

有關「K・SWISS & Shield Device」異議事件(商標法§230111) ([最高行政法院 99 年度判字第 1324 號行政判決](#))

爭議標的：商標圖樣是否有使公眾誤認誤信商品之性質、品質或產地之虞

系爭商標：K・SWISS & Shield Device（註冊第 1248962 號）

系爭商品/服務：第 14 類之「鐘錶及計時儀器；手錶」

相關法條：商標法第 23 條第 1 項第 11 款

判決要旨

自他商品或服務之識別性有無，對判斷是否該當商標法第 23 條第 1 項第 11 款之事由，雖有影響，即使是著名商標，但若其所附加之圖樣文字，有致公眾誤認誤信商品或服務性質、品質或產地之虞者，固不因係著名商標而免於本款之適用。但註冊之商標整體本身業已著名，雖商標本體亦含表彰性質、品質或產地之圖樣文字等，但消費者既已認識該著名商標本體所指涉之商品或服務來源，其會陷於誤認誤信性質、品質或產地之虞之可能甚低，亦即從著名商標之意義，其商標整體圖樣文字本身即係消費者所熟悉者，則消費者自不至於因不認識該著名商標部分單純之品質、產地等表示，而有品質誤認誤信之虞。

【判決摘錄】

一、本案事實

上訴人即參加人前於民國 95 年 6 月 22 日以「K・SWISS & Shield Device」商標，指定使用於商標法施行細則第 13 條所定商品及服務分類表第 14 類之「鐘錶及計時儀器；手錶」商品，向上訴人申請註冊，經上訴人核准列為註冊第 1248962 號商標（下稱系爭商標，如附圖）。嗣被上訴人以系爭商標有違商標法第 23 條第 1 項第 11 款、第 12 款、第 13 款及第 14 款之規定，對之提出異議，案經上訴人審查，以 97 年 6 月 20 日中台異字第 G00960507 號商標異議審定書為「異議人主張商標法第 23 條第 1 項第 11 款規定部分異議不成立；異議人主張商標法第 23 條第 1 項第 12、13、14 款規定部分異議駁回」之處分。被上訴人不服，就商標法第 23 條第 1 項第 11 款部分提起訴願，嗣經經濟部以 97 年 11 月 19 日經訴字第 09706116210 號訴願決定駁回，被上訴人仍不服，遂提起行政訴訟，經智慧財產法院 98 年度行商訴字第 18 號行政判決撤銷訴願決定及原處分，並命上訴人應為撤銷第 1248962 號「K・SWISS & Shield Device」商標註冊之處分，上訴人即參加人不服，遂對之提起上訴。

二、本案爭點

- (一)商標法第 23 條第 1 項第 11 款之規範目的及其判斷，與同條項第 13 款及第 12 款前段關於避免消費者混淆誤認之虞之保護，是否有所不同？
- (二)若系爭商標已為著名商標，則消費者既已熟悉認識系爭著名商標本體所指涉之商品或服務來源者，是否會因系爭商標中「SWISS」文字，致誤認誤信性質、品質或產地之虞？

三、判決理由

- (一) 對於商標保護在立法上有不同對策，而分別在商標法第 23 條第 1 項各款規定不同構成要件及規範目的。商標法第 23 條第 1 項第 11 款所規範對象在於商標本身與所指定商品或服務之聯結，致使消費者誤認商標所表彰商品或服務之性質、品質或產地。其規範目的在於制止商標構成要素之圖樣文字等，與其指定使用商品或服務之不實關係，防止消費者因商標表徵之外形、讀音或觀念等與指定使用之商品或服務不相符合，以致於消費者誤認誤信而予以購入商品或服務，受不測損害之公益目的，與同條項第 13 款及第 12 款前段之混淆誤認之虞之保護，係在於防止衝突商標間之混淆誤認之虞，二者應加以區辨，不可混同。則性質、品質或產地誤認誤信之虞有無之判斷，應從商標本身圖樣文字整體的外形、觀念或讀音等觀察，就商標給予消費者的印象，加上與商標指定之商品或服務之聯結，考量指定商品或服務在市場交易之實際情事，以指定商品或服務消費者之認識、感知為基準，從商標自體構成直接客觀判斷，是否消費者所認識商品之產地、販售地，或服務之提供地，在實際使用上有異於其所認識之性質、品質或產地等，致消費者有誤認誤信之虞，始有本款之適用。系爭商標整體商標構圖文字，並非單純「SWISS」，系爭商標之構圖文字除外文 SWISS 外，尚有「K·」及盾牌斜紋圖形，則依據消費者所熟悉認識者，應為系爭商標之整體部分，則系爭商標中單純「SWISS」應不足使消費者以誤認誤信其產地為瑞士。
- (二) 自他商品或服務之識別性有無，對判斷是否該當商標法第 23 條第 1 項第 11 款之事由，雖有影響，即使是著名商標，但若其所附加之圖樣文字，有致公眾誤認誤信商品或服務性質、品質或產地之虞者，固不因係著名商標而免於本款之適用。但註冊之商標整體本身業已著名，雖商標本體亦含表彰性質、品質或產地之圖樣文字等，但消費者既已認識該著名商標本體所指涉之商品或服務來源，其會陷於誤認誤信性質、品質或產地之虞之可能甚低，亦即從著名商標之意義，其商標整體圖樣文字本身即係消費者所熟悉

者，則消費者自不至於因不認識該著名商標部分單純之品質、產地等表示，而有品質誤認誤信之虞。

四、判決結果

本件上訴為有理由，應將原判決廢棄，發回原審法院。

五、兩造商標

系爭商標

註冊第 1248962 號

