

## 「公園號」商標申請註冊事件(商標法§230113) ([智慧財產法院 101 年度行商訴字第 9 號行政判決](#))

爭議標的：混淆誤認之虞判斷因素

系爭商標：公園號（申請第 099014619 號）

系爭商品：第 32 類：烏梅濃汁、酸梅湯、檸檬汁、梅子汁等

相關法條：商標法第 23 條第 1 項第 13 款

### 判決要旨

按行政行為，非有正當理由，不得為差別待遇，行政程序法第 6 條定有明文。相同事物性質應為相同之處理，非有正當理由，自不得為差別待遇。故行政機關非有正當理由，作成行政行為時，對行為所規制之對象，不得為差別待遇，此稱行政自我拘束原則。申言之，被告作成商標之行政處分後，亦與相對人相同，應受該行政處分之拘束，倘無正當理由，自應保障人民在法律上地位之實質平等。查註冊第 871008 號「公園號」商標(他人註冊之商標)與據以核駁商標在市場上已併存經年，系爭申請註冊商標之圖樣與指定商品，均屬相同或類似，是被告審查系爭申請商標註冊案，應基於個案之本質，而為合理之相同之處分，始不違平等原則。準此，被告既核准註冊第 871008 號「公園號」商標登記在前，亦未作成撤銷或廢止該商標之行政處分，故倘無正當理由，自不得對相同之系爭申請註冊商標案，而為差別待遇。

### 【判決摘錄】

#### 一、本案事實

原告前於民國 99 年 4 月 1 日以「公園號」商標(下稱系爭申請註冊商標)，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 32 類之果汁、汽水、礦泉水、蒸餾水、運動飲料、果菜汁、不含酒精水果飲料、烏梅濃汁、酸梅湯、檸檬汁、梅子汁、包裝飲用水、清涼飲料、不含酒精之飲料、不含酒精濃縮果汁、含醋飲料、水果飲料包、冬瓜茶、蔬菜汁等商品，向被告申請註冊。經被告審查結果，認系爭申請註冊商標違反商標法第 23 條第 1 項第 13 款，依商標法第 24 條第 1 項規定不得註冊，以 100 年 8 月 30 日商標核駁第 0332621 號審定書為核駁之處分。原告不服原處分，提起訴願，經濟部以 100 年 12 月 1 日經訴字第 10006106440 號訴願決定駁回之，原告不服而向本院提起行政訴訟。

#### 二、本案爭點

- (一)以與他商標相同之「公園號」商標申請註冊，得否引據該他商標與據駁「公園 THE PARK 及圖」商標並存市場之事實，作為無混淆誤認之虞之判斷依據？
- (二)同時存在「近似商標」、「類似商品/服務」之混淆誤認之虞因素時，如何

綜合判斷不構成混淆誤認？

(三)申請人不同，時空環境有異，商標個案審查是否有違反平等原則？

### 三、判決理由

按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，不得註冊，商標法第 23 條第 1 項第 13 款定有明文。職是，本院判斷系爭申請註冊商標與據以核駁商標間有無混淆誤認之虞，茲參考相關因素如後：

(一)商標識別性之強弱：

系爭申請註冊商標與據以核駁商標均有中文「公園」圖樣，「公園」兩字為一般社會大眾所熟悉，倘使用在與公園無關之特定商品或服務而作為商標使用，因未具描述或暗示商品、服務本身之性質，其屬隨意性之商標，故其識別性較強。查系爭申請註冊商標與據以核駁商標間之圖樣，均有相同之中文「公園」圖樣，並指定使用於相同或類似之飲料商品或服務，故易使相關消費者產生混淆誤認。

(二)商標是否近似及其近似之程度：

1. 系爭申請註冊商標「公園號」與據以核駁商標「公園與圖」，兩者商標相較，兩者實質意義均與公園有關，故構成觀念相似，且均有相同之主要識別部分「公園」中文，僅有部分文字與圖形之區別，其中系爭申請註冊商標之「號」字，係表示商店名號之意，其識別性較薄弱，而據以核駁商標之「PARK」英文及「地上長一棵大樹與擺一個杯子」圖圖形，均與公園有關，該識別性甚低，以具有普通知識經驗之相關消費者，在購買時施以普通之注意，可能會有所誤認或混淆。
2. 公園予人之印象為運動與休閒之公眾場所，倘加上「號」字，則有多種涵義，難謂使一般人直接與商號、店家為相同聯想，故無法由綠地轉換為商店之意。縱使系爭申請註冊「公園號」與據以核駁商標「公園」，兩者連續讀音或重音有異，然對相關消費者而言，所關注之焦點均為公園之觀念，並非兩者間之讀音或重音是否有異。準此，原告雖主張系爭申請註冊商標與據以核駁商標，兩者容易區辨，並無致相關消費者有混淆誤認之虞，顯非近似之商標云云，然非可信。

(三)商品或服務是否類似及其類似之程度：

1. 系爭申請註冊商標指定使用在果汁、汽水、礦泉水等商品。而據以核駁商標指定在冷熱飲料店之服務。相較兩者所指定之商品與服務，依照一般社會交易現況，冷熱飲料店經營外送或外帶，為其習見之交易行為，是兩者從事者均為與飲料有關，行銷管道與場所有關聯性，而商品產製與服務提供者具共同性，且交易對象有重疊處。

2. 混淆誤認之類型有二：(1)誤認商品或服務係同一來源；(2)誤認同一來源之系列商品或服務。故相關消費者不僅會對類似商品或服務有誤認或混淆，商品與服務之間亦有可能構成類似，服務標章所表彰之營業，倘為供應特定商品之服務，而該商品與他人商標指定使用之商品相同或類似者，得認定為類似，是就類似商品與服務間，亦會致誤認或混淆。查系爭申請註冊商標指定使用在冷熱飲料商品，而據以核駁商標指定在冷熱飲料店，兩者標示成立近似商標，依一般社會通念及市場交易情形，可知冷熱飲料店有提供相關消費者冷熱飲料服務或商品，如同咖啡店提供咖啡服務或商品。準此，系爭申請註冊商標與據以核駁商標，易使相關服務消費者誤認兩者為來自相同或雖不相同而有關聯之來源，兩者商品與服務間應存在類似關係。

(四) 行銷方式與行銷場所：

1. 系爭申請註冊商標所指定使用在果汁、汽水等商品。均得於據以核駁商標所指定使用在冷熱飲料店、冰果店等餐飲服務場所取得。
2. 本院參諸系爭申請註冊商標指定使用之商品可於據以核駁商標所指定之服務處所取得，足認兩商標指定之商品或服務，相關消費者均得於相同或類似場所取得，其行銷管道重疊性甚高，故相關消費者同時接觸之機會較大，引起混淆誤認之可能性較高。況據以核駁商標於 88 年間取得商標註冊使用，迄今已逾 13 年，倘標示相同或近似之商標，依一般社會通念及市場交易情形，易使相關消費者產生混淆誤認之虞。

(五) 相關消費者對商標熟悉之程度：

1. 原告主張其自 40、50 年間起，在臺北市之新公園旁設立攤商，以販售酸梅湯為主要商品，因位於新公園旁，故稱「公園號」。嗣臺北市於 60 年間整頓市容，故搬入臺北市○○路 2 號之現址後，並以「公園號」為名，設立營利事業登記，同時使用「公園號」於店面招牌，並持續營業迄今。而「公園號」所販賣之酸梅湯，迭經名人朱學恆、蘇貞昌推薦，並為電視美食節目美鳳有約、東森新聞及平面媒體、雜誌所報導，日本媒體亦聞名予以報導。在搜尋引擎網站 Google、蕃薯藤輸入「公園號」三字進行搜尋，出現之相關文章及報導均為「公園號酸梅湯」，且資料達上百筆。臺北市文獻委員會嗣於 100 年 12 月 3 日在剝皮寮舉辦「臺北市百家老商號特展」，「公園號酸梅湯」為展覽商家之列等事實。業具原告提出營利事業登記證、朱學恆之阿宅萬事通事務所臉書貼文、聯合報網路新聞報導、Google 搜尋網頁、自由時報報導等件，附卷可證。
2. 本院參諸上揭之事證可知，原告長期使用系爭申請註冊商標「公園號」販

售酸梅湯商品，迭經電視、平面媒體及網站報導與登載，並經名人推薦在案，暨列於臺北市文獻委員會在剝皮寮舉辦臺北市百家老商號特展之展覽商家，可知系爭申請註冊商標業因原告與其家族長期使用 50 年，已廣為相關消費者所熟知，成為相關消費者識別原告所提供商品之重要標示，其具相當商標識別性，並得藉以與據以核駁商標相區別。

3. 商標法施行細則之商品或服務分類，係為申請註冊時，行政上之便利規定，其與商品或服務是否類似，不盡一致，要非絕對受其拘束。故不得以二以上商品或服務屬於相同之分類，而當然認定其為類似商品或服務，亦不得以二以上商品或服務屬於不同之分類，而當然認定其不是類似商品或服務（參照最高行政法院 92 年度判字第 610 號判決）。被告雖抗辯稱前註冊第 871008 號「公園號」商標與據以核駁商標均於 88 年取得註冊，當時汽水、果汁等商品與「冷熱飲料店」服務，並非類似關係，嗣於 95 年 8 月間因考量「冷熱飲料店」服務之目的，在於提供汽水、果汁等飲料商品之銷售，故作類似之相互檢索關係云云。然查前註冊第 871008 號「公園號」商標指定使用在冷熱飲料商品，此有原告提出商標資料檢索服務可證，其與據以核駁商標指定在冷熱飲料店，兩者依一般社會通念及市場交易情形，冷熱飲料店有提供冷熱飲料商品或服務，故兩者之商品與服務成立類似關係。揆諸前揭說明，被告抗辯稱兩者商品或服務分類不同，非屬類似商品或服務云云，其屬形式化之區分，即非可採。準此，可知被告分別於 88 年 10 月、12 月間，先後核准前註冊第 871008 號商標與據以核駁商標，使兩者近似商標併存至 98 年 9 月 30 日止，期間長達 10 年等事實，足堪認定。
4. 註冊第 871008 號「公園號」商標，原由利朋公司前於 87 年間先行申請註冊登記，該商標期限至 99 年 9 月 30 日屆滿，故註冊第 871008 號「公園號」商標與據以核駁商標在市場上已併存經年。參諸原告與其家族長久使用「公園號」商標在「酸梅湯」商品，經報章雜誌及網路廣為報導宣傳，已為相關消費者所認識，具有相當知名度，相關消費者已可輕易區別辨識系爭申請註冊商標與據以核駁商標者間之差異，而不致對系爭申請註冊商標所表彰之商品來源或產製主體發生混淆誤認之虞。況系爭申請註冊商標相較於據以核駁商標，其在市場處於較強勢地位或擁有著名商譽，足認相關消費者對系爭申請註冊商標較為熟悉，益徵系爭申請註冊商標應受保護。
5. 按行政行為，非有正當理由，不得為差別待遇，行政程序法第 6 條定有明文。相同事物性質應為相同之處理，非有正當理由，自不得為差別待遇。

故行政機關非有正當理由，作成行政行為時，對行為所規制之對象，不得為差別待遇，此稱行政自我拘束原則。申言之，被告作成商標之行政處分後，亦與相對人相同，應受該行政處分之拘束，倘無正當理由，自應保障人民在法律上地位之實質平等。查註冊第 871008 號「公園號」商標與據以核駁商標在市場上已併存經年，系爭申請註冊商標之圖樣與指定商品，均屬相同或類似，是被告審查系爭申請商標註冊案，應基於個案之本質，而為合理之相同之處分，始不違平等原則。準此，被告既核准註冊第 871008 號「公園號」商標登記在前，亦未作成撤銷或廢止該商標之行政處分，故倘無正當理由，自不得對相同之系爭申請註冊商標案，而為差別待遇。

(六) 商標之申請人是否善意：

查註冊第 871008 號「公園號」商標，因屆商標權期間而未延展註冊，致商標權消滅，原告立即於 100 年 4 月 1 日申請註冊本案「公園號」商標，使其商品標識與註冊商標相符，顯無引起相關消費者混淆誤認其來源之意圖，自屬善意使用甚明。

#### 四、判決結果

- (一) 訴願決定與原處分漏未審酌其餘混淆誤認因素，遽認系爭申請註冊商標有使相關消費者混淆誤認之虞，是原告據此請求撤銷訴願決定及原處分，為有理由，應予准許。
- (二) 本件事證未臻明確，有待發回審查，俟被告依本院上揭之法律見解，再為審查裁量，本院不得遽予為之。準此，原告請求被告應就系爭商標註冊申請案作成准予註冊之審定部分，為無理由，應予駁回。

#### 五、兩造商標

系爭商標

公園號

據爭商標



前案註冊商標

(未延展消滅)

公園號