

106040302 有關「ALL PAY ALL 付寶及圖」商標評定事件(商標法§30I⑪)
([智慧財產法院 105 年度行商訴字第 128 號行政判決](#))

爭點：據以評定之「支付宝」及「ALI PAY」商標，已為我國相關事業或消費者所普遍認知之著名商標。

系爭商標圖樣

(註冊第 01526283 號)



第 9 類：…電子付款用軟體；…從網際網路進入搜尋電腦化資訊之電腦軟體、從網際網路進入檢索電腦化資訊之電腦軟體、電腦軟體。

第 35 類：…網路拍賣，藉由網際網路提供企業評價，電腦及其周邊設備零售，電器用品及電子產品之零售服務。

第 36 類：藉由全球電腦網路提供企業清算服務（財務），線上銀行服務及款項代收，信用卡服務，電子資金轉帳，網路銀行。

第 38 類：電子郵件傳輸服務，網際網路之電信連結，全球電腦資訊網路之電信連結，提供電子佈告欄及信息板之訊息傳送，線上資訊傳輸，信息、資料及影像之電腦傳輸，電信傳輸服務，提供電子連線網路資料存取服務，提供資料庫存取。

第 39 類：代售國內外運輸事業之客票，代預訂國內外運輸事業之客票，運輸資訊，以電腦追蹤貨物運送過程之服務，運輸經紀，貨運經紀，船務代理。

據以評定商標

(註冊第 01355058 號)



第 9 類：處理付給他人或由他人支付之電子付款用軟體；…以資訊為特色之有關嗜好、收集及拍賣之電子刊物（可下載的），預錄錄音帶，光碟唯讀記憶體，光碟及錄影帶；用於從全球資訊網路及網路系統進入為搜尋及檢索有關嗜好、收集、拍賣及產品之電腦化資訊用電腦軟體。

第 35 類：藉由全球電腦網路提供企業諮詢、商業資訊及行銷諮詢顧問服務、網路購物服務、藉由本地及全球電腦網路為他人之商品及服務作廣告之企業諮詢服務；…網路拍賣；藉由網際網路提供企業評價；電腦及其周邊設備、電器用品及電子產品之線上零售服務。

第 36 類：藉由全球電腦網路提供企業清算服務（財務）；線上銀行服務及代理收付款項；信用卡服務；帳單及其付款之處理，及財務交易之保險；資金轉帳服務；網路銀行，電子資金轉帳服務；藉由網際網路為顧客轉帳付款。

第 38 類：…提供進入第三人能出價商品及服務、開出及完成訂單、簽訂契約書及處理交易之全球電腦網路網站；…全球電腦網路存取時間租賃、提供資料庫存取；帳單及其付款之傳輸。

第 39 類：電子儲存紀錄或文件的保管。

第 42 類：電腦資料處理；電腦程式設計服務；電腦系統軟體服務；電腦軟體設計；電腦系統設計；電腦軟體及硬體之設計及開發；網頁之設計及開發；他人網頁之代管；有關所有上述服務之資訊、諮詢及顧問服務。

據以評定商標

ALI PAY

第 35 類：…提供網路購物服務；藉由區域及全球電腦網路為他人提供廣告宣傳服務；代理進出口服務；透過區域及全球電腦網路提供購物資訊；透過互動電腦網路提供購物資訊…。(註冊第 01178344 號)

第 36 類：…透過全球電腦網路提供帳戶結算、交易金額資訊和資金移轉調度服務；線上銀行服務和融資服務；信用卡服務，帳務處理服務、帳單電子傳送服務、帳單付款服務；金融交易之保險；轉帳服務、電子資金轉帳服務；為他人提供網路付款轉帳服務；款項代收服務。(註冊第 01176366 號)

第 38 類：…為電子商務 (E-COMMERCE) 及實際之全球商業交易提供電信連結服務；…電信傳輸；電報通訊傳輸；無線電、電話或其他通訊工具之傳呼；資料和訊息之電子傳輸或傳送；…。(註冊第 01178519 號)

第 39 類：電子化儲存資料或文件之保管。(註冊第 01167651 號)

相關法條：商標法第 30 條第 1 項第 11 款

案情說明

原告之前手茂為歐買尬數位科技股份有限公司（下稱茂為歐買尬公司）前於民國 100 年 5 月 2 日以「ALL PAY ALL 付寶及圖」商標，向原處分機關經濟部智慧財產局（下稱智慧局）申請註冊，經智慧局審查，核准列為註冊第 01526283 號商標（下稱系爭商標）。嗣參加人以系爭商標有違商標法第 30 條第 1 項第 10、11、12 款之規定，以據以評定諸商標（以下合稱據以評定商標）對之申請評定，期間茂為歐買尬公司將系爭商標權移轉給原告，案經智慧局審查，以 104 年 11 月 20 日中台評字第 1020177 號為「主張商標法第 30 條第 1 項第 11、12 款規定之部分，評定不成立。主張商標法第 30 條第 1 項第 10 款規定之部分，評定駁回」之處分，參加人不服，提起訴願，經被告 105 年 8 月 3 日經訴字第 10506308510 號決定，認定系爭商標之註冊有商標法第 30 條第 1 項第 11 款規定之適用，而為「原處分撤銷，由原處分機關另為適法之處分」，原告不服，遂向智慧財產法院提起行政訴訟，並聲明：訴願決定不利於原告部分均撤銷。智慧財產法院認本件判決之結果，若認定應撤銷訴願決定及原處分，將影響參加人之權利或法律上之利益，遂依職權命參加人獨立參加本件訴訟。

判決要旨

智慧財產法院 105 年度行商訴字第 128 號行政判決：

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

〈判決意旨〉：

一、系爭商標與據以評定商標構成近似，且近似程度不低

(一) 判斷商標近似，應以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意為準，觀察商標整體的外觀、觀念或讀音，以異時異地、隔離觀察為原則。經查，系爭商標係由英文「ALL PAY」與「ALL 付寶及圖」上下排列，下方「ALL 付寶及圖」係「ALL 付寶」中英文及圖左右排列組合而成，上開文字及圖樣為黃色，置於藍色四方形底色上，予人寓目印象，以「ALL PAY」與「ALL 付寶」為主要部分，至於據以評定之第 1355058 號「支付宝 Alipay.com & Device」商標係由整體為墨色之盾牌 Logo 與上下排列之「支付宝」、「Alipay.com」呈左右排列組合而成，其餘於據以評定之第 1178344、1176366、1178519、1167651 號商標則係以墨色之英文「ALI PAY」為其圖樣。承上，系爭商標之「ALL 付寶」與據以評定商標之「支付宝」相較，其中「宝」即為「寶」之簡寫，是二者均有相同之「付寶」，且皆在中文「付寶」下方延伸一向右後方之線條設計，二者予人之認知概念並無區別；另系爭商標之「ALL PAY」與據以評定商標之「ALI PAY」均為二個英文字、六個字母之商標圖樣，除第三個字母分別為「L」與「I」之差異外，其餘五個字母相同，所處位置亦相同，惟 L 與 I 外觀極為相近，易產生混淆，系爭商標之「ALL PAY」與據以評定商標之「Alipay.com」亦屬近似，且近似程度不低。職是，系爭商標整體雖係由外文「ALL PAY」與「ALL 付寶及圖」所組合成，然其係呈現上下排列，且各為不同之設色，予人寓目印象「ALL PAY」與「ALL 付寶」應各為主要部分，與據以評定商標之「支付宝 Alipay.com & Device」、「ALI PAY」應屬構成近似商標，且近似程度不低。

(二) 原告主張系爭商標圖樣上之「ALL」字設計源自原告公司特取名稱「歐」字英文諧音，「ALL PAY」為全部付款之意，中文「付寶」亦係付款之意，系爭商標設計概念結合原告公司名稱與第三方支付產業，有其具體意義存在云云。惟查，在教育部重編國語辭典網站輸入「付寶」查詢字詞，找不到相關資料，顯示「付寶」並非固有中文詞彙，無法證明「付寶」等於付款之意，此有教育部重編國語辭典網站查詢資料可證。原告持其主觀之見解，認定「付寶」即係付款之意，並據以主張「付寶」2 字之識別性甚弱云云，並非可採。又按「判斷商標是否近似，首先應確立的是應以誰的角度來觀察。由於商標最主要的功能在提供商品／服務之消費者藉以區辨商品／服務來源，因此，是否近

似，即應以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意為準。」，為「混淆誤認之虞」審查基準 5.2.2 所明定。原告主觀上設計系爭商標圖樣的緣由為何，並非外部的一般消費者所得知悉，況即使系爭商標的設計緣由確如原告所述，仍無影響本件二商標圖樣客觀上有使消費者產生混淆誤認之虞而構成近似商標（此部分已如上所述）之判斷。

- （三）原告主張系爭商標圖樣底部雷同的線條設計是因為第三方支付平台常為電子商務模式，多利用電腦與滑鼠設備，而設計滑鼠及滑鼠線圖樣云云。惟第三方支付服務與滑鼠並無必然的關連性，而且滑鼠圖樣也不是第三方支付公司常用的設計，足認系爭商標圖樣下方之線條設計應係仿襲據以評定商標而來。

二、據以評定商標為著名商標

參加人乃全球領先的電子商務公司，經營多元化之互聯網業務，包括 B2B（企業間電子商務）、國際貿易、網上零售和支付平台，以及以資料為中心的雲端計算服務等，致力為全球所有人創造便捷的網上交易渠道，目前服務來自超過 240 多個國家和地區的互聯網用戶，在大中華地區（包括臺灣、中國、香港、澳門）、印度、日本、韓國、英國及美國等 70 多個城市設有辦事處，擁有約 24,000 名員工，旗下有多個著名網站，有參加人所提出之訴願附件 2 阿里巴巴集團概況可憑，而其中與據以評定商標之使用相關者，例如：支付寶（www.alipay.com）、阿里巴巴國際交易市場（www.alibaba.com）、「阿里巴巴中國交易市場」（www.1688.com 及 www.alibaba.cn）、淘寶網（www.taobao.com）、天貓平台（www.tmall.com）、聚划算（www.juhuasuan.com）、一淘（www.etao.com）分別自 2004 年、2006 年、2008 年、2010 年推出，時間均早於系爭商標之申請日，均採用「支付寶 ALIPAY」作為交易之支付工具，其中支付寶（www.alipay.com）之「支付寶 ALIPAY」是參加人於 2004 年創立，是中國領先的獨立第三方網上支付平台，擁有最大的市場份額，2008 年 9 月支付寶用戶數突破 1 億，到 2010 年 3 月支付寶註冊用戶數已突破 3 億，2011 年支付寶的總交易金額約人民幣 9200 億元（約合新臺幣 4 兆 3000 億元），躍居全球第一，相當於我國中央政府 2 年份的總預算，顯見其金流影響力之龐大，而截至 2012 年 12 月，支付寶日交易額超過人民幣 200 億元，日交易筆數達到 1 億零 580 萬筆。支付寶與超過 180 個金融機構包括中國全國性各大銀行，如工商銀行、農業

銀行、建設銀行、招商銀行，以及中國郵政、各大地區性銀行，以及 VISA 和 MasterCard 等合作，「支付寶 ALIPAY」第三方網上支付交易可說是互聯網發展過程中一個創舉，也是電子商務發展的一個里程碑，支付寶（ALIPAY）品牌以安全、誠信贏得了用戶和業界的一致好評，也獲得了很多項榮譽及獎項，此亦有參加人所提出之訴願附件 4：2005 年起至 2010 年之獲獎紀錄可稽，在臺灣鑑於金融法規之限制，雖然第三方支付專法「電子支付機構管理條例」延宕多年，遲至 2015 年才通過，但參加人已順利獲得金管會核准，可承作跨境電子支付業務，在此之前，陸客來臺無法在臺灣「實體店面」使用「支付寶 ALIPAY」，然大陸網民使用「支付寶 ALIPAY」網購臺灣「網路商店」商品，或國人使用「支付寶 ALIPAY」網購淘寶網商品已盛行十年之久，網路開店平台業者網勁科技公司於 2006 年就與參加人之淘寶商城（後改名為「天貓」）合作，大陸的消費者可以採用「支付寶 ALIPAY」機制，進行線上付款，網購臺灣商家的商品，此種合作模式等於帶進陸客透過網路用「支付寶 ALIPAY」來臺灣消費，2007 年參加人之淘寶網臺灣館已締造約 9000 萬人民幣的營業額，有訴願附件 5 之 2008 年 5 月 23 日經濟日報 D5 版報導可參，換言之，大陸消費者用「支付寶」付款，購買臺灣網路商家的金額高達新臺幣 4 億 5 仟萬元，之後網勁科技公司在 2009 年依據臺灣網友到中國淘寶網購物的需求，成立了「臺灣淘一站」，協助臺灣買家可以透過這個網站，註冊一個「支付寶 ALIPAY」帳號後，即可將新臺幣按照匯率轉換成人民幣到該帳號中，在其金流擔保下，安心在淘寶網購物，承上，「臺灣淘一站」的正式上線意味著臺灣民眾可以像大陸網友一樣上淘寶網購物，並使用「支付寶 ALIPAY」付款，此外，參加人在 2009 年 10 月宣佈其第三方支付平台「支付寶 ALIPAY」開通臺灣的 VISA 卡支付業務，從此臺灣用戶使用臺灣發行的 VISA 信用卡，就可以直接透過「支付寶 ALIPAY」付款，在參加人之網購平台淘寶網上進行購物，而臺灣支持「支付寶」VISA 卡支付的銀行有包括中國信託等共 11 家，以上有訴願附件 5：2006 年至 2010 年臺灣新聞媒體報導、商業發展研究院研究報告及其他網路資料，以及訴願附件 13：教導臺灣的消費者如何註冊「支付寶」帳戶，以購買參加人天貓商城及淘寶網內的商品之資料可證。再者，臺灣銷售量最大、最權威的財經財誌「商業周刊」曾以「淘寶襲臺！接管臺灣地攤」之標題為封面，以巨大篇幅詳細深入報導參加人之淘寶網及據以評定商標「支付寶」、「ALI PAY」及「支付寶 ALIPAY」等，報導中提及：「每天一萬件淘寶包裹從大陸各地送到臺灣，全臺從地攤

到 1/4 網路賣家跟它批貨」、「支付寶公佈年度對帳單，…列出十大城市人均支出金額，結果竟有四個臺灣城市赫然上榜，嘉義市躍居第一名，是第二名，即淘寶大本營杭州的一．八倍，其次是高雄市居第三，然後是臺中市，與臺南市。單是一個嘉義的年人均支付金額就達到新臺幣三十二萬五千元」、「臺灣最大社群網站批踢踢團購板，八成都關於淘寶團購，一天至少一百篇開團文章，每團三十到五十人，且幾乎都會成團。一年估計就有一百零九萬人次透過淘寶買東西，這些隱形大軍數量龐大，都不在淘寶統計範圍」、「單 2011 至 12 年，臺灣支付寶支付金額年成長了 65%，而支付筆數年成長 93%」等語，而這些每筆交易金額的支付都必須透過「支付寶 ALIPAY」第三方支付平台來完成，有訴願附件 6：商業周刊第 1310 及 1321 期摘錄可參。另除網勁科技公司早在 2006 年即與參加人合作，使大陸消費者可以採用「支付寶 ALIPAY」機制，進行線上付款，網購臺灣商家的商品外，臺灣藍新科技公司亦在 2009 年與參加人旗下之「支付寶 ALIPAY」合作，提供兩岸三地的跨境支付服務，相關新聞稿訊息及服務詳情、使用方式在該公司網站的多個網頁上都有顯示及說明，另在著名之封神 ONLINE 網路遊戲網站上，亦有關於教導線上遊戲玩家要如何在網路上使用「支付寶 Alipay」充值之教學示範，有訴願附件 10 網頁資料可稽，參加人亦與玉山商業銀行股份有限公司進行「境外合作收單」合作方案，提供兩岸網民網路購物之貨款代收代付服務，此有訴願附件 11：雙方簽署之「支付寶服務合同」以及玉山銀行網站上合作專區網頁訊息及新聞稿等廣告促銷資料可供佐證，參加人並在臺灣發行「支付寶購物卡」，其為一種儲值的預付卡，可於參加人之天貓商城及淘寶網內購物使用，臺灣消費者購買後，支付寶帳號無須實名認證即可使用，極為方便，此有訴願附件 12：「買到寶」平台提供的支付寶購物卡服務說明、教學指南及相關之教學視頻影像列印等促銷資料可供參酌，均足以佐證據以評定商標經由參加人長期使用於第三方網上支付平台服務，已為我國相關事業或消費者所普遍認知之著名商標。

三、有關證據尚不足以認定相關消費者已熟悉系爭商標而不致與據以評定商標造成混淆誤認之虞

- (一) 原告固主張國內外廠商以「付寶」或「付寶」作為商標之一部分於類似商品或服務併存註冊情形不少其識別性較弱云云。但查，由智慧局之商標資料檢索服務查詢可知，於系爭商標申請註冊前，在國內以「付

寶」或「付寶」獲准註冊者，確實僅有據以評定之「支付宝」商標，而原告所舉之「財付保」與「付寶」或「付宝」仍屬有別，且據以評定諸商標早於 94 年即獲准註冊，而「財付保」係 100 年 2 月 1 日始獲准註冊，自難謂於系爭商標 100 年 5 月 2 日申請註冊前，該「付宝」或「付寶」之識別性弱。又我國商標法係國內法且採屬地保護原則，原告雖舉出多件大陸地區以「付宝」作為商標圖樣之部分並核准註冊者之案例，然查大陸地區之審查基準、消費者之認知、市場交易習性、商標使用情形與我國未盡相同，且該等商標均未在我國申請或使用，我國消費者對該等商標在大陸地區之註冊或使用情形未必知悉，自難比附援引執為「付宝」或「付寶」在我國之識別性弱之論據。

- (二) 至原告另主張國內第三方支付政策於 2012 年年底始鬆綁，而我國電子支付相關法規在 104 年年中才公佈施行，是支付寶根據臺灣法令在 104 年前無法在臺灣從事相關服務云云。然查，「支付宝」第三方支付平台係透過網際網路方式提供服務，是和國內網路商店合作，並非與實體店面合作，縱使我國未開放，此種網上交易難謂非屬使用。又其雖非在我國設置網站，然依前揭使用證據可知，我國消費者可瀏覽該網頁，並可透過該網站提供的資訊接受其提供的服務，且其亦與我國藍新科技公司合作，是依智慧局所發布之「註冊商標使用之注意事項」第 3.4.2 點，應可認參加人有使用據以評定之「支付宝」商標。另原告稱其是我國第一家成立之第三方支付公司，且藉由高度曝光率，消費者已熟悉歐付寶而不會造成混淆誤認云云。惟查，原告所提出之網頁資料，大多論及其公司名稱「歐付寶」，並無系爭商標之使用證據，尚不足以認定相關消費者已熟悉系爭商標而不致與據以評定商標造成混淆誤認之虞。

四、綜上所述，本院斟酌全辯論意旨及調查證據結果，認系爭商標與據以評定諸商標構成近似，且近似程度不低，所使用之商品及服務同一或類似，且具有高度關連性，據以評定商標為著名商標，據以評定商標有識別性，原告申請系爭商標具有惡意，經綜合判斷後，認有致相關公眾混淆誤認之虞。揆諸前揭說明，系爭商標之註冊有商標法第 30 條第 1 項第 11 款之適用。職是，被告所為「原處分撤銷，由原處分機關另為適法之處分」之訴願決定，核無不法。原告仍執前詞訴請撤銷訴願決定，為無理由，應予駁回。

