

智慧財產法院行政判決

109年度行商訴字第62號

原告 李文欽

訴訟代理人 陳又新 律師

陸榆珺 律師

被告 經濟部智慧財產局

代表人 洪淑敏

訴訟代理人 朱金玉

上列當事人間因商標註冊事件，原告不服經濟部中華民國109年4月29日經訴字第10906303390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。

事實及理由

壹、事實概要：

原告前於民國108年5月20日以「彼安特及圖」商標、申請號0000000000，指定使用於被告所公告商品及服務分類第11類「電壺；過濾式電咖啡壺；電咖啡壺；烤麵包機；電扇；電扇扇葉；電氣煮蛋器；電熱溫奶器；冷風扇；奶瓶電熱器；電蒸鍋；家用製麵包機；電奶泡機；全能電氣鍋」商品，如附圖所示（下稱系爭申請商標），向被告申請註冊。案經被告審查，認系爭申請商標有商標法第30條第1項第10款規定之情形，應不准註冊，以108年12月27日商標核駁第402269號審定書為核駁之處分。原告不服，提起訴願，經濟部嗣以109年4月29日經訴字第10906303390號訴願決定駁回，原告

01 不服訴願決定，遂向本院提起行政訴訟。

02 貳、原告聲明請求撤銷原處分與訴願決定，暨被告應就系爭申請
03 商標為准予註冊之審定，其主張略以：

04 一、兩商標不相似：

05 本件系爭申請商標名稱「彼安特」，其與據以核駁註冊之第
06 199063號「捷安特」商標（下稱據以核駁商標），其中文僅
07 「安特」相同，且讀音明顯差異甚大，故系爭申請商標與據
08 以核駁之商標，並無造成混淆誤認之虞。原處分及訴願決定
09 書亦未說明造成混淆誤認之判斷基礎為何。準此，不得僅以
10 兩商標中文名稱有「安特」相同，而逕作有混淆誤認之虞之
11 認定。

12 二、兩商標指定使用商品不類似：

13 系爭申請商標係指定使用於第11類「電壺；過濾式電咖啡壺
14 ；電咖啡壺；烤麵包機；電扇；電扇扇葉；電氣煮蛋器；電
15 熱溫奶瓶；冷風扇；奶瓶電熱器；電蒸鍋；家用製麵包機；
16 電奶泡機；全能電氣鍋」商品。據以核駁商標於第11類商品
17 雖有指定「電動削果皮機、電火鍋、電碗、電咖啡壺、電壺
18 、電油炸鍋」商品。然兩商標所指定使用之商品均非普通日
19 常消費品，而屬專業性商品，故相關消費者於購買時應會施
20 以較高注意，對兩商標間之差異較能區辨，實無法僅以兩商
21 標中文名稱有「安特」文字相同，而逕作有混淆誤認之虞之
22 認定。且原告利用網路查詢可知，據以核駁商標並未使用於
23 第11類商品。

24 三、系爭申請商標具識別性：

25 系爭申請商標彼安特及圖，為原創性之商標，經由中文名稱
26 及特殊設計圖形合併而成為商品之標識，得以與他人之商品

01 相區別，具有獨立之意義，故具有識別性。再者，系爭申請
02 商標由文字與圖形組成，自應就商標整體觀察，不得將構成
03 商標之每一部分區隔或割裂，而加以分析其識別性，本件原
04 處分及訴願決定僅就系爭申請商標中文「安特」部分，認有
05 與據以核駁商標之讀音相同，而逕認有混淆誤認之虞，顯係
06 割裂系爭申請商標而分析其識別性，故原處分及訴願決定實
07 屬違法。

08 四、系爭申請商標具知名度：

09 系爭申請商標為迎接創立10周年，前於108年在臺中市南屯
10 區成立第1家旗艦店，實足認定相關消費者對系爭申請商標
11 具有一定之熟悉度。再者，彼安特有限公司（下稱彼安特公
12 司）為bianco di puro產品亞洲區總代理，而產品之經銷點
13 於全球逾1千家，除現有之歐洲外，亦有亞洲據點，目前品
14 牌仍繼續至全球各地拓點，足證彼安特公司確為相關消費者
15 熟悉之商標。且系爭申請商標除於我國參加各大展覽，包含
16 於105年參加臺中烘焙展、108年6月參加臺北餐飲展，亦於
17 世界各地參加展覽、設立工作室及設置辦公室等，並於多份
18 雜誌上刊有廣告文宣，均足證相關消費者實相當熟悉系爭申
19 請商標之商品及服務。

20 參、被告聲明請求駁回原告之訴，並答辯略以：

21 一、兩商標相近似：

22 (一)比對兩商標主要識別部分：

23 系爭申請商標圖樣「彼安特」，其與據以核駁「捷安特（墨
24 色）」商標圖樣相較，兩商標均有相同「安特」而形成「○
25 安特」中文字為主要識別部分，僅字首「彼」或「捷」些微
26 差異，以具有普通知識經驗之相關消費者，其於購買時施以

01 普通之注意，可能會誤認二商品來自同一來源或雖不相同而
02 有關聯之來源，應屬構成近似之商標，且其近似程度高。

03 (二)兩商標整體印象相近似：

04 主要部分觀察與整體觀察並非兩相對立，主要部分最終影響
05 商標給予商品或服務之消費者整體印象。系爭申請商標由「
06 彼安特」與「設計圖」所構成，外觀給予相關消費者寓目印
07 象深刻顯著，並各自為辨識商品來源之主要部分。是中文「
08 彼安特」為系爭申請商標之主要識別部分，其與據以核駁商
09 標圖樣相近似，自有致相關消費者混淆誤認之虞。再者，系
10 爭申請商標名稱為「彼安特及圖」，據以核駁商標名稱為「
11 捷安特」，應可推知兩商標之唱呼方式應為由左至右，是兩
12 商標之主要識別中文部分應唱呼為「彼安特」或「捷安特」
13 ，兩商標僅字首「彼」或「捷」些微差異，且系爭申請商標
14 與據以核駁商標文字均屬橫列式中文，而據以核駁商標予消
15 費者寓目印象為單純文字商標，並無結合其他文字或圖形，
16 以具有普通知識經驗之相關消費者，其於異時異地隔離觀察
17 或實際交易連貫唱呼之際，實不易區辨，相關消費者極有可
18 能會誤認兩商標之商品來自同一來源或誤認兩商標之使用人
19 間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，自
20 易使相關消費者對兩商標產生混淆誤認之虞。參酌原告所檢
21 附證據資料，僅可認系爭申請商標有使用事實，不足證明系
22 爭申請商標業經原告廣泛使用而為相關消費者所熟悉，並足
23 以與據以核駁商標相區辨。

24 二、兩商標商品相類似：

25 (一)指定使用之商品有高度之類似性：

26 系爭申請商標指定使用於「電壺；過濾式電咖啡壺；電咖啡

01 壺；烤麵包機；電扇；電扇扇葉；電氣煮蛋器；電熱溫奶器
02 ；冷風扇；奶瓶電熱器；電蒸鍋；家用製麵包機；電奶泡機
03 ；全能電氣鍋」等商品，其與據以核駁商標所指定於「電動
04 削果皮機、電火鍋、電碗、電咖啡壺、電壺、電油炸鍋」商
05 品相較，兩商標商品在原料、用途、功能大致相當，且常來
06 自相同之產製業者，倘標示相同或近似之商標，依一般社會
07 通念及市場交易情形，易使相關消費者誤認其為來自相同或
08 雖不相同而有關聯之來源，所指定使用之商品間應屬存在高
09 度之類似關係。再者，相較系爭申請商標與據以核駁商標先
10 使用之商品，兩商標或同屬被告編印「商品及服務分類暨相
11 互檢索參考資料」所列1105「電器用品」組群商品，或為需
12 與1105組群商品相互檢索之0738「家庭或廚房用電機裝置」
13 組群商品，且均為電咖啡壺、電壺及電鍋等相關電器商品，
14 其於商品之性質、功能、用途、產製者、行銷管道及消費族
15 群等因素，具有共同或關聯處，足證易使相關消費者對兩商
16 標產生混淆誤認之虞。

17 三、據以核駁商標具相當識別性：

18 據以核駁商標，其主要識別部分為中文「捷安特」，其與所
19 指定使用之商品間並無直接明顯之關聯，相關消費者會直接
20 將其視為指示及區辨來源之識別標識，具有相當識別性。

21 四、商標個案審查拘束原則：

22 原告雖稱多件以「安特」、「□安特」或「安特□」為商標
23 名稱，獲被告核准註冊，足見「安特」為識別性較弱之商標
24 名稱云云。然核上開商標圖樣之文字組成意涵或文字結構，
25 暨近似程度均與本件有別，且指定商品不同，案情並非相當
26 。況商標申請准否，係採個案審查制度，在具體個案審究是

否合法與適當，應視不同個案情節，正確認定事實與適用法律，不受他案之拘束，基於商標個案審查拘束原則，原告自不得比附援引，作為本件商標應准註冊之論據。

五、第11類商品非本案審究範圍：

原告雖主張據以核駁商標實係著名商標，僅知名於自行車相關商品，實未有使用第11類商品並流通於市面云云。惟我國商標權之取得，係採先申請原則，以申請註冊先後及有無混淆誤認之虞，作為是否得予註冊之判斷，系爭申請商標與據以核駁商標近似及商品類似程度，易使相關消費者對兩商標產生混淆誤認之虞。況據以核駁商標有無實際使用，屬另案是否對之申請廢止註冊，或有無該當廢止註冊條款規定適用之問題，非本案審究範圍。在據以核駁商標有效存在期間，有拘束他人以相同或近似商標指定使用於相同或類似商品之效力，原告之主張不足為憑。

肆、本院得心證之理由：

一、原告合法變更訴之聲明：

按訴狀送達後，原告雖不得將原訴變更或追加他訴，然經被告同意，或行政法院認為適當者，不在此限。被告於訴之變更或追加無異議，而為本案之言詞辯論者，視為同意變更或追加。行政訴訟法第111條第1項與第2項分別定有明文。查原告前於109年6月30日提出之行政訴訟起訴狀，其訴之聲明為：訴願決定及原處分均撤銷（見本院卷第14頁）。嗣於109年7月20日提出之行政變更聲明暨補充理由狀，變更其訴之聲明為：訴願決定及原處分均撤銷，暨被告就系爭申請商標，應作成核准註冊之審定（見本院卷第42頁）。被告於準備程序與言詞辯論期日未表示反對變更在案（見本院卷第113

至118、167至174頁）。因本件訴訟之原告為系爭申請商標之申請人，被告就系爭申請商標作成核駁之處分，訴願決定駁回原告之訴願，故原告就原處分與訴願決定，應提起課予義務之訴，而非撤銷之訴，且被告未反對原告變更其訴之聲明。準此，本院認為原告變更其訴之聲明為合法適當，自應准許。

二、整理當事人爭執與不爭執事項：

按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款與第463條分別定有明文。行政訴訟法第132條有準用規定。準此，法院於言詞辯論期日，依據兩者主張之事實與證據，經協議簡化爭點，作為本件訴訟中攻擊與防禦之範圍（見本院卷第113至118頁之109年9月25日準備程序筆錄）。

（一）當事人不爭執事項：

原告前於108年5月20日以系爭申請商標，指定使用於被告所公告商品及服務分類第11類「電壺；過濾式電咖啡壺；電咖啡壺；烤麵包機；電扇；電扇扇葉；電氣煮蛋器；電熱溫奶器；冷風扇；奶瓶電熱器；電蒸鍋；家用製麵包機；電奶泡機；全能電氣鍋」商品，向被告申請註冊。案經被告審查，認系爭申請商標有商標法第30條第1項第10款規定之情形，應不准註冊，並於108年12月27日為核駁之處分。原告不服，提起訴願，經濟部嗣於109年4月29日訴願決定駁回，原告不服訴願決定，遂向本院提起行政訴訟。

（二）當事人主要爭執事項：

本件當事人主要爭點，厥為系爭申請商標有無違反商標法第30條第1項第10款規定之事由如後：1.系爭申請商標與據以

01 核駁商標是否近似？兩商標近似程度？2.系爭申請商標與據
02 以核駁商標指定使用之服務，是否同一或類似？3.據以核駁
03 商標與系爭申請商標識別性之強弱程度？4.據以核駁商標是
04 否有多角化經營之情形？5.相關消費者對系爭申請商標與據
05 以核駁商標間，有無實際混淆誤認之情事？6.相關消費者對
06 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
07 銷場所，重疊程度為何？8.原告申請商標註冊，是否為善意
08 ？

09 三、系爭申請商標違反商標法第30條第1項第10款：

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

（一）兩商標近似程度高：

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間有所關聯，則構成近似。原告雖主張整體觀察兩商標，系爭申請商標與據以核駁商標相較，有圖樣設計之差異，不成立近似云云。惟被告抗辯稱兩商標圖樣，近似程度甚高等語。準此，本院應審究系爭申請商標與據以核駁商標是否近似？兩商標之近似程度為何（參照本院整理當事人爭執事項1）。

1. 系爭申請商標與據以核駁商標近似高：

有關商標是否近似與其近似程度之判斷，應以商標圖樣整體為觀察，以呈現在商品或服務之相關消費者時，就客觀整體圖樣加以觀察。就整體觀察原則以觀，有涉及商標圖樣主要部分時，係因商標雖以整體圖樣呈現，然商品或服務之相關消費者，較為關注或事後留存印象作為其辨識來源者，係商標圖樣中之顯著部分，此顯著部分屬主要部分。主要部分觀察與整體觀察並非牴觸對立，對判斷商標近似屬相輔相成（參照最高行政法院99年度判字第180號、100年度判字第722

號行政判決）。準此，本院判斷商標近似與否，固以整體觀察為原則，惟商標圖樣之一部分特別引人注意，因主要部分會影響相關消費者對商標整體印象，自可就主要部分，加以比較觀察，故主要部分仍是整體觀察之結果，而於判斷過程中，關注商標圖樣之主要部分，並不違反整體觀察原則。

(1)兩商標外觀近似程度高：

所謂外觀近似，係指商標圖樣之構圖、排列、字型或設色等項目，具有近似性，有產生混淆誤認之虞。查系爭申請商標圖樣由「設計圖」及中文「彼安特」左右排列所構成，其與據以核駁商標相較，兩商標之主要識別文字部分均有相仿「安特」中文。而我國國人於日常生活中認知商標時，倘其中列有中文字樣，習慣上以讀取中文為先，再以其他圖形或文字判斷在後。參諸兩商標均以中文字設計為其主要識別部分，雖兩商標經細加比對，有圓形之圖形設計略有差異，惟據以核駁商標之圓形設計圖樣，僅為圓形內包含有類似英文字母之圖形，識別性不高，是兩商標主要識別「安特」文字之外觀高度相仿，兩商標圖樣構圖意匠極度相近。準此，兩商標外觀具有高度近似性，有致相關消費者產生混淆誤認之虞。

(2)兩商標讀音近似性高：

所謂讀音近似，係指商標所使用之文字，以連貫唱呼為標準，而足以產生混淆誤認之虞。查系爭申請商標與據以核駁商標之圖樣，系爭申請商標雖為文字與圖形之組合，然兩商標主要商標圖樣部分，為高度近似之「安特」文字，以中文連續唱呼兩商標主要識別部分，兩商標間呈現幾乎相同之讀音，足以使相關消費者有混淆誤認之虞。準此，足徵兩商標讀

音有高度近似性。

(3)兩商標觀念近似性高：

因商標設計之概念，並非相關消費者一望即知，相關消費者僅能以商標於消費市場上客觀呈現出之圖樣為判斷，無從知曉其設計者主觀之設計理念，故判斷兩商標是否近似，並不包括主觀因素之考量（參照最高行政法院103年度裁字第421號行政裁定）。所謂觀念近似，係指商標圖樣之實質意義，有致相關消費者產生混淆誤認之虞者。查系爭申請商標與據以核駁商標之圖樣主要識別部分，為「彼安特」或「捷安特」中文，致相關消費者就兩商標圖樣之實質意義，有產生混淆誤認之虞。準此，兩商標觀念近似程度高。

2.兩商標之整體圖樣與主要部分構成近似商標：

綜上所述，兩商標不論整體或主要部分之外觀、讀音及觀念等項目，如附圖所示，而於異時異地隔離整體觀察，實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，應可能會混淆誤認兩者來自同一來源或雖不相同而有關聯之來源，兩商標應構成高度近似之商標。系爭申請商標與據以核駁商標相較，雖有圓形圖樣之差異。然兩商標之主要識別部分為高度相似「彼安特」或「捷安特」文字，兩商標差異部分之圖形，僅為附屬部分。職是，主要識別部分將使相關消費者對兩商標表彰之服務來源或產製主體，發生混淆誤認之虞。

(二)兩商標指定使用之商品有同一或類似性：

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）。所謂類似商品，係指二個不同之商品，在功能、材料、產製者或其他因素上具有共同或關聯處，倘標示相同或近似之商標，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認其為來自相同，或雖不相同而有關聯之來源者而言。原告固主張兩商標指定使用之商品，不成立類似云云。然被告抗辯稱系爭申請商標與據以核駁商標，構成相同或類似商品等語。準此，本院應審究系爭申請商標與據以核駁商標所指定之商品，是否類似及其類似之程度（參照本院整理當事人爭執事項2）。

2. 相較系爭申請商標與據以核駁商標指定之商品：

系爭申請商標指定使用於「電壺；過濾式電咖啡壺；電咖啡壺；烤麵包機；電扇；電扇扇葉；電氣煮蛋器；電熱溫奶器；冷風扇；奶瓶電熱器；電蒸鍋；家用製麵包機；電奶泡機；全能電氣鍋」服務，而據以核駁商標則指定使用於「電動削果皮機、電火鍋、電碗、電咖啡壺、電壺、電油炸鍋」服務。相較兩商標指定之商品項目，均屬被告編印「商品及服務分類暨相互檢索參考資料」所列1105「電器用品」組群商品，或為需與1105組群商品相互檢索之0738「家庭或廚房用電機裝置」組群商品，且均為電咖啡壺、電壺及電鍋等相關電器商品，其於商品之性質、功能、用途、產製者、行銷管道及消費族群等因素，具有共同或關聯處，倘標示相同或近似之商標，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認兩商標為來自相同或雖不相同而有關聯之來源。準此，系爭申請商標指定使用之商品，其與據以核駁商標所指定使用之商品間，兩者存有同一或高度之類似關係。

01 (三) 據以核駁商標有相當程度識別性：

02 識別性與混淆誤認成正比，故識別性越強之商標，相關消費
03 者就商品或服務之印象越深，他人稍有攀附，即可能引起相
04 關消費者產生混淆誤認。所謂創造性或新奇性商標，係指該
05 商標係刻意設計之標章，其為自創品牌，而該商標之文字、
06 圖案或用語均為過去所無，故其識別性最強，係最強勢商標
07 。準此，本院應審究據以核駁商標之識別性強弱程度為何（
08 參照當事人爭執事項3）。查據以核駁商標為中文「捷安特
09 」左右排列所組成，其用語非既有之字彙。且據以核駁商標
10 指定使用於「家庭或廚房用刀、餐叉、餐匙、削果皮器、電
11 動削果皮機、爐台、洗滌台、流理台、電火鍋、電碗、電咖
12 啡壺、電壺、電油炸鍋、碗、筷、杯、紙杯、保溫杯、盤、
13 便當盒、水壺、開瓶器、調味品罐、牙籤、吸管、手壓果汁
14 器、開罐器、砧板、茶具」商品，均與據以核駁商標之圖樣
15 無關。參諸據以核駁商標權人以腳踏車產業為社會大眾所知
16 ，成為全球知名企業（見本院卷第65至70頁）。準此，據以
17 核駁商標為創造性商標，具有相當之識別性。

18 (四) 據以核駁商標有多角化經營之情形：

19 所謂多角化經營，係指將其商標使用或註冊在多類商品或服
20 務者。在考量兩商標間有無混淆誤認之虞時，不應僅就各類
21 商品或服務分別比對，而應將多角化經營情形納入考量（參
22 照本院整理當事人爭執事項4）。查據以核駁商標權人已有多
23 角化經營，其除以腳踏車產業為一般人所知，成為全球知
24 名企業外（見本院卷第65至70頁）。並將據以核駁商標註冊
25 及使用在腳踏車商品以外之商品，如附圖所示。準此，足堪
26 認定據以核駁商標權人有多角化經營之事證。

01 (五) 被告未舉證證明兩商標實際混淆誤認之情事：

02 所謂實際混淆誤認者，係指相關消費者對於商品或服務，誤
03 認後案商標之商品或服務，為源自先權利人之情形。準此，
04 本院應審究據以核駁商標與系爭申請商標有無實際混淆誤認
05 之情事（參照本院整理當事人爭執事項5）。查被告迄今均
06 未提供相關事證，證明兩商標有實際混淆誤認之事實，本院
07 無從判斷兩商標是否有實際混淆誤認之情事。

08 (六) 行銷方式與行銷場所有相當重疊性：

09 就服務之行銷方式而言，服務之行銷管道或提供場所相同，
10 相關消費者同時接觸之機會較大，引起混淆誤認之可能性較
11 高。反之，經由直銷、電子購物、郵購等行銷管道者，其與
12 實體店面行銷者，其發生混淆誤認之虞程度較低。準此，本
13 院應審究據以核駁商標與系爭申請商標行銷方式與行銷場所
14 之重疊為何（參照本院整理當事人爭執事項6）。查系爭申
15 請商標與據以核駁商標指定之服務，就電咖啡壺、電壺及電
16 鍋等相關電器商品部分，有高度重疊，如附圖所示。是兩商
17 標之行銷方式與行銷場所，衡諸市場交易常情，具有相當重
18 疊性，相關消費者有同時接觸之機會時，易致混淆誤認之虞
19 。

20 (七) 相關消費者較熟悉據以核駁商標：

21 相關消費者對商標之熟悉程度，繫於商標使用之廣泛程度。
22 原則上熟悉程度為何，應由主張者提出相關使用事證，加以
23 證明之，相關消費者對衝突之兩商標，應賦予相關消費者較
24 熟悉之商標較大保護。準此，本院茲審究相關消費者對兩商
25 標熟悉之程度為何（參照本院整理當事人爭執事項7）。查
26 原告雖主張相關消費者熟悉系爭申請商標，並提出下述證據

為評：1.108年12月21日經濟日報商業情報欄之報導節錄影
本；2.彼安特於臺中旗艦店之照片影本；3.彼安特於臺灣參
展之照片影本；4.彼安特於國外參展、設立辦公室及工作室
之照片影本；5.LEXUS 2019年第83期雜誌節錄影本；6.LEXU
S 2020年第86期雜誌節錄影本；7.豪邸雜誌2020年第40期雜
誌節錄影本（見本院卷第131至164頁）。查前開事證僅能知
悉系爭申請商標商品之展示、行銷及參展等情形，核無相關
消費者使用之具體數據、網路推薦或大型活動為據；反觀據
以核駁商標為國際知名企業。準此，依現有證據資料，堪認
據以核駁商標應較為我國相關消費者所熟悉。

(八) 系爭申請商標申請時並非善意：

商標之主要功能在表彰自己之商品或服務，俾以與他人之商
品或服務相區別，故申請註冊商標或使用商標，應在發揮商
標之識別功能。倘明知可能引起相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其來源，而為申請註冊商
標者，其申請即非屬善意，應不受保護。準此，本院應審究
系爭申請商標之註冊申請，是否善意（參照本院整理當事人
爭執事項8）。查系爭申請商標與據以核駁商標指定使用商
品相類似，且兩商標構圖成立近似。系爭申請商標於108年5
月20日申請註冊，據以核駁商標前於72年1月16日註冊公告
。原告與據以核駁商標權人屬競爭同業，且商標權採登記及
公告制度，處於任何人均可得知悉之狀態，申請商標註冊應
盡相當注意義務，避免侵害他人之註冊商標或先使用商標之
權利，此為現代企業經營所應面臨之風險。準此，衡諸交易
常情與商標公告制度，原告得知悉據以核駁商標之存在，原
告以近似據以核駁商標之系爭申請商標，指定使用於同一或

01 類似商品，故原告註冊系爭申請商標時，並非善意。

02 四、商標審查個案拘束原則：

03 按行政行為，非有正當理由，不得為差別待遇，行政程序法
04 第6條有明文。行政法上之平等原則，並非指絕對、機械之
05 形式上平等，而係指相同事物性質應為相同之處理，非有正
06 當理由，不得為差別待遇而言；倘事物性質不盡相同而為合
07 理之各別處理，自非法所不許（參照大法官釋字第596號解
08 釋；最高行政法院95年度判字第446號行政判決）。商標申
09 請准否，係採商標個案審查原則，在具體個案審究是否合法
10 與適當，被告應視不同具體個案，正確認定事實與適用法律
11 ，不受他案拘束。原告雖主張多件以「安特」、「□安特」
12 或「安特□」為商標名稱，經被告核准註冊，足見「安特」
13 為識別性較弱之商標名稱云云（見原處分卷第12至15頁）。
14 然上開個案與本案商標圖樣不同，且所涉商品或服務有別，
15 其所涉商標文字及圖樣設計及指定商品均與本案不同，案情
16 有差異處，難執為本案應為相同認定之論據。準此，其於具
17 體個案審認結果，容有不同，基於商標審查個案拘束原則，
18 顯難比附援引，原告執為系爭申請商標應予註冊之論據，洵
19 非合法正當。

20 五、本判決結論：

21 綜上所述，本院斟酌全辯論意旨及調查證據結果，雖認被告
22 未舉證證明兩商標實際混淆誤認之情事。然系爭申請商標與
23 據以核駁商標構成近似程度高、指定使用於同一或相當類似
24 商品、據以核駁商標具有相當識別性、據以核駁商標有多角
25 化經營情形、相關消費者較熟悉據以核駁商標、行銷方式與
26 行銷場所有相當重疊性、系爭申請商標之申請非善意等事項

，經綜合判斷後，認相關消費者極有可能誤認系爭申請商標與據以核駁商標指定之服務為同一來源之系列服務，易使相關消費者誤認兩商標之使用者間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係，而產生混淆誤認情事，足證系爭申請商標有商標法第30條第1項第10款規定，有不得註冊事由。職是，原處分所為核駁註冊申請之審定，其於法有據，訴願決定予以維持，洵屬無誤。原告仍執前詞訴請撤銷原處分與訴願決定，並命被告就系爭申請商標作成准予註冊之處分，為無理由，應予駁回。

六、本件無庸審酌部分說明：

原告雖提出Google搜尋引擎搜尋捷安特用並無於第11類商品之截圖影本，並主張據以核駁商標僅知名於自行車相關商品，然實未有使用第11類商品並流通於市面云云（見本院卷第57至64頁）。然我國商標權之取得，係採先申請原則，以申請註冊先後及有無混淆誤認之虞，作為是否得予註冊之判斷，而兩商標構成混淆誤認之判斷。況我國商標法係採註冊保護主義，據以核駁商標有無實際使用，係屬另案是否對之申請廢止註冊，暨有無該當廢止註冊條款規定適用之問題，非本案審究範圍。在據以核駁商標有效存在期間，自有拘束他人以相同或近似商標指定使用於相同或類似商品之效力。準此，本件事證已明，兩造其餘攻擊防禦方法，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。

中 華 民 國 109 年 11 月 19 日

智慧財產法院第一庭

審判長法官 李維心

法官 蔡如琪

法官 林洲富

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。
(二)非律師具有右列情形之一，經最高行	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。

政法院認為適當者
，亦得為上訴審訴
訟代理人

- 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 11 月 19 日
書記官 蔡文揚