

# 商標要順利註冊需要符合什麼條件？

文·蘇國欽（認證法律人） · 智慧財產權 · 2022-11-15

## 本文

註冊商標可否獲准通過，主要內涵在於是否具備「識別性」，而足以讓消費者認識該標識是指示特定商品或服務的來源，並且可以與他人的商品或服務作區別。至於商標組成，是以文字、圖形、記號、顏色、立體形狀、動態、全像圖、聲音等，或聯合式所組成均可。

### 一、註冊的商標必須要有「識別性」

商標的識別性是指足以讓消費者認識是指示特定商品或服務上之標識，在消費者認知當中具有一定程度上差別。一般而言，可以區分「具有先天識別性<sup>[1]</sup>」及「不具有先天識別性<sup>[2]</sup>」。

#### (一) 先天具有識別性

標識與生俱來的識別性，即標識本身就使人有強烈印象，可以使消費者得知是用來指示商品或服務的來源。依照識別性給消費者認知由強至弱排序，分別為：

##### 1. 獨創性

標識是以本來不存在的事物、字彙等，並非沿用既有的詞語或事物，本身不具有特定含意。

例如：「Google」及「Yahoo」使用於搜尋引擎服務、「震旦」使用於電信增值網路傳輸服務、「普騰」使用於電視機及音響商品、「TOYOTA標識」使用於汽車商品、「ASUS」及「ACER」使用於電腦商品<sup>[3]</sup>。

##### 2. 任意性

標識是以現有的詞彙或事物所構成，但與指定使用的商品或服務之性質、功能、品質或其他特性均沒有關連。

例如：「APPLE」及「BlackBerry」使用於電腦及手機商品、「風信子」使用於杯碗盤商品、「向日葵」使用於太陽能商品、「春天」使用於餐廳及旅館服務、「白馬」用於磁磚、地磚、壁磚商品、「鱸魚」使用於衣服商品<sup>[4]</sup>。

##### 3. 暗示性

標識是以隱含譬喻方式暗示商品或服務品質、功能或其他有關成分、性質等特性，雖較易為消費者所記憶，但

不是競爭同業必須或通常用來說明商品或服務的標識。

例如：「快譯通」使用於電子辭典商品、「一匙靈」使用於洗衣粉商品、「克潮靈」使用於除濕劑商品、「靠得住」使用於衛生棉商品、「足爽」使用於香港腳藥膏商品<sup>[5]</sup>。

## (二) 不具有先天識別性

不具先天識別性的標識，不僅消費者無法藉以識別來源，且應避免由一人取得排他專屬權而影響公平競爭，或以訴訟干擾他人使用該用語，所以不得讓特定人註冊專用<sup>[6]</sup>。不具有先天識別性的標識，依商標法規定有描述性標識、通用標章或通用名稱、以及其他不具識別性的標識。

### 1. 描述性

標識是以商品或服務的特性作為描述的標識<sup>[7]</sup>。而暗示性與描述性的區別是有無直接取得先天識別性，區別標準依個案判斷以下事項：

(1) 消費者需要運用想像力的程度、

(2) 辭典定義、

(3) 報紙、雜誌或網路的使用狀況，及

(4) 競爭者可能須要使用的程度。

### 2. 通用標章或通用名稱

同業間就特定商品或服務所共同使用之標識或名稱。

例如：「紅、藍、白三色旋轉霓虹燈」為理容院的通用標章<sup>[8]</sup>。

### 3. 其他不具識別性之標識

依據商標識別性審查基準，如：單一字母、型號、單純數字、簡單線條或基本幾何圖形、裝飾圖案、姓氏、稱謂與姓氏結合、公司名稱、網域名稱、常見的宗教神祇、用語或標誌、標語、常見的祝賀語、吉祥話、流行用語與成語。

## (三) 後天識別性

除了通用標章或通用名稱外，描述性標識或其他不具識別性的標識，如果企業經營者在市場上長期使用描述性或其他不具識別性的標識，使消費者知悉該標識是用來指示商品或服務的來源，則因此取得後天識別性（又稱

第二意義識別性）而可以作為商標<sup>[9]</sup>。

例如：

「787」為單純的數字，原不具識別性。但經申請人長期作為商標，使用於飛機及其零組件、航空器及其零組件、直昇機及其零組件等商品，已足以使相當數量的相關消費者認識其為識別商品來源的標識，而取得後天識別性<sup>[10]</sup>。

「4810」為歐洲最高峰白朗峰的高度，原不具識別性。但經申請人長期將之作為商標使用於鋼筆、原子筆、鉛筆、簽字筆、鋼珠筆等商品，並大量使用於廣告媒體，而取得後天識別性<sup>[11]</sup>。

「V50」使用於汽車、卡車及多用途休旅車商品，給予消費者的印象為指定商品的型號，原不具識別性。但經申請人使用，汽車的相關消費者已可以之作為識別來源的標識，具有後天識別性<sup>[12]</sup>。

「生命就該浪費在美好的事物上」與茶葉、茶葉製成之飲料、咖啡、咖啡製成之飲料、可可及其製成的飲料、冰淇淋等指定使用商品無關，原屬商標法第23條第1項第1款其他無法識別來源的標語，不具識別性。但經申請人長期將作為商標使用於前述商品，並大量使用於廣告媒體，而取得後天識別性<sup>[13]</sup>。

#### （四）聲明不專用

商標的標識組成中，如果有不具識別性部分，應在申請商標註冊時向智慧財產局表示不專用<sup>[14]</sup>，以限縮商標權利範圍，避免過度行使商標權，危害同業市場競爭，比較容易通過商標審查。是否須聲明不專用依「是否造成商標權利範圍存有疑義」判斷：是否常見於其他同業使用<sup>[15]</sup>。換言之，如果商標的標識組成部分有常見於其他同業使用的標識，就可能造成商標權利範圍存有疑義，若智慧財產局准予註冊，可能會危害其他同業使用常見標識的權益；如果不常見於其他同業使用，就不會造成商標權利範圍的疑義，智慧財產局准予註冊，也不影響其他同業使用常見標識的權益。

## 二、註冊的商標不能有商標法規定的不得註冊事項

最後，商標不得有商標法第30條所規定其他不得註冊事由<sup>[16]</sup>，否則申請商標註冊將予駁回，若已註冊商標，則將被異議、評定或廢止而不得行使商標權<sup>[17]</sup>（圖1）。

## 商標之要件

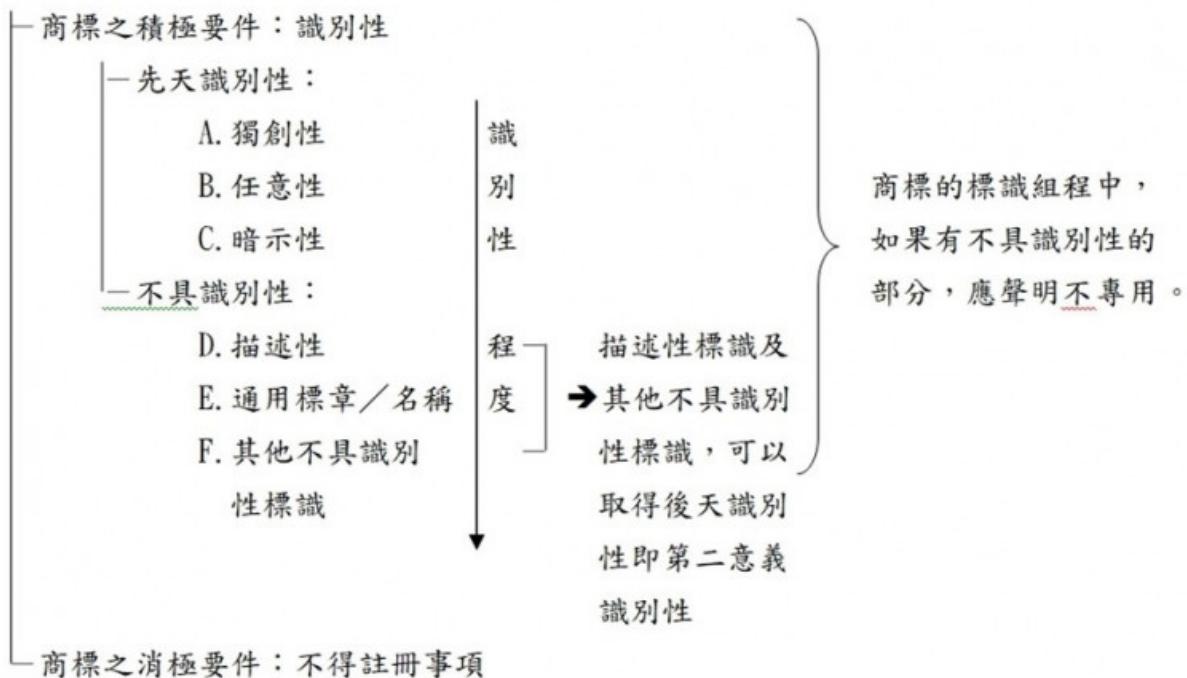


圖1：商標之要件

資料來源：作者自製

## 註腳

- [1] [商標法第18條](#)第2項：「前項所稱識別性，指足以使商品或服務之相關消費者認識為指示商品或服務來源，並得與他人之商品或服務相區別者。」
- [2] [商標法第29條](#)第1項：「商標有下列不具識別性情形之一，不得註冊：一、僅由描述所指定商品或服務之品質、用途、原料、產地或相關特性之說明所構成者。二、僅由所指定商品或服務之通用標章或名稱所構成者。三、僅由其他不具識別性之標識所構成者。」
- [3] 經濟部智慧財產局（2020），《[商業識別性審查基準](#)》，頁2。
- [4] 經濟部智慧財產局（2020），《[商業識別性審查基準](#)》，頁3。
- [5] 經濟部智慧財產局（2020），《[商業識別性審查基準](#)》，頁4。
- [6] 經濟部智慧財產局（2020），《[商業識別性審查基準](#)》，頁6：「不僅消費者無法藉以識別來源，且應避免由一人取得排他專屬權而影響公平競爭，或以訴訟干擾他人使用該用語，故不得由特定人註冊專用。」
- [7] [商標法第29條](#)第2項：「有前項第一款或第三款規定之情形，如經申請人使用且在交易上已成為申請人商品或服務之識別標識者，不適用之。」
- [8] 經濟部智慧財產局（2020），《[商業識別性審查基準](#)》，頁6。
- [9] 證明方式：(1) 商標使用的方式、時間及同業使用情形 (2) 銷售量、營業額、市占率 (3) 廣告量、廣告費

用、促銷活動(4)銷售區域、市場分布、販賣據點或展覽陳列處所的範圍(5)各國註冊的證明(6)市場調查報告(7)其他得據為認定有後天別性的證據。

[10]經濟部智慧財產局(2020)，《商業識別性審查基準》，頁8。

[11]經濟部智慧財產局(2020)，《商業識別性審查基準》，頁8。

[12]經濟部智慧財產局(2020)，《商業識別性審查基準》，頁8。

[13]經濟部智慧財產局(2020)，《商業識別性審查基準》，頁8。

[14]商標法第29條第3項：「商標圖樣中包含不具識別性部分，且有致商標權範圍產生疑義之虞，申請人應聲明該部分不在專用之列；未為不專用之聲明者，不得註冊。」

[15]經濟部智慧財產局(2020)，《聲明不專用審查基準》。

[16]商標法第30條：「商標有下列情形之一，不得註冊：

一、僅為發揮商品或服務之功能所必要者。

二、相同或近似於中華民國國旗、國徽、國璽、軍旗、軍徽、印信、勳章或外國國旗，或世界貿易組織會員依巴黎公約第六條之三第三款所為通知之外國國徽、國璽或國家徽章者。

三、相同於國父或國家元首之肖像或姓名者。

四、相同或近似於中華民國政府機關或其主辦展覽會之標章，或其所發給之褒獎牌狀者。

五、相同或近似於國際跨政府組織或國內外著名且具公益性機構之徽章、旗幟、其他徽記、縮寫或名稱，有致公眾誤認誤信之虞者。

六、相同或近似於國內外用以表明品質管制或驗證之國家標誌或印記，且指定使用於同一或類似之商品或服務者。

七、妨害公共秩序或善良風俗者。

八、使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞者。

九、相同或近似於中華民國或外國之葡萄酒或蒸餾酒地理標示，且指定使用於與葡萄酒或蒸餾酒同一或類似商品，而該外國與中華民國簽訂協定或共同參加國際條約，或相互承認葡萄酒或蒸餾酒地理標示之保護者。

十、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。但經該註冊商標或申請在先之商標所有人同意申請，且非顯屬不當者，不在此限。

十一、相同或近似於他人著名商標或標章，有致相關公眾混淆誤認之虞，或有減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞者。但得該商標或標章之所有人同意申請註冊者，不在此限。

十二、相同或近似於他人先使用於同一或類似商品或服務之商標，而申請人因與該他人間具有契約、地緣、業務往來或其他關係，知悉他人商標存在，意圖仿襲而申請註冊者。但經其同意申請註冊者，不在此限。

十三、有他人之肖像或著名之姓名、藝名、筆名、字號者。但經其同意申請註冊者，不在此限。

十四、有著名之法人、商號或其他團體之名稱，有致相關公眾混淆誤認之虞者。但經其同意申請註冊者，不在此限。

十五、商標侵害他人之著作權、專利權或其他權利，經判決確定者。但經其同意申請註冊者，不在此限。  
前項第九款及第十一款至第十四款所規定之地理標示、著名及先使用之認以申請時為準。

第一項第四款、第五款及第九款規定，於政府機關或相關機構為申請人時，不適用之。

前條第三項規定，於第一項第一款規定之情形，準用之。」

[17]商標法第31條第1項：「商標註冊申請案經審查認有第二十九條第一項、第三項、前條第一項、第四項或第六十五條第三項規定不得註冊之情形者，應予核駁審定。」

標籤

► 商標，商標權，識別性，商標註冊