

智慧財產法院 裁決書 -- 行政類

【裁決字號】 98,行商訴,180

【裁決日期】 981231

【裁決案由】 商標註冊

【裁決全文】

智慧財產法院行政判決

98年度行商訴字第180號
民國98年12月17日辯論終結

原 告 統盛國際股份有限公司

代 表 人 甲○○

訴訟代理人 卓忠三律師

陳玉民律師

被 告 經濟部智慧財產局

代 表 人 乙○○（局長）住同上

訴訟代理人 丙○○

上列當事人間因商標註冊事件，原告不服經濟部中華民國98年9月10日經訴字第09806117690 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

緣原告統盛國際股份有限公司前於民國97年8 月22日以「元氣豆」商標（如附圖一所示），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29類之「米漿、豆漿、豆奶、蜜豆奶」等商品，向被告申請註冊，經被告審查，認本件商標與據以核駁註冊第1219391號「元氣納豆」商標（下稱據以核駁商標，如附圖二所示）構成近似，復二者指定使用之商品間存有相當程度之類似關係，有致相關消費者混淆誤認之虞，應不准註冊，以98年6月26日商標核駁第0000000 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、原告之主張：

（一）本件商標與據以核駁商標並無使相關消費者產生混淆誤認之近似：

1. 據以核駁商標圖樣上之「納豆」，業經商標權人聲明不專用，是該商標之主要識別部分為「元氣」，而以「元氣」二字之組合作為商標圖樣或圖樣一部分者，在我國消費市場上已屬普通習見，並非創意性或識別性高之商標。此據原告查詢被告網站上「商標資料檢索服務」之結果發現，以「元氣」作為商標圖樣或圖樣一部分者，甚為普通習見。其中，圖樣中文「元氣」二字，檢索方式為「完全相同」者共有38筆；檢索方式為「字首相同」者，共有423筆，檢索方式為「讀音相同」者共有669筆，檢索方式為「字串相同」者共有651筆，檢索方式為「字尾相同」者共有149筆。由此即知「元氣」二字並非任何人所首創，其創意性甚低，識別性自較為薄弱，徒以單純「元氣」此一粗略概念，自難足以引導相關

商品購買人直接與單一特定商品來源相聯想，相關商品購買者於選購商品時，亦非單純以「元氣」部分作為其識別商品來源之依據。簡言之，據以核駁商標圖樣上之「元氣」二字識別力既不高，其區別商品來源之功能著實有限，受他人攀附之可能性亦不大，保護範圍自應該予以縮小，在其他商標圖樣與據以核駁商標相比較時，在近似性的判斷上，自然也須有比較嚴格的標準。

2. 本件「元氣の豆」商標、與據以核駁之「元氣納豆」商標，二者於「外觀」、「觀念」、「讀音」上，給予消費者之整體印象均不相同。蓋二者除所使用之字體有所不同外，前者之外觀顯然係由中、日文夾雜而成，後者則均為中文繁體字，是以相關消費者應可自其中日文區辨兩商標之差異處，其近似程度甚低。又前者日文「の」於中文的含意，通常解釋為「的」（介系詞），「元氣の豆」相較於「元氣納豆」，前者所指範圍自屬較廣，是二者於觀念上亦有不同，寓意並非相近，且日文「の」之發音為「・ろゝ」（短音），故「元氣の豆」與「元氣納豆」讀音亦顯不相同，連貫唱呼之際尚不致使人產生同一系列商標之聯想。亦即，整體而言，相關消費者對二標誌之形成核心印象之主要部分、異時異地隔離而為通體觀察，應可明顯區辨二者之差異，不致有所混淆。

3. 二造商標圖樣上之「元氣」二字明顯為市場上普遍習見習知之語詞，商標註冊實務上以「元氣」作為商標圖樣或圖樣一部份經核准註冊者，已所在多有，消費者實難僅以「元氣」部分而辨識商品來源，自需另行參酌其他中、外文文字及圖形間不同之特徵所產生之識別作用，始得以區別彼此商品。今二商標於「外觀」、「觀念」、「讀音」上，給予消費者之整體印象均不相同，足以令人清楚辨識，原處分及訴願決定不察，竟以本件商標與據以核駁商標均有寓目顯然且相同之中文「元氣」及「豆」為由，遽認二造商標構成近似，其對法律上「近似」概念之詮釋，顯然淪於主觀率斷，而屬理由不備及恣意裁量之違法處分。

(二) 本件商標指定使用之商品與據以核駁商標指定之商品，二者之原料、用途、功能尚有區隔，非必具有共同或關聯之處：

1. 本件商標指定使用之「米漿、豆漿、豆奶、蜜豆奶」等商品，與據以核駁商標指定使用之「納豆製成之飲料、運動飲料、不含酒精的果汁飲料、綜合果汁、果汁粉、果菜汁、蔬菜汁、蔬菜汁粉、纖維飲料、果蔬纖維飲料、無酒精飲料、果酸飲料、納豆製成汁粉狀沖泡飲料、綜合植物飲料、濃縮植物飲料、植物萃取飲料、植物精發酵飲料、冬蟲夏草茶、富植物纖維及蛋白質之飲料」等商品相較，前者是由米或豆類製成的飲品；後者則是由納豆製成的飲料或果汁飲料，二者之原料、用途、功能尚有區隔，非必具有共同或關聯之處。
2. 退步言之，商品類似之程度，僅係判斷有無混淆誤認之虞時參考因素之一，縱商品為同一或類似，然消費者對兩商標可資辨別之程度愈高，則其誤認兩商標為同一來源或存在授權或加盟關係之可能性即愈低。而本件商標與據以核駁商標之外觀、讀音及觀念既均不近似，以具有普通知識經驗之消費者，施以普通之注意，即可明顯區辨兩者之差異，自難僅因商品同一或類似，即認有混淆誤認之虞，故原處分於法實有

未合。

(三)原告檢索被告網站上「商標資料檢索服務」，其圖樣中文含有「元氣」及「豆」者，非僅有據以核駁商標之「元氣納豆」此一商標而已，尚有註冊第00000000號之「元氣豆」以及註冊第00000000號之「東永元氣豆」，且該二者之「類似組群」與據以核駁商標亦有重複之情（如0512、290101、301202、351902、300102），惟被告均准予註冊商標在案，相較之下，被告核駁本件商標註冊之申請，實亦有違行政程序法第6條之平等原則，而構成主觀恣意之違法。

(四)並聲明：**1.**訴願決定及原處分均撤銷；**2.**被告應為本件商標准予註冊之審定；**3.**訴訟費用由被告負擔。

三、被告之答辯：

(一)商標近似係指二商標予人之整體印象有其相近之處，若其標示在相同或類似的商品／服務上時，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會有所混淆而誤認二商品／服務來自同一來源或誤認不同來源之間有所關聯。商標近似之判斷得就二商標外觀、觀念及讀音為觀察。經核本件原告申請註冊之「元氣の豆」，與據以核駁註冊第1219391號「元氣納豆」商標相較，二者觀念極相彷彿，且皆有相同之「元氣」及「豆」，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會有所混淆而誤認二商品來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似之商標。

(二)其次，本件商標指定使用之「米漿、豆漿、豆奶、蜜豆奶」等商品，與據以核駁商標指定使用之「納豆製成之飲料、運動飲料、不含酒精的果汁飲料、綜合果汁、果汁粉、果菜汁、蔬菜汁、蔬菜汁粉、纖維飲料、果蔬纖維飲料、無酒精飲料、果酸飲料、納豆製成之粉狀沖泡飲料、綜合植物飲料、濃縮植物飲料、植物萃取飲料、植物精發酵飲料、冬蟲夏草茶、富穀類纖維及蛋白質之飲料」等商品相較，二者均屬常見並用以作為補充人體營養水分之飲料，其用途、功能大致相當，且常來自相同之產製業者，在用途、功能、產製者等因素上具有共同或關聯之處，兩造商標所指定使用之商品間存在相同或相當程度之類似關係。

(三)至原告所稱本件商標所指定使用之商品係米或豆類製成之飲品；而據以核駁商標則是由納豆製成的飲料或果汁飲料，二者之原料、用途、功能尚有區隔，非必具有共同或關聯之處一節，經查二者為類似商品已如前述，況該等類似案情之商標經本局核駁處分及異議、評定成立者不勝枚舉，如：核駁第278475號「鈣好喝」商標，指定使用於「牛奶、羊奶、調味乳．．．」等商品，而其據以核駁註冊第871009號「鈣好喝及圖」商標，則指定使用於「礦泉水、蒸餾水、運動飲料、鈣離子水」等商品；核駁第281559號「大草原」商標，指定使用於「牛乳、羊乳、調味乳．．．」等商品，而其據以核駁註冊第1027969號「牧草原」商標，則指定使用於「牧草汁、果菜汁、蔬菜汁．．．」等商品；核駁第285823號「阿猴城」商標，指定使用於「獸乳、調味乳、乳酸菌飲料．．．」等商品，而其據以核駁註冊第1045912號「阿猴及圖」商標，則指定使用於「椰子汁、椰子露、椰奶飲料、含椰果粒之飲料」等商品；核駁第287858號「新寶島」商標，指

定使用於「牛奶、牛乳、羊奶、調味乳．．．」等商品，而其據以核駁註冊第1055053 號「寶島」商標，則指定使用於「果汁、綜合果汁、芭樂果汁．．．」等商品；核駁第294696號「Kang Chan 康之泉及圖」商標，指定使用於「牛奶、羊乳、羊奶、調味乳．．．」等商品，而其據以核駁註冊第518515號「康泉」商標，則指定使用於「礦泉水、蒸餾水、汽水、果汁、運動飲料．．．」等商品；核駁第313669號「啤爾」商標，指定使用於「獸乳、乳水、乳酸菌飲料、米漿、豆漿．．．」等商品，而其據以核駁註冊第849301號「諾啤爾NOBEER」商標，則指定使用於「汽水、果汁汽水、碳酸水、蘇打水、礦泉水、蒸餾水、運動飲料．．．」等商品；核駁第314978號「統統多」商標，指定使用於「獸乳、調味乳、乳酸菌飲料、米漿．．．」等商品，而其據以核駁註冊第964513號「TOTAL-VIT 統統」商標，則指定使用於「汽水、果汁、礦泉水、可樂」等商品；中台評字第900416號，系爭註冊第947184號「vita-7」商標，指定使用於「牛奶、牛乳、羊奶、奶水．．．」等商品，而其據爭註冊第730250號「VITA」商標，則指定使用於「果菜汁、果汁、礦泉水、蒸餾水、汽水」等商品；中台評字第900417號，系爭註冊第947183號「vita-12」商標，指定使用於「牛奶、牛乳、羊奶、奶水．．．」等商品，而其據爭註冊第730250號「VITA」商標，則指定使用於「果菜汁、果汁、礦泉水、蒸餾水、汽水」等商品；中台評字第930201號，系爭註冊第986826號「健康密碼120」商標，指定使用於「汽水、果汁、礦泉水．．．」等商品，而其據爭註冊第951599號「健康密碼」商標，則指定使用於「牛奶、牛乳、咖啡牛乳」等商品；中台異字第931067號，系爭註冊第0000000 號「涼屋」商標，指定使用於「牛奶、乳酸菌飲料、豆漿」等商品，而其據爭註冊第1039445 及1049709 號等2 件「良屋及圖」商標，則分別指定使用於「茶葉飲料」及「電解水、蒸餾水、鈣離子水、汽水、果汁、礦泉水、綜合果汁」等商品；中台異字第941047號，系爭註冊第1156534 號「friesland foods 及圖」商標，指定使用於「脫脂牛乳、牛奶飲料（以牛奶為主）、乳酸飲料．．．」等商品，而其據爭註冊第877731號「菲仕蘭Freshland」商標，則指定使用於「汽水、果汁汽水、礦泉水．．．」等商品；中台異字第950009號，系爭註冊第0000000 號「每日骨本Ca+D3+鐵」商標，指定使用於「牛奶、乳酸飲料．．．」等商品，而其據爭註冊第904736號「每日C」商標及註冊第985640、1012324 號等2 件「每日」商標，則指定使用於「汽水、果汁汽水、碳酸水、罐裝烏龍茶飲料、茶料飲料、加奶咖啡飲料、巧克力製成之飲料．．．」等商品，均業經本局認定在案。

- (四)再者，原告所稱本局核准圖樣中含有「元氣」及「豆」者，尚有註冊第1103864號「元氣豆」及註冊第1112068號之「東永元氣豆」等商標一節，經查，該等商標固皆有相同之「元氣」及「豆」，惟註冊第1103864號「元氣豆」商標，其指定使用之「西藥、中藥、臨床試驗用製劑、營養補充品．．．」等商品，核與本件商標或據以核駁商標所指定之商品非屬相同或類似。又註冊第1112068號之「東永元氣豆」商標，固指定使用於相同或類似之「牛奶、豆漿、優酪乳、乳酸

菌飲料」等商品，惟其商標部分多加有該商標權人主要識別之「東永」2字，核其案情與本件不同，且屬另案及其是否妥適問題，基於商標個案審查拘束原則，尚不得執為本件亦應核准之論據。

(五)並聲明：**1.駁回原告之訴；2.訴訟費用由原告負擔。**

四、按「商標有下列情形之一者，不得註冊：十三、商標相同或近似於他人同一或類似商品或服務之註冊商標或申請在先之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。」，商標法第23條第1項第13款定有明文。所謂「有致相關消費者混淆誤認之虞者」，係指兩商標因相同或構成近似，致使相關消費者誤認為同一商標，或雖不致誤認兩商標為同一商標，但極有可能誤認兩商標之商品／服務為同一來源之系列商品／服務，或誤認兩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言。而判斷有無混淆誤認之虞，則應參考下列相關因素：**(1)商標識別性之強弱；(2)商標是否近似暨其近似之程度；(3)商品／服務是否類似暨其類似之程度；(4)先權利人多角化經營之情形；(5)實際混淆誤認之情事；(6)相關消費者對各商標熟悉之程度；(7)本件商標之申請人是否善意；(8)其他混淆誤認等相關因素之強弱程度、相互影響關係及各因素等綜合認定是否已達有致相關消費者產生混淆誤認之虞。**是本件爭點為：本件商標是否有商標法第23條第1項第13款規定不得註冊之情形？茲析述如下：

(一)本件商標圖樣係由未經設計之中、日文「元氣の豆」由左至右排列組成，據以核駁商標則係由中文「元氣納豆」所構成，其中「納豆」二字核屬其指定之「納豆製成之飲料」、「納豆製成之粉狀沖泡飲料」商品之說明性文字，而經被告核准予以不專用，然在與其他商標圖樣間判斷是否構成近似時，仍應將該聲明不專用部分列入商標整體比對，僅「納豆」二字之識別力較弱而已。查二造商標均有寓目顯然且相同之中文「元氣」及「豆」，其字體及排列順序相近，僅第三個字為「の」或「納」之差異，經異時異地隔離通體觀察，外觀極相彷彿，在交易連貫唱呼之際，讀音亦略有相近，且二造商標均係指定於飲料商品（詳如後述），而屬日常消費飲品，一般而言，消費者之注意程度較低，對二商標間些微差異之辨識能力較弱，是以二造商標倘係標示在相同或類似之商品或服務時，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會有混淆而誤認二商品或服務來自同一來源或誤認不同來源間有所關聯，應屬構成高度近似之商標。

(二)又本件商標指定使用之「米漿、豆漿、豆奶、蜜豆奶」等商品，與據以核駁商標指定使用之「納豆製成之飲料、運動飲料、不含酒精的果汁飲料、綜合果汁、果汁粉、果菜汁、蔬菜汁、蔬菜汁粉、纖維飲料、果蔬纖維飲料、無酒精飲料、果酸飲料、納豆製成之粉狀沖泡飲料、綜合植物飲料、濃縮植物飲料、植物萃取飲料、植物精發酵飲料、冬蟲夏草、富植物纖維及蛋白質之飲料」等商品相較，二者均屬飲料商品，而具有補充人體營養或水分之功能，其產製業者及消費對象具有共同或相關聯之處，依一般社會通念及市場交易習慣，極易使一般消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，二商標所指定使用之商品具有高度類似關係。

(三)原告雖主張二商標之「元氣」二字業經多數不同人使用為商標之一部分，故其識別性較弱，受他人攀附之可能性亦不大，保護範圍自應該予以縮小，在近似性的判斷上須較嚴格等語，經查，「元氣」二字確經多數不同人使用為商標之一部分而核准註冊在案，此有商標檢索資料附卷可按（見本院卷第28-33頁），是以該部分文字之識別性較為弱勢，從而於判斷是否有致混淆誤認之虞時，對商標近似程度之要求自應較高，惟本件二商標之近似程度甚高，已如前述，是以原告據此主張二造商標不近似而無混淆誤認之虞，即非可採。

(四)至被告雖曾核准註冊第01103864號之「元氣豆」及註冊第0112068號之「東永元氣豆」商標，惟查，註冊第1103864號「元氣豆」商標係指定使用於「西藥、中藥、臨床試驗用製劑、營養補充品．．．」等商品（見本院卷第34頁），核與系爭商標或據以核駁商標所指定之商品非屬相同或類似，至註冊第1112068號之「東永元氣豆」商標，雖係指定使用於相同或類似之「牛奶、豆漿、優酪乳、乳酸菌飲料」等商品，然該商標另標示中文之「東永」二字（見本院卷第35頁），足使消費者區別其商品來源，經核上述商標圖樣皆與本件商標圖樣尚有差異，案情不盡相同，尚不得比附援引，執為本件商標亦應核准註冊之論據。

(五)經衡酌據以核駁商標之識別性雖不高，然二造商標圖樣高度近似，並指定使用於高度類似之商品，且消費者對該類商品之注意程度較低，原告亦未提出任何證據佐證相關消費者對各商標之熟悉程度，是以具有普通知識經驗之相關消費者於消費時施以普通之注意，自易產生其商品係源自於同一提供者或雖不相同但有關聯之聯想，而致生混淆誤認之虞。

五、綜上所述，本件商標有商標法第23條第1 項第13款規定不得註冊之情形。被告所為本件商標註冊應予核駁之處分，於法並無不合，訴願決定予以維持，亦無違誤，原告徒執前詞，訴請撤銷訴願決定及原處分，核無理由，應予駁回。

六、兩造其餘攻擊防禦方法均與本件判決結果不生影響，故不逐一論述，併此敘明。

據上論結，本件原告之訴為無理由，爰依行政訴訟法第98條第1項前段，判決如主文。

中 華 民 國 98 年 12 月 31 日
 智慧財產法院第一庭
 審判長法 官 李得灶
 法 官 王俊雄
 法 官 林欣蓉

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 12 月 31 日
 書記官 周其祥