105080303 有關「古傳」商標註冊事件(商標法§29I①) (智慧財產法院 105 年度行商訴字第 42 號行政判決)

爭點：說明性詞彙縱變更字體或書寫排列方式，若其整體仍作為標榜形容商品之描述性質使用，仍不具有識別性。

系爭商標圖樣

(申請第 103036192 號)

古傳

第 5 類：中藥材；草藥；枇杷膏；中藥；雞精；素雞精；抗氧化營養補充品；蟲草精；植物萃取營養補充品；卵磷脂營養補充品；代餐營養補充品；藥草茶營養補充品；維生素營養補充品；維他命營養補充品；綜合維他命營養補充品；蜆精；酵素營養補充品；草本營養補充品；營養補充品；醫藥用膠囊。

相關法條：商標法第 29 條第 1 項第 1 款

案情說明

原告前於 103 年 6 月 26 日以「古傳」商標（下稱系爭商標），向被告（經濟部智慧財產局）申請註冊。經被告審查，認系爭商標僅由中文「古傳」構成，使用於所指定之商品，應為商品之品質或相關特性之說明，不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來源之標示，並得藉以與他人之商品或服務相區別，不具識別性，應不准註冊，於 104 年 5 月 1 日為核駁之處分。原告不服，提起訴願，經經濟部於 105 年 1 月 18 日作成訴願駁回之決定，遂向智慧財產法院提起本件行政訴訟。

判決要旨

智慧財產法院 105 年度行商訴字第 42 號行政判決：原告之訴駁回。

〈判決意旨〉：

一、「古傳」係指定商品之說明性詞彙

系爭商標圖樣，係由單純未經設計之中文「古傳」，由左至右排列組合而成。而「古傳」乙詞，依其字義係指古老傳統或自古傳承之方法，例如：「古傳」秘方、「古傳」養聲秘帖、「古傳」止咳聖藥、「古傳」中藥、「古傳」藥膳、「古傳」八仙果、「古傳」經典肉粽等，此有網路資料附卷可按，顯見「古傳」習見用於藥物或食品，用以說明該藥物或食品係遵照古法所製作。此外，參酌市售之滴雞精商品，業者亦常以「古法製作」、「古法煉製」、「古老製法」、「古法傳承」、「傳承

古法」、「古法純煉」等語詞用以標榜形容其雞精商品係遵循古老傳統方法萃煉精製，故味道香醇濃郁，且品質優良，而有別於其他一般雞精或雞湯商品，此亦有 Google 搜尋資料在卷可參，是以系爭商標指定使用於「中藥材；…營養補充品；醫藥用膠囊」等商品，依一般社會通念之認知，其字義係指上開商品係以古老傳統或自古傳承之方法所製成，並進而傳達上述商品品質優良之特性，且為相關消費者所能輕易理解，該語彙之描述性程度顯然較高，縱未為國內相關業者所普遍使用，自社會公益角度觀之，該純粹提供商品品質或特性之說明性詞彙，仍不宜由特定人獨占使用。

二、欠缺已具後天識別性之事證

原告另主張系爭商標應具備後天識別性，並提出公司網頁介紹、藝人代言促銷商品之廣告資料、廣告單據、商品包裝、電視購物台廣告、銷售通路、實體通路及網路口碑推薦資料為證。…惟依上開實際使用資料所示，其商品上雖均有標示系爭商標之「古傳」二字，然其「古傳」二字均略經美術設計，且均與產品名稱「滴雞精」以相同美術設計之字體上下並列，核非單純使用未經設計之「古傳」二字，亦非僅變更「古傳」之字體或書寫排列方式，是以依原告之實際使用方式，其係以「古傳滴雞精」等文字標榜形容其雞精商品之味道香醇濃郁，且品質優良，上述使用證據並未改變「古傳」係描述性語彙之性質，故而就消費者而言，其主要識別商品來源之標識仍為原告另案註冊第 01133527 號「華陀扶元堂 Hua To Fu Yuan Tang 及圖」商標圖樣或「華陀扶元堂」等文字，而非「古傳」二字，故上開使用證據尚不足以證明「古傳」二字已為相關消費者識別原告所提供商品之來源指示標識，而取得後天識別性。