

《商標條例》(第559章)

反對商標申請編號 301251378

商標：



類別： 5

申請人： 振堅發展國際有限公司

反對人： (1) HARIBO RICQLES ZAN
(2) WRIGHT EXPORTS INTERNATIONAL, INC

決定理由

背景

1. 申請人於2008年12月4日依據《商標條例》(第559章)(“條例”)就以下商標提交註冊申請(“該註冊申請”):



(“涉訟商標”)。

2. 該註冊申請涵蓋以下貨品：

類別 5

油劑，風濕油，傷風油，清涼油，藥茶，醫藥用薄荷，藥用按樹，藥用松節油，醫用樟腦，藥油，人用藥，藥酒，水劑，搽油，膏劑，醫用藥物。

3. 有關該註冊申請的詳情，已在2009年6月12日公布。第一及第二反對人（合稱“反對人”）於2009年9月11日提交反對通知，內附一份名為“反對理由”的文件。申請人於2009年11月13日提交反陳述，內附一份日期為2009年11月12日的反陳述理由。

4. 有關反對的聆訊於2013年2月7日在本人席前進行。反對人由文彬國際商標專利事務所委託李曉亮大律師代表出席聆訊，而申請人則由羅思律師事務所委託林展程大律師代表出席聆訊。

反對理由

5. 反對人在反對理由倚賴條例多項條文反對涉訟商標的註冊申請。在本聆訊中，反對人確認只會引用條例第 11(5)(b)、12(3) 及 12(5)(a)條作出是項反對。

6. 反對人在本聆訊中主要倚賴以下於香港註冊由第一反對人擁有的一系列商標（“反對人商標”）:-



(商標編號200215400)

註冊日期：2002年7月16日

註冊類別：5

註冊貨品：medicinal fluid（藥用流體¹）

反陳述

7. 申請人在反陳述理由中主要指出涉訟商標和反對人商標在

¹根據商標註冊處的紀錄，有關的貨品說明以英文表達，以上的中文貨品說明由反對人提供；有關貨品以下稱為“反對人貨品”。

字體、發音和排列上不同的地方，尤其是在中國文化上第一個中文字非常重要，而且涉訟商標整體是由中文加英文部分組成，整體上和反對人商標有很大差別，不會令消費者混淆。

8. 申請人並指在收到反對文件後，進行商標註冊處的商標檢索後發現 3 個包含“飛人”的註冊商標，其中兩個商標亦是就第 5 類別的貨品註冊，質疑為何申請人不可以申請註冊涉訟商標。

相關日期

9. 在本反對的法律程序中，要考慮的日期是 2008 年 12 月 4 日，即提交涉訟商標註冊申請的日期。

證據

10. 根據《商標規則》(第 559A 章) (“規則”) 第 18 條，反對人提交的證據為第二反對人的董事 **Bhagwan Philip Nandwani** 於 2010 年 7 月 12 日作出的法定聲明 (“**Nandwani** 聲明”)。申請人並無根據規則第 19 條提交證據。

反對人的證據

11. **Nandwani** 先生是第二反對人的董事，在作出聲明時已擔任該職位 15 年，獲得第一反對人的授權處理本反對程序，並代表反對人作出聲明。**Nandwani** 先生有權取閱反對人的書冊及紀錄，並對反對人的歷史背景、活動及運作十分瞭解。

12. 第一反對人是一間地址位於法國的公司，而第二反對人是一間地址位於阿拉伯聯合酋長國的公司。

13. 第一反對人為反對人商標及另外兩個相關的註冊商標的擁有人(有關該兩個註冊商標的內容載於附錄)。第二反對人為反對人商標的第 5 類註冊貨品 (藥用流體) 的專用特許持有人，該商標於

遠東地區包括香港及澳門等地用作“RICQUES”藥用流體的中文商標。

14. 反對人商標最早於 1975 年在香港使用，第一反對人於 2005 年 4 月 14 日從全球藥業有限公司手中獲得該商標；同年，第二反對人成為該商標的專用特許持有人。第二反對人持續地廣泛使用該商標於藥用流體貨品上，並在香港取得良好的商譽及知名度。

15. 在聲明第 9 段，Nandwani 先生提供如下自 2002 年至 2009 年間宣傳推廣載有反對人商標的藥用流體貨品的支出數字:-

| <u>年份</u> | <u>金額（港幣）</u> |
|-----------|---------------|
| 2002 | 500,000.00 |
| 2003 | 700,000.00 |
| 2004 | 900,000.00 |
| 2005 | 1,000,000.00 |
| 2006 | 1,500,000.00 |
| 2007 | 1,000,000.00 |
| 2008 | 2,500,000.00 |
| 2009 | 3,500,000.00 |

16. 證物“BPN-1”是在香港刊登的一些反對人商標的廣告推廣資料的副本。

17. Nandwani 先生在聲明第 10 段指涉訟商標中的“三飛人”為“trois acrobate”的直譯，並提交一份從互聯網上取得有關“trois acrobate”從法文翻譯成中文的列印本（證物“BPN-2”），顯示中文的翻譯是“3 雜技演員”。

根據條例第12(3)條提出的反對

18. 條例第12(3)條訂明：

“(3) 符合以下情況的商標不得註冊–

- (a) 該商標與某在先商標相類似；
- (b) 該商標的註冊申請是為某些貨品或服務(“前者”)提出，該在先商標則是為某些貨品或服務(“後者”)而受保護，而前者與後者相同或相類似；及
- (c) 就該等貨品或服務而使用該商標相當可能會令公眾產生混淆。”

19. 條例第12(3)條主要規定，某商標(“商標甲”)如因為與在先商標(“商標乙”)相類似，以及因為商標甲申請註冊範圍內的貨品或服務，與商標乙註冊範圍內的貨品或服務相同或相類似，以致就其申請註冊範圍內的貨品或服務使用商標甲時相當可能會令公眾產生混淆，則商標甲不得註冊。

20. 根據條例第7(1)條，在決定任何商標的使用是否相當可能會令公眾產生混淆時，商標註冊處處長(“處長”)可考慮所有在個案中情況下屬有關的因素，包括該使用是否相當可能會使人聯想到某在先商標。

21. 反對人商標的註冊申請日期較涉訟商標的註冊申請日期為早。根據條例第5(1)(a)條，反對人商標就涉訟商標而言是在先商標。

22. 有關評定一個商標與另一個商標是否相類似，以及使用時是否相當可能會令公眾產生混淆，*Sabel BV v Puma AG* [1998] R.P.C. 199、*Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co GmbH v Klijsen Handel BV* [2000] F.S.R. 77 及 *Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwyn-Mayer Inc* [1999] R.P.C. 11 這些案例對相關的基本原則有以下說明：

- (i) 產生混淆的可能性必須從整體判斷，並考慮所有相關因素。²

²英文原文：“The likelihood of confusion must be appreciated globally, taking account of all the relevant factors.”

- (ii) 在判斷時，必須以有關貨品的一般消費者的眼光判斷，而這些消費者應視為在合理程度上掌握充分資料、善於觀察和謹慎。³
- (iii) 要評定有關商標的相類似程度，法院必須以有關貨品的性質和銷售情況為考慮因素，而決定兩者之間在視覺、聽覺及概念上的相類似程度，以及如情況適合，評估那些不同元素的重要性。⁴
- (iv) 在判斷有關商標在視覺、聽覺或概念上是否相類似時，必須以該等商標給人的整體印象為依歸，並應特別注意商標的顯著和主要部分。從整體判斷商標是否相當可能會令公眾產生混淆時，商標在一般消費者腦海中的印象起着決定性的作用。⁵
- (v) 一般消費者通常會整體地看一個商標，而不會進一步分析它的各項細節。⁶
- (vi) 如在先商標因其本身或因其付諸使用而具高度顯著性，與其相同或相類似的商標令公眾產生混淆的機會便愈大。⁷
- (vii) 一般消費者甚少有機會直接比較不同的商標，往往要依賴保留在記憶中不全的印象；再者，一般消費者的注意力很可能會根據不同的有關貨品類別而有所不同。⁸

³英文原文：“The matter must be judged through the eyes of the average consumer of the goods in issue, who is deemed to be reasonably well informed and reasonably observant and circumspect.”

⁴英文原文：“In order to assess the degree of similarity between the marks concerned the court must determine the degree of visual, aural or conceptual similarity between them and, where appropriate, evaluate the importance to be attached to those different elements taking into account the nature of the goods in question and the circumstances in which they are marketed.”

⁵英文原文：“The visual, aural and conceptual similarities of the marks must therefore be assessed by reference to the overall impressions created by the marks bearing in mind their distinctive and dominant components. The perception of the marks in the mind of the average consumer plays a decisive role in the overall appreciation of the likelihood of confusion.”

⁶英文原文：“The average consumer normally perceives a mark as a whole and does not proceed to analyse its various details.”

⁷英文原文：“There is a greater likelihood of confusion where the earlier trade mark has a highly distinctive character, either per se or because of the use that has been made of it.”

⁸英文原文：“The average consumer rarely has the chance to make direct comparisons between marks and must instead rely upon the imperfect picture of them he has kept in his mind; further the average consumer’s level of attention is likely to vary according to the category of goods in question.”

- (viii) 商標之間較低的相類似程度可以被貨品之間較高的相類似程度抵銷，反之亦然。⁹
- (ix) 就評估商標是否相當可能令公眾產生混淆而言，單單引起聯想(即在後商標僅令人想起在先商標)並不足夠。¹⁰
- (x) 不過，如果公眾可能誤以為兩者的貨品源自相同或有經濟連繫的企業，則條文中所指相當可能會令公眾產生混淆的情況便存在。¹¹

23. 就涉訟商標是否和反對人商標相類似以及會否令公眾產生混淆這問題上，代表反對人的李大律師的陳詞主要包括以下各點:-

- (1) 視覺上涉訟商標以中文字“人飛三”為主體，雖然涉訟商標和反對人商標的排列次序和字體不同，但由於中文字可由右邊至左邊讀出，兩者的差異並不顯著，中文字主體都是商標的主要和顯著部分。涉訟商標的中文字部分佔涉訟商標的五分之四，而且貨品在香港銷售，消費者自然會看到中文字部分(而非法文“trois acrobate”部分)並以作出識別；涉訟商標和反對人商標給予消費者的整體印象同樣是以各自的中文文字的主體作為商標的主要和顯著部分。
- (2) 涉訟商標中的中文名稱和反對人商標在概念和讀音上十分相類似。涉訟商標的“三”字和反對人商標的“雙飛人”中的“雙”字明顯含有數字上的概念。
- (3) 涉訟商標下方“trois acrobate”兩個法文文字可翻譯成“三雜技演員”。“雜技演員”和“飛人”概念相似。而且涉訟商標所用的法文詞語亦容易令人聯想到法國，即在概念上和反對

⁹英文原文：“A lesser degree of similarity between the marks may be offset by a greater degree of similarity between the goods, and vice versa.”

¹⁰英文原文：“Mere association, in the sense that the later mark brings the earlier mark to mind, is not sufficient for the purpose of the assessment.”

¹¹英文原文：“But the risk that the public might believe that the goods come from the same or economically linked undertakings does constitute a likelihood of confusion within the meaning of the section.”

人的“法國雙飛人”商標吻合。

- (4) 涉訟貨品與反對人貨品同屬於第 5 類貨品，貨品性質及用途相同，屬互相競爭的貨品，並涉及相同的銷售途徑及使用者。
- (5) 處長亦應該考慮當宣傳推廣印有涉訟商標的貨品時，會涉及以口頭宣傳及以口頭向其他人形容這些貨品並產生在聽覺上的混淆。

24. 代表申請人的林大律師則認為涉訟商標沒有相當可能令公眾產生混淆，林大律師的陳詞主要包括以下各點:-

- (1) 涉訟商標與反對人任何一個商標都不相似。涉訟商標由中文字及法文部分組成。
- (2) 購買藥用產品的消費者會格外小心，自然會留意到涉訟商標與反對人商標不同。
- (3) 在讀音方面來說，涉訟商標是“人飛三”，與“雙飛人”並不相似。在香港，中文字是由左邊讀起，因此一般消費者會見到“人飛三”。即使消費者知悉是由右邊讀起，亦會因為這個獨特編排而意識到“三飛人”與反對人商標不同，僅僅令消費者聯想到反對人商標並不等於相當可能令公眾產生混淆；林大律師並援引處長就 *tescoma* 一系列商標註冊申請的反對程序所作出的決定理由。¹²
- (4) 就涉訟商標與反對人商標是否相似這方面，僅僅相似並不足夠，而是需要明顯地相似(*Re Torremar Trade Mark* [2003] RPC 4 at 21)。
- (5) Nandwani 聲明第 10 段提到“trois acrobate”的意思是“三飛

¹² 該決定理由於 2011 年 2 月 18 日作出。

人”，這個說法無證據支持。根據證物“BPN-2”的解釋，“trois acrobate”的意思是“3 雜技演員”。

(6) 反對人不能壟斷“飛人”，亦無證據顯示“飛人”會被解作一系列產品的其中一種。

25. 就貨品的比較而言，林大律師同意涉訟貨品與反對人貨品相類似。

貨品的比較

26. 在考慮過涉訟貨品與反對人貨品後，本人認為涉訟貨品中的油劑，風濕油，傷風油，清涼油，藥用松節油，藥油，藥酒，水劑及搽油與反對人貨品是相同的貨品。至於其他涉訟貨品都是藥用的貨品，在決定這些貨品是否與反對人貨品相類似時，須考慮所有與這些貨品有關的因素，例如用途、使用者、性質、銷售途徑，以及貨品是否屬互相競爭或互補性質。¹³ 在考慮過與該些貨品相關的因素後，本人認為該些貨品與反對人貨品是相類似的貨品。

商標的比較

27. 在整體判斷有關商標在視覺、聽覺或概念上是否相類似時，必須以該等商標給人的整體印象為根據，並應特別注意商標的顯著和主要部分。

28. 購買涉訟貨品與反對人貨品的均是一般的市民大眾，這些消費者在合理程度上掌握充分資料、善於觀察和謹慎。

29. 涉訟商標由“人”、“飛”及“三”三個中文字在上及字體較小和較幼的“trois acrobate”在下組成。“trois acrobate”是法文文字，具有文字的釋義，但是香港的一般市民大眾認識法文的只佔很少數，

¹³ *British Sugar Plc v James Robertson & Sons Ltd* [1996] R.P.C. 281

本人認為大部份的消費者不會理解“trois acrobate”的意思¹⁴，他們的注意力會落在三個中文字這個顯著和主要部分上，並倚賴中文字部分以作識別。

30. 在視覺上來說，雖然申請人稱涉訟商標的中文字部分是“人飛三”，但是本人理解中文字亦可以從右邊讀起（林大律師亦接受中文字可以從右邊讀起）。“人飛三”並不帶出任何一般人能理解的意思，反而“人飛三”從右邊讀起來會帶出“三飛人”這個具有含意的字眼。本人認為若一般消費者從左邊讀起看到“人飛三”而不能理解這三個字的意思時，他們會從右邊讀起及看到“三飛人”三個字，並倚賴“三飛人”這三個具有能理解的意思的中文字以作識別。

31. 至於申請人稱涉訟商標由中文字部分及“trois acrobate”組成，並能與只包含中文字部分的反對人商標區分，本人認為一般消費者不認識法文及不能理解“trois acrobate”的含意，加上“trois acrobate”在涉訟商標中沒有中文字部分顯眼，“trois acrobate”不會令一般消費者留下印象，消費者亦不會倚賴它以作識別。

32. 本人認為在比較涉訟商標和反對人商標時，應該將一般消費者從涉訟商標中可看到及倚賴以作識別的“三飛人”與反對人的“雙飛人”作出比較。兩者均由三個字組成，所用的字體亦不同，三個字當中“飛人”兩個字相同，而兩者的第一個字，即涉訟商標的“三”字和反對人商標中的“雙”字不同；其次，在視覺上涉訟商標的“三飛人”是從右至左排列，而反對人的“雙飛人”是從左至右排列。考慮到上述分析中提到涉訟商標和反對人商標相同與不同的地方，本人認為兩者在視覺上屬中程度的相類似。

33. 在聽覺上，本人認為應該將一般消費者從涉訟商標中可看到及倚賴以作識別的“三飛人”與反對人的“雙飛人”商標作出比較。由於一般消費者不認識法文，“trois acrobate”不會被讀出。將“三飛人”和“雙飛人”比較，“飛人”兩個字的讀音相同，而“三”和“雙”字的讀

¹⁴ 林大律師亦同意香港的一般消費者不懂法文，他們看到“trois acrobate”或會以為是英文或看到一些文字但不知道其含義。

音不同，但“三”和“雙”字在讀音上的分別並不很大，本人認為在聽覺上“三飛人”和“雙飛人”的讀音有高度的相類似。

34. 在概念方面，申請人並無提交證據解釋涉訟商標的由來，如上文所述，“人飛三”並不帶出任何一般人能理解的意思，一般消費者也不理解“trois acrobate”所含的意思。當消費者從右邊讀起“人飛三”這三個字時，消費者可以看到及理解到“三飛人”三個字。“三飛人”可以帶出“三”個“飛人”的意思，相比反對人商標中的“雙飛人”帶出兩個或“二”個“飛人”的意思，兩者的概念都是在表達不同數目的“飛人”，意思同樣是和“飛人”有關。總的來說，本人認為兩者的整體概念相當相類似。

35. 本人在考慮過涉訟商標中的“三飛人”與反對人的“雙飛人”商標在視覺、聽覺及概念上相同和不同之處，以及兩者給予一般消費者的整體印象後，本人認為涉訟商標與反對人商標十分相類似。

產生混淆的可能性

36. 產生混淆的可能性必須從整體判斷，並且考慮所有相關因素。在整體判斷商標是否相當可能令公眾產生混淆時，商標在使用有關貨品的一般消費者的腦海中的印象起着決定性的作用。使用有關貨品的一般消費者應被看作是能夠在合理程度上掌握充分資料、善於觀察和謹慎的。一般消費者通常會整體地看一個商標，而不會進一步分析它的各項細節（*Sabel v Puma*）。商標之間較低的相類似程度可被貨品之間較高的相類似程度所抵銷，反之亦然。

37. 在先商標愈具顯著性，與其相類似的商標令公眾產生混淆的機會就愈大。

38. 反對人商標就反對人貨品而言並不具描述性，商標整體本身具有頗高的顯著性。本人繼而要考慮反對人商標的顯著性有否因其於相關日期前付諸使用而增強。

39. 雖然反對人稱“雙飛人”商標早於1975年已在香港廣泛使用，但反對人沒有提交證據支持這說法。就反對人提交在香港宣傳推廣反對人商標的證據而言，證物“BPN-1”包含10份刊於香港報章的“雙飛人藥水”廣告的副本，除了三份顯示日期為2004年9月30日、2002年8月15日及2003年4月22日分別在明報和成報刊登的“雙飛人藥水”廣告外，其他的宣傳資料的副本均沒有顯示刊登的日期，而只顯示以手寫的報章名稱及日期(最早的日期為1989年11月7日)。本人不接納該些手寫的日期為廣告的刊登日期。

40. 然而本人留意到2003年4月22日刊登的“雙飛人藥水”廣告顯示貨品的總代理為全球大藥房，電話號碼為“25444182”，而證物“BPN-1”中其中4份顯示手寫日期的“雙飛人藥水”的廣告顯示總代理同樣是全球大藥房，電話號碼是“5-444182-5”或“5444182-5”。由於電話號碼前面並無加上“2”字，本人認為該些廣告必然是比2003年4月22日更早的日期刊出。¹⁵

41. 本人亦察覺到上述7份廣告均用上“法國老牌良藥”“雙飛人藥水”的字眼，而其中“雙飛人藥水”的字眼明顯較大和佔顯眼位置，並顯示“雙飛人藥水”在“港澳各大藥房藥行均售”。¹⁶

42. 本人留意到反對人提供有關宣傳推廣反對人商標方面的支出全部都是整數的數字，而且反對人無提交證據支持有關支出數字，因此本人對該些支出數字的準確性有所保留。其次，反對人並無提交在香港銷售其“雙飛人藥水”取得的銷售額方面的證據。

43. 綜觀反對人的證據，包括證物“BPN-1”的宣傳廣告，本人認為證據支持在2003年4月之前於香港已有報章廣告宣傳推廣“雙飛人藥水”，而消費者亦可在香港的藥房藥行買到“雙飛人藥水”。可是，本人認為反對人提交的證據未能支持反對人商標的顯著性因其於相關日期前付諸使用而有所增強。

¹⁵ 由於2002年8月15日刊登的廣告節錄的部分沒有包括總代理和電話號碼的資料，故本人只能以2003年4月22日刊登的廣告作比較。

¹⁶ 在2004年9月30日刊登的廣告顯示“雙飛人藥水”在“萬寧屈臣氏及各大藥房藥行均有售”。

44. 本人在上文指出涉訟貨品與反對人貨品相同或相類似，而涉訟商標與反對人商標則十分相類似。

45. 林大律師提到購買藥用產品的消費者會格外小心，並會留意到涉訟商標和反對人商標不同。上文提到涉訟貨品的消費者為香港的一般市民大眾，本人理解以一般藥房的運作而言，消費者大多會以口頭向藥房職員說出要購買的貨品，而在較大型的藥房例如萬寧或屈臣氏等，消費者則可自行選購貨品。如上文所述，一般消費者甚少有機會直接比較不同的商標，而往往要依賴保留在記憶中不全的印象。當消費者以口頭向藥房職員說出要購買的貨品，在聽覺上而言，本人已在上文第33段就“三飛人”和“雙飛人”的相類似程度作出分析，再加上考慮到在實際層面上可能出現發音不清楚或不細心聆聽的情況，一般消費者未必能區分涉訟商標和反對人商標；即使消費者是自行選購貨品或有機會看到涉訟貨品，考慮到涉訟貨品和反對人貨品是相同或相類似的貨品，而涉訟商標與反對人商標十分相類似，載有涉訟商標的貨品的體積或貨品招紙的面積亦不大，一般消費者亦未必能區分涉訟商標和反對人商標。

46. 林大律師援引處長在tescoma申請商標註冊的反對程序中所作的決定理由，其中第67段提到單單就兩個商標在語義上類似的內容而引起消費者對兩個商標之間的聯想，並不足以構成條例第12(3)條中所指的相當可能產生混淆。¹⁷

¹⁷ 決定理由第67段的英文原文：“67. Nor do I consider that the public would make a connection between the applicant and the opponent and confuse them by the likelihood of indirect confusion or association. In this connection, it has been well established that the mere association which the public might make between two trade marks as a result of their analogous semantic content is not in itself a sufficient ground for concluding that there is a likelihood of confusion within the meaning of the provision of section 12(3) of the Ordinance (see *Sabel BV v Puma AG*, *op. cit.* paragraph 18). In the present case, given my finding that the mark “tescoma/Tescoma” and the mark “TESCO” are sufficiently different phonetically and conceptually to counteract any impact the slight visual similarity might have, I do not consider that even “mere association” would result from the perception of the two marks by the average consumers who are considered to be reasonably well informed and reasonably observant and circumspect, not to mention any indirect confusion.”

47. 本人察覺到處長在該決定認為 **tescoma** 和反對人依賴的 **TESCO** 商標即使在視覺上有相類似的地方，但在讀音和概念上均可以作出區分，並足以抵銷有關商標在視覺上些微的相類似(決定理由第 57 及 67 段)；除此之外，就該反對程序提交的證據並無顯示該程序中的反對人曾在相關日期前在香港使用 **TESCO** 商標經營零售業務(決定理由第 66 段)。由於有關商標在讀音和概念上的不同足以抵銷兩者在視覺上些微的相類似，處長在該反對程序不認為有關商標會引起消費者的聯想，更遑論產生間接混淆的情況(決定理由第 67 段)。

48. 本反對程序與上述 **tescoma** 反對程序所考慮的案情不同，本人認為涉訟商標與反對人商標十分相類似，**tescoma** 反對程序的決定理由並不能幫助申請人在本反對程序的論述。

49. 考慮到上述因素的綜合效果，本人認為涉訟商標用於涉訟貨品時，會令公眾產生混淆，誤以為申請人的涉訟貨品與附有反對人商標的反對人貨品，源自相同或有經濟連繫的企業。因此，反對人根據條例第 12(3) 條提出的反對成立。

條例第 13(1) 條

50. 條例第 13(1) 條訂明：

“(1) 凡處長或法院信納—

- (a) 某商標和有關在先商標或其他在先權利曾有誠實的同時使用的情況；或
- (b) 因有其他特殊情況，故此將某商標註冊是恰當的，則第 12 條(拒絕註冊的相對理由)並不阻止該商標的註冊。
... ..”

51. 本人已裁定反對人根據條例第 12(3) 條提出的反對成立，然而，若條例第 13(1) 條適用，根據第 12(3) 條拒絕註冊的相對理由並

不阻止涉訟商標的註冊。申請人在本反對程序中並無提出條例第13(1)條適用於本案，亦無提交證據證明在相關日期前在香港已使用涉訟商標，並與反對人商標曾有誠實的同時使用的情況，又或是基於其他特殊情況將涉訟商標註冊是恰當的。因此，申請人不能倚賴條例第13(1)條作為理據。本人裁定條例第13(1)條不適用於本案，涉訟商標不得註冊。

根據條例第11(5)(b)及12(5)(a)條提出的反對

52. 由於本人已裁定反對人根據條例第12(3)條提出的反對成立，本人毋須考慮反對人根據條例第11(5)(b)及12(5)(a)條提出的反對。

訟費

53. 由於反對成立，本人判給反對人訟費。

54. 任何一方可在本決定作出日期起計一個月內，就訟費數額或作特別處理的要求提出申述。如無人提出申述，訟費會依照《高等法院規則》(第4A章)第62號命令附表1第I部所載適用於商標事宜的一般費用計算，惟與訟雙方另行達成協議的情況則屬例外。

商標註冊處處長

(潘敏嫻代行)

2013年5月6日

附錄

| 商標 | 註冊編號 | 註冊日期 | 類別 | 貨品說明 ¹⁸ |
|-----------------------|-----------|---------------------|-----------------|--|
| 法国双飞人 | 300789201 | 2007 年 1 月 2 日 | 3, 32, 33 | <p><u>Class 3</u> Soaps, perfumes, essential oils, cosmetics, hair lotions, tooth paste. (肥皂、香水、香精油、化妝品、髮水、牙膏。)</p> <p><u>Class 32</u> Beer, mineral water and aerated and other non alcoholic beverages, fruit juice beverages and fruit juices, syrups and other preparations for making beverages. (啤酒，礦泉水和氣水以及其他不含酒精的飲料，水果飲料及果汁；糖漿及其他供飲料用的製劑。)</p> <p><u>Class 33</u> Alcohol of mint. (薄荷酒精。)</p> |
| FRENCH SHUANG FEI REN | 300787618 | 2006 年 12 月 28 日 | 3, 32, 33 | <p><u>Class 3</u> Soaps, perfumes, essential oils, cosmetics, hair lotions, tooth paste. (肥皂、香水、香精油、化妝品、髮水、牙膏。)</p> <p><u>Class 32</u> Beer, mineral water and aerated and other non alcoholic beverages, fruit juice beverages and fruit juices, syrups and other preparations for making beverages. (啤酒，礦泉水和氣水以及其他不含酒精的飲料，水果飲料及果汁；糖漿及其他供飲料用的製劑。)</p> <p><u>Class 33</u> Alcohol of mint. (薄荷酒精。)</p> |

¹⁸ 根據商標註冊處的紀錄，反對人註冊的各類別貨品的說明以英文表達，本附錄的中文貨品說明由反對人提供。