

智慧財產法院 101 年度行商訴字第 33 號行政判決

原 告 臺灣青啤股份有限公司

代 表 人 葉豐榮

訴訟代理人 劉法正律師

楊祺雄律師（兼送達代收人）

複 代 理 人 余惠如律師

被 告 經濟部智慧財產局

代 表 人 王美花（局長）住同上

訴訟代理人 林雅淳

李澤艷

參 加 人 臺灣菸酒股份有限公司

代 表 人 徐安旋

訴訟代理人 俞昌瑋律師

上列當事人間因商標評定事件，原告不服經濟部中華民國 101 年 2 月 8 日經訴字第 10106100770 號訴願決定，提起行政訴訟，並經本院命參加人獨立參加被告之訴訟，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，權利期間：98 年 6 月 16 日至 108 年 6 月 15 日）。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。本院因認本件訴訟之結果，倘認訴願決定及原處分應予撤銷，參加人之權利或法律上利益將受損害，乃依行政訴訟法第 42 條第 1 項規定，依職權裁定命參加人獨立參加本件被告之訴訟。

二、原告之主張：

（一）系爭商標無違修正前商標法第 23 條第 1 項第 2 款之規定，原處分與訴願決定顯有違誤：1. 原告為大陸「青島啤酒」之臺灣區總代理，系爭商標中文「青啤」即係取自「青島啤酒」之簡稱；且在報章媒體、網路報導等，亦常常習慣以「青啤」稱呼「青島啤酒」，原告復於屏東龍泉地區斥資新台幣（下同）數十億元設立青島啤酒龍泉啤酒廠，並開放為觀光酒廠供民眾參觀，透過報

章媒體長期廣泛之報導，使「青啤」二字具有一定之知名程度及辨識度，自具有區別他我商品之功能：

- (1)原告「臺灣青啤股份有限公司」係於 89 年由臺灣三洋維士比集團所創設，為大陸地區著名之「青島啤酒」臺灣區總代理。而原告位於屏東縣內埔鄉的青島啤酒龍泉啤酒廠，更是「青島啤酒」在臺灣唯一的生產工廠，94 年原告並順利取得大陸青島啤酒股份有限公司授權使用註冊第 1042412 號「青島啤酒 TSING TAO 及圖」商標，業已辦妥授權登記。至於系爭商標圖樣上之「青啤」二字則為「青島啤酒」之簡稱，青島啤酒集團於大陸地區早在 89 年 2 月 14 日即於啤酒、無酒精果汁等商品申請註冊第 1364277、3583496 號「青啤」商標；另尚有註冊第 1798422 號「青啤礦泉水」商標、註冊第 1351752 號「青啤泉」商標、註冊第 1351753 號「青啤源」商標、註冊第 1351754 號「青啤緣」商標、註冊第 3151326 號「青啤山泉」商標、註冊第 1583508 號「青啤王子」商標、註冊第 3325998 號「青啤百年」商標等一系列之「青啤」商標獲准在案，而在報章媒體、網路報導等，亦常常習慣以「青啤」稱呼原告製售之產品或服務。依相關報章媒體資料顯示實際上至遲自 92 年起，「青啤」早已被原告及所屬企業集團在臺灣作為商標使用，報章媒體亦因此以「青啤」將原告產製之啤酒等產品或服務相連結，「青啤」非但本質上並非產品或服務說明性文字，更因原告企業集團之知名度及大力推廣而具有高度識別性。至於在國際間「青啤」商標緣起於大陸青島啤酒集團，「青啤」商標表彰之產品已有百年歷史，「百年青啤」之美名常在坊間流傳，「青啤」商標以往長久之經營在未引進臺灣或者申請註冊系爭商標前即已是具有高知名度國際品牌，更是經中國大陸官方認定之「馳名商標」。
- (2)政府開放兩岸交流以來，兩岸往來互動日益頻繁，至 100 年 12 月止，臺灣地區人民前往大陸地區之人次累計達 4,471,609 人次，大陸地區人民入境臺灣地區人次累計更高達 6,480,400 人次，即使依系爭商標 97 年 9 月 15 日申請註冊前之資料為準，97 年 8 月底之前臺灣地區人民前往大陸地區之人次亦高達 4,453,143 人次，而大陸地區人民入境臺灣地區人次累計更高達 2,015,664 人次。姑不論臺灣因經濟水準提高，赴世界各地旅遊之風氣早已盛行，即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。被告暨訴願決定機關未考量「青啤」商標已為國際間著名之商標，亦未審酌兩岸間往來互動日益頻繁之背景，逕行認定「青啤」如以台語發音即為「生啤酒」之意，而為商品說明性文字云云，實有悖於國際認知及兩岸人民交流現況，更低估臺灣民眾之認知理解能力，實應予廢棄。
- (3)由上述證據資料可證，「青啤」明顯乃「青島啤酒」之簡稱，更是大陸青島啤酒集團專用於啤酒商品之標誌，原告以系爭商標申請註冊，有其創設沿革與一貫性。再者，原告於屏東龍泉地區已斥資 30 億元設立青島啤酒龍泉酒廠，同時開放為觀光酒廠供民眾參觀而聲名大噪，復又透過報章媒體之報導

及相關消費大眾之口耳相傳，縱然原告未將「青啤」廣泛使用於啤酒商品上，「青啤」二字仍具有極高之知名度與辨識度，更有具體表彰商品來源及商品品質之功能。而原告既為青島啤酒（青啤）臺灣區總代理，且原告之青島啤酒龍泉酒廠業已相當著名，「青啤」復為原告公司之特取名稱之一部分，社會大眾亦慣以「青啤」稱呼「青島啤酒」，顯然具有區辨他我之功能，相關消費者對原告之「青啤」商標更已相當熟悉，於消費時當能清楚辨識「青啤」啤酒商品係源自於原告或與大陸青島啤酒集團產生直接之聯想。

2. 相關消費大眾明顯一望即知「青啤」為原告商品之識別標識，其顯然具有表彰單一產製來源之商標識別性，顯非商品本身之說明文字：

(1) 臺北高等行政法院前於 95 年度訴字第 03437 號判決中業已明白揭示：「…本件商標之『台青』二字，為原告公司特取名稱『臺灣青啤』之簡稱；『台青』之『青』字，台語固有『生、新鮮』之意，但與『生啤酒』究有極大差異；況『生啤酒』亦非僅『臺灣菸酒股份有限公司』所生產…」，被告及訴願決定機關仍謂「青」字在台語讀音有「新鮮」或「生」之意，而「青啤」以台語發音即為「生啤酒」之意云云，並以之作為撤銷系爭商標申請註冊之唯一及主要依據，實有悖於前開卷證之違誤。

(2) 系爭商標本身既非商品說明性文字，復加上原告於屏東龍泉地區斥資 30 億元設立青島啤酒龍泉酒廠，並開放為觀光酒廠供民眾參觀，及透過報章媒體廣泛報導，更使得「青啤」二字之知名程度及辨識度高於一般商標。再者，「青啤」二字既為原告公司名稱特取部分，且為原告被授權使用之「青島啤酒」簡稱，「青啤」顯有其特定之字義與表彰之觀念，其意涵更明顯與「生啤酒」有別。

(3) 前述種種事證已足堪認定系爭商標之「青啤」二字，為原告商品之識別標識，並因原告之廣泛使用及行銷，而為相關消費者所知悉，具有表彰單一產製來源之商標識別性，與台語發音之「生啤酒」實迥不相侔。於社會大眾之印象中，「青啤」二字從未失去表徵商品及服務來源之特質，亦無變成一般性說明文字之情形，自非商品說明文字，其無修正前商標法第 23 條第 1 項第 2 款規定之適用，足堪確認。

3. 被告暨訴願決定機關認定「青啤」如以台語發音即為「生啤酒」之意，而為商品說明性文字云云，實為誤解：(1) 系爭「青啤」商標具有先天識別性，並非直接明顯表示酒類商品之說明性文字：①臺灣為人文薈萃之地，台語依各地用法，有多種不同腔調，至少有漳州、泉州、廈門三種腔調。「青」字的台語文言讀音是「ts' ieng」，白話讀音則是「ts' i」（泉州腔、廈門腔）與讀「ts' e」之漳州腔並不一致，至於「啤」字之台語讀音為「ㄆㄧˊ」，因此「青啤」以台語發音可能有以上三種不同之組合。②而「生啤酒」之台語發音包括早期受日本影響使用英文「beer」作為外來語，讀為「s' ieng bi ru」之外，尚有「麥仔酒」（be a' -tsiu'，因為啤酒是由大麥釀造而成的），及直接以日文發音之「生ビール」（na ma bi ru）。③「青啤」二字之整

體讀音，縱以台語發音亦與一般民眾對於「生啤酒」之讀音不同，更何況臺灣現為多元化之國際社會，使用中文為第一語言，兼容並蓄包含有客家語、英語以及原住民語言等之使用，被告僅以系爭商標之讀音認定其為說明性文字，有悖於社會實務及證據法則。^④何況「青」是顏色的形容詞，上古指藍色，後來指深綠色，跟啤酒一點關係都沒有，被告將「青」字認定為形容詞，並進一步界定其可形容未經發酵之生啤酒云云，實悖於社會認知。^⑤至於被告所引用之最高行政法院 99 年度判字第 560 號判決意旨，其作成時間點已與今日不同，彼時參加人臺灣菸酒股份有限公司欲進軍大陸註冊商標受到阻撓，臺灣相應產生保護本土商標以及本土文化之意識，現時今日，臺灣啤酒在中國大陸獲准註冊，兩岸商業朝多元密切合作之方式進行，臺灣社會開放以及多元化之腳步一日千里，法院自得與時俱進，根據個案情勢本於固有之事實調查審理加以審判。^⑥據上，系爭「青啤」商標整體讀音縱以台語發音亦與「生啤酒」並不相同，觀念上更與「生啤酒」迥不相侔，非屬直接明顯表示該等商品本身之說明性文字，系爭「青啤」商標不僅具有先天識別性更從未失去其表彰商品或服務之特徵，被告認定其為說明性文字云云，即非的論。(2)市場同業或者消費者從未以「青啤」作為「生啤酒」之代稱或通稱：另查，商標實務上不乏以「生」或「純生」指定使用於生啤酒等商品，如註冊號數第 1190334 號「金牌臺灣啤酒生 Taiwan Beer Gold Medal 及圖」商標、第 1265063 號「龍泉純生」商標，且市面上販售之啤酒商品，如 SAPPORO、Asahi 亦以「生」字標示於瓶身，顯見商標及市場實務均係以「生」字標示於生啤酒商品，實際上並無任何啤酒商以「青啤」表示為「生啤酒」商品之說明性文字或廣告。再以「生啤酒」為關鍵字查詢市面上關於「生啤酒」之廣告或者文章，並無任何將「生啤酒」產品等同於「青啤」加以連結使用之敘述，被告認定系爭商標「青啤」依地方性語言為說明性文字云云，確有悖於市場實務及證據法則之違誤。

(二)原處分及訴願決定未就系爭商標之創設沿革與知名度詳予審究，認「青啤」為指定使用商品本身之說明，實有違誤：

1. 系爭商標之「青啤」二字明顯為「青島啤酒」之簡稱，亦為原告公司特取名稱之一部份，該字詞其來有自，有創設之沿革與歷史，並非原告任意編造而來，在消費市場上更有相當高的知名度，與原處分及訴願決定所稱之「生啤酒」毫不相干，惟被告仍將原告提呈「青啤」具有識別性之整體事證割裂判斷，稱「公司名稱與商標係屬不同法律規範，以公司名稱特取部分申請商標註冊仍須符合商標法之規定，不得為指定商品之說明」云云，誤將原告提呈之系爭商標創設緣由之一指摘為公司名稱與商標識別性之判斷與否無涉，洵無足採。
2. 「青啤」並非商品說明性文字，亦早曾獲准註冊在案：
 - (1)除系爭商標之外，原告與關係企業「三洋藥品工業股份有限公司」尚享有註冊第 1212214 號「臺灣龍泉青啤」商標、註冊第 1095631 號「維士比青啤」

商標、註冊第 1205277 號「青啤及圖」商標及註冊第 1336124 號「青啤」商標、註冊第 1336125 號「青啤燒」商標，前述商標均以「青啤」作為商標文字或圖樣一部份，其中註冊第 1212214 號「臺灣龍泉青啤」商標更同樣指定使用於啤酒類商品。

(2) 參加人於系爭商標 97 年 9 月 15 日申請註冊前，也以「青啤」二字作為商標圖樣於啤酒相關商品申准註冊第 1214723 號「臺灣青啤」商標及註冊第 1214724 號「臺灣青啤酒」商標，惟前述商標均未依修正前商標法第 19 條規定，聲明放棄圖樣中之「青啤」二字不在專用之列，顯見被告早已肯認「青啤」二字具有商標識別性，並非商品說明文字或商品類名，始允准其註冊。另由參加人申請註冊第 1214723 號、註冊第 1214724 號商標之主觀認定上，其顯然亦有以「青啤」二字作為消費者區辨他我依據之意圖。

(3) 原告再查詢商標註冊歷史資料發現，「青啤」二字早已有第三人於啤酒商品申准註冊，諸如：註冊第 1056626 號「臺灣青啤」商標、註冊第 891559 號「青啤」商標等。該二件商標嗣後雖遭撤銷，然註冊第 1056626 號商標係因違反修正前商標法第 37 條第 7 款規定被撤銷；而註冊第 891559 號商標，則是因 3 年未使用而遭廢止，均與「青啤」是否為商品說明無關，可見「青啤」二字並無所謂商品本身說明或商品名稱之問題。

3. 被告及訴願決定機關在無具體實證之情況下，捨原告所提供之「青啤」創設沿革、歷史及報章媒體報導不採，復未就第三人及參加人亦曾以「青啤」作為商標圖樣一部份於啤酒類商品申准註冊之事實予以考量，即率爾解釋「青啤」以台語發音即為「生啤酒」之意，並以此為惟一撤銷系爭商標註冊之依據，原處分顯有違法不當之處，應予以撤銷。

(三)「青啤」為中國馳名商標，且為世界著名之品牌，被告僅以系爭商標部分發音可能與地方性方言雷同即撤銷系爭商標之註冊，悖於國際社會之認知：1. 「青啤」不僅是百年商標，現更已是中國大陸之馳名商標，並成為經濟學上探討品牌經濟之研究標的。2. 如以「青啤」作為關鍵字在大型搜尋網站例如 Google 搜尋取得之 294 萬項搜尋紀錄中，所有與酒類相關之敘述、廣告或者文章，均係系爭商標指定使用之酒類商品。且無論民間、官方、原告、新聞媒體、競爭同業或者消費大眾，均已以「青啤」作為原告企業之代稱。3. 是以「青啤」不僅為原告企業集團首創之「獨創性商標」，且兼有隱含譬喻為原告企業集團產製產品之「暗示性商標」性質，具有先天識別性已如前述，系爭「青啤」商標在原告企業集團努力下更已成為業界唯一代表原告產製酒類產品之著名強勢商標。被告僅以聯想方式認定系爭商標屬於說明性文字云云，難以服眾，原處分應予撤銷。(四)綜上所述，系爭商標「青啤」二字，為原告商品之識別標識，並因原告之廣泛使用及行銷，而為相關消費者所知悉，具有表彰單一產製來源之商標識別性，自不應單純以地方性語言中仍有不同發音及字義之字詞來論定系爭商標為說明性文字，系爭商標與台語發音之「生啤酒」實迥不相侔，而無修正前商標法第 23 條第 1 項第 2 款規定之

適用，原處分及訴願決定實有違法不當。(五)並聲明：1. 原處分及訴願決定均撤銷；2. 訴訟費用由被告負擔。

三、被告辯稱：

- (一)修正前商標法第 23 條第 1 項第 2 款本文規定所謂「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 號判決意旨參照）。
- (二)系爭商標經審酌後，認有修正前商標法第 23 條第 1 項第 2 款規定之適用理由如下：1. 查系爭商標由單純中文「青啤」2 字構成，而「青啤」2 字以註冊地區臺灣方言（即台語或閩南語）發音即為「ㄑ一ㄟㄆㄟ」或「ㄑ一ㄟㄇㄟ」有「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，是就本件而言，在商標權屬地主義原則下，應將有關係爭商標在註冊地區為多數人使用之「台語方言」針對「青」之發音及表徵之含意列入衡酌。據此，「青」字之台語發音為「ㄑ一ㄟ」，係「生」或新鮮之意。2. 再者，系爭商標指定使用於「啤酒、黑啤酒、生啤酒」等商品，而「青」字之台語發音即為「ㄑ一ㄟ」，有「生」之意，且該「ㄑ一ㄟ」音與「啤酒」結合，即有「ㄑ一ㄟ啤酒」即「生啤酒」之含意，「ㄑ一ㄟ啤酒」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。3. 末查，原告固主張「青啤」2 字為其公司名稱之特取部分，亦為大陸地區知名「青島啤酒」之簡稱，且其為大陸地區「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，而大陸青島啤酒集團亦早在西元 2000 年 2 月 14 日於大陸地區取得註冊第 1364277、3583496 號「青啤」等商標，經廣泛行銷使用，此有臺灣青島啤酒之報章媒體、網路報導及青島啤酒集團於大陸地區註冊之「青啤」商標等資料足證系爭商標已具識別性等語。惟查，公司名稱與商標係屬不同法律規範，以公司名稱特取部分申請商標註冊仍須符合商標法之規定，不得為指定商品之說明。又大陸青島啤酒股份有限公司固在大陸地區獲得「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（西元 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，自難以要求本件系爭商標在我國地域申請註冊應比附援引，認其在臺灣地區之商品識別性必然與大陸地區相同。從而，本件系爭商標指定使用於「啤酒、黑啤酒、生啤酒」等商品之註冊，將使一般消費者誤認「青啤」即為「生

啤酒」之意，而屬商品之相關說明文字應有修正前商標法第 23 條第 1 項第 2 款之適用。

(三)至原告舉出臺北高等行政法院 95 年度訴字第 03437 號判決，核該案「台青」商標與系爭商標圖樣不同，案情各異；另原告所舉參加人或其關係企業「三洋藥品工業股份有限公司」之註冊第 1205277 號「青啤及圖」、第 1214723 號「臺灣青啤」、第 1214724 號「臺灣青啤酒」商標業經被告廢止註冊在案；第 1336124 號「青啤」商標指定於啤酒屋、酒吧、居酒屋之服務部分亦業經被告依修正前商標法第 23 條第 1 項第 2 款規定撤銷其註冊在案；另註冊第 1212214 號「臺灣龍泉青啤」、第 1095631 號「維士比青啤」、第 1336125 號「青啤燒」等商標案例，或其商標圖樣、或所指定使用之商品或服務與本件商標不同，案情各異，原告尚難比附援引，據為系爭商標應准註冊之有利論據。(四)並聲明：1. 原告之訴駁回；2. 訴訟費用由原告負擔。

四、參加人主張：

(一)查系爭商標「青啤」二字，指定使用於「啤酒、黑啤酒」等商品，係商品本身之說明，具有商品描述之性質，業為經濟部經訴字第 09706100960 號訴願決定書所認定，更為最高行政法院 99 年度判字第 560 號判決所確認之事證，茲略述其認定意指如下：1. 「青啤」二字以註冊地區臺灣方言（即台語或閩南語）發音即為「ㄑ一ㄟㄆㄟ」或「ㄑ一ㄟㄇㄟ」有「生啤酒」之意，而業界又慣於對未經發酵之啤酒，以「生啤酒」稱之或標示，藉以與經發酵之啤酒為區分，是就本件而言，在商標權屬地主義原則下，應將有關係系爭商標註冊地區為多數人使用之「台語方言」針對「青」之發音及表徵之含意列入衡酌，據此，「青」字之台語發音為「ㄑ一ㄟ」，係「生」或新鮮之意。2. 再者，系爭商標指定使用於「啤酒、黑啤酒、生啤酒」等商品，而「青」字之台語發音即為「ㄑ一ㄟ」，有「生」之意，且該「ㄑ一ㄟ」音與「啤酒」結合，即有「ㄑ一ㄟ啤酒」即「生啤酒」之含意，「ㄑ一ㄟ啤酒」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。(二)末查，商標權人固主張「青啤」二字為其公司名稱之特取部分，亦為大陸地區知名「青島啤酒」之簡稱，且其為大陸地區「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，而大陸青島啤酒集團亦早在西元 2000 年 2 月 14 日於大陸地區取得註冊第 1364227、3583496 號「青啤」等商標，經廣泛行銷使用，此有臺灣青島啤酒之報章媒體、網路報導及青島啤酒集團於大陸地區註冊之「青啤」商標等資料足證系爭商標已具識別性等語。惟查，公司名稱與商標係屬不同法律規範，以公司名稱特取部分申請商標註冊仍須符合商標法之規定，不得為指定商品之說明。又青島啤酒股份有限公司固在大陸地區獲得「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，自難以要求本件

系爭商標在我國地域申請註冊應比附援引，認其在臺灣地區之商品識別性必然與大陸地區相同。至於原告所提出證據固曾有出現「青啤」字樣，但均無法顯示與系爭商標指定使用之啤酒相關商品直接結合，是尚難以該等資料認定系爭商標中文「青啤」可資作為表彰其商品識別標誌之來源，故而系爭商標指定使用之商品包括「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，從而本件系爭商標之註冊，應有修正前商標法第 23 條第 1 項第 2 款之適用。(三)並聲明：1. 原告之訴駁回；2. 訴訟費用由原告負擔。

五、本院得心證之理由：

(一)查系爭商標係於 99 年 1 月 5 日申請註冊，於同年 5 月 27 日核准註冊，是系爭商標之申請應否准許註冊，應以 92 年 5 月 28 日修正公布之商標法為斷。按商標者，乃用以表彰商業主體商品或服務之標誌，受保護之商標須具有顯著性，亦即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區別。次按商標係「表示商品或服務之形狀、品質、功用或其他說明者」不得註冊，為 92 年 5 月 28 日修正公布商標法第 23 條第 1 項第 2 款所明定。此即所謂「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商標，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（見本院卷第 29 至 124 頁）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（見本院卷第 29、30、31、34 至 41、45 至 50 頁等等），原告亦多係以「青島啤酒」作為行銷啤酒商品之標識（見本院卷第 33、37、38、42、52、62、66 頁等等），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。
- 六、綜上所述，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，原告徒執前詞，訴請撤銷訴願決定及原處分，核無理由，應予駁回。

七、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 101 年 7 月 19 日

智慧財產法院第一庭

審判長法 官 李得灶

法 官 汪漢卿

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 101 年 7 月 23 日

書記官 周其祥