卷宗編號：787/2025

(民事及勞動上訴卷宗)

裁判日期：2026 年 10 月 8 日

主題：商標註冊；不正當競爭

裁判摘要

1. 如果商標註冊申請全部或部分地複製或模仿另一先前註冊的商標，用於相同或類似的商品或服務，可能會誤導或混淆消費者，或者存在與已註冊商標產生關聯的風險，則應拒絕該商標註冊申請。
2. 競爭系指向市場上存在兩個或兩個以上的商業經營者，而當兩家或多家公司在同一市場、同一產業內經營時，才會出現不正當競爭的風險。

裁判書製作人

梁小娟

澳門特別行政區

中級法院合議庭裁判

卷宗編號：787/2025

(民事及勞動上訴卷宗)

裁判日期：2026 年 10 月 8 日

上訴人：A 科技有限公司（A Technology Co., Ltd）

被上訴實體：經濟及科技發展局（Direcção dos Serviços de Economia e Desenvolvimento Tecnológico）

對立當事人：B, LLC

***

一、案情敘述

上訴人 A 科技有限公司針對被上訴實體經濟及科技發展局知識產權廳廳長於 2024 年 5 月 13 日作出拒絕第 N/212904 號商標註冊申請的批示提起司法上訴。

澳門特別行政區初級法院民事法庭法官 閣下於 2025 年 3 月 6 日在第 CV1-24-0074-CRJ 號卷宗作出了以下判決：

" 綜上所述，本院裁定本司法上訴理由不成立，維持被上訴實體拒絕第 N/212904 號商標註冊的申請的決定。 "

*

上訴人A科技有限公司不服上述裁決向本院提起了平常上訴，並於上訴狀提出以下結論：

"1. 本上訴所針對之標的為原審法院在本案中作出的判決書，判處上訴人提出的訴訟請求皆不成立，並維持了經濟及科技發展局知識產權廳廳長拒絕商標編號：N/212904 的註冊申請之決定。

2. 上訴人不認同原審判決書中對認定商標"hifigpt"屬於澳門《工業產權法律制度》中第 214 條第 1 款 b)項及第 9 條第 1 款 c)項結合第 214 條第 1 款 a)項所規定的情況。

3. 據此，本上訴針對原審法院：i.對澳門《工業產權法律制度》第 214 條第 1 款 b)項及 ii.對澳門《工業產權法律制度》第 9 條第 1 款 c)項結合第 214 條第 1 款 a)項之規定適用上存有法律錯誤。

4. 原審法院指出，對立當事人的商標"CHATGPT"與上訴人擬註冊的商標均以"gpt"結尾，從而得出商標"CHATGPT"與上訴人擬註冊商標"hifigpt"的主要部分構成模仿的情況。故此，認為在整體上兩者具有相似性。

5. 因此，當相關公眾看到與對立當事人的商標"CHATGPT"相近似的標志時，很容易就聯想到其商標，以及對應之產品及服務，從而很可能會視擬註冊商標"hifigpt"所標示的服務是由對立當事人所提供的另一款專用於商業領域的人工智能服務，誤以為上訴人提供的服務與對立當事人有關聯，繼而產生混淆的情況。

6. 上訴人認為，在對立當事人與上訴人擬註冊的商標中，儘管雙方的商標同時含有"gpt"的部分，但這並不代表這就是兩者商標的主要部分。相反，上訴人認為，針對對立當事人的商標"CHATGPT"，

“CHAT”才是屬於主要部分，而在上訴人擬註冊的商標“hifigpt”中，主要部分則為“hifi”。

7. 因此，上訴人認為雙方的上表中，“gpt”部分只能屬於次要的部分，僅僅是用於描述其功性的詞語。
8. 然而，上訴人認為“gpt”一詞因其描述性、技術必要性、在商業活動中的通用性的原因，使得這一詞無法作為一個獨特的商標來獲得法律保護。故此，我們可以得出“gpt”是一個描述性詞語的結論。
9. 基於此，對立當事人商標中的“CHAT”部分與上訴人擬註冊商標中的“hifi”部分，相比之下，不難看出兩者之間並不存在任何的複製、仿製或翻譯其他任何商標的情況。
10. 上訴人認為兩者的商標之間存在語音上的差異，對立當事人的商標“CHATGPT”英語讀音有五個音節而上訴人的商標“hifigpt”只有四個音節，商標“hifigpt”發音為“/haɪ.faɪ.dʒi.pi.ti/”，而“CHATGPT”為“/tʃæt.dʒi.pi.ti/”，前綴音節差異也十分明顯，如“haɪ.faɪ.” vs. “tʃæt”。因此，上訴人認為，兩者的商標並不會產生混淆或與其他商標引起相關聯的情況。
11. 再者，原審法院認為，對立當事人與上訴人的商標都是同樣以“gpt”結尾，因此得出，如一般消費者看到上訴人擬註冊的商標會聯想到對立當事人的商標，誤以為上訴人提供的服務與對立當事人有關聯，繼而產生混淆的結論。對此，上訴人並不認同。
12. 上訴人認為，儘管對立當事人與上訴人的商標都是同樣以“gpt”結尾，皆是採用“前綴+gpt”的結構，但明顯可見兩者的商標前綴部分並無直接的相似性，並不構成複製、仿製或翻譯其他已註冊商標的情

況，除非前綴部分亦存在高度的模仿，但顯然並非本案的情況。

13. 不僅如此，上訴人亦認為，商標的識別能力有強有弱。一般來說，一些含有抽象元素組成的商標其識別能力較強，但這並不妨礙一些識別能力相對為弱的商標仍具有註冊商標應有的顯著識別性。
14. 雖然“hifi”和“gpt”單獨使用時可能缺乏顯著性及獨特性，但上訴人認為此組合創造了一個新的、獨特的標識，故符合現行澳門《工業產權法律制度》中商標註冊的要求及標準，並不構成任何模仿、混淆或與其他商標產生任何關聯的情況。
15. 再者，現在市場上的其他生成型預訓練變換器中亦各有其特性，有的比較能專注於研究、閱讀文章，有的比較偏向於作出分析等。
16. 因此，上訴人認為其擬註冊的商標“hifigpt”並不構成同一法律中的第 214 條第 1 款 b)項中的“如將其用於相同或相似之產品或服務上即可能與該馳名商標混淆，又或該等產品或服務可能與馳名商標之所有人產生關聯；”之情況。
17. 就像現今在“gpt”領域中活躍的“autogpt”、“dialogpt”、“nanogpt”、“minigpt”、“babygpt”、“gpt-neo”、“gpt-j”等等，在網上也能查找到相關更多類似由其他開發者研發的生成型預訓練變換器(gpt)。而此情況正說明了對立當事人商標“CHATGPT”並不該對“gpt”一詞擁有排他性的權利。
18. 在本案中，上訴人為其生成型預訓練變換器(GPT-Generative Pre-trained Transformer)命名為“hifi”是希望消費者能夠記住此簡短、易於發音和記憶的品牌名稱，目的就是令消費者對於上訴人的生成型預訓練變換器有更深刻的印象，突顯其商標的顯著性和獨特性，並不

構成任何模仿對立當事人商標或產生任何關聯的情況。

19. 上訴人將其產品或服務命名為“hifigpt”，目的就是與其他同類型的產品或服務作出區分，給予消費者更深刻的印象，更不希望消費者將其產品或服務與其他品牌混淆。

20. 因此，上訴人認為商標的“hifigpt”並不符合澳門《工業產權法律制度》第 214 條第 1 款 b)項之拒絕商標註冊之理由等情況。

21.另外，原審法院認為，消費者可能會因為上訴人擬註冊商標“hifigpt”的名稱與對立當事人提供的“CHATGPT”服務的名稱相似而選擇上訴人擬以“hifigpt”標示的服務，從而造成客戶群的移轉。

22. 原審法院亦表示，儘管本案沒有充分的證據及事實足以證明上訴人有意圖進行不正當競爭，可認定上訴人使用擬註冊商標“hifigpt”標示其提供之服務客觀上有表現出違反誠信慣例，客觀上可能造成不正當競爭。

23. 對於此，上訴人不能同意，正如前述，現今在市場上存在著除了上訴人之外的各種生成型預訓練變換器，而上訴人擬註冊商標“hifigpt”中的前綴部分“hifi”與對立當事人的商標前綴部分“CHAT”不論在讀音、串寫方法等都完全不一樣。因此，並不會造成原審法院所指客戶群移轉的情況。

24. 商標“CHATGPT”雖具備知名度，但上訴人認為其無權壟斷“gpt”這一技術術語，尤其是在不同類別（本案中上訴人擬註冊的商標是第 35 類，而對立當事人的商標屬於第 9 及 42 類）下。

25. 上訴人亦認為，允許“hifigpt”商標的註冊是符合公共利益，宏觀來說，能促進行業多元發展，若過度保護商標“CHATGPT”而造成對

“gpt”一詞的壟斷，未來其他企業(例如醫療 gpt、金融 gpt 等)將可能面對行業的抑制或造成對科技創新發展的阻礙。

26. 故此，上訴人認為其擬註冊的商標“hifigpt”並未有造成任何不正當競爭或可能的不正當競爭情況，若原審法院試圖拒絕上訴人擬註冊的商標“hifigpt”從而允許對立當事人間接在澳門市場壟斷“gpt”一詞，上訴人認為這更是違反了市場公平競爭的精神。

27. 上訴人認為本案可以參閱中級法院第 52/2016 號合議庭的裁判，並認為本案的情況亦能適用上述中級法院的精闢見解，若允商標“hifigpt”註冊，不會構成不正當競爭。

28. 基於此，上訴人認為本案其擬註冊的商標“hifigpt”並不符合澳門《工業產權法律制度》中第 9 條第 1 款 c)項結合第 214 條第 1 款 a)項的情況，並沒有構成任何的不正當競爭。

29. 為此，本上訴應當被認為理由成立，從而廢止被上訴的部分。

綜上所述，以及依賴法官閣下的高見，本上訴應當被視為上訴理由成立，撤銷被上訴之判決，從而核准商標 N/212904 的註冊申請。”

*

被上訴實體獲通知後，請求本院依法予以審理。

*

對立當事人 B, LLC 就上訴人提出的上訴內容提交載於卷宗第 91 至 104 頁的答覆，並提出相關結論[1]。

[1] 其葡文內容如下：

A. A marca “GPT” foi introduzida pela Respondente em 2018 em ligação com um modelo de processamento de linguagem natural e código, e a fama das marcas “GPT” da Respondente aumentou drasticamente com o lançamento do aplicativo chatbot alimentado por IA sob a marca “ChatGPT” em novembro de 2022. Este aplicativo IA, ao contrário dos modelos GPT anteriores da Respondente,

é um produto destinado ao público consumidor.

B. A popularidade da plataforma da Respondente sob a marca ChatGPT é evidente pelo facto de mais de 27 milhões de utilizadores em todo o mundo se terem inscrito para utilizar estes serviços nas primeiras semanas do seu lançamento (entre 30 de Novembro de 2022 e 22 de Dezembro de 2022).

C. Tanto a marca "ChatGPT" com "GPT" são fortemente associadas à B, ora Respondente, gozando capacidade distintiva suficiente para ser registada como marca.

D. A DSEDT já concedeu à Respondente o registo para marca "CHATGPT", nas classes 9 e 42, as quais tomarem os números N/217684 e N/217685, respetivamente. Ou seja, a Respondente tem o direito exclusivo pelo registo de uso da marca "CHATGPT" para os produtos e serviços nas classes 9 e 42.

E. Em países em que a língua inglesa não é a língua comum (como por exemplo em Espanha e em Suíça, os Tribunais vieram confirmar que a "ChatGPT" tem eficácia distintiva e está associada à Respondente.

F. O reconhecimento generalizado por parte de consumidores entendidos confere à marca "CHATGPT" da Respondente o carácter de marca notória, o que implica que, se marca semelhante for aplicada a produtos ou serviços idênticos ou afins, é susceptível de se confundir com a marca notória e de criar no consumidor a impressão de que existe uma ligação comercial entre as duas entidades empresariais.

G. O estatuto da marca notória da "CHATGPT" também foi reconhecido pela DSEDT e Tribunal a quo, entendendo que:
   a. DSEDT: "As marcas da Reclamante "CHATGPT" são célebres e reconhecidas pelos seus utilizadores e concorrentes; Este reconhecimento generalizado por parte de consumidores confere à marca da Reclamante o carácter de marca notória, mundo inteiro, incluindo na RAEM, como se prova pela documentação e factos expostos.";
   b. Tribunal a quo: "考慮到"CHATGPT"在人工智能範疇的知名度及廣泛性，以及"CHATGPT"在全球科技領域及普通消費者的知名度(包括本澳)，本法庭認為可認定對立當事人的"CHATGPT".

H. A Recorrente não impugnou, no respectivo recurso, o estatuto da marca notória da marca "CHATGPT" da Respondente. A partir daí a mesma terá que ser protegida como tal.

I. Para que se verifique uma efectiva imitação de marca anterior / marca notória / marca de prestígio, é preciso que os três requisitos cumulativos previstos nos termos do artigo 215.º n.º 1 do RJPI sejam preenchidos.

J. Consequentemente, perante uma marca notória, temos uma excepção ao princípio da prioridade registal.

K. Enquanto ao segundo requisito, a marca registanda foi apresentada para assinalar serviços do mesmo tipo que são comercializados pela Respondente. Também não existe dúvida que a marca registanda da Recorrente assinala serviços afins aos abrangidas pelas marcas registadas da Respondente.

L. Enquanto ao terceiro requisito, é evidente que, a marca registanda "hifigpt", ao composto por "gpt", é uma reprodução parcial da parte essencial da marca notória "CHATGPT" da Respondente.

M. A maior parte dos consumidores de Macau domina a língua chinesa. Devido a esta característica cultural, é evidente que o consumidor local não identifica de forma imediata a marca "GPT" com significado "Geneative Pre-trained Transformer", mas como expressão distintiva (uma marca) fortemente associada à B, ora Respondente. Sobretudo porque a expressão "ChatGPT" não tem equivalente da tradução na língua chinesa, pelo que os falantes de chinês usam essa mesma expressão "ChatGPT" – a marca.

N. Nestes termos, a Respondente concorda inteiramente com a conclusão do Tribunal a quo que "擬註冊商標之主要關鍵要素(gpt)與對立當事人的商標 CHATGPT 的其中一個關鍵要素一樣，同樣是 GPT，且擬註冊商標的文字排列模式與商標 CHATGPT 的文字排列模式相同，同樣以 GPT 結尾，與對立當事人的商標 CHATGPT 相類似。倘上訴人以擬註冊商標標示其提供的服務，一般消費者見到擬註冊商標會聯想到對立當事人的商標 CHATGPT，很可能會視擬註冊商標標示的服務是由對立當事人所提供的另一款專用於商業領域的人工智能服務，誤以為上訴人提供的服務與對立當事人有關連，繼而產生混淆。".

*

卷宗上呈後，各助審法官已對卷宗進行檢閱。

現對案件進行審理。

***

二、訴訟前提

本院對此案具有管轄權。

訴訟各方均具有當事人能力、訴訟能力及正當性，且已適當地被代理。

訴訟形式適當。

不存在待解決之無效、抗辯或其他先決問題。

***

三、事實部分

原審法院認定了以下的已證事實：

O. Caso V. Exas. entendam que (i) não existe imitação entre "hifigpt" e "ChatGPT" ou que (ii) o sinal "GPT" e/ou "CHATGPT" é/são apenas descritivo(s) (o que não se concede) – como alega a Recorrente, ainda assim a marca registanda da Recorrente "hifigpt" não possui capacidade distintiva para ser registada.

P. Ora, se aceitarmos (o que não se concede) a tese de que o sinal "gpt" é um sinal descritivo – a conclusão seguinte é que a marca registanda "hifigpt" é composta por dois sinais descritivos - "hifi" e "gpt".

Q. Assim, a própria marca registanda "hifigpt" também não é susceptível de proteção por registo, nos termos do artigo 199.º n.º 1 alínea b) do RJPI, uma vez que a marca é exclusivamente composta por sinais descritivos e a sua junção em nada atribui capacidade distintiva.

R. In casu, A Recorrente tenta registar a marca "hifigpt", com o elemento predominante "GPT" da marca "CHATGPT" da Respondente, e que "GPT" também é por si uma marca associada à Respondente.

S. É impossível que a Recorrente não reconheça que o registo da marca registanda implica, necessariamente, um risco de erro e confusão sério no consumidor quanto à origem dos serviços, e que conduzirá, mais gravemente, à diluição das marcas da Respondente.

T. Verifica-se uma óbvia tentativa de utilizar por parte da Recorrente em Macau uma marca mundialmente conhecida e, com isso alcançar, de forma indigna e desleal, lucros económicos e influência que, efectivamente, não lhe pertencem.

Nestes termos, e nos mais de Direito, deve ser considerado improcedente o presente recurso e, em consequência, mantido o despacho de recusa da DSEDT da marca nº N/212904.

1. 2023 年 8 月 23 日，上訴人向澳門經濟及科技發展局提交了商標註冊申請：

   “hifigpt”，編號為第 N/212904 號，類別為第 35 類“廣告；計算機網絡上的在線廣告；商業信息代理；商業調查；拍賣；計算機文檔管理；將信息編入計算機數據庫；計算機數據庫信息系統化；在計算機數據庫中更新和維護數據；已登記信息的更新和維護；為商業或廣告目的彙編信息索引；商業審計；提供商業信息；通過網站提供商業信息；商業管理輔助；為商品和服務的買賣雙方提供在線市場；市場營銷；為推銷優化搜索引擎；為商業或廣告目的提供用戶評價；為商業或廣告目的提供用戶評級。”的服務。
2. A parte contrária B, LLC apresentou a reclamação.
3. 經濟及科技發展局拒絕了上述商標之註冊申請。
4. A parte contrária ganha rapidamente a sua fama pelos seus modelos generativos utilizando uma tecnologia de aprendizagem profunda.
5. A parte contrária é o fornecedor de software de chatbot de inteligência artificial mais popular e conhecido em todo o mundo.
6. O programa “GPT” foi introduzido pela parte contrária.
7. Desde o seu lançamento, a parte contrária tem melhorado consistentemente e lançado versões avançadas, incluindo GPT-2, GPT-3 e GPT-4.
8. A fama de programa “GPT” da Reclamante aumentou

drasticamente com o lançamento do aplicativo chatbot alimentado por IA sob a marca “ChatGPT”.

9. Nesta plataforma “ChatGPT”, que é acessível por seu website oficial www.B.com, interage com os seus utilizadores de uma forma conversacional, através da qual pode responder a perguntas, responder a perguntas de acompanhamento, admitir os seus erros, desafiar premissas incorrectas e rejeitar pedidos inadequados.
10. Devido à sua capacidade, a “ChatGPT” tornou-se rapidamente popular em todo o mundo.
11. A plataforma da parte contrária sob a marca ChatGPT tem mais de 100 milhões utilizadores activos em todo o mundo durante a semana.
12. A plataforma ChatGPT da parte contrária é acessível pelos utilizadores de todo o mundo através da sua aplicação móvel.
13. O produto da parte contrária é alvo de notícias por jornais locais, tais como Macau Daily News e Exmoo News.
14. “CHATGPT” é um dos produtos da séria “GPT” da parte contrária, que se torna conhecido mundialmente pela sua forma conversacional, que facilita a utilização pelo consumidor público para aproveitar a capacidade de inteligência artificial.
15. A parte contrária apresentou para registos marcas com elemento principal “GPT” em mais de 50 países, e mais de 25 marcas “GPT” estão registadas em mais de 10 países.
16. As marcas “GPT” e “CHATGPT” da parte contrária são

populares e conhecidas pelo mundo inteiro, incluindo Macau.

17. A parte contrária deu já entrada à DSEDT o pedido de registo da marca “CHATGPT” nas classes 9 e 42.
18. O pedido de registo e marca “CHATGPT” apresentado pela para contrária já foi autorizado.
19. A marca “CHATGPT” com n.º N/217684 destina a indicar os seguintes produtos: Programas de computador descarregáveis e software de computador descarregável para a produção artificial de discurso e texto humanos; programas de computador descarregáveis e software de computador descarregável para processamento, geração, compreensão e análise de linguagem natural; programas de computador descarregáveis e software de computador descarregável para software de processamento de linguagem e discurso baseado em aprendizagem automática; software de chatbot descarregável para simular conversas; programas de computador descarregáveis e software de computador descarregável para criar e gerar texto; aparelhos e instrumentos científicos, de investigação, de navegação, de topografia, fotográficos, cinematográficos, audiovisuais, ópticos, de pesagem, de medição, de sinalização, de deteção, de ensaio, de inspeção, de salvação e de ensino; Aparelhos e instrumentos para conduzir, comutar, transformar, acumular, regular ou controlar a distribuição ou a utilização de eletricidade; aparelhos e instrumentos para gravar, transmitir, reproduzir ou processar som, imagens ou dados; suportes gravados e descarregáveis,

programas informáticos, suportes virgens de gravação e de armazenamento, digitais ou analógicos; mecanismos para aparelhos que funcionam com moedas; caixas registadoras, dispositivos de cálculo; computadores e dispositivos periféricos; fatos de mergulho, máscaras de mergulho, tampões para os ouvidos dos mergulhadores, molas para o nariz dos mergulhadores e nadadores, luvas para mergulhadores, aparelhos respiratórios para natação subaquática; aparelhos de extinção de incêndios.

20. A marca “CHATGPT” com n.º N/217685 destina a indicar os seguintes serviços: Fornecimento de software em linha não descarregável para a produção artificial de discurso e texto humanos; fornecimento de software em linha não descarregável para processamento, geração, compreensão e análise de linguagem natural; fornecimento de software em linha não descarregável para software de processamento de linguagem e discurso baseado em aprendizagem automática; fornecimento de software chatbot em linha não descarregável para simulação de conversas; fornecimento de software em linha não descarregável para criação e geração de texto; serviços de investigação e desenvolvimento no domínio da inteligência artificial; investigação, conceção e desenvolvimento de programas informáticos e de software; serviços científicos e tecnológicos e investigação e conceção relacionados com os mesmos; serviços de análise industrial e investigação industrial; conceção e

desenvolvimento de hardware e software informático.

***

四、理由說明

按照上訴人陳述之上訴理由，可以了解，上訴人主要為不認同原審法院就擬註冊商標屬仿製對立當事人持有的已註冊及馳名商標“CHATGPT”的主要及顯著部分“GPT”，且擬註冊類別所提供的服務也與對立當事人提供的服務相類似易使人產生混淆之判斷；以及對擬註冊商標的使用客觀上可能造成不正當競爭，尤指造成對立當事人的客戶群轉移至上訴人的結論，從而認為被上訴裁判錯誤適用《工業產權法律制度》第 214 條第 1 款 b)項以及第 9 條第 1 款 c)項結合第 214 條第 1 款 a)項的規定。

在絕對尊重更佳見解之前提下，本院認為，上述上訴理由皆不能予以採納。

現行由十二月十三日第 97/99/M 號法令核准的《工業產權法律制度》主要透過兩種手段以防止不正當競爭。

一方面，透過第 214 條第 1 款 b)及 c)項，以及第 215 條之規定禁止商標之複製或仿製，目的在於保障先登記的商標、馳名的及享有聲譽的商標的正面效果不會被其他行業競爭者不當地利用。另外，透過第 9 條就不正當競爭規定了一般條款，當中第 1 款 c)項規定指出，具有主觀意圖的不正當競爭行為，或即使不存在主觀意圖、但客觀上構成不正當競爭行為，皆為拒絕授予工業產權之理由。

被上訴裁判就擬註冊商標“hifigpt”是否屬仿製對立當事人持有的

已註冊商標“CHATGPT”載有以下分析：

“經濟及科技發展局基於《工業產權法律制度》第 214 條第 1 款 b 項，結合第 215 條，以及第 9 條第 1 款 c 項的規定，以擬註冊商標屬於仿製對立當事人的商標及有可能構成不正當競爭的情況為由，拒絕 N /212904 號商標的註冊申請。

《工業產權法律制度》第 214 條第 1 款 b)規定，商標之主要部分完全屬複製、仿製或翻譯自另一在澳門馳名之商標，如將其用於相同或相似之產品或服務上即可能與該馳名商標混淆，又或該等產品或服務可能與馳名商標之所有人產生關聯，須拒絕商標註冊。

馳名商標是經過長期使用或大量商業推廣與宣傳，在市場上享有很高知名度並為相關公眾所熟知的商標。

Luís Couto Gonçalves 在 Manual de Direito Industrial – Propriedade Industrial e Concorrência Desleal 中指出何謂馳名商標：A marca notoriamente conhecida é entendida como a marca conhecida de uma grande parte do público consumidor como a que distingue de uma forma imediata um determinado produto ou serviço[2].

José Mota Maia 亦針對馳名商標作出以下詮釋： “… uma marca pode qualificar-se de notória, ou notoriamente conhecida, desde que tenha alcançado notoriedade, ou conhecimento geral, no círculo dos produtores, dos comerciantes, ou dos prestadores de serviços, ou no meio dos consumidores, ou utilizadores, dos respectivos produtos ou serviços; isto é,

[2] 見 Manual de Direito Industrial–Propriedade Industrial e Concorrência Desleal, 4ª Edição Revista e Actualizada, Luís Couto Gonçalves, 2013，第 256 頁。

segundo esta definição, basta qua a marca se tenha divulgado, de modo particular, no círculo das pessoas que, na linguagem comum, se usa designar por 'meios interessados' relativamente a determinados produtos ou serviços[3]."

首先， 已證事實顯示對立當事人的“CHATGPT”為世界知名的人工智能機械人程式。行政卷宗第 15 頁的文件顯示“CHATGPT”平台目前每周有一億活躍用戶。“CHATGPT”英文全稱為 Chat Generative Pre-trained Transformer，中文為聊天生成預訓練轉換器。“CHATGPT”是對立當事人開發的人工智慧聊天機器人程式，可以以文字或對話方式與人互動及完成任務，如生成文章，以及在許多知識領域給出詳細和清晰的回答。

考慮到“CHATGPT”在人工智能範疇的知名度及廣泛性，以及“CHATGPT”在全球科技領域及普通消費者的知名度（包括本澳）， 本法庭認為可認定對立當事人的“CHATGPT”商標屬於在本澳馳名之商標。

擬註冊商標是“hifigpt”，屬於純文字商標，由 hifi 及 gpt 組成。按上訴人的解釋，擬註冊商標當中的“hifi”是 high fidelity 的簡稱，可解作高保真（保證高度真實）的意思。擬註冊商標當中的“gpt”的全稱是 generative pre-trained transformers，中文是生成式預訓練變換模型，是一種人工智慧的語言模型。

擬註冊商標“hifigpt”的“hifi”與“gpt”中間沒有隔開。然而，由於“hifi”的意義不明確，而“gpt”為與人工智能相關的字詞，結合擬註冊商標主要擬標示之提供商業信息服務，一般消費者看到擬註冊商標“hifigpt”時著眼點

[3] 見其所著的 Propriedade Industrial, Vol II, Código da Propriedade Industrial Anotado, Almedina, 第 427 頁。

會在於“gpt”的部分。亦即是說，擬註冊商標“hifigpt”的主要及顯眼部分為“gpt”。

對立當事人的商標“CHATGPT”由“CHAT”及“GPT”組成。擬註冊商標“hifigpt”與對立當事人的商標“CHATGPT”均以 GPT 結尾。可以看到，擬註冊商標“hifigpt”的主要部分仿製了對立當事人的商標“CHATGPT”的其中一個重要要素—GPT，擬註冊商標“hifigpt”與對立當事人的商標“CHATGPT”在整體上有相似性。

現需考慮到擬註冊商標“hifigpt”是否用於與對立當事人的產品及服務相同或相似的產品及服務。

在考慮商標是否用以標明相同或相似之產品或服務時，應考慮產品或服務之功能、用途、主要原料、消費對象、銷售渠道等方面。

所謂類似商品或類似服務，是指在功能、用途、生產部門、銷售渠道、消費對象等方面相同，或者相關公眾一般認為其存在特定聯繫，容易產生混淆的商品或服務。

上訴人聲請以擬註冊商標“hifigpt”標示第 35 類服務，主要包括廣告、商業調查、計算機數據庫信息系統化、為商業或廣告目的彙編信息索引、商業審計、提供商業信息、通過網站提供商業信息、市場營銷、為商業或廣告目的提供用戶評價及評級的服務。

對立當事人的商標“CHATGPT”用以標示第 9 類產品及第 42 類服務，主要包括可生成類似人類撰寫的文章、分析及處理語言的電腦軟件、聊天機械人的產品，以及可生成文章、分析及處理語言的線上軟件、聊天機械人、研究及發展人工智能範疇、電腦軟件研究、行業分析及研究服務。

對立當事人提供的可生成文章、分析及處理語言的線上軟件、聊天機械人可

應用於商業及公司範疇。因此，可以說上訴人提供的服務當中的計算機數據庫信息系統化、通過網站提供商業信息、商業審計服務與對立當事人提供的可生成文章、分析及處理語言的線上軟件、聊天機械人的服務相類似。

馳名商標因在相關公眾中具有很高知名度，相關公眾看到與馳名商標相近似的標志時，很容易就聯想到馳名商標，以及對應之產品及服務。

擬註冊商標之主要關鍵要素（gpt）與對立當事人的商標 CHATGPT 的其中一個關鍵要素一樣，同樣是 GPT，且擬註冊商標的文字排列模式與商標 CHATGPT 的文字排列模式相同，同樣以 GPT 結尾，與對立當事人的商標 CHATGPT 相類似。倘上訴人以擬註冊商標標示其提供的服務，一般消費者見到擬註冊商標會聯想到對立當事人的商標 CHATGPT，很可能會視擬註冊商標標示的服務是由對立當事人所提供的另一款專用於商業領域的人工智能服務，誤以為上訴人提供的服務與對立當事人有關連，繼而產生混淆。

為了避免擬註冊商標及對立當事人的商標兩組商標同時在市場上出現而使消費者產生混淆，應不允許擬註冊商標進行登記。

基於上述，應維持被上訴實體基於《工業產權法律制度》第 214 條第 1 款 b)之規定拒絕擬註冊商標進行登記之決定...”

*

毫無疑問，“GPT”一詞本身僅屬“generative pre-trained transformer”即生成式預訓練變換模型的英文縮寫；不過，已證事實顯示，對立當事人為“GPT”程式的開發者，且已進階至第四代(“GPT-4”)，而該系列的其一產品－“CHATGPT”之知名度更享譽全球包括本澳，對立當事人亦在全球各地對“CHATGPT”及“GPT”進行商標註冊，在澳門亦已就“CHATGPT”作商標註冊；另外，上訴人在上訴陳述中亦未否定原審法

院據已證事實認定對立當事人的註冊商標“CHATGPT”為馳名商標之見解。

關於馳名商標，如被上訴裁判所述，系指被相關產品或服務的廣大消費者群體所熟知和認可的商標，為一種獨特的標誌，能夠立即將特定產品或服務予以區分[4]。

司法見解曾指出，當法律旨在防止商標混淆時，其主要關注的是相似性、相似之處、共同點或接觸點，因此，關注的是人們在看到一個商標與另一個商標時的第一印象，而不是它們的差異。這取決於商標要素的圖形、名稱、形象和語音特徵。而當商標具有知名度時，其本質為至關重要。因此，儘管通常情況下應從整體上看待商標，並考慮商標的所有組成部分而不是將其分開拆解，然而，倘予以比較的其一商標已具知名度，且正由於這種知名度使該商標的某個特定要素脫穎而出，或正是上述特定要素賦予了該商標的知名度，那麼上述立場可能變化[5]。

參照上引已證事實，足以說明對於廣大的生產商、商戶或消費者

---

[4] 參見本院在第 822/2024 號卷宗(2025 年 2 月 13 日)、第 1096/2019 號卷宗(2020 年 1 月 23 日)及第 774/2013 號卷宗(2014 年 9 月 11 日)之合議庭裁判。

[5] “…Quando a lei quer evitar a confusão de marcas, não está senão a pensar na semelhança, na parecença, nos pontos comuns ou de contacto e, portanto, na primeira impressão ou na impressão do momento que se colhe de uma e doutra, mais do que nas suas dissemelhanças. E isso tanto irá depender do aspecto gráfico, nominativo, figurativo, como também do fonético dos seus elementos (art. 215º, nº1, al. c), RJPI). Por essa razão, o juiz, para avaliar da eventual afinidade, não deve colocar as marcas uma ao lado da outra, mas examiná-las em tempos sucessivos, primeiro uma, depois outra…A essencialidade tem uma importância subida quando uma marca tenha notoriedade. E assim, embora as marcas devam, geralmente, ser encaradas pelo seu todo holístico, pelo conjunto dos seus componentes, e não dissecadas, a verdade é que tudo pode mudar se estivermos a comparar marcas em que uma delas adquiriu notoriedade e em que, justamente, dessa notoriedade, sobressai um determinado elemento ou – o que vai dar ao mesmo - em que foi um dos seus elementos que à marca conferiu a sua notoriedade…”參見本院在第 963/2017 號卷宗(2019 年 9 月 26 日)、第 239/2015 號卷宗(2017 年 10 月 12 日)及第 246/2017 號卷宗(2017 年 5 月 18 日)之合議庭裁判。

而言，考慮“CHATGPT”的全球性知名度，針對生成式預訓練變換模型(generative pre-trained transformers)及類同產品或服務，確已有先入為主與對立當事人關聯的想法。由此，儘管“GPT”可視為“generative pre-trained transformer”的簡要描述，已不能認為“GPT”僅屬已註冊商標“CHATGPT”的次要部分，並指出“CHATGPT”的獨特及顯著性僅源於該商標的組成部分“CHAT” (事實上，“CHAT”本身亦僅為另一普遍的英文辭彙)；進一步說，“CHAT”及“GPT”兩個部分皆為“CHATGPT”的主要部分，不存在上訴人所指“GPT”非為“CHATGPT”主要部分的說法。

在上述前提下，儘管擬註冊商標的產品或服務類別(35)與“CHATGPT”(9 及 42)不盡相同，正如被上訴裁判所闡明，擬註冊商標的部分產品或服務與已註冊商標“CHATGPT”為相類似，可見對於本地消費者而言(已證實“CHATGPT”及“GPT”均具地域的知名度)，凡當見到同樣單純使用英文詞彙組合並載有“GPT”表述且欠缺其他標記或標誌或顏色配搭予以識別的商標的類似產品或服務，難以不會聯想為與對立當事人的產品或服務相關，從而產生混淆。

另外，本院曾分別於編號：411/2025(2025 年 9 月 18 日)及342/2025(2025 年 11 月 20 日)上訴卷宗，就擬註冊商標“hifigpt”不具備足夠的顯著性及識別能力表明立場，上述決定所持之理據充分並應予以維持。

司法見解主張，如果商標註冊申請全部或部分地複製或模仿另一先前註冊的商標，用於相同或類似的商品或服務，可能會誤導或混淆消費者，或者存在與已註冊商標產生關聯的風險，則應拒絕該商標註

冊申請[6]。

故此，被上訴裁判就擬註冊商標並不符合《工業產權法律制度》第 214 條第 1 款 b)項規定並應予以拒絕之分析正確，應予以維持。

*

至於上訴人提出的另一上訴理由，並引用本院在第 52/2016 號上訴卷宗之合議庭裁判以冀支持不構成不正當競爭之說法，核心亦在於不認同原審法院對擬註冊商標屬仿製已註冊商標“CHATGPT”之認定，而不接納可能存在不正當競爭行為之判斷。

承上文分析，由於原審法院對擬註冊商標屬部分仿製已註冊商標“CHATGPT”之認定屬正確，無須贅言，上指合議庭裁判對於本具體個案並無可參考性。

本院完全贊同原審法院就個案註冊申請屬構成不正當競爭而應拒絕作出登記的分析，有關分析在此轉錄如下：

“...現需考慮上訴人是否有意圖進行不正當競爭，或雖然沒有進行不正當競爭之意圖，是否有可造成不成當競爭之情況。

《工業產權法律制度》第 214 條第 1 款 a 項規定：在證實存在第九條第一款所規定之拒絕授予工業產權之任何一項一般理由的情況下，須拒絕商標註冊。

同一法律制度第 9 條第 1 款 c 項規定，認定申請人意圖進行不正當競爭，或不論其是否有此意圖，認定有可能造成不正當競爭，為拒絕授予工業產權之理由之一。

亦即是說，無論是具有主觀意圖的不正當競爭行為，或即使不存在主觀意圖、

[6] 參見本院在第 860/2023 號卷宗(2024 年 2 月 1 日) 及第 910/2022 號卷宗(2023 年 3 月 9 日)之合議庭裁判。

但客觀上構成不正當競爭行為，均屬拒絕商標註冊之理由。

《商法典》第 158 條規範了何謂不正當競爭行為，該條規定：「一切在客觀上表現出違反經濟活動規範及誠信慣例之競爭行為，均構成不正當競爭行為。」。

同時，《商法典》第 159 條規定：

「一、一切能對競爭者之企業、產品、服務或信譽造成混淆之行為均視為不正當競爭行為。

二、所作出之行為能使消費者聯想到第三人之產品或服務者，足以視為屬不正當競爭行為。」。

按葡萄牙學者 Carlos Olavo 所言：「*Constituem concorrência desleal os actos repudiados pela consciência normal dos comerciantes como contrário aos usos honestos do comércio, que sejam susceptíveis de causar prejuízo à empresa de um competidor pela usurpação, ainda que parcial, da sua clientela. Portanto, a ideia de concorrência desleal assentaria em duas ideias fundamentais: a criação e expansão, directa ou indirectamente, de uma clientela própria e a idoneidade para reduzir ou mesmo suprimir a clientela alheia, real ou possível*[7]*.*」。

不正當競爭的行為可以是源於商標註冊申請者有意令本身的產品或服務與行業競爭者的產品或服務有所混淆，又或者容許擬註冊商標登記客觀上可能導致不同商業企業主的產品或服務出現混淆的情況。不正當競爭可透過有關行為是否足以導致出現客戶群的轉移(desvio da clientela)而認定[8]。

正如前述，擬註冊商標“hifigpt”之主要關鍵要素（gpt）與對立當事人的

[7] 見 PROPRIEDADE INDUSTRIAL, VOL. 1, P. 252.

[8] 見中級法院的第 927/2017 號案件的裁判。

商標“CHATGPT”的其中一個關鍵要素 GPT 一樣，且商標文字排列模式相同（gpt 位於結尾部分）。不難想像，上訴人（其主張是從事技術開發、電腦系統服務、應用軟體服務的公司）在其提供的服務上使用關鍵要素為 gpt 的擬註冊商標的目的是擬利用對立當事人的商標“CHATGPT”的知名度及名聲吸引消費者的注意，讓消費者認為其提供之服務與對立當事人及其提供的 CHATGPT 程式或其他人工智能服務有聯繫，藉此達到推廣其提供的服務的目的。消費者可能會因為擬註冊商標“hifigpt”的名稱與對立當事人提供的“CHATGPT”服務的名稱相似而選擇上訴人擬以“hifigpt”標示的服務，從而造成客戶群的轉移。

因此，儘管本案沒有充分證據及事實足以證明上訴人有意圖進行不正當競爭，可認定上訴人使用擬註冊商標 hifigpt 標示其提供之服務客觀上有表現出違反誠信慣例，客觀上可能造成不正當競爭。

透過行政卷宗第 14 頁背頁的新聞亦可以印證，當消費者誤以為上訴人提供的服務與對立當事人或對立當事人提供的 CHATGPT 服務有關連時，必然會出現對立當事人的客戶群轉移至上訴人的情況。

基於此，應維持被上訴實體基於《工業產權法律制度》第 9 條第 1 款 c)項結合第 214 條第 1 款 a 項之規定拒絕擬註冊商標進行登記之決定。”

此外，本院曾在第 1011/2018 號卷宗(2019 年 11 月 14 日)之合議庭裁判提出，

“Face ao disposto no artº 9º do RJPI, constitui, entre outros, fundamento geral de recusa da concessão dos direitos de propriedade industrial o reconhecimento de que o requerente pretende fazer concorrência desleal, ou que esta é possível independentemente da sua intenção.

Encontram-se definidos os actos de concorrência desleal no artº 158º do Código Comercial, nos termos do qual constitui concorrência desleal todo o acto

de concorrência que objectivamente se revele contrário às normas e aos usos honestos da actividade económica.

Conjugando com o acima citado artº 9º/1-c) do RJPI, a contrariedade exigida nessa norma do Código Comercial tanto pode ser intencional como meramente objectiva, ou seja, não intencional.

Ora, para recusar o pedido de registo de uma marca com fundamento na concorrência desleal, é preciso que se reconheça que a requerente pretende fazer concorrência desleal, ou que a concorrência desleal é possível independentemente da sua intenção.

Falando-se de concorrência, é preciso que existam no mercado duas ou mais operadores de comércio.

Pois o perigo de concorrência desleal só se torna possível quando no mesmo mercado há duas ou mais empresas a exercer a sua actividade económica no mesmo ramo de actividade."

可見競爭系指向市場上存在兩個或兩個以上的商業經營者，而當兩家或多家公司在同一市場、同一產業內經營時，才會出現不正當競爭的風險。

已證事實足以顯示，對立當事人透過已註冊商標所經營的經濟活動與擬註冊商標"hifigpt"欲註冊的產品或服務類別份屬同一產業的經濟活動，承上述理解，擬註冊商標之註冊申請亦應予以拒絕。

基於此，應裁定本上訴理由不成立。

***

五、決定

綜上所述，本院合議庭裁定上訴人的上訴理由不成立，駁回本上訴，維持被上訴的決定。

訴訟費用由上訴人承擔。

依法登錄本裁判並作出通知。

***

澳門特別行政區，2026 年 10 月 8 日

_____

梁小娟 (裁判書製作人)

_____

馮文莊 (第一助審法官)

_____

盛銳敏 (第二助審法官)