

# 經濟部訴願決定書

中華民國113年5月24日

經法字第11317302520號

訴願人：香港商高寶控股有限公司

代表人：郭英銘君

送達代收人：梁貴玲君

訴願人因商標評定事件，不服原處分機關智慧財產局 113 年 1 月 26 日中台評字第 1120009 號商標評定書所為評定成立之處分，提起訴願，本部決定如下：

主 文

訴願駁回。

事 實

緣案外人台灣康保生物科研有限公司前於 107 年 12 月 17 日以「LHK」商標，指定使用於原處分機關智慧財產局所公告商品及服務分類第 3、5、29、30 類之商品，向原處分機關申請註冊，嗣將該商標申請權讓予訴願人之前手台灣燕之家有限公司，並申請減縮指定商品為第 3 類「非個人用芳香劑」、第 5 類「嬰兒奶粉、嬰兒食品、空氣淨化製劑、非人體及動物用除臭劑、保健貼布、動物用藥品、動物用洗滌藥劑」、第 29 類「食用燕窩、食用花粉、食用海藻濃縮物、食用乾製花草、食用油、食用油脂、果凍、乾製果蔬、脫水果蔬、糖漬果蔬、蔬菜速食調理包、奶粉、乳酪、豆花、豆花粉、肉類、肉類製品、非活體水產、非活體水產製品」及第 30 類「糖、蜜、糖果、餅乾、穀製零食、麵包、蛋糕、麥

片、麵粉、穀製粉、酵母、釀麴、種麴、速食麵、麵速食調理包、調味用香料、調味醬」商品。經該局審查，核准列為註冊第 2012565 號商標（下稱系爭商標，其中指定使用於第 3、5 類商品之註冊嗣經廢止確定），系爭商標權復於 110 年 2 月 23 日准予移轉登記予訴願人。其後，關係人老行家國際燕窩股份有限公司於 112 年 1 月 19 日以系爭商標有違商標法第 30 條第 1 項第 10 款、第 11 款及第 12 款之規定，對之申請評定。案經原處分機關審查，認系爭商標有違商標法第 30 條第 1 項第 10 款規定，以 113 年 1 月 26 日中台評字第 1120009 號商標評定書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分。訴願人不服，提起訴願，並據原處分機關檢卷答辯到部。

## 理 由

一、按商標「相同或近似於他人同一或類似商品或服務之註冊商標或申請在先之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者」不得註冊，為商標法第 30 條第 1 項第 10 款本文所規定。所謂「有致相關消費者混淆誤認之虞」者，係指兩商標因相同或構成近似，致使同一或類似商品／服務之相關消費者誤認二商標為同一商標，或雖不致誤認二商標為同一商標，但極有可能誤認二商標之商品／服務為同一來源之系列商品／服務，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而言。而判斷有無混淆誤認之虞，則應參酌商標識別性之強弱、商標之近似及商品／服務類似等相關因素之強弱程度、相互影響關係及各因素等綜合認定是否已達有

致相關消費者產生混淆誤認之虞。又「以商標之註冊違反第三十條第一項第十款規定，向商標專責機關申請評定，其據以評定商標之註冊已滿三年者，應檢附於申請評定前三年有使用於據以主張商品或服務之證據，或其未使用有正當事由之事證。」、「依前項規定提出之使用證據，應足以證明商標之真實使用，並符合一般商業交易習慣。」復為同法第 57 條第 2 項及第 3 項所明定。

## 二、原處分機關略以：

(一) 據以評定註冊第 1548206 號「LHK」商標於 101 年 11 月 16 日獲准註冊，距本件申請評定時 112 年 1 月 19 日已滿 3 年，而依關係人檢送西元 2020 年 11 月 24 日、2023 年 1 月 11、12 日下載列印之關係人官方網站，可見標示有「LHK」商標，或將「LHK」商標以逆時針旋轉 90 度成直式外文，搭配右方之中文「老行家」商標等字樣合併使用，用以表彰所提供之即食燕窩、燕盞、元氣養蔘飲、牛蒡茶等商品之零售服務。而關係人實際使用之圖樣與據以評定商標相較，二者僅外文字體設計，或該外文以逆時針旋轉 90 度成直式及設色等些微差異，實質上並未變更據以評定商標之主要識別特徵，具同一性，堪認關係人於本件申請評定日前，有實際使用據以評定商標於飲料、食品等商品之零售服務，而足認關係人於申請評定日前 3 年內有使用據以評定商標於所指定之「飲料零售批發、…、食品零售批發」等服務之事實。本件以前揭服務

進行實體審查。

- (二) 系爭註冊第 2012565 號「LHK」商標與據以評定註冊第 1548206 號「LHK」商標相較，二者皆由外文「LHK」所構成，僅字體設計略有差異，外觀、讀音、觀念均極相彷彿，應屬構成高度近似之商標。
- (三) 系爭商標指定使用第 29 類之「食用燕窩、……、非活體水產製品」及第 30 類之「糖、……、調味醬」等商品，與據以評定商標指定使用之「食品零售批發」部分服務相較，後者服務即包含前者特定商品之銷售，二者在滿足消費者需求、銷售通路、消費族群等因素上具有共同或關聯之處，應仍存在類似關係。
- (四) 據以評定商標之外文「LHK」，與所指定使用之服務並無直接或間接之關聯性，相關消費者會直接將之視為表彰來源之標識，應具相當識別性。
- (五) 綜合前揭因素判斷，系爭商標應有致相關消費者混淆誤認之虞，而有商標法第 30 條第 1 項第 10 款規定之適用，爰為系爭商標之註冊應予撤銷之處分。

三、訴願人不服，訴稱：

- (一) 系爭商標與據以評定商標雖皆以「L」、「H」、「K」3 個大寫外文字母構成，然前者整體圖樣經特殊設計，較具現代感，後者則以一般常見印刷樣式呈現，二者存在一望即知之明顯差異，非屬近似商標。況據以評定商標與另案註冊第 1370100 號商標更為近似，卻未被第 1370100 號商標權人申請評定，舉重以

明輕，系爭商標與據以評定商標應更非近似商標。

(二) 系爭商標係指定使用第 29 類食用燕窩及第 30 類糖、蜜等特定商品，與據以評定商標指定使用之百貨公司等零售批發服務，係匯聚且陳列販售各類商品於一處，產品類別通常多元且不具體，以滿足消費者綜合瀏覽及選購需求，二者性質及功能差異甚大，且於滿足消費者需求上不具共同或關聯之處，應非屬類似之商品／服務。

(三) 關係人之商品包裝設計、店鋪、官方網站等，均僅使用「老行家 Taiwan」商標，即使偶有使用據以評定商標之產品包裝，亦伴隨「老行家 Taiwan」出現，消費者無法單以據以評定商標得知商品服務來源，而係據「老行家 Taiwan」辨認商品來源，可認消費者對據以評定商標熟悉程度低。反觀訴願人於 109 年即創立 LHK 品牌，主要販售法式即食燕窩、蘆薈飲等商品，且已於臺北、桃園等地設立店鋪並進駐百貨商場，足見 LHK 品牌於相關消費者間已具一定知名度，系爭商標業經訴願人廣泛使用而為相關消費者所熟悉，並足以與據以評定商標相區辨。另關係人亦未提出消費者對於兩造商標實際產生混淆誤認之證據。

(四) 綜上，系爭商標之註冊並無違反商標法第 30 條第 1 項第 10 款規定，請求撤銷原處分等語。

四、本部決定理由：

(一) 本件關係人係於 112 年 1 月 19 日以系爭註冊第 201256

5 號「LHK」商標有商標法第 30 條第 1 項第 10 款、第 11 款及第 12 款規定情形，對之申請評定，其中關於第 10 款之據以評定註冊第 1548206 號「LHK」商標註冊日期（101 年 11 月 16 日）距申請評定時已逾 3 年，依商標法第 57 條第 2 項及第 3 項規定，關係人應檢附該商標於申請評定前 3 年內有使用於據以主張服務之證據，且所提出之使用證據應足以證明商標之真實使用，並符合一般商業交易習慣。而查，關係人申請評定時所檢送評定申證 12 西元 2023 年 1 月 12 日列印之關係人網站商品銷售頁面及本部依職權以 Wayback Machine（網路時光回溯機）查詢該網站西元 2022 年 12 月 4 日歷史頁面，可見該網站左上角除有標示「老行家 Taiwan」外，亦同時標示有以逆時針旋轉 90 度成直式外文之「LHK」，該「LHK」圖樣與據以評定商標僅設色、排列方式略有不同，未改變其主要識別特徵，尚不失同一性，且網站上陳列販售有即食燕盞、元氣養蔘飲、牛蒡養生茶、燕窩飲等商品。據此，堪認於本件申請評定（112 年 1 月 19 日）前 3 年內，關係人有將據以評定註冊第 1548206 號「LHK」商標使用於指定之飲料零售批發、食品零售批發等服務，是本件應以據以評定商標前開指定使用服務為範圍，續就系爭商標有無商標法第 30 條第 1 項第 10 款規定之適用審查。

（二）商標是否近似及其近似之程度：

1、系爭註冊第 2012565 號「LHK」商標，係由略經設計之大寫外文「LHK」所構成；據以評定註冊第 1548206 號「LHK」商標，則係由單純未經設計之大寫外文「LHK」所構成。二者相較，均有予人寓目印象深刻且用以唱呼辨識之外文「LHK」，整體外觀、讀音、觀念極相彷彿，以具有普通知識經驗之消費者施以普通之注意，於異時異地隔離整體觀察或實際交易連貫唱呼之際，實不易區辨，或易產生系列商標之聯想，應屬構成近似之商標，且近似程度高。

2、訴願人雖訴稱系爭商標較具現代感，據以評定商標則以一般常見印刷樣式呈現，二者存在明顯差異云云。惟查，兩造商標於字體設計固有細節上之差異，然相關消費者客觀上仍可輕易由系爭商標圖樣辨識其字母分別為「L」、「H」及「K」，且其與據以評定商標外文「LHK」之差異並未予人截然不同之視覺感受，尚難在消費者印象中發揮明顯區辨之功能，自難執此謂二者不構成近似，所訴尚不足採。

(三) 商品／服務是否類似及其類似之程度：

1、系爭商標指定使用第 29 類之「食用燕窩、……、非活體水產製品」及第 30 類之「糖、……、調味醬」商品（詳如事實欄），與據以評定商標指定使用之「食品零售批發」部分服務相較，後者服務即在提供前者商品之零售批發，其於商品或服務之性質、內容、產製者或提供者、行銷管道及消費族群等因素上具有共同

或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，應屬高度類似之商品／服務。

- 2、訴願人雖稱據以評定商標指定使用之百貨公司等零售批發服務，與系爭商標指定商品之性質及功能差異甚大，二者非屬類似之商品／服務云云。惟查，原處分機關係僅以系爭商標指定使用商品與據以評定商標指定使用之「食品零售批發」服務比較，認定二者構成類似之商品／服務，並未認定系爭商標指定使用商品與據以評定商標指定使用之其餘服務構成類似，訴願人所訴容有誤解。又「食品零售批發」服務所表彰者，固然非銷售通路上所陳列販售之具體商品，而係銷售商品時所提供之服務本身，然其所提供之服務內容即在銷售各類食品商品，包含系爭商標指定使用之食用燕窩、果凍、肉類、糖、餅乾、速食麵等商品在內，而可滿足消費者購買前揭特定商品之需求，相關消費者自會預期二者商品／服務可能來自相同或有關聯之來源，二者商品／服務仍應存在類似之關係。訴願人所訴，並非可採。

（四）商標識別性之強弱：

據以評定商標之外文「LHK」，與其指定使用之服務並無直接關聯，亦未傳達指定服務之相關訊息，消費者會將其視為指示及區辨來源之識別標識，應具有相當識別性。

（五）至訴願人主張消費者對於據以評定商標之熟悉程度



低，反觀系爭商標已為相關消費者所熟悉，足以與據以評定商標相區辨；且關係人未提出兩造商標發生實際混淆誤認情事之事證等節。按兩造商標是否有實際混淆誤認之情事發生及相關消費者對各商標熟悉之程度，為判斷混淆誤認之虞之輔助參考因素之一，並非主要或唯一因素，是姑不論兩造商標於市場上有無發生實際混淆誤認、兩造商標使用情形如何，系爭商標有無致相關消費者產生混淆誤認之虞，仍需就「商標是否近似及其近似程度」及「商品／服務是否類似及其類似程度」之主要參考因素綜合其他各輔助因素整體考量後認定之。況查，訴願人提出之訴願附件 11 實體門市列表，並無日期可稽，訴願人復未提供系爭商標商品之銷售量、營業額、市場占有率、廣告量、廣告費用等資料以供審酌。是依現有證據資料，尚難認系爭商標業經訴願人長期廣泛行銷使用，已為我國相關消費者所熟悉，並足以與據以評定商標相區辨。

(六) 衡酌兩造商標近似程度高，指定使用之商品／服務高度類似，據以評定商標具相當識別性及系爭商標之使用情形等因素綜合判斷，相關消費者可能誤認二者商品／服務為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，或誤認二者之使用人間存在關係企業、授權關係或其他類似關係，而有混淆誤認之虞。

(七) 綜上所述，系爭商標應有商標法第 30 條第 1 項第 10 款本文規定之適用。從而，原處分機關所為系爭商標

之註冊應予撤銷之處分，洵無違誤，應予維持。

(八) 至訴願人舉另案註冊第 1370100 號商標，主張該商標權人未對據以評定商標申請評定，舉重以明輕，本案二造商標更非近似商標一節。按商標註冊合法與否係採個案審查原則，就具體個案審究其是否合法與妥當，原處分機關應視不同個案之情節，正確認定事實與適用法律，不受他案之拘束。經核所舉案例之商標圖樣或指定使用商品與本件不同，案情各異，基於商標審查個案拘束原則，要難比附援引，執為本件有利之論據，併予敘明。

據上論結，本件訴願為無理由，爰依訴願法第 79 條第 1 項之規定決定如主文。

訴願審議委員會主任委員	羅翠玲
委員	王文智
委員	王孟菊
委員	王怡蘋
委員	郭茂坤
委員	黃相博
委員	詹鎮榮
委員	蔡宏營
委員	蔡佩芳

中 華 民 國 1 1 3 年 5 月 2 4 日

如不服本訴願決定，得於決定書送達之次日起 2 個月內  
向智慧財產及商業法院（新北市板橋區縣民大道 2 段 7 號 3-5  
樓）提起行政訴訟。

裝

訂

線