

卷宗編號：823/2025

(民事及勞動上訴卷宗)

裁判日期：2026年4月16日

主 題：馳名商標；不正當競爭。

裁判摘要

1. 鑑於案中未有證據，證明司法上訴人所主張的識別標誌在澳門已有較長時間的使用、在短時間內有相對強的推廣，因而在澳門足夠多的消費群體中具備知名度，不能視該識別標誌構成馳名商標。

2. 《工業產權法律制度》第9條規定，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，為拒絕授予工業產權申請之理由。

3. 一如終審法院2018年9月27日在第36/2018號上訴案的合議庭裁判中所確認，以侵犯他人未註冊的區別性標誌為手段而進行不正當競爭，作為妨礙商標註冊的理由，只能在個別情況下，譬如持續及大範圍的使用，從而使得第三人的使用會令受眾產生誤解，並因此在客觀上表現出違反了經濟活動的規範及誠信的慣例，又或者當聲請人具有進行不正當競爭的意圖時才能被接受。

裁判書製作人

盛銳敏

澳門特別行政區
中級法院合議庭裁判

卷宗編號：**823/2025**

(民事及勞動上訴卷宗)

裁判日期：**2026年4月16日**

上訴人：**A**

被上訴人：**經濟及科技發展局及B有限公司**

一、 案件概述

原審程序中，司法上訴人**A**（本上訴中的“上訴人”）針對**澳門特別行政區經濟及科技發展局商標註冊處處長**於2023年9月21日作出批准第**N/2XXX54**號商標註冊申請的批示提起本卷宗所涉及的司法上訴案，當中請求法庭撤銷上述決定。

經傳喚，對立當事人**B有限公司**（本上訴中的“被上訴人”）沒有提交回覆。

經法定程序，原審法院裁定上訴理由不成立，並維持被訴實體批准對立當事人第**N/2XXX54**號商標註冊申請之決定。

司法上訴人A不服上指裁判並提出上訴。為此，在其提交的上訴理由陳述中，載有以下結論：

A. Por douta sentença datada de 31 de Março de 2025, foi o recurso judicial interposto pela **Recorrente** julgado improcedente, tendo o Tribunal *a quo* decidido manter o despacho da DSEDTE que concedeu o registo para a marca **N/2XXX54** "██████" para assinalar produtos incluídos na classe 9 a **Parte Contrária**.

B. O Tribunal *a quo* reconheceu, em síntese, que:

- a. A **Recorrente** tem usado a marca "██████" para identificar os seus produtos de lentes de óculos;
- b. A **Recorrente** tem promovido as lentes de óculos sob a marca "██████" nas suas redes sociais, pelo menos a partir de 29 de Abril de 2022;
- c. A **Recorrente** tem registado o sinal "██████" como marca na China Continental, desde 27 de Outubro de 2023;
- d. Os produtos de lentes de óculos sob a marca "██████" são vendidos em diversos oculistas na plataforma C;
- e. Os produtos de lentes de óculos sob a marca "██████" são vendidos em Macau pelo oculista autorizado "D", pelo menos a partir de 28 de Setembro de 2022;
- f. Os produtos de lentes de óculos sob marca "██████" são promovidos juntamente com os sinais identificadores da **Recorrente** "E" e "██████".

C. No entanto, o Tribunal *a quo* entende que o uso da marca "██████" por apenas um ano e meio não é suficiente para alcançar o estatuto de marca notória.

D. Com o devido respeito, a **Recorrente** não concorda com o entendimento do Tribunal *a quo*. Com base em todos os elementos probatórios apresentados, é evidente que a marca "██████" foi criada pela recorrente, é utilizada por esta e a esta deve pertencer, tendo adquirido o estatuto de marca notória.

E. *In casu*, com todos os factos reconhecidos pelo Tribunal *a quo*, é óbvio que a marca "██████" está estreitamente associada à **Recorrente**, pelo menos entre os oculistas e produtores de lentes de óculos.

F. Além disso, os elementos probatórios oferecidos demonstram claramente que a marca "██████" é amplamente usada pela **Recorrente**, tanto online como em lojas físicas, pelo menos a partir de Abril de 2022. Os produtos de lentes sob a marca "██████" da **Recorrente** são amplamente comercializadas nas plataformas eletrónicas, como o C. É sabido que é muito mais fácil para os consumidores específicos entrarem em contacto com a marca e os produtos através dessas plataformas, que rapidamente alcançam um grande número de consumidores.

G. Ainda relembrar que, para o presente caso, os consumidores incluem não só os residentes locais, mas também os turistas vindos da China Continental, que estão habituados a usar plataformas eletrónicas para fazer compras.

H. Neste sentido, com uma intensa e alargada utilização, publicidade e promoção, mesmo num período relativamente curto, fica demonstrado que a marca "██████" pertence à **Recorrente** e é geralmente reconhecida pelos consumidores que tem interesse em lentes de óculos.

I. Além disso, como reconhece do Tribunal *a quo*, as marcas "E" e "███" são marcas fortes ("E" 或 "███"在鏡片業界都屬於強商標) , pela reputação e qualidade de produtos oferecidos sob estas marcas por muitos anos. Logo, a inclusão de marcas identificadores da **Recorrente** em matérias promocionais contribui ainda mais para a ligação entre a marca "██████" e a **Recorrente**, e para a consolidação, num curto espaço de tempo, do estatuto de marca notória.

J. Assim, deve concluir-se que a marca "██████" pertence a **Recorrente** e que goza do estatuto de marca notória, para os efeitos do artigo 214.º n.º 1 alínea b) do RJPI.

K. Uma análise comparativa entre os sinais permite facilmente perceber que a marca registanda é uma cópia fiel e perfeita da marca notória da **Recorrente**.

L. Além disso, a marca registanda, tal como sucede com a marca da **Recorrente**, é requerida para assinalar produtos na classe 9, para o mesmo tipo de produtos que os comercializados pela Recorrente, e para os quais a Recorrente solicitou registo da sua marca notória.

M. Há, assim, um elevado risco de confusão com a marca notória da **Reclamante**, procurando a **Parte Contrária** tirar partido indevido do carácter distintivo e da notoriedade desta.

N. **Consequentemente, deve ser recusado o pedido do registo da marca "██████" pela Parte Contrária, nos termos do artigo 214, n.º1, al. b) do RJPI.**

O. Em termos da concorrência desleal, salvo o devido respeito, a **Recorrente** não concorda com o entendimento do Tribunal *a quo*, uma vez que existe claramente no presente caso a intenção de praticar actos de concorrência desleal.

P. *In casu*, com a participação de **Recorrente** em conferência no dia 7 de Abril de 2022 e as matérias promocionais que contêm o sinal "██████" pelo menos a partir de 29 de Abril de 2022, não existe dúvida de que a **Recorrente** começou a usar o sinal "██████" antes da apresentação do pedido da **Parte Contrária** em Macau.

Q. Considerando os factos provados pelo Tribunal *a quo*, não existem dúvidas de que a marca "██████" pertence à **Recorrente** e que é estreitamente associada à mesma, pois a **Recorrente** já comercializa os produtos de lentes de óculos sob a marca "██████" pelo menos desde Abril de 2022.

R. A **Recorrente** também assegurou o registo da marca "██████" para classe 9 na China Continental.

S. Assim, estamos claramente perante uma situação em que a **Recorrente** começou a usar a marca "██████" antes da **Parte Contrária**, e o uso da marca num período do tempo a marca já criou uma associação, neste mercado específico, entre a marca em crise e os produtos de lentes de óculos comercializados pela **Recorrente**.

T. Entretanto, não tendo logrado registar a marca na China Continental, nem tendo feito qualquer uso da marca registanda, a **Parte Contrária** optou por registar a marca em Macau.

U. Neste sentido, é óbvio que o pedido de registo da marca "██████" é uma clara tentativa de aproveitamento de uma marca identificadora dos produtos da **Recorrente**, assim como do seu bom nome comercial, fruto de muitos anos de actividade comercial de excelência.

V. Lembra-se que os produtos que a marca registanda pretende assinalar são exactamente aqueles que são comercializados sob o mesmo sinal "██████" da **Recorrente**, i.e., "*眼鏡鏈; 光學矯正透鏡片 (光); 眼鏡; 眼鏡片; 眼鏡架; 隱形眼鏡; 眼鏡盒; 太陽鏡; 3D眼鏡; (...)*".

W. A potencial subtração de clientela é inevitável, mesmo só com o pedido de registo, uma vez que a marca "██████" já se encontra estreitamente conectada com a **Recorrente** no mercado de lentes de óculos, criando, naturalmente, confusão entre consumidores.

X. Assim, o pedido de registo da marca registanda pela **Parte Contrária** subsume-se perfeitamente aos comportamentos previstos nos artigos 156.º, 159.º e 165.º do Código Comercial:

- a. "*sejam praticados no mercado com fins concorrenciais*" (artigo 156.º do Código Comercial);
- b. "*objectivamente se revele contrário às normas e aos usos honestos da actividade económica.*" (artigo 158.º do Código Comercial);
- c. "*seja idóneo a criar confusão com a empresa, os produtos, os serviços ou o crédito dos concorrentes*" (artigo 159.º n.º 1 do Código Comercial);
- d. existe "*o risco de associação por parte dos consumidores relativo à origem do produto*" (artigo 159.º n.º 2 do Código Comercial); e
- e. existe "*aproveitamento indevido em benefício próprio ou alheio da reputação empresarial de outrem.*" (artigo 165.º do Código Comercial).

Y. Aliás, a presente circunstância é exactamente a que José de Oliveira Ascensão refere (como se transcreveu *supra* "*Apenas se admite que circunstâncias particulares, como a constância e a difusão do uso, tornem a utilização por terceiros susceptível de indução em erro dos destinatários e, como tal, violadora das regras de leal concorrência.*").

Z. Consequentemente, a **Parte Contrária** não tem - nem pode ter - um interesse legítimo e atendível no registo da marca em análise, pois esta reproduz marca notória da **Recorrente** e potencia actos de concorrência desleal, pelo que, nos termos do artigo **214.º n.º 1 alínea b) ex vi 215.º n.º 1, artigo 9.º, n.º 1 alínea c) do RJPI e artigos 156.º, 158.º, 159.º e 165.º do Código Comercial.**

*

就上述上訴，澳門特別行政區經濟及科技發展局及對立當事人B有限公司均沒有提交回覆。

*

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。

本案訴訟形式恰當及有效。

訴訟雙方具有當事人能力及正當性，且已適當地被代理。

不存在待解決之無效、抗辯或其他先決問題。

三、 事實

原審法院將以下事實視為獲證：

1. 2022 年 11 月 24 日，對立當事人 B 有限公司向經濟及科技發展局提交第 N/2XXX54 號商標註冊申請，指定使用的產品為“眼鏡鏈；光學矯正透鏡片（光）；眼鏡；眼鏡片；眼鏡架；隱形眼鏡；眼鏡盒；太陽鏡；3D 眼鏡；數據處理設備；計算機軟件



（已錄製）；智能眼鏡（數據處理）；鏡（光學）；光學器械和儀器；三稜鏡（光學）；電池；電子防盜裝置；個人用防事故裝置；便攜式媒體播放器；無線電設備”，類別為 9，商標式樣為：

2. 上述申請公佈於 2023 年 1 月 18 日第 3 期《澳門特別行政區公報》第二組內。
3. 2023 年 9 月 21 日，經濟及科技發展局商標註冊處處長作出批准第 N/2XXX54 號商標註冊申請的批示。
4. 上述批准註冊的批示公佈於 2023 年 10 月 18 日第 42 期《澳門特別行政區公報》第二組內。
5. 2023 年 11 月 20 日，上訴人 A 向本法院提起本司法上訴案。
6. 2023 年 8 月 2 日，上訴人 A 向經濟及科技發展局提交第 N/2XXX40 號商標註冊申請，指定使用的產品為“眼鏡片”，類別為 9，商標式樣為：

7. 上述申請公佈於 2023 年 10 月 5 日第 40 期《澳門特別行政區公報》第二組內。
8. A Recorrente lançou as linhas de lentes de óculos “F” e “G”, destinadas aos jovens e crianças.
9. No dia 7 de Abril de 2022, a Recorrente participou em conferência destinada à saúde dos jovens e crianças.
10. As lentes sob a marca “F” da Recorrente são lentes de miopia especialmente concebidas para crianças, utilizando a tecnologia patenteada de lentes de ceratoplastia na superfície da córnea, as mesmas fornecem uma estimulação de sinal dinâmico, a fim de alcançar o alongamento do eixo do olho e a eficácia do controlo do desenvolvimento de miopia.
11. No dia 30 de Setembro de 2022, a Recorrente requereu o registo da marca “F” na China Continental.
12. O referido requerimento foi publicado no dia 27 de Julho de 2023.
13. O registo da marca “F” da Recorrente foi deferido no dia 27 de Outubro de 2023 na China Continental, com a publicação no mesmo dia.
14. A Recorrente publicou as lentes sob a marca “F” no H no dia 29 de Abril de 2022 e no dia 1 de Maio de 2022.
15. As lentes sob a marca “F” da Recorrente são vendidas em oculistas em C.

16. Desde, pelo menos, 28 de Setembro de 2022, as lentes sob a marca “F” da Recorrente estão a ser vendidas em “D”, oculista autorizada pela Recorrente, em Macau.

17. 對立當事人 B 有限公司曾向經濟及科技發展局提交以下商標註冊申請：

商標編號	商標	產品/服務類別	狀況
N/2XXX32	I	10	拒絕批給
N/2XXX33	J	3	拒絕批給
N/2XXX34	J	5	拒絕批給
N/2XXX35	K	9	拒絕批給
N/2XXX36	L	9	拒絕批給
N/2XXX37	M	9	拒絕批給
N/2XXX38	N	10	拒絕批給
N/2XXX53	O	9	拒絕批給
N/2XXX55	P	9	拒絕批給
N/2XXX56	E	9	拒絕批給
N/2XXX19	Q	9	拒絕批給
N/2XXX20	Q	10	拒絕批給
N/2XXX21	R	9	拒絕批給

商標編號	商標	產品/服務類別	狀況
N/2XXX22	R	10	拒絕批給

四、 法律適用

本案中，司法上訴人針對澳門特別行政區經濟及科技發展局商標註冊處處長於2023年9月21日作出批准第N/2XXX54號商標註冊申請的批示，向初級法院提起司法上訴。

經審理，初級法院作出判決，裁定司法上訴人的上訴理由不成立，並維持被上訴實體批准對立當事人第N/2XXX54號商標註冊申請的決定。

司法上訴人不服並提出上訴。分析其上訴理由陳述，司法上訴人的理據由兩部份所組成：

- 縱然司法上訴人的商標使用時間僅有一年半，但其認為商標的知名度不僅取決於時間長短，更取決於使用範圍、宣傳強度與市場影響力。對立當事人的擬註冊商標仿製司法上訴人的商標，因此，根據《工業產權法律制度》第214條第1款b項規定，應拒絕其註冊；
- 司法上訴人的商標在對立當事人提出商標註冊申請前已被使用，而對立當事人既未有在內地成功註冊，亦未實際使用該商標，有關行為明顯違反《商法典》第156、158、159及165條之規定。

*

司法上訴人的首項理據所涉及的核心問題是，其所提出的識別標誌“F”是否構成馳名商標。

關於馳名商標的界定，終審法院2013年2月6日在34/2012號上訴案的合議庭裁判中指出：

“(.....)

Ora, é consabido que a lei não define a noção de marca notória.

Considera Luís M. Couto Gonçalves que “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.

Uma forte corrente doutrinária e jurisprudencial distingue ainda duas hipóteses: se o produto ou serviço for de grande consumo, a marca deve ser conhecida do grande público; se o produto ou serviço for de consumo específico, a marca deve ser conhecida de grande parte do público interessado nesse produto ou serviço.

A marca notoriamente conhecida deve ser notória no país onde se solicita a especial protecção – pois é nele que, obviamente, se haverá de dirimir o conflito entre a marca a registar e a marca notoriamente conhecida – embora não careça de nele ser usada de modo efectivo.

A marca notoriamente conhecida pode ser nacional ou estrangeira.

Por último, a marca notoriamente conhecida não carece de estar registada no país de origem ainda que este exija o registo como modo de aquisição do direito de marca. A marca nesse país pode ser, por exemplo, apenas, e também, uma marca notoriamente conhecida e como tal protegida sem necessidade de registo.”¹

E na explicação dada pelo Prof. Pinto Coelho, “para que a marca se qualifique como notoriamente conhecida não é necessário que o conhecimento da marca e de que ela pertence a certa entidade constitua facto público e notório, com as características que a esta fórmula se atribui na nossa legislação processual”, sendo que “a opinião dominante é no sentido de que a marca pode assim ser qualificada desde que alcançou notoriedade ou conhecimento geral no círculo dos produtores ou dos comerciantes ou no meio dos consumidores mais em contacto com o produto a que respeita a marca; isto é, que bastava que a marca se tivesse divulgado de modo particular no círculo de pessoas que na linguagem dos especialistas se usa designar por «meios interessados»”.²

¹ Luis M. Couto Gonçalves, Manual de Direito Industrial, 2.ª edição, p. 304 e 305.

² José Gabriel Pinto Coelho, Revista de Legislação e de Jurisprudência, n 3071, p. 28.

No entendimento de Carlos Olavo, “a marca notória é a marca que adquire um tal renome que se tornou geralmente conhecida por todos aqueles, produtores, comerciantes, ou eventuais consumidores, que estão mais em contacto com o produto, e como tal reconhecida”.

E “a notoriedade da marca agrava o risco de confusão, uma vez que uma marca notória deixa na memória do público uma lembrança certa e persistente”, pelo que “a risco de confusão é maior quando a imitação sugere uma marca que o consumidor imediatamente reconhece³”.

本案中，根據獲證事實，雖然司法上訴人在2022年開始在內地使用“F”此一識別標誌，並向內地有權當局作出相關的商標註冊申請並在2023年獲批，且司法上訴人也在C等平台以標示“F”的鏡片產品進行銷售，然而，本案沒有具體的事實或數據，諸如是生產或銷售“F”鏡片產品的數據，以說明司法上訴人使用及推廣“F”商標的程度。

應指出的是，要證明“F”在澳門的消費者眼中構成馳名商標，單單是司法上訴人本身的“E”或█在對澳門的消費者而言具有較強的聲譽或識別能力並不足夠，因為有關問題的癥結在於“F”本身有否例如是基於在澳門已有較長時間的使用、在短時間內有相對強的推廣，因而在澳門足夠多的消費群體中具備知名度，惟司法上訴人無法證明相關事實。

一如原審法院所指出，“E”或█享有較高的聲譽或知名度，並不代表上訴人所使用的“F”商標必然具有同等的知名度。

基於上述理由，此一部份的上訴理由不成立。

*

³ Carlos Olavo, Propriedade Industrial, 2.ª edição, p. 107.

司法上訴人第二部份的理據所涉及的，是對立當事人的商標註冊是否構成不正當競爭行為。

關於不正當競爭，《工業產權法律制度》第214條第1款a項規定，在證實存在第9條第1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。

《工業產權法律制度》有兩種手段防止不正當競爭。

一方面，其透過第214第1款b及c項，以及第215條禁止商標之複製或仿製，目的在於保障先登記的商標、馳名及享有聲譽的商標的效果不會被其他行業競爭者不當地利用。

另一方面，其透過第9條就不正當競爭規定了一般條款。

《工業產權法律制度》第9條規定，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，為拒絕授予工業產權申請之理由。

一如Luís Couto Gonçalves⁴所提出，上述機制涵蓋兩種情況：有意的客觀違反與無意的客觀違反不正當競爭規範。在以上兩種情況下，法律所著眼的，並非要評價一個已經完成的不正當競爭行為；在此，不正當

⁴ LUÍS COUTO GONÇALVES, Manuel de Direito Industrial, 10ª Edi., 2023, Almedina, p. 280

競爭被理解為另一種概念：它是一種在預防性角度上的「客觀上的不符合」。有關制度的目的是在於防止將專有權利授予某一競爭者，而該競爭者不論是有意或無意，都可能因其申請而引發一種客觀上不正當的情況（即在任何經濟活動中作出違反規範和誠信慣例的行為）。

就商標的註冊申請而言，這樣的不正當競爭行為可以包括誤導性、吹噓性或貶低其他競爭者的陳述。例如在商標的組成中加入一些字句誤導消費者其產品或服務具有某種國家認可的地位或明顯的效用或功能。另一方面，這種不正當競爭的行為也有可能是源於商標註冊申請者有意令本身的產品及服務和與其他行業競爭者的產品及服務有所混淆。⁵

那麼，在本案中，對立當事人的行為是否足以構成不正當競爭行為？

此引申出另一個問題，一旦認定某個商標申請者確實複製並使用另一未在澳門登記，但已在其他法區登記的商業標誌或用句時，前者的申請是否便能夠被視為《工業產權法律制度》第9條所指的不正當競爭行為？

就此等問題，本院必須先強調的是，我們的制度所採納的是登記在先原則及地域性原則。換言之，對立當事人在澳門註冊商標的申請為優先，原則上應予以保護。

⁵ 就有關問題，亦見《保護工業產權巴黎公約》第十條之二（10bis）。

故此，即使對立當事人註冊另一未澳門登記(但已在其他法區登記)，但曾在或仍然在澳門使用的商業標誌或用句時，不能立即視有關行為為不正當競爭行為。

就相關問題，一如原審法院所引用，終審法院於2018年9月27日在第36/2018號上訴案的合議庭裁判中指出：

“《商法典》第158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。”

同一法典第159條補充道：

“第一百五十九條
(混淆行為)

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。”

FERRER CORREIA⁴解釋道“……禁止不正當競爭—透過該禁止的各種不同形式—所給予的保護是一種補充性保護：對法律就這些具體要素(如所謂的商業區別標誌：商標、商業名稱、場所名稱及標誌)所規定的更為專門、更為嚴格但也因此更為局限的保護進行補充。⁵

所以，再次強調，這是一種補充性保護，也可以說是第二線的保護。”

同樣地，CARLOS OLAVO⁶對擁有與澳門法律相類似之規定的葡萄牙法律作出如下解釋：“……如今，不管是司法見解⁷還是理論學說⁸都一致認為，我們的法律將針對不正當競爭行為的保護與對工業產權專有權利的保護予以區別對待，從而使得我們可以將前者視為一項獨立的制度。

事實上，在侵犯專有權利的情況中，我們所面對的是一項單純形式上的不法行為，與有關行為是否具有造成任何損失的適當性無關，而在不正當競爭的框架下，有關行為只有在可能通過搶奪他人的實際或潛在客戶而對他人造成損失的情況下，才具有不正當競爭的性質。”

JOSÉ DE OLIVEIRA ASCENSÃO⁹專門就透過侵犯他人未註冊的區別性標誌—即本案情況—進行不正當競爭的可能性作出闡述：“這個問題在未註冊商標的領域尤為重要。與其他國家相反，葡萄牙的法律在商標領域沒有對事實商標規定一般性的保護。其他國家規定了上述保護的界限標準。但在葡萄牙，這些都是沒有的，所以任何的解決方法都必須在不正當競爭的範圍內尋求。

這樣，一般原則只能是自由原則。即在註冊之前，一切都是自由的。如果有人可以註冊但並未註冊，那就不能抱怨其他人搶先註冊。不能將不正當競爭

制度作為一項藉此取得未能透過擁有某項專有權利所獲得或者予以確保之效果的替代性方法來使用。

因此，根據第171條的規定，以提前使用商標為基礎的優先註冊權在六個月後即告失效。

我們假設商標的使用者錯過了有關期限。趁此機會，某競爭者聲請為自己註冊該商標。

能以不正當競爭為由拒絕其註冊聲請嗎？

如果單憑這一點就足以拒絕註冊的話，那麼有關自由的規則實際上將變成一紙空文。那將只有在某人不知道該商標已被提前使用，而又湊巧為自己選擇了與其相同的商標時，才能予以註冊；而且即便如此，也還是要受那些源自於商標之新穎性的限制約束。

為避免這種情況，必須增加某些能夠突顯不正當競爭的特徵，從而能夠令人得出違反了規範及誠信慣例之結論。

原則是所有人都可以自由使用沒有被保留予他人的財物。第三人對自由財物的使用須被推定為符合誠信慣例。只有在個別情況下一譬如持續並大範圍的使用—才能接受第三人的使用會令受眾產生誤解，從而違反正當競爭的規則。

所以只有十分具有特點的不正當競爭方式才構成例外情況。”

在本案中，並沒有發現被上訴公司作出了客觀上違背經濟活動規範及誠信慣例的競爭行為，又或者聲請人有進行不正當競爭的意圖。

沒有發現上訴人持續並大範圍地在第9類產品中使用其商標，以至於被上訴公司的使用行為會令受眾產生誤解。

另一方面，上訴人在司法上訴狀中反對授予商標的行為(第9點及第10點)，稱其有兩塊業務，其中一塊是電力設備領域，另一塊是地面及家電維護領域，前者特別集中在向私人消費者、商人、專業人士以及工業使用者出售電動工具、電動工具配件、戶外產品及戶外產品配件。

本案商標所涉及的产品(第9類)並不在上訴人自己所描述的其主要業務的範疇之內。

這樣，即便在澳門上訴人的商標在其業務領域內為人所熟知，使用現已被註冊的商標也不會與上訴人的公司、產品、服務或信譽產生混淆。

因此，上訴理由不成立。”

此外，終審法院在2024年1月10日在第79/2023號上訴案的合議庭裁判中亦指出，不正當競爭相對於專有權利制度給予的保護而言具有補充性質。事實上，對專有權利的侵犯從客觀上是可以觀察到的，而它本身並不必然意味著不正當競爭。若想構成不正當競爭，需要競爭行為違反任何一類經濟活動領域內的規範和誠信慣例。

在上段所引的個案當中，終審法院考慮到被告明知原告使用相同的識別標誌多年，但仍然註冊並使用有關標誌，且被告的產品外觀與原告十分相似，容易造成消費者混淆，而此種混淆可能導致被告寄生於原告的商譽，因此而得出結論，即使原告沒有註冊有關商標，關於不正當競爭的規定得禁止被告使用該標誌，以防止誠信和公平競爭原則遭到違背。

就本具體個案，已獲證明的事實無法支持透過司法上訴人的使用，“F”此一識別標誌已在澳門得到廣泛的傳播，且在消費者眼中具一定的知名度。事實上，司法上訴人所主張其在網上對“F”的使用並無助於支持有關識別標誌在澳門知名度的程度，而按照獲證事實第16點，相關產品也不過是在2022年後才在澳門其中一間實體店舖有售，但至於有關產品的銷售情況如何，以及消費者如何看待有關產品之上的“F”，本案的事實則未能反映。至於對立當事人，本案的事實同樣亦未能反映其對有關識別標誌的使用情況。一如上引終審法院2018年9月27日在第36/2018號上訴案的合議庭裁判中所確認，以侵犯他人未註冊的區別性標誌為手段而進行不正當競爭，作為妨礙商標註冊的理由，只能在個別情況下，譬如持續及大範圍的使用，從而使得第三人的使用會令受眾產生誤解，並因此在客觀上表現出違反了經濟活動的規範及誠信的慣例，又或者當聲請人具有進行不正當競爭的意圖時才能被接受。然而，除更佳見解，本案的獲證事實未能支持有關情況的發生。

基於上述理由，司法上訴人此一部份理據同樣不能成立。

五、 決定

綜上所述，本院合議庭裁定上訴人上訴理由不成立，並維持被上訴判決。

訴訟費用由司法上訴人承擔。

依法登錄本裁判並作出通知。

澳門特別行政區，2026年4月16日

盛銳敏

馮文莊

Jerónimo Alberto Gonçalves Santos
(Foi-me traduzida para a língua
português a parte do acórdão redigida
na língua Chinesa)