

零售服務審查基準

中華民國一百年一月二十五日經濟部經授智字
第一〇〇二〇〇三〇〇九〇號令發布，一百年
二月一日施行

1. 前言

2. 定義及性質

2.1 定義

2.2 性質

3. 類型

3.1 綜合性商品零售服務

3.2 特定商品零售服務

4. 零售服務名稱之審查

4.1 綜合性商品零售服務

4.2 特定商品零售服務

4.3 同時指定綜合性商品零售服務與特定商品零售服務

4.4 不得指定為零售服務者

4.4.1 零售服務名稱不明確

4.4.2 不符合零售服務性質

5. 零售服務與其他商品或服務類似關係之判斷原則

5.1 綜合性商品零售服務

5.1.1 綜合性商品零售服務之間

5.1.2 綜合性商品零售服務與特定商品零售服務之間

5.1.3 綜合性商品零售服務與商品之間

5.1.4 綜合性商品零售服務與其他服務之間

5.2 特定商品零售服務

5.2.1 特定商品零售服務之間

5.2.2 特定商品零售服務與綜合性商品零售服務之間

5.2.3 特定商品零售服務與特定商品之間

5.2.4 特定商品零售服務與其他服務之間

6. 零售服務之商標使用

零售服務審查基準

1. 前言

國內零售市場隨著大型購物中心、便利商店、超級市場等經營型態的迅速成長，以及郵購、電視購物、網路購物（電子購物）等新型態零售方式之興起，除促使零售市場的競爭更為激烈外，亦改變國人的生活消費型態。為了保護零售服務業者所使用之商標，本局自民國 86 年 12 月 23 日即公告受理零售服務之申請，並於 87 年 4 月 20 日公告「零售服務標章註冊審查要點」，以作為審查依據。惟該要點執行迄今已逾 10 年，商標法於此期間已經 2 次修正，將原所使用之「服務標章」名稱刪除，而修正為「商標」。該要點所規定之零售服務定義復與現行尼斯分類第 9 版之解釋已略有差異，所參考之行政院主計處 85 年 12 月編印之第 6 版「中華民國行業標準分類」，亦經主管機關 2 次修訂，現為第 8 版¹。

此外，零售服務自開放申請註冊以來，實務上常因申請人不明瞭零售服務之內涵，將零售服務項目列舉過多，造成客觀上與實際經營業務或與市場經營型態不符之不合理現象，妨礙市場公平競爭，並導致實務上審查不易，耗費行政資源及人力；亦有申請人將自製商品於零售服務申請商標註冊，卻未於一般商品申請商標註冊，造成商標權的使用與實際交易型態不符之情形，而無法達到保護商標之目的。故為清楚闡明零售服務之概念，爰將零售服務之定義及性質、類型、零售服務名稱之審查、零售服務與其他商品或服務類似關係之判斷原則，以及零售服務商標之使用，於本基準予以詳細說明，俾作為案件審理之參考。

¹ 95 年 5 月編印。

2. 定義及性質

2.1 定義

依目前尼斯分類第 9 版於第 35 類之註釋定義，所謂零售服務，係指將各種商品匯集以方便消費者瀏覽與選購之服務，不包括因此所需之運輸服務。該等零售服務可經由零售商店、批發商行，或藉由郵購、網際網路、電視購物頻道等電子媒介方式來提供。此意謂零售服務的特色，即業者將各種不同商品匯集於同一場所（不論實體賣場或虛擬店鋪），至於所匯集之商品，是自己所生產或其他眾多生產者之商品皆可，藉由便捷之購物環境及其附屬服務之提供，以吸引廣大消費族群，激發其購買意願。對消費者而言，由於產品的多樣性，可滿足其「一次購足」或「便利選購」之消費需求。

2.2 性質

零售服務的性質，可謂係一種伴隨商品銷售時所提供之服務，其不僅存在於商品銷售之行為上，更存在於商品實際銷售時所提供之各種服務上。例如在實體賣場方面，其所提供服務之內容可能包括商品匯集、賣場商品之陳列規劃、購物推車或購物籃的提供、商品的試用或試穿、顧客於選購商品之際所提供之諮詢等各種服務；在虛擬店鋪方面，則可能透過精心規劃之商品型錄或網頁設計，提供產品相關資訊等多種服務，使消費者得以確認所需要之商品從而方便選購。零售服務所匯集之商品，雖不以他人所產製者為限，亦可能包括單純販賣自有品牌之各種商品，有關零售服務之商標註冊，其所要保護的對象，係申請人經其勞務安排規劃所提供之整體性服務，而非所陳列販賣之具體商品，此與商標指定使用於商品，用以指示該商品來源及商品品質之性質截然不同。申請人如於銷售通路提供自有品牌商品，則該商品上所使

用之商標，應係用以指示該商品之產製來源，非屬零售服務之商標使用，申請人如認為該商品上之商標應受保護，自應按商品性質，依商標法施行細則第 13 條所列之商品及服務分類表（以下簡稱本法細則之分類表），於適當之商品類別申請商標註冊。

3. 類型

本局 87 年 4 月 20 日公告之「零售服務標章註冊審查要點」，將零售服務分為「綜合性商品零售服務」及「特定商品零售服務」兩種類型，並參考行政院主計處 85 年 12 月所編印第 6 版之「中華民國行業標準分類」項目加以例示其服務項目。本基準配合公司行號實務上之需要，仍將零售服務類型分為「綜合性商品零售服務」及「特定商品零售服務」，復參酌經濟部商業司所編訂之「公司行號營業項目代碼表」，對於例示之零售服務項目加以調整，為配合市場經營型態的變遷，將該二類型之零售服務名稱例示於本局之「商品及服務分類暨相互檢索參考資料」（以下簡稱分類暨檢索參考資料）²，供商標審查人員及申請人參考，並說明其定義如下。

3.1 綜合性商品零售服務³

凡以非特定專賣形式於同一場所匯集多種商品，以方便消費者瀏覽與選購之服務者。例如「超級市場」所匯集之商品，除食品、飲料及菸草製品外，亦包括服裝、家具、電器、五金、化粧品等其他商品，以方便消費者瀏覽與選購⁴。

²本基準所稱之零售服務，依其性質涵括零售及批發兩種形式，故分類暨檢索參考資料中之「特定商品零售批發」組群，即將特定商品零售服務之零售及批發兩種形式納為可指定之零售服務名稱。

³按行政院主計處 95 年 5 月所編印「中華民國行業標準分類」（第 8 版），其所謂「綜合性商品零售業」係凡從事以非特定專賣形式銷售多種系列商品之零售店均屬之，如超級市場、百貨公司等。不包括：銷售單一商品之零售店應歸入 472 至 485 小類之適當細類。

⁴「超級市場」，按行政院主計處 95 年 5 月所編印「中華民國行業標準分類」，係屬「食品飲料為主之綜合性商品零售業」。按經濟部「公司行號營業項目代碼表」之定義，係指從事提供家庭日

3.2 特定商品零售服務

凡以特定專賣形式於同一場所匯集特定商品或特定範圍之商品，以方便消費者瀏覽與選購之服務者。例如「鐘錶零售服務」即以特定專賣形式而將鐘錶及其零件商品匯集於同一場所，以方便消費者瀏覽與選購⁵。又如「農產品零售服務」即以特定專賣形式而將蔬菜、水果、稻米、小麥、麵粉、雜糧及米食製品等特定範圍之商品匯集於同一場所，以方便消費者瀏覽與選購⁶。

4、零售服務名稱之審查

由於「綜合性商品零售服務」及「特定商品零售服務」之涵義廣泛，為避免影響零售服務申請範圍不明確，申請時不得以「綜合性商品零售服務」或「特定商品零售服務」指定為零售服務名稱，仍應具體指明服務內容。

上述兩種類型之零售服務，均可經由實體賣場或虛擬店鋪來提供。申請人得以百貨公司、超級市場、便利商店等經營型態名稱，或以「郵購」、「電視購物」、「網路購物（電子購物）」、「直銷式零售服務」等名稱作為零售服務申請註冊，該種零售服務將被歸屬「綜合性商品零售服務」組群。惟申請人若將零售服務所涉之商品種類具體指明，例如「化粧品零售服務」、「藉由型錄提供化粧品零售服務」、「藉由電視、網際網路提供化粧品零售服務」、「提供化粧品之直銷式零售服務」，該種零售服務將歸屬「特定商品零售服務」組群。茲將實務上之審查原則，說明如下：

常用品、食品分部門零售，而以生鮮及組合料理食品為主行業。如於現場附設小規模餐飲服務亦屬之。

⁵「鐘錶零售業」，按經濟部「公司行號營業項目代碼表」之定義，係指從事鐘錶及其零件等零售之行業。

⁶「農產品零售業」，按經濟部「公司行號營業項目代碼表」之定義，係指從事農產品，如蔬菜、水果及依糧食管理法第 11 條規定之兼營小規模糧食等零售之行業。另按糧食管理法第 3 條規定，該法所稱糧食，係指稻米、小麥、麵粉與經主管機關公告管理之雜糧及米食製品。

4.1 綜合性商品零售服務

按一般社會通念及市場交易型態，百貨公司、超級市場、便利商店、購物中心、量販店等經營業者，其所匯集銷售之商品種類眾多，所提供之零售服務，係屬多樣且為整體性之服務，因此，申請人無須將零售之商品內容一一列舉，例如無須將銷售通路上所匯集銷售之食品、飲料、服飾、家庭日常生活用品等商品內容予以詳列；亦無須就其提供零售服務之細節具體指明，例如無須具體指明提供購物推車或購物籃、試衣間、產品試用或試穿等各個服務活動內容。此類型的申請人僅須指明所經營之企業型態，即可清楚明瞭其係提供綜合性商品零售服務。

4.2 特定商品零售服務

4.2.1 商標指定使用於商品或零售服務，其保護對象不同。指定於商品之商標具有指示其商品來源之功能，故應將商品一一具體指明。而零售服務所要表彰的並非銷售通路上所陳列販賣之具體商品，而係申請人於銷售商品時所提供之服務，因此，申請人指定特定商品零售服務時，應依其營業規模需要，且將所涉之商品範圍以概括性的商品名稱表示即可，例如「電器用品零售服務」即表示申請人於銷售通路上所匯集銷售之商品範圍可涵蓋電視、冰箱、洗衣機等各式各樣之電器產品。當然，申請人亦可以具體明確的商品名稱作為零售服務有關商品之描述，惟其可提供零售服務之範圍將僅限於該項商品，例如指定使用於「鐘錶零售服務」即表示申請人於銷售通路上僅匯集單一種類之「鐘錶」商品供消費者瀏覽與選購。

4.2.2 特定商品零售服務既得以概括性的商品名稱作為所涉商品範圍之描述，申請人如以上位概念之商品名稱作為特定商品零售服務，實無須再詳列下位概念之商品名稱。例如已指定「化粧品

零售服務」，即無須再詳列「口紅、眼霜、眉膏、美白面膜、化妝水、潤膚霜」等商品之零售服務。蓋二者所提供之零售服務性質相同，前者商品範圍已足以涵蓋後者所列商品，申請人以此種方式列舉零售商品項目並無實質上之利益。

- 4.2.3 特定商品零售服務之商品描述，不得以商品及服務分類表之類別表示，例如「有關第 30 類商品之零售服務」或「有關第 29、30、31、32 類商品之零售服務」，係屬不正確描述。商標審查人員應通知申請人修正成為正確之名稱。

4.3 同時指定綜合性商品零售服務與特定商品零售服務

「綜合性商品零售服務」與「特定商品零售服務」二者之差別，除所匯集銷售之商品種類多寡不同，主要在於是否以特定專賣形式來提供商品之零售服務。二者所呈現之經營態樣不同，依一般市場實際交易情形，申請人不可能同時在一銷售通路上以非特定專賣形式又以特定專賣形式來提供商品之零售服務。亦即，一商標申請案如已指定綜合性商品零售服務，理應不會同時又指定特定商品零售服務，除非申請人欲將同一商標分別使用於不同之銷售通路。是以，申請人如已指定綜合性商品零售服務，同時又指定特定商品零售服務，商標審查人員得通知申請人請其釋明有關特定商品零售服務部分，是否僅係該綜合性商品零售服務銷售通路上所提供銷售之商品，或係與該綜合性商品零售服務分屬不同之銷售通路。如僅係綜合性商品零售服務銷售通路上所提供銷售之商品，應請申請人刪除特定商品零售服務部分。

例如指定「百貨公司及服飾、電器、化粧品、鞋類、皮件、家庭日常用品之零售服務」，按一般社會通念，「百貨公司」即可能涵蓋「服飾、電器、化粧品、鞋類、皮件、家庭日常用品」等商品之銷售，商標審查人員得通知申請人釋明「服飾、電器、化

粧品、鞋類、皮件、家庭日常用品」等項目是否僅係「百貨公司」銷售通路上所匯集銷售之商品，如是，應請申請人刪除；如否，則表示該等商品之零售服務與「百貨公司」分屬不同之銷售通路，申請人將來如涉及商標有無使用之認定時，應就「綜合性商品零售服務」與「特定商品零售服務」分別提出使用證據。

4.4 不得指定為零售服務名稱者

申請人所指定使用之零售服務名稱如有不明確，或不符合零售服務之性質者，商標審查人員應通知申請人補正。茲就審查實務上經常發生之態樣例示說明如下：

4.4.1 零售服務名稱不明確

4.4.1.1 商品性質屬現場調製再銷售予消費者食用者，例如「烤肉、炸雞、滷蛋、滷豆乾」等商品，按一般社會通念及依市場交易情形，應屬一般商品之銷售或餐飲服務的提供，申請人如將此種商品性質申請零售服務，商標審查人員得通知申請人釋明其所欲表彰者究係商品之產製來源，或營業上所提供之服務，或銷售此商品時所提供之零售服務。申請人如欲表彰該種商品之產製來源或營業上所提供之服務，商標審查人員應請申請人依本法細則之分類表，於適當之商品或服務類別申請商標註冊保護，例如前述商品應建議於第 29 類商品或第 43 類餐飲服務申請。申請人如欲表彰銷售此商品時所提供之零售服務，其在符合零售服務定義之前提下，即有將各種商品匯集陳列，以方便消費者瀏覽及選購之形式，始有第 35 類零售服務申請註冊之必要。

4.4.1.2 「連鎖店」名稱僅係表示事業體之經營方式，其存在於各行各業之中，如單純以「連鎖店」指定使用於零售服務，將無法判斷究屬「綜合性商品零售服務」或「特定商品零售服

務」。因此，申請人應將其經營型態或有關之商品描述指示出來，例如以「連鎖便利商店」或「化粧品連鎖零售店」等方式申請，前者歸「綜合性商品零售服務」組群，後者歸「特定商品零售服務」組群。

4.4.1.3 「專賣店」於概念上有二種型態，一種係專門銷售特定品牌之系列商品，一種係不限品牌而專門銷售特定種類之商品。該等類型之專賣店，如有將各種商品匯集陳列，方便消費者瀏覽及選購之形式，可申請零售服務予以保護，其只要將零售服務有關之商品種類表示清楚即可，例如「電視遊樂器專賣零售店」、「玩具專賣零售店」。惟應特別注意的是，不可將他人的品牌作為零售服務商品種類之表示，例如「Hello Kitty 專賣零售店」或「DISNEY 玩具專賣零售店」，此種描述方式將不予接受，應通知申請人將品牌名稱刪除，並請申請人指明與其零售服務有關之商品種類。

4.4.2 不符合零售服務性質

4.4.2.1 「客製化商品」係依客戶指示所為生產製造之商品，再由工廠直接出貨與安裝，按一般社會通念及依市場交易情形，該種商品於實際上應無法匯集陳列供消費者選購之可能性，與零售服務之性質不同，申請人應依本法細則之分類表，於適當之商品或服務類別申請商標註冊保護。例如「晶圓製造機器」多為依客戶指示之規格製作生產，直接由工廠出貨派員安裝，屬客製化定製之商品，非置放於賣場零售，以之申請為「晶圓製造機器之零售服務」不符市場實際經營狀況，應建議申請人以「依據客戶委託及指示之規格提供晶圓製造機器之定製服務」名稱於第 40 類之服務類別申請。

4.4.2.2 「物流中心」在市場運作上係一種物的實體流通活動行為，

在流通過程中，透過管理程序有效結合運輸、倉儲、裝卸、包裝、流通加工、資訊等相關物流機能性活動，以創造價值、滿足顧客及社會需求。其與零售服務須將各種不同商品匯集，以利消費者瀏覽與選購之性質不同，故不宜作為零售服務之名稱。申請人如欲表彰該種營業上所提供之服務，應按其性質，依本法細則之分類表，於適當之服務類別申請商標註冊保護，例如第 39 類之「貨櫃運輸」、「貨物倉儲」等。

- 4.4.2.3 「電話購物」係一種藉由電話以達成購物目的之行為，其仍需透過商品型錄、網路、電視或友人所提供之相關購物資訊後始能為之，屬交易往來之後端行為，與零售服務須將各種不同商品匯集，以利消費者瀏覽與選購之性質不同，故不宜作為零售服務名稱。

5、零售服務與其他商品或服務類似關係之判斷原則

有關「綜合性商品零售服務」及「特定商品零售服務」間，及二者分別與其他商品或服務間之類似關係，實務上之判斷原則說明如下，惟必須強調的是，類似關係的認定，並不必然導致混淆誤認之虞的結果，仍要考量其他因素，此可參考本局公告之「混淆誤認之虞審查基準」。

5.1 綜合性商品零售服務

5.1.1 綜合性商品零售服務之間

提供綜合性商品零售服務之方式，雖有百貨公司、超級市場、便利商店、購物中心等實體賣場，以及郵購、電視購物、網路購物等虛擬店鋪之不同，惟其均係以非特定專賣形式匯集多種商品，所提供之零售服務又具多樣性，其在滿足消費者的需求上以及服務的提供者或其他因素上，具有共同或關聯之處，如

果標上相同或近似的商標，依一般社會通念及市場交易情形，易使一般接受服務者誤認其為來自相同或雖不相同但有關聯之來源，故原則上互屬類似。

5.1.2 綜合性商品零售服務與特定商品零售服務之間

二者差異除所匯集的商品種類多寡不同，以及是否以特定專賣形式來提供商品之零售服務外，復因商品結構、消費對象、購物環境等因素的不同，而可能使二者呈現截然不同之經營特色，滿足消費者不同之需求，故原則上互不類似，例如「百貨公司」與「鐘錶零售服務」互不類似。

5.1.3 綜合性商品零售服務與商品之間

百貨公司、超級市場、便利商店、購物中心等綜合性商品零售服務，其所要表彰的是一整體性的服務，例如商品的匯集、賣場商品之陳列規劃、購物推車或購物籃的提供、商品的試用或試穿、顧客於選購商品之際所提供之諮詢服務等等。商品上之商標則係用以指示商品來源，故二者性質不同，原則上互不類似。商標審查人員於進行商標檢索時，毋需將綜合性商品零售服務與其所有可能銷售之商品相互檢索。

5.1.4 綜合性商品零售服務與其他服務之間

我國申請註冊商標所指定商品及服務之分類，係採用國際分類尼斯協定，其中，第 35 類至第 45 類等 11 個服務類別，每個類別基本上所劃分之服務活動內容不盡相同，故綜合性商品零售服務與其他服務之間，原則上互不類似。

5.2 特定商品零售服務

基於行政管理需要，本基準參酌相關主管機關編訂之零售行業類別，並配合審查實務需要，依其性質加以歸納整理，將特定商品零售服務名稱例示於本局公告之分類暨檢索參考資料。

5.2.1 特定商品零售服務之間

本局分類暨檢索參考資料之特定商品零售服務組群下，臚列多項特定商品零售服務（以下稱小類組；指 351901 等以 6 碼序號表示者），其彼此之間商品性質差異大，市場區隔明顯，提供零售服務之業者可能因商品結構、消費對象、購物環境等因素的不同，而使其呈現截然不同之經營特色，滿足消費者不同之需求，故原則上互不類似，例如「農產品零售服務」與「家具零售服務」之間，核其商品性質不同，功能、用途有別，消費對象、行銷管道及銷售場所亦屬有異，業者針對該等不同特性之商品，所提供之零售服務自屬有別，原則上互不類似。反之，若其指定特定零售服務所涉及之商品種類相同或性質極為相近，在滿足消費者之需求上以及服務的提供者或其他因素上，具有共同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，易使一般接受服務者誤認其來自相同或雖不相同但有關聯之來源者，原則上構成類似。例如申請人以「育樂用品零售批發」作為特定商品零售服務，他人如指定於同一小類組項下之「運動用品及器材零售批發」，則核二者所提供之零售服務性質相近，可能滿足消費者相同之需求，故原則上互屬類似。

5.2.2 特定商品零售服務與綜合性商品零售服務間之類似關係，請參 5.1.2 說明。

5.2.3 特定商品零售服務與特定商品之間

特定商品零售服務名稱通常係以概括性之文字表示，由於商品範圍廣泛而不具體，因此，商標審查人員於進行商標檢索時，原則上無須將零售服務所有可能涵蓋之商品範圍與該等商品之間相互檢索。例如指定農產品零售服務，其零售服務所經營商品範圍可能涵蓋蔬果、雜糧或種苗、花卉等商品，而跨及不

同類別之多項類似組群商品，原則上與商品間即不認定具「類似關係」。然而有些情況下，商品與該商品之零售服務會使消費者認為具有密切關係而導致「類似關係」之考量，這是因為消費者會預期該商品本身與該商品之零售服務可能來自相同或雖不相同但有關聯之來源。如零售服務之商品描述如屬具體明確，且消費者可能預期該商品之零售服務與該商品本身可能來自相同或雖不相同但有關聯之來源，則該特定商品零售服務與該特定商品之間，原則上互為類似。例如，「衣服商品」與「衣服零售服務」，「汽機車商品」與「汽機車零售服務」等，惟本局分類暨檢索參考資料中備註有關特定商品零售服務與特定商品間之檢索範圍，僅供行政管理及檢索參考之用，特定商品零售服務與該特定商品之間是否類似之認定，尚非絕對受該檢索參考資料之限制。

5.2.4 特定商品零售服務與其他服務之間

第 35 類至第 45 類等 11 個服務類別，其彼此之間服務性質不同，原則上互不類似。但服務之目的如在滿足消費者特定之需求，則當其滿足消費者的需求越相近時，服務的類似程度就越高。例如「代理經銷服務」係指為他人利益計算，代理他人推銷其商品，並因而收受報酬之服務，所表彰者為其代理行為。其與「零售服務」所表彰者，係為提供方便選購商品之賣場或通路，二者服務之性質、目的及對象均不相同，原則上互不類似。但代理特定商品之經銷服務與特定商品之零售服務，如其所涉及之商品種類相同或性質極為相近，在滿足消費者之需求上以及服務的提供者或其他因素上，具有共同或關聯之處，依一般社會通念及市場交易情形，易使一般接受服務者誤認其來自相同或雖不相同但有關聯之來源者，得認定為類似，例如「代

理衣服之經銷服務」與「衣服零售服務」，得認定類似。

6、零售服務之商標使用

6.1 商標法第 6 條規定，本法所稱商標之使用，指為行銷之目的，將商標用於商品、服務或其有關之物件，或利用平面圖像、數位影音、電子媒體或其他媒介物足以使相關消費者認識其為商標。服務的本身係屬一種無形物，無法直接標示商標，惟其可藉由有形物體來標示。零售服務係一種伴隨商品銷售時所提供之服務，是以，商標權人可將商標用於其營業上之有關之物品、文書、廣告或宣傳，以促銷其服務，例如營業招牌、各樓層賣場之介紹板、指示銷售區之招牌、購物推車、購物籃、陳列架、商品結帳用收銀機、收據、櫥窗、店員之制服、帽子及名牌、試衣間、商品型錄、銷售商品之包裝、包裝紙及購物袋等等（此僅為例示說明，不以該等使用為限）；商標權人亦可利用數位影音、電子媒體或其他媒介物等方式，使相關消費者認識其為商標，例如電視廣告、網路廣告等所使用之商標，亦包含在內。

6.2 對於郵購、電視購物、網路購物（電子購物）等業者而言，其原本即利用平面圖像、數位影音、電子媒體或其他媒介物來從事商品之零售服務，其從商品的開發到匯集，訂單處理、包裝配送、售前或售後服務等，皆經專業規劃，藉由提供充分且完整之商品資訊，以利消費者瀏覽與選購商品，使消費者決定與其交易。此種零售服務之商標使用，商標權人除可將商標使用於商品型錄、電腦網頁、電子報、電視影像外，復可將商標使用於其營業上之有關之物品、文書、廣告或宣傳，以促銷其服務。例如商品型錄、銷售商品之包裝、包裝紙及購物袋等。

6.3 商標權人如將商標使用於商品或其包裝容器或其有關物件上，有

使人誤認係為促銷該商品者，應非屬零售服務之商標使用。例如將商標直接標示在商品或其包裝容器上，消費者很可能會認為係該商品生產者或製造者之商標，以指示該商品來源之商標使用，尚難認為係零售服務之商標使用。

- 6.4 「綜合性商品零售服務」與「特定商品零售服務」係屬不同之服務類型，是以，商標於實際使用時，應依註冊所指定服務之性質而使用，例如指定使用於多項特定商品零售服務，應以特定專賣形式於同一場所匯集特定商品或特定範圍之商品供消費者瀏覽與選購，若非以特定專賣形式，而於同一場所匯集多種類之商品，以方便消費者瀏覽與選購，屬綜合性商品零售服務性質者，即與註冊商標所指定使用之零售服務類型不符。