

114120302 有關「萬家香」商標評定註冊事件(商標法§30 I ⑪)(智慧財產及商業法院 114 年度行商訴字第 9 號判決)

爭點：商標法第 30 條第 1 項第 11 款前段著名商標相關聯商品之認定

系爭商標

萬家香

註冊第 01820505 號

第 004 類「火種、木炭、木炭磚、無煙煤、點火用木片、點火用紙捻、木柴、易燃煤球、礦物燃料、瓦斯、酒精燃料、酥油燈、照明用酥油、照明用蠟、蠟燭、聖誕樹用蠟燭、液體燃料、氣體燃料、照明燃料、供照明用氣體」商品

第 011 類「烤肉爐、電烤盤、煎烤機、串烤機、瓦斯點火器、蒸氣牛排烤架、烤肉用風箱、食物電烘烤器、烤肉用鐵叉旋轉器、電動旋轉式烤肉器、爐架、電煎烤器、烤爐用烤盤、烤肉用熔石塊、火把、瓦斯燈、水龍頭過濾器、瓦斯爐、手電筒」商品

據以評定商標



註冊第 187978 號

第 023 類「鹽、調味用醬、醋、調味品、油膏、糯米醋、烏醋、辣豆瓣醬、素蠔油、蕃茄醬、紅醋、烤肉醬、甜麵醬、海鮮醬、豆豉醬、甜辣醬、蠔油、味噌」商品



註冊第 448955 號

第 021 類「鹽、醬、醋、調味品、油膏、糯米醋、烏醋、辣豆瓣醬、紅醋、烤肉醬、甜麵醬、海鮮醬、豆豉醬、甜辣醬、蠔油、味噌」商品

相關法條：商標法第 30 條第 1 項第 11 款。

案情說明

原告於 105 年 4 月 14 日以「萬家香」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第 4 類及第 11 類商品（嗣減縮指定使用於第 4 類「火種、木炭、木炭磚、無煙煤、點火用木片、點火用紙捻、木柴、易燃煤球、礦物燃料、瓦斯、酒精燃料、酥油燈、照明用酥油、照明用蠟、蠟燭、聖誕樹用蠟燭、液體燃料、氣體燃料、照明燃料、供照明用氣體」及第 11 類「烤肉爐、電烤盤、煎烤機、串烤機、瓦斯點火器、蒸氣牛排烤架、烤肉用風箱、食物電烘烤器、烤肉用鐵叉旋轉器、電動旋轉式烤肉器、爐架、電煎烤器、烤爐用烤盤、烤肉用熔石塊、火把、瓦斯燈、水龍頭過濾器、瓦斯爐、手電筒」商品），向被告申請註冊，經被告核准列為註冊第 1820505 號商標（下稱系爭商標）。嗣參加人以系爭商標有商標法第 30 條第 1 項第 11 款規定之情形，提出註冊第 187978 號、第 448955 號（以下合稱據以評定商標），對之申請評定。案經被告審查，以 113 年 8 月 28 日中台評字第 H1120041 號商標評定書為系爭商標之註冊應予撤銷之處分。原告不服，提起訴願，復遭經濟部為訴願駁回之決定，原告仍未甘服，遂依法提起本件行政訴訟。

判決主文

- 一、原告之訴駁回。
- 二、訴訟費用由原告負擔。

〈判決意旨〉

一、得心證之理由：

(一) 據以評定商標是否為著名之商標暨其著名之程度：

經查參加人於 34 年即設立創業，並以「萬家香」作為商標使用於所產製之醬油等食品調味品上，除取得註冊第 00187978、00448955 號「萬家香及圖」商標等多件商標外，更在中國大陸、美國、馬來西亞等多國或地區陸續取得商標權，商品「萬家香醬油」於 94 年獲《Food & Wine》雜誌評為首選，也先後取得 FSSC22000、HACCP、ISO 22000、HALAL 等機構認證、並於 74 年當選十大金商標廠商獎、75 年榮獲全國金商標推展委員會金字招牌、此外陸續得到 75 年台灣區秋節食品評鑑會金牌獎、75 年第一屆食品工業展覽會品質優異獎、83 年第 11 屆全國優良食品評鑑金牌獎、全國第六屆金字招牌廠商獎、74 年全國食品品鑑會金品獎等獎項，72 年中國時報刊登獲獎廣告（著名廣告詞「一家烤肉萬家香」）、81 年中央日報專刊報導創業史，77 年全國金商標推展委員會出版之「中華民國商標字典」也將據以評定商標列入金商標，98 年台北縣三重市公所出版之「三重工業史」，據以評定商標也列入早期三重金商標廠商，並詳細介紹企業歷史，又於 1980、2001、2004 年邀請藝人代言據以評定商標商品，並持續製作影音廣告於各媒體宣傳廣告，近年更獲全國傑出品牌獎、金質獎等，據此，堪認於系爭商標申請註冊時，據以評定商標經參加人持續多年使用於醬油商品所表彰之信譽，已廣為相關事業或消費者所普遍認知而達著名商標，且據以評定商標之醬油商品為我國一般消費者日常生活極易接觸之調味品，復考量據以評定商標之宣傳行銷使用時間及地域範圍，其應為國內大部分地區之絕大多數消費者所普遍認知，是著名程度高，並經被告中台異字第 G01070048 號商標異議審定書認定著名在案，凡此有參加人提出之申證 3 至申證 8、申

證 13: 中華時報、中央社報導資料、台灣及各國商標註冊資料、FSSC22000、HACCP、15022000、HALAL 等機構認證證明文件、公司網頁、獎座、獎盃、獎狀照片及中國時報、中央日報等報紙、商標字典、三重工業史一戀戀三重埔、藝人代言、電視及社群網頁影音廣告、中台異字第 G01070048 號商標異議審定書等證據資料附卷可稽。

(二) 商標是否近似暨其近似之程度：

查系爭商標與據以評定商標相較，兩者皆有相同之中文「萬家香」，且前者並無其他足資區辨之部分，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，可能會誤認二者來自同一來源或雖不相同但有關聯之來源，應屬構成近似程度極高之商標。

(三) 商標識別性之強弱：

據以評定商標之中文「萬家香」與使用之醬油等調味品並無直接或間接之關聯性，亦未傳達商品之訊息，消費者會直接將其視為指示及區別來源之標識，應具有相當之先天識別性，且經參加人作為商標長期廣泛使用，已廣為一般消費者所普遍認知，已如前述，自予消費者深刻印象，他人稍有攀附，即可能引起購買人產生誤認。至於原告辯稱以「萬家香」為商標經營餐飲服務者所在多有等語，然查原告所舉答證 2 至 6 之業者就「萬家香」是否屬商標使用、有無經授權使用及是否合法使用，無法僅由上開答證 2 至 6 所示予以確認，且查以「萬家香」作為商標或商標之一部分而獲准註冊者，除原告所提答證 1 商標註冊資料之一家電器業者外，幾乎皆屬參加人所有，此有被告商標檢索資料附卷可稽，復本件係審究系爭商標之註冊是否妥適，而非其他業者之使用情形，自難執而論究。如前所述，消費者會直接將中文「萬家香」視為指示及區別來源之標識，復經參加人作為商標並長期廣

泛宣傳使用而達高度之著名程度，據以評定商標予相關事業及消費者印象極為深刻，商標識別性強。

(四) 相關消費者對各商標熟悉之程度：

據以評定商標經參加人長期使用於醬油等調味品等商品，已為相關事業或消費者所普遍認知而達著名商標之程度，已如前述。至於系爭商標，原告所提出答證 7-10 之 2017-2022 年商品型錄、107 年至 110 年進口報單、經濟部標準檢驗局試驗報告及自行研究計畫等資料，除日期已晚於系爭商標註冊日，107 年 7 月至 110 年 5 月進口報單共計 900 餘萬元，進口數量難認為豐，且其 2017-2022 年商品型錄中，除單純中文「萬家香」外，部分使用另結合內置外文「BEST QUALITY」、「WAN JIA SSIANG」之圓環及皇冠設計圖，亦與系爭商標圖樣有別。是以，依現有資料判斷，據以評定商標顯係相關消費者較為熟悉之商標。

(五) 系爭商標之註冊申請是否係屬惡意：

原告雖主張據以評定商標是指定使用於醬油等調味商品，系爭商標是指定使用於第 4 類，類別不同，且原告與參加人並無同業競爭關係，是相互配合的產業，惡意仿襲要件不成立云云。惟按商標法第 58 條第 2 項惡意之認定，是參考巴黎公約第 6 條之 1 訂定，其判斷依相關評釋說明，主要在於商標權人是否知悉著名商標的存在，及是否意圖以衝突商標的註冊造成混淆以蒙受其利(參照最高行政法院 102 年度判字第 130 號、105 年度判字第 489、490 號判決意旨)，據以評定商標為著名商標，原告難謂無從知悉該商標，雖原告主張兩造商品不同及非競爭關係，然兩造商品於功能搭配、部分銷售通路、據以評定商標強調的廣告活動上仍具關連性，消費者確實會將二者聯想而有混淆之情形，再加上商業的異業結盟，多是用品牌聯名方式進行，且也未見原告有與參加人接觸洽談合作情事，而原告於起訴狀表示參加人有龐大之廣告力、

滲透力等語，已足以證明原告早已知悉據以評定商標已經是著名商標且實質存在，尤其從原告指定使用的商品與參加人給予消費者的印象有所關聯，且網路消費平台的分類，已經讓消費者會有所混淆兩者商品的來源，有陳證 1：MOMO、Pchome 網路購物平台截圖、COSTCO 好市多烤肉備品網頁截圖及 Bing images 烤肉用品器具-萬家香網頁截圖附卷可證，足認原告有惡意攀附參加人利益之意圖。況查，如前所述，據以評定商標經參加人持續多年使用於醬油商品，著名程度高，且使用著名廣告詞「一家烤肉萬家香」行銷據以評定商標商品，又原告以「萬家香」作為商標分別取得註冊第 01820505、01880114 號「萬家香」商標（註冊第 01880114 號商標業經撤銷確定在案），指定使用於火種、木炭、烤肉爐、烤肉刷等商品，其與據以評定商標使用之醬油等調味料商品，於烤肉時有相互搭配使用及部分銷售通路相同之情形，且與據以評定商標「一家烤肉萬家香」廣告詞強調之活動具關聯性。本件係於據以評定商標具有高度著名程度後，原告以相同之中文「萬家香」作為系爭商標申請註冊，應非巧合所致，有仿襲據以評定商標之著名聲譽，以獲取不正競爭利益之意圖，系爭商標之註冊申請自屬商標法第 58 條第 2 項規定惡意之情形。

(六) 商標被普遍使用於其他商品/服務之程度：

如前所述，以「萬家香」作為商標或商標之一部分而獲准註冊者，幾乎皆屬參加人所有，是以，可知據以評定商標之中文「萬家香」排他使用之程度高，其識別性或信譽被淡化的可能性較高。

(七) 系爭商標指定使用於第 011 類「烤肉爐、電烤盤、煎烤機、串烤機、瓦斯點火器、蒸氣牛排烤架、烤肉用風箱、食物電烘烤器、烤肉用鐵叉旋轉器、電動旋轉式烤肉器、爐架、電煎烤器、烤爐用烤盤、烤肉用熔石塊、火把、瓦斯燈、瓦斯

爐、手電筒」部分商品與據以評定商標指定使用商品關聯性高：

本件審酌據以評定商標經參加人長期使用於醬油商品，已廣為國內相關事業或消費者所熟知，著名性高，且系爭商標與據以評定商標構成近似程度極高，又據以評定商標之識別性強並較為消費者所熟悉等相關因素判斷，系爭商標於其後指定於烤肉時所使用之爐具、器具，或於戶外、野外烤肉時常見使用之照明用具，核此等商品與據以評定商標著名之醬油調味品，皆為烤肉活動時會相互搭配使用，具密切關係，其此，前述部分商品申請註冊，應有可能使相關消費者誤認二商標所表彰之商品為同一來源，或二商標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，而產生混淆誤認之虞。承上，系爭商標前述商品之註冊，自有前揭商標法法第 30 條第 1 項第 11 款前段規定之適用。

(八) 系爭商標指定使用於第 004 類「火種、木炭、木炭磚、無煙煤、點火用木片、點火用紙捻、木柴、易燃煤球、礦物燃料、瓦斯、酒精燃料、酥油燈、照明用酥油、照明用蠟、蠟燭、聖誕樹用蠟燭、液體燃料、氣體燃料、照明燃料、供照明用氣體」商品及第 011 類「水龍頭過濾器」部分商品，確有減損據以評定商標之識別性：

本件審酌二商標近似程度極高，又據以評定商標經參加人長期廣泛使用而為高度著名商標，識別性強，且未被普遍使用於其他商品/服務上等因素綜合判斷，系爭商標指定使用於上述商品，縱與據以評定商標著名於醬油商品之性質有所差異，市場也有區隔，然以據以評定商標具有高著名度仍有可能使消費者對商品來源產生獨特之聯想，則系爭商標如經核准註冊並於日後普遍被使用，將可能削弱據以評定商標於社會大眾心中之獨特印象之聯想，自難謂無致減損著名之據以評定

商標之識別性之虞。承上，本件系爭商標上述商品之註冊，自有商標法第 30 條第 1 項第 11 款後段規定之適用。

二、綜上所述，系爭商標與據以評定商標均有相同之中文「萬家香」二字，且為消費者之寓目主要識別部分，經整體觀察，二商標之近似程度極高，又據以評定商標為著名商標，系爭商標指定使用之商品與據以評定商標指定使用之商品具有相互搭配使用之具密切關係及可能使消費者對商品來源產生獨特之聯想，據以評定商標予相關事業及消費者印象極為深刻，商標識別性強，據以評定商標顯係相關消費者較為熟悉之商標，據以評定商標之中文「萬家香」排他使用之程度高，其識別性或信譽被淡化的可能性較高，原告申請系爭商標註冊並非善意等因素，經綜合考量，堪認系爭商標之註冊有致相關消費者誤認其商品與據以評定商標為同一來源，或彼此間有關聯性，有致相關公眾混淆誤認之虞，或有減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞，是被告認系爭商標之註冊有商標法第 30 條第 1 項第 11 款規定情形，所為系爭商標之註冊應予撤銷之處分，並無違誤；訴願決定復駁回原告之訴願，亦屬允洽。原告訴請撤銷原處分及訴願決定，即無理由，應予駁回。