

東南亞國家商標制度與發展現況之研究

2022/5/31 商標權組更新

東南亞國協近年來尋求將會員國（印尼、馬來西亞、菲律賓、泰國、新加坡、汶萊、柬埔寨、寮國、緬甸、越南）進一步與全球經濟及世界貿易體制整合，進而促進區域經濟成長及減少貧窮。其目標在於加強東協區域整合，並進一步提升與調和東協區域智慧財產權創作、保護、管理與執行之制度，以符合國際智慧財產標準與最佳實務。

由於東協區域個別國家之間不同的生活水準，尤其是各國經濟與人口規模、文化與語言、經濟發展（柬埔寨、寮國、緬甸尚屬於低度開發國家）具有差異，東協在該區域整合商標制度與實務作法上遭遇不少挑戰。各國的歷史嚴重影響其立法傳統，最終影響其商標法令結構與內涵。

本報告係針對東南亞諸國之商標制度與實務操作予以介紹，其中部分內容以印尼、馬來西亞、菲律賓、泰國、越南為主。

壹、商標一般資訊

東協並無統合之區域單一智慧局或區域單一商標制度，更沒有具強制力的區域商標制度調和法令存在，只有各國的內國商標制度。東南亞國家之商標制度多採「註冊主義」，意即先申請註冊者取得商標權。馬來西亞則為其中之例外，該國採「使用主義」，意即先使用者取得商標權，但有趣的是，於該國申請註冊商標時，卻無須證明已使用欲申請之商標，或者提出相關聲明。

不論是採「註冊主義」或是「使用主義」，各國法令皆未要求商

標須經註冊才能實際使用，但菲律賓要求用於藥品、化妝品、菸品或工業用化學品等特定商品領域之商標，須先申請註冊方能使用於該等商品上。

在案件無須補正、無人提出異議的情況下，一般申請到註冊所需時間，在菲律賓約需 3 至 4 個月；馬來西亞約需 12 個月；泰國約需 12 至 18 個月；越南約需 15 個月；印尼則最久，約需 24 到 36 個月。

東南亞國家普遍為聯合國（United Nations，簡稱 UN）、世界智慧財產權組織（World Intellectual Property Organization，簡稱 WIPO）、世界貿易組織（World Trade Organization，簡稱 WTO）等國際組織成員，多有簽署巴黎公約、與貿易有關之智慧財產權協定（Agreement on Trade-Related Intellectual Property Rights，簡稱 TRIPS 協定），部分國家並簽署商標法條約、尼斯協定（商品服務分類）、維也納協定（商標圖形分類），以調和商標與其他智慧財產權法制上的形式及實體要求、作業方式與保護水準。商標國際註冊馬德里制度也逐漸地在東南亞國家拓展適用範圍，菲律賓與越南早已是馬德里聯盟會員，其中菲律賓僅適用議定書，越南則是協定與議定書皆有簽署之國家；馬德里議定書已於 2017 年 11 月 7 日在泰國正式生效，印尼則是在 2018 年 1 月 2 日生效，但國內施行細則似乎仍待生效；馬來西亞亦已於 2019 年 12 月 27 日，正式加入馬德里國際註冊制度。

貳、可作為「商標」之標識

各國商標法令規定不同，若作為商標申請之標識性質，不符合法律定義之「商標」，或不符合可註冊規定之條件，則該標識無法作為商標申請註冊。

若標識不符合「商標」規定之定義，或所申請標識明顯不可作為商標，會直接駁回商標註冊申請。於此情況下，各國智慧局不會針對絕對或相對不得註冊事由進行實體審查。

為了要發揮商標功能，標識必須可感知。理論上，人的五感（視覺、聽覺、嗅覺、觸覺、味覺）可感知的任何標識都可能在交易中具有區辨商品或服務的商標功能。然而，各國商標法制與實務限制標識作為商標的可註冊性，並要求標識須符合以下兩種之一：

- 標識為視覺可感知（visually perceptible）者，或
- 若允許非視覺可感知之標識註冊，該等標識可以圖文表示（represented graphically）。

一、視覺可感知之標識

TRIPS 協定允許 WTO 會員以標識須視覺可感知者作為註冊要件。菲律賓與越南尚未開放以非視覺可感知的標識作為申請註冊。

若該國法律規定此條件，則由非視覺可感知標識所構成的任何商標註冊申請案都會遭到駁回。尤其是由聽覺或嗅覺感知的標識，因該等標識非視覺可感知，即不能註冊。如此規定排除了「聲音」與「氣味」商標的註冊，也排除由觸覺或味覺感知的標識註冊。

如果該國法律要求標識為視覺可感知者，縱使非視覺感知的標識可以視覺方式呈現，也無關緊要。因為以視覺方式呈現，並無法改變該等標識作為商標使用時，在交易過程中並非以視覺感知的先天性質。

視覺可感知標識通常為平面標識、顏色或立體標識，以下分述

之。

(一) 平面標識

1. 文字、字母、數字、符號、標語

這種標識只包含能夠讀的部分，包括由一個或多個文字（不論有無意義）、字母、數字或可辨識的符號，或其聯合式，包括標語及廣告用語。

這些類別的標識，有些在東協成員國的國內法中，可能有不同的稱謂，有些並沒有明訂於法律；有些將標語及廣告用語視為「文字組合」，因此得作為商標註冊。

這種標識可能以「標準」字體或以任何字母系統的特殊、獨創、非標準的字體表示，也可能有一種或多種色彩。但不包含任何圖形元素、外框或背景。

文字商標也包括由個人簽名所構成的標識，不論該等簽名係屬真實或虛構。這種標識通常具先天識別性。

2. 圖形標識

這種標識由一個或多個平面圖形部分所構成。可能表現實際存在的生物（動物、花朵等）、實際存在或虛構的人或角色（肖像、卡通人物等）、實際存在或想像出來的物體或生物（太陽、星辰、山巒、飛碟、龍等）。也可能由獨創的、抽象的或幾何的形狀、圖案、標誌或其他刻意創造出來的平面形狀所構成。

東南亞國家一般消費者所不了解或認為無意義的符號及字體，會視為圖形標識，或具圖形成分的標識。圖形標識可能有一種或多

種色彩，但不會包含任何文字、字母、數字或符號。

3. 圖文組合標識

這種標識由一個或多個文字、字母、數字或符號，結合一個或多個圖形標識或非文字成分的標識所構成。圖形可能具體化後成為文字的成分之一（舉例來說，以太陽圖形取代字母「O」），或與文字相連，或疊在文字上，或成為背景或外框。

非圖形的部分（文字、數字等）可能以「標準」字體表示，或以特殊、獨創的字體表示，且可能有一種或多種色彩。

(二) 顏色

單一顏色（顏色本身，*color per se*）或兩種或多種顏色的抽象組合，無任何特定形狀、輪廓或其他明確成分或特徵的方式，意即以任何可能想得到的形式提出申請者，都不會符合明確定義「註冊客體範圍」所要求「清楚、明確與一致性」之條件。

因此，由抽象單一顏色所構成的標識，或由兩種或多種顏色，以任何想得到的組合或形式構成的標識，不能視為商標。

兩種或多種顏色的組合須以特定形狀或輪廓加以定義，或結合成單一、固定且一致的圖樣。單一顏色要視為商標，至少須以特定形狀加以定義，或有明確、清晰的輪廓，然而印尼、菲律賓、泰國、越南均不接受單一顏色商標註冊。

(三) 立體標識

立體形狀為「視覺可感知」的標識，且能以「圖文表示」，因此，立體形狀原則上應可作為商標註冊。

為註冊之目的，以下幾種立體標識可以用來區辨：

- 緊接在商品上或用於服務過程中之物件形狀，而可用來區辨的商標；
- 成為商品或其部分之形狀，或具體化用於服務過程中配件之形狀，而可用來區辨的商標；
- 商品之容器、包裝紙、包裝盒等形狀或與服務有關配件之形狀，而可用來區辨的商標。

1. 緊接在商品上的物件形狀

立體設計不是具體化為商品（意即非商品形狀本身，亦非其部分形狀），或沒有直接接觸商品（不是容器、包裝紙、包裝等），但是用來作為與特定商品或服務相關的外部物件者，若無其他核駁事由，可作為商標註冊。舉例來說，小玩偶掛在酒瓶頸部，或置於提供該等商品的店鋪門口，對相關商品或服務，應具有商標功能。

2. 具體化為商品或其部分之形狀

商品形狀是「視覺可感知」的標識，且可「圖文表示」，因此商品形狀原則上應可作為商標註冊。欲作為商標註冊之形狀，可能是商品整體或其特定部分形狀。然而，該等標識仍需符合作為商標註冊的通常要求，尤其是識別性、非功能性的要求。

3. 容器、包裝紙、包裝盒等之形狀

商品容器、包裝紙、包裝盒等形狀或外觀是「視覺可感知」的標識，且可「圖文表示」，因此，這些形狀、外觀或商品的外部裝置，原則上應可作為商標註冊。然而，該等標識仍需要符合作為商標註

冊之通常要求，尤其是識別性且非功能性的要求。

(四) 動態標識與全像圖

動態標識與全像圖可作為商標註冊，因其為「視覺可感知」的標識，且可「圖文表示」。

動態商標是指對公眾傳達視覺或影像訊息中，可用來區辨商品或服務的一段影片或短片。它無法實際附著在商品上，但可以用於行動電話等行動裝置、或以網路為基礎之服務等，以區別數位商品與服務。全像圖是一種圖形標識，讓標識看起來像立體，並取決於觀看的角度而有變化。實際上，其為有動態效果的平面圖形標識。

目前馬來西亞接受動態或全像圖商標之註冊申請；印尼及越南尚不接受動態商標申請註冊；菲律賓及泰國則是動態商標與全像圖商標都還未開放。

(五) 位置商標

位置商標是用於商標所區辨之商品特定部分或特定位置的圖形、圖文組合、顏色或立體標識。該等商標由商標權人持續一貫地以固定尺寸，或相對於商品尺寸的固定比例，用於其商品的相同位置。

審查人員對於廣泛主張商品上位置本身之申請，意即沒有指明該位置有什麼圖文存在，一般會以功能性為由不准註冊。商品表面上可以貼附商標的所有位置都具有先天功能性，如賦予排他占用為商標，

將影響工商正常經營。競爭同業有自由利用該等表面位置的必要性，因此，應該保留業者能自由使用。

然而，如將圖形、圖文組合、顏色或立體商標限制用於申請指定商品的位置，則可註冊為商標。如申請人已限制商品特定位置只會使用特定商標，該限制就不會成為不准註冊的事由。然而，仍應符合註冊之實質要件。

尤其，限制位置的標識，在指定商品或服務上必須具有足夠的識別性，相關公眾必須能將該標識視為商業來源的指示，而非僅是商品外觀、設計或裝飾。不僅如此，申請標識之特徵與其限制之位置，應清楚呈現在所送之商標圖樣上。

二、非視覺可感知—圖文表示

如果東南亞國家內國法律未限制僅能將「視覺可感知」之標識註冊為商標，人的基本五感（視覺、聽覺、嗅覺、觸覺與味覺）可感知的標識，原則上均可註冊為商標。然而，即使接受非視覺可感知之標識，能否註冊仍先取決於是否可以圖文表示。因此，由非視覺可感知的標識所構成之商標得否註冊，將由該標識之圖文表示而定。

雖然以圖文表示為商標註冊之形式要件，包含視覺可感知商標。但若非為視覺所感知的標識，其圖文表示性就很重要。依此要求，若標識沒有令人滿意的圖文表示方法，該標識就不得註冊。申請人遵守有關圖文表示的條件規定極為重要。

圖文表示係指申請註冊為商標之標識，應以清楚、明確、完整、客觀、持久及易於理解的方式表示。圖文表示的方法應穩定、明確與客觀。圖樣如隨時間變化、或可能有不同主觀解釋的表示方式，應不

符合所謂客觀的定義。這種模稜兩可的方式，對商標權人以及其競爭同業而言，在法律上會造成不確定性。

可接受的圖文表示方式，應足夠清楚、使人能完整理解商標的特徵，以及商標註冊後得主張及受保護的範圍。

圖文表示的作用，在於定義商標範圍，以決定註冊所涵蓋的明確內容。相關資訊必須持久與客觀，以便在註冊案有效期間內得以確立商標權範圍。

圖文表示必須以看得見的平面形式表達與呈現，意即必須以印刷在紙張上，或可印刷於紙張上的字體、符號、圖形或線條...等方式表示。

實際之圖文表示，將依據標識的本質以及對該標識的感知而定。如前所述，菲律賓與越南尚未開放以非視覺可感知的標識申請註冊。以下說明其他東南亞國家智慧局決定以圖文表示非視覺可感知標識的方式，例如由聽覺、嗅覺、味覺與觸覺標識，是否適當且可接受。

(一) 藉由聽覺感知的標識

當標識由可用樂譜清楚與準確表示的旋律、叮噠聲、音調、歌曲或其他音樂性質的聲音所構成，申請時應提出樂譜以滿足圖文表示的要求。

當標識是由無法以樂譜清楚與準確表示的非音樂性質之聲音所構成，且依法可接受該種標識註冊時，審查人員得要求提出頻譜圖的圖文表示，以及隨電子申請提出或以標準電子格式提出相對應的電子聲音檔案（錄音檔）。例如泰國與馬來西亞就可接受文字描述或頻譜圖、搭配錄音檔之聲音商標申請註冊；印尼則僅接受由樂譜搭

配錄音檔之聲音商標申請註冊。

(二) 藉由嗅覺或味覺感知的標識

僅能經由嗅覺或味覺感知的標識，無法以足夠清楚、明確、完整、客觀、持久及易於理解的方式圖文表示之。印尼、馬來西亞與泰國都不接受以嗅覺或味覺申請註冊為商標。

以化學式表示可產生特定氣味物質，無法讓審查人員辨識該氣味。由於每次要進行比對時都必須產生該物質，此種表示方式欠缺「易於理解或取得」特性。

產生該氣味的實際材料樣本並非「圖文」表示，通常既不穩定，又不持久。商標局沒有能力接受與貯存該等樣本或材料，因此欠缺「易於理解或取得」特性而將有礙註冊。

以文字描述該氣味無法認為是客觀的呈現方式，因該描述可能提供個人的、或主觀的不同理解。

當前並無國際認可的客觀氣味分類方法，可應用在商標註冊上。

(三) 藉由觸覺感知的標識

藉由觸覺感知的標識可用於區別所提供之商品或服務，特別是針對視力受損的消費者，但也能針對一般消費者發揮區別功能。

如觸覺商標由所指定特定商品或其包裝、或指定服務所涉物品的物理特徵所構成，則商標得以圖文表示。

有關立體商標的判斷標準也適用於觸覺商標。觸覺商標同樣也須滿足有關識別性與功能性等一般條件，但東南亞諸國未有明確表示可接受觸覺商標註冊者。

參、送件申請

於東南亞各國申請商標時，通常都須先提供申請人國籍、名稱與地址、商標圖樣、指定商品或服務，並繳交申請費，才能取得申請日。印尼並要求須提供商標描述，商標包含拉丁文字以外文字者，則須附上印尼語音譯與意譯，才能取得申請日。至於優先權主張，則大多要求在申請時提出。

於欲申請註冊國家無住所之申請人，通常須委任當地之商標代理人，並檢附委任書。馬來西亞則有商標代理人之註冊制度，並要求未居住於馬來西亞，或於該地進行主要商業活動之申請人，必須委任一名已註冊的商標代理人，來為其提出商標註冊申請並辦理在馬來西亞智慧局的有關程序。

其他申請要件包括：印尼須於申請時提出商標所有權聲明（declaration of entitlement to the mark）；馬來西亞須於提出申請後1年內，提交商標善意所有人聲明；泰國則要求申請人聲明有實際使用或有使用意圖。菲律賓之使用聲明則非申請要件，屬於權利維護之要件，將於廢止部分詳細介紹。

商品與服務名稱與分類方面，東南亞各國大多採用尼斯分類；泰國不完全採用尼斯分類，但遵循尼斯分類原則。各國申請商標皆可指定服務，且皆可指定有明確定義之零售服務。至於是否可提出一案多類申請，以及所涉及之規費計算，列舉數國規定如下：

- 印尼：可一案多類申請，電子申請規費按類計算，若係微中小型企業，每類 50 萬印尼盾，一般企業則為每類 180 萬印尼盾。

- 馬來西亞：可一案多類申請，規費按類計算。若所指定之商品或服務係從馬來西亞智慧局（Intellectual Property Corporation of Malaysia, MyIPO）公告之核收清單選出，規費為每類 950 馬幣；反之，在並未採用公告核收清單之名稱的情形，規費為每類 1,100 馬幣。
- 菲律賓：可一案多類申請，規費按類計算。申請費小企業每類菲律披索 1,200 元，大企業 2,592 元；審定公告費（供他人提出異議）小企業每案 900 元，大企業 960 元；註冊公告費同審定公告費率；發證費小企業每案 570 元，大企業 1,200 元。
- 泰國：可一案多類申請，規費按類計算，申請費 1 類指定商品或服務數量 5 個以下，每個商品或服務 1,000 泰銖，超過 5 個則固定為 1 類 9,000 泰銖；註冊費則為每個商品或服務 600 泰銖，超過 5 個固定 1 類 5,400 泰銖。須注意該國於申請階段無法申請分割。
- 越南：可一案多類申請，每件商標註冊申請案所需繳納之基本規費大約是 100 萬越南盾，具體之細項包含：
 - 申請規費：每件 15 萬越南盾
 - 申請案公告費：每件 12 萬越南盾
 - 商標程序審查費：每一商品/服務類別 55 萬越南盾，如該類指定超過 6 項商品/服務，自第 7 項開始，每項需加收 12 萬越南盾
 - 商標實體審查檢索費：每一商品/服務類別 18 萬越南盾，

如該類指定超過 6 項商品/服務，自第 7 項開始，每項需加收 3 萬越南盾

各國智慧局皆設有網站，提供線上檢索、電子申請等功能，以下列舉部分智慧局名稱及網址：

- 印尼智慧局（Directorate General of Intellectual Property，簡稱 DGIP，印尼文簡稱 DJKI）首頁網址為 <http://www.dgip.go.id/>
- 馬來西亞智慧局（Intellectual Property Corporation of Malaysia，簡稱 MyIPO）首頁網址為 <http://www.myipo.gov.my/>
- 菲律賓智慧局（Intellectual Property Office of Philippines，簡稱 IPOPHL）首頁網址為 <http://www.ipophil.gov.ph/>
- 泰國智慧局（Department of Intellectual Property，簡稱 DIP）首頁網址為 <http://www.ipthailand.go.th/en/home-eng.html>
- 越南智慧局（National Office of Intellectual Property，簡稱 NOIP）首頁網址為 <http://www.noip.gov.vn/web/noip/home/en>

肆、審查

商標審查通常可區分為形式審查與實體審查等 2 部分。形式審查係指就申請要件、商品或服務名稱與類別等部分進行審查，其中申請要件依各國要求有所不同，已如前述，但至少都包含是否採用正確之申請表格、委任代理人者是否檢附委任書、是否已繳足規費等；商品或服務名稱與類別之審查，通常都要求符合分類原則、名稱至少應達清楚指明且可理解之程度，詳細操作上則依各國實務而有差異。

實體審查方面，則通常可區分為絕對不得註冊事由與相對不得註冊事由之審查。東南亞諸國之商標絕對不得註冊事由，通常包含違反公序良俗；無識別性；圖樣包含國家、省份、區域、地區或國際組織之名稱、旗幟或標誌；有使相關消費大眾誤認誤信商品或服務的性質、品質、產地之虞的欺騙性標識等。以下針對識別性、欺騙性標識、國家與官方標識、公序良俗等絕對不得註冊事由之審查，以及相對不得註冊事由之審查，予以詳細介紹。

一、識別性

對一個註冊為商標的標識，於交易中使用於商品或服務時應具有識別性是基本要件。意即該標識必須可以在交易過程中用來區辨商品或服務。

欲註冊為商標的標識，其識別性必須依個案指定使用之特定商品及服務情況而定。識別性亦須考慮商標所涉之公眾，即相關公眾對該標識的認知。每個商標申請案都須依個案情形評估商標的識別性。

欲註冊為商標的標識，其欠缺識別性可能起因於：

- 標識之組成特徵，使一般消費者難以理解或察覺其實際上係作為商標使用，或一般消費者無法理解或認知該標識意圖作為商標；或者
- 該標識與於交易過程中使用於特定商品或服務間之關係，或標識使用時之法律、社會或經濟環境。

(一) 無法理解或認知為商標之標識

不為相關公眾所察覺或認知，或無法使消費者理解為指示商業來源之標識，可能無法註冊為商標。

要將標識視為商標，必須從所使用之商品或服務上分別出來，而被識別為一「特徵」。如標識無法獨立且有別於其所欲識別的商品或服務，則該標識無法用來區別商品或服務。例如，認為標識是商品本身平常的外觀或商品本身的設計，即屬之。

下述標識的類型推定為無法使消費者認識為指示商業來源的標章：

- 簡單圖形；
- 複雜或難理解的標識；
- 顏色；
- 單一字母與數字；
- 立體形狀；
- 裝飾圖案及表面設計圖樣；
- 常見符號、標記；
- 簡單廣告用語。

1. 簡單圖形

當商標由簡單幾何圖形所構成，缺乏能賦予特殊外觀、或於交易中吸引消費者注意的任何特徵，則該標識通常不具識別性且無法發揮商標功能。

同樣狀況亦適用於排版印刷符號、驚嘆號（！）、問號（？）、百分號（%）或「and」符號（&），以及類似的普通、無識別性的常見符號。

2. 複雜難理解的標識

難以理解或過度複雜成分所組成的標識，於交易過程中使用時，將同樣難以使一般消費者認定為商標，或難為消費者所識別或記憶。東南亞國家的一般公眾，例如越南民眾，可能難以理解由阿拉伯文、西里爾字母、梵文、中文、日文、韓文或其他文字之字母或字體寫成的文字標識，使得該等標識欠缺在交易中區別商品及服務之功能，因此無法註冊為商標。

當標識由難以理解的文字，結合具識別性之圖形成分所構成，該組合可認定具識別性。然而，審查人員可能要求申請人針對難解的文字提供音譯或意譯。

3. 顏色

(1) 單一顏色

抽象的單一顏色（顏色本身），以無任何特定形狀、輪廓或其他明確成分或特徵之方式，意即以任何可能想得到的形式提出申請者，在東南亞諸國不得註冊為商標。主張抽象單一顏色，等同於主張該顏色的概念。該等標識不符合為明確定義註冊客體範圍所要求「清楚、明確與一致性」之條件，無法在交易中用來區辨商品或服務。

此外，以抽象的單一顏色提出申請，可能過度限制同業提供與申請註冊指定同類型商品或服務時，使用顏色的自由。如此會干擾合法交易而有違公共政策。

單一顏色在交易中可能以多種形式呈現，公眾通常不會將其視為商標。一般而言，消費者不會僅根據商品或其包裝容器之顏色來識別商品的商業來源，而是會尋找文字或其他圖形標識，來區辨特定商

品或服務。

在某種程度上，抽象的單一顏色通常不是品牌識別的方法，實務上推定具有功能性。意即單一顏色實際上僅為商品或服務的裝飾、或呈現具有吸引力的外觀，不認為可指示商業來源。

因此，僅由單一顏色本身所構成的標識，審查人員會推定不具有商標功能而不准註冊。為了獲得註冊，該顏色必須由具體形狀所定義，或有明確的輪廓。

當單一顏色使用於特定商品或與服務時，如於例外情況下，該顏色非常獨特或引人注目，則可能克服識別性問題。例如將「螢光粉紅」使用在通常是黑色的汽車輪胎上作為品牌，可能認定具識別性。

如果單一顏色經由使用於交易中而取得識別性，則亦可能克服識別性問題。此種特殊情況必須證明，且舉證責任歸於申請人。

然而，就使用之商品，若基於慣例、或者基於固有的技術本質、或商品本質，認為具功能性的顏色，將無法經使用取得識別性，此時審查人員不會核准該等顏色申請註冊。

特定顏色的功能性，可能來自特定商品業界的慣例或技術標準，例如將紅色使用於滅火裝置及設備，或於電子線路特定組件的顏色代碼。

單一顏色的功能性亦可能來自其技術或物理性質。例如將黑色使用於如內燃機引擎或馬達等特定商品，該色具有熱反應特性，而為提高熱輻射性能所必要。

此外，在特定商品或服務交易中習見的顏色，或是來自商品本質的顏色，會認定具功能性。任何第三人使用單一顏色的競爭需求，

將導致該顏色具功能性，也是註冊顏色商標的障礙。

(2) 抽象的顏色組合

若申請註冊的標識由兩種或多種顏色、以任何能想像到的組合或形式所構成，則該等顏色實際使用時可能有多種不同組合或形式。此種情況下，將無法使一般消費者察覺或回想起這些顏色的任何特定組合。這些可能的變化會給商標帶來不確定的保護範圍。競爭者將無法預測商標權人在交易中使用該商標的方式，且競爭者在使用上難以避免與該顏色組合發生衝突。此種不可預測性，將使東南亞國家智慧局無法事先建立明確的商標保護範圍，而產生無法接受的法律不確定性。

因此，由兩種或多種顏色、以抽象與未明確定義的組合所構成的標識，無法在東南亞諸國註冊為商標。為了能註冊為商標，該等顏色組合必須由特定形狀或輪廓所定義，或以單一、已決定且始終一致的組合加以呈現。

在印尼、馬來西亞、菲律賓、泰國等允許顏色組合註冊之東南亞國家，如顏色組合經由於交易中使用而取得識別性，可能克服識別性問題。申請人負有舉證責任，必須於個案中證明此種特殊情形。然而，如果該顏色組合商標具有功能性，則無法經使用取得識別性，該顏色組合將無法註冊。

例如，在洗碗機用洗碗錠或洗潔劑商品上，於每層使用不同顏色為業界經常用於表示該商品含有不同活性成分的說明方式。在此種特定情況下，不同顏色所代表的涵意將導致該顏色組合具功能性，而在相關商品或服務無法申請為商標。

4. 單一字母及數字

單一字母或單一數字可能符合識別性要件而得註冊為商標。如果字母或數字以特定形狀、風格、顏色或顏色組合呈現，而沒有其他不得註冊事由（例如使用於特定商品或服務時具通用性或說明性），則具有先天識別性而可註冊。

單一字母或數字若以標準字體呈現，亦即，其圖樣缺乏任何特殊形狀、風格、顏色或顏色組合，則在東南亞諸國（例如泰國）智慧局商標審查上，通常推定為缺乏識別性。單一字母及數字若具有相當識別性，且沒有其他核駁事由（例如在特定商品或服務上屬通用或說明），則可能核准註冊。

5. 立體形狀

立體形狀若為具有識別性之標識，則可註冊為商標，除非法律排除立體商標的註冊。多數東南亞國家原則上均承認立體形狀之註冊可能性。

不具識別性之商品外觀形狀、商品的一部分、或商品包裝或容器，若結合具識別性的標識，則會認為整體組合有識別性。組合中具有識別性的部分，將使整體具有識別性，即使組合中的某些部分不具識別性。舉例而言，由一般的瓶子與貼在上面的具識別性標籤所構成的立體商標即是如此。

由平面圖樣表示立體形狀所構成的標識，會視為立體形狀加以審查，意即以平面圖樣表示的立體形狀，若該立體形狀不得註冊於指定的商品時，則審查人員不會核准該商標註冊。

若消費者認識商品本身、商品的一部分、商品包裝或容器等立體形狀，並將其當作指示商業來源之標識，則該立體形狀應滿足可作為商標之識別功能。相反地，當立體形狀標識無法指示所使用商

品或服務之商業來源，無法區別商品或服務時，該立體形狀無法註冊為商標。

此種標識，與其說基於公眾之認知，通常不會將商品本身或其包裝或容器等外觀形狀，當成傳達商業來源資訊的標識為基礎進行審查；倒不如說，通常僅會認為商品外觀形狀是商品的設計、或是用來使商品更能吸引潛在消費者的裝飾或美學的表現。審查人員會以缺乏識別性為由不准註冊。而證明消費者已將商品外觀形狀認識為商標，而非僅為商品設計的舉證責任，在申請人身上。

需要提醒的是，商品設計本身可以依設計專利的法律獨立保護，有時候也可能當成著作權法中的應用美術著作保護。設計專利與實用物品的視覺外觀或外表相關，而非傳達物品商業來源或其出處的資訊。依設計專利法律規定，不管是已註冊或未註冊的設計，都可以給予其所有人在商業上專用該設計的權利，但該等權利僅能存續一段有限時間，之後該設計就歸屬公眾領域。

與設計專利不同的是，包括立體商標之註冊商標權，只要在法定期間內延展，就可以無限期維持有效。因此，從公共政策的重要性而言，商品外觀形狀的專屬排他權應該透過設計專利制度予以保護，只有在該商品外觀形狀明顯具有可指示商業來源之識別性時，才可以獲得商標法的保護。

有關所需識別性部分，立體商標可能基於下列事由而不准註冊，且無法藉由使用取得識別性加以克服：

- 商品形狀為常見、普遍或是源自商品之性質；
- 該形狀具有功能性或是技術效果。

(1) 常見、普遍或是源自商品性質之商品形狀

作為識別的商品外觀或其包裝或容器形狀，如係源自商品（或服務）性質的形狀所構成，則無法作為商標註冊。同樣地，當形狀係由商品常見形狀或其常見包裝容器形狀所構成，或者為產業中常見與商品相關的形狀，則該形狀無法註冊為商標。

至於商品包裝及容器如為商品常見的呈現方式及包裝容器的普通形狀，且缺乏任何識別標識，或未加上任何足以識別之特徵，則無法註冊為商標。然而，如果不具識別性的包裝或容器，含有具充分識別性的標識，而讓該組合具有識別性者，就可能註冊為商標。

不常見、非典型的容器形狀，審查上會認為有足夠識別性而可能核准註冊。相反地，若形狀直接源自商品本身、或難以與相關商品的自然或常見的形狀相區辨，由於所有在市場上以相關商品交易為業的競爭者，都需要能自由使用與其商品相同或近似的形狀，而不會受到任何個別競爭者主張的阻礙，因此該等形狀必須避免由私人獨占。若將交易上常見或必要的形狀授予商標排他權利，將導致商品之不當限制競爭，以及對經濟與公眾都不樂見之後果。

再者，商品常見或是普通的形狀，無法讓消費者在進行商品購買決定時認識。商標要具識別性，商品或其包裝容器的形狀在相關交易上，必須與普通、常見或必要的形狀有顯著的不同。該形狀必須明顯脫離通常可預期或使用於商品的外觀形狀，而且能使消費者意識到該形狀係為商業來源的指示標識。

然而，當具識別性的標識附加在不具識別性的商品外觀形狀上，此種組合應認定具有識別性。

(2) 具有功能性或是技術效果之形狀

商品或其包裝容器的形狀，如果係功能性考量或產生了技術效果，包括任何在生產或製造過程上的經濟效益或是實用優勢，則該等形狀無法在交易過程中區別相關商品或服務，也無法發揮商標功能。審查人員不會核准該等立體形狀註冊，無論使用的商品或服務的類型為何。

因應功能性或具有技術效果或優勢的形狀特徵，相當於「技術解決方案」或「發明」。就公共政策的重要性而言，對於因技術決定的形狀，應該只能透過專利制度（包括新型專利保護）授予專屬的智慧財產權，該制度有適切的法定條件和要求，以評估是否對該種形狀授予專屬權利。

專利制度對技術解決方案的保護需滿足特定條件，並禁止對不符合該等條件的技術授予專屬權利。此外，准予專利後，其專利期間一般不會超過標準的20年，之後專利中所揭露的技術就歸屬公眾領域。如果具有技術效果的商品形狀透過商標制度取得排他權利，則技術解決方案（發明及新型專利）將可以藉由延展商標註冊，繼續無限期地由私人掌握。此種對具功能性形狀的永久占有，將與藉由儘速將技術解決方案歸入公眾領域，而致力促進新科技之傳播與取得的公共政策背道而馳。

如果形狀的主要特徵具有功能性，即使該形狀包含其他非功能性或非技術性的特徵，審查人員仍不准其註冊。任何情況下，當形狀的基本要素含有與商品相關的技術上、經濟上、商業上或是實用上的效果，則認該形狀具功能性，就不會核准註冊。

特別是在下列情況下，審查人員會認該等形狀具功能性：

- 為達商品使用之預期目的必要形狀，或為商品的人體工學

形狀；

- 為達商品於製造或組裝過程更有效率或更經濟的形狀（例如藉由節省材料或能源）；
- 有利於商品運輸或儲存的形狀；
- 賦予商品更好的強度、性能或耐用性的形狀；
- 讓商品與其他商品相容或連接的形狀。

在專利文件或技術文獻中公開揭露及請求的形狀，如係與商標指定商品類型相關的形狀，會視為具功能性，因為推定專利文件中的請求項為技術解決方案。

以形狀具功能性為絕對不得註冊事由，無法透過證明經使用取得識別性而加以克服。即便事實上消費者已將功能性形狀認識為指示商品來源之標識，或認為具有識別性，該形狀也無法註冊為商標。

如果形狀因具有技術效果或是功能優勢（包括在製造、組裝、運輸、或商品使用之預期目的等階段）之功能性而反對註冊，即使有提供相等功能、相同效果或相當優勢的其他可用形狀，仍無法克服。

提供抓地力、摩擦力、或其他物理或技術效果的表面花紋，是種不適宜註冊為商標的功能性形狀。即使該等表面花紋可能賞心悅目或有裝飾功能，也無法排除功能性之認定。

能增加商品本身價值的形狀也具功能性，應該讓所有競爭者得以使用，此舉符合促進競爭、防止壟斷具經濟價值形狀的公共政策，因競爭會促使更大量的商品，以更便宜的價格提供給公眾。

舉例而言，寶石（gems and precious stones）的切割形狀使其反射光線的效果更好，或看起來更明亮，能增添寶石本身的價值。事實上，寶石特有的切割形狀是決定該等商品商業價值的重要因素之一。未賦予正確形狀的寶石，將會失去其商業價值。此種形狀具有功能性的原因，是由於如果給予寶石不同形狀，該商品將無法發揮預期功能。

6. 花樣與外觀圖案

花樣通常應用於特定商品外觀或紡織材料、織品（格子花呢）、衣服、壁紙、磁磚、餐具、皮革製品或其他類似商品的表面。這些花樣通常公眾不會視為指示商品或服務來源的商標，而僅是讓商品更具吸引力的裝飾性設計。

商品表面花樣通常作為商品設計，而讓消費者視為商品本身的一部分，無法與所附加的商品本身相區隔及分離，而成為指示商業來源的標識。該等花樣無法發揮商標功能，審查人員不會核准其註冊。

同樣地，消費者通常不會將壁紙、餐具、桌布及類似商品的花樣視為商標，而是當作裝飾性的商品設計。然而，此事由可藉由申請人證明該花樣經使用在特定商品或服務的交易中取得識別性，且能有效發揮商標功能加以克服。

7. 常見的標籤及外框

有些標籤及外框於一般或特定產業交易上屬普通習見，因此公眾無法視為指示商業來源的特定標識。如果具識別性的標識（文字或圖形）嵌入基本標籤或外框中，或者兩者並列，所產生組合標識具識別性而整體可准註冊。

然而，標籤或外框如果在交易上並非普通或常見，或是包含具足夠識別性的部分或特徵，則可認為具識別性。

8. 簡單廣告用語

簡單的廣告或促銷用語及口號，通常含有商品、服務或業者的普通銷售訊息或資訊，無法視為指示商業來源之標識。該等用語或口號不具識別性且不能發揮商標的功用，審查人員不會核准其註冊。

若用語包含有關宣稱使用商品或服務的好品質或優點，則屬常見或讚美性質的敘述。該等用語無法視為商標，而是普通的推銷話術，因此缺乏足以註冊為商標之識別性。

相反地，當用語或口號因其意涵、所選用的文字或結構獨特或引人注目，可能視為具足夠的識別性，如下列情況：

- 包含兩個以上的意涵，且第二個意涵於所廣告的商品或服務為隱諱、不顯著或不常見的詞句；
- 以不常見的方式運用文字，呈現雙關語或俏皮話的口號；
- 包含意義上令人驚訝或有預料以外的轉折意涵的詞句；
- 呈現矛盾或是需經一番努力解釋的口號；
- 有讓人容易記憶的特別押韻的詞句；
- 有獨特語法的詞句。

(二) 通用、慣用與必要標識

1. 通用、慣用或必要文字

當一個標識僅由或實質上由特定商品或服務的通用、慣用、常見、

科學或技術上的名稱所構成，此種標識不應由任何個別交易者作為區別該商品或服務的商標加以占用。該等名稱必須讓所有競爭同業得以自由使用，使其能正常交易並且不受第三人排他權利所拘束。

該等名稱如依相關業界、消費者與一般公眾的理解，只是通用性地來識別商品與服務本身，這些名稱讓業者實際上能用消費者得以理解的方式提供資訊。審查人員在評估此事由時，會將該名稱所使用的特定商品、服務或其種類納入考量。在特定種類商品或服務中常見或通用的名稱，於不同種類的商品或服務上，可能具有高度的識別性。

此事由不僅適用於商品或服務的普通或標準名稱，也適用於變得常見或慣用的名稱，或者在東南亞特定國家，對相關族群中相當比例的人而言，在語言上已獲得新意涵的名稱。例如，年輕族群傾向發明或創造新穎的表達方式，來命名特定的商品或服務，這個現象非常普遍。因此，審查人員會以該特定國家、族群、當地所用語言為背景，進行地區性評估。

除了普通與標準的名稱之外，商品或服務於科學及技術上之名稱，也無法註冊為相關商品或服務的商標。雖然一般公眾對於該等名稱並不熟悉，但是在知情的業界中以及專業的消費者（如醫生、軟體開發商、電子工程師...等）以及他們的供應者，亦有需要於交易時能夠不受限制地使用這些科學及技術上之名稱。

2. 植物品種名稱

由植物品種保護制度提供保護植物品種之名稱，是通用名稱中的特例。受保護的植物品種，會搭配保留用來稱呼該品種植物與材料的

特定品種名稱。植物新品種保護國際聯盟（UPOV）公約規定，受保護品種必須以一個「名稱」稱呼之，此即為其通用名稱。各締約方必須確保，即使在育種者權利屆期之後，仍沒有人能取得阻礙將品種名稱自由使用於該品種的任何權利。

於數個國家中申請登記植物品種時，必須在所有國家採用相同名稱。任何人想要銷售或行銷受國家保護的品種繁殖材料，即使在育種者品種權屆期之後，仍必須使用該材料的特定品種名稱。意即受保護植物品種名稱，不應由任何人註冊為該品種相關商品的商標，即使是該品種經登記的植物品種權人。若商標使用於涉及植物品種的商品（種子、穀物、水果），必須要能清楚地認識並與品種名稱相區別。

東南亞各國的植物品種保護法，通常包含關於品種名稱的類似規定，審查人員不會核准由品種名稱所構成，且指定使用於該特定品種相關商品之商標註冊。

3. 藥用物質國際非專屬名稱－INN

針對具有實際或潛在藥理活性的特定化學物質，由世界衛生組織（WHO）列為「藥用物質國際非專屬名稱」（international non-proprietary names，又名INN），這些名稱是通用技術名稱的特例。

INN 用於表彰藥物，或活性藥物成分。每個 INN 都是獨特、經國際公認且屬公共財的名稱，即為通用名稱。為利全球利用 INN，WHO 將之正式列入公眾領域，因而屬於「非專屬」。該等名稱可以毫無限制地用來指認藥物的本質。

若申請註冊商標之標識，全部或包含或實質上與 WHO 建議或提議的 INN 相同的用語所構成，且欲使用於藥品或醫療用品，審查人

員不會核准其註冊。

4. 通用、慣用、或必要的圖形標識

特定圖形標識於全部或特定商品或服務，會因慣例或習慣產生特定意義，而為相關業界與一般消費者或相當比例之消費者廣為知悉。如同商品或服務的習見或通用名稱，該等圖形標識於一些商品或服務方面，即無法發揮商標功能。

(三) 說明性標識

1. 一般說明標識

若商標僅由或者主要由該商標所涉相關商品或服務之說明或可推定為說明的標識所構成，則於該商品或服務無法註冊。

商品或服務的說明性標識，在該等商品或服務上不能發揮商標功能，因為對使用相同說明的其他商品或服務，該標識無法作為區別不同商業來源的識別元素。該等說明用語，對於所有交易者對消費者稱呼該商品及服務，或於廣告行銷時，必須能方便使用，且不會受個別競爭者阻礙。因此，以公共政策的重要性而言，該等說明用語應讓所有人於市場經營時得以自由使用。

依相關公眾或消費者的認知，如標識為提供欲註冊商品或服務有關資訊，會認定該標識具說明性。該等資訊尤其可能指涉商品或服務之性質、種類、主要內容、品質、地理來源或出處、數量、尺寸、功能、用途、價格或其他相關特性。

若標識與商品或服務的某些特徵間僅有暗示性之關連，或者與相關商品或服務的某些特性間僅具間接關係，該等標識在註冊上就不會認具「說明性」。

為確認標識是否為說明性，東南亞諸國的商標審查人員會參考該標識對其國內相關消費者之通常意義與理解。如同通用和常見名稱，此事由會以該國當地語言與消費者對該標識的認知為背景加以評估。

外國語言的說明性用語，會基於東南亞國家相關消費者對該等用語之認知程度與理解進行評估。當外國語言，或以外國語言表示的特定用語或詞句，在東南亞國家廣為人知者，則與國內語言表示之用語一樣適用相同的核駁事由。

2. 說明文字

若標識由一個或多個文字所構成，該等文字尤其是說明特定商品或服務之性質、主要內容、品質、數量、尺寸、功能、用途或其他特性，審查人員不會核准其註冊。

為了認定「說明性」，該文字必須與商標所使用之商品或服務一併考慮。有些用語不論所使用之商品或服務為何，皆屬說明性，例如與價格或者尺寸有關的文字（參見前例）。在其他情況下，某些商品或服務為說明性文字，在其他商品或服務上具有識別性，因而得以註冊。例如，「喜劇」（COMEDY）一詞，於電視節目或廣播服務作為商標申請時，應具說明性，然而，同樣文字作為商標使用於衣服或化妝品，則具有識別性。

3. 說明文字的拼字變化

文字的說明性，並不會因為簡單改變其標準拼法、誤拼或者使用同音字而得以克服。說明文字的同音字，也會認定為說明性。

然而，若文字的拼字變化或誤拼，對於相關的消費者而言為引

人注目、驚奇或者容易記憶，該新文字可創造出商標所須的識別性。例如變化後事實上改變了文字的意義、引出了替代性意義或者雙關語、或需要消費者花點腦筋，才能理解與該文字原本含意間的關聯性等，都是可能的情況。

4. 說明性文字部分

有些詞語經常作為形成其他文字組成的部分、字首或字尾，且有常見的說明性或資訊性意涵，或經常用於特定國家的語言中，或常見用於一般商品或服務，或相關商品或服務上，不能作為商標註冊。此種文字部分不能由私人占用。由於該等文字部分具說明特性，無論在一般或特定的商品或服務上，既不具識別性，也不具商標功能。

此事由必須以東南亞國家消費者及使用當地語言者對其特定的理解納入考量，也需要評估該國相關消費者對於英文、中文等外國語言的熟悉與使用程度。

此外，針對說明性文字，如果申請人可以證明特定文字部分經其在市場上使用，而取得識別性，並在特定商品或服務已有效發揮商標功能，則可排除本核駁事由。

5. 說明文字的組合

僅僅是說明或通用名稱的組合，無法排除說明性之認定。兩個文字在相關商品或服務中，分別為說明性或通用名稱者，其組合通常會認定具說明性。因此，若兩個或多個說明性或通用文字的組合，使用於所說明的商品或服務，審查人員仍可能不准其註冊。

然而，說明性文字結合具有識別性的文字或文字部分，將使該

組合整體成為具識別性。特別是，若該說明性文字結合相同申請人的在先註冊商標，使用於相同的商品或服務時，通常能避免具說明性。

同樣地，一個或多個說明性文字結合具有識別性的圖形部分，將使該圖文組合標識變得具有識別性。

另外，文字組合如屬不常見或獨創，且創造出足以跳脫文字原有字面意義的印象，可能認定具足夠的識別性。如果兩個或兩個以上說明文字或文字部分的組合，其組合本身係屬獨創，則該等組合可能變得具備足夠的識別性。

6. 地理說明標識

(1) 一般考量因素

地理性標識為指示或傳達地理來源概念之名稱、用語、圖形或其聯合式。地理名稱包括任何地理位置之名稱，不僅指行政區劃，亦包括河川、山脈、沙漠、森林、海洋、湖泊...等地理或地形現象。

一個含有地理名稱或具地理意涵圖形部分的標識，或以之構成的標識，可能具有足以區辨的識別性，而能在商業上發揮商標功能。然而，當地理標識使用於特定商品或服務，可能為說明性時，此種情形則無法註冊該標識。

地理性標識之說明性應依據下列主要因素進行評估：

- 國內相關領域之公眾，知悉或認識該標識為地理名稱、或該標識指示某一地理位置之程度；
- 該領域之公眾將該地理性標識指示或說明地點，與申請案

指定商品或服務聯想在一起之程度。

倘若一地理性標識尚未為公眾知悉，或雖知悉但不會將其認知為所指定商品或服務之真實或可能之來源地，則不會認定該標識具地理說明性。但地理名稱之形容詞態則等同地理名稱，同樣用以判斷得核准註冊或以具說明性為由核駁註冊。

(2) 獨創性、任意性或暗示性的地理性標識

當地理名稱無指向特定商品的可能或不盡然是來源地，或無法因為該商品或服務的地理來源，而將該地理名稱視為商品或服務任何特性的說明時，則不應認定該地理名稱為地理「說明」，亦不應對此提出反對。同理亦適用於僅為暗示特定地點或來源地之名稱。

若地理名稱與指定商品間為任意性、獨創性或僅屬暗示性之關聯，則未說明其商品製造或生產之地理位置，於交易中即能適當發揮商標功能。

城市、地區、省分或其他地點的地理名稱，若非國內相關消費者或業界所知悉，或不會、不可能當成商標所用商品或服務來源地、生產地或提供地的地理名稱，則不會視為具地理說明性，而可能註冊為商標。此可藉由證實於相關交易或商業慣例中，是否知悉或習用該地理名稱而加以確認。

(3) 圖形化地理標識

標識本身為著名建物、建築、地形地標及其他圖像，或含有該等圖像的圖形化或圖文組合標識，若其明確指涉特定地理出處，則該等標識即具備指示地理來源之功能。針對相關商品或服務，該等圖形標識會以處理地理名稱及用語之相同方式看待。國家之輪廓、形

狀或地圖，倘能清楚辨識，也會視為地理說明標識。

為了決定圖形化或圖文組合的標識是否可能為地理說明性，或導致地理性之誤認誤信，東南亞國家之商標審查人員，會針對申請案指定之商品或服務，考量相關消費者對於該地理性標識之理解及認知。

(4) 指示真實地理來源或關聯之地理標識

有些地理標識指示真實的地理來源或地理關聯，其可能來自創立的起源地或當前商業活動之所在地。當該等標識經使用取得識別性或第二層意義時，則可能核准註冊商標。

關於包含國名或由之構成的標識，在法律有規定的情況下，審查人員可能要求申請人提供經該國主管機關同意註冊商標之證據。

申請人如與申請註冊商標所包含之地理位置毫無關聯，而該標識屬說明性或可能導致誤認誤信，審查人員可能不准其註冊。針對說明性問題，申請人可提供取得識別性之證據加以克服。

7. 讚美詞句及其他標識

讚美用語表示對相關商品或服務滿意或優越的特性，直接或指向其所形容或說明之商品或服務。無論讚美詞句是否為真實、可驗證、推測、誇大、無法想像或完全錯誤的，都會視為說明性用語而不准商標註冊。圖形標識也可能認定為具讚美和說明性，但僅有普遍、正面含義，但未直接「說明」商品或服務的用語，不會視為因其目的而具說明性。

8. 說明性廣告詞句與口號

如果廣告詞句或口號具說明性，則無法作為商標註冊。意即當該詞句直接向公眾傳達跟商品或服務相關的資訊，特別是涉及商品或服務性質、種類、品質、用途、商業價值、成本或其他特性之情形。

若廣告用語或口號以讚美或其他方式說明、讚頌商品或服務之真實或宣稱的品質、優點或其他特性，則適用讚美用語的核駁事由。但藉由包含具有足夠識別性的文字或圖形部分，可能使說明或讚美的口號或詞句具有識別性。

9. 說明性圖形標識

圖形標識對特定商品或服務如屬說明，則於該等商品或服務無法註冊為商標。此與說明性文字標識適用相同的基本原理。

當圖形標識由相關商品或服務外觀所構成，或不足以脫離該外觀所表達之意涵，則會認定該等標識為說明性。如果圖形清楚描繪出商品或服務之性質、種類、用途、目的或其他特性，則會以說明性為由不准註冊。

當圖形標識與相關商品或指定服務有關的物品通常外觀或形狀明顯不同，或以脫離該等商品或服務常見或相同的呈現方式加以設計，則該圖形標識不會視為「說明性」而可能核准註冊。同理適用於僅為暗示或引人聯想商品或服務特性的圖形。

(四) 人名和人像

1. 人名或公司名稱

商標可以全部或部分由個人姓名或如公司、有限公司、基金會或非營利組織（基金會、會社、合作社...等）等法律實體的名稱所構成，

亦可以由特定人物之肖像或畫像所構成。

人名（姓、名或全名）通常認定具有先天識別性，無論該名稱在該國的常見程度。在此情況下，將採用先申請先註冊之方式，並考量商標指定商品或服務範圍的相對性原則，意即某個人名可能由某人註冊為特定商品或服務的商標，而另一個人則可以在不同一、不類似的商品或服務註冊相同名稱。然而，菲律賓是其中的例外，該國原則上不准主要功能係作為姓氏使用之文字註冊為商標，除非申請人能證明該姓氏在特定商品或服務中已經其使用取得識別性，且有該姓氏之自然人出具書面同意，方得核准註冊。

只要名稱於指定商品或服務具有識別性的情況下，無論其表現方式或字型設計為何，可能標準字體、特殊字體或圖形，通常都可能註冊為商標。但東南亞部分國家，例如泰國與印尼，特別要求人名（全名）須搭配設計字體，或以特殊方式呈現，才能核准註冊。另外，若構成標識的名稱，與申請人的名稱不符，審查人員可能要求申請人檢附該名稱之本人或其法定代理人同意的相關證明文件。

同理適用於個人之肖像、畫像或外貌。標識由個人的畫像構成，應視為具有先天識別性，可以註冊為商標。使用人名、頭銜或畫像作為商標，特別是在世的著名人物，可能遭遇權利衝突，此與商標核駁、撤銷註冊的相對事由有關。

夙著聲譽或著名的已故人物名稱也可能註冊為商標，但基於公共秩序、道德或為紀念特定已故人物之尊重等理由，法律可能限制或禁止將其名稱作為商標註冊。此取決於東南亞諸國的傳統、歷史與政策、距該人物過世時間長短，以及該國公眾對該人物的認識和感情。為了其國內少數族群，或尊重該國所尊崇的人或具特殊地位的個人，也可能不准註冊。

法律實體的商業名稱，如公司、有限責任公司、基金會等，或非營利組織（基金會、體育會、合作社...等）名稱，使用於相關商品或服務上，如果具有識別性，可能是先天或後天識別性，可註冊為商標。公司的商業名稱中具有識別性的部分（特取部分），通常會作為公司之「母商標」或基礎商標用於商品和服務上。同理適用於組織和機構的名稱，其通常具有先天識別性而可能註冊為商標。但東南亞部分國家，例如泰國與印尼，特別要求公司、組織或機構之名稱，須搭配設計字體，或以特殊方式呈現，才能核准註冊。

2. 獨創名稱和角色

商標得由獨創的名稱或虛構角色的圖像所構成。該等標識因是特別是作為商標而創造，通常具有先天識別性。東南亞諸國之商標審查人員，如果對於名稱或角色構成的標識，是否為獨創或虛構存有疑問，可能要求申請人澄清或陳述。

(五) 由組合產生的識別性

當標識本身不具識別性，或是通用或說明標識，如與具有先天識別性的標識或部分合為一體，則可以避免核駁事由。在此情形下，係以該組合，而不是個別不具識別性的部分取得註冊。

為了使無識別性、通用或說明性標識可以獲得註冊，當該標識以具識別性的形式呈現，或結合具識別性的部分時，其形式或具識別性部分本身須具備足夠的識別性。當其組合或呈現方式之整體識別性不足，將無法排除不具識別性或說明性之核駁理由。

當消費者遇到由文字及圖形部分組合所成的標識，主要容易注意到文字部分，而非圖形部分。如果文字部分不具識別性，則圖形部分必須具有高度的識別性，才能將該組合提升至整體所需的識別性

程度。當圖形部分無法傳達任何「商標訊息」給消費者，將不能作為具識別性的標識，而該圖形部分與不具識別性文字部分的組合，即無法註冊為商標。

東南亞諸國之商標審查人員，採用以下規則評估不具識別性的文字標識，與圖形部分結合後是否具備足夠的識別性：

- 簡單改變文字的樣式、字型或顏色，不足以使標識變得具有識別性。
- 與無識別性文字部分組合的圖形部分，特別不得由以下情況所構成，因為該部分無法產生所須的識別性：
 - 單純、基本的形狀；
 - 裝飾性配件或者不相關的細節；
 - 背景圖形；
 - 相關商品、商品容器或包裝、或其銷售點的說明圖形；
 - 交易中常用、一般消費者不會注意且不會當成商標的外框、盒、標籤或形狀。

(六) 取得識別性

1. 取得識別性及第二層意義

不具先天識別性、為指定商品或服務一般、通用或說明性的標識，原則上無法註冊。由於所有的競爭者需要於交易過程中自由使用該等標識，因此無法發揮商標功能，且不能由任何特定業者獨占或控制。

然而，有些標識推定的核駁事由有可能加以克服，只要可以證明該標識在特定商品或服務上，已在市場上經使用取得識別性，且能有效發揮商標功能。

由於不具識別性、通用或說明性的標識，不能作為商業來源的象徵，所以無法核准其商標註冊，而前段所說的特殊情況，卻是這種規則的例外。如有證據顯示，儘管標識最初缺乏先天識別性，若消費者已認識其為商標，且能有效發揮指示特定商品或服務商業來源之功能，則該標識於該等商品或服務可以作為商標註冊。

標識取得識別性也可以稱為取得「第二層意義」，意即在特定的商品或服務上，該標識原本、普通的意義，已經由新的、「第二層的」、在消費者心中成為商業來源指示的意義所取代。第二層意義讓標識在市場上有效地發揮商標功能。

標識可以取得識別性，是因為將該標識作為商標，持續使用於特定商品或服務的結果，此可藉由商標所有人針對教育公眾與消費者，持續一貫的廣告與宣傳活動將該標識作為特定商品或服務的商業來源象徵來達成。

如同其他標識，後天識別性之評估應以相關消費者理解的語言加以考量，標識的意涵並可能隨東南亞國家所涉消費者的行業、商標所使用的商品或服務種類而有所變化。

然而，經使用取得識別性不適用於具有功能性、或者以技術效果或優勢為特色的標識。基於政策考量，該等標識必須保留使用之自由，不讓個別業者獨占。具有功能性作用或技術優勢的圖樣，其專屬排他權利僅能經由發明專利來取得（依東南亞各國制度，可能包含「小專利（petty patent）」或「新型專利（utility model patent）」）。

2. 證明取得識別性

申請人得主張取得識別性，以排除標識不具識別性、通用或說明性等不得註冊事由。申請人應負舉證責任，但審查人員可能採用從其他來源獲得之任何相關資訊，以補充申請人所提交的證據。

申請人必須證明在商標註冊申請時已經取得識別性，證據必須顯示，在申請註冊時，該標識於東南亞國家已經在相關商品或服務上具有識別性。

如同先天識別性，取得識別性須按照相關消費者真實或推定的理解能力評估。在此所稱針對標有該標識商品或服務的消費者，包括在該國內真實與潛在的消費者。

為了成功主張取得識別性，必須說服東南亞國家之商標審查人員，該國已有顯著比例的相關消費者，在所主張商品或服務上見到該標識時，將其看作識別來自特定企業之相關商品或服務的商標。換句話說，該商標的使用在相關公眾心中，已經創造與特定公司商品或服務的連結。

所有能表明標識於東南亞國家已經被認識為商標，且與特定商業來源有關的證據方法都可採認。證據類型通常包括但不限於以下：

- 在該國的營業額及銷售數據；
- 在該國的廣告投資數據；
- 消費者及市場調查；
- 商業公會及消費者組織的報告；
- 廣告活動的類型、範圍及程度的報告；

- 在媒體上進行廣告與行銷活動的證明文件；
- 型錄、價格表及商業發票；
- 經營報告。

證據應該包括於該國交易實際使用在商品或服務上的商標樣本。標識與其他商標一起使用的證據，只要消費者顯然已將欲註冊的標識當成指示商業來源者仍可採用，且應證明該標識已持續使用，或中斷使用具說明且屬正當事由。非連續性的偶爾使用不會使標識具有識別性或取得第二層意義。

審查人員會整體評估證據，因為單一證據不太可能清楚證明取得識別性或第二層意義。審查人員會藉可用的證據推斷，以得出實際上顯著比例的相關公眾已將該標識認識為商標的結論。

(七) 聲明不專用

雖然商標整體具識別性，即可能獲准註冊，然而其中若包含不具識別性之部分，可能須依各國規定聲明不對該部分主張專用權，才有可能獲准註冊。印尼、馬來西亞、菲律賓、泰國、越南等國皆有聲明不專用制度，但較值得注意的是，越南並無自願聲明不專用制度，而是由該國商標審查人員，依職權認定商標中哪些部分無專用權，並載於核准審定書中。

二、欺騙性標識

(一) 欺騙性標識的一般考慮因素

若標識使用在特定商品或服務上屬欺騙性或誤導性，則無法於該等商品和服務註冊為商標。

若標識用於相關商品或服務交易上，傳達有關該等商品與服務虛假或誤導性的訊息，則視為欺騙性。將標識使用在相關商品或服務，所傳遞的欺騙性或誤導性訊息，必須直接且明顯，尤其是指商品或服務的性質、主要內容、品質、地理來源或起源、數量、尺寸、功能、用途、價值或其他相關特性。如果標識只是喚起、暗示可能或推測的商品特性，東南亞國家的商標審查人員，可能不會以欺騙性為由提出反對。

對註冊提出反對之決定，不僅基於將標識使用於交易上，已實際欺騙或誤導消費者，也包括有欺騙或誤導消費者的合理風險或發生的可能。

審查人員基於以下假設，進行標識具欺騙性之評估：

- 商標所有人在使用商標時，不會故意去欺騙消費者；更確切的說，如果能以不欺騙消費者的方式使用標識，則可推定該標識將以不欺騙的方式使用。
- 一般消費者具有合理注意和謹慎的能力，不容易欺騙。只有在標識明顯與指定商品或服務性質相矛盾，且商標使用於相關商品或服務，消費者基於表面上意涵，並考慮通常的市場慣例與市場中消費者的看法，所產生的合理期待相違背時，才以欺騙為由不准註冊。

在運用前述第 1 個假設時，如果商品或服務名稱的包含範圍夠廣，可允許標識使用在該商品或服務而不會產生欺騙或是誤導，就符合第 1 個假設的情況，可能不具欺騙性。相反地，如果所列商品和服務名稱侷限於少數特定的商品或服務，而該標識在全部指定商品和服務都具有欺騙性或誤導性，則不會核准註冊。

在運用前述第 2 個假設時，當商標包含概念上與所用商品無關聯的詞彙，使用該商標時不會導致對該等商品的任何期待，則可能不具欺騙性。如果申請案指定於各種不同的商品和服務，審查人員僅會針對該商標使用的特定商品和服務，明顯具有欺騙性或誤導性者不准註冊，如申請人同意減縮指定商品或服務，僅保留其餘的商品或服務，商標申請就可能核准註冊。

(二) 地理欺騙性商標

標識中包含地理名稱或具地理意涵部分，且該部分可能誤導相關消費者有關商品或服務真實的地理來源或出處，則應核駁註冊。商品「真實」的地理來源可以從申請人申請時所列的商品和服務名稱（可能主動限縮來自指定產地），或基於相關領域消費者的常識及合理認知而得。

但是，如果東南亞國家的商標審查人員發現，對於其國內相關公眾而言，標識所包含的地理意涵夠強烈，足以傳達對商品來源的錯誤理解，審查人員可能不准其註冊，或要求申請人於其申請案附加限制條件（可能限縮來自指定產地）。

如果商標註冊後，其於交易時以欺騙或誤導消費者的方式使用，可依據適用法律採取其他行動，包括評定撤銷或廢止商標註冊，或禁止使用商標。

然而，當標識僅是喚起、暗示商品可能或推測的地理來源，審查人員就不會以欺騙性為由不准註冊。

有關圖形或圖文組合標識呈現可識別的著名古蹟、建築物、樓房或地形上之地標，該等標識依據一般消費者對其指定商品或服務的印象和看法，可能屬完全或部分欺騙性。如果商標中包含的圖像

所指向的特定國家、地區或地點，為指定商品合理的地理來源，然而商品名稱卻清楚指出商品來自於不同的來源地，則會視為該商標具有欺騙性。

(三) 標識指涉經官方認可之欺騙性

如果標識包含明確的指示、或清楚明白地暗示其商品或服務，經可辨識的公共機構、官方機關或法定組織正式授權或認可，則無法註冊為商標。

當商標指向虛構的機構，或是看來一般性地指稱經過官方認證、經過重要人物正式認證或經過一國官方認證（沒有指明經過什麼認證），東南亞諸國之商標審查人員並無足夠理由認定該商標為欺騙性。另一方面，如果東南亞國家內國法律，禁止第三人註冊含有特定名稱或縮寫的標識，即使申請人獲得了有關組織的同意，審查人員也可能不准註冊。

同樣的，當標識含有例如「ORGANIC CERTIFIED（有機認證）」等文字或由之構成，可能理解為表示其商品已經由某些官方主管機關檢驗符合有機生產標準。如果情況並非如此，審查人員不會核准該等標識指定在任何商品或服務註冊。

當申請商標註冊的標識，含有第三人註冊在先的證明標章、品質控制標識或表示符合標準之其他標識，或由之構成，審查人員不會核准其註冊。

三、國家與官方標識、徽記和其他標誌

(一) 巴黎公約 6 條之 3 的標識

含有官方標識、徽記和其他國家或國際跨政府組織標誌（symbols）

的標識，無法註冊為商標，除非申請人提出由該國家或組織同意註冊的證據。特別是以下所列的官方標識：

- 國徽；
- 國旗；
- 其他國家徽章；
- 品質管制與驗證之國家標誌及印記；
- 國際跨政府組織之名稱及縮寫；
- 國際跨政府組織之徽章；
- 國際跨政府組織之旗幟；
- 其他國際跨政府組織徽記；
- 對前述標識紋章學上的任何模仿。

本核駁事由是基於巴黎公約 6 條之 3 之規定，其係為針對國家標誌、徽章，與國際跨政府組織的名稱和徽記所建立的互惠通知程序。透過 6 條之 3 程序所通知的標識和徽記，可以在 WIPO 網站的 6 條之 3 線上資料庫找到。

各國智慧財產機關必須依職權保護已通知的標識或徽記，禁止未獲同意而把該等標識作為商標或為其部分申請註冊，除非該國已依規定方式通知拒絕保護該標識或徽記。國旗不需要通知，就能受保護。

適用本核駁事由時，會就申請案的全部指定商品和服務核駁其註冊。然而針對品質管制或驗證官方標識，審查人員可能僅就該官方標識指定商品或服務不准註冊。

審查人員會對任何包含可清楚辨認模仿受保護之徽記、旗幟或其他官方標識之圖形標識不准註冊。當標識含有受保護徽記、旗幟或官方標識的黑白模仿圖，如可辨認遭模仿標識之特徵，則該標識無法註冊。然而，全面改變旗幟顏色不會視為模仿，除非該旗幟含有不論顏色均可辨認的特徵（例如徽記、徽章等）。

當標識借用或啟發自國家徽章、並經設計重現之特定部分所構成，從紋章學角度觀察其意匠，不會認屬模仿。

(二) 其他排除作為商標之標識或徽記

除了巴黎公約 6 條之 3 的徽記或官方標識外，由特定國際條約或國內法規定保護的標識，未經同意不能註冊為商標或為其部分，如果申請人或其代表人（或代理人）沒有提交同意書，審查人員不會核准註冊。例如，商標如果含有分別受「保護奧林匹克會徽奈洛比條約」，和「1864 年 8 月 22 日通過改善戰地部隊傷者境遇日內瓦公約」保護的任何標識，無法核准註冊。

當東南亞國家的商標法或國家簽署的條約，禁止包含特定國家、區域或國際徽記和標誌的商標註冊，則該等商標無法註冊。

(三) 依法令排除註冊之標識

當法令限制或禁止含有特定名稱或其他成分的標識註冊時，審查人員不會核准註冊。該等限制是各個國家所特有，必須由東南亞諸國智慧局根據其國內標準決定。

舉例而言，以下為東南亞部分國家根據其國內法，對於含有已明列特定部分商標註冊之法令限制：

汶萊：

- 代表蘇丹王陛下（sultan 蘇丹為統治者、君主之意）、國家元首（Yang Di-Pertuan 馬來語中對國家元首的稱謂）或其他任何皇家成員或其任何假冒者；
- 任何可能誘導人民相信該申請者已經或近期接受皇家任命或授權之圖文；
- 蘇丹陛下、國家元首、女王之旗幟（standards）、盾形紋章（coat of arms）、官方印信；
- 汶萊國璽；
- 汶萊的盾形紋章；
- 聯合國組織的徽記、官方印信；
- 國王陛下頒訂的勳章、徽章、獎牌、臂章與裝飾物等；
- 國際刑警組織（Interpol）之徽記或官方印信；
- 汶萊行政機關之徽記、陣式徽、旗幟；
- 蘇丹王陛下與國家元首的名稱；
- 女王陛下的名稱；
- 國際刑警組織 ICPO 的名稱 — Interpol 或 International Criminal Police Organization。

馬來西亞：

- 「Bunga Raya（馬來語木槿）」一詞、木槿（hibiscus）圖像或其虛假的模仿圖；

- 指向馬來西亞最高元首陛下（Seri paduka baginda Yadi-Pertuan Agong）、國家統治者的文字、圖像或其虛假的模仿圖；
- 皇家宮殿、聯邦政府或州政府所有之建築、或任何其他政府之圖像或其虛假的模仿圖；
- 指向皇家紋飾、頭盔羽飾、紋章、勳章或其他高度近似以致有可能誤認之紋章圖案的圖像、格言或文字；
- 指向貴族、皇冠，或貴族、皇家、國家之國旗的圖像、格言或文字；
- 指向馬來西亞路、海、空、警之頭盔羽飾、紋章、勳章，或與前述高度近似以致於誤認之紋章圖案的圖像、格言或文字。

新加坡：

- 國家總統圖像或其虛假的模仿圖；
- 新加坡共和國徽章、總統的盾型紋章、或有關皇家紋飾、頭盔羽飾、紋章、勳章等或與前述高度近似以致可能誤認之其他紋章圖案的任何圖像；
- 皇家與帝王冠冕、新加坡國旗或貴族與皇家國旗的任何圖像；
- 「皇家（Royal）」、「帝王（Imperial）」、「總統（Presidential）」、「新加坡政府（Singapore Government）」文字，或其使用方式使人誤認申請人擁有

或已經取得皇家、總統或新加坡政府之資助、授權之任何文字、字詞或圖案；

- 「紅十字 (Red Cross)」、「日內瓦十字 (Geneva Cross)」文字；
- 或任何「紅十字」、「日內瓦十字」圖像，或任何具有紅色背景之白色或銀色瑞士聯邦十字圖像，或任何近似於前述之圖像；
- 文字「ANZAC (Australia-New Zealand Army Corps，澳紐軍隊)」。

泰國：

- 皇室之名稱或其首字組合圖案 (monogram) 或前述之縮寫；
- 泰皇、泰后或繼承人的圖像；
- 象徵泰皇、泰后、繼承人或皇室成員的名稱、文字、字詞或其它標誌。

四、公共秩序、公共政策、道德規範(一) 一般考量因素

首先應區別「公共政策」、「公共秩序」的概念，與「道德規範」的概念。

「公共政策」與「公共秩序」係指特定國家的一般法律框架，及在該法律框架下的基礎原理和目的。法律框架除了國內正式立法及施行的法規外，還包括國內通過的國際條約及其他國際承諾，以及判例法。這些法律來源反映並表達了該國的政策、基本原則及價值。

「道德規範」係指決定特定團體或社群行為的慣例與規範，為社會一系列公認的準則。這些準則及規範並未經過正式立法或有執行基準，而且會隨著時間改變，也會因為不同國家、或在國內不同地區或社群，而有明顯的差異。道德準則及規範反映了國內團體或社群想要維護的價值，且與通常不處理「道德」型態議題或細節的明確法規併行適用。

由於「公共政策」、「公共秩序」與「道德規範」的定義，完全屬於國內事項，僅能由東南亞各國智慧局判斷及決定。對於是否妨害公共秩序或現行道德標準的判斷，必須取決於該國現行的政治、文化以及宗教背景。此外，在個案中，如使用冒犯標識導致的憤怒程度，以及可能受標識影響的特定社群規模及階層等因素，皆會列入考量。

註冊申請案審查階段，如依國內背景認為該商標抵觸前述標準時，審查人員不會核准註冊。

(二) 特定議題

1. 商標本身性質

若東南亞國家的國內法有規定，而標識妨害該國公共政策、公共秩序或公認道德準則，則審查人員會不准該商標註冊。

當審查人員援引本事由核駁註冊時，會基於欲註冊為商標之標識，其本身妨害公共政策、公共秩序或公認道德準則而不准註冊。

在此種情況下，商品或服務的性質及其所涉的消費者背景具有較低的關聯性。不准註冊是因為選擇該標識這件事，即該標識經審查機關認定妨害公共政策、公共秩序或道德規範。如僅對商品或服務的銷售或相關領域消費者進行限制，並不能保證公眾其他成員，甚至並

非所針對的消費者，不會在交易過程中因為該標識的出現與使用而受到影響。

不是標識本身，而是標識之使用而導致問題的情形，也可以妨害公共政策、公共秩序或道德規範為由提出反對。東南亞特定國家高度尊重或限制使用的特定名稱、標誌或者圖像，屬於前述情形。將該等名稱（如國家英雄的名稱）、標誌（如宗教標誌）或圖形（如有宗教意涵的圖形）作為商標使用於在市場上交易的商品或服務，會認屬冒犯並妨害公共政策、公共秩序或公認道德規範。

2. 商品及服務的性質

以公共政策、公共秩序或道德規範為由核駁註冊時，東南亞諸國的商標審查人員，會注意巴黎公約第 7 條與 TRIPS 協定第 15.4 條之規定，即「商標指定使用商品或服務之性質，不得構成不准商標註冊之事由」。在商標審查的程序中，以上條文解讀為：申請註冊之商標，不能僅因申請案指定商品或服務中包含的特定商品或服務之性質而核駁。

這在實務上會防止商標因特定理由核駁註冊，尤其因商標申請當時該國法律或行政上所施加之限制，使指定使用商品或服務之一部或全部，無法在該國生產、進口、散布或以其他方式商業化時，不會以該理由核駁註冊。

例如，各國特別是基於安全、健康、及環境保護的理由，通常會以國家法令要求有些商品或服務在該國製造、進口、散布或以其他方式商業化之前，先依法核准或取得上市許可。在特定國家也有可能以法令嚴格限制或禁止特定商品的進口及散布，或特定服務之提供。

在此情況下，申請商標之註冊，應與指定商品或服務的生產、進口、散布或商業化分開且區別對待。即使後者不允許，但前者還是可能核准。

這意味著，商標如果不適用絕對或相對不得註冊事由，即使指定商品或服務的製造、進口、散布或商業化要事先許可，或為法律所全然禁止，或者在商標核准註冊時，尚無法在該國交易上使用該商標，該商標依然可以註冊。

五、相對事由

東南亞諸國的商標相對不得註冊事由，原則上與我國相差無幾，包括與在先申請註冊商標有混淆誤認之虞；減損著名商標識別性或信譽之虞；利用著名商標獲取不正利益之虞；與在先未註冊商標、在先地理標示、在先營業名稱、其他在先智慧財產權、人名或肖像、特定團體名稱與象徵等之衝突；惡意申請註冊等。然而，東南亞各國實際上於註冊申請階段能審查的相對事由有限，除了與在先申請註冊商標有混淆誤認之虞，可由各國申請註冊商標資料庫檢索比對外，大多需要利害關係人於後續異議或撤銷註冊階段處理。

值得一提的是，在以並存註冊同意書排除與在先申請註冊商標有混淆誤認之虞方面，各國實務作法相當不一致，印尼與泰國不接受以並存註冊同意書排除混淆誤認之虞，馬來西亞、菲律賓與越南原則上可接受以並存註冊同意書排除混淆誤認之虞，惟菲律賓強調其智慧局對於是否接受並存註冊同意書具有裁量權。

至於有關著名商標之認定，東南亞諸國原則上也不在商標申請註冊程序中處理。印尼須由法院於侵權案件中認定著名商標；馬來西亞可經法院於侵權案件中認定，亦可直接向法院聲請認定，或向馬

國智慧局申請註冊防護商標；菲律賓則須經該國智慧局法律事務組於兩造爭議案件，或法院於不正競爭案件中認定，且須為該國國內與國外均著名之商標，才能享有該國之著名商標保護；泰國原於 2005 年 7 月 19 日公告，可向該國智慧局申請註冊著名商標，惟該局已於 2015 年 9 月 9 日公告廢除該註冊規則；越南則有該國智慧局於行政程序中、法院於侵權或其他案件中認定著名商標。

六、加速審查

在商標註冊申請案加速審查制度方面，印尼、泰國與越南無加速審查制度；馬來西亞有加速審查制度，若符合以下要件之一，申請人得繳納規費，申請加速審查：(1) 此一加速審查申請涉及國家或公共利益；(2) 有侵權程序正在進行或有證據顯示存在與該申請中商標相關之潛在侵權情事；或 (3) 商標之註冊，係從政府或馬來西亞智慧局認可之機構獲取金錢利益的條件。如審查官認定個案符合申請加速查之事由且該商標可得註冊，復無異議案被提出，這樣的申請案，可以在提出加速審查申請書、繳納規費並附具理由後之 6 個月又 3 週內獲得註冊。然而，加速審查程序，並不適用於團體商標、證明標章及顏色、聲音、氣味、全像圖、位置或動態商標。

菲律賓亦有加速審查制度，加速審查之要求須於申請時一併提出，須繳加速審查費，且須有一定事由，包括已廢止商標權人或其受讓人重提申請；已拋棄、無法回復之商標申請案，申請人重提申請；短期內即將參加國內外展覽會；國內或國際組織、即將舉辦之運動賽事、宗教、社會、慈善或教育活動、資通訊基礎建設等之品牌圖形、名稱或縮寫等。

伍、異議

東南亞諸國多採註冊前異議制度，其事由亦皆包含絕對與相對不得註冊事由。然而，各國規定可提出異議之期間、異議人資格、途徑等不盡相同，以下分述之。

- 印尼：異議期間從完成形式與實體審查後公告日起算 2 個月，任何人皆可提出異議，但無法線上申請。
- 馬來西亞：異議期間從完成形式與實體審查後公告日起算 2 個月，任何人皆可提出異議，可透過線上申請。
- 菲律賓：異議期間從完成形式與實體審查後公告日起算 30 日，異議人可申請延長 2 次至 90 日，利害關係人、在先權利人、被授權人可提出異議，但無法線上申請。
- 泰國：異議期間從完成形式與實體審查後公告日起算 60 日，任何人皆可提出異議，且可於線上申請，惟須於線上申請後 15 日內檢送紙本，因此線上申請之效益較低。
- 越南：制度最為特別，異議期間從形式審查後公告日起、申請案准駁處分前，任何人皆可提出異議，其性質上較類似第三人在商標註冊申請過程中提出意見，但無法線上申請。

陸、註冊、延展與邊境保護制度

在商標註冊申請案經審查通過，無人異議、異議不受理或不成立之後，除印尼不收註冊費或發證費之外，馬來西亞、菲律賓、泰國與越南皆有收取註冊費及/或發證費。公告註冊之後，各國之註冊期間皆為 10 年，惟起算日僅菲律賓由註冊日起算，印尼、馬來西亞、泰國與越南皆由申請日起算，只是越南強調商標權在註冊公告後並

未回溯至申請日，仍舊從註冊日起才有商標權。

在註冊商標權利延展方面，各國亦皆為每 10 年延展 1 次，1 次延展 10 年期間，惟可提出延展之要件、期間、規費與途徑略有不同，分述如下：

- 印尼：延展須提出使用聲明，但無須提供使用證據；商標權期滿前 6 個月內可提出延展申請；到期後 6 個月為寬限期，須繳 2 倍規費；可透過線上申請。
- 馬來西亞：延展無須任何證明或聲明使用文件；商標權期滿前可提出延展申請；到期後 6 個月為寬限期，須繳額外規費；寬限期過後 6 個月內也可申請回復權利；可透過線上申請。
- 菲律賓：延展提出後 1 年內須提出實際使用聲明（Declaration of Actual Use，簡稱 DAU）；商標權期滿前 6 個月內可提出延展申請；到期後 6 個月為寬限期，須繳額外規費，小企業多繳菲律賓披索 1,500 元，大企業 3,300 元；不可線上申請。
- 泰國：延展無須任何證明或聲明使用文件；商標權期滿前 90 日內可提出；到期後 6 個月為寬限期，須多繳 20%規費；可線上申請，惟須於線上申請後 15 日內檢送紙本，因此線上申請之效益較低。
- 越南：延展無須任何證明或聲明使用文件；商標權期滿前 6 個月內可提出；到期後 6 個月為寬限期，每遲 1 個月增繳 10% 規費；不可線上申請。

就註冊商標之海關邊境保護制度方面，印尼無註冊商標之海關登

錄制度；馬來西亞、菲律賓、泰國、越南等有註冊商標之海關登錄制度，其中馬來西亞與泰國須向其智慧局提出登錄申請，馬來西亞並可線上申請登錄，泰國則無法線上申請；菲律賓與越南之註冊商標登錄申請則須分別向菲律賓海關局（Bureau of Customs, BOC）與越南海關總局（General Department of Vietnam Customs，簡稱GDVC）提出，且二者皆無法透過線上申請。

柒、撤銷註冊制度

各國所稱的商標撤銷註冊制度，即相當於我國的評定與廢止制度，因其都是決定是否應將註冊商標從註冊簿中移除的程序。以下介紹東南亞諸國之商標撤銷註冊制度，可分為未使用所導致之撤銷，以及其他事由所導致之撤銷。

一、未使用撤銷

東南亞諸國之註冊商標未使用撤銷制度，在提出時點、申請人資格、未使用正當事由與使用證據認定上，各有不同之處，以下列舉數國介紹之。

- 印尼：

- 註冊後連續 3 年未使用商標，有遭提起撤銷註冊風險，除非有正當事由，包括進口限制、其他政府政策或須經主管機關核准上市；
- 未使用撤銷可由智慧局審查人員依職權提出，或由利害關係人申請；
- 商標註冊後，無法因實際使用態樣與註冊商標有差異而要求修改，而實際上將註冊商標以小幅變換方式使用，即

可能認定非為註冊商標之使用，因此使用上必須非常慎重，避免與註冊商標出現差異；而以黑白或灰階圖樣申請註冊之商標，實際使用時不可變換為其他顏色。

● 馬來西亞：

- 申請日前 1 個月起算，之後有連續 3 年未使用註冊商標，或使用上未達一定商業規模，則有遭提起撤銷註冊風險，除非有特殊情況，非故意不使用或放棄商標，或在商標權人知悉未使用撤銷註冊已提起或將提起之前恢復使用；
- 未使用撤銷可由利害關係人申請；
- 商標註冊後尚可因實際使用態樣與註冊商標有差異而要求修改，以符合實際使用時的商標調整；而以黑白或灰階圖樣申請註冊之商標，實際使用時可用其他顏色。

● 菲律賓：

- 申請日後 3 年內、註冊日起 5 到 6 年間以及延展提出後 1 年內皆須提出 DAU，未提出則自動撤銷註冊；註冊後連續 3 年未使用，有遭提起撤銷註冊風險，除非有商標權人無法控制的正當事由，包括進口限制等政府政策、政府禁制令、須經主管機關核准上市或商標遭異議（註冊前）或申請撤銷註冊（註冊後）中，則可提出未使用聲明（Declaration of Non-Use，簡稱 DNU），不接受延遲發售商品、無市場需求、資金不足或其他類似理由；
- 實際使用聲明包括商標使用樣本，或該國可連上的商標實際使用網頁截圖影本 5 組，或產品手冊與其他種類的行銷

資料；要滿足使用要件，商標應於菲律賓使用，使用數量可為最小化，但須屬商業交易行為；象徵性的、非商業性之使用不適用；

- 未使用撤銷可由利害關係人申請；
- 商標註冊後尚可因實際使用態樣與註冊商標有差異而要求修改，以符合實際使用時的商標調整，但不能實質改變註冊商標特徵；而以黑白或灰階圖樣申請註冊之商標，實際使用時可用其他顏色。

● 泰國：

- 未使用撤銷申請前 3 年內未使用註冊商標，有遭提起撤銷註冊風險，除非有正當事由，包括進口限制等政府政策，或交易上的其他特殊情況；
- 未使用撤銷可由智慧局審查人員依職權提出，或由利害關係人向商標委員會申請；
- 要滿足使用要件，商標應於泰國使用，使用數量可為最小化；商標註冊後，無法因實際使用態樣與註冊商標有差異而要求修改，但商標變換使用未造成識別特徵的重要改變，不會影響使用之認定；而以黑白或灰階圖樣申請註冊之商標，實際使用時可用其他顏色。

● 越南：

- 註冊後連續 5 年未使用商標，有遭提起撤銷註冊風險，除非有正當事由，包括進口限制或其他政府政策，或在未使用撤銷註冊申請日前 3 個月之前恢復使用；

- 未使用撤銷可由利害關係人申請；
- 要滿足使用要件，商標應於越南使用，使用數量可為最小化，但須用於商品或其包裝、服務文書、廣告上，或用於商品進口；商標註冊後尚可因實際使用態樣與註冊商標有差異而要求修改，以符合實際使用時的商標調整，但不能改變註冊商標性質或擴大商標保護；而以黑白或灰階圖樣申請註冊之商標，實際使用時不可變換為其他顏色。

二、其他事由撤銷

其他事由通常包含註冊時有與異議事由相同之事由，如無識別性、功能性、違反公序良俗、混淆誤認之虞、與著名商標或其他權利衝突、惡意申請註冊等，或者實際使用時有前述事由。東南亞諸國之註冊商標撤銷制度，在提出時點、申請人資格與申請管道上，各有不同之處，以下列舉數國介紹之。

- 印尼：註冊後 5 年內可由在先權利人或其被授權人申請撤銷註冊，但以與著名商標衝突、違反公序良俗或惡意申請註冊為由提出者，不受 5 年之限制；無法線上申請。
- 馬來西亞：馬國之撤銷註冊申請並無期限，註冊後任何時候皆可由利害關係人提出；無法線上申請，且只能向智慧財產高等法院（IP High Court）聲請。
- 菲律賓：菲國雖有規定註冊後 5 年內可由利害關係人申請撤銷註冊，惟違反智慧財產法規定者都不受該規定限制，因此實際上並無期限；無法線上申請，因為兩造案件須提出紙本文件。

- 泰國：該國期限規定與申請人資格及事由有關。如由智慧局審查人員依職權提出，僅限於註冊時有不得註冊事由；任何人皆可針對違反公序良俗申請撤銷商標註冊；如由利害關係人或在先權利人提出，則包含註冊時或實際使用時有不得註冊事由之情形。泰國法稱呼在先權利為較佳權利（better right），實務上係指在先註冊商標者，或者於泰國在先使用商標、且廣為人知者。以較佳權利為由申請撤銷註冊，須於系爭註冊後5年內提出；其他事由與申請人皆無申請撤銷註冊之期間限制。可透過線上申請，惟須於線上申請後15日內檢送紙本，因此線上申請之效益較低。

捌、團體商標及證明標章

前述內容皆針對東南亞諸國之商標制度與實務運作加以介紹，然而，印尼、菲律賓尚有團體商標制度，馬來西亞、泰國與越南則兼有團體商標制度與證明標章制度。以下介紹東南亞諸國之團體商標及證明標章制度與審查實務。

一、一般考量因素

(一) 團體商標

對團體商標的認可及保護，是依巴黎公約第7條之2及TRIPS協定（參照巴黎公約第2.1條）規定的國際義務。巴黎公約第7條之2規定：(1) 各同盟國家對於不違反原屬國法律而組成之組織以其所有之團體商標申請註冊時，應予受理並予以保護。前揭組織是否設有工商業營業所，在所不問。(2) 各國得訂保護團體商標之特定要件，並得以違反公共利益為拒絕保護之事由。

團體商標是由「團體」性質的組織所擁有，其目的係讓團體的

所有會員或特定種類會員所使用。註冊團體商標之團體，舉例來說，可以是製造商協會、生產者合作社、零售商的合作聯盟、貿易商會或產業聯合會。

註冊團體商標之「團體」組織，必須有二個以上、共享某些商業目的或利益之會員，願意一起努力、共同使用團體商標來區辨會員的商品或服務。團體商標主要是供團體的會員所使用，而不是團體組織本身使用，就類似生產者、製造商或貿易商組成「俱樂部」，其會員在符合共識的特定條件下得以使用「俱樂部」的團體商標。

(二) 證明標章

證明標章係「提供證明」之主體所擁有的標章，該主體通常是公司、組織或政府機構。證明標章用於商品與服務上，向消費者表示標章權人已「證明」該等商品與服務符合特定品質、安全、友善環境或其他為公眾所珍視的特質或法律所要求的標準。

證明標章如同團體商標，是給註冊標章權人以外的人使用。然而證明標章的使用者，通常與標章權人維持彼此相互獨立的契約關係，有點類似被授權人的角色。

與團體商標不同的是，證明標章的註冊並無任何國際條約的強制規範。然而東南亞部分國家依據其國內的商標法，接受證明標章為註冊標的。

二、實體審查的特殊情況

團體商標及證明標章之審查，適用多數一般商標審查之絕對不得註冊事由。

核駁事由包括欲註冊為團體商標或證明標章之標識，其文字或意

涵在相關領域公眾看來有誤導性。特別是如果團體商標或證明標章，係由可能在使用時理解為與該商標或標章性質不同的標識所構成，審查人員不會核准其註冊。

除了一般的核駁事由外，以下為團體商標或證明標章實體審查上，審查人員特別考量之因素：

- 地理說明；
- 團體商標或證明標章的使用規範；
- 證明標章權人本身的使用情形。

(一) 地理說明

僅作為指定商品或服務之產地或來源說明之標識，通常無法於該等商品或服務上註冊為商標。

然而，很多在特定地理區域或其他地點營運的生產者協會或合作社，使用共同的標識來表示其商品具有共通的特性，特別是產地來源。該等標識可以由這些生產者，作為指示地理來源的團體商標註冊。

為了讓這種團體商標註冊，關於地理說明的商標核駁基本事由必須有例外。所以，含有地理名稱或其他地理性部分、或由之構成的團體商標，不會因地理說明性而無法註冊。為此，申請案應指明其欲註冊團體商標，且申請人為團體組織。

如果該標識不是相關商品或服務之地理來源說明，而是其特性說明，則會以一般核駁事由不准註冊。

至於證明標章，生產者組織、從事證明的公司與政府機構使用該等特殊標識來指示特定商品或服務經驗證符合某些特性，特別是

產地來源，則該等標識可註冊為證明標章。為此，證明標章註冊申請案應例外地不以地理說明性為由核駁。

包含地理名稱或其他地理性部分、或由之構成的證明標章，不會因地理說明性而無法註冊。為此，申請案應指明其欲註冊證明標章。

(二) 團體商標或證明標章的使用規範

團體商標或證明標章的註冊申請案，必須檢附該商標或標章相關使用規範，內容得含有或指明關於商品或服務的特別規格，及該商標或標章的使用方式。

審查人員必須確認使用規範書是否已檢附，並檢視其看起來是否符合該商標或標章的用途。團體商標的使用規範書，並應有註冊標章權人對其組織會員使用團體商標進行管控的某種架構或制度。

至於用於指示所表彰商品之地理來源的團體商標，使用規範書應記載使用人及商品須符合之條件，特別是產地與商品之間的「品質關聯性」。

團體商標使用規範書應明定，在該相同地理位置生產、且商品符合規範條件的其他生產者，得成為該團體之會員，或在特別約定情況下使用該團體商標。設此條件之目的，是為了避免來自該產區的某些當地生產者，遭排除以正常且誠實信用的交易方法使用其商品產地之地理名稱。

至於產地證明標章，審查人員會審查使用規範書，以確認其內容並未含有任何針對特定生產者給予差別待遇之條款。特別是在該產區內營運、且商品符合該證明標章所定規範條件之當地生產者，

應容許其使用該標章。

(三) 證明標章權人本身的使用情形

如申請案顯示證明標章申請人，有從事涉及該標章所證明商品或服務的生產或供應之行為，審查人員不會核准其證明標章註冊。

依一般理解，證明標章用以指示證明標章權人以獨立超然之姿，對第三人的商品或服務進行評估。如果證明標章權人將該證明標章使用於自己的商品或服務上，則標章權人與標章使用人之間彼此相互獨立的關係將不復存在。

附表：東南亞諸國制度重點彙整表

	印尼	馬來西亞	菲律賓	泰國	越南
可作為「商標」之標識	- 商標係指以圖形、姓名、文字、字母、數字、顏色組合或其聯合式所呈現的標識。 2016 年 11 月 26 日生效之印尼商標法，已擴大對立體商標、聲音商標及全像圖商標等非傳統商標的保護。	商標得為字母、文字、姓名、簽名、數字、圖案、品牌、標題、標籤、商品之形狀或其包裝、顏色、聲音、氣味、全像圖、位置、動態或其聯合式。	- 商標係指任何能夠用以指示及區別來自不同營業主體之商品或服務來源的視覺可感知標識，其可能以文字、字母、圖像、符號、標誌，或其聯合式來呈現。 - 立體商標及團體商標可申請註冊，但證明標章、聯合商標及系列商標不能在菲律賓申請註冊。	- 商標可由文字、標語、圖案、字母、數字、顏色組合或其聯合式所組成。 - 根據泰國 2016 年 7 月 28 日生效的商標法，立體商標及聲音商標可申請註冊。但不包括氣味、全像圖及動態商標。	- 視覺可感知的商標，包括字母、文字、圖形、影像、全像圖及立體商標（形狀） - 聲音或氣味尚不能申請註冊商標。
申請人	商標使用者或商標授權人。 申請人為外國籍者，應委任當地代理人為之。	任何正在使用或有意使用商標之自然人或法人。 若申請人居住在國外，須提供在馬來西亞送達的住址。如申請人並未居住於馬來西亞，或於該地進行主要商業活動，必須委任一名已註冊的商標代理人，來為其提出商標註冊申請，並辦理有關程序。	個人或法人（公司行號、依據法律註冊的機構）。 外國人或非本地居民可申請商標註冊，但必須委任當地代理人。	任何個人或公司行號。 可選擇藉由合法代理人（以當地智慧財產代理人來代表公司申請）但須證明其公司所在地或總公司在泰國。 若申請人並未居住於泰國，必須委任當地的智慧財產代理人來辦理有關程序。	任何組織或個人。 在市場上販賣他人生產的商品，也可以申請商標註冊（須製造商未將該商標用於自己的商品上，且不反對申請人註冊該商標）。
送件申請	應向印尼智慧局（DGIP）提出： - 申請書 - 商標標籤 - 繳交官方規費 - 所有權聲明	必須使用官方申請書表，以紙本或線上之方式向馬來西亞智慧局（MyIPO）提出。申請案並應檢附下列資料：	申請案除應以申請人或其代理人簽名之申請書，向菲律賓智慧局（IPOPHL）提出，並應繳交申請規費及下列文	應向商務部智慧財產局（DIP）提出： - 申請書 - 商標圖樣（最大為 5	應向科技部智慧財產局（NOIP）提出： - 標準表格 - 文件、樣本及商標相關資料 - 規費收據

	印尼	馬來西亞	菲律賓	泰國	越南
	5. 若申請案由代理人為之，須出具委任書 6. 優先權證明文件（若有主張） 7. 商標詳細資料 8. 申請人詳細資料 9. 商品或服務品項列表 10. 商標圖樣（若有顏色則需提供顏色） 11. 商標的意涵（若有）	1. 申請人資訊 2. 清楚指明商標之性質。如商標之性質為商品之形狀或其包裝、顏色、聲音、氣味、全像圖、位置、或動態，並應附具商標描述 3. 清晰且持久之商標圖樣 4. 如果商標包含羅馬文字、馬來文（Bahasa Malaysia）或英文以外之文字，抑或是由上述文字組成，申請人必須提供馬來文或英文翻譯及其音譯 5. 商標申請案之商品/服務清單 6. 優先權主張（若有） 7. 委任代理人（若有） 8. 申請規費	件，方能取得申請日： 1. 申請註冊商標之表示或描述 2. 申請人身分證明文件 3. 申請人或代理人的聯繫資料（若有） 4. 商標圖樣 5. 指定使用之商品或服務清單	公分 * 5 公分 3. 申請人全名、地址、國籍及職業 4. 指定商品或服務名稱 5. 委任書，若係在海外簽署須經公證 6. 據以主張優先權之商標申請案的國家、日期與案號（若有主張） 7. 優先權證明文件（若有主張）及其翻譯（可於後續階段提交） 8. 商標首次使用日期（若有）	4. 若申請由代理人為之，須出具委任書 5. 若該商標已被他人註冊，須出具申請人為商標所有人的證明文件 6. 優先權證明文件（若有主張）
規費	電子申請規費按類計算，若係微中小型企業，每類 50 萬印尼盾，一般企業則為每類 180 萬印尼盾。	申請商標註冊之基本規費（代理費用除外）係按類計算，若所指定之商品或服務係從MyIPO公告之核收清單選出，規費為每類 950 馬幣；反之，在並未採用公告核收清單名稱的情形，規費為每類 1,100 馬幣。	註冊商標需要多少費用，應視申請人是否被認定屬小型或大型企業而定。資產價值在 1 億菲律賓披索以下者，屬小型企業，超過者屬大型企業。 註冊商標所需規費為每一商品/服務類別： • 小型企業：1,200 披索	申請規費： 在單一類別下指定 1 至 5 項商品/服務，每項商品/服務收取 1,000 泰銖；在單一類別下指定超過 5 項商品/服務，將改依類別計，就該類收取總額 9,000 泰銖。 註冊規費：	基本規費：大約 100 萬越南盾，具體之細項包含： • 申請規費：每件 15 萬越南盾 • 申請案公告費：每件 12 萬越南盾 • 商標程序審查費：每一商品/服務類別 55 萬越南盾，如

	印尼	馬來西亞	菲律賓	泰國	越南
			大型企業：2,592 披索 若在商標註冊申請案主張單一或複數顏色為其識別特徵，及/或主張優先權，均應按類繳納額外之費用。	在單一類別下指定 1 至 5 項商品/服務，每項商品/服務收取 600 泰銖；在單一類別下指定超過 5 項商品/服務，將改依類別計，就該類收取總額 5,400 泰銖。	該類指定超過 6 項商品/服務，自第 7 項開始，每項需加收 12 萬越南盾 商標實體審查檢索費：每一商品/服務類別 18 萬越南盾，如該類指定超過 6 項商品/服務，自第 7 項開始，每項需加收 3 萬越南盾
語言	印尼語 (Bahasa Indonesia)。	英文或馬來西亞國語 (Bahasa Malaysia)。	英文或菲律賓語。	泰文或附以泰文翻譯。	除了委任書、權利證明文件及優先權證明文件，所有申請文件皆需使用越南文。 其他佐證申請的文件可以是其他語言，但如果 NOIP 要求時，必須翻譯成越南文。
註冊期間與延展	商標從申請日起有 10 年的保護期。 每 10 年可繼續延展 10 年，延展次數不限。	商標從申請日起有 10 年的保護期。 基於「優先權主張」的申請案，則自優先權日起有 10 年的保護。每 10 年得延展 1 次。	自商標註冊日起有 10 年的保護期。 但商標申請日起 3 年內，及商標註冊滿第 5 週年 起 1 年之內，要提交真實使用宣誓書。每 10 年得延展註冊商標。	商標自申請日起有 10 年的保護期。 如果及時延展，每次可延展 10 年，延展次數不限。	商標從申請日起有 10 年的保護期。 每 10 年可繼續延展 10 年，延展次數不限。