

智慧財產法院 裁判書 -- 行政類

【裁判字號】 98,行商訴,152

【裁判日期】 981126

【裁判案由】 商標異議

【裁判全文】

智慧財產法院行政判決

98年度行商訴字第152號

98年11月12日辯論終結

原 告 台灣嬌娃有限公司
 代 表 人 甲○○
 訴訟代理人 張勛杰律師
 被 告 經濟部智慧財產局
 代 表 人 乙○○(局長)
 訴訟代理人 丙○○
 丁○○

上列當事人間因商標異議事件，原告不服經濟部中華民國98年6月2日經訴字第09806112640號訴願決定，提起行政訴訟。本院判決如下：

主 文

原告之訴駁回。
 訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

一、事實概要：

原告於民國95年3月2日以「寶貝史奴比及圖」商標(參附件所示)，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類之「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、動物用藥品、獸用祛蟲殺蟲劑、貓狗用潔毛藥劑、動物用含藥性洗滌劑、寄生蟲驅除環、動物用殺菌劑、抗寄生蟲製劑包括犬心蟲藥片、動物用創傷敷料、獸用抗生素、狗用藥水、狗用洗淨藥劑、動物用消毒劑、醫用飼料添加劑、獸用殺腸蟲藥」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(下稱系爭商標)。然訴外人美商聯合圖片企業公司(下稱美商聯合公司)以外文「SNOOPY」及其卡通狗圖形商標圖樣(下稱據以異議商標)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、本件原告主張：

- (一)被告以系爭商標與據以異議商標相較，二商標均有中文「史奴比」，且系爭商標之中文「史奴比」與據以異議商標之外文「SNOOPY」讀音相同，而系爭商標之「寶貝」二字識別性較低，故主要識別部分仍為中文「史奴比」。惟系爭商標係由內置兩孩童之圓形圖形在上及較小之中文「寶貝史奴比」在下組合而成，而據以異議商標是以其卡通狗圖形及SNOOPY或中文「史努比」組合而成，二商標於整體外觀上顯有差別，系爭商標之主要部分係足以使人注意之圓形內置兩孩童之圖形，而據以異議商標之主要部分應係取自漫畫之卡通狗圖部分，二商標之主要部分匠意有別並顯而易見，且構圖繁簡不同，給予消費者之整體印象截然不同，以異時異地隔離觀察應不會有購買時產生混淆誤認之可能性，足見被告忽略二商標在整體外觀形象之不同。又系爭商標之圓形內置兩孩童之圖形部分為原告所擁有之著作權，具有商標之特別顯著性，原告自民國63年起，即以此為標章圖而申請獲准「史奴比」系列商標之多項註冊，例如商標註冊第200889號、第203245號、第203245號、第204678號等，足見該圓形內置兩孩童之圓形圖形具有商標之識別性。且原告為使文字及圖形更加相映，乃於系爭商標之中文前加上「寶貝」二字，是系爭商標不僅圖形與據以異議商標不同，中文之意涵亦有所不同，復以該圓形圖形經原告長期使用而足以彰顯其於市場之識別性，消費者自可判別二商標之產製者之不同而無混淆誤認之可能，詎被告對此圓形圖形影響整體印象之重要性漏為斟酌，顯有偏頗之虞。
- (二)被告認定訴外人美商聯合公司將據以異議商標廣泛運用於各種商品領域，而有多角化經營之事實，且二商標之指定商品性質、功能共同而為類似商品。惟系爭商標與據以異議商標匠意於圖樣、文字字數及整體形象等部分，均有明顯之差異，並無使消費者對產製者產生混淆。縱認二商標指定之商品相通，然一般消費者仍易於辨認，不致使其對商品之來源有所混同或誤認。況由原告於本件異議程序中所檢附之相關使用證據可知，據以異議商標主要用於表徵他類商品至少有20類之相關商品，詎被告竟為二商標指定商品相同之認定，顯有速斷之虞。復由據以異議商標所表徵之商品附件資料可知，其廣告及商品之型錄多使用「史努比」、「SNOOPY及卡通圖」、「PEANUTS」，並非使用「史奴比」之中文三字，是二商標縱指定之商品有所相通，惟二商標於外觀之整體印象既有不同，自無使消費者產生混淆誤認產品之產製者之可能。
- (三)原告自71年起使用中文「史奴比」系列商標迄今已逾15年。而原告自71年起至96年間申請經核准註冊有註冊第200889號第55類、註冊第203245號第07類、註冊第204678號第24類、註冊第221979號第52類、註冊第216465號第41類、註冊第215017號第39類、註冊第329271號第47類、註冊第336915號第16類、註冊第327364號第21類、註冊第328713號第20類、註冊第328910號第19類、註冊第332881號第27類、註冊第412810號第22類、註冊第404811號第07類、註冊第429927號第68類、註冊第429927號第06類、註冊第415185號第45類、註冊第423657號第38類、註冊第429927號第95類、註冊第432306號第08類、註冊第553561號第65類、註冊第851547號第10類

、註冊第0000000號第10類、註冊第0000000號第05類、註冊第0000000號第05類、註冊第0000000號第05類、註冊第0000000號第31類及註冊第0000000號第31類等。另由經濟日報、民生報等報紙、由台視、中視、華視等電視廣告、由高等行政法院79年度判字1086號判決、由94年至97年間商品於賣場之廣告單、相片及相關網頁等資料，可知原告確有使用系爭「史奴比」系列商標之事實，且原告使用系爭商標「史奴比」之時間，早於訴外人美商聯合公司使用據以異議商標之時間。且二商標於多類（商標法施行細則第13條所定商品及服務分類表第20、24、16、03類）商品上並存，時間最長達25年以上，足見被告亦係認定二商標不構成近似。則原告於系爭商標之中文名稱前再加上「寶貝」二字，與據以異議商標相較，更應不會構成近似。

(四)原告自71年起即使用系爭商標之中文「史奴比」，另訴外人台灣優生股份有限公司則以「史奴比及圖」商標用於「奶嘴、奶瓶、奶瓶刷」等產品，並廣泛銷售至各大賣場及全國各大商場，其自91年起到97年3月止之銷售額件數為279萬件，總金額約新台幣（下同）1億3671萬元。再者，原告以「史奴比」中文三字已於大陸地區取得多件中文之商標權，亦與其他廠商之中文「史奴比」、「史努比」廣泛註冊使用於各類商品，足見「史奴比」三字業經第三人之廣泛使用於他類不同服務及商品，已使其商標之排他性程度降低，故其自非具有高度排他性之商標等情。並聲明求為判決撤銷訴願決定及原處分。

三、被告則以：

(一)據以異議商標「SNOOPY」及卡通狗圖形係由美籍查爾斯·舒茲（Charles M. Schulz）於西元1950年在「花生漫畫」中所創設之一角。「SNOOPY」系列漫畫於50多年以來，透過美國境內與全球各地於超過兩千家報紙連載，以超過20種語言刊載於75國，超過3億5千萬讀者，並於全球70多國取得商標註冊，且據以異議商標進入我國後，訴外人美商聯合公司及其授權代理商即結合使用「SNOOPY」之中譯文「史努比」及「史奴比」，除於73年間經被告審核在取得註冊第248610、248609號等多件「史努比」、「史諾比」商標專用權外，在我國並長期積極舉辦各類宣傳活動及持續透過各大平面、電子媒體宣傳報導，尤以89年間為慶祝史努比卡通狗50週年，訴外人美商聯合公司在我國舉辦漫畫回顧及經典收藏商品展等多項活動，展示由40餘家廠商製作之史奴比文具禮品、電腦周邊產品、服飾、寢具、玩具、手錶等達千種商品，復以訴外人美商聯合公司之被授權商更遍及全球各地，授權範圍包括寵物玩具、寵物食品等多樣性商品或服務，使據以異議商標所表彰之信譽堪認已為我國相關事業或消費者所普遍知悉，並臻著名，此有訴外人美商聯合公司檢送之各國註冊一覽表、自72年至95年間訴外人美商聯合公司及授權代理商於我國廣泛宣傳活動、報章雜誌、電子媒體報導、全世界（含我國）被授權人名單及實際使用於不同商品之目錄等證據資料可稽。

(二)據以異議商標「SNOOPY及圖」、「史努比」、「史奴比」及卡通狗圖等商標，為美籍查爾斯·舒茲（Charles M. Schulz）於西元1950年所首創，經訴外人美商聯合公司於50多年

來在全球廣泛使用，予消費者印象極為深刻，依被告所公告之「審查基準」5.1 規定，其識別性極高。又系爭商標「寶貝史奴比及圖」商標，係由中文「寶貝史奴比」及「嬰孩圖」所組成，其中「寶貝」二字為一般習見之詞，識別性低，故其可區隔之中文「史奴比」係屬消費者印象較深刻之主要部分。系爭商標與據以異議商標均有相同或近似之中文「史奴比」，且系爭商標之中文「史奴比」與據以異議商標之外文「SNOOPY」之音譯相通，或與據以異議商標卡通狗圖形予人觀念相同，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通所用之注意，於外觀、觀念或讀音上可能會有所混淆而誤認二者來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，依被告所公告之「審查基準」5.2.1規定，應屬構成近似之商標。

(三)原告之廣告行銷日期僅限於71年至76年間，距今已逾20年之久，而訴外人台灣優生股份有限公司自91年至97年間銷售標示有「史奴比」之商品統計數量、金額亦不多，且多係標示於奶嘴、奶瓶、奶瓶刷、牙線棒等商品上，非屬系爭商標指定使用於「寵物用床、寵物用軟墊、茶几、枕頭、木製盒、塑膠製信箱、塑膠製包裝容器、鏡子、衣架」等商品，且原告提出附件12之商品外包裝照片無標示產製日期，足見原告僅證明其有將系爭商標使用行銷於奶嘴、奶瓶、奶瓶刷、牙線棒等商品，尚不足以證明原告於95年3月2日申請系爭商標註冊時，使用「史奴比」商標已達相關消費者知悉之程度，而與據以異議商標之商品得以區辨，並無混淆誤認之虞，亦足見據以異議商標較系爭商標而言係消費者較熟悉之商標。

(四)訴外人美商聯合公司50餘年廣泛行銷使用據以異議商標於世界各國，使據以異議商標已達高度著名，其識別性極高，而系爭商標於外觀、觀念或讀音上與其構成近似，惟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。又系爭商標指定使用於「寵物用床、寵物用軟墊、茶几、枕頭、木製盒、塑膠製信箱、塑膠製包裝容器、鏡子、衣架」等商品係屬家庭寵物窩、家具類之商品，與據爭商標經關係人授權他人產銷多樣化商品中之寵物用品、家具，係屬相關聯之商品，且考量訴外人美商聯合公司長期以來多角化經營之情形，一般消費者極有可能誤認二商標之商品為同一來源，或者誤認二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，而產生混淆誤認情事，是系爭商標之註冊，即有商標法第23條第1項第12款規定之適用，毋庸再認定系爭商標是否有違商標法第23條第1項第13、14款規定。

(五)至原告主張系爭商標及中文「史奴比」是取自其71年在本局獲准之註冊第200889、203245、215017、329271、336915、553561號等「史奴比及圖」商標，並與訴外人納斯貝克股份有限公司（下稱納斯貝克公司）之註冊第143437號「史奴比」商標及訴外人納斯貝克公司與訴外人美商聯合公司所有註冊第243984號「史樂比及圖」、註冊第248609號「史諾比」等商標有併存註冊之情事，更與訴外人美商聯合公司之註冊第823916、828190、681862、685405號等商標併存於第3、16等類商品等節，核屬另案問題。又況，訴外人納斯貝克公司之註冊第143437號商標業經被告以該商標有繼續停止使用

已滿3 年之事實而廢止其註冊在案。另原告所舉最高行政法院79年度判字第1086號判決，與本件上述考量因素不同，亦屬另案判斷問題。至原告提出系爭商標於加拿大、新加坡、法國、中國大陸等獲准註冊及於中國異議復審終局裁定認定其與據以異議商標不構成混淆之虞，縱然屬實，惟各國法制各異，事實認定基礎不同，原告尙難比附援引執為本件有利之論據等語，茲為抗辯。並聲明駁回原告之訴。

四、參酌兩造上開說明，堪認本件兩造之爭點主要為：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？

五、本院判斷如下：

(一)按商標「相同或近似於他人著名之商標或標章，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，商標法第23條第1 項第12款定有明文。而前揭條款規定之適用，應以兩造商標圖樣構成相同或近似為前提要件。又所謂「商標構成相同或近似者」，係指以具有普通知識經驗之一般商品購買人，於購買時施以普通所用之注意，就兩商標主要部分之外觀、觀念或讀音隔離觀察，有無引起混同誤認之虞以為斷。是以二商標在外觀、觀念或讀音上，其主要部分之文字、圖形或記號，有一近似，足以使一般相關消費者產生混淆誤認之虞者，即為近似之商標。

(二)本件原告於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類之「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、動物用藥品、獸用祛蟲殺蟲劑、貓狗用潔毛藥劑、動物用含藥性洗滌劑、寄生蟲驅除環、動物用殺菌劑、抗寄生蟲製劑包括犬心蟲藥片、動物用創傷敷料、獸用抗生素、狗用藥水、狗用洗淨藥劑、動物用消毒劑、醫用飼料添加劑、獸用殺腸蟲藥」商品，向被告申請註冊並獲核准，嗣訴外人美商聯合公司以系爭商標有違商標法第23條第1 項第12款之規定，對之提起異議，經被告審查後，認系爭商標確有違商標法第23條第1 項第12款之規定，乃於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，並經訴願決定駁回原告之訴願。查本件原告系爭商標主要係由二嬰兒上半身圖形及中文字「寶貝史奴比」所組合而成，其中嬰兒圖形部分因其用色及人物所佔比例偏大及厚重，筆劃亦不簡潔、精確等因素，因此乍然視之無法使人對其細節留存深刻印象。至其文字「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。而「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。雖原告宣稱其使用系爭毫無組合意義之「史奴比」三字，係因：**1.**原告公司之創辦人當年因欣賞布袋戲中主角「史豔文」之愛國愛家且充滿正義感之形象，故取其首字「史」字；**2.**又因與其夫人一同胼手胝足開創事業，夫人希望在商標中放入「奴」字，表示莫忘「奴家」；**3.**最後，因事業已創，為圖不居人後，因此使用「比」字用以自許無與倫比等理由云云。然查，原告所述上開各個理由彼此間並無任何組合之邏輯性，彼此間亦無任何關聯，合併後亦無法呈現任何組合上之價值與意義，與國人常以具有組合意義之文字命名之習慣不符，原告上開說詞，顯係臨訟杜撰，毫無足採。原告復以據以異議商標其廣告及商品之型錄多使用「史努比」、「SNOOPY及卡通圖」、「PEANUTS」，並非使用「史奴比」之中文三字，是二商標縱指定之商品有所相通，惟二商標於外觀之整體印象既有不同，自無使消費者產生混淆誤認產品之產製者之可能云云。惟查，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，是原告單純以「奴」、「努」二字之差，主張二者不同云云，亦屬無稽。

(三)原告復稱其自71年起即使用中文「史奴比」系列商標迄今已逾15年，且自71年起至96年間申請經核准註冊之商標甚多，並於報章雜誌上為許多廣告，可知其確有使用系爭「史奴比」系列商標之事實，且其使用系爭商標「史奴比」之時間，早於訴外人美商聯合公司使用據以異議商標之時間，二商標於多類商品上並存時間最長達25年以上，足見被告亦係認定二商標不構成近似，是其在「史奴比」中文名稱前再加上「寶貝」二字，與據以異議商標相較，更應不致構成近似云云。惟查，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。至原告主張系爭商標及中文「史奴比」係取自其71年間獲准註冊之商標，且與據以異議商標長期併存云云，姑

不論其所舉出之若干與本件商標圖形尚有差異，即認其所述為真，亦僅係另案是否妥適問題，尚難拘束本案之認定。又縱然原告系爭商標於加拿大、新加坡、法國、中國大陸均獲准註冊，亦因各國法制各異，事實認定基礎不同，尚難比附援引執為本件有利之論據。況本件據以異議商標既係依據查爾斯·舒茲所創設之角色而來，而此一角色存在於國際間之時間已達五十餘年，早於原告系爭商標甚至其他類似商標甚久，原告縱有其他註冊之事實，亦難謂無搶註之嫌，不能因此即認為原告系爭商標與據以異議商標不構成近似，或不致使消費者產生混淆誤認之虞。原告復提出其委請財團法人中華工商研究院製作之商標權市場調查研究報告書，用以證明系爭商標不致使相關消費者產生混淆誤認之虞云云。惟查，依上開研究報告，其中就第一題「當您在購買寵物用品時，看到乙圖樣，是否會讓您聯想到甲商標？」問題，有20.2%比例之受訪者為肯定之答覆（參研究報告第12頁），就第二題「您是否會認為甲商標與乙圖樣是同一家公司之商品？」問題，有13.2%比例之受訪者為肯定之答覆（參研究報告第13頁），原告以此主張大部分之受訪者均不致產生混淆誤認云云。惟查，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」，此不因其比例多寡而有不同，否則，倘依原告之主張，大部分之消費者均不致混淆誤認，即可認為系爭商標並無使消費者產生混淆誤認之虞，則對於確已產生混淆誤認情況之少數消費者，商標法是否仍有予以保護之必要，即有疑問！是原告所提上開證據資料，亦證原告系爭商標符合商標法上開規定之構成要件，而有不應准許其註冊之事由存在。而考量訴外人美商聯合公司長期以來多角化經營之情形，一般消費者極有可能誤認二商標之商品為同一來源，或者誤認二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，而產生混淆誤認情事，應認系爭商標確有商標法第23條第1項第12款規定之適用而不應准予註冊，至系爭商標是否另有違商標法第23條第1項第13、14款規定情形，已毋庸贅論矣。

六、綜上所述，系爭商標有無商標法第23條第1項第12款規定不得註冊之情形。被告之原處分依法並無不合，訴願決定予以維持，亦無違誤；原告徒執前詞，聲請撤銷原處分及訴願決定，為無理由，應予駁回。

七、本件事證已明，兩造其餘主張或答辯，已與本院判決結果無影響，爰毋庸一一論列，併此敘明。

據上論結，本件原告之訴為無理由，依智慧財產案件審理法第1條、行政訴訟法第98條第1項前段，判決如主文。

中 華 民 國 98 年 11 月 26 日
智慧財產法院第一庭

審判長法 官 李得灶
法 官 林欣蓉
法 官 汪漢卿

以上為正本係照原本作成。

如不服本判決，應於送達後20日內，向本院提出上訴狀並表明上訴理由，如於本判決宣示後送達前提起上訴者，應於判決送達後20日內補提上訴理由書（須按他造人數附繕本）。

中 華 民 國 98 年 11 月 26 日
 書記官 邱于婷