

「智慧財產權專欄」系列二

標題：商標混淆誤認之認定

廠商在商品上標示商標，目的是在市場上能夠和別人的商品相區別。另一方面，消費者藉由商標，才能辨識來自不同廠商的商品，進而選購他所想要的商品。所以商標最主要的功能，可以說就是在市場上作為區別商品來源的標識。

那如果商標這樣的識別功能受到破壞，也就是說，市場上不同廠商的商品，卻使用同樣的商標，讓消費者陷入混淆，搞不清哪一個商標的商品才是他所要選購的，以致於將甲廠商商品誤以為是乙廠商的商品，如此一來，消費者權益將完全無法受到保障。同時，正派廠商的營運及信譽都會受到打擊，市場秩序也將大亂，對整體工商企業發展有莫大的斷傷。所以，確保商標識別商品來源的功能，可以說是維護現代自由競爭市場正常運作不可或缺的機制。

商標法第一條立法宗旨為保障商標權及消費者利益，維護市場公平競爭，促進工商企業正常發展。要能確實達到此一立法宗旨，其核心工作就是在確保商標識別商品來源的功能。而要確保商標識別功能，相對地就是要禁止對此一功能的破壞，換言之，就是要禁止前面所說的會讓消費者混淆誤認的情形。所以如何避免消費者混淆誤認，可以說是商標法最核心的課題之一。92年5月28日修正公布，同年11月28日施行的商標法，在諸多有關商標衝突的規定中，都增列有混淆誤認之虞的要件。這樣的規定模式，除了更能契合前面所論述的精神外，也符合我國加入世界貿易組織後，應遵守的「與貿易有關之智慧財產權協議」(TRIPS)，第十六條的規定。

那麼消費者會不會混淆誤認要如何認定呢？智慧局為了提供商標審查官在商標法修正後審查上的參酌，以期建立一致的審案標準，擬定了「混淆誤認之虞審查基準」，該基準臚列的判斷有無混淆誤認之虞參酌因素有下列各項：1、商標識別性之強弱。2、商標是否近似暨其近似之程度。3、商品/服務是否類似暨其類似之程度。4、前權利人多角化經營之情形。5、實際混淆誤認之情事。6、相關消費者對各商標熟悉之程度。7、系爭商標之申請人是否善意。8、其他混淆誤認之因素。

在適用上要特別強調的是，並不是在所有案件中都存在有這八項因素，一般而言，新註冊申請案的商標，大多數尚未使用，審查官只要考量商標識別性之強弱、商標近似程度及商品/服務類似程度等因素即可。當然，如果當事人有主張某項參酌因素並提出相關事證者，審查官就應予以斟酌，以便作出的判斷，能與交易市場之真實情況相符合。

再者，這八項因素間也有著相互互動的關係，原則上若其中一因素特別符合時，應可以降低對其他因素的要求。例如商標的近似程度越高，對商品的類似程度要求即可相對降低。又如已發生有實際之混淆誤認情事，且有具體事證，那就可以無庸再要求其他因素的相關事證了。

(本文作者為經濟部智慧財產局商標權組科長張慧明)