

109120201 有關「金門の醇」、「金醇珍釀立體商標」等商標權侵害事件(商標法§95③)智慧財產法院109年度刑智上易字第45號刑事判決)

爭點：商標申請註冊行政審查上的判斷過程，是否足以影響法院侵權與否判斷之認定？

系爭商標

勝
品
金
醇

申請第 103056996 號

核駁第 0361347 號

第 033 類：含酒精飲料（啤酒除外）；酒（啤酒除外）；高粱酒；白蘭地酒；威士忌酒；伏特加酒；紅酒；清酒；五加皮酒；茅台酒；藥味酒；蘭姆酒；葡萄酒；米酒；烈酒；蒸餾酒；水果酒；汽泡酒；果露酒；茶酒。

統一(公司)商標

醇金

註冊第 01608207 號

第 003 類：化粧品、化粧用髮油、造型髮膠、護髮油、護髮乳、護髮霜、乳液、髮膠、整髮劑、頭髮造型劑、護髮品、髮根營養液、髮型定型液、保養品、人體用清潔劑、沐浴精、洗髮精、香料、精油、按摩精油。

金醇商標(附件 1)

金門の醇

註冊第 00967136 號

第 033 類：高粱酒、白蘭地酒、威士忌酒、伏特加酒、清酒、米酒、人蔘酒、葡萄酒、蒸餾酒、烈酒、藥味酒。

109/06/16 依商標法第 63 條第 1 項第 2 款之規定廢止其註冊業已確定

金醇商標(附件 2、3)



註冊第 1858389 號

商標名稱：金醇珍釀立體商標

聲明不專用：本件商標不就「瓶子及瓶蓋形狀部分」、「珍釀」文字主張商標權。

說明文字內容：

商標圖樣描述 本件商標如申請書所附之立體圖所示，係由一寶藍色流線瓶體及一倒圓椎形體之瓶蓋構成，瓶身下方寬圓至瓶頸漸縮細窄，瓶口如花瓣微張。瓶身標示

有「金醇珍釀」「金門高粱酒」、「金門酒廠」字樣以及申請人企業標章，瓶蓋上方並標示有申請人企業標章，其中瓶子及瓶蓋形狀部分不主張商標權。

商品或服務名稱：

酒（啤酒除外）；高粱酒；蒸餾酒；白酒；烈酒；大麴酒；茅台酒；藥味酒；人蔘酒；五加皮酒；杜仲酒；含酒精飲料（啤酒除外）；釀造酒；水果酒；威士忌酒；米酒；紅露酒；淡酒；紅酒；汽泡酒。



註冊第 1858392 號

商標名稱：金醇珍釀立體商標（紅瓶）

相關法條：商標法第 95 條第 3 款

案情說明

被告林○○係勝品酒業股份有限公司（下稱勝品公司）負責人，前於民國 103 年 10 月 1 日，以個人名義向經濟部智慧財產局（下稱智慧局）申請註冊「勝品金醇」商標（下稱系爭商標），指定使用於商品類別第 033 類之酒類商品。然經智慧局以「勝品

金醇」其中「金醇」近似於統一超商股份有限公司（下稱統一公司）註冊第 01629111 號「醇金」商標（下稱統一商標），暨金門酒廠實業股份有限公司（下稱金酒公司）註冊，如附件 1 所示「金門の醇」商標，而於 104 年 3 月 31 日發文予以核駁，並於 104 年 4 月 16 日公告不得註冊。金酒公司嗣於 106 年間另取得，如附件 2、3 所示商標（與附件 1 之商標合稱金醇商標），亦以「金醇」作為商標圖樣之主要部分，相關之商標資料，如附表所示。是被告明知未得金酒公司之同意或授權，不得於同一或類似商品，使用近似之金醇商標。竟未得金酒公司同意，基於為行銷目的而於同一商品，使用近似於金醇商標之商標之接續犯意，仍自收到本次核駁處分送達之某日起，至 107 年 12 月 20 日為警查獲止，在勝品公司製造及銷售「金醇高粱酒系列」商品（下稱系爭商品），製造數量不詳，可證實之銷售數量為 4,542 瓶、銷售金額為新臺幣（下同）603,540 元，使用近似於附表所示商標之金醇商標，有致相關消費者混淆誤認之虞。因認被告涉犯商標法第 95 條第 3 款之未得商標權人同意，為行銷目的而於同一商品，使用近似於註冊商標之商標罪嫌等語。

原審判決被告無罪，檢察官不服，提起上訴。

判決主文

上訴駁回。

<判決意旨>

一、被告抗辯稱兩商標並無混淆誤認之虞，且無本案犯意，而被告善意先使用等語。職是，本院首應判斷被告是否基於行銷之目的使用「金醇」文字？繼而探討系爭商品「金醇」文字與金醇商標是否近似，而致相關消費者有混淆誤認之虞？被告有無侵害金醇商標之故意？最後判斷被告使用「金醇」文字，有無善意先使用原則之適用。

二、被告基於行銷之目的使用「金醇」文字：

告訴人金酒公司註冊取得附表所示商標之商標權，而被告於上揭時間申請註冊系爭商標遭駁回，嗣仍使用「金醇」商品名稱文字生產銷售高粱酒等事實，為被告所不爭執。且有商標單筆詳細報表、智慧財產局商標資料檢索服務核駁審定書查詢結果明細、扣押筆錄及扣押物品目錄表及扣案商品標籤、搜索票與搜索現場與扣案物照片、經濟部智慧財產局商標註冊簿、勝品公司銷售記錄統計資料、產製資料及出廠送貨單等件在卷可憑。

三、「金醇」文字與附件 1 所示商標不相近似：

(一) 「金醇」文字與附表編號 1 所示「金門の醇」商標，如附件 1 所示。前者僅有 2 字，均為單純之中文。附件 1 所示商標文字計 4 字，係中、日文交雜，前 2 字「金門」係地名及金酒公司之公司名稱。是「金醇」文字與附件 1 之商標，雖均有中文「金」、「醇」字樣。然其文字之排列順序不相近，被告使用「金醇」文樣於系爭商品時，均以橫書體呈現。而附件 1 之商標為直書體，且有顯而易見之日文夾雜其中。被告經營勝品公司產銷「金醇」高粱酒系列商品，其商品標籤或以一個方框或橢圓形作為外框，內書寫「金醇」文字；或直接將「金醇」連接高粱酒、特選或精選高粱酒等文字，成為酒類商品名稱等情。是被告使用「金醇」方式，明顯與附件 1 所示商標樣式不同。準此，就兩者所呈現之構圖意匠以觀，兩者並不相近，以具有普通知識經驗之相關消費者，異時異地隔離整體觀察之際，可輕易區辨，是「金醇」文樣與附件 1 之商標外觀不成立近似，不致使相關消費者產生混淆誤認之虞。

(二) 智慧局 108 年 2 月 26 日 (108) 智商 00428 字第 10880099560 號函，雖認扣案酒瓶商品標籤上均有「金醇」文字，其與金酒公司如附表所示商標之「金醇」文字相同，兩者整體觀察仍構成近似商標，且有致消費者混淆誤認之虞等語。然金酒公司於 90 年 11 月 16 日在商品類別第 33 類註冊登記附件 1 所示「金門の醇」商標前，即有○○公司於 86 年 3 月 1 日經智慧局核准

在第 33 類商品註冊登記「金醇」商標，商標專用權期限至 96 年 1 月 31 日等事實，有智慧局商標註冊簿 1 紙在卷可稽（見偵字卷第 553 頁）。準此，智慧局於受理金酒公司申請註冊附件 1 所示商標審查時，已有○○公司已註冊登記「金醇」商標存在，其仍認為附件 1 所示「金門の醇」與「金醇」兩商標不同或不近似，註冊於同類商品，無致消費者混淆誤認之虞，始准許金酒公司申請「金門の醇」商標在同類商品註冊登記。然智慧局身為國內商標註冊登記之主管機關，擁有專業人員進行商標註冊審查，除反覆其認定結果外，在函文亦未具體說明其前後標準與審查結果不同之原因，是自無從遽為不利被告認定之依據。

四、「金醇」文字與附件 2、3 所示商標不相近似：

- （一）附件 2、3 所示商標，均係立體商標，除一為紅色瓶身、一為藍色瓶身外，有關商標圖樣之描述，主要為如申請書所附立體圖所示，由朱紅色或寶藍色流線瓶體及倒圓椎形體之瓶蓋構成，瓶身下方寬圓至瓶頸漸縮細窄。瓶身標示有「金醇珍釀」、「金門高粱酒」、「金門酒廠」字樣及金酒公司企業標章等內容；且商標圖示「金醇珍釀」4 字為特殊之書法書寫字體，上下直書位在瓶身中間，連同瓶身之整體立體商標傳達出濃厚之中國傳統文化意象，大器高貴，如附件 2、3 所示。
- （二）被告使用「金醇」文字，固與金酒公司上揭商品瓶身上「金醇珍釀」商標文字之前兩字相同，然前者僅 2 字，使用上並未特意以書法形式呈現，而後者不僅有 4 字，且字體為特殊之書法書寫字形，兩者可輕易區別。況附件 2、3 所示商標係以立體商標形式申請註冊，為金酒公司實際使用之商標，相較被告經營勝品公司產銷「金醇」高粱酒系列商品，均為透明玻璃瓶裝，造型僅為一般玻璃瓶形式，此有扣案物照片在卷可稽。準此，兩者有明顯不同，自外觀、讀音及觀念以觀，而於異時異地隔離整體或主要部分觀察，均有明顯差異，以具有普通知識經驗

之相關消費者，其於購買時施以普通之注意，應不會混淆誤認兩者來自同一來源或雖不相同而有關聯之來源，兩者應不構成近似之商標。

五、被告經諮詢確認可使用「金醇」文字：

- (一) 證人即信聯國際聯合商標事務所從事專利商標代理工作之○○○於原審結證稱：被告曾委託本人辦理「勝品金醇與圖」之商標註冊，遭智慧局核駁，當時被告有問本人「金醇」可否繼續使用，本人向被告分析表示：因金酒公司申請註冊附表編號 1 商標註冊時，有一個○○公司註冊登記「金醇」商標存在，智慧局仍准許註冊，可知智慧局認為附件號 1 所示商標與「金醇」商標，並不近似。而統一公司申請註冊「醇金」商標與金酒公司註冊之附件 1 所示商標可並存，代表智慧局認兩商標不同，且因被告使用「金醇」商標在統一公司註冊「醇金」商標之前，屬於善意先使用，不受商標效力拘束，故被告應可繼續使用「金醇」商標等語（見原審卷第 391 至 394、397 頁）。
- (二) 被告於申請「勝品金醇與圖」商標註冊遭核駁後，確實曾向專業人員詢問得否繼續使用「金醇」商標之專業意見，且經專業人員檢具相關資料具體表示「金醇」商標應與附表編號 1 所示商標不近似，並表示得對統一公司註冊「醇金」商標主張善意先使用之意見。則被告於徵詢專業意見後，認不會侵害金酒公司與統一公司之註冊商標後，繼續使用「金醇」商標產銷高粱酒系列商品，實難認其有侵害金酒公司如附件所示商標之故意。準此，本院認依現有證據，尚無法認定被告使用「金醇」產銷高粱酒系列商品，有侵害金酒公司如附件所示商標權之故意。

六、本判決結論：

原審以檢察官所舉之各項證據方法，尚無法證明被告林義勝主觀上有商標法第 95 條第 3 款之未得商標權人同意，為行銷目的而於同一商品使用近似於註冊商標之商標罪嫌，是其未達於通常一般之人均不致有所懷疑，而得確信其為真實之程度。準此，並無

充分之積極證據，使本院產生明確有罪之心證，應為被告無罪之諭知。是檢察官上訴意旨仍執前詞，指摘原判決不當，請求撤銷改判，為無理由。