

## 圓桌論壇 - 地理標示保護問題探討

智慧財產權月刊與世新大學法學院合辦

整理紀錄：蔡旻祥、張容綺

時間：2003/3/28 10：00 - 12：00am

地點：經濟部智慧財產局 7F 會議室

主持人：鄭中人教授（世新大學法學院院長）

與談人：張慧明（經濟部智慧財產局商標組科長）

謝銘洋（台灣大學法律系教授）

趙晉枚（文化大學法律系副教授）

蘇玉櫻（中華民國工業總會智慧財產權委員會執行秘書）

朱志鶯（台灣菸酒公司行政處法制課）

黃及時（台灣菸酒公司酒事業部技正）

討論題綱：

一、世界貿易組織保護地理標示的推動情形

二、世界各主要國家對於地理標示之規範現況

三、我國商標法草案引進地理標示問題探討

(一) 是否符合 TRIPS 第 22 及第 23 條之最低要求

(二) 是否擴及酒類以外產品之保護

### (三)採自願或強制註冊登記制度

#### 四、以我國產業觀點看地理標示之應用與制度之擘畫

主持人：

今天我們的主題是有關地理標示的保護問題，國內商標法三十七條第六款、第十款有關團體標章、認證標章的問題很少人討論，但在國際上有關酒類產地的問題有相關的規定，而國內商標法草案的進行與前一陣子的金華火腿、池上米的案子也引起很多討論，藉此機會我們邀請到國內的專家學者、主管機關與產業界先進來對國內地理標示相關問題作一些探討。

張科長慧明：

TRIPS 很早就有地理標示的保護規定，而國內在 82 年與 87 年修法時雖未將地理標示納入保護，但我們認為也沒有違反 TRIPS 的精神，商標圖樣若包含不實的地理標示，我們可用 37 條第六款來規範，若有涉及產地的問題則可用第十款來規範，因此現行商標法也尚未違反 TRIPS 的規定。而在當初我們準備加入 WTO 時，限於歐洲的會員國要求對酒類的保護，因此我們才修法將酒類明文納入保護。而關於 TRIPS 第 23、24 條中的規範與例外規定，其實在國外也有兩派意見，在歐洲傾向不僅保護酒類也希望能擴大其範圍，但美國並不支持歐洲國家擴大地理標示保護範圍。但若地理標章是透過證明標章的註冊來保護，則大家比較沒有不同意見。而團體標章則各有不同意見而各有立場。

而最近的池上米註冊問題也是引起很多討論，這涉及產地標示實際

運用時，如何界定其範圍，譬如有一種情形，同樣是引流同一條河水灌溉則河的東邊可以稱為池上米而河的西邊是否就不能稱作是池上米。再者，若有一台中米商，確實是到台東買池上米但運回台中自己碾米，所碾出來的米要在台中販賣能不能叫做池上米。或者，米商確實是到台東買池上米，但將一半池上米與一半為台中當地的米予以混和出售，則出售的米是否可稱為池上米。因此這還涉及各團體的利益問題，以後在執行上恐怕還有相關問題要考慮。

趙教授晉枚：

之前個人一直用「產地表記」來稱呼地理標示，因為「地理標示」用語可能會讓人誤導，「地理」的意義百分之百指產地，若直接了當用「產地」，大家都會比較清楚。產地表記：Indication 就是表示、標記的意思，和動詞或動作較沒有關係。韓國也用「表記」這兩個字。國際上一直有產地表記保護的趨勢，這其實牽涉到龐大的經濟及貿易的利益，未必是表面上所看到的是對理想的追求或是防止不公平競爭。在歐洲有很多不錯的農產品，酒類與相關產品都已經世界聞名。但美國是新大陸，文化跟酒類都從歐洲來，因此美國的商人很取巧，把那些歐洲產品名稱加上「類型」或「type」，希望以後可在美國本土製造，在美國市場銷售可以被認為與那些歐洲酒劃為同類，以提昇並且從中得到利益。因此 TRIPS 討論產地表記的時候，美國與歐洲兩派對壘，但後來達成協議，是低度柔性的標準。保護的方向有兩種，都是消極的保護方式。第一個是禁止誤導，第二個是不可發生不公平競爭情形。在實際運作上，酒類牽涉到的貿易額最大，因此保護的規定最為詳盡與嚴格。在 TRIPS 之前，里斯本條約、馬德里條約都有規定產地表記。巴黎公約也有相關規定，但對於違反者並無法制止，而歐洲的馬德里條約以及里斯本條約除了消極的保護外，還有積極的保護。積極的保護就是明文規定各締約

國應在其國內訂定註冊制度。TRIPS 只是消極的保護，並未規定各締約國需有註冊制度。就我國而言，產地表記並不重要，原因是我們的產品著重在工業產品，對於產地保護的重要性並不十分急切。中國大陸幅員遼闊，文化風情各不相同，氣候各異，有各種不同的產品，對大陸而言，產地表記顯得較重要與迫切。

我國加入 WTO，須遵守產地表記相關的規定，對我國來說是不得不做的情形，這是一個現實的問題。

謝教授銘洋：

趙教授在 87 年就已經未雨綢繆寫了產地表記的文章，我也曾仔細拜讀並認為這是有關產地標示的重要文章。從體系上來看趙教授剛談到是經濟利益問題，從另一個角度來看，標示的保護並不是因為有創造行為而受到保護，其屬性應該是跟交易秩序有關的智慧財產權，特別是與商標關係密切。因此他牽涉的應是交易秩序與消費者的利益保護。美國因為經濟利益之所在，很反對地理標示。但歐洲每個地方有每個地方的特色與產品，如果不同地方的產品都可使相同名稱，對消費者來說就會產生混淆，對於競爭事業和交易秩序而言，也會產生不利的影響。因此產地標示有其正當化的理由，而不完全是經濟利益之考慮。產地標示是比商標更加抽象的表現方式，其所涉及的問題大體上有兩個，第一個，是區域的不確定性，其涵蓋範圍要如何界定是一個問題，這跟證明標章、團體標章有其不同之處。產地標示在領域範圍上要規範並不容易，要執行也不容易。第二個，若欲註冊，誰有權利來註冊？是一個團體還是一個區域？萬一當有侵權的情形出現，譬如他人有不實使用的情形，誰可以主張侵權行為？這樣的問題恐怕會很複雜。商標法修正草案第 23 條第 18 款有規範，但是還是把他當作是消極的不得註冊的事由，而不是積極

地註冊事由，由此可知，商標法草案所採取的是低度的保護。未來國際上會朝歐洲還是美國的方向去發展，其實在國際組織都還在討論，雖然 TRIPS 已經有規定，美國和歐洲還是一直都在提修正的建議，美希望建立自動通知的體系，保護範圍則限制在酒類，歐洲也提出建議希望建立多邊註冊機制，並將該機制擴張到農業產品、紡織品、傳統知識及原住民保護等，這種發展趨勢值得我們注意，這樣的方向或許可以解決著作權無法保護傳統知識及原住民的問題，或許可以建立起一種新的秩序。

蘇執祕玉櫻：

站在業者的立場，可能是站在比較實務面來看，剛剛前面的專家先進已經談到很多問題，地理標示若要保護其範圍怎麼去界定可能是一個相當大的問題。池上米的保護，顯然反對的意見相當多，對於消費者的保護也是需要考慮。以池上米來說，是由台東縣池上鄉公所提出申請，在申請獲准之後，池上鄉的鄉民可以向鄉公所提出以獲得授權使用，但鄉公所是否有稽核能力，是否有比較公正公開的方式來稽核也實值得我們關心。這些農產品或酒類，當發生問題時品質如何保證，消費者權益如何保護都值得討論。在業者立場基於不同的經濟考量，各業者可能就有不同的意見，即使如此業者仍關心政府的政策與修法方向，在政府各單位譬如智慧局、農委會、國貿局之間作修法時意見若能達於一致，對我們業者的保護可能會比較周全，而政府是否能聽到業者的意見也是我們關心的，因此若能多作公聽會或問卷等方式或許業者的保護或許更能落實。

朱專員志鶯：

有關地理標示問題，跟我們息息相關的是茅臺酒、紹興酒，當初國民政府輾轉來台後，公賣局自四十四年開始生產紹興酒，六十六年生產

茅台酒，這兩種名稱就一直沿用到現在，我們並非是惡意地使用而是善意沿用，因此我們將來若有面臨到這個問題時，我們希望可以用 TRIPS 二十四條的排除條款。而台灣啤酒需不需要地理標示的保護問題，不知道在座的專家先進是不是可以提供意見。

黃技正及時：

國外的葡萄酒或威士忌，以我們目前的技術還做得到類似的商品，但法國葡萄酒，我們技術上還沒有辦法做到這個程度，也不太可能去模仿。但是像大陸很多酒類，和我們會有一些牽扯，關如是茅台酒在大陸很有名，而在台灣我們所生產的茅台酒反而比大陸生產的茅台酒在台灣還受歡迎。諸如此類這些東西，要怎麼來處理。而關於埔里紹興酒的問題，應該如何處理也是我們所關心的。

郭教授華仁：

站在農學院的立場來看，農產品在整個國家的產值非常小，但是對於農民影響卻非常大。所以是否可以從農業本身的需求來從這方面來看，可以考慮從地理標示來保護農產品，不過種類可能非常少。不過我舉一個例子，台灣烏龍茶在一百多年前以來已經行銷全世界而以 Formosa oolong tea 聞名，雖然當初烏龍茶是由福建所引進，但經長久以來農民的栽種以及台灣特有的氣候栽種而特別聞名，雖然後來並未特別強調這樣的名稱，但至少其實已經有一百多年的品牌，這可以從我曾經看過一些國外文獻在介紹中度發酵茶時都會談到 Formosa oolong tea 可以證明。雖然農產品整體外銷產值並不大，但站在行銷貿易的立場或農民的利益，Formosa 其實很好用，如果我們可以藉由國際上一片討論地理標示的聲浪中討論地理標示的問題，我們站在農業觀點提出這方面的問題或許可以提供若干幫助。

主持人：

在進行下一個主題前，有一個問題可能必須澄清。第一，地理名詞跟產地標記應該分開來討論，地理名詞是否可作為商標的問題，其實我整理過行政法院將近二十年的判決除了意見相當非常分歧外，我也尚未看到有關產地標記的判決，產地標記是關於一個產品的品質、特徵、口味...完全歸諸於氣候或當地特殊的地理因素。茅臺酒，如剛剛朱先生所談，台灣生產出來甚至比大陸更好或是在消費者眼中已經成為產品的一種而變為一種商品名稱，這種情況必須是要區分的。另外雖然屬於商品的一種，譬如紹興酒屬於釀造酒的一種，是屬於一種商品大類下的一種，這也是必須分開討論的。第二有關認證標章、團體標章的問題是否准許其註冊登記即可，台灣很多都是引進來外國品種之後再加以改良而生產出更出色優良的產品，所以如果我們沒有加以宣導的話就會產生許多問題。總歸的說地理名詞與產地標記還是應該分開討論。

趙教授晉枚：

對於剛才菸酒公司跟郭教授所提，我再提出一些看法。TRIPS 只是消極低度的保護，而如何積極正面的保護，事實上功效可以更大。可能是廠商對於現行法令不很了解，所以進行地很慢。在大陸就不一樣，我曾經到大陸講學，碰到杭州西湖來的人士，我提到產地標示的問題，他們的反應就很熱烈，因為西湖附近產的茶很有名。我也曾到新竹去上課，新竹有很有名的新竹米粉，新竹政府如果考慮到當地住民的利益，應該去申請證明標章，但反應和大陸比較起來就相對地冷淡很多。反而台東池上積極申請證明標章。證明標章是一個很好用的機制。假若池上米未積極去主張，而使得池上米成為一種通用名稱，將來任何跟池上米差不多的米都可以稱為池上米。再者，若不積極主張新竹米粉，將來任

何地方的米粉也都可以叫新竹米粉。剛才菸酒公司提的紹興酒與茅台酒，問題是怎麼樣來免責，這跟郭教授所提的剛好形成對比，即不是在紹興生產的紹興酒、不是在茅台生產的茅台酒。其實商標法不管這個問題，這應該是公平交易法第二十一條在規範的。TRIPS 裡面有規定善意免責條款。公平會是否可以考慮在準則、細則或行政規章作一些規範或宣示，因為這樣也符合 TRIPS 的規定。

劉經理展洋：

商標對於工研院算是很新的議題。因為工研院最近有接政府提升傳統產業升級的計畫，所以我們也慢慢接觸到有地方特色的產業。譬如萬巒豬腳、金門貢糖、大溪豆乾等。我們想知道的是，地理標示可以申請商標或地理標章的話，由誰來申請地理標示，如果說以工業局來統一申請並建立一套審核機制，只要通過審核機制就由工業局來授權行使是不是可行的方式。

張科長慧明：

除了地理標示之外，還是要有自己的品牌，即使都是池上米也會因為不同廠商或農民栽種而有品質的差異，也就是除了池上米的保證以外還有自有品牌的保證，這對於其他池上米也可以區隔，因為現在池上米有好幾家聯名廠，假若有一家廠商出了問題，消費者可能就不敢買池上米了。例如，若有一家廠商傳出池上米受到污染，而其他聯名廠可能就容易受到影響，則有自有品牌者就不會受到影響。菸酒公司習慣用一些地名作產品名稱，應該是可以試著建立品牌這對於行銷到國外也是有幫助的。

吳先生任偉：

我提出三個問題提供給大家作參考，第一個是今天與會的有智慧財產局的官員、學者與業者，但公平會與消費者立場的代表比較沒有，或許可以考慮這方面的意見。美國與歐洲發展的體系與方向比較不同，歐洲是以業者利益來考慮這個問題，美國就是從交易秩序來出發，關於此點好像剛剛討論時也沒有考慮。關於 trips 規定是指商品，但 wipo 指明不只包括農產品也包括工業產品或具地理來源特色的商品均包括在內，雖然 23 條是針對酒類，但以 22 條概括性的規定來看，其實應包括到其他商品。TRIPS 22 條所指任何商品有 INDUCATE 或 SUBJECTS 的明示或暗示或使人聯想到這種標記的存在，這種標記不只是地理、文字甚至是例如巴黎鐵塔或富士山這樣的標示等，都還含蓋這樣的範圍，而我們剛剛好像都著重在文字上，所以我們是不是需要討論這樣的範圍區別。再者，稍早的巴黎公約是使用 goods 而後來的李斯本條約則使用 products，兩者的範圍究竟有無不同？因為 TRIPS 是用 goods，這是擴大保護還是縮小範圍，若 goods 的範圍較小，則 TRIPS 是不是要限縮保護範圍，其理由為何？我們是不是應該從其中的區別來思考會比較好。

主持人：

標示當然包括標記與文字，應該沒有什麼疑問。

謝教授銘洋：

各個地方發展出自己的特色，若不能為這個地方的人所享有，對於整個文化的發展確實比較不利。產地標示其實也是對消費者信賴的保護。從消費者保護以及競爭秩序來看，我們考慮的可能跟歐洲較接近。

然而在保護之方式究竟應該到底要用一種什麼樣的方式來保護，現在的草案是用證明標章來保護產地標示；但嚴格來說，產地標示跟證明標章本質上還是有一些不同，另外設一個產地標示的章節來處理這些問題，比較不會和其他概念混淆。目前如果商標法草案還沒有通過前，不妨從公平交易法來做一些適當處理。

張科長慧明：

最近有幾個例子，譬如華盛頓蘋果的問題，本來華盛頓蘋果大家都知道是產於美國，但前一陣子有一種產於大陸但在香港包裝而賣到台灣來的蘋果也叫華盛頓蘋果，就引起了一些爭議。日本本來也是不要求保護太多，但最近日本交流協會來一個函說日北新瀉縣的新高水梨遭到模仿，因為他們在市面上發現有韓國水梨也叫新高，希望我們去取締並詢問新高是否有被註冊，因此在面對不同利益考量時有時立場就可能會有些改變。我還要澄清一點、新竹米粉其實很早就來主張要保護，不過當初是告到公平會，處理時間很久，結果處理結果是認為新竹米粉已經被認為是一種做法的名稱，不是一定要產於新竹的米粉才能叫新竹米粉，因為當初新竹米粉都是用風乾的方式來製作，這樣的方式與埔里米粉不相同，此後凡是以風乾方式作成的米粉就可以叫新竹米粉。又譬如拿池上米的米種與從武夷山拿回來的茶種回來栽種，是不是就可以叫池上米或武夷茶等都是問題，但這樣的問題不僅發生在國內在國外都有發生，譬如法國與美國之間對香檳酒的爭議就是一個例子。

主持人：

我補充一點，從商標法的歷史而言，商標是工業發達以後才出現的東西，在產銷未分家市場經濟未形成之前不太可能有商標的問題。因此產地的被認同或被接受而成名，這其中的努力是誰做的 contribution？商

標是保護一種廣告投資的利益，投資產地的標記也需考慮多樣性、競爭力與消費者力等因素考慮，我曾寫一篇文章探討地理標示的問題，假如我們談的不是地理名詞的顯著性，而是限縮到產地標示時，可能要跟商標法脫鉤而作一種消極的保護。誠如張科長所說，一個地方性未成名的產品要推廣成名之前，若要受到商標保護就應該儘早著手，這對於廣告的投資才會有實際保護。這就是對於一種產品成名的保護誰是貢獻者的問題，也是一個權利主體是誰的問題，台灣是一個新興有爆發力的國家，但都是對技術的引進佔多數，因此採用消極的保護或許會比較好些。

張專員瓊惠：

依 TRIPS 的 22 條第 1 項，地理標示似乎只有包括商品。但是墨西哥受 APEC 委託所做的問卷調查中，其中有一問題是問各個會員國地理標示的保護是否包括商品與服務，大部分的國家都回答包括商品與服務。國內要創造一些地理標示以保護國內產業，但當國外到國內尋求地理標示之保護時，對國內產業會有何種影響，酒類商品的保護程度是比較高的，不需要致公眾混淆的要件，但對非酒類商品則需要致公眾混淆的要件。且國際通知的制度，有分成強制性的參加以及自願性的參加。我們政府機關的立場跟美國類似是比較傾向採自願性參加的，因為國內可採地理標示保護的產品是不多的，若國內要像歐洲一樣有數千種的商品採取地理標示的保護，國家要付出的執行成本是非常高的，因此我們甚至是採取不參加的立場。針對酒類商品國際註冊的名單，在國內而言應是參考的性質，這個產品到底是不是地理標示，是不是有哪個機關有能力來認定都還是問題，國家要去執行這樣的活動的成本是很高的。因此就政府機關立場而言，主要是對執行面困難來作考慮。至於地理標示的保護，可分使用面的保護與註冊面的保護，註冊面可用商標法的證明標章

來保護，在使用面可用酒類管理辦法、煙酒管理法與公平交易法來防止不實標示的問題。

主持人：

很高興聽到有一個政府機關在制定法案的時候可以考慮到執行成本的問題。我發現最近美國幾個大公司都把執行成本的問題轉嫁到國內的政府機關，譬如法務部或公平交易委會等，這樣的情形不是很合理。在以前內政部著作權委員會的時代平行進口的問題，那時候也被要求一定要按照美國的規定來處理，這樣也是很不合理。所以政府機關在制訂法案政策若能多方考慮，並且也考慮執行成本問題也是值得肯定。

吳先生任偉：

早期巴黎公約保護來源地標示跟原產地名稱，而馬德里只僅限縮到討論來源地標示，而法國才又邀集十七個國家討論保護原產地名稱，直到最近的 trips 只保護到商品，不過在墨西哥最近的問卷調查中各國都表示保護商品與服務，這樣的轉折也值的我們討論，據我所知新加坡有一個地名標示法其實就是地理標示法，事實上即是在保護地理標示，這是一個獨立立法的例子。因此就個人而言，我個人比較贊成單獨立法或許是一個可行的方式。

主持人：

我個人從商業界或產業界來看，商品好像應該包括服務，但產品則和服務比較有相對性。不過消費者保護法則仍然包括有商品與服務，因此有些問題其實用語一致就好，就是盡量不要造成社會大眾的混淆。

趙教授晉枚：

這有時候的確是牽涉到翻譯的問題，譬如金融產品就是用 product，商標法是用商品(goods)與服務(service)。至於墨西哥所做的調查，所說的商品與服務只是告訴我們用什麼方法來保護，並非我們所說的產地表記，而是證明標章的問題，證明標章本身就可以證明商品或服務的標準。我想或許是有些人把它過度簡化才會讓人誤解。

在歐洲，譬如法國，產地表記會是一個重要課題，因為法國本身是一個傳統式的獨立經濟體，他有廣大的農場品市場與產品，而在移民式的經濟體，譬如美國，就不會重視產地表記的問題。近代科技發達已經把傳統經濟圈所強調的產地因素降到很低，這是產業的移植性。因此產地表記保護會受到衝擊，所以才有把產地表記單獨立法的問題與聲音。

謝教授銘洋：

同樣在商標法來處理應該不成問題，而不需要另立一個獨立的新法。但是不一定要放在證明標章來處理。在執行面上，如果對於產地標示要採取自願性登記制度，且不要求實體審查，則將其放在證明標章中，會產生一些問題，因為證明標章是必須經過審查才能受保護的。因此產地標示必須和證明標章脫鉤，才比較有可能實行。

張科長慧明：

若單純就註冊來講，其實執行成本並不是太大問題。但是若有侵權問題時可能牽涉的問題會比較麻煩成本也會比較大。

張專員瓊惠：

將來參加國際註冊制度後會有一個名單，這將來會變成我們的資料庫，而這會是一個龐大的資料庫，對我們而言審查成本將會有很大的負擔。所以依國家立場來說，最好是不要參加，即使參加我們也是參考的性質而非是完全接受。

郭教授華仁：

今天我們討論很多地理標示、產地標記、產地標示...等等名詞，是否我們花一點時間做一點統一，可以更增進將來的討論與理解。

主持人：

地理名詞是否可最為商標確實是一個問題、geographical indication 應該是指產地標示、appellation origin 應該是指產地標記，這兩者可能還是有些不同，我想今天討論的應該是相當充分，我想個人還是比較贊同謝教授的意見，產地標記與證明標章還是不同的，證明標章還是會有一些要件，若符合這些要件則必須要接受 license，如此則會跟原來目的衝突，因此我們還是要把這兩者分開。

## 商標法修正草案

修正條文	現行條文	說明
<p>第二十三條 商標有下列情形之一者，不得註冊：</p> <p>一、不符合第五條規定者。</p> <p>二、表示商品或服務之形狀、品質、功用或其他說明者。</p> <p>三、所指定商品或服務之通用標章或名稱者。</p> <p>四、商品或包裝之立體形狀，係為發揮其功能性所必要者。</p> <p>五、相同或近似於中華民國國旗、國徽、國璽、軍旗、軍徽、印信、勳章或外國國旗者。</p> <p>六、相同於國父或國家元首之肖像或姓名者。</p>	<p>第三十七條 商標圖樣有左列情形之一者，不得申請註冊：</p> <p>一、相同或近似於中華民國國旗、國徽、國璽、軍旗、軍徽、印信、勳章或外國國旗者。</p> <p>二、相同於國父或國家元首之肖像或姓名者。</p> <p>三、相同或近似於紅十字章或其他國內或國際著名組織名稱、徽記、徽章、標章者。</p> <p>四、相同或近似於正字標記或其他國內外同性質驗證標記者。</p> <p>五、妨害公共秩序或善良風俗者。</p>	<p>一、條次變更。</p> <p>二、現行條文列為第一項。</p> <p>現行條文所定「不得申請註冊」，致實務上得否註冊係以申請時作為判斷之時點，惟商標須經審查始准予註冊，恆需一段時日，常見申請時雖有不准註冊之情形，但於審查時已不存在該情形，於無違反公益又無妨礙他人權益時，如悉以申請時作為准駁時點，並不合理，爰將「不得申請註冊」修正為「不得註冊」。至何種情形應以申請時為準，另於第二項明定，以資明確。三、修正第一項不得註冊之事由，並調整款次，茲分述如下：</p>

<p>七、相同或近似於中華民國政府機關或展覽性質集會之標章或所發給之褒獎牌狀者。</p>	<p>六、使公眾誤認誤信其商品之性質、品質或產地之虞者。</p>	<p>(一)第一款新增。再修正條文第五條所定商標構成要素及識別性，為商標註冊之條件，如有違反，即不得申請註冊，爰予明定。</p>
<p>八、相同或近似於國際性組織或國內外著名機構之名稱、徽記、徽章或標章者。</p>	<p>七、相同或近似於他人著名之商標或標章，有致公眾混淆誤認之虞者。但申請人係由商標或標章之所有人或授權人之同意申請註冊者，不在此限。</p>	<p>(二)第二款明定以表示商品或服務之形狀、品質、功用或其他說明等不具識別性者作為商標，不應准予註冊，為現行條文第十款修正後移列。</p>
<p>九、相同或近似於正字標記或其他國內外同性質驗證標記者。</p>	<p>八、相同或近似於同一商品習慣上通用標章者。</p>	<p>(三)將現行條文第八款習慣上通用標章與第十款通用名稱合併為第三款。按通用標章係因在同業間被普遍使用的結果，以致無表彰來源之識別性，考慮公益及缺乏識別性，故不得註冊，與通用名稱不准註冊之理由相同，乃合併納入本款規範。又現行條文第八款所定之通用標章，須以「習慣上」為認定之要件，對於現今快速</p>
<p>十、妨害公共秩序或善良風俗者。</p>	<p>九、相同或近似於中華民國政府機關或展覽性質集會之標章或所發給之褒獎牌狀者。</p>	
<p>十一、使公眾誤認誤信其商品或服務之性質、品質或產地之虞者。</p>	<p>十、凡文字、圖形、記號、顏色組合或其聯合式，係表示申請註冊商標所使用商品之形狀、品質、功用、通用名稱或其他說明者。</p>	
<p>十二、相同或近似於他人著名商標或標章，有致相關公眾混淆誤認之虞，或有減損著名商標或標章之</p>		

<p>識別性或信譽之虞者。但得該商標或標章之所有人同意申請註冊者，不在此限。</p> <p>十三、相同或近似於他人同一或類似商品或服務之註冊商標或申請在先之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。</p> <p>十四、相同或近似於他人先使用於同一或類似商品或服務之商標，而申請人因與該他人間具有契約、地緣、業務往來或其他關係，知悉他人商標存在者。但得該他人同意申請註冊者，不在此限。</p> <p>十五、有他人之肖像或著名之姓名、藝</p>	<p>但有第五條第二項規定之情事而非通用名稱者，不在此限。</p> <p>十一、有他人之肖像、法人及其他團體或全國著名之商號名稱或姓名、藝名、筆名、字號，未得其承諾者。但商號或法人營業範圍內之商品，與申請人註冊之商標所指定之商品非同一或類似者，不在此限。</p> <p>十二、相同或近似於他人同一商品或類似商品之註冊商標者。</p> <p>十三、以他人註冊商標作為自己商標之一部分，而使用於同一商品或類似商品者。</p>	<p>變化之商業行為，而於短時間內已為同業間普遍使用之標章，是否已屬習慣上所通用，易生疑義，爰刪除「習慣上」等字。又通用標章始無識別性，若是近似於通用標章之商標，應個別判斷有無識別性，爰刪除「近似」之態樣。</p> <p>(四)第四款新增。立體商標之立體形狀若具有功能性，而為業者所需要，不應由特定人取得註冊，參酌日本商標法第四條第一項第十八款、英國商標法第三條第二項及德國商標法第三條第二項之規定，爰予增訂。</p> <p>(五)第五款為現行條文第一款移列。</p> <p>(六)第六款為現行條文第二款移列。</p> <p>(七)第七款為現行條文第九</p>
--	--	--

<p>名、筆名、字號者。但得其同意申請註冊者，不在此限。</p> <p>十六、有著名之法人、商號或其他團體之名稱，有致相關公眾混淆誤認之虞者。</p> <p>十七、商標侵害他人之著作權、專利權或其他權利，經判決確定者。但得該他人同意申請註冊者，不在此限。</p> <p>十八、相同或近似於我國或與我國有相互承認保護商標之國家或地區之酒類地理標示，而指定使用於酒類商品者。</p> <p>前項第十二款、第十四款至第十六款及第十八款</p>	<p>十四、相同或近似於他人先使用於同一商品或類似商品之商標，而申請人因與該他人間具有契約、地緣、業務往來或其他關係，知悉他人商標存在者。但得該他人同意者，不在此限。</p>	<p>款移列。</p> <p>(八)第八款為現行條文第三款修正後移列。基於國際性組織之標章除紅十字章外，如聯合國、亞太經濟合作會議 ( ASIA-PACIFIC ECONOMIC COOPERATION ， 簡稱 APEC )、世界貿易組織 ( World Trade Organization ， WTO ) 等亦屬國人耳熟能詳之組織，爰修正為概括用詞。又現行條文「國際著名組織」是否限於多國組織，對僅屬國外單一國家之組織而在國際上為著名者，是否亦在適用之列，易生疑義，爰將「國際」修正為「國內外」，使二者皆包含在內，以杜爭議。</p> <p>(九)第九款為現行條文第四款移列。</p> <p>(十)第十款為現行條文第五款移列。</p>
--	---	---

<p>規定之情形，以申請時為準。</p> <p>第一項第七款及第八款規定，於政府機關或相關機構為申請人時，不適用之。</p> <p>有第一項第二款規定之情形或有不符合第五條第二項規定之情形，如經申請人使用且在交易上已成為申請人商品或服務之識別標識者，不適用之。</p>		<p>(十一)第十一款為現行條文第六款修正後移列。</p> <p>配合修正條文第二條之修正，將「商品」修正為「商品或服務」。</p> <p>(十二)第十二款為現行條文第七款修正後移列。</p> <p>說明如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 世界智慧財產權組織 ( WIPO ) 於一九九九年九月公布關於著名商標保護規定共同決議事項，該決議明確指明對著名商標之認定，應考量以商品或服務之相關公眾之認識，而非以一般公眾之認知判斷之；又除防止與著名商標產生混淆誤認之虞外，並應避免對著名商標之減損 ( dilution ) 產生，基於 APEC 於八十九年三月決議會員國應遵守 WIPO 該決議，爰將「公眾」修正為「相關公眾」，</li> </ol>
--	--	--

		<p>並增訂有減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞者，不得註冊。</p> <p>2. 本款規定主要是為保護著名商標或標章所有人之權益而設，如經該所有人同意，即無保護之必要，現行條文所稱授權人，原係指經商標或標章所有人同意得授權他人申請註冊之人，此種人同意，本質上即屬所有人之同意，無特別規定之必要，為免疑義，爰將「或授權人」刪除。</p> <p>(十三)現行條文第十三款刪除。蓋現行規定係以他人整體註冊商標作為自己商標可獨立之一部分而使用於同一或類似商品，惟此種情形，仍應以有致相關消費者混淆誤認之虞，始不准註冊，修正條文第十三款已足</p>
--	--	---

		<p>資規範，爰予刪除。</p> <p>(十四)第十三款為規範先申請原則：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 現行條文第十二款與現行條文第三十六條均屬先申請原則之規定，爰將二者合併納入本款規範。</li> <li>2. 按現行條文第十二款及第三十六條規定相同或近似於他人同一或類似商品之註冊商標或先申請之商標者，不准註冊，其立法目的係因其近似之結果有致相關消費者混淆誤認之虞。因現行條文之規定，常有將近似與否及混淆誤認與否各別獨立判斷之情形，實則判斷二商標是否構成近似，本應綜合判斷有無致混淆誤認之虞，為釐清此概念，爰明定二商標有致相關消費者混淆誤認之虞，始不准註冊。</li> </ol>
--	--	--

		<p>(十五)第十四款配合修正條文第二條之規定，酌為文字修正。</p> <p>(十六)第十五款為現行條文第十一款修正後移列，人格權之保護，因現行條文第十一款將自然人之人格權與法人、商號等商業團體並列，使保障商業秩序與保護人格權不分，保護法益混淆，爰分為二款規定，於第十五款就商標有他人肖像或著名之姓名、藝名、筆名、字號時，倘未得承認，即不得註冊；至法人、商號等部分，另於修正條文第十六款規定。又姓名、藝名、筆名、字號應以著名為己足，並不以達全國著名為必要，爰刪除「全國」二字。</p>
--	--	--

		<p>(十七)第十六款為現行條文第十一款有關法人、商號等部分之規定酌為文字修正後移列。參照大法官會議釋字第四八六號解釋，就現行條文第三十七條第十一款所為之解釋，法人或其他無權利能力之團體，如具「有相當之知名度」及「受有保護之利益者」，其名稱均為商標法所保障之對象，尚不因有無權利能力而有所不同。惟依現行條文第三十七條第十一款規定，商標圖樣因與法人或其他商號名稱相同未得其承諾而不准註冊者，其中商號之名稱必須為「全國著名」之名稱，至法人之名稱則無此限制，如此區分，參照前述第四八</p>
--	--	--

		<p>六號解釋意旨，並不妥適，爰修正為不分法人、商號或團體，其名稱均須為已經「著名」者。又商標與法人、商號或其他團體之名稱相同時，應否准予註冊，應視其有無致公眾混淆誤認之虞加以判斷，現行條文係以商標指定使用之商品與法人、商號所營事業是否相同加以判斷，亦不妥適，爰修正以是否致公眾混淆誤認之虞為準。</p> <p>(十八)第十七款新增。商標侵害他人之著作權、專利權或其他權利，經判決確定者，不應准予註冊，爰予增訂。又雖侵害他人權利，如事後取得他人同意者，應可准予註冊，爰於但書明定排</p>
--	--	--

		<p>除之。至於商標註冊前，有侵害他人之著作權、專利權或其他權利，於註冊後經判決確定者，於修正條文第五十條第二項另規定可提起評定。</p> <p>(十九)第十八款新增。關於酒類地理標示之保護，實務上係以現行條文第六款規範，為配合 TRIPs 第二十三條第二項規定，並參考日本商標法第四條第一項第十七款，特別就酒類地理標示予以明文保護。</p> <p>三、第二項新增。明定前項第十二款、第十四款至第十六款及第十八款構成要件認定時點，應以申請時為準。</p> <p>四、第三項新增。明定第一項第七款及第八款不得註冊之限制，於申請人為第七款之政府機關或</p>
--	--	---

		<p>第八款之國際性組織或國內外著名機構時，不適用之。</p> <p>五、第四項新增。第一項第二款與修正條文第五條第二項同屬商標須具識別性之規定，若於交易上已取得識別性者，應可准予註冊，爰於本項合併規定之。</p>
--	--	---

## WTO 協定附件一(C) 與貿易有關之智慧財產權協定

### 第三節 標示

#### 第二十二條 產地標示之保護

1. 本協定所稱之產地標示係指為辨別一項商品標示係產自一會員之領域，或其領域內之某一地區或地點，且該商品之特定品質，聲譽或其他性質，根本上係來自於原產地者。
2. 會員應提供產地標示之利害關係人法律途徑以防止：
  - (a)於設計或展示商品時，使用任何方式明示或暗示系爭商品產自非其實際產地之其他產地並致公眾誤認該商品產地者；
  - (b)構成（一九六七年）巴黎公約第十條之一所稱不公平競爭之任何使用行為。
3. 商標與非其商品原產地之產地標示結合或構成，且在某一會員國內使用含該標示之商標於所述商品，本質上將造成公眾誤認其實際產地者；該會員應依法定職權，或利害關係人之申請，不准此等商標之註冊或評定其註冊無效。
4. 商品之產地標示，縱確係該商品產地之領域、地區或地點，惟向公眾為該商品係產自其他領域之不實表示者，本條第一、第二及第三項各項規定仍適用之。

### 第二十三條 酒類和烈酒產地標示之額外保護

1. 會員應提供利害關係人法律途徑；以防止非產自該產地之酒類或烈酒使用系爭之產地標示；即使已明確標示該商品之實際產地，或該產地標示係翻譯用語或補充說明與該產地商品「同類」、「同型」、「同風格」、「相仿」或其他類似標示者亦然。<sup>1</sup>
2. 酒類或烈酒之商標包括該等商品產地之產地標示或以地理標示構成者，會員應依法定職權或利害關係人之申請不准該商標之註冊或評定其註冊無效。
3. 酒類之產地標示若屬同名者，各標示均應保護之，但以合於前條第四項規定者為限。各會員應在確保相關生產者獲公平待遇之必要性及消費者不致誤導者前提下，訂定可行規定，以區別相關之同名標示。
4. 為促進會員對酒類之產地標示之保護，與貿易有關之智慧財產權協定理事會應就建立保護之酒類之產地標示通知及註冊之多邊體系進行諮商，使酒類產品於參與該體系之會員間獲得保護。

### 第二十四條 國際談判：例外

1. 會員同意依據前條規定，就加強對個別產地標示之保護進行談判。會員不得據第四項至第八項之規定拒絕進行談判，或簽訂雙邊或多邊協定。就此談判而言，會員必須願意考慮適用此等條款於涵蓋於談判主題之個別產地標示上之使用。
2. 與貿易有關之智慧財產權協定理事會應隨時檢討本節規定之適用情形；首次檢討應於世界貿易組織協定生效後兩年內進行。任何足以影響遵守此等條款下之義務之情事均應通知理事會；上開情事若透過有關會員間之雙邊或複邊諮商無法達成合意之解決方案時，理事會應依會員之請求，與任一會員或數個會員間進行協商。理事會應

採取所同意之措施以促進合作並提昇本節之宗旨。

3. 會員於執行本節規定時，不得減損世界貿易組織協定生效前已於該國存在之產地標示之保護。
4. 本節之規定不得要求會員禁止其國民或居民繼續使用另一會員有關酒類同一或類似之商品或服務之特殊產地標示，但以在該會員境內連續使用此產地標示於相關商品和服務上，並合於下列情事之一者為限：
  - (a) 在西元一九九四年四月十五日以前，已達十年以上者；或
  - (b) 於上開日期前係善意使用者。
5. 商標之申請或註冊係屬善意者，或商標專用權係因善意使用而取得，該二種情形之一係於：
  - (a) 此等規定係於該會員依第六篇實施之前；或
  - (b) 該產地標示於原產國受保護之前取得，依本節規定所採行之措施，不得因此商標相同或近似於產地標示，而損及此商標註冊之資格或有效性，或使用之權利。
6. 本節之規定並未要求會員對於其他會員之產地標示之保護，及於與其相同但係以普通使用方法表示商品或服務之通用名稱。本節之規定並未要求會員對於任何其他會員之葡萄產品之產地標示之保護，及於與其相同但於 WTO 協定生效之前已於該會員存在之葡萄品種通用名稱。
7. 會員得規定，依本節對商標之使用或註冊提出之任何請求，必須於該受保護之標示受到不當使用且在於該會員境內不當使用且已成為眾所周知後五年內為之，或於該會員註冊為商標（設若其於同日公告）五年內為之；但須該註冊日期早於因不當使用於該會員境內成為眾所周知之日期。但該產地標示之使用或註冊為惡意者，不適用

之。

8. 本節之規定不得侵害任何人於商業交易中使用其姓名或其營業之被繼承人之姓名之權利。但其使用以不致公眾誤認者為限。

原產地境內未獲得保護或已停止受到保護之產地標示，或於該國已不使用之產地標示，本協定並不課以保護之義務。