

經濟部訴願決定書

中華民國113年10月28日

經法字第11317305950號

訴願人：巧菲文創股份有限公司

代表人：蕭憶璠君

代理人：黃于庭君、盧亞萱君

訴願人因商標註冊事件，不服原處分機關智慧財產局 113 年 5 月 31 日商標核駁第 438039 號審定書所為之處分，提起訴願，本部決定如下：

主 文

訴願駁回。

事 實

訴願人前於 111 年 11 月 4 日以「STARKIDS 及圖」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 41 類「教育服務；技藝訓練班；才藝補習班；體操訓練；私人健身教練服務；健身指導課程；娛樂服務；休閒娛樂資訊；提供娛樂活動資訊；提供線上影片欣賞服務；提供不可下載之線上錄影節目；藉由隨選視訊提供不可下載之影片；為他人籌組娛樂或教育俱樂部；籌辦教育或娛樂競賽；舉辦運動競賽；安排及舉行運動賽事；休閒育樂活動規劃；舉辦娛樂運動及文化活動；舉辦娛樂活動；舉辦運動活動」服務，向該局申請註冊。經原處分機關審查，認本件商標有商標法第 30 條第 1 項第 10 款規定之情形，應不准註冊，以

113年5月31日商標核駁第438039號審定書為核駁之處分。
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」，係指兩商標因相同或構成近似，致使同一或類似商品或服務之相關消費者誤認兩商標為同一商標，或雖不致誤認兩商標為同一商標，但極有可能誤認兩商標之商品／服務為同一來源，或誤認兩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。

二、原處分機關略以：

- (一) 本件「STARKIDS 及圖」商標與據以核駁註冊第1520726號「星幼美語 STARKIDS 及圖」商標相較，皆有主要識別部分外文「STARKIDS」，在外觀、觀念、讀音上相雷同，應屬構成近似之商標，且其近似程度高。
- (二) 本件商標指定使用之「教育服務；技藝訓練班；才藝補習班；體操訓練；私人健身教練服務；健身指導課

程」部分服務，與據以核駁商標所指定之「教育服務；…；教育資訊」服務相較，其服務提供者、行銷管道或場所、消費族群等因素上，具有共同或關聯之處，應屬存在高度之類似關係。

(三) 據以核駁商標主要識別部分之一為外文「STARKIDS」，與所指定使用之服務間並無直接明顯之關聯，消費者會直接將其視為指示及區辨來源之識別標識，具有相當識別性。

(四) 綜合前揭因素判斷，本件商標應有致相關消費者混淆誤認之虞，有商標法第30條第1項第10款規定之適用，爰為核駁之處分。

三、訴願人不服，訴稱：

(一) 本件商標係以外文「STARKIDS」為主體，並以七彩霓虹流星圖樣貫穿字母間所組成，在讀音上會讀為「STARKIDS」，且經流星穿過的字母「RKIDS」呈現顏色漸變的效果，傳達如璞玉般的孩子們經過教育、栽培都能成為未來新星閃耀動人之意念；據以核駁商標係以圓形圖樣方式呈現，且於圖樣下方附加國人習知之中文「星幼美語」字樣，在讀音比重上，國人會逕以「星幼美語」唱呼，且該中文字樣即點出據以核駁商標係提供美語教學服務，著重於幼兒教育、幼兒外語教學之面向。是二商標於外觀、讀音上顯有差異，於觀念上更可明顯區別，應無構成近似之可能。原處分顯然係以機械方式將二商標之外文「STARKIDS」單獨切割後再

進行比對，有悖於整體觀察原則。

- (二) 經訴願人網路搜尋結果，查得高雄市新育幼兒園有使用據以核駁商標，足見據以核駁商標權人係以提供「幼兒教育及照顧保育服務」、「幼兒語言教學」服務為主，亦即以提供銜接國小入學正規教育為服務主軸，反觀本件商標係指定使用於第 41 類相關才藝教學服務，二者之服務提供者通常不同，二者服務之間亦非不可或缺或具有重要性，顯見二者指定服務之性質、內容、目的完全不相同，且在滿足消費者的需求上以及服務提供者、行銷管道或場所、消費族群或其他因素上，亦不具有共同或關聯之處，二者服務非屬同一或類似服務。
- (三) 訴願人為打造「STARKIDS 兒童才藝學院」品牌，致力提供線上、線下等多管道且多樣兒童才藝培訓服務，除於 110 年創立官方網站及臉書粉絲專頁，並架設官方 Instagram 專頁，消費者於瀏覽相關網頁時，首先映入眼簾者即為本件商標，訴願人亦於 110 年間於 YouTube 影片平台架設官方影片頻道，消費者於瀏覽影片頻道頁面時，本件商標即顯眼地標示在頻道首頁，另為拓展客群及本件商標能見度，使大眾更為認識、了解相關課程規劃，訴願人尚設有 STARKIDS 兒童才藝學院官方網站，並開設多樣線上線下課程，消費者於官網首頁得一望即知本件商標，訴願人善加利用各大平台宣傳增加曝光度，不僅拓展本件商標知名度，亦使得相關消費者較據以核駁商標更熟悉本件商標，且足以區辨本件商標與

據以核駁商標為不同來源。且本件商標自 110 年來已行銷市場多年，從未發生與據以核駁商標混淆誤認之情形。

(四) 綜上，本件商標應無致相關消費者混淆誤認之虞，自無商標法第 30 條第 1 項第 10 款規定之適用，爰請求撤銷原處分等語。

四、本部決定理由：

(一) 商標是否近似及其近似之程度：

1、本件訴願人申請註冊之「STARKIDS 及圖」商標係由略經設計之大寫外文「STARKIDS」及流星圖案貫穿於外文字母間所組成，其中流星圖案無法唱呼，是外文「STARKIDS」應為消費者於實際交易之際較易用以辨識唱呼之主要識別部分；據以核駁註冊第 1520726 號「星幼美語 STARKIDS 及圖」商標則由一雙層圓圈圖形內置一戴帽幼童圖案，並於圓圈外層配置藍色底圖，及於圓圈外層之上方、下方及左右兩側分別置外文「STARKIDS」、中文「星幼美語」及「星形圖案」所組成，其中圓圈圖形、藍色底圖僅為裝飾用之外框，而戴帽幼童及星形圖案無法唱呼，至於中文「星幼美語」之「美語」二字業經聲明不在專用之列，且為所指定服務之說明文字，消費者會施以較少之注意，是中文「星幼」及外文「STARKIDS」應為消費者於實際交易時較易用以辨識及唱呼之主要識別部分。二商標相較，較易引起消費者注意且於交易時較易用以唱呼識別之主要識別

部分均有外文「STARKIDS」，是二商標整體外觀、讀音及觀念均有相仿之處，以具有普通知識經驗之消費者，於購買時施以普通之注意，異時異地隔離整體觀察，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、訴願人固訴稱本件商標係傳達如璞玉般的孩子們經過教育、栽培都能成為未來新星閃耀動人之意念，與據以核駁商標係表達著重於幼兒教育、幼兒外語教學之面向不同，且原處分顯然係以機械方式將二商標之外文字母「STARKIDS」單獨切割後再進行比對，有悖於整體觀察原則云云。惟按判斷商標近似與否，應以商標圖樣整體為觀察；另有所謂「主要部分」觀察，則強調商標雖以整體圖樣呈現，然消費者關注或事後留在其印象中的，可能是其中較為顯著的部分，此一顯著的部分即屬主要部分，主要部分觀察與整體觀察並非兩相對立，主要部分最終仍是商標給予消費者的整體印象中較為深刻之部分。查原處分機關係將二商標整體圖樣作比對，並以二者均有主要識別外文「STARKIDS」，認定二者構成近似，難謂有違商標整體觀察原則。又商標之設計理念或創意構思乃商標設計者內心之主觀想法或動機，並非消費者由商標圖樣即可知悉，故判斷商標是否近似，仍應就商標圖樣客觀上所呈現予相關消費者之寓目印象為依據，並不涉及商標設計者主觀上創意構思等個人心理因素。是訴願人所訴均不足採。

(二) 服務是否類似及其類似程度：

- 1、本件商標指定使用之「教育服務；技藝訓練班；才藝補習班；體操訓練；私人健身教練服務；健身指導課程」部分服務，與據以核駁商標指定使用之「教育服務；電腦補習班；技藝訓練班；補習班；語文補習班；珠算補習班；才藝補習班；教導服務；幼兒園；幼稚園；教學；培訓服務；性向測驗及評估；教育資訊」服務相較，二者同屬原處分機關編印之「商品及服務分類暨相互檢索參考資料」所列第4103「教育服務」組群，且皆為提供教育等相關服務，於滿足消費者需求、消費族群或服務提供者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，應屬高度類似之服務。
- 2、訴願人雖訴稱據以核駁商標權人係以提供幼兒教育及照顧保育服務、幼兒語言教學服務為主，與本件商標指定之相關才藝教學服務應不構成同一或類似云云。惟按本件所涉商標法第30條第1項第10款有關商品／服務是否構成同一或類似，應以本件商標指定使用之服務與據以核駁商標註冊指定之服務作判斷，而非以據以核駁商標實際上所提供之服務為限，據以核駁商標所指定服務既未限定於幼兒教育及照顧保育服務、幼兒語言教學服務，自應以其所指定之教育服務等服務與本件商標指定服務相比較，是訴願人所訴仍不足採。

(三) 商標識別性之強弱：

據以核駁商標之主要識別部分外文「STARKIDS」與其指定使用之服務無直接明顯關聯，相關消費者會將其視為指示及區辨來源之識別標識，應具相當識別性。

(四) 本件商標之使用情形：

觀諸訴願人於申請及訴願階段所檢送證據資料，其中原處分書影本（訴願附件 1）、本件商標申請註冊資料（申復附件 1 及訴願附件 2）、據以核駁商標註冊資料（申復附件 2 及訴願附件 3）、以「starkids 星幼美語」及「星幼美語」為關鍵字之 Google 搜尋結果頁面截圖（申復附件 7）、Google 圖片檢索據以核駁商標之頁面截圖（申復附件 8 及訴願附件 4）、高雄市私立新育幼兒園網頁截圖（申復附件 9 及訴願附件 5），或屬商標靜態之公示資料，或與本件商標使用無涉，均非本件商標實際使用事證。至於訴願人之臉書粉絲專頁、Instagram 粉絲專頁、YouTube 影片及官方網站頁面截圖等資料（申復附件 3 至 6 及訴願附件 6 至 9），部分雖可見本件商標，然其中臉書粉絲專頁及 YouTube 影片大部分網頁貼文按讚次數或影片瀏覽次數僅幾次至幾百次，Instagram 粉絲專頁亦僅有 211 位粉絲，數量難謂為鉅，訴願人復未提供本件商標使用於指定服務之實際銷售金額、市場占有率及廣告費用等具體資料以供審酌。是依現有證據資料，尚難認

本件商標業經訴願人廣泛行銷或長期大量使用，已為相關消費者所熟悉，並足以與據以核駁商標相區辨。

- (五) 至訴願人稱未有消費者實際發生混淆誤認情事一節。按消費者是否有發生實際混淆誤認情事，僅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，本件商標有無致相關消費者混淆誤認之虞，仍應衡酌其他相關因素綜合判斷。
- (六) 衡酌本件商標與據以核駁商標近似程度高，復指定使用於高度類似之服務，據以核駁商標具有相當識別性及本件商標使用情形等因素綜合判斷，縱尚未發生實際混淆誤認情事，相關消費者仍極有可能誤認二者之服務來自同一來源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、加盟關係或其他類似關係，而有混淆誤認之虞。
- (七) 另原處分機關作成本件核駁審定前，業以 112 年 7 月 12 日 (112) 慧商 20534 字第 11290627350 號核駁理由先行通知書，通知訴願人得申請減縮前揭與據以核駁商標構成類似之服務或分割為 2 件以上商標註冊申請案，惟訴願人並未減縮該等服務或申請分割，原處分機關自無從逕行排除該等服務而准予本件商標之註冊。
- (八) 綜上所述，本件商標應有商標法第 30 條第 1 項第 10 款規定之適用。從而，原處分機關所為核駁之處分，洵無違誤，應予維持。

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	沈宗倫
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 1 0 月 2 8 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。