111040302 有關「SimFY」商標異議事件(商標法§30 I ⑩)(智慧財產及商業法院 110 年度行商更(一)字第 4 號行政判決)

爭點：「網路購物」、「電器用品零售批發」服務與居家生活電器智能控制商品是否存在類似關係?

系爭商標(附圖 1)



註冊第 01881381 號

第 35 類：廣告宣傳；代理進出口服務；工商管理協助；拍賣；為工商企業籌備商展服務；網路購物；衣服零售批發；婦嬰用品零售批發；電器用品零售批發；化粧品零售批發；文教用品零售批發。

據爭商標(附圖 2)

註冊第 01218608 號



第 009 類：用於管理、分散、轉換、儲存、調整或控制電流之電動或電子儀器和設備，用於記錄、複製聲音或影像之設備，人類辨識設備（尤指語音和視覺辨識）；電動或電子時間延遲設備或遙控器，即定時器，時間程序定時裝置，鐘點設定定時裝置，…（以上所有商品皆使用於供照明、保全、警示、加熱、蒸氣製造、烹調、冷凍、乾燥、通風、空調、水分配、存取控制、開關門、車庫門、大門、窗戶、捲門簾、百葉窗簾、柵欄、操作鎖、門把、窗柄、窗簾、窗簾杆、投影螢幕、移動隔間之控制、遙控、調整、監控或程式化電動或電子設備產品，其全部使用於公共建築物中之個人或集體住宅或供專業使用）。



註冊第 01763393 號

第 007 類：機械、馬達及引擎用控制器；為操作門、窗、遮窗板、百葉窗、窗簾、屏幕等商品。
第 009 類：為家庭及家用設備自動化及管理用之電動或電子資料處理、儲存、傳輸及接收裝置；居家自動化應用之介面卡；為居家自動化經由網際網路通訊及電信通訊網路之電動或電子遙控裝置等商品。

相關法條：商標法第 30 條第 1 項第 10 款

案情說明

參加人於民國 106 年 6 月 2 日以「simFY」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 類如附圖 1 所示服務申請註冊，經被告審查核准為註冊第 01881381 號商標（如附圖 1 所示，下稱系爭商標）。嗣原告以系爭商標有商標法第 30 條第 1 項第 10 款本文規定不准註冊之情形，提起異議，經被告以 108 年 1 月 3 日中台異字第 G01070101 號審定書為異議不成立之處分（下稱原處分）。原告不服，提起訴願，經濟部於 108 年 6 月 12 日以經訴字第 10806305840 號為訴願駁回之決定，原告不服，提起訴訟。嗣經 108 年度行商訴字第 84 號判決（下稱原判決）駁回原告之訴，原告不服，提起上訴，經最高行政法院 109 年度上字第 512 號判決廢棄原判決並發回智慧財產及商業法院更為審理。

判決主文

一、原告之訴駁回。

二、第一審及發回前第二審訴訟費用均由原告負擔。

〈判決意旨〉

一、系爭商標與據爭商標指定服務或商品非屬類似：

系爭服務為廣告、企業管理、綜合性或特定商品零售等服務，據

爭商品為機械之馬達、居家電子設備之管理控制裝置等商品，二者顯屬有別，且系爭商標指定零售批發服務，係匯集各種特定商品於一處供消費者瀏覽選購，該等服務販售之商品範圍跨及不同類別之多項商品，所表彰者係銷售商品時所提供之零售服務，而據爭商標指定使用商品，所表彰者為商品之產製來源，縱偶有業者將系爭商標服務匯集之商品與據爭商標之機械馬達、居家電子、電訊、聲音或影像設備之智能管理、遠端操控裝置等商品置於同一場所銷售，然因二者服務或商品之性質、功能差異甚大，服務提供者或產製主體有別，且於滿足消費需求上不具共同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，應非屬類似之商品或服務。

二、二者商標均具有相當識別性，雖二者商標圖樣近似，但所指定使用之服務或商品非屬同一或類似等因素綜合判斷，系爭商標之註冊應無致相關消費者誤認二者商標服務或商品為來自同一來源，或誤認二者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，而有混淆誤認之虞，應無商標法第 30 條第 1 項第 10 款本文規定之適用。

三、原告主張不可採之理由：

（一）系爭商標指定於「電器用品零售批發」服務部分：

1、依據爭商標 1 如附圖 2-1 所示指定商品末段刮號內容記載可知，據爭商標 1 之商品性質屬用於公共建築物中之個人或集體住宅或供專業使用之相關照明、保全、警示、加熱、蒸氣製造、烹調、冷凍、乾燥、通風、空調、水分配、存取控制、開關門、車庫門、大門、窗戶、捲門簾、百葉窗簾等商品。

2、系爭商標指定服務所要保護的對象，係商標權人經其勞務安排規劃所提供之整體性服務，而非所陳列販賣之具體商品，此與據爭商標指定使用於商品，用以指示該商品來源及商品品質之性質截然不同。再以現今社會大賣場、專賣店林立，消費者於賣場或專賣店選購特定商品之情形相當普遍，消費者會認知賣場或專賣

店所銷售商品係來自許多不同業者，系爭商標前揭以特定專賣形式提供電器用品及器材等商品供消費者瀏覽選購之服務，其服務之性質、提供商品之內容或範圍、服務提供者及商品產製者、消費族群等因素上，均與據爭商標使用於特定商品之情形有所不同，難認二者屬同一或類似。

（二）系爭商標指定於「網路購物」服務部分：

1、「網路購物」服務，參考「經濟部公司行號及有限合夥營業項目代碼表」之「無店面零售業」定義內容，與行政院主計總處行業統計分類之「電子購物及郵購業」行業名稱及定義，係從事以網際網路、電視、廣播、電話等電子媒介或郵購方式零售商品之行業；其主要以網站或其他廣告工具提供商品資訊，經由網際網路、郵件或電話下訂單後，將商品直接遞送至客戶處，係以網路為主要銷售管道零售商品者。

2、系爭商標服務係提供各式各樣商品銷售之綜合性商品零售服務，所要表彰的是一整體性的服務，後者則是用以指示商品來源，二者性質不同，且系爭商標之「網路購物」服務，其販售商品範圍廣泛且不具體，消費者原則上無法預期網路購物服務與據爭商標指定使用之商品本身可能來自相同或不相同但有關聯之來源，二者應無類似關係。

3、原告於原處分所提申證 6 係〔Simfy〕moomoo 全自動超智慧泡奶機於 PChome 購物網站販售之網頁及開箱文資料，係將系爭商標圖樣使用於特定商品即智慧泡奶機上，非使用於網路購物服務，核與系爭商標所指定之服務無關。甲證 1 之燦坤線上購物畫面，上證 1 之 SC 祥昌電子網路購物畫面、PChome 商店街網路購物畫面、廣華電子商城購物畫面，上證 2、3 之 PChome 線上購物平台資料，可見掃地機器人、智慧音箱、家電或電子用品零組件、煙霧探測器、影像監視攝影機等商品可於網路通路或購物平台購得，然並無礙前揭二者商標指定服務或商品非屬類似之認定。