

108060301 有關「金礦咖啡」商標註冊事件(商標法§30 I ⑩)([智慧財產法院 107 年度行商訴字第 91 號行政判決](#))

爭點：相關消費者對各商標之熟悉程度因素於混淆誤認之虞之判斷。

### 系爭商標

申請第 107880075 號

金 礦 咖 啡

第 030 類：巧克力；糖果；餅乾；麵包；蛋糕；穀製零食；月餅；鳳梨酥；銅鑼燒；三明治；土司；甜點

### 據以核駁商標



註冊第 01068061 號

第 030 類：土司、蛋糕、麵包、漢堡、鮮奶油蛋糕、鮮奶蛋糕、水果蛋糕、冰淇淋蛋糕、三明治、海棉蛋糕、乳酪蛋糕、蛋塔、派餅、披薩、熱狗麵包、花色小蛋糕、蛋糕上可食用的裝飾品、棺材板、甜甜圈、銅鑼燒

金 礦

註冊第 01895530 號

第 030 類：月餅、鳳梨酥、麻糬、漢堡、三明治、甜甜圈、銅鑼燒、披薩、布丁、餅乾、穀製零食、麵包、蛋糕。

相關法條：商標法第 30 條第 1 項第 10 款

### 案情說明

原告前於民國 106 年 6 月 13 日以「金礦咖啡」商標，指定使用於當時商標法施行細則第 19 條所定商品及服務分類表第 30 類之「茶葉、茶、…即溶咖啡包、糖果、餅乾…」等商品，向被告申請註冊。嗣於 107 年 1 月 11 日向被告申准分割為兩件商標

申請案，分割後之本件第 107880075 號商標（下稱：系爭申請商標，如附圖 1 所示）指定使用於「巧克力、糖果、餅乾、麵包、蛋糕、穀製零食、月餅、鳳梨酥、銅鑼燒、三明治、土司、甜點」商品（下稱：餅乾、甜點等商品）。經被告審查，認系爭申請商標有商標法第 30 條第 1 項第 10 款規定不得註冊之情形，以 107 年 4 月 23 日商標核駁第 0388030 號審定書為核駁之處分。原告不服，提起訴願，經經濟部於 107 年 9 月 6 日經訴字第 10706309010 號訴願駁回。原告不服訴願決定，遂向法院提起行政訴訟。

## **判決主文**

**原告之訴駁回。**

**訴訟費用由原告負擔。**

### **<判決意旨>**

一、系爭商標之註冊有無違反商標法第 30 條第 1 項第 10 款規定？

（一）商標是否近似暨其近似之程度：

1. 系爭申請商標為未經設計由左至右橫書之中文字「金礦咖啡」所構成；據以核駁 061 號商標，係由左側之皇冠圖樣，搭配右上之中文「金礦」及右下之英文「GOLD CROWN」所組成；據以核駁 530 號商標，則係以未經設計由左自右橫書之中文字「金礦」所構成。又系爭申請商標中之「咖啡」一詞，為常見飲料名稱，識別性低，消費者並不會將之做為識別商品或服務來源，是其主要部分，應為「金礦」2 字，準此，系爭申請商標與據以核駁諸商標相較，外觀均有予人寓目印象深刻之中文「金礦」/「金礦」2 字，外觀近似；雖「礦」與「礪」字之部首略有差異，然無論是金部或石部，俱易使人直接聯想礪石，堪認二者均直接使人聯想產金的礪藏，故二者之觀

念為相同；雖據以核駁 061 號商標另有英文「GOLDCROW N」及皇冠圖樣，然相關消費者如遇有文字之商標圖樣，多以唸讀為主要識別，且中文為我國消費者慣用之文字，於見有中文之商標，多會唱呼中文，故系爭申請商標與據以核駁諸商標讀音相同，整體以觀，系爭申請商標與據以核駁諸商標間視覺感受差異性不大，傳達之觀念並無二致，連貫唱呼讀音亦相同，以具有普通知識經驗之消費者於購買時施以普通之注意，於異時異地隔離觀察或實際交易連貫唱呼之際，整體圖樣顯易使施以普通注意之消費者有同一或系列商標之聯想，實不易區辨，二者應屬構成近似之商標，且近似程度高

2. 文字作為指示及區別商品或服務來源的標示，是否具有識別性，取決於文字的意義及其與指定商品或服務之間的關係（商標識別性審查標準 4.1 參照），系爭申請商標指定使用於「餅乾、甜點」等商品，而系爭申請商標中之「咖啡」乃常見之飲料種類，可能作為「餅乾、甜點」等商品之原料，且商業經營上常見將「咖啡」與「餅乾、甜點」等商品併同銷售，故系爭申請商標之「咖啡」屬消費者熟知或競爭同業普遍使用之說明性文字，屬識別性較低之文字，相關消費者將施以較少之注意，消費者之寓目印象，自會為「金鑽」部分所吸引，故系爭申請商標係以「金鑽」為寓目印象深刻之主要識別部分，原告前揭主張，尚無可取。

（二）商品/服務是否類似暨其類似之程度：

系爭申請商標指定使用於「餅乾、甜點」等商品；據以核駁 061 號商標指定於「土司、蛋糕…」等商品、據以核駁 530 號商標指定使用在「月餅、鳳梨酥、…」等商品。是以，系爭申請商標與據以核駁諸商標相較，皆屬「糖果、

餅乾、穀製零食、麵包、蛋糕」等相關商品，其原料、用途、功能大致相當，且常來自相同產製者，二者於功能、用途、材料、產製者、行銷管道及銷售場所等因素上，均具有共同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形判斷，如標示相同或近似之商標，易使一般商品消費者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，所指定使用之商品間，應屬構成同一或高度類似之商品。

(三)商標識別性強弱：

據以核駁 061 號商標係由左側之類似皇冠造型之抽象圖形，搭配右上之中文「金礦」及右下之外文「GOLDCROWN」所組成；據以核駁 530 號商標則係以未經設計、由左至右排列之中文字「金礦」所組成。又據以核駁 530 號商標「金礦」一詞，有傳達「產金的礦藏」之意，屬既有的詞彙，獨創性不高，屬任意性商標，而據以核駁 061 號商標，除「金礦」中文外，雖另結合英文「GOLDCROWN」及類似皇冠造型之抽象圖形，整體予人寓目明顯之印象，然「金礦」中文、英文「GOLDCROWN」及類似皇冠造型之抽象圖形，均為現有之詞彙或事物，亦為任意性商標，佐以，據以核駁諸商標之商標圖樣與所指定使用之蛋糕、麵包等商品並無關聯，故消費者會直接將其視為指示及區別商品或服務來源的標識，具有相當之識別性，倘他人稍有攀附，極可能引起相關消費者有混淆誤認之情事。至於系爭申請商標則係由左至右橫書未經設計之中文「金礦咖啡」所構成，因咖啡為一種飲品，而與所指定之甜點等商品相關，具有商品說明的意義，故系爭申請商標整體而言，乃「金礦」結合「咖啡」之名稱與指定商品之意涵，消費者亦會直接將其視為指示商品及區辨來源之標識，並與他人的商品相區別，此與據以核駁諸商標相當，屬任意性商標，亦具識

別性，是以，系爭申請商標與據以核駁諸商標之整體商標圖樣構成高度近似，且指定之商品又屬同一或高度類似，一般消費者即無從加以分辨，自易對其表彰來源或產製主體產生混淆誤認。

(四)相關消費者對各商標之熟悉程度：

1. 原告主張：系爭申請商標因在「餅乾、甜點」等商品之使用，已為相關消費者所熟悉，具有較強之識別性，而不會與據以核駁諸商標產生混淆誤認之虞。
2. 按商標須依法申請註冊後，始得主張商標權之保護（商標法第 2 條規定參照），可知，我國商標法係採「先申請註冊原則」，先申請註冊之商標縱使不具高度著名性或為相關消費者所普遍知悉，先商標權人仍得依法主張權利，另基於維護市場之公平競爭，避免財力雄厚之企業藉由龐大之行銷能力，巧取豪奪先註冊之商標，我國實務目前仍未採取「反向混淆誤認」之見解，是基於商標法「先申請註冊原則」，自應保護註冊在先之前商標，而非後商標（最高行政法院 105 年度判字第 465 號判決意旨參照）。查原告主張其營業收入總額較流線公司為高，故系爭申請商標較為相關消費者所知悉云云，並無可採，已如前述，縱認原告主張系爭申請商標藉由廣告行銷等措施，較諸據以核駁諸商標廣為我國相關消費者熟悉一事為真，然如准予後商標即系爭申請商標之註冊，不僅明顯違反我國商標法先申請註冊原則之規定，且市場上如同時存在系爭申請商標與據以核駁諸商標，以二商標圖樣高度近似且又指定使用於同一或高度類似之商品，自易使消費者誤以為兩者來自同一來源，或誤認兩商標之使用人間存在關係企業、授權、加盟或其他類似關係，益證系爭申請商標之註冊確實有致消費者產生混

淆誤認之虞。又我國商標法於法制選擇上係以優先保障註冊在先之商標，而與商標是否事後廣為相關消費者知悉無關，若註冊在先之商標並未實際使用，尚可依「商標廢止」之制度以衡平（現行商標法第 63 條第 1 項第 2 款參照），是以，據以核駁 061 號商標之權利期限至 11 年 11 月 15 日止、據以核駁 530 號商標之權利期限至 17 年 1 月 31 日止，其等於系爭申請商標申請註冊時（106 年 6 月 13 日）均仍為有效存在之商標，則據以核駁諸商標在未依法廢止確定前，自仍有拘束他人商標申請註冊之效力，亦不得以後商標即系爭申請商標較為相關消費者所知悉，即應賦予較大之保護，故原告此部分主張，即無可採。

（五）系爭商標之申請人是否善意：

原告主張：原告早於 89 年 12 月 17 日，即陸續申請註冊「金鑽」、「金礦」，且用於咖啡廳、餐廳、咖啡、食品與蛋糕等服務，於市場上早已著名且品牌形象深植人心，系爭申請商標之註冊係出於善意云云。然原告於系爭申請商標申請註冊時（106 年 6 月 13 日），是否不知據以核駁諸商標之使用事實，已非無疑？再者，若以「金鑽」為關鍵字稍作搜尋，即可由商標檢索系統輕易得知據以核駁諸商標之存在，是原告申請註冊系爭申請商標，已難謂出於善意。況且，縱認原告於系爭申請商標之申請出於善意，在個案上判斷衝突的二商標是否會引起相關消費者混淆誤認，仍應參酌前開其他相關因素綜合判斷，而非單以系爭申請商標註冊申請為善意之個別因素，即當然可認系爭申請商標並無致消費者產生混淆誤認之虞，併此敘明。

二、綜上，系爭申請商標與據以核駁諸商標，二者整體商標圖樣為高度近似商標，復指定使用於同一或高度類似之商品，據

以核駁諸商標具相當識別性，無證據可認相關消費者對於系爭申請商標較為熟悉，系爭申請商標之申請非出於善意，二者行銷方式或提供場所，有重疊之可能性等因素，相關消費者可能同時接觸二商標之機會，而產生混淆誤認情事。縱認系爭申請商標之申請出於善意，而降低對申請出於善意等其他因素之要求，亦可認定系爭申請商標之註冊，應有致相關消費者誤認兩造商標之服務為來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，或誤認二商標之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。是本件經綜合衡酌上開各項因素，認客觀上系爭申請商標有使相關消費者誤認其與據以核駁諸商標之商品為同一來源，或誤認其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，而產生混淆誤認之虞，揆諸前揭說明，系爭申請商標指定使用於第30類「餅乾、甜點」等商品之註冊，應有商標法第30條第1項第10款規定之適用。