

## 「智慧財產權專欄」系列五 標題：簡介立體商標

凡以三度空間具有長、寬、高所形成的立體形狀，並能使購買者藉以區別不同商品或服務來源的商標，例如凱蒂貓（Hello Kitty）的卡通立體設計玩偶、麥當勞或肯德基速食店的整體設計等即為立體商標。

本次商標法新修正增訂立體商標可申請註冊為商標，獲得商標法的保護。而立體商標要能獲准註冊，首先須符合識別性的要件，亦即消費者能認識其為表彰商品或服務標識，並得藉以與他人的商品或服務相區別。所以，一般通常採用的商品或其包裝容器本身的形狀，例如熊造型的毛絨玩偶的立體形狀、保特瓶的立體形狀等，因在消費者的認知上，這些立體形狀為商品的本身，或與商品密不可分，所以無法作為辨別商品來源的標識，不得註冊。此外，在某些行業中，多樣化的商品形狀設計本屬常態，例如在第 28 類的玩具商品，消費者一般都將其商品形狀設計，視為一種裝飾性的圖樣，故儘管該商品形狀設計，非一般通常採用的特殊商品形狀，只要消費者將其視為一種裝飾性的圖樣，而非辨別商品來源的標識，仍不准其註冊。

其次，立體商標要能獲准註冊須符合非功能性的要求。有關非功能性的要求，其可能考量的因素如下：

一、該形狀是否對該商品的使用或目的有絕對的必要性？

所謂「絕對的必要性」，是指該形狀無其他的替代形狀，可供其他競爭者選擇，而為發揮其商品的使用目的所必要，例如圓形是輪胎設計的唯一選擇，故圓形外觀不可註冊為輪胎商標，否則無異賦予特定人獨占使用該等形狀，嚴重影響公平競爭，不符合非功能性的要求。

二、該形狀是否為達到某種技術效果所必要？

例如電風扇葉片的形狀係為達到特殊空氣流動型態效果所必要的形狀。若允許這樣的立體形狀註冊，將造成壟斷，嚴重影響市場競爭，故不符合非功能性的要求。

三、該形狀的製作成本或方法是否比較簡單、便宜或較好？

若允許該形狀取得商標獨占權，其他業者為避免侵害該商標，勢必增加製造成本或使用較困難或較差的製造方式製造其他形狀，浪費社會經濟資源，並嚴重影響公平競爭，故不准該形狀註冊。

最後，立體商標申請註冊的形式要件，申請人應於申請書中聲明其為立體商標，且關於商標的表示，除了以立體形狀圖形表示外，應搭配文字描述該立體形狀。有關該文字的描述，若立體商標圖樣相當清楚明確，則可簡單描述，例如：「如申請書中的圖樣所示，本件係球形香水瓶形狀的立體商標」；反之，若立體

商標圖樣複雜，為明確界定申請人主張的圖樣，則應詳細描述，例如：「如申請書中的圖樣所示，本商標是由香水或古龍水的瓶子及瓶蓋的外型所構成，瓶身及瓶蓋上均有一個立體『V』字型設計」。

(本文作者為經濟部智慧財產局商標權組助理審查官張瓊惠)