

「智慧財產權專欄」系列三：

### 標題：簡介「顏色商標」

「顏色商標」望文生義當然是指有顏色的商標囉！這是一般人的直覺反應，可是事實上不然，商標因置於商品或包裝之上，往往需要搭配整體設計以吸引消費者，故幾乎以彩色商標為大宗，屬一般耳熟能詳的商標態樣，商標主管機關似無必要大費周章，就此部分特別訂定顏色商標申請註冊要點或審查基準。因此，所謂顏色商標，依主管機關定義，是指單純以顏色作為商標申請註冊者；顏色本身沒有輪廓或外形，而係將顏色施於整個／部分商品／包裝／容器上或所提供服務營業處所等，例如：金鼎電池之銅、黑二色組合，使用於整個電池表面，即為所稱之顏色商標。一般平面設計圖形有固定形狀且於其上施予顏色，屬平面「圖形商標」而非顏色商標，例如：柯尼卡 KONICA 彩色軟片商標，二者並不相同，這是首要釐清的觀念。

讀者心中可能還是有疑惑，使用於商品或包裝上的顏色，不就是作為商品的背景或裝飾用途，怎麼可以當作商標呢？這的確是世界各國引進顏色商標所面臨最大的問題。然而回頭探究商標的本質，商標的作用不就是在表彰商品的來源，並與他人的商品相區別，所以只要「顏色」能夠表彰商品來自特定來源，且足以與他人之商品相區別，即應可以作為商標。當你開車繞著大街小巷尋找加油站的時候，遠遠看到「紅、白、藍」三線條的加油亭，你心中產生的印象是那一家加油站呢？若你直覺反應是中國石油公司，那就表示「紅、白、藍」三個顏色的組合已足以表彰特定來源，而具有作為商標的條件了。

但是誠如前述，顏色本身因多半作為裝飾或背景圖案之用，消費者鮮以其作為識別來源標誌，若非經其一再使用，告知消費者其為識別來源之標誌，實難謂其具有足以使消費者，認識其為表彰商品或服務之標誌，並得藉以與他人之商品或服務相區別之商標作用。因此一般而言，顏色商標大多需要經過一再使用，才可能作為商標申請註冊。此亦可由主管機關目前核准的案例得到佐証，除前述之「銅、黑」二色組合的金鼎電池及「紅、白、藍」三色組合的中油加油站外，尚有「紅、橘、綠」三色組合的統一 SEVEN ELEVEN 便利商店及「藍、白、綠」三色組合的全家便利商店。該等顏色組合均已在市場上使用一段很長的期間，而為消費者所耳熟能詳。

既然顏色商標需要使用才可能作為商標申請註冊，那該如何使用才能讓消費者很快的把顏色當作識別來源的商標呢？首先必須把消費者的注意力拉到顏色上面；亦即必須將其從商品或包裝抽離出來，單獨廣告顏色的部分。例如「請尋找橘色的盒子」、「請認明這個特殊的金綠色」等，都是能夠表現顏色有識別性的促銷方式。另外，申請商標註冊時若能檢附以認知該顏色為基礎，所做的消費者市場調查，及業界或消費者證實顏色能做為交易區別來源的宣示書，都是非常具有參考價值的。

(本文作者為經濟部智慧財產局商標權組科長洪淑敏)