

101100303「青啤」商標評定事件(修正前商標法§230102) ([智慧財產法院 101 年度行商訴字第 33 號行政判決](#))

爭議標的：「青啤」指定使用於啤酒等商品是否為商品本身之說明文字

系爭商標：「青啤」商標（註冊第 1366545 號）

系爭商品/服務：第 32 類之「啤酒、黑啤酒、生啤酒、淡啤酒、薑汁淡啤酒、麥酒、麥芽啤酒、製啤酒用麥芽汁」等商品，

據爭商標：

相關法條：修正前商標法第 23 條第 1 項第 13 款

判決要旨

商標權基於屬地主義原則，深具地域性，在一國註冊取得之商標權，除著名商標或標章外，原則上在該國領域內享有專用權而不擴及域外，故於判斷商標是否「表示商品或服務之形狀、品質、功用或其他說明者」，自應將其註冊地區相關之直接明顯方言、文化列為觀察要素之一（最高行政法院 99 年度判字第 560 號判決要旨參照）。

【判決摘錄】

一、本案事實

原告前於民國 97 年 9 月 15 日以「青啤」商標，指定使用商標法施行細則第 13 條所定修正前商品及服務分類表第 32 類之「啤酒、黑啤酒、生啤酒、淡啤酒、薑汁淡啤酒、麥酒、麥芽啤酒、製啤酒用麥芽汁」等商品，向被告申請註冊，經其核准列為註冊第 1366545 號商標（下稱系爭商標）。嗣參加人臺灣菸酒股份有限公司以系爭商標之註冊違反修正前商標法第 23 條第 1 項第 2 款之規定，對之申請評定。案經被告審查，以 100 年 9 月 29 日中台評字第 H00990377 號商標評定書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分。原告不服，提起訴願，經經濟部 101 年 2 月 8 日經訴字第 10106100770 號決定駁回，遂向本院提起行政訴訟。

二、本案爭點

「青啤」指定使用於啤酒等商品是否為商品本身之說明文字？

三、判決理由

- (一)所謂「描述性商標」(descriptive marks)或說明性商標，係指用於直接描述商品或服務之性質、功能、品質、用途或其他特點者，因欠缺識別性，原則上不得作為商標，惟如因經長期反覆使用，消費者對之已經產生商品或服務之聯想，而產生第2層意義具識別性者(non-inherently distinctive marks)，則例外承認其具商標屬性，可得申請註冊。又所謂「商品之說明」者，係指商標之文字、圖形、記號、顏色組合或其聯合式等，依社會一般通念，為商品本身之說明或與商品本身之說明有密切直接明顯關聯者而言。又基於表彰商品或服務之目的將商標使用於商品或服務，即為商標法上所謂之商標使用。而商標權基於屬地主義原則，深具地域性，在一國註冊取得之商標權，除著名商標或標章外，原則上在該國領域內享有專用權而不擴及域外，故於判斷商標是否「表示商品或服務之形狀、品質、功用或其他說明者」，自應將其註冊地區相關之直接明顯方言、文化列為觀察要素之一（最高行政法院99年度判字第560號判決要旨參照）。
- (二)查本件系爭商標係由中文「青啤」2字左右排列構成，其中「青」字之臺語發音為「ㄑ一ㄟ」，係「生」或新鮮之意，而「青啤」以臺語發音即為「生啤酒」之意，而業界又慣於對未經發酵之啤酒，以「生啤酒」稱之及標示，藉以與經發酵之啤酒為區分，原告以之作為系爭商標圖樣，指定使用於「生啤酒、淡啤酒、啤酒...」等商品，依臺灣地區之一般社會通念觀察，實係商品本身之說明，具商品描述之性質，自難謂系爭商標「青啤」在臺灣地區非商品本身之描述與說明，而有92年5月28日修正公布商標法第23條第1項第2款之適用，應不准註冊。
- (三)原告雖主張臺灣為多元化之社會，使用中文為第一語言，兼容並蓄包含有客家語、英語及原住民語言之使用，系爭商標之「青啤」2字，其中「青」字為顏色之形容詞，上古指藍色，後來指深綠色，「青啤」並非用以形容未經發酵之生啤酒等語，惟查，我國國民最普遍使用之語言雖為國語（即國際上所稱的「華語」），惟臺語（即臺灣閩南語）係我國使用最普遍的方言，僅次於國語的使用率，是就本件而言，在商標權屬地主義原則下，有關係爭商標在我國一般消費者普遍係使用臺語作為方言之情形下，針對「青」之發音及表徵之含意即應列入衡酌，據此，原告之主張顯係忽略商標權註冊屬地主義之直接明顯地域性「方言」發音因素，容有所偏，未具客觀性，自無可取。
- (四)至原告另主張其為大陸地區「青島啤酒」之臺灣區總代理，其位於屏東縣內埔鄉的青島啤酒龍泉啤酒廠，更是「青島啤酒」在臺灣的生產工廠，並已於92年取得大陸地區青島啤酒股份有限公司授權使用註冊第1042412號「青島啤酒 TSINGTAO 及圖」商標，且青島啤酒集團亦於大陸地區早在89年2

月 14 日即於「啤酒、無酒精果汁」等商品申准註冊第 1364277、3583496 號「青啤」等商標，經廣泛行銷使用，為大陸官方認定之馳名商標，且以兩岸人民間往來如此頻繁之資訊，著名之「青啤」商標透過社會交流亦早已為臺灣民眾所知悉，並有報章媒體、網路報導及青島啤酒集團於大陸地區註冊之「青啤」商標資料足證，主張系爭商標已具識別性等語。然查，第三人固在大陸地區獲得「青啤」商標之註冊，惟依上揭商標權屬地主義原則，該商標既僅在大陸地區獲准註冊，因有其地理（山東省青島市）及歷史背景（在 1903 年時德國商人在青島創建）之考量，難有考量臺灣地區特有方言文化之特色，況著名商標之認定係以國內消費者是否得普遍認知該商標之存在為準，且欲主張商標為著名，亦以其所檢送該商標於我國實際使用之相關證據為準，是以於大陸地區經認定為馳名商標者於我國未必為著名商標，仍應視其所提出於我國實際使用商標之證據為斷，自難以要求本件系爭商標在我國地域應比附援引，認其在臺灣地區之商品識別性必然與大陸地區相同。至原告所提出之報章媒體及網路報導固出現有「青啤」之文字，然其所指述之對象多係原告公司或大陸青島啤酒股份有限公司、「青啤集團」，而第三人亦多以「青島啤酒」稱呼原告製售之產品，原告亦多係以「青島啤酒」作為行銷啤酒商品之標識，是依原告所呈之報章媒體及網路報導尚不足認系爭商標之中文「青啤」，可資作為表彰其商品識別標誌之來源，而為相關消費者所知悉，故而系爭商標指定使用之商品因包括「生啤酒」等在內，將使一般消費者誤認「青啤」即為「生啤酒」之意，而屬商品描述之性質，洵堪認定。

四、判決結果

系爭商標有 92 年 5 月 28 日修正公布商標法第 23 條第 1 項第 2 款規定不得註冊之情形。被告所為系爭商標註冊應予撤銷之處分，於法並無不合，訴願決定予以維持，亦無違誤，原告無理由，應予駁回。

五、兩造商標

系爭商標

據爭商標

青啤