有關「阿一鮑翅設計體」商標申請註冊事件(商標法§230112)（智慧財產法院法院 99 年度行商訴字第 38 號行政判決）

爭議標的：系爭「阿一鮑翅設計體」商標是否近似於著名「阿一鮑魚」商標，且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？

系爭商標：阿一鮑翅設計體（申請註冊號：097030636）

系爭商品/服務：廣告企劃、廣告設計、企業管理顧問、人事管理顧問、提供各種產品之價格比較及評估、網路拍賣、電子廣告看板出租、網路廣告看板出租、為工商企業籌備商展及展示會及博覽會之服務、產品包裝、超級市場、便利商店、超級商店、購物中心、郵購、電視購物、網路購物（電子購物）、農產品零售、食品及飲料零售、水產品零售、電腦資料庫管理服務

據爭商標：「阿一鮑魚」著名商標

相關法條：商標法第 23 條第 1 項第 12 款

判決要旨

原告系爭商標指定使用於農產品、食品、水產品零售等服務，此部分業務內容與據以核駁商標所提供之服務內容相同，就消費者而言，顯然難以區辨其中差異。又據以核駁商標乃華人地區著名商標，乃不爭之事實（否則與「阿一」一詞毫無關聯之原告又何以將此名詞作為系爭商標文字，並作為公司名稱？），其保護之範圍自不以其所指定之商品或服務為限，亦不以是否於我國已註冊為必要，是以，縱認原告系爭商標所指定使用之商品或服務內容與據以核駁商標完全不同，亦因據以核駁商標所具有之高度識別性及知名度，使相關公眾於聽聞系爭商標之主要識別部分（即「阿一」）時，有致混淆誤認之高度可能性。本院審酌原告系爭商標與據以核駁商標二者之識別性強弱程度顯然仍以據以核駁商標具有高度優勢、二商標屬於高度近似、以及二者所指定使用之商品或服務仍屬高度類似、相互影響關係及各因素等，認為原告系爭商標確已達有致相關公眾產生混淆誤認之虞情形，自仍有商標法第 23 條第 1 項第 12 款前段規定之適用。

【判決摘錄】

一、事實

原告於民國 97 年 6 月 27 日以「阿一鮑翅設計體」商標（下稱系爭商標），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 35 類之「農產品零

售、食品及飲料零售、水產品零售、電腦資料庫管理服務、……」等，向被告申請註冊。經被告審查，認系爭商標與據以核駁之「阿一鮑魚」商標（下稱據以核駁商標）構成近似，且據以核駁商標已為相關事業或消費者所普遍認知之著名商標，原告於其後始以近似之中文「阿一鮑翅」作為本件商標圖樣申請註冊，並指定使用於廣告企劃、廣告設計、廣告製作等服務，應有減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞，應不准註冊，以 98 年 8 月 12 日商標核駁第 317147 號審定書為核駁之處分。

二、本案爭點

（一）據以核駁商標「阿一鮑魚」是否為著名之商標？

（二）系爭商標「阿一鮑翅設計體」是否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，而有商標法第 23 條第 1 項第 12 款規定不得註冊規定之適用？

三、判決理由

（一）系爭商標與據以核駁著名商標圖樣之近似程度部分：

查本件原告於 97 年 6 月 27 日以「阿一鮑翅設計體」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 35 類之「廣告企劃、廣告設計、廣告製作、…、便利商店、超級商店、…、農產品零售、食品及飲料零售、水產品零售、電腦資料庫管理服務」等，向被告申請註冊。經核本件原告系爭商標之設計主要僅係單純以文字呈現，而其中「鮑翅」二字經原告聲明不專用，是以，原告系爭商標主要之識別部分應為「阿一」二字。而據以核駁商標「阿一鮑魚」亦係單純文字商標，其與原告系爭商標主要之不同點，僅在於商標文字字尾一為「翅」，一為「魚」。然不論系爭商標所使用之「鮑翅」抑或據以核駁商標所使用之「鮑魚」者，其所指之物品均為華人社會習見之食材，亦即，所謂「鮑翅」者，係指「鮑魚、魚翅」，均為華人社會共認之珍饈。而因此種食材乃華人社會中所習見者，是以若單純稱謂「鮑魚、魚翅」，並無法知悉係來自何處或何家公司推出之商品，換言之，消費者無法僅憑「鮑魚、魚翅」之稱謂而知悉其商品來源，必須再就此類食材冠以特定之名號，消費者始能據以判斷其出處，並論斷其品質。而原告系爭商標及參加人據以核駁商標於上揭食材名詞之前所加諸用以標示其商品或服務來源之文字，均為「阿一」，對消費者而言，實難僅憑「翅」、「魚」一字之差而明辨其間差異。換言之，原告系爭商標與據以核駁商標二者乃高度近似之商標，殆無疑義。

（二）據以核駁商標為著名商標部分：

按據以核駁商標乃訴外人楊貫一於 2004 年在香港所註冊，而楊貫一自 16 歲入行，且自西元 1983 年起，研究以鮑魚作主菜，並使用上等純鮑魚，

以傳統木炭古法砂鍋烹調，使其鮑魚味道濃郁軟滑而彈牙，吃後口齒留香而大受歡迎，眾多國家元首級人物均曾品嚐此佳餚，享譽國際。嗣訴外人楊貫一以據以核駁商標「阿一鮑魚」作為商標圖樣，自西元 2004 年起在香港申請多件商標註冊獲准，其商品十餘年間獲獎無數，例如於西元 1989 年獲得法國美食協會所頒發之「優異之星」獎、於西元 1996 年獲得國際御廚協會所頒發之最高榮譽勛章 Club Des Chefs Des Chefs（C.C.C.）金章、於西元 2004 年在第五屆中國美食暨首屆重慶國際火鍋文化節中榮獲中國飯店協會頒發「終身成就至尊大獎」及於西元 2009 年獲得國際御廚協會選為「御廚中的御廚」，成為全球第一位獲此殊榮者，已成為香港飲食界之傳奇，具有相當知名度。此有訴外人阿一鮑魚公主（香港）有限公司於另案所提供之「阿一鮑魚廚藝」一書節錄、讀賣新聞、香港報紙之相關報導、google 網站、維基百科、香港商標註冊等資料附卷可稽。而訴外人楊貫一不僅係香港著名國際級大廚，亦為香港富臨飯店創辦人及總廚、香港現代管理（飲食）專業協會會長。又香港之文化、語言與我國相近，且位居兩岸三地經貿商務旅遊之樞紐，透過報章雜誌、網際網路連結，已使據以核駁商標「阿一鮑魚」在台灣成為頂級餐飲之代稱，即使迄今在台灣地區以販售或烹調鮑魚聞名者，仍無出「阿一」其右者，換言之，據以核駁商標「阿一鮑魚」已在華人社會立於不搖地位，名冠寰宇，依商標法施行細則第 16 條規定，據以核駁商標所表彰之信譽及品質已為相關事業或消費者所知悉而達著名程度。本件原告與「阿一」一詞既無淵源，復非以販售或烹調鮑魚、魚翅聞名，其以「阿一鮑翅」系爭商標申請註冊，顯係意圖攀附據以核駁商標於華人社會之聲譽而獲取不當利益。

（三）關於著名商標之混淆誤認之虞之適用部分：

關於著名商標之混淆誤認之虞之適用，並不以相同或類似於著名商標所表彰之商品或服務為限，惟就相衝突商標所表彰之各種商品或服務是否構成混淆誤認之虞之判斷，與商標之著名程度及識別性關係密切且相互消長，商標越具有識別性且越著名，其所能跨類保護之商品範圍就越大，即越易判斷為構成混淆誤認之虞；反之，若商標係習見之商標或著名性較低，則其跨類保護之範圍就較小。本件原告以系爭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 35 類之廣告企劃、廣告設計、廣告製作、廣告代理、廣告宣傳、廣告宣傳品遞送、行銷研究諮詢顧問、企業管理顧問、人事管理顧問、提供各種產品之價格比較及評估、網路拍賣、電子廣告看板出租、網路廣告看板出租、為工商企業籌備商展及展示會及博覽會之服務、產品包裝、超級市場、便利商店、超級商店、購物中心、郵

購、電視購物、網路購物（電子購物）、農產品零售、食品及飲料零售、水產品零售、電腦資料庫管理等服務，與據以核駁商標「阿一鮑魚」以鮑魚烹調聞名固有所不同，惟因原告系爭商標尚且指定使用於農產品、食品、水產品零售等服務，此部分業務內容與據以核駁商標所提供之服務內容相同，就消費者而言，顯然難以區辨其中差異。又據以核駁商標乃華人地區著名商標，乃不爭之事實（否則與「阿一」一詞毫無關聯之原告又何以將此名詞作為系爭商標文字，並作為公司名稱？），依前述說明，其保護之範圍自不以其所指定之商品或服務為限，亦不以是否於我國已註冊為必要，是以，縱認原告系爭商標所指定使用之商品或服務內容與據以核駁商標完全不同，亦因據以核駁商標所具有之高度識別性及知名度，使相關公眾於聽聞系爭商標之主要識別部分（即「阿一」）時，有致混淆誤認之高度可能性。本院審酌原告系爭商標與據以核駁商標二者之識別性強弱程度顯然仍以據以核駁商標具有高度優勢、二商標屬於高度近似、以及二者所指定使用之商品或服務仍屬高度類似、相互影響關係及各因素等，認為原告系爭商標確已達有致相關公眾產生混淆誤認之虞情形，自仍有商標法第 23 條第 1 項第 12 款前段規定之適用。

四、判決結果

被告依首揭規定，為應不准註冊之處分，並無不合。訴願決定予駁回，亦無違誤，均應予以維持。本件原告訴請撤銷原處分及訴願決定，並請求被告就系爭商標應作成准予註冊之行政處分，為無理由，應予駁回。

五、兩造商標

系爭商標