

# 聲明不專用審查基準

中華民國 98 年 11 月 16 日經濟部經授智字  
第 09820031440 號令訂定發布  
中華民國 101 年 5 月 2 日經濟部經授智字  
第 10120030691 號令修正發布，101 年 7 月 1 日生效

## 目錄

<b>1.前言</b> .....	<b>1</b>
<b>2.聲明不專用的意義與法規適用</b> .....	<b>1</b>
2.1 聲明不專用的意義 .....	1
2.2 聲明不專用的法規適用 .....	2
2.2.1 聲明不專用的規定 .....	2
2.2.2 聲明不專用的效果 .....	3
<b>3.應否聲明不專用的判斷</b> .....	<b>4</b>
3.1 不具識別性的文字 .....	5
3.1.1 說明性文字 .....	5
(1) 無須聲明不專用的情形 .....	5
(2) 應聲明不專用的情形 .....	8
3.1.2 通用名稱 .....	11
3.1.3 其他不具識別性文字 .....	12
(1) 無須聲明不專用的情形 .....	12
(2) 應聲明不專用的情形 .....	15
3.1.4 文字經設計時，未經設計的原始文字有致商標權範圍產生 疑義之虞者，應聲明不專用 .....	19
3.1.5 刻意以非正確文字表示時，正確文字有致商標權範圍產生 疑義之虞者，應聲明不專用 .....	21
3.1.6 外國文字 .....	22
3.2 不具識別性的圖形 .....	24
3.2.1 說明性圖形 .....	24
3.2.2 通用標章 .....	27
3.2.3 其他不具識別性的圖形 .....	28
(1) 宗教及民間信仰標誌 .....	29
(2) 商品的裝飾圖案、外觀及包裝設計 .....	29
3.3 數字、記號及型號等不具識別性的事項 .....	30

<b>4.其他無須聲明不專用的情形</b> .....	<b>33</b>
4.1 以特殊語法結合不具識別性的文字.....	33
4.2 產生新奇獨特商業印象的諧音文字.....	34
4.3 因使用取得識別性的事項.....	35
<b>5.不得聲明不專用的情形</b> .....	<b>36</b>
5.1 商標整體不具識別性.....	36
5.2 使公眾誤認誤信商品或服務之性質、品質或產地之虞的事項.....	38
5.3 純粹資訊性的事項.....	40
<b>6.聲明格式</b> .....	<b>41</b>
6.1 數個應聲明不專用事項的聲明方式.....	42
6.2 僅就特定類別或部分商品／服務應聲明不專用的聲明方式.....	42
6.3 大部分商標圖樣不具識別性的聲明方式.....	43
6.4 古體及簡體中文字的聲明方式.....	45
6.5 外國文字的聲明方式.....	46
<b>7.其他事項</b> .....	<b>47</b>
7.1 經通知聲明不專用而未於期限內回覆的處理.....	47
7.2 註冊商標中未聲明不專用的文字，在後申請時為不具識別性文字的處理方式.....	48
7.3 聲明不專用後因使用取得識別性.....	49
7.4 商標中具有識別性的部分不得聲明不專用.....	49
7.5 無致商標權範圍產生疑義之虞的部分雖經申請人聲明不專用，仍不予公告.....	50
7.6 混淆誤認之虞的判斷應整體觀察.....	50

## 1. 前言

我國採行聲明不專用制度始於民國 80 年，嗣於 89 年訂定聲明不專用審查要點，並於同年 12 月 28 日公告施行，內容涵蓋聲明不專用制度的意義、適用範圍，並例示具體個案的適用情形。93 年因應商標法修正，要點內容曾作小幅修正，然考量該要點施行已有相當時間，且以條列之方式撰寫，內容較為精簡，商標審查人員在實務運作時常感參考性不足，故訂定聲明不專用審查基準，並於 99 年 1 月 1 日公告施行，以作為案件審查之參酌。為因應 100 年商標法修正，聲明不專用制度，由商標圖樣中包含之不具識別性部分一律應聲明不專用，修正為該部分有致商標權範圍產生疑義之虞時，始須聲明不專用的變革，本基準爰配合修正。

本基準所援引的案例均為實際申請商標註冊案件，惟為配合本基準的撰寫，相關案例在指定使用商品／服務、應聲明不專用部分或聲明格式，未必與實際註冊情形一致，併予敘明。

## 2. 聲明不專用的意義與法規適用

### 2.1 聲明不專用的意義

商標為具有識別性之標識，得以文字、圖形、記號、顏色、立體形狀、動態、全像圖、聲音等，或其聯合式所組成，而識別性，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的特性（商 18 I、II）。故商標的功能主要在於指示商品或服務的來源，而以之與他人的商品或服務相區別，只要商標整體具有識別性，即具備商標功能，惟申請人往往為了促銷的目的，喜將與商品或服務有關的品質、功能、產地等說明，或廣告標語等不具識別性的事項納入商標圖樣中一併申請註冊，雖然商標整體具有識別性，應可取得註冊，但商標權人及競爭同業對於商標圖樣中所含前述事項是否具有專用權可能看法各異，若商標權人以商標圖樣中不具識別性的部分對競爭同業主張權利，即便原告主張最後未為法院

所採納，在爭執過程中，競爭同業可能面臨商品被通路商下架的問題，並須負擔處理爭執及應訴的時間、勞力及費用，有影響市場公平競爭秩序之虞。

商標法修正前，商標圖樣中包含之不具識別性事項應一律聲明不專用，然隨著不專用制度的操作，對於該作法，出現了改革的建議。因為不具識別性部分可能為指定商品或服務業界常用的商品或服務的說明，或為通用標章／名稱，例如「新鮮·美味」指定於吐司、麵包商品，「土地銀行」指定於銀行服務，「新鮮·美味」與「銀行」分別為指定商品與服務的說明及通用名稱，屬不具識別性情形具體明確，商標權範圍不及於該等部分並無疑義，審查時若仍要求申請人補正聲明不專用，僅徒增公文補正往返時間，影響審查時效。

考量聲明不專用制度的目的，主要在避免商標註冊後，商標權人就取得之商標權利範圍，因其主觀認知及於客觀上不具識別性之事項，據以主張權利時，將造成競爭同業的困擾，或若未聲明不專用，可能造成註冊商標權利範圍不明確，使競爭者躊躇於該不具識別性事項之使用，亦不利於市場公平競爭。為兼顧審查時效及市場公平競爭，本次商標法修正，在商標圖樣經審查認為不具識別性的部分，「有致商標權範圍產生疑義之虞」者，始須透過不專用的聲明，亦即申請人應就該依法不得單獨註冊的「不具識別性部分」，聲明不主張專用權，使整體具有識別性的商標，得以保留該等單獨不得註冊部分於商標圖樣中，並使商標取得的權利範圍明確。

## 2.2 聲明不專用的法規適用

### 2.2.1 聲明不專用的規定

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（商 29Ⅲ）。故商標圖樣中包含之不具識別性部分，在有致商標權範圍產生疑義之虞的情形，始須聲明不專用。所謂「不具識別性部分」，即「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」、「指定商品或服務之通用標章或名稱」及「其他不具識別性」等情形（商 29 I），實務上一般以「說明性事項」、「通用標章／名稱」及「其他不具識別性事項」指稱之。

為使商標權人能清楚其註冊商標的權利範圍，以免就商標圖樣中未取得專用權的事項，據以對他人主張權利的情形發生，並使競爭同業能有效拿捏商標使用的分寸，以免誤為侵害他人商標權的行為，若不具識別性的部分包含於商標圖樣中，可能使得商標權人或競爭同業誤以為商標權人已就該部分取得專用權，並產生得依法排除他人相關使用的誤解，這種商標權利範圍不明確的情形，即可能影響市場公平競爭秩序，故申請人必須對該不具識別性部分為不專用的聲明，使商標權利範圍明確，始能取得註冊。反之，若商標圖樣中包含之不具識別性事項，不致於使商標權人或競爭同業誤認其屬商標圖樣中具有專用權利的部分，即便未經聲明不專用，仍無礙於商標權範圍的明確，即非屬「有致商標權範圍產生疑義之虞」的情形，申請人無須就該部分為不專用的聲明，即可取得註冊。

另外，為了防止具有技術性及功能性的創作，藉由取得商標權獲得永久保護，影響技術創新及市場公平競爭秩序，商標「僅為發揮商品或服務之功能所必要者」，不得註冊（商 30 I ①）。若商標圖樣中含有本款規定的功能性部分，在商標整體具有識別性時，可取得註冊，但申請人仍不能就該功能性部分取得專用權，故應為不專用之聲明，或以虛線描繪該功能性部分，以表示其非屬商標之一部，惟該情形於「非傳統商標審查基準」已有詳盡規定可資參照，故本審查基準不再贅述。

### 2.2.2 聲明不專用的效果

商標註冊後，雖然商標圖樣中含有聲明不專用的部分，商標權人仍取得於指定商品或服務使用整體商標的權利，而非單獨使用商標中特定部分的權利，商標是否造成消費者混淆誤認之虞，其判斷仍應以整體商標圖樣為觀察。商標組成部分因識別性強弱的差異，在商標混淆誤認之虞判斷時會被施以不同的注意力，因此，商標圖樣中不具識

別性部分，不論其屬有致商標權範圍產生疑義之虞並經聲明不專用，或無疑義之虞而未經聲明不專用，僅是在判斷時會被施以較低的注意力或忽視而已，但仍不排除因個案的具體情形，有影響混淆誤認之虞判斷的可能。

商標圖樣中特定事項是否應聲明不專用，審查時係依個案情形，並參酌字典、出版品及網路搜尋結果等資訊為判斷依據，但囿於取得的資訊有限，倘審查程序中，未要求申請人就有致商標權範圍產生疑義之虞的不具識別性事項聲明不專用，即准予註冊，商標權人仍不得排除他人關於該不具識別性事項的使用。相對地，有些商標於審查時具有識別性，惟嗣後因商標權人或第三人於市場使用的結果，使其識別性產生變化，例如因商標權人怠於行使權利，使註冊商標逐漸成為業界常用的說明性文字，甚或通用名稱，而喪失識別性。故聲明不專用制度，僅是於審查程序就可能發生商標權爭議的情形，預作防範的行政措施，註冊商標是否就特定事項聲明不專用，並非日後判斷該事項是否具識別性的唯一依據。

### 3. 應否聲明不專用的判斷

商標，為任何具有識別性的標識，故申請註冊的商標若整體不具識別性，自不得註冊（商 18、29 I），亦無透過聲明不專用以取得註冊之適用（參看本基準 5.1）。關於不具識別性部分，有無致商標權範圍產生疑義之虞，而產生應否聲明不專用的判斷，考量文字及圖形為商標圖樣中最常見的構成要素，故本節以「文字」、「圖形」為主軸，再於項下依序就「說明性」、「通用名稱／標章」、「其他不具識別性」例示及說明應否聲明不專用的情形，最後，則例示及說明於「數字」、「型號」、「記號」等其他不具識別性事項的適用。至於商標圖樣中哪些內容為說明性、通用名稱／標章或其他不具識別性事項，必須以商標與指定商品或服務間的關係為判斷依據，其具體判斷原則可參考本局「商標識別性審查基準」。

### 3.1 不具識別性的文字

不具識別性的文字包括指定商品或服務相關特性的說明、通用名稱及其他不具識別性的文字，當商標圖樣包含前述文字有致商標權範圍產生疑義之虞，應聲明不專用。另商標圖樣中包含經設計的文字或刻意以非正確文字表示而具有識別性的情形，商標權人固得就該設計後的文字或非正確表示的文字取得專用權，惟未經設計的原始文字或正確文字本身若有不具識別性的情形，且有致商標保護範圍產生疑義之虞，亦屬應聲明不專用的情形（參看本基準 3.1.4 及 3.1.5）。此外，商標圖樣中若包含國人不熟悉的外國文字，則競爭同業不容易判斷該等文字是否取得專用權，屬有致商標權範圍產生疑義之虞的情形，應聲明不專用。

#### 3.1.1 說明性文字

說明性文字係指對商品或服務的品質、用途、原料、產地或相關特性為直接、明顯描述的用語，並不以一般提供該商品或服務者所共同使用為必要。當文字描述越是直接、明顯，或同業及公眾越是經常使用於說明指定的商品或服務，商標權人越不至於認為該部分為其商標權範圍所及，同業也越不容易懷疑商標權人取得該說明性用語的專用權，從而該文字屬不具識別性事項即明確而無疑義。

##### (1) 無須聲明不專用的情形

當說明性文字為同業及公眾經常使用於描述指定商品或服務，如針對商品或服務的品質、用途、原料、產地或相關特性，包括與商品或服務本身有密切關連的特性，例如商品或服務的內涵、價格、風格、特色、使用或保存方法、保鮮溫度、生產技術、零組件或其組成部分、商品或服務形態、使用周期或服務期間等，原則上可據以認定該部分屬無致商標權範圍產生疑義之虞的情形，無須聲明不專用。

核准案例：



● 使用於火鍋店、日本料理店、自助餐廳、飲食店、餐廳等服務，「火鍋」為服務提供內容的通用名稱；「極品鍋物」為餐飲業者廣泛使用於服務所提供內容（餐點）品質的說明，均無須聲明不專用。



● 使用於土司、麵包、蛋糕、漢堡等商品，「新鮮」、「美味」為商品品質說明，「現場烘焙」則為強調商品為現場調理的特性說明，亦為糕餅同業所廣泛使用，無須聲明不專用。

● 「高倫雅芙除痘系列」使用於潔膚劑、潤膚劑、肌膚用化妝水等商品，「除痘系列」為商品用途的說明，常見同業用於皮膚清潔及保養用品，無須聲明不專用。



## ● 綠茶多酚

使用於牛奶、乳酸菌飲料、豆漿等商品，「綠茶多酚」為飲料商品成分的說明，常見飲料業者使用，無須聲明不專用。



## ● 嘉禾不動產

使用於各種不動產之租售、不動產買賣、租賃之仲介等服務，「不動產」為服務內容（不動產相關服務）的說明，常見使用於房地產業界，無須聲明不專用。





● 使用於飲食店、冷熱飲料店等服務，「古早味紅茶」及其英譯「BLACK TEA OF ANCIENT EARLY FLAVOR」為服務所提供飲品特性的說明，且常見飲料業者使用，無須聲明不專用。



● **NORWAY**

使用於產自挪威的肉、魚肉、家禽肉、非活體獵物等商品，「NORWAY」即挪威之國家名，明顯為指定商品產地或來源地的說明，無須聲明不專用。

● **FASHION  
SUGAR COAT**

使用於皮夾、皮包、錢包、背包、書包、腰包等商品，「FASHION」為商品特性的說明，且為彩妝、保養、皮包、鞋子、珠寶首飾、服飾及相關配件等業者經常用以強調商品的流行感，無須聲明不專用。



● 使用於餐廳、冷熱飲料店、小吃店等服務，「北方館」為服務所提供商品特性的說明，常見餐廳經營同業使用，無須聲明不專用。



使用於汽機車、摩托車、輪圈、車架等商品，「TECH」為「TECHNOLOGY（技術）」的縮寫，「FOR PROFESSIONALS」有提供給專業人士使用之意，明顯為商品品質及特性的說明，且常見同業及公眾用於說明汽機車商品，均無須聲明不專用。

- 「蠻牛第二代」使用於中西藥、提神藥劑、醫療補助用營養製劑等商品，「第二代」明顯為商品品質及特性的說明，且常見同業及醫藥界人士用以說明藥劑商品，無須聲明不專用。



- **新化阿發排骨大王**

使用於小吃店、流動飲食攤、餐廳等服務，「新化」為台南地名，明顯為指定服務地點的說明；「排骨大王」則為服務內容與「大王」結合的自我標榜用語，為服務所提供之商品品質及特性的說明，且常見餐廳同業使用，無須聲明不專用。

## (2) 應聲明不專用的情形

當文字描述為商品或服務的說明，但少見同業及公眾以之說明指定商品或服務，則商標權人就該說明性文字是否取得專用權，並不明確，容易產生商標權範圍的疑義，應聲明不專用。此外，當說明性用語為外文，縱使外國同業及公眾常以之說明指定商品或服務，若少見國內同業及公眾使用，仍可能產生其是否為商標權範圍所及的疑義時，亦應聲明不專用。

核准案例：

- 「旁氏甜橙沁香」使用於人體用及非人體用皂、人體用及非人體用清潔劑、香水等商品，「甜橙沁香」有沁人心脾的甜橙香味之意，為指定商品香味特性的說明，但少見同業及公眾以之說明指定商品，應聲明不專用。



● 使用於五仁酥餅、牛軋糖、月餅等商品，「SINCE 1968」為事業創辦年代的表示，為各行業廣泛使用的不具識別性文字，無須聲明不專用；「好餅來自真功夫」則有製餅技術扎實、根基深厚之意，為商品品質、特性的說明，少見同業或公眾用於說明糕餅商品，須聲明不專用。



● **Protecting Lives Against Infection**

使用於醫療器具及儀器用之消毒殺菌溶液等商品，「PROTECTING LIVES AGAINST INFECTION」有保護生命對抗感染之意，為商品滅菌以避免感染用途的說明，少見同業及公眾以該描述性用語說明指定商品，應聲明不專用。

● 「活霸益菌王」使用於乳酸菌營養補充品、酵素營養補充品等商品，「益菌王」為商品成分與「王」結合的自我標榜用語，為指定商品成分品質及專業性的說明，少見同業使用於乳酸菌商品，應聲明不專用。



● 使用於非人體用清潔劑、地板用亮光蠟、汽車用亮光蠟等商品，「大師」為自我標榜的用語，「居家大師」有處理家庭日常生活事務的專業人士之意，為指定商品品質及專業特性的說明，少見同業及公眾以該用語說明指定商品，應聲明不專用。

**TANHOU**  
—天和生機牧場—

## 天和褐藻豬 OMEGA PORK

使用於肉類、肉類製品、肉乾等商品，「生機牧場」明顯為商品原料（豬隻）飼養特性的說明，雖少見同業及公眾使用，仍無須聲明不專用；「褐藻豬」為商品原料（豬隻）飼料配方的說明，但同業及公眾鮮少以該用語說明指定商品，復為申請人所強調的產品特色，為避免產生商標權範圍的疑義，應聲明不專用；「OMEGA PORK」有富含 OMEGA 脂肪酸（特別是 OMEGA-3 脂肪酸）的豬肉之意，該描述用語雖為豬肉等商品本身的直接說明，但少見國內業者及公眾使用，為避免產生商標權範圍的疑義，應聲明不專用。

當文字僅就商品或服務的特性為平鋪直敘的描述，為商品或服務非常直接、明顯的說明，若因其說明性質顯而易見，商標權人及同業均不至於誤認該部分為商標權範圍所及時，雖未為同業及公眾經常使用於描述指定商品或服務，亦無須聲明不專用。

核准案例：



## ● 薏仁醬油

使用於醬油商品，「薏仁醬油」為指定商品原料平鋪直敘的描述，為商品或服務非常直接、明顯的說明，因為其說明性質顯而易見，雖罕見同業及公眾用以說明醬油商品，仍無須聲明不專用。



使用於牛奶、乳酸菌飲料、豆漿等商品，「乳多，糖少」為指定商品成分特性平鋪直敘的描述，為商品或服務非常直接、明顯的說明，因為其說明性質顯而易見，雖少見同業及公眾用於說明飲料商品，商標權人亦不致誤認可就之取得權利，故無須應聲明不專用。



使用於紅豆湯、綠豆湯、花生仁湯、蕃薯湯等商品，「嚴選台灣紅豆」、「甜度管控第一家」為指定商品食材品質及商品特性平鋪直敘的描述，為商品或服務非常直接、明顯的說明，因為其說明性質顯而易見，雖少見同業及公眾用於說明指定商品，仍無須聲明不專用。

### 3.1.2 通用名稱

通用名稱為業者通常用以表示特定商品或服務的名稱，一般而言，其屬不具識別性事項，在業界應有共識而無疑義，將之包含於商標圖樣中，應無致商標權範圍產生疑義之虞，申請人無須就該部分聲明不專用。

核准案例：



使用於玩具面具、玩偶、木偶、布偶、洋娃娃等商品，「TOY」為玩具之意，為指定商品的通用名稱，無須聲明不專用。



使用於餐廳服務，「餐廳」為指定服務的通用名稱，無須聲明不專用。



使用於紙袋商品，「袋」為指定商品的通用名稱，無須聲明不專用。

### 3.1.3 其他不具識別性文字

事業創立年代、公司種類、商店名號等申請人所營事業的相關說明，以及姓氏、公司名稱、網域名稱、非說明性的標語、習見的祝賀語、吉祥語、流行用語與成語等，均屬其他不具識別性的文字，應否聲明不專用的判斷如下：

#### (1) 無須聲明不專用的情形

表示事業創立的年代；表示品牌的「牌」、「brand」文字；表示公司種類的「股份有限公司」、「有限公司」等文字；表示商店名號的「齋」、「堂」、「記」、「行」、「社」、「號」等文字；表示多數事業體結合的「集團」文字；表示事業性質的「工業」與「商事」等文字；表示營業組織的「企業」、「實業」、「展業」、「興業」等通用文字；事業名稱中單純用以表示業務種類的「建設」、「銀行」、「電腦」、「通訊」文字；網域名稱中表示國家代碼的「tw」、「jp」及屬性類別的「com」、「org」、「edu」、「net」等共用部分；表示商品或服務的提供者、商店或場所名稱的「屋」、「家」、「館」、「軒」、「庭」、「舖」、「店」、「坊」、「工房」、「工場」、「會館」、「天地」、「廣場」、「事務所」、「旗艦店」文字等，通常僅作為申請人所經營事業的相關說明，且經業界廣泛使用，原則上屬無致商標權範圍產生疑義之虞的情形，無須聲明不專用。

核准案例：





● 使用於啤酒、蓮藕茶、人蔘茶、奶茶、菊花茶等商品，「SINCE 2001」為事業創辦年代的說明，無須聲明不專用。

## ● 萬歲牌

使用於獸乳、調味乳、乳酸菌飲料、奶粉等商品，「牌」為品牌之意，無須聲明不專用。



● 使用於鞋子商品，「COLLECTION」為匯集、精選或收藏品之意，廣見使用於各種商品領域，無須聲明不專用。



● 使用於餐廳、旅館等服務，「餐飲股份有限公司」為業務及公司種類的說明文字，無須聲明不專用。

● 「雄記」使用於冷熱飲料店、飲食店、咖啡廳等服務，「記」為常見的商店名號的表示，無須聲明不專用。



## ● 中鋁集團

使用於工業用化學品、科學用化學品、化學試劑等商品，

「GROUP」、「集團」通常用來表示數事業體結合而成之組織，無須聲明不專用。



海丞企業  
HAI CHENG



使用於代理進出口服務，「企業」為營業組織的通用文字，無須聲明不專用。



政都建設

使用於茶葉、紅茶、綠茶、清茶等商品，「建設」為事業名稱中表示業務種類的文字，無須聲明不專用。



使用於雨傘商品，「.com.tw」為台灣一般商業組織所共用的網域名稱部分，「Umbrella」為指定商品的通用名稱，「傘圖」則為指定商品的寫實圖形，均無須聲明不專用。



使用於可供煮食用之非燃料木炭、竹炭原料等商品，「工房」常見使用於各種商品與服務領域，無須聲明不專用。

WiWi SHOP  
瑋瑋小舖



使用於衣服、褲子、圍巾、頭巾等商品，「小舖」、「SHOP」常見使用於各種商品與服務領域，表示提供指定商品或服務的



商店，無須聲明不專用。

## (2) 應聲明不專用的情形

### I、姓氏及姓氏與稱謂等之結合

我國商標審查實務上，申請人非常喜歡在商標圖樣中使用姓氏，但考量競爭同業亦有使用自己姓氏的需要，不宜由1人獨占專用權利，為避免產生商標權及於姓氏的疑義，應聲明不專用。姓氏結合「氏」、「家」、「記」或稱謂的情形，主要含義仍是姓氏，亦屬應聲明不專用的情形。非自我標榜的稱謂結合商品或服務名稱，若僅傳達商品或服務提供者的意涵，而屬商標不具識別性的情形時，為避免產生其為商標權範圍所及的疑慮，應聲明不專用。

核准案例：



#### ● 莒光查某因

使用於肉粽、五穀粽、花生粽、素粽等商品，「蔡」為姓氏，應聲明不專用。



●

使用於小吃攤、流動飲食攤等服務，「雞蛋糕」明顯為服務所提供商品的說明，無須聲明不專用；「廖家」為廖姓家庭之意，應聲明不專用。



●

使用於小吃店、小吃攤、日本料理店等服務，「朱媽媽」為對朱姓婦女的尊稱，不脫姓氏的含義，應聲明不專用。



● 使用於乾製果蔬、糖漬果蔬、醬菜、泡菜、韓國泡菜等商品，「王媽」不脫姓氏的含義，應聲明不專用；「泡菜婆婆」則有具有醃製泡菜專長的年長婦女之意，應聲明不專用。

## II、公司名稱及網域名稱

實務上申請人常希望以註冊商標保護公司名稱及網域名稱，惟未經設計而不具識別性的公司名稱及網域名稱，予消費者認知，係用以表示營業主體本身或網址，非作為識別商品或服務來源之用，故不受商標法保護，為避免產生該部分為商標權效力所及的疑義，應聲明不專用。

核准案例：



● 鴻璿股份有限公司  
HONTKO CO., LTD.

使用於脈衝產生器、液晶顯示器、編碼器等商品，「鴻璿股份有限公司」及「HONTKO CO., LTD」分別為申請人的中、英文公司名稱，應聲明不專用。



使用於藉由網際網路提供及介紹有關音樂資訊服務，網址「www.drum.com.tw」應聲明不專用。

### III、標語及習見的祝賀語、吉祥語、流行用語或成語

標語縱非商品或服務品質、用途、原料、產地或相關特性的說明文字，一般而言，消費者仍不會將之作為識別來源的標識，故屬不具識別性的文字，但標語可能為申請人所創用，或同業間少有相同組合文字的使用情形，商標權人就該部分是否取得商標權容易產生疑義，故應聲明不專用。我國商標申請人也喜歡在商標圖樣中使用習見的祝賀語、吉祥語、流行用語或成語，該等用語雖非商品或服務的說明，但競爭同業也可能想在自己的商品或服務上使用相同的用語，為避免商標權範圍產生疑義，應聲明不專用。

核准案例：



● 使用於扳手、螺絲扳手、螺絲起子等商品，應將標語「帶著歡樂跑天下」聲明不專用。




● *Brings Diamonds To Life.*

使用於珠寶首飾、貴金屬等商品，標語「BRINGS DIAMONDS TO LIFE」有賦予鑽石生命之意，應聲明不專用。



● 使用於錄有電腦程式之資料載體、錄有電腦程式之光學資料載體等商品，標語「Enjoy your life」有享受你的生活之意，應聲明不專用。

● 梳金富貴 

使用於水晶製裝飾品、玻璃製裝飾品、陶瓷製裝飾品等商品，「永保安康」為常見的祈福用語，應聲明不專用。



使用於內衣、睡衣、汗衫、泳裝、襯衫、鞋靴等商品，「囧」及「orz」為流行用語，均應聲明不專用。

#### IV、宗教及民間信仰用語

宗教及民間信仰用語若非作為商品或服務的相關說明，一般而言，給予消費者的印象僅為祈願或裝飾性文字，無指示商品或服務來源的功能，故屬不具識別性的文字，但同業間可能少有相同的使用情形，商標權人就該部分是否取得商標權容易產生疑義，且競爭同業也可能想在自己的商品或服務上使用相同的用語，為避免商標權範圍產生疑義，應聲明不專用。

核准案例：



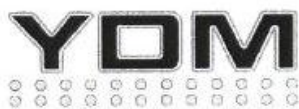
使用於啤酒、黑啤酒、生啤酒、淡啤酒、薑汁啤酒等商品，「三太子」為神祇名稱，並非指定商品之相關說明，屬不具識別性的文字，應聲明不專用。



● 使用於衣服、鞋、圍巾、頭巾等商品以及報社、通訊社、新聞社等服務，「彌勒」為神祇名稱，並非指定商品之相關說明，屬不具識別性的文字，應聲明不專用。

至於神祇名稱、咒語、真言、經文、佛號等宗教及民間信仰用語使用於商品及服務分類表 0309「線香、香末」、0405「蠟燭、蠟蕊」、1604「香冥紙、祭祀用紙製假禮品」；2110「香爐、香冥紙焚化爐、燭台、點香器」商品；3519 喪葬、宗教用品零售批發；4504「喪葬服務」；4513「籌劃宗教集會」服務，通常為同業間所常用，而且是指定使用商品或服務十分直接、明顯的說明，原則上屬無致商標權範圍產生疑義之虞的情形，則無須聲明不專用。但宗教及民間信仰用語僅於部分指定商品或服務為說明，在其餘商品或服務則屬其他不具識別性的情形時，仍應將該宗教用語聲明不專用，以避免產生商標權範圍之疑義。

核准案例：



● 育德媽祖

使用於算命、星相、撰易、堪輿、代辦法會、宗教會議之安排等服務，「媽祖」為神祇名稱，使用於「代辦法會、宗教會議之安排」為服務內容之說明，使用於算命、星相、撰易、堪輿等服務，則屬其他不具識別性之情形，故應將「媽祖」聲明不專用。

### 3.1.4 文字經設計時，未經設計的原始文字有致商標權範圍產生疑義之虞者，應聲明不專用



不具識別性的文字本不應取得註冊，惟經設計後，若脫離純粹說明、通用名稱或其他不具識別性文字的印象，而具有識別性時，可准予註冊，惟其註冊後取得排他使用的效力，並不及於未經設計的文字，申請人不得排除第三人關於該文字的使用。未經設計的原始文字本身若有不具識別性的情形，例如商標圖樣中包含經設計的文字「餐廳」或姓氏「蔡」，並指定使用於餐廳服務，未經設計的「餐廳」與姓氏「蔡」於指定服務屬不具識別性的文字，商標權人並不能排除他人關於該等文字的使用，在前者情形，商標權人不能排除他人使用「餐廳」於餐廳服務並無疑義，「餐廳」即無須聲明不專用；在後者的情形，商標權人得否排除他人使用姓氏「蔡」可能存有疑義，為了明確商標保護範圍，「蔡」應聲明不專用。故未經設計的原始文字若不具識別性，且有致商標保護範圍產生疑義之虞，應將未經設計的原始文字聲明不專用，始得註冊。

99年1月1日之前，關於文字的聲明，有「未經設計」的用語，當時是考量文字經設計時，該設計的字樣，商標權人應有專用的權利，故所須聲明者為未經設計之文字。惟文字設計程度如何，始屬「經設計」，看法難免有歧異，考量商標混淆誤認之虞的判斷，是以商標整體圖樣觀察，不論文字經設計的程度高低，縱使將未經設計的文字聲明不專用，亦不影響混淆誤認之虞的判斷，故本基準不再使用「未經設計」的用語，不論文字設計程度如何，所聲明者均是未經設計的原始文字，同時於聲明時附加「文字」用語，可明確所聲明不專用者，為未經設計之原始文字。

以下的核准案例依本基準訂定的聲明格式為修正，至於本基準所規定的聲明格式，請參照「6. 聲明格式」的說明。

核准案例：



使用於飲食店、小吃店等服務，「鮮炸屋」、「專賣炸物」、「Fresh House」為指定服務所提供內容的品質與特性的說明，其中「專

賣炸物」廣為同業及公眾使用，無須聲明不專用；未經設計的「鮮炸屋」與「Fresh House」未經同業或公眾經常使用，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「鮮炸屋」、「Fresh House」文字主張商標權。



● 使用於臘肉、肉乾、牛肉乾、豬肉乾等商品，「高」為姓氏，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「高」文字主張商標權。



● 使用於網路購物、郵購服務和網路拍賣服務等服務，「芬店」為流行用語，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「芬店」文字主張商標權。



● 使用於電腦軟體、錄有電腦遊戲程式之光學資料載體等商品，「荆轲刺秦王」為我國著名的歷史事件，為指定電腦遊戲商品所設定背景或故事內容的說明，因罕見其他同業使用，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「荆轲刺秦王」文字主張商標權。

### 3.1.5 刻意以非正確文字表示時，正確文字有致商標權範圍產生疑義之虞者，應聲明不專用

商標圖樣中不具識別性的文字可能被刻意以諧音、非通常使用的文字表示，在外文的情形，可能故意以諧音或其他的不正確拼字表現，若消費者仍能辨識出正確的文字，且仍給予消費者正確文字所傳達的說明性、通用名稱或其他不具識別性的印象，雖然其他同業無須

使用非正確的表示方式，但有使用正確文字的需要，在正確文字有致商標保護範圍產生疑義之虞時，應將所對應的正確文字聲明不專用，始得註冊。聲明方式為：本件商標不就「正確文字／拼字」文字主張商標權。

為例示正確文字的聲明方式，以下的核准案例均依本基準規定的聲明格式為修正，至於本基準所定的聲明格式，請參照「6. 聲明格式」的說明。

核准案例：

- 「**東山補骨精**」使用於奶粉、低脂奶粉等商品，「補骨精」為「補骨精」的正確文字，且為指定商品功能之說明，但未為同業所經常使用，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「補骨精」文字主張商標權。



- **SecurDisc**

使用於數位視訊影碟、藍光影碟、高解析數位視訊影碟等商品，「SecurDisc」為「SECURE DISC」的非正確拼法，因「secure disc」為商品受加密保護特性的直接說明，無須聲明不專用。

若諧音文字給予消費者新奇獨特的印象，有指示及區別商品或服務來源的功能時，即無須就該不具識別性的部分聲明不專用。（參看本基準 4.2）

### 3.1.6 外國文字

外國文字若為商品或服務直接、明顯的說明或通用名稱，理解該文字者，可以知悉商標權人未就該文字取得專用權，不認識該文字者，則因不能理解字義，無從判斷商標權人是否就該文字取得專用權，應屬有致商標權範圍產生疑義之虞，而須聲明不專用的情形。考量英文為國人普遍熟悉的語文，競爭同業對於英文字義有一定程度的理解，可循前揭「3.1 不具識別性的文字」為商標權範圍的判斷。至



於英文以外的外國文字，因國人的理解未達普及的程度，為避免競爭同業因不瞭解字義，而不清楚商標權範圍所在，凡屬不具識別性者，應一律聲明不專用，以茲明確（聲明方式參看本基準 6.5）。

核准案例：



使用於早餐店、餐廳、冷熱飲料店等服務，英文「BURGER」及「Breakfast」分別為「漢堡」及「早餐」之意，為指定服務內容非常直接、明顯的說明，無須聲明不專用。



朵瑪

使用於農產品零售批發、飲料零售批發服務，英文「Natural」、「Healthy」為「自然」及「健康」之意，為指定服務提供內容非常直接、明顯的說明，無須聲明不專用；英文標語「PROVIDING ONLY THE BEST FOR YOUR FAMILY」為「只為你的家人提供最好的」之意，不具識別性，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「PROVIDING ONLY THE BEST FOR YOUR FAMILY」文字主張商標權。



使用於巧克力蛋糕、巧克力粉、巧克力漿等商品，「可可豆圖形」為可可豆的寫實圖形，為巧克力相關產業所經常使用的

說明性圖形，無須聲明不專用；菲律賓文「kakaw」為「可可」之意，為商品成分的說明，不具識別性，菲律賓文非國人普遍熟悉的語言，為避免產生商標權範圍及於該文字的疑義，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「kakaw（菲律賓文：可可）」文字主張商標權。



● 使用於咖啡、咖啡豆、即溶咖啡、咖啡飲料等商品，「咖啡」為指定商品的通用名稱或成分說明，無須聲明不專用；德文「KAFFE」為「咖啡」之意，為指定商品的通用名稱或成分說明，不具識別性，德文非國人普遍熟悉的語言，為避免產生商標權範圍及於該文字的疑義，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「KAFFE（德文：咖啡）」文字主張商標權。

### 3.2 不具識別性的圖形

不具識別性的圖形包括商品的說明性圖形、通用標章、非用以說明商品或服務相關特性的宗教及民間信仰圖形、商品的裝飾圖案、商品外觀及包裝設計等，應否聲明不專用的判斷如下：

#### 3.2.1 說明性圖形

說明性圖形包括商品本身的圖形、商品重要特徵的圖形、與商品或服務說明有關的業界常用圖形，及用以表示商品或服務產地、提供地或其他特性的地理圖形，當商標圖樣包含的圖形為實物圖片，或與實物相去不遠的繪圖，尤其是明顯缺乏設計概念的寫實圖形，以及地理區域的輪廓圖形，屬不具識別性的圖形，該等圖形作為指定商品或服務說明的性質明確，且同業也經常使用類似的圖形，屬商標權範圍無疑義的情形，無須聲明不專用。

## (1) 商品本身圖形

核准案例：



使用於咖啡、咖啡豆、咖啡包等商品，「咖啡豆實物圖形」為指定商品本身或原料的直接說明，無須聲明不專用。





使用於內燃機引擎用啟動器及其零組件即內燃機引擎用火星塞、預熱塞、火星塞帽等商品，「火星塞圖形」為指定商品的實物圖片，無須聲明不專用。



使用於新鮮水果、新鮮蔬菜、柑橘、红柿、梅子、梨子等商品，「梨子圖形」、「橘子圖形」、「柿子圖形」為部分指定商品的寫實圖形，無須聲明不專用。

當商品本身的造形並非同業經常使用者，例如海洋生物或撲克牌花色造型的餅乾，商標圖樣中包含之烏賊、魚類、海星等實物餅乾圖

形 ，及黑桃、紅心、方塊、梅花等實物餅乾圖形  是

否取得商標權，可能有所疑義，應該聲明不專用。惟此情形多發生在以商品包裝設計申請商標註冊的狀況，其聲明方式參見本基準 6.3。

(2) 與商品或服務說明有關的業界常用圖形

核准案例：



● 使用於寵物玩具零售、寵物衣服零售、貓狗用沐浴精零售等服務，寵物服務業界經常使用可愛的動物圖片，表示自己所提供的服務內容及吸引顧客，本件狗的實物圖片，無須聲明不專用。



● 使用於髮乳、髮水、護髮劑、護髮乳等商品，「毛囊圖形」為頭髮清潔、保養產品常使用的說明性圖形，無須聲明不專用。



● 使用於列表機用墨水匣、列表機用碳粉匣等商品，「Printing」有列印之意，為明顯的商品功能說明；「印表機圖形」則為印表機相關商品常用的說明性圖形，均無須聲明不專用。



● 使用於代辦誦經祭典法會、法會、代辦喪葬事宜等服務，「卍」及「太極圖形」為我國民間常用的宗教標誌，使用於指定服務，明顯表示依特定宗教教義或儀式提供服務的意涵，均無

須聲明不專用。

### (3) 與商品或服務地理來源或其他特性有關的地理圖形

核准案例：



● 使用於奶油香酥餅、太陽餅、月餅、老婆餅等商品，商標圖樣中之「台灣圖形」與「台灣」表示商品的產地，「餅」則為指定商品的通用名稱，均無須聲明不專用。



● 使用於咖啡廳、咖啡館、速簡餐廳、自助餐廳等服務，「義式餐廳」與「義大利圖形」常見餐飲同業使用，明顯為服務所提供菜系的說明，無須聲明不專用。



● 使用於代辦申請有關國外各學院及大學之入學許可、提供有關國外各學院及大學之入學資料與消息等服務，「Education」為單純表示業務種類的文字；「since 1994」則為事業創辦年代的表示；「澳洲地圖」表示申請人主要提供澳洲學校的代辦入學許可及入學資訊，為所提供服務特性的說明，均無須聲明不專用。

### 3.2.2 通用標章

考量通用標章為業者就特定商品或服務所共同使用的標誌，一般而言，其屬不具識別性事項，在業界應有共識而無疑義，將之包含於商標圖樣中，應無致商標權範圍產生疑義之虞，申請人無須就該部分聲明不專用。

核准案例：



● 使用於醫院、各種病理檢驗、提供生化檢驗、醫藥諮詢等服務，「雙蛇纏杖圖」為世界通用的醫學標誌，無須聲明不專用。



● 使用於藥物零售、化妝品零售、醫藥器材零售等服務， $R_x$ （常寫作 Rx）為醫療業界通用的處方標誌，常見使用於藥房表示提供調劑服務，「醫療十字圖」為醫療相關業界通用圖形，均無須聲明不專用。



● 使用於手術帽、醫療用床、點滴架、醫療用手套等商品，「醫療十字圖」為醫療相關業界通用圖形，無須聲明不專用。

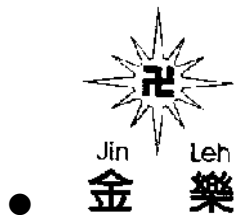
### 3.2.3 其他不具識別性的圖形



## (1) 宗教及民間信仰標誌

宗教及民間信仰標誌使用於商品或服務，予人有護持、庇祐、吉祥、祈願的印象，一般而言，其屬不具識別性事項並無疑義，無須聲明不專用。但宗教神祇並無固定的樣貌，可能有各種不同的描繪方式，申請人及同業可能不確定商標圖樣中的描繪方式是否可以取得商標權，為避免產生疑義，應聲明不專用。

核准案例：



使用於金屬梯子、金屬折合梯、馬椅梯等商品，「卍」為佛教象徵符號，與指定商品特性無關，而是給予消費者護持、庇祐、吉祥、祈願的印象，無須聲明不專用。



使用於代辦喪葬事宜、喪禮禮堂佈置、葬儀社、火葬等服務，商標圖樣中的圖形係以神像搭配雙龍拱珠（太陽），蘊含吉祥，向神祈求庇祐的意思，該神像圖形是否為商標權範圍所及可能有疑義，應聲明不專用。

## (2) 商品的裝飾圖案、外觀及包裝設計

商品的裝飾圖案、外觀及包裝設計通常並非識別商品或服務來源的標識，必須經由使用始能取得識別性，但該裝飾圖案、商品外觀或包裝設計可能出於申請人的描繪或設計，同業間未必有使用相同圖案、商品外觀或包裝設計的情形，商標權人及同業就該部分是否有專用權，可能有疑義，應聲明不專用。

核准案例：



● 龍美

使用於棋盤遊戲玩具組、遊戲紙牌、紙牌等商品，商標中之圖形為常見於紙牌背面的裝飾圖形，應聲明不專用。



● 使用於鐘錶、手錶、時鐘、日曆錶等商品，商標圖樣為鐘錶的錶面圖案，為避免產生該設計取得專用權的疑義，「錶面數字設計圖」應聲明不專用。



● 使用於太陽餅、牛奶太陽餅、各式餅乾等商品，該商標圖樣為商品的包裝圖案，並以「維格」及「vigor」作為識別商品來源的文字，其他的文字及圖形均不具識別性，為避免產生該包裝設計取得商標權的疑義，應將「維格」及「vigor」以外的文字、圖形聲明不專用。

### 3.3 數字、記號及型號等不具識別性的事項

商標圖樣除包含文字、圖形外，也常含有數字、記號及型號，當



數字及音樂記號、標點符號、數學符號或單位符號等記號用於描述商品或服務的相關特性時，一般而言，其說明性質顯而易見，屬商標權範圍無產生疑義的情形，無須聲明不專用。

核准案例：



● 使用於機車及其零組件商品，商標圖樣中之「125」為指定商品排氣量規格的說明，無須聲明不專用。



● 使用於便利商店、農、畜、水產品零售及食品飲料零售服務，「24」為提供服務時間的說明，無須聲明不專用。



● 使用於發行公益彩券服務，商標圖樣中之「6/50」為大樂透投注方式之說明（6 個號碼所形成的一組選號稱為一注，每注售價為新台幣 50 元），無須聲明不專用。

● 「EPASMIN - Ω3」使用於中西藥品、營養補充品等商品，「Ω3」營養補充品的成分說明，無須聲明不專用。

● 「KYRO II」使用於電腦硬體及積體電路，即繪圖加速器商品，「II」為資訊科技產品推出新一代產品時常用的說明，無須聲明不專用。



使用於樂器、演奏補助器、中西樂器等商品，「音樂文化教育機構」及「music culture Education」為事業業務種類的表示；「高音譜號」與「五線譜」為樂器及音樂教學業界常用的說明性符號，均無須聲明不專用。



● 使用於鈣片、含鈣營養補充品、中藥、西藥等商品，♂ 為男性符號，明顯為商品特性的相關說明，無須聲明不專用。



● 使用於印刷品、期刊、書刊、簿本、作業簿等商品，「+ - × ÷」為數學書刊或教材簿本常見的說明性符號，無須聲明不專用。



● 使用於藉由電信收費系統提供代收款項服務、代理帳單付款服務、電子資金轉帳等服務，「\$」為金流相關服務常用的說明符號，無須聲明不專用。

當商標圖樣中包含之數字雖非商品或服務的說明，但有不具識別性的情形，為避免產生商標權範圍及於該數字之疑義，應聲明不專用。此外，型號並非業界通用之規格，而是業者用來區別自己提供的不同系列商品的方式，一般消費者不會以型號識別商品來源，故不具識別性，當商標圖樣中包含型號時，為避免產生其為商標權範圍所及之疑義，應聲明不專用。

核准案例：



- 使用於牛仔衣、牛仔褲、衣服、背心等商品，「303」為單純數字的表示，並非商品的說明，但不具識別性，應聲明不專用。
- 「PEUGEOT 508」使用於汽車及其零組件、車輛引擎等商品，「508」為商品型號的表示，應聲明不專用。
- 「LUXGEN M722 T」使用於鋼圈、車輪、輪圈、火星塞等商品，「M722 T」為商品型號的表示，不具識別性，應聲明不專用。

#### 4. 其他無須聲明不專用的情形

商標中不具識別性的部分與其他部分結合，若該結合的結果，使不具識別性事項脫離了原先的概念，並傳達出新奇獨特的商業印象，因其結合已成為一不可分割的單元，而具有單一性，即無須將該不具識別性事項聲明不專用。

實務上常見構成單一性的情形，包括以不協調或特殊語法將不具識別性的部分與商標其他部分結合，或運用諧音文字，或經使用取得後天識別性等。

##### 4.1 以特殊語法結合不具識別性的文字

不具識別性文字與其他文字以特殊語法結合，該結合常產生新奇獨特的商業印象，構成不可分割的單一性。

核准案例：

- 「行動保姆」使用於無線電發射器、無線電接收器、衛星導航器、定向導航器等商品，「行動」原為說明性文字，以擬人

化的語法與「保姆」結合後，「行動保姆」傳達出特殊的商業印象，故無須就「行動」聲明不專用。



● 使用於咖啡、炭燒咖啡、咖啡豆、咖啡包等商品，共和國指非以君主作為國家元首的任何政體的國家，「咖啡共和國」使用「共和國」的文字，卻非真正存在的特定國家，給予消費者的印象是多種咖啡的提供者，該結合傳達獨特的商業印象，故無須就「咖啡」聲明不專用。

#### 4.2 產生新奇獨特商業印象的諧音文字

諧音文字若能給予消費者新奇獨特的商業印象，通常其中所具有的不具識別性部分已與其他部分結合成不可分割的單元，故無須就該不具識別性的部分聲明不專用。

核准案例：

- 「狠冰」使用於碳酸飲料、運動飲料、不含酒精的果汁飲料、果酸飲料等商品，「很冰」為商品特性的說明，「狠冰」為「很冰」的諧音，該用法產生有別於說明性文字以外的意涵，故無須就「很冰」聲明不專用。
- 「膜術師」使用於防刮保護膜、手機防刮保護膜、行動電話外殼塑膠保護膜等商品，「膜」為指定商品的通用名稱，「膜術師」為「魔術師」的諧音，該用法產生有別於通用名稱以外的意涵，故無須將「膜」聲明不專用。



使用於肉醬、滷翅膀、醃肉、羊肉火鍋等商品，「複合式日系茶飲」、「四十年真功夫」、「養生原汁魯味」明顯為商品特性的說明，均無須聲明不專用；「八家醬」之「醬」字為指定商品使用之佐料或醃料的相關說明，因「八家醬」為「八家將」之諧音，該用法產生有別於商品說明以外的意涵，無須將「醬」聲明不專用。至於「醬醬好味」雖為商品品質的說明，但是非為業界及公眾經常使用，應聲明不專用。

● 

使用於鞋靴之修理服務，「醫鞋院」為「醫學院」之諧音，該用法產生新奇有趣的印象，故無須將「鞋」聲明不專用。

#### 4.3 因使用取得識別性的事項

商標整體不具識別性，若因為商標於市場之使用，相關消費者已可以該商標識別商品或服務來源，得核准註冊（商 29II，修正前商 23IV）；當商標包含不具識別性的部分時，亦可能因為該商標在市場上之使用，使相關消費者得以以該不具先天識別性部分識別商品或服務的來源，此時該部分即取得後天識別性。在此等情形下，商標整體或其中不具識別性的部分因為經過大量使用取得識別性，通常在消費者心目中已產生不可分割的單一商業印象，此時，即無須就商標或該部分所包含之不具識別性部分聲明不專用。

核准案例：

● 

使用於果菜汁商品，「一日蔬果」因使用取得後天識別性，「蔬



果」為指定商品成分的說明，惟商標經使用，「一日蔬果」已產生不可分割的單一商業印象，故無須就「蔬果」聲明不專用。

● 鑽石恆久遠 一顆永留傳 

使用於寶石與半寶石、鐘錶及計時儀器等商品，「鑽石恆久遠 一顆永流傳」因使用取得後天識別性，雖「鑽石」為指定商品的通用名稱或材質的相關說明，惟「鑽石恆久遠 一顆永流傳」之文字組合已具有不可分割的單一性，故無須就「鑽石」聲明不專用。

● 來愛買 最划算

使用於百貨公司、超級市場、購物中心、郵購等服務，商標整體因使用取得後天識別性（商 29 II），雖「最划算」為申請人提供的商品相較其他業者更為物超所值的說明，惟商標整體已構成不可分割的單一性，故無須就「最划算」聲明不專用。

## 5. 不得聲明不專用的情形

當商標不具識別性，亦即商標僅由商品或服務的說明所構成、僅由商品或服務的通用標章或名稱構成，或僅由其他不具識別性的標識所構成等情形（商 29 I），應予以核駁（商 31 I），並無聲明不專用規定的適用餘地。又商標有使公眾誤認誤信商品或服務之性質、品質或產地之虞者（商 30 I ⑧），尚無法藉由聲明不專用取得註冊。至於純粹資訊性的事項，並非識別來源之商標所產生商業印象的一部分，故不構成商標圖樣的一部分，亦屬不得聲明不專用的情形。

### 5.1 商標整體不具識別性

商標整體不具識別性時，表示商標圖樣整體無法作為識別商品或

服務來源的標識，即使請求聲明整體圖樣或圖樣中之某一部分不專用，商標整體仍不具識別來源之功能，故屬不得為聲明不專用的情形。

核駁案例：



使用於營養補充品、蛋白質營養補充品、營養滋補劑、蜆精等商品。「洄瀾」為花蓮的舊稱，申請人地址位於花蓮，故「洄瀾」為商品產地的說明；「麥飯石」學名為「斑狀安山岩」，具有淨水的作用，而「黃金蜆精」指以黃金蜆製造而成的蜆精，「麥飯石黃金蜆精」有表示是由麥飯石過濾後水質飼養的蜆所製成的蜆精之意；「洄瀾」與「麥飯石黃金蜆精」均為指定商品的相關說明，背景圖形亦為蜆的實物描繪圖形，前述文字與圖形的組合給予消費者的印象仍為指定商品的相關說明，無法作為識別來源的標識，商標整體仍不具識別性，申請人雖聲明「麥飯石黃金蜆精」不專用，仍予以核駁。

72%

SOAP SHOP

手工皂坊

使用於香皂、嬰兒香皂、浴皂、洗手皂等商品。72%為肥皂所含油脂成分的標示，「SOAP SHOP」有肥皂店之意，與「手工皂坊」使用於指定商品，有商標權人為該等商品提供者之意，「72%」、「SOAP SHOP」與「手工皂坊」均不具識別性，又只以條列方式表現，商標整體不具識別性，即便將前述說明性文字聲明不專用，亦無法取得註冊。

## 5.2 使公眾誤認誤信商品或服務之性質、品質或產地之虞的事項

商標中包含有使公眾誤認誤信商品或服務之性質、品質或產地之虞的事項，申請人縱將之聲明不專用，消費者接觸該商標後，仍不免產生誤認誤信的情形，故無法藉由聲明不專用取得註冊。

核駁案例：

### ● 金賞

使用於米、麥、燕麥、西貢米、胚芽米等商品，金賞有金牌獎之意，使用於指定商品，有使消費者誤認誤信該等商品為比賽得獎商品，或該等商品的品質獲比賽肯定之虞，故予以核駁。



● 指定使用於中藥、西藥、綜合維他命、臨床試驗用製劑等商品，商標圖樣中之「SWISS GUARANTEE SYSTEM」有瑞士品質保證制度之意，使用於指定商品，有使消費者誤認誤信該等商品經特定之瑞士品質保證制度驗證之虞，故予以核駁。

若刪除使公眾誤認誤信商品或服務之性質、品質或產地之虞的部分，不構成商標實質變更，可要求申請人刪除該部分後予以註冊。例如申請人須證明其所行銷的產品經行政院農委會認證之驗證機構驗證合格（進口農產品、農產加工品雖取得國際有機驗證仍須經農委會之審查），得使用有機名義販賣，並指定使用於有機農產品／農產加工品或其零售，商標圖樣始得包含「有機」字樣。又指定商品或服務必須限於以奈米方式處理者或提供奈米處理的服務，例如經奈米處理的化妝品、經奈米處理的布料，商標圖樣中始得使用「奈米」字樣。



但申請人若不能證明其產品已取得驗證機構的「有機」驗證，或指定商品或服務未限於與奈米處理相關者，在刪除「有機」、「奈米」字樣，不會造成商標圖樣實質變更的情況下（商 23），應於刪除後，始得核准註冊；若刪除圖樣中的文字將造成商標圖樣實質變更，則應核駁該商標之申請。

核駁案例：



使用於農產品零售、食品零售、飲料零售等服務，商標圖樣中之「就是有機」及「just organic」字樣，給予消費者前述服務提供有機商品的印象，惟申請人未能舉證其所販售之商品已經行政院農委會認證之驗證機構驗證合格，則申請之商標圖樣有使公眾誤認誤信前述服務所提供之商品性質、品質之虞。又「就是有機」為強調「有機」性質的用語，「just organic」為其英文直譯，刪除「有機」及「organic」字樣後之商標，傳達出不同於原商標的商業印象，刪除該等文字將造成商標圖樣的實質變更，故作成核駁處分。



使用於有機的新鮮水果蔬菜、有機的新鮮蘑菇等商品，申請人之產品未經行政院農委會認證之驗證機構驗證合格，於商標圖樣中使用「有機蔬菜」或「ORGANIC FARM PRODUCE」字樣，有使相關消費者誤認誤信商品性質或品質之虞，前述文字純粹為說明性質，且並未與商標的其他部分結合成不可割裂的整體，將之刪除並不會造成商標圖樣的實質變更，惟申請人不同意刪除，故作成核駁處分。



## ● NanoNature

使用於顏料、紡織工業用染料、油漆、水泥漆等商品，指定商品未限於經奈米處理者，又刪除「奈米」及英文「Nano」後，商標圖樣僅餘「天然」與「Nature」字樣，為商品的相關說明，整體商標不具識別性，故予以核駁。

### 5.3 純粹資訊性的事項

依一般商業習慣，商品、包裝容器或提供服務之物件除標示商標外，尚會包括製造、代理或經銷者的電話、傳真、地址、商品訂購資訊、成分標示、重量（淨重）、製造日期、營養成分表以及其他純粹資訊性事項，此主要係基於法令規定或行銷需要，對於商品所為的附加說明，不會成為在消費者心中留存商業印象之商標的一部分，故不屬於商標圖樣的內容，且該等純粹資訊性事項會使商標圖樣複雜，並增加行政作業建檔的困擾，應於刪除後，始得註冊。

此外，<sup>®</sup> 與 TM 標誌亦為不屬商標圖樣的純粹資訊性事項，因為<sup>®</sup> 為註冊之意，通常標示於註冊商標右上方，用以表示商標已取得註冊，於商標取得註冊後始得標示，而 TM 為「商標」之意，表示標示者主觀上欲將特定標識作為商標使用，亦常標示於註冊商標或尚未取得註冊之商標的右上方，<sup>®</sup> 與 TM 係分別用以標示已註冊及已註冊／尚未註冊的商標，因其本身並非商標的一部分，必須於刪除後，始得註冊。

申請案例：



● 使用於黑豆、泡菜、豆漿、肉類及肉類製品，商標圖樣左下方代理人資訊、電話、傳真、地址，及右下方的品名、成分、重量、保存期限、有效日期、保存方法與營養標示等，屬商品純粹資訊性的事項，應予以刪除。



● 使用於潤餅、潤餅皮、咖啡飲料、紅茶飲料等商品，「潤餅」為部分指定商品的通用名稱，無須聲明不專用；® 為註冊商標的標誌，為純粹資訊性的事項，應刪除後始得註冊，故申請人檢送刪除後® 後的商標圖樣



，即可取得註冊。

## 6. 聲明格式

過去聲明不專用格式為：「不專用事項」不在專用之列，惟商標註冊係就整體具有識別性的商標取得權利，並未就商標圖樣中單獨不得註冊部分取得權利，而「不在專用之列」用語，無法充分表現出商標圖樣中聲明不專用部分，係該註冊商標未取得商標權的部分，為利商標權人及第三人理解聲明不專用記載之內涵，本基準修改聲明格式

為：本件商標不就「不專用文字」文字／「不專用圖形」主張商標權。至於數個應聲明不專用事項、古體／簡體中文及外國文字的聲明、複雜背景文字／圖形的聲明方式，則臚列於下，以供遵循：

### 6.1 數個應聲明不專用事項的聲明方式

當商標圖樣中有數個應聲明不專用事項時，為明確區分各個應聲明不專用的內容為何，應將各不專用事項以頓號隔開，例如若有 3 個應聲明不專用事項，聲明方式為：本件商標不就「不專用事項 1」、「不專用事項 2」、「不專用事項 3」主張商標權。

核准案例：



使用於泡菜、醃漬小黃瓜、鹽薑、醬瓜商品，「曾」為姓氏，雖經設計，仍能辨識出原來的文字，故應將「曾」與「JUST FOOD」一併聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「曾」、「JUST FOOD」文字主張商標權。



使用於化粧品、人體用清潔劑、香料、茶浴包等商品，「五感覺醒」及「SLOW LIFE SLOW SKINCARE」應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「五感覺醒」、「SLOW LIFE SLOW SKINCARE」文字主張商標權。

### 6.2 僅就特定類別或部分商品／服務應聲明不專用的聲明方式

商標中特定事項是否具有識別性，必須與指定商品或服務一併觀察始能判斷，且商標中說明性或其他不具識別性的事項，可能因申請

人的使用，以致在特定類別或部分商品／服務產生識別性，故若商標圖樣中特定事項僅在部分類別或部分商品／服務不具識別性，且屬有致商標權範圍產生疑義的情形，可就特定類別或商品／服務聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「不專用文字」文字／「不專用圖形」於特定類別（商品／服務）主張商標權。

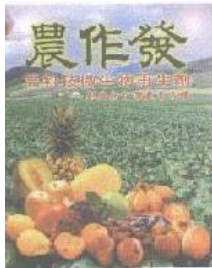
核准案例：

- 「度小月東坡」使用於第 29 類「果凍、仙草凍、愛玉凍、茶凍、肉乾、肉酥、肉脯、肉鬆、肉醬、肉燥」等商品。蘇軾，號東坡居士，不僅是北宋著名的文學家，還是一位精於烹飪的美食家，曾經說過「無竹令人俗，無肉令人瘦」，「東坡肉」係依其「慢著火少著水，火候足時他自美」的烹調經驗烹製而成，為杭州名菜，「東坡」使用於肉類商品具有說明性，聲明方式為：本件商標不就「東坡」文字於「肉乾、肉酥、肉脯、肉鬆、肉醬、肉燥」主張商標權。

### 6.3 大部分商標圖樣不具識別性的聲明方式

產品的商業設計為其呈現給消費者的整體視覺印象，以之申請註冊時，雖然整體商標圖樣傳達一定的商業印象，但通常大部分的商標圖樣為不具識別性的文字或圖形，具有識別性的部分僅占極小的比例，為簡潔聲明方式，以清楚標示出商標權利範圍，聲明方式為：本件商標不就「識別性事項」以外的文字（圖形）主張商標權。

核准案例：



- 使用於植物用微量元素肥料、液體肥料、微生物土壤改良素等商品，商標圖樣包含不具識別性的背景圖形以及「高科技微生



物再生劑創造新台灣農業奇蹟」說明文字，聲明方式為：本件商標不就「農作發」以外的文字、圖形主張商標權。



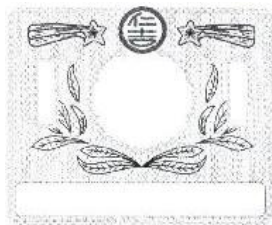
● 使用於啤酒商品，聲明方式為：本件商標不就「HEINEKEN」以外的文字主張商標權。



● 使用於化粧品、乳液、護膚乳液、敷面膜等商品，聲明方式為：本件商標不就「Hisamitsu」、「Lifecella」以外的文字、圖形主張商標權。



● 使用於巧克力商品，聲明方式為：本件商標不就「meiji」以外的文字、圖形主張商標權。



● 使用於醋、黑醋、白醋、調味用水果醋、調味醬等商品，聲明方式為：本件商標不就「仁吉」以外的圖形主張商標權。



## 6.4 古體及簡體中文字的聲明方式

商標圖樣包含以古體或簡體中文表現之不具識別性文字，若有致商標權範圍產生疑義之虞時，應聲明不專用，聲明方式為：本件商標不就「不專用之中文（古體字／簡體字）」主張商標權。當應聲明不專用的文字中有部分簡體字與繁體字的字型相同時，因其仍屬簡體中文，為避免複雜，仍將之作為簡體字，以前述之聲明方式處理。

核准案例：



使用於中藥、西藥、營養補充品等商品，聲明方式為：本件商標不就「天然健康素」、「藥（古體字）」文字主張商標權。



使用於金融之分析、資本投資、金融之諮詢顧問、儲蓄銀行、金融之評估等服務，「基金」為服務內容的常見說明，無須聲明不專用，「持信 抱樸 存諧 潛修」為不具識別性的標語，聲明方式為：本件商標不就「持信 抱樸 存諧 潛修（簡體字）」文字主張商標權。



使用於中藥材、草藥、藥用酒、中藥品、人體用藥品等商品，標語「寸金豈止寸光陰」，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「寸金豈止寸光陰（簡體字）」文字主張商標權。

## 6.5 外國文字的聲明方式

商標圖樣包含不具識別性的外文，且有致商標權範圍產生疑義之虞，應將該外文聲明不專用，經考慮國人及相關競爭同業對外文的理解程度，及電腦系統輸入法之限制，聲明方式依語文別分為下列情形：

英文為國人普遍熟悉的語言，不列出中文翻譯，通常無礙同業的理解，且本局電腦系統可接受英文之輸入法，故直接將英文聲明不專用即可，無須列出其中文翻譯，聲明方式為：本件商標不就「不專用之英文」文字主張商標權。

英文以外之外國文字，未能廣泛為國人所理解，若屬本局電腦系統可接受輸入法的情形，例如日文，聲明方式為：本件商標不就「不專用之外文（語言：中文翻譯）」主張商標權；若非屬本局電腦系統可接受輸入法的情形，例如韓文、阿拉伯文，聲明方式為：本件商標不就「中文翻譯（語言）」主張商標權。

核准案例：



使用於穀製乾點棒、麵包、各式餅乾、蛋糕等商品，「BAKERY DELIGHT」有糕點輕食之意，為指定商品的說明，且為同業及公眾經常用於說明指定商品，無須聲明不專用；標語「A WHOLE NEW FOOD SHOPPING EXPERIENCE」則有全新食品購買經驗之意，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「A WHOLE NEW FOOD SHOPPING EXPERIENCE」文字主張商標權。



使用於被褥、棉被、床單等商品，標語「楽しいワ- クライフをお約束いたします」為「想要約定快樂的工作人生」之意，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「楽しいワ- クライフをお約束いたします（日文：想要約定快樂的工作人生）」文字主張商標權。



使用於按摩、芳香療法服務、健康溫泉浴場服務等服務，西班牙文標語「DONDE EL AGUA ES VIDA」為「有水的地方就有生命」之意，應聲明不專用。聲明方式為：本件商標不就「DONDE EL AGUA ES VIDA（西班牙文：有水的地方就有生命）」文字主張商標權。



● 궁중비책

使用於嬰兒食品、嬰兒食品（不含嬰兒乳狀麵粉）、嬰兒乳狀麵粉等商品，聲明方式為：本件商標不就「Oriental Formula for Babies」、「皇家秘傳（韓文）」文字主張商標權。

## 7. 其他事項

### 7.1 經通知聲明不專用而未於期限內回覆的處理

商標圖樣包含不具識別性的部分，若屬有致商標權範圍產生疑義之虞的情形，依法須聲明不專用，申請人必須就該部分聲明不專用後，始得註冊，故若申請人於收受核駁先行通知書後未於所定期限內就是否同意聲明不專用回覆，則該部分申請人即有可能認為具有識別性而欲主張專用，故本局將予以核駁註冊；申請人若有不服，就該部分是否具識別性，應依行政救濟程序最終確定結果以為斷。

## 7.2 註冊商標中未聲明不專用的文字，在後申請時為不具識別性文字的處理方式

商標圖樣中包含之事項是否有不具識別性的情形，係以審查時作為判斷時點，若在後商標註冊申請案，以已註冊商標的文字作為商標圖樣的一部分，而前案於申請註冊時，並未以該文字不具識別性聲明不專用，惟若依後案審查時的客觀事證，該文字確實為說明性、通用名稱或有其他不具識別性的情形，或該文字於後案係結合其他文字一併使用，該文字本身已非商標圖樣的主要識別部分，而僅是商品或服務的相關說明，且後案商標無致相關消費者混淆誤認之虞，則可取得註冊，商標權人或第三人尚不得僅以前案已經核准註冊或未聲明不專用的事實為爭執。惟該部分既包含於在先註冊商標中，且未經聲明不專用，後案商標取得註冊，而未以有致相關消費者混淆誤認之虞予以核駁的理由並不清楚，在先商標權人可能仍以為其就該不具識別性文字具有排除他人使用的權利，且在後商標權人及其他競爭同業可能不瞭解該部分已不具識別性，為明確表示後案商標中的相關文字不具識別性，在後之商標權人須將該部分聲明不專用，始能取得註冊。

例如，「好幫手」於 90 年 1 月 16 日註冊於流理台、瓦斯爐、飲



料機、暖爐等商品。於 96 年 6 月 27 日申請註冊於流理台、熱水器、飲料機、暖爐等商品，雖商標圖樣中有「好幫手」，並指定使用於與前述「好幫手」註冊商標相同及類似的商品，惟「居家好幫手」使用於指定商品，有表示該等商品可幫助家居生活更為方便適意之意，為指定商品效用的說明，因後案商標無致相關消費者混淆誤認之虞，可取得註冊，惟為明確表示「居家好幫手」不具識別性，應將之聲明不專用，始能核准其註冊。

「省電達人」於 95 年 5 月 1 日註冊於省電器、節省能源器、開關、變壓器等商品。「達人」為日本表示專家用語，後來，經國人大




量使用，97 年以「省電の達人」提出申請註冊於電動打蛋機、電動削果皮機、洗衣機等商品時，一般人均理解「省電の達人」即「省電的專家」之意，為指定商品具有省電功能的說明，因在後申請商標無致相關消費者混淆誤認之虞，可取得註冊，惟為明確表示「省電の達人」不具識別性，應將之聲明不專用，始能核准其註冊。

### 7.3 聲明不專用後因使用取得識別性

說明性或其他不具識別性的部分在前案經聲明不專用取得註冊，其後，若該部分經使用取得識別性，商標權人另案以之作為商標或商標的一部分提出申請時，得依關於後天識別性的規定核准註冊（商 29 II）或無須再就該部分聲明不專用，並不受前案不專用聲明的拘束。

A DIAMOND IS FOREVER

例如，「DE BEERS」使用於鑽石、寶石、裝鑲鑽石之鐘錶等商品，「A DIAMOND IS FOREVER」為鑽石恆久遠之意，為商品的說明性廣告用語，該標語經聲明不專用後，於 90 年取得商標註冊。其後該商標於市場大量使用，「A DIAMOND IS FOREVER」取得後天識別性，後案「A DIAMOND IS FOREVER」指定使用於寶石與半寶石、鐘錶及計時儀器等商品，即無須再聲明不專用。

### 7.4 商標中具有識別性的部分不得聲明不專用

商標中具有識別性的部分，有指示及區別來源的功能，一般而言，申請人沒有將之聲明不專用的道理，若申請人將具有識別性的部分聲明不專用，可以請申請人說明，若該聲明是出於申請人的錯誤認知，應告知無須為不專用的聲明，申請人並得撤銷該聲明的意思表示。

實務上，有申請人將商標圖樣中與註冊或申請在先商標構成近似



的識別性部分聲明不專用，希望藉此取得註冊，惟該部分既仍存在於商標圖樣上，即不能避免消費者產生混淆誤認之虞，故申請人不能將圖樣中與在先商標構成近似的識別性部分聲明不專用以取得註冊。

### 7.5 無致商標權範圍產生疑義之虞的部分雖經申請人聲明不專用，仍不予公告

聲明不專用制度之目的在於使商標權利範圍明確，故商標圖樣中包含之不具識別性部分，有致商標權範圍產生疑義之虞者，始須聲明不專用。不具識別性部分若無致商標權範圍產生疑義之虞，即無聲明不專用的必要，申請人將該部分為不專用之聲明，雖非法所不許，但為避免造成外界判斷「有致商標權範圍產生疑義之虞」的干擾，該部分將不公告於商標公報。

### 7.6 混淆誤認之虞的判斷應整體觀察

商標混淆誤認之虞的判斷是以消費者的角度來觀察，而呈現在商品或服務相關消費者面前的是商標的整體圖樣，而非割裂後以各部分分別呈現，故商標間是否存在混淆誤認之虞，在判斷商標近似時，必須就商標圖樣整體觀察，商標圖樣中不具識別性的部分，不論其屬有致商標權範圍產生疑義之虞並經聲明不專用，或無疑義之虞而未經聲明不專用，其本身雖非商品或服務的識別部分，但於商標整體比對時，仍可能影響商標近似與否的判斷。



例如 使用於滾輪、滾筒（機械零件）等商品，商標圖樣中之「ROLLER」使用於機械商品有滾子、滾輪、滾筒之意，為前述



商品之通用名稱，無須聲明不專用即可取得註冊。後案以KINGROLL使用於滾輪、滾筒、滾筒（機械零件）等商品，整體觀察，「KING ROLLER」



與「KINGROLL」分別為二商標的重要識別部分，均有相同的「KINGROLL」文字，雖有「ER」有無之差別，惟其外觀與發音僅有微小的差異，屬近似之商標，且均使用於滾輪、滾筒等類似商品，有構成消費者混淆誤認之虞，故前案之「ROLLER」雖不具識別性，後案仍被核駁註冊。