，且各具相當識別性，且有第三人以「KORE
25 AL」作為商標圖樣一部，獲准註冊於第5類商品，故綜合判
26 斷之，系爭商標指定使用於該部分商品之註冊，應無致相關

消費者產生混淆誤認之虞。

二、系爭商標未違反商標法第30條第1項第11款規定：

(一)系爭商標未違反商標法第30條第1項第11款前段規定：

據以異議商標使用於化妝品等商品及相關服務，雖於系爭商標申請時已為我國相關事業及消費者所普遍認知而臻著名，惟考量兩商標近似程度低，各具相當識別性，且第三人以字母「OREAL」作為商標圖樣之一部，申准註冊於各類商品或服務者，亦不乏其例，綜合判斷各項因素，系爭商標之註冊不致使相關公眾產生混淆誤認之虞，自不適用商標法第30條第1項第11款前段規定。

(二)系爭商標未違反商標法第30條第1項第11款後段規定：

在商標法第30條第1項第11款後段規定部分，商標近似程度之要求較本款前段之混淆誤認之虞為高。衡酌兩商標近似程度低，系爭商標以外文「oreal」作為商標圖樣一部，申請註冊於殺菌劑等商品，除不致減弱或分散據以異議商標曾強烈指示單一來源之特徵及吸引力外，亦不致使人對據以異議商標所代表之品質、信譽產生貶抑或負面之聯想，應無減損據以異議著名商標之識別性或信譽之虞，不適用第30條第1項第11款後段規定。

三、系爭商標未違反商標法第30條第1項第12款規定：

原告雖有先使用據以異議商標於化妝品等商品及相關服務之事實，惟系爭商標指定使用之殺菌劑等19項商品，其與據以異議商標先使用之化妝品等商品及相關服務非屬同一或類似，系爭商標指定於此部分商品之註冊，自無商標法第30條第1項第12款規定之適用。再者，系爭商標指定使用於「抗菌洗手劑」部分商品，固與據以異議商標先使用之商品/服務

構成類似，然兩商標近似程度低，無從由系爭商標圖樣，認定參加人有惡意抄襲據以異議商標之嫌，且參加人為研發奈米材料生產應用技術之公司，所產製之奈米材料廣泛應用於各領域，而與原告所經營之化妝品等商品/服務有別，尚難逕認兩者具有同業關係，原告復未提出具體事證證明參加人係因與其間具有契約、業務往來等關係知悉據以異議商標之存在，意圖仿襲而搶先申請註冊系爭商標，實難僅以系爭商標與據以異議商標均有部分相同外文「oreal」/「OREAL」，遽認參加人有意圖仿襲而以不正競爭行為搶先申請註冊系爭商標之情事。職是，系爭商標註冊未違反商標法第30條第1項第12款規定。

肆、參加人聲明請求駁回原告之訴，並聲明略以：

一、兩商標不近似：

(一)兩商標外觀不近似：

1.「純奈主張」有其辨識性：

不論商標圖樣中是否有包含不具辨識性或聲明不專用部分，在與其他商標間判斷是否有近似之虞時，仍應就整體做比較。查系爭商標「純奈主張」字樣，在於特別凸顯及表彰參加人公司係以「奈米技術」起家，本身所有之奈米技術於國內及市場上之供應鏈中佔重要地位，且「純奈主張」同時亦在表彰所販售之產品成分單純，並於產品網頁中強調「純境天然的抗菌新主張」、「Living For Real」等信念，且「純奈主張」字樣非現有通用之詞彙，自具有獨特之辨識性，應於商標近似判斷時一併審酌。

2.兩商標字樣外觀不同：

就外觀部分，系爭商標字樣中，除字母「O」、「1」為常見

之英文字形外，字母「F」、「r」、「e」、「a」均有調整其筆畫間比例，並以圓弧狀呈現，而省略部分筆畫，使其呈現之字樣，非屬常見之英文字母圖樣，搭配「純奈主張」4個字之筆畫亦調整為圓弧狀之呈現，使「Foreal純奈主張」6個字母及4個中文字體構成一個完整之圖形，本身原創性極高。反觀原告所有之據以異議商標，不僅中文字樣「優媚霜」、「萊雅」、「完美細膚」、「完美淨白」之字樣完全與「純奈主張」四字不同外，其「L'OREAL」字母完全為一般之筆畫方式呈現，而與系爭商標之字樣完全不同，顯見兩者外觀上不同與不近似。

(二)兩商標讀音不近似：

據以異議商標含有法文音標，自應以法文讀音相稱，顯與系爭商標中「FOREAL」之英文拼音不同，兩者完全無關。原告為法商公司，現在總部在法國巴黎，其為世界上之知名品牌，自應向相關消費者強調或說明其商標之真實讀音方式，而原告竟於本件訴訟中，主張以積非成是之方式，稱應以民眾普遍錯誤之拼音方式為其商標之讀音，實令人困惑。

(三)兩商標設計不近似：

原告雖以據以異議商標字樣註冊多個商標，然細觀其註冊之類別及商品，多為人體使用之彩妝、化粧品類型，且原告所提之證據更顯示原告為「世界上最大最著名的化粧品企業」、「是世界美妝品行業中的領導者」、「目前擁有的品牌分佈在「頭髮、個人護理及化粧品」等方面等情，顯現原告及其所有之據以異議商標，主要均係以美妝及化粧品為其主要商品類別，其主要應陳列在「百貨美妝專櫃、美妝用品店、開架式美妝品」等處。而就參加人所有之系爭商標而言，主

要登記之類別為第5類之消毒劑類或第3類之清潔劑類，顯係以殺菌成分之抗菌或清潔劑之商品為主，主要陳列在「生活用品類」，顯與據以異議商標之商品分屬兩類，類別上完全不同。

二、兩商標指定使用商品不類似：

據以異議商標所表彰之商品，多以「化粧品、美妝用品」等類別呈現，要與系爭商標所表彰「殺菌性清潔劑」生活用品不同，兩者間分屬不同領域。據以異議商標所表彰之商品，原告主張與系爭商標最為近似者，為防汗臭劑、香水、人體清潔劑，而此類產品均係陳列於美妝店、百貨專櫃、或開架式美妝產品，而系爭商標所指定之殺菌劑、衛生用消毒劑、除臭劑、抗菌洗手劑等，多半係陳列於生活百貨之商店或五金行之處所，兩者陳列之位置不同。再者，系爭商標所指定「抗菌」商品，係特別經過檢驗確認而有抗菌成分及效果之產品，此與據以異議商標所指定用在肥皂等一般清潔性商品，兩者分屬不同領域。

三、系爭商標並無致生混淆誤認之虞：

據以異議商標係以美妝用品及化粧品聞名，且均實際使用於美妝及化粧品之產品，其與系爭商標用於「殺菌劑」等產品分屬不同，並無使相關消費者產生混淆誤認之虞。兩商標不同與不近似，系爭商標以「FOREAL純奈主張設計字」為商標，本身具有較強之原創性及獨特性，識別性較強，反觀據以異議商標係單純以字母之標準字體組成及呈現，兩者在外觀上不同，並無使相關消費者混淆誤認之可能。再者，原告所述之最新發展為「虛擬試用美妝產品的app化妝天才」，可佐證據以異議商標縱有多角化經營，仍未踏出「化粧品」、

「美妝用品」界限，自無從判斷據以異議商標之識別性已跨足至其他商品或服務之類別。

四、參加人未惡意攀附據以異議商標：

據以異議商標於化粧品等商品之範圍，較為一般人所熟知，而在此領域之外，原告未曾以據以異議商標涉及其他商品，據以異議商標已於化粧品界經營已久，常人實無法想像其可能有其他領域之產品，遑論具有藥事法適用可能性之殺菌劑產品，不僅與據以異議商標之形象完全不同，更非常人所得聯想，縱據以異議商標為知名，然僅存在於化粧品及美妝用品之範圍內。再者，據以異議商標指定使用之商品，均以化粧品及美妝用品為界，亦已深入人心，而與系爭商標指定使用於「殺菌劑」範圍無關，兩者並非關連性商品，相關消費者不會因此聯想兩者係表彰於同一商品來源，自無減損據以異議商標識別性之可能。而參加人所有之系爭商標所使用之商品，均有自己之形象塑造及產品緣由，其使用之方式具有辨識性，顯見參加人未曾有惡意攀附據以異議商標之意思。

伍、本院得心證之理由：

一、整理當事人爭執與不爭執事項：

接受命法官為闡明訴訟關係，得整理並協議簡化爭點，民事訴訟法第270條之1第1項第3款、第463條分別定有明文，行政訴訟法第132條準用之。職是，法院於言詞辯論期日，依據兩造主張之事實與證據，經簡化爭點協議，作為本件訴訟中攻擊與防禦之範圍（見本院卷第249至268頁之109年5月15日準備程序筆錄）。

（一）不爭執事項：

參加人於106年7月28日以「foreal純奈主張設計字」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5類「殺菌劑；環境衛生用殺菌劑；環境衛生用消毒劑；環境衛生用除霉殺菌劑；衛生用消毒劑；動物用藥品；動物用創傷敷料；動物用洗滌藥劑；動物用消毒劑；動物用殺菌劑；魚用藥劑；獸醫用消毒劑；獸醫用藥；獸醫用藥劑；鴿藥；衣物除臭劑；非人體及動物用除臭劑；衣服用除臭劑；紡織品用除臭劑；抗菌洗手劑」商品，向被告申請註冊。經被告審查，核准列為系爭商標。嗣原告以系爭商標有違商標法第30條第1項第10款、第11款及第12款規定，對之提起異議。經被告審查，並於108年7月25日為異議不成立處分。原告不服處分，提起訴願，嗣經濟部於108年12月3日訴願決定駁回，原告不服訴願，遂向本院提起行政訴訟。

(二) 當事人爭執事項：

1. 商標法第30條第1項第10款規定：

當事人就商標法第30條第1項第10款之爭執如後：(1)系爭商標與據以異議商標是否近似？兩商標近似程度？(2)兩商標指定使用之商品，是否同一或類似？(3)兩商標識別性之強弱程度？(4)是否有多角化經營之情形？(5)相關消費者對兩商標間，有無實際混淆誤認之情事？(6)相關消費者對兩商標之熟悉程度為何？(7)兩商標指定商品之行銷方式與行銷場所，重疊程度為何？(8)參加人申請系爭商標之註冊是否為善意？

2. 商標法第30條第1項第11款規定：

當事人就商標法第30條第1項第11款前段與後段之爭執如後：(1)據以異議商標是否為著名之商標，而使相關消費者熟悉？(2)據以異議商標與系爭商標間是否構成近似？(3)系爭商標有無致相關公眾混淆誤認之虞？(4)系爭商標有無減損據以異

01 議商標之識別性或信譽之虞？

02 3. 商標法第30條第1項第12款規定：

03 當事人就商標法第30條第1項第12款之爭執如後：(1)據以異
04 議商標於系爭商標申請日前是否有先使用之事實？(2)兩商標
05 是否相同或近似？(3)兩商標所指定或使用之商品是否同一或
06 類似？(4)原告是否因與參加人間具有業務往來關係，知悉據
07 以異議商標之存在？

08 二、系爭商標未違反商標法第30條第1項第10款規定：

09 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
10 或申請在先之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者，不得
11 註冊。但經該註冊商標或申請在先之商標所有人同意申請，
12 且非顯屬不當者，不在此限。商標法第30條第1項第10款定
13 有明文。所謂有致相關消費者混淆誤認之虞者，係指兩商標
14 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
15 者，誤認兩商標為同一商標；或雖不致誤認兩商標為同一商
16 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
17 商品或服務；或誤認兩商標之使用人間有關係企業、授權關
18 係、加盟關係或其他類似關係而言。簡言之，商標有使相關
19 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
20 誤認之虞而言（參照最高行政法院98年度判字第455號行政
21 判決）。故判斷有無混淆誤認之虞，應參酌商標之近似、商
22 品或服務類似、商標識別性之強弱、先權利人多角化經營之
23 情形、實際混淆誤認之情事、商標申請人是否善意、相關消
24 費者之認知及行銷場所等相關因素，就強弱程度、相互影響
25 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
26 淆誤認之虞（參照最高行政法院103年度判字第21號、104年

度判字第222號、第354號、第435號行政判決）。準此，本院判斷系爭商標與據以異議商標間，有無混淆誤認之虞，應參考相關因素作為認定基準，並依據本院整理之當事人主要爭執事項，茲依序探究如後（參照本院整理當事人爭執事項1）：

(一)系爭商標與據以異議商標近似程度低：

1.判斷商標圖樣近似之基準：

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，此為不准商標註冊之消極要件。申言之，兩商標予人之整體印象有其相近處，倘其標示在相同或類似之商品或服務時，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，應構成近似。原告雖主張系爭商標與據以異議商標之主要識別部分，均為「oreal」字樣，應成立近似云云。惟被告與參加人抗辯稱兩者圖樣近似程度甚低，原告主張不足採等語。職是，本院應審究系爭商標與據以異議商標是否近似？兩商標之近似程度為何。

2.系爭商標與據以異議商標不近似：

(1)兩商標外觀不近似：

所謂外觀近似，係指商標或標章圖樣之構圖、排列、字型或設色等項目，具近似性，有產生混淆誤認之虞。查系爭商標圖樣，由略經設計之水藍色外文「foreal」及中文「純奈主張」上下排列所組成。據以異議商標或由單純之外文「L'OREAL」所構成，或由該外文分別結合中文「萊雅」或「完美

01 淨白」或「完美細膚」或「優媚霜」所組成，其中「完美淨
02 白」、「完美細膚」及「霜」字，均經聲明不在專用之列，
03 實際使用圖樣為單純外文「L'OREAL」部分，如附圖所示。
04 相較兩商標圖樣，主要識別部分之外文「foreal」與「LORE
05 AL」，雖字尾均有英文字母「oreal」，惟拼音性之外文，
06 其起首字母在外觀與讀音項目，對於整體字詞給予相關消費
07 者之印象，常有極重要之影響，是判斷近似時，應賦予比重
08 較重之考量。查據以異議商標外文起首字母為「L」，且在
09 字母「L」與「OREAL」中間插入符號「'」作為區隔，予相
10 關消費者寓目印象明顯者，系爭商標外文起首字母為「f」
11 ，且與字母「oreal」前後緊密相連，並無任何符號區隔，
12 故兩者外觀上明顯可區辨。職是，兩商標圖樣整體構圖用字
13 有別，設色及視覺感受有差異明顯，兩者圖樣外觀，非屬近
14 似圖樣。

15 (2)兩商標讀音不近似：

16 所謂讀音近似，係指商標或標章所使用之文字，以連貫唱呼
17 為標準，而足以產生混淆誤認之虞。查系爭商標主要識別部
18 分為外文「foreal」組成，而據以異議商標主要以「L'OREA
19 L」組成。我國雖非英語系國家，然我國實施英語教育已行
20 之有年，兩商標讀音雖就「oreal」部分相類似，然經連貫
21 唱呼，其有顯而易見之不同。況「L'OREAL」為法文單字，
22 英文文法中，「'」符號鮮少用於名詞中，復據以異議商標
23 以巴黎萊雅為公眾所知悉，相關消費者應可認知其為法文，
24 以法文唱呼據以異議商標時，其發音類似「洛黑雅勒」，而
25 與系爭商標完全不近似。準此，兩者間之讀音，並不近似。

26 (3)兩者觀念不近似：

所謂觀念近似，係指商標或標章圖樣之實質意義，有產生混淆誤認之虞者。查系爭商標主要識別部分為略經設計之水藍色外文「foreal」字體組成，為英文單字「for」、「real」構成之新型單字，中譯為「為了真實」，而與系爭商標中文部分「純奈主張」相呼應。而據以異議商標以「L'OREAL」，以歐萊雅或巴黎萊雅為公眾所知悉。職是，兩者圖樣予相關消費者之形象不一致，據以異議商標單純傳達原告公司名稱，而系爭商標以文字傳達商品理念，兩者整體外觀設計與字型有別，且觀念不同，予人寓目印象顯有差異，兩者觀念不成立近似。

(4)兩商標整體圖樣不構成近似：

綜上所述，系爭商標與據以異議商標不論整體外觀、讀音及觀念等項目，如附圖所示，兩者相異甚大，而於異時異地隔離整體觀察，實難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，應無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，兩者為近似性之圖樣，縱兩者各有安全鎖圖樣，仍屬低度近似之商標，不致使相關消費者對兩商標所表彰之商品來源或產製主體，發生混淆誤認之虞。

(二)系爭商標與據以異議商標指定使用之商品部分類似：

1.判斷商品或服務類似之基準：

因社會及產業分工之常態及細緻，無法以抽象概念就商品或服務類似與否作適切之判斷，應依各產業別性質及具體個案判斷之（參照最高行政法院105年度判字第614號行政判決）。是商標法施行細則之商品或服務分類，係為申請註冊時行政上之便利而規定，其與商品或服務是否類似，不盡一致，

01 不受其限制。不得以二以上商品或服務屬於相同之分類，而
02 當然認定其為類似商品或服務，亦不得以二以上商品或服務
03 屬於不同之分類，而當然認定其不是類似商品或服務。所謂
04 商品類似者，係指兩個不同之商品，在功能、材料、產製者
05 或其他因素，具有共同或關聯處，倘標示相同或近似商標，
06 依一般社會通念及市場交易情形，易使商品之相關消費者誤
07 認其為來自相同或雖不相同而有關聯之來源。原告固主張系
08 爭商標與據以異議商標指定使用之商品，應屬相類似云云。
09 然被告與參加人均抗辯稱兩者僅部分構成相同或類似商品，
10 類似程度低等語。職是，本院應審究系爭商標與據以異議商
11 標指定之商品，是否類似及其類似之程度。

12 2.兩商標指定使用之商品相類似部分：

13 (1)系爭商標指定使用之商品：

14 系爭商標指定使用之商品如後：殺菌劑；環境衛生用殺菌劑
15 ；環境衛生用消毒劑；環境衛生用除霉殺菌劑；衛生用消毒
16 劑；動物用藥品；動物用創傷敷料；動物用洗滌藥劑；動物
17 用消毒劑；動物用殺菌劑；魚用藥劑；獸醫用消毒劑；獸醫
18 用藥；獸醫用藥劑；鴿藥；衣物除臭劑；非人體及動物用除
19 臭劑；衣服用除臭劑；紡織品用除臭劑；抗菌洗手劑。

20 (2)相較據以異議商標指定使用商品或服務：

21 據以異議商標指定使用之商品或服務如後：①髮型設計及美
22 容服務；②燙髮劑；③香水、化粧品、粉餅、香油、噴髮膠
23 水、整髮劑、粉底、整髮水；④洗髮精及香皂；⑤染髮劑；
24 ⑥書包、手提箱袋、旅行袋、皮夾及化粧包；⑦香水、浴膠
25 、浴鹽、人體用皂、防汗臭劑、化粧品、護膚保養品、清潔
26 霜、磨砂膏、爽身粉、防晒油、防曬護膚保養品、防曬化粧

品、指甲油、洗髮精、潤髮乳、髮膠、染髮劑、燙髮劑、浴用香油。

(3) 抗菌洗手劑為類似商品：

本院相較系爭商標與據以異議商標指定使用之商品或服務可知，系爭商標指定使用於「抗菌洗手劑」部分商品，其與據以異議商標一指定使用之「髮型設計及美容服務」、據以異議商標二至六與八至十指定使用之「燙髮劑」、「香水、化粧品、粉餅、香油、噴髮膠水、整髮劑、粉底、整髮水」、「洗髮精及香皂」、「染髮劑」、「香水、浴膠、浴鹽、人體用皂、防汗臭劑、化粧品、護膚保養品、清潔霜、磨砂膏、爽身粉、防晒油、防曬護膚保養品、防曬化粧品、指甲油、洗髮精、潤髮乳、髮膠、染髮劑、燙髮劑、浴用香油」商品或服務相較，均為人體清潔、美容相關商品或服務，在功能、用途，滿足消費者需求及商品產製者等因素，具有共同或關聯處，依一般社會通念及市場交易情形判斷，抗菌洗手劑應屬兩商標所指定商品之類似商品。

3. 兩者指定使用之商品或服務不類似部分：

系爭商標指定使用於殺菌劑等商品，其與據以異議商標指定使用之「髮型設計及美容服務」、「燙髮劑」、「香水、化粧品、粉餅、香油、噴髮膠水、整髮劑、粉底、整髮水」、「洗髮精及香皂」、「染髮劑」、「書包、手提箱袋、旅行袋、皮夾及化粧包」、「香水、浴膠、浴鹽、人體用皂、防汗臭劑、化粧品、護膚保養品、清潔霜、磨砂膏、爽身粉、防晒油、防曬護膚保養品、防曬化粧品、指甲油、洗髮精、潤髮乳、髮膠、染髮劑、燙髮劑、浴用香油」商品或服務相較。前者係環境衛生用或動物用之藥品或製劑；後者或為人

01 體清潔、化妝、保養用品或提供美髮、美容相關之服務，或
02 為書包、手提箱袋類商品，兩者在性質、功能、用途等項目
03 均不相同，消費族群、行銷管道及商品產製者，均有差異
04 依一般社會通念及市場交易情形判斷，應非屬同一或類似
05 之商品。

06 (三)兩商標均有高度之識別性：

07 1.創造性商標有高度識別性：

08 識別性與混淆誤認成正比，故識別性越強之商標，相關消費
09 者就商品或服務之印象越深，他人稍有攀附，即可能引起相
10 關消費者產生混淆誤認。所謂創造性或新奇性商標，係指該
11 商標係刻意設計之標章，其為自創品牌，而該商標之文字、
12 圖案或用語均為過去所無，故其識別性最強，係最強勢商標
13 職是，本院應審究據以異議商標之識別性強弱程度為何。

14 2.兩商標均為創造性商標：

15 系爭商標為略經設計之水藍色外文「foreal」及中文「純奈
16 主張」上下排列所組成，為英文單字「for」、「real」構
17 成之自創單字，中譯係「為了真實」，該用語為過去所無，
18 核非既有文字。據以異議商標之主要識別部分由單純之外文
19 「L'OREAL」所構成，該等外文非我國既有通常詞彙，不論
20 英文或法文均無意義，為單純公司名稱，且為過去所無之字
21 彙。兩商標商品指定使用於殺菌劑或香水、化妝品等商品，
22 均與兩商標無關。準此，兩商標均為創造性商標，而具相當
23 識別性。

24 (四)原告有多角化經營之情形：

25 所謂多角化經營，係指將其商標、標章使用或註冊，在多類
26 商品或服務者。在考量與商標間有無混淆誤認之虞時，不應

01 僅就各類商品或服務分別比對，而應將多角化經營情形納入
02 考量。查原告已有多角化經營，而將據以異議「L'OREAL」
03 系列商標註冊及使用在多類商品或服務，如附圖所示，據以
04 異議商標不僅於美髮、化妝品註冊及使用在先，原告並將事
05 業版圖擴及個人護理、面膜、護膚、虛擬試用美妝產品App
06 「化妝天才」、贊助坎城影展等事項，此有維基百科、原告
07 L'OREAL集團之說明網頁在卷可稽（見本院卷第193至198頁
08 ）。職是，足堪認定原告有多角化經營之事證。

09 (五)兩者無實際混淆誤認之情事：

10 所謂實際混淆誤認者，係指相關消費者對於商品或服務，誤
11 認後案商標或標章之商品或服務，為源自先權利人之情形。
12 本院應審究據以異議商標與系爭商標間，有無實際混淆誤認
13 之情事。查原告迄今均未提出事證，證明兩者有實際混淆誤
14 認之事實。準此，本院無從判斷兩者是否有實際混淆誤認之
15 情事。

16 (六)相關消費者較熟悉據以異議商標：

17 1.據以異議商標有長期使用之事實：

18 相關消費者對商標之熟悉程度，繫於商標使用之廣泛程度。
19 原則上熟悉程度，應由主張者提出相關使用事證證明之，相
20 關消費者對衝突之兩者商標，應賦予相關消費者較熟悉之商
21 標較大保護。準此，本院茲審究相關消費者對據以異議商標
22 與系爭商標之熟悉程度為何。參諸原告檢附之商標檢索資料
23 與維基百科資料（見異議卷第33至47、104至107頁）。可知
24 原告公司創辦自1909年起，嗣發展成國際知名之化妝品企業
25 法商萊雅集團(L'OREAL S.A.)，自74年間起即以外文「L'OR
26 EAL」作為商標圖樣，陸續於我國獲准多件商標於燙髮劑、

01 香水等商品，前於2003年曾列「全球最有價值100大世界性
02 品牌」第47位。經濟部另依職權以「l'oreal」或「loreal
03 」作為關鍵字於Google網站搜尋資料，可證據以異議商標之
04 化妝品等商品及相關服務於2017年7月27日前，即已透過原
05 告官方網站、各網路購物網站及屈臣氏等零售通路行銷販售
06 。準此，據以異議商標使用於化妝品等商品及相關服務，並
07 在我國持續販售行銷，期間已逾30年。衡諸交易常情，足認
08 我國相關消費者較熟悉據以異議商標。

09 2. 相關消費者較不熟悉系爭商標：

10 參諸系爭商標之使用情形，可知參加人所檢送之公司介紹型
11 錄、網路俚語字典及前案註冊資料（見異議卷第70至88、90
12 頁）。均與系爭商標之使用無關，僅於所送品牌源起介紹網
13 頁1紙（見異議卷第89頁）。可見系爭商標圖樣之數量極少
14 ，且無日期可稽。職是，依現有證據資料，堪認據以異議商
15 標應較為我國相關消費者所熟悉。

16 (七) 行銷方式與行銷場所有部分重疊性：

17 就商品或服務之行銷方式而言，商品或服務之行銷管道或提
18 供場所相同，相關消費者同時接觸之機會較大，引起混淆誤
19 認之可能性較高。反之，經由直銷、電子購物、郵購等行銷
20 管道者，其與實體店面行銷者，其發生混淆誤認之虞程度較
21 低。查系爭商標與據以異議商標均指定使用商品為陳列於開
22 架式藥妝店、美妝店、藥局及生活百貨等行銷管道之普通日
23 常消費品，且單價均不高，因此相關消費者選購時注意程度
24 較低，兩商標商品有部分重疊，指定使用於殺菌消毒清潔產
25 品。準此，兩商標行銷方式與行銷場所有部分重疊。

26 (八) 參加人無攀附據以異議商標之必要性：

01 商標或標章之主要功能在表彰自己之商品或服務，俾以與他
02 人之商品或服務相區別，故申請註冊商標、標章或使用商標
03 標章，應在發揮商標或標章之識別功能。倘明知可能引起相
04 關消費者混淆誤認其來源，甚至企圖致相關消費者混淆誤認
05 其來源，而為申請註冊商標或標章者，其申請非屬善意，應
06 不受保護。職是，本院應審究系爭商標之註冊申請是否善意
07 。查系爭商標與據以異議商標之近似程度甚低，相關消費者
08 得區辨不同之來源，復無相關事證認為參加人有引起相關消
09 費者混淆誤認其來源之意圖，可徵參加人申請系爭商標，並
10 無攀附據以異議商標之必要性，其申請註冊自無惡意。

11 (九)綜合判斷混淆誤認之虞因素：

12 基上所論，系爭商標與據以異議商標指定使用之部分商品，
13 雖有部分具有共同或關聯處，有相當程度之類似性，且原告
14 有多角化經營之情形，相關消費者較熟悉據以異議商標，行
15 銷方式與行銷場所有部分重疊。然審酌兩商標者之近似程度
16 低、兩者指定使用之大部分商品不類似、兩者均有識別性、
17 兩商標無實際混淆誤認之情事、系爭商標申請人為善意等因
18 素。本院認系爭商標未致相關消費者產生混淆誤認之虞。準
19 此，系爭商標之註冊未違反商標法第30條第1項第10款規定
20 。

21 三、系爭商標未違反商標法第30條第1項第11款規定：

22 (一)商標法第30條第1項第11款前段與後段相同之要件：

23 按商標相同或近似於他人著名商標或標章，有致相關公眾混
24 淆誤認之虞者，或有減損著名商標或標章之識別性或信譽之
25 虞者，不得註冊。但得該商標或標章之所有人同意申請註冊
26 者，不在此限。商標法第30條第1項第11款定有明文。成立

01 商標法第30條第1項第11款不得註冊之要件有：1.兩商標相
02 同或近似；2.著名商標或標章之存在；3.致相關公眾混淆誤
03 認之虞者；4.有減損識別性或信譽之虞。例外情形，係經該
04 商標或標章之所有人同意申請註冊者。商標法第30條第1項
05 第11款前段與後段規定之目的不同，應區分保護之對象與範
06 圍、相關消費者與一般消費者。本款為保護著名商標或標章
07 而制定，因著名商標具有較高之知名度，通常易遭他人利用
08 或仿冒，為防止著名標章區別功能被淡化或避免有混淆誤認
09 之虞，故對於著名標章特別保護，其分為商標法第30條第1
10 項第11款前段與後段，前段有關致相關公眾混淆誤認之虞者
11 後段涉及有減損識別性或信譽之虞。適用違反商標法第30
12 條第1項第11款前段或後段之前提如後：1.兩商標或標章相
13 同或近似；2.著名商標或標章之存在（參照本院整理當事人
14 爭執事項2）。

15 1.據以異議商標與系爭商標之近似性低：

16 據以異議商標與系爭商標不論整體外觀、讀音及觀念等項目
17 兩者有所相異，而於異時異地隔離整體觀察，實難予人有
18 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
19 其於購買時施以普通之注意，應無可能會誤認兩商標來自
20 同一來源或有關聯之來源，兩者雖均有「oreal」字樣，然
21 至多僅屬低度近似之商標。

22 2.據以異議商標為我國著名商標：

23 (1)判斷著名商標之基準：

24 所謂著名商標，係指有客觀證據足以認定已廣為相關事業或
25 消費者所普遍認知者。商標法第30條第2項與商標法施行細
26 則第31條分別定有明文。本法第30條第1項第11款所規定之

著名認定，以申請時為準著名商標之認定，應就個案情況考量足資認定為著名因素如後：①商標識別性之強弱；②相關事業或消費者知悉或認識商標之程度；③商標使用期間、範圍及地域；④商標推廣之期間、範圍及地域。所謂商標之推廣，包括商品或服務使用商標或標章之廣告或宣傳，暨在商展或展覽會之展示；⑤商標註冊、申請註冊之期間、範圍及地域，而須達足以反映其使用或被認識之程度；⑥商標成功執行其權利之紀錄，特別指曾經行政或司法機關認定為著名之情形；⑦商標之價值；⑧其他足以認定著名商標之因素。原告主張據以異議商標，均達著名商標程度等語。被告與參加人抗辯稱據以異議商標，在我國縱屬著名標章，亦不影響本件判斷云云。職是，本院自應審究據以異議商標是否已廣為我國相關事業或消費者普遍知悉，而為著名商標，原告應舉證其著名程度為何（參照最高行政法院106年度判字第609號行政判決）。

(2)據以異議商標為著名商標之事實：

原告分別於異議程序與本院訴訟程序中，提出相關證據資料，證明據以異議商標已廣為我國相關事業或消費者普遍知悉之事實，有商標檢索資料與維基百科資料附卷可稽（見異議卷第33至47、104至107頁）。本院勾稽商標檢索與維基百科內容，可知原告L'OREAL集團創辦於1909年，是世界上最大之化妝品企業，亦為財富全球500強企業之一，經營範圍遍及全球150多個國家和地區。且原告自74年起陸續於我國獲准多達10個相同類型之據以異議「L'OREAL」系列商標。準此，據以異議商標在本件系爭商標申請註冊之106年7月28日以前，已取得著名商標之地位。況原處分及訴願決定均已認

01 定據以異議商標在美容產品市場居於領導性地位，原告經營
02 之化妝品等商品及相關服務，為我國相關公眾或消費者普遍
03 認知而為著名商標在案（見本院卷第21、37頁）。職是，足
04 認據以異議商標為著名商標。

05 (二)系爭商標未違反商標法第30條第1項第11款前段規定：

06 按商標權人於經註冊指定之商品或服務，取得商標權，而商
07 標權之排他效力，僅及於其所指定之同一或類似之商品或服
08 務。商標法第35條第1項、第2項定有明文。商標或標章圖樣
09 雖為相同或近似，其註冊指定之商品或服務不同，其商標權
10 範圍即有不同。著名商標之認定，雖不以註冊為必要性，然
11 應考量著名商標或標章是否已於市場廣泛使用於特定之商品
12 或服務，而為我國事業或消費者所普遍認知。當商標或標章
13 使用於某一類別之商品或服務已臻著名時，同一商標權人使
14 用相同商標或標章圖樣於不同類別之商品或服務，固較有可
15 能因其先前予消費者之印象較深刻，而使其較易達到著名之
16 程度，惟此有利主張為著名商標權之事實，應由主張著名商
17 標或標章之權利人提出相關證據證明之。

18 1.商標法第30條第1項第11款前段保護之對象：

19 所謂相關消費者，係指商標所使用之商品或服務之消費者，
20 商標法施行細則第31條定有明文。商標法第30條第1項第11
21 款前段規定之目的，在於避免相關公眾對於商品或服務之來
22 源產生混淆誤認之虞，保護之對象為相關消費者。

23 2.據以異議商標與系爭商標並無混淆誤認之虞：

24 按商標法第30條第1項第11款前段規定，判斷商標或標章是
25 否有致生混淆誤認之虞，依被告所公告「混淆誤認之虞」審
26 查基準（下稱審查基準）。應綜合考量如後因素：(1)商標識

01 別性之強弱；(2)商標是否近似與其近似之程度；(3)商品或服
02 務是否類似與其類似之程度；(4)先權利人多角化經營之情形
03 ；(5)相關消費者對各商標熟悉之程度等因素。其中「商標識
04 別性之強弱」及「商標之近似程度」，為判斷兩商標間有無
05 混淆誤認之虞之重要參酌因素。

06 (1)兩者識別性強與圖樣近似性低：

07 據以異議商標與系爭商標均為創造性商標，具有高度識別性
08 ，足以使商品或服務之相關消費者認識，兩者所指示商品或
09 服務來源，並得與他人之商品或服務相區別者。再者，系爭
10 商標與據以異議商標圖樣，其主要識別部分雖均有「oreal
11 」之字樣，惟系爭商標為略經設計之水藍色字體「foreal」
12 ，且整體觀察之，尚有中文「純奈主張」；據以異議商標之
13 主要識別部分為外文「L'OREAL」，以整體觀察原則判斷，
14 就異時異地隔離觀察時，實難予人有同一或系列商標之聯想
15 ，以具有普通知識經驗之相關消費者，其於購買時施以普通
16 之注意，應無可能會誤認兩者來自同一來源或雖不相同而有
17 關聯之來源，兩者屬低度近似之商標。

18 (2)系爭商標無致相關公眾或消費者混淆誤認之虞：

19 混淆誤認之虞其規範之目的，在避免相關公眾或消費者對於
20 衝突商標與在先之著名商標，在商品來源、贊助或關聯上混
21 淆，而基於錯誤之認識作出交易之決定。混淆誤認之虞規定
22 ，主要在避免商品來源之混淆誤認以保護相關公眾或消費者
23 。系爭商標與據以異議商標指定使用之商品或服務，僅有部
24 分具有共同或關聯處，具有類似性。參諸據以異議商標與系
25 爭商標指定使用商品，雖於人體清潔、美容相關等部分有重
26 疊，然其與系爭商標所指定使用產品之商品性質、行銷管道

01 及提供者，兩者可為市場區隔。系爭商標之註冊，客觀上應
02 無致相關公眾或相關消費者誤認兩者之商品或服務為來自相
03 同或相關聯之來源，或誤認兩商標使用人間存在關係企業、
04 授權、加盟或其他類似關係，而產生混淆誤認之虞。職是，
05 系爭商標之註冊，應無違反商標法第30條第1項第11款前段
06 規定。

07 (三)系爭商標未違反商標法第30條第1項第11款後段規定：

08 1.商標淡化規範之目的：

09 商標法第30條第1項第11款後段之規範目的，在於避免著名
10 商標之識別性或信譽於一般消費者主觀認知中遭受減損之虞
11 ，保護之對象為著名商標或標章，不以商標或標章所使用之
12 同一或類似商品或服務類別為限。商標淡化規範之目的，主
13 要在於避免著名商標之識別性或信譽，遭他人不當減損，造
14 成消費者印象模糊，進而損害著名商標，縱使相關消費者對
15 於衝突商標與在先之著名商標間，未形成混淆誤認之虞，商
16 標淡化仍予規範禁止，故商標淡化在於避免商標識別性或信
17 譽之減損淡化，而非在於相關消費者權益之保護。職是，本
18 院自應審究系爭商標指定使用於不同或不類似之商品或服務
19 ，是否淡化據以異議商標之虞。

20 2.相關消費者與一般消費者不同：

21 商標之保護具有使其壟斷，並排除他人使用某一文字、圖形
22 、記號或其聯合式之效果。倘商標僅在某一類商品或服務之
23 相關消費者間具有著名性，對於不同類別商品或服務之其他
24 消費者不具著名性者，自不宜使其在不同類別之商品或服務
25 取得壟斷或排他使用之權利，否則將造成市場不公平競爭之
26 結果，明顯與商標法第1條規定有違。申言之，商標法第30

01 條第1項第11款後段所述之著名商標，其著名程度應解釋為
02 超越相關消費者，而致一般消費者普遍知悉之程度，始有後
03 段規定之適用，其與本規定前段規定僅限於相關消費者不同
04 。故本規定前、後段就著名商標之著名程度，應為不同之解
05 釋，本款前段應解釋為僅在相關消費者著名之商標，本款後
06 段則應解釋為不僅止於相關消費者，並須達一般消費者均知
07 悉之商標，始符立法目的，同時平衡保護消費者及商標權人
08 ，維護市場公平競爭。職是，商標法施行細則第31條針對著
09 名之定義規定，應為目的性之限縮解釋，不適用於本規定後
10 段所稱之著名商標（參照最高行政法院105年11月份第1次庭
11 長法官聯席會議；最高行政法院106年度第607號、第608號
12 、第609號行政判決）。

13 3.系爭商標無減損據以異議商標識別性之虞：

14 所謂減損識別性者，係指著名商標或標章持續遭第三人襲用
15 之結果，造成相關消費者心目中，就著名商標或標章與其所
16 表彰之商品或服務來源間之關聯性將遭受淡化。查據以異議
17 商標與系爭商標雖指定使用於部分類似商品，然兩商標僅「
18 orealm」字樣相似，其近似程度低，況本款後段之著名商標
19 ，應解釋達一般消費者均知悉之商標。據以異議商標雖為著
20 名商標，然兩者圖樣不近似，各具有相當識別性，原告未舉
21 證證明據以異議商標，有何超越相關消費者而臻一般消費者
22 普遍知悉之程度。職是，系爭商標於106年7月28日申請註冊
23 前之國內普遍一般消費者，未認定系爭商標與據以異議商標
24 有關聯，或認系爭商標足以削弱據以異議商標之獨特印象及
25 單一來源之印象，自無減損據以異議商標之識別性之虞，故
26 系爭商標未違反商標法第30條第1項第11款後段規定。

01 4.系爭商標無減損據以異議商標之信譽之虞：

02 所謂減損信譽者，係指他人以違反社會倫理規範之方式襲用
03 著名商標或標章，或提供品質較差之商品或服務，影響商標
04 權人或標章權人真品之社會評價。查據以異議商標與系爭商
05 標雖指定使用於部分同一或類似之商品，然兩者未使消費者
06 有混淆誤認之虞，而系爭商標指定使用之商品，亦無貶抑據
07 以異議商標信譽之虞，無使人對據以異議商標之信譽產生負
08 面印象之情形。據以異議商標固為著名商標，惟原告未提出
09 國內普遍一般消費者實際上會認參加人使用系爭商標有害或
10 毀損據以異議商標信譽之方式，或有使國內普遍一般消費者
11 對據以異議商標之信譽，產生負面聯想之虞之相關客觀具體
12 事證，以實其說。準此，參加人之系爭商標，無使一般消費
13 者對據以異議商標之信譽產生貶抑或負面之聯想。足徵系爭
14 商標之註冊，應無減損據以異議商標之信譽之虞，未違反商
15 標法第30條第1項第11款後段規定。

16 四、系爭商標未違反商標法第30條第1項第12款規定：

17 按相同或近似於他人先使用於同一或類似商品或服務之商標
18 ，而申請人因與該他人間具有契約、地緣、業務往來或其他
19 關係，知悉他人商標存在，意圖仿襲而申請註冊者，不得註
20 冊，商標法第30條第1項第12款本文定有明文。原告固主張
21 其為全球知名企業，參加人不得諉為不知而註冊系爭商標云
22 云。然被告主張參加人使用系爭商標圖樣應非惡意等語。職
23 是，本院應審酌系爭商標之註冊，是否違反商標法第30條第
24 1項第12款規定（參照本院整理當事人爭執事項3）。

25 (一)據以異議商標有先使用之事實：

26 原告集團為世界最大之化妝品企業，原告據以異議商標「L'

01 OREAL」及商品經過持續多年行銷及廣告，早已為相關事業
02 或消費者所熟知，在全球及國內均享有高知名度，原告於系
03 爭商標申請註冊日106年7月28日前，有先使用據以異議商標
04 之事實。

05 (二)兩商標不成立近似性：

06 系爭商標由略經設計之水藍色外文「foreal」及中文「純奈
07 主張」上下排列所組成。據以異議商標則或由單純之外文「
08 L'OREAL」所構成，或由該外文分別結合中文「萊雅」或「
09 完美淨白」或「完美細膚」或「優媚霜」所組成，其中「完
10 美淨白」、「完美細膚」及「霜」字，均經聲明不在專用之
11 列，實際使用圖樣則為單純外文「L'OREAL」部分。兩商標
12 相較，整體外觀、讀音及觀念等項目，均有所相異，兩商標
13 圖樣不成立近似性。

14 (三)兩商標指定使用商品僅部分類似：

15 系爭商標指定使用之「抗菌洗手劑」部分商品，雖與據以異
16 議商標之商品構成類似，然大部分之指定使用商品，均非同
17 一或構成類似。

18 (四)原告與參加人間未具有特定關係：

19 商標法第30條第1項第12款之立法目的在於防止投機者，利
20 用特定關係而知悉他人未於國內註冊商標，進而搶先申請註
21 冊，以阻撓他人使用該商標，以維護交易秩序與商業道德，
22 故賦與原商標權人得以制止商標申請人取得商標註冊（參照
23 最高行政法院99年度判字第938號、99年度判字第1012號、1
24 05年度判字第545號行政判決）。系爭商標指定使用之「抗
25 菌洗手劑」部分商品，雖與據以異議商標之商品構成類似，
26 惟兩商標圖樣近似程度低，無從由系爭商標圖樣，知悉參加

人有惡意抄襲據以異議商標之嫌。本院審酌參加人檢送之公司介紹型錄（見異議卷第70至87頁），可知參加人為研發奈米材料生產應用技術之公司，所產製之奈米材料廣泛應用於各領域，其與原告所經營之化妝品等商品或服務有別，難認兩者具有同業關係，原告復未提出具體事證證明參加人係因與其間具有契約、業務往來等關係知悉據以異議商標之存在，意圖仿襲而搶先申請註冊系爭商標，實難僅以系爭商標與據以異議商標均有部分相同外文「oreal」與「OREAL」，遽認參加人有意圖仿襲而以不正競爭行為搶先申請註冊系爭商標之情事。職是，系爭商標之註冊不適用商標法第30條第1項第12款規定。

五、商標審查個案拘束原則：

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條有明文。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；倘事物性質不盡相同而為合理之各別處理，自非法所不許（參照大法官釋字第596號解釋；最高行政法院95年度判字第446號行政判決）。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，不受他案拘束。原告雖提出歐盟智慧財產局108年6月28日異議書暨節錄中譯文，說明歐盟判定兩商標構成近似云云（見本院卷第169至190頁）。然我國與歐盟就商標外觀是否構成近似，認事用法與國情均有差異性，故其於具體個案審認結果，自有不同，基於商標審查個案拘束原則，顯難比附援引。準此，其於具體個案審認結果，容有不同，基於商標審

查個案拘束原則，顯難比附援引，原告執為系爭商標應予撤銷之論據，洵非合法正當。

六、本判決結論：

綜上所述，本院斟酌全辯論意旨及調查證據結果，雖認定系爭商標與據以異議商標指定使用之部分商品，有類似之情事，相關消費者較熟悉據以異議商標、原告有多角化經營，有部分行銷方式與場所有所重疊。然兩商標圖樣不近似、兩商標均具高度識別性、無致相關消費者混淆誤認之虞、無實際混淆誤認之情事、參加人申請註冊系爭商標為善意，故未違反商標法第30條第1項第10款規定。據以異議商標固為著名商標，惟兩商標圖樣不近似、系爭商標未致相關公眾混淆誤認之虞、無減損據以異議商標識別性之虞、無減損據以異議商標之信譽之虞，未違反商標法第30條第1項第11款前段與後段規定。再者，原告固有先使用據以異議商標，然兩商標圖樣不相似、兩商標指定或使用之商品僅部分類似、參加人與原告間並無特定關係、系爭商標未意圖仿襲攀附據以異議商標，是系爭商標未違反商標法第30條第1項第12款規定。職是，本院認定系爭商標之註冊，未違反商標法第30條第1項第10款至第12款規定。原告仍執前詞訴請撤銷原處分及訴願決定，並訴請被告做成系爭商標異議成立之處分，為無理由，應予駁回。

七、本件無庸審酌部分說明：

本件事證已明，當事人其餘攻擊防禦方法，均與本件判決結果不生影響，爰不逐一論述，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。

01 中 華 民 國 109 年 6 月 18 日

02 智慧財產法院第二庭

03 審判長法 官 汪漢卿

04 法 官 彭洪英

05 法 官 林洲富

06 以上正本係照原本作成。

07 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
08 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
09 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
10 送達後20日內補提上訴理由書（均須按他造人數附繕本）。

11 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
12 241 條之1 第1 項前段），但符合下列情形者，得例外不委任律
13 師為訴訟代理人（同條第1 項但書、第2 項）。

14

15 得不委任律師為訴訟
16 代理人之情形

所 需 要 件

17

18 (一)符合右列情形之一
19 者，得不委任律師
20 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。

21

22

23

24

25

(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 6 月 18 日

書記官 蔡文揚