

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，99 年 1 月 1 日生效

目錄

1.前言	1
2.聲明不專用的意義與法規適用	1
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
3.應聲明不專用的事項	4
3.1 說明性、通用名稱或其他不具識別性的文字	4
3.1.1 說明性文字	4
3.1.2 通用名稱	9
3.1.3 其他不具識別性的文字	11
3.1.4 文字經設計時，未經設計的原始文字應聲明不專用	13
3.1.5 刻意以非正確文字表示時，正確文字應聲明不專用	15
3.2 說明性、通用標章或其他不具識別性的圖形	16
3.2.1 說明性圖形	16
(1) 商品本身圖形	17
(2) 與商品或服務說明有關的業界常用圖形	19
(3) 與商品或服務地理來源、性質等有關的地理圖形	22
3.2.2 通用標章	23
3.2.3 其他不具識別性的圖形	24
3.3 其他說明性或不具識別性的事項	25
3.3.1 數字	25
3.3.2 型號	26
3.3.3 記號	27
4.無須聲明不專用的情形	28
4.1 以特殊語法結合說明性或不具識別性的文字	28
4.2 產生新奇獨特商業印象的諧音文字	29
4.3 因使用取得識別性的事項	30

5.不得聲明不專用的情形.....	32
5.1 商標整體不具識別性	32
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	33
5.3 純粹資訊性的事項	35
6.聲明格式	37
6.1 數個不專用事項的聲明方式.....	37
6.2 一案多類申請案的聲明方式.....	38
6.3 大部分商標圖樣不具識別性的聲明方式	39
6.4 古體及簡體中文字的聲明方式.....	40
6.5 外國文字的聲明方式	41
7.其他事項	43
7.1 依職權聲明不專用	43
7.2 經通知聲明不專用而未於期限內回覆的處理	43
7.3 註冊商標中未聲明不專用的文字，在後申請時為說明性或不具 識別性文字的處理方式	43
7.4 聲明不專用後因使用取得識別性.....	44
7.5 商標中具有識別性的部分不得聲明不專用	45
7.6 混淆誤認之虞的判斷應整體觀察.....	45

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 年為因應商標法修正，要點內容曾作小幅修正。因考量該要點施行至今已有相當時間，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，爰訂定本基準以作為案件審查之參酌。

本基準係以聲明不專用審查要點為基礎，並參酌近年來聲明不專用制度於我國實際運作情形及國際商標理論實務的發展，充實聲明不專用制度的理論內涵，明列應否聲明不專用的情形，加強例示案例的具體說明，並明定聲明格式，以取得實務作法的合理性及一致性。另外，考量聲明不專用的規範目的，主要在防止商標權利範圍的爭議，在無造成爭議的情形下，本局將透過依職權聲明不專用方式，以簡化審查程序提升效益。

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

商標的功能主要在於識別商品或服務的來源，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，進而有影響市場公平競爭秩序之虞。早期對於這種情形，均要求申請人將說明性或不具識別性的部分刪除，

始准予註冊，惟此種作法並不合理，因而發展出聲明不專用的制度。亦即，透過不專用的聲明，申請人同意放棄商標中說明性、不具識別性等依法單獨不得註冊部分的專用權，使整體具有識別性的商標，得以保留該等不得註冊部分於商標圖樣。此作法使商標取得的權利範圍明確，在商標取得註冊之後，不致產生商標權及於說明性、不具識別性等單獨不得註冊部分之疑義。

2.2 聲明不專用的法規適用

2.2.1 聲明不專用的規定

商標法第 19 條規定：「商標包含說明性或不具識別性之文字、圖形、記號、顏色或立體形狀，若刪除該部分則失其商標之完整性，而經申請人聲明該部分不在專用之列者，得以該商標申請註冊。」故商標圖樣中說明性或不具識別性的事項，應聲明不專用；又通用標章與名稱為業界就特定商品或服務所共同使用的標誌及名稱，亦屬申請人不得取得專用權的事項，為商標法第 23 條第 1 項第 3 款所明定。另為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，同條項第 4 款規定「商品或包裝之立體形狀，係為發揮其功能性所必要者」，不得註冊，商標含有本款情形的部分，申請人亦不得就之取得專用權，惟該情形於「立體、顏色及聲音商標審查基準」已有詳盡規定可資參照，故本審查基準不再贅述。

依商標法第 19 條文義解釋，商標包含說明性或不具識別性的部分，若刪除該等部分將使商標失去原來的完整性時，始得要求申請人將該部分聲明不專用，以取得註冊。申請時所檢附的商標，通常係申請人已經實際使用，或想要在市場上使用的商標，自申請人使用的角度觀察，說明性或不具識別性部分的本身，亦為完整商標的一部分，將之刪除，其實已失去申請商標原來的完整性。又自商標註冊的角度觀察，商標整體具識別性者，即符合商標區別商品或服務來源之功能，除非有刪除的必要性，例如該不具識別性部分，有商標法第 23

條第 1 項第 11 款使消費者誤認誤信商品或服務性質、品質或產地之虞的情形，否則，即得依聲明不專用以取得註冊，以尊重申請人實際使用的需求。

2.2.2 聲明不專用的效果

商標註冊後，雖然商標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，即便是已聲明不專用的說明性或不具識別性的部分，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，審查時應依個案情形，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，倘有部分為說明性或不具識別性的事項，未於審查程序中要求申請人聲明不專用即准予註冊者，商標權人並未就該部分取得專用權。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，並非日後判斷其是否具識別性的唯一依據。

實務上若應聲明不專用的情形具體明確且在業界已有相當共識，並無商標權人據以對第三人主張權利的疑慮，例如「嘉禾不動產」使用於不動產租售、買賣服務，「不動產」為指定服務的說明，應聲明不專用，若申請人於申請時未聲明，依現行法規定，審查時仍須要求申請人補正聲明不專用，徒增公文往返的時間，影響審查時效。就此部分，採取依職權聲明不專用，而逕予核准註冊，對申請人權利影響的可能性微小，且不服該聲明的申請人仍得提起訴願以資救濟，在

我國仍採行強制聲明不專用制度下，對加速商標申請案審查有相當程度的幫助。基此考量，將以公告方式，例示商品與服務得依職權聲明不專用之事項，以供參考。

3. 應聲明不專用的事項

商標圖樣中之文字與圖形為實務上常見應聲明不專用的事項，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」例示應聲明不專用的情形。最後，則例示數字、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、通用名稱或其他不具識別性的事項，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 說明性、通用名稱或其他不具識別性的文字

應聲明不專用的文字包括指定商品或服務的說明、通用名稱或其他不具識別性的文字，前述文字經設計時，應將未經設計的原始文字聲明不專用，刻意以非正確文字表示時，則應將正確文字聲明不專用，依序例示如下：

3.1.1 說明性文字

商標圖樣中，對於指定商品或服務具有說明性意涵的中文及外文，例如商品或服務品質、功用、創新作法、技術傳承、產地等說明文字，必須聲明不專用後，始得註冊。

核准案例：

● **JAN FRUITS**

使用於芒果、鳳梨、西瓜、蕃茄等商品，「FRUITS」即「水果」之意，為指定水果商品的說明，應聲明不專用。



- 使用於土司、麵包、蛋糕、漢堡等商品，「新鮮·美味·現場烘焙」為商品品質、特性的說明文字，應聲明不專用。
- 「正宗金御園」指定使用於蔥油餅、烙餅商品，「正宗」有正統的、道地的意思，為強調技術傳承的說明文字，應聲明不專用。

SEIKO



Superior

- 使用於鐘錶及其組件、碼錶、計時器等商品，「SUPERIOR」有較好的、較佳的、優秀的、上等的意思，為商品品質的說明文字，應聲明不專用。



- 使用於衣服商品，「FASHION」有流行式樣、時尚之意，為商品特性的說明文字，應聲明不專用。



- 使用於鞋子商品，「COLLECTION」有匯集、精選或收藏品之意，有說明指定商品為申請人所匯集、精選之意，應聲明不專用。



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」為指定服務內容的說明文字，應聲明不專用。

● 勁業科技

使用於行動電話電池、鎳氫電池、鋰電池、鎳鎘電池等商品，「科技」使用於指定商品，有表示該等商品為科技產品之意，為指定商品的相關說明，應聲明不專用。

- 「維津食品」使用於茶葉、茶葉製成之飲料、咖啡、可可等商品，「食品」為指定商品的說明文字，應聲明不專用。



● 使用於黑糖糕、冬瓜糕、紅豆糕、糕餅等商品，「創立於清同治三年」、「西元一八六四年」為事業創辦年代的說明，「製餅」有表示指定商品由申請人所產製之意，均應聲明不專用。



● 使用於可供煮食用之非燃料木炭、竹炭原料等商品，「工房」有工作室的意思，使用於指定商品有表示為該等商品的專業提供者之意，為指定商品的相關說明，應聲明不專用。

● WiWi SHOP 瑋瑋小舖

使用於衣服、褲子、圍巾、頭巾等商品，「小舖」、「SHOP」有商店或店鋪的意思，有表示指定商品為申請人所匯集之意，應聲明不專用。



● 使用於拍賣、網路拍賣、購物中心、網路購物（電子購物）等服務，舖有商店的意思，「小舖」使用於指定服務，有提供該等服務的商店之意，應將「小舖」聲明不專用。



● 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，應聲明不專用。



● 使用於油漆、亮光漆、天然漆、防銹劑等商品，「ESTD 1915」為事業創辦年代的說明，應聲明不專用。



● **NORWAY**

使用於肉、魚肉、家禽肉、非活體獵物等商品，「NORWAY」即挪威之意，申請人為挪威商，「NORWAY」為指定商品產地或來源地的說明，應聲明不專用。

- 「蠻牛第二代」使用於中西藥、提神藥劑、醫療補助用營養製劑、營養補充品等商品，「第二代」使用於指定商品有新配方或新製法以達到更佳效果的意思，為指定商品的相關說明，應聲明不專用。

實務上常見以識別性文字與說明性的單一文字連結作為商標圖樣，單一文字可能為商品成分、劑型或其他說明，例如：「鈣」、「液」、「錠」、「丸」，也可能為「屋」、「家」、「館」、「軒」、「亭」、「店」、「坊」等表示場所、店鋪或匯集商品涵義的文字，或「齋」、「堂」、「記」、「行」、「社」等表示商店名號的文字，若單一文字在商標中具有商品或服務說明性的意涵，應聲明不專用。

核准案例：

- 「天星攝康錠」使用於花粉萃取營養補充品，「錠」為指定商品劑型的說明，應聲明不專用。
- 「巴斯液」使用於消炎鎮痛用液劑，「液」為指定商品劑型的說明，應聲明不專用。
- 「非炎貼」使用於人體用藥品、消炎鎮痛貼布，「貼」為貼布之意，為指定商品劑型的說明，應聲明不專用。

IIRAKU PILL
金壕胃膽寧
イラク

- 使用於維生素、西藥品、西藥劑、中藥品等商品，「PILL」為藥丸之意，使用於指定商品為劑型的說明，應聲明不專用。

● 威馨堂

- 使用於線香、香末商品，「堂」使用於祭祀用商品時，常為商店名號的表示，不具識別性，應聲明不專用。
- 「雄記」使用於冷熱飲料店、飲食店、咖啡廳、小吃店等服務，「記」為商店名號的表示，不具識別性，應聲明不專用。

當文字有多種涵義，而其與識別性文字之結合，使該單一文字給予一般消費者的印象，並非說明性文字，則無須為不專用之聲明。

核准案例：

- 「寶素齋」使用於棕櫚油、花生油、胚芽油、大豆油等商品，「齋」有素食之意，使用於植物油，暗示指定商品適用於素食的烹調，而非場所、店鋪或匯集商品的說明，無須聲明不專用。



● 使用於糖果、軟糖、月餅、糕餅等商品，軒使用於本商標非場所、店鋪或匯集商品的說明，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商品或服務的名稱，亦包括其簡稱、縮寫及俗稱。

核准案例：



● 使用於雞肉飯，「雞肉飯」為指定商品的通用名稱，應聲明不專用。



● 使用於化妝品，「cosmetics」即「化妝品」之意，為指定商品的通用名稱，應聲明不專用。



● 使用於皮包、錢包、背包、背袋等商品，「bags」為「袋」之意，為指定商品的通用名稱，應聲明不專用。



● 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，應聲明不專用。



● 使用於室內裝潢設計、室內設計服務，「室內設計」為指定服務之通用名稱，應聲明不專用。



● 使用於餐廳服務，「餐廳」為指定服務的通用名稱，應聲明不專用。

當識別性的文字與商品或服務的單一文字通用名稱連結作為商標圖樣，若該單一文字給予一般消費者的印象仍為通用名稱的涵義，應聲明不專用。

核准案例：

● 豪品香

使用於線香、香末、烏沈香、環香等商品，「香」為指定商品之通用名稱，應聲明不專用。

● 霜韻茶

使用於茶葉、紅茶、綠茶、清茶、烏龍茶等商品，「茶」為指定商品的通用名稱，應聲明不專用。

- **優美袋**

使用於紙袋商品，「袋」為指定商品的通用名稱，應聲明不專用。

奈麗漆

- **NALI**

使用於漆、塗料、乳膠漆、防水漆等商品，「漆」為部分指定商品的通用名稱或相關說明，應聲明不專用。

3.1.3 其他不具識別性的文字

實務上常見不具識別性的文字，包括姓氏、標語、表示品牌的「牌」與「BRAND」、公司名稱、表示多數事業體結合的「集團」、表示事業性質的「工業」與「商事」等文字，及「企業」、「實業」、「展業」、「興業」等表示營業組織的通用文字。

此外，「建設」、「銀行」、「電腦」、「通訊」等表示業務種類的文字，使用於相關業務領域時，為指定商品或服務的說明（參本基準 3.1.1）；使用於不相關業務領域的商品或服務時，僅為公司名稱中表示業務種類的文字，不具識別性，應聲明不專用後，始得註冊。

核准案例：



- **茗光查某因**

使用於肉粽、五穀粽、花生粽、素粽等商品，「蔡」為姓氏，不具識別性，應聲明不專用。

戲谷

受家人的歡樂天地

-

使用於電腦軟體、錄有電腦程式之磁碟、錄有電腦遊戲程式之磁性資料載體等商品，「全家人的歡樂天地」為不具識別性的宣傳用語，應聲明不專用。

● **LIBERTY**  陪著你長大

使用於紀錄紙、圖畫紙、畫紙、事務機用捲筒紙等商品，商標圖樣中之「陪著你長大」為不具識別性的宣傳用語，應聲明不專用。

阿里山牌

● **ALI/HAN BRAND**

使用於各種紗、線商品，「牌」、「BRAND」為品牌的意思，不具識別性，應聲明不專用。



TELGEM

● **廷駿科技實業有限公司**

使用於代理進出口服務及代理國內外廠商各種產品之報價、投標、經銷、商情之提供服務，「廷駿科技實業有限公司」為公司名稱，用以表示營業主體，不具識別性，應聲明不專用。



CSC Group

● **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」有以一定目的集合在一起，並且行動一致的組織團體之意，通常用來表示以數事業體結合而成之組織，不具識別來源的功能，應聲明不專用。

- 「神通企業集團」使用於家電產品安裝修理、電氣設備安裝修理、儀器安裝修理等服務，「企業集團」有相互聯合、支援、服務、協調的企業群之意，通常用來表示以數事業體結合而成之組織，不具識別來源的功能，應聲明不專用。



● 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，不具識別性，應聲明不專用。



● 政都建設

使用於茶葉、紅茶、綠茶、清茶等商品，「建設」非屬指定商品的說明性文字，僅為公司名稱中表示業務種類的文字，不具識別來源的功能，應聲明不專用。

3.1.4 文字經設計時，未經設計的原始文字應聲明不專用

說明性或不具識別性的文字本不應取得註冊，惟經設計後，若脫離純粹說明或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，應將未經設計的原始文字聲明不專用，始得註冊。

過去關於文字的聲明，有「商標圖樣中未經設計」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，惟商標圖樣中並無未經設計的文字，且文字經設計程度如何，始屬「經設計」，看法難免有歧異；又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，故本基準一併修正聲明格式，將「商標圖樣中」等文字刪除，且不使用「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。

經設計文字於實際個案的聲明方式，不再使用「未經設計」用語，

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：



- 使用於玩具零售、裝飾及擺飾品零售、郵購、電視購物、網路購物（電子購物）等服務，部落格可提供線上的零售服務，故玩具部落格、「TOYS BLOG」為指定服務的相關說明，「TOYS BLOG」雖經設計，仍能辨識出原來的文字，且因其與「玩具部落格」並排呈現，消費者很容易認識其為「TOYS BLOG」，因此應將「TOYS BLOG」與「玩具部落格」一併聲明不專用，聲明方式為：「TOYS BLOG」、「玩具部落格」不在專用之列。



- 使用於飲食店、小吃店、茶藝館、火鍋店等服務，「鮮炸屋」、「專賣炸物」、「Fresh House」均為指定服務的相關說明，其中「鮮炸屋」雖經設計，但相關消費者仍能辨識出原來的文字，故應將「鮮炸屋」與「專賣炸物」、「Fresh House」一併聲明不專用，聲明方式為：「鮮炸屋」、「專賣炸物」、「Fresh House」不在專用之列。



- 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：「曾」、「JUST FOOD」不在專用之列。



- 使用於臘肉、肉乾、牛肉乾、豬肉乾等商品，「高」為姓氏，雖經設計，仍能辨識出原來的文字，應聲明不專用。



- 使用於布匹、衣服、服飾配件、鐘錶、眼鏡、首飾零售服務，「夯」有熱門、流行之意，為常見的流行用語，不具識別性，雖經設計，仍能辨識出原來的文字，故應將「夯」聲明不專用，聲明方式為：「夯」不在專用之列。



- 使用於豆花、豆花粉商品，「手工豆花」為商品製作方法的說明，雖經設計，仍能辨識出原來的文字，故應將「手工豆花」聲明不專用，聲明方式為：「手工豆花」不在專用之列。

3.1.5 刻意以非正確文字表示時，正確文字應聲明不專用

商標圖樣中說明性或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或不具識別性的印象，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，故應將所對應的正確文字聲明不專用，始得註冊。聲明方式為：「正確文字／拼字」不在專用之列。

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、幼兒奶粉、孕婦用奶粉等商品，「補骨精」為「補骨精」的正確文字，予人印象，仍不脫「補骨精」之意涵，故應將正確文字的「補骨精」聲明不專用，聲明方式為：「補骨精」不在專用之列。
- 「HYDEE AND THE HY TOPS」使用於第 25 類之靴鞋、襪子等商品，「HIGH-TOPS」指運動員所穿，鞋幫高過於腳踝的鞋子，為第 25 類靴鞋商品的相關說明，「HY TOPS」為「HIGH-TOPS」的諧音，給予消費者的印象仍為商品特性的說明，應將正確拼字「HIGH-TOPS」聲明不專用，聲明方式為：「HIGH-TOPS」不在專用之列。



- **SecurDisc**
使用於數位視訊影碟、藍光影碟、高解析數位視訊影碟、高解析多功能多層光碟等商品，「secure disc」有具備保全儲存資料功能的光碟片之意，「SecurDisc」為「SECURE DISC」的非正確拼法，應將「SECURE DISC」聲明不專用，聲明方式為：「SECURE DISC」不在專用之列。

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，即無須就該說明性或不具識別性的部分聲明不專用。(參看本基準 4.2)

3.2 說明性、通用標章或其他不具識別性的圖形

3.2.1 說明性圖形

常見的說明性圖形，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，及用以指示商品或服務產地、提供地或其他相關地理位置的地理圖形。

申請註冊商標圖樣的圖形為實物圖片，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，給予消費者的印象只是商品或服務的相關說明，缺乏指示來源的功能，若單獨以該圖形申請註冊，將以商標為說明性或不具識別性核駁註冊，若存在其他識別部分，而整體商標圖樣具有識別性時，則可取得註冊，惟應將該不具識別性的圖形聲明不專用。

(1) 商品本身圖形

核准案例：



使用於新鮮水果、新鮮蔬菜商品，商標圖樣中之圖形為無花果的實物描繪，為指定商品中新鮮無花果的說明，應將「無花果實物圖」與「無花果」一併聲明不專用。



使用於咖啡、咖啡豆、咖啡包、咖啡飲料等商品，商標圖樣中之咖啡實物圖形為指定商品的相關說明，應將「咖啡豆圖形」與「COFFEE」一併聲明不專用。



使用於新鮮水果、新鮮蔬菜、柑橘、红柿、梅子、桃子、梨子等商品，商標圖樣中之「梨子圖形」、「橘子圖形」、「柿子圖形」為實物的寫實圖形，應聲明不專用。



使用於糖果、巧克力粒、巧克力粉等商品，商標圖樣中之「條狀巧克力圖形」為指定商品的實物圖形，應聲明不專用。



使用於手套、領帶、帽子、襪子等商品，商標圖樣中之「帽子圖形」為帽子的實物描繪圖形，應聲明不專用。

若商品本身或其特徵的圖形經特殊設計，脫離純粹的商品說明功能，而產生獨特的商業印象，即具有識別性，無須聲明不專用。

核准案例：



冠捷

使用於鍋子商品，商標圖樣中之鍋具，其鍋底與火焰圖形結合，鍋蓋之蓋珠則以皇冠取代，前述設計使其脫離商品本身圖形的概念，產生獨特的商業印象，而具有識別性，故無須就該圖形聲明不專用。



使用於新鮮水果及蔬菜商品，商標圖樣中的水果圖形經過擬人化設計並與文字結合，脫離純粹商品圖形的概念，具有識別性，無須就該水果圖形聲明不專用。

(2) 與商品或服務說明有關的業界常用圖形

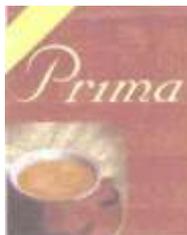
核准案例：



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，商標圖樣中之「狗圖形」為狗的實物圖片，應聲明不專用。



使用於紅酒、白酒、水果酒、清酒、葡萄酒等商品，葡萄圖形為酒品業界常用的說明圖形，商標圖樣中之葡萄圖形僅為葡萄之實物描繪，應將「葡萄圖」與有葡萄酒之意之法文「CUVEE」及「餐前紅酒」等說明文字一併聲明不專用。



使用於咖啡、咖啡包、咖啡豆、咖啡粉等商品，盛有飲料的咖啡杯圖形為咖啡業者常用的說明圖形，應將商標圖樣中之「盛有飲料的咖啡杯圖形」聲明不專用。



- 美 成

使用於金、銀、珠寶、翡翠、鑽石等商品，商標圖樣中之「鑽石圖形」為業界常用的鑽石描繪圖形，應聲明不專用。



-

使用於代辦誦經祭典法會、法會、代辦喪葬事宜、擇日五術諮詢等服務，雖「卍」的中間部分為太極圖所遮蓋，惟其與太極圖搭配出現時，因均具有宗教意涵，消費者很容易可以將之辨識出來，而「卍」為我國民間常用的佛教象徵之一，使用於指定服務，表達依特定宗教的教義或儀式來提供服務的意涵，故商標圖樣中之「卍」、「太極圖形」，應聲明不專用。

若業界常用圖形經特殊設計，脫離純粹的說明功能，而產生獨特的商業印象，即具有識別性，無須聲明不專用。

核准案例：



-

使用於髮型設計、剪髮、理髮、理髮店服務，剪刀為提供理髮服務業者常用圖形，為所提供服務的相關說明，商標圖樣中之剪刀圖形係以「V」字母、「8」及「&」組合而成，該特殊設計已脫離剪刀的概念，足以在消費者心中產生獨特的商業印象，具有識別性，故無須就該圖形聲明不專用。



使用於寵物衣服、馬具、動物項圈、繫狗皮帶等商品，貓狗圖形為寵物用品製造業者常用圖形，為指定商品有關之說明，商標圖樣中之貓、狗圖形經設計，足以產生獨特的商業印象，而具有識別性，故無須就該圖形聲明不專用。



使用於棉棉冰、牛奶冰、花生冰、花豆冰等商品，商標圖樣中之碗裝冰品圖形經特殊設計，構成類似土星的星球圖形，已脫離一般冰品圖形的概念，予人獨特的商業印象，無須聲明不專用，僅須將商標圖樣中之「冰店」、「ICE」、「冰」聲明不專用即可。



使用於冰果店、餐廳、火鍋店、飲食店等服務，冰淇淋圖形為餐飲業提供服務內容之說明，商標圖樣中之冰淇淋圖形經過擬人化的特殊設計，產生獨特的商業印象，具有識別性，僅須將「ICE CREAM」聲明不專用。



使用於茶葉、茶葉包、茶葉飲料、咖啡等商品，杯子圖形為

飲料商品常用之說明性圖形，商標圖樣中的杯子圖形經抽象設計，足以產生獨特的商業印象，無須聲明不專用。



● 使用於咖啡廳、咖啡館、流動咖啡餐車等服務，咖啡杯為咖啡館業常用圖形，為指定服務有關之說明，商標圖樣中之咖啡杯經設計成貓臉圖形，其特殊造型足以產生獨特的商業印象，而具有識別性，故無須就該圖形聲明不專用，僅需將有「咖啡烘焙」涵意的外文「COFFEE ROASTING」聲明不專用即可。

(3) 與商品或服務地理來源、性質等有關的地理圖形

核准案例：



● 使用於雪茄、香菸、香煙、活性碳濾嘴香菸等商品，申請人為我國國民，商標圖樣中的「台灣圖形」表示商品的產地，應聲明不專用。



● 使用於奶油香酥餅、太陽餅、月餅、老婆餅、芋頭餅等商品，申請人為我國國民，商標圖樣中之「台灣圖形」表示商品的產地，應與「台灣」、「餅」一併聲明不專用。



● 使用於咖啡廳、咖啡館、速簡餐廳、自助餐廳等服務。商標圖樣中之「義大利圖形」為指定餐飲服務所提供菜系的說明，應與「義式餐廳」一併聲明不專用。

3.2.2 通用標章

商標圖樣中的圖形，若為指定商品或服務的通用標章，必須聲明不專用後，始得註冊。

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，商標圖樣中的「雙蛇纏杖圖」為世界通用的醫學標誌，應聲明不專用。



● 使用於藥物零售、化妝品零售、健康食品、醫藥器材零售等服務，「藥劑標誌 R」為醫療相關業界通用的藥劑標誌，「醫療十字圖」為醫療相關業界通用圖形，均應聲明不專用。



● 使用於中西藥調劑、醫藥諮詢等服務，商標圖樣中之「醫療十字圖」為藥品與醫療相關業界常用圖形，應與「藥局」一併聲明不專用。

3.2.3 其他不具識別性的圖形

裝飾圖案與宗教標誌為常見的不具識別性圖形，應聲明情形例示如下：

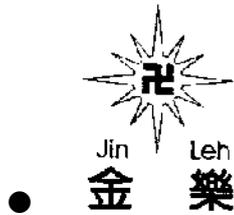
核准案例：



● 使用於代辦喪葬事宜、喪禮禮堂佈置、葬儀社、火葬等服務，商標圖樣中的整體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，不具識別性，應聲明不專用。



● 使用於棋盤遊戲玩具組、遊戲紙牌、撲克牌、紙牌等商品等商品，商標中之圖形為常見於紙牌背面的裝飾圖形，無識別來源之功能，應聲明不專用。



● 使用於金屬梯子、金屬折合梯、馬椅梯、關節梯等商品，「卍」為佛教象徵符號之一，有吉祥無比之意，商標圖樣中之「卍」給予消費者護持、庇祐、吉祥、祈願的印象，不具識別性，應聲明不專用。

3.3 其他說明性或不具識別性的事項

文字與圖形為最常見的應聲明不專用事項，除此之外，數字、型號、記號等，亦可能為商品或服務的說明或有不具識別性的情形，而須聲明不專用，分述如下：

3.3.1 數字

數字可能為商品或服務的相關說明或不具識別性的情形。

核准案例：



● 使用於機車及其零組件商品，商標圖樣中之「125」使用於指定商品有排氣量為 125cc 之意，為商品規格之說明，應聲明不專用。



● 使用於便利商店、農、畜、水產品零售及食品飲料零售服務，商標圖樣中之「24」給予相關消費者的印象是提供 24 小時的服務，為服務提供時間之說明，應聲明不專用。



使用於行動電話通訊傳輸、增值網路之電信傳輸、網際網路之電信連結、全球電腦資訊網路之電信連結等服務，「168」為行動電話資費的表示，屬指定服務的相關說明，應聲明不專用。



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），應聲明不專用。



使用於高粱酒、大麴酒、藥味酒、蒸餾酒等商品，商標圖樣中之「58°」為指定商品酒精濃度的標示，應與「酒廠」、「特級」、「高粱酒」、「KAOLIANG LIQUOR」一併聲明不專用。



使用於牛仔衣、牛仔褲、衣服、背心等商品，商標圖樣中之「303」為單純數字，不具識別性，應聲明不專用。

3.3.2 型號

型號通常用以區別同一來源的不同商品，而非區別不同來源的商品，所以不具識別性。

核准案例：

- 「LUXGEN M722 T」使用於鋼圈、車輪、輪圈、火星塞等商品，商標圖樣中之「M722 T」給予相關消費者的印象為商品型號的表示，不具識別性，應聲明不專用。
- 「LEXUS RX300」使用於汽車及其零組件商品，商標圖樣中之「RX300」給予相關消費者的印象為商品型號的表示，不具識別性，應聲明不專用。

3.3.3 記號

音符、音樂記號、標點符號、數學符號、單位符號，及其他非屬文字或圖形的記號，應聲明不專用之情形例示如下：

核准案例：

- 「EPASMIN - Ω3」使用於中西藥品、營養補充品、病患專用營養補充品。Ω3 為一種必須脂肪酸，為商品成分的說明，故應聲明商標圖樣中之「Ω3」不在專用之列。
- 「KYRO II」使用於電腦硬體及積體電路，即繪圖加速器，商標圖樣中之「II」用於指定商品，通常表示第二代之意，應聲明不專用。



●

使用於樂器、演奏補助器、中西樂器等商品，商標圖樣中之「高音譜號」與「五線譜」為樂器或音樂教學業界常用的說明性符號，應將之與「音樂文化教育機構」、「music culture Education」一併聲明不專用。



● 使用於鈣片、含鈣營養補充品、中藥、西藥等商品，商標圖樣中之♂為男性符號，使用於指定商品有表示該商品適用於男性之意，給予消費者的印象為商品的相關說明，應聲明不專用。

4. 無須聲明不專用的情形

商標中說明性或不具識別性的部分與其他部分結合，若該結合的結果，使說明性或不具識別性的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，即無須將說明性或不具識別性的事項聲明不專用。

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，或依商標法第 23 條第 4 項規定取得後天識別性等，為實務上較常見構成單一性的情形。

4.1 以特殊語法結合說明性或不具識別性的文字

說明性或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，通常其中所具有的說明性或不具識別性部分已與其他部分結合成不可分割的單元，故無須就該說明性或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」為商品特性的相關說明，「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「狠冰」聲明不專用。



- 使用於衣服、雨衣商品。「衣」為指定商品的通用名稱，「衣鳴驚人」為「一鳴驚人」的諧音，該用法產生有別於通用名稱以外的意涵，故無須將「一鳴驚人」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、個人數位助理器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，商標圖樣中「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，所須聲明者為「複合式日系茶飲」、「四十年真功夫」、「醬醬好味」、「養生原汁魯味」等說明性文字。



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，或商標包含說明性或不具識別性的部分，若因為商標於市場之使用，相關消費者已可以該商標或該部分識別商品或服務的來源，得依商標法第 23 條第 4 項核准註冊。此情形下，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，不僅無須就該部分聲明不專用，亦毋須就該部分所包含說明性或不具識別性的部分聲明不專用。

核准案例：



使用於非活體肉類、火腿、香腸、肉類及其製品等商品，「花蓮郭火腿」、「HUALIEN KUO HAM」、「カレン カク ハム」符合商標法第 23 條第 4 項取得後天識別性的規定，雖「花蓮」、「HUALIEN」、「カレン」為商品產地之說明，「郭」、「KUO」、「カク」為不具識別性之姓氏，而「火腿」、「HAM」、「ハム」為指定商品的通用名稱或相關說明，惟該商標經使用，「花蓮郭火腿 HUALIEN KUO HAM カレン カク ハム」已產生不可分割的單一商業印象，故僅須將「SINCE 1939」、「火腿圖」聲明不專用。



使用於果菜汁商品，「一日蔬果」符合商標法第 23 條第 4 項取得後天識別性的規定，「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。



使用於寶石與半寶石、鐘錶及計時儀器等商品，「鑽石恆久遠 一顆永留傳」符合商標法第 23 條第 4 項取得後天識別性的規定，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 一顆永留傳」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，商標整體依商標法第 23 條第 4 項規定核准註冊，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

商標「包含」說明性或不具識別性事項，得依商標法第 19 條規定聲明不專用，是指商標圖樣中的部分為說明性或不具識別性，而非商標整體不具識別性的情形，商標整體不具識別性時，即應予以核駁，自無聲明不專用規定的適用。又商標中含有構成商標法第 23 條第 1 項第 11 款，使公眾誤認誤信商品或服務之性質、品質或產地之虞者，亦無商標法第 19 條規定的適用。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、蚬精等

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%為肥皂所含油脂成份的標示，「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」均為商品的相關說明，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，而不影響商標同一性時，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，不失商標同一性的情況下，應於刪除後，始得核准註冊。但刪除圖樣中的文字將造成商標實質變更，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，將之刪除並不影響之商標同一性，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，®與 TM 標誌亦為不屬商標圖樣的純粹資訊性事項，因為®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，®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，®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



，並將通用名稱「潤餅」聲明不專用後核准註冊。

6. 聲明格式

商標權利的範圍清楚明確，對商標權人以及第三人具有相同的重要性，過去聲明不專用的格式為「商標圖樣中之『不專用事項』不在專用之列」，考慮聲明內容未必呈現於商標圖樣，例如未經設計的原始文字與刻意以非正確文字表示時的正確文字等情形，故本基準將「商標圖樣中之」文字自聲明格式刪除。

原則上，聲明不專用格式為：「不專用事項」不在專用之列。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，應將各聲明事項以括號標示，並以頓號隔開，例如若有 3 個應聲明不專用事項，聲明方式為：「不專用事項 1」、「不專用事項 2」、「不專用事項 3」不在專用之列。

核准案例：



● 指定使用於杯、碗、筷、碟、盤等商品，聲明方式為：「渡假大飯店」、「RESORT HOTEL」不在專用之列。



● 使用於果汁商品，聲明方式為：「鮮榨」、「蔓越莓+檸檬」不在專用之列。



● 使用於元宵、湯圓、桂花釀、甜酒釀零售服務，聲明方式為：「元宵」、「基隆名產」不在專用之列。



● 使用於電腦、磁片、錄有電腦程式之磁碟、光碟等商品，聲明方式為：「軟體」、「磁片圖形」不在專用之列。

6.2 一案多類申請案的聲明方式

商標中特定事項是否為說明性或不具識別性，必須與指定商品或服務一併觀察始能判斷，且商標中說明性或不具識別性的事項，可能因申請人的使用，以致在特定類別產生識別性，故一案多類的申請

案，若商標圖樣中特定事項僅在部分類別為說明性或不具識別性，可就特定類別聲明不專用，聲明方式為：「不專用事項」於特定類別不在專用之列。

核准案例：

- 「Lexcc1partnersIP」使用於 16、35、36、41、42 類商品與服務，「IP」於第 16、41、42 類具有說明性，聲明方式為：「IP」於第 16、41、42 類不在專用之列。

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，但通常大部分商標圖樣是說明性或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：「識別性事項」以外的文字（圖形），不在專用之列。

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，聲明方式為：「農作發」以外的文字、圖形，不在專用之列。



- 使用於月餅、桃酥、糕餅、用柿子做的糕餅等商品，聲明方式

為：「亞都」以外的文字、圖形，不在專用之列。



● 使用於啤酒商品，聲明方式為：「HEINEKEN」以外的文字，不在專用之列。



● 使用於化粧品、乳液、護膚乳液、敷面膜等商品，聲明方式為：「Hisamitsu」、「Lifecella」以外的文字、圖形，不在專用之列。

6.4 古體及簡體中文字的聲明方式

商標包含以古體或簡體中文表現的說明或不具識別性文字時，其聲明方式為：「不專用之中文（古體字／簡體字）」不在專用之列。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：「天然健康素」、「藥（古體字）」不在專用之列。

● **EXTREMULTUS**
易 传 动

指定使用於運送各種物品用之輸送機、輸送用皮帶、輸送膠帶等商品，聲明方式為：「易傳動(簡體字)」不在專用之列。

● **DOMO**
大沐卫浴

使用於浴缸、小便斗、盥洗台、馬桶、馬桶水箱等商品，聲明方式為：「衛浴(簡體字)」不在專用之列。

● **AQUOS**
手机

使用於行動電話機、電話機等商品，聲明方式為：「手機(簡體字)」不在專用之列。

6.5 外國文字的聲明方式

商標圖樣中的外文，其涵義若為商品或服務的說明性或有不具識別性的情形，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：「不專用之英文」不在專用之列。

國人對日文之理解未達普及的程度，而日文為本局電腦系統可接受之輸入法，聲明方式為：「不專用之日文(中文翻譯)」不在專用之列。另國人常以「の」取代中文「的」，經廣泛使用，大多數國人可瞭解其涵義，故在商標圖樣中單獨以「の」取代「的」情形，聲明不專用時無須特別列出其中文翻譯。

英文與日文以外之外國文字，未能廣泛為國人所理解，又非本局電腦系統可接受之輸入法，聲明方式為：「中文翻譯（語言）」不在專用之列。

核准案例：



● 使用於鞋子、女鞋、男鞋等商品，聲明方式為：「くつ（靴鞋之意）」不在專用之列。



● 使用於黑豆、糖漬果蔬商品，聲明方式為：「黒豆の王」、「ひと粒 ひと粒 ふっくら まんまる（一粒一粒圓滾飽滿之意）」、「黑豆圖形」不在專用之列。



● 使用於餐廳、冷熱飲料店、飲食店、小吃店等服務，聲明方式為：「GROUP」、「豆腐（韓文）」不在專用之列。



● 使用於燕窩、燕窩營養補充品、燕窩精商品，聲明方式為：「泰國燕窩」、「泰國燕窩（泰文）」不在專用之列。

7. 其他事項

7.1 依職權聲明不專用

商標中特定部分若屬本局公告依職權聲明不專用事項之例示範圍，申請人未於申請時聲明不專用，亦未於申請時主動陳明該部分有商標法第 23 條第 4 項規定之適用，並檢附相關證據者，本局得逕依職權為申請人將該部分聲明不專用，並於核准審定書附加教示條款後，核准註冊。

7.2 經通知聲明不專用而未於期限內回覆的處理

若商標圖樣中的特定部分為該商標申請案唯一不得註冊事項，且該部分非屬得依職權聲明不專用的情形，申請人若於收受核駁先行通知書後未於所定期限內回覆，且核駁先行通知書已敘明申請人屆期未回覆，本局將逕予聲明不專用時，應將該部分為不專用的聲明後核准註冊，並於核准審定書附加教示條款，以利不同意該處理的申請人主張其權利。

7.3 註冊商標中未聲明不專用的文字，在後申請時為說明性或不具識別性文字的處理方式

商標圖樣中部分事項是否為說明性，或有不具識別性情形，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，而前案並未以該文字為說明性或不具識別性的事由聲明不專用，惟若依後案審查時的客觀事證，該文字確實為說明性或不具識別性的情形，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，則後案仍得以聲明不專用的方式取得註冊。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。

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，為指定商品的相關說明，故可將商標圖樣中的「居家好幫手」及「HOME CARE」聲明不專用後取得註冊。

「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，故聲明「省電の達人」不專用後，准予註冊。

7.4 聲明不專用後因使用取得識別性

說明性或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提出申請時，得依商標法第 23 條第 4 項規定核准註冊，並不受前案不專用聲明的拘束。

A DIAMOND IS FOREVER

例如， 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  指定使用於寶石與半寶石、鐘錶及計時儀器等商品，於 95 年依商標法第 23 條第 4 項核准註冊，無須再聲明不專用。

7.5 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。

7.6 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，聲明不專用的部分，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，經聲明不專用後核准註冊。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」雖經聲明不專用，後案仍被核駁註冊。