卷宗編號：746/2025

(民事及勞動上訴卷宗)

裁判日期：2026年10月15日

主　　題：商標仿製

混合商標

相同或相似產品

商標混淆的風險

裁判摘要

商標之複製或仿製須符合下列條件：

a）註冊商標享有優先權；

b）兩者均用以標明相同或相似之產品或服務；

c）圖樣、名稱、圖形或讀音與註冊商標相近，並容易使消費者產生誤解或混淆，或具有使人與先前註冊之商標相聯繫之風險，以致消費者只有在細心審查或對比後方可區分。

在衡量商標在外觀、觀念或讀音上是否相似或近似，應以觀察商標整體圖樣為原則。即比較商標呈現在消費者眼前的整體圖樣，而不應將商標割裂成不同組成部份進行比較。

裁判書製作人

_____

張婉媚

澳門特別行政區
中級法院合議庭裁判

卷宗編號：**746/2025**

(民事及勞動上訴卷宗)

裁判日期：**2026年10月15日**

上訴人　　：**A有限公司（A Limitada）**
被上訴實體：**經濟及科技發展局（Direcção dos Serviços de Economia e Desenvolvimento Tecnológico）**

***

一、 案件概述

司法上訴人**A有限公司**（本上訴中的"上訴人"）針對被上訴人**澳門特別行政區經濟及科技發展局**（本上訴中的"被上訴人"）提起本卷宗所涉及的司法上訴案，請求法院撤銷該局商標註冊處代處長於2024年11月13日作出拒絕第N/2XXX44號商標註冊申請之批示，並請求批准該商標的註冊申請。

經過法定程序，原審法院作出裁判，裁定司法上訴人的上訴理由不成立，維持被上訴決定拒絕第N/2XXX44號商標註冊的申請。

上訴人不服上述裁判並提起上訴，提交了載於卷宗第54至62頁的上訴理由陳述，當中提出以下結論：

i. 上訴人擬註商標不符合《工業產權法律制度》第215條第1款c項之規定

1. 初級法院認為，對於消費者而言，存在將上訴人擬註商標與第N/1XXX25號已註冊商標相同或相似產品的商標相混淆的風險，符合《工業產權法律制度》第215條第1款c項之規定。
2. 在尊重初級法院見解的前提下，上訴人不同意上述觀點，理由如下：

A. 兩個商標在視覺設計的顯著差異

3. 上訴人認為，該判決未正確認識擬註冊商標的獨特性。
4. 首先，擬註冊商標與已註冊商標在視覺設計上存在顯著差異，足以避免消費者混淆。
5. 在色彩運用方面，擬註冊商標採用綠色、朱紅色和白色配色方案，綠色長方形背景搭配紅色骨骼圖案，形成鮮明且富有活力的視覺對比；而已註冊商標未指定顏色，通常以黑白或灰階呈現，視覺效果單調，缺乏色彩記憶點。
6. 在商標結構布局上，擬註冊商標由上半部分的中文「BC」和下半部分的紅色骨骼圖案組成，文字與圖形相結合，呈現動態且層次分明的設計；已註冊商標則由上下排列的文字「BC」和「E」構成，布局靜態且單一。
7. 在圖形特色上，擬註冊商標的紅色骨骼圖案是其核心視覺元素，與醫藥主題高度相關，具有強列的識別性；而已註冊商標完全不含圖形，僅依賴文字識別。
8. 在文字細節上，中文「BC」與「BD」雖僅一字之差，但「C」（帶「F」部首）與「D」（帶「G」部首）的字形差異清晰可辨，且擬註冊商標不含英文或數字，與包含「E」的已註冊商標形成進一步區別。
9. 整體而言，擬註冊商標的現代化設計與已註冊商標的傳統文字布局形成鮮明對比，初級法院過分聚焦讀音相似性，忽略圖形和色彩在整體印象中的決定性作用，違反《工業產權法律制度》第215條第1款c項關於全面評估圖形要素的規定。

B. 不能單憑商標用字的讀音認定會產生混淆

10. 其次，初級法院在評估讀音相似性時，錯誤地將「BC」與「BD」的相同讀音視為導致混淆的主要因素，未能全面考慮讀音在商標識別中的實際影響。
11. 雖然「BC」與「BD」在中文的發音相同，但讀音僅是商標識別的一部分，且其重要性在不同消費場景中有所差異。
12. 在醫藥領域，消費者（特別是醫療專業人士）更依賴視覺標識（如商標圖案、包裝設計）而非讀音來識別產品。
13. 例如，醫療產品通常通過貨架上的包裝或處方單的書面形式呈現，消費者在購買時首先接觸的是商標的視覺元素，而非有關商標文字上的讀音。
14. 更重要的是，已註冊商標的下半部分「E」引入了額外的英語讀音元素，與擬註冊商標的純中文讀音形成區別。
15. 再者，根據一般經驗法則，消費者在對比時，相似性判斷是基於整體印象，而非單一要素的片面比對。
16. 擬註冊商標的紅色骨骼圖案在視覺中佔據主導地位，與已註冊商標的純文字設計形成鮮明對比。雖然「BC」與「BD」語音相同，但語音相似性在視覺和概念差異顯著的情況下，不應成為決定性因素。
17. 初級法院在判決中引用學說，認為讀音要素比圖形更易留在公眾記憶中，但此觀點未考慮醫藥領域的特殊消費習慣，且未結合兩商標的整體視覺差異進行評估。
18. 上訴人認為，讀音相似性在視覺和概念差異顯著的情況下，不足以構成混淆風險，法院對讀音的過分着重，忽略整體印象的綜合評估。

C. 初級法院錯誤認定目標消費者認知能力

19. 初級法院亦未充分考慮醫藥產品目標消費者的特殊認知能力。
20. 醫療產品的消費者主要包括醫療專業人士（如醫生、藥劑師）及對產品細節高度關注的普通消費者。
21. 需要指出的是，已註冊商標的產品為E。在澳門，根據藥物監督管理局的澳門特區藥品資料，E被分類為處方藥物：

22. 對於已註冊商標的處方藥（含吡羅昔康的口服膠囊），僅在醫生為病人診斷後，認為有關藥物合適才作出處方。
23. 而且，該已註冊商標的處方藥僅由專業的藥劑師根據處方單配藥，市民（即一般消費者）無法自由選擇和購買。
24. 也就是說，該已註冊商標的處方藥僅在澳門流通是受到嚴謹的限制。
25. 此流程要求醫生和藥劑師以高度專業性和精確性辨識藥物名稱及商標，確保配藥無誤。
26. 就此，無論是卷宗中、又或是事實中，均沒有任何資料顯示藥劑師在配藥時出現混淆的情況。
27. 且醫療專業人士憑藉專業知識，能夠輕易辨識擬註冊商標的骨骼圖案與已註冊商標的「E」文字之間的視覺差異。
28. 更重要的是，擬註冊商標的產品並不屬處方藥，醫生和藥劑師在辨識藥物是根本不可能將之混淆。
29. 初級法院將消費者泛化為「一般消費者」，未考慮醫藥領域消費者的專業性和辨識能力，錯誤高估了混淆風險。
30. 上訴人主張，基於本案兩個商標產品之對象不相同，擬註冊商標的對象是一般消費者，以注冊商標的對像是醫生，可見，兩商標並無混淆之處。
31. 綜上所述，原審判決未充分考量擬註冊商標與已註冊商標的視覺差異、醫藥領域消費者依賴視覺而非讀音的習慣、已註冊商標為處方藥物與擬註冊商標的非處方藥物之分別、及它們之間的客戶對象不同，故兩個商標無混淆之處，不符合《工業產權法律制度》第215條第1款c項之規定。

ii. 上訴人擬註商標不符合《工業產權法律制度》第215條第1款b項之規定

32. 初級法院認為：“擬註冊商標及第N/1XXX25號已註冊商標指定使用的產品類別均為5，尤其用於標示醫用或藥用之營養品，故符合《工業產權法律制度》第215條第1款b項之規定的要件。”
33. 在尊重初級法院見解的前提下，上訴人不同意上述觀點。

34. 上訴人認為，擬註冊商標與已註冊的商標所提供的產品並不相同或相類似。
35. 雖然兩者均屬第5類商品，但其產品範圍、功能定位及消費場景截然不同。
36. 擬註冊商標與已註冊商標在指定產品的市場區隔上存在明顯差異，能進一步降低混淆可能性。
37. 擬註冊商標涵蓋「醫用和獸醫用製劑、醫用營養品、嬰兒食品、消毒劑」，這些產品用途廣泛，適用於多樣化的市場細分。
38. 例如，獸醫用製劑主要針對寵物醫療，消費者為專業獸醫，購買場景多在獸醫診所；嬰兒食品則面向父母或監護人，專門用於嬰幼兒營養補充，通常在嬰兒用品店或醫療保健品專櫃銷售；消毒劑廣泛應用於醫療機構或家庭清潔，與醫療治療無直接關聯。
39. 相比之下，已註冊商標指定於「藥品及藥用之營養食品及保健食品」，具體為含吡羅昔康的處方藥口服膠囊（ATC分類MO1A非甾體抗炎和抗風濕藥），僅限於人用藥品市場，消費場景集中於藥房，且必須通過醫生處方和藥劑師配藥。
40. 處方藥物的消費模式高度專業，受嚴格監管，普通市民無法自行選擇或購買，消費流程完全依賴醫療專業人士的書面指示（處方單）。
41. 例如，醫生根據病症開具處方，明確標示藥物名稱（如「NOXA」），藥劑師則依據處方精確配藥，過程中不存在消費者自行選擇的空間。
42. 擬註冊商標的非處方產品則面向公開市場，消費者可自由選購，購買決策基於視覺標識和產品功能。
43. 這種處方藥與非處方產品的消費模式差異，導致兩者的市場定位和消費群體幾乎無重疊。
44. 卷宗及事實中均無任何證據顯示藥劑師在配藥時因商標相似而出現混淆，更不用說擬註冊商標的產品根本不屬於處方藥範疇，無法進入處方藥的配藥流程。

45. 因此，初級法院僅因兩者同屬第5類商品而認定其適用於「相同或相似產品」，忽略了處方藥與非處方產品在市場運作、消費場景及目標群體上的實質區別，該結論缺乏事實依據。

46. 上訴人認為，市場區隔的現實支持兩商標可並存而不引發混淆，且兩者產品間的差異亦說明有關情況不符合《工業產權法律制度》第215條第1款b項之規定。

綜上所述，請求尊敬的法官 閣下撤銷原審判決並裁定上訴人之上訴理由成立！

*

被上訴人僅呈交了第66頁的答覆。

*

各助審法官已對卷宗作出檢閱。

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，上訴人對此亦沒有爭議，故相關事實可以視為證實：

1. 2024 年 5 月 3 日，上訴人向經濟及科技發展局提交第 N/2XXX44 號商標註冊申請，指定使用的產品為"*醫用和獸醫用製劑，醫用衛生製劑，醫用營養品，嬰兒食品，膏藥，繃敷材料，填塞牙孔和牙模用料，消毒劑，消滅有害動物製劑，殺真菌劑，除莠劑*"，類別為 5，商標有綠色、朱紅色及白色要求，



式樣為：

2. 上述申請公佈於 2024 年 7 月 3 日第 27 期《澳門特別行政區公報》第二組內。

3. 2024 年 11 月 13 日，經濟及科技發展局商標註冊處代處長同意第 525/DPI/DRM/2024 號報告書的內容，並在報告書上作出拒絕第 N/2XXX44 號商標註冊申請的批示。

4. 上述拒絕註冊的批示公佈於2024年12月4日第49期《澳門特別行政區公報》第二組內。

5. 2025年1月3日，上訴人向本法院提起本司法上訴。

6. 權利人朱丹雲持有第N/1XXX25號已註冊商標，申請日期為



2016年11月21日，註冊日期為2017年5月10日，有效期至2031年5月10日，指定使用的產品為"*藥品及藥用之營養食品及保健食品*"，類別為5，商標沒有顏色要求，式樣為：

***

四、 理由說明

本上訴唯一的爭議的問題在於上訴人擬註冊的商標是否構成複製或仿製第N/1XXX25號已註冊的商標。

被上訴裁判的理由說明如下：

"上訴人的第N/2XXX44號商標申請被經濟及科技發展局拒絕。

經濟及科技發展局認為，上訴人擬註冊的商標與第N/1XXX25號已註冊商標的識別文字相似，均標明相同或相似的產品，容易令消費者錯認來自同一產品提供商，並對這些商標產生混淆，易造成誤導公眾，故根據《工業產權法律制度》第214條第2款b項結合第215條第1款規定，拒絕上訴人的商標註冊申請。

上訴人不認同經濟及科技發展局的觀點。

讓本法庭作出審理。

《工業產權法律制度》第197條規定，商標必須具備能適當區分一個企業之產品或服務與其他企業之產品或服務的能力，此為商標區別產品或服務來源的基本功能。

在商標的組成上採取自由原則，即申請人可自由選擇其心目中所要求的商標式樣，但擬註冊商標必須具有能夠識別相關產品及服務的能力，使該等產品及服務從不同的產品及服務提供者之間進行區分。

根據《工業產權法律制度》第214條第2款b項的規定，商標或其某項要素含有*"全部或部分複製或仿製他人先前已註冊之商標，以用於相同或相似之產品或服務，並可能使消費者產生誤解或混淆，或具有使人將其與已註冊商標相聯繫之風險"*時，須拒絕註冊。

同法第215條明確規定了何謂商標之複製或仿製：

"一、同時符合下列條件者，即視為全部或部分複製或仿製註冊商標：

a）註冊商標享有優先權；

b）兩者均用以標明相同或相似之產品或服務；

c）圖樣、名稱、圖形或讀音與註冊商標相近，並容易使消費者產生誤解或混淆，或具有使人與先前註冊之商標相聯繫之風險，以致消費者只有在細心審查或對比後方可區分。

二、使用構成他人先前註冊商標部分之虛擬名稱，或以相應顏色、文字排列、獎章及嘉獎而僅使用上述商標之產品之包裝或外層之外部設計，以致文盲者不能將之與其他由擁有被正當使用之商標之人所採用之顏色、文字排列、獎章及嘉獎相區分，均構成部分複製或仿製商標。"

正如FERRER CORREIA所解釋的那樣：*"A marca não pode, portanto, ser igual ou semelhante a outra já anteriormente registada. O grau de semelhança que a marca não deve ter com outra registada anteriormente é definido por este elemento: possibilidade de confusão de uma com outra no mercado. Mas não pode haver confusão entre a marca adoptada para certo produto e a marca adoptada para outro que daquele seja completamente distinto. Por isso a lei restringe o princípio da especialidade da marca aos produtos da mesma espécie ou afins, nessa conformidade tendo substituído ao sistema do registo por classes o sistema de registo por produtos."*

本案中，首先，第N/1XXX25號已註冊商標註冊在先，享有優先權，故符合《工業產權法律制度》第215條第1款a項規定的要件。

然後，擬註冊商標及第N/1XXX25號已註冊商標指定使用的產品類別均為5，尤其用於標示醫用或藥用之營養品，故符合《工業產權法律制度》第215條第1款b項規定的要件。

接續分析《工業產權法律制度》第215條第1款c項規定的要件。

本案所涉及的兩個商標在理論學說上稱之為混合商標，因為它們當中既有文字符號或文字符號的組合（文字性商標），又有圖像或象徵性符號（圖像性商標或象徵性商標）。

第N/2XXX44號擬註冊商標	第N/1XXX25號已註冊商標
	

第N/2XXX44號擬註冊商標由上下兩個長方形組成，上半部分長方形為綠色，其內橫向寫着中文字"BC"，下半部分長方形為白色，其內有一紅色骨骼圖案。

第N/1XXX25號已註冊商標沒有顏色要求，同樣由上下兩個長方形組成，上半部分長方形內橫向寫着中文字"BD"，下半部分長方形內橫向寫着大寫英文字"E"及數字"XX"。

現在對兩個商標進行比較，以判斷擬註冊商標的創新性和已註冊商標的區別力。

首先應確立進行比較的規則或標準。

按照FERRER CORREIA的說法：*"... a imitação de uma marca por outra existirá, obviamente, quando, postas em confronto, elas se confundam. Mas existirá ainda, convém sublinhá-lo, quando, tendo-se à vista apenas a marca a constituir, se deva concluir que ela é susceptível de ser tomada por outra de que se tenha conhecimento. Este processo de aferição da novidade é o que melhor tutela o interesse que a lei visa proteger – o interesse em que se não*

confundam, através da marca, mercadorias idênticas ou afins pertencentes a empresários diversos. Com efeito, o consumidor, quando compra determinado produto marcado com um sinal semelhante a outro que já conhecia, não tem à vista (em regra) as duas marcas, para fazer delas um exame comparativo. Compra o produto por se ter convencido de que a marca que o assinala é aquela que retinha na memória."

CARLOS OLAVO認為，從對商標的比較不是同時進行而是先後進行的現象中可以得出以下推論：*"Se dois sinais são comparados um perante o outro, são as diferenças que ressaltam. Mas quando dois sinais são vistos sucessivamente, é a memória do primeiro que existe quando o segundo aparece, pelo que, nesse momento, apenas as semelhanças ressaltam."*

因此，應透過整體直覺而不是解剖性的分析對商標進行比較。

而且學界也一直認為，商標中的聲音要素比圖形或圖案要素更容易留在公眾的記憶中。

另外，從《工業產權法律制度》第215條第1款c項的規定可見，商標造成誤解或混淆的可能性應該站在消費者的角度加以衡量，即當消費者只有在細心審查或對比後方可區分時，便存在這種可能性。

這裡所說的消費者指的是一般消費者，既不是漫不經心的消費者，也不是特別專注的消費者。

同時，JORGE MANUEL COUTINHO DE ABREU還認為，*"os consumidores a considerar são, em primeiro lugar, aqueles a quem os produtos assinalados com as marcas em causa se destinam"*。或者，按照CARLOS OLAVO的說法，*"A apreciação do carácter distintivo*

de uma marca deve ser feita em concreto no que se refere aos produtos ou serviços a que ela se destina."。

具體來說，對於像本案這種混合商標，在審查是否存在模仿或者仿冒時，應遵循正如FERRER CORREIA所說的以下規則：*"... as marcas mistas e as marcas complexas deverão ser consideradas globalmente, como sinais distintivos de natureza unitária, mas incidindo a averiguação da novidade sobre o elemento ou elementos prevalentes – sobre os elementos que se afigurem mais idóneos a perdurar na memória do público (não deverão tomar-se em linha de conta, portanto, os elementos que desempenhem função acessória, de mero pormenor). Uma marca mista ou complexa não será nova quando o seu núcleo se confunda com marca mais antiga ..."*

對於混合商標，不論理論學說還是司法見解歷來均認為，原則上，商標中的文字要素對於判斷混淆風險而言是最為重要的要素。

現在可以對涉案兩個商標進行比較。

首先，從一般消費者看來，在這兩個混合商標中，引人注目的都是橫向書寫的中文字"BC"及"BD"，以及該等文字的相應讀音。

相較於擬註冊商標中的紅色骨骼圖案，聲音要素"BC"更容易留在公眾的記憶中，這也是一般消費者最有可能對標示之產品作出呼叫的名稱。

另一方面，在澳門的一般消費者中，包括澳門居民、非本地居民以及遊客，中文為母語者佔絕大多數（這屬於明顯事實，根據《民事訴訟法典》第434條第1款的規定，該事實無須主張及證明），加上第N/1XXX25號已註冊商標中文字"BD"在上而大寫英文字"E"及數字"XX"在下的設計視覺印象，中文字"BD"及其相應讀音就更容易留在公眾的記憶中。

根據前文所述的那些觀點，考慮到擬註冊商標與第N/1XXX25號已註冊商標具有文字結構相似且讀音完全相同的主要識別要素（"BC"及"BD"），加上兩者相似的設計風格（均是由上下兩個長方形組成及在上半部分長方形內橫向寫着上述為主要識別要素的中文字），本法庭認為，對於消費者而言，確實存在將這兩個標示相同或相似產品的商標相混淆的風險。

因此，符合《工業產權法律制度》第215條第1款c項之規定。

綜上所述，根據《工業產權法律制度》第214條第2款b項結合第215條第1款規定，應拒絕上訴人的商標註冊申請。"

*

商標的主要功能為彰顯相關商品及服務的企業來源，讓消費者將商標標示的某商品及服務與他人之商品及服務相識別。

商標為商品及服務的標誌性標記，讓相關商品及服務與其他同類型的商品及服務相識別。

商標的識別性功能要求商標必須要創新，具標記性，不會與其他標示於相同或近似產品或服務的商標混淆。

《工業產權法律制度》第197條規定："*透過商標證書而可成為本法規之保護對象者僅有：能表示形象之標記或標記之組合，尤其是詞語，包括能適當區分一個企業之產品或服務與其他企業之產品或服務之人名、圖形、文字、數字、音響、產品外形或包裝。*"

上述條文體現的正是商標的自由原則，商標可以由任何既有的或想像的文字、圖形、數字、人名、甚至聲音等等標記或標記的組合構成，

只要該等標記本身或經組合後具有標識性或區分的能力，足以使被指定的商品或服務與其他的商品或服務區別開來。

商標按其組成的標記可分為文字商標、圖形商標或由兩者共同組成的混合商標。

不過，並非任何的標記均可以成為商標，亦非必然受到法律保護。

複製或仿製註冊商標

按照《工業產權法律制度》第215條第1款的規定，構成全部或部分複製或仿製註冊商標必須具備下列三項要件：

一) 被仿製商標具有優先權；

二) 兩個商標均用以標示相同或相似之產品或服務；

三) 商標的圖形、文字或讀音與另一已註冊商標近似，以使有關消費者對兩個商標有混淆誤認之虞。

1)

對於第N/1XXX25號商標具有優先權，上訴人及被上訴實體均沒有爭議。

2) 相同或相似之產品

上訴人認為原審法院僅僅因為兩個商標欲標示的商品均為第5類產品而不考慮產品範圍、功能定位及消費場景差異，從而不容易引發混淆，

不應認定上訴人擬註冊的商標符合《工業產權法律制度》第215條第1款b)項之規定，即所標示的產品與已註冊商標第N/1XXX25號標示的產品相似。

商品或服務被登入不同編號或類別對於判別產品或服務的相似性無關，因為這僅旨在簡化商標註冊流程，而非以任何方式限制商標持有人的權利[1]。列入同一類別的產品可能不是相似產品，而分別在不同類別的產品或服務亦可能被視為相似產品，要認定某商標被他人模仿，必須滿足兩個商標都旨在區分相同的產品或服務，或明顯相似的產品[2]。

對於產品相似的定義，法律沒有明確訂明任何準則，只能訴諸學理及司法見解所釐定的準則及標準。

Pedro Sousa e Silva 指出：“司法見解及學說指出不同的因素以識別產品是否相似：產品及服務的性質、組成、目的、功能、使用方法、不同的用途、使用的分銷網、銷售的場所的類型，或者補充性地，產品的價格，產品質素以及消費群的類型。不過，著重考慮的不應只是產品或服務的內在特徵，還需考慮其他關連因素，以確定兩個商品所歸屬的市場是否存在交雜或重疊。”[3]

商品或服務的相同或類似應理解為具有相同目的或效用、相同分銷管道和習慣的產品或服務。具有相同性質或特徵，或具有接近、相鄰、相近或相似的性質或特徵的產品[4]。性質截然不同但用途相同或相似的產品也可存在關聯，例如，亞麻線和絲線，肥皂和條狀肥皂，橄欖油和食用油。在這兩種情況下，它們都是「競爭性」的、可互換或可替代的商

[1] 參見 Carlos Olavo，《工業產權》，第一卷，第97頁。
[2] 參見 L. Couto Gonçalves，《工業產權教程》，Almedina，第一版，第230頁。
[3] 參見 Pedro Sousa e Silva，《工業產權》，Almedina，第二版，第270至271頁。
[4] 參見 L. Couto Gonçalves，上引著作，第231頁，註腳498。

品（它們滿足相同的需求）。也就是說，一種產品或服務所達到的效果可以合理地被另一種產品或服務所達到的效果所取代。不過，這種關聯性遠不止於此。如果目標受眾有理由相信某些不可互換或替代的商品來源相同，且這些商品在經濟上具有互補性，則也應視為相關商品，例如皮革製品和皮革護理及保養膏、毛線和毛衣、攝影機和錄像機、紡紗和服裝——這些產品集合在同一生產過程中，可稱為垂直關聯[5]。相似性或接近性必須足以允許（即使只是部分地）共同需求，以滿足相同的消費者需求[6]。

另外，無論採用何種標準來界定相似性或關聯性，關鍵不在於孤立地、不考慮具體用途地找出產品和服務之間的相似性或關聯性，而在於找出產品和服務在市場中的相似性，即與商標的核心目的（即標識性目的）緊密相關的相似性[7]。

讓我們看看本案的商標。

第N/1XXX25號商標標示的產品為“藥品及藥用之營養品及保健食品”，而上訴人欲註冊的商標標示的產品為“醫用和獸醫用製劑，醫用衛生製劑，醫用營養品，嬰兒食品，膏藥，繃敷材料，填塞牙孔和牙模用料，消毒劑，消滅有害動物製劑，殺真菌劑，除莠劑”，不難看出前者在指定標示的產品類型時採用概括性的用詞，而後者作出較為詳細的指定。前者的概括性用詞包含了上訴人商標所標示的大部分具體種類，如醫用製劑、醫用營養品、醫藥食品、消毒劑等等。

[5] 參見 L. Couto Gonçalves，上引著作，第229頁。
[6] 參見 L. Couto Gonçalves，上引著作，第231頁，註腳499。
[7] 參見 Pedro Sousa e Silva，上引著作，第270頁。

惟一較具爭議的可能是獸醫用製劑、消滅有害動物製劑及嬰兒食品。

參照上述學理主張的各種分辨因素，嬰兒食品一般觀念上較趨近於健康類型產品，所有父母均希望自己初生嬰孩的食品健康、有營養，因此，在藥房常有專區出售嬰兒食品，如奶粉，因此，嬰兒食品與保健食品是相似食品。

獸醫用製劑及消滅有害動物製劑在本質及特徵上仍然是醫療方面的產品，只不過所針對的是動物。獸醫用製劑與消滅有害動物製劑同屬於醫療用品，此一特徵及性質，與藥品近似。雖然已註冊商標標示的產品供人類使用，而上訴人欲註冊商標的產品主要用於動物，考慮到有關產品也可以在藥房出售，兩種產品的銷售市場有可能交雜；更重要的是，若兩者商標相似，有可能令消費者錯誤認為兩種產品來源自同一企業，屬同一企業的不同類型產品，從而有產生混淆的風險。

3) 商標的混淆

i)

我們知道，衡量商標是否有混淆的其中一個原則是須以普通知識經驗之消費者的角度，其施以普通所用之注意為標準，尤其須考慮消費者在購買時，往往將商品與其記憶中的某項商品的商標印象作比較，而不一定會將兩項商品作實地比較。

質言之，應採用異時異地觀察的準則[8]。

[8] 參見 Ferre Correia《商法教程》，第一冊，第330頁。

上訴人主張其擬註冊的商標的對象是一般消費者，而已註冊商標的主要對象是醫生或藥劑師，憑彼等專業能力，會將兩個商標混淆的風險極低。

這涉及醫藥產品應該以一般消費者（病人）還是專業消費者或專科醫生的視角，考慮兩個對比的商標是否會產生混淆的問題。

L. Couto Gonçalves 認為醫藥產品的商標屬特殊例子，考慮到產品的性質以及任何出錯都會對公共衛生醫療造成的風險，應採取謹慎的立場，從一般消費者的視角而非從專業或專門的消費者（如醫生、批發商、藥劑師及藥劑師助理，即使產品需醫生處方亦然）的視角考慮混淆的風險[9]。

在司法見解方面，在比較法上，葡萄牙最高法院2011年5月15日的合議庭裁判及1997年2月18日的合議庭裁判均支持此一見解。雖然亦有持相反意見的司法見解[10]。

我們亦認同在醫療藥品問題上，應採用更審慎的標準。藥物的最終用家始終是病人而非醫生或藥劑師，藥物出錯產生的公共衛生風險是不能容忍及承受，不應容許不同藥物的商標有混淆的風險的存在，故此，原審法院以一般消費者中度注意的標準將兩個商標作對比沒有問題。

*

ii) 商標的比較

[9] 參見 L. Couto Gonçalves，上引著作，第237至238頁。
[10] 例如，葡萄牙最高法院1985年1月30日合議庭裁判。

在衡量商標在外觀、觀念或讀音上是否相似或近似，應以觀察商標整體圖樣為原則。即比較商標呈現在消費者眼前的整體圖樣，而不應將商標割裂成不同組成部份進行比較。

“考察商標是否近似，應多著重考慮構成商標標記的整體，而輕於各個細部所呈現的不相似之處”[11]。

在判斷商標相似性時，尤其應考慮：必須對商標進行整體和綜合評估，因為只有透過整體統一性才能區分構成要素。雖然這項判斷必須基於對相似性和差異性的分析，但在審查過程中，不應為了排除那些幾乎沒有或完全沒有顯著性的要素或片段而對相似性和差異性進行分析性剖析。整體相似性可能源自於兩個商標中存在的多個要素的組合或結合，也可能源於單一共同要素的存在，前提是該要素足夠顯著和主要，以至於主導了整體並賦予其足以判定混淆的相似性。因此，判斷相似性時應考慮的是整體相似性，而非差異的性質或程度。[12]

將兩個商標進行對比，兩個商標均是混合商標，均分為上下兩部分。上部分都是文字標記“BC”及“BD”，毫無疑問，兩組文字近乎一樣，除了上訴人商標缺了「G」，而且讀音相同。雖然上訴人欲註冊的商標的下部分為一圖形商標 [redacted]，與已註冊商標“E”完全不一樣。然而，整體考慮兩個商標，無論快速還是緩慢觀看，兩個商標標記在腦海留下的主要記憶映入眼簾的仍然是文字標記，因此文字標記無疑是兩個商標的顯著或主要標記。

[11] 參見葡萄牙最高法院1981年11月3日裁判，載於BMJ，第311期，第401頁。
[12] 參見葡萄牙里斯本中級法院，2009年1月13日合議庭裁判，卷宗編號3534/2008-7。

兩個商標的文字標記幾乎一模一樣，發音亦完全相同，即使整體考慮兩個商標，兩個商標確是容易讓一般普通注意力的消費者產生錯誤或混淆產品是來自同一間企業，故此，兩個商標存在混淆的風險。

基於符合《工業產權法律制度》第215條規範的三個要素，上訴人欲註冊的商標構成仿製第N/1XXX25號的商標，不應給予註冊。

因此，須裁定上訴理由不成立，維持被上訴判決。

***

五、 決定

綜上所述，本院合議庭裁定上訴人上訴理由不成立，維持被上訴判決。

訴訟費用由上訴人承擔。

依法登錄本裁判並作出通知。

***

於澳門特別行政區，二零二六年十月十五日

張婉媚 (裁判書製作人)

馮文莊 (第一助審法官)

盛銳敏 (第二助審法官)