

106040303 有關「森森百貨 U-Life 及圖」商標評定事件(商標法§30I ⑩) ([智慧財產法院 105 年度行商訴字第 73 號行政判決](#))

爭點：兩造商標不構成近似，無致消費者混淆誤認之虞。

系爭商標圖樣
(註冊第 01561034 號)



據以評定商標
(註冊第 01591957 號)



第 35 類：郵購、電視購物、網路購物、為消費者提供商品資訊及購物建議服務、百貨商店、錶零售批發、電器用品零售批發、貴重金屬零售批發、皮件零售批發、電腦周邊配備零售批發、電視廣告、電視商業廣告、郵購型錄廣告、電腦網路線上廣告、提供電訊媒體廣告時段之服務、…等服務。

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、為企業採購商品及服務、櫥窗設計、拍賣、網路購物、郵購、電視購物、食品飲料零售、布疋及衣服及服飾配件零售、家具室內裝設品零售、五金零售、家庭日常用品零售、文教用品零售、…等服務。

相關法條：商標法第 30 條第 1 項第 10 款

案情說明

原告以「森森百貨 U-Life 及圖」商標，向被告（經濟部智慧財產局）申請註冊，經被告核准列為註冊第 01561034 號商標（下稱系爭商標）。嗣參加人以系爭商標之註冊有違商標法第 30 條第 1 項第 10、11、12 款之規定申請評定。經被告審查，認兩造商標構成近似，復指定使用於同一或類似之郵購、電視購物、網路購物等服務，有致相關消費者混淆誤認之虞，有前揭商標法第 30 條第 1 項第 10 款規定之適用，以中台評字第 H01020110 號商標評定書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分。原告不服，提起訴願，經經濟部訴願審議委員會駁回，原告仍不服，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 73 號行政判決：

訴願決定及原處分均撤銷。

訴訟費用由被告負擔。

<判決意旨>：

一、系爭商標與據以評定商標不構成近似

系爭商標圖樣係由綠紅藍三色樹圖形、中文「森森百貨」，及外文「U-Life」由左而右排列組成，「森森百貨」及「U-Life」之字體大小相同，且均為紅色；較之據以評定商標以外文「U-Life」及「優の生活大師」上下排列而成，「U-Life」字體數倍於「優の生活大師」，並均為藍色字體，外文字體格外凸顯，且無圖形，二者整體外觀上已有相當之差異。雖二商標均有「U-Life」外文，惟「U」與「You」或「優」發音相同或相似，仿間即常以「U」作為「You」或「優」之替代音譯字使用，而「Life」有生活之意，二者結合之「U-Life」即有「你-生活」，或「優-生活」之意涵，為生活日常用語；佐之據以評定商標申請註冊（99年1月6日）前後，以「U-Life」作為註冊商標之一部分者甚多，並廣泛指定於各類商品，如註冊第1415164號（第35類，申請日98年11月19日、註冊公告日99年6月16日）、第1425648號（第39類，申請日98年12月24日、註冊公告日99年8月16日）、第1443200號（第41類，申請日99年1月14日、註冊公告日99年12月1日）、第1421890號（第21類，申請日99年1月7日、註冊公告日99年8月1日）、第1421310號（第8類，申請日99年1月7日、註冊公告日99年8月1日）、第1442785號（第43類，申請日99年1月7日、註冊公告日99年12月1日）、第924551號（第8類，申請日88年9月27日、註冊公告日為90年2月16日）、第1332605號（第7類，申請日97年1月9日、註冊公告日97年10月16日）等商標即是，顯見「U-Life」識別性薄弱。因此系爭商標與據以評定商標雖均有「U-Life」，但該二商標整體外觀予人寓目之印象，消費者關注或者事後留在其印象中的，則為該二商標之主要部分「綠紅藍三色樹圖+森森百貨」、「優の生活大師」，並影響該二商標給予消費者的整體印象。而該二商標主要部分各為「綠紅藍三色樹圖+森森百貨」及「優の生活大師」，其外觀、字義、讀音、構圖、顏色均截然不同，相關消費者於異時異地隔離觀察極易於區辯，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，不致有所混淆而誤認二服務來自同一來源或誤認不同來源之間有所關聯，是足認二商標非屬近似之商標。

二、無致消費者混淆誤認之虞

經查，原告經營電視購物頻道和購物網站，2010年至2013年購物網站之會員註冊人數達萬人以上，並於2011年10月27日經國內各大媒體蘋果日報、中國時報、自由時報和經濟日報報導「森森百貨」、「森森

百貨 U-Life」之相關訊息，甚至榮登 2011 年 5 月 4 日至 17 日「天下雜誌」台灣 500 大服務業者排名第 271 名，並連續二次榮獲行政院頒布的「創造就業貢獻獎」登載於 100 年 12 月 16 日經濟日報；且自 101 年 6 月 26 日起，原告在中華電信 MOD 頻道上播放標示有系爭商標之購物節目，每月並定期印製載有「森森百貨 U-Life」、「森森 U-Life」之購物型錄寄送會員，99 年印製型錄 3,133,000 本，100 年印製型錄 5,125,890 本，2011 年全年度會員收受型錄率經全方位市場調查中心調查結果高達 80%以上。另原告 2012 年 4 月至 5 月間電子廣告郵寄資料、2012 年 5 月 24 日回覆會員之電子郵件、101 年 4 月 16 日、17 日之發票數十張、101 年 4 月 1 日至 101 年 6 月 30 日銀行卡友廣告資料等資料，均有「森森及樹圖」、「森森百貨及樹圖」、「森森百貨 U-Life 及樹圖」等標示其上，足認系爭商標於註冊時（102 年 10 月 16 日），其公司名稱特取部分「森森」、「森森百貨」，以及樹圖，即已為國內消費者所認知與熟識，參照前開說明，系爭商標應有受較大保護之理由；遑論系爭商標與據以評定商標主要識別部分迥異，不致使相關消費者誤認之虞。