



商標圖樣含「十字圖」之審查原則

加入本局粉絲團
即時掌握IP資訊



掃我!!



報告單位：商標權組
108年7月

- 導言
- 有無商標法第30條1項各款規定情事之判斷
 - 第5款
 - 第8款
- 結語



導言

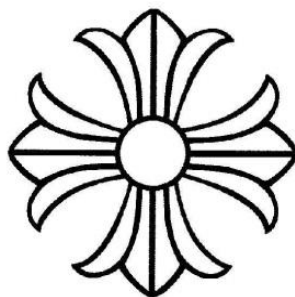
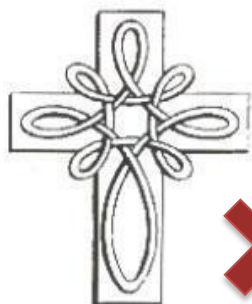
• 訂定本原則之緣由

- 審查實務上經常遇有圖樣包含「十字圖」之商標註冊申請案
- 十字圖傳達予消費者的觀念印象，因不同設計型態、顏色，以及圖樣中搭配呈現的文字或其他構成部分等，可能傳達出截然不同之內涵



• 本原則對「十字圖」的定義

- 由等長或接近等長，且外沿未經特殊設計之垂直與水平線條所構成的十字圖



• 申請案審查的基本方針

- 綜合個案存在之相關因素以為判斷，而非在商標註冊申請案審查階段為僵固、齊頭式的認定

第5款

有無商標法第30條1項各款規定 情事之判斷



- 商標「相同或近似於國際跨政府組織或國內外著名且具公益性機構之徽章、旗幟、其他徽記、縮寫或名稱，有致公眾誤認誤信之虞者」，不得註冊
 - 與「十字圖」相關之國內外著名公益性機構：
 - 紅十字國際委員會（ICRC）
 - 國際紅十字會與紅新月會聯合會（IFRC）
 - 各國紅十字會
 - 適用上並無指定商品/服務同一或類似的要件

下統稱
紅十字會



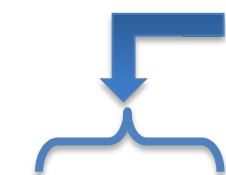
- 參照國外立法例，日內瓦公約及其附加議定書所保護之「白底紅十字」標誌，多有受到國內法規之特殊保護，限制與紅十字會無關之第三人，在未經同意的情況下任意使用
- 各國在商標註冊申請案審查階段，亦會考慮該案之註冊是否將與前揭保護「白底紅十字」標誌的法規相互牴觸，並訂有相關之審查基準

• 美國：

- 聯邦法律（ 18 U.S.C. §706 ）禁止美國國家紅十字會以外之未經授權者將紅十字使用於白色背景

若商標包含可能會被認識為係日內瓦紅十字的設計部分，且該部分未經明顯改動、調整外觀型態，抑或是融入其他商標構成部分，並有下列情事者，審查律師必須依藍能法之規定拒絕該商標的註冊：

- 商標圖樣或其國外註冊案顯示該符號為紅色
- 商標圖樣未指定顏色，但檢送之樣本顯示該符號為紅色
- 商標圖樣未指定顏色，但包含文字「Red Cross」或「Geneva Cross」



與紅十字會產生錯誤連結
實際使用證據
違法商業上使用不得作為

- 澳洲：

- 澳洲的「日內瓦公約法」特別禁止在未經國防部長或經其書面授權之人同意的情況下，去使用以等長之垂直與水平線條所構成，並為白色背景所環繞之紅十字標誌
- 依澳洲商標法第42條b款規定，若申請註冊之商標在實際使用上將發生違法情事，該案應予核駁
 - 商標註冊申請案如包含有白底紅十字標誌，除非申請人能夠提出國防部長或經其書面授權之人所出具之同意書，抑或是認定不屬日內瓦公約法保護之範圍，該案應依本款規定予以核駁
 - 判斷商標註冊申請案是否違反「日內瓦公約法」規定時，並不受指定商品或服務範圍之限制

• 歐盟：

- 依歐盟商標法第7條1項i款之規定，商標註冊申請案如包含有巴黎公約第6條之3保護範圍以外之具特殊公益性的徽記、標章等，除非已取得有權主體之同意，不得註冊
- 日內瓦公約及其附加議定書所保護之白底紅十字標誌為上揭法條範圍所涵蓋

歐盟商標法§7(1)(i)

LIFECAR+E
by CÉLAVIE



無歐盟商標法§7(1)(i)適用之例



商標是否與紅十字會之會徽相同或近似， 而有商標法第30條1項5款規定適用之判 斷流程



案例討論 - 白底紅十字？

- 本件為團體標章註冊申請案

- 本圖樣包含醒目、獨立可資區辨的正紅色十字圖，並呈現於白色背景，客觀上易使人將其與紅十字會所使用之「白底紅十字」標誌相互連結，彼此間具有高度近似之關係，有致公眾誤認誤信該團體標章所表彰的會員會籍與紅十字會有所關連，應有商標法第30條1項5款規定之適用
- 本圖樣包含「紅十字」、「REDCROSS」文字，並採用與ICRC會徽相同之圓形輪廓內置環狀排列文字的設計，縱使本圖樣係以墨色或正紅色以外之十字圖提出註冊申請，仍應有商標法第30條1項5款規定之適用



- 指定使用於扁平足用支撐器、矯形用品、醫療用護具等商品



- 本圖樣雖包含有醒目、獨立可資區辨的十字圖，惟該十字圖僅外框屬紅色，與紅十字會長期使用之實心白底紅十字標誌相較，在所傳達出之外觀印象上有相當之差異性，應無致公眾誤認誤信使用該商標之商品與紅十字會有所關連之虞



- 指定使用於遠距醫療服務、醫院、醫療等服務
 - 本圖樣雖包含有醒目、獨立可資區辨之正紅色十字圖，惟該構成部分並未被使用於白色背景，且在十字中心另包含有其他設計意匠，應無致公眾誤認誤信使用該商標之服務與紅十字會有所關連之虞

- 指定使用於氣壓計、精密測量儀器、觸控螢幕等商品

Gaitup 

- 本圖樣雖包含有獨立可資區辨的十字圖，惟該部分係由白色線條所構成，並使用於紅色背景色塊，應無致公眾誤認誤信使用該商標之商品與紅十字會有所關連之虞
- 惟個案中須特別注意的是，「紅底白十字」的組合，若有相同或近似於瑞士國旗之情事，有商標法第30條1項2款規定之適用

- 指定使用於藥物零售、西藥零售、中藥零售等服務



- 本圖樣雖包含有使用於白色背景的正紅色十字圖，惟該十字內部已結合有愛心設計，與紅十字會長期使用之實心、不會於十字圖添加其他特殊設計的白底紅十字標誌相較，在所傳達出之外觀印象上有相當之差異性，應無致公眾誤認誤信使用該商標之服務與紅十字會有所關連之虞

- 可資參考的判斷因素：

- 白底紅十字是否顯係用以表達無關醫療救護之其他意涵
 - 圖樣中有無相對應的「加」、「plus」等文字可資佐證？
 - 商標法第30條1項5款規定，在適用上雖無指定商品/服務同一或類似的要件，惟申請案所指定之商品或服務，仍可能作為判斷是否有致公眾誤認誤信之虞的參考因素
- 白底紅十字是否獨立可資區辨，抑或是已融入商標圖樣之其他構成部分，而無致公眾誤認誤信之虞

- 指定使用於廣告、代理進出口服務、提供商品行情等服務



- 其圖樣雖包含有獨立可資區辨的白底紅十字，惟該構成部分被置於英文字母組合「HOKI」之右上角，顯係與圖樣英文「PLUS」相對應，並未直接傳達醫療之相關意涵，應無致公眾誤認誤信使用該商標之服務與紅十字會有所關連之虞

- 指定使用於炒鍋、蒸鍋、快鍋、鍋蓋、鍋鏟、平底鍋等商品



- 本圖樣雖包含有獨立可資區辨的正紅色十字，並使用於白色背景，惟與圖樣英文「WONDER DENSITY A+」相對應，該構成部分予人「A+」的觀念印象，使用於炒鍋等商品，應無致公眾誤認誤信使用該商標之商品與紅十字會有所關連之虞

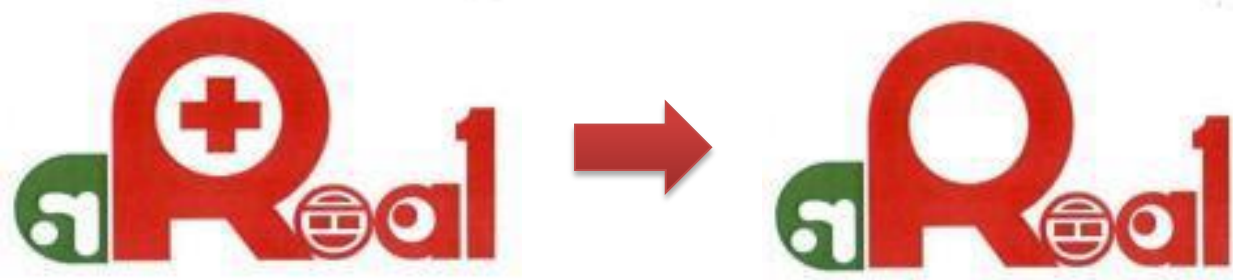
- 指定使用於化粧品、化粧用乳霜、護膚品等商品



Dr. MJ

- 本圖樣雖包含有正紅色十字圖，並可謂係使用於白色背景，惟該十字圖之垂直線條已融入大寫英文字母「D」之一部分，可資與紅十字會所使用之白底紅十字標誌相互區辨，應無致公眾誤認誤信使用該商標之商品與紅十字會有所關連之虞

- 若圖樣所包含之白底紅十字圖經刪除後，並不會改變原商標圖樣給予消費者識別來源之同一印象，申請人可來文刪除該白底紅十字圖
 - 商標法第23條、商標法施行細則第24條1項1款及2項規定參照



指定使用於第5類之西藥、西藥之原料藥等商品；
第44類之醫院服務、健康照護等服務

第8款

有無商標法第30條1項各款規定 情事之判斷



- 商標「使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞者」不得註冊
 - 商標圖樣所包含之十字圖，搭配所指定之商品或服務，經常可能傳達出商品或服務之特性與醫療相關等說明性之意涵
- 
- 與客觀事實不符，並可能影響消費者的消費意願或為決定是否消費的重要因素

應有商標法第30條1項8款規定之適用

- 食品、健康食品，以及化粧品不得為醫療效能之標示、宣傳或廣告，分別於「食品安全衛生管理法」、「健康食品管理法」及「化粧品衛生安全管理法」所明定，並均設有相應之罰則
 - 食品標示宣傳或廣告詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定基準
 - 健康食品公告保健功效用詞及涉嫌違規用詞表
 - 化粧品標示宣傳廣告涉及虛偽誇大或醫療效能認定準則

- 相對於商標法，以保障、維護國民健康作為立法目的之食品、健康食品，以及化粧品相關法規，已設有更為具體明確之禁止規定、法律效果及認定標準，惟在上述衛福部主管法規中，「十字圖」均非屬例示的裁罰依據
- 市場交易習慣中，藥品、健康食品、化粧品，甚至是食品，在相同通路進行販售的狀況並非少見，而此類通路可能有單一商標來表彰自己所提供之綜合性或特定商品零售等服務

• 商標法第30條1項8款之判斷原則

- 商標圖樣所包含之十字圖，原則上不會被當作判斷個案中有無第30條1項8款規定適用的單一因素
- 倘若包含十字圖之商標圖樣中，另有宣稱醫療效能之文字或構圖元素，則可作為該十字圖亦具有宣稱醫療效能之意涵的佐據，例如：
 - 宣稱能預防、改善、減輕、診斷或治療疾病或特定生理情形；
 - 宣稱減輕或降低導致疾病有關之體內成分；
 - 宣稱產品對疾病及疾病症候群或症狀有效；
 - 涉及中藥材之效能者；
 - 引用或摘錄出版品、典籍或以他人名義並述及醫藥效能

- 指定使用於化粧品、化粧水等商品



- 本圖樣包含獨立可資區辨的十字圖（墨色），惟圖樣中並無任何其他宣稱醫療效能之文字或圖案構成部分可資佐據，尚無商標法第30條第1項第8款規定之適用

- 指定使用於化粧品、髮乳、沐浴用香油等商品



- 本圖樣除包含十字圖外，另有「兒童專科」文字，易使人認知標有該商標之商品具醫療效能，並且特別適合兒童使用等相類似之意涵
- 「化粧品不得為醫療效能之標示、宣傳或廣告」為「化粧品衛生安全管理法」第10條2項規定所明文，是以本件商標圖樣使用於所指定之商品，應屬有致公眾誤認誤信商品之性質或品質之虞，而有商標法第30條1項8款規定之適用

- 若圖樣中有致公眾誤認誤信之虞的構成部分經刪除後，並不會改變原商標圖樣給予消費者識別來源之同一印象，申請人可來文刪除該部分
 - 商標法第23條、商標法施行細則第24條1項1款及2項規定參照

+JP → **+JP**
刺激毛髮生長

指定使用於第3類之洗髮精等商品



結語

- 商標申請案之准否，係採商標個案審查原則，在不同具體個案中正確認定事實與適用法律，應不受他案之拘束
 - 行政法上之平等原則，並非指絕對、機械之形式上平等，而係指相同事物性質應為相同之處理，非有正當理由，不得為差別待遇而言；倘事物性質不盡相同而為合理之各別處理，自非法所不許（大法官釋字第596號解釋；最高行政法院第95年度判字第446號判決參照）



感謝，並請指教