

有關「金門 KIN-MEN」、「金門」、「金門高粱酒 KINMEN KAOLIANG LIQUOR」商標侵權事件（商標法§29 II ①、§29 II ③、§61 I、§62②（智慧財產法院 100 年度民商訴字第 30 號民事判決）

爭議標的：「金門」一詞是否有商標法第 23 條第 1 項第 11 款及第 18 款規定，有使公眾誤認為商品產地之虞或為酒類地理標示等不得註冊事由？

系爭商品/服務：酒類商品

據爭商標：「金門 KIN-MEN」、「金門」、「金門高粱酒 KINMEN KAOLIANG LIQUOR」商標

註冊第 774758 號

註冊第 978354 號

註冊第 1139405 號

（下稱系爭商標一）

（下稱系爭商標二）

（下稱系爭商標三）



金門

金門高粱酒  
KINMEN KAOLIANG LIQUOR

相關法條：商標法第 29 條第 2 項第 1 款、第 61 條第 1 項、第 62 條第 2 款

### 判決要旨

1. 商標法第 23 條第 1 項第 11 款規定，商標有「使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞者」，不得註冊。本款要點旨在維護社會公平競爭之秩序，並避免一般消費者對標示該圖樣之商品性質、品質、產地等發生混淆誤認而購買。
2. 「相同或近似於我國或與我國有相互承認保護商標之國家或地區之酒類地理標示，而指定使用於酒類商品者」，不得註冊，現行商標法第 23 條第 1 項第 18 款有明文規定。此款係加強保護酒類地理標示，而配合 TRIPs 第 23 條第 2 項規定而制定，僅須相同或近似即可，不論是否有致使公眾誤認或誤信。所謂地理標示者，係指標示某商品來自於某地區，而該商品的特定質量、信譽或其他特性，主要係由該地區的自然因素或人文因素所決定的標識。地理標示或商標的區別在於，商標是使消費者區別產製者與產製者間的不同，而地理標示是讓消費者區別一個地區和另一個地區間產地所出產產品之不同。

### 【判決摘錄】

#### 一、本案事實

（一）原告主張：

1. 原告之註冊第 774758 號「金門 KIN-MEN」、第 978354 號「金門」、第 1139405 號「金門高粱酒 KINMENKAOLIANGLIQUOR」（高粱酒 KAOLIANGLIQUOR 不在專用之列）等商標。

2.原告所生產而標示系爭「金門」圖樣之各式酒類產品馳名中外，當年政府實施菸酒公賣制度之下，一般大眾不得私釀酒類商品及進行流通，乃消費者熟知之標示有「金門」圖樣之酒類商品，皆來自於原告所生產，在原告為設立生產前，「金門」僅為一地理名詞，不具特別之意義，經由原告不斷反覆大量使用，「金門」二字之於酒類商品，方具有相當顯著性，乃市場上一般消費者所普遍認識「金門」盛產高粱酒，其實際內涵應為原告之「金門酒廠」所釀製銷售之金門高粱酒，而非單純認為金門地區盛產著名之高梁酒，乃原告據此取得商標權；金門一地在原告設置酒廠，打開行銷之前，並無任何酒類商品產出，且政府遷台後實施菸酒公賣制度，一般人民不得私釀酒類商品流通，於金門地區除原告生產銷售「金門高粱酒」，別無他人可在金門地區生產酒類商品，乃金門地區並無眾多酒類生產之事實，要與現行商標法所定之酒類地理標示情況不同，亦非產地證明標章制度所欲規範者。

3. 被告所銷售之「38 度高粱酒」、「58 度高粱酒」，二者商品之瓶頸部分皆以長圓中間略曲出設計，瓶頸則以曲線展開整體瓶肚至瓶底，瓶身外觀與原告所生產之 38 度及 58 度高粱酒商品完全相同，其標籤則同以「38°」、「58°」居中明顯標示，兩側繪以圖式環繞標示高粱酒之商品名稱，其二者商品標籤，原告雖係以金龍繪製，被告商品則以不規則圖騰標示，惟二者仍極為近似，當足使一般消費者誤認混淆，網路上確實亦發現有誤認被告為原告所分出之討論，被告更直接以「[www.kinmenwine.com.tw](http://www.kinmenwine.com.tw)」作為公司之網域名稱，顯示被告於商品上使用「金門」二字，確實有造成混淆誤認之事實。被告襲用原告著名之系爭商標，即有減損系爭商標識別性及信譽，使消費者混淆誤認之虞，前經原告發函請求停止侵害，惟被告仍以其使用地名為由拒絕停止使用系爭商標名稱之文字，被告復使用系爭商標於其所生產銷售之商品，該等商品更易使消費者誤為原告所揀選或為原告所認可之商品，二者皆有使消費者有混淆誤認之虞，依商標法第 61 條第 2 項、第 29 條第 2 項第 1、3 款、第 62 條第 2 款之規定，為侵害商標權，有以訴訟請求除去之必要。

3.系爭商標並無違反商標法第 23 條第 1 項第 11 款之事由：

(1)系爭商標一為 86 年 9 月 1 日註冊，應適用 82 年 12 月 22 日修正公布之商標法，系爭商標二為 90 年 12 月 16 日註冊，應適用 86 年 5 月 7 日修正公布之商標法，惟二者間就申請時第 37 條第 1 項第 6 款之規定並無不同，乃二者商標併為說明。

(2)系爭商標註冊年限不同，然各該註冊版本之條文內容差異不大，乃依現行商標法論述亦無大異，惟應特別強調者，系爭商標一適用 82 年修正之商標法，其第 5 條第 2 項特別之規定，系爭商標一「金門 KIN-MEN」註冊當時，金門地區除原告生產銷售之「金門高粱酒」外，別無分號，是市場上一般消費者所普遍認識「金門高粱酒」，其實際內涵乃原告「金門酒廠所釀製、銷售之金門高粱酒」，系爭商標基於上開規定准予註冊，是屬有據。

4.系爭商標並無違反商標法第 23 條第 1 項第 18 款規定之事由：

(1)系爭商標三並無任何公告認定為酒類地理標示，且系爭「金門」商標早於 86 年即已註冊，亦不可能成為酒類地理標示。

(2)依現行商標識別性審查基準規定，本件系爭商標究屬描述性之地理名稱而不具有識別性，或屬任意性之地理名稱而具有識別性，應取決於系爭商標所指定使用之商品是否會使消費者就商品或服務與地理名稱有所聯想，並誤認為商品或服務之來源地或服務之提供地而定。被告所列之被證 2 網站所載之地理標示 Geographical Indications 內容係出自臺大農藝系種子研究室網站，為一民間網站非源自主管機關，不足以說明金門已成為酒類商品之地理標示，「金門」迄今並未經我國公告為酒類地理標示。系爭商標係分別指定使用於高粱酒及其他酒類商品，「金門」原來並未以產製酒類聞名，「金門高粱酒」更是原告設立後於金門產製高粱酒等酒類商品後始使聞名於世，此事實並經臺北高等行政法院 94 年訴字第 1482 號判決意旨肯認，顯見金門其地聞名者，係原告金門酒廠所釀製、銷售之「金門高粱酒」，並非指金門遍地均盛產高粱，是系爭「金門」系列商標指定使用於酒類商品上，消費者所聯想到的乃是原告所釀製、銷售之酒類產品，故顯屬任意性之地理名稱，具有識別性，系爭等商標不違反商標法之規定。再查，商標主管機關經濟部智慧財產局網站公告之「著名地方特色產業產地一覽表」之記載，我國經政府認定之著名地方特色產業產地中，「金門」地區之特色產業僅菜刀、貢糖、風獅爺、一條根、酒糟牛等項，並無高粱酒、酒類產品羅列在內，從而「金門」難認已具酒類地理標示之情。系爭商標三之申請註冊，自無違反現行商標法第 23 條第 1 項第 18 款規定。

(二)被告則抗辯以：

1.系爭商標有違反我國現行商標法第 23 條第 1 項第 11 款之規定，依法應不得註冊：

- (1)系爭商標圖樣中之「金門」，屬地理名詞，有使公眾誤認為商品產地之虞，實已違反商標法第 23 條第 1 項第 11 款之規定，依法不得註冊。
  - (2)原告於 86 年 9 月 1 日起陸續獲准此三件商標前，於市場所行銷之各年份特級高粱酒之產品上並未使用「金門」、「KINMEN」作為商標使用，而係於酒瓶標籤上標示「特級高粱酒」及「中華民國金門酒廠產品」字樣，故「金門」地理名詞，並非原告於取得系爭商標前，有長久使用或已成為原告營業上商品識別標章之情事，自不符合 82 年 12 月 22 日公布之商標法第 5 條第 2 項之規定。
- 2.系爭商標三已違反商標法第 23 條第 1 項第 18 款酒類地理標示不得註冊之規定：
- (1)按商標法第 23 條第 1 項第 18 款有關商標不得註冊之規定，係於 92 年 5 月 28 日增訂，故系爭商標三於 93 年 2 月 18 日申請時，顯已違反商標法第 23 條第 1 項第 18 款酒類地理標示不得註冊之規定，被告業已依法提起評定撤銷此商標。
  - (2)另系爭商標一及系爭商標二申請註冊時，雖因當時時空背景尚無商標法第 23 條第 1 項第 18 款之限制而准予註冊，惟現行商標法此款酒類地理標示之保護，係配合 TRIPS 第 23 條第 2 項規定，特別就「酒類」之「地理標示」予以明文保護，以排除有特定人將此「酒類地理標示」申請商標註冊，據為專用，藉以排除或阻礙同業之正常使用。
  - (3)按金門所產製之高粱酒其特殊風味在於花崗岩層地形而產生之特殊水質及地處廈門灣內潮濕多霧之氣候，孕育當地高粱酒的特殊風味，故高粱為金門的特產，依據〈金門學叢刊〉之「金門高粱酒鄉」一書記載，昔日金門民間私人釀酒風氣頗盛，總計金門昔日共有 18 家酒坊，嗣因 40 年秋天當年之行政公署一紙行政命令，將酒品收歸政府專賣，導致酒坊一夕間全部被迫關門停業。又 91 年 1 月 1 日我國取消菸酒專賣規定前，依當時時空背景，或有其特殊考量，惟在 91 年 1 月 1 日取消菸酒專賣規定後，任何人皆可依法在金門設廠產銷高粱酒，且金門目前已有原告、被告及「金門大順酒廠股份有限公司」、「金門浯江酒廠實業股份有限公司」、「金門皇家酒廠股份有限公司」、「酒鄉股份有限公司」、「兩宙實業股份有限公司」等 7 家酒廠，在金門地區從事高粱酒等酒類之製造銷售。被告亦依法在金門設廠生產高粱酒等商品，「金門」目前已為金門高粱酒之「酒類地理標示」，應屬無疑，我國商標法亦已在 92 年 5 月配合 TRIPS 規定進行修法，禁止任何人取得「酒類地理標示」之商標專用權，故「金門」之地理名稱，實不應為原告所獨佔為其專用之「商標」。
  - (4)金門地區現有 7 家酒廠，其他 6 家金門酒廠，為彰顯其生產之高粱酒等酒類商品為「金門」生產，而於其產品、包裝或文宣等交易過程中，自需使用「金門」、「KINMEN」作為其「產地」標示，倘若如本件僅

將「金門」、「KINMEN」賦予原告一人專用權，排除其他金門酒類同業使用「金門」、「KINMEN」作為其商品之「產地」標示或商品說明文字，勢將影響酒類市場之公平競爭，釀成其他競爭同業動輒得咎，隨時需面臨原告商標侵害之追訴，顯已違商標法「維護市場公平競爭，促進工商企業正常發展」之立法本旨。

## 二、本案爭點

「金門」是地理名詞，是否有商標法第 23 條第 1 項第 11 款及第 18 款，有使公眾誤認為商品產地之虞或為酒類地理標示等不得註冊事由？

## 三、判決理由

按當事人主張或抗辯智慧財產權有應撤銷、廢止之原因者，法院應就其主張或抗辯有無理由自為判斷，不適用民事訴訟法、行政訴訟法、商標法、專利法、植物品種及種苗法或其他法律有關停止訴訟程序之規定，智慧財產案件審理法第 16 條第 1 項定有明文。被告抗辯稱「金門」實屬地理名詞，有使公眾誤認為商品產地之虞，且為酒類地理標示，依商標法第 23 條第 1 項第 11 款、第 18 款，不得註冊為商標云云，原告則否認之。有鑑於系爭商標是否符合應撤銷之事由，為原告向被告主張侵害系爭商標權之前提要件，是本院首應探究系爭商標是否合法有效。又依民事訴訟法第 277 條前段之舉證責任分配原則，被告抗辯系爭商標有應撤銷之事由，自應就此有利於己之事實負舉證責任。經查：

- (一) 按 82 及 86 年商標法第 37 條第 1 項第 6 款、現行商標法第 23 條第 1 項第 11 款均規定，商標有「使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞者」，不得註冊。本款要點旨在維護社會公平競爭之秩序，並避免一般消費者對標示該圖樣之商品性質、品質、產地等發生混淆誤認而購買。查被告並未證明原告所生產標示系爭商標之高梁酒實際產地並非金門，是難認原告系爭商標有使公眾誤認誤信其商品之產地，被告遽論系爭商標有 82 及 86 年商標法第 37 條第 1 項第 6 款、現行商標法第 23 條第 1 項第 11 款之不得註冊原因，要嫌無據。
- (二) 被告雖又辯稱：原告於 86 年 9 月 1 日起陸續獲准此三件商標註冊前，於市場所行銷各年份特級高粱酒之商品上並未使用「金門」、「KINMEN」作為商標使用，而係於酒瓶標籤上標示「特級高粱酒」及「中華民國 金門酒廠產品」字樣，故「金門」、「KINMEN」為地理名稱，該描述性之地理名稱於原告申請註冊前，並無因原告長期使用而達後天之識別性，自不應因此取得商標註冊云云，並提出原告昔日特級高粱酒瓶身相片 2 幀為憑（本院卷第 145 頁）。惟觀諸該等相片，並未顯示其中該等高粱酒之產

銷日期，自不足證明原告於 86 年 9 月 1 日起陸續獲准此三件商標註冊前，於市場所行銷各年份特級高粱酒之商品上並未使用「金門」、「KINMEN」作為商標使用。況商標之使用，非侷限於標示在商品上，亦包括行銷時透過各種媒介足以使相關消費者認識其為商標者，而原告主張系爭商標一、二註冊當時，因政府實施菸酒公賣制度，金門地區除原告生產銷售之「金門高粱酒」外，別無分號，是市場上一般消費者所普遍認識「金門高粱酒」，其實際內涵乃原告「金門酒廠所釀製、銷售之金門高粱酒」等情，為被告所未爭執，且為公眾週知之歷史事實。綜上，被告實未能證明原告於 86 年 9 月 1 日起陸續獲准此三件商標註冊前，於市場所行銷各年份特級高粱酒之商品上並未使用「金門」、「KINMEN」作為商標使用，且至少系爭商標一、二註冊時，市場上消費者普遍認識原告所生產之高粱酒為「金門高粱酒」，是被告抗辯系爭商標不具後天識別性而不應註冊云云，尚非可採。

- (三) 再按「相同或近似於我國或與我國有相互承認保護商標之國家或地區之酒類地理標示，而指定使用於酒類商品者」，不得註冊，現行商標法第 23 條第 1 項第 18 款有明文規定。此款係加強保護酒類地理標示，而配合 TRIPs 第 23 條第 2 項規定而制定，僅須相同或近似即可，不論是否有致使公眾誤認或誤信。所謂地理標示者，係指標示某商品來自於某地區，而該商品的特定質量、信譽或其他特性，主要係由該地區的自然因素或人文因素所決定的標識。地理標示或商標的區別在於，商標是使消費者區別產製者與產製者間的不同，而地理標示是讓消費者區別一個地區和另一個地區間產地所出產產品之不同。查被告抗辯「金門高粱酒」為酒類地理標示乙節，僅提出網頁 1 紙為據（本院卷第 87 頁），惟一商品標示係商標或地理標示，在訴訟中乃由法院判斷事項，自不受他人見解之拘束。而針對原告主張：金門一地在原告設置酒廠，打開行銷之前，並無任何酒類商品產出，且政府遷台後實施菸酒公賣制度，一般人民不得私釀酒類商品流通，於金門地區除原告生產銷售「金門高粱酒」，別無他人可在金門地區生產酒類商品，是市場上一般消費者所普遍認識「金門高粱酒」，乃原告「金門酒廠」所釀製銷售之「金門高粱酒」，而非單純認為金門地區盛產著名之高粱酒等語，被告雖謂：昔日金門民間私人釀酒風氣頗盛，總計共有 18 家酒坊，金門本身因為地質、氣候因素自來就以生產高粱酒著名云云，並引「金門高粱酒鄉」一書節本為據（本院卷第 177-179 頁），惟觀諸該書節本內容，至多僅能證明昔日金門民間私人釀酒風氣頗盛，酒坊眾多，但未能證明金門本身因為地質、氣候因素自來就以生產高粱酒著名之

事實，甚至節本內記載「當時釀造的酒以番薯（地瓜）酒為大宗，因為番薯是金門的主要雜糧作物」。從而，被告未能舉證證明「金門高粱酒」於系爭商標註冊前為顯示該酒類有特定品質、聲譽或地方特性之地理標示，系爭商標並無現行商標法第 23 條第 1 項第 18 款不得註冊之事由。

#### **四、判決結果**

被告不得使用相同或近似於註冊第七七四七五八號「金門 KIN-MEN」、第九七八三五四號「金門」及第一一三九四〇五號「金門高粱酒 KINMEN KAOLIANG LIQUOR」等圖樣之商標於酒類商品及酒類服務。

被告應停止使用「[www.kinmenwine.com.tw](http://www.kinmenwine.com.tw)」為公司網域名稱。  
訴訟費用由被告負擔。