

109100101 有關「韓廚」商標權侵害事件(商標法§68、§69)(智慧財產法院 109 年度民商訴字第 13 號民事判決)

爭點：商標圖樣的文字部分經法院認定無識別性時，其混淆誤認如何判斷？

### 系爭商標



#### 註冊第 01516284 號

第 043 類：小吃店；小吃攤；……；快餐車；咖啡館；咖啡廳；居酒屋；拉麵店；泡沫紅茶店；……；提供餐飲服務；飯店；飲食店；漢堡店；學校工廠之附設餐廳；燒烤店；餐廳；點心吧。

(法院卷 附圖 2)

尼歐韓廚

被告實際使用態樣

**相關法條：商標法第 68 條、第 69 條**

**案情說明**

本件原告主張：被告自民國 108 年 1 月 12 日起，以「尼歐韓廚」為店名經營餐廳並提供餐飲服務，原告發現後曾於同年 2 月 25 日發函通知被告立即停止使用系爭圖樣或其他相同或近似於據爭商標之文字或圖樣，但被告仍持續使用系爭圖樣經營餐廳。直至原告於同年 7 月 9 日對被告全體合夥人提出侵害商標權之刑事告訴後，被告才將店名改為「尼歐廚房」，但其 Facebook 粉絲專頁、Uber Eats 外送平台仍以「尼歐韓廚」持續經營，顯有侵害據爭商標權之故意或過失。

被告答辯則以：據爭商標之「韓廚」文字乃有指韓國廚房、韓式廚房等意之簡稱詞彙不難索解，於指定使用於韓式餐點或作為銷售相關韓式料理商店名稱之場合，非原告所創，僅為描述性標識，則其他競爭同業於交易過程需要使用此等標識之可能性相當高；況據爭商標與系爭圖樣之「韓廚」文字雖相同，但其字體顯不相同，一般消費者施以普通注意即可輕易辨別，尚不致使相關消費者混淆誤認之虞等語。

**判決主文**

**原告之訴駁回。**

**訴訟費用由原告負擔。**

**<判決意旨>**

- 一、以文字作為指示及區別商品或服務來源的標識，是否具有識別性，取決於文字的意義其指定或服務之間的關係。當文字完全沒有商品或服務品質、功用或其他特性的說明含義，或含義極低時，為識別性較強的文字商標，反之則為識別性較

低的文字商標。至於指定商品或服務的通用名稱，或其品質、功用或其他特性的直接明顯說明性文字，則不具識別性。市場上開發者所賦予之商品或服務名稱，雖為首創，惟若為商品或服務的直接明顯說明，因其容易讓人明瞭所指商品、服務為何，其他同業也要使用該等簡單、明瞭、直接的表述，則不宜由一人取得排他專屬權，故雖為申請人所首創，仍應認為其屬商品或服務的相關說明，不具識別性。

- 二、 經查，提供異國料理或異國餐廳者，習見冠以該國國名之字頭稱呼，例如「法廚」、「義廚」、「德廚」等，而此種用語方式，消費者不須經一定程度的想像、思考、推理即能領會商品或服務的關聯性，是該等商標不具識別性，故未經設計之「韓廚」二字，僅是相關描述商品或服務之品質、用途、原料、產地或相關特性之說明不具識別性。據爭商標以漫畫版一對韓服娃娃圖樣結合經美術設計之「韓廚」二字組合而成，整體係經創意巧思轉化原本單純韓國料理有關之概念，其創作目的足使消費者將據爭商標作為商品或服務來源之標識而有識別性，並非未經設計之「韓廚」二字即有識別性。
- 三、 按判斷商標近似，應以商標圖樣整體為觀察，此乃因商標呈現於商品或服務之消費者眼前是整體圖案，而非割裂之個別部分呈現之故。又所謂「主要部分」觀察，則係認為商標雖以整體圖樣呈現，可是商品或服務之消費者關注或事後留存之印象，可能係圖樣中較為顯著之部分，此一顯著部分即屬「主要部分」。而主要部分觀察與整體觀察並非互相對立，因主要部分最終是影響商標給予商品或服務之消費者整體印象之重要構成部分，故採通體觀察並比較其主要部分之方式，以判斷商標是否近似，與商標整體觀察原則並無牴觸。
- 四、 例如，「00 法廚餐廳」、「XX 法廚餐廳」，縱使所註冊或使用之商標均有「法廚餐廳」，消費者會以「00」、「XX」

作為識別餐廳來源之標識；又如「00 鮮奶」、「XX 鮮奶」之商標，即使「鮮奶」未聲明不專用，依商標整體觀察，消費者亦不會將商品原料說明性文字之「鮮奶」當作識別來源之標識，仍以主要識別部分「00」、「XX」作為識別之來源。經查，附圖 2 之系爭圖樣係由未經設計字型之「尼歐」結合「韓廚」組成，並未強化「韓廚」二字，難認其主觀上有將「韓廚」作為商標使用之意圖；而單純之「韓廚」二字係商品或服務之相關品質、用途、原料、產地或相關特性之說明，不具指示及區別來源的功能，業如前述，所以未經創意設計之「尼歐韓廚」圖樣，其圖樣中之「尼歐」才為商品或服務之消費者關注或事後留存之印象之主要部分，是系爭圖樣中之「韓廚」僅是被告商品或服務特性的說明，客觀上相關消費者並非藉由「韓廚」作為辨別商品或服務之來源；另被告系爭圖樣使用「韓廚」，並未刻意彰顯，亦符合商業交易習慣之誠實信用之使用方法，是被告辯稱「韓廚」係一般韓式料理所常用，其作為描述性文字使用，應屬可採。

五、就外觀而言，據爭商標為一對漫畫版韓服娃娃圖樣結合經設計之「韓廚」二字組合而成，其圖樣部分與文字部分之比例相當，圖文並茂相輔相成，相關消費者會將其整體作為表彰商品或服務來源之標識，是原告主張「韓廚」是據爭商標之主要部分云云，並不可採，原告就非屬據爭商標主要部分之「韓廚」二字主張商標權，即有未洽。系爭圖樣則是未經設計之「尼歐韓廚」等字形成，消費者會以「尼歐」作為主要識別來源，已如前述，是據爭商標與系爭圖樣之外觀並不近似。就讀音而言，據爭商標消費者會以「韓廚」發音，系爭圖樣則會以「尼歐韓廚」發音，其發音有「尼歐」之別，堪認二者讀音極不近似。就觀念而言，據爭商標以韓服娃娃與「韓廚」傳達韓國料理之概念，而系

爭圖樣則主要傳達「尼歐」的韓式料理之概念，二者所強調傳達之概念重點不同。承上，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，異時異地隔離整體觀察及連貫唱呼之時，可以區辨據爭商標與系爭圖樣有所不同，堪認二者不近似。

六、承上，被告使用系爭圖樣，其中「韓廚」二字僅係一般有關商品或服務本身特性之說明文字，且被告並無侵害據爭商標之故意，系爭圖樣與據爭商標無使相關消費者混淆誤認之虞，俱如前述，況被告之餐廳名稱已改為「尼歐廚房」，此為兩造所不爭執，另其 Facebook 粉絲專頁與 Uber Eats 外送平台網頁資料於 109 年 3 月 17 日之後亦修改為「尼歐廚房」，業據原告陳明在卷，是原告主張被告侵害據爭商標權，請求損害賠償及防止、排除侵害，並無理由。