

102020303「牛角 ANLi 鉸麗氣密門窗」商標評定事件(修正前商標法 §230113、14) ([智慧財產法院 101 年度行商訴字第 118 號行政判決](#))

爭議標的：系爭商標是否有修正前商標法第 23 條第 1 項第 13、14 款之適用

系爭商標：「牛角 ANLi 鉸麗氣密門窗」商標（註冊第 1389226 號）

系爭商品：第 6 類之「普通金屬及其未製成器具之半製品、氣密門、氣密窗、門窗用金屬附件、保險箱、普通金屬製美術品、非電氣式金屬製鎖具、金屬管、金屬製管接頭」商品

據爭商標：「安固麗」

相關法條：修正前商標法第 23 條第 1 項第 13、14 款

判決要旨

92 年 5 月 28 日修正公布之商標法第 23 條第 1 項第 14 款之適用，應考量商標申請人是否有仿襲之意圖，而有搶註之不公平競爭情形。原告所提之上開證據，至多僅能證明賴宥鉸（參加人之前手，即原系爭商標權人），於 96 年間知悉據以評定商標之存在，而賴宥鉸早於 95 年 9 月間即委託藝人 000 為系爭商標之產品拍攝廣告，即開始使用系爭商標，且系爭商標與據以評定商標固屬近似商標，惟其近似度低，足使相關消費者得以區別系爭商標商品與據以評定商標商品，難認賴宥鉸係因知悉據以評定商標之存在，卻基於仿襲之意圖，剽竊原告創用之商標申請系爭商標之註冊，而有搶註之不公平競爭情事。是系爭商標之註冊無違 92 年 5 月 28 日修正公布之商標法第 23 條第 1 項第 14 款規定。

【判決摘錄】

一、本案事實

訴外人賴宥鉸前於民國 97 年 12 月 24 日以「牛角 ANLi 鉸麗氣密門窗」商標，指定使用於當時商標法施行細則第 13 條所定商品及服務分類表第 6 類之「普通金屬及其未製成器具之半製品、氣密門、氣密窗、門窗用金屬附件、保險箱、普通金屬製美術品、非電氣式金屬製鎖具、金屬管、金屬製管接頭」商品，向被告申請註冊，經被告核准列為註冊第 1389226 號商標（下稱系爭商標）。嗣原告於 99 年 8 月 20 日以系爭商標之註冊有註冊時商標法第 23 條第 1 項第 13 款及第 14 款規定之適用，對之申請評定。經被告審查，以同年 12 月 30 日中台評字第 H00990238 號商標評定書為申請不成立之處分。原告不服，提起訴願，經經濟部依訴願法第 28 條第 2 項規定，通知賴宥鉸參加訴願程序，參加人提出訴願參加意見書，並敘明賴宥鉸業將系爭商標權移轉予參加人，並經被告於 100 年 3 月 21 日核准移轉登記，嗣經濟部

以同年 7 月 29 日經訴字第 10006102510 號訴願決定書為「原處分撤銷，由原處分機關另為適法之處分」之決定。參加人不服前開訴願決定，提起上訴，經本院於 101 年 2 月 16 日以 100 年度行商訴字第 136 號行政判決，撤銷前揭訴願決定確定在案。經濟部爰依前揭判決意旨重為審議，以同年 7 月 20 日經訴字第 10106109370 號決定駁回，原告不服，遂向本院提起行政訴訟。

二、本案爭點

系爭商標之註冊是否違反修正前商標法第 23 條第 1 項第 13、14 款規定？

三、判決理由

(一) 修正前商標法第 23 條第 1 項第 13 款部分：

1. 系爭商標圖樣係由外文「ANLi」上置一牛角圖，後接字體較大之中文「鉸麗氣密門窗」所構成，其中「氣密門窗」經聲明不在專用之列，惟仍應以系爭商標整體圖樣為比對。而據以評定商標圖樣係由未經設計之單純中文「安固麗」所組成。兩者相較，除均有「麗」字外，其餘均不相同，另系爭商標圖樣係「鉸」字，而據以評定商標圖樣則為「安」字，雖讀音相同，但文字卻屬有別，且與據以評定商標圖樣「安固麗」，其觀念並無何相同之處。又系爭商標圖樣起始部分為牛角設計圖，參以系爭商標圖樣之「鉸麗」，不僅為中文文字「鉸麗氣密門窗」的字首，且字體相對較大，對我國國人以使用中文為主而言，是系爭商標圖樣之牛角設計圖及中文「鉸麗」為系爭商標予人識別商品來源之主要部分，而據以評定商標則為「安固麗」。因此，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，並無可能會誤認二商品為來自同一來源之系列商品，或雖不相同但有關聯之來源，是系爭商標與據以評定商標固屬近似商標，惟其近似度低，足使相關消費者得以區別系爭商標商品與據以評定商標商品。
2. 系爭商標與據以評定商標之指定使用商品，均屬門窗相關商品及其附屬配件，於用途、功能、行銷管道、販賣場所上具有共同或關聯之處，應屬構成類似，且類似程度不低。
3. 據以評定商標之中文「安固麗」並無特定字義，且除原告外，並無他人以之作為各類商品或服務之商標而向被告申請註冊，故據以評定商標之識別性高。而系爭商標係由牛角圖結合外文「ANLi」、中文「鉸麗氣密門窗」所組合，亦具有相當高之識別性。

4. 據以評定商標之申請、獲准註冊均早於系爭商標，本於我國所採取之商標註冊主義及先申請主義，應賦予據以評定商標較大之保護。
5. 相關消費者對系爭商標與據以評定商標之熟悉程度：原告於 92 至 95 年間，在「裝潢世界」及「美化家庭」雜誌，有刊載據以評定商標之商品廣告，且於 92、94 年間有於地區性之南桃園有線電視頻道播放據以評定商標商品廣告。是原告有積極行銷使用據以評定商標之行為。參加人前手賴宥鉸於 95 年 9 月間委請藝人 000 為系爭商標之產品拍攝廣告，並於同年 11 月 1 日簽訂「肖像授權使用同意書」，約定授權期間至 98 年 11 月 31 日止，嗣原告持續使用「000」所代言之廣告，持續在報章、雜誌等平面媒體行銷，其後亦與多家廣告商合作，不定期將系爭商標商品於廣播、網路、電子及平面媒體宣傳行銷，參加人確有使用系爭商標之情形。
6. 衡酌系爭商標與據以評定商標雖指定使用之商品類似程度不低，且據以評定商標之申請、獲准註冊早於系爭商標，惟此二商標圖樣均有識別性，而近似度低，足使相關消費者得以區別系爭商標商品與據以評定商標商品，參以原告、參加人均有使用據以評定商標、系爭商標之事實。綜合前開商標圖樣近似程度、指定使用商品相同、類似程度、申請註冊與准許註冊時間、識別性、我國相關消費者之熟悉程度等相關因素特別符合，而降低對其他因素之要求，足可認定客觀上系爭商標無使相關消費者誤認系爭商標之商品與據以評定商標商品為同一來源之系列商品，或誤認其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，而產生混淆誤認之虞。是系爭商標之註冊無違 92 年 5 月 28 日修正公布之商標法第 23 條第 1 項第 13 款規定。

(二)修正前商標法第 23 條第 1 項第 14 款部分：

1. 本款所稱「先使用之商標」，係指相對於系爭商標為先使用之商標，重在作為商標使用之事實，不以於國內或國外先為註冊之商標為限，不限於絕對先使用之商標，縱有其他商標早於據以評定商標併存註冊或使用，據以評定商標並非原告所「創用」或最先使用，在所不問，僅須於系爭商標申請註冊前，於國內或國外先使用同一或近似商標圖樣於同一或類似商品，即有本條款之適用（最高行政法院 96 年度判字第 105 號、98 年度判字第 321 號判決，及 86 年 5 月 7 日修正公布之商標法增訂第 37 條第 1 項第 14 款之立法理由參照）。
2. 本款旨在避免剽竊他人創用之商標而搶先註冊，法條除例示規定如「契約、地緣、業務往來」之關係外，並概括規定「其他關係」，知悉他人商標而搶先註冊，故解釋「其他關係」，應參酌同條文之例示規定，始得符合立法真意。因此上開規定「其他關係」應指申請人與他人間因有「契約、地緣、業

務往來」等類似關係而知悉他人商標，並搶先註冊而言。雖無業務往來但在國內相關或競爭同業之間因業務經營關係而知悉他人先使用商標存在者，亦屬本條款所謂之「其他關係」（最高行政法院 98 年度判字第 321、1039 號判決參照）。

3. 本款係商標法於 86 年修正時所增訂，當時修正理由為：「一、（六）增訂第 14 款規定，按與他人有特定關係，知悉係他人先使用之商標，而襲以註冊者，有違商場秩序，應不准其註冊，爰予增訂之。」另商標法於 100 年 6 月 29 日修正公布，其中第 30 條第 1 項第 12 款修正為「商標有下列情形之一，不得註冊：十二相同或近似於他人先使用於同一或類似商品或服務之商標，而申請人因與該他人間具有契約、地緣、業務往來或其他關係，知悉他人商標存在，『意圖仿襲而申請註冊』者。但經其同意申請註冊者，不在此限。」其修正理由為：「二、（十二）第 12 款由現行條文第 23 條第 1 項第 14 款移列，並修正如下：1. 本法除以保障商標權人及消費者利益為目的外，亦寓有維護市場公平競爭秩序之功能。於本法 86 年 5 月 7 日修正時，即本此意旨，將因與他人有特定關係，而知悉他人先使用之商標，非出於自創加以仿襲註冊者，顯有違市場公平競爭秩序情形，列為不得註冊之事由。2. 現行條文未完全反映前揭仿襲之立法原意，致商標審查實務在適用上產生疑義，爰酌作修正，以資明確。至於申請人是否基於仿襲意圖所為，自應斟酌契約、地緣、業務往來或其他等客觀存在之事實及證據，依據論理法則及經驗法則加以判斷。3. 為統一用語，但書部分酌作文字修正。」準此，92 年 5 月 28 日修正公布之商標法第 23 條第 1 項第 14 款之適用，即應考量商標申請人是否有仿襲之意圖，而有搶註之不公平競爭情形。
4. 如前所述，原告於 92 年、93 年及 94 年間刊載據以評定商標之商品廣告於裝潢世界及美化家庭雜誌，並於 92 年及 94 年間於地區性之南桃園有線電視頻道播放據以評定商標之商品廣告；而參加人前手賴宥鉸於 95 年 9 月間委請藝人羅時豐為系爭商標之產品拍攝廣告，並於同年 11 月 1 日簽訂「肖像授權使用同意書」，約定授權期間至 98 年 11 月 31 日止，嗣原告持續使用「000」所代言之廣告，持續在報章、雜誌等平面媒體行銷。是原告之據以評定商標早於系爭商標而使用。另系爭商標與據以評定商標指定使用之商品類似程度不低，亦於前述。
5. 雖參加人之前手賴宥鉸與原告之間並無契約、地緣或業務往來關係，然原告所營事業為鋁、鐵、不銹鋼門窗與防盜門窗之製造加工、建築材料之買賣及其進出口等業務，而賴宥鉸所經營之參加人公司的營業項目，為建材批發業、門窗安裝工程業等，是二公司所營事業均屬建築材料之買賣（或批發）、

門窗之製造加工（或安裝）等相關業務，具有同業競爭關係。再者，原告與參加人曾同時參加 96 年 5 月 24 日至 6 月 4 日在臺北世貿一館及臺中世界貿易中心所舉行之「春季 2007 房地產交易博覽會」，且參加人之前手賴宥鉸之註冊第 01243556、01247053 號商標異議案發生於 96 年間，經臺北高等行政法院於 97 年間判決，是參加人於 97 年 12 月 24 日申請系爭商標之註冊時，應已知悉據以評定商標之存在。然原告所提之上開證據，至多僅能證明賴宥鉸於 96 年間知悉據以評定商標之存在，而賴宥鉸早於 95 年 9 月間即委託藝人 000 為系爭商標之產品拍攝廣告，即開始使用系爭商標，且系爭商標與據以評定商標固屬近似商標，惟其近似度低，足使相關消費者得以區別系爭商標商品與據以評定商標商品，已於前述，難認賴宥鉸係因知悉據以評定商標之存在，卻基於仿襲之意圖，剽竊原告創用之商標申請系爭商標之註冊，而有搶註之不公平競爭情事。是系爭商標之註冊無違 92 年 5 月 28 日修正公布之商標法第 23 條第 1 項第 14 款規定。

四、判決結果

系爭商標並無 92 年 5 月 28 日修正公布之商標法第 23 條第 1 項第 13 款、第 14 款所定不得註冊之情形。從而，原處分所為「評定申請不成立」之處分，並無違法，訴願決定予以維持，核無不合。原告訴請撤銷原處分及訴願決定，為無理由，應予駁回。

五、兩造商標

系爭商標

The image shows the disputed trademark, which consists of the Chinese characters "安固麗" in a stylized, bold font, followed by "氣密門窗" in a smaller, standard font.

據爭商標

The image shows the trademark claimed by the plaintiff, which consists of the Chinese characters "安固麗" in a stylized, bold font.