



如果您的收信軟體不支援html格式的文件、或是您無法正常看到以下內容，請按此：

What 智慧局為您做些什麼

- 自100年1月1日起新式樣專利分類施行「國...
- 新型專利技術報告新作法，自100年1月25...
- 修正專利案件電子申請補充修正之作法
- 本局電子申請推動現況

Global 國際風向球

- 歐洲專利局機器翻譯計畫之發展及現況
- 歐盟執委會公布食品之原產地名稱（PDOs...

Activity 活動回顧

- 本局99年年終記者聯誼會暨年度要聞發布

Law 法律e教室

- 有關專利更正案適用之專利法版本問題
- 混淆誤認之虞因個案事實及證據樣態差異...
- 參加徵圖比賽得獎，圖畫卻遭主辦單位任...
- 虛擬通路業者販賣涉嫌專利侵權商品之注...

最IN話題

新制商標規費怎麼算？

商標規費收費準則修正案，於今年2月1日施行，最受矚目的就是商標或團體商標註冊申請費之收費方式，由原先以級距及類別之計費基礎，修正為指定使用在第1類至第34類之商品類別者，同類商品中指定使用的商品在20個以下者，每類新臺幣（下同）3千元，商品超過20個，每增加1個，加收2百元。指定使用在第35類至第45類的服務類別者，仍維持每類3千元。但指定使用在第35類的特定商品零售服務，超過5個者，每增加1個，加收5百元。

有關新制商標規費如何計算規費，例示四則如下：

案例1：一申請案一類別指定使用於第32類商品，所指定的商品個數為25個，則需繳交4千元（ $3,000+200*5=4,000$ ）。

案例2：一申請案一類別指定使用於第35類服務，所指定的服務個數共35個；其中特定商品零售服務佔7個，則需繳交4千元（ $3,000+500*2=4,000$ ）。

案例3：一申請案分別指定使用於第30、32類商品及第35、42類服務；第30類所指定的商品個數為18個，第32類所指定的商品個數為22個，第35類所指定的服務個數為35個（不包括特定商品零售服務），第42類所指定的服務個數為62個，則需繳交1萬2千4百元〔 $3,000+（3,000+200*2）+3,000+3,000=12,400$ 〕。

案例4：一申請案分別指定使用於第30類商品及第35、42類服務；第30類所指定的商品個數為18個，第35類所指定的服務個數為35個（其中特定商品零售服務佔7個），第42類所指定的服務個數為62個，則需繳交1萬元〔 $3,000+（3,000+500*2）+3,000=10,000$ 〕。

為使民眾及代理人能對已上路的新制商標規費有更清楚的認識，本局針對「商標規費收費準則」第二條、第四條、第八條修正內容，於局網公告新制商標規費答客問，並提供修正後之商標或團體商標註冊申請費的計費方式例示供參。.....more

知識加油站

商標權侵害

商標權係依法創設的私權，受有侵害或者侵害之虞，法律予以救濟不僅是保護私有財產不受侵害所必需，亦為保護消費者利益和維護公平競爭秩序所不可或缺。惟凡權利均有範圍，商標權亦然。如允許商標權無度擴張，排斥他人正當或者合理使用之行為，則必將損害公平競爭，進而導致增加的競爭成本最終由消費

者負擔，此顯與商標權保護宗旨不合。因此，商標法為保障商標權之同時，亦不能妨礙市場中真實訊息的自由流通，此外，為保護大眾得以自由使用描述性文字，法律容許以商標合理使用作為商標侵權抗辯，以平衡商標保護、自由市場競爭與資訊自由流通間之利益，故世界多數國家和地區之商標法律均設有正當使用制度，於商標權人、競爭對手與消費者間，允許商標正當使用作為侵害商標權的抗辯事由。為此本刊特別安排「商標權侵害」專題，為讀者解析商標權侵害與正當使用之區別及商標商品化國內外實務見解。

由汪澤所撰寫的「論商標權侵害與正當使用之分野」專文，內容主要介紹商標權侵害與正當使用之分野在於商標使用與符號使用之區分。正當使用之構成應以使用行為符合誠實商業習慣為要件，在判定上需綜合考量符號選擇和符號使用等兩方面因素，並由三個面向來剖析正當使用的態樣：「對公有符號的描述性使用」、「對自己符號的描述性使用」及「對他人商標的指示性使用」。文章最後並針對大陸商標法正當使用制度的實踐作簡要評述。

此外，「商標商品化」指「商標構成產品的一部分，而非僅是作為來源的指示」。大學、球隊、著名商標權人、運動競賽之主辦單位等，將其商標用於衣服、帽子、首飾、文具、杯子等商品。消費者購買此種商品，可能是因為商標的裝飾作用，或者表示對組織之忠誠。此種「商標商品化」實務可形成龐大的產業。但就商標法的原則及政策目標而言，商標權人不必然對將其商標作裝飾性使用（即非作指示來源的使用）行為有獨占的權利。由王敏銓、黃楠婷所撰寫的「商標商品化初探」專文，介紹商標的商品化情形，即使商標覆蓋商品的大部分或全部表面，但仍可認為商標是已被使用於商品之上。惟法院仍可考量被告是否將系爭商標用作「主要為功能性」的用途—亦即純粹作為裝飾或使購買人表達情感，而非作為辨識商品之來源。然而，對此爭點，法院即應細究被告的商品化實務、該商品本身、以及真正混淆之證據，以探究其使用究竟是功能性的使用或是作為商標的使用。對於此類案件，法官宜探究消費者對於此種商品是否須經商標權人授權的一般感覺，以決定商品關聯性與混淆之虞二爭點。然法官亦須注意到，其判決亦可能就塑造此種商品是否須經授權以及相關消費者的感覺，而影響到日後此種案件的走向，相當值得參考。 [...more](#)

論商標反向假冒—以臺灣高等法院97年度上訴字第10號刑事判決為例

國內已發生商標反向假冒行為之案例，又典型商標反向假冒行為較一般商標仿冒行為更為隱密，且具有欺騙性，目前國際上對類此行為多有明文禁止規定，而形成國際立法趨勢。我國司法實務判定無侵害商標權之結果，與國外法制背道而馳，在國內是否會引發負面反應？由高秀美所撰寫的「論商標反向假冒—以臺灣高等法院97年度上訴字第10號刑事判決為例」一文，從上開實際發生案例研析，透過被告行為是否適法，探討商標反向假冒行為的理論發展及國際實務現狀，分析商標反向假冒行為的概念及理論基礎，希望借鑒國外立法例及實務案例，對現行商標法規定之周延性進行探討，並提出法制面之修法建議，以完善商標權之保護。本文對於反向假冒的研究有深入的分析，提供讀者參考。 [...more](#)

[>> 出版品購買資訊](#) [>> 研討會登錄中心](#)

[>> 月刊徵稿簡則](#) [>> 訂閱「專利商品化教育宣導網站」技術快訊](#)

[訂閱電子報](#)

[聯絡我們](#)

[取消訂閱](#)

若對智慧財產權電子報有任何建議或疑問，歡迎與我們聯絡！

臺北市大安區106辛亥路2段185號3樓。服務時間上午：08:30~12:30、下午：1:30~5:30

服務電話：02-27380007(總機)、02-23766128。