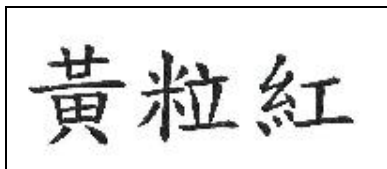


107100303 有關「黃粒紅」商標異議事件(商標法§30I(11))(智慧財產法院 106 年度行商訴字第 161 號行政判決)

爭點：據爭商標指定商品雖因其他法律規定致無法進口我國且於另案遭受廢止註冊，惟著名商標之保護，不以在我國取得註冊商標為限，縱未在我國使用或使用情形不廣泛，但因有客觀證據顯示該商標於國外地區已經廣泛使用而達著名之程度，且其所建立之著名程度已達我國時，仍應認為係著名商標。

系爭商標



註冊第 1573168 號

第 29 類：果凍、肉乾、肉鬆、燻製海產魚類、瓜子、烤海苔、葵瓜子、黃豆、果仁、黑豆、乾製果蔬、乾製花生、加工過的花生、經保存處理的豆、經保存處理的堅果、蜜餞、香蕉乾、蠶豆酥、葡萄乾、豆乾。

系爭商標實際使用情形



據爭商標



註冊第 1403466 號

第 29 類：肉類；魚製品；蔬菜罐頭；花生醬；麻辣花生；花生米；乾製花生；醃漬果蔬；...；芝麻油；花生油。

註冊第 1408628 號

第 30 類：調味醬；豆瓣醬；...

據爭商標實際使用情形



相關法條：商標法第 30 條第 1 項第 11 款

案情說明

原告以「黃粒紅」商標，指定使用於「果凍、肉乾、肉鬆、燻製海產魚類、瓜子、烤海苔、葵瓜子、黃豆、果仁、黑豆、乾製果蔬、乾製花生、加工過的花生、經保存處理的豆、經保存處理的堅果、蜜餞、香蕉乾、蠶豆酥、葡萄乾、豆乾」商品，向被告申請註冊，經被告核准列為註冊第 1573168 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 款及第 11 款之規定，對之提起異議。經被告審查，認系爭商標有違商標法第 30 條第 1 項第 11 款之規定，以中台異字第 G01020492 號商標異議審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，經經濟部經訴字第 10606311310 號決定書為「訴願駁回」之決定，原告仍未甘服，遂向智慧財產法院提起本件行政訴訟。

判決主文

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

<判決意旨>

一、 兩商標構成近似，且近似程度甚高：

（一）兩商標圖樣之比較，兩商標均有相同之首尾中文「黃、紅」2 字，而系爭商標係由左至右之橫書中文，且係墨色、未經任何美編之「黃粒紅」3 字所構成；據以異議諸商標雖係由左至右之橫書中文「黃飛紅」3 字所構成，惟其中「飛」字為簡體字型，並有一橘黃色之圓點作為點綴，並將「紅」字右邊的「工」字下方橫書筆畫，以一根紅辣椒圖形代替。雖據以異議諸商標於「飛紅」二字之下方有一行音譯之外

文「HUANG FEI HONG」，然其字型甚小，且係未經設計之外文文字。

(二) 實際使用情形之比較：系爭商標實際使用於產品外包裝之字體有 2 種，分別為「黃粒烔」（「烔」之讀音可為ㄉㄨㄥˊ或ㄉㄨㄥˋ）及「黃粒紅」，其中「黃粒烔」部分之字體設計為 3 個字均有黃色的花生圖形，「黃」字另綴有一根紅辣椒；「黃粒紅」部分之字體設計，「黃粒」2 字與前述「黃粒烔」之「黃粒」2 字相同，「紅」字部分則以一根紅辣椒代替系部下方的 3 點。據以異議諸商標實際使用於產品外包裝之字體，與前開商標圖樣描述相同。

(三) 觀諸兩商標實際使用情形，就讀音方面，兩商標之全部整體發音雖非完全相同，惟 3 字中有 2 字（即「黃、紅」）發音完全相同；就外觀方面，「黃飛紅」、「黃粒烔」、「黃粒紅」3 字均為普通消費者寓目印象之主要部分，並均有使用一根紅辣椒做為字體設計之點綴，又同以近似於毛筆書寫之字體寫成，以及產品外包裝均使用白底格紋圖樣，亦均以一淺盤盛裝相當數量之花生，並伴以零散 2 至 3 顆花生散落在該淺盤前方，且所販售之商品均為辣味脫皮花生，是綜合比較兩商標之圖樣及商品包裝外觀，予人寓目印象及整體之外觀、觀念均極為相仿，讀音亦極為相似，普通消費者自有可能因兩商標外觀所使用之文字、圖案及組成順序相似度極高，而就兩商標產生混淆誤認，故應認兩商標係構成近似之商標，且其近似程度甚高。

二、 據以異議諸商標為著名商標，且其著名程度已達臺灣：

(一) 按商標法第 30 條第 1 項第 11 款規定，相同或近似於他人著名商標，有致相關消費者混淆誤認之虞，或有減損著名商標之識別性或信譽之虞者，不得註冊。且本法所稱著名，指有客觀證據足以認定已廣為相關事業或消費者所普遍

認知者，商標法施行細則第 31 條亦定有明文。次按商標重在使用，使用強度越深且廣，其商標權效力所及範圍越大，故為貫徹使用強度已達著名程度之商標，前款規定所稱著名商標，即不以在臺灣取得註冊商標為限，且商標縱未在臺灣使用或在臺灣實際使用情形並不廣泛，但因有客觀證據顯示該商標於臺灣以外的地區已經廣泛使用而達著名之程度，且其所建立之著名程度已達臺灣時，仍應認為係著名商標。故據以異議諸商標縱因法律規定，致其所指定使用之部分商品無法進口臺灣而遭被告於另案廢止，此亦不代表據以異議諸商標一定無法成為著名商標，仍應視其使用證據之強度是否已廣泛使用而達著名之程度，且其著名程度是否已達臺灣。

- (二) 參加人於 98 年即以「黃飛紅 HUANG FEI HONG 及圖」於臺灣申請註冊據以異議諸商標，縱如原告主張自國際貿易局貨品分類及輸出入規定，得知據以異議諸商標商品輸入臺灣境內之代號皆為「MWO」，屬中國大陸不准輸入臺灣之商品，然據參加人所檢附之資料顯示，不論自搜尋引擎 Google 或由中國大陸百度百科搜尋輸入「黃飛紅」，皆有大量的搜尋紀錄及瀏覽歷程，且自中國大陸各報章雜誌、媒體及網路商城之宣傳行銷上，由 96 年至 101 年皆陸續報導據以異議諸商標商品之各項銷售及宣傳訊息，如於中國大陸百度百科即載有「黃飛紅麻辣花生自 2007 年上市...2009 年...一度成為網絡最熱賣零食，居淘寶網...卓越網等各大 C2C、B2C 網店零食排行榜之首，各大媒體爭相報導...從網路紅到超商，更有臺灣知名之 TVBS 電視台記者專程至大陸採訪風靡台灣的黃飛紅...」，另於 Google 網路搜尋結果有 2011 年 2 月 1 日「【武漢】對岸超火紅但台灣禁賣的黃飛紅麻辣花生...解密黃飛紅熱銷

的秘密...」，又依食品伙伴網記載「2007 年上市至今，黃飛紅一路領跑...休閒零食市場，多次在淘寶、京東、卓越、1 號店、我實網等網絡商城的休閒零食排行榜上名列前茅、且依每經網記載「【成功創業故事：黃飛紅功夫花生】在零食愛好者中擁有眾多擁戴的黃飛紅是一款很簡單的產品...但它卻成為中國大陸休閒食品行業中最強勁的黑馬之一，2011 年的銷售額達到了 2 億，比 2010 年 1 億的銷售額增加了一倍...」，以及 2009 年 11 月 30 日中國產經新聞報載有「【麻辣花生黃飛紅創京城銷量奇蹟】...欣和集團旗下的黃飛紅麻辣花生創造了北京休閒食品市場奇蹟，銷售額已達 1,500 多萬，預計今年年底將突破 2,000 萬」，不僅報導其創業故事及銷售歷程，亦顯示據以異議諸商標商品於短期間即成為中國大陸銷售黑馬之事實，並表彰其於短短一年間即將營業額提升成長一倍的銷售熱況，可徵其商標商品應已達家喻戶曉之程度。

- (三) 且依 2011 年 3 月 23 日網易新聞中心載有「【麻辣花生預熱兩岸農經交流合作】...黃飛紅花生在台灣早已具有良好的口碑和知名度...兩岸農漁業暨中小企業座談會舉行的目的之一就是在努力尋求如何實質性推動兩岸農漁業經濟方面的交流合作。黃飛紅麻辣花生的亮相意味深長，它既傳遞了兩岸同胞之間的友誼，又切合了座談會主題、目標，同時預熱了兩岸農業經濟交流發展...」等訊息，且據以異議諸商標已分別於 2009 年 1 月 6 日、2011 年 12 月 13 日及 2011 年 3 月 4 日在韓國、美國及日本獲准註冊，可知據以異議諸商標經由參加人長期廣泛使用及宣傳，所表彰之商品及其相關服務之信譽已為相關事業或消費者所普遍認知之著名商標。

(四) 現今兩岸人民經貿旅遊往來頻繁，語言、文字等又極為相近，加以兩岸民間之交流、互動往來頻繁，縱據以異議諸商標商品未獲准在臺銷售，然臺灣民眾可自網路、水貨等非實體店面選購，或親友介紹與託帶等方式對中國大陸商品進行瞭解及採買，更遑論於臺灣新聞媒體曾大幅報導相關產品的資訊，且網路上經搜尋、使用評價之知名度等，故仍應認據以異議諸商標為著名商標，且其著名程度已達臺灣。

三、 系爭商標指定使用於「果凍、肉乾、肉鬆、燻製海產魚類、瓜子、烤海苔、葵瓜子、黃豆、果仁、黑豆、乾製果蔬、乾製花生、加工過的花生、經保存處理的豆、經保存處理的堅果、蜜餞、香蕉乾、蠶豆酥、葡萄乾、豆乾。」與據以異議諸商標所指定使用之「調味醬；豆瓣醬；甜辣醬；酸辣醬；醬油；醋；花生糖；辣椒粉；辣椒油；酵母；芝麻糊。」、「肉類；魚製品；蔬菜罐頭；花生醬；麻辣花生；花生米；乾製花生；醃漬果蔬；豆腐乳；食用油；芝麻油；花生油。」類商品相較，均屬調味醬料及休閒食品等相關商品，於用途、功能、材料、產製者、消費者及行銷管道等因素上，難認無任何共同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，均有相同或類似之處。

四、 綜上，審酌兩商標近似之程度，相關消費者就系爭商標為整體觀察時自有可能發生混淆，而誤認其與據以異議諸商標屬於同一來源之系列商標，亦即可能使相關消費者誤認兩商標之商品或服務為同一來源之系列商品或服務，或誤認兩商標之權利人或使用人間存在關係企業、授權關係、加盟關係或其他類似關係而產生混淆誤認情事，而有違商標法第 30 條第 1 項第 11 款前段規定之情形。況觀諸兩商標商品所實際使用之正面外包裝，均分別印有兩商標，且皆用白底格紋圖

樣，是由商品包裝外觀及商標圖樣之外觀、讀音觀之，亦幾無差別，且所販賣者皆為辣味花生，二者正面包裝之圖片亦以花生為主體，甚至連設計過的造型毛筆書寫字體亦幾無二致，除有致相關消費者混淆誤認之虞外，亦有可能影響據以異議諸商標之消費者轉而購買系爭商標商品，致減損據以異議諸商標商品之市場，故系爭商標之註冊，亦違反商標法第30條第1項第11款後段之情形。