

102080301「青啤」商標申請註冊事件(修正前商標法§230111) ([最高法院 102 年度判字第 384 號行政判決](#))

爭議標的：「青啤」作為商標指定使用於酒類商品是否有使公眾誤認誤信其商品之性質、品質或產地之虞？

系爭商標：青啤（申請第 097043250 號）

系爭商品/服務：第 33 類之「藥味酒、白蘭地酒、威士忌酒、伏特加酒、水果酒、雞尾酒、清酒、高粱酒、白酒、紅酒、葡萄酒、梅酒、米酒、甜酒、各種酒（麥酒及啤酒除外）、含酒精之飲料（啤酒除外）」商品。

相關法條：修正前商標法第 23 條第 1 項第 11 款

判決要旨

1. 本件原審已論明系爭註冊商標係由中文「青啤」二字由左至右排列而成，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。又系爭商標係指定使用於「藥味酒、白蘭地酒、威士忌酒、伏特加酒、水果酒、雞尾酒、清酒、高粱酒、白酒、紅酒、葡萄酒、梅酒、米酒、甜酒、各種酒（麥酒及啤酒除外）、含酒精之飲料（啤酒除外）」等商品，系爭商標所指定之酒類商品，除原審所敘明均屬酒精濃度較高之酒類商品以外，並已將啤酒類除外。則系爭商標指定使用於非屬啤酒類之上開商品，卻以單純「青啤」二字作為其商標圖樣，依原審所審認「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」稱之及標示之事實。由系爭商標本身圖樣文字之外形、觀念或讀音予一般消費者或公眾之印象加以觀察，難謂無產生系爭商標所表彰商品係啤酒類之可能。
2. 原審以消費者於選購時，自能依系爭註冊商標所表彰商品所處商品區域之其他不同廠牌之酒類商品，判斷其是否屬於生啤酒類商品，且酒類商品之包裝各有其特殊性，分別反映於瓶蓋、瓶身之設計及材質上，而價位較高之酒類商品，尚會裝於盒裝之外包裝中，彰顯其價值。至於啤酒類商品，相對價格低廉，且因其具有開瓶後無法保存，需立即飲用完畢之特性，故其商品置放之處亦與其他酒類不同，故消費者依據上開特性，均可輕易辨別所購買之商品是否為非啤酒類之酒類商品等情，判斷應不致僅因系爭商標為「青啤」，即誤認誤信其所購買之商品為生啤酒類產品部分，未以一般消費者之立場，就商標本身圖樣文字等整體的外形、觀念或讀音予人之印象是否產生對商標或服務之性質、品質或產地誤認誤信之可能加以觀察，尚有未洽。

【判決摘錄】

一、本案事實

被上訴人（即原審原告）前於民國 97 年 9 月 15 日以「青啤」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 33 類之商品，向上訴人（即原審被告）申請註冊。經上訴人審查，於 101 年 4 月 30 日以商標核駁第 338576 號審定書為不得註冊，應予核駁之處分。被上訴人不服，提起訴願，經決定駁回，向原審提起行政訴訟後，經原審法院判決將訴願決定及原處分均撤銷，並命上訴人對於申請第 097043250 號「青啤」商標註冊案，應依該判決之法律見解另為處分。上訴人不服，乃提起本件上訴（被上訴人就其原審之訴其餘遭駁回部分，因未上訴，而告確定）。

二、本案爭點

「青啤」作為商標指定使用於酒類商品是否有使公眾誤認誤信其商品之性質、品質或產地之虞？

三、判決理由

- (一)按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。為本件商標申請核駁審定時之商標法第 23 條第 1 項第 11 款所明定。其規範目的在於防止商標構成要素之圖樣文字等，與其指定使用商品或服務產生不實聯結，致使消費者誤認商標所表彰商品或服務之性質、品質或產地而購買，以維護公平競爭之秩序。而商標或服務之性質、品質或產地誤認誤信之虞有無之判斷，應以一般消費者之立場，就商標本身圖樣文字等整體的外形、觀念或讀音予人之印象是否產生對商標或服務之性質、品質或產地誤認誤信之可能加以觀察。
- (二)本件原審已論明系爭註冊商標係由中文「青啤」二字由左至右排列而成，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。又系爭商標係指定使用於「藥味酒、白蘭地酒、威士忌酒、伏特加酒、水果酒、雞尾酒、清酒、高粱酒、白酒、紅酒、葡萄酒、梅酒、米酒、甜酒、各種酒（麥酒及啤酒除外）、含酒精之飲料（啤酒除外）」等商品，系爭商標所指定之酒類商品，除原審所敘明均屬酒精濃度較高之酒類商品以外，並已將啤酒類除外。則系爭商標指定使用於非屬啤酒類之上開商品，卻以單純「青啤」二字作為其商標圖樣，依原審所審認「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」稱之及標示之事實。由系爭商標本身圖樣文字之外形、觀念或讀音予一般消費者或公眾之印象加以觀察，難謂無產生系爭商標所表彰商品係啤酒類之可能。原審以消費者於選購時，自能依系爭註冊

商標所表彰商品所處商品區域之其他不同廠牌之酒類商品，判斷其是否屬於生啤酒類商品，且酒類商品之包裝各有其特殊性，分別反映於瓶蓋、瓶身之設計及材質上，而價位較高之酒類商品，尚會裝於盒裝之外包裝中，彰顯其價值。至於啤酒類商品，相對價格低廉，且因其具有開瓶後無法保存，需立即飲用完畢之特性，故其商品置放之處亦與其他酒類不同，故消費者依據上開特性，均可輕易辨別所購買之商品是否為非啤酒類之酒類商品等情，判斷應不致僅因系爭商標為「青啤」，即誤認誤信其所購買之商品為生啤酒類產品部分，未以一般消費者之立場，就商標本身圖樣文字等整體的外形、觀念或讀音予人之印象是否產生對商標或服務之性質、品質或產地誤認誤信之可能加以觀察，尚有未洽。

四、判決結果

- (一)本件原處分以系爭商標註冊有前揭商標法第 23 條第 1 項第 11 款規定之不得註冊事由而予核駁，訴願決定遞予維持，於法核無不合。原判決以原處分及訴願決定所為核駁系爭商標之註冊，於法未合，而將原處分及訴願決定一併撤銷，非屬允洽。本件上訴為有理由。
- (二)本件依前述之事實，系爭商標之註冊有前揭商標法第 23 條第 1 項第 11 款規定之不得註冊事由而應予核駁，事證已臻明確，應由本院將原判決（除確定部分外）廢棄，並駁回被上訴人就該廢棄部分在第一審之訴。

五、系爭商標

青啤