

99020106 有關「寶貝史奴比及圖」異議之事件(商標法§230112) ([智慧財產法院 98 年度行商訴字第 152 號](#))

爭議標的：「寶貝史奴比及圖」商標，是否與外文「SNOOPY」抑或中文「史奴比」、「史努比」近似。

系爭商標：「寶貝史奴比及圖」。

系爭商品/服務：第 5 類「動物用洗淨藥劑、狗用含殺蟲劑之項圈、狗用驅蟲劑、狗用補藥、動物用維他命、動物用藥劑」等商品

據爭商標：「史奴比」商標。

相關法條：商標法第 23 條第 1 項第 12 款規定

判決要旨

文字「寶貝史奴比」部分，因「寶貝」二字乃國人習用之稱謂，亦常因人、場合、情況之不同而異其使用趣旨，是以，此二字亦難以供人作為區別商品或服務來源之依據。就系爭商標整體觀之，較易引人注目者，主要乃為「史奴比」此三個中文字，蓋此中文字於我國國人普遍之認知，係來自於外文「SNOOPY」之音譯，而不論係外文「SNOOPY」抑或中文「史奴比」、「史努比」，其予人之立即印象即美籍查爾斯·舒茲（Charles M. Schulz），「史奴比」三個中文字於各別獨立使用時，雖均有其固有之意義，然合併使用時，並無任何意義，換言之，倘無查爾斯·舒茲創設此一角色，即無如此譯音，於華文世界中亦絕無可能出現如此三字合併使用之情形，蓋此三字之組合既無任何字面意義，亦非華人世界日常習慣用語。

【判決摘錄】

一、事實

原告於民國 95 年 3 月 2 日以「寶貝史奴比及圖」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 5 類商品，向被告申請註冊，經被告審查，核准列為註冊第 1254059 號商標。然訴外人美商聯合圖片企業公司以外文「SNOOPY」及其卡通狗圖形商標圖樣係美籍查爾斯·舒茲君（Charles M. Schulz）於西元 1950 年在「花生漫畫」中所創設之一角色，而訴外人美商聯合公司以之作為商標圖樣，於全球 70 多國申准商標之註冊，且據以異議商標引進我國後，訴外人及其授權之代理商即結合使

用「SNOOPY」之中譯文「史努比」或「史奴比」，自73年起於我國申准註冊第248610號及第248609號等多件「史努比」、「史諾比」商標為由，主張系爭商標與據以異議商標構成近似，有違商標法第23條第1項第12款之規定，對之提起異議。案經被告審查，認系爭商標有違商標法第23條第1項第12款之規定，於98年2月24日以中台異字第960630號商標異議審定書為其註冊應予撤銷之處分。原告不服，提起訴願，經訴願決定駁回，原告猶未甘服，遂向本院提起行政訴訟。

二、本案爭點

系爭商標「寶貝史奴比及圖」與據以異議商標「SNOOPY及圖」、「史努比」、「史奴比」及卡通狗圖是否構成近似，而有商標法第23條第1項第12款所規定之不予商標之情事？

三、判決理由

- (一)文字「寶貝史奴比」部分，因「寶貝」二字乃國人習用之稱謂，亦常因人、場合、情況之不同而異其使用趣旨，是以，此二字亦難以供人作為區別商品或服務來源之依據。就系爭商標整體觀之，較易引人注目者，主要乃為「史奴比」此三個中文字，蓋此中文字於我國國人普遍之認知，係來自於外文「SNOOPY」之音譯，而不論係外文「SNOOPY」抑或中文「史奴比」、「史努比」，其予人之立即印象即美籍查爾斯·舒茲（Charles M. Schulz）於西元1950年於其「花生漫畫」中所創設之米格魯犬，其卡通造型之形象亦深植於國人心中，就此而言，系爭商標中此一「史奴比」文字之識別性顯然強過於其餘圖形及文字部分，倘去除此部分文字，留存嬰兒圖形及寶貝字樣，系爭商標是否仍能予人相同之注意，非無疑問。
- (二)「史奴比」三個中文字於各別獨立使用時，雖均有其固有之意義，然合併使用時，並無任何意義，換言之，倘無查爾斯·舒茲創設此一角色，即無如此譯音，於華文世界中亦絕無可能出現如此三字合併使用之情形，蓋此三字之組合既無任何字面意義，亦非華人世界日常習慣用語，是不論「史努比」或「史奴比」，其予人之立即聯想對象均相同，即查爾斯·舒茲所創設之米格魯卡通犬角色，而非原告系爭商標。
- (三)本件據以異議商標不惟有授權他人使用於與系爭商標指定類別相似之商品，即就使用文字而言，不論係「史奴比」或「史努比」，其予人之寓目印象均相同，亦即查爾斯·舒茲所創造之卡通米格魯犬角色，就一般消費者而言，「史奴比」、「史努比」所代表之角色並無不同，其主要原因即在於不論係「史奴比」抑或「史努比」，此等文字組合均無任何中文上之意義，且

均係由「SNOOPY」外文音譯而來，只有與該漫畫角色連結後，始讓此毫無中文上意義之三字組合產生其價值及意義。

- (四)原告所指之廣告行銷日期均限於71年至76年間，距今已逾20年之久，尚不足以證明原告於95年3月2日申請系爭商標註冊時，其使用「史奴比」商標已達相關消費者知悉之程度。而訴外人美商聯合公司使用據以異議商標已逾50餘年，且廣泛行銷使用據以異議商標於世界各國，據以異議商標已具有全球高度著名性，其識別性極高，於我國亦然，是據以異議商標既屬我國消費者較熟悉之商標，自應給予較大之保護。
- (五)商標法第23條第1項第12款規定係以足以造成混淆或誤認之可能性存在為其構成要件，並不以實際產生混淆或誤認之事實存在為必要，是以，只要確有造成相關公眾混淆誤認之可能性存在即已足，至其可能性高低為何，並非該條規定之要件，是縱如原告所述分別僅有20.2%、13.2%之民眾會產生聯想或誤認，其造成民眾混淆誤認之可能性即已存在，亦即有致相關公眾混淆誤認「之虞」。

四、判決結果

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

五、兩造商標

系爭商標 (994281)	據爭商標 (248610、248609)
	