

99060302 有關「威秀中心及圖」商標申請註冊事件(商標法§230113)
(智慧財產法院 99 年度行商訴字第 2 號)

爭議標的：**混淆誤認與否應就各項因素綜合判斷**

系爭商標：威秀中心及圖（申請註冊號：098880040）

系爭商品/服務：藉由網際網路提供音樂欣賞下載之服務

據爭商標：註冊第 146055 號「威秀 KTV WE SHOW 及圖」商標

相關法條：商標法第 23 條第 1 項第 13 款

判決要旨

- 1.系爭商標之主要為彩色 V 型圖放射狀圖形（即取自威秀「VIE SHOW」首末字母「V」及「W」組合而成）；係利用色彩三顏色：紅、藍、綠作為基座，系爭商標圖樣中並無「KTV」外文字樣。據以核駁商標則為倒 U 字型之圓弧拱門狀圖形，以橘色調為主，加上淡黃色威秀字體，係以「威秀」二字上方加上小獅圖樣為其顯著特徵，圖樣中列有「KTV」外文字樣，據以核駁商標之英文譯音則為「WE SHOW」。故系爭商標與據以核駁商標，除有「威秀」2 字係屬相同外，其餘彼此設計、整體外觀、構圖、色彩、書寫字體，既有上述差異，而足以彰顯各自之特徵、構圖及意匠，經異時異地隔離觀察，相關消費者應可自二者之構圖、設計等圖樣，區辨兩商標之差異處，兩商標給予消費者之整體印象，其近似程度非高。
- 2.又本件原告申請系爭商標註冊時，業已使用系爭商標經營威秀影城多年，並於全省設立營業據點、透過各種促銷宣傳、舉辦活動等方式，以「威秀」二字作為行銷電影相關服務，業據其提出原證 9 至原證 36 之資料影本附卷為憑，足見原告以「華納威秀」、「華納威秀影城」作為行銷電影服務或商品，已具有相當識別性，得以作為與他人商品或服務相區別之依據。準此，則一般消費者聽聞系爭商標時，其所認知者乃該商標所表彰之商品其來源提供者，應為原告。是以，倘系爭商標指定使用於藉由網際網路提供音樂欣賞下載之服務，其向消費者表彰有關此類服務來源之提供者，一般消費者於認該服務來源為原告，並無誤認情形才是。

【判決摘錄】

一、事實

原告前於民國 97 年 7 月 23 日以「威秀中心及圖」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 41 類之藉由網際網路提供音樂欣賞下

載之服務，向被告經濟部智慧財產局申請註冊（下稱系爭商標，如附圖 1 所示）。經被告審查，認系爭商標與據以核駁之註冊第 146055 號「威秀 KTV WE SHOW 及圖」商標（下稱據以核駁商標，如附圖 2 所示）構成近似，且前者所指定使用之「藉由網際網路提供音樂欣賞下載之服務」與後者所指定之「提供伴唱機供顧客唱歌 KTV」服務亦屬類似服務，有致相關消費者混淆誤認之虞，應不准註冊，以 98 年 7 月 13 日商標核駁第 316368 號審定書為核駁之處分。原告不服，提起訴願，經遭駁回，遂向本院提起行政訴訟。

二、本案爭點

系爭商標與據以核駁商標是否構成相同或近似，有無造成相關消費者混淆誤認之虞，系爭商標之註冊有無違反商標法第 23 條第 1 項第 13 款之事由？

三、判決理由

- （一）系爭商標與據以核駁商標雖均係以威秀之文字及圖形為設計主體，惟經比較系爭商標與據以核駁商標，系爭商標之主要為彩色 V 型圖放射狀圖形（即取自威秀「VIE SHOW」首末字母「V」及「W」組合而成）；係利用色彩三顏色：紅、藍、綠作為基座，系爭商標圖樣中並無「KTV」外文字樣。據以核駁商標則為倒 U 字型之圓弧拱門狀圖形，以橘色調為主，加上淡黃色威秀字體，係以「威秀」二字上方加上小獅圖樣為其顯著特徵，圖樣中列有「KTV」外文字樣，據以核駁商標之英文譯音則為「WE SHOW」。故系爭商標與據以核駁商標，除有「威秀」2 字係屬相同外，其餘彼此設計、整體外觀、構圖、色彩、書寫字體，既有上述差異，而足以彰顯各自之特徵、構圖及意匠，經異時異地隔離觀察，相關消費者應可自二者之構圖、設計等圖樣，區辨兩商標之差異處，兩商標給予消費者之整體印象，其近似程度非高。
- （二）又兩造之商標固有相同之「威秀」2 字，被告辯稱該「威秀」2 字自較為引起消費者注意，並為消費者所認知具有識別服務來源作用之部分，因而核駁系爭商標之註冊申請云云。然按商標應足以使商品或服務之相關消費者認識其為表彰商品或服務之標誌，並得藉以與他人之商品或服務相區別，商標法第 5 條第 2 項定有明文。所謂表彰商品或服務之交易來源者，所指者乃商品或服務之生產商或提供者，性質上必為自然人或法人，而非商品之本身，商品或服務僅為供辨識之工具，而其背後之生產者或提供者始為所謂之「來源」。是以藉由商標之表彰，用以在相同或類似之商品中，區別某某商品或服務之生產者或提供者為何人。因此倘該商標足供消費者區別該商品或服務之來源為何人，即已符合上開規定，此不因指定使用之商品種類更換而有所不同，亦即只要該商標所欲指定使用之該種類商品或服務足以使消費者區別其生產者或提供者為何人即已足。本件原告申請系

爭商標註冊時，業已使用系爭商標經營威秀影城多年，並於全省設立營業據點、透過各種促銷宣傳、舉辦活動等方式，以「威秀」二字作為行銷電影相關服務，業據其提出原證 9 至原證 36 之資料影本附卷為憑，足見原告以「華納威秀」、「華納威秀影城」作為行銷電影服務或商品，已具有相當識別性，得以作為與他人商品或服務相區別之依據。準此，則一般消費者聽聞系爭商標時，其所認知者乃該商標所表彰之商品其來源提供者，應為原告。是以，倘系爭商標指定使用於藉由網際網路提供音樂欣賞下載之服務，其向消費者表彰有關此類服務來源之提供者，一般消費者於認該服務來源為原告，並無誤認情形才是。被告未斟酌系爭商標對相關消費者已具一定之知名度，遽以原告並未多角化經營於系爭商標指定使用之「藉由網際網路提供音樂欣賞下載之服務」，而審定兩造商標就「威秀」部分構成近似而有混淆誤認之虞，顯有所誤。蓋系爭商標既已具有一定之知名度，相關消費者即可分辨其與據以核駁商標係來自不同來源，而不會引起混淆誤認，系爭商標所具有供相關消費者區別服務來源之功能，並不會因為指定使用之商品或服務種類更換而有所不同，被告前開所辯，尚非可採。

- (三) 再者，系爭商標係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 41 類之藉由網際網路提供音樂欣賞下載之服務。據以核駁商標係指定使用於「提供伴唱機供顧客唱歌 KTV」服務。就二商標指定使用之服務相較，固屬類似服務，惟仍應考量其他混淆誤認等相關判斷因素，始得認定消費者是否有產生混淆誤認之虞，然訴願決定及原處分僅以兩商標圖樣中之圖形設計意匠相同，且指定使用之商品或服務類似，而未就兩商標圖樣之整體外觀、觀念、構圖意匠之近似程度高低暨其他混淆誤認相關因素如商標知名度、識別性之強弱加以考量，即認定兩商標有致相關消費者產生混淆誤認之虞，即有不當。

四、判決結果

原處分以系爭商標之註冊有違商標法第 23 條第 1 項第 13 款之規定，核駁系爭商標之註冊，於法未合，訴願決定未予糾正，亦有未洽，原告訴請將原處分及訴願決定一併撤銷，自無不合，應予准許。惟原告申請註冊之本件商標是否應予核准審定，尚有待被告機關重新審酌其是否違背其他法定要件而為決定，爰依行政訴訟法第 200 條第 4 款規定意旨，應命被告機關遵照本院判決之法律見解對原告作成處分，則原告聲明求為判決命被告機關應作成系爭商標核准審定之處分，並未達全部有理由之程度，是以原告該部分之請求，即難准許，應予駁回。

五、兩造商標

據爭商標



威秀中心

