

最 高 行 政 法 院 裁 定

109年度裁字第682號

上 訴 人 增 培 發 股 份 有 限 公 司

代 表 人 林 增 賢

訴 訟 代 理 人 林 威 伯 律 師

被 上 訴 人 經 濟 部 智 慧 財 產 局

代 表 人 洪 淑 敏

上列當事人間商標註冊事件，上訴人對於中華民國109年1月9日智慧財產法院108年度行商訴字第90號行政判決，提起上訴，本院裁定如下：

主 文

上訴駁回。

上訴審訴訟費用由上訴人負擔。

理 由

一、依智慧財產案件審理法第32條規定提起上訴者，除有特別規定外，依同法第1條規定，應適用行政訴訟法關於上訴審程序相關規定。又對於高等行政法院判決之上訴，非以其違背法令為理由，不得為之，行政訴訟法第242條定有明文。依同法第243條第1項規定，判決不適用法規或適用不當者，為違背法令；而判決有同條第2項所列各款情形之一者，為當然違背法令。是當事人對於智慧財產法院行政判決上訴，如依行政訴訟法第243條第1項規定，以判決有不適用法規或適用不當為理由時，其上訴狀或理由書應有具體之指摘，並揭示該法規之條項或其內容；若係成文法以外之法則，應揭示該法則之旨趣；倘為司法院大法官解釋，則應揭示該解釋之字號或其內容。如以行政訴訟法第243條第2項所列各款情形為理由時，其上訴狀或理由書，應揭示合於該條項各款之事實。上訴狀或理由書如未依此項方法表明，或其所表明者與上開法條規定不合時，即難認為已對智慧財產法院行政判決之違背法令有具體之指摘，其上訴自難認為合法。

二、事實概要：

1.上訴人前於民國107年5月30日以「KAWASAKI」商標【下稱系

爭申請商標，詳如智慧財產法院(下稱原審法院)108年度行
商訴字第90號行政判決(下稱原判決)附圖】，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9類之電
池等商品，向被上訴人申請註冊，嗣於同年11月29日申請減
縮所指定使用商品為「電池；電瓶；蓄電器」。

2.案經被上訴人審查，認本件商標申請有商標法第30條第1項
第11款前段規定之情形，應不准註冊，以108年2月20日商標
核駁第395171號審定書為核駁之處分(下稱原處分)。上訴人
不服，提起訴願、行政訴訟，均遭駁回，遂提起本件上訴。

三、原判決駁回上訴人在原審之起訴，係依循下述之判斷說理邏
輯，認事用法作成終局判斷。

1.相關法條及定義：

A.商標法第30條第1項第11款本文規定，商標「相同或近似
於他人著名商標或標章，有致相關公眾混淆誤認之虞，或
有減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞者」不得註冊
。

B.而所稱之著名，指有客觀證據足以認定該商標已廣為相關
事業或消費者所普遍認知者，商標法施行細則第31條復有
明文。

C.又所謂「有致相關公眾混淆誤認之虞」，係指兩商標因相
同或構成近似，致使相關公眾誤認兩商標為同一商標，或
雖不致誤認兩商標為同一商標，但極有可能誤認兩商標之
商品／服務為同一來源之系列商品／服務，或誤認兩商標
之使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類
似關係而言。

D.而判斷有無混淆誤認之虞，則應參酌商標識別性之強弱、
商標之近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公眾產生混淆誤認之虞。

2.據以核駁商標為著名商標：

A.據以核駁商標權人日商川崎重工業股份有限公司(下稱日
川崎公司)成立於西元1896年，迄今已有一百多年，主

要從事重工業設備製造及機械製造，生產摩托車、鐵路車輛、航空機、船舶、工程建設機械等商品，並以該公司名稱特取部分「川崎」之外文拼音「KAWASAKI」作為商標，除在世界多國獲准註冊外，據以核駁商標並曾經葡萄牙、大陸地區、越南、韓國、巴拉圭、歐盟等認定為著名商標。

B.另據以核駁商標權人早於58年起即於我國陸續獲准註冊第37441號「KAWASAKI」等多件商標，並積極參與我國多項公共工程，提供各種大型機具設備，承攬製造台北捷運電聯車廂，於車廂內即標示有據以核駁商標；而其生產各款機車已經超過40餘年，於西元1996年KAWASAKI機車之生產製造達到第1000萬輛。經濟部105年6月2日經訴字第10506306310號訴願決定及被上訴人第00000000號核駁審定書、中台異字第G000000000號、第G000000000號商標異議審定書均已認定「KAWASAKI」商標於101年間係廣為相關事業及消費者所普遍認知之著名商標。

C.另由網路搜尋結果，據以核駁商標權人於西元2018年4月25日發表「2018Kawasaki忍者400新車發表會……」，同年5月2日發表「……KAWASAKI NINJA400媒體試駕會」等影片，可知其仍持續使用據以核駁商標，故堪認在系爭申請商標於107年5月30日申請註冊時，據以核駁之「KAWASAKI」商標使用於車輛、機械器具等商品所表彰之信譽及品質，已廣為國內相關事業或消費者普遍認知而達著名商標之程度。

3.兩造商標近似程度極高：

系爭申請商標「KAWASAKI」係由未經設計之外文「KAWASAKI」所構成；而據以核駁「KAWASAKI」商標由外文「Kawasaki」或「KAWASAKI」所構成（均如原判決附圖所示）。二商標相較，其可供唱呼之文字部分完全相同，具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，異時異地隔離整體觀察或市場交易連貫唱呼之際，實易產生同一商標或系列商標

之聯想，應屬近似程度極高之商標。

4. 據以核駁商標較為相關消費者所知悉：

據以核駁商標業經商標權人廣為使用，其商品與有關服務經長期廣告行銷我國市場，已有相當之市佔率，所表彰之信譽與識別性而為相關事業消費者所普遍認知，已為具極高知名度之著名商標已如前述，是據以核駁商標自易較系爭商標為相關消費者所知悉。

5. 據以核駁商標識別性強：

「KAWASAKI」商標為業經據以核駁商標權人長期廣泛使用而足以使一般商品或服務消費者認識其為表彰來源之標識，並得藉以與他人之商品或服務相區別者，其識別力極高，而系爭申請商標圖樣與據以核駁商標構成近似，自易對其表彰來源或產製主體產生混淆誤認。

6. 衡酌兩商標相同或近似程度極高，據以核駁商標為著名商標，其商標識別性強，並較為相關消費者熟悉，應給予較大之保護，且據以核駁商標權人業於西元2010年開發出電池供電系統，並於2014年6月9日推出用於緊急列車運行的鐵路電池動力系統，與系爭申請商標所指定使用之「電池；電瓶；蓄電器」等商品相較，應屬類似之商品；且該等商品亦為據以核駁商標所使用之車輛、機械器具等產品之重要零組件或相關配件，依一般社會通念及市場交易情形，性質上具有相當之關聯性。是以，系爭申請商標之註冊，客觀上極有可能使相關公眾誤認兩商標之商品為同一來源之系列商品，或誤認兩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。

7. 對上訴人主張之論駁：

A. 上訴人雖稱以「KAWASAKI」為讀音之公司日文名稱所在多有云云。惟查，「KAWASAKI」非屬我國常見詞彙，亦非據以核駁商標使用商品或服務之說明性文字，且二商標均僅有該等文字而無其他部分可供區辨，故仍屬近似程度極高之商標，所稱不可採。

01 B.上訴人又稱前已取得第555115號、第0000000號商標註冊
02 該商標亦含有「KAWASAKI」文字，並經其使用多年，日
03 商川崎公司對之申請廢止均不成立云云。惟查，商標廢止
04 成立與否係與「有無正當事由迄未使用或繼續停止使用已
05 滿3年」有關，應由商標權人證明有無依法維權使用，與
06 商標申請註冊「與他人著名商標相同或近似而致相關公眾
07 混淆誤認之虞」而不准註冊，乃為保護著名商標權人之權
08 利，係屬二事，且於系爭申請商標申請註冊時仍須考量是
09 否尚有其他不准註冊事由，是難援引另案廢止不成立之結
10 果執為本件商標應准註冊之論據。

11 8.綜上所述，被上訴人認系爭申請商標之註冊會使相關消費者
12 產生混淆誤認之虞，有商標法第30條第1項第11款前段規定
13 之適用，所為核駁處分，核無不合。訴願決定予以維持，亦
14 無不合。上訴人訴請撤銷原處分及訴願決定，並命被上訴人
15 為准予系爭申請商標註冊之處分，為無理由，應予駁回。

16 四、上訴人不服原判決前述理由形成，提起本件上訴，除復執與
17 原審起訴相同之主張外，另略謂：

18 1.原處分、訴願決定認為據以核駁商標經商標權人廣為使用，
19 已有相當之市佔率，是據以核駁商標為相關消費者所熟知。
20 試問據以核駁商標之商標權人從未在我國販售「KAWASAKI」
21 電池等相關商品，其市佔率應為零才對，原處分認為「已有
22 相當市佔率」，不顧上訴人販售「KAWASAKI」電池商品28年
23 耕耘的辛勞。

24 2.此外，據以核駁商標權人之電池商品多年來係使用商標
25 「GIGACELL」作為商標，此可由該公司的網頁證實，顯見其
26 亦無使用「KAWASAKI」之事實，故國內消費者何來因誤認而
27 誤購之虞。

28 3.原審未舉出任一混淆誤認之實，置上訴人之利益於不顧，已
29 違反憲法第7條及行政程序法第6條之規定，應撤銷原處分、
30 訴願決定，核准系爭商標之註冊。

31 五、經查：

01 1. 本案原判決之認事用法均無違誤。而上訴意旨則依其對商標
02 法制之主觀認知，誤以為「著名商標必須使用在特定種類商
03 品上，方受商標法之保護」，而片面主張「原判決此部分之
04 法律涵攝有誤」云云。實則：

05 A. 著名商標之保護，依其著名度之高低，及於「與其商標使
06 用產品之產製、行銷或服務有關連性之其他產品(或服務)
07 」。

08 B. 另外在商業活動實務中，以著名商標行銷商品之廠商，亦
09 會基於行銷策略之考量(考量大眾追求流行，喜新厭舊)，
10 就所生產之特定商品(或服務)，改採其他新商標為行銷，
11 以擴大銷售價量。此屬商業活動之常態現象，但原著名商
12 標在前開特定商品(或服務)領域所受到之法律保護，原則
13 上仍然維持。

14 C. 就本案而言，據以核駁之商標權人日商川崎公司，使用「
15 KAWASAKI」商標於摩托車、鐵路車輛、航空機、船舶、工
16 程建設機械等商品上，且為著名商標，其與上訴人申請商
17 標所指定使用之電池、電瓶、蓄電器等商品，關連性極其
18 密接。不因其另創「GIGACELL」商標行銷電池，即謂「KA
19 WASAKI」商標在電池、電瓶、蓄電器等商品領域，不受著
20 名商標之法律保護。

21 D. 是以上訴人前開片面主張，顯係出於對商標法第30條第1
22 項第11款規範意旨之明顯誤解，一望即知非屬有實質論斷
23 價值之法律論述。

24 2. 從而前開上訴理由，論之實質，無非係就原判決為不具實質
25 內涵之空泛指摘，或泛言原判決之法律論斷違法。尚非具體
26 表明原判決有何不適用法規、適用法規不當、或有行政訴訟
27 法第243條第2項所列各款之情形，難認其對該判決之如何違
28 背法令，已有具體指摘。依首開規定及說明，應認其上訴為
29 不合法。

30 六、據上論結，本件上訴為不合法。依智慧財產案件審理法第1
31 條、行政訴訟法第249條第1項前段、第104條、民事訴訟法

01 第 95 條、第 78 條，裁定如主文。
02 中 華 民 國 109 年 4 月 16 日
03 最 高 行 政 法 院 第 四 庭
04 審 判 長 法 官 鄭 小 康
05 法 官 劉 介 中
06 法 官 林 文 舟
07 法 官 林 玫 君
08 法 官 帥 嘉 寶
09 以 上 正 本 證 明 與 原 本 無 異
10 中 華 民 國 109 年 4 月 16 日
11 書 記 官 徐 子 嵐