

110100302 有關「吳萬春 WU WAN CHUN 設計圖」商標異議事件(商標法§30 I ⑩)(智慧財產及商業法院 110 年度行商訴字第 27 號行政判決)

爭點：綜合性商品零售服務與特定商品間類似關係之認定

系爭商標



註冊第 01930281 號

申請日：106/12/29

註冊日：107/8/1

第 35 類：代理進出口服務；……；
量販店；百貨商店；衣服零售批發；
文教用品零售批發；宗教用品零售批
發；手工藝品零售批發；香品零售批
發等。

據爭商標



註冊第 01359638 號

申請日：97/8/4

註冊日：98/5/1

第 3 類：線香、香末。

商標圖樣中之「府城吳萬春香行
Since 1902」不在專用之列。

相關法條：商標法第 30 條第 1 項第 10 款

案情說明

原告於民國 106 年 12 月 29 日以「吳萬春 WU WAN CHUN 設計圖」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 35 類「代理進出口服務；……；網路拍賣；百貨公司；超級市場；便利商店；購物中心；……；百貨商店；衣服零售批發；文教用品零售批發；宗教用品零售批發；手工藝品零售批發；香品零售批發；……；藉由網路提供商品交換之仲介服

務」服務，向被告申請註冊，經被告准列為註冊第 1930281 號商標。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 款至第 14 款規定，對之提起異議。案經被告審查，以 109 年 9 月 25 日中台異字第 G01070712 號商標異議審定書為系爭商標指定使用於「百貨公司；超級市場；便利商店；購物中心；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；量販店；百貨商店、宗教用品零售批發、香品零售批發部分服務之註冊應予撤銷」、「其餘服務之註冊，異議不成立」處分。原告對異議成立部分之處分不服，提起訴願，嗣經濟部以 110 年 2 月 25 日經訴字第 11006301820 號訴願決定駁回後，向本院提起訴訟。

判決主文

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

<判決意旨>

一、系爭商標與據以異議商標相近似：

(一)所謂外觀近似，係指商標或標章圖樣之構圖、排列、字型或設色等項目，具近似性，有產生混淆誤認之虞。查系爭商標由字體較黑較大之書法中文字「吳萬春」、左邊字體較小之中文「香鋪」、右上邊字體較小為中文「吳萬春」音譯之外文「WU WAN CHUN」、中文「吳萬春」印章等項目聯合構成，整體圖樣予相關消費者所認知，且清楚表達為指示及區別來源者之特徵顯為「吳萬春」或「吳萬春香鋪」。據以異議商標由有設計之圖案及中文「台灣漢香」構成，而「府城吳萬春香行 Since1902」部分聲明不主張商標權。相較兩商標圖樣可知，據以異議商標雖就上開部分聲明不專用，然商標註冊後，圖樣中含有聲明不專用部分，商標權人仍取得於指定商品或服務使用整體商標之權利，而非單獨使用商標

中特定部分，商標是否造成相關消費者混淆誤認之虞，其判斷仍應以整體商標圖樣為觀察(參照「聲明不專用審查基準」2.2.2)。據以異議商標整體予人印象具體清楚表達所表彰營業主體來源為府城「吳萬春香行」，自不能將之自整體圖樣中割離而為觀察。比較兩者「吳萬春」或「吳萬春香鋪」或「吳萬春香行」，均有表示經營相同業務範圍之「香鋪」或「香行」，並有相同「吳萬春」。是兩商標於外觀上實相彷彿，標示在相同或類似之商品或服務時，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，易產生同一或系列商標之聯想，應屬構成近似，且近似程度不低之商標。準此，兩商標外觀具有高度近似性，有致相關消費者產生混淆誤認之虞。

(二)所謂讀音近似，係指商標或標章所使用之文字，以連貫唱呼為標準，而足以產生混淆誤認之虞。查系爭商標文字部分，由中文字與印章體「吳萬春」、「香鋪」及「吳萬春」音譯之外文「WU WAN CHUN」組成。而據以異議商標文字部分係以「台灣漢香」、「府城吳萬春香行 Since1902」組成。以中文唱呼兩商標時，兩商標就「吳萬春」間呈現幾乎相同之讀音，足以使相關消費者有混淆誤認之虞。準此，足徵兩商標讀音有高度近似性。

(三)因商標設計之概念，並非相關消費者一望即知，相關消費者僅能以商標於消費市場上客觀呈現出之圖樣為判斷，無從知曉其設計者主觀之設計理念，故判斷兩商標是否近似，並不包括主觀因素之考量(參照最高行政法院 103 年度裁字第 421 號行政裁定)。所謂觀念近似，係指商標或標章圖樣之實質意義，有產生混淆誤認之虞者。查系爭商標由書法體中文字「吳萬春」、較小之中文「香鋪」、外文「WU WAN CHUN」及中文「吳萬春」印章所聯合組成。而據以異議商標係由煙霧繚繞之圖案及中文「台灣漢香」、「府城吳萬春香行 Since1902」構成。兩商標相較可知，雖「府城吳萬春香行 Since1902」部分字體較小，然其為主要識別部分，且設計理念均以香行、香鋪為主，兩商標字型設計差異不大，是

兩商標於觀念上實相彷彿，標示在相同或類似之商品或服務時，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，易產生同一或系列商標之聯想，致相關消費者就兩商標圖樣之實質意義，有產生混淆誤認之虞。準此，兩商標觀念近似程度高。

二、系爭商標與據以異議商標指定使用之部分商品類似：

(一)因社會及產業分工之常態及細緻，無法以抽象概念就商品或服務類似與否作適切之判斷，應依各產業別性質及具體個案判斷之（參照最高行政法院 105 年度判字第 614 號行政判決）。

(二)相較系爭商標指定使用於「宗教用品零售批發、香品零售批發」服務與據以異議商標指定使用於「線香、香末」商品，前者服務之目的，在於提供特定如後者商品之銷售，在滿足相關消費者之需求及服務提供者或其他因素，具有共同或關聯處，倘標上相同或近似商標，依一般社會通念及市場交易情形，有使接受服務者誤認其為來自相同或雖不相同而有關聯之來源，應屬具有類似關係，且類似程度高。

(三)系爭商標指定使用於「百貨公司；超級市場；便利商店；購物中心；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；量販店；百貨商店」服務，其與據以異議商標指定使用「線香、香末」商品相較，前者服務依一般社會通念及市場交易情形，核屬綜合性商品零售服務，係以非特定專賣形式於同一場所匯集多種商品，以方便相關消費者瀏覽與選購之服務，或為相關消費者提供商品資訊及購物建議之服務。而後者商品上之商標，係用以指示商品來源。考量現今行銷管道之多元化及行銷策略之多樣性，而系爭商標指定使用於「百貨公司；百貨商店；便利商店；超級市場；量販店；購物中心」服務所匯集之商品眾多，據以異議商標商品有可能包含在內。再者，就「郵購；電視購物；網路購物」等新型態之有關電子商務綜合性商品零售服務，除表彰一整體性之服務外，亦可能同時特定兼具指示商品零售服務來源之作用，兩者於行銷管道、購買者等因素，有共同或關連處，

依一般社會通念及市場交易情形，有使商品或服務消費者誤認其為來自相同或雖不相同而有關聯之來源，應可認為具有類似關係。

三、相關消費者較熟悉據以異議商標：

(一)參加人固主張據以異議商標主要由「台灣漢香」與「府城吳萬春香行」兩部分組成，「吳萬春」部分代表參加人傳承家業之象徵，經長期使用已足使相關消費者認識據以異議商標為參加人商品來源之表彰云云。然商號名稱是否為相關消費者所熟知，而與將商號名稱作為商標一部分，而使據以異議商標是否為相關消費者所熟知，係屬二事，尚須就兩者之使用情形及其關聯性綜合判斷。

就參加人所檢送證據，固能證明據以異議商標有長久行銷使用於「香品」商品，並為有接觸之相關事業或消費者所認識，惟不足以認定據以異議商標實際所從事之商業活動，已達到相關消費者普遍認知之著名程度。

(二)位於臺○市○○區○○里○○路 0 段 000 號「吳萬春香行」係由參加人、○○及○○○共同繼承與合夥經營，原告並非「吳萬春香行」合夥人，非合法之權利人，且無證據可證原告得繼承該合夥事業。況依參加人所送證物袋。可知「吳萬春香店」，前於 104 年○○聲明退夥後，合夥關係已不存在，嗣於 106 年解散，是關於「吳萬春香店」相關營業情形，其與系爭商標並無法律上權利義務關係之關聯性。

(三)就原告所檢送之證據，至多僅能證明系爭商標於提出申請註冊後，有行銷使用於「香品」商品之事實。就系爭商標核准註冊時之狀態而言，據以異議商標所表彰之商譽雖未達到相關消費者普遍認知之著名程度，然有長久行銷使用於「香品」商品，並為有接觸之相關事業或消費者所認識，相較系爭商標於申請註冊後始有使用而並不廣泛之情形而言，相關事業或消費者較易與據以異議商標產生聯想。準此，依現有之證據，僅足認相關消費者僅較熟悉據以異議商標，應給予較大之保護。

四、原告註冊系爭商標非善意：

(一)系爭商標與據以異議商標指定使用商品或服務相類似，且兩商標構圖成立近似。系爭商標於 106 年 9 月 11 日申請註冊，據以異議商標前於 98 年 5 月 1 日註冊公告。原告與據以異議商標權人屬競爭同業，且商標權採登記及公告制度，處於任何人均可得知悉之狀態，申請商標註冊應盡相當注意義務，避免侵害他人之註冊商標或先使用商標之權利，此為現代企業經營所應面臨之風險。準此，衡諸交易常情與商標公告制度，原告得知悉據以異議商標之存在，原告以近似據以異議商標之系爭商標，指定使用於同一或類似商品或服務，故原告註冊系爭商標時，並非善意。

(二)原告固稱系爭商標已徵得原合夥人○○之同意，且屬承繼「吳萬春香店」商號之合法行為，並無意圖仿襲或搶註之惡意云云。然商號名稱與商標各有不同之法律規範，除有商標法所規定應取得同意之情形外，申請註冊商標並無須取得他人之同意，原告未提出所謂獲得○○同意申請註冊，及其合法承繼「吳萬春香店」商號之相關證據以供審酌。由參加人、○○及○○○共同繼承與合夥經營「吳萬春香店」，前於 104 年○○聲明退夥後，合夥關係已不存在，嗣於 106 年解散，該商號已消失。至原告所稱參加人其後新成立之商號及註冊之據以異議商標，非屬原臺南市「吳萬春香店」之延續，且未經原合夥人之同意，違反誠信原則云云。然參加人是否有違反合夥契約或誠信原則，屬參加人與其他合夥人間之爭議，自與原告無涉。

五、本院斟酌全辯論意旨及調查證據結果，雖認定據以異議商標之商標權人多角化經營、兩商標在臺灣地區尚無實際混淆誤認之情事。然兩商標相近似、指定使用商品或服務同一或類似、據以異議商標為高度識別性之商標、相關消費者較熟悉據以異議商標、兩商標之行銷方式與場所有重疊性、系爭商標之註冊非善意等因素，足證系爭商標違反商標法第 30 條第 1 項第 10 款規定。準此，原

告訴請撤銷原處分關於異議成立部分及訴願決定，為無理由，應予駁回。