

105100304 有關「優の生活大師 UdiLife 設計圖」商標廢止事件(商標法§63I②) ([智慧財產法院 105 年度行商訴字第 27 號行政判決](#))

爭點：「網路購物」、「郵購」、「電視購物」服務均係經營者基於同一消費平台將所需的各類商品與消費者達到交易目的之功能，而不似實體店舖買賣，三者服務之消費者均無法實際觸摸商品，僅能單憑目錄或電視購物頻道之內容即決定購買之性質，三者服務性質應屬相同。

系爭商標圖樣

(註冊第 01286196 號)



第 35 類：代理進出口服務、代理國內外廠商各種產品之報價投標經銷商情之提供、為他人之採購服務、櫥窗設計、拍賣、產品包裝、網路購物、郵購、電視購物、…、首飾貴金屬零售、化粧品零售、康樂用品零售、機械器具零售。

相關法條：商標法第 63 條第 1 項第 2 款

案情說明

參加人前以「優の生活大師 UdiLife 設計圖」商標，向被告（經濟部智慧財產局）申請註冊，經被告審查，核准列為註冊第 01286196 號商標（下稱系爭商標），嗣原告以系爭商標指定使用於「櫥窗設計、網路購物、郵購、電視購物」部分服務有商標法第 63 條第 1 項第 2 款規定之適用對之申請廢止註冊。經被告審查，為系爭商標「指定使用於『櫥窗設計』部分服務之註冊應予廢止；指定使用於『網路購物、郵購、電視購物』部分服務之註冊，廢止不成立」之處分。原告就前開廢止不成立部分處分不服，提起訴願，經經濟部訴願會駁回，原告仍未甘服，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 27 號行政判決：原告之訴駁回。

<判決意旨>：

- 一、商標使用應符合下列要件：(1) 使用人係在從事行銷等商業交易過程而使用；(2) 需有使用商標之行為，即前揭法條所列之 4 款行為態樣，有

一即足；(3)需足以使相關消費者認識其為商標，其使用並應符合一般商業交易習慣（最高行政法院 103 年度判字第 712 號判決參照）。基於擴展傳統行銷通路之考慮，透過網路購物、郵購、電視購物與經營者達成購物交易，可以具有基於同一消費平台將所需的各類商品達到交易目的之功能，而不似實體店鋪買賣，透過三者購物服務之消費者均無法實際觸摸商品，僅能單憑目錄或電視購物頻道之內容即決定購買之性質，又參諸經濟部公布之「商品及服務分類暨相互檢索參考資料」，「網路購物、郵購、電視購物」均編列於 3518「綜合性商品零售」組群，顯見「網路購物、郵購、電視購物」服務三者性質應屬相同。

二、「網路購物」服務係指藉由網際網路方式匯集各式各樣的商品，透過精心規劃之網頁設計，為消費者提供商品資訊及購物建議，以方便消費者瀏覽與選購之服務。有關「網路購物」之選購方式，本無任何限制，以我國為例，PChome、Yahoo 奇摩購物中心、momo 富邦購物網等網路交易平台業者，係將綜合百貨購物商場予以虛擬化，其所滿足消費者需求之功能與綜合百貨購物商場相同。又網路購物等部分服務性質應屬匯集各種商品供消費者瀏覽與選購以滿足消費者於電子商務交易過程所需網路平台及交易資訊之需求。衡酌參加人架設之「UdiLife 優の生活大師」官方網站及相關網頁資料，首頁左上方除標示有系爭商標外，頁面更列有「收納系列」、「廚房系列」、「清潔系列」、「洗衣系列」、「日常系列」、「個人系列」、「芳香系列」、「聯絡我們」及「商品型錄」下載等連結，其中商品系列超連結經點擊進入後所顯示之頁面，參加人於頁面中陳列曬架、掛勾、整線夾、衣物防塵套、整理箱、桌角防護墊、雨傘收納袋及椅腳套等多樣不同種類商品，每樣商品照片上或包裝上可見系爭商標，且皆有數量選擇及「加入 24h 購物車」之按鈕可供點選購買。另既亦有清楚揭示「服務專線」及參加人公司聯絡資訊，即足以提供瀏覽者以電話接洽方式進行選購，仍符合前揭「網路購物」服務供消費者瀏覽與選購之特徵，足證參加人在申請廢止日（102 年 5 月 9 日）前 3 年內，有將系爭商標使用於「網路購物」服務。

三、現今網路購物服務提供者所採取之服務方式日益多樣化，諸如開設 FACEBOOK 粉絲專頁或 LINEAPP 動態消息頁面刊登商品照片、資訊及價格供消費者以 FACEBOOK 或 LINE 私人訊息諮詢選購，均為透過網際網路方式以經規劃之網頁設計頁面陳列商品供消費者詢問選購之網路購物服務型態。本件參加人以架設標示有系爭商標之官方網站陳列各式各樣商

品供消費者瀏覽，並設置「聯絡我們」之超連結按鈕供消費者以 e-mail 方式與其客服部諮詢選購，亦不失為一種網路購物服務型態。則原告稱「網路購物」服務絕非僅能在網站上瀏覽商品且留有聯繫方式即當之、參加人並未使用系爭商標於「網路購物」服務之情並不可採。

四、以消費者角度觀察市場上實際交易情形，單純以「郵購」、「電視購物」行銷之情形已不多見，現今郵購業者亦多以「網路購物」之方式提供郵購服務，電視購物業者亦多將其產品放置於網路上供消費者瀏覽，更亦見三者性質相同之情形。既然參加人已檢送部分系爭商標使用於「網路購物」服務之具體使用證據，與之同性質之「郵購、電視購物」服務服務雖未檢送，亦應可認為有使用。