

有關「胡慶餘堂」商標評定事件(商標法§230113) (最高法院 100 年度裁字第 828 號裁定)

爭議標的：相關消費者之判斷

系爭商標：「胡慶餘堂」（註冊第 1179068 號）

系爭商品/服務：中藥成藥，中藥材，靈芝切片等商品

據爭商標：「慶餘堂參藥號及圖（彩色）」（註冊第 1800 號）

相關法條：商標法第 23 條第 1 項第 13 款

判決要旨

所謂「消費者」，係指已購買及將購買該商品或服務之人，故不論為「一般消費者」亦或是「相關消費者」，皆仍係指有意願使用相關商品或服務之人，且商標法所欲保護之消費者，絕非僅指已接受該商品或服務之人，對於可能之消費者、未來之消費者，均係商標法所欲保護之對象。

【判決摘錄】

一、本案事實

緣本件聲請人於民國 93 年 12 月 21 日以「胡慶餘堂」商標(下稱系爭商標)，指定使用於「茶浴包，藥浴包，……」；第 5 類「中藥成藥，中藥材，靈芝切片，鹿茸切片……」等商品，向相對人申請註冊，經相對人審查，核准列為註冊第 1179068 號商標。嗣參加人於 97 年 12 月 15 日以該註冊商標指定使用於第 5 類「中藥成藥，中藥材，……」商品之註冊有違商標法第 23 條第 1 項第 12 款及第 13 款之規定，對之申請評定，經相對人審查，認系爭商標有違商標法第 23 條第 1 項第 13 款之規定，於 98 年 8 月 18 日以中台評字第 970350 號商標評定書為「第 1179068 號『胡慶餘堂』商標指定使用於第 5 類商品之註冊應予撤銷」之處分。聲請人不服，循序提起本件訴訟，案經原審以 99 年度行商訴字第 33 號行政判決（下稱原審判決）駁回其訴，聲請人對之提起上訴，復經本院 99 年度裁字第 2931 號裁定（下稱原確定裁定）以上訴不合法駁回其上訴而確定。聲請人猶未甘服，對於原確定裁定聲請再審。

二、本案爭點

商標法第 23 條第 1 項第 13 款規定之「相關消費者」，其保護對象為何？

三、判決理由

- (一)聲請人雖主張相對人於作成原處分時，並非以「相關消費者」，而係以「一般消費者」有無混淆誤認之虞做判斷，且因該等商品之相關消費者為經常服用中藥者，生病時習於由中醫師診斷者，以及從事中醫、中藥行業者，乃一特定之族群，但相對人未審酌該族群對於「胡慶餘堂」商標之認識，而逕以一般消費者之觀點，僅依形式的比對而認定 2 商標為近似，原處分明顯違反審查基準的規定。又相關消費者多為專業人士或常使用中藥之人，自會施以較高之注意，亦不致對各該商標混淆誤認云云。惟查所謂「消費者」，係指已購買及將購買該商品或服務之人，故不論為「一般消費者」亦或是「相關消費者」，皆仍係指有意願使用相關商品或服務之人，且商標法所欲保護之消費者，絕非僅指已接受該商品或服務之人，對於可能之消費者、未來之消費者，均係商標法所欲保護之對象。
- (二)次查中藥於現今臺灣社會之性質，非如西藥多以治療為其主要之目的，其除治療之目的外，亦常有單純以保健調理為目的之藥材，且於強調預防甚於治療，注重養生保健之今日社會，一般民眾使用中藥藥材之情形甚為普及，若消費者所購買之相關商品，為僅具有保健用途之中藥材，則其於相關中藥行或販售通路皆可購得，則各該商標所表彰之商品出現於同一銷售通路之情形即非無可能，此時以 2 商標之近似程度，將造成相關消費者之混淆誤認。且觀諸系爭商標所表彰之商品除「中藥成藥、中藥材、口服藥液、西藥品、中藥品」外，其餘之「靈芝切片、鹿茸切片、藥用酒、人蔘、當歸、靈芝、決明子、四物、甘草粉、洗浴藥劑、生髮藥水、毛髮促生劑、預防頭髮脫落用養髮藥劑、止咳劑」等，皆非需施以較高之注意方得購買或使用之商品，一般人皆可為調理身體或養生而購買使用，非如聲請人所稱購買中藥者應為較特定消費族群，具有較高注意義務而不致混淆誤認，故聲請人此部分主張實不足採等由，指駁聲請人以「本案應以相關消費者之認識判斷，不應以一般消費者之標準認定」之主張，為不可採，業已詳述其得心證之理由，核與商標法第 23 條第 1 項第 13 款規定意旨及證據或論理法則均無不合，並非如聲請意旨所稱原審判決漏未審酌聲請人此項主張。

四、判決結果

聲請再審意旨核屬個人主觀法律歧異見解，依首開所述，尚與所謂適用法規顯有錯誤有間，應予駁回。本件聲請為無理由。

五、兩造商標

系爭商標

胡慶餘堂

據爭商標(註冊第 1800 號)

