

**103060102 有關「夢時代」排除侵害商標權行為事件(商標法§68③)**  
**([智慧財產法院 102 年度民商訴字第 54 號民事判決](#))**

**爭議標的：**特取名稱是否對著名商標有識別性或信譽減損之虞

**系爭標的：**「夢時代」當舖名稱

**據爭商標：**「夢時代 Dream Mall 及圖」商標（所指定使用之商品、服務涵蓋第 3 至 5、7 至 12、14、16、18、20、21、21 至 30、32 至 45 類）、飛躍人形之螺旋設計圖及外文「Dream Mall」



第 01267148 號  
附圖一



第 01098377 號

**Dream Mall**

第 01098380 號

**相關法條：**公平交易法第 20 條第 1 項第 2 款、第 24 條、商標法第 68 條第 3 款、第 70 條第 2 款、第 69 條第 1、2 項

**判決要旨**

1. 商標廣為我國境內相關事業或消費者所普遍認知者，即屬著名商標，而所謂相關事業或消費者，係以商標所使用商品或服務之交易範圍為準，包含商標所使用商品或服務之實際或可能消費者，涉及商標所使用商品或服務經銷管道之人，及經營商標所使用商品或服務之相關業者等。查原告既將如附圖一所示之商標使用於夢時代購物中心及相關百貨公司、購物中心等服務業務，則如附圖一所示之商標著名與否，即以百貨業、購物中心領域之相關事業或消費者為準。被告又辯稱「夢時代」並非原告所獨創之文字標語，市場上仍有數十間以「夢時代」為名而經營項目相異之商號、公司等經營主體云云。然原告已提出上揭諸多證據證明如附圖一所示之商標為著名商標之事實，而被告並未所提出以「夢時代」為名之其他經營主體供核，而被告前手係於 101 年 8 月 31 日辦理變更登記後，方更名為「夢時代當舖」，是無從否定如附圖一所示之商標於其更名前之著名程度。
2. 被告所經營之當舖業務係屬「典當」之服務，通常於國人一般觀念，「當舖」或「典當」係為有現金之急用，卻欠缺足以向金融機構取得貸款之信用者，提出動產向當舖業者質借現金之營業，其於我國社會大眾心目中之印象，屬於為信用欠佳或急需用錢者提供快速質借之服務，顯與如附圖一所示之商標所標榜之形象大相逕庭，兩者之服務訴求縱因非屬同一商品或服務而不致造成相關消費者有混淆誤認之虞，惟各自所表彰之形象落差甚大，被告將原告如附圖一所示之商標中之文字「夢時代」用於當舖業，將使相關消費者對如附圖一所示之商標產生「經濟告急」、「無法消費」之聯想，自有減損如附圖一所示之商標信譽之虞。

## 【判決摘錄】

### 一、本案事實

(一) 原告主張略以：

1. 原告於 92 年起即陸續以 Dream Mall、夢時代等向經濟部智慧財產局（下稱智慧局）申請商標註冊在案，目前計 44 件「夢時代 Dream Mall 及圖」等一系列註冊商標（如附圖一至四所示，下稱系爭商標），並於 96 年 8 月 16 日向智慧局取得如附圖二所示之註冊第 01275877 號商標，指定使用於第 36 類服務全類，且花費大量金額，致力行銷如附圖一至四所示之商標，並進行多角化經營，相關消費者甚為熟知，故為一識別性極強之著名商標。被告未經原告同意，以系爭商標中之「夢時代」文字，於 102 年以「夢時代」當舖為名取得當舖核可，現於臺北市經營動產質押、工商融資、汽車借款等業務，並架設網頁宣傳。經原告委請律師通知被告停止侵害行為，並要求辦理變更營業主體名稱之登記，竟為其拒絕。爰依商標法第 70 條第 2 款、第 68 條第 3 款、第 69 條第 1、2 項、公平交易法第 20 條第 1 項第 2 款、第 24 條第 1 項第 2 款、第 30 條規定，請求被告更名並排除其侵害。
2. 如附圖一至四所示之商標業已形成一幸福、夢想、文藝、時尚、高雅、歡樂之品牌形象。惟「當舖」或「典當」屬於為信用欠佳或急需用錢者提供快速質借之服務，與如附圖一至四所示之商標所標榜之形象大有落差，如坐視被告之更名行為，則會使消費者或社會大眾對如附圖一至四所示之商標之價值與識別性產生不當連結，導致著名商標識別性之減弱，而生商標淡化之效果，使接觸被告之消費者及社會大眾將如附圖一至四所示之商標與「當舖」等具有營業產生聯想，有減損如附圖一所示之商標的識別性或信譽之虞。
3. 被告係以行銷其當舖服務之目的，而積極將「夢時代」字樣作為商標使用，且顯係使用如附圖二所示之商標主要部分「夢時代」，足使消費者藉以區別所表彰之商品或服務來源，認知其為商標，且被告之目的係欲攀附原告商譽。又原告實際從事第 36 類之服務，如商場攤位之提供等，並與台北富邦銀行合作推出「富邦夢時代聯名卡」，亦與銀行合作提供第 36 類服務相關聯之類似服務，與被告經營質當、信用借貸及資金週轉之服務屬相關聯之領域。又當舖與聯名卡制度，二者均同為金融信貸領域，僅以擔保物之內容（信用或擔保品）有所不同，為相同或類似之領域。

(二) 被告主張略以：

1. 原告使用「夢時代 Dream Mall 及圖」商標經營購物中心，惟此購物中心之地理範圍僅限於高雄地區，標載該商標而販賣之商品根本無廣泛行銷於全國，更甚者，尚有第三人不知該商標為何物之情況，難謂其為著名商標。又「夢時代」並非原告所獨創之文字標語，市場上仍有數十間以「夢時代」

為名而經營項目相異之商號、公司等經營主體。另該商標之專用年限僅10年，且夢時代購物中心設立迄今僅五年餘，顯難謂其知名程度已達著名商標之基準。

2. 夢時代之名稱的著名程度僅侷限於其經營相關零售事業、百貨、娛樂等營業項目，遑論被告從事之經營項目係為質當之商業活動，顯無讓一般消費者有混淆之可能。且被告已附加有「當舖」二字彰顯兩造營業項目之不同，且未曾以夢時代百貨商場之名誇大宣示兩者之經濟上之合作關係與聯結性，更未因此蒙受「夢時代」3字之人氣所帶來之經濟上效益。
3. 原告並無積極取得「銀行、儲蓄銀行、典當」服務等相關營業核定、許可之行為，如附圖二所示之商標就「銀行、儲蓄銀行、典當」服務部分有應廢止之原因，已於102年10月15日遭智慧財產局廢止在案，故原告不得行使權利。
4. 被告商號名稱非被告陳○○所取，乃被告於102年6月4日申請承接訴外人楊○○之「夢時代當舖」即已命名，並為合法登記許可經營之優良商鋪，僅因有夢時代字樣，自無侵犯未經營當舖業原告之系爭商標。

## 二、本案爭點

原告得否依商標法第70條第2款及第69條第1項、第2項規定，主張被告不得以「夢時代」作為其公司名稱之特取部分？

## 三、判決理由

- (一) 按商標法第70條第1項第2款規定：「未得商標權人同意，有下列情形之一，視為侵害商標權：二明知為他人著名之註冊商標，而以該著名商標中之文字作為自己公司、商號、團體、網域或其他表彰營業主體之名稱，有致相關消費者混淆誤認之虞或減損該商標之識別性或信譽之虞者。」準此，對於他人之「註冊商標」而未得商標權人同意，逕以該商標中之文字作為自己公司名稱、商號名稱、網域名稱或其他表彰營業主體或來源之標識，致商品或服務相關消費者混淆誤認者，即視為侵害商標權之情形，現行法已修正為以「著名商標」為必要，避免過度保護註冊商標，並造成權利濫用之問題。
- (二) 有關「著名商標」之認定，應就個案情況考量下列因素：(1) 相關事業或消費者知悉或認識商標之程度，(2) 商標使用期間、範圍及地域，(3) 商標推廣之期間、範圍及地域，包含商品或服務使用商標之廣告或宣傳，暨商展或展覽會之展示，(4) 商標註冊、申請註冊之期間、範圍及地域，此須達足以反映其使用或被認識之程度，(5) 商標成功執行其權利之紀錄，特別指曾經行政或司法機關認定為著名之情形，(6) 商標之價值，以及(7) 其他足以認定著名商標或標章之因素。至著名之區域，係指於中華民國境內，廣為相關事業

或消費者所普遍認知（司法院釋字第104號解釋參照）。

(三)被告前手於101年8月31日變更商號名稱及被告於102年6月4日申請復業時，如附圖一所示之商標為著名商標：原告主張如附圖一至四所示之商標為著名商標等語，惟此為被告所否認，辯稱：系爭商標非著名商標，縱為著名商標，夢時代之名稱的著名程度僅侷限於其經營相關零售事業、百貨、娛樂等營業項目，即一般消費者所認知的「夢時代」，僅能聯想到購物中心或百貨公司，且就原告所註冊之商標上，圖形亦包涵mall的字眼，若以一般性客觀的角度理解，在消費市場上僅能就特定商品或服務而與此商標有所聯想云云，故原告應就此有利於己之事實負舉證之責。

1. 如附圖一所示之商標之識別性強：原告自92年起陸續申請取得如附圖一至四所示之「夢時代Dream Mall及圖」商標之註冊，所指定使用之商品、服務類別涵蓋多類，其中如附圖一所示之商標係指定使用於「.....百貨公司.....購物中心.....」服務，專用期限民國96年6月16日至106年6月15日，是原告申請商標註冊之時間甚早，迄今已有10年，且所指定使用之商品、服務範圍多樣化。而如附圖一至三所示之商標圖樣係由中文「夢時代」、外文「Dream Mall」、及飛躍人形之螺旋設計圖所構成，固然「夢」、「時代」為常見之中文名詞，識別性較低，且商標圖樣中之「MALL」雖不在專用之列，惟仍應以該商標整體圖案作為認定是否為消費者注意並藉以與他人商品或服務相區別之對象。觀諸如附圖一所示商標之整體圖樣（含中文「夢時代」、外文「Dream Mall」及螺旋設計圖）予消費者之寓目印象深，具相當之識別性。
2. 如附圖一所示之商標廣泛使用於夢時代購物中心之相關服務：原告除取得如附圖一至四所示之商標註冊外，並於96年3月30日設立夢時代購物中心，此有夢時代購物中心網頁資料附卷可參，且如附圖一所示之商標圖樣為夢時代購物中心之「夢時代標誌」（LOGO），經原告標示於該購物中心外觀、內部、廣告布條、車廂廣告、網站等處，是原告長期以如附圖一所示之商標使用行銷其經營之百貨公司、購物中心業務。
3. 原告長期大量行銷如附圖一所示之商標及於全國：(1)原告主張每年於地方及全國性媒體花費鉅額廣告費，並於全國性報章雜誌、臺灣高鐵各站內及車廂內等均刊登如附圖一所示之商標的廣告。是如附圖一所示之商標的宣傳期間甚長，其宣傳行銷地域亦遍及全國。(2)原告於92年11月4日購物中心發表會上，正式對外公開「Dream Mall夢時代」購物中心名稱及「夢時代DreamMall及圖」商標（如附圖一所示），廣受全國各大媒體大量報導，且自92年間興建計畫發表以來，一直受全國各大媒體矚目，時代購物

中心自97年起每年舉辦亞洲最大之氣球大遊行及高雄市跨年晚會與煙火秀活動，夢時代購物中心之摩天輪等活動，皆經各聞媒體報導，足認如附圖一所示之商標已為全國消費者所認識。(3)原告除將如附圖一所示之商標使用於夢時代購物中心及相關百貨公司、購物中心業務外，並與台北富邦銀行合作推出「富邦夢時代聯名卡」，該聯名卡正面、廣告看板及申請書上即標示有如附圖一所示之商標，此聯名卡固由台北富邦銀行所核發，持卡人得於特約商店簽帳使用，並享有預借現金、商店優惠等服務，核屬金融信貸服務之一種，惟觀諸前開聯名卡樣板、廣告看板、申請書，可認被上訴人授權台北富邦銀行使用如附圖一所示之商標，經由此聯名卡之發行，足使相關事業及消費者知悉原告如附圖一所示之商標。

4. 「夢時代Dream Mall及圖」商標曾經行政機關認定為著名：智慧局於102年11月13日認定「夢時代Dream Mall及圖」商標所表彰之商譽，於該異議案商標100年11月24日申請註冊前，即廣為相關事業或消費者所熟知，已達著名商標之程度。
5. 此外，被告亦自陳：夢時代之名稱的著名程度在於其經營相關零售事業、百貨、娛樂等營業項目及被告本身是高雄人，伊有聽過夢時代的名字等語。綜上，於101年8月31日變更為「夢時代當舖」商號名稱及被告於102年6月4日申請復業「夢時代當舖」時，如附圖一所示之商標已廣為我國相關事業或消費者所普遍認知而達著名商標之程度，而原告所提之使用證據係以夢時代購物中心為主，因此，本件應認如附圖一所示之商標為著名商標，不含其餘商標。故原告辯稱夢時代購物中心成立僅有五年餘，屬剛起步之新興經營主體，商標迄今使用年數不到10年，所經營、銷售之商品或服務僅侷限於高雄地區，且原告對於該商標所投注之廣告成本範圍亦僅及於高雄地區，並未有全國性的廣告行為，難認著名商標云云，要無足取。
6. 至被告雖辯稱當舖業界未見原告，是其非著名。惟按商標廣為我國境內相關事業或消費者所普遍認知者，即屬著名商標，而所謂相關事業或消費者，係以商標所使用商品或服務之交易範圍為準，包含商標所使用商品或服務之實際或可能消費者，涉及商標所使用商品或服務經銷管道之人，及經營商標所使用商品或服務之相關業者等。查原告既將如附圖一所示之商標使用於夢時代購物中心及相關百貨公司、購物中心等服務業務，則如附圖一所示之商標著名與否，即以百貨業、購物中心領域之相關事業或消費者為準。
7. 被告又辯稱「夢時代」並非原告所獨創之文字標語，市場上仍有數十間以「夢時代」為名而經營項目相異之商號、公司等經營主體云云。然原告

已提出上揭諸多證據證明如附圖一所示之商標為著名商標之事實，而被告並未所提出以「夢時代」為名之其他經營主體供核，而被告前手係於101年8月31日辦理變更登記後，方更名為「夢時代當舖」，是無從否定如附圖一所示之商標於其更名前之著名程度。

(四)被告使用「夢時代」作為其商號名稱特取部分之一部，有減損如附圖一所示之商標的識別性及信譽之虞：

1. 查於101年8月31日被告前手變更商號名稱時，如附圖一所示之商標已廣為我國相關事業或消費者所普遍認知而達著名商標之程度，已於前述。而被告之當舖名稱的特取部分「夢時代」與如附圖一所示之著名註冊商標中之文字「夢時代」相同，被告前手卻於101年8月31日將當舖名稱變更為「夢時代當舖」，被告因知悉「夢時代」之著名，而於102年6月4日申請復業，其行為足使強烈指示單一來源之如附圖一所示之商標變成指示2種以上之商品或服務來源，將使相關事業或消費者對如附圖一所示之商標產生非單一聯想或非獨特性的印象，而減損如附圖一所示之商標的識別性。且若不制止，亦會使相關事業或消費者誤以為可任意使用如附圖一所示之商標，而導致該著名註冊商標識別性之減弱。此外，由於商標法第70條第2款所稱有減損如附圖一所示之商標的識別性及信譽之虞，並不以為行為人經營之業務範圍與著名註冊商標使用之商品或服務相同或類似為必要，故被告以兩造經營業務之行銷管道、模式、目標、消費族群、標的等，辯稱被告不足構成對原告之直接競爭作用，不會使人就「夢時代」3字對於被告所經營之當舖有具體聯想及混淆，且二者店面建築、經營形象並無聯結性云云，委無可採。
2. 再者，原告經營夢時代購物中心之百貨公司、購物中心服務，且其與台北富邦銀行合作發行「富邦夢時代聯名卡」已如前述，再由原告所提前揭長久投注之廣告行銷及相關報導可知，如附圖一所示之商標已於相關事業及消費者間奠定其百貨、時尚、觀光且有提供聯名卡消費之印象。而被告所經營之當舖業務係屬「典當」之服務，通常於國人一般觀念，「當舖」或「典當」係為有現金之急用，卻欠缺足以向金融機構取得貸款之信用者，提出動產向當舖業者質借現金之營業，其於我國社會大眾心目中的印象，屬於為信用欠佳或急需用錢者提供快速質借之服務，顯與如附圖一所示之商標所標榜之形象大相逕庭，兩者之服務訴求縱因非屬同一商品或服務而不致造成相關消費者有混淆誤認之虞，惟各自所表彰之形象落差甚大，被告將原告如附圖一所示之商標中之文字「夢時代」用於當舖業，將使相關消費者對如附圖一所示之商標產生「經濟告急」、「無法消費」之聯想，

自有減損如附圖一所示之商標信譽之虞。

(五)綜上，如附圖一所示之商標於101年8月31日已屬著名商標，而被告前手經營當舖，卻於101年8月31日未經原告之同意，逕自變更為「夢時代當舖」，被告又於102年6月4日予以承接並申請復業，被告顯然明知夢時代購物中心、以及如附圖一所示之商標為著名註冊商標之事實，卻將該著名註冊商標中之文字「夢時代」作為自己當舖商號之名稱，有使人將其所經營之當舖商號與如附圖一所示之商標產生聯想之虞，影響其指示來源之識別性，且使人對如附圖一所示之商標之信譽產生負面聯想之虞。故被告有商標法第70條第2款視為侵害商標之情形。

#### **四、判決結果**

被告未得商標權人即原告同意，明知如附圖一所示之商標為他人著名之註冊商標，而以該著名商標中之文字「夢時代」作為自己商號之名稱，有減損該商標之識別性及信譽之虞，依商標法第70條第2款規定，視為侵害商標權。從而，原告依同法第69條第1項、第2項規定，請求被告不得使用相同或近似於「夢時代」之字樣作為其商號名稱之特取部分，並應向臺北市商業處辦理其商業名稱變更登記為不含相同或近似於「夢時代」字樣之名稱，且不得於招牌、名片、網頁、廣告及其他行銷物件，或從事其他行銷之目的而使用相同或近似於如附圖一所示之商標，並應拆除、除去及銷毀所使用含有相同或近似於如附圖一所示商標之招牌、廣告、名片及網址及其他行銷物件，為有理由，應予准許。